



T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI

**BİR GRAFİK TASARIM SORUNU OLARAK GÖRME
ENGELLİLERE YÖNELİK KARTON AMBALAJ
TASARIMINDA ESTETİK VE İŞLEVSELLİK ALGISI
ÜZERİNE UYGULAMALAR**

**Yüksek Lisans Tezi
Tezi Hazırlayan:
Pelin HAYTA
Öğrenci numarası
135110133**

**Danışman
Yrd. Doç. Dilek ÇULHA**

İstanbul, 2015



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI

**BİR GRAFİK TASARIM SORUNU OLARAK
GÖRME ENGELLİLERE YÖNELİK KARTON
AMBALAJ TASARIMINDA ESTETİK VE
İŞLEVSELLİK ALGISI ÜZERİNE UYGULAMALAR**

Yüksek Lisans Tezi

Pelin HAYTA

T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

25/12/2015

Enstitümüz *Grafik Tasarımı* Anabilim dalı yüksek lisans öğrencilerinden **135110133** numaralı **Pelin HAYTA** "İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "**BİR GRAFİK TASARIM SORUNU OLARAK GÖRME ENGELLİLERE YÖNELİK KARTON AMBALAJ TASARIMINDA ESTETİK VE İŞLEVSELLİK ALGISI ÜZERİNE UYGULAMALAR**" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 02.12.2015 tarih ve 2015/21 sayılı toplantısında seçilen ve Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin 48. maddesi gereğince (60) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oyçokluğu/oybirliği~~ ile **Kabul/Red veya Düzeltme** kararı verilmiştir.

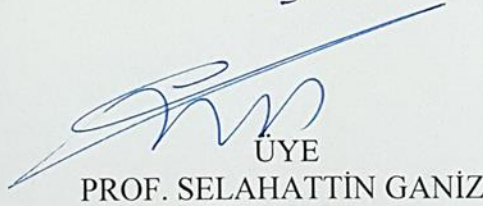
İşbu tutanak, 2 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
YRD.DOÇ.DİLEK ÇULHA



ÜYE
PROF.DR. MEHMET OKTAV




ÜYE
PROF. SELAHATTİN GANİZ

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Bir Grafik Tasarım Sorunu Olarak Görme Engellilere Yönelik Karton Ambalaj Tasarımında Estetik ve İşlevsellik Algısı Üzerine Uygulamalar” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

25.12.2015

Pelin HAYTA

ONAY

Tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ✓ Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ✓ Tezimin üç yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

ÖZET

BİR GRAFİK TASARIM SORUNU OLARAK GÖRME ENGELLİLERE YÖNELİK KARTON AMBALAJ TASARIMINDA ESTETİK VE İŞLEVSELİK ALGISI ÜZERİNE UYGULAMALAR

Pelin HAYTA

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dilek ÇULHA

Aralık, 2015 – 140 Sayfa

Bu tezin çıkış noktası, göremeyen bireylere yönelik dokunsal yöntemlerle üretilecek ambalaj tasarımlarının işlevsellik ve estetik algısını irdeleme fikrine dayalıdır. Bu nedenle, tasarımların merkezine yerleşen görme duyusunun yerine, daha çok dokunma duygusu ile meseleye yaklaşmıştır. Bu bağlamda hedef, görsel iletişimi sağlayan tek duyu hakimiyetinin yanına, dokunma duygusunu ekleyerek grafik tasarımca çözümler üretebilmektir. Dokunsal tasarımların hedef kitlesi görme engelli bireylerle sınırlandırılmış ve görme engelli olmanın tanımı üzerinde durulmuştur. Bu bilgiler, görme engelli bireylerin gereksinimleri doğrultusunda yapılacak ambalaj tasarımı uygulamalarının işlevsellik ve estetik düzenlemeler üzerine düşünsel sorguların temelini oluşturur. Bunun içinde öncelikle, göremeyen bireylerin temel ihtiyaçlarına göre birbirinden farklı üç sektör (sağlık sektörü, gıda sektörü, kozmetik sektörü) belirlenmiştir. Bu sektörlere ait tasarlanan karton ambalajların, tasarım niteliklerinin ve basım tekniklerinin yanısıra dokunsal yapıyı olanaklı kılan teknik yoldan üretilebilirlikleri de incelenmiştir. Belirlenen bu sektörlere yönelik tasarım uygulamalarında işlevsellik, estetik, okunabilirlik, sürdürülebilirlik ve fikir üretme gibi tasarım süreçlerinin açıkları, bu tezin oluşmasına kılavuzluk etmiştir. Böylece tüm bu bütünlüklü açıklamalar içerisinde görme engellilere yönelik tasarımda çözümcü yaklaşımların nedenleri ve sonuçları açıklanabilmektedir. Ayrıca ulusal ve uluslararası tasarım örnekleri bu tezin yapılanmasında referans alınmıştır. Tüm bu teknik ve kuramsal bilgi doğrultusunda sektörlere ait ambalajlar tasarlanarak; temel nitelikleri ve uygulamaları ‘Altı Nokta Körler Derneği

(İstanbul Şubesi)' ve 'Emirgan Altı Nokta Görme Engelliler Rehabilitasyon Merkezi' ndaki görme engelli bireylere sunulmuş ve test olarak çözümün doğruluğu denetlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Ambalaj Tasarımı, İşlevsellik, Estetik, Dokumsal Tasarım, Görme Engelli olmak.

ABSTRACT

APPLICATIONS REGARDING THE PERCEPTION OF AESTHETICS AND FUNCTIONALITY IN THE DESIGN OF CARTON PACKAGES FOR VISUALLY IMPAIRED PEOPLE AS A GRAPHIC DESIGN PROBLEM

Pelin HAYTA

Master Thesis, Graphic Design Art Department

Supervisor: Yrd. Doç. Dilek ÇULHA

December, 2015 – 140 Pages

The starting point of the thesis about is based on the idea of examining the perception of functionality and aesthetics about the design of packages to be manufactured with tactile methods for visually impaired individuals. Therefore, the study approaches the issue from the viewpoint of the tactile sense rather than of eyesight, which is the central issue in designs. In this context, the goal is to produce graphic design solutions by adding the tactile sense to the single sentence domination that ensures visual communication. The target audience of tactile designs was limited to visually impaired individuals, and the definition of being visually impaired was addressed. This information forms the basis of the ideational questioning on the functionality and aesthetics of the package design applications to be made in accordance with the needs of visually impaired individuals. For this purpose, three different industries were identified including the health, food and cosmetics industries based on the fundamental needs of visually impaired people. The carton packages of these industries were examined in terms of their design characteristics, printing techniques and their manufacturability by the technique enabling tactile information. This thesis was guided by insights on such design processes as functionality, aesthetics, readability, sustainability and idea production in the design application towards these industries. Thus it became possible to explain the reasons and results of the solution producing approaches to the design towards the visually impaired among all these interconnected explanations. National and international design examples were also referenced within the frame of this thesis study. Based on all these

technical and theoretical data, packages relating to the subject matter industries were designed, their fundamental characteristics and applications were offered to visually impaired individuals in "Six Points Association of the Blind" (Istanbul Branch) and in the "Emirgan Six Points Rehabilitation Center for the Visually Impaired", and suitability of the solution was tested.

Key Words: Graphic Design, Package Design, Functionality, Aesthetics, Tactile Design, Being Visually Impaired.

ÖNSÖZ

Grafik tasarımda, her bir grafik ürünün yapılandırılması gözmerkezci bir tutumla gerçekleştirilmektedir. Bu tutum diğer duyuların bastırılmasına ve görme eyleminin tüm duyulardan üstün hale gelmesine neden olmaktadır. Halbuki görmenin yanında tasarımı kavratan, içselleştiren ve görmeyi doğrulayan bir diğer duyu dokunmadır. Görme eyleminin yarattığı tek duyu hâkimiyetinin kırılması ve grafik tasarımın dil olma niteliği, bize tasarımda görme duyusundan öteye yönelme gerekliliğini sunmaktadır. “Herkesçe” yapılacak bir tasarımda, tasarımın sağladığı iletişimi işlevsel ve estetik olarak, görme ve dokunma duyusunu uyandıracak tasarım çözümlerini gerçekleştirilebilmelidir. Böylece hem görebilenlere hem de göremeyenlere yönelik tasarımlar oluşturulabilir.

“Bir grafik tasarım sorunu olarak görme engellilere yönelik karton ambalaj tasarımda estetik ve işlevsellik algısı üzerine uygulamalar” isimli tez çalışmam, tasarımda tek duyu hâkimiyetini kırmak, tasarımda dokunsal işlevsellik, dokunsal estetik ve tasarımın dil olma niteliğiyle daha geniş kitlelere seslenmesini sağlayacak tasarım anlayışının benimsenmesinin gerekliliği vurgulanmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada, yoğun akademik çalışmalarını arasında zamanını ayırarak bana yol gösteren ve yönlendirmeleriyle bana yardımcı olan tez danışmanım Yrd. Doç. Dilek ÇULHA’ya, çalışmamın analizlerini oluşturmama yardımcı olan Öğr. Gör. Aliye SARAÇ’a, görme engelliler hakkındaki bilgilendirmeleri ve yönlendirmelerinden dolayı Emirgan Altı Nokta Görme Engelliler Rehabilitasyon Merkezi ve Altı Nokta Körler Derneği (İstanbul Şubesi)’ ne teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca çalışmam boyunca bana destek olan eşime ve aileme hep yanımda oldukları için teşekkür ederim.

İSTANBUL, 2015

PELİN HAYTA

1. BÖLÜM GİRİŞ

Sayfa

1.1. Problemin Tespiti.....	1
1.2. Çalışmanın Amacı	3
1.3. Araştırma Metodolojisi.....	4
1.4. Ünitelerin Planı.....	4

2. BÖLÜM GÖRME ENGELLİ OLMAK

2.1. Giriş	6
2.2. Görme Engellinin Tanımı	8
2.3. Toplumsal Yapıda Görme Engellilerin Yeri.....	10

3. BÖLÜM GRAFİK TASARIM NEDİR?

3.1. Grafik Tasarımın Tanımı	11
3.2. Grafik Tasarımda Süreç Nasıl İşler?.....	12
3.2.1. Problemi Belirleme	13
3.2.2. Araştırma	13
3.2.3. Fikir Üretim	14
3.2.4. Görsel Çözüm.....	15
3.3. Grafik Tasarımın İşlevselliği	16
3.4. Grafik Tasarımda Sürdürülebilirlik	18
3.5. Grafik Tasarımda Estetik.....	19
3.6. Grafik Tasarımda Okunabilirlik	20
3.7. Görme Odaklı Tasarım Çözümleme Yöntemleri.....	21

3.8. Görmeyenler Odaklı Tasarım Çözümleme Yöntemleri.....	23
3.9. Görme Engelliler İçin Tasarımda Çözümci Yaklaşımlar	24

4. BÖLÜM

GÖRME ENGELLİLERDE KABARTMA YAZI SİSTEMLERİ

4.1. Kabartma Yazı Sisteminin Tarihi	25
4.2. Braille Alfabeti	26
4.2.1. Türkçe Braille Alfabeti ve Kullanımı	29
4.3. Moon Alfabeti	32
4.4. Dokunsal Diyagramlar	33
4.4.1. Şematik Dokulu Kabartma Diyagramlar.....	33
4.4.2. Dokusuz Kabartma Diyagramlar.....	45

5. BÖLÜM

GÖREMEYENLERE YÖNELİK TASARIMLARIN UYGULAMA TEKNİKLERİ

5.1. Kabartma Yazı Üretim Teknikleri	47
5.1.1. Kabaran Kağıt (Swell/Mikro Kapsül) Yöntemi	47
5.1.2. Serigrafi Baskı Tekniği	48
5.1.3. Thermoform Yöntemi	49
5.1.4. Kabartma Yazıcı Sistemleri	49

6. BÖLÜM

AMBALAJ NEDİR?

6.1. Tanımı.....	50
6.2. Ambalajın İşlevleri	52
6.3. Ambalajın Çeşitleri.....	53

6.3.1.	Karton Ambalaj	55
---------------	-----------------------------	-----------

7. BÖLÜM

GÖREMEYEN VE GÖREBİLENLER İÇİN ULUSAL VE ULUSLARARASI TASARIM ÖRNEKLERİ

7.1.	Göremeyen ve Görebilenler İçin Uluslararası Tasarım Örnekleri	58
7.2.	Göremeyen ve Görebilenler İçin Ulusal Tasarım Örnekleri	80

8. BÖLÜM

GÖREMEYENLERE YÖNELİK AMBALAJ TASARIMLARINDA UYGULAMA ALANLARI

8.1.	Göremeyen Bireylerin Estetik ve İşlevsellik Algısı Üzerine Karton Ambalaj Uygulamaları	85
8.2.	Kozmetik Sektöründen “Kotex” Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi	86
8.3.	Kozmetik Sektöründen “Dove” Kadın/Erkek Sabun Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi	95
8.3.1.	“Dove” Kadın Sabunu Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi	95
8.3.2.	“Dove” Erkek Sabunu Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi	100
8.4.	Gıda Sektöründen “Doğuş Çay” Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi	106
8.5.	Eczacılık Sektöründen “Glifor” Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi	109

9. BÖLÜM
“BİR GRAFİK TASARIM SORUNU OLARAK GÖRME
ENGELLİLERE YÖNELİK KARTON AMBALAJ
TASARIMLARINDA ESTETİK VE İŞLEVSELLİK ALGISI
ÜZERİNE UYGULAMALAR” ADLI ÇALIŞMANIN
ANALİZLERİ

9.1. Problemin Tanımı	115
9.2. Araştırma Yöntemleri	117
9.3. Çalışma Grubu	117
9.4. Veri Toplama Aracı	118
9.5. Verilerin Toplanması	119
9.6. Verilerin Analizi	119
9.7. Bulgular	120
9.7.1. Ambalaj Tasarımlarına İlişkin Görüşler	121
9.7.2. Görme Engellilere Yönelik Ambalaj Tasarımlarında Ambalajın Formuna, Estetiğine ve İşlevselliğine İlişkin Görüşler	123
9.7.3. Görme Engellilere Yönelik Ambalaj Tasarımlarında Ambalajın Braille Alfabesinin Yapısı ve Okunabilirliğine İlişkin Görüşler	125
9.8. Öneri	126
SONUÇ	128
KAYNAKÇA	131
EKLER	136
ÖZ GEÇMİŞ	140

KISALTMALAR LİSTESİ

AEB	: Art Education For Blind, Inc.
CNIB	: Canadian National Institute for the Blind
ISO	: International Organization for Standardization
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
Mm	: Milimetre
M²	: Metrekare
TSE	: Türk Standardları Enstitüsü
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
3D	: Üç Boyutlu

TABLULAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Kayıtlı Olan Görme Engelli Bireylerin Cinsiyet, Yerleşim Yeri, Özür Oranı, Yaş Grubu, 2010 - TÜİK	9
Tablo 2.2. Kayıtlı Olan Görme Engelli Bireylerin Yaşadıkları Yerdeki Fiziksel Çevre Düzenlemelerinin, Bireyin Kullanımına Uygun Olup Olmadığı Hakkındaki Düşünceleri	10
Tablo 9.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	118
Tablo 9.2. Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar	119
Tablo 9.3. Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temaların Tablo Şeklinde Gösterilişi	120

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 4.1. Braille Alfabeti	27
Şekil 4.2. Braille Alfabeti Ölçüleri	28
Şekil 4.3. Türkçe Braille Alfabeti	30
Şekil 4.4. Braille Noktalama İşaretleri	30
Şekil 4.5. Braille Rakamlar	31
Şekil 4.6. Moon Alfabeti	32
Şekil 4.7. Moon Rakamlar	33
Şekil 4.8. Sert – Katı Doku	34
Şekil 4.9. Nokta Doku	35
Şekil 4.10. Kaba Doku	35
Şekil 4.11. Yatay ve Dikey Çizgili Doku	36
Şekil 4.12. Sepet Örgülü Doku	36
Şekil 4.13. Tek Parça Doku / Tam Alan Dokusu	37
Şekil 4.14. Peter Paul Rubens'in “The Gathering Of The Mana” İsimli Şematik Dokulu Kabartma Diyagram Çalışması	38
Şekil 4.15. Salvador Dali'nin “Belleğin Azmi (The Persistence of Memory)” İsimli Çalışmasının Şematik Kabartma Diyagrama Dönüştürülmüş Şekli	39
Şekil 4.16. AEB (Art Education For Blind, Inc.) Tarafından Kullanılan Standart İkonlar	40
Şekil 4.17. Yönlendirme Oku Kullanılan Dokusal Diyagram	40
Şekil 4.18. Pantheon, Roma -Mimari Giriş Kısmı Dokusal Diyagramı .	42
Şekil 4.19. Pantheon, Roma - Mimari Dokusal Diyagramı	42
Şekil 4.20. Saint Peter's Basilica, Roma - Mimari Dokusal Diyagramı .	43
Şekil 4.21. Mimari Dokusal Diyagram	44
Şekil 4.22. Galapagos Iguanası Dokusal Diyagramı	45
Şekil 6.1. Konstrüksiyon Tasarımı	56
Şekil 6.2. Konstrüksiyon Tasarımı Yapılmış Kutunun Maketi	57
Şekil 7.1. Braille de Café	60
Şekil 7.2. “Braille Authority of North America” Logotype	62

Şekil 7.3. “Canadian Braille Authority” Logotype	63
Şekil 7.4. “Lees Mee Post Stamp” İsimli Braille Posta Pulu Çalışması ..	64
Şekil 7.5. “Lees Mee Post Stamp” İsimli Braille Posta Pulu Çalışmasının Ön ve Arka Kısımından Kelime Oyununa Örnek	65
Şekil 7.6. “Alton Brown” İsimli Ürünün Ambalaj Tasarımı	66
Şekil 7.7. Kabartma Sabun Tasarımı	67
Şekil 7.8. Braille Alfabeti ile Sabun Ambalajı Tasarımı	68
Şekil 7.9. Wondaree Macadamias Ambalaj Tasarımı	69
Şekil 7.10. Wondaree Macadamias Ambalaj Tasarımı	70
Şekil 7.11. Cleanlogic Firmasının Braille Yazımlı Duş Bakım Ürünü	70
Şekil 7.12. Cleanlogic Firmasının Duş Bakım Ürünlerinin Braille Yazımlı Etiketleri	71
Şekil 7.13. Japonya’da Bulunan Bira Kutusunun Braille Yazımlı Görseli	72
Şekil 7.14. Coca Cola Firmasının Görme Engelliler İçin Tasarladığı Metal Ambalaj	72
Şekil 7.15. Coca Cola Firmasının Görme Engelliler İçin Tasarladığı Plastik Ambalaj Etiketleri	73
Şekil 7.16. Coca Cola Firmasının Görme Engelliler İçin Tasarladığı Otomat Makinaları	74
Şekil 7.17. Worcester Şarabının Görme Engellilere Yönelik Etiket Tasarımı ve Cam Ambalaj Tasarımı	74
Şekil 7.18. Mercedes – Benz For The Blind Spot Assist Afiş Tasarımı ..	75
Şekil 7.19. Mercedes – Benz For The Blind Spot Assist Afiş Tasarımı ..	76
Şekil 7.20. Tactile Mind İsimli Erotik Kitap Tasarımının Kapağının ve İç Sayfalarından Birinin Görüntüsü	77
Şekil 7.21. Braille Alfabeti Access Awards Kupa Ödülü Tasarımı	79
Şekil 7.22. “Dorica Olive Oil” Zeytinyağı Şişesi Braille Alfabeti Etiket Tasarımı	80
Şekil 7.23. “Dorica Olive Oil Royal” Zeytinyağı Şişesi Braille Alfabeti Etiket Tasarımı	81
Şekil 7.24. “Nar Gourmet” Zeytinyağı Şişesi Braille Alfabeti Etiket Tasarımı	82

Şekil 7.25. “Nar Gourmet” Zeytinyağı Şişesi Braille Alfabeli Etiket Tasarımı	83
Şekil 7.26. “Eyüp Sabri Tuncer” Limon Kolonyası Şişesi Braille Alfabeli Etiket Tasarımı	83
Şekil 7.27. “Eyüp Sabri Tuncer” Limon Kolonyası Şişesi Braille Alfabeli Etiket Tasarımı	84
Şekil 7.28. “Eyüp Sabri Tuncer” Limon Kolonyası Şişesi Braille Alfabeli Etiket Tasarımı (Yakından Gösterim)	84
Şekil 8.1. “Kotex” Ambalajının Konstrüksiyon Tasarımı	88
Şekil 8.2. “Kotex” Markasının Var Olan Logosu	89
Şekil 8.3. “Kotex” Logosunun Görme Engellilere Yönelik Yeniden Tasarlanması	89
Şekil 8.4. “Kotex” Ambalajında Yer Alan Bilgilerin Bblok Sisteminin Yeniden Tasarlanması	90
Şekil 8.5. “Kotex” Ambalajının Braille Alfabeti ve Diyagramları Yerleştirilmeden Önceki Tasarımı	91
Şekil 8.6. “Kotex” Ambalajının Braille Alfabeti ve Diyagramları Yerleştirildikten Sonraki Tasarımı	93
Şekil 8.7. “Kotex” Ambalajının tasarımı	95
Şekil 8.8. “Dove” Kadın Sabun Ambalajının Konstrüksiyon Tasarımı ...	96
Şekil 8.9. “Dove” Logosunun Görme Engellilere Yönelik Tasarımı	97
Şekil 8.10. “Dove” Kadın Sabun Ambalajında Yer Alan Bilgilerin Blok Sisteminin Yeniden Tasarlanması	98
Şekil 8.11. “Dove” Kadın Sabun Ambalajının Braille Alfabeti ve Diyagramları Yerleştirildikten Sonraki Tasarımı	99
Şekil 8.12. “Dove” Kadın Sabun Ambalajının Tasarımı	100
Şekil 8.13. “Dove” Erkek Sabun Ambalajının Konstrüksiyon Tasarımı	101
Şekil 8.14. “Dove” Erkek Sabun Ambalajında Tercih Edilen Zemin Rengi	102
Şekil 8.15. “Dove” Erkek Sabun Ambalajının Ön Yüzeyinde Gören ve Göremeyenlere Yönelik Logo Tasarımı	103
Şekil 8.16. “Dove” Erkek Sabun Ambalajında Yer Alan Bilgilerin Blok Sisteminin, Sembollerin ve Barkodun Konumlandırılması .	104

Şekil 8.17. “Dove” Erkek Sabun Ambalajının Braille Alfabeti ve Diyagramları Yerleştirildikten Sonraki Tasarımı	105
Şekil 8.18. “Dove” Erkek Sabun Ambalajının Tasarımı	106
Şekil 8.19. “Doğuş Karadeniz Siyah Filiz Çayı” Ambalajının Konstrüksiyon Tasarımı	107
Şekil 8.20. “Doğuş Karadeniz Siyah Filiz Çayı” Ambalajının Yeniden Tasarımı	108
Şekil 8.21. “Doğuş Karadeniz Siyah Filiz Çayı” Ambalajının Tasarımı	109
Şekil 8.22. “Glifor” Ambalajının Konstrüksiyon Tasarım	111
Şekil 8.23. “Glifor” Ambalajının Yanal Yüzeylerinde Tercih Edilen Zemin Rengi	112
Şekil 8.24. “Glifor” Ambalajının Ön Yüzeyinde Yer Alan Yeni Font Tasarımı	113
Şekil 8.25. “Glifor” Ambalajının Yeniden Tasarım	114
Şekil 8.26. “Glifor” Ambalajının Tasarımı	115

RESİMLER LİSTESİ

	Sayfa
Resim 4.1. Gustav Klimt’in 1907 Yılında Yapmış Olduğu “Hope II” İsimli Çalışmanın Orjinali	41
Resim 4.2. Albrecht Dürer, "Maria mit Kind" (Virgin Mary with Child / Çocuk ile Meryem Ana), Datet 1512	46

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problemin Tespiti

Grafik tasarım; tarihsel süreç içerisinde yazının, kâğıdın ve matbaanın icadı ile sürekli olarak değişim gösteren bir görsel anlamlandırma dilidir. Bu dil, genel olarak bir fikir üzerinden nesne ya da unsurlara yüklenen anlam kodlarını temsil edilen tasarlanmış bir ‘görüntü’(imaj) ile oluşturur. Bu görüntü, zihnin algıladığı görsel estetik üzerine mesajın kurgulanmasıyla anlamlanır. İletişimde anlam ile estetik değerlerin birlikte kurgulanması, (yazıda font kavramının ortaya çıkması, kâğıt çeşitlerinin türemesi, tasarımda yeni kavramların ve kuramların oluşması, vb.) bilgiyi gereksinim haline getirmektedir.

Bilgiyi aktarmayı sağlayan en önemli icatlar, yazının ve kâğıdın keşfi olmuştur. Yazı, içeriğinde mesajla birlikte bilgilendirmeyi taşıırken, kâğıdın keşfi ile gelişen uygarlıklarla birlikte reklam ve tanıtımda tasarım estetiğinin temellerini atılmıştır. Bu temellendirmenin yapılmasını sağlayan, en önemli adımlardan birisi de 1440 yılında Almanya’ da Johann Gutenberg’ in hareketli metal harfleri (hurufatları) icat etmesidir. Matbaanın doğuşuyla birlikte görme ve okuma kodlamasıyla ‘bilgi’, çoğaltılabilir nitelik olarak yaygınlık kazanır.

1824 yılında teknik olarak Braille alfabesinin baskısını sağlayacak makinelerin icat edilmesi ile ‘bilgi’ göremeyen bireylere de ulaştırılır. Göremeyen bireylere yönelik okumalara olanak veren dokunsal tasarımların varlığıdır. Böylece bilgiyi dokunarak alan bireyler için, seri ve teknik yoldan üretimin ilk adımı atılmış olur. Zaman içerisinde dokunarak okumanın sağlanması “**dokunarak görebilmenin sağlanması**” fikrini de ortaya çıkartmıştır. Braille alfabesinin basılabilmesi ve dokunsal diyagramların geliştirilmesiyle, görsel anlamlandırma dili grafik tasarım kapsamı içerisinde değerlendirilir. Bu durum grafik tasarımın çözüm yöntemlerinde, tek duyu hakimiyetini kırarak anlamının genişletilmesine olanak tanıyan bir süreç dönüşür.

Dokunma duyusu merkeze alınarak oluşturulan ve kullanılabilirliğiyle en dikkat çeken grafik tasarım örnekleri “ambalaj tasarımı” alanındadır. Ambalaj

retiminde dokunma duygusu düşünülerek yapılan tasarımlar, bilgilendirme ve formun yapısındaki estetiği hissettirmede önemli bir zleme yöntemidir. Bu yöntemde; göz artık sadece rengi tanımlamak için kullanılan bir ışık aracı olarak tanımlanır ve görmeyenlere bir anlam teşkil etmez. Görme engellilere yönelik tasarımda anlamı belirleyen formun, biçimlerin farkının ve bilginin dokunma duygusu ile algılanmasıdır. Bu yöntem mevcut olan ancak görünemeyen yapının zihinde canlandırabilmesini sağlamaktadır. Bu anlamlandırmayı okuma ile kolaylaştıran Braille alfabesi ve kendinden sonraki keşif olan diyagramlar ile sentezlendiğinde, tasarımlar anlam üzerinden boyut kazanır. Diyagramlar sayesinde, ünlü ressamaların resimleri, Şekiller, grafikler (sayısal/tür grafikleri) görme engelli bireyler tarafından dokunarak algılanmaktadır. Bu dokunma yöntemi, bireyin zihninde tasarımın formunu, biçimini ve zeminini, bütünlüklü olarak sentezlemesinde önemli bir aracı haline dönüştürür. Diyagram, Braille alfabesiyle birlikte kullanıldığında tasarımın dokunsal olarak işlevsellik yönünü ortaya çıkarmaktadır. Bu tasarım yöntemlerinin birlikte düzenlenmesi; görme engelli bireylerin yaşam alanlarındaki ‘bilgi’ye dayalı ihtiyaçlarına karşılık, tasarımcı üretilmiş çözümler niteliği halini almaktadır.

Görme engelli bireylere yönelik yaşamı kolaylaştıran birçok alanda, tasarlanmış çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle günlük tüketim ürünlerinde yer alan tarih ve ürün türüne göre niteliklerinin belirlendiği ve (zellikle temizlik ve kozmetik malzemeleri) tehlike uyarıcı sembolleri gibi bilgilerin yer aldığı tasarım çözümleri, büyük önem arz eder. Dokunma duygusunun uyarılacağı bu tasarımlar da kullanılan biçimler (logo, amblem, sembol, tasarımdaki form ve hatta bilgileri) bireyin ambalajı benimsemesine yardımcı olabilecektir. Bu bağlamda tasarım, görme engelli bireyleri bilgilendirmek ve tanıtma misyonu üstlenebilmektedir. Ambalaj tasarımlarında mesajı iletme görevi (rnn adının, türünün, logosunun, tehlike uyarıcı sembollerinin, dokunsal diyagramlarla, tüketim tarihlerinin yer alması), grafik tasarımın sorunlara çözüm üretme anlayışı ile örtüşmektedir. Bu nedenle dokunsal teknikler ile düzenlenen tasarımlar, formun algılanmasını ve ürünü daha çok hedef kitleye ulatırmasını sağlarken, tasarımın işlevselliği de kuvvetlenecektir. Bunun yanı Braille alfabesi ve dokunsal diyagramların

estetik bakış açısıyla birlikte harmanlanması, görebilen tüketiciler için de görsel farkındalık yaratabilmektedir.

Bu tez, dokunsal yöntemlerle üretilen ambalaj tasarımlarında, işlevselliğin yanı sıra görmeyen bireylerin estetik algısını irdelemeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle, tasarımların merkezine yerleşen görme duyusunun yerine, daha çok dokunma duyusu konularak meseleye yaklaşmıştır. Öncelikle, göremeyen bireylerin temel ihtiyaçlarına göre birbirinden farklı üç sektör (sağlık sektörü, gıda sektör, kozmetik sektörü) belirlenmiştir. Daha çok karton ambalaj sektörü ile sınırlandırılan bu tezde amaç, hem hedef kitleye, hem grafik tasarım dünyasına, hem de piyasaya uygun tasarım çözümleri üretmektir. Aynı zamanda uygulanacak olan bu tasarımlar, görmeyen bireyler tarafından test edilecek ve amaçlanan tasarımın hedef kitleye ulaşip ulaşmadığı denetlenecektir.

1.2. Çalışmanın Amacı

“Bir grafik tasarım sorunu olarak görme engellilere yönelik karton ambalaj tasarımında estetik ve işlevsellik algısı üzerine uygulamalar” konulu tez çalışmasındaki amaç, görme engelli bireylere yönelik karton ambalaj tasarımlarında işlevselliği ve görebilen bireylerin de tasarım algısında estetiği bütünleştirerek farkındalık yaratmaktır. Görme, görebilen bireyler için mesajı iletmede önemli bir unsur iken, dokunma ise göremeyen bireylere yönelik tasarımda işlevselliğin temel unsurudur. Ambalaj tasarımlarında dokunarak ve görsel bir dil ile birlikte düzenlenen bu bilgiler, (logosunu, amblemini, cinsini) ürünün tanımını ve mesajını iletme görevini hissetme üzerine konumlandırmaktadır. Bir grafik tasarım sorunu olarak ele alınacak bu çalışmada, görme engelli bireylere yönelik belirlenecek üç farklı sektörün karton ambalajları hem işlevsel hem de tasarımda estetik algısı olarak irdelenecektir. Görme engelli bireylerin hayatını kolaylaştırmayı hedefleyen bu tasarımlarda; ürünün cinsi, markası, logosu ve tehlike uyarıcı sembollerin dokunsal diyagramlar (Braille alfabesi, Moon alfabesi, kabartma logo ve amblem) aracılığıyla kavranması amaçlanmıştır. Bu yöntemler, dokunsal tasarımları karton ambalaj tasarımı üzerinde deneyimlememize ve aynı zamanda hedef kitemizin ihtiyaçlarına grafik tasarım çerçevesinde bakmamıza

olanak tanır. Ayrıca bu çalışma dokunsal diyagramlarla, grafik tasarım alanlarının tümünde mesajı iletebileceğinin ve tasarımı hissettirebileceğinin altını kalın çizgilerle çizmektedir.

1.3. Araştırma Metodolojisi

Bu tez, ülkemizdeki görme engelli bireylerin dokunma duyusuyla hayatını kolaylaştırmaları düşüncesi benimsenerek, ulusal ve uluslararası tasarım örneklerinin dikkate alınmasıyla hazırlanmıştır. İncelemelerin sonucunda görülmüştür ki; birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de grafik tasarım dili görsel bir etkinlik olarak mesajını anlam kodlarıyla oluşturmaktadır. Bu durum sadece görebilen bireyleri hedeflememize olanak tanır, göremeyen bireyler hedef kitle olduğunda tasarımın konsepti genişlemektedir. Bu bağlamda grafik tasarımın sorunlara cevap aramadaki işlevselliğinden yararlanarak ve sadece dokunma duyusu ile karton ambalaj üretimi denenmiştir. Çalışma, belirlenen üç sektörün karton ambalaj tasarımları üzerinde uygulanmıştır. Tasarlanan karton ambalajların, belirli sayıda baskıları alınıp görme engelli bireylerin testine tabi tutulacak ve ortaya çıkan analizler sonucunda, ambalajların uygulanabilirliğinin başarısı-başarısızlığı denetlenecektir.

1.4. Ünitelerin Planı

Tez çalışması dokuz bölümde incelenecektir. Birinci bölümde; görme engelli bireyler için karton ambalaj tasarımının uygulanabilirliğini anlatan problemin tespiti, amacı, kapsamı ve araştırmanın nasıl yürütüleceğinden bahsedilecektir.

İkinci bölümde; görme engelli olmak başlığı altında konuya giriş yapılarak görme engelli olmanın tanımı, görme engellilerin araştırmalara dayanarak toplumdaki oranları ve görmenin sınıflandırılması üzerinde durulacaktır.

Üçüncü bölüm; grafik tasarımın yaratım süreci içerisindeki tanımlardan oluşur. Bu bölümde sorguya açılacak olan, tasarımın işlevselliğinin ve niteliğinin hedef kitleler doğrultusunda irdelenmesidir. Grafik tasarımın görenler ve görmeyenler üzerindeki algısını sorgulayan en önemli yapı, tasarımda işlevsellik başlığı adı altında incelenmiştir. Aynı zamanda ortaya çıkan tasarımların sürdürülebilirliği ve yinelenebilirliği tasarlanacak olan ambalajların düşünsel merkezinde yer alacaktır. Grafik tasarımın en temel

niteliği okunabilirlik ögesidir, okunma-okunabilirlik düzeni bu bölümde grafik tasarımın enstrümanları ile açıklanmıştır. Aynı zamanda, grafik tasarımın estetik niteliğinin göremeyenler tarafından algılanması irdellemek ve ambalajları bu açılımlar doğrultusunda tasarlamak temel amaçtır. Ancak böyle bütünlüklü açıklamalar çerçevesinde, görme engellilere yönelik yapılacak olan karton ambalajı tasarımlarında çözümcü yaklaşımların nedenleri ve sonuçları açıklanabilmektedir.

Dördüncü bölümde ise; görme engellilerin okuma teknikleri olan kabartma yazı sistemleri, dokunsal diyagramlar gibi üretim teknikleri ile grafik tasarım ilişkisi irdelenecektir.

Beşinci bölümde; göremeyenlere yönelik tasarımların uygulama alanlarında kabartma yazının üretimini sağlayan teknikler incelenmiştir. Daha çok tasarımların uygulanacağı kâğıt ve baskı çeşitlerinin bilgisine ulaşılan bu bölümde, çözümleme yöntemi olarak teknik bilginin açılımları ele alınacaktır.

Altıncı bölümde; tezin uygulama konusu olan ambalajın tanımı, gelişimi ve ambalaj çeşitlerinin bilgisine ulaşılabilecektir. Özellikle karton ambalaj tasarımlarının nitelikleri ve baskı tekniklerinin uygulama alanları ele alınacaktır.

Yedinci bölüm, ulusal ve uluslararası tasarım örneklerinin incelenmesini kapsar. Böylece grafik tasarımın göremeyen bireyler için hangi alanlarda nasıl çözümler ürettiğinin bilgisine ulaşılabilecektir. Bu bölüm, öneri olarak yapılacak ambalajların açılımlarını verebilmemizde referans olacaktır.

Sekizinci bölüm uygulama bölümüdür. Görme engelli bireyler için üç farklı sektöre ait tasarlanan karton ambalajların, nasıl tasarlandığı ve nasıl basıldığı anlatılacaktır. Bu bölümde yapılan ambalaj tasarım uygulamaları ‘Altı Nokta Körler Derneği’ ve ‘T.C. İstanbul Valiliği Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü Emirgan Altı Nokta Görme Engelliler Rehabilitasyon Merkezi’ndeki görme engelli bireylere sunulacak ve test olarak çözümün doğruluğu denetlenecektir.

Dokuzuncu bölüm, yapılan bu testin analizi ve sentezi sonucunda değerlendirilmesi yapılacaktır. Tez çalışma alanının tüm açılımları, uygulamaları, anlatım biçimleri, görme engelli bireylerin testinin analizi sonucu dikkate alınarak değerlendirilecektir.

Sonuç bölümü; tez çalışmasının genel kapsamını özetler nitelikte bir yapıyla, görme engelli bireylerin estetik ve işlevsellik algısı üzerine yapılan araştırmaların neticesini belirtecektir. Bununlar birlikte testlerin nitel verilerine dayanarak görme engelli bireyler için yapılabilecek grafik tasarım ürünleri adına temel fikir kaynağı olabilecek bulgu ve önerileri sunacaktır.

2. BÖLÜM

GÖRME ENGELLİ OLMAK

2.1. Giriş

Grafik tasarım, belli bir iletinin anlamlandırma etkisiyle forma dönüştürülerek yaratılan görsel dildir. En geniş tanımıyla grafik tasarım; bir mesajı iletme, bir görseli geliştirmek veya bir düşünceyi görselleştirmek için metnin ve görsellerin algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde, iki boyutlu veya üç boyutlu olarak organize edilmesini içeren yaratıcı bir süreçtir.¹ Bu nedenle grafik tasarım çalışmaları, toplum içerisinde daha çok görme duyusuyla algılanabilen çalışmalar olarak tanımlanır. Bu çalışmalarda birey, mesajı almak için önce zihninde, fonetik olan mesajın yazınsal ve şekilsel (çizgisel, resimsel veya fotoğrafla betimleme) halini algılar. Algılama işlemi, kişinin zihninde görsellerin bir araya getirilerek anlamlandırılmasıyla oluşur. Zihnin yaptığı anlamlandırma bireyde dönüt sürecini meydana getirir. Kişi aldığı mesaja olumlu veya olumsuz dönüşler yapar. Böylece grafik tasarım ile görebilen bireye yönelik düzenlenmiş görsel unsurlar (buna yazıda dâhil) kullanarak mesaj iletilir. Tasarımlarda iletilen mesaj, görsellerin kullanılması dışında dokunma duyusunun da kullanılmasıyla göremeyen bireylere yönelikte tasarlanabilir. Dokunma duyusu, zihnimizin gördüğü görüntüyü hissettirdiği zaman, kavrama düzeyimiz daha fazla olmaktadır. Bu duruma en belirgin örnek olarak; kabartma yöntemiyle (gofre baskı) basılmış bir logoyu görebilen bireyin, aynı zamanda logoyu dokunarak da tanımlayabilmesi verilebilir. Bu birliktelik bireyin zihninde logonun şekli olarak çizilmesine etken olmaktadır. Bu durum, zihinde çizilen şekil ile her karşılaşıldığında bireye markayı/imajı/düşünceyi süreklilik algısını sağlayacak şekilde tanımlamasında

¹ https://tr.wikipedia.org/wiki/Grafik_tasar%C4%B1m

yardımcı olacaktır. Bu düşünceyi savunan Marshall McLuhan'ın da belirttiği gibi,

(“ ...Zihinsel imgelerimizin birincil bileşenlerini keşfetmek için onları çözümlenmeye girişirsek, onların görüşten ve dokunma ve hareket anılarından türetilen duyu verilerinden meydana geldiğini buluruz. Sözgelimi, bir küre, göze düz bir disk gibi görünür; onun uzay ve biçim özelliklerini bize tanıttak olan dokunmadır. Sanatçının bu bilgiyi yok sayma yönündeki her çabası sonuçsuz kalacaktır, çünkü bu olmaksızın, dünyayı hiç algılayamayacaktır. Onun görevi, tam tersine, imgesini berraklaştırmak ve böylelikle yalnız görsel duyuları değil, aynı zamanda, bizim üç boyutlu biçimi zihnimizde yeniden kurmamızı sağlayan dokunma anılarını da ortaya koymak yoluyla, yapıtındaki hareket yokluğunu telafi etmektir.”)(McLuhan, 2014, s.118).

Görme engelli bireyler için dokunma duyusunun (görme duyusu yerine kullanılan) önemi, tasarımı kavrama ve zihinde anlamlandırmada önemli bir rol oynar. Dokunma duyusu görme engelli bireylerde, algılama ve anlamlandırma sürecinde mesajın zihinde resmedilmesini sağlamaktadır. Bu sebeple görme engelli bireyler yaşamlarında her bir nesneyi ve yazınsal bilgiyi dokunarak algılamaktadır.

Görme engelli bireyler için düşünülmüş en bilinen keşifler, Braille alfabesi ve kabartma diyagramlardır. Braille alfabesi ve diyagramlar, görme engelli bireylerin dokunma duyusu ile sembolleri, metinleri, resimlemeleri ve görsellerin algılamasında etkin rol üstlenir. Buradaki algı; anlamlandırma ve anlamadaki süreçtir. Bu algı sürecinde gelişen tasarımda ki mesajın amacı, tasarımı zihinde anlamlandırmaktır. Görme engellilere yönelik ambalaj tasarımının yüzeyleri; ürünün adı, türü, logosu/amblemi, tehlike uyarıcı sembolleri olarak varlık gösterir. Ambalaj tasarımı üzerinde yazı ile çözümlenecek bölümler oluşturulurken, Braille alfabesi kullanılmaktadır. Braille alfabesi ve dokunsal diyagramlar okumayı sağladığı gibi, mesajı kitlenin ihtiyaçlarına yönelik zihinde canlandırmaya yardımcı olan enstrümanlardır. Bu bakımdan işlevselliğin tasarımlanması açısından da önemli rol oynarlar.

Grafik tasarım ile görme duyusuna sahip olmayan hedef kitle için üretilmiş karton ambalaj tasarımlarının oluşumu, önemli bir açığı kapatmak için vurgulanmaktadır. Bu nedenle hedef kitle genişletilerek beş duyardan bir tanesinin eksikliğinde bile, algı sürecinde bir aksama olmaması gerekmektedir. Tasarımın misyonu herkes için işlevsel tasarımlarla çözüm üretmektir.

2.2. Görme Engellinin Tanımı

Görme engelli olmanın en bilimsel inceleyen Türk Dil Kurumuna göre; görme engelli; görme duyusu olmayan, görmez, gözsüz, kör, ama şeklinde tanımlanmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığının yasal tanımına göre; görme engellileri hiç görmeyen ve az görenler olarak ikiye ayırmaktadır.

(“Yasal tanıma göre kör, tüm düzeltmelerle birlikte olağan görme gücünün 1/10’ine yani 20/200’lik görme keskinliğine ya da daha azına sahip olan ya da görme alanı 20 derecelik açıyı aşmayan kişilere denir. 20/200’nin anlamı, normal görme gücüne sahip bir kişinin 200 ayaklık (1 ayak: 0.3048 cm) uzaklıktan görebildiği bir şeyi, görme engelli kişinin ancak 20 ayaklık bir mesafeden veya daha yakın bir mesafeden görmesi ya da hiçbir uzaklıktan görememesidir. Başka bir ifadeyle görme engelli kişi, normal gören kişinin 6.1 metreden görebildiği bir şeyi yaklaşık 60 cm. den ya da daha kısa bir uzaklıktan gören ya da hiçbir uzaklıktan göremeyen kişidir. Yasal tanıma göre az gören kişi, bütün düzeltici tedbirlere rağmen, normal gören kişinin 200 ayaklık bir mesafeden (1 ayak: 0.3048 cm) gördüğünü 70–20 ayak arasında bir mesafeden gören kişidir.”)(MEB, Anonim, T05.01.2015)

Türkiye İstatistik Kurumu’nun ifadesine göre görme engelli kişi “Tek veya iki gözünde tam veya kısmi görme kaybı veya bozukluğu olan kişilerdir. Görme kaybı ile birlikte göz protezi kullananlar, renk körlüğü, gece körlüğü (tavukkarası) olanlar da bu gruba girmektedir”² şeklinde tanımlanmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2010 yılında yapmış olduğu özürülülerin sorun ve beklentileri araştırmasına göre; Türkiye’deki görme engelli bireylerin cinsiyet, yerleşim yeri, yaş grubu ve özür oranları yüzdesi şöyledir;

² Özürülülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması, 2010, TÜİK, s. xiii

Tablo 2.1. Kayıtlı olan görme engelli bireylerin cinsiyet, yerleşim yeri, özür oranı, yaş grubu, 2010 –TÜİK

Görme Özürlü Birey (%)	
Toplam	8,4 (tüm engelli bireyler içerisindeki oranı)
Cinsiyete Göre:	
Toplam	100
Erkek	67,0
Kadın	33,0
Yerleşim Yerine Göre:	
Toplam	100
Kent	59,2
Kır	40,8
Özür Oranına Göre:	
Toplam	100
%20 - %39	28,3
%40 - %69	28,1
%70+	43,6
Yaş Grubuna Göre:	
Toplam	100
0-6	1,4
7-14	5,1
15-24	16,1
25-44	36,2
45-64	25,5
65+	15,8

Eğitsel açıdan görme engellinin tanımı, göremeyen ve az görenlere göre şu şekildedir;

“Göremeyen, ağır derecede görme keskinliği kaybı, öğrenmesini dokunarak, işiterek ve konuşan kitaplardan dinleyerek sürdürmeye gereksinim olan bireydir” (Açık Öğretim Fakültesi Yayını, 2005).³

“Az gören; büyüteçlerle normal puntolu ve büyük puntolu yazılı materyali okuyabilecek, geometrik şekilleri ve renkleri ayırt edebilecek kadar görme yetersizliğinden etkilenendir” (Açık Öğretim Fakültesi Yayını, 2005).⁴

³ T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1411, Özel Eğitim, 2005, s.121

⁴ T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1411, Özel Eğitim, 2005, s.121

“Az gören kişiler ise; görme duyusunun işlevini büsbütün yitirmemiş olmakla birlikte, gözlükle normale döndürülemeyecek ölçüde (gözün) bozuk olduğu kişilere denir” şeklinde tanımlanır. (Yazgan, 2002)

Eğitsel açıdan ise görme engelli; görme duygusunu öğrenme amacıyla kullanamayan kişidir. Bu nedenle okumak ve anlamak için kabartma alfabeye ve kabartma şekillere ihtiyaç duymaktadır.

Bu istatistikler ve tanımlar bize; görme engelli bireylerin yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmeleri için, işlevsel ortamların sağlanması gerektiği fikrini vermektedir.

2.3. Toplumsal Yapıda Görme Engellilerin Yeri

2010 yılında Türkiye İstatistik Kurumu'nun yaptığı araştırmalar sonucunda %8,4 oranında görme engelli birey olduğu tespit edilmiştir. Toplumda bu oran bilinmediği gibi görme engelli bireylerin yaşadıkları çevreyle ilgili gerekli düzenlemelerinde yeterince iyi yapılmadığı, görme engelli bireylerin uyum sorunlarının ortaya çıktığı bu araştırmada görülmektedir.

Tablo 2.2. Kayıtlı olan görme engelli bireylerin yaşadıkları yerdeki fiziksel çevre düzenlemelerinin, bireyin kullanımına uygun olup olmadığı hakkındaki düşünceleri.

Fiziksel Çevre Düzenlemeleri	Görme Özürlü Birey (%)
Dükkan, market, mağaza, lokantalar	
Evet, uygun	18,5
Hayır, uygun değil	64,3
Fikri yok	17,2
Postane ve banka, vb.	
Evet, uygun	18,7
Hayır, uygun değil	60,8
Fikri yok	20,5
Kamu binaları	
Evet, uygun	19,7
Hayır, uygun değil	62,8
Fikri yok	17,5

Bu sonuçlara bakıldığında toplumda tüm engellilerin olduğu gibi görme engellilerin de en büyük sorunu hayatlarını kolaylaştıran tasarımların az olmasıdır. Görme engelli bireyler yetersiz tasarımlar ve çözümsüz süreçlere rağmen görme duyusu dışındaki tüm duyularını kullanarak çevreyle uyum sağlamakta ve hayata adapte olmaya çalışmaktadır. Böyle bir adaptasyon sürecinde tasarımcılara düşen görev, hayatı kolaylaştırmaya yönelik olmalıdır. Çünkü Sn. Halil Kösele’ in de belirttiği gibi “özürlü hakları insan haklarının bir parçasıdır.” (Kösele, Türkiye’de Özürlü Olmak, Altın Nokta Körler Derneği Yazarı.)

Tüm bu veriler, “*Bir grafik tasarım sorunu olarak görme engellilere yönelik karton ambalaj tasarımında estetik ve işlevsellik algısı üzerine uygulamalar*” adlı bu teze referans olacaktır. Böylece grafik tasarımda fikir oluşturulmadan önce, görme engelliler için gerekli olan ambalaj tasarımlarında yöntemin belirlenmesi önem kazanır. Bu nedenle ambalaj tasarımlarında hem işlevsel ihtiyaçların karşılanması, hem de estetik tasarımın oluşturulmasında zemin olacak sorular ve çözümleri, görme engellilerin ihtiyaçları doğrultusunda planlanacaktır.

3. BÖLÜM

GRAFİK TASARIM NEDİR?

3.1. Grafik Tasarımın Tanımı

Grafik tasarım insan hayatındaki en önemli iletişim yollarından birisidir. Yaşadığımız dünyada çevremizi algılamamızda ve hayata uyum sağlamamızda etkili rol oynayan bir dildir. Bu dil, birçok grafik tasarımcı tarafından farklı ifadelerle “bir iletişim biçimi” olarak tanımlanmıştır. Grafik tasarımın düşünsel yapısını açımlayan tasarımcı Stefan Sagmeister;

(“tasarım bir dildir, yani onu söylemek, eğlendirmek, eğitmek, heyecanlandırmak, organize etmek, para toplamak, yas tutmak, reddetmek, satmak ve tanıtmak için kullanabilirsiniz”)(Twemlow, 2011, s.83.) şeklinde geniş bir ifadeyle ele almaktadır.

Bir başka tasarımcı Deborah Adler ise;

(“grafik tasarım, tasarımcı için bir iletişim aracı, sonsuz keşfetme, öğrenme ve çalışma sürecidir; toplum için ise bireylerin bilgiyi daha kolay kavramasını sağlar. Azimli ve amaca yöneliktir. Ayrıca insanları bir araya getirme olanağı da vardır”)(Twemlow,2011, s.33.) diyerek tanımlar.

Grafik tasarımın bu ve bunun gibi birçok tanımı, dilin tasarımdaki en önemli niteliklerden biri olduğunu bize gösterir. Dil; ne kadar doğru ve ne kadar geniş kitleye hitap edecek şekilde kullanırsa, tasarımın bir o kadar daha fazla hayatın içinde varlık göstermesi sağlanabilmektedir. Bu düşüncüyü destekleyen tanım Alice Twemlow ve Lucienne Roberts’dan şöyle yükselir.

(“Grafik tasarım mesajın nasıl algılandığını belirleyen faktördür. Mesajı daha şeffaf kılabilir, bir yerine dikkat çekebilir ya da farklı şekilde yorumlanmasını sağlayabilir. Oyalayabilir ve eğlendirebilir. En basit nesnelerin bile kullanımını daha keyifli kılabilir. Dünyayı daha doğru işleyen üstelik daha güzel bir yer yapabilir ve **en güzel yanı da temelinde eşitlikçi oluşudur; herkesçe görülen ve kullanılan**”)(Twemlow,2011, s.73.) olarak yapılır.

Görüyoruz ki; tasarım ve tasarımın dokunduğu alanlar ‘herkes’ içindir. Grafik tasarım ise doğru çözümü doğru enstrümanlarla düzenleme sanatıdır. Bu düzen bir süreç içerisinde işler ve soruna yönelik çözüm önerileri iletişim ağının kurulmasında etkin rol üstlenir.

3.2.Grafik Tasarımda Süreç Nasıl İşler?

Grafik tasarımda süreç; sorunu araştırma, belirleme, fikir üretimi, görsel-görsel olmayan materyallerin kullanım nitelikleri gibi tasarımın oluşmasını sağlayan evrelerden meydana gelir. Amaç tasarımda doğru bir yöntemle çözüm üretmenin bilgisine ulaşmaktır. Süreç içerisinde her bir soru bir evreye tekabül eder ve her bir evrenin doğru düşünce ve yöntemle ilerlemesi, tasarımın düşünce yapısı üzerine oturtulmasını olanak tanır.

3.2.1. Problemi Belirleme

Süreç, tasarımcıya yön verecek en önemli aşamalardan birisidir. “Tasarım ne için yapılıyor?” ve “Tasarımın amacı nedir?” gibi sorular problemi belirlemede ki en kilit sorulardır. Bu sorulara verilen yanıtlar doğrultusunda tasarımcının fikri ele alış biçimi belirlenebilir.

Bu tezin meselesi görmeyenler bireyler için ambalaj tasarımlarını çözümlmeye yöneliktir. Bu nedenle “ambalaj kimin için yapılıyor? (hedef kitle), ambalajın amacı nedir? (burada işlevsellikten mesaja kadar geniş bir yapı bulanabilir) ve içerisine konacak ürünün nitelikleri, (formu, biçimi, yazısı vs.) nedir veya nasıl olacaktır?” sorularına cevap aranacaktır. Ortaya çıkacak cevaplar, hedef kitlenin ihtiyaçlarına yönelik fikirlerin yapılanmasını ve uygulanmasının yönünü belirleyecektir.

3.2.2. Araştırma

Araştırma; “belirli bir amaca yönelik, belirli aşamalar içerisinde ve bir yöntem dâhilinde yapılan çalışmalar⁵” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımdan yola çıkarak, grafik tasarım sürecinde araştırma; konunun düşünsel yönünün amaca yönelik belirlenmesi ve bu doğrultu yapılacak kuramsal, görsel, kitlesel vb. incelemelerin yapılmasıdır. Tasarımda ki bu incelemeler doğrultusunda süreç; problemin belirlenmesi, fikir üretilmesi ve görsel olarak çözüm üretilmesiyle tasarımın doğru bir şekilde tamamlanmasını sağlar. Grafik tasarımda araştırmayı Albert Szent – Gyorgyi özetleyerek tanımlarken;

(“Araştırma herkesin gördüğünü görmek ve kimsenin düşünmediğini düşünmektir”) der. (N. Leonard, G. Ambrose, 2015, s.6)

Tasarımda araştırma sürecinde doğru bir yol belirleyebilmek için kademeli olarak ilerlenmelidir. Çünkü grafik tasarım sürecinde iyi bir araştırmanın amacı; süreç içerisindeki analizlerin doğrultusunda sonuca

⁵ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Yard. Doç. Dr. Atilla Evcin, Bilimsel Araştırma Teknikleri Sunum.

yönelmektir. Sonuca götüren araştırma doğrultusunda ortaya çıkan fikrin doğru olması, tasarımında doğru temellenmesi anlamına gelmektedir.

Araştırma sürecini üç ana kategoride görebiliriz:

- Birincil Araştırma: Tasarımcının tasarımını yapacağı konuda elde ettiği bilgiler ve hedef kitle tanımlamasından yola çıkarak ürettiği fikirlerdir. Bu kapsamda tasarımcı, kullanacağı materyalleri belirleme ve fikir eskizleri üretmeye kadar aktif bir süreç izler. Birincil araştırmada ki önemli bir diğer nokta, tasarımla ilgili hedef kitle gözlemlerinin iyi yapılmasıdır. Kitleye yönelik analizler, tasarımda iyi çözümler üretilmesi açısından değerlidir.

- İkincil Araştırma: Tasarımcı ikincil araştırmada, konuyla ilgili başkaları tarafından (aynı kategorideki ürünün rakip firmaları) yapılan çalışmaları inceler. İnceleme sürecinde çalışmaların hedef kitleye sundukları doğrultusunda geri bildirim alır. Hedef kitlenin sunulmayan başka beklentileri var mı? Ya da beklentileri daha iyi nasıl sunulur? vb. soruların cevapları aranır. Böylece çalışmasını daha özgün bir yapıda oluşturması için veri toplar.

- Üçüncül Araştırma: Tasarımcının uzman kişiler tarafından oluşturduğu makale, deneme, test gibi araştırma sonuçlarına başvurmasıdır. Burada, kullanılacak materyal ve hedef kitle ile ilgi bilgilere ulaşılacak dergi, inceleme yazıları, ansiklopedi gibi kaynaklara bakılır.

Araştırma süreçlerinde yapılan analizler, tasarım için elde edilen verilerle ilerleyerek doğru fikirler üretilmesine yardımcı olur.

3.2.3. Fikir Üretim

Tasarımda fikir, problemin çözümüne yaratıcı bir öneri sunmaktır. Yapılan araştırmalar ve problemin sorularına verilen cevaplar doğrultusunda, tasarımcı ham halinde bulunan fikri, yöntemlerle (beyin fırtınası, fikir eskizleri, ürüne yoğunlaşan yukarıdan-aşağıya analitik bir yaklaşım, kullanıcı veya müşteri odaklı aşağıdan-yukarıya bir yaklaşım)⁶ yaratıcı çözümler olarak yapılandırılır. Tasarımın işlevselliği, sürdürülebilirliği ve mesajın iletilmesini

⁶ Gavin Ambrose/Paul Harris, Grafik Tasarımda Tasarım Fikri, s.20

sağlayan yaratıcı bir fikrin bulunması çözüm için önemlidir. E. Becer bunu şu sözleri ile ifade eder;

(“Her tasarım ürünü, yaratıcı bir süreç sonucunda ortaya çıkar. Bu ürünler, nesnel ve işlevsel özellikleriyle kendi kendilerini tanımlayabilirler...”)(Becer, Yaratıcılık ve Grafik Tasarım, s.43)

Nesnel ve işlevsel özelliklerin yaratıcı bir biçimde ortaya çıkmasını sağlayan da, problemi belirleme sürecindeki analizin sonucudur. Yapılan analizler sentezleri doğurur ve fikirleri meydana getirir. Uçar bize bu durumu Arthur Koestler'dan şu şekilde aktarır;

(“Yaratıcı faaliyet; mevcut olay, fikir ve yeteneklerin seçilmesi, birleştirilmesi, tekrar gözden geçirilmesi veya sentez edilmesidir.”) (Uçar, Elele Beyin Fırtınası, 2012, s.6)

Tasarımda yapılan sentezlerin sunduğu fikirler doğrultusunda, tasarımın çözümlenmesine zemin hazırlanır. Bundan sonraki süreçte tasarımın fikir iskeleti üzerine grafik ürünü ortaya koyacak olan geliştirici tasarım öğeleri yerleştirilir.

3.2.4. Görsel Çözüm

Bir iletişim dili olan grafik tasarımda; gösterge içeriğinde kodlanan mesaj, yayıcı-gönderge-(mesaj)-alıcı sarmalı içerisinde, döngü süreciyle işler. Bu döngü, öznenin anlamlandırmayı konumlandırmasına yardımcı olan kodlama metodudur. Kodlama, bireyin doğduğu alandan itibaren biriktirdiği bilgilerin anlamlandırılmasına yardımcı olan geniş bir alanı kapsar. Görsel kodlama ise birey tarafından anlamların düzene girmesine ve çözümlenmesine olanak tanıyan bir okuma türüdür. Görebilen bireyler için bu süreç; görüntü (fotoğraf, çizim, illüstrasyon vb.) unsurlarının düzenlenmesiyle gerçekleştirilir. Bu görsel çözümlenmeler, ürün hakkındaki mesajı görsel kodlamalar olarak bireye aktarır. Kodlamalar, bireyin zihninde daha önceki ya deneyimleri ya da

karşılaşmaları sonucunda yorumlanmasıyla anlam kazanır. Birey daha önceki tecrübelerini mesajı verecek olan görüntü yardımıyla yineler ve anlamlandırır. Her bir yeni anlamlandırma yeni ifadelerin zihinde oluşmasını sağlar. Görsel çözümler bu anlamlandırmaların, ürünün pazarlanmasındaki en büyük payını üstlenirler. Tüm grafik tasarım ürünlerinin kullanıcıya verdiği mesaj, ambalaj tasarımı süreci içinde geçerlidir. Diğer bir deyişle; ambalaj tasarımlarında mesajı üstlenen görsel çözümler ve üç boyutlu yapılanma, ürün hakkındaki bilginin kodlanmasında aracı olan niteliklerdir. Genel olarak sektör, hedef kitle gözeterek belirlenen ambalaj tasarımlarının etiketlerinde uygulanan yöntem, ambalajın yüzeyinde fikri (içeriği-görüntüyü) niteleyen en bilindik görselin kullanılmasıdır. Bu çözümler gören bireylerde ambalajın 'ne'liğinin okumasını sağlarken; göremeyen bireyler için ise bu görseli niteleyecek diyagramın düzenlenmesiyle okuma sağlanır. Böylece birey dokunma duyusuyla (-ki her görme engelli birey Braille alfabesi bilemeyebilir, burada Braille alfabesi okumayı bilemeyen bireylerde yönlendirilmiş olmaktadır) ambalajın türü ve içeriği hakkında bilgilendirilir. Bu bilgilendirmeyi görsel-görsel olmayan materyallerin birlikte tasarlanmasını sağlayan tasarımın işlevsellik ilkesidir.

3.3. Grafik Tasarımın İşlevselliği

Ambalaj tasarımlarında mesajın anlam pratiği toplumun sosyal, kültürel, psikolojik devinimleri üzerinden gerçekleşir ve yahut değişir. Bu devinimi hareketlendiren teknolojik gelişmelerin varlığıdır. Özellikle sanayi devrimi ile birlikte teknolojik gelişmelerin başladığı kabul edilir. Devinimi sağlayan bu süreç, sanatta işlevselliğin ve estetik değerlerin yeni arayışlar içerisine girmesine sebep gösterilir. Makineleşen üretim; bireylerin hız ile beliren değişimlerine göre ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, yeni tasarım çözümlerini ortaya atacak akımların-dönemlerin oluşmasına etken olur. Bu da demektir ki; beğeni üzerine yapılan sanat-tasarım artık yalnızca beğeni üzerine değil, işlevsellik üzerine de kurgulanmak zorunda kalmıştır. Bunun en iyi örneklerinden birisi Bauhaus tasarım okuludur. Sanatın yaşamla bir bütün olduğunu gösteren bu okul, sanatta-tasarımda işlevselliği ön plana çıkartarak, sanatı-tasarımı hayatın içerisine katmaktadır. Bauhaus'un kurucularından olan Walter Gropius'un da belirttiği gibi;

(“ ...Amaç, sanatı yaşama entegre etmektir”) (Serap Bulat/Mustafa Bulat/Bariş Aydın, Bauhause Tasarım Okulu, 2014, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s.109).

Ürünün tasarımında bütünlük (uyum), oran-orantı, denge ve farklılık algısı işlevsellik görevini üstlenmektedir. Tasarımda bütünlük, tasarımı meydana getiren tüm elemanların birbirleriyle uyumlu bir şekilde tek bir parça olarak varlık göstermesiyle sağlanır. Özne tasarımdaki oran-orantıyı doğadaki formlar üzerinden bir düzen içerisinde algılamaktadır. Bu düzen, her bir parçanın boyutsal olarak birbiriyle dengeli bir şekilde konumlandırılmasıyla ortaya çıkan bütündür. Demek oluyor ki; yüzeydeki her bir parçanın orantılı dağılımı, tasarımda denge unsurunu meydana getirir. Farklılık algısı ise, aynı tür ürünler içerisinde algıda seçiciliği sağlayacak tasarımların yapılmasıyla oluşur. Tüm bu sosyal okumalar ve tasarım sürecinde ortaya çıkan çözüm aşamaları, tasarımın işlevselliği düşüncesine dayandırılır. Çünkü tasarım, özündeki ayrıntıların bir araya gelmesiyle oluşan bütünlüklü bir düzenlemedir. Bu düşünceyi Ponty'nin yardımıyla şöyle açıklayabiliriz;

(“...Bir masayı sözlükteki gibi tanımladığım zaman (“üstünde yemek yemeye ya da yazı yazmaya yarayan üç-dört ayaklı yatay tabla...”), masanın neredeyse özüne ulaşmış gibi olabilirim doğallıkla; bu öze eşlik edebilecek ilinekleri, ayakların biçimini, oymalarını ve benzeri şeyleri göz ardı ederim; ama bu yaptığım algılamak değil, tanımlamak olur. Bir masayı algıladığım zaman ise, *masanın işlevini yerine getirme biçimine* ilgisiz kalamam ve beni ilgilendiren şey masanın tablasını kendine özgü taşıma biçimidir, yerçekimine karşı koyarken ayaklarından tablasına çıkan özgün devinimdir. Bir masayı öbürlerinden ayrı kılan da budur. Burada hiçbir anlamsız ayrıntı yoktur: ahşabın lifleri, ayaklarının biçimi, ahşabın rengi ve eksikliği, eksikliğini gösteren sıyrıklar ya da oymalar... Ve “masa” sözcüğünün anlamı, masanın şu anki varoluş kipini ete tene büründüren bütün “ayrıntılardan” doğduğu ölçüde ilgimi çeker.”)(Ponty, 2005, s.60).

Ponty bize göstermektedir ki, tasarımın tüm detayları bir bütün oluşturur ve bu detaylar içerisinde işlevselliği barındırır. Nasıl ki masanın ayaklarından rengine kadar her bir detay masayı masa yapıyorsa, bir ambalaj

(veya diğerk grafik tasarım alanına ait çalışmalar) tasarımında da ambalajın görselinden rengine, hitap ettiği kitleye, verdiği mesajdan fonksiyonuna kadar her şey ambalajın işlevini üstlenir. Bu durum, grafik tasarıma anlam döngüsü içerisinde işlevselliği ortaya koyacak veya anlamı günün koşulları ve ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden yapılandırarak olan, sürdürülebilir olma misyonunu da yükler.

3.4. Grafik Tasarımda Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik genel anlamıyla daimi olma yeteneği ⁷ olarak tanımlanır. Gelişen ve sürekli çoğalan nüfus düşünöldüğünde “sürdürülebilirlik” kavramı, günümüz tüketim toplumu için önemli bir unsur olmaktadır. Tüketim toplumuna hizmet eden grafik tasarım ürünleri; konuya duyarlı tasarlandığında günün koşullarına göre “daimi olma” özelliğini barındırırlar. Bu bağlamda tasarımlar yapılırken kullanılan her türlü materyal çevresel, ekonomik ve sosyal olarak olumlu kazanımlar taşıması gerekir. Her bir materyalin kullanım süresi boyunca çevreye duyarlı bir şekilde işlevini yerine getirmesi ve kullanımı bittikten sonra da geri dönüşüme uygun olması materyalin daimi olmasını sağlar. Dougherty sürdürülebilirliği şu şekilde ifade eder;

“ (Dougherty, Green Graphic Design kitabında tasarımı büyük ve olgun bir avokadoya benzetmektedir. Avokadonun en dış kabuğu kâğıt ve baskının fiziksel dünyasını temsil etmektedir. Kabuğun altındaki etli kısım ise marka ve bilginin bölgesidir. Avokadonun merkezine doğru inildiğinde ise çekirdeğe ulaşılır. Çekirdek ise değişime etki eden tüm mesaj ve tasarım öğelerini içermektedir.)” (1. Sanat ve Tasarım Eğitim Sempozyumu, 2011, Çevreye Duyarlı ve Sürdürülebilir Tasarım, Bingöl, s.364)

Tasarımında “sürdürülebilirlik” kavramı, sadece fikir üretmek ve yüzey üzerinde bir görüntü oluşturmak değil, bunların meydana getiren elemanlardan kullanıcıya verdiği mesaja kadar bir oluşumu kapsar. Tasarım, fikrin ilk aşamasından üretimin son aşamasına kadar aynı zamanda da kullanıcıya ulaştıktan sonra bile okuma ve yapılanma olarak bitmeyen bir sürece işaret

⁷ <https://tr.wikipedia.org/wiki/S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik> – 21.09.2015 tarihli görüntüleme.

eder. Bu durum daima bir yenilik gerektirir. Aynı zamanda tasarımda sürdürülebilirliği sağlayan günün koşulları ve ihtiyaçları doğrultusunda değişen teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı yinelenbilir tüketim modelidir. Özellikle çevresel faktörler göz önüne alındığında her bir tasarım materyali geri dönüşüm teknikleriyle yeniden yapılır. Ayrıca bu çözümler sosyal yaşamda toplumu daha duyarlı bireyler haline dönüştürmeyi amaçlayabilir. Özellikle ambalaj tasarımı, sosyal oluşum içerisinde sürdürülebilirlik ilkesini en çok barındıran grafik tasarım alanıdır. Ambalaj malzemelerinin geri dönüştürülebilir olması, ambalaj formunun işlevselliği ve ambalajda verilen mesaj (-ki burada görme engelli bireyler için yapılacak kabartma diyagramlar ve Braille alfabesi de sosyal anlamda bir mesaj verirken) tasarımda da bitmeyecek bir düşünsel bir devinime de işaret etmektedir.

3.5. Grafik Tasarımda Estetik

“Estetik” kelimesi Yunanca “aisthesis” veya “aisthanesthai” kelimelerinden gelir.⁸ Aisthesis sözcüğü; duyum, duygu, algılamak, duyular anlamına gelmektedir.⁹ Bu kelimeler anlam olarak estetiğin, duygusallığın sağladığı bilgilerin bilimi tanımını vermektedir.¹⁰ Bu bilimin içerisinde, estetiğin temelini oluşturan en önemli unsur güzellik kavramıdır. Estetiği meydana getiren güzellik kavramı, grafik tasarım sürecinde doğru fikir ile birleştiğinde bir anlam üstlenir. Tasarımda ki estetik kavramını belirleyen; çizgi, biçim, doku, renk ile fikrin bütünlüklü ilişkisidir. Çizgi; yüzeylerin oluşmasında hareketi, durağanlığı ve hızı ifade eden bir tasarım eylemidir¹¹. Biçim ise tasarımda içeriği tanımlayan şekilsel formdur. Abdulgani Arıkan biçimi Yavuz Odabaşı’dan¹² aktarırken;

(“çizgi, renk ve tonlardan oluşan yüzeydir.” şeklinde iletir. Tasarımda doku “... doğal ya da yapay yüzey yapısı, nesnelerin yüzey nitelikleri şeklinde tanımlanabilecek bir elemandır”)(Arıkan, 2008, s.15) olarak ifade eder.

⁸ Prof. Dr. Mustafa Ergün, Estetik, s.1.

⁹ <https://tr.wikipedia.org/wiki/Estetik>

¹⁰ Prof. Dr. Mustafa Ergün, Estetik, s.1.

¹¹ Arıkan, 2008, s.11.

¹² Arıkan, 2008, s.11.

Doku, dokunma duyusunun oluşturduğu algıyla belirir. Doğal veya yapay olarak tanımlanabilen doku, dokunma duyusu yardımıyla tasarımın yüzey özelliğini zihinde kodlamamıza yardımcı olur. Bütünlük ise işlevsellikte açıkladığımız gibi tüm tasarım elemanlarının birbirleriyle uyumlu bir şekilde bir araya gelmesidir. Tasarımda gören ve göremeyen bireyler için estetiği ortaya çıkaracak olan görsel ve dokunsal olanın deneyimlenme sürecidir. Bu anlamda Bolla'nın nesnel estetik tanımı, tasarımın deneyime dayandığı fikrini destekleyen en belirgin örnektir.

(“ estetik deneyimin yoğun anlarında insan, bu anları sanki bilmenin yörüngesindeymiş gibi hisseder; sanki çok hafif bir sesle bir şey fısıldanmış, yine de bu ses bir şekilde duyulmuş gibidir. ... bu deneyimler çoğu kez, çoktan beri bildiğimi ama yine de kendime bilgi olarak göstermem gereken şeyi tamamlamamda yardımcı olur. Bildiğimin sınırlarına dikkat çekerler. Böylece bilinmeyen ya da bilinmez olan bilgiyi nesneye yansıtırım...”)(Eraldemir, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2010, s.115.)

Doku, anlamların deneyimlenmesine olanak tanıyan bir çözüm elemanıdır. Özellikle duymusal olan doku türleri, estetiğin ortaya çıkmasına etkindir. Doku türlerinden sert doku, mesaja kontrast anlamlar yükler ve dinamik bir anlamlandırmanın oluşmasında etkin olur. Yumuşak doku türleri ise, anlamın bir uyum içerisinde yapılanmasını sağlar ve görüntüyü organik bir yapıda dekore eder. Denebilir ki; tasarımda estetik yapılanmayı sağlayan doku, tasarımda soruna yönelik doğru çözümlene yöntemidir. Bu durum, izleyicide de bilgi olarak hemfikir olunmuş bir okumanın önünün açılmasına olanak tanır.

3.6. Grafik Tasarımda Okunabilirlik

Grafik tasarımda okunabilirliği (readability) ifade edebilmek için öncelikle okunaklılığın (legibility) tanımlaması yapılmalıdır. Okunaklılık; iletişimin sağlanması için aynı dilin (aynı kodlama sisteminin) kullanılması ve en açık şekilde mesajın ifade edilmesidir. Grafik tasarımda okunaklılık ilkesinin temel koşulu tipografik çözümlenelerdir. Tipografi bir yazı formunu kullanarak okunma durumunu olanaklı kılan bilinçli çözümlene yöntemidir. Okuma tipografik yöntemlerle beliren, gören-göremeyen bireylere yönelik ortak bir paydadır. Görebilen bireylerin tipografik çözümleneleri görme duyusuna yönelik tasarlanırken, göremeyen bireyler için oluşturulacak

çözümlemeler dokunma duyusuna yönelik tipografik (Braille ve diyagramlar) tasarımlarla gerçekleştirilir. Okunma odaklı tasarım çözümlerinde tipografi, birçok bilginin düzenlenmesini ve okumada hiyerarşik yapının kurulmasındaki uygulama alanını kapsar. Bu nedenle kullanılacak tipografide yazı karakterleri, karakterin boyutu, kalınlığı, satır uzunluğu, karakterler arası boşlukları okunaklı bir tasarım için dikkatli düzenlenmesi gereken noktalardır. Tasarımda yalnızca yalın bir ifade ile mesajı iletmek yeterli değildir. Bu noktada devreye okunabilirlik kavramı girmektedir. Hedef kitlenin ilgisini çekmek ve yönlendirmek okunabilirliğin işlevselliğidir. Bu durumu İsmail Kırbaş, Dan Friedman'ın ifadesi ile şöyle tanımlar;

“okunaklılık etkili, açık seçik ve yalın ifadenin özelliği, okunabilirlik ise okurken ilgi ve zevk uyandıran, akli uyaran özelliklerdir.”(Kırbaş, Okunaklılık ve Okunabilirlik, s. 1)

Tasarımda görme odaklı tipografik çözümlerinin dili olan hiyerarşik yapılanma, göremeyen bireyler içinde okunabilirliği sağlayan temel unsurdur. Bu nedenle tipografi, yüzey üzerinde tüm tasarımın hiyerarşik yapısı içerisinde düzenlenir ve merkezine okunabilirliği olarak mesajı iletmeye görevi üstlenir. Kullanılacak grafik öğelerin yarattığı hiyerarşi, mesajın önceliği-sonralığı, kullanılan görselin mesajla uyumu veya uyumsuzluğu, görsel iletişimde okuma modeli yaratır. Bu okuma modeli görmeyen bireylere yönelik tasarımlar üzerinde de gerçekleştiğinde, aynı etkiyi yaratmalıdır. Bu bağlamda okuma sadece var olana gönderme yapmaz, o esnada orada olmayana da(temsili gözle gözükmeyen) gönderme yapmaktadır.

3.7. Görme Odaklı Tasarım Çözümleme Yöntemleri

Görebilen bireylere yönelik grafik tasarımda, tasarımı çözümlenmek için kullanılan temel elemanlar; çizgi, doku, renk, biçim ve leke şeklindedir. Tasarımı çözümlen bu elemanlar, tasarım ilkelerini ortaya koyarak mesaj iletimi, tasarım formu, algılanabilirlik, estetik, okunabilirlik kavramlarını oluşturur. Tasarım elemanlarının vurgusu, görme duyusuyla yapılacak olan çözümlemede iletiyi aktarırken, daha önceki deneyimlerimizden

faydalanarak farkındalık veya benzerlik duygusuyla tasarımı zihinde yer edindirir. Bu durum, bireye bir grafik ürünün bilgisini zihinsel arşivden ayırt ederek anımsatmasını sağlamaktadır.

Tasarımda çizgi, yüzey üzerinde her türlü görüntünün varlığını meydana getiren geometrik bir ifadedir. Çizgi; görsellerin, tipografinin, grafik simgelerin oluşumundan hareketin, durağanlığın ve hızın ifade edilmesine kadar etkin bir rol üstlenen görme odaklı tasarımların çözümleme dilidir.

Doku, yüzeyi tanımlamamıza yardımcı olan ve hem görme hem de dokunma duyumuza hitap eden tasarım elemanıdır. Tasarım materyallerinin niteliğine (kâğıt/karton, plastik, metal, kumaş vb.) göre varlık gösteren doku, diğer elemanların işbirliği ile estetik bir görüntü elde etmek ve okunaklılığı etkin kılmak adına diğer duyuları da yönlendirebilir. Özellikle görebilen bireylere yönelik bir tasarımda; pürüzlü yüzeyler, açık ve koyulukları üreten ışık ışınlarını keserken, parlak yüzeyler daha eşit bir şekilde ışığı yansıtırlar.¹³ Bu durum, yüzey üzerindeki görüntüye dokunun niteliklerini de ekleyerek, algıda daha da etkili bir ifade kazandırmaktadır.

Etkili bir tasarımda görme üzerine odaklanan en önemli tasarım elemanı renktir. Işıkla var olan renk, bireyde dikkati sağlarken birçok duyguyu da uyandırabilir. Renk tercihi hedef kitlenin özellikleri/beklentileri, kültürel çağrışımlar, markanın benliği ve tasarımı vurgulama biçimine göre yapılmalıdır. Çünkü kullanıcıların her grafik üründen beklentisi ve her grafik ürünün verdiği mesaj birbirinden farklıdır ve tasarımcılar bu beklentileri renkle vurgularlar.

Biçim grafik tasarımda çizgi, renk ve tonlardan oluşan bir yüzey olarak tanımlanabilir.¹⁴ Biçim ve şekil tasarımda birbirine karıştırılan iki kavramdır. Şekiller çizgi veya kenarla oluşturulan iki boyutlu geometrik yapılardır. Biçimde ise geometrik yapıdan yola çıkılarak çizgi, renk ve tonla yeni yüzey oluşumları elde edilir.¹⁵ Biçim, görme duyusu ve dokunma duyusuna yöneliktir. Özellikle karton ambalaj tasarımında önemi fazla olan biçim, tasarımın

¹³ Grafik Tasarım Dergisi, 2007, s.86

¹⁴ Grafik Tasarımda Görsel Algı, Arıkan, s.11

¹⁵ Grafik Tasarımda Görsel Algı, Arıkan, s.15

yerleştirileceği yüzey alanları belirler ve içerisine konacak ürünün özellikleri ve işlevine göre yapılandırılır. Bu yapılanma, tasarımın işlevselliğini ve estetiğini ortaya koymak açısından yaratıcılığı ön plana çıkaran bir süreçtir.

Leke tasarımda algıyı sağlayan bir anlatım şeklidir. Yüzeylerde birtakım malzemelerle rengin, ışığın/gölgenin, geometrik şekillerin vb. yardımıyla derinlik, perspektif, boyut gibi ifadeler oluşturur ve mesajın algılatılmasını gerçekleştirir. Görme duyumuzun mesajı beyne leke çözümlemesiyle veri olarak aktarması ve zihnimizin mesajı yorumlaması ile grafik ürünü anlamlandırırız.

Tasarımlarda kullanılan temel elemanlar her ne kadar görme üzerine kurgulansa da özellikle doku ve biçim, dokunma duyumuza hitap edecek şekilde tasarımda yer alırlar. Gören bir birey biçim ve doku elemanlarını tasarımda görmesine karşın dokunup hissetme ihtiyacı duyar. Bu göremeyen bireylerin tasarımı çözümlemesinde ise hissiyatın ötesine geçerek algıyı ve anlamlandırmayı sağlayan süreç halini alır.

3.8. Göremeyenler Odaklı Tasarım Çözümleme Yöntemleri

Grafik tasarım sürecinde yapılan her bir tasarım çözümlemesi görme odaklı yani göz merkezlidir¹⁶. Oysa göremeyen bireylere yönelik yapılacak tasarımlarda görme duyusunun yerini dokunma duyusu almaktadır ve göz merkezilik çözümleme anlam ifade etmemektedir. Tasarımda yer alan elemanlar arasında dokunma duyusuna algılatmayı ve anlamlandırmayı sağlayan, doku ve biçim elemanlarıdır. Doku ve biçim tasarımı seyirlik halden çıkararak hissedilebilir ve anlamlandırılabilir bir hale getirir. Fiziksel temas bireyde zihinsel bir temas halini alır. Böylece özne ile nesne arasındaki deneyimlemeyi aktifleştirir. Bu aktifleşme bireyin tasarım elemanının kimliğini tanımlamasına yardımcı olur.

Grafik tasarımda kullanılan doku, göremeyen bireyler için nesnenin (ürünün) derisi konumundadır. Kullanılan malzemenin, sert veya yumuşak olması, pürüzlü veya pürüzsüz bir yüzeye sahip olması nesneyi (ürünü) bize

¹⁶ **Göz Merkezci:** Batı kültüründen benimsenmiş olan, bilgi ve gerekliliğin görme üzerinden sağlandığı anlayışına gözmerkezci paradigma denmektedir (mimari tasarımda dokunma olgusu ve dokunsal haritalamaya ilişkin bir alan çalışması, P. Ö. Erkartal, H. S. Ökem, 2015, s. 93)

sunan markayı ve özelliklerini tanımlatır. Bunun yanı sıra yüzey özellikleri tasarımda mesajı verecek tipografik oluşumun okunmasında da ayrıca etkilidir. Nasıl ki görebilen bireyler için karmaşık bir görsel yapıda okuma zorlaşıyorsa, göremeyen bireyler içinde zeminin fazla pürüzlü olması kabartmaların algılanmasını zorlaştıracaktır. Bundan dolayı nesneyi bize tanıtan malzemenin, görme engellilerde okunabilirliği kolaylaştırması açısından pürüzsüz yüzeye sahip olması gerekir. Ayrıca tasarımda dokunun sert olması, duymusal olarak aktif bir tasarımı, estetik olarak dinamik ve uzamsal olarak derinlik algısını oluşturur¹⁷. Özellikle derinlik algısını veren sert yüzeylerde kabartmaların algılatılması okunabilirliği hızlandırmaktadır. Dinamik bir yapının estetik hissiyatı ise tasarımda dokunun biçimi desteklemesiyle oluşur.

Biçim göremeyen bireylere yönelik tasarımda; nesnenin şeklinin, malzemenin işlevinin tanımlamasını yaptırma ve tasarımın estetiğini hissettirme görevi üstlenir. Çözümleme genel olarak; kare formun kullanılmasıyla erkeklere yönelik tasarımı ifade ederken, kıvrımlı (oval) formların kullanılmasıyla kadınlara yönelik tasarımları ifade eder. Bunun yanı sıra, özellikle ambalaj tasarımlarında nesnenin (ürünün) biçimi işlevselliğin anlatılmasında da etkindir. Biçim üzerinde yer alan başlangıç, bitiş noktaları, perforaj kesimler nesnenin nasıl hizmet ettiğini belirtir. Biçimin bireyde oluşturduğu hissiyat doğrultusundaki beğeni ise estetik durumu ortaya koyar. Zihinde anlamlandırılan biçimin deneyimleme sonucu kişide uyandırdığı öznel yargılar, tasarımda estetik anlamlandırmaları beraberinde getirir. Görme duyusunun verdiği öznel güzellik anlayışını saf dışı bırakan dokunsallık, göremeyen bireylerde biçimsel estetik anlayışını hâkim kılar. Artık tasarımda göz merkezci anlayışın ötesinde “dokunsal estetik tasarım” kavramı benlik gösterir. Böylece biçim elemanı, grafik ürünlerde estetik çözümlenmeyi gerçekleştirir.

3.9. Görme Engelliler İçin Tasarımda Çözümçü Yaklaşımlar

Tasarımı, düşünce sürecinin sonunda; bir fikrin/mesajın inşası olarak tanımlarsak, bu süreçte en önemli unsur hedef kitledir. Hedef kitle olarak sınırlandırılmış görme engelli bireyler için yapılan tasarımlarda en önemli

¹⁷ Grafik Tasarım Dergisi, 2007, s.86

ölçüt, yardımcı ekipmanların, araç-gereçlerin, yaşam şekillerinde uygulanabilir-algılanabilir olma kolaylığıdır. Burada algıyı netleştiren ekipman veya araç-gereçlerde az detayın olması, belirgin hatların ve elle hissedilebilecek özelliklerin bulunması, mümkünse sesli uyarıcıların yer almasıdır.

Görme engellilere (az gören ve hiç göremeyen) yönelik tasarımların nitelikleri daha çok; ekran okuma programı, kameralı okuma sistemi, altı nokta bütünleşik klavyeli kabartma ekranlar, telefon ekranı okuma programı, doküman okuma cihazı, kabartma resim baskı cihazı, bazı ilaçların kabartma yazılı ambalajları, kabartma diyagramlar, eğitim araç-gereçleri vb. gibi ürünlerden oluşur. Bu ürünlerdeki teknoloji ile görme engelli bireyin mesajı/iletiyi/görseli (görme duyusunu kullanabilme derecesine göre; az gören ve hiç göremeyen) parmaklarıyla hissedebilmesi veya sesli olarak algılayabilmesi sağlanmıştır. Böylece birey algıladığı zaman komutlar vererek dönüt (algılama – komutlandırma süreciyle sürekli bildirim) bir şekilde sistemi kullanabilmektedir.

Görme engelli bireylere yönelik ambalaj tasarımında çözüm üreten en yaygın sektör ilaç sanayidir. İlaç sektörü kabartma yazı sistemini (Braille alfabesi) ilacın adını, son kullanma tarihini bilgilendirme amaçlı yapılandıran, tasarımla çözüm üreten ve üretilmesi gereken bir alana işaret etmektedir. Tasarım olgusunun görme engelli bireyler içinde söz konusu olması, tasarımın evrensel ve sınırsız bir yapıda olduğu fikrinin altını kalın çizgilerle belirlemektedir.

4. BÖLÜM

GÖRME ENGELLİLERDE KABARTMA YAZI SİSTEMLERİ

4.1. Kabartma Yazı Sisteminin Tarihi

Kabartma yazı sistemini ilk uygulayan isim, 1745 yılında dünyaya gelen Valentin Haüy'dir.1771 yılında görme engellilerin verdiği bir konserde onların durumlarından etkilenen Haüy, görme engellilerin parmaklarını kullanarak okuma sağlayabilecekleri bir yazı sistemi düşüncesini keşfeden

isimdir. Haüy'ün ilk kabartma harfleri¹⁸, “Braille ve Moon” gibi kabartma yazı sistemlerinin temeli olması bağlamında bir öneme sahiptir.

4.2. Braille Alfabeti

Kabartma alfabe sistemi, Braille alfabetinin temelidir ve 1820’li yıllarda görme engelliler için okumanın tek yoludur. Kabartma alfabe sisteminin temel özelliği, her harf sayfa üzerinde kabarık olarak durmakta ve harfler kağıdın yüzeyinde yüksekte durduğundan parmaklarla hissedilebilmektedir. Fakat birçok harfi birbirinden ayırmak oldukça zordur. Örneğin, P’ler O gibi, O’lar C gibi, İ’ler T gibi, T’ler B gibi hissedilmektedir. Bu zorlukları keşfeden o dönemde Braille alfabetinin yaratıcısı olacak Louis Braille, bu sistemi “yalnızca bir gösteri hilesi” olarak tanımlamakta ve okuma güçlüğüne kolaylaştırmak için yeni bir yöntem aramaktadır. Bu yöntemin temel düşüncesini oluşturan 1821 yılında Yüzbaşı Charles Barbier’in bulduğu gece-yazısı¹⁹ sistemidir. Bu sistem görmezler tarafından kullanıldığında çok yetersiz ve zordur. Gece-yazısı sisteminde her bir sesi temsil etmek için kabartma kullanılması zorunlu olduğundan, bir kelime yazarken kabartma olarak yüzlerce noktalamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bu yazı sistemi, kabartmaların sesleri tam olarak nitelememesinden dolayı yetersizdir. Bu nedenle her bir harf için ayrı kabartma sistemi olması görüşünü savunan Louis Braille, birçok deneme ve çalışmalar sonucunda 1824 yılında altı hücreli noktalı kabartma sistemini çözümleyerek “Braille Alfabeti”ni oluşturmuştur.

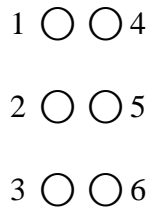
¹⁸Kaynak: Körlere Mahsus Kütüphaneler, Mualla Yaman, s. 240. (Türk Kütüphaneciliği, Cilt 5, Sayı3, 1956)

¹⁹Gece – yazısı: 1821 yılında Yüzbaşı Charles Barbier, askerlerinin karanlıkta birbirlerine mesaj göndermeleri için bir yol bulmuştur. Buna gece-yazısı adını vermiştir. Gece yazısında kabarık noktacıklar kullanılmaktadır. Sözcükler seslere ayrılır, her ses için farklı bir kabartma noktacıklar şekli belirlenir. Noktacıklar stylus² adı verilen uzun uçlu bir aletle kalın kağıt yapraklara bastırılarak ya da delerek yapılmaktadır. Sayfa ters çevrilince kabarık noktacıklar öbür taraftan hissedilebilmektedir.

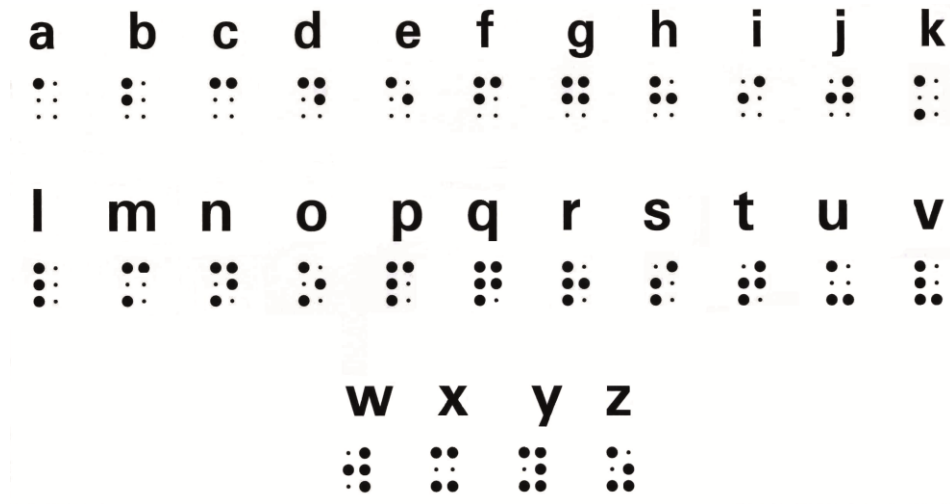
Louis Braille'nin harf kabartma sisteminde altı noktalı hücre şekli şöyle görünmektedir:



Braille, hücreleri oluşturduktan sonra hücredeki her noktacığa numara koymuştur:



Braille, Stylus'u²⁰ kullanarak numaralandırdığı hücrelerinden, ilk olarak bir numaralı noktacığı kabartmıştır; bu A harfini temsil etmektedir. Bir ve iki numaralı noktacık kabartıldığında; B harfi temsil edilmektedir. Louis arka arkaya tüm harfleri kabarttığında Louis Braille'nin noktacıklı alfabesi ortaya çıkmaktadır.



Kaynak: <http://wall4all.me/walls/people/abc-braille-alphabet-text-white-background-794151-2491x1319.jpg>

Şekil 4.1. Braille Alfabesi

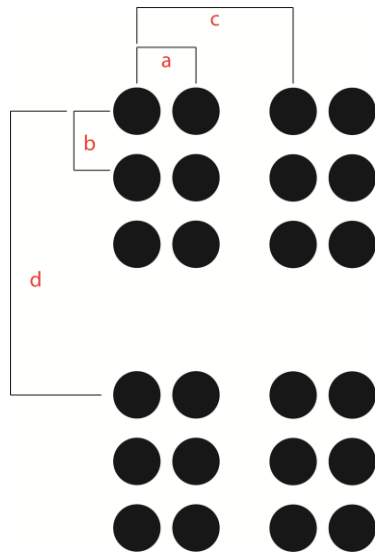
²⁰ **Stylus:** Sivri uçlu yazma veya işaretleme aleti. – Kaynak: Louis Braille, Margaret Davidson, s. 36.

Braille, alfabenin kullanımının işlevselliğini görme engelli çocuklar üzerinde denemiş ve dokunarak oluşan noktacıklı alfabe sisteminin anlaşılabilir olduğunu kanıtlamıştır. Altı noktalı hücre sistemini zamanla geliştiren Braille, Enstitü Müdürü Dr. Pignier'in yardımıyla Braille alfabeli ilk kitabını "Görmezlerin Kullanımı İçin Görmezlerce Hazırlanan Noktalar Aracılığıyla Kelime, Müzik ve Şarkı Yazma Yöntemi" adıyla bastırmıştır.

1844 yılında ilk defa tanıtımı yapılan Braille alfabetesinin, gittikçe kullanımı yaygınlaşmış ve 1847 yılında görmezler için Braille Baskı Makinesi üretilmiştir. Bunun sonucunda elle üretim yerine, kabartma baskılarla kitap üretimine geçilmiş ve yayınlar basılmıştır. 1852 yılında Louis Braille'nin ölümünden 6 ay sonra Amerika' da açılan ilk görmezler okulunda uygulamaya başlanan Braille alfabeti, sonraki otuz yıl içerisinde Avrupa'daki görmez okullarının tamamında kullanıma geçilmiştir.

Braille alfabetesinin kabartma baskılarla üretilmesi alfabenin standart nokta büyüklükleri ile basılmasını sağlamıştır. Alfabe, yukarıdan aşağıya üç sıra nokta ve soldan sağa iki sütun nokta gelecek şekilde hizalanır ve noktaların mesafeleri belirli bir ölçü sistemi gözeterek oluşturulur.

Braille alfabetesinde normal nokta ebatları aşağıdaki gibidir;²¹



Şekil 4.2. Braille Alfabeti Ölçüleri ²²

²¹ Braille-Dimensions, Braille diagram, s.1-2.

²² Braille-Dimensions, Braille diagram, s.1-2.

Braille alfabesinde ölçü; sağdan sola x eksenini boyunca (a) iki noktanın merkezinden uzaklığı 2,5 mm'dir. Aynı şekilde yukarıdan aşağı y eksenini boyunca (b) iki noktanın merkezinden uzaklığı 2,5 mm'dir. İlk karakterle ikinci karakterin (c) merkezden uzaklığı 6,0 mm olmalıdır. Yukarıdan aşağı ilk karakterle ikinci karakterin merkezden uzaklığı 10,0 mm'dir.

Braille alfabesinde büyük nokta ebatları ise;²³

Sağdan sola x eksenini boyunca (a) iki noktanın merkezinden uzaklığı 2,7 mm'dir. Aynı şekilde yukarıdan aşağı y eksenini boyunca (b) iki noktanın merkezinden uzaklığı 2,7 mm'dir. İlk karakterle ikinci karakterin (c) merkezden uzaklığı 6,6 mm olmalıdır. Yukarıdan aşağı ilk karakterle ikinci karakterin merkezden uzaklığı 10,8 mm'dir.

Braille alfabesinde okunabilirlik için nokta yüksekliği en az 0.5 mm olmalıdır.

Braille alfabesi altı noktalı hücre sistemi içerisinde her harfin ayrı ayrı oluşturulmasından meydana gelmektedir. Her dil için aynı sistem uygulanmasına rağmen, her dilin farklı harfleri için ayrı noktalama kullanılmaktadır. Örneğin; İngilizcede ü harfi kullanılmazken, Türkçede kullanılır. Bu nedenle "ü" harfini temsilen, altı noktalı hücre sistemi içerisinde yeni bir noktalama üretilmesi gerekmiştir.

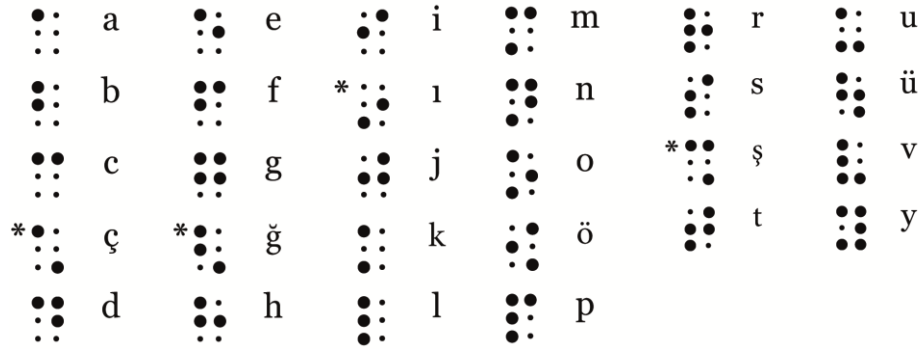
4.2.1. Türkçe Braille Alfabesi ve Kullanımı

UNESCO 1951 yılında Paris'te düzenlenen konferansta Braille Alfabesi'nin uluslararası birlik sağlamak adına kullanılması kararını almıştır, Bu karara göre;

("her ülkenin dilleri farklı olsa dahi alfabesinde aynı harfin bulunduğu tüm ülkelerin Braille Alfabesi'nde aynı kabartma sembolleri, dili ve harfleri farklı olan ülkelerin kendi dillerinde temsil edilen yazı sistemini Braille Alfabesi'nde kullanmalarını") görüşü savunulmaktadır. (UNESCO, World Braille Usage, 1951.)

²³ Braille-Dimensions, Braille diagram, s.1-2.

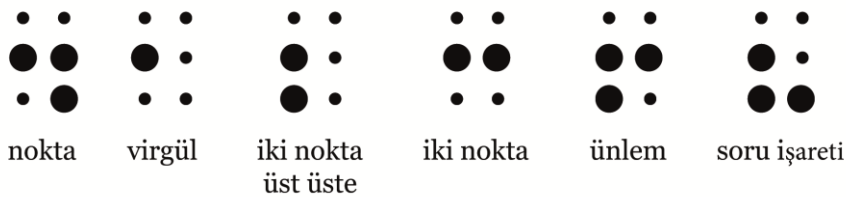
Evrensel bir dil olarak kabul edilen Braille alfabesi, Türkiye’de ilk olarak 1920 yılında İzmir’de Arap alfabesine göre hazırlanıp kullanılmıştır. 1928 yılında yapılan “Harf İnkılâbı” sonucunda Braille yazı sistemi de, Amerikalı Braille Yazı Uzmanı yardımıyla Yeni Türk Alfabesi (Latin Alfabesi) sistemine uyarlanmıştır (UNESCO, World Braille Usage – 1951, Turkish Braille, s.130). 1950 yılına kadar kullanılan bu yazı sistemi, Birleşmiş Milletler tarafından 1950 yılının kasım ayında ülkemize gönderilen Sir Clutha Mackenzie ve Türk uzmanlarla birlikte incelenerek yenilenmiştir. Paris Konferansı’nda yeni Türkçe kabartma yazı sistemi konferansa sunulurken kabul edilmiştir. Günümüzde 1951 yılında UNESCO tarafından kabul edilen Türkçe Braille Yazı Sistemi kullanılmaktadır.²⁴



Kaynak: World Braille Usage by Sir Clutha Mackenzie Chairman, World Braille Council, Unesco, s. 130.

Şekil 4.3. Türkçe Braille Alfabesi

Braille Noktalama İşaretleri:

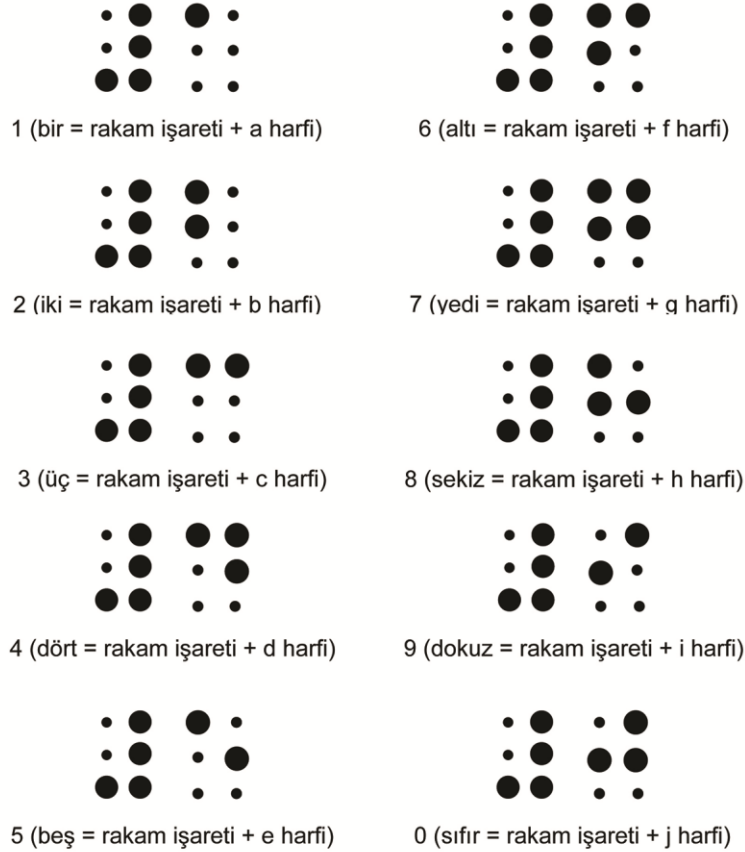


Kaynak: World Braille Usage (UNESCO, National Library Service For The Blind and Physically Handicapped Library Of Congress Washington, D.C. , USA – 1990, s.75.

Şekil 4.4. Braille Noktalama İşaretleri

²⁴ World Braille Usage (UNESCO, National Library Service For The Blind and Physically Handicapped Library Of Congress Washington, D.C. , USA – 1990, s.75. (Çeviri: Pelin Hayta, 31.01.2015)

Braille alfabesinde rakamlar, alfabedeki harflerin başına rakam işareti getirilerek kullanılır. Rakamlar 1 basamaktan fazla kullanılacaksa rakam işaretinin başa bir defa getirilmesi yeterlidir.



Kaynak: Özel Eğitim Okulları İçin Braille Kabartma Yazı Kılavuzu, Komisyon, MEB Basımevi, 1991, s.87.

Şekil 4.5. Braille Rakamlar

Braille alfabesinin altı noktalı hücre sistemi içerisinde her harf ve her rakamın kullanılmasıyla çözümlenmesi ve her dile özgü karakterlerin yine bu altı noktalı hücre sistemi içerisinde yer alması, kabartma yazıdaki okunabilirliğin sağlanmasında önemli rol oynamıştır.

4.3. Moon Alfabeti

1845 yılında Braille alfabetine benzeyen Moon yazı sistemi bulunmuştur. Braille alfabeti altı nokta hücre sistemi içerisinde her bir harfin kabartılarak ifade edilmesi ile çözümlenirken, Moon alfabeti ise yalnızca harflerin kabartılması ile meydana gelmiştir. Moon alfabetinde bulunan karakterler kıvrımlı hatlara sahip sembollerden oluşmaktadır. Bu nedenle Moon alfabeti yayınları, görme yetisini kaybetmiş ve parmaklarıyla Braille alfabetini hissedemeyen (kısmen dokunarak okuyabilen) engelliler tarafından kullanılmaktadır.²⁵

Moon alfabetinde harflere karşılık gelen semboller şöyledir:

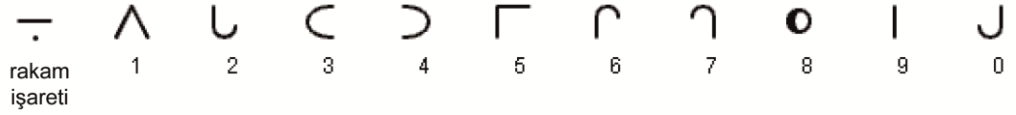
∧	∪	∩	∪	∟	∩
A	B	C	D	E	F
∩	○		J	<	L
G	H	I	J	K	L
∟	N	○	∠	∩	∖
M	N	O	P	Q	R
/	—	∪	V	∩	>
S	T	U	V	W	X
└	Z				
Y	Z				

Kaynak: http://en.wikipedia.org/wiki/Moon_type

Şekil 4.6. Moon Alfabeti

Moon alfabetinde bulunan numaraların sembolleri aşağıdaki gibidir:

²⁵ İngiltere’de Körler İçin Bir Hizmet Kuruluşu Olarak Kraliyet Körler Enstitüsü (Royal National Institute For The Blind- RNIB), Mustafa Kaynar, s.39.



Kaynak: http://en.wikipedia.org/wiki/Moon_type

Şekil 4.7. Moon Rakamlar

Moon alfabesindeki harfler daha büyük olarak basılmaktadır. Böylece daha kolay algılanmaktadır. Harflerin büyük basılması az gören bireylerin daha iyi okuyabilmesini sağlamaktadır. Moon alfabesini tercih edenler, daha çok sonradan görme yetisini kaybetmiş ama az gören veya yaşlılığa bağlı olarak görme yetisinde yüksek derecede azalma olan bireylerdir.

4.4. Dokunsal Diyagramlar

Görme engelliler için görsel oluşturma veya tasarlama sadece yazı ile değil, ayrıca dokunarak hissedilmesini sağlayan diyagramlarla da gerçekleştirilebilir. Dokunarak ortaya çıkan bu okuma modeli; tasarımı zihinde canlandırmak için benzeri, benzer olamayan yollarla üretmek demektir.²⁶ Diyagramlar, kabartma şekilde kullanılarak dokunsal bir ifade haline gelirler. Ancak bu durumda verdiği mesajı dokunsal olarak iletebilirler. Diyagram olarak adlandırılan kabartmalar İngilizcede “Tactile Diagrams” veya “Tactile Graphics” olarak tanımlanırlar. Diyagramlar; şematik dokulu kabartma diyagramları ve dokusuz kabartma diyagramlar olarak ikiye ayrılır. Her iki diyagram türü de, el aracılığıyla beyine mesajı kodlayarak anlamlandırma görevini üstlenir.

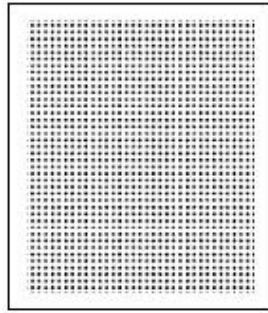
4.4.1. Şematik Dokulu Kabartma Diyagramlar

Dokunsal diyagramlar, bir görselin şematik resmedilmesi için, belirli çizgi ve dokuların kullanılarak düzenlenmesinden meydana gelir. Tasarımda da çizgilerin, yüzeyin ve hacmin hissedilmesini sağlayan diyagramlar, alanların birbirinden ayırt edilecek şekilde algılanmasını sağlayan bütünün sentez

²⁶ Francis Bacon, Duyumsamanın Mantiği, 2009, s. 146.

kümesidir. Bu kümeyi meydana getiren AEB (Art Education For Blind, Inc.) kurumunun kullandığı standart yedi farklı doku bulunmaktadır.²⁷

- 1- Solid – Rough Pattern (Sert – Katı Doku):**Türkçeye sert – katı doku olarak çevrilebilen bu doku en düz ve en az kaba olan desendir. Sert –katı doku en yaygın kullanılan dokudur ve her türlü şekille iyi uyum gösterir. Çünkü bu doku fazla kaba olmamasıyla birlikte derinliğin algılanmasını sağlamaktadır. Örneğin; arkaplan görüntüleri gibi daha geride olan alanları tanımlamak için kullanılabilir.



Solid - Rough Pattern

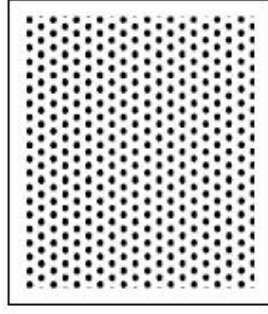
Kaynak:[http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-](http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.283)

Şekil 4.8. Sert – Katı Doku

- 2- Dot Pattern (Nokta Doku):**Nokta doku, kabartmada sert –katı dokudan daha kaba ve yüksektir. Bu nedenle nokta doku yaygın olarak kullanılan ikinci dokudur. Daha geniş alanlarda en iyi uyumu gösterir, ancak daha küçük alanların dokulandırılmasında etkili değildir. Bu nedenle, nokta doku, orta ve ön zemindekiler gibi bize daha yakın olan alanların dokularını tanımlamak için ve derinliği sunmak için kullanılabilir.

²⁷ Art Beyond Sight: A Resource Guide to Art, Creativity, and Visual Impairment - Elisabeth Salzhauer Axel, Nina Sobol Levent , s. 283.

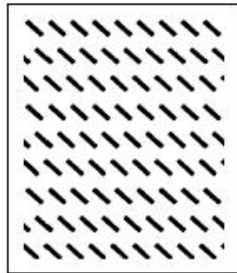


Dot Pattern

Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fn&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.283)

Şekil 4.9. Nokta Doku

- 3- **Coarse Pattern (Kaba Doku):** Kaba doku diğer dokular kadar sık kullanılmaz. Yüzeyi biraz daha kaba (yüksek ve kabaca) hissettirmesine rağmen, nokta dokuyu andırır ve benzer şekillemelerde kullanılabilir.



Coarse Pattern

Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fn&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.283)

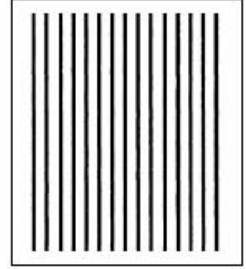
Şekil 4.10. Kaba Doku

4/5- Horizontal – Vertical Line Pattern (Yatay ve Dikey Çizgili Doku): Yatay ve dikey çizgili desenler çok sık kullanılmamakla birlikte kaba ve nokta dokularla aynı yüksekliğe sahiptir. Genellikle düz çizgi halindeki yatay ve dikey alanları temsil etmek için kullanılır. Diğer bir deyişle; yatay doğrultulu bir alanın yataylığını

ya da dikey doğrultulu bir alanın dikey algılanmasını vurgulamak için kullanılan dokulardır.



Horizontal - Line
Pattern

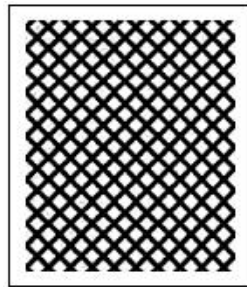


Vertical - Line Pattern

Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fn&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RlZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.283)

Şekil 4.11. Yatay ve Dikey Çizgili Doku

6- Basket – Weave Pattern (Sepet Örgülü Doku): Sepet dokusu genellikle geniş alanları doldurmak için uygulanır. Yoğun bir hisse sahip olduğu için mobilya ya da yapısal kütleler gibi katı şekilleri tanıtmak için tercih edilir. Sepet doku, küçük şekillerin temsili için iyi hissiyat sağlayamadığından bu tür şekillerde kullanıma uygun değildir. Genellikle resimlemelerin kaya parçası gibi geniş alanlarını veya kaba hatları göstermek için kullanılmaktadır.

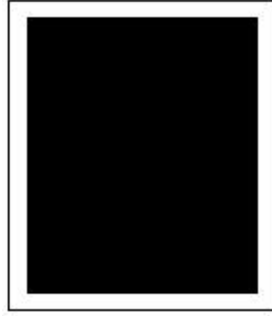


Basket - Weave
Pattern

Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fn&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RlZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.283)

Şekil 4.12. Sepet Örgülü Doku

7- Solid Pattern (Tek Parça Doku ya da Tam Alan Dokusu): Bu doku en yüksek kabartmaya sahip olan ve en düzgün yapıdaki dokudur. En çok kullanılan üçüncü doku olmasıyla beraber diğer dokuların kullanılmadığı veya önemli vurgulamaların olması gerektiği alanlarda tercih edilir. Özellikle küçük şekillerin diyagrama dönüştürülmesinde iyi uyum gösterir. Ayrıca izleyiciye en yakın alanlardaki nesnelere algılatılması istenildiğinde uygulanmaktadır.



Solid Pattern

Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.283)

Şekil 4.13. Tek Parça Doku / Tam Alan Dokusu

Unpatterned Areas (Desenli Olmayan Alanlar): Görsel üzerindeki şekiller ya da alanlar ana hatlarıyla gösterilmek istenildiğinde veya detaylar gösterilemediğinde resimleme dokusuz alanlarla düzenlenir. Bu alanların dokusu bulunmamaktadır. Örneğin; yüz, desenli değildir ve yüze ait özelliklerin ayırt edilebilmesi için dokusuz alan tercih edilir. Bunun dışında hem nesne hem de zemin desenliyse, iki tanım arasında ayrım yapabilmek zor olacaktır. Bu yüzden desenli olmayan alanların, yüzeylerini temsil etmek için boş alanlar kullanılmaktadır. Buna örnek olarak manzara ve gökyüzü gösterilebilir. Manzarada yer alan gök yüzünü tanımlayabilmek için bu yöntemle gökyüzü desensiz bırakılarak çözümlenir.

Kullanılan dokular, tasarımda “görsel egemenliğin terkedilmesini”²⁸ ve dokunma duyusunun zihinde algılatığı yapıyı ortaya koymaktadır. Bu yapı; elin üç boyutlu temsili yardımıyla konturun, derinliklerin ve biçimin imgesel olarak görülmesini sağlamaktadır. Görsel egemenliğin terkedilerek dokunsal yapıyla resmin algılatılmasını şekil 4.14. ‘te görülebilir.



Kaynak: <http://www.artbeyondsight.org/dic/wp-content/uploads/2013/08/G-of-manna-split-image-2-copy-886x1024.jpg>

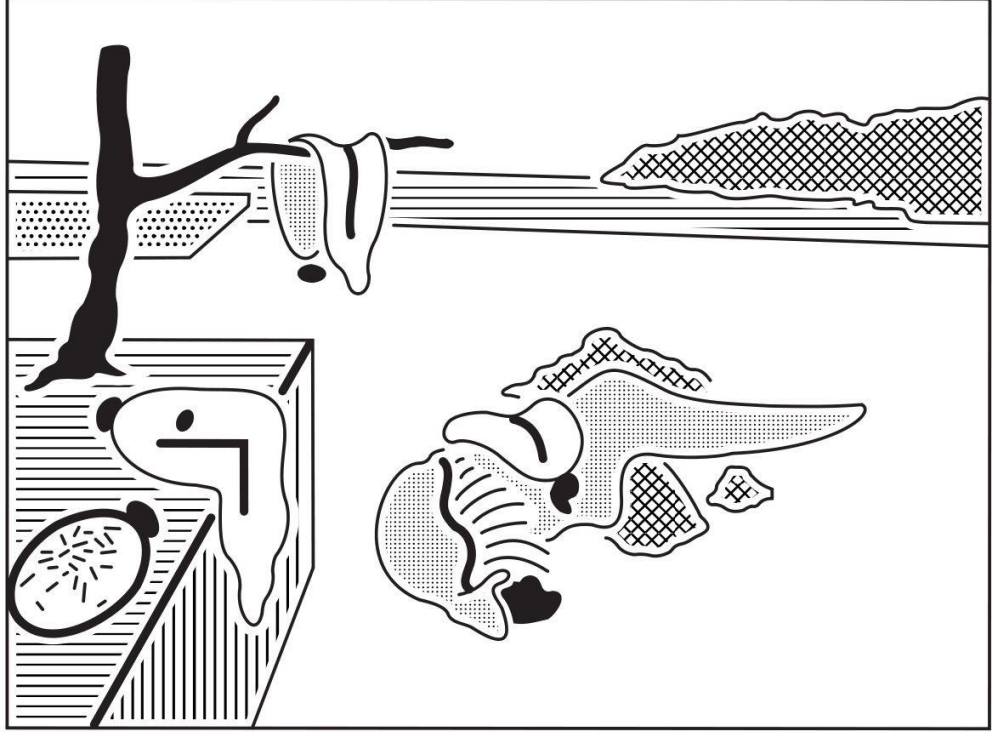
Şekil 4.14. Peter Paul Rubens'in “The Gathering Of The Mana” isimli şematik dokulu kabartma diyagram çalışması. (Gökyüzü boş bırakılarak nesne ve figürlerle karışması engellenmiştir. Ayrıca her bir alanın temsil edilmesi için farklı dokular yan yana kullanılmıştır).

AEB (Art Education For Blind, Inc.) kurumunun standart dokuları farklı yüzey özelliklere sahip olsa da bazı alanlarda dokular birbirine yakın hissettirip karmaşa yaratabilir. Bu nedenle birbirine yakın dokuları yanyana koymamak ve dokular arası farkı hissettirmek önemlidir. Örneğin; nokta doku ve kaba doku özellikleri göz önünde bulundurulduğunda yan yana

²⁸ Francis Bacon, Duyumsamanın Mantiği, 2009, s. 99.

kullanılmamalıdır. Ayrıca küçük şekiller ince dokularla doldurulurken, geniş şekiller kaba dokularla doldurulabilir ve bu durum deseni daha net algılatır.

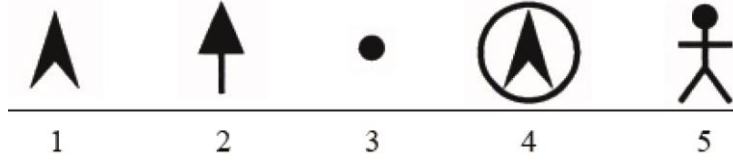
Dokunsal diyagramların karma olarak bir araya getirilmesine “Salvador Dali’nin Belleğin Azmi” adlı çalışması örnek gösterilebilir (Şekil 4.15.).



Kaynak: <http://www.artbeyondsight.org/ahtts/dali-touch.shtml> - 12.01.2015 (Art Beyond Sight, D.29 Dali – The Persistence of Memory)

Şekil 4.15. Salvador Dali’nin “Belleğin Azmi (The Persistence of Memory)” isimli çalışmasının şematik kabartma diyagrama dönüştürülmüş şekli. (Eser “Art Beyond Sight” tarafından dokunsal diyagrama dönüştürülmüştür).

Dokularla birlikte AEB (Art Education For Blind, Inc.) kurumunun standart ikonları bulunmaktadır. Bu ikonlar kullanıcıyı yönlendirmek ve bilgilendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Dokular her türlü şekli temsil ederken, ikonlar belirli bilgileri iletmek ve yönlendirmek amacıyla diyagramların yanında yer alır. Her ikon daima sayfanın aynı kısmına yerleştirilir. Böylece kullanıcı bilgiyi nerede bulacağını bilir ve daima aynı noktadan ikonları okuyabilir. AEB (Art Education For Blind, Inc.) kurumunun bilgileri iletmek için kullandığı standart beş adet ikon bulunmaktadır.



Kaynak: Art Beyond Sight: A Resource Guide to Art, Creativity, and Visual Impairment - Axel, Levent , s. 290.

Şekil 4.16. AEB (Art Education For Blind, Inc.) Tarafından Kullanılan Standart İkonlar.

AEB kurumunun standart ikonları sırasıyla şöyledir;

- 1- Orientation Arrow (Yönlendirme Oku)
- 2- Entrance Arrow (Giriş Oku)
- 3- Locator Dots (Yer Noktaları)
- 4- Compass – Point North (Pusula – Kuzey Noktası)
- 5- Human-Scale Indicator (İnsan –Ölçek Göstergesi)

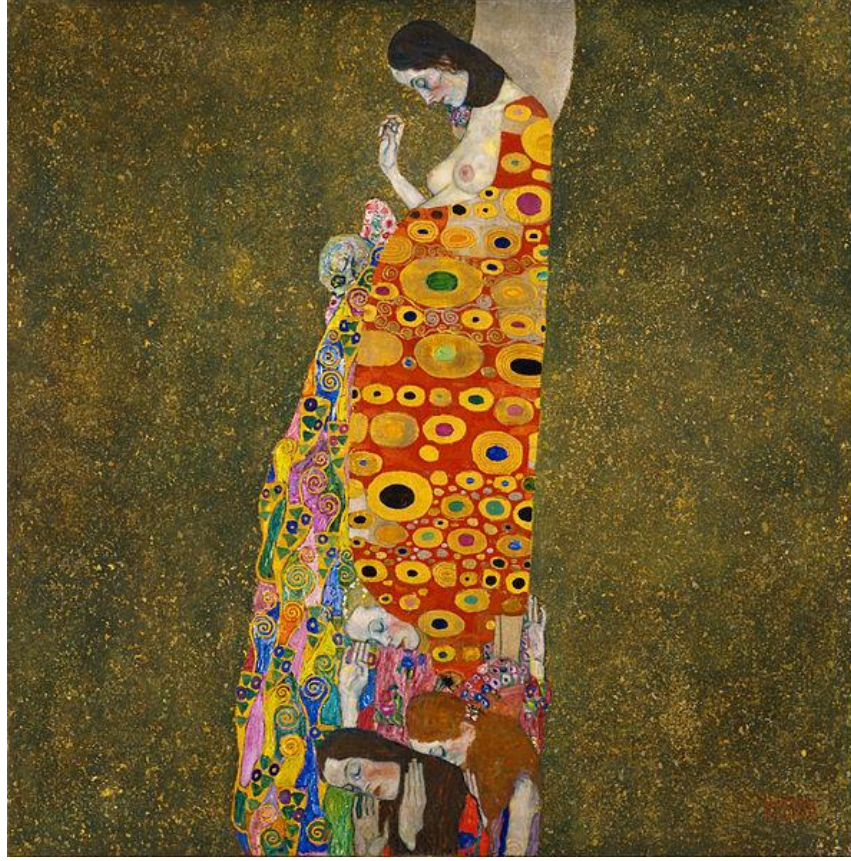
Bu ikonların genel özellikleri şöyledir;

- 1- Orientation Arrow (Yönlendirme Oku):** Kullanıcıya sayfada nasıl yönelmesi gerektiği konusunda bilgi verir. Yönlendirme oku daima sayfanın üst köşelerinde kullanılır.



Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.278)

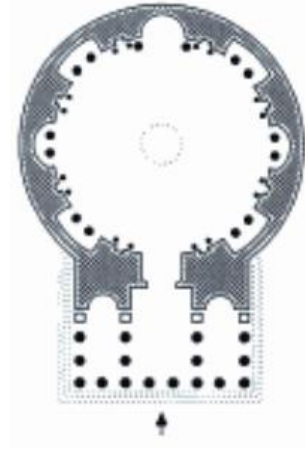
Şekil 4.17. Yönlendirme oku kullanılan dokusal diyagram. (Gustav Klimt'in 1907 yılında yapmış olduğu "Hope II" isimli çalışmanın Art Education fort The Blind tarafından dokusal diyagrama dönüştürülmüş şekli.)



Kaynak: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Gustav_Klimt_-_Hope,_II_-_Google_Art_Project.jpg

Resim 4.1. Gustav Klimt'in 1907 yılında yapmış olduğu "Hope II" isimli çalışmanın orijinali. (Görsel Şekil 4.10' da dokunsal diyagrama dönüştürülürken iki parça olarak çevrilmiştir. Dokunsal diyagramda kullanılan yön oklarıyla da kullanıcının sayfada nasıl ilerleyeceği gösterilmiştir.)

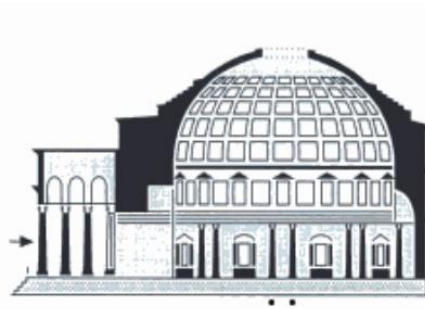
- 2- **Entrance Arrow (Giriş Oku):**Yalnızca mimari diyagramlarda kullanılmaktadır. Yapının girişini gösterecek şekilde yerleştirilir.



Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.280)

Şekil 4.18. Pantheon, Roma -Mimari Giriş Kısmı Dokunsal Diyagramı. (Giriş oku kullanılarak yapının giriş kısmı gösterilmektedir.)

- 3- **Locator Dots (Yer Noktaları):**Yer noktaları her türlü uygulanabildiği gibi, genel olarak çalışmanın kenarlarının dış alanında kullanılacak şekilde yerleştirilir. Örnek; Şekil 4.19.'da bulunan mimari yapının alt tarafındaki noktalar.

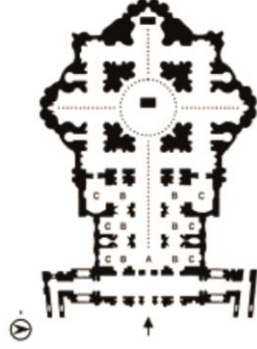


Kaynak:

http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCK&sig=G5cCaRDho8TnHZ2-NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.280)

Şekil: 4.19. Pantheon, Roma -Mimari Dokunsal Diyagramı.

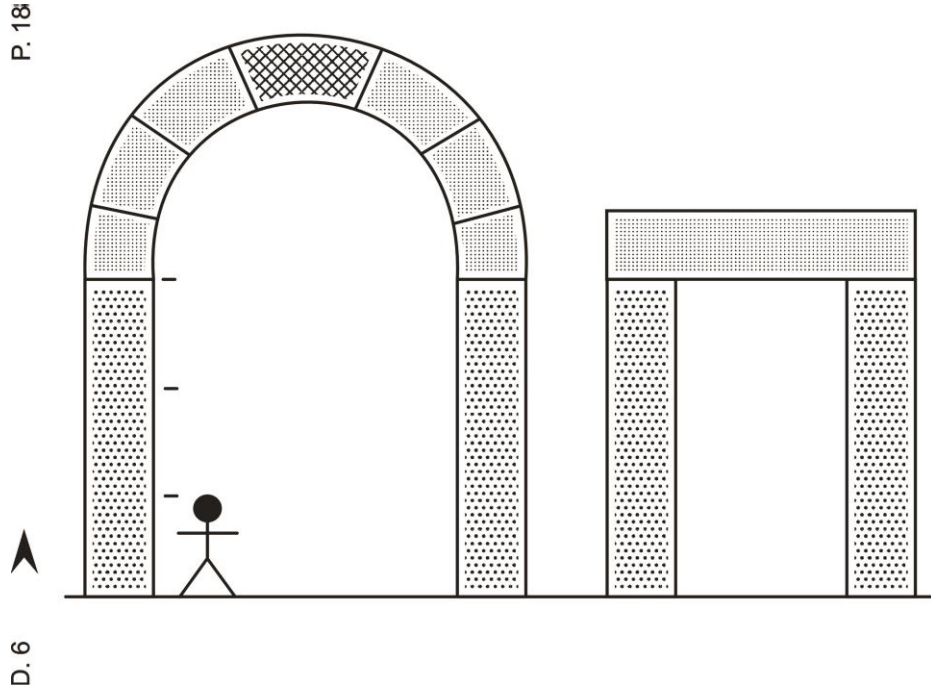
- 4- **Compass – Point North (Pusula – Kuzey Noktası):** Bu ikon yalnızca mimari diyagramlarda kullanılmaktadır. Daima sayfanın sol alt köşesine yerleştirilmelidir. Böylece pusula noktası istenildiği gibi çevrilebilir. Yukarıyı işaret etmek zorunda değildir.



Kaynak:http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=B4ioCFic7m0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=art+education+for+blind,+e.s.+axel+,+art+beyond+sight&ots=Ylgx0jEFCk&sig=G5cCaRDho8TnHZ2NnSM52RIZ7k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false , (s.276)

Şekil 4.20. Saint Peter's Basilica, Roma - Mimari Dokunsal Diyagramı. (Pusula-Kuzey Noktası yapıyla ilgili yön bildirmek amacıyla kullanılmaktadır.)

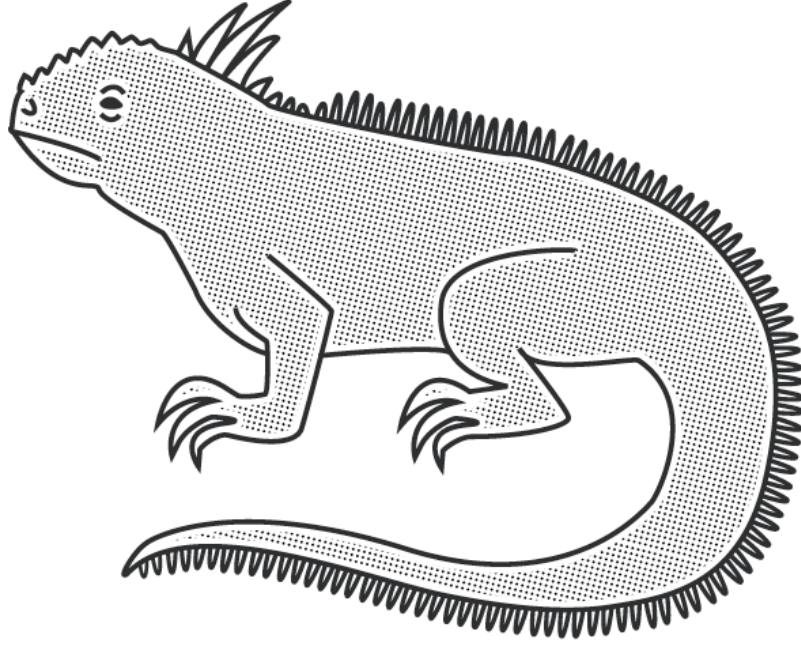
- 5- **Human-Scale Indicator (İnsan –Ölçek Göstergesi):** Yalnızca mimari yapıların diyagramlarında kullanılan bu ikon ölçüt göstergesidir. Planlarda diyagramın sol alt köşesinde pusula noktasının üzerinde yer alır. Ayrıca büyütülmüş bir görüntüyü göstermek için kullanırsa, hat/çizgi/yol (line)'da zemin çizgisinin üzerinde sol üst köşeye yerleştirilmektedir.



Kaynak: <http://www.artbeyondsight.org/handbook/pdf/Comparison-Between-Arch-and-Post-and-Lintel-System.pdf>

Şekil 4.21. Mimari Dokunsal Diyagram. (İnsan – ölçek göstergesi ile sütun uzunluğu gösterilmektedir).

İkonlar bazen Braille yazım ve diyagramları ile bölümleri tanımlamak için birlikte kullanılabilir. Genellikle bu tür durumlarda Braille yazım istenilen şeklin merkezine yerleştirilir. Fakat bazı durumlarda doku alanlarının yan tarafına da yazılabilir.



Kaynak: <http://www.artbeyondsight.org/mei/wp-content/uploads/Screen-Shot-2013-10-24-at-9.05.23-PM.png>

Şekil 4.22. Galapagos iguanası dokunsal diyagramı. (Jacquie Jeanes tarafından tasarlanan dokunsal diyagramın sol üst tarafında Braille alfabesi kullanılarak tanımlaması yapılmıştır).

4.4.2. Dokusuz Kabartma Diyagramlar

Dokunsal diyagramlar, şematik resimlemelerin dışında figürü betimlemek için dokusuz kabartmalar yapılarak resmedilir. Bu tür diyagramlar figürün ana hatlarını belirtecek şekilde kabartılmasıyla gerçekleşir. Burada diyagramın zemin ile arasındaki yükseklik farkını çözümlmek, elin dokunsal algısını belirlemede önemli rol oynar. Çünkü dokunma zihne gönderdiği ileti ile detayların algılanmasını ve duyumsanmasını sağlamaktadır.



Kaynak:<http://www.vrvis.at/projects/tactile-paintings>

Resim 4.2.Albrecht Dürer, "Maria mit Kind" (Virgin Mary with Child / Çocuk ile Meryem Ana), datet 1512.

Dokulu ve dokusuz kabartma diyagramlar yardımıyla görme engelli bireyler için resimler, fotoğraflar, tasarımlar (görsel olan her türlü basılı unsur) dokunma duyusu yardımıyla görülebilir kılınmaktadır. Diyagramlar; grafik tasarım sürecinde, görme engelli bireylerin uyarıcı sembolleri, logoları ve şekilleri algılamasında bireye yardımcı olmaktadır. Bu durum grafik tasarımın işlevsellik yönüne vurgu yapmaktadır. Görmeyen bireylerin en büyük sorunu olan bilgi edinme, tasarımın işlevsellik boyutuyla ölçülmektedir. Ancak tasarım; sadece işlevsellik olarak görülmemeli, görmeyen bireyler için estetik kavramının nasıl algılandığı üzerinde de durulmalıdır. Bu konu görmeyen bireyler için üretilmiş ve üretilecek olan tasarımlarda sürdürülebilirliği sağlaması açısından bir öneme sahiptir.

5. BÖLÜM

GÖRMEYENLERE YÖNELİK TASARIMLARIN UYGULAMA TEKNİKLERİ

5.1. Kabartma Yazı Üretim Teknikleri

5.1.1. Kabaran Kağıt (Swell /Mikro Kapsül) Yöntemi

1993 Yılında İsveç Braille ve Sesli Kitaplar Kütüphanesi'nden Yvonne Eriksson'un geliştirdiği²⁹ kabaran kâğıt, teknik olarak yüzeyinde gömülmüş alkol mikro kapsülleri bulunan kâğıt çeşididir. Kabaran kâğıt iki tabakadan oluşmaktadır. Bunlardan ilk tabaka taşıyıcı, ikinci ise mikro kapsüllerin kabarttığı tabakadır.³⁰ Mikro kapsüller, kâğıt bir pozlandırıcı ile ısıya maruz kaldığında kabarak görüntü oluşumunu sağlarlar.

Kabaran kâğıtta görüntü oluşumunu sağlayan dört farklı yöntem bulunmaktadır.³¹

- 1- Fotokopi yöntemiyle, kâğıt yüzeyindeki görüntü işlendiğinde görüntünün olduğu alanlarda ısının etkisiyle mikro kapsüller şişer ve kâğıt yüzeyi kabarak görüntüyü oluşturur.
- 2- Görüntü bilgisayardan direkt kâğıda lazerli veya tonerli bir yazıcı ile yazdırılır. Sonra bir pozlandırıcı ile yüzey ısıtılır ve ısının mikro kapsülleri harekete geçirmesiyle kâğıt yüzeyinde oluşan kabarmalarla görüntü oluşur.
- 3- Dijital yöntemler dışında, görüntü manüel olarak, kalıcı mürekkepli bir kalem ile kabaran kâğıt yüzeyinde oluşturulur (çizgi, yazı vb.). Daha sonra pozlandırıcı ile yüzey ısıtılarak görüntünün kabarak oluşması sağlanır.

²⁹ Art Beyond Sight: A Resource Guide to Art, Creativity, and Visual Impairment - Elisabeth Salzhauer Axel, Nina Sobol Levent , s. 268.

³⁰ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Kütüphane Başkanlığı, Görme Engellilere Yönelik Konuşan Kitaplık Hizmetinin Geliştirilmesi "Milli Kütüphane Örneği" Uzmanlık Tezi, BÜYÜKSAN, 2009. s. 37.

³¹ 4. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu Bildiri Kitabı, 24 -24 Kasım 2011, Braille Alfabeti Kullanılan Baskılarda Uygun Baskı Makinesi ve Baskı Alt Malzemelerinin İncelenmesi, Sönmez, s. 306.

- 4- Isılı bir kalem ile görüntü kâğıt yüzeyinde oluşturulurken istenilen kabarmalar kâğıt yüzeyinde elde edilerek görüntü oluşumu sağlanır.

Kabaran kâğıt kullanmadan kâğıt yüzeyinde kabartma sağlayacak baskı yöntemleri de bulunmaktadır. Bunlar normal kâğıt/karton yüzeyler üzerinde baskı teknikleri yardımıyla görüntünün olduğu alanlarda mürekkebin yükseltisiyle dokunsal olarak mesajı iletirler.

5.1.2. Serigrafi Baskı Tekniği

Elek veya ipek baskı yöntemi olarak da bilinen serigraf baskı tekniği, kağıttan ahşaba, metalden kumaşa kadar birçok yüzeyde uygulanabilen baskı tekniğidir.

Serigraf baskı, eski çağlardan günümüze kadar teknik olarak sanat ve tasarımın çözüm yöntemi halini almıştır. Görüntü-ımağ-görsel, mürekkep yardımıyla eleğin içinden geçirilerek baskı altı malzemesine transfer edilir. İlk zamanlar insan saçından yapılan sık dokumaların, zamanla ince ipekten dokunmuş elekler haline gelmesiyle serigrafi baskı tekniği gelişmiştir.³²

Serigrafi baskı tekniğinde kabartma yapabilmek için şeffaf bir plastik mürekkep (Lak) kullanılır. Uygulama yapılabilmesi için vektör tabanlı programlarda (Corel Draw, Freehand, Adobe Illustrator vb.) öncelikle görüntünün oluşturulması gerekir. Görüntü oluşumu sağlandıktan sonra siyah mürekkeple kabartmasız olarak basılır. Basılmış olan görüntünün üzerine şeffaf plastik mürekkep (Lak) yerleştirilir ve görüntü bir ısıtma cihazı (pozlandırma ünitesi) içerisinden geçirilerek, ultraviyole ışınlar vasıtasıyla mürekkebin ısıtılarak hem kabartması hem de kuruması sağlanır.³³

Serigraf baskı tekniğiyle elde edilen kabartmalar, kabaran kâğıda göre daha dayanıklı ve kabartmaları daha iyi hissedilebilirdir. Kabartmayı sağlayan mürekkep uzun süre dayanıklılık gösterir, kullanılan kâğıt cinsine bağlı olarak zaman içerisinde kâğıtta yıpranma görülür.

³² O. Şimşeker, 2010, Temel Matbaa Eğitimi Ders Notarı. S. 15.

³³ Art Beyond Sight: A Resource Guide to Art, Creativity, and Visual Impairment - Elisabeth Salzhauer Axel, Nina Sobol Levent , s. 269.

Yapılacak olan kabartma baskılar serigrafi yöntemiyle üretilecekse adet 100'den az olamamalıdır. Çünkü serigrafi baskı tekniği seri üretime yöneliktir. Sayı az olduğunda maliyet yüksek olacaktır.

5.1.3. Thermoform Yöntemi

Thermoform yöntemi ısı ile şekillendirme yöntemidir. Thermoform; California'daki Amerikan Thermoform Kuruluşunun, (ATC) plastik thermoform kâğıtlarının kullanıldığı dokunulabilir malzemeleri ısı kullanarak kopyalama süreci ve Thermoform makinesinin kendisine atıf yapan, bir ticari markadır.

Thermoform yönteminde iki adım vardır. İlk adımda numune hazırlanır. İkinci adımda ise numuneden kopya alınır. İşin zor tarafı ana numuneyi hazırlamaktır. Numune, üzerine çeşitli malzemelerin yerleştirilmesiyle ölçeklendirilmiş yükseklikleri ve derinlikleri olan bir kolajdır. İkinci adımda kopyalama işlemi yapılmaktadır. Ana numune Thermoform makinesine yerleştirilerek üzerine plastik levha konulur. Plastik levhalar yardımıyla görüntü kabartmalı olarak transfer edilir.

5.1.4. Kabartma Yazıcı Sistemleri

Kabartma yazıcı sistemleri, kişisel kabartma çıkışlar, büyük miktardaki kabartma baskılar ve hem kişisel hem büyük miktardaki kabartma baskılar için kullanılan sistemler olarak görülmektedir. Kabartma yazıcıların tek taraflı çıktıları olduğu gibi çift taraflı baskı yapabilen sistemi de mevcuttur. A4 ebadından A3 ebadına çıkış alabilen sistemlerinin yanı sıra fasikül formatında baskı yapabilen sistemleri de bulunmaktadır. Fasikül formatında baskı yapabilen kabartma yazıcılar, Braille alfabesiyle kitap ve dergi üretiminde kullanılmaktadırlar.

Tüm bu teknik bilgiler tasarıma yönelik uygun basım tekniklerini bulmaya yöneliktir. Amaç; tasarımın hizmet ettiği fikre yönelik hem doku hem işlevsellik hem de estetik bütünlüğünün tamamını verebilecek doğru materyalleri kullanılmasıdır. Bu tezde; uygulama alanı olarak belirlenen karton ambalaj tasarımlarının temel niteliklerini sorgulamak ve ambalaj ile tasarım ilişkisini teknik olarak doğru yöntemle kurmak temel koşuttur. Bu bağlamda,

uygulanacak ambalajın bilgisi, yöntemi ve niteliklerini belirlemek, uygulamaların hayata geçmesinde büyük önem kazanmaktadır.

6. BÖLÜM

AMBALAJ NEDİR?

6.1. Tanımı

Genel anlamıyla bir ürünü koruması için kâğıt/karton, plastik, metal, cam, ahşap gibi malzemelerden üretilen taşıyıcı ürüne verilen ambalaj isminin, birçok tanımı bulunmaktadır.

Emre Becer'e göre ambalajın tanımı şöyledir;

“ Ambalaj, bir ürünü koruyan ve birçok farklı malzemeden yapılan taşıyıcıları, bu taşıyıcıların bir arada konulduğu kutuları ve bu kutuları da yine bir arada içine alarak tek birim haline getiren daha büyük paket, kutu ya da sandıkları kapsayan genel terimdir” (Becer, 2014, s.15).

Ambalajın daha geniş bir şekilde tanımlayan Efe N. Gençoğlu'na göre ise ambalajın tanımı şöyledir;

“Bir ürünü, üreticiden tüketiciye ulaşıncaya kadar ki dağıtım (depolama, taşıma, yükleme ve boşaltma) zinciri boyunca hasar görmeden, çevreyi koruma işlevlerini de yerine getirerek, tüketiciye gerekli bilgilerin sunulmasını da sağlayan bir malzemedir” (Gençoğlu, 2001, s.1.).³⁴

Uluslararası düzeyde ambalajın gelişimini etkileyen en önemli unsur, ticaret faaliyetleri olmuştur. Sanayi devrimi ile birlikte endüstriyel üretimin oluşması, ürünlerin korunabilmesinde daha kaliteli malzemeleri ve daha fazla bilgi verebilen ambalajların olmasını gereksinim haline getirmiştir. Bu gereksinimlere cevap veren ilk malzeme kâğıttır. 1817 yılında İngiltere' de ticari kutular üretilmiş ve 1850'li yıllarda yine İngiltere' de oluklu kâğıt üretimi gerçekleşmiştir. Bu tarihi takiben ortaya çıkan bir diğer ambalaj

³⁴ Karton Ambalaj Üretim Yöntemleri, (Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Matbaa Eğitimi Bölümü Ders Notu), Yrd. Doç. Dr. Efe N. Gençoğlu, 2001.

malzemesi 1866 yılında baskılı kutu şeklindeki metal ambalaj olmuştur. Çeşitliliği arttıran bir diğer ambalaj ise camdır. 1889 yılında otomatik rotary şişe yapımı makinesinin üretilmesi ve patentinin alınmasıyla cam ambalajın endüstriyel alanındaki doğuşu gerçekleşmiş ve gelişimi başlamıştır. Ambalaj malzemelerinin türemesiyle birlikte baskı teknikleri ve süsleme sanatları gelişmeye gösterir. Ambalaj artık sadece korumak, bilgilendirmek için değil, ürün satışının artmasını sağlamak içinde önemli bir faktör olmuştur. Bu da ambalajı ürünün yüzü haline getirmektedir.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ambalajı bugün ki formuna kavuşturan, teknik olarak üretim şekillerinin gelişmesidir. Tüketim şekillerinin değişmesi, çevreye duyarlılık gibi düşünceler ambalajın teknik açıdan olgunlaşmasını sağlayan diğer unsurlardır. Ayrıca yasal mevzuatların ortaya çıkması ve uygulanması ambalajın üretiminde standardizasyonu getirmiştir. Ambalaj üretiminde ve tasarımındaki yönetmelikler; ulusal ve uluslararası düzeydeki kurumlar tarafından (ISO ve TSE gibi) bir standart sistem olarak kabul edilir.

Her geçen gün ürünlerin çeşitlenmesi ambalaja gereksinimi arttırmış ve tasarım unsurlarının özgünlük ve dikkat çekicilik yönünde rekabet ortamı yaratmıştır. Teknik açıdan ve malzeme açısından gelişim gösteren ambalaj, tasarım açısından da önem kazanmaya başlamıştır. İçerisindeki ürene ait görsellerin ambalaj üzerinde yer alması, markanın estetik kaygılarla logosunu oluşturması ve yazının bilgilendirmedeki tipografik oluşumları, ambalajın taşıma, koruma işlevlerinin dışında, estetik form olarak yapılanmasını sağlamıştır. Tasarım kavramıyla çözümlenen bu süreç günümüzde, renkli ve içindeki üründen daha cazip görsellerle oluşan ambalajları yaratmıştır.

İlk ambalajlardan sanayi devrimine, sanayi devriminden günümüze kadar olan süreçte ambalaj tasarımı, insanların ihtiyaçlarını ve beğenisini göz önünde bulundurarak evrilmiştir. İçerisindeki ürünü korumakla kalmayan malzeme, aynı zamanda ürünü tanıtmaya ve tüketme algısını yaratmaya yöneliktir.

6.2. Ambalajın İşlevleri

Bu tanımlar doğrultusunda ambalajın işlevlerini üç kısımda inceleriz:

- 1- Taşıma: İçerisinde bulunan ürünü/ürünleri üreticiden tüketiciye ulaştırmasını sağlamaktır. Ambalajın ürünü taşımasında dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, içerisindeki malzemenin ağırlığını taşıyabilecek gramajda ve özellikle olmasıdır. Bu özellikte olmayan ambalaj, ürünün zarar görmesine neden olur ve ürünü taşıyamadığı için tüketiciye ulaştıramaz.
- 2- Koruma: İçerisinde yer alan ürün/ürünleri tüketiciye ulaşıncaya kadar ki süreçte ve tüketiciye ulaştıktan sonraki kullanım süresi boyunca her türlü dış etkenlerden korumasıdır. Koruma işlemi, ürünün depolama, taşıma, raf satışı gibi işlemleri sırasında nem, rutubet, sıcaklık değişimleri, oksidasyon vb. tehlikelerden uzak tutmasıdır.

3- Tanıtma: Ürünün cinsini, markasını, üretim bilgilerini, miktarını, tehlikeli olup olmadığını vb. bilgileri tüketiciye iletmesidir. Ambalaj tüm bu bilgilendirmeleri her ürünün türüne ve ambalaj malzemesine göre farklı olarak yapmaktadır. Ürünün hangi alana ait olduğu (kozmetik, gıda vb.), ürünün katı veya sıvı olması gibi durumlar göz önünde bulundurularak ambalaj malzemesi seçilir ve malzemenin cinsine (plastik, cam, karton vb.) göre baskı türü belirlenir.

Ambalajın işlevleri yanı sıra kullanım alanlarına göre de sınıflandırmaktayız. Kullanım alanları ambalajların üretiminde kullanılan malzemenin belirlenmesinde büyük etkidir. Kullanım alanına göre ambalajlar;

- 1- Birincil Ambalaj/Satış Ambalajı: Bu ambalajlar ürünün tanıtımını yapan ve ürününün satışını sağlayan ambalajlardır. Ürüne direkt olarak teması sağlayan birincil ambalajlar, fiziksel bakımdan en iyi sunuma (yani iyi tasarıma) sahip olması gereken ambalaj türleridir. Bunun yanı sıra ürüne direkt temas etmesinden dolayı her türlü sağlık koşullarına uygun olması da gerekmektedir (özellikle gıda,

temizlik ve kozmetik ürünlerinde). Bu tür ambalajların üretiminde ambalaja ait standartlar büyük öneme sahiptir.

- 2- İkincil Ambalaj/Grup Ambalajı: Satışı yapılan ürünü birden fazla olarak satıldığı durumlarda ve satış ortamında ürünleri bir arada taşıyabilmek amacıyla kullanılan ambalajlardır.
- 3- Üçüncül Ambalaj/Nakliye Ambalajı: Birincil veya ikincil ambalajlanmış ürünlerin üreticiden satış ortamına nakliye edilmesi sırasında, ürünleri dış etkenlerden korumak amacıyla yapılan büyük ebatlardaki ambalajlardır.

6.3. Ambalajın Çeşitleri

Ambalaj tasarımında ürünü koruması ve bilgilendirmesi amacıyla kullanılan malzemeler ambalajların türünü belirlemektedir. Her bir malzemenin yapısı, formu ve özellikleri içerisine konulacak ürüne göre çeşitlilik gösterse de genel anlamda ambalajı meydana getiren cam, metal, plastik ve karton malzemedен oluşan dört farklı ambalaj türü bulunmaktadır.

Cam ambalaj yapısı³⁵ itibariyle sıvı ürünlerin korunması ve pazarlanmasında tercih edilen ambalaj türüdür. Cam ambalajın en etkili özelliği içerisindeki ürünü görülebilir kılmasıdır. Böylece aldığımız ürünün ne olduğuna ve nasıl görüldüğüne dair fikir edinmemizi sağlar. Bu da camın tüketiciye ürünü sattıran cazip bir özelliğidir. Ürünün görülebilirliğinin yanı sıra istenilen biçimde³⁶ üretilen cam ambalajlar, biçimiyle tasarımda estetik bir

³⁵ **Cam ambalaj:** Sıvı, yarı sıvı veya içeriğinde sıvı gerektiren (turşu gibi) ürünlerin ambalajlanmasında kullanılan bileşim malzemedir. Bu bileşim; silisyum dioksit (SiO₂), kireç (CaO), soda (Na₂O) ve alüminyum oksit (Al₂O₃)³⁵, in belirli oranlarda bir araya gelmesiyle oluşur. Bunların yanı sıra renk veya saydamlık gibi özellikler için yardımcı bileşenler de kullanılmaktadır.

³⁶ Bilgisayar kontrollü makineler yardımıyla camın istenilen biçimde ve ölçüde üretilmesi sağlanır. Üretim yapılırken; ilk aşama, cam bileşenlerinin farklı depolardan istenilen oranda karıştırılarak bir araya getirilmesidir. Bir araya getirilen malzeme iyice karıştırıldıktan sonra doğal gazla 1500°C kadar ısıtılmış fırınlara gelir. Bu sıcaklıktaki fırında hazırlanan harman eritilerek sıvı bir yapıya getirilir. Camın atom yapısı aslında sıvıdır fakat akışkanlığı o kadar yavaşır ki insan gözüyle algılanamaz ve kişinin gözlemlemek için yaşam süresi yeterli gelmez. Eriyen cam ilk olarak dinlenme kanalına gelir. Burada cam soğutulmaya başlanır ve sıcaklığı 1100 °C' ye kadar düşer. Dinlenme kanalından ortalama 850 °C sıcaklığa kadar düşen bir ısıda akan cam, ideal işleme sıcaklığına ulaşmış olur. Akan cam suyla soğutulan makaslarla istenilen ölçülerde kesilerek şekil verilmesi için kalıplara gönderilir. Bilgisayar kontrollü

oluşum (görülebilir estetik ve dokunsal estetik) gerçekleştirirler. Cam işlevi açısından ise kırılğan bir yapıya sahip olduğu için dezavantajlıdır. Geri dönüştürülebilir ve ürün tüketildikten sonra kullanılabilir olması da camı, tasarımda sürdürülebilir ambalaj malzemesi haline getirir.

Yemeklik yağların, konservelerin, mürekkeplerin ve kimyasal maddelerin muhafaza edilmesinde ve tüketiciye ulaştırılmasında genel olarak metal ambalajlar kullanılır. Ürünleri uzun süreli saklamada ve dış etkenlerden korumada oldukça sağlam bir yapıya sahiptirler. Özellikle mürekkep ve konserve gibi ürünler güneş ışığı, sıcak, soğuk gibi dış etkenlerden korunması gereken ürünlerdir. Bu ürünlerin havayla temasını keser ve kendi yapılarıyla uzun süreli dayanmalarını sağlar. Metal ambalajlar, gazı, ışığı ve nemi geçirmeme özellikleri, raf ömürlerinin uzun olması, tasarımı ve şekillendirmesi kolay olması, hafif yapısı ve hızlı dolum gerçekleştirebilmesinden ötürü birçok sektör tarafından tercih edilirler.

Plastik ambalajlar³⁷ kolay şekillendirilebilmesi, ucuz mal edilmesi, sert/yumuşak/beyaz/renkli/saydam/ vb. yüzey özelliklerine sahip olması bakımından geniş sektör yelpazesine³⁸ sahiptirler. İçerisine yerleştirilecek ürünün özelliklerine göre farklı türleriyle³⁹ biçimlendirilirler. Grafik ürün

makinelere, camların hangi sırayla hangi kalıba gönderileceğini belirler. Kalıptaki cam şekillendirilmek için sürekli soğutulur ve burada camın ilk olarak ana hatları belirlenir. Cam ambalajın üretilmesindeki Sonrasında pres yükleme devreye girerek esas şekli cama verilir. Bu işleme sırasında cama sürekli hava üflenerek camın son şeklini alması sağlanır. Kalıpta şekillenen cam metal kollar yardımıyla çıkarılır ve üretim bandına alınır. Sürekli dönen bantta şişelerin yapısını koruması için soğutma işlemi devam eder ve sonrasında tek tek kontrolleri makine tarafından yapılır. Hatalı ürünler banttan ayrılır. İstenilen ürünler ise gerekli testlerin yapılmasının ardından doluma hazır hale gelir.

³⁷ Plastik, petrol ve türevlerinden elde edilmektedir.

³⁸ Plastik ambalajlar; kozmetik ve gıda sektöründeki sıvı, katı, yarı akışkan her türlü ürünü muhafaza edebilecek durumda biçimlendirilirler.

³⁹ **Plastik türleri: PET (Polietilen Tereftalat);** 12 – 125 mikron kalınlığı arasındaki polyeester malzemedir. Yapısal olarak gerilime dayanır ve yüzeyi düzgündür. Isıl işlemesine bağlı olarak, şeffaf veya yarı opak olarak görülebilirler. **PE (Polietilen);** temizlik ve kozmetik ürünlerinin ambalajında yaygın olarak kullanılan malzemedir. Geri dönüşümü yapıldıktan sonra yine şampuan, çamaşır suyu, deterjan gibi ürünlerin ambalajlanması için çeşitli formlarda üretilir. **PP (Polipropilen);** orta sertliğe ve parlaklığa sahip bu malzeme, ucuz maliyetli olduğundan kullanımı şişe, cips ve bisküvi poşetlerinde görülmektedir. **HDPE (Yüksek Yoğunluklu Polietilen);** yüksek yoğunluğa sahip bu plastik türü oldukça sert ve dayanıklıdır. Atık torbalarında, kâselerde, sıvı deterjan ambalajlarında kullanılmaktadır. **LDPE (Düşük Yoğunluklu Polietilen);** düşük yoğunluklu polietilen genellikle boru üretiminde, bilgisayar parçaları için çanta yapımında, besin saklama ve laboratuvar kaplarında kullanılmaktadır. **PVC (Polivinil Klorür);** genellikle yapı malzemeleri olan kapı, pencere, tesisat malzemesi olarak kullanılan pvc, bunların yanı sıra şişe üretiminde de kullanılmaktadır. **PS (Polistiren);** çay vb. içeceklerde kullanılan köpük bardakların üretiminde kullanılan plastik malzemedir. İçeceklerin

olarak plastik ambalaj geri dönüşme uygun yapısıyla sürdürülebilirdir. Yüzey özelliklerinin sert/yumuşak yapılanmaları ürünün dokunsal tasarımında tanıtıcı niteliktedirler. Görme odaklı tasarımda ise, şeffaf veya renkli olmaları ürün albenisi açısından tasarımı etkili kılmaktadır. Ürüne ve tasarım fikrine göre biçimlendirilebilmeleri, biçimle yaratıcı tasarımları var edebilir.

Ambalaj türleri arasında en eski ve en çok tercih edilen karton ambalaj, “*Bir grafik tasarım sorunu olarak görme engellilere yönelik karton ambalaj tasarımda estetik ve işlevsellik algısı üzerine uygulamalar*” isimli tezin konusu olduğu için ayrı bir başlık altında incelenmiştir.

6.3.1. Karton Ambalaj

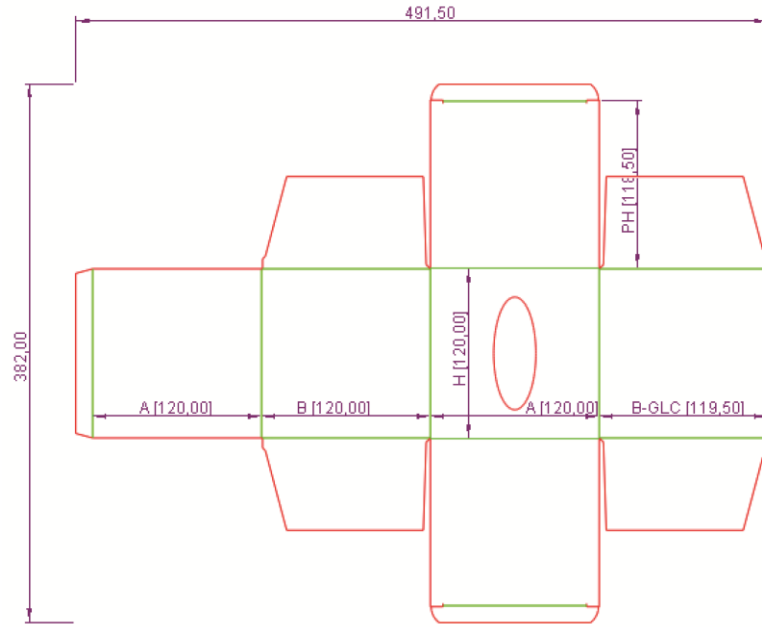
Kâğıt, kalın gramajda üretildiğinde “karton” olarak adlandırılır ve en yaygın kullanılan ambalaj malzemesidir. 10 gram/m² ile 150 gram/ m² arasındaki ürünler kâğıt olarak tanımlanırken, 150 gram/ m² – 450 gram/ m² arasındaki ürünler karton olarak tanımlanmaktadır. Çok katlı kâğıt olarak da nitelendirdiğimiz kartonun, üst yüzeyi baskıya elverişli olarak, orta ve alt katları sertlik, kalınlık, dayanıklılık özellikleri dikkate alınarak üretilmektedir. Bu özellikler sayesinde karton ambalajlar hem ürünlerin tanıtımını yapar hem de ürünü iyi bir şekilde muhafaza eder. Öyle ki karton ambalajın ürünle temas eden katlarına uygulanan laminasyon işlemiyle, sıvı ürünler bile (kutu meyve suları, sütler vb.) karton ambalaj içerisinde tüketiciye ulaştırılabilir.

Karton ambalajların üretimi ⁴⁰, içerisinde yerleştirilecek ürünün ebatlarına, ağırlığına ve kullanım amacına uygun olarak belirli bir sıralama içerisinde gerçekleştirilir. İlk olarak kutunun konstrüksiyon tasarımı belirlenir

yamı sıra tavuk, et gibi gıda ürünlerinin satışındaki köpük plastiklerin üretiminde de kullanılmaktadır. **PEN (Polietilen Naftalat)**; ısı dayanımı yüksek olan PEN tekrar kullanılabilen gıda paketlerinin ambalajlanmasında kullanılmaktadır. **Kaynaklar:** 1- Etiket ve Etiket Teknolojisi Ansiklopedisi, Michael Fairley, 2006. , 2- Emre Becer, Ambalaj Tasarımı, 2014. , 3- SASA Polyester Sanayi A.Ş., 4 – Ambalaj Sanayicileri Derneği, Ambalaj Türleri.

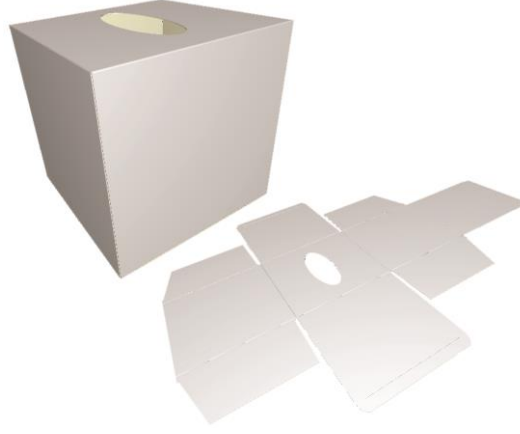
⁴⁰ Karton üretiminde; kâğıt makinesinin bir ünitesine, ilk olarak baskıya elverişli yüzeyi oluşturmak için saf selüloz oranı fazla hamur verilir. Diğer ünitelere ise orta ve alt yüzeyi oluşturacak hamur verilir. Ünitelerden sonsuz elek veya yuvarlak eleğe alınan yaş tabakalar, birleştirilir ve kurutularak karton halini alırlar. Bobinden tabaka haline gelen kartonların kesimden sonra sürekli düzgün olarak kalmasını sağlamak adına, bir süre şartlanma odalarında düzleşmeleri için bekletilir. En çok kullanılan karton türleri; norm print, exprint ve lükstriples’dir. Kartondan daha yüksek gramajda (450 gram/m² – 1200 gram/m²) üretilen ürünler ise oluklu mukavva olarak adlandırılmaktadır ve genellikle nakliye ambalajlarında kullanılmaktadır.

ve tasarımda kutunun teknik çizimi yapılarak kutu açılımı oluşturulur. Oluşturulan kutu açılımının ürüne uygun ebatlarda olması önemlidir. Ayrıca ürünü taşıyabilecek gramajda karton seçilerek katlanacak alanların ve iç içe gelecek alanların ölçülendirilmede hesap edilmesi gerekir. Bununla birlikte karton ambalaj içerisine ürünler dolm makinesi aracılığıyla yerleştirilecek ise kartonun ebatlarının ve kalınlığının dolm makinesine uygunluğu da göz önünde bulundurulmalıdır. Konstrüksiyon tasarımı, kişinin elle çizimi şeklinde yapılabileceği gibi vektörel tabanlı bilgisayar destekli tasarım programları (EngView Package Designer, Adobe Illustrator, Freehand, Corel Draw) aracılığıyla da yapılabilmektedir. Konstrüksiyon tasarımı yapıldıktan sonra üretilecek kartona çıkış alınıp (bilgisayarda yapılmış ise) kutu kesilerek maketi oluşturulur. Oluşturulan maket içerisine ürün yerleştirilerek karton ambalaj test edilir. Yapılan testte ambalajın ürünü taşıyıp taşımadığı ve ürünün içerisine tam olarak sığıp sığmadığına bakılır. Bu nedenle, karton ambalaj içerisine yerleştirilen ürün ile ambalaj arasında boşluk hesaplanarak ebatlandırılır. Testler sonucu olumsuz bir sonuç yoksa konstrüksiyon tasarımı, programlara göre belirli formatlarda kayıt edilerek kutunun grafik tasarım aşmasına geçilir.



Kaynak: EngView Package Designer Programı Kütüphanesi EVF11021 Görseli

Şekil 6.1. Konstrüksiyon tasarımı. (Kırmızı çizgiler ambalajda kesim yerini, yeşil çizgiler katlama yerlerini göstermektedir).



Kaynak: EngView Package Designer Programı Kütüphanesi EVF11021 Görselinin Üç Boyutlu Şekli

Şekil 6.2. Konstrüksiyon tasarımı yapılmış kutunun maketi.

Karton ambalaj tasarımı, vektörel tabanlı bilgisayar programları aracılığıyla, kutunun konstrüksiyon tasarımı üzerinden yapılır. Tasarım, ürünün özellikleri, hedef kitle ve müşteri istekleri doğrultusunda gerçekleştirilir. Ambalajın üzerinde ürün adı, özellikleri, gerekirse kullanım talimatı, üretici bilgileri, logo, amblem, tarih gibi bilgilere yer verilecek şekilde tasarımı yapılır ve baskının hazırlık sürecine geçilir. Baskı öncesinde ilk olarak tasarımı yapılmış karton ambalaj üretilecek olan baskı çeşidine ve tabaka karton boyutlarına göre montajlanır. Montajlama işlemi, tasarımı yapılan karton ambalajın baskısı yapılacak tabaka karton üzerine, taşma paylarının verilmesi ve kesim yerlerinin belirlenmesiyle çoklu olarak yerleştirilmesidir. Burada en önemli nokta, kutuların yan yana yerleşimi sırasında kesilecek alanların denk gelmesini sağlamaktır. Eğer kutular yerleştirilirken kesim yerleri çakışacak şekilde konulursa kesim sırasında bir kutu tam olarak kesilirken diğeri iş alanı kısmından kesilecektir. Montajı yapılan karton ambalaj tasarımının çıkışı alınarak baskı tekniğine göre kalıp hazırlanır. Hazırlanan kalıp baskı makinesine yerleştirilerek tasarımın baskısı alınır. Baskı işleminden sonra ise ambalajın konstrüksiyonuna göre hazırlanan kesim bıçağı ile tabakadan kesilerek çıkarılması sağlanır. Tabakadan ayrılan kutular, özel uygulanacak işlem yoksa (lak, selofan, gofre gibi) kırma katlama makinelerinde kutu haline getirildikten sonra dolumu gerçekleştirilir.

Karton ambalajlar, diğ er ambalaj türleri arasında maliyet en uygun, en çok kullanılan ve geri dönüşümü kolay olan malzemedir. Bu yüzden çok fazla tercih edilmektedirler. Ayrıca karton ambalajların baskısında ambalajın üzerine istenilen özelliklerde görseli destekleyecek baskılar yapılabilir. Örneğ in; gofre baskısı kabartma logolarda ve amblemlerde çok tercih edilen bir uygulamadır. Özellikle ş arap ş iş esi, zeytinyağı ş iş esi gibi ürünlerin karton ambalajlarında ve ç ikolataların karton ambalajlarında kullanımı estetik bir görüntü sağlar. Bu özellikleri karton ambalajı cazip bir hale getirmektedir.

7. BÖLÜM

GÖREMEYEN VE GÖREBİLENLER İÇİN ULUSAL VE ULUSLARARASI TASARIM ÖRNEKLERİ

7.1. Göremeyen ve Görebilenler İçin Uluslararası Tasarım Örnekleri

“Bir grafik tasarım sorunu olarak görme engellilere yönelik karton ambalaj tasarımda estetik ve işlevsellik algısı üzerine uygulamalar” adlı tez konusunun temel sorunsalı, görme engelliler için ambalaj tasarımlarının niteliklerini belirlemektir. Bu nedenle ambalaj tasarımının üretiminde ve düzenlenmesinde öncül düşünce işlevselliktir. Grafik tasarımda anlamlandırma fikir ile başlayan, dokunma duyusuyla irdelenen, zihinde kalıcılık haline dönüşen bir süreçte gelişir. Bu bağlamda estetik ve okunabilirlik ilkeleri ile uygulanmış evrensel tasarımların incelenmesi önem kazanır.

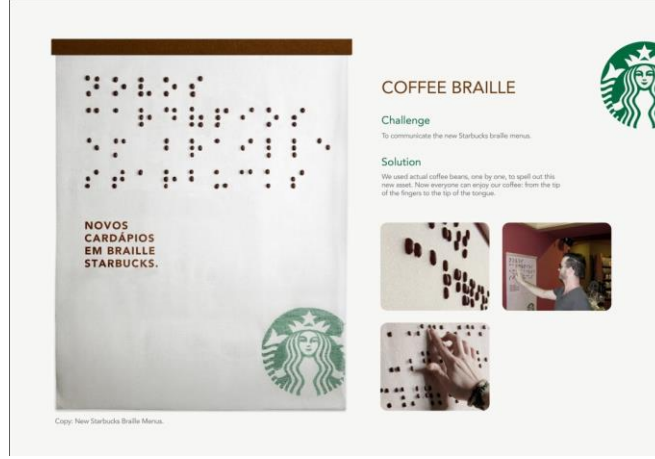
Ulusal ve uluslararası grafik tasarımın girdiğ i tüm alanlar da, görme engellilere yönelik çalışmaların geniş bir alana yayıldığı görülmektedir. Bu tasarımların çoğaltılarak yaygınlaşmasını olanaklı kılan, Braille alfabesi ve kabartma diyagramların birlikte kullanılmasıdır. Görme engelliler için yapılan her bir tasarımda, dokunsallık en temel koşuttur. Buradaki amaç dokunma duygusu ile tasarımın algısal olarak benimsenmesidir. Böylece zihinde yarattığı algı ve duyumun ‘Ne’liği tartışılabilir. Bu durum, Juhani Pallasmaa’nın incelediğ i dokunma duyusunun, görebilen bireyler için de göz duyusunun yönlendiricisi ve içselleştiricisi düşüncesine bizi yaklaştırır.

(“Beden imgesi... temelde yaşamın erken dönemindeki dokunma ve yöne bulma deneyimleriyle biçimlenir. Görsel imgelerimiz daha sonra gelişir ve anlamları bakımından dokunsal olarak edinmiş olduğumuz ilkesel deneyimlere dayanırlar.”) (Pallasmaa, 2011, s.51.)

Son yıllarda görme engelli bireyler için hem işlevsellik hem de estetik değerler ile çözümlenmiş ulusal ve uluslararası tasarım örneklerine sıklıkla rastlanır. Bu tasarımlar, dokunsal olarak mesajı iletirken, işlevselliğe vurgu yapmakta, estetik etkisiyle görenler için de seçiciliği arttırmaktadır.

Grafik tasarımcı Marcel Cuzziol tarafından yapılan “ Starbucks Spells Out Its New Braille Menu With Coffee Beans” adlı çalışması, hem işlevselliğe hem de estetiğe vurgu açısından incelenebilir. “*Parmak ucundan dilimin ucuna*” sloganıyla, menü formunda Braille alfabesiyle tasarlanmış afiş çalışmasında; Braille noktalarını temsilen kahve çekirdekleri kullanılmıştır. Kahve çekirdekleriyle gerçekleştirilen bu tipografik tasarım; kahvenin kokusuna ve tadına dair fikir veren dil oyunu çözümlemesidir. Meseleye Ludwig Wittgenstein’in dil oyunu söylemiyle⁴¹ bakıldığında; tasarıma yön verenin, zihinde bilginin oluşmasını sağlayan dokunsal deneyim alanı olduğu anlaşılmaktadır.

⁴¹ Wittgenstein’in dil oyunu söylemini Eren Rızvanoğlu şöyle aktarır: “Aslında Wittgenstein dil oyunlarının gelen bir tanımını asla vermez. Onun için bir deneyimin aktarılması, bir kitap okumak, fıkra anlatmak, bilmece çözmek v.b., bunların tümü dil oyunudur...” Kaynak: Rızvanoğlu, Wittgenstein ve Bakhtin’de tekdillilik ve çokdillilik sorunu, s.125.



Kaynak: <http://cargocollective.com/cuzziol/Braille-de-Cafe> - 25.01.015

http://designtaxi.com/news/356745/Starbucks-Spells-Out-Its-New-Braille-Menu-With-Coffee-Beans/?interstitial_shown=1 – 25.01.2015

Şekil 7.1. Braille de Café

Bu tasarım, görebilenin zihinsel algısına göremeyen bireylerin ise duyuşsal algısına doğrudan seslenir. Göremeyen bireyler kahvelerinin isimlerini afişten okuyarak sipariş verirken, görebilen bireylerde dokunma, koklama ve tat alma duyuşuyla iş birliğı yaparak tasarımı içşelleştirmektedir. Bu durum Pallasmaa'nın da belirttiğı dokunsal edimler tanımla açıklanabilir;

(“Gözler diğler duyuşlarla işbirliğı yapmak ister. Görme dahil tüm duyuşlar dokunma duyuşunun uzantıları (tenin özelleşmiş halleri) olarak değeriendirilebilir. Onlar ten ile çevre arasındaki, yani bedeninin saydamsız içşelliğı ile dünyanın dışşallığı arasındaki, arayüzlerdir.) (Pallasmaa, 2011, s.53)

Afiş tasarımında dokunma duyuşu baskın gelmesine rağmen, birçok duyuşla eşzamanlı hitap etmektedir. Robert Steiner⁴²'a göre; aslında duyuşların sayısı onikidir. Bunları Steiner şöyle sıralar; Dokunma (haptik⁴³), yaşama, hareket, denge, tatma, koklama, görme, duyma, ısı, konuşma (dil), düşünme ve

⁴² Robert Steiner; spirituel psikoloji alanında çalışan ve antropofili bilimini (insan-bilgeliliğı) geliştiren kişi. Kaynak: Erdoğan, Retinal Sinemadan Duyusal Sinemaya Doğru, s.4.

⁴³ **Haptik:** Etimolojik olarak haptik, Yunanca 'happe', 'haptikos' kökünden türemiştir. Bu kökten türeyen 'Haptestai' ise, 'dokunmak' anlamına gelmektedir.

ben duyusudur.⁴⁴ “Braille de Cafe” tasarımı R. Steiner’den yola çıkarak duyularla değerlendirsek; dokunma, tatma, koklama, görme, konuşma (dil), düşünme ve ben duyusu olarak altı farklı duyuya hitap edecek şekilde ele alındığı görülür. Dokunma duyusu burada, kahve çekirdekleriyle Braille alfabesinin okunması ve bilginin edinilmesini sağlar. Tatma duyusunu, kahve çekirdeklerinden elimize ve oradan dilimize geçişi sağladığımız kahve tadından (-ki bu sloganın çıkış noktalarından birisidir) alınır. Koklama duyusunu bu tasarımda, kahve çekirdeklerinin yaydığı kokudan (okuma sağlandığında elimize geçen kahve kokusunda da), görme duyusunu ise afişin bize görsel olarak sunduklarından (burada görme engelliler için gözle yapılan bir görme eylemi yoktur. Onlar için görmenin boşluğunu burada dokunma tamamlar ve görmenin tanımını değiştir) alınlanır. Konuşma yani dil duyusuysa; göremeyenler için Braille alfabesinin oluşturduğu tipografik dil oyununda varlık gösterir (dokunmayla deneyimlenen dil). Son olarak ben ve düşünme duyusu kendini, kahve çekirdeklerinin varlığını algılatmada ve sipariş ismi (kahve türü) nitelemekte ortaya koyar. Bütünlüklü tüm bu yapılar afiş üzerinde konumlandığında, çoklu duyu algılarıyla okuma gerçekleşir. Algı; burada göremeyen bireyler için dokunma duyusu ile vardır ve ancak deneyimlenerek anlaşılabilir. Koku ve tat alma duyusu ise bu deneyimleme de dokunmadan sonraki baskın duyulardır. Tasarımda dokunsallık, aynı zamanda görebilen bireyler için de önemlidir, çünkü afişin fikrini görmeyle-görmemeyle ilişkilendirecek dil oyunları, bu afişte dokunsallık yöntemiyle verilmiştir. Brezilya Starbucks’da bulunan ve “Braille de Café” olarak bilenen bu tasarımın ses getiren nitelikte olması, uluslararası tasarım örnekleri arasında yer almasını sağlamaktadır.

⁴⁴ Erdoğan, Retinal Sinemadan Duyusal Sinemaya Doğru, s.4. (Yaşam duyusu organizmanın kendini iyi ya da kötü hissetmesiyle ilgilidir. Ona içindeki yaşamın farkına varma olanağı verir fakat bu duyu daha çok hastalık ya da acı durumlarında, yani yaşam kesintiye uğradığında ortaya çıkmaktadır. Hareket duyusu uzuvların hareketinin farkındalığıdır. Bu duyu bedeninin belli bir bölgesi hareket ettirildiğinde içsel olarak duyumsanmasını sağlamaktadır. Eklemlerin birbiri üzerindeki etkisi ya da yürüme yeteneğinin altında yatan şey, hareket duyusudur. Denge duyusu, organizmanın çevreye uyum sağlamasına yararlıdır, ısı duyusu ısıdaki artış ve azalışların hissedilmesini sağlamaktadır. Ben duyusu ise, organizmanın kendi dışında var olan diğer organizmaların ben’ini algılayabilmesine yarayan duyudur. Kısacası diğer organizmaların “ben” tarafından nasıl duyumsandığıdır. (Steiner,1990) Duyular ve algı üzerine edinilen bilgiler arttıkça, mekanik algı modellerinin ötesinde kendimiz ve dünyaya dair farkındalığımızın çok yönlü ve çok duyulu olduğu ortaya çıkmaktadır (Green,n.d.).)

Görme engellilere yönelik uluslararası çalışmalara örnek teşkil edebilecek bir diğer alan, logo ve kurum kimliği tasarımlarında gerçekleşir. Örneğin, Kuzey Amerika Braille Kurumu ve Canadian Braille Authority'in logosu hem görebilen hem de göremeyen bireylerin algılayabilecekleri şekilde düzenlenmiştir.



Kaynak: <http://www.brailleauthority.org/tg/web-manual/index.html>

Şekil 7.2. “Braille Authority of North America” Logotype

Merkezi Amerika’da olan Braille Authority of North America (Kuzey Amerika’nın Braille Kurumu) adlı kurumunun ilk bakışta kısaltılmış adı olarak BANA okunmaktadır (şekil 7.2). Logonun tasarım nitelikleri hiyerarşik orta blok bir düzen içerisinde tipografi ve Braille harflerinin birlikteliğiyle oluşturulmuştur. Tasarımda okumayı sağlayan öncelik ve sonralık ilişkisi içinde varlık gösteren hiyerarşik yapıdır. Orta bloğun sağ kısmı kurumun en geniş açılımıyla yer alan adına vurgu yapmaktadır. Orta bloğun sol kısmı ise Braille alfabesiyle yine kurumun adı yazacak şekilde göremeyen bireyler için tasarlanmıştır (şekil 7.3. orta bloğun sol tarafı). İkili bir yazım ve okuma alanına sahip olan bu logo, dokunuş ve görünüşün birlikteliğiyle blok sistemine göre düzenlenmesinden oluşur.



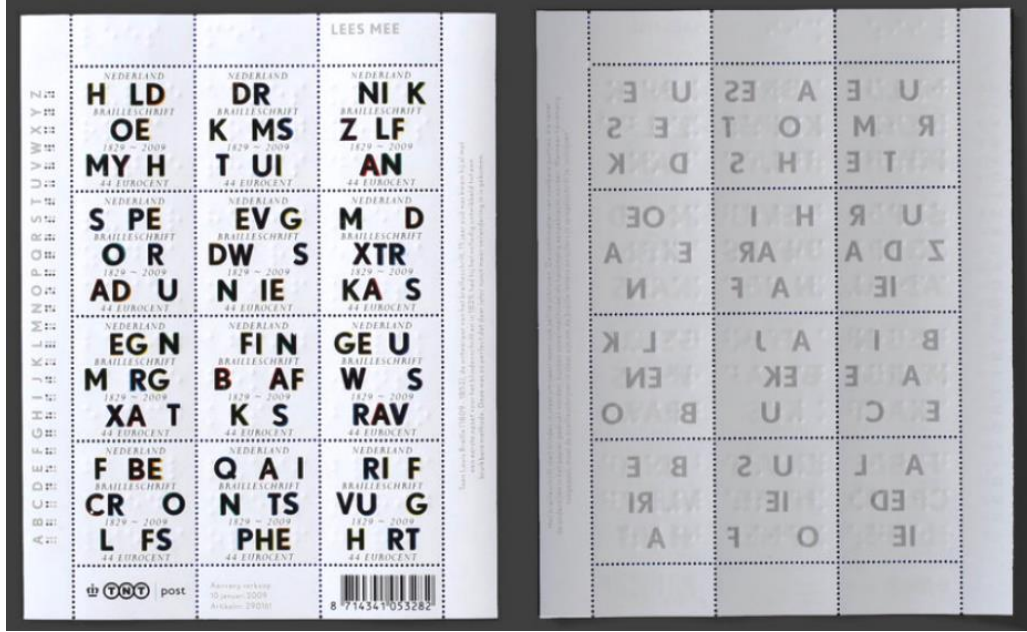
Kaynak: <http://www.brailleauthority.org/tg/web-manual/index.html>

Şekil 7.3. “Canadian Braille Authority” Logotype

Kanada’da yer alan Canadian Braille Authority (Kanadalı Braille Kurumu) adlı kurumun logosu da, BANA logosuyla benzer niteliklere sahiptir. Yuvarlak geometrik bir yapıda olan bu logo, Kanada’nın simgesi olan çınar yaprağı çiziminin dokunsallığına dayalıdır; aynı zamanda yazı Braille harfleriyle (latin harflerinin yanında) birlikte düzenlemiştir. Yuvarlak alan içerisindeki sol tarafta bulunan Braille yazımda; logonun üstünde yer alan Canadian Braille Authority’nin baş harfleri olan CBA yer almaktadır. Sağ tarafta bulunan Braille yazımda ise logonun alt tarafında yazan L’Autorité Canadienne du Braille⁴⁵ isminin baş harfleri olan ACB yazmaktadır. Her iki örnek logo tasarımı hem gören hem de göremeyen bireyler düşünülerek tasarlanmıştır.

Grafik tasarımın uygulanabildiği alanlar incelendiğinde, Braille alfabesi ile tasarlanmış “Lees Mee ” isimli posta pulu çalışması dikkat çekmektedir.

⁴⁵ Canadian Braille Authority kurumu İngilizce ve Fransızca konuşan görme engellilere yönelik Braille kullanımının geliştirilmesinin teşviğini savunur. (Kaynak: Canadian Braille Authority Standards for Teachers of Braille Reading and Writing, Matey Anne Epp Past President, Canadian Braille Authority.)



Kaynak: <http://putgootink.nl/>

Şekil 7.4. “Lees Mee Post Stamp” İsimli Braille posta pulu çalışması.

Rene Put tarafından 2009 yılında yapılan bu pul çalışması, Louis Braille'nin 200. doğum yılı anısına tasarlanmıştır. Lees Mee posta pulu tasarımı Braille alfabesi ve fontların bir arada kullanılmasıyla tipografik bir dil ile oluşturulmuştur. Pul üzerindeki yazımda; her beş karakterden üçünün normal harflerden, ikisinin Braille harflerinden veya ikisinin normal harflerden, ikisinin Braille harflerinden tasarlanmış olması bir kelime oyununa gönderme yapar. Yapılan göndermede, görebilen bireyler için kelimenin tamamlanması Braille harflerini çözerek gerçekleşmektedir. Görme engelli bireyler ise normal harflerin çözülmesiyle oyunlu ilişkiye dahil olur. Tasarımcı Rene Put kelime oyununun bu noktasında kullanıcılara kolaylık sağlamıştır. Pulun ön kısmında Braille harfleri pulun arka tarafından bakıldığında-dokunulduğunda normal harf olarak görülür. Pulun ön tarafındaki normal harfler de pulun arka tarafından bakıldığında-dokunulduğunda Braille harfler olarak yer almaktadır. Böylece pulun ön tarafındaki okunamayan karakterler arka tarafındaki kısımdan okunarak kelimenin tamamı ortaya çıkar. Örneğin; posta pulunun sol en üst karesinde yer alan kelime oyununda, pulun ön tarafında H, L, D harfleri normal harfler olarak yazarken U ve E harfleri Braille harfleri ile yazılmaktadır. Pulun arka tarafında ise U ve E harfleri normal harfler olarak, H, L, D harfleri de Braille harfleri ile yazılmaktadır. Harfler bir araya

getirildiğinde ise Hollanda dilindeki HULDE (saygı) kelimesini meydana getirmektedir.



Kaynak: <http://putgootink.nl/>

Şekil 7.5. “Lees Mee Post Stamp” İsimli Braille posta pulu çalışmasının ön ve arka kısmından kelime oyununa örnek.

Lees mee post stamp adlı bu çalışma felsefede L. Wittgenstein’ı dil oyunları düşüncesine yakın durmaktadır. Dil ve oyun sözcüklerinin benzerliğini göstermeye çalışan Wittgenstein’a göre; bir birey için kelime sadece söylendiğinde zihnimizde bir şeyler canlandıran resim değildir. Kelime kazanılmış bir deneyimdir. Bu deneyimi de yaşayarak (duyumsayarak) elde edilir ve Wittgenstein bunu açıklarken şöyle örneklendirir;

(“ ‘A ustası’, ‘B çırağına’ ‘tuğla’ diye seslendiğinde, B A’ya bir tuğla götürmektedir. Burada ‘tuğla’ sözcüğü, B’nin zihninde daha önce bir alıştırma ile öğrendiği ‘anlam’a bağlı olarak bir resim uyandırmak ile sınırlı değildir. B, bu sözcüğü duyduğunda ona uygun bir edimde de bulunmakta ve A’ya bir ‘tuğla’ götürmektedir. Sözcüğün kullanımına ve anlaşılmasına eşlik eden bu edim de yine bir alıştırma sonucu öğrenilmiştir. Bu alıştırma ile öğrenilen ‘tuğla’ sözcüğünün anlamı bir edimi de barındırmaktadır. O halde sözcüklerin ereğinin zihnin önüne resimler getirmesi, anlamlarının da (nesnelere bağlı olarak) bu resimler olduğunu söylemek dilin bütünü düşünüldüğünde doğru değildir. Bir sözcüğün anlamının olması sözcüğe karşılık gelen bir nesnenin bulunması olarak anlaşılıyorsa, bu durumda ‘anlam’ sözcüğü kural dışı kullanılmaktadır. Çünkü ‘ad’ın anlamı ile ‘taşıyıcısı’ karıştırılmaktadır. “Bay N.N. öldüğünde ad’ın taşıyıcısının öldüğü söylenir, anlamının değil. Böyle söylemek saçma olur, zira eğer ad anlam taşımayı sürdürmezse ‘Bay N.N. öldü’ demenin bir anlamı olmaz”)(Anlı, Wittgenstein’da ‘Dil-Oyunu’ Kavramı Bağlamında ‘Özel-Dil Sorunu’nun ve Yeni Bir Oyun Olanağı Olarak metafor Kullanımının İncelenmesi, s.151.)

Bu tasarımda da görmekteyiz ki görsel ile dokunsal algı sentezlemesi, bir bütünü oluşturmaktadır. Sentezleme sonucunda oluşan algı, tasarımda anlatılmak isteneni kelime oyunu ile ortaya koymaktadır. Göremeyen birey, bir kelimeyi resim olarak değil, deneyimini zihinde çağrıştırmakla anlamlandırır. Kelime oyunundaki tasarımda asıl verilmek istenen düşüncedir;

(“...görünebilenin içinde anlatılıp gösterilmeyen anlamdır”)(Vasseleu, Işıkın Dokusu, 1999, s.56)

Bu anlamlandırma, göremeyen ve görebilen bireylerin her biri için duyumsal olarak yapılanmaktadır. Rene Put tarafından yapılan Posta Pulu tasarımı 2009 yılının kasım ayında Hollanda Ulusal ödülleri sahibisi olurken, Hollanda Ulusal Posta Servisi tarafından da bastırılmıştır.⁴⁶

Görme engelli bireylere yönelik yapılan tasarımlara örnek gösterilebilecek bir diğer çalışma ve/veya çalışma serisi, Alton Brown isimli baharat karışımı ambalajlarıdır.



Kaynak: <http://www.hampusjageland.com/alton-brown>

Şekil 7.6. “Alton Brown” İsimli ürünün ambalaj tasarımı.

⁴⁶ Benuğur, Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi, Cilt:4, Sayı:2, 2014, s. 214

Grafik tasarımcı Hampus Jageland görme engelliler için, zeytinyağı balzamik sirke karışımı ve baharat karışımı olarak iki ayrı ambalaj tasarlamıştır. Alton Brown adlı bu ambalaj tasarımında; Braille alfabesiyle ürünün adı ve cinsi hakkında bilgi verilmiştir. Görebilen bireyler için görsel bir dil haline dönüşen bu tasarım, göremeyen bireyler için işlevselliği ve tasarımın sadece beğeni olmadığını ortaya koymaktadır. Bu tasarımda ikili çözüm ile görme engellilere entegre düşünülen okuma ilişkisi, Ponty'nin şu sözleriyle açıklanabilir;

(“...araçsız tarihsiz saf benlik ya da zihin her ne kadar çevremizden gelen düşüncelerin bizi düpedüz belirlemesinin karşısına çıkardığımız eleştirel makam ise de, tamamlanıp etkili bir özgürlüğe kavuşması ancak ve ancak dil aracını kullanmakla ve dünyanın yaşamına katılmakla olur)(Ponty, 2005, s.53).

Görenlerin dünyasını görmeyenlerin de algılamasına etkin rol üstlenen örneklerden bir diğeri Helena Heinz'in sabun ambalajlarıdır. Çek tasarımcı olan Heinz, sadece sabun ambalajlarını değil, aynı zamanda sabunları da kabartma yöntemiyle tasarlamıştır. Sabunların üzerinde kullanılan kabartma, ambalaj üzerindeki kullanılan kabartmalardan estetik algıyı belirginleştirmektedir.



Kaynak: <http://www.designandpaper.com/?p=4445#more-4445>

Şekil 7.7. Kabartma sabun tasarımı.

Buradaki estetik algıyı sağlayan ürünün (sabunun) kendi yapısından elde edilen kabartmalardır. Bu durum bütünlüğü ve doğallığı ortaya

koymaktadır. Böylece bu çalışma, özde var olanı, dokunma duyusuyla bütünleştirerek deneyimlendirir. Böyle bir deneyim göremeyen-görebilen bireylerin eşzamanlı olarak tasarımı içselleştirmede estetik bir rol üstlenir. Estetiğin bireyle bir bütün olduğunu ve dengeye dayandığını söyleyen Schiller'e göre; madde ile şeklin arasındaki ilişki şöyledir;

(“...güzelliğin kendisi, madde ile şekil arasında bir muvazeneden⁴⁷ ibarettir ve bizi öyle estetik bir duruma koyar ki, içtepelerimiz arasındaki muvazeneyi kendimiz duymaya başlarız.”) (Özgü, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 1949, s.469.)

Madde ile şekil arasındaki estetik ve denge, bu tasarımda ambalaj ve ürün arasındaki ilişkiyle desteklenmiştir. Ambalajın üzerindeki kabartmaların sabun yüzeyinde olduğu gibi ambalaj malzemesinden yükselmesi, ürünün yapısındaki doğallığı ve bütünlüğü formda da yinelemektedir.



Kaynak: <http://www.designandpaper.com/?p=4445#more-4445>

Şekil 7.8. Braille alfabesi ile sabun ambalajı tasarımı.

⁴⁷ **Muvazene:** Denge / Dengeleme (Kaynak: TDK - http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.55e17a4dc77763.06523513)

Heinz, tasarımlarını her yıl belirli sayıda ve belirli özel koleksiyonlar olarak üretmektedir. Heinz'in 2013 yılında hediyeleşik ve koleksiyonluk bir ürün olarak tasarladığı sabunlarını ve ambalajlarını Manufaktura firmasının iş birliğı ile piyasaya sürmektedir.

Ambalaj tasarımlarını görme engelliler için yeniden ele alan markalardan birisi Wondaree Macadamias'dır. Macadamias ailesinin çiftliğinden elde edilen fındıkların ambalajları, tasarımcı Ashlea O'Neil tarafından yeniden ele alınmıştır.⁴⁸



Kaynak: Gallery the world's best graphics, vol. 06, Spring 2010, s.147.

Şekil 7.9. Wondaree Macadamias ambalaj tasarımı.

Ambalajların tasarımlarında; tatsal özelliklerine göre farklı renklerde ambalaj kâğıtları kullanılmış ve Braille alfabesi tasarımıyla bütünlüklü yapılandırılmıştır. Örneğin; çikolatalı fındık ambalajında, çikolata rengi olan kahverengi ambalajda yer alırken, ekşi kremalı (sourcream) fındık ambalajında ekşiliğı sağlayan asit temel alınarak yeşil renk kullanılmıştır. Her türlü ambalaj rengi için yazı –Braille– beyaz olarak düşünülmüştür. Tasarımda işlevselliğı ortaya çıkaracak olan fikir, ambalajın kilit sistemi olarak mandal kullanılmasıdır. Böylece tasarım, hem görenlere hem de göremeyenlere aynı estetik hazzı uyandırmaktadır.

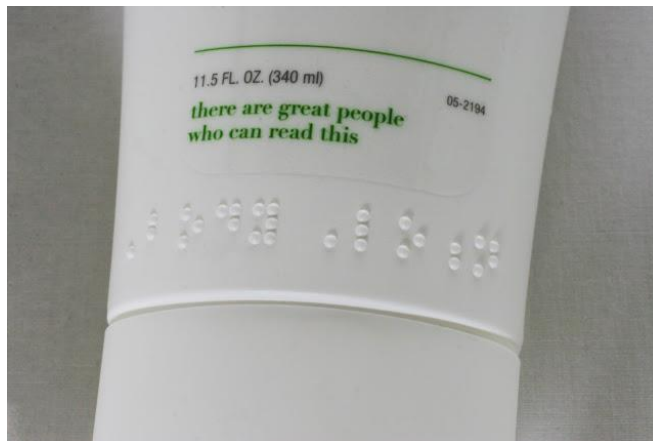
⁴⁸ Gallery the world's best graphics, vol. 06, Spring 2010, s.146.



Kaynak: Gallery the world's best graphics, vol. 06, Spring 2010, s.147.

Şekil 7.10. Wondaree Macadamias ambalaj tasarımı.

Yalnızca karton ambalaj tasarımlarında değil, diğer ambalaj türlerinde de görme engelli bireyler dikkate alınarak tasarımlar yapılmakta ve ürünler bu tasarımlarla ambalajlanmaktadır. Plastik ambalaj tasarımında, görme engelli bireylere yönelik bir diğer örnek çalışma, Cleanlogic Bath and Body Care'in banyo ve duş bakım ürünlerinin ambalajları ve etiketleridir.



Kaynak: <http://www.abeautyfeature.com/cleanlogic-the-first-beauty-brand-to-include-braille/>

Şekil 7.11. Cleanlogic firmasının Braille yazımlı duş bakım ürünü.⁴⁹

⁴⁹ 1 - <http://www.cleanlogicbodycare.com/news-and-media/august2012/>

Cleanlogic Başkanı Isaac Shapiro bu çalışmanın ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Shapiro 7 yaşından beri kör olarak yaşayan annesine anneler günü hediyesi olarak bu projeyi düzenlemiş ve görme engelliler için “bağımsız yaşama” yardımcı olmak istemiştir.⁵⁰ Shapiro’nun “bağımsız yaşama” fikri, tasarımın özgürlüğünü temel almaktadır. Bu çalışma serisi gösteriyor ki; dokunsalın duyumsaması göremeyen bireylerin hürriyetini tasarımla genişletmektedir (şekil 7.12).



Kaynak: <http://www.nydailynews.com/blogs/the-powder-room/braille-beauty-products-genius-cleanlogic-launches-new-line-blog-entry-1.1622551>

Şekil 7.12. Cleanlogic firmasının duş bakım ürünlerinin Braille yazımlı etiketleri.

Görme engelliler için üretilen metal ambalaj tasarımlarına en iyi örnekler Japonya’daki içecek tasarımları (bira kutuları, soda ve kahve kutuları) üzerinde görülebilir. Metal kabartma yöntemiyle oluşturulan bu tasarımlar (şekil 7.13.), Braille alfabesinin okunabilmesi için kutunun açma halkasının kenarında düzenlemiştir ve bilgilendirme niteliği taşımaktadır.

⁵⁰ 1- <http://www.cleandlogicbodycare.com/news-and-media/august2012/>
2- <http://www.abeautyfeature.com/cleanlogic-the-first-beauty-brand-to-include-braille/>



Kaynak: http://inventorspot.com/articles/braille_labels_make_beer_drinkin_11247

Şekil 7.13. Japonya’da bulunan bira kutusunun Braille yazımlı görseli.

Çalışma aynı zamanda otomat makinalarının köşelerinde de bu ürünleri satın almalarını sağlayan Braille yazım ile bütünlüklü bir yapıda varlık gösterir.

Metal ambalaj tasarımının bir diğer örneği, uluslararası bir firma olan Coca Cola’nın ürünlerinde görülmektedir. Coca Cola 2011 yılında, görme engellilere yönelik özel seri ambalaj tasarımlarıyla ürünlerini piyasaya sürmüştür.



Kaynak: www.psfk.com/2015/05/coca-cola-cans-with-braille-designed-for-the-blind-share-a-coke-campaign.html

Şekil 7.14. Coca Cola Firmasının görme engelliler için tasarladığı metal ambalaj.

Metal ambalajın yanı sıra plastik ambalaj etiketlerinde de özel bir seri yapan Cola firması, tasarımlarını Meksika’da bulunan reklam ajansı Anonimo işbirliğiyle gerçekleştirmiştir.⁵¹



Kaynak: www.psfk.com/2015/05/coca-cola-cans-with-braille-designed-for-the-blind-share-a-coke-campaign.html

Şekil 7.15. Coca Cola Firmasının görme engelliler için tasarladığı plastik ambalaj etiketi.

Görme engelli kişilerin eğitimine yardımcı olmak ve tasarımda farklılıkları ortaya koymak adına yapılan bu çalışma, aynı zamanda görme engelli yüz öğrencinin adı yazılarak kişiselleştirilmiştir. Deneme amaçlı “Fundación Cinopolis” (Cinopolis Vakfı) tarafından ülke genelindeki sinema alanlarında bulunan otomat makinalarına bu ambalajlar yerleştirilerek mekana konumlandırılmıştır. 2011 yılında “Share a Coke” (bir kola paylaş) sloganıyla piyasaya çıkan bu ürünler hem görme engelli kişilerin eğitimine yardımcı olmakta hem de tasarımı kişileştirme yöntemiyle markayı akılda kalıcı tutmaktadır.

⁵¹ <http://www.psfk.com/2015/05/coca-cola-cans-with-braille-designed-for-the-blind-share-a-coke-campaign.html> (Çeviri: Pelin Hayta – 18.08.2015)



Kaynak: www.psfk.com/2015/05/coca-cola-cans-with-braille-designed-for-the-blind-share-a-coke-campaign.html

Şekil 7.16. Coca Cola Firmasının görme engelliler için tasarladığı otomat makinaları.

Cam ambalaj tasarımında görme engelli bireylere yönelik en iyi örneği “Worcester Winelands” şaraplarının ambalajlarında ve etiketlerinde görmekteyiz.



Kaynak: <http://www.cephas.com/Details.aspx?ID=59062&TypeID=1&searchtype=&contributor=0&licenses=1,2&sort=DATE&cdonly=False&mronly=False>
<http://www.seriousaboutwine.co.za/2007/03/100-worcester/>

Şekil 7.17. Worcester şarabının görme engellilere yönelik etiket tasarımı ve cam ambalaj tasarımı.

Güney Afrika'nın Worcester bölgesinin şaraplarını tanıtmak ve görme engelli bireylere destek olmak adına şarap yöneticisi Bridget Zietkiewicz, tasarımları etiket üreticisi Pyrotec firmasıyla birlikte çalışmıştır. Körler Enstitüsü tarafından da onaylanan tasarımlarda her etiketin üst yarısında kabartmalar kullanılmıştır. Unilever şirketinin de desteği⁵² ile dünyanın ilk Braille baskılı şarap şişesi etiketleri olan tasarım aynı zamanda görsel bir etkiye de sahiptir⁵³.



Kaynak: Lüzzer's Int'l Archive Ads, Tv and Posters woldwide, vol. 01, Spring 2009, s.32.

Şekil 7.18. Mercedes – Benz For The Blind Spot Assist afiş tasarımı. Tasarımda "Attention: Car!" (Dikkat: Araba!) Braille alfabesiyle yazılarak araba görüntüsü oluşturulmuştur.

Sosyal sorumluluk olarak Mercedes Benz firmasının, “her sürücü kısmen kördür” (every driver is partially blind) sloganıyla tasarladığı afişleri ironik bir dile sahiptir. İroninin en eski tanımları Antik Yunan dönemine dayanır. Sokrates'in söze atfettiği tersinlemeli dil olarak varlık gösterir. Bu sloganda gören ve göremeyen bireyler için uyarıda bulunacak dil oyununun alt metni olarak ironi bulunmaktadır. Bu durum;

⁵² <http://www.wine.co.za/news/news.aspx?NEWSID=10295> (Çeviri: Pelin Hayta – 24.03.2015)

⁵³ <http://www.pyrotec.co.za/case-study/packmedia-worcester-winelands/> (Çeviri: Pelin Hayta – 24.03.2015) -<http://www.route62.co.za/route62newsitem.php?newsID=1townID=> (Çeviri: Pelin Hayta – 24.03.2015)

(“Sokrates’in söze dayalı gerçeği arama yöntemi insanlığın bilgiye gereksinim duymasının ve bu bilgiyi sorgulayabilmesini sağlamıştır. Sokrates ironisinin en önemli özelliği karşıtlıklar ilişkisi içinde varlık göstermesidir”) (Çulha, Tom Stoppard'ın oyun afişlerinin tasarımında stratejik bir yöntem olarak ironinin kullanılması, 2010, s.3) düşüncesine dayandırılabilir.

Afiş, görme engelli bireylere yönelik tasarlanmış olmasına rağmen görebilen bireylere yönelikte aynı uyarı mesajını vermektedir. Teknik olarak afişin nesnesi bir araç görüntüsüdür, Braille alfabesiyle “dikkat araba” yazısının tekrar ve tekrar yazılmasıyla elde edilmiştir.



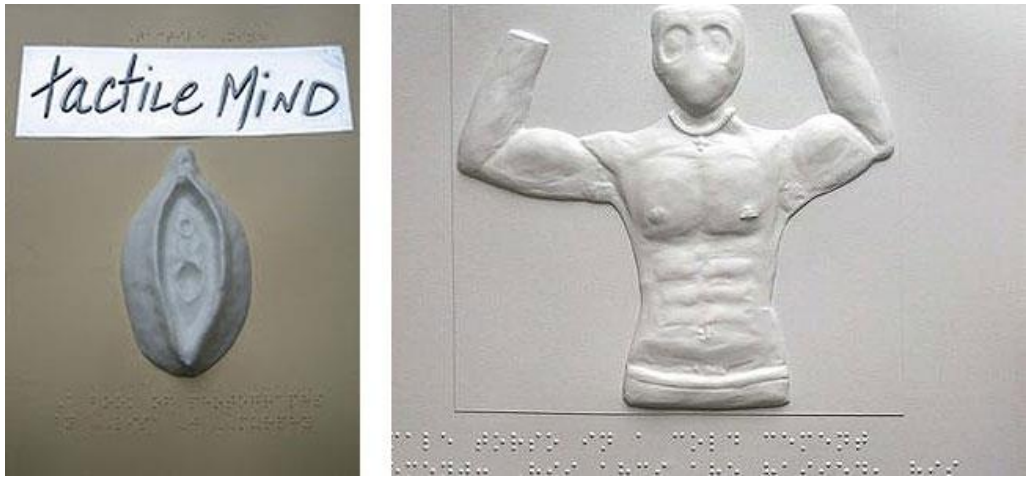
Kaynak: Lüzer's Int'l Archive Ads, Tv and Posters woldwide, vol. 01, Spring 2009, s.32.

Şekil 7.19. Mercedes – Benz For The Blind Spot Assist afiş tasarımı. Tasarımda "Attention: Motorcycle!" (Dikkat: Motosiklet!) Braille alfabesiyle yazılarak araba görüntüsü oluşturulmuştur.

Buradaki dil oyunu fikrin betimlemesi üzerine kuruludur, gönderi; görebilen bireylere resim edilirken, göremeyen bireylere dokunsal olarak iletide bulunur. Bu ileti aynı zamanda, kabartmaların ana hatlarıyla (konturla) göremeyen bireyler için de zihinde araba figürünün çizilmesine yardımcı olur. Zihinlerde oluşan araba figürü tasarımı, bilince gönderme yapmaktadır. Yapılan göndermede; “dikkat: araba” yazısı ve araba figürü, sürücüye bellekte

dikkat sağlayacak uyarıcıyı istemsiz yer edindirir. Böylece mesaj uyaran bir yapıya dönüşür.

CNIB Kurumu tarafından dokunsal grafik sertifikalı fotoğrafçı Lisa J. Murphy'in görme engelliler için tasarladığı "Tactile Mind" (dokunsal zihin) adlı erotik kitap 3D (üç boyutlu) fotoğrafların termoform⁵⁴ yöntemiyle basılmasından oluşmaktadır (şekil 4.32.).⁵⁵ Çalışmada sanatçı, fotoğrafları ve yazıları algılanabilir kılmak için kitabı, 11 inches x 11.5 inches (27,94 cm x29,21 cm) büyüklüğünde tasarlamıştır. Her bir dokunsal fotoğrafın açıklaması ise Braille alfabesi ile yazılmıştır.



Kaynak: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Epocanegocios2/foto/0,,39824519,00.jpg>

Şekil 7.20. Tactile Mind isimli erotik kitap tasarımının kapağının ve iç sayfalarından birinin görüntüsü.

Tactile Mind isimli kitap, görsel olanın duyumsanmasını sağlayacak dokunma duyusudur ve dokunma görme duyusunun önüne geçmektedir. Görme engelli bireyin dokunarak aldığı hazzı, gören bireyde gözlerini kapatarak alacaktır. Pallasmaa Rene Magritte'ten dokunma deneyiminin, kişiye zihinde hissettiğinin hazını almasını şöyle alıntılar;

⁵⁴ Termoform yöntemi sayfa 51'de detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

⁵⁵ 1- <http://tactilemindbook.com/>

2- Grafik Tasarım Eğitiminde Görme Engelliler İçin Sosyal Sorumluluk Tasarımı, Şirin BENUĞUR, Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi Uluslararası e- dergi, Cilt:4 Sayı:2, Ekim 2014, s.215.

(“yoğun heyecan halinde ve derin düşünmede görme genellikle bastırılır”)(Pallasmaa, Tenin Gözleri, 2011, s.36).

Tasarım gören bir birey gibi göremeyen bireye de haz aldırabilir bir düşünsel sürece dönüşür. Bu durumu sağlayan teknik olanakların gelişim içerisinde varlık göstermesidir. Görme duyusunun geri planda bırakılarak dokunma duyusunun uyandırdığı etki, Adrian Skotes’de dokunsal algı tanımına denk düşmektedir;

(“görsel olanın altındaki oral ve dokunsal nosyonları daha iyi korunabiliyorum (Skotes burada, görselliğin dokunsallıkta var olduğunu ve dokunsal olanın zihinde daha iyi kodlandığını vurgulamaktadır”) (Pallasmaa, Tenin Gözleri, 2011, s.73)

Bunların yanı sıra bu tasarım, Max Weber’in haptik duyu⁵⁶ ile yaptığı deneylerde bize sunduğu; dokunma öğretisinin ayırt ediciliği ve hissedilebilirliğinin daha fazla olduğunu da destekleyerek ortaya koyar. Bunu Weber şöyle ifade eder;

(“Parmak bilinçli olarak deney nesnesinin üzerinde hareket ettirilmediği sürece nesnenin biçimi ya da dokusu anlaşılmaz. (...) Şurası kesindir ki dokunma organı, pratikle daha duyarlı hale geliyor. Doğum uzmanları, örneğin, hamilelerin üreme organlarını veya henüz doğum yapmış olanları muayene ederken, az deneyimlemiş uzmanlara göre daha fazla ayırt edebilir ve hissedebilir.”) (‘Haptik’in tasarımı’ tasarım aşamalarında haptik etmenler, Kayaalp Bingel, 2009, s.3)

Tasarım alanının geniş olması, incelenebilecek çalışmalarında geniş alanlarda olduğunu bize göstermektedir. Buna örnek olabilecek en farklı alanlardan (kupa tasarımı ve hediyelik ürünler tasarımı) birisi, tasarımcı Andrew Watson’ın tasarımlarında görülmektedir. A. Watson 2014 yılında erişim ödülleri için yapmış olduğu bir kupa tasarımında da, görme engelli

⁵⁶ Haptik’in tanımı 45. Sayfanın dipnotunda detaylıca yapılmıştır.

bireylerin isimlerini kupalar üzerine Braille alfabesi ile yazdırmıştır. Böylelikle görme engelli bireyler kişisel olarak ödülleri almışlardır. Tasarımcı çalışmalarını ahşap, cam, akrilik, alüminyum gibi malzemelerle, gravür veya baskı sistemi kullanarak gerçekleştirmektedir. Watson çalışmalarına başlamadan önce hizmet vereceği projeye göre ilk olarak konsept tasarımı yapmaktadır. İkinci aşamada ise konsepti; malzeme, renk, boyut özelliklerini belirleyip üretime hazır bir şekilde olgunlaştırır. Bundan sonraki adımda tasarımında bir aksaklık yoksa ürünün adedine göre üretimini yapar ve teslimat işlemi gerçekleştirir.⁵⁷



Kaynak: <http://andrewwatsondesign.com/blog/>

Şekil 7.21. Braille alfabeli Access Awards kupa ödülü tasarımı.

Görmeyenlere yönelik ulusal tasarımlar incelendiğinde, genellikle etiket tasarımlarında ve ilaç sanayi karton ambalaj tasarımlarında, sadece Braille alfabesinin dil olarak kullanılmasıyla çözümlenmiş örneklere rastlanır.

⁵⁷ Tasarımcı Andrew Watson'ın kendi web sayfasından (<http://andrewwatsondesign.com>) vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda tasarım aşamaları yazılmıştır.

7.2. Göremeyen ve Görebilenler İçin Ulusal Tasarım Örnekleri

Dorica Olive Oil isimli zeytinyağı şişesinin etiket tasarımı görme engelliler için yapılmış ulusal örneklerden birisidir. Bu tasarımda etiket üzerinde ürün adının ve markasının Braille alfabetiyle yazıldığı görülmektedir (şekil 7.22). Braille alfabeti yazımı etiket üzerinde serigrafi baskı tekniği kullanılarak oluşturulmuştur.⁵⁸ İlk olarak etiketin tasarım programlarında görülen ve göremeyen bireyler için tasarımı yapılmış sonrasında etiketin normal baskısı alınmıştır. Görebilen bireyler için yapılan bu baskıya göremeyen bireylerin dahil olmasını sağlayan, normal baskının üzerine gerçekleştirilecek serigrafi baskıdır. Serigraf baskısı da yapılan etiket şişe üzerinde yapıştırılarak konumlandırılır.



Kaynak: <http://doricaoliveoil.blogspot.com.tr/2013/11/dorica-premium-olive-oil-turkey.html>

Şekil 7.22. “Dorica Olive Oil” Zeytinyağı şişesi Braille alfabeli etiket tasarımı.

Dorica zeytinyağı etiketinin siyah renk olması ve serigrafi baskıda şeffaf mürekkep yardımıyla kabartmaların yapılması, tasarımda dikkat çekiciliği sağlamıştır. Bunun yanı sıra, şeffaf mürekkebin siyah zemini göstermesi, malzemenin kendisinden meydana gelen bir kabartma hissi yaratmaktadır. Tasarımda yalnızca Braille alfabetiyle bilgi aktarımı

⁵⁸ Üretici Firma, Çiftsan Etiket ve Ambalaj San. Tic. Ltd. Şti.

gerçekleştirilmiştir ve bu durum görmeyen bireyler için kullanılan dilin; iletişimini sunarken, görebilen bireyler için ise etkili bir görsel dilin oluşmasına olanak tanır. Bu tasarım L.Wittgenstein'ın dili, yolların labirenti olarak tanımlayan şu sözlerini hatırlatır;

(Dil, sayısız yetenekten ve beceriden oluşan, dilsel olan veya olmayan toplumsal edinimlere dayanan bir yetidir. Bir dil imgelemek, yaşam biçimi imgelemektir.)(Rızvanoğlu, Wittgenstein ve Bakhtin'de tekdillilik ve çokdillilik sorunu, s.124.)

Anlaşılmaktadır ki, dil insanların yaşamında yol göstericidir ve bu tasarım, göremeyen bireylerin yaşamlarına entegre olarak, onların hayatındaki labirentin çözümçü bir parçası olmaktadır.



Kaynak:<http://doricaoliveoil.blogspot.com.tr/2014/01/royal-edition-naturel-sizma-zeytinyag.html>

Şekil 7.23. “Dorica Olive Oil Royal” Zeytinyağı şişesi Braille alfabeli etiket tasarımı.

Ulusal örnekler arasında yer alan bir başka çalışma, Nar Gourmet zeytinyağı ambalajı etiketlerdir (şekil 7.24).



Kaynak: Üretici Firma, Çiftsan Etiket ve Ambalaj San. Tic. Ltd. Şti.

Şekil 7.24. “Nar Gourmet” Zeytinyağı şişesi Braille alfabeli etiket tasarımı.

Yurtdışında da temsilciliği bulunan firma, ürettiği zeytinyağlarının etiketlerinde beyaz zemin kullanmaktadır. Beyaz zemin üzerinde; logosunu ve bilgisini yerleştirdikten sonra şeffaf mürekkep yardımıyla Braille baskısını yapmaktadır. Böylece, tasarımda Braille alfabesi altında kalan görsel alanlar kapanmadan istenilen kabartma elde edilir. Göremeyen bireyler için bilgi almanın önemini vurgulayan bu tasarım, görebilen bireyler için de etikette tasarımın tam alan konumlandırılmasıyla hiyerarşik yapıyı bozmadan görselliği yerleştirmiştir.

Kozmetik ürünleri incelendiğinde ise, Eyüp Sabri Tuncer Kolonya şişesi etiket tasarımlarının, görme engellilere yönelik tasarlanan nadir örneklerden biridir (şekil 7.25). Türkiye'nin ilk limon kolonyası olan Eyüp Sabri Tuncer, limon kolonyası şişesi, tıraş kolonyası şişesi ve gül suyu şişesi etiketlerini Braille alfabeli olarak bastırmaktadır. Böylelikle görme engelli kullanıcıların da hem ürün adını hem de cinsini öğrenmesini sağlamaktadır.

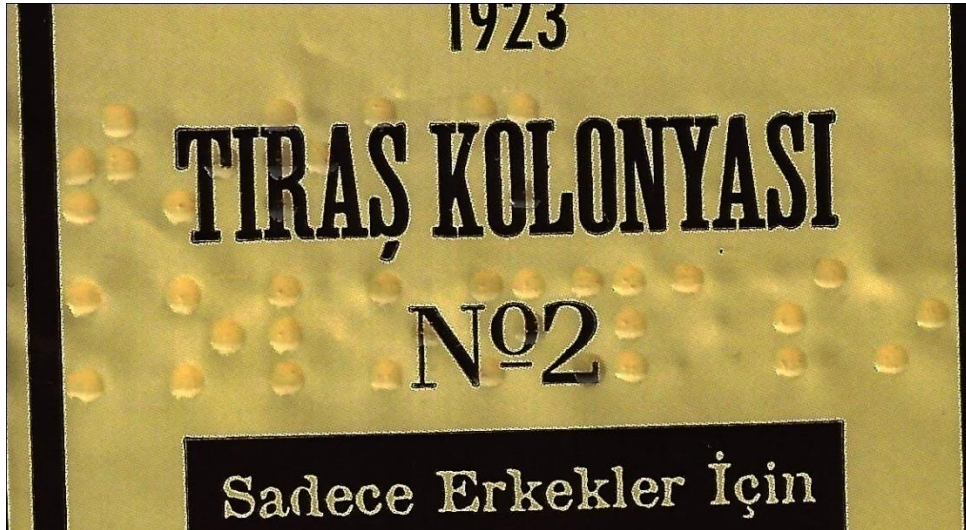


Kaynak: Üretici Firma, Çiftsan Etiket ve Ambalaj San. Tic. Ltd. Şti.

Şekil 7.25. “Eyüp Sabri Tuncer” Tıraş kolonyası şişesi Braille alfabeli etiket tasarımları.

Eyüp Sabri Tuncer’in kolonya çeşitlerinde ve gül suyu şişesinde yaptığı bu tasarımlar; her ürün hakkında verileri bilgi olarak hem görebilen bireylerin hem de göremeyen bireylerin okumasına sunmaktadır. Bu tasarım ‘Bilmek dokunmaktır’ diyen Ponty, şu sözlerini akla getirir;

(...Şeylerden gözlere ve gözlerden görüşe, şeylerden körün ellerine ve onun ellerinden düşüncesine geçenden fazla bir şey geçmez.)(Ponty, Göz ve Tin, 2012, s.48).



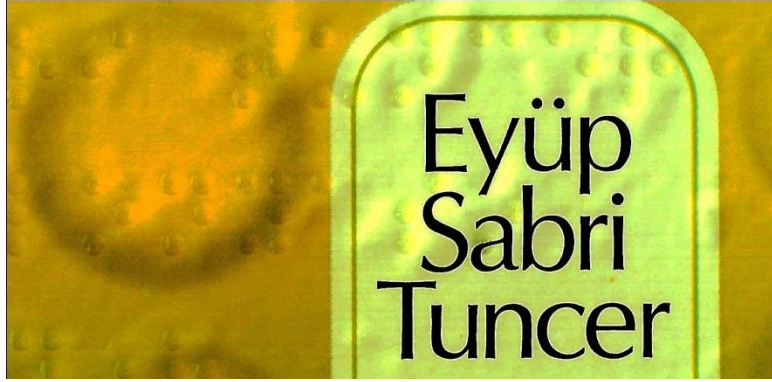
Kaynak: Üretici Firma, Çiftsan Etiket ve Ambalaj San. Tic. Ltd. Şti.

Şekil 7.26. “Eyüp Sabri Tuncer” Tıraş kolonyası şişesi Braille alfabeli etiket tasarımı. (Etiketler üzerindeki Braille alfabesinin yakından gösterimi.)



Kaynak: Üretici Firma, Çiftsan Etiket ve Ambalaj San. Tic. Ltd. Şti.

Şekil 7.27. “Eyüp Sabri Tuncer” Limon kolonyası şişesi Braille alfabeli etiket tasarımı.



Kaynak: Üretici Firma, Çiftsan Etiket ve Ambalaj San. Tic. Ltd. Şti.

Şekil 7.28. “Eyüp Sabri Tuncer” Limon kolonyası şişesi Braille alfabeli etiket tasarımı. (Yakından Gösterimi.)

Bu çalışma da, grafik tasarımda mesajı iletme sürecinin hem estetik hem de işlevsel bir düzenlemeyle yapılan ulusal ve uluslararası örnekler üzerinde durulmuştur. Bu durum tasarımın sadece görme duyusu ile değil aynı zamanda dokunma duyusu ile de kurgulanabileceğini bize hatırlatmaktadır. Burada ki; “görmek” kavramı, duyular yardımıyla mesajın zihinde görüntüsünü oluşturma algısına dayanır. Anlamlandırmayı sağlayacak olan, çoğu zaman göz değil, el organının yardımıyla oluşan zihinde görme işlemidir. Mesajı iletmenin yanı sıra estetik kavramının işlenmesi ise; dokunma duyusunun zihne aktardığı kıvrımlar, yerleşim, kontur, derinlik gibi kavramların bütününe doğru bir dil olarak bir araya getirilmesiyle oluşur. Friedrich Schiller’de belirttiği gibi güzellik bütünlüktür.⁵⁹ Tasarımda bütünlüğün sağlanması ve tasarımın

⁵⁹ İnsanın Estetik Terbiyesi Üzerine Mektuplar, Dr. Melahat Özgü, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, Cilt:7, Sayı:2, 1949, s.467. [Schiller, “İnsanın estetik terbiyesi üzerine mektuplar” ında hususiyetle güzellik mefhumunu işlemiştir. Onun için güzellik bütünlüktür. Bu da yalnız iki kuvvetin birleşmesiyle değil, insandaki bütün kuvvetlerin, bütün yeti ve içtepelerin gelişmesiyle elde edilir; o zaman anca aralarında bir ahenk meydana gelir.

işlevselliği belirli tekniklerin uygulanması sonucu elde edilir. Görme engelliler yönelik tasarımda estetiği, işlevselliği, mesajı ortaya koyan teknikler, görebilen bireyler için yapılan tasarımlarla düşünsel farklılık göstermemektedir. Bu teknikler sadece ile tasarıma yeni bir anlam katmanı eklemesinde ve yeni tasarımların yaygınlaşmasında etkin rol üstlenebilir.

8. BÖLÜM

GÖRMEYENLERE YÖNELİK AMBALAJ TASARIMLARINDA UYGULAMA ALANLARI

8.1. Görmeyen Bireylerin Estetik ve İşlevsellik Algısı Üzerine Karton Ambalaj Uygulamaları

Ambalajlar, günlük hayatta aldığımız her ürünü muhafaza etmek, tanıtmak ve benzerlerinden ayırt edilmesini sağlamak için çeşitli malzemelerden üretilen ürünlerdir. Bireylerin aldıkları ürünün markasını, cinsini, miktarını estetik ve işlevsel olarak algılamasını sağlayan grafik tasarımın çözümlene yöntemleridir. Grafik tasarım ürünlerinden birisi olan karton ambalaj da aynı şekilde kullanıcıya ürünün korunma ihtiyacı dışında, işlevini ve mesajını estetik bir ifadeyle sunar. Denebilir ki, tasarımda estetiğin ve işlevin yanı sıra sürdürülebilir olması özelliği de önemli rol oynar. Çünkü ürünler satın alındıktan sonra da ambalajın koruma ve bilgilendirme işlevi devam eder.

Görebilen bireyler için ambalajın seçiciliğinde ne kadar kıstas var ise, bu kıstaslar göremeyen bireyler için de uygulanmalıdır. Bu durumda ambalajın göremeyen bireyler için diğer ambalajlardan ayırt edilmesini sağlayacak olan dokunsal diyagramlar ve Braille alfabesidir. Braille alfabesi, formu çizilmesini, zemin üzerinde farklı konumlandırılmalarının yapılmasını, ambalaj dokusuyla verilmesini vb. olanaklı kılarak, ambalajda göremeyenler yönelik çözümcü yaklaşımları ortaya koymaktadır. Dokunsal diyagramlar ve Braille alfabesi kullanılarak ambalaj bilgi verme görevini yerine getirir. Dokunsal tasarımın bilgilendirme yapısı, ambalaj tasarımlarında mesajı taşıma-üretme-düşündürme yöntemleriyle alıcıya iletir. Ancak böyle bir dil olarak yapılan grafik tasarım, göremeyenler için de iletişim ağına dönüşebilir.

Güzellik bu ahenktir. ... Tabiatın parçalamış olduğu bütünü, biz ancak sanatla elde edebiliriz (6. Mektup) (s. 468.). ...Parçalanmış insanı bütünleyecek, bozulmuş medeni insanı gene mükemmel kılacak kudret yine güzelliştir (s.468).]

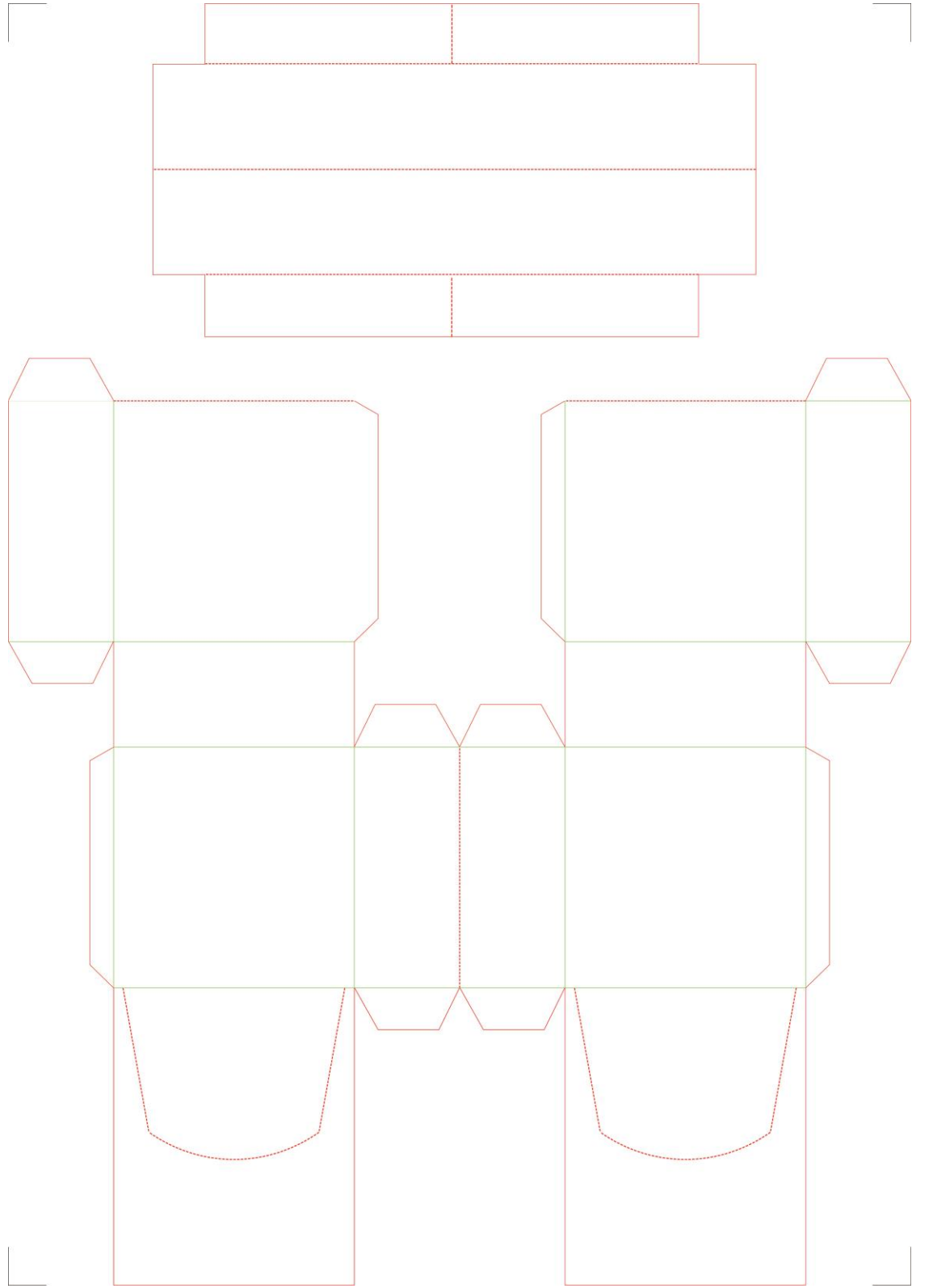
8.2. Kozmetik Sektöründen “Kotex” Ambalajının Yeniden Tasarımı Ve Üretimi

Kotex ambalaj tasarımının uygulamalarına geçilmeden önce var olan ambalajın formu, yapısı, işlevi ve gereksinimleri incelenmiştir. İnceleme sonucu yapılacak yeni tasarımın hedef kitlesi kadınlar olduğu belirlenmiştir. Kadınların hijyenik olarak günlük tükettiği ‘kotex’ adlı bu petin, büyüklüğü ve bütünlüğü kullanım ve taşıma koşullarını zorlaştırmaktadır. Ambalajın yeniden tasarlanmasına etken olan düşüncedir. Bu nedenle ambalajın sürekli taşınabilir yapıda olmasını sağlayacak ve tasarıma yön verecek işlevsellik ve estetik yapılanmanın da etkisini arttıracak bir fikir belirlenmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Ambalajdaki yeni tasarım için çözümü aranırken fark edilen, sorunun kutu içerisinde 28 adet ürünün yer almasından kaynaklandığı belirlenmiştir. Bu durum, hâlihazırdaki tasarım ürünün taşınmasında zorluk yaratmaktadır. Bu nedenle, ürünün haftalık (7x4'lük) ihtiyaç adedine göre ve birbirinden ayrılabilir yapıda tasarlanmasıyla, sorunun çözülebileceği fikri ortaya atılmıştır. Aynı zamanda bu fikir, kutunun işlevselliğinin artırılmasında da etken olacaktır.

Kotex ambalajının tasarımında, formunun oluşturulması için öncelikle kutunun konstrüksiyon tasarımı (Adobe Illustrator programında seri üretim ürünlerde kutunun konstrüksiyonu “Engview Package Designer” gibi ambalaj tasarım programlarında yapılır) çizilmiştir. Çizim yapılmadan önce, ambalaj içerisinde yer alacak ürün ebatları hesaplanmış ve ambalajın ölçüleri oluşturulmuştur. Kutu ayrılabilir bir yapıda olduğu için kutuları birleştirecek bir taban yapısı da ayrıca ölçülendirilerek yapılandırılmıştır. Konstrüksiyon tasarımında kırmızı çizgiler kutunun tabakadan ayrılmasını sağlayan kesim çizgilerini tanımlarken, kırmızı kesik çizgiler perforaj çizgileri⁶⁰ kesimi tanımlamaktadır. Yeşil çizgiler ise kutunun katlama izlerini göstermektedir. Kutunun kesimi yapılacağı zaman yeşil çizgilerin üstü kesim kalıbındaki kör bıçak yardımıyla ezilerek kutunun rahatça katlanmasını sağlamaktadır. Tüm kesme, katlama işlemini aynı standartlarda yapan kutunun kesim kalıbıdır.

⁶⁰ **Perforje:** kutunun kesimi yapılırken tam kesim olmayacak fakat koparılabilir olması gereken alanların yarım kesimle kesilmesidir. Buna örnek olarak sinema biletleri veya kuponlar gösterilebilir. Bu tür tasarımlarda da sayfadan sonradan ayrılması istenen alanlar yarım kesim olarak kesilir.

Tirajı yüksek olan işlerde, kesim makinesi yardımıyla seri bir şekilde karton ambalajlar, basılan tabakadan ayrılır ve formunun yapıştırılmadan önceki hali ortaya çıkartılır. Tez çalışmasında, kutunun uygulanabilirlik testi için az sayıda baskısı alındığından dolayı kesimi lazer kesim ile yapılmıştır. Çünkü tirajı düşük işlerde kesim kalıbı maliyetli olmaktadır.



Şekil 8.1. “Kotex” ambalajının konstrüksiyon tasarımı.

Kutunun form tasarımı belirlendikten sonra görsel tasarımına geçilmiştir. Görsel tasarımda ilk olarak, görebilen ve göremeyen bireyler için markanın tanıtılmasını sağlayan logo yeniden yapılandırılmıştır. Var olan “Kotex” logosunun son karakteri üzerinden başlayacak şekilde Braille alfabesi aracılığı ile “Kotex” yazısı yazılmıştır. Yazımda özellikle kırmızı renk markanın sunduğu hizmete genel bir vurgu yapması için kullanılmıştır. Bu vurgunun yanı sıra, logoda Braille alfabesinin renkli olarak yazılmasındaki amaçlardan birisi de görebilen bireylere yönelik estetik bir görünüm oluşturmaktır. Okunabilirlik açısından ise Braille noktaların büyüklüğü standartlar göz önüne alınarak belirlenmiştir. Böylece ambalaj malzemesinin de ortaya koyduğu düz zemin yapısı ve sertlik derecesiyle beraber okumanın hızlı ve kolay anlaşılabilir bir yapıda olması hedeflenmiştir.



Kaynak: http://www.kotex.com.tr/data/logo/logo_kotex.jpg

Şekil 8.2. “Kotex” markasının var olan logosu.



Şekil 8.3. “Kotex” logosunun görme engellilere yönelik yeniden tasarlanması.

Logo tasarımı ve konstrüksiyonun tasarımı bir arada düşünülerek diğer grafik iletiler ile bütünlük oluşturacak belirli bir blok sistemiyle ambalajın üzerinde düzenlenmiştir. Bu aşamada ilk olarak, logo kutu yüzeyindeki doğru konumu aranmıştır. Öncelik markanın okunmasıdır. Ardından, ambalaj üzerinde yer alması gereken bilgiler yazılarak blokları düzenlenmiştir.

Blokların düzenlenmesindeki görüntüyü daha estetik ve dikkat çekici kılmak adına; kendi içerisinde satır uzunluğunun giderek azalan bir yapıyla sola ve sağa bloklandırma sistemi kurulmuş ve bu düzende yazılar alt alta yerleştirilmiştir. Yerleşimdeki boşluk kutunun arka kısmında yer alan yüzey alanı ölçüsüne göre hesaplanarak belirlenmiştir. Bu şekilde bir blok yapısıyla görebilen bireylere yönelik okumada gözü rahatlatıcak ve okumayı sıkıcılıktan çıkarıp ilgi çekici hale getirilmesi ayrıca planlanmıştır.

 **Kimberly-Clark**

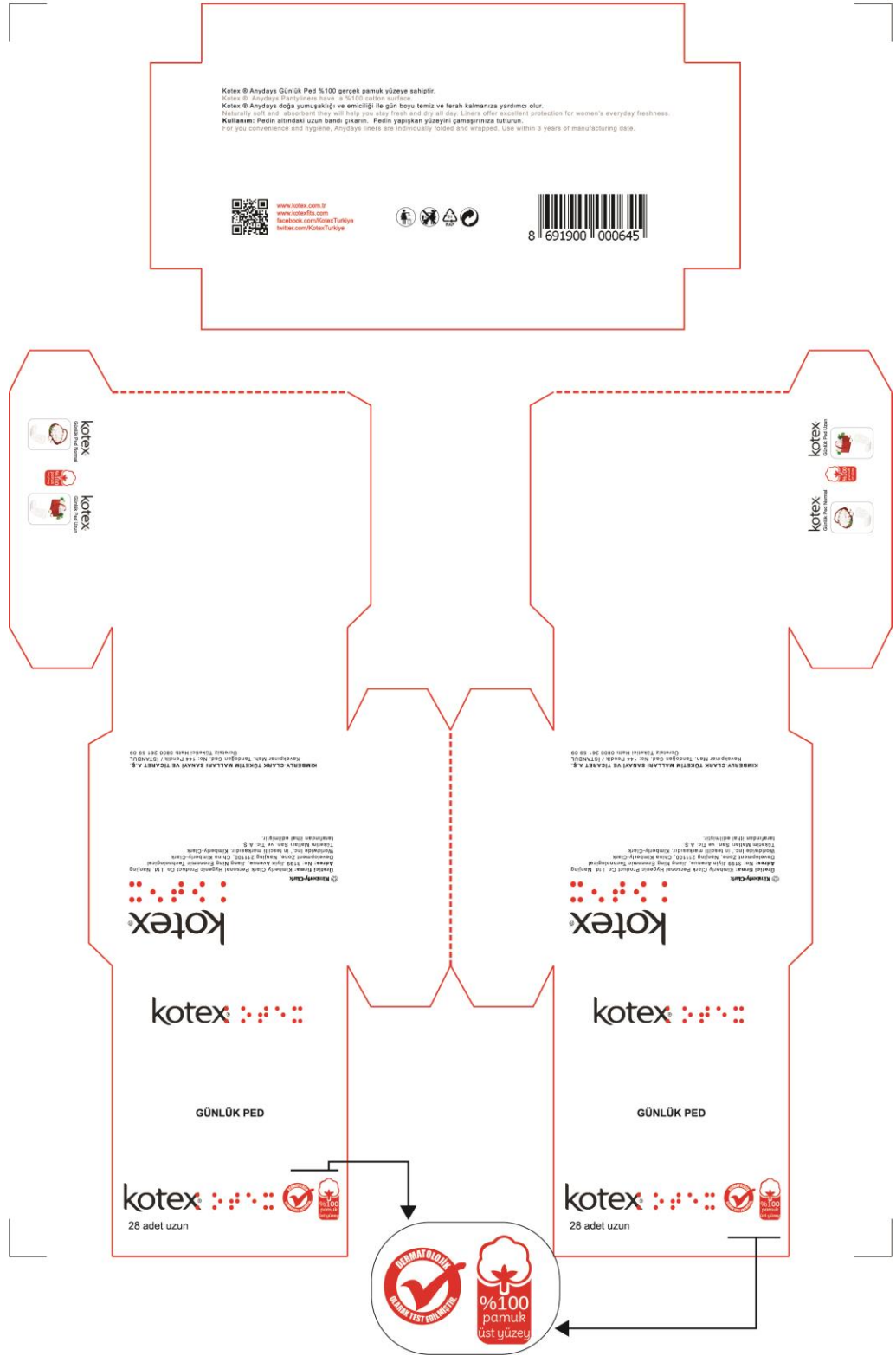
Üretici firma: Kimberly Clark Personal Hygenic Product Co. Ltd. Nanjing
Adres: No: 3199 Jiyin Avenue, Jiang Ning Economic Technological
Development Zone, Nanjing 211100, China Kimberly-Clark
Worldwide Inc.' in tescilli markasıdır. Kimberly-Clark
Tüketim Malları San. ve Tic. A.Ş.
tarafından ithal edilmiştir.

KIMBERLY-CLARK TÜKETİM MALLARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
Kavakpınar Mah. Tandoğan Cad. No: 144 Pendik / İSTANBUL
Ücretsiz Tüketici Hattı 0800 261 59 09

Şekil 8.4. “Kotex” ambalajında yer alan bilgilerin blok sisteminin yeniden tasarlanması.

İçerik-kullanım bilgisi, uyarıcı semboller, barkod ve kare kod kutuları birleştirecek olan taban yapısı üzerinde konumlandırılmıştır. Üretici firma bilgileri kutuların her birisinin arka tarafına, ürün bilgisi veren görseller ise yanal yüzeylere yerleştirilmiştir. Ürünün, hijyenik ve uzmanlarca onaylı olduğunu belirten çizimler de ön yüzeylerde çizilerek konumlandırılmıştır.

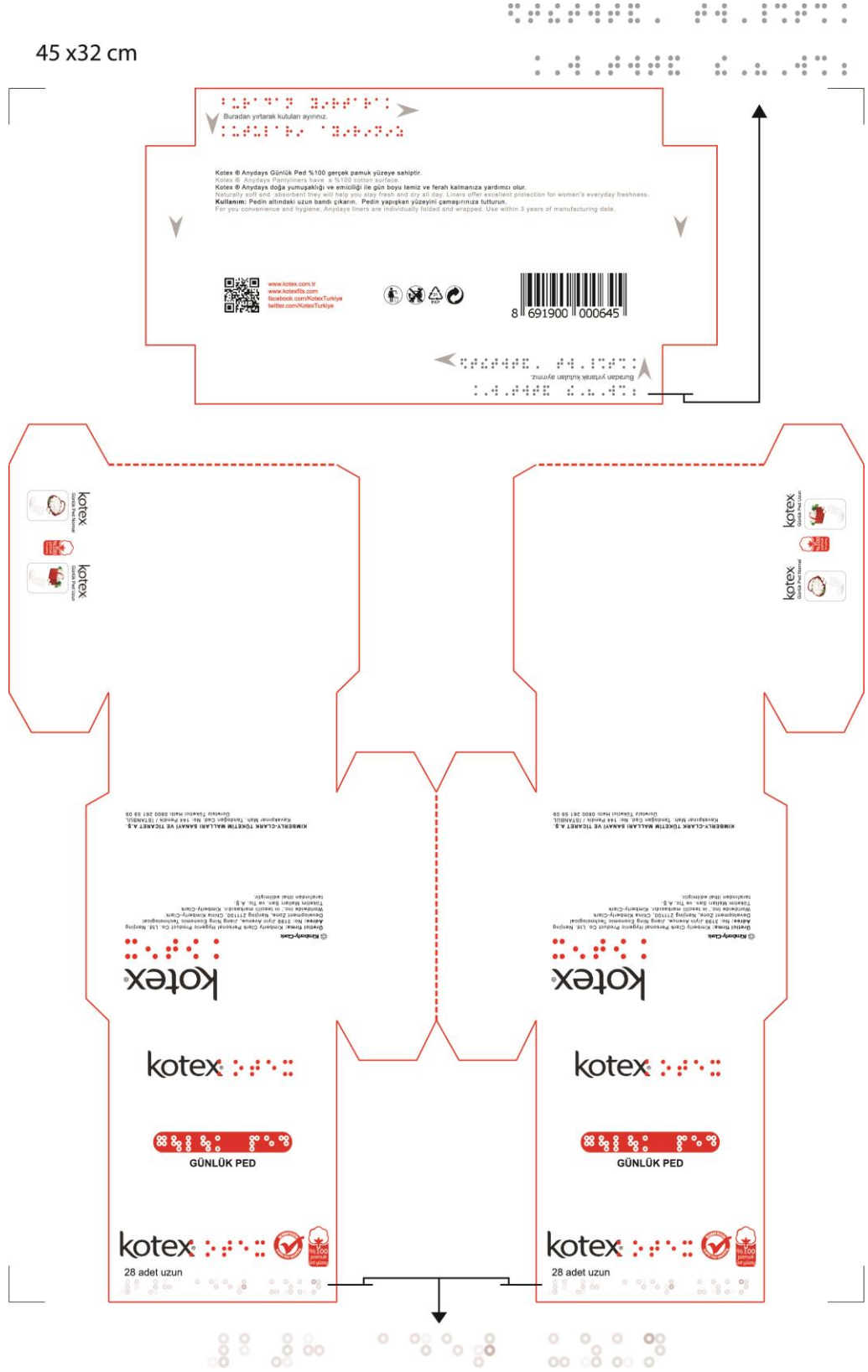
45 x32 cm



Şekil 8.5. “Kotex” ambalajının Braille alfabesi ve diyagramları yerleştirilmeden önceki tasarımı.

Görebilen bireylere yönelik tasarım aşamasının tamamlanmasının ardından, kutunun görme engellilere yönelik tasarım evresine geçilmiştir. Bu evrede; kutu yüzeyine kabartması yapılacak olan Braille alfabesi ve diyagramların yerleşimi, şekilleri (göremeyenler için okunabilir ve estetik formları), renkleri(görebilenler yönelik tasarımda estetiği yakalamak için) tasarlanmıştır. Göremeyen bireyler için kutunun ön tarafında ürünün türü ve kaç adet olduğu bilgisi Braille alfabesi ile yuvarlaklar konturla gösterilmiştir. Tam bir yuvarlak kabartma yerine halka kabartmaların tasarımda oluşturulmasıyla göremeyen bireylere yönelik dokunsal estetiğin sağlanması hedeflenmiştir. Bu tasarımda konturlara verilen beyaz, açık gri, gri renk geçişlerinin kartonun yapısıyla bütünleşmesi düşüncesinde, görebilen bireylerin estetik algısına seslenilmesi amaçlanmıştır. Ürünün cinsi Braille alfabe ile beyaz renkte kurgulanmış ve zeminin beyazının dokusunun etkisinden faydalanılmak istenmiştir. Kutunun birleştirici taban yapısında ise, kutuların ayrılma noktaları ve yönleri diyagramlar yerleştirilerek belirtilmiştir.

45 x32 cm



Şekil 8.6. “Kotex” ambalajının Braille alfabesi ve diyagramları yerleştirildikten sonraki tasarımı.

“Kotex” ambalajının tasarımı tamamlandıktan sonra prova baskısı alınarak maketi oluşturulmuştur. Oluşturulan makette form hataları, tasarım hataları olup olmadığı kontrol edilmiştir. Hata tespiti tamamlandıktan sonra düzenlemeler yapıldıktan sonra yeni bir maket uygulama hazırlanıp görmeyen bireylerin denetimine sunulmuştur.

Ambalajın üretimi 6 aşamada yapılmıştır;

1. Aşama: Bu basamakta ambalajın formunu oluşturacak olan kâğıt/karton seçilmiştir. Karton⁶¹ cinsi ve gramajı var olan ambalaj üzerinden yola çıkılarak, 350 gram/m² mat kuşe şeklinde belirlenmiştir.

2. Aşama: Karton cinsi belirlendikten sonra baskıya geçilmiştir. Ambalajın az sayıda olmasından dolayı, dijital baskı yöntemiyle baskısı alınmıştır. İlk olarak dijital baskı için ambalaj tasarımı 35 cm x 50 cm tabaka üzerine yerleştirilmiştir. Ardından baskısı alınmıştır.

3. Aşama: Baskının ardından ambalajın renklerini ve yapısını dış etkenlerden korumak amacıyla selofan kaplama yapılmıştır.

4. Aşama: Ambalaj yüzeyinde kabartmaları sağlayacak olan lak uygulaması için pozlandırma filmi çıktısı alınmıştır. Pozlandırma filminin alınmasında ki amaç; kabartması yapılacak alanların belirlenmesi ve kabartma yönteminde kullanılan serigrafi baskı kalıbına görüntünün transferini sağlayacak gerekli malzemenin elde edilmesidir.

5. Aşama: Serigraf baskı tekniği yardımıyla uygulanan lak için öncelikle, serigrafi kalıbı film ile beraber pozlandırılmıştır. Pozlandırma sonucu kalıp yüzeyinde görüntü oluşumunu sağlayacak alanlar boşaltılarak kalıp yıkanmış ve bir sonraki aşama olan serigrafi tezgahına yerleştirilmiştir. Kalıp yerleştirildikten sonra ambalaj baskısı kalıp altına yerleştirilmiş ve kalıp üzerine lak (transparan mürekkep) dökülüp yüzeyden rakle yardımıyla çekilerek kabartılacak alanlara mürekkep transferi yapılmıştır. Baskı, lak uygulamasının ardından kurutmaya alınmış ve yüzeyin üzerindeki kabartmalar oluşturulmuştur.

⁶¹ 150 gram/m² - 450 gram/m² aralığındaki kâğıt ürünler karton olarak adlandırılırlar.

6. Aşama: Lak işleminin ardından kutunun lazer kesimi yapılarak baskı tabakasından ayrılması ve formunun oluşturulması sağlanmıştır. Kesilen ambalaj katlama yerlerinden katlanıp, birleşim yerlerinden yapıştırıldıktan sonra ambalajın üretimi tamamlanmıştır.

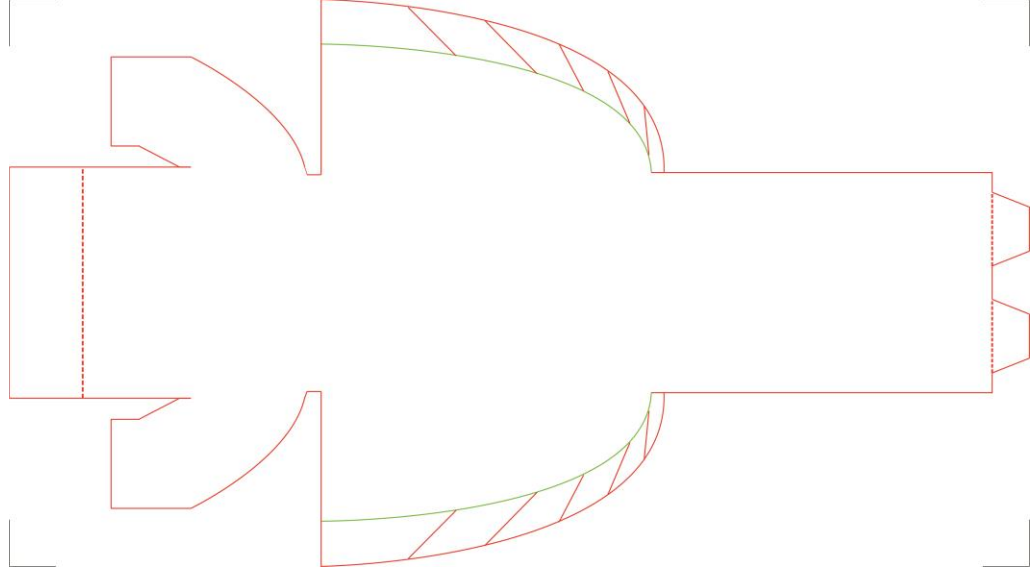


Şekil 8.7. “Kotex” ambalajının tasarımı.

8.3. Kozmetik Sektöründen “Dove” Kadın/Erkek Sabun Ambalajının Yeniden Tasarımı Ve Üretimi

8.3.1. “Dove” Kadın Sabun Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi

“Dove” adlı sabun markasının kadınlara yönelik bu ürününde kullanılan karton ambalajın temel nitelikleri incelenmiştir. Ambalajın tasarımında istenilen tasarım niteliklerinin ön plana çıkarılmasını hedefleyen fikirler ortaya konulacak şekilde, yeni tasarımın yapılandırılması için temel noktalar belirlenmiştir. İlk olarak var olan halihazırdaki ambalaj tasarımının formunun kadına yönelik olmadığı düşüncesi belirmiştir. Ambalajın form tasarımı sürecinde kadınlara yönelik sabun ambalajının nasıl tasarlanması gerektiğine dair “kadını çağrıştıracak oval hatlar nasıl yapılandırılabilir?” sorusu sorulmuştur. Bu soru doğrultusunda içerisinde yer alacak olan sabun ölçüleri dikkate alınarak ambalajın bütününe oval bir hat vermesi fikri ortaya atılmış ve konstrüksiyon çizimi yapılmıştır.



Şekil 8.8. “Dove” kadın sabun ambalajının konstrüksiyon tasarımı.

Yapılan form tasarımında; oval yapılanma ile görme engelli bireylerde dokunma duyusuyla verilecek estetik algı ve tasarımın cinsiyete bağlı algısının oluşturulması hedeflenmiştir. Aynı hedef, görebilen bireylerin görmenin ötesine geçerek, dokunma duyusunu tasarımda aktifleştirmeleri ve tasarımı hissetmelerini sağlamakla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bunun yanı sıra işlevsellik bakımından tasarımın sürekliliği adına ambalajın kapak kısmı kilit kapak olarak tasarlanmıştır. Böylece görme engelli bireyin ambalajın yapısını kolay çözümlenecek ve kullanılabilir olacaktır.

Ambalajın form tasarımının ardından, tasarım görsel ve dokunsal tasarımına geçilmiştir. İlk olarak yüzey üzerinde logonun, bilgilerin, görsellerin ve satışı sağlayacak sistem görüntüsünün (barkod) konumlandırılması planlanmıştır. Düşünsel sürecin sonunda ambalajın stantta duruş şekli düşünülerek ön, arka ve yanal yüzeylerde nelerin yer alması gerektiğine karar verilmiştir. Dove’ un var olan logosu ambalajın ön yüzeye yerleştirilmiştir. Görsel logonun hemen alt tarafında görme engelliler için Braille alfabesiyle de “dove” yazılarak marka okutulabilmiştir. Braille alfabesi ile markanın yazımı yapılırken çok açık bir gri ton rengi yazıya verilerek görebilenler için bir desen ifadesi oluşturulmuştur. Böylece Braille kabartma, görebilenlere yönelik estetik algıya yönelik görsel destek şeklinde kullanılmıştır.

Dove



Şekil 8.9. “Dove” logosunun görme engellilere yönelik tasarımı.

Logoda yer alan kuş şekli ise tek bir defa kabartma yapılması planlanarak logonun yanında çizilmiştir. Yazı ve şekil arasındaki boşluk, şeklin alt tarafına gelecek olan bilgi yazısı hesaplanarak bırakılmıştır.

Logonun konumlandırılması yapıldıktan sonra ön yüzey, arka yüzey ve yanal yüzeylere gelecek olan bilgi yazılarının boyutları, renkleri ve konumlandırmaları yapılmıştır. Ön yüzeye sabunun türünü belirten “nemlendirici krem” ifadesi sabunun özündeki bileşenler düşünülerek yeşilin açık ve koyu tonuyla yazılmıştır. Aynı ifade görme engelli bireyler için Braille alfabesi aracılığı ile logodaki açık gri tonla yazılmıştır. Böylece görüntüde sadelik ve logoyla bütünlük taşıyan bir görünüm kazanılması hedeflenmiştir. Sabunun bileşenindeki “yeşil çay ve salatalık özlü” ifadesi, kutunun sağ yanal yüzeyine yine aynı tonların vurgusunu yakalamak adına açık ve koyu yeşil renkleriyle yazılmıştır. Tasarımdaki bütünlüğü korumak adına ifade, tasarımda bütünlüğü koruyacak biçimde açık gri tonlu Braille yazımla yinelenmiştir. Sol yanal yüzeye ise, Dove markasının salatalık ve yeşil çay özlü ürünler için oluşturduğu “go fresh, touch fresh” sloganı görenler ve göremeyenler için aynı renklerle konumlandırılmıştır. Kutunun arka kısmında yer alması gereken içindikiler ve üretici firma bilgileri yazılmıştır. Bu yazım yapılırken, kutunun boyutsal ebatlarının küçüklüğü göz önünde bulundurularak blok yapısı kurgulanmıştır. Blok yapısında; yüzey alanın ferah bir okuma gerçekleştirebilmesi ve bilgilerin sığdırılabilmesi adına, yerleşimde okunabilecek düzeyde küçük punto tercih edilmiştir. Ayrıca dikkat çekmek ve okunabilirliği etkili hale getirmek amacıyla metnin içerisindeki İngilizce yazımın rengi açık yeşil yazılmıştır. Böylece metnin sıkıcı okumadan

çıkartılması hedeflenmiştir. Bu da görebilen bireylerde tasarımın okunabilirliğine ilişkin küçük yüzey alanı çözümlemesi olmuştur.

İçindekiler / Ingredients: Sodium Lauroyl Isethionate, Stearic Acid, Sodium Palmitate, Sodium Stearate, Aqua, Sodium Isethionate, Lauric Acid, Sodium C14-16 Olefin Sulfonate, Sodium Plum Kernelate, Parfum, Camellia Sinensis Leaf Extract, Cucumis Sativus Fruit Extract, Glycerin, Propylene Glycol, Dipropylene Glycol, Sodium Chloride, Zinc Oxide, Tetrasodium EDTA, Tetrasodium Etidronate, Sodium Benzoate, Potassium Sorbate, Citric acid, Bezoic Acid, Sorbic Acid, Alumina, Alpha-Isomethyl Ionone, Benzyl Alcohol, Butylphenyl Methoxypropional, Citronellol, Coumarin, Hexyl Cinnamal, Limonene, Linalool, CI 19140, CI 42090, CI 77891.

Dove Fresh Touch Cream Bar ile tazeleyici bir hafiflik hissi. Salatalık ve yeşil çayın ferah, taze kokusu 1/4 nemlendirici krem içeren ultra-hafif formülden oluşmaktadır. *A refreshingly light sensation. The crisp, clean fragrance of cucumber & green tea in an ultra-light hydrating formula.*

İthal Eden: Unilever Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Değirmenyolu Cad. Huzur Hoca Sok.
No: 84 34752 İçerenköy / İstanbul
Producer / Üretim Yeri: Unilever
Deutschland Produktions GmbH & Co. OHG,
Rhenaniastrasse
76-102, 68219
Mannheim,
Germany /Almanya



Made in Germany



100 g e

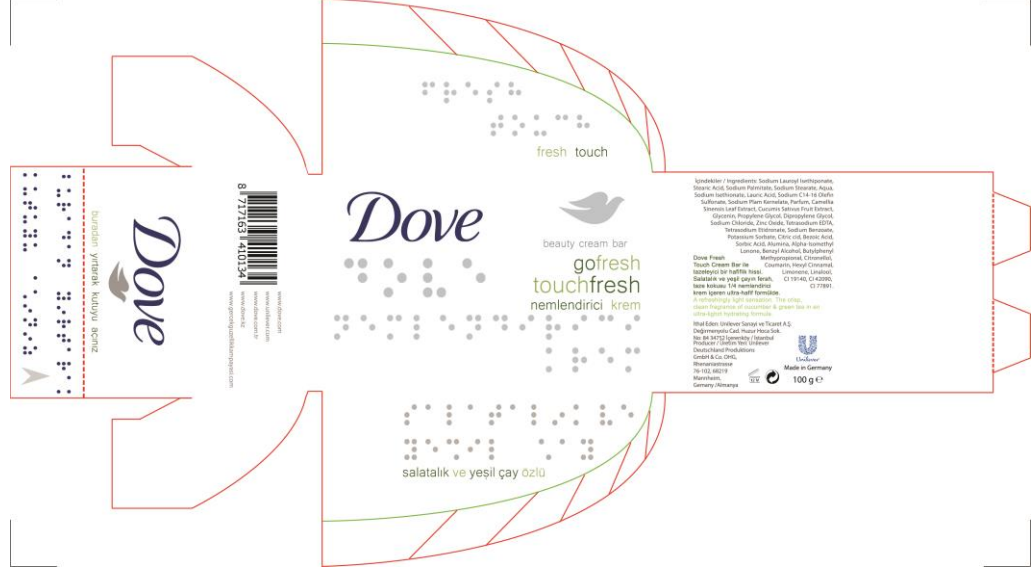
Şekil 8.10. “Dove” kadın sabun ambalajında yer alan bilgilerin blok sisteminin yeniden tasarlanması.

Blok sisteminin yapılanmasında; üst metnin sağa hizalı ve kendi içerisinde satır uzunluğunun azalan yapıyla oluşumu, alt metnin sola hizalı ve kendi içerisinde orta kısma doğru satır uzunluğunun artıp sonraki kısımda tekrar kısalan yapısıyla, bir görsel bütünlük sağlanmıştır. Ayrıca yer alması gerekli zorunlu sembollerin üst metnin sol hizasına göre yerleştirilmesi metnin ve görsellerin bu bütünlüğü yüzey alanda korumuştur. Görebilen bireyler için bu blok sisteminin okunabilirlikle beraber yazıda aktif bir oluşum göstermesi hedeflenmiştir.

Kutunun içerik ve üretici firma bilgilerinin yerleşiminden sonra görme engelli bireyi yönlendirmek için kilit kapak yüzeyine Braille alfabesiyle “kutuyu buradan açınız” ifadesi yazılmıştır. Buradan olması gereken standarttan küçük boyutlarla kabartmalar yerleştirilirken standardın altındaki boyutların okunabilirliğe etkileri test edilmek istenmiştir. Ayrıca mavi rengin tercihi görebilen bireylerin oluşuma dikkatini çekmek içindir. Son olarak

barkod ve Dove web ortam bilgileri kilit kapağın üst tarafına konumlandırılarak vektörel biçimde tasarım tamamlanmıştır.

29,7 x 21 cm



Şekil 8.11. “Dove” kadın sabun ambalajının Braille alfabesi ve diyagramları yerleştirildikten sonraki tasarımı.

“Dove” kadın sabun ambalajının dijital ortamda tasarımının tamamlanmasının ardından deneme baskısı alınmıştır. Alınan baskı maket haline form hataları, tasarım hataları denetlenmiştir. Belirlenen hatalar dijital programda yeniden düzenlenerek yeni bir deneme baskısı alınmış ve yeni bir maket oluşturulmuştur. Bu makette kutu formu ve tasarımı hatasız olarak tamamlandıktan sonra üretim süreci başlamıştır.

Ambalajın üretimi 6 aşamada yapılmıştır;

1. Aşama: ambalajın formunu yapılandıracak olan kâğıt/karton seçilmiştir. Karton cinsi ve gramajı var olan ambalaj üzerinden yola çıkılarak, 350 gram/m² mat kuşe şeklinde belirlenmiştir.

2. Aşama: Ambalajın tirajının çok az olması, dijital baskı yöntemiyle baskısı alınmasına neden olmuştur. İlk olarak dijital baskı için ambalaj tasarımı 35 cm x 50 cm tabaka üzerine üç adet ambalaj yerleştirilmiştir. Ardından baskısı alınmıştır.

3. Aşama: Tamamlanan baskıdan sonra ambalajın renklerini ve yapısını dış etkenlerden korumak amacıyla selofan kaplama yapılmıştır.

4. Aşama: Ambalaj yüzeyinde kabartmaları sağlayacak olan lak uygulaması için pozlandırma filmi çıktısı alınmıştır. Pozlandırma filminin alınmasında ki amaç; kabartması yapılacak alanların belirlenmesi ve kabartma yönteminde kullanılan serigrafi baskı kalıbına görüntünün transferini sağlayacak gerekli malzemenin elde edilmesidir.

5. Aşama: Serigraf baskı tekniği yardımıyla uygulanan lak için öncelikle, serigraf kalıbı filmle beraber pozlandırılmıştır. Pozlandırma sonucu kalp yüzeyinde görüntü oluşumunu sağlayacak alanlar boşaltılarak kalıp yıkanmıştır ve serigraf tezgahına yerleştirilmiştir. Kalıp yerleştirildikten sonra ambalaj baskısı kalıp altına yerleştirilmiş ve kalıp üzerine lak (transparan mürekkep) dökülüp yüzeyden rakle yardımıyla çekilerek kabartılacak alanlara mürekkep transferi yapılmıştır. Baskı, lak uygulamasının ardından kurutmaya alınmış ve yüzeyin üzerindeki kabartmalar oluşturulmuştur.

6. Aşama: Lak işleminin ardından kutunun lazer kesimi yapılarak baskı tabakasından ayrılması ve formunun oluşturulması sağlanmıştır. Kesilen ambalaj katlama yerlerinden katlanıp, birleşim yerlerinden yapıştirildikten sonra ambalajın üretimi tamamlanmıştır.

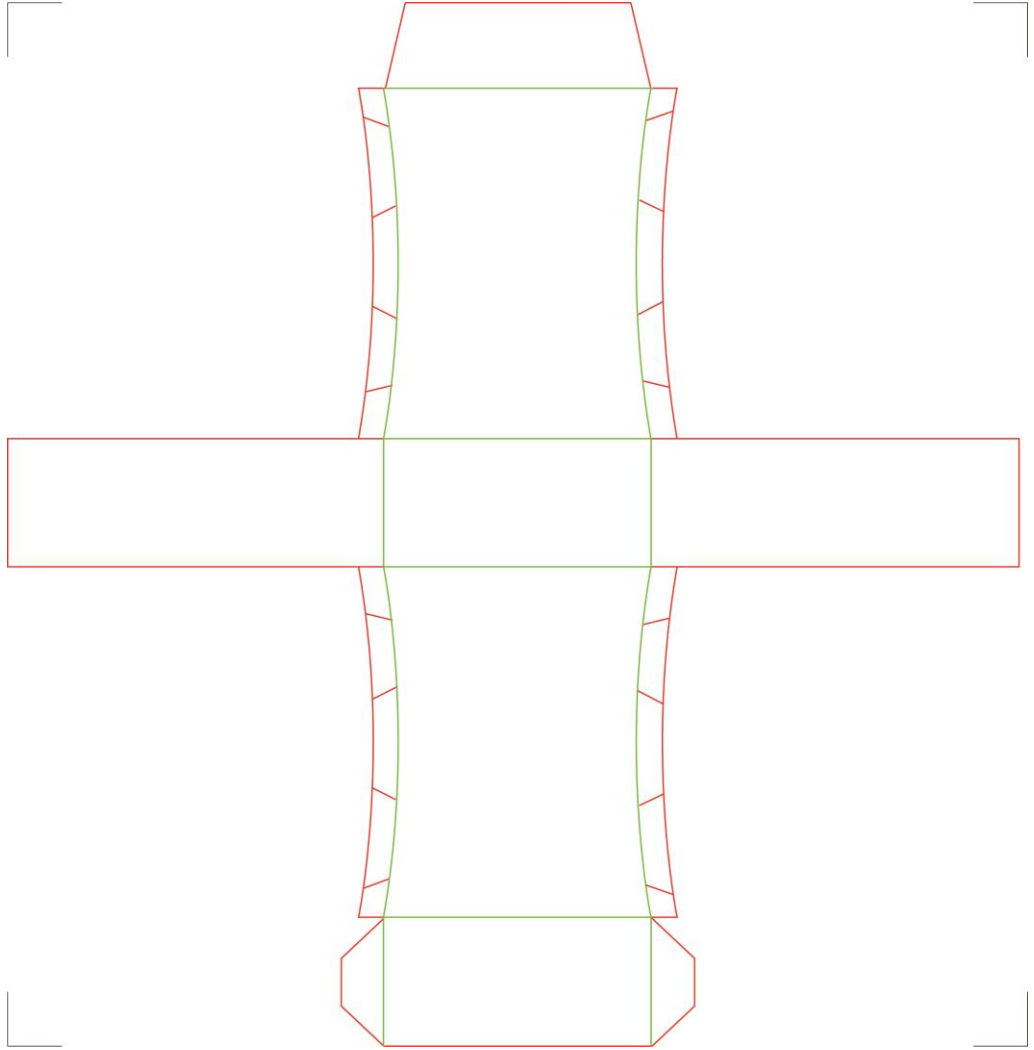


Şekil 8.12. “Dove” kadın sabun ambalajının tasarımı.

8.3.2. “Dove” Erkek Sabun Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi

Erkeklerle yönelik sabun ambalajının tasarımında ilk olarak “Dove” markasının var olan ambalajı üzerinde incelemeler yapılmıştır. Ambalajın düz hatlı formu hakkında bazı erkek kullanıcıların fikirleri alınarak yeni formun yapısı için ön fikirler oluşturulmuştur. Var olan yapının elde tutma zorluğu

taşıdığına dair sunulan benzer görüşler doğrultusunda yapının yine erkekleri yansıtmayı ve aynı zamanda düz bir biçimde kurgulanması gerekliliği düşüncesinden yola çıkılarak ambalajın konstrüksiyon tasarımı yapılmıştır. Kutunun konstrüksiyon tasarımında, yanal yüzeylerin hafif içe kıvrımlı biçimde yapılandırılmasıyla, ambalajı tutmayı kolaylaştırması amaçlanmıştır. Hem görebilen bireyler hem de görme engelli bireyler dikkate alınarak yapılan bu tasarımda işlevsellik ön plana çıkarılırken ayrıca dokunma duyusunun estetik algısı da dikkate alınmıştır.



Şekil 8.13. “Dove” erkek sabun ambalajının konstrüksiyon tasarımı.

Konstrüksiyon tasarımının tamamlanmasının ardından ambalajın görsel ve dokunsal tasarım sürecine geçilmiştir. Bu süreçte ambalajın erkeklerle yönelik olması zeminde erkekleri ifade edecek bir rengin kullanılması fikrini ortaya koymuştur. Böylece; zeminde lacivert rengin kullanılmasıyla, ürünün

sert bir ifade yaratarak erkekleri temsil etmesi ve yapay ışığın verdiği kapalı ortamı hissinden banyo sabunu olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır.

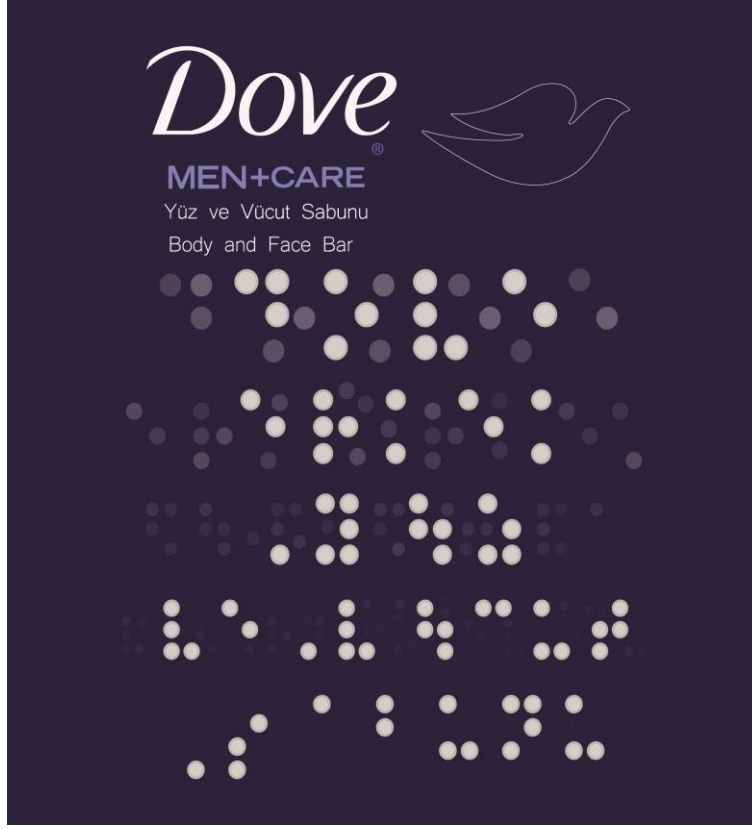


Renk Kodu: #181445

Cyan	Magenta	Yellow	Key
%100	%99	%35	%46

Şekil 8.14. “Dove” erkek sabun ambalajında tercih edilen zemin rengi.

Zemin renginin belirlenmesinin ardından konstrüksiyon tasarımı üzerinden görsel ve dokunsal tasarım sürecine geçilmiştir. Tasarıma logonun vektörel bir biçimde gören ve göremeyen bireylere yönelik çizimi yapılmıştır. “Dove” markası erkeklere özel ürettiği kişisel bakım serisinde logosunu “*men care*” olarak “Dove” yazı biçimini ve kuş sembolünü değiştirmeden yeniden yorumlamıştır. Bu tasarımda görebilenlere yönelik var olan logo yapısı korunarak yalnızca görme engelli bireylere yönelik yazım yapılandırılmıştır. Braille harfler boyut ve görsellik bakımından çizilirken yukarıdan aşağı, büyükten küçüğe bir dizilim izlenmiştir. Aynı zamanda bu dizilimde, kabarması gereken alanların dışında, aynı noktalara düşük opak (opacity) değeri verilerek zeminde yerleşimi yapılmıştır. Böylece görebilen bireylerin tasarımda görsel estetiği oluşturulması amaçlanmıştır.



Şekil 8.15. “Dove” erkek sabun ambalajının ön yüzeyinde gören ve göremeyenlere yönelik logo tasarımı. “Braille yazan ifade şudur: “Dove” Erkek Yüz ve Vücut Sabunu.”

Ön yüzeyde logoya dair yapılan bu tasarımda; görebilenlere yönelik bir desen ifadesi oluşturulmuştur. Görebilenlerin estetik kurgusu üzerinden göremeyen bireylerin kabartmalar yardımıyla tasarımda markayı ve bilgiyi okuması sağlanmıştır.

Logonun tasarımı ve yerleşiminin ardından yana yüzeye gelecek olan bilgiler yazılmıştır. Görebilen bireyler için gri ton seçilerek, göremeyen bireyler içinse yine grinin bir tonu kullanılarak Braille alfabesi ile yazım tasarlanmıştır. Braille alfabesinin yanal yüzeylerde lacivert renk üzerine gri tonla yazılması, öndeki desen algısının yanal yüzeylerde de korunmasını sağlayarak bütünlük ilkesi içerisinde tasarımın varlık göstermesi sağlanmıştır. Arka yüzeyde ise zorunlu sembollerin, barkodun, içerik bilgilerinin ve üretici firma bilgilerinin yerleşimi tasarlanmıştır.



Şekil 8.16. “Dove” erkek sabun ambalajında yer alan bilgilerin blok sisteminin, sembollerin ve barkodun konumlandırılması.

Buradaki blok sisteminde yine bütünlük odaklı çalışılarak, zemin rengi üzerinde okuma gri ve mavi tonlu yazı renkleriyle desteklenmiştir. Ayrıca görseller blok hizalarına göre yerleştirilmiştir. Sembollerin ise lacivert zemin renk üzerinde rahat algılanabilmesi adına rengi beyaza dönüştürülmüştür.

Tasarımda son olarak kutunun kapak kısmının üzerinde, Braille alfabesi ve diyagram yardımıyla açılış kısmı gösterilmiştir. Ön yüzey alanında olduğu gibi Braille yazımının altına aynı noktaların opak değeri düşürülerek yerleştirilmesiyle ön yüzeydeki desen algısı devam ettirmek istenmiştir.



Şekil 8.17. “Dove” erkek sabun ambalajının Braille alfabesi ve diyagramları yerleştirildikten sonraki tasarımı.

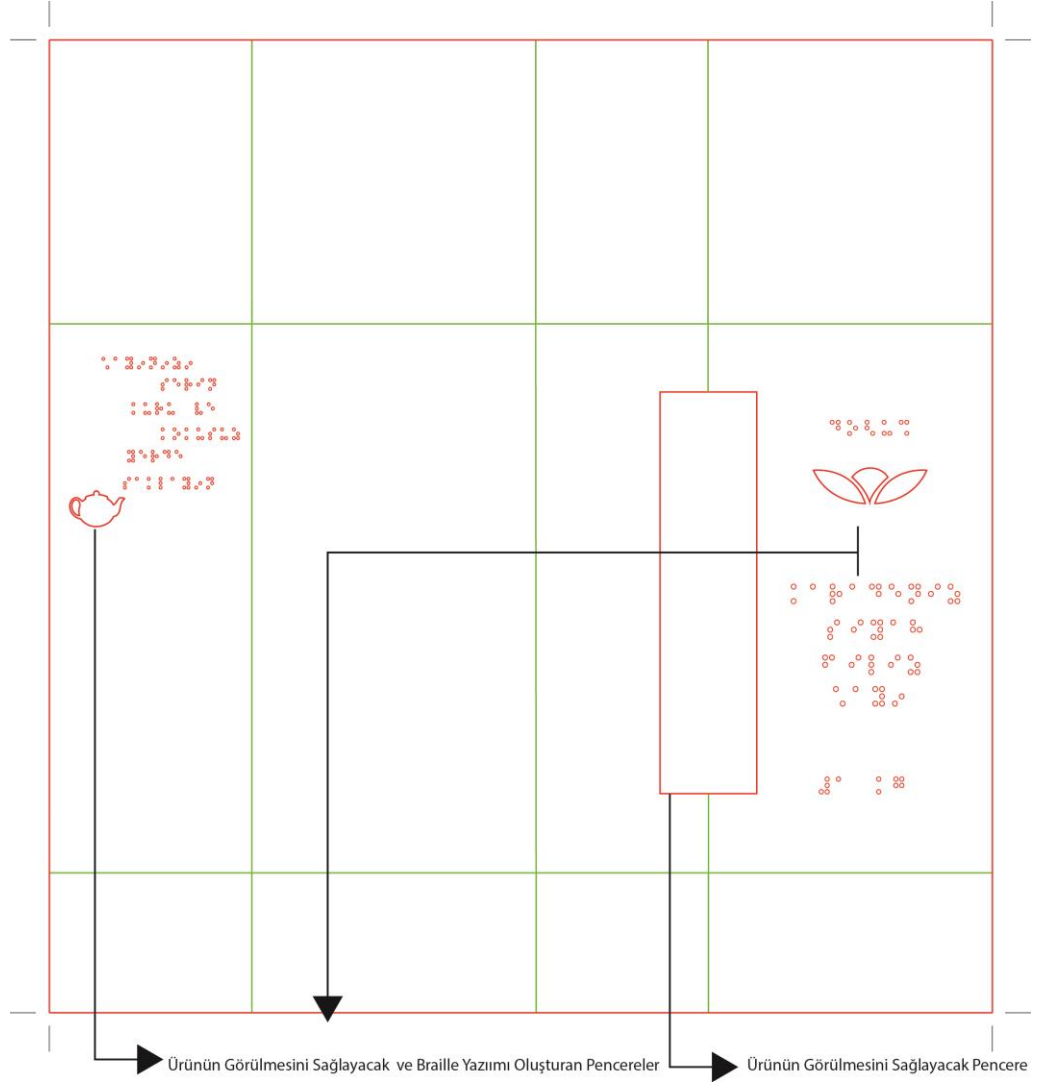
Ambalajın programdaki tasarımının gerçekleştirildikten sonra baskı aşamasına geçilmiştir. Üretim aşamaları “Dove” kadın ambalajının üretimiyle aynı sırayı takip etmektedir. Yalnızca ikinci aşamada yer alan 35x50 cm’lik tabaka üzerine üçlü yerleşim yerine bu ambalajın açınım ebatları daha büyük olduğundan ikili montaj yapılarak baskı alınmıştır.



Şekil 8.18. “Dove” erkek sabun ambalajının tasarımı.

8.4. Gıda Sektöründen “Doğuş Çay” Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi

Neredeyse her gün sık olarak tükettiğimiz gıda ürünü Doğuş Çay’ın bir kilogramlık Karadeniz Siyah Filiz Çayı’nın ambalajı yeniden tasarlanmıştır. Karton ambalaj tasarımları arasında bu ürünün tasarlanmak istenmesinin nedeni düşük gramajlı kağıtların üzerine yapılan düz hatlı tasarımların var olan formu dışında oluşum gösterirse tasarımda ne gibi etkiler çıkartacağını gözlemlemektir. Tasarımda ilk aşama ölçülerin alınması ve formun yapısının kurgusu üzerine olmuştur. Ambalaj ölçüleri alındıktan sonra ambalajın formuna dair fikir eskizleri çıkartılmıştır. Tüketicilerin görüşlerine başvurularak, edinilen bilgiler neticesinde; çayın görülmesini ve tüketildikçe kalan miktarının bilinmesini sağlayacak bir form düşünülmüştür. Bu düşünce doğrultusunda ambalajın konstrüksiyon tasarımı çizilmiştir. Tasarımda ambalajın ön yüzeyinin sol yanıyla birleşen alanda hem ön yüzeyden hem de yanal yüzeyden ürünün bir kısmını gösterecek pencere çizilmiştir. İçerisine konulacak ürünün yapısına bağlı olarak ambalajın dik ve uzun bir yapıda formu oluşturulmuştur. Braille alfabesinin boşluk üzerinden algılatılmak istenmesi nedeniyle; konstrüksiyon tasarımı yapılırken, Braille alfabesiyle yazılacak alanlar, yazıların içeriği ve boyutları belirlenerek kesim çizimleri de oluşturulmuştur.



Şekil 8.19. “Doğuş Karadeniz Siyah Filiz Çayı” ambalajının konstrüksiyon tasarımı.

Tasarımda Braille alfabesinin boşluk üzerinden okutulmasındaki amaç; görme engelli bireylerin tasarımda dokunsal estetik algıyı okumayla beraber sağlanmasının istenmesidir. Ayrıca burada Braille alfabesinin yarattığı boşluklardan ürünün görünür kılınmasıyla görebilen bireylere yönelik estetik bir görünüm yakalanması hedeflenmiştir.

Konstrüksiyon tasarımının ardından ambalajın ön, arka ve yan yüzeylerinin tasarımları yapılmıştır. Ön yüzey görme engellilere yönelik tasarlanırken arka yüzey tamamen görebilen bireylere yönelik tasarlanmıştır. Bu sebeple arka planda çayın bitkisel halini gösteren bir görsel kullanılmıştır. Ambalaj kağıdının Kraft kağıt tercih edilmesiyle ürünün hem doğallığına hem de taşıma mukavemetine hizmet etmesi için düşünülmüştür. Tüm yüzey

Ambalajın üretimi 3 aşamada yapılmıştır;

1. Aşama: ambalajın formunu yapılandıracak olan kâğıt/karton seçilmiştir. Karton cinsi ve gramajı kesim alanlarının yırtılmalara sebep olmaması için 180 gram/m² Kraft kağıt şeklinde belirlenmiştir.

2. Aşama: Ambalajın tirajının çok az olması, dijital baskı yöntemiyle baskısı alınmasına neden olmuştur. Dijital baskı için ambalaj tasarımı 50 cm x 50 cm tabaka üzerine bir adet ambalaj yerleştirilmiştir. Ardından baskısı alınmıştır.

3. Aşama: Ambalaj yüzeyinde boşlukları ve ambalajın tabakandan ayrılarak katlanmasına sağlayacak olan lazer kesimi yapılmıştır. Lazer kesim işlemi sırasında makine kesimin yanı sıra ambalajın katlanma izlerini de vererek ambalajın kesimini yapmıştır. Kesilen ambalaj katlama yerlerinden katlanıp, birleşim yerlerinden yapıştırıldıktan sonra ambalajın üretimi tamamlanmıştır.



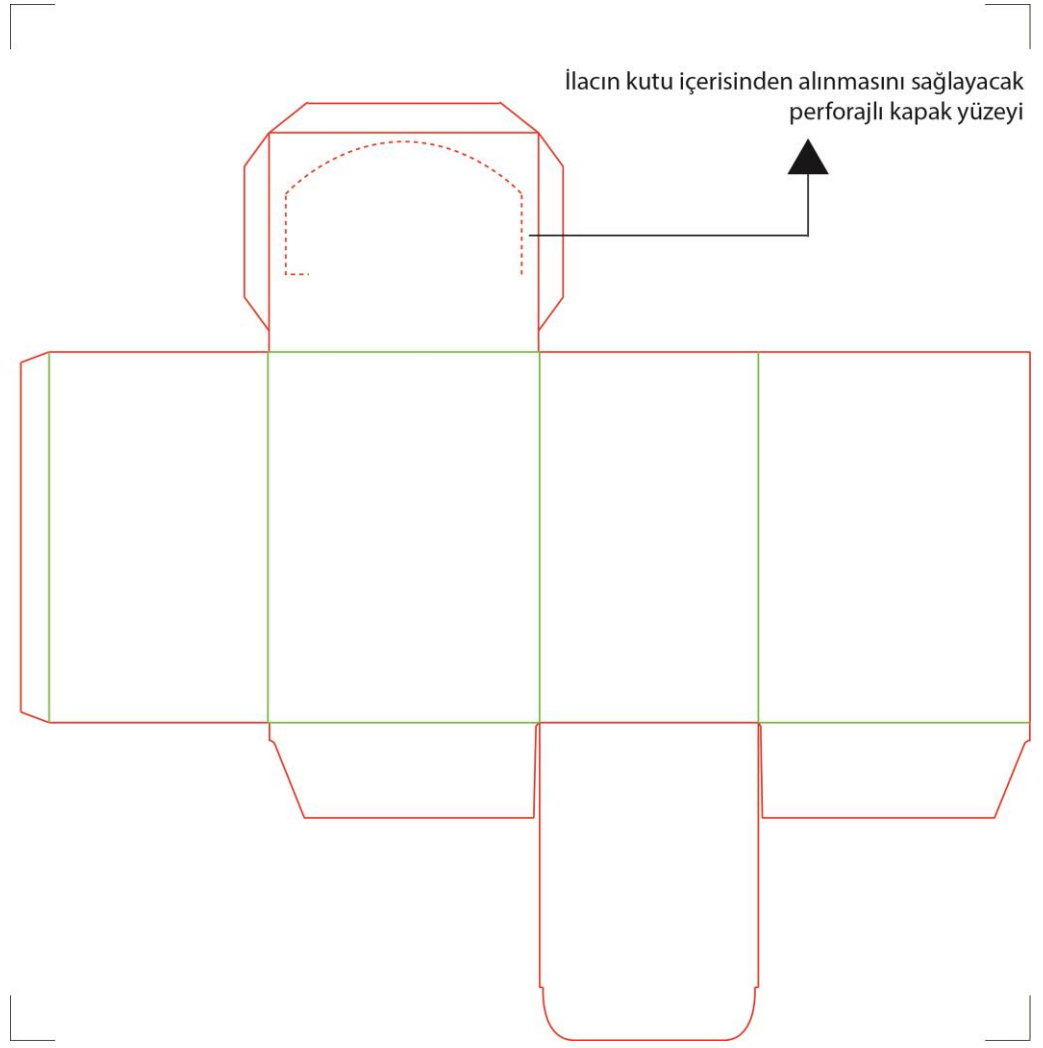
Şekil 8.21. “Doğuş Karadeniz Siyah Filiz Çayı” ambalajının tasarımı.

8.5. Eczacılık Sektöründen “Glifor” Ambalajının Yeniden Tasarımı ve Üretimi

Görme engelli bireylerin ambalaj sektöründeki en önemli alanlarından birisi sağlık kapsamındaki eczacılık sektörüdür. Her bireyde olduğu gibi görme engelli bireyler de, yaşadıkları sağlık problemleri veya ihtiyaç duydukları sağlık desteklerinde ilaç veya bitkisel bir destek ürün kullanabilirler. Bu tür

ürünlerin tüketim süreleri uzundur ve muhafaza etmek için son kullanım tarihinin ve saklama koşullarının bilinmesi gerekmektedir. Yoksa bireyler tarihi geçmiş bir ilaç ya da saklama koşullarına uyulmadığı için bozulmuş bir ürün tüketebilmektedir. Bu da daha ciddi sağlık problemlerine neden olabilir. Bu sebeplerden dolayı tasarımı yapılacak bir diğer karton ambalaj ürünü eczacılık sektörüne ait “Glifor” adlı ilaç olarak belirlenmiştir. Özellikle yüzey alanının geniş olması, tasarımın rahat uygulanabilmesi için tercih sebebi olmuştur.

Tasarıma başlanmadan önce ilacın işlevleri ve kimler tarafından ne amaçla kullanıldıkları araştırılmıştır. Ardından kutunun var olan formu incelenmiştir ve kutu formunun yalnızca üst kapak yüzeyinde değişim yapılarak tasarımın konstrüksiyonu çizilmiştir. Üst yüzeyin değiştirilmesindeki etken genel ambalaj yapısında açılan kapakların zamanla deforme olarak tam kapanmaması ve taşınırken ilaçların düşmesine neden olmasıdır. Yeni tasarlanan kapak kısmında yalnızca ilacın çıkabileceği ölçüden daralan bir yapıyla konumlanan bir kapak yüzeyi oluşturulmuştur. Böylece kutunun üst tarafından ilacın alınması için açılan bu alan ilaç alındıktan sonra da işlevsel olarak ilacı muhafaza edebilecektir.



Şekil 8.22. “Glifor” ambalajının konstrüksiyon tasarımı.

İlacın şeker hastalarına yönelik olması tasarımda kullanılacak renklerin belirlenmesinde etkili olmuştur. Kan şekeri düşüncesinden yola çıkılarak ambalajın yanal yüzeylerinde kan kırmızı rengin tercih edilmesi sağlamıştır.



Renk Kodu: #931A1D

Cyan	Magenta	Yellow	Key
%26	%100	%100	%27

Şekil 8.23. “Glifor” ambalajının yanal yüzeylerinde tercih edilen zemin rengi.

Ambalajın ön, arka, üst kapak ve alt kapak yüzeyinde ise beyaz zemin kullanılarak tasarımında ferah bir görünüm elde edilmesi amaçlanmıştır. Tasarımın yüzey renkleri oluşturulduktan sonra ön alana “Glifor” ve üretici firma olan “Bilim İlaç”ın logosu yerleştirilmiştir. Göremeyen bireyler için ilacın “Glifor” yazısı ve tek bir hapin kaç mg olduğu yeni Braille font tasarlanarak yazılmıştır. Buradaki amaç; Braille sistemindeki yuvarlaklar yerine farklı bir şekil kullanıldığında okunabilirliğin derecesini test etmek olmuştur. Aynı altılı sistem içerisinde yalnızca yuvarlaklar yerine kenarları yuvarlatılmış dikdörtgenler çizilerek “Glifor 1000 mg Film Tablet” ifadesi yazılmıştır. Burada kenarları yuvarlatılmış dikdörtgenin tercih edilmesi hapin şeklinin yazı tipine uyarlanarak tasarıma dahil edilmek istenmesinden kaynaklanmaktadır. Bu düşünceyle, görebilen bireylerin yazımları için nasıl ki farklı fontlarla yazılar yazılabiliyorsa, göremeyen bireyler içinde “dokunsal olarak font kavramının oluşumu varlık gösterebilir mi?” soruna yanıt aranmıştır. Ayrıca dokunsal font tasarımıyla ambalaj üzerinde görebilen bireyler için estetik bir görüntü oluşturulmaya çalışılmıştır.



Şekil 8.24. “Glifor” ambalajının ön yüzeyinde yer alan yeni font tasarımı.

Ön yüzeyin tasarımının ardından yanıl yüzeylere görme engelliler için bilgilendirici yazımlar konumlandırılmıştır. Sol yanıl yüzeye Braille alfabesiyle “25°C’nin altındaki oda sıcaklığından ve ışıktan koruyarak saklayınız” yazarken, sağ yanıl yüzeye Braille alfabesi ile “ Reçete ile satılır” bilgisi yazılmıştır. Arka yüzeyin konumlandırmasına ise üst tarafa *diyabetin evrensel simgesi*⁶² yerleştirilerek başlanmıştır. Bu halkanın alt tarafına sola blok şekilde ilacın formülü, uyarı, ruhsat bilgileri ve üretim yeri bilgileri yazılmıştır. Alt sağ tarafa yazı hizasını bozmadan zorunlu semboller yerleştirilerek arka yüzeyin tasarımı da tamamlanmıştır. Son olarak üst kapak ve alt kapağın konumlandırılması yapılmıştır. Üst kapağa açılış alanının belirten Braille yazım, yönlendirici diyagram ve görebilen bireyler için logo yerleştirilirken, alt kapağa yine logo, parti numarası, son kullanma tarihi ve ürün barkodu yerleştirilmiştir.

⁶² Mavi Halka Evrensel Diyabet Simgesi. Kaynak: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Diyabet>

4. Aşama: Ambalaj yüzeyinde kabartmaları sağlayacak olan gofre⁶³ uygulanabilmesi için metal klişe alınmıştır.

5. Aşama: Alınan klişeler gofre işlemini uygulayacak olan matbaacıya teslim edilerek ambalajların üzerinde istenilen alanların kabartılması işlemi yapılmıştır.

6. Aşama: Gofre işlemi tamamlandıktan sonra kutunun lazer kesimi yapılarak baskı tabakasından ayrılması ve formunun oluşturulması sağlanmıştır. Kesilen ambalaj katlama yerlerinden katlanıp, birleşim yerlerinden yapıştırıldıktan sonra ambalajın üretimi tamamlanmıştır.



Şekil 8.26. “Glifor” ambalajının tasarımı.

9. BÖLÜM

“BİR GRAFİK TASARIM SORUNU OLARAK GÖRME ENGELLİLERE YÖNELİK KARTON AMBALAJ TASARIMINDA ESTETİK VE İŞLEVSELLİK ALGISI ÜZERİNE UYGULAMALAR” ADLI ÇALIŞMANIN ANALİZLERİ

9.1. Problem Tanımı

Ambalaj tasarımlarının uygulanabilirliği ve çoğaltılabilirliği mümkün olmasına rağmen, günümüzde görme engellilere yönelik ambalaj tasarımlarının örneklerine çok az rastlanır. Bu durum ambalajların daha çok görme odaklı olması fikrinden beslenir. Oysa toplum içerisinde görme duyu organını kullanamayan diğer duyularla çevresini algılayan bireyler (görme engelli

⁶³ Gofre: Kağıt/karton yüzeyin dışa veya içe doğru, dişi - erkek kalıp yöntemiyle kabartılması işlemine verilen addır.

bireyler) yer almaktadır. Bu durumda, görme kavramının genişletilmesi için özellikle duyularla görme anlayışının tasarımı benimsenmesi gerekmektedir. Çünkü ambalajlar toplumun günlük hayattaki en temel tüketim araçlarının yüzüdür. Özellikle karton ambalaj hem uygulama alanının çokluğu hem de maliyeti düşük olması sebebiyle yaygın bir kullanıma sahip olurken, malzeme yüzeyinin dokunsal tasarıma uygunluğu da tasarım odaklı çözümlemede etkin rol oynayabilir. Bunun içinde böyle bir sorunun çözülmesi gerekliliği fikri önem kazanır. Görebilenlere ve görmeyenlere yönelik karton ambalaj tasarımlarının alınıp satılmasında en temel koşul, işlevseldir. Bu açıdan ambalajın hedef kitleye ürünü sattırması için işlevsel olması, tüketici için de ayrı bir öneme sahiptir. Grafik tasarım sürecinde de; işlevsellik, estetik ve okunabilirlik daima görebilen bireylere yönelik yapılandırılmaktadır, aynı tavır görme engelli bireyler için de geçerli olmalıdır. Bu açıdan *“Bir grafik tasarım sorunu olarak görme engellilere yönelik karton ambalaj tasarımı estetik ve işlevsellik algısı üzerine uygulamalar”* isimli tez çalışmasının önemi; Türkiye’de görme engelli bireylere yönelik içgüdüsel bir okumaya odaklanmasıdır. Çünkü bilgilendirme niteliği taşıyan ambalajların kullanım kolaylığı ve dokunulduğunda verdiği estetik haz bu tezin ele alınan ana konularındandır. Bu düşünceyle Karton ambalaj tasarımlarında görme engelli bireylerin yararlanmasını sağlayacak uygulamalar denenecektir. Araştırmalar sonucu literatürde böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Karton ambalaj tasarımı üzerinde yer alan kabartma yazı ve diyagramlar kullanılması, grafik tasarımın ürünlerinin hedef kitleyi genişletmesinde ve görme engelli bireylerin karton ambalaj tasarımlarından faydalanmasında etkili yoldur ve literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Grafik tasarım alanındaki bu sorunsalı çözümlenmeyi hedefleyen bu tezin araştırma kapsamı, belirlenmiş görmeyen hedef kitle tarafından test edilerek, ortaya sorular atılacaktır ve araştırma soruları kapsamında bulgular irdelenecektir.

Çalışmanın Araştırma Soruları;

- Görme engelli bireylerin aldıkları ambalajlarda Braille alfabesi ve diyagramların kullanılması ambalajı satın almadaki kararlarını etkiler mi?

- Karton ambalaj tasarımlarının işlevselliği açısından görme engelli bireylerin görüşleri nelerdir?
- Karton ambalaj tasarımlarında görme engelli bireyler için estetik kavramı var mıdır?
- Karton ambalaj tasarımlarında görme engelli bireyler için estetik kavramı tanımlanabilir mi?
- Karton ambalaj tasarımlarında, tasarımın okunabilirliği açısından kullanılan diyagram görme engelli bireyleri nasıl etkilemektedir/diyagram hakkındaki görüşleri nelerdir?
- Braille alfabesinin standart dışındaki boyutlarının okunabilirliğe etkisi konusundaki görme engelli bireylerin görüşleri nelerdir?
- Kabartmaların yapısının okunabilirliğe etkileri nelerdir?
- Ambalaj malzemesi okunabilirliği etkiler mi?

9.2. Araştırma Yöntemleri

Araştırma, görme engelli bireylere yönelik üretilen yeni ambalaj tasarımlarını test ederek, görme engelli bireylerin verdiği cevaplar doğrultusunda grafik tasarımın görme engelli bireyler için var olabilme (dokusal olarak tasarımın okunabilirliği, estetiği ve işlevselliğinin) derecesi ve bu dereceyi etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla durum çalışması olarak kurgulanmıştır. Araştırma nitel verilerle desteklenmiştir. Nitel veriler yüz yüze görüşmelerle, anket formu ve sorulara ilişkin görüşlerin belirtilmesiyle toplanmıştır.

9.3. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, 2015-2016 eğitim ve öğretim yılında Emirgan Altı Nokta Görme Engelliler Rehabilitasyon Merkezi'nde ve Altı Nokta Körler Derneği'nde bulunan 18 yaş ve üzeri altı görme engelli bireyden oluşmaktadır. Araştırmada; kurumların seçiminde belirlenen ölçüt, görme derecelerinin %50 ve üzerinde olması ve Braille alfabesi okuyabilme yeteneği olan bireylerin bulunduğu kurumların seçilmesidir. Çünkü bu çalışmada, görme engellilerin karton ambalaj tasarımlarının işlevselliği, estetik algısı ve okunabilirlik üzerine görüşlerinin ve deneyimlemelerinin belirlenmesi

amacıyla yapılmıştır. Ayrıca araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayandırılmıştır.

Tablo 9.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	G1	G2	G3	G4	G5	G6
Cinsiyet	Erkek	Erkek	Kadın	Erkek	Erkek	Erkek
Yaş	50	51	20	19	40	21
Meslek	Öğretmen	Psikolog	Öğrenci	Öğrenci	Emekli	Öğrenci
Eğitim Durumu	Üniversite	Üniversite	Lise	Lise	Lise	Üniversite
Engel Derecesi	%100	%100	%90	%55	%100	%90
Engellilik Süresi	Doğuştan	5 Yaşından İtibaren	9 Yaşından İtibaren	2 Yaşından İtibaren	Doğuştan	19 Yaşından İtibaren

Tablo 9.1. incelendiğinde araştırmaya katılan görme engelli bireylerin eğitim durumlarının, lise ve üniversite düzeyinde olduğu görülürken, engel sürelerinin en az 2 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir.

9.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış anket formu ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yapılandırılmış görüşme formunda, “genel olarak ambalaj tasarımları değerlendirmelerine ve her bir ambalajın tasarıma bağlı olarak tasarımda estetik, işlevsellik ve okunabilirlik” konularını ele alan sorular yer almaktadır. Araştırma sorularının hazırlanmasında; soruların kolaylıkla anlaşılmasına ve yanıltıcı/yönlendirici olmaması gibi ilkelere dikkat edilmiştir. Uzman görüşleri ele alınmış ve forma son hali verilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmede ise yapılandırılmış form sorularının neticeleri ve bireylerin görüşleri not alınarak süreç ilerletilmiştir.

Araştırmada çalışmanın iç tutarlılığını arttırmak için bulguların tamamı yorum yapılmadan doğrudan verilmiştir. Ayrıca görüşmede elde edilen veriler üzerinde alanında uzman bir öğretim görevlisi ile birlikte incelemeler yapılmış, tema ve alt temalar oluşturulmuştur.

9.5. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, katılımcıların kendilerini rahat ifade edebileceği ve randevu verdikleri zaman diliminde gerçekleşmiştir. Görüşme soruları her bir katılımcıya, aynı ses anlamı verecek ses tonu ve aynı sözcüklerle yöneltilmiştir. Görme engelli bireylerle yapılan görüşmelerde not alma tekniği kullanılmıştır. Toplanan veriler yazıya dökülmüş, elde edilen veriler içerik analizi yapılarak tema ve alt temalar oluşturulmuştur.

9.6. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin çözümlenmesinde içerik analizi⁶⁴ tekniği kullanılmıştır. Değerlendirme, yapılandırılmış form üzerine işaretlenen yanıtların her birinin incelenmesiyle yapılmıştır. Verilerin incelenmesi sonucu verilerin analizinde ortaya çıkan tema ve alt temalar Tablo 9.2. 'de yer almaktadır.

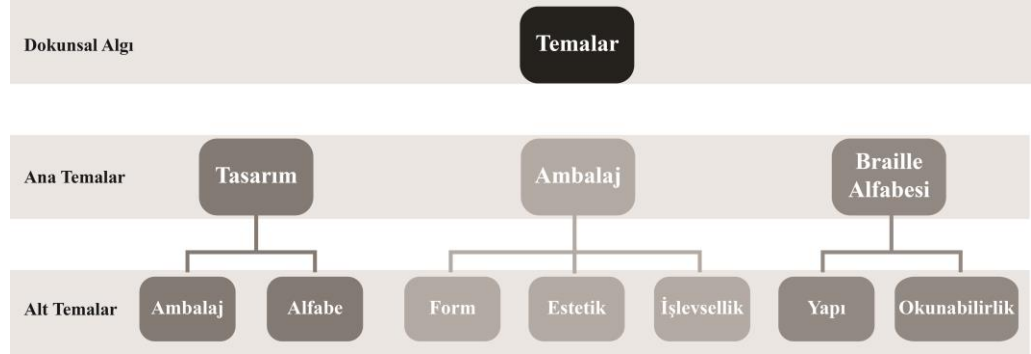
Tablo 9.2. Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar

1. Ambalaj Tasarımlarına İlişkin Görüşler
1.1. Ambalajda Braille alfabesi ile yazılmış bilgilerin yer almasına ilişkin görüşler
1.2. Ambalaj tasarımlarına ilişkin görüşler
2. Görme Engellilere Yönelik Ambalaj Tasarımlarında Ambalajın Formuna, Estetiğine ve İşlevselliğine İlişkin Görüşler
2.1. Ambalajın tasarımının cinsiyete bağlı algılatmasına ilişkin görüşler
2.2. Ambalaj tasarımının formuna bağlı yönlendirici özelliğine ilişkin görüşler
2.3. Ambalaj tasarımının formuna bağlı estetik algıya ilişkin görüşler
3. Görme Engellilere Yönelik Ambalaj Tasarımlarında Braille Alfabesinin Yapısı Ve Okunabilirliğine İlişkin Görüşler
3.1. Braille alfabesinin boyutlarına bağlı okunabilirliğe ilişkin görüşler
3.2. Braille alfabesinin kabartma (yüksekti miktarı) ve boşluk yapısına bağlı okunabilirliğe ilişkin görüşler
3.3. Ambalaj tasarımında kullanılan malzemeye bağlı okunabilirliğe ilişkin görüşler

⁶⁴ İçerik Analizi: İçerik analizi ağırlıklı olarak yazılı ve görsel verilerin analiz edilmesinde kullanılan bir yöntemdir.(Kaynak: ÖZDEMİR, Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yönetim bilim sorunsalı üzerine bir çalışma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,11 (1), s. 335.) İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır.(Kaynak: Sözbilir, Nitel veri analizi ders notu, s. 7)

Aşağıda analiz sonucunda oluşturulan tema ve alt temalar grafik halinde sunulmuştur.

Tablo 9.3. Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temaların Tablo Şeklinde Gösterilişi



Araştırmadan elde edilen üç ana tema ve bunlara bağlı dokuz alt tema oluşturulmuştur. Birinci ana temada “ambalaj tasarımlarına ilişkin görüşler” başlığı altında Braille alfabeti ile yazılmış bilgilerin yer almasına ilişkin görüşler ve ambalaj tasarımına ilişkin görüşler şeklinde iki alt tema oluşturulmuştur. İkinci ana temada “görme engellilere yönelik ambalaj tasarımlarında ambalajın formuna, estetiğine ve işlevselliğine ilişkin görüşler” teması altında cinsiyete bağlı form algılatmasına ilişkin görüşler, formun yönlendirici özelliğine ilişkin görüşler ve forma bağlı estetik algıya ilişkin görüşler olarak alt temalar oluşturulmuştur. Üçüncü temanın “Braille alfabetinin yapısı ve okunabilirliğine ilişkin görüşler” başlığı altında ise boyutlara bağlı okunabilirliğe ilişkin görüşler, kabartma ve boşluk yapısına ilişkin görüşler ve malzemeye bağlı okunabilirliğe ilişkin görüşler şeklinde üç alt tema ortaya çıkmıştır.

9.7. Bulgular

Araştırma katılımcılarının görüşleri gizlilik esasına dayandırılarak, isimleri verilmeden kodlanarak aktarılmıştır. Bu doğrultuda “görme engelli kişinin” ifade edilmesi bakımından katılımcılar “G” olarak kodlanmıştır. Ayrıca her katılımcıya kodunun yanında “G1, G2, G3, G4, G5, G6” şeklinde bir numara verilmiştir. Araştırmanın bu kısmında, görüşme formunda yer alan sorular alt problemlere göre gruplandırılarak bulgular sunulmuştur.

9.7.1. Ambalaj Tasarımlarına İlişkin Görüşler

Bu temanın doğrultusunda sorulan soru; “görme engelli bireylerin aldıkları ambalajlarda Braille alfabesi ve diyagramların kullanılması ambalajı satın almadaki kararlarını etkiler mi?” şeklindedir. Ayrıca konuya ilişkin görüşlerin elde edilmesinde verileri arttırmak adına şu sorulara da yer verilmiştir;

- Ambalajda Braille alfabesi bulunması önemli midir?
- Ambalajlarda bilgilendiren açıklamaların olması ambalajı tercihte etkili midir?
- Aynı tür ürünlerin ambalajlarını ayırmada Braille ve diyagramların bilgilendirmesi önemli midir?
- Görme engelliler için özellikle ihtiyaç duyulan ambalaj sektörü hangisidir?

Sorulan bu soruların neticesinde iki alt tema oluşturulmuştur. Bu iki alt temayı oluşturan veriler incelendiğinde görülmüştür ki, birçok ürünün ambalajında görme engellilere yönelik bir tasarım bulunmamaktadır ve dokunsal olarak algıyı sağlayan görme engelli bireyler için Braille alfabesi ve ambalaj formu gereksinim derecesinde önemlidir.

Ambalajda Braille Alfabesi İle Yazılmış Bilgilerin Yer Almasına İlişkin Görüşler: Katılımcılar ambalajlarda görme engellilere yönelik düzenlemelerin olmaması, Braille alfabesinin dil olarak tasarımda kullanılmaması ve tasarımların üzerinde Braille alfabesi ile görme engellilere yönelik bilgilerin yer almamasına konularında benzer görüşler belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Araştırma katılımcılarından biri, görme engelli bireylere yönelik düzenlemelerin olmaması konusunda “ Görme engelli bir kadın, kadınlara yönelik bir kişisel bakım ürünü almak istediğinde, marketteki görevliye sormaya çekinebiliyor ve ambalaj üzerinde dokunsal olarak okumayı sağlayacak bir bilgi olmadığında yanlış ürünü alabiliyor.” (G1) şeklinde görüşünü belirtmiştir. Aynı konuya bir diğer katılımcı ise “Ürünle ilgili bilgi

veren yardımcıları olmadığında, bozuk veya hatalı ürünler hakkında markaya şikâyetçi olamıyoruz. Sonra o ürün çöp oluyor.” (G2) şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcılara göre ambalajlarda Braille alfabesinin dil olarak tasarımda kullanılmaması da ürünleri tanımlamada olumsuzluk yaratan bir diğer nedendir. Bu durumla ilgili olarak bazı katılımcıların görüşleri şu şekildedir; “görebilen bireyler için nasıl ki normal alfabe bir dilse ve bilgiyi aktarıyorsa, göremeyen bireyler için de Braille alfabesi okumayı sağlayan bir dildir. Bu dilin tasarımda olmaması bizim ambalajı okumamıza engel olmaktadır.” (G4) şeklinde görüşünü vurgulamıştır.

Ambalaj Tasarımlarına İlişkin Görüşler: Katılımcılar ambalaj tasarımlarına ilişkin olarak görme engelli bireyi bilgilendirecek bir okuma yapılamıyorsa ambalajın formunun, malzemesinin dokunarak tanımlandığı ve ürünlerin kokularından ayırt edildikleri konularında benzer görüşler belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Ürünlerin kokularından ayırt edildiklerine dair iki katılımcının (G5 ve G1) benzer görüşleri olduğu görülmüştür. Bir katılımcı “ Sürekli kullandığımız bir sabun var ise onu almak istediğimizde kokusundan bulmaya çalışırız ya da yeni bir sabun alıp beğendiyseniz tekrar almak istediğimizde yine kokusundan tanımlarız.” (G1) şeklinde görüşünü belirtmektedir. Diğer bir katılımcı ise “Deneme için getirdiğiniz çay ambalajı mı? (Burada ben evet cevabını verdikten sonra) Ambalajdan ürün kokusu geliyorsa direk ürünü anlarım. Bazı ürünleri tanımlamak için kokusuna dikkat ederiz. Göremeyen bireyler için dikkat normal insanlara göre daha önemlidir.” (G5) şeklinde görüşünü belirtmiştir.

Katılımcılar bilgilendirecek bir okuma yapılamıyorsa ambalajın formunun, malzemesinin dokunarak tanımladıklarını belirtmişlerdir. Bir katılımcının görüşü şöyledir: “Biz ürünü almak istediğimizde malzemesini dokunarak zihnimize işliyoruz ki o ürünün ambalajını unutmayalım.” (G1) şeklinde görüş bildirmiştir.

9.7.2. Görme Engellilere Yönelik Ambalaj Tasarımlarında Ambalajın Formuna, Estetiğine ve İşlevselliğine İlişkin Görüşler

Bu temanın doğrultusunda sorulan sorular; “Karton ambalaj tasarımlarının işlevselliği açısından görme engelli bireylerin görüşleri nelerdir?”, “Karton ambalaj tasarımlarında görme engelli bireyler için estetik kavramı var mıdır?”, “Karton ambalaj tasarımlarında görme engelli bireyler için estetik kavramı tanımlanabilir mi?” şeklindedir. Ayrıca konuya ilişkin görüşlerin elde edilmesinde verileri arttırmak adına şu sorulara da yer verilmiştir;

- Ambalajda dokunma duyusu yardımıyla estetik algı yaratılabilir mi?

- Ambalajda dokunma duyusu ile estetik algı yaratılabiliyorsa kabartmanın boyutu, yerleşim planı ve şekilleri bu estetik algıyı sağlar mı?

Sorulan bu soruların neticesinde üç alt tema oluşturulmuştur. Bu üç alt temayı oluşturan veriler incelendiğinde görülmüştür ki, ambalajın formu ve dokusu ambalaj tasarımında görme engelliler için tasarımda estetiği oluşturmaktadır. Ayrıca tasarımın forma bağlı kullanım kolaylığı ve ürünü iyi bir şekilde muhafaza etmesi de tasarımda görme engelliler için işlevselliği ortaya koymaktadır.

Ambalaj Tasarımının Cinsiyete Bağlı Algılatmasına İlişkin Görüşler:

Katılımcılar tasarımın cinsiyete bağlı algılatması açısından (*özellikle kozmetik ürünlerde ve kişisel bakım ürünlerinde*) ambalajın formunun oval hatlara sahip olmasının kadını simgelediği, kare veya keskin hatlara sahip olmasının erkeğe ait bir ürünü simgelediği konularında benzer görüş belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Katılımcılardan biri ambalajın tasarımının cinsiyete bağlı algılatması açısından oval ambalaj formu hakkındaki görüşünü “ karton ambalaja dokunduğumuzda oval hatlara sahipse ve fazla detaylıysa kadınlara yönelik olduğunu düşünüyoruz.” (G1) şeklinde belirtmiştir. Bir başka katılımcı ise “Kare veya keskin hatlara ait ambalajlar erkeklere yönelik bir ürünü ifade etmektedir.” (G4) şeklinde görüşünü belirtmektedir.

Ambalaj Tasarımının Formuna Bağlı Yönlendirici Özelliğine İlişkin

Görüşler: Katılımcılar tasarımın formuna bağlı yönlendirici özelliği bakımından ambalaj üzerinde yer alan kesik çizgilerin o kısmın açılması gerektiğini belirttiği ve bütünlük veya parçalara ayrılmasında ambalajın yine kesik çizgi ve parça yapısından anlaşılması konularında benzer görüş belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Katılımcılardan biri forma bağlı yönlendirme konusundaki görüşünü şöyle belirtmiştir: “ Biz ambalajı açacağımız kısmı ambalajın üzerinde yer alan kesik çizgilerden veya ekli olan herhangi bir plastik yapıdan anlıyoruz. Eğer bir içeceğin karton ambalajıysa, bu plastik ağız kısmında ve biz bunu açıp dökeceğimizi biliyoruz.” (G6). Ambalajın bütünlüğü veya parçalara ayrılmasında ise bir katılımcı görüşünü “Ambalajın her tarafına dokunuyoruz, ambalajı algılamaya çalışıyoruz. Sonra dokunsal olarak ayrılma alanlarını hissedip o yöne doğru ambalajı çekiyoruz. Burada ambalajın yarım kesik kısımları ayrılma noktalarını veriyor.” (G2) şeklinde belirtmiştir. Bir diğer katılımcı ise “Yönlendirmede diyagrama ihtiyaç yok. Çünkü biz ambalajın formuyla dokunsal olarak yönlendirme yapıyoruz. Bizim için öğrenmediğimiz şekiller soyut kavramlardır.” (G1) şeklinde görüşünü belirtmiştir.

Ambalaj Tasarımının Formuna Bağlı Estetik Algıya İlişkin Görüşler:

Katılımcılar tasarımın formuna bağlı estetik algı açısından ambalaj tasarımında estetik algının yaratılabileceği ve ambalaj formunun dokunsal bir estetik oluşturduğu konularında benzer görüşler belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Ambalaj tasarımının formuna bağlı estetik algının yaratılabileceği konusunda bir katılımcının görüşü şöyledir: “Estetik algı bizde dokunsal olarak mevcut. Ambalajın formu ve dokunduğumuzda yüzeyin hissettirdikleri tasarımın bizdeki estetik algısıdır.” (G2). Bir diğer katılımcının estetik algıyla ilgili görüşünü “ Tasarımda ürün hissetmek, kıvrımlar ve hatlar estetik algıyı oluşturuyor.” (G6) şeklinde belirtmiştir.

9.7.3. Görme Engellilere Yönelik Ambalaj Tasarımlarında Ambalajın Braille Alfabesinin Yapısı ve Okunabilirliğe İlişkin Görüşler

Bu temanın doğrultusunda sorulan sorular; Braille alfabesinin standart dışındaki boyutlarının okunabilirliğe etkisi konusundaki görme engelli bireylerin görüşleri nelerdir?”, “Kabartmaların yapısının okunabilirliğe etkileri nelerdir?”, “Ambalaj malzemesi okunabilirliği etkiler mi?” şeklindedir. Sorulan bu soruların neticesinde üç alt tema oluşturulmuştur. Bu üç alt temayı oluşturan veriler incelendiğinde görülmüştür ki, kabartmaları hızlı ve kolay okuyan katılımcılar uzun süre Braille alfabesi okuma eğitimi almış ve engellilik süresi doğuştan ya da küçük yaştan itibaren olan bireyler olduğudur. Bununla beraber, ambalajın malzemesinin dokunsal algısının ve kabartmaların yapısının okumada etkili olduğu görülmüştür.

Braille Alfabesinin Boyutlarına Bağlı Okunabilirliğe İlişkin Görüşler: Katılımcılar Braille alfabesinin boyutlarına bağlı okunabilirlik konusunda benzer görüşler belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Katılımcılardan G3 görüşünü “ standarttan küçük Braille boyutları hissedilebilirliği düşürmektedir.” şeklinde belirtmiştir. Bir diğer katılımcı ise “standarttan çok büyük Braille alfabesinde boşluklarda arttığından yavaş okumaya neden oluyor. Oysa biz alışveriş yaparken Braille okumak için güçlük çekmemeliyiz.” (G2) şeklinde görüşünü belirtmiştir. Katılımcılardan G6 görüşünü “Bizim öğrendiğimiz Braille hep aynı boyut standardındadır. Bu yüzden farklı boyutları okumak okumada yavaşlamamıza neden olur.” şeklinde belirtmiştir.

Braille Alfabesinin Kabartma (Yükselti Miktarı) Ve Boşluk Yapısına Bağlı Okunabilirliğe İlişkin Görüşler: Katılımcılar Braille alfabesinin kabartma (yükselti miktarı) ve boşluk yapısına bağlı okunabilirlik konusunda benzer görüşler belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Bir katılımcının görüşü şöyledir: “ Braille kabartmaların yüksekliği az olduğunda hissedilebilirliği az olacaktır ve okumak zorlaşacaktır.” (G5). Bir

diğer katılımcı ise “Kabartmalar olması gereken değerden düşük olduğunda şeker hastası olan görme engelliler okuyamayacaktır. Çünkü onların hastalığından ötürü dokunsal hissiyatı düşüktür.” (G4) şeklinde görüşünü belirtmiştir. Katılımcılardan ikisi (G2 ve G5) ise benzer görüşleri belirtmiştir. Bir katılımcı “Boşlukla Braille alfabesini oluşturmak estetik, fakat bunu Braille deneyimi edinmeye başlayan bireyler okuyamayabilir. Böyle bir okumayı uzun deneyimi olan bireyler okuyabilir.” (G2) şeklinde görüşünü belirtmiştir. Katılımcılardan bir diğerinin görüşünü şu şekildedir: “Boşluk okumanın yanı sıra ambalajın dokunsallığında estetik bir his uyandırıyor.” (G5).

Ambalaj Tasarımında Kullanılan Malzemeye Bağlı Okunabilirliğe İlişkin Görüşler: Katılımcılar ambalaj tasarımlarında kullanılan malzemeye bağlı okunabilirliğe ilişkin olarak malzemenin yapısının daha sert/kalın olmasının Braille alfabesini daha iyi hissettirmesi konusunda benzer görüşler belirtmişlerdir. Bu alt temaya göre görme engelli bireyler tarafından vurgulanan görüşler şunlardır;

Katılımcılardan birisi görüşünü “Karton ambalajlarda kullanılan malzemenin kartondan dolayı sert bir yapıya sahip olması kabartmaları okumakta hissedilebilirliği arttırmaktadır.” (G5) şeklinde belirtmiştir. Katılımcılardan bir diğeri ise “Ambalaj yüzeyinin sertliği ve dokusu okunabilirliği kolaylaştırır.” (G3) şeklinde görüşünü belirtmiştir. Aynı şekilde bazı katılımcılar (G2 ve G4) benzer görüşler sunmuşlardır.

9.8. Öneri

Tez kapsamında yapılan araştırmalar sonucu elde edilen veriler doğrultusunda, görme engelli bireylerin estetik ve işlevsellik algısında ambalaj formunun ve dokusunun ambalajı tanımlamada etken rol oynadığı görülmüştür. Özellikle kadın ve erkek olarak formun algılatılmasında, estetik dokunsal tasarım algısını yaratan oval formların kurgulanması kadını sembolize etmek, dikdörtgen ve keskin hatlı formların tasarlanması ise erkeği sembolize etmek konusunda daha iyi sonuçlar sunmaktadır. Ambalaj tasarımları yapılırken cinsiyete yönelik form tasarımının dikkate alınması görme engelli bireylerde önemli sonuçlar verebilecektir. Tasarımda kullanılan ambalaj malzemesinin dokusunda, estetik algısı ve okunabilirlik konularının dokunsal tasarımı

etkilediği ayrıca gözlemlenmiştir. Malzeme yüzeyinin sert olması, kabartmaların algılanmasında görme engelli bireylerin zihinlerine tanımlamasını yapacakları üç boyutlu kavramı daha net aktardığını göstermektedir. Böylece; görme engellilere yönelik tasarımlarda yüzey üzerindeki kabartma diyagramların ve kabartma doku özelliklerinin net algılatılması estetik algıyı desteklerken, Braille alfabesinin okunabilirliğini kolaylaştırması da, tasarımda okunabilirliğe dair olumlu neticeler göstermiş olmaktadır. Okunabilirlik ve estetik algısı üzerine elde edilen bulguların, tasarım sürecinde dikkate alınması, tasarımın eşitlikçi yaklaşımı açısından herkese hitap edebilir olması sonucunu verebilir.

Araştırma içerisinde yer alan tasarımda işlevsellik algısı; analizler sonucunda elde edilen bulgularda, ambalajın konstrüksiyon tasarımının sunduğu yönlendirici yapıdaki formda ve ürünün muhafaza edebilmesinde görülmüştür. Ambalajın üzerinde yer alan açma noktalarını belirten kesik çizgilerin ya da ürünü açan kapak alanı olduğu belirtilen form yapısı, ambalajın çözümlenmesinde olumlu sonuçlar vermektedir. Konstrüksiyon tasarımda oluşturulan ambalajın, kullanım kolaylığı ve ürünü tüketimi bitene kadar muhafaza edebilecek yapıda olması, işlevsellik ilkesinin var olduğunu göstermektedir. Ambalajın form yapısının dokunsal olarak algılatılması, tasarımın yapılanmasında ambalaj formunun çözümlenmesi açısından olumlu sonuç verebilir.

Bu çalışma ile görme engellilere yönelik ambalaj tasarımları sürecinde yer alan bir uzmandan, testler ve analizleri ile ilgili derinlemesine bilgi edinilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen bulguların (görüşlerin) birbirine paralellik gösterdiği hatta birbirini tamamlar nitelikte olduğu söylenebilir. Bu da çalışmaların güvenilirliği ve geçerliliği açısından önemlidir. Tez kapsamında yapılan çalışmalar, yapılabilecek çalışmalara ışık tutabilecektir. Tasarımları üretirken kullanılan “serigrafı baskı” tekniği ve “gofre” uygulaması dışında yeni teknikler geliştirilerek, görme engellilere yönelik ambalaj tasarımlarının üretimleri yapılabilir.

SONUÇ

“Bir grafik tasarım sorunu olarak görme engellilere yönelik karton ambalaj tasarımında estetik ve işlevsellik algısı üzerine uygulamalar “ adlı bu tez meselesini; görme engelli bireylere yönelik tasarımların çoğaltılması düşüncesi üzerine kurar. Tasarım, daha çok görme odaklı olarak mesajı iletme fikrinden beslense de, aslında grafik tasarımın geniş bir alan yelpazesi bulunur ve herkese eşitlikçi yaklaşan düşünsel bir ağın ürünüdür. Bu nedenle, tasarımda görme kavramının genişletilmesi ve duyularla görme anlayışının yaygınlaşması tasarımın işlevsellik yönünü besleyecektir.

Grafik tasarım sorunsalı içeriğinde incelenen bu çalışmanın hedefi görme engelli bireylerin toplumsal yaşamdaki yeri ve ihtiyaçlarına göre tasarımca çözüm önerisi getirmektir. Bunun için de, hedef kitlenin işlevsellik algısını tetikleyecek bilimsel veriler kılavuzluğunda ambalaj uygulamalarına yön verilmiştir. Tüm bu düşüncelerle görme engelli bireylerin gereksinimlerine göre araştırmalar yapılmış ve uygulama alanları incelenmiştir. Bu incelemeler göstermiştir ki, görme engelli bireylerin tasarım algısını genişleten, “dokunsallık” yöntemidir. Bu bağlamda tasarımı dokunma duyusu üzerinden kurgulamak, görme engelli bireyler için bir okuma halini almakta ve görselin zihinde canlandırılmasına olanak tanımaktadır. Dokunmayı, destekleyen Braille alfabesi ve diyagramlar ile tasarım enstrümanları birlikte harmanlanarak hedef kitleye mesajı aktarma görevini üstlenmektedir. Bu enstrümanlar, grafik tasarımın çözümleme yöntemleri olan doku, çizgi, biçim, tipografi ve boşluğun bir arada düzenlenmesiyle anlamlanır. Görme engellilere yönelik tasarım tekniklerinin bir aradallığında merkeze işlevsellik algısı oturur. Bunun için de görme engellilere yönelik ambalaj tasarımında dokunma duyusunun yanına işlevsellik düşüncesi yerleştirilmiş ve bu düşünce tüm teze kılavuzluk etmiştir.

Ambalaj tasarım uygulamalarına öncülük eden, hali hazırda var olan tasarımın her alanına dokunan ulusal ve uluslararası grafik tasarım örnekleridir. Örneklerin incelenmesi sonucunda görülmüştür ki, ambalaj tasarımlarında doku-dokunma yöntemi ambalajın, biçimi ve yüzeyi hakkında tüm bilgiyi kodlayarak bireyin zihninde kavramı üç boyutlu anlamlandırır. Aynı zamanda tasarımla oluşturulan yüzeylerin göremeyen bireylerde yarattığı dokunma hissi

üzerinden ortaya çıkan algı ile estetik algının sentezlenmesi düşüncesini doğurur. Denebilir ki tasarım, görme engelli bireylere yönelik anlamlandırmayı ancak, işlevsellik ve estetik algısı üzerine kurabilir. Bu durum, hem hedef kitlenin hayatını kolaylaştırmakta hem de tasarımcı çözümlenmiş uygulamaların hayata geçmesinde etkin olmaktadır.

Bu tez çalışmasında; ambalaj türlerinden özellikle karton ambalajın konu edinilmesinin temel nedenlerinden birisi, yaygın olarak tercih edilen ambalaj malzemesi olmasıdır. Tez kapsamında uygulanan ambalaj tasarımlarında; karton ambalajlı ürünlerin seçilmesinde, ürünlerin görme engelli bireylerin sık olarak tüketebileceği alanların tercih edilmesi dikkat edilen nokta olmuştur. Bu düşünceden yola çıkarak üretilen karton ambalajlar, ürün gereksinimleri ve tüketimleri oldukça fazla olan gıda, sağlık ve kozmetik olmak üzere üç farklı sektörün alanında yer alan beş ürünün belirlenmesiyle tasarlanmıştır. Gıda sektörüne ait çay ambalajı örneğinin tasarlanma düşüncesi, çayın kültürümüze ait olması ve sık tüketilmesi nedenlerinden doğmuştur. Bireylerin hayatında dikkatli tüketmeleri gereken ve tehlikeli ürünler kapsamında yer alan sağlık sektörüne ait ilaçların ambalaj tasarımına bir örnekte tez kapsamındaki ilaç ambalajının tasarımıdır. Düşünülen diğer tasarımlar ise kozmetik sektörüne ait kişisel bakım ürünlerinin ambalajlarıdır. Özellikle kadınların çekingenlik duygusuyla almak istedikleri ürünler göz önünde bulundurularak, belirlenen kişisel bakım ambalajlarının tasarımları olarak yapılmıştır.

Ambalajların tasarlanması ve üretilmesinden sonra, görme engelli bireylerin tasarım algısında işlevsel ve estetik olarak varlık gösterip gösteremediklerini denetlemek adına görme engelli bireylerle testler yapılmıştır. Yapılan test çalışmalarında birçok görme engelli bireyle görüşülerek görme derecesi %50 ve üzeri olan, ayrıca engellilik süreleri değişkenlik gösteren bireylerden bir çalışma grubu oluşturulmuştur. Çalışma grubu, her bir ambalajı dokunma duygusunu kullanarak tek tek test etmiş ve ambalajlar hakkındaki görüşlerini bildirmişlerdir. Her görme engelli bireyin demografik özellikleri ve test neticeleri gizlilik ilkesi doğrultusunda tezin analiz bölümünde verilmiştir. Tasarımlardan ortaya çıkan sonuç, görme engelli bireylerin estetik ve işlevsellik algısının tasarımda aktif olarak varlık

gösterebileceğidir. Özellikle malzeme seçiminin, ambalajın biçiminin ve dokusunun estetik algı üzerinde etkili olduğu gözlenmiştir.

Uygulama sonrası yapılan değerlendirmeler göstermektedir ki; grafik tasarımın düşünsel yapısına dokunsallık girdiğinde, toplumun önemli bir oranına tekabül eden görme engellilere ışık tutabilir. Ayrıca bu tasarımların hayata geçirilebilmesi ve yaygınlaşması durumunda başarı sağlayacağını destekleyen bulgular, araştırma kapsamında görülmüştür. Nitekim tez kapsamındaki ambalaj çalışmalarında, görme engelli bireylerle yapılan testler ve görüşmelerle çalışma desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Ambrose, G. , Harris, P. (2010). Grafik Tasarımda Tasarım Fikri. Taşçıoğlu, A. G. , Taşçıoğlu M. (çev.), İstanbul: Literatür.

Ambrose, G. , Leonard, G. (2012). Grafik Tasarımda Tasarım İçin Araştırma. Bayrak, B. (çev.), İstanbul: Literatür.

Arıkan, A. (2008). Grafik Tasarımda Görsel Algı. Konya: Eğitim Akademi Yayınları.

Axel, E. S., Levent N. S. (2012). Art Beyond Sight: A Resource Guide to Art, Creativity, and Visual Impairment. New York: AFB Press.

Becer, E. (2014). Ambalaj Tasarımı. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

Davidson, M. (2014). Louis Braille Görmezlerin Okumasını Sağlayan Çocuk. Sadıkoğlu, T. (çev.), İstanbul: Can Sanat Yayınları.

Deleuze, G. (2009). Francis Bacon Duyumsamanın Mantığı. Batukan, C., Erbay, E. (çev.), İstanbul: Norgunk Yayıncılık.

McLuhan, M. (2014). Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu. Güven, G.Ç. (çev.), Ankara: Yapı Kredi Yayınları.

Merleua –Ponty, M. (2005). Algılanan Dünya Sohbetler. Aygün, Ö. (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

Merleua –Ponty, M. (2012). Göz ve Tin. Soysal, A. (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

Pallasma, J. (2005). Tenin Gözleri. Kılıç, A.U. (çev.), İstanbul: Yem Yayın.

Twemlow, A. (2011). Grafik Tasarım Ne İçindir?. Özgen, D. (çev.), İstanbul: Yem Yayın.

Vasseleu, C. (1999). Işığın Dokusu. Sarıkaya, A. (çev.), Ankara: Öteki Yayınevi.

Yazgan, G. (2002). Kör Uçuş. İstanbul: İletişim Yayınları.

YAYINLAR

Anlı, Ö.F. (2013). Wittgenstein’da ‘Dil-Oyunu’ Kavramı Bağlamında ‘Özel-Dil Sorunu’nun ve Yeni Bir Oyun Olanağı Olarak Metafor Kullanımının İncelenmesi. Nobel Akademik Yayıncılık.

Aydın, B. , Bulat, M. , Bulat, S.(2014). Bauhause Tasarım Okulu. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt 18, Sayı:1, s.109

Becer, E. (1993). Yaratıcılık ve Grafik Tasarım. Anadolu Üniversitesi E-Arşiv.

Benuğur, Ş. (2014). Grafik Tasarım Eğitiminde Görme Engelliler İçin Sosyal Sorumluluk Tasarımı. Eğitimbilimleri Araştırma Dergisi, Cilt:4, Sayı:2, s. 214.

Bildiri Kitabı. 1. Sanat ve Tasarım Eğitim Sempozyumu.(2011). Denizbank Yayınları.

Bildiri Kitabı. 4. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu. (2012). İstanbul: APA Uniprint Basım

Eraldemir, B. (2010). Sanat Hayata Nasıl Bakar? Antony Gormley’in Eserleri Üzerinden Bir Açıklama. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 19, Sayı:1, s.115.

Eppe, M. A. (2001). Canadian Braille Authority Standards for Teachers of Braille Reading and Writing. Canadian Braille Authority.

Erkartal, P.Ö., Ökem, H. S. (2015). Mimari Tasarımda Dokunma Olgusu ve Dokunsal Haritalamaya İlişkin Bir Alan Çalışması. Megaron.

Gallery the world’s best graphics. (2010). Wondaree Macadamias Packaking Re-brand. vol. 06, s.146.

Gençoğlu, E. N. (2001) Karton Ambalaj Üretim Yöntemleri Ders Notu. İstanbul: Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Matbaa Eğitimi Bölümü.

Kaynar, M. (1995). İngiltere’de Körler İçin Bir Hizmet Kuruluşu Olarak Kraliyet Körler Enstitüsü (Royal National Institute For The Blind- RNIB). Türk Kütüphaneciliği, Cilt:9, Sayı:1, s.39.

Öztuna, H.Y. (2007). Temel Tasarım Öğeleri “Doku”.Grafik Tasarım Dergisi. Sayı:6, s.86.

Özgü, M. (1949). İnsanın Estetik Terbiyesi Üzerine Mektuplar. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi. Cilt:7, Sayı:2, s.469.

Özel Eğitim. (2005). T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1411. s. 121

Rızvanoğlu, E.(2006). Wittgenstein ve Bakhtin’de Tekdillilik ve Çokdillilik Sorunu. Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi. Sayı:1, s. 124/125.

Şimşeker, O. (2010). Temel Matbaa Eğitimi Ders Notları. İstanbul: Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi. s. 15.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2010). Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.

Uçar, T.F. (2009). Elele Beyin Fırtınası = Ürün. İmece 2009 Uluslararası Katılımlı Güzel Sanatlar ve Tasarım Sempozyumu Bildirisi. Eskişehir

Yaman, M. (1956). Körlere Mahsus Kütüphaneler. Türk Kütüphaneciliği, Cilt:5, Sayı:3, s. 240.

World Braille Usage. (1990). National Library Service For The Blind and Physically Handicapped Library Of Congress Washington. D.C. , USA. s.75. (Çeviri: Pelin Hayta, 31.01.2015)

TEZLER

Bingel , Z. K. (2009). Haptik’in Tasarımı’ Tasarım Aşamalarında Haptik Etmenler. Yayınlanmış Doktora Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi FBE.

Büyüksan, Y.F. (2009). Görme Engellilere Yönelik Konuşan Kitaplık Hizmetinin Geliştirilmesi “Milli Kütüphane Örneği”. Uzmanlık Tezi. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Kütüphane Başkanlığı.

Çulha, D. (2010). Tom Stoppard'ın Oyun Afişlerinin Tasarımında Stratejik Bir Yöntem Olarak İroninin Kullanılması. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi GSE.

ANSİKLOPEDİLER

Fairley, M. (2006) Etiket ve Etiket Teknolojisi Ansiklopedisi. Tuncay, O. İstanbul: Rota Yayın.

SÖZLÜKLER

Harris, A. (2012). Görsel Baskı Öncesi Hazırlık ve Üretim Sözlüğü. Cengiz, C., Uslu, M. E. (çev.), İstanbul: Literatür.

İNTERNET KAYNAKLARI

Andrew Watson (t.y.) <http://andrewwatsondesign.com> (Çeviri: Pelin Hayta) (25.03.2015).

Braille-Dimensions, Braille diagram. www.blista.de (23.12.2014)

Cleanlogic Bath and Body Care (t.y.)
<http://www.cleanlogicbodycare.com/news-and-media/august2012/>
(22.03.2015).

Cleanlogic Bath and Body Care (t.y.)
<http://www.abeautyfeature.com/cleanlogic-the-first-beauty-brand-to-include-braille/> (22.03.2015).

Ergün, M. Sanat Felsefesine Giriş (Estetik)
<http://www.egitim.aku.edu.tr/sanatfelsefesi.pdf> (11.10.2014)

Erdoğan, Ç. Retinal Sinemadan Duyusal Sinemaya Doğru. Academia. (20.02.2015)
(https://www.academia.edu/2290243/Retinal_Sinemadan_Duyusal_Sinemaya_Do%C4%9Fru)

Estetik (t.y.) <https://tr.wikipedia.org/wiki/Estetik> (21.09.2015).

First Braille Wine Bottle (t.y.)
<http://www.wine.co.za/news/news.aspx?NEWSID=10295> (Çeviri: Pelin Hayta). (24.03.2015).

Evcin, A. Bilimsel Araştırma Teknikleri Sunum.
<http://www2.aku.edu.tr/~evcin/scientific/research.pdf> (13.11.2015)

Grafik Tasarım (t.y.)
<https://tr.wikipedia.org/wiki/S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik>
(21.09.2015).

Hutchings, E. Coca-Cola Cans Designed for the Blind (t.y.)
<http://www.psfk.com/2015/05/coca-cola-cans-with-braille-designed-for-the-blind-share-a-coke-campaign.html> (Çeviri: Pelin Hayta) (18.08.2015).

Köseler, H. Türkiye’de Özürlü Olmak. Altın Nokta Körler Derneği Web Sayfası. (09.10.2014). (<http://www.altinokta.org.tr/yazarlar.php#1>).

MEB, Anonim, T05.01.2015.
(http://turkansabanciilkokulu.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/34/22/746763/dosyalar/2014_01/28100120_grmeengellnntan%C4%B1m%C4%B1tehsves%C4%B1kl%C4%B1%C4%B1.doc)

Murphy, L. J. About Tactile Mind <http://tactilemindbook.com> (Çeviri: Pelin Hayta) (24.03.2015).

Muvazene: Denge / Dengeleme (t.y.)
http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.55e17a4dc77763.06523513 (22.03.2015).

PackMedia – Worcester Winelands (t.y.) <http://www.pyrotec.co.za/case-study/packmedia-worcester-winelands/> (Çeviri: Pelin Hayta) (24.03.2015).

Plastik Ambalaj. <http://www.ambalaj.org.tr/tr/ambalaj-ve-cevre-plastik-ambalajlar.html> (22.03.2015).

The first Braille wine bottle in the World (t.y.)
<http://www.route62.co.za/route62newsitem.php?newsID=1townID=> (Çeviri: Pelin Hayta) (24.03.2015).

EKLER

“Bir Grafik Tasarım Sorunu Olarak Görme Engellilere Yönelik Karton Ambalaj Tasarımının Uygulanabilirliği” İsimli Tez Çalışması Uygulama Değerlendirme Formu

Kurum Adı:	Tarih:	Saat:
Teste Katılan Bireyin Bilgileri		
Cinsiyet: <input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek		
Yaş:		
Engel Derecesi: <input type="checkbox"/> %100 <input type="checkbox"/> %100'ün altında		
Engellilik Süresi:		
Eğitim Durumu:		
Mesleği:		
Braille Alfabeti Okuyabiliyor mu? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır		
A) Genel Ambalaj Değerlendirmeleri		
1- Ambalajlarda Braille alfabesi bulunması önemlidir.		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
2- Ambalajlarda bilgilendiren açıklamaların olması ambalajı tercihte etkilidir.		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
3- Ambalajın kullanım kolaylığı sağlaması tercih etmemi etkiler.		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
4- Ambalajın ürünü koruması tercih etmemi etkiler.		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
5- Ambalajda bulunun formlar (diyagramlar, geometrik şekiller vb.) dokunma duyusu yardımıyla algılanabilir mi?		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
6- Ambalajda tüketici danışma merkezi telefon numarası braille alfabesi ile olması gerekir.		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
7- Ambalajda kalite belgesi işaret ve yazılarının bulunması (diyagram ve braille olarak) güven verir.		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
8- Ambalaj ürünün ağırlığını (gramaj, litre, kg vb.) braille alfabesi ile belirtmelidir.		
<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Kararsız		
9- Ambalajda üretim ve son kullanma tarihinin (braille alfabesi ile) olması önemlidir.		

<input type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır	<input type="checkbox"/> Kararsız
10- Aynı tür ürünlerin ambalajlarını ayırmada Braille ve diyagramların bilgilendirmesi önemlidir.		
<input type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır	<input type="checkbox"/> Kararsız
11- Ambalajda dokunma duyusu yardımıyla estetik algı yaratılabilir mi?		
<input type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır	<input type="checkbox"/> Kararsız
12- Ambalajda dokunma duyusu ile estetik algı yaratılabiliyorsa kabartmaların boyutu, yerleşim planı ve şekilleri bu estetik algıyı sağlar mı?		
<input type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır	<input type="checkbox"/> Kararsız
13- Görme engelliler için özellikle ihtiyaç duyulan ambalaj sektörü nedir?		
14- Renk sizin için ne ifade eder?		
15- Ambalajda bilgilendirmenin yanı sıra ambalajdan farklı beklentiler var mı?		
B) DOĞUŞ ÇAY AMBALAJI DEĞERLENDİRMESİ		
1- Çayın markasını algılaması (logo ve marka adı).		
<input type="checkbox"/> Algıladı	<input type="checkbox"/> Algılamadı	<input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
2- Logodaki kabartma parçaları birleştirerek (diyagramdan) anlam çıkartılması.		
<input type="checkbox"/> Anlam Çıkaratabildi	<input type="checkbox"/> Anlam Çıkartamadı	<input type="checkbox"/> Anlam Çıkartmakta Zorlandı
3- Ambalaj üzerindeki bilgilerin Braille alfabesi aracılığıyla okunması.		
<input type="checkbox"/> Okudu	<input type="checkbox"/> Okuyamadı	<input type="checkbox"/> Okumakta Zorlandı
4- Dokunma duyusu ile tasarımın formunun algılanması.		
<input type="checkbox"/> Algıladı	<input type="checkbox"/> Algılamadı	<input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
5- Yönlendirme diyagramının algılanması.		
<input type="checkbox"/> Algıladı	<input type="checkbox"/> Algılamadı	<input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
6- Ambalaj üzerinde bulunması gereken yasal zorunlu simgelerin (kabartma olarak) anlanması.		
<input type="checkbox"/> Anladı	<input type="checkbox"/> Anlayamadı	<input type="checkbox"/> Anlamakta Zorlandı
7- Tasarımı ihtiyaca yönelik olması.		
<input type="checkbox"/> İhtiyaca Yönelik Buldu	<input type="checkbox"/> İhtiyaca Yönelik Bulmadı	<input type="checkbox"/> Kararsız
8- Ambalajdan estetik haz alınması.		
<input type="checkbox"/> Aldı	<input type="checkbox"/> Almadı	<input type="checkbox"/> Kararsız

C) KOTEX AMBALAJI DEĞERLENDİRMESİ	
1- Ürünün logosunun (Logotype'ın Braille alfabesi ile yazılması) okunması.	<input type="checkbox"/> Okudu <input type="checkbox"/> Okuyamadı <input type="checkbox"/> Okumakta Zorlandı
2- Ürün kaç adet olduğunun ve türünün ne olduğunun okunması.	<input type="checkbox"/> Okudu <input type="checkbox"/> Okuyamadı <input type="checkbox"/> Okumakta Zorlandı
3- Ambalaj üzerindeki yönlendirme diyagramının algılanması.	<input type="checkbox"/> Algıladı <input type="checkbox"/> Algılayamadı <input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
4- Yönlendirme diyagramını ve ek bilgileri kullanarak ambalajın işlevini çözümleyebilmesi.	<input type="checkbox"/> Çözümledi <input type="checkbox"/> Çözümlemedi <input type="checkbox"/> Çözümlemekte Zorlandı
5- Ambalaj üzerinde bulunması gereken yasal zorunlu simgelerin (kabartma olarak) anlanması.	<input type="checkbox"/> Anladı <input type="checkbox"/> Anlayamadı <input type="checkbox"/> Anlamakta Zorlandı
6- Tasarımı ihtiyaca yönelik olması.	<input type="checkbox"/> İhtiyaca Yönelik Buldu <input type="checkbox"/> İhtiyaca Yönelik Bulmadı <input type="checkbox"/> Kararsız
D) DOVE SABUN AMBALAJI (KADINLARA YÖNELİK)	
1- Ürünün logosunun (Logotype'ın Braille alfabesi ile yazılması) okunması.	<input type="checkbox"/> Okudu <input type="checkbox"/> Okuyamadı <input type="checkbox"/> Okumakta Zorlandı
2- Logoda yer alan kuş diyagramının algılanması.	<input type="checkbox"/> Algıladı <input type="checkbox"/> Algılayamadı <input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
3- Ürünün ambalajı üzerindeki yönlendirme diyagramı ve ek bilgilerin kullanılarak ambalajın işlevini çözümleyebilmesi.	<input type="checkbox"/> Çözümledi <input type="checkbox"/> Çözümlemedi <input type="checkbox"/> Çözümlemekte Zorlandı
4- Dokunma duygusu ile ambalajın formunun kadına yönelik olduğunun algılanması.	<input type="checkbox"/> Algıladı <input type="checkbox"/> Algılayamadı <input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
5- Ürünün içeriğine dair bilgi edinilmesi (ürünün salatalık ve yeşilçay özlü olduğu bilgisinin alınması).	<input type="checkbox"/> Bilgilendi <input type="checkbox"/> Bilgilenmedi <input type="checkbox"/> Bilgi Almakta Zorlandı

E) DOVE SABUN AMBALAJI (ERKEKLERE YÖNELİK)	
1- Ürünün logosunun (Logotype'ın Braille alfabesi ile yazılması) okunması.	<input type="checkbox"/> Okudu <input type="checkbox"/> Okuyamadı <input type="checkbox"/> Okumakta Zorlandı
2- Logoda yer alan kuş diyagramının algılanması.	<input type="checkbox"/> Algıladı <input type="checkbox"/> Algılayamadı <input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
3- Ürünün ambalajı üzerindeki yönlendirme diyagramı ve ek bilgilerin kullanılarak ambalajın işlevini çözümleyebilmesi.	<input type="checkbox"/> Çözümledi <input type="checkbox"/> Çözümleyemedi <input type="checkbox"/> Çözümlemekte Zorlandı
4- Dokunma duyusu ile ambalajın formunun erkeklere yönelik olduğunun algılanması.	<input type="checkbox"/> Algıladı <input type="checkbox"/> Algılayamadı <input type="checkbox"/> Algılamakta Zorlandı
F) GLIFOR AMBALAJI DEĞERLENDİRMESİ	
1- Ürünün logosunun (Logotype'ın Braille alfabesi ile yazılması) okunması.	<input type="checkbox"/> Okudu <input type="checkbox"/> Okuyamadı <input type="checkbox"/> Okumakta Zorlandı
2- Ürünün kaç adet olduğunun ve kaç mg olduğunun okunması.	<input type="checkbox"/> Okudu <input type="checkbox"/> Okuyamadı <input type="checkbox"/> Okumakta Zorlandı
3- Ürünün formunda yer alan kilit kapağın yönlendirme diyagramı ve ek bilgiler yardımıyla çözümlenmesi.	<input type="checkbox"/> Çözümledi <input type="checkbox"/> Çözümleyemedi <input type="checkbox"/> Çözümlemekte Zorlandı
4- Tasarımı ihtiyaca yönelik olması.	<input type="checkbox"/> İhtiyaca Yönelik Buldu <input type="checkbox"/> İhtiyaca Yönelik Bulmadı <input type="checkbox"/> Kararsız

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI : Pelin HAYTA
DOĞUM YERİ VE TARİHİ : Bakırköy / 20.05.1989
MEDENİ HALİ : Evli
E-MAIL : pelin.sahin@nisantasi.edu.tr
ADRES (EV) : Fatih Mah. 954 Sok. No:2 Daire:20
Esenyurt/İSTANBUL
ADRES (İŞ) : Hasbahçe Cad. No.88 34406 Kağıthane /
İSTANBUL
TELEFON : -
(EV/CEP) : (0535) 480 34 83
(İŞ) : (0212) 210 10 10

EĞİTİM DURUMU

2013 – 2015 İstanbul Arel Üniversitesi Yüksek Lisans Grafik Tasarım
2009 – 2013 Marmara Ü. Teknik Eğitim Fakültesi Matbaa Öğretmenliği
2007 – 2009 İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler MYO. Basım ve Yayın Tek.
2003 – 2007 Hikmet Nazif Kurşunoğlu Anadolu Meslek Lisesi Grafik Tasarım

YABANCI DİL : İngilizce (Orta Düzey)

İŞ TECRÜBESİ : Nişantaşı Üniversitesi (2013 – devam ediyor)