

Chermayeff ve Geismar Logotype ve Amblemlerinin Gestalt İlkeleri Açısından İncelenmesi



*Researching the Logotype and
Logos of Chermayeff and Geismar
within The Framework of Gestalt
Principles*

Yrd.Doç. **Melda Öncü Yıldız**
Gazi Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
meldaoncu@gmail.com

Özet: Çalışmada, Ivan Chermayeff ve Tom Geismar tarafından gerçekleştirilmiş amblem tasarımları, Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri arasında önemli bir yer tutan şekil-zemin ilişkisi, benzerlik, devamlılık, tamamlama ve yakınlık ilkeleri açısından değerlendirilmiştir. Yapılan inceleme çalışmasında, söz konusu amblem tasarımlarında, mesajı, mümkün olan en az eleman ile kolay ve doğru bir şekilde algılatan görsel tasarımlar oluşturmak için kullanılan yöntemler ile Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri arasında önemli ölçüde paralellikler bulunduğu görülmüştür. Bu amblemlerin, algısal organizasyon kurallarına uydukları ölçüde Gestalt'ın genel yasası olan özlülük yasasına ve "iyi form" tanımına da uydukları söylenebilir.

Anahtar sözcükler: Gestalt İlkeleri, Algısal Organizasyon, Özlülük, Amblem Tasarımı, Ivan Chermayeff, Tom Geismar, Görsel İletişim Tasarımı.

Abstract: *In this study, the logo designs which created by Ivan Chermayeff and Tom Geismar, were analyzed in the context of Gestalts perceptual organization principles; figure-ground relationship, similarity, continuation, closure and proximity. It was noticed that there are important parallels between the used methods, which made this logo designs easy to be perceived by using minimum design elements, and the Gestalt's perceptual organization principles. It can be said, since this logos have many parallels with this principles they are also eligible for "Prägnanz", the main law of Gestalt, and eligible to be defined "good forms".*

Key words: *Gestalt Principles, Perceptual Organization, Prägnanz, Logo Design, Ivan Chermayeff, Tom Geismar, Visual Communication Design.*

Giriş

Bu çalışmada, görsellerin algılanmasında, Gestalt Psikolojisinde yer alan beynin organize edici eğilimine ilişkin algısal organizasyon (algısal örgütlenme) ilkelerinden (Perceptual Organization) temel nitelik taşıyan bir kısmı amblem örnekleri ile ilişkilendirilerek incelenmektedir.

Söz konusu organize edici ilkeler, araştırmacılar tarafından sıklıkla çok belirgin geometrik örnekler üzerinden ifade edilmektedir. Ancak bu geometrik ifadeler belirli ölçülerde açıklayıcı olmakla birlikte, bunların tasarım çalışmaları üzerindeki yansımalarını ve nasıl uygulandıklarını görmek açısından bu örnekler her zaman yeterli olmayabilmektedir. Bu çalışmada, kullanımı devam eden ve bilinirliği yüksek amblem örnekleri, Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri arasında yer alan Şekil-Zemin İlişkisi (Figure-Ground Relationship), Benzerlik (Similarity), Yakınlık (Proximity), Tamamlama (Closure), Devamlılık (Continuation) ilkeleri açısından değerlendirilmekte ve algısal organizasyon ilkelerinin amblem tasarımlarındaki yansımaları gözlenmektedir.

E. Becer'in tanımına göre amblemler, "ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgelerdir" (Becer 1997: 194). Bir kişiyi, grubu, kuruluşu ya da bir etkinliği belirleyici kılmak için, benzerleri arasında ayırt edilebilmesini ve çok çeşitli alanlarda ait olduğu kişi ya da kurumları temsil edebilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen amblem tasarımları, söz konusu özelliklere sahip olabilmek için kolay algılanır, akılda kalıcı, etkili, farklı boyutlarda ve farklı malzemeler üzerine kolayca uygulanabilir nitelikte tasarımlar olmak durumundadırlar. Bu nedenle başlangıçta sıradan ya da basit olarak görünebilecek olan amblem tasarımları gerçekte yoğun bir içeriği mümkün olan en az malzeme ile ve farklı koşullar altında etkisi bozulmadan aktarması beklenen özlü çalışmalardır.

Çalışmada incelenmek üzere Ivan Chermayeff ve Tom Geismar tarafından Yirminci yüzyılın ikinci yarısında gerçekleştirilen, bilinirliği yüksek ve bugün halen kullanılmakta olan "Showtime Networks", "Merck" Pharmaceuticals, "NBC" National Broadcasting Company amblemleri seçilmiştir.

Çalışmada, söz konusu üç amblem Gestalt'ın algısal organizasyon ilkelerine uygunlukları açısından incelenmekte, amblem tasarımında Gestalt ilkelerine uygunluğun, amblem tasarımlarının algılanırlığına etkileri gözlemlenmektedir.

Showtime, Merck ve NBC Logotype ve Amblemlerinin Gestalt'ın Algısal Organizasyon İlkeleri Açısından İncelenmesi

Bu bölümde, Yirminci yüzyılın ikinci yarısında I. Chermayeff ve T. Geismar tarafından tasarlanmış olan Showtime, Merck ve NBC firmalarının amblemleri Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri açısından incelenmektedir.

Amblemlerin seçiminde, renk, biçim, kurgulanış ve uygulanış şekilleri arasındaki farklılıklar dikkate alınmış, bunun yanı sıra söz konusu Gestalt ilkelerinin açıkça incelenebilmesine elverişli olmalarına dikkat edilmiştir. Bu amblemlerin temsil ettikleri kurumlara ilişkin bir değerlendirmede ya da seçimde bulunulmamıştır.

I. Chermayeff ve T. Geismar hakkında kısa bilgi, Gestalt Psikolojisinde algısal organizasyon ilkeleri ile ilgili açıklamalar, söz konusu amblemlere ilişkin bilgiler ve amblemlerin Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri çerçevesinde gerçekleştirilmiş olan inceleme, alt başlıklarda sunulmaktadır.

Ivan Chermayeff ve Tom Geismar

Ivan Chermayeff, 1932 yılında Londra'da doğmuştur. Harvard Üniversitesi, Chicago Tasarım Enstitüsü ve Yale Üniversitesinde eğitim almış ve Yale'den mezun olduktan sonra CBS'in plak kapakları için tasarım yaparak kariyerine başlamıştır. Chermayeff, kariyeri süresince AIGA Gold Medal, The Society of Illustrators Gold Medal ve Yale Art Medal gibi pek çok prestijli ödül kazanmıştır ("RIT Libraries").

Tom (Thomas) Geismar, 1931 yılında New Jersey'nin Glen Ridge kasabasında doğmuştur. Lisans eğitimini Rhode Island Tasarım Okulu'nda (Rhode Island School of Design) ve Browne Üniversitesi'nde tamamlayan T. Geismar, Yale Sanat ve Mimarlık Okulu'nda (Yale's School of Art and Architecture) Güzel Sanatlar Yüksek Lisansı (Master of Fine Arts) derecesi almıştır. Kariyerine ordu için sergileme tasarımları yaparak başlayan T. Geismar, diğer tasarım çalışmalarının yanı sıra pek çok müze için gerçekleştirdiği sergileme tasarımları ile de bilinmektedir. T. Geismar, devam etmekte olan kariyeri boyunca, AIGA Gold Medal, The Yale Arts Medal, ve (Ivan Chermayeff'le birlikte) Japonya Tasarım Federasyonun'dan Uluslararası Tasarım ödülünün de aralarında bulunduğu pek çok ödül almıştır ("RIT Libraries").

Ivan Chermayeff ve Tom Geismar 1958 yılında bir araya gelerek "Chermayeff ve Geismar" isimli tasarım stüdyosunu kurmuşlardır. Faaliyetlerini bugün de sürdürmekte olan stüdyo, diğer pek çok tasarım çalışmasının yanı sıra National Geographic, Mobil, NBC, Sony Entertainment, Koç Holding, Arçelik gibi uluslararası ölçekteki firmalar için hazırladıkları amblemleri ve kurum kimliği programlarıyla bilinmektedir ("Chermayeff&Geismar").

Gestalt Kuramı ve Algısal Organizasyon İlkeleri

Gestalt Psikolojisi içerisinde yer alan çalışmalar, 1910'larda Almanya'da başlamıştır. Gestalt Psikologları Almanya'da Nazizimin yükselmesiyle birlikte Amerika'ya göç etmiş ve çalışmalarını burada geliştirmişlerdir. Max Wertheimer'in 1912 yılında yazdığı ve yayımladığı görsel yanılsamalarla ilgili olan "Apparent Motion" (Görünürdeki Hareket)



adlı çalışması Gestalt Psikolojisine ilişkin yazılmış ilk metin olarak konumlandırılır (Behrens 1998: 299; Rock ve Palmer 1990: 48).

Max Wertheimer, Wolfgang Kohler ve Kurt Koffka tarafından geliştirilmiş olan Gestalt Psikolojisi, dönemin, karmaşık algıların basit parçalara ayrılarak anlaşılabilceğini savunan Yapısalcı yaklaşımının tersine, insanların bileşenlerin yapısını bir bütün ya da "gestalt" şeklinde algıladıklarını savunan bir görüşten temellenmiştir (Moore ve Fitz 1993: 390).

Gestalt kelimesi Almanca'da genel olarak "şekil" ya da "nesne" anlamına gelmektedir ve Yirminci yüzyılın başlarından itibaren, temel olarak duyuşsal algı deneylerine dayanan bilimsel ilkelere uygulanmaya başlanmıştır (Arnheim 2004: 4).

Beynin gördüğü şekilleri algılamak için şekilleri organize etmesi söz konusudur:

"Dünyayı rasgele bir araya gelmiş, gelişigüzel nesnelerin dizildiği bir çevre olarak görmeyiz. Bize gelen duyuları derler, toparlar, organize ederek bir anlam veririz. Algı, kendisini oluşturan duyuşsal gridlerin toplamından daha fazla bir anlam ifade eder. Bu gerçeği, algısal psikoloji üzerinde çalışan ilk Alman psikologları gestalt kelimesi ile ifade ettiler. Bazı organizasyon kuralları -gestalt ilkeleri- algılamamızı etkiler; ..." (Cüceloğlu 2008: 123).

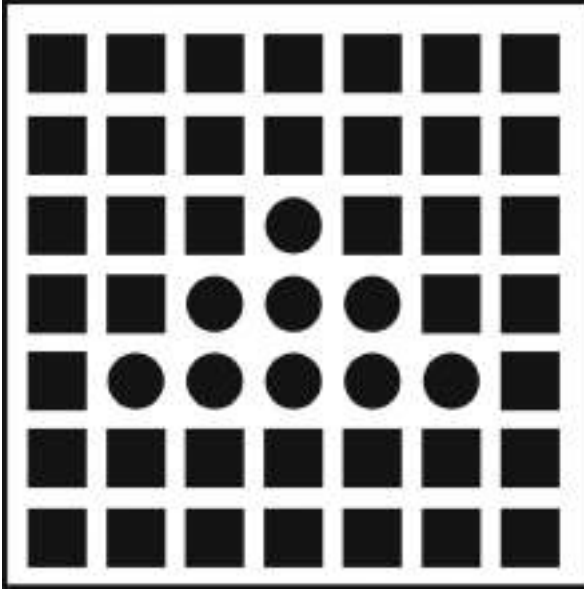
Şekil-Zemin ilişkisi, Benzerlik, Yakınlık, Tamamlama ve Devamlılık ilkeleri Gestalt Psikologlarının beyin şekilleri organize ederek algılama mekanizmasının nasıl çalıştığı konusunda gözlemlendiği temel ilkelere bazılarıdır.

Şekil-zemin ilişkisinin (figure-ground relationship) en bilinen görsel açıklaması Danimarkalı Psikolog Edgar Rubin tarafından kurgulanan ve Rubin Vazosu olarak bilinen iki insan yüzü ve bir vazo görüntüsünden kimi zaman insan yüzlerinin kimi zaman da vazunun şekil ya da zemin olarak algılandığı görseldir (Görüntü 1). Şekil ve zemin ilişkisi, özetle, bir görselde bazı lekelerin zemin bazı lekelerin ise zemin üzerindeki şekil olarak algılanmasıdır. Beyin, şekilleri algılamak için bazı lekeleri zemin bazı lekeleri ise şekil olarak değerlendirmek suretiyle organize etmektedir. Genellikle bir görsel içerisinde az yer kaplayan leke şekil olarak algılanırken, çok yer kaplayan leke zemin olarak algılanmaktadır. Ancak bu durum içerik, ön bilgiler ya da uygulamacının yönlendirmeleri gibi nedenlere bağlı olarak tam tersi bir şekilde de gerçekleşebilmektedir. Görüntü 1'deki görsel ise algının görseli şekil ve zemin olarak organizasyonunu net bir şekilde ortaya koymak amacıyla kurgulanmıştır. Bu görselde şekil ve zemin bakışa göre birbiriyle yer değiştirmektedir. Ancak görsel hiçbir zaman "iki insan yüzü arasında bir vazo duruyor" şeklinde tanımlanamamakta, ya iki yüzün olduğu bölüm ya da vazunun olduğu bölüm beyin tarafından her zaman zemin olarak organize edilmektedir (Cüceloğlu 2008: 123).



Görüntü 1: *Rubin Vazosu* (temsili çizim), Edgar Rubin, 1915 (Millodot 2009: 324).

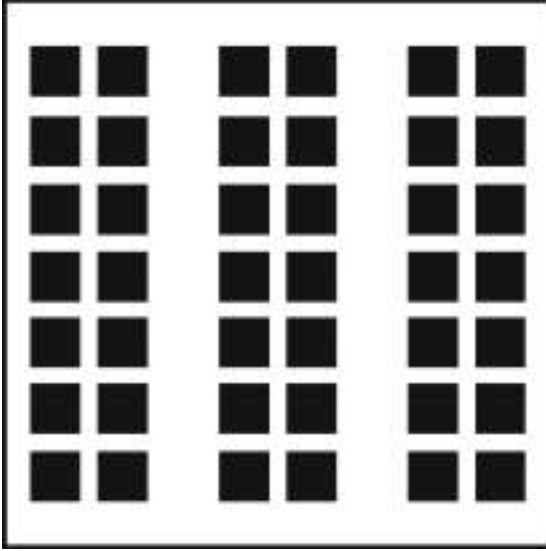
Benzerlik (similarity), şekil algısında beynin algısal organizasyonunun bir diğer ilkesidir. Basit bir biçimde söylenecek olursa, birbirine benzer şekiller beyin tarafından gruplanarak bir bütün olarak algılanırlar (Görüntü 2). Ancak şekillerin gruplanmasında ve bir bütün olarak algılanmasında yakınlık, renk birliği, bilinen örgütlü bir formun (üçgen, daire, vb.) parçalarını oluşturmak gibi durumların da etkili olduğu bilinmektedir (Arnheim 2004: 80; Morgan 2006: 267).



Görüntü 2: *Benzerlik İlkesi*'ni görselleştirmek için hazırlanmış geometrik düzenleme.



Algısal organizasyon ilkelerinden bir diğeri olan Yakınlık (proximity) ilkesi, kısaca birbirine yakın konumlandırılmış şekillerin bir grup ya da bir bütün olarak ve uzak mesafede duran şekillerden ayrı olarak algılanmasıdır (Görüntü 3, Arnheim 2004: 80).



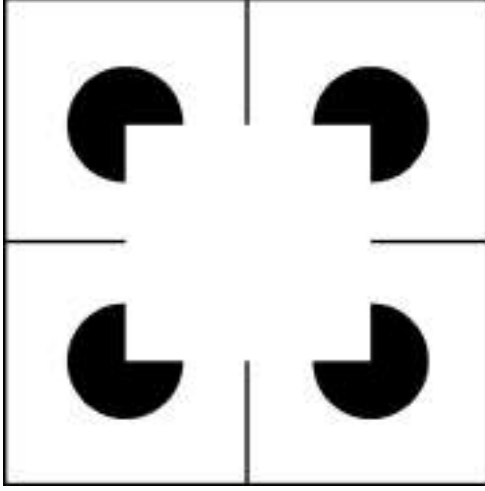
Görüntü 3: Yakınlık İlkesi'ni görselleştirmek için hazırlanmış geometrik düzenleme.

Tamamlama (closure) ilkesi, algısal organizasyonun nasıl gerçekleştiğini açıklayan temel ilkelerden biridir. Bir şekil, kurallı bir örüntüye ya da geometrik bir şekle benzediğinde, bazı kısımları eksik olsa bile bu kısımlar beyin tarafından tamamlanarak, eksik şekil söz konusu kurallı örüntü ya da geometrik şekle tamamlanarak algılanır. Bu noktada, eksik şeklin benzetildiği temel şeklin bütün özelliklerinin değil ama karakteristik özelliklerinin, eksik olan şekilde mutlaka bulunması gerekmektedir (Cüceloğlu 2008: 124; Morgan 2006: 268). Görüntü 4'te yer alan şekilde, dört tane eksik daireye ait sınır çizgileri, yerleştirilmiş şekillerinden dolayı, ortalarında bir kare duruyormuş yanılsaması yaratmaktadır.

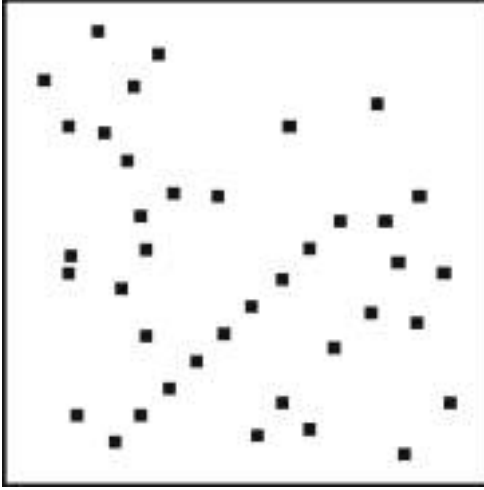
Söz konusu yanılsama, eksik şekilde bir kareyi kare yapan karşılıklı kenarların birbirlerine eşit uzaklıkta olması, köşe açılarının 90 derece olması gibi karakteristik özelliklerin yer alması ile mümkün olabilmektedir.

Algısal organizasyonun bir diğeri Devamlılık'tır (continuation). Şekiller, tutarlı bir şekilde uygun parçaları gibi bir devamlılık gösterdiğinde beyin tarafından söz konusu tutarlı şekli oluşturacak şekilde gruplanarak organize edilmektedir (Arnheim 2004: 57, 86; Morgan 2006: 267). Görüntü 5'te yer alan aynı renk ve boyuttaki karelerden bir kısmı, eğik çizgi olacak şekilde sıralandığından, diğer karelerden ayrılarak beyin tarafından eğik bir çizgide devam ediyormuş gibi algılanmaktadır.

Sonraki bölümde, bu ilkeler amblem örnekleri bağlamında incelenmektedir.



Görüntü 4: İtalyan Psikolog Gaetano Kanizsa tarafından kurgulanan *Kanizsa Karesi* (temsili çizim), (Millodot 2009: 127).



Görüntü 5: *Devamlılık İlkesi*'ni görselleştirmek için hazırlanmış geometrik düzenleme.

Showtime Logotype'ı

"Showtime Networks" logotype'ı, Chermayeff ve Geismar Firması tarafından 1997 yılında tasarlanmıştır. Logotype tasarımında, şekil-zemin ilişkisi, yakınlık ve tamamlama ilkelerine uygunluk gözlenmektedir (Görüntü 6). Logotype'da şekil-zemin ilişkisi özellikle, ilk üç harf ve sahne ışığını görselleştiren daire formunun bir arada görselleştirilmesinde ön plana çıkmaktadır. Söz konusu daire, beyaz harfler için zemin işlevi görmekte, şekille zemin arasında bir kontrast yaratarak bu harflerin hem beyaz olarak kullanılabilmesini hem de ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Bu sayede, sahne ışıklarının üzerine düştüğü üç harfin koyu bir zemin üzerinde ışıkla parlıyormuş gibi görünmesi de sağlanmıştır.





Görüntü 6: Showtime Logotype'ı, 1997 ("ChermayeffveGeismar").

Tamamlama ilkesi, üç farklı formun belirginleştirilmesinde gözlenmektedir. Bunlardan biri kırmızı daire formudur. Formun içerisine yerleştirilmiş beyaz harfler hem formun içerisinde hem de kenarlarında eksiklik yaratmaktadır. Ancak bu eksiklik beynin kırmızı formu bir daireye tamamlamasını engelleyecek düzeyde değildir. İkinci ve üçüncü formlar ise daire içerisinde yer alan "S" ve "O" harfleridir. Burada tamamlama ilkesi harflerin beyaz zeminde kaybolan parçalarının eksik olarak algılanmaması ile belirginleşmektedir (Görüntü 7). Kuşkusuz bu noktada, eksikliğin boyutları devreye girmektedir. Eğer logotypedaki harfler genel karakterlerini, özlerini kaybedecek kadar eksik bırakılmış olsalardı bu durumda, beynin bu harfleri tamamlaması mümkün olmayabilir, böylece harfler algılanırlıklarını kaybederek belirsiz ya da farklı formlar şeklinde algılanabilirlerdi. Burada harfler karakter özelliklerini kaybetmeyecek ve daire formunu oluşturacak şekilde eksiltiştir. Böylece hem harfler hem de daire formu tamamlanarak doğru ve istenilen şekilde algılanmaları sağlanabilmektedir.



Görüntü 7: Showtime Logotype'ının, Tamamlama İlkesi açısından değerlendirilmesi

Logotype tasarımında yakınlık ilkesi ile paralellikler de gözlenmektedir. Showtime kelimesinde yer alan bütün harflerin birbirlerine belli bir yakınlıkta yazılabilmesi, özel bir tasarımla gerçekleştirilmiştir. Harfler arasındaki boşluğun en az düzeyde tutulabilmesi için "W", "T" ve "I" harfleri birbirlerine birleştirilerek tasarlanmıştır. Bu harfler ayrı ayrı yazıldıklarında, yapıları gereği birbirlerinden fazla uzaklaşacaklarından aralarındaki mesafe artabilir ve kelimenin bütün olarak algılanmasını zorlaştıracak boşluklar ortaya çıkabilirdi (Görüntü 8). Ancak burada harfler karakter özelliklerini kaybetmeyecek şekilde birleştirilmişlerdir. Böylece okunurluk açısından ortaya

çıkabilecek sorunlar da giderilmiştir. Bu uygulamayla bütün harfler birbirlerine olabilecek en uygun yakınlık düzeyinde tutulmuş, böylece amblemin yatayda mümkün olan en kısa boyutta gerçekleştirilebilmesi ve bir bütün olarak algılanması sağlanmıştır.



Görüntü 8: Showtime Logotype'ının Yakınlık İlkesi açısından değerlendirilmesi.

NBC Amblemi

Chermayeff ve Geismar Firması tarafından 1985 yılında gerçekleştirilen NBC amblemi (Görüntü 9), bir tavus kuşunun gövdesi ve kuyruğunu temsil eden oldukça ekonomik bir formdan oluşmaktadır. Bu formun oluşumu incelendiğinde amblem tasarımının, şekil-zemin ilişkisi, tamamlama ve yakınlık ilkeleri ile belirgin bir şekilde paralellik taşıdığı gözlenmektedir.



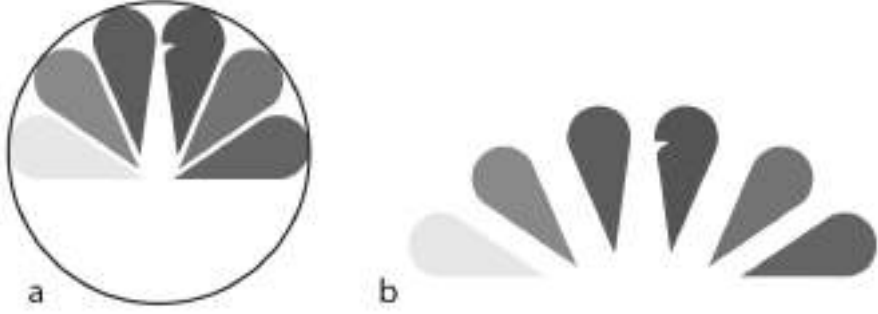
Görüntü 9: NBC Amblemi, 1985 ("ChermayeffveGeismar").

Amblemdede, tavus kuşunun beyaz gövdesi, gerçekte amblem dışındaki zeminle aynı renkte olmakla birlikte, 6 farklı renkten oluşan kuyruk kısmı bu beyaz ve boş yüzeyin zemini haline gelmekte ve tavus kuşunun gövdesini ortaya çıkartmaktadır. Amblemi ikinci bir bakışla tavus kuşunun gövdesini hiç farketmeden beyaz zemin üzerinde yarım daireye benzer bir form oluşturmuş 6 renkli parça olarak okumak da mümkündür.

Tavus kuşunun kuyruğunu oluşturan aynı ya da benzer forma sahip altı adet parça bu benzerlik özellikleri nedeni ile bir bütün olarak algılanmaktadır. Formların bir bütün olarak algılanmasında gerçekte renk benzerliğinin biçim benzerliğinden daha etkili olduğu bilinmektedir (Bang 2000). Ancak bu çalışmada, tamamlama ilkesi ile kurulan paralelliğin de desteklediği bir bütünlüğün sağlandığı söylenebilir. Tavus kuşunun



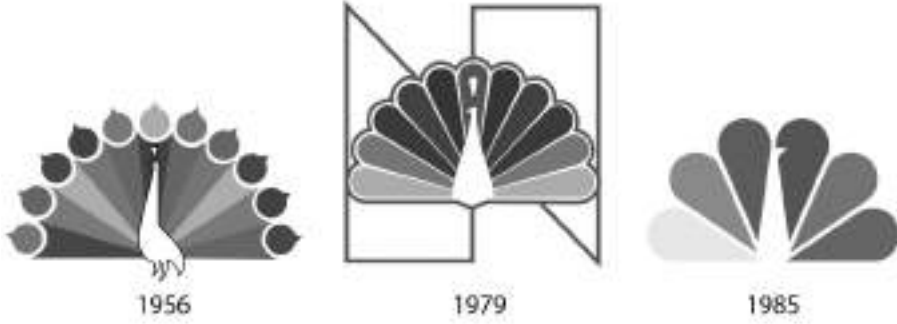
kuyruğunu oluşturan 6 adet benzer parça, aynı zamanda bir araya gelerek bir yarım daire formuna tamamlanmaktadır. Bu parçaların birbirine yakın ve yarım dairesel bir formu oluşturacak şekilde yerleştirilmiş olmaları, farklı renkteki parçaların bir bütün olarak algılanmasını kolaylaştırmaktadır (Görüntü 10a ve 10b).



Görüntü 10: NBC Amblemi'nin Benzerlik ve Tamamlama İlkeleri açısından değerlendirilmesi.

Tamamlama ilkesinin gerçekleştirildiği bir diğer bölüm ise tavus kuşunun gövdesidir. Burada sınırları belirgin bir şekilde çizilmiş bir figür bulunmamaktadır. Tavus kuşunun gövdesinin belli bölümlerini, kuyruk parçalarının kenarları oluştururken, bazı bölümleri ise boşluk olarak bırakılmıştır. Ancak parçaların yerleştirimi ortada kalan boşluğun başka herhangi bir şekilde algılanmasını olanaksız kılmakta ve boşluğun istenildiği gibi bir tavus kuşu gövdesi şeklinde algılanmasına yönlendirme yapmaktadır. Bunun yanı sıra, boşluğun kuş gövdesi olarak algılanmasını sağlamakta çok önemli bir rolü olan bir diğer uygulama ise, gaga kısmının sınırlarının bütünüyle verilmiş olmasıdır. Bu sınırlar, yani tavus kuşunun karakterine ilişkin çok önemli bir ayrıntıya ait sınırlar net bir şekilde verilmemiş olsaydı, eksik kalan bölümlerin beyin tarafından tavus kuşuna tamamlanmasından söz etmek mümkün olmayabilirdi.

Amblemin önceki iki uyarlaması ve son uyarlaması karşılaştırıldığında son uyarlamanın öncekilere oranla çok büyük ölçüde sadeleştirildiği ve şu anki şeklinin artık olabilecek en sade ve en kusursuz haline ulaştığı söylenebilir (Görüntü 11). Bu üç uyarlama karşılaştırıldığında, yeni uyarlamanın sadelik, basitlik ve algılanırlık açısından diğerlerine oranla daha başarılı olmasının şekil-zemin, tamamlama ve benzerlik ilkeleri ile diğerlerine oranla çok daha fazla paralellik taşımasının (belki de bütünüyle bu ilkeler doğrultusunda temellenmiş olmasının) oldukça önemli bir katkısının olduğu gözlenmektedir.



Görüntü 11: NBC Amblemi'nin uyarlamaları.

Merck Amblemi

Chermayeff ve Geismar Firması tarafından 1992 yılında gerçekleştirilen "Merck Pharmaceuticals" amblemi, az şekille çok şey söylemenin önemli örneklerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Şekil-zemin ilişkisi, tamamlama, benzerlik, basitlik, devamlılık ilkeleri amblemde açıkça gözlemlenmektedir (Görüntü 12).

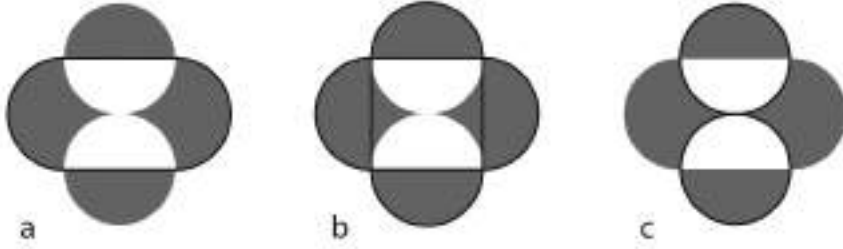


Görüntü 12: Merck Pharmaceuticals Amblemi, 1992 ("ChermayeffveGeismar").

Amblem, üç farklı görmede (bakmada), üç farklı şekil olarak algılanmaktadır. Sağ ve sol kenarlardaki yeşil alanlar zemin olarak düşünüldüğünde iki ilaç tableti şekil olarak algılanmaktadır. Yukarı ve aşağıdaki yeşil alanlar zemin olarak düşünüldüğünde ise yatay bir ilaç kapsülü şekil olarak algılanmaktadır. Aynı zamanda, sağ, sol, üst ve alt kısımdaki yeşil alanların tamamı zemin olarak düşünüldüğünde, ortada kalan beyaz kısım ise bir kum saati figürü olarak algılanmaktadır. Bu yönüyle amblem, beynin şekilleri organize ederken şekil-zemin ilişkisi kurma eğiliminden çokça yararlanan bir görsel olarak ortaya çıkmaktadır.



Amblemdede, ilaç kapsülünün eksik olan kısımları (tabletlerin bir kısmını oluşturan beyaz alanlar) beyin tarafından tamamlanmaktadır. Tamamlama ilkesinin gerçekleşebilmesi için gereken temel özellik, yani eksik şeklin yansıtması beklenen ana şeklin karakter özelliklerini taşıması gerekliliği burada korunmuştur. Kapsülün en belirgin özellikleri olan kenar ovalliği ve yaklaşık olarak gerçek bir kapsül boyutuna uygunluğu varolan eksik formda yer almaktadır (Görüntü 13a). Böylece, beyin bu formu eksik de olsa kapsül olarak organize edebilmektedir.

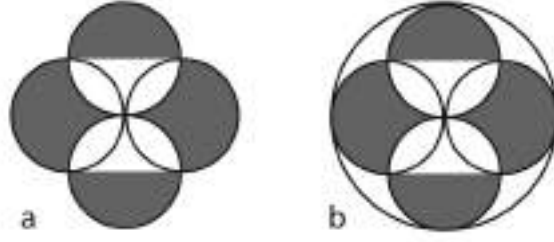


Görüntü 13: Merck Pharmaceuticals Amblemi'nin Tamamlama İlkesi açısından değerlendirilmesi.

Benzer bir durum ilaç tabletleri için de geçerlidir. İlaç tabletlerinin eksik olan kısımları (beyaz alanlar) beyin tarafından daire formuna tamamlanmaktadır. Burada önemli bir nokta aslında dikey yerleştirilmiş olan iki dairenin, yatay yerleştirilmiş kapsül formuyla dış çizgileri ve boyutu açısından bire bir aynı olmasıdır (Görüntü 13b). Ancak burada beyaz eksiltili alanların kurgusu, bu formu tek başına bir kapsül olarak değil iki daire formunda tablet olarak algılatmaktadır. Bu noktada, en basit ve en kolay algılanır form olarak tanımlanan daire formunun (Arnheim 2004: 63; Arnheim 2007: 308) karakter özellikleri baskın çıkmakta ve beyni, eksiltili alanları dikey duran bir ilaç kapsülü değil dairesel iki form (ilaç tableti) olarak organize etmesi için yönlendirmektedir (Görüntü 13c).

Amblem kendi içerisinde çokça bölümlenmesine karşın bütünlüğünü korumaktadır. Amblemin temelde eş boyutlu dört adet dairenin birleştirilmesiyle oluşturduğu görülmektedir. Amblemin bütün olarak algılanmasında, temel yapısının benzer formların bir arada kullanılarak kurgulanmış olmasının önemli bir etken olduğu söylenebilir (Görüntü 14a).

İlk bakışta kolayca gözlenemeyen ancak amblemin temel yapısına inildiğinde görülen bir diğer özellikse, temeli oluşturan dört adet dairenin yine daha büyük bir daire içerisinde yer almasıdır. Temel yapıda 4 adet dairenin birbirini devam ettirecek dairesel çizgisel bir formda dizildiği gözlenmektedir (Görüntü 14b).



Görüntü 14: Merck Pharmaceuticals Amblemi'nin yapısal özellikleri.

Amblemlerin Gestalt'ın Özlülük Yasası Açısından Değerlendirilmesi

Beynin, algısal yapıları olabildiğince kurallı, simetrik ve sade bir şekilde düzenleme eğilimi bulunmaktadır. Gestalt Psikologları bu eğilimi özlülük (prägnanz, alm.) olarak tanımlamışlardır (Arnheim, 2004: 67).

Gestalt'ın temel yasası olan Özlülük (prägnanz, alm.) yasası, bir formun "iyi form" olarak (good gestalt) nitelenebilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerektiğine vurgu yapmaktadır. "Her uyarıcı örüntü, sonuçta verili koşulların izin verdiği en basit yapıya indirgenerek görünme eğilimindedir." (Arnheim 2004: 53). Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri, bir formun beyin tarafından bu basit yapıya nasıl indirgendini, organize edildiğini açıklayan ilkelere dayanır.

Bu çalışmada incelenen üç amblemin Gestalt'ın özlülük (prägnanz) yasası açısından değerlendirilmesi söz konusu olduğunda her üç amblemin de bu genel yasaya uygun oldukları söylenebilir. Bu çalışmada yer alan ve Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri ile paralellik taşıyan amblem tasarımlarının, mesajlarını az elemanla özlü bir şekilde verebilme konusunda başarılı olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Showtime, NBC ve Merck amblemleri, az elemanla çok şey anlatmayı başaran bunun yanı sıra daha az elemana indirgenmesi mümkün olmayan ya da böyle bir ihtiyaç hissettirmeyen, tamamlanmış tasarımlar yani "iyi form" olarak ortaya çıkmaktadır.

Sonuç

Bir kişiyi, grubu, kuruluşu ya da bir etkinliği belirleyici kılmak için, benzerleri arasında ayırt edilebilmesini ve çok çeşitli alanlarda ait olduğu kişi ya da kurumları temsil edebilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen amblem tasarımları, söz konusu özelliklere sahip olabilmek için kolay algılanır, akılda kalıcı, etkili, farklı boyutta ve farklı malzemeler üzerine kolayca uygulanabilir nitelikte tasarımlar olmak durumundadırlar. Bu nedenle başlangıçta sıradan ya da basit olarak görünebilecek olan bu tasarımlar gerçekte yoğun bir içeriği mümkün olan en az malzeme ile aktarması beklenen özlü çalışmalardır.



Bu çalışmada, bir amblemin kolay algılanır, akılda kalıcı ve etkili olabilmesi ile Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleriyle paralellik taşıması arasında bir ilişki kurulup kurulamayacağını incelemek amaçlanmıştır.

Bu amaçla, Chermayeff ve Geismar firması tarafından Yirminci yüzyılda gerçekleştirilmiş ve uluslararası tanınırlığı olan "Showtime Networks", "NBC" National Broadcasting Company ve "Merck" İlaç Firması'na ait amblem tasarımları, Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri arasında önemli bir yer tutan şekil-zemin ilişkisi, benzerlik, devamlılık, tamamlama ve yakınlık ilkeleri açısından incelenmiştir.

Söz konusu amblemlerin belirgin ve ortak özelliği, mesajlarını oldukça özlü bir şekilde ifade etmeleridir. Bu amblemlerin tasarımları incelendiğinde, bu tasarımlarda mesajın (ya da mesajların) kısıtlı bir çerçevede, mümkün olan en az malzemenin kullanılarak gerçekleştirilebilmesini sağlamak için kullanılan yöntemler ile Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri arasında önemli ölçüde paralellikler bulunmaktadır.

Bu tasarımlar, Gestalt'ın algısal organizasyon ilkeleri ile paralellik taşıdığı ölçüde, sade ve özlü çalışmalar olarak ortaya çıkmaktadır. Böylece, Gestalt'ın genel yasası olan ve bir formun "iyi form" olarak adlandırılabilmesi için kendi kurgusunun izin verdiği ölçüde basit, tamamlanmış ve herhangi bir müdahale ile daha iyi hale getirilemeyecek ya da daha fazla sadeleştirilemeyecek olması gerekliliğine vurgu yapan özlülük ilkesi (prägnanz) tanımına uymaktadırlar.

Sonuç olarak, bir şekli tasarlamada kullanılan ve o şeklin sade, kolay ve doğru algılanır, dolayısıyla akılda kalıcı olmasını sağlayan yöntemler algısal organizasyon ilkeleri ile paralellikler taşımakta, bu durumda onları Gestalt'ın genel yasası olan özlülük yasasına uygun hale getirerek "iyi form" (good gestalt) olarak nitelenmelerini sağlamaktadır.

Kaynakça

Arnheim, R. (2004). Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye. Londra : University of California Press.

Arnheim, R. (2007). Görsel Düşünme. İstanbul : Metis Yayınları.

Bang, M. (2000). Picture This, How Pictures Work. San Francisco : Chronicle Books.

Becer, E. (1997). Grafik İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara : Dost Kitabevi.

Behrens, R., R. (1998). "Art, Design and Gestalt Theory" Leonardo, 31+4: 299-303. "Chermayeff&Geismar". 10 Eylül 2011.

<http://www.cgstudionyc.com/about-us>

Cüceloğlu, D. (2008). İnsan ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları. İstanbul : Remzi Kitabevi.

Millodot, M. (2009). Dictionary of Optometry and Visual Science, 7th edition. Londra: Butterworth Heinemann.

Moore P., ve FITZ, C. (1993). "Using Gestalt Theory to Teach Document Design and Graphics" Technical Communication Quarterly, 2+4:389-410.

Morgan, C., T. (2006). Psikolojiye Giriş. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları.

"RIT Libraries" 10 Eylül 2011.

<http://library.rit.edu/gda/designer/ivan-chermayeff>

Rock, I. ve PALMER, S. (1990). "The Legacy of Gestalt Psychology" Scientific American, 263+6:48-61.



