

KAFDAĞI

Cilt: 9, Sayı: 1, Aralık 2024, 39-53
DOI: 10.51469/kafdagj.1605609

Gönderim Tarihi: 22 Aralık 2024

Kabul Tarihi: 31 Aralık 2024

GESTALT KURAMI VE LOGO TASARIMINDA ETKİLİ KULLANIMI

Gestalt Theory and Its Effective Use in Logo Design

Sezer ERDOĞAN

Öğr. Gör., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü,
sezer.erdogan@manas.edu.kg

ORCID ID: 0000-0002-5413-6347

Çalışmanın Türü: Görüntü Sunumu

ÖZ

Grafik tasarım, görsel unsurları kullanarak mesajları etkili, estetik ve akılda kalıcı bir şekilde ileten yaratıcı bir disiplindir. İnsan beyni, renk, şekil ve desen gibi görsel elemanları algılama sürecinde organize eder, anlamlandırır ve bu unsurlar arasında doğal bağlar kurar. Grafik tasarım, bu algısal mekanizmaları dikkate alarak izleyicinin dikkatini çekmeyi, mesajı hızlı ve anlaşılır bir şekilde iletmeyi hedefler. Kontrast, denge ve hiyerarşi gibi görsel algı ilkeleri, tasarımların dikkat çekici ve etkili olmasını sağlayan temel yapı taşlarıdır. Örneğin, kontrast, önemli unsurları vurgulayarak izleyicinin dikkatini odaklar; denge, bir tasarımın uyumlu ve düzenli görünmesini sağlar; hiyerarşi ise bilgi akışını yönlendirir ve önemli unsurları öne çıkarır. Gestalt psikolojisinin şekil-zemin ilişkisi, benzerlik ve yakınlık gibi ilkeleri, görsel unsurların algısal bir bütünlük içinde sunulmasına rehberlik ederek düzenli ve etkileyici kompozisyonlar oluşturmayı kolaylaştırır. Logolar ise bir markanın kimliğini ve değerlerini temsil eden sade, güçlü ve akılda kalıcı tasarımlardır. Gestalt ilkeleri, logolarda kullanılan görsel unsurların nasıl algılandığını ve yorumlandığını anlamak için önemli bir çerçeve sunar. Bu ilkeler, logoların dikkat çekici, anlamlı, tanınabilir ve uzun süre akılda kalmasını sağlamak amacıyla tasarım sürecinde bilinçli bir şekilde kullanılır.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Gestalt, Kuram, Gestalt İlkeleri, Logo, Logo Tasarımı, Tasarım İlkeleri, Görsel Algı

Abstract

Graphic design is a creative discipline that communicates messages in an effective, aesthetic and memorable way using visual elements. The human brain organises and makes sense of visual elements such as colour, shape and pattern in the perception process and establishes natural connections between these elements. Graphic design aims to attract the attention of the audience by taking into account these perceptual mechanisms and to convey the message quickly and clearly. Visual perception principles such as contrast, balance and hierarchy are the basic building blocks that make designs attractive and effective. For example, contrast focuses the viewer's attention by emphasising important elements; balance makes a design appear harmonious and orderly; hierarchy directs the flow of information and highlights important elements. The principles of Gestalt psychology, such as shape-ground relationship, similarity and proximity, guide the presentation of visual elements in a perceptual integrity, making it easier to create organised and impressive compositions. Logos are simple, powerful and memorable designs that represent the identity and values of a brand. Gestalt principles provide an important framework for understanding how visual elements used in logos are perceived and interpreted. These principles are consciously used in the design process to ensure that logos are attractive, meaningful, recognisable and memorable for a long time.

Keywords: *Graphic Design, Gestalt, Theory, Gestalt Principles, Logo, Logo Design, Design Principles, Visual Perception,*

Giriş

Görsel iletişim araçlarının en etkili araçlarından biri olan logo, bir marka, kurum, ürün veya hizmeti temsil eden; metin, şekil, simge, sembol veya bunların birleşiminden oluşan görsel bir unsurdur. Genellikle markanın adını, amacını veya değerlerini görsel bir dilde ifade eder. Etkili logo tasarımları, hedef kitlenin psikolojisinde derin bir etki bırakır, görsel algı prensiplerini ustalıkla kullanarak bu etkiyi artırmayı hedefler. Logolar, bir ürünün veya firmanın müşterilerle kurduğu ilk iletişim bağıdır ve üretimden hizmete, eğitimden diğer pek çok sektöre kadar, en etkili görsel iletişim araçlarından biri olarak öne çıkar.

İnsan beyni, her gün binlerce görsel uyarıyı işlerken, ilginç bir şekilde bazı logoları saniyeler içinde tanıyabilir. Bu hızlı algılama süreci, Gestalt psikolojisinin temelini oluşturan "bütün, parçaların toplamından fazlasıdır" ilkesinin somut bir örneğidir. Bir logo veya amblem ne kadar sade tasarlanırsa, anlaşılması ve akılda kalması o kadar kolay olur. Bu nedenle, Gestalt ilkelerinin doğru uygulanması, başarılı bir logo tasarımının anahtarıdır.

Bu çalışmada, Logo tasarımının prensipleri ve Gestalt kuramının logo tasarımındaki etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Kuramın temel ilkeleri ve logo tasarım sürecindeki önemi ele alınmış, dikkat edilmesi gereken noktalar vurgulanmıştır. Ayrıca, tanınmış markaların logolarında Gestalt ilkelerinin nasıl

Gestalt Kuramı ve Logo Tasarımında Etkili Kullanımı

uygulandığını gösteren örnekler sunulmuş ve gelecekteki logo tasarımı araştırmalarına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Amaç ve Kapsam

Bu çalışmanın amacı, Gestalt kuramının logo tasarımı üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemektir. Logo tasarımıyla ilgilenenlere, bu kuramın temel prensiplerini kavramaları ve tasarım süreçlerine nasıl entegre edebilecekleri konusunda rehberlik sunmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, Gestalt kuramının logo tasarımındaki önemi ile bütünlük ve algısal organizasyon¹ gibi temel ilkelerin tasarımda nasıl etkili bir biçimde uygulanabileceği ele alınacaktır.

Gestalt Nedir?

Temel olarak "şekil," "form" veya "bütünlük" anlamına gelen Gestalt kuramı, bireylerin çevrelerindeki nesnelere tek tek parçalar halinde değil, bir bütün olarak algılama eğiliminde olduklarını ve bu bütünsel algının nasıl oluştuğunu inceleyen bir psikoloji dalıdır (Mungan, 2020: 587). Algısal organizasyon, içsel yapıyı yöneten kurallar ve eş zamanlılık gibi temel kavramlarla, nesnelere bütünsellik içinde nasıl birleştirildiğini açıklayan bu kuram, algıyı daha geniş bir çerçevede anlamamıza yardımcı olur, bireylerin çevrelerini daha organize ve düzenli bir biçimde algılamalarını sağlar. Gestalt, algısal organizasyon, iç yapıdaki kurallar, eş zamanlılık gibi temel kavramları içeren görsel algı kuramıdır.

Bütünlük ilkesine dayanan bu kurama göre, bir bütün, onu oluşturan parçaların toplamından daha derin bir anlam taşır. Başka bir deyişle, bir görsel imajın parçaları tek tek ayrı bileşenler olarak değerlendirilebilir, ancak bu parçaların birleşimi, onların toplamından daha kapsamlı ve farklı bir bütünlük oluşturur (Yılmaz, 2003: 3012).

Gestalt Kuramının Tarihsel Gelişimi

Gestalt Kuramı, psikolojiye yeni bir bakış açısı kazandırarak 20. yüzyılın başlarında devrim yarattı. Bu yaklaşım, 1912 yılında Max Wertheimer'in çığır açan makalesiyle şekillenerek psikoloji alanında yeni bir dönemin başlangıcını oluşturdu (Mungan, 2020: 589). Wertheimer, bir tren yolculuğunda gözlemlediği "phi fenomeni" ile kuramın temellerini attı. Bu fenomen, iki sabit ışığın art arda

¹ Algısal organizasyon, insanların çevrelerindeki karmaşık görsel ve işitsel bilgileri düzenleyip anlamlı bir bütün haline getirme sürecidir. Bu süreç, bireylerin duyuşsal bilgileri düzenli bir yapı içinde gruplandırarak algıladıkları unsurlar arasında bağlantılar kurmasını sağlar.

yanıp sönmesiyle oluşan hareket yanılımasını tanımlıyordu ve algının parçalardan ziyade bütün üzerinden nasıl işlediğini anlamamıza katkı sağladı.

Köhler ve İçgörü Çalışmaları

Wolfgang Köhler, Gestalt kuramının gelişimine katkıda bulunan önemli isimlerden biri olarak, öğrenme ve problem çözme süreçlerini derinlemesine incelemiştir. Maymunlar üzerinde yaptığı deneylerde, bireylerin bir problemi çözme sürecinde aniden bir kavrayışa ulaştığını ve bu kavrayışın sorunu çözmelerini sağladığını gözlemlemiştir (Mungan, 2020: 356). Bu bulgular, "içgörüselle öğrenme" kavramının temelini oluşturmuş ve problem çözme süreçlerine dair yeni bir bakış açısı sunmuştur.

Kuramın Yayılması ve Uygulamaları

1920'ler ve 1930'larda Kurt Koffka, Gestalt prensiplerini yaygınlaştırarak insan algısı ve öğrenme süreçleriyle ilgili daha geniş bir teorik temel oluşturmuştur. Gestalt kuramı bu dönemde eğitim, sanat, tasarım ve terapi gibi birçok alanda kullanılmaya başlanmıştır (<https://www.nuhazginoglu.com/2021.07.06/gestalt-kurami/>, erişim tarihi:03.11.2024).

Modern Dönem ve Uygulamalar

Günümüzde Gestalt kuramı, görsel algının yanı sıra grafik tasarım ve logo tasarımı başta olmak üzere tasarım alanında sıklıkla uygulanmaktadır. Kuram, bireylerin görsel unsurları bir bütün olarak nasıl algıladığına odaklanarak kullanılır. Bütünlük, simetri, figür-zemin ilişkisi gibi Gestalt ilkeleri bu alanlarda önemli bir yer tutar.

Kuramın temel prensipleri şunlardır:

- Bütün, parçalarından önce algılanır
- Bütünün algılanması, parçaların algılanmasından daha kolaydır
- Bütünlük, mevcut koşullar altında tam, basit ve simetrik olma eğilimindedir (Sırmalı, 2020: 17).
- Modern Tasarıma Etkileri

1920'lerden itibaren tasarımcılar, Gestalt ilkelerini çalışmalarına dahil etmeye başladılar (<https://evrimagaci.org/gestalt-psikolojisi-nedir-grafik-tasarimda-buyuk-yer-kaplayan-bu-teori-bize-ne-anlatir-15990>, erişim tarihi: 03.11.2024). Bu ilkeler, özellikle logo tasarımında devrim niteliğinde değişikliklere yol açtı. Gestalt kuramı sayesinde algılama, öğrenme, bellek ve problem çözme konularında yeni yöntemler geliştirildi (Sırmalı, 2020: 20).

Gestalt Kuramı ve Logo Tasarımında Etkili Kullanımı

Gestalt kuramı, günümüzde sadece psikoloji alanında değil, sanat, tasarım ve iletişim gibi birçok alanda da uygulanmaktadır (<https://blog.baskiadam.com/psikolojide-gestalt-kurami-ve-tasarimda-gestalt-ilkeleri/> Erişim tarihi: 06.11.2024, 20:15). Özellikle logo tasarımında, markaların görsel kimliklerini oluştururken bu prensiplerden yararlanılması, kuramın pratik değerini kanıtlar niteliktedir. Logo tasarımlarında Gestalt prensiplerinin etkisi açıkça görülmektedir. Tasarımcılar; kontrast, renk, simetri ve orantı gibi algısal elementleri kullanarak daha etkili logolar oluşturmaya başladılar (<https://evrimagaci.org/gestalt-psikolojisi-nedir-grafik-tasarimda-buyuk-yer-kaplayan-bu-teori-bize-ne-anlatir-15990>, erişim tarihi: 03.11.2024). Bu yaklaşım, görsel iletişimin temel taşlarından biri haline geldi.

Logo Tasarımının Temel Prensipleri

Etkili bir logo tasarımı, görsel iletişimin temel taşlarından biridir. Belirli prensiplere sadık kalınarak hazırlanan bir logo, markanın mesajını etkili ve güçlü bir şekilde iletmesini sağlar.

Logo Tasarımında Görsel Hiyerarşi

Görsel hiyerarşi, insan gözünün bir görseli algılama ve anlamlandırma sırasında izlediği doğal düzeni ifade eder. Bir görsel içindeki öğeler arasındaki kontrast ve düzenleme, bu algısal sıralamanın şekillenmesinde belirleyici rol oynar. İnsan zihni, çevresine kıyasla daha fazla dikkat çeken, yani yüksek kontrasta sahip alanları veya öğeleri öncelikli olarak fark eder (İplikçi, 12).

Bu terim, grafik tasarım başta olmak üzere, reklamcılık gibi görsel iletişim alanlarında hedef kitlenin algısını anlamak ve yönlendirmek için sıkça kullanılır. Gestalt psikolojisinin temel teorileri, görsel hiyerarşiyi oluşturma ve yönlendirme konusunda güçlü bir çerçeve sunar. Bu teoriler, insanların bir bütünü, onun parçalarının toplamından daha fazlası olarak algıladığını ve bu algının, öğeler arasındaki düzen ve ilişkiye bağlı olduğunu vurgular.

Görsel hiyerarşi, bir tasarımın nasıl algılandığını ve hangi bilgilerin öncelikli olduğunu belirleyen ilkedir. Bu prensip, logodaki öğelerin önem sırasına göre düzenlenmesini sağlar. Örneğin, büyük boyutlu öğeler genellikle daha fazla dikkat çekerken, tasarımın merkezi ya da üst kısımları izleyicinin odak noktası olma eğilimindedir (<https://oztoprakmedya.com/gorsel-hiyerarisi-nedir-temel-ilkeler-ve-basarili-ornekler/>, erişim tarihi: 04.11.2024).

Hiyerarşik Düzenleme İlkeleri:

- Boyut ve ölçek kullanımı
- Boşluk yönetimi

- Kontrast ve vurgu

Renk ve Form İlişkisi

Logo tasarımında renk seçimi, markanın kimliğini, mesajını ve duygusal etkisini belirlemede önemli rol oynar. Renkler, insanların algılarını ve duygularını doğrudan etkileyen unsurlardır, bu nedenle doğru renklerin seçilmesi, oluşturulacak logonun etkili olmasını sağlar.

Form ve renk uyumu konusunda dikkat edilmesi gereken önemli noktalar:

- Renkler ve biçimler birbirine uyumlu olmalı
- Rahatsızlık verici görünümlerden kaçınılmalı
- Aktüel konu ve biçimler kullanılmalı (<https://pius.com.tr/logo-tasarimi-ve-grafik-tasarim-ilkeleri-nedir/>, erişim tarihi: 05.11.2024).

Renk seçimi, markanın hedef kitlesi, sektörü ve mesajına uygun şekilde yapılmalıdır. Ayrıca, logonun farklı arka planlarda ve medya türlerinde etkili görünmesi için renklerin ton ve kontrast uyumu da dikkate alınmalıdır.

Tipografi Kullanımı

Tipografi, bir markanın kişiliğini ve sesini yansıtmının en güçlü yollarından biridir. Logo tasarımında yazı tipi seçimi, markanın mesajını doğru bir şekilde iletmek için kritik bir rol oynar. Genellikle şu yazı tipi kategorileri tercih edilir:

- **Sans-Serif:** Modern, sade ve minimalist bir görünüm sunar.
- **Serif:** Geleneksel, güvenilir ve prestijli bir imaj yaratır.
- **Script:** Zarif ve yaratıcı bir his uyandırır.
- **Display:** Benzersiz, dikkat çekici ve güçlü bir vurgu sağlar.

Tipografinin en temel unsuru okunabilir olmasıdır. Harflerin boyutu, karakter aralığı ve tasarım detayları, logonun algılanmasını doğrudan etkiler. Ayrıca, farklı kültürlerde yazı tiplerinin farklı algılanabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, bazı kültürlerde serif yazı tipleri gelenek ve otoriteyi temsil ederken, diğerlerinde eski moda ya da ciddi bir görünüm olarak değerlendirilir. Bu nedenle, yazı tipi seçimi markanın hedef kitlesine ve kültürel bağlamına uygun şekilde yapılmalıdır.

Logonun çeşitli ortamlara uyumu da önemlidir. Tasarlanan logo, hem küçük bir kartvizitte hem de büyük bir billboard'da aynı derecede etkili olmalı ve farklı zeminlerde ya da renk kombinasyonlarında kolayca algılanabilir

Gestalt Kuramı ve Logo Tasarımında Etkili Kullanımı

olmalıdır. Bu nedenle, logonun her ortamda net bir şekilde görülebilmesi için uygun çizgi kalınlığı ve doğru renk kullanımı tercih edilmelidir.

Gestalt İlkeleri ve Logo Tasarımına Uygulanması

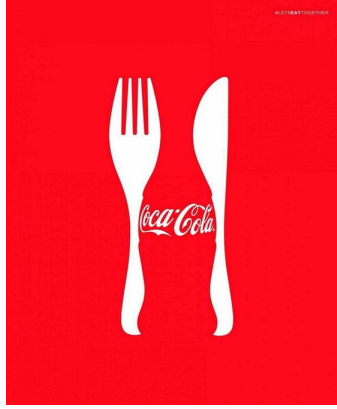
Gestalt ilkeleri, logo tasarımında bütünsellik, algısal organizasyon ve dikkat çekme konularında önemli rol oynamaktadır. Logo tasarımında kullanılan şekil, renk ve desenlerin nasıl bir bütün olarak algılandığı ve nasıl dikkat çekici hale getirildiği, gestalt ilkeleriyle açıklanabilmektedir. Bu nedenle logo tasarımında gestalt ilkelerinin dikkate alınması büyük önem taşımaktadır.

Bazı tasarımcılar, Gestalt ilkelerini, farkında olmadan tasarımlarına dahil ederken, diğerleri bu ilkeleri bilinçli bir şekilde kullanarak görsel algının temel prensiplerini uygular. Gestalt ilkeleri, beynimizin görsel bilgiyi nasıl işlediğini anlamamıza yardımcı olur ve daha etkili logolar tasarlamak için önemli bir rehber sağlar.

Şekil-Zemin İlişkisi

Bu ilke, "algıda seçicilik" kuramına dayanır ve dikkatin yoğunlaştığı obje şekil, diğer yüzeyler ise zemin olarak algılanır. Şekil-zemin ilişkisi, görsel algıdaki temel prensiplerden biridir ve bir tasarımda şekil ile zemin arasındaki etkileşimi tanımlar (Üstündağ, 2024: 98). Bu ilişki, izleyicinin öne çıkan öğeyi (şekil) ve arka planda kalan öğeyi (zemin) nasıl ayırt ettiğini belirler. Şekil, dikkat çeken ana öğe olarak öne çıkarken, zemin bu şekli çevreleyen ve arka planda kalan alandır.

Şekil Zemin ilişkisi, görsel algının doğru şekilde yönlendirilmesinde büyük bir rol oynar. Başarılı bir tasarımda, şekil ve zemin arasında denge sağlanmalı, şekil belirgin ve net olmalı, zemin ise şeklin algısını güçlendirecek şekilde düzenlenmelidir. Şekil ile zemin arasındaki kontrast, izleyicinin hangi öğenin ön planda olduğunu anlamasında belirleyici bir faktördür. Örneğin Coca-Cola'nın hazırlamış olduğu reklam çalışmasında, kırmızı zemin üzerine yerleştirilen beyaz çatal ve kaşık şekillerinin yan yana gelmesi, ikonik Coca-Cola şişesinin şeklini kolayca algılanabilir hale getirir (Görsel 1).



Görsel 1. Coca-Cola Reklam Çalışması

Şekil-zemin ilişkisi, "figür-zemin" algısı olarak da bilinir. Bazı tasarımlarda, figür (şekil) ile zemin arasındaki sınırlar belirsizleşebilir; izleyici, her iki öğeyi de aynı anda algılayabilir veya hangi öğenin figür, hangisinin zemin olduğunu zorlanarak fark edebilir. Bu teknik, görsel ilgiyi artırarak izleyicinin dikkatini çeker.

Ünlü "vazo veya iki yüz" illüstrasyonu (Görsel 2), şekil-zemin ilişkisinin klasik bir örneğidir. Burada, vazoyu ve iki yüz arasındaki geçişi algılamak, bu ilişkinin gücünü ve esnekliğini gözler önüne serer. Bu tür tasarımlar, şekil ve zemin arasındaki etkileşimin ne kadar güçlü ve etkileyici olabileceğini gösterir.



Görsel 2. Vazo veya İki Yüz İllüstrasyonu

Şekil-zemin ilişkisi ilkesi, logo tasarımında oldukça etkili bir araçtır. Bu ilke, logo tasarımında hem görsel ilgiyi artırır hem de markaların mesajlarını güçlü bir şekilde iletmesine yardımcı olur. Şekil ve zemin arasındaki etkileşimi kullanarak tasarlanmış bazı ünlü örneklerine bakacak olursak:

Gestalt Kuramı ve Logo Tasarımında Etkili Kullanımı

1. FedEx

FedEx'in logosunda, "E" ve "X" harfleri arasındaki boşluk, bir ok şekli oluşturur. Bu ok, hız ve yönü simgeler ve FedEx'in taşıma ve lojistik hizmetlerini etkili bir şekilde temsil eder. Burada, şekil ve zemin arasındaki kontrast izleyicinin ok simgesini fark etmesini sağlar.

2. ED (Elettro Domestici)

Elettro Domestici logosu, elektronik ev eşyaları üreten bir İtalyan firmasını temsil eden yaratıcı bir tasarım örneğidir. Bu logoda şekil-zemin ilişkisi ustaca kullanılarak, "E" harfi, minimal ve etkileyici bir görsel oyunla bir elektrik fişi formuna dönüştürülmüştür. Bu dönüşüm, negatif alanın akıllıca kullanımıyla "D" harfini ortaya çıkarır ve böylece hem markanın adını hem de amacını görsel bir bütünlük içinde vurgular.

3. The Bronx Zoo

The Bronx Zoo'nun logosunda, zürafaların uzun bacakları arasına yerleştirilmiş New York silüeti, zeminle olan etkileşimi sayesinde net bir şekilde belirginleşir ve simgesel bir güç yaratır. Burada da şekil ve zemin arasındaki kontrast, görselin belirginliğini artırır. Bu tasarım, şekil-zemin ilişkisi sayesinde şehri ve hayvanat bahçesini aynı görselde etkili bir şekilde birleştirir.

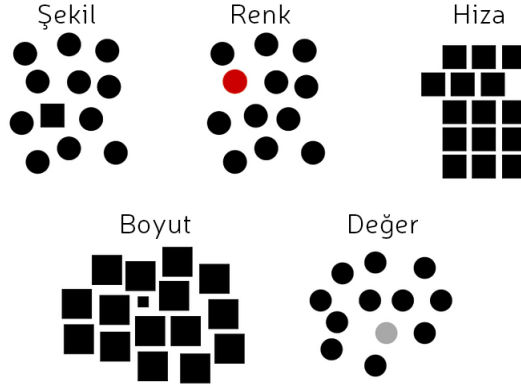


Görsel 3-4-5. Fedex Logosu The Bronx Zoo Logosu ED (Elettro Domestici)

Bu örnekler, şekil-zemin ilişkisinin logo tasarımındaki gücünü ve markaların mesajlarını nasıl daha etkili bir şekilde iletebileceğini gösterir. Şekil ve zemin arasındaki denge, markaların görsel kimliğini ve izleyicinin algısını doğrudan etkiler.

Benzerlik ve Yakınlık

Benzerlik ilkesi, beynimizin benzer dış şekilleri paylaşan öğeleri aynı varlığa aitmiş gibi yorumlamasına dayanır (Yılma - Kaya, 2023: 3009-3032). Benzerlik ilkesine göre, insanlar birbirine benzeyen şekilleri, renkleri, boyutları veya dokuları bir grup olarak algılama eğilimindedir. Görsel olarak benzer olan unsurların birbirine bağlı olduğu düşünülür. Logo tasarımında bu ilke, bir markanın unsurlarını tutarlı bir şekilde düzenlemek için kullanılır. Örneğin, aynı renkteki veya benzer geometrik şekillerden oluşan bir logo, bir bütün olarak algılanır.



Görsel 6. Benzerlik ilkesi

Benzerlik İlkesini Kullanan Logolar:

- **Adidas:** Üç paralel çizgi, benzerliği ile bir grup olarak algılanır ve markanın minimal ama güçlü bir görsellik sunmasını sağlar.
- **MasterCard:** İki benzer dairenin üst üste gelmesi, bir bütün oluşturur.
- **Olimpiyat Halkaları:** Farklı renklerde olmasına rağmen aynı boyut ve şekillerdeki halkalar, benzerlik ilkesi ile algılanır.



Gestalt Kuramı ve Logo Tasarımında Etkili Kullanımı

Görsel 7-8-9 Adidas

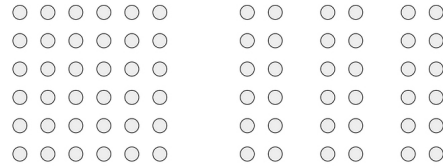
Mastercard

Olimpiyat Halkaları

Yakınlık ilkesi, görsel unsurların birbirine yakın olduğunda, bir grup ya da bütün olarak algılandığını belirtir. Birbirine yakın duran unsurlar, ilişkili veya bir sistemin parçası olarak düşünülür. Logo tasarımında bu ilke, karmaşık öğeleri organize etmek ve düzenli bir görsellik oluşturmak için sıklıkla kullanılır (Arslan – Dursun, 2021: 2139).

Yakınlık ilkesi şu özellikleri taşır:

- Birbirine yakın öğeler grup olarak algılanır.
- Zaman ve mekân anlamında yakınlık önemlidir
- Yakın objeler bambaşka büyük bir obje olarak da algılanabilir



Görsel 10. İlk görselde, daireler bir arada olduğu için bir kare olarak algılanırken, ikinci görselde daireler arasındaki boşluklar nedeniyle üç ayrı dikdörtgen olarak görülür.

Yakınlık İlkesini Kullanan Logolar:

• **IBM:** Kesik çizgilerle oluşturulmuş harfler, bir bütün olarak algılanır ve bu sayede IBM gibi kelimeleri okuyabilmemizi sağlar. Okuyucular, çizgileri ayrı ayrı görmek yerine, bu kesik çizgileri birleştirerek harfleri ve kelimeleri bütün olarak algılamayı tercih eder.



Görsel 11. IBM Logosu

• **Unilever:** U şeklindeki bir logo, çeşitli nesnelerin birbirine yakın yerleştirilmesi nedeniyle, bu nesnelere ayrı ayrı algılamak yerine bütün olarak “U” harfini algılarız. Bu, Gestalt kuramının *yakınlık ilkesi* ile açıklanabilir; zihin, yakın olan öğeleri bir arada görme eğilimindedir.

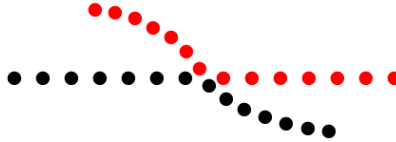


Görsel 12. Unilever Logosu

Devamlılık ve Tamamlama İlkesi

Devamlılık ilkesi, gözlerin bir yönde hareket eden şekilleri doğal olarak takip etme eğiliminde olduğunu ifade eder. Özellikle yuvarlak şekiller bu ilkenin uygulanmasında etkili bir araçtır, çünkü bu şekiller birbirleriyle daha bağlantılı ve akıcı bir görünüm sunar.

Aşağıdaki görselde görüldüğü gibi eğri bir çizgi gibi görünen kırmızı noktalar, yatay konumdaki kırmızı noktalardan çok, aynı eğrideki siyah noktalarla daha güçlü bir bağ kurar gibi görünür. Bu durum, gözün doğal olarak çizgileri ve eğrileri takip etme eğiliminden kaynaklanır. Devamlılık ilkesi, renk benzerliğinden daha baskın bir bağlantı algısı yaratır (<https://medium.com/sherpa-blog-bulten/kullan%C4%B1c%C4%B1-deneyimi-tasar%C4%B1m%C4%B1nda-bili%C5%9Fsel-psikoloji-gestalt-g%C3%B6rsel-alg%C4%B1-ilkeleri-bad4c3d59786>, erişim tarihi:02.12.2024).



Görsel 13. Devamlılık İlkesi

Tamamlama ilkesi ise eksik görsel unsurların zihnimiz tarafından tamamlanmasını sağlar. İnsan beyni, öncelikle bu şekillerin belirgin yapısını

Gestalt Kuramı ve Logo Tasarımında Etkili Kullanımı

algılar ve ardından gizli formu keşfetmeye yönelir. Eğer bu gizli form, markayla ilgili güçlü bir mesaj içeriyorsa, algıda kalıcı ve etkileyici bir iz bırakır (Babalıoğlu, 2020: 514).

Örneğin, NBC logosunda tavus kuşunun gövdesinin eksikliğini zihnimizin doldurması, bu ilkenin başarılı bir uygulamasıdır. Bu sayede, az sayıda görsel öğe kullanarak sade ve etkileyici tasarımlar oluşturmak mümkün hale gelir.



Görsel 14. NBC Logosu

Modern logo tasarımcıları, bu ilkeleri dijital platformlarda da ustalıkla uygulamaktadır. Örneğin, WWF'nin panda logosu ise tam olarak çizilmemiş olmasına rağmen, zihnimizin tamamlama yeteneği sayesinde açıkça bir panda olarak algılanır. Bu tür tasarımlar, minimalist bir yaklaşımla güçlü bir görsel etki yaratır.



Görsel 15. WWF Panda Logosu

Gestalt İlkelerinin Yanlış Kullanımı

Gestalt prensiplerinin yanlış uygulanması, logo tasarımında karşılaştığımız en temel sorunlardan biridir. Tasarımcılar için önemli olan, bu ilkeleri bilinçli ve amaca uygun kullanmaktır. Araştırmalar gösteriyor ki, Gestalt kuramını bilen tasarımcılar, hedef kitlenin algı boyutuna göre daha etkili tasarımlar üretebiliyor (Ceylan – B. Ceylan, 2018: 1803).

Sık karşılaştığımız Gestalt uygulama hataları:

- Şekil-zemin ilişkisinde zıtlık eksikliği
- Yakınlık ilkesinin aşırı kullanımı
- Benzerlik prensibinin yanlış yorumlanması
- Devamlılık ilkesinin zayıf uygulanması

SONUÇ

Logo tasarımı, Gestalt kuramının prensiplerini ustaca kullanarak görsel iletişimin gücünü en üst düzeye çıkarır. Bu makalede, şekil-zemin ilişkisi, benzerlik, yakınlık ve devamlılık gibi temel Gestalt ilkeleri, markaların nasıl güçlü bir görsel kimlik oluşturduğuna dair örneklerle incelenmiştir. Bu ilkeler, markaların algısını yönlendiren ve hedef kitleyle daha etkili bir bağ kurmalarını sağlayan önemli araçlardır.

Başarılı bir logo tasarımı şu temel unsurları içerir:

- Gestalt prensiplerinin doğru uygulanması
- Hedef kitle ile güçlü bir bağ kurma
- Dijital platformlara uyumluluk
- Marka değerlerini net bir şekilde yansıtma
- Kültürel ve psikolojik faktörleri göz önünde bulundurma

Modern tasarım dünyasında, logoların dijital platformlarda etkili olması ve “responsive tasarım” ilkelerine uyması kritik önem taşır. Tasarımcılar için önemli olan, markanın özünü korurken teknolojik gereksinimlere uyum sağlamaktır.

Logo tasarımı, sadece görsel bir öge yaratma süreci değil, aynı zamanda markanın kimliğini ve değerlerini hedef kitleye aktarmanın güçlü bir yoludur. Gestalt kuramının sunduğu bilimsel temeller, bu süreçte bize rehberlik eder ve daha etkili tasarımlar yaratmamızı sağlar.

KAYNAKÇA

- Ceylan, İ. G., Ceylan, B. H., (2018). Gestalt Teorisinin Etkisinde Kalan Amblem ve Logo Tasarımlarının İncelenmesi. *6. Uluslararası Matbaa Teknolojileri SEMPOZYUMU*, 01-03 KASIM 2018: 1081-1088.
- İplikçi G. H., *Logo ve Marka Tasarımında Tipografi*. Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.
- Arslan, M. G., Dursun, N. (2021). Gestalt Algı Kuramı'nın Sokak Tipografilerine Etkisi: Büyükçekmece ve Kadıköy Örneği. *Social Sciences Studies Journal*, 82, 2135-2147.
- Mungan, E. (2020). Geştalt Kuramı: Bir "Nazariye"nin mazisi, Akameti ve AKIBETİ (Gestalt Theory: Its Past, Stranding, and Future). *Nesne Psikoloji Dergisi* 8 (18), 585-618.
- Mungan, E. (2021). Geştalt Kuramı'nın Problem Çözme Üzerine Çalışmaları ve Günümüzün Geştaltı. *Nesne Psikoloji Dergisi* 9 (20), 354-378.
- Sırmalı, E. (2020). Sanat Eğitiminde Algı Çeşitliliğinin Gestalt İlkeleri ile Uygulanması. *Uluslararası Sanat Tasarım ve Eğitim Dergisi*, 1,17-24.
- Üstündağ, E. N. (2024). Gestalt İlkeleri Perspektifinden Pareidolia Temalı Afiş Tasarımlarının Değerlendirilmesi. *Art-E Sanat Dergisi*, 17(33), 90-110.
- Yılmaz, A., Kaya, A. (2023). Görsel İletişim Tasarımında Görsel Algı Kuramlarının Değerlendirilmesi. *ODÜSOBİAD*, 13(3), 3009-3032.

İnternet Kaynakları

- <https://evrimagaci.org/gestalt-psikolojisi-nedir-grafik-tasarimda-buyuk-yer-kaplayan-bu-teori-bize-ne-anlatir-15990>. Erişim tarihi: 03.11.2024
- <https://evrimagaci.org/gestalt-psikolojisi-nedir-grafik-tasarimda-buyuk-yer-kaplayan-bu-teori-bize-ne-anlatir-15990>, erişim tarihi: 03.11.2024
- <https://www.nuhazginoglu.com/2021.07.06/gestalt-kurami/>, erişim tarihi:03.11.2024
- <https://oztoprakmedya.com/gorsel-hiyerarshi-nedir-temel-ilkeler-ve-basarili-ornekler/>, erişim tarihi: 04.11.2024
- <https://pius.com.tr/logo-tasarimi-ve-grafik-tasarim-ilkeleri-nedir/>, erişim tarihi: 05.11.2024
- <https://blog.baskiadam.com/psikolojide-gestalt-kurami-ve-tasarimda-gestalt-ilkeleri/> Erişim tarihi: 06.11.2024