

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Japonya neden tasarımı yeniden düşünmemi sağladı?

Marcia Dellarosa
www.medium.com
Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Bir pirinç topunun bile bir tasarım ritüeli olduğu bir kültürde, özenle sistemler inşa etmenin gerçekte ne anlama geldiğini keşfettim.

Japonya'ya vardığım anda, Duolingo ile edindiğim tüm Japoncam buhar olup uçtu

ve geriye sadece coşkulu bir «*arigatō gozaimasu*» (çok teşekkür ederim) ve çok yersiz bir «*konnichiwa*» (merhaba/tünaydın) kaldı. Jet *lag*'li ama meraklı bir şekilde Narita Ekspresi'ne atladık ve ilk resmi durağımız, 7-Eleven'a gittik.

Misyonumuz mu? Kahve ve meşhur *egg sando*'ydu (yumurtalı sandviç). Yanı sıra aldığımız şeyse, sorunsuz deneyim tasarımı konusunda kısa bir dersti. Kahve makinesinde o kadar sezgisel simgeler kullanılıyordu ki tek bir Japonca kelimeye ihtiyaç yoktu. Sandviğin ambalajı, Red Dot yarışmasında ödül kazanmış gibi görünüyordu; net, zarif ve mükemmel bir şekilde etiketlenmişti. Sandviç kuyruğu, sular seller gibi sessizce ve verimli bir şekilde ilerliyordu. Ve bu sadece bir kahvaltıydı ve ben çoktan hayran kalmıştım.

O kısacık, sıradan gibi görünen anda, muazzam bir şeyin farkına



vardım: **Bu ülke sadece şeyleri tasarlamıyor. Akışları tasarlıyor.**

1. Tasarım her yerdedir ama görünmezdir

İlk Tokyo metro istasyonumuza vardığımızda, Japonya'nın, çoğu marka ve hatta çoğu ülkenin hâlâ peşinde olduğu bir konuda ustalaşmış olduğunu fark ettim: *kusursuz birlikte çalışabilirlik*. Her şey, ağırlığını hissettirmeden birlikte iş görmek üzere tasarlanmış daha büyük ve görünmez bir sistemin parçasıydı.

Google Haritalar bize sadece hangi trene bineceğimizi söylemekle kalmıyordu. Çıkış stratejimize göre hangi vagona bineceğimizi de söylüyordu. Temassız ulaşım kartım *Suica* telefonuma zaten yüklüydü, böylece kapılardan tatmin edici bir *bip* sesiyle geçebiliyordum, başka hiçbir şeyle uğraşmama gerek kalmıyordu. Sistem ekrandan tabelalara, telefonda yerlere kadar insanların sorunsuz dolaşımını sağlamak için sessizce düzenlenmişti.

Tabelalara gelince: Aman Tanrım!

Bir seferinde, Shibuya İstasyonu'nun (yani bir metro aktarma merkezi pozundaki küçük, dikey bir şehrin) ortasında durmuş A12 çıkışını arıyordum. Aniden, tam orada, insanlar göreve giden yolcular gibi yanımdan hızla geçerken, tam anlamıyla bir tasarım aydınlanması yaşadım.

Her yön tabelasının arkasında alenen bir iş birliği saklıydı: mimarlar, mekân tasarımcıları ve çevresel kullanıcı deneyimi uzmanları oturup ortaklaşa karar vermiş olmalıydı. *Bu tabela nereye gitmeli? Hangi sütun? Hangi yükseklik? İlk kez gelen biri için mi yoksa bölge sakinleri için mi daha mantıklı?* Sadece işlevsel değildi. Koreografisi yapılmıştı.

A12 çıkışını bulmak zahmetsizdi. Ben nereye gittiğimi bildiğim için değil, sistem bildiği için.

Tamam, iyi de. İlk denemede buldum mu?

Belki de bulamadım. Otomatların sesi, sokak lezzetlerinin kokusu ve beni cezbeden bir düzine güzellik reklamının ışıltısı arasında

Tokyo'ya giden Narita Ekspresi treninde kahve ve yumurtalı sandviç.





tamamen dikkatim dağılmışken, yolumdan biraz sapmış olabilirim de, olmayabilirim de. Ama neyse ki zaten kocalar bu yüzden gelmiyor mu tatile? Biz gönlümüzce gezinip hayallere dalarken Google Maps bulmacasını çözsünler diye.

2. Kaostan sakinlięe, sadece tepki vermekle kalmayan, öngören sistemler

Sistemin neye ihtiyacınız olduğunu
sizden önce bildiği bir yerde
olmanın büyüğü bir yanı var.

Japonya'da hiçbir tesadüf bir şans eseri değildi. Tasarım sonucuydu. Gittiğimiz her yerde, sanki biri benden önce o yolu yürümüş, olası tüm sorunları çözmüş ve ardında sessizce bir çözüm bırakmış gibiydi.

Örneğin bagaj yönlendirme hizmetini ele alalım. Bir trenden diğerine aktarma yaparken koca koca valizlerimizi sürüklemek veya dolaplara sığdırmaya çalışmak zorunda kalmadık. Tokyo'daki otelimizde bir form doldurduk ve çantalarımızı tekrar bir sonraki

durakta, Kyoto'da gördük, sanki kaosu tamamen es geçmiş sadık seyahat arkadaşları gibi bizi bekliyorlardı. Dram yok. Gecikme yok. Tam zamanında teslim edildiler. Her seferinde.

Ya da her bir misafir etkileşiminin bir ritüel gibi tasarlandığı geleneksel Japon oteli, *ryokan* deneyimini düşünün. İçeri girdiğiniz andan itibaren nazik bir rehberlik hissi sizi kucaklıyor. Ayakkabılarınız şuraya girer. *Yukata*’nız (hafif gündelik kimono) tam olması gerektiği gibi katlanmıştır. Yemekler tam anında servis edilir. Hiçbir şey için nasıl veya ne zaman olacağını sormanıza gerek yoktur. Sistem her ihtiyacınızı zaten öngörmüştür.

Her şey insanı nostaljik bir 80’ler Japon filminin içine düşmüş gibi hissettiriyor. Arka plandan sakinleştirici, soyut bir müzik geliyor, *koi* balıkları girişte zarifçe döne döne yüzüyor ve çay fincanlarının yumuşak çınlaması öğleden sonranın ritmini belirliyor. Ortak bir dil konuşulmasa bile, personelle iletişim akıcı ve son derece saygılı. Kaos yok. Kargaşa yok. Sadece sizi rahatlatmak için tasarlanmış, bilinçli, duyuşal açıdan zengin bir misafirperverlik.

Halka açık tuvaletler bile *proaktif* kullanıcı deneyimi konusunda bir ders niteliğinde. Tertemiz tesisler, kabinlerde bebek koltukları, sessiz sifon seçenekleri (evet, Japonya her şeyi düşünüyor) ve sezgisel tabelalar. Minimalist değil. Bilinçli. Ve «*olsa iyi olur*» diye yapılan şeyler değil. Büyük ölçekli bir empatinin sistematik örnekleri.

Bütün bunlar, karmaşık marka ve tasarım sistemlerine liderlik etmiş biri olarak, kullanıcı şikâyetleri, hata düzeltmeleri, gece geç saatlerde yapılan güncellemeler gibi *reaktif* düzeltmelere ne sıklıkla ve ne derece aşırı önem verdiğimizi yeniden düşünmeme yol açtı. Ve Japonya **banu harika sistemlerin sorunları sadece çözmekle kalmadığını, onları önceden çözdüğünü hatırlattı.**

İşte asıl yaratıcı zorluk burada kendini gösteriyor:

- Kullanıcı stresini daha ortaya çıkmadan azaltan süreçler geliştirebilir miyiz?
- Aşırı açıklama yapmadan deneyimi sezgisel hale getirebilir miyiz?
- Güveni sistemin bir parçası haline getirebilir miyiz?

Ve bunun da ötesinde, tasarımları neden bu şekilde yapıyorlar?

Bu, her zaman bir adım sonrasını düşünen, hassasiyet ve hazırlıklılık odaklı bir kültürel zihin yapısından mı kaynaklanıyor? Yoksa daha derinde başka bir şey mi: defalarca yeniden inşa edilmenin

şekillendirdiği bir dayanıklılık mı yatıyor? Depremler, tsunamiler, ekonomik dalgalanmalar, Japonya kendini birden fazla kez yeniden tasarlamak zorunda kaldı. Belki de bu yüzden sistemleri yalnızca verimli değil; aynı zamanda , ve derin bir biçimde .

3. Detay bir aşk dilidir

Balayımız için Japonya'ya gelmiştik, ama bunu her zamanki «her şeyi keşfedelim» gezilerimizden biriyle karıştırabilirsiniz. Trenlere atlıyor, gün batımını kovalıyor, pazarlarda kayboluyorduk. Ama tüm bu hareketliliğin altında sessiz, güzel bir ritim vardı: aşkı kutluyorduk. Ve bunu kutlamak için aşkın en ufak ayrıntılara kadar işlenmiş gibi görüldüğü bir ülkeden daha iyi bir yer neresi olabilir ki?

Kaplıcadaki havhularımızın matematiksel bir kesinlikle katlanma biçiminden, yemeklerin yenilebilir küçük sanat eserleri gibi tabaklara konulma biçimine kadar her şey nazik bir hatırlatma gibiydi:

Atıştırmalıkların bile bir sistemi vardı. Hâlâ o hazır hayal ediyorum; sadece tadı için değil, aynı zamanda plastik ambalajı, mührü ve etiketi o kadar sezgiseldi ki, sırf doğru açabildiğim için bana kendimi akıllı hissettirdi.

Ve sonra (pirinç topu) geldi. Her 'de (market buzdolabında) bulunan, deniz yosununa sarılı bir pirinç üçgeni – ama birini açmayı başarmak, lezzetli bir küçük bulmacayı çözmek gibi. Numaralandırılmış sekmeleri takip ediyorsunuz. Önce burayı, sonra şurayı çekin, sonra yavaşça öbür tarafından tutun. Doğru yaparsanız, etrafını öyle mükemmel bir şekilde öyle bir sarar ki pirinç topu, çıtır çıtır ve formu hiç bozulmamış biçimde çıkar. Yanlış yaparsanız da... Sonunda, çabucak öğrenirsiniz. Ama yine de, asıl mesele şudur: o *onigiri* **sizi eğitmek üzere tasarlanmıştır**. Uygulama yok. Tarif yok. Sadece güven, niyet ve özen var.

Ve sonra sırada sanat vardı. Ah, o sanat.

Tokyo Ulusal Modern Sanat Müzesi'ne girdik ve serginin **kaligrafiyle** ilgili olduğunu keşfettik. Karnıma sancılar girdi. Bunlar benim tasarım yolculuğuma ilk çıktığım zamanlarda takıntılı olduğum formlardı – kitaplar, fırça darbeleri, formlar – ve şimdi aniden, sessizce, yüz yüze, onların önünde duruyordum.

Kocam, «Bu karakterler senin el yazın gibi görünüyor» diye fısıldadı, tamamen büyülenmiş gibiydi. Ve ben de aynen öyleydim.

Daha sonra **Kanazawa**'da 21. Yüzyıl Çağdaş Sanat Müzesi'ni ziyaret ettik ve hayatımın şimdikinden çok farklı olduğu



TeamLabs Tokyo'da orkide deneyimi.





Tokyo Ulusal Modern Sanat Müzesi.

2019 yılında, **Leandro Erlich**'in ilk kez Buenos Aires'teki Malba Müzesi'nde gördüğüm su altı havuzuna rastladık. Şimdi ise orada, kocamla birlikte bu havuzun üzerinde duruyor, o fotoğrafımı çekerken ben objektife gülümsüyordum.

İstemediğim ama çok ihtiyaç duyduğum bir geriye sarma anı.

Tokyo'daki **Tsutaya Books**'ta, mükemmel bir şekilde düzenlenmiş kitap rafları arasında yavaşça geziniyorduk; kâğıdın daha kalın, ışığın daha sıcak ve zamanın var olmadığı o karşı konulmaz yer. Ve sonra oldu: **1920'lerin Japon poster tasarımı** üzerine bir kitabı çekip çıkardım ve aniden kendimi bambaşka bir mekânda buluverdim.

Maziye dönüş: Üniversitede, ilk tasarım derslerimden birindeyim. Profesör, hayranlıkla kocaman açılmış gözlerle bize Japon

tipografisi, afiş düzenleri ve mekânsal uyumla ilgili slaytlar gösteriyor. O zamanlar görselleri beğenmiştim ama anlayamamıştım. Gerçekten de öyleydi, Japon tasarımını bu kadar beğenilen kılan şeyin ne olduğunu ayırt edememişim henüz.

Ama Tsutaya'da, elimde o eski afiş kitabını tutarken, etrafım onlarca yıllık sessiz ve kasıtlı bir güzellikle çevriliyken... anladım.

Sadece gridler ya da tipografi değildi. Söz konusu olan... Ve tüm bunların hepsinin bir hikâyeyi bağırıp çağırmadan nasıl anlattığıydı.

O an sadece tasarım tarihiyle ilgili değildi. Başlangıçta kim olduğumu hatırlamak ve ne kadar yol kat ettiğimi görmekle ilgiliydi. O kitap elbette benimle eve döndü – sadece çizimleri yüzünden değil, bana hatırlattığı şeyler yüzünden de:

İlham genellikle erken kök salar ve şanslıysak, onu doğru anda yeniden keşfederiz. Aynı, Japonya'da bir kitapçı dükkânının ortasında, duygularım tavan yapmış, gözlerim hayranlıkla açılmışken olduğu gibi.

Sanat ve aşk. Tasarım ve hafıza.

4. Tasarım pratiğime taşıdıklarım

Japonya bana sadece ilham vermekle kalmadı. Sistemler, hikâye anlatımı ve deneyimleri bir arada tutan görünmez bağlar hakkındaki düşünce tarzımı yeniden tanımladı.

Yaratıcı bir lider olarak kendimi sık sık, hırsıla uygulamayı, güzellikle netliği ve ölçekle ruhu dengelemeye çalışırken buluyorum.

Bu yolculuk bana, **her ikisini birden yapmanın yalnızca mümkün olmadığını, zorunlu olduğunu hatırlattı**. Çünkü kalıcı olan markalar ve ekipler, yalnızca sistemi değil, o sistemin yarattığı duyguyu da dikkate alanlardır.

Bunlardan kendi işime ve belki de sizinkine de getirdiğim şey şu:

- **Sadece verimlilik için değil, empatiyle plan yapın.** İyi sistemler sorunları çözer. Harika sistemler sorunları öngörür ve özenle uygular. Bu zihniyet bana Japonya'nın, ister yoğun bir metroda yol alsın ister bir sonraki depreme hazırlansın, her an hazırlıklı bir kültür inşa ettiğini hatırlattı. Korkuyla değil, dayanıklılıkla şekillenen bir ülke. Kendilerini tekrar tekrar yeniden inşa ederek, sorunlar ortaya çıkmadan önce planlama yapma sanatında ustalaşmışlar; sadece hayatta kalmak için değil, aynı zamanda gönül rahatlığı için de. İşte bu, iş başındaki empatidir.

- **Akış için tasarım, hedef sadece iş teslimi değil.** Japonya'da her etkileşim bilinçli yapılmış olduğu hissini veriyordu. Konu sadece sonuçlarla ilgili değildi. Her anın içinden ne kadar zarif bir şekilde aktığımızla ilgiliydi. Bu, liderliğini yaptığım her projeye ve ekibe yerleştirmek istediğim bir ders oldu.
- **İşin görünmeyen kısmına saygı gösterin.** İster gizli bir güzergâh bulma mantığı olsun, ister önceden ısıtılmış otomat kutuları, birileri

bunları önceden düşünmüş ve tasarlamış ve biz de bundan her gün faydalanıyoruz. Aynı şey tasarım operasyonları, kalite kontrol, yaratıcı brifingler ve marka koruyuculuğu için de geçerli. Eğer kimse onları fark etmiyorsa, muhtemelen doğru yapmışsınız demektir.

- **İşçiliği ölçeklerken.** Detay, ölçek büyüdüğünde yok olmak zorunda değildir. Japonya bana tutarlılığın sevgi olduğunu gösterdi. Ve sevgi, özenle istemleştirildiğinde, güçlü bir şeye dönüşür.
- **Güven bir tasarım prensibidir.** Dili bilmiyordum. Kılavuzları okumadım. Ama sisteme güvendim ve o da bana güvendi. Ekiplerimden istediğim enerji de bu. Güçlendiren, ama bunaltmayan sistemler.

5. Japonya turunu özetlerken

Bu sadece bir balayı değildi. Sistemler, hikâyeler ve özenle örülmüş onlarca yıllık sessiz bir yolculuktu: tasarım, liderlik ve tüm bunları bir arada tutan görünmez katmanlar hakkındaki düşünme biçimimi baştan şekillendiren bir yolculuk.

Japonya yalnızca bir metro istasyonunu deneyimleme, bir pirinç topunu açma veya bir müze duvarına hayran kalma şeklimi değiştirmede. **Liderlik etme, iş birliği yapma ve yaratma şeklimi de değiştirdi**. Hatıralardan daha fazlasıyla geri döndüm. Tasarımın sadece bir ekrana koyduklarımızla ilgili olmadığına, insanların kurduğumuz sistemler içinde hareket ederken nasıl hissettikleriyle de ilgili olduğuna dair yenilenmiş bir inançla geri döndüm.

Sadece varlıklar yaratmıyoruz.

Akışlar yaratıyoruz. **Duygular** tasarlıyoruz. Kimse izlemediğinde bile çalışması gereken sistemler kuruyoruz. Tasarım sadece ne ürettiğimiz değil, nasıl çalıştığımız, nasıl düşündüğümüz ve neyi nasıl önemsedüğümüzdir.

Evet, aşk için Japonya'ya gittik. Ve eve döndüğümde tasarıma her zamankinden daha fazla âşık oldum; mükemmel olduğu için değil, insani olduğu için.

Yolculuğa değdi mi? **Kesinlikle.** İşime, ekibime ve hatta kendime bakış açımı değiştirdi mi? **Şüphesiz.**

Ve belki, sadece belki... Sizi konfor alanınızın dışına çıkıp yeni bir yemek denemeye, yeni bir şehri keşfetmeye veya sizi hem korkutan hem de heyecanlandıran yaratıcı bir alana girmeye ikna ettim mi? Umarım öyledir.

Çünkü bazen en iyi sistemler, kurduklarımız değildir. Durup dikkat kesildiğimizde ve kendimizi kapırdığımızda keşfettiklerimizdir. ●



Grafik tasarımda etkili görsel hiyerarşi

İzleyicinin dikkatini görsel öğelerle yönlendirme sanatı

Michael Paland
medium.com
Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Grafik tasarımın dinamik dünyasında, izleyicinin dikkatini çekme ve meşgul etme kapasitesi çok önemlidir. Görsel bileşenlerin yerleşimi ve sırası ya da diğer deyişle görsel hiyerarşi, izleyicinin dikkatini tasarım aracılığıyla yönlendiren önemli bir kavramdır. Bir yandan birleşik ve dengeli bir kompozisyonu korurken diğer yandan en önemli ayrıntıların vurgulanmasını garantiler. Bu blog makalesinde başarılı bir görsel hiyerarşi oluşturma sanatı ve önemi, yol gösterici ilkeler ile pratik uygulamalar ve en iyi uygulamalar birlikte ele alınmaktadır.

Görsel hiyerarşinin önemi

Görsel kompozisyonlara, yalnızca bir tasarım kılavuzundan daha fazlası olan görsel hiyerarşinin dinamik gücü tarafından hayat verilir. Bir pusula görevi görür ve gözlemcinin yarattığınız manzarayı görmesine rehberlik eder. Görsel hiyerarşi, yoğun bir

metropolde gezinirken sizi varış noktanıza yönlendiren açık yön tabelalarına eşdeğer bir tasarım işlevi görür. Önemli ayrıntıların dikkat dağıtıcı unsurların arka planında kaybolmamasını sağlar ve kullanıcıların içerikte kolaylıkla gezinmesine olanak tanır.

Görsel hiyerarşi, bilginin dağıtımı açısından bilgi hiyerarşisini iletmek için güçlü bir yöntemdir. İyi yapılandırılmış bir görsel hiyerarşi, tıpkı bir gazete manşetinin siz makaleyi okumadan önce dikkatinizi çekmesi gibi, temel temaları öne çıkararak onların destekleyici unsurlar arasında öne çıkmasını sağlar. Bu düzenleme, yalnızca bileşenleri tanzim etmeyi değil, izleyicinin yolculuğunu yönlendirmeyi, dikkatini çekmeyi ve keşiflerine ustaca rehberlik etmeyi içerir.

Görsel hiyerarşi, odaklanmayı ve ruh halini kontrol etme konusunda dikkate değer bir kabiliyete sahiptir. Tasarımcılar, değişken öneme sahip öğeleri dikkatlice düzenleyerek izleyicinin dikkatinin nerede duracağını ve nerede kalacağını etkileyebilirler. Güçlü bir görsel ya da kışkırtıcı bir başlık, izleyicide duygular uyandırabilir ve onu tasarımın öyküsüne taşıyabilir. Ahenkle ve etkili iletişimle tasarlamak, önem ve dikkat arasındaki bu dengeye bağlıdır.

Nielsen Norman Grubunun yaptığı araştırma görsel hiyerarşinin önemini desteklemekte. Kullanıcılar web sayfalarını sıklıkla «F-tipi» şeklinde tararlar. Bu da içeriğin dikkatli bir şekilde düzenlenmesinin ne kadar önemli olduğuna işaret eder. Kullanıcıların gözleri bir web sayfasının üst ve sol tarafından aşağı doğru kayar, bu da bilginin hangi öncelikte ve sırayla verilmesinin ne kadar önemli olduğunu vurgular. Sonuç olarak, görsel hiyerarşi ile kullanıcı etkileşimi ve kullanıcıyı elde tutma arasındaki açık ilişki aşikârdır. İyi organize edilmiş bir görsel hiyerarşi sadece göze hitap eden bir zevk

meselesi değildir; aynı zamanda büyüleyici ve net bir şekilde bilgiyi aktaran tasarımlar yaratmanın kapısını da açar.

Görsel hiyerarşi oluşturma temel ilkeleri

• Boyut ve ölçek

Boyut ve ölçek, görsel hiyerarşinin önemli faktörleridir ve salt estetik kaygıların ötesine geçerler. Farklı büyüklükteki öğeler kaçınılmaz olarak farklı biçimlerde dikkat çeker. Daha büyük bileşenler dikkat çekicidir ve önemli bilgilerin iletilmesinde mükemmel araçlar haline gelirler. Boyut manipülasyonu, ister okuyucuları cezbeden bir başlık, ister göz ardı edilemeyecek bir eylem çağrısı olsun, materyal hiyerarşisinin açıkça tanımlanmasını sağlar.

• Kontrast ve renk

Renk, izleyicinin duygularına ve önceliklerine hitap eden bir dildir. Bu sadece estetikle ilgili değildir ve renkler, parlaklık ve doygunluktaki kontrastlar kullanılarak belirli yönler vurgulanabilir ve görsel ayrım elde edilebilir. Sessiz bir arka plan üzerinde yer alan cesur bir harekete geçirici mesaj, izleyicinin dikkatini hemen çeker ve onu en önemli yere yönlendirir. Karanlık bir sahnede spot ışığı kullanmaya benzer şekilde, kontrast izleyicinin dikkatini istenilen noktaya çeker.

• Tipografi ve metin hiyerarşisi

Tipografi, metinsel materyalle dolup taşan dünyamızda görsel hiyerarşi için çoğunlukla göz ardı edilen bir kılavuzdur. Tıpkı bir senfoninin uyum içinde çalan birçok farklı enstrümana sahip olması gibi tipografi de, birçok yazıtipi, boyut, ağırlık ve stil kullanarak izleyicinin deneyimini düzenler. Daha ufak puntolu bir gövde metni destekleyici bir işlev görürken, kalın başlıklar önemlerini açığa çıkarırlar. Bu sadece kelimelerle ilgili değildir; aynı zamanda onların nasıl sunulduğuyula da ilgilidir ve izleyiciyi hikâye boyunca ustaca yönlendirirler.

Bu yönergeler sadece teorik fikirler değildir, aynı zamanda tasarımcıların kullanabileceği kaynaklardır. Bunları hiyerarşik bir başyapıtı yaratan bir bestecinin uyumlu fırça darbeleri veya notaları olarak hayal edebilirsiniz. Bir tasarımın her bileşeni, her biri daha geniş görsel hikâyeye katkıda bulunacak şekilde konumlandırılmalıdır. Tasarımcılar bu ilkelerin farkına vararak onları kullandıklarında izleyicinin dikkatini çeken, onda duygular uyandıran ve net bir şekilde iletişim kuran kompozisyonlar oluşturabilirler. Yani boyut, kontrast ve yazıtipi kuralları, ister bir afiş veya web sitesi, ister sosyal medya

görseli olsun, basit bir tasarımı bir sanat eserine dönüştürebilir.

Vaka çalışmaları:

Gerçek hayattan örnekler

• Web sitesi arayüz tasarımı

Kullanıcılar etkili bir görsel hiyerarşiye sahip web sitelerinde, gezinme menüleri, başlıklar ve harekete geçirici mesaj düğmeleri gibi asıl önemli özelliklere çekilirler. Örneğin, aboneliğe dayalı bir web sitesinin «Kaydol» düğmesi, dönüşümleri teşvik etmek için zıt bir renkte ve daha büyük bir boyutta kullanılabilir.

• Afiş tasarımı

Tasarımında kullanılan görsel hiyerarşi izleyicinin afişteki bilgiyi okuma yeteneğini doğrudan etkiler. Bir film afişinde, filmin başlığını ve yıldız oyuncunun adını vurgulamak için farklı yazıtipi boyutları kullanılırken, destekleyici metin ve jenerik için daha küçük puntoda bir yazıtipi kullanılabilir.

• İnfografik tasarım

Karmaşık bilgiler, infografiklerde metin ve görsellerin bir kombinasyonu halinde iletilir. Anlatının temel temaları, izleyicinin gözünü hikâye boyunca yönlendiren etkili bir görsel hiyerarşi aracılığıyla açık ve anlaşılır hale getirir.

Görsel hiyerarşiye ulaşmak için araçlar ve teknikler

Görsel bileşenler oluşturmak ve üzerinde değişiklik yapmak için Adobe Illustrator veya Canva gibi tasarım uygulamalarını kullanabilirsiniz. Bu platformlar hoş bir görsel hiyerarşi oluşturmak için yazıtiplerini, renkleri ve boyutları değiştirmeye yönelik araçlar sunar. Ek olarak, kullanıcı testi ve geri bildirim toplama olanağı, kullanıcı deneyimini geliştirmek için hiyerarşinin güçlendirilebileceği alanların belirlenmesine yardımcı olabilir. ●

Unsplash'ta Marcus Hjelm'in bir fotoğrafı.



YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Ferhat Meşhur

Tasarım

Bülent Erkmen

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır; para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar

Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr