

İLETİŞİMDE GRAFİK ve GÖRSEL ARAÇLAR

- En etkili iletişim türü görsel iletişimdir. Görsel öğeler yardımı ile iletişimi olduğundan daha etkili hale getirmek mümkündür. Bu öğeler; renk, çizgi, yazı, illüstrasyon, fotoğraf vb. elemanlardır. Çevremizde görme duyusu ile algıladığımız ve anlamlandırdığımız her şey görsel iletişimi oluşturur.

- ◉ Tv ve bilgisayar icatları sonrası iletişimde görsel imajlar artmıştır.
- ◉ Grafik görüntünün bir düzlem üzerinde temsil edilmesidir. Bu düzlemler; kağıt, pano, duvar TV ve bilgisayar ortamı, cep telefonu ekranı olabildiği gibi aklınıza gelebilecek her türlü alan olabilir.
- ◉ Fotoğraflar, çizimleri diyagramlar, haritalar ve temsili şekiller birer grafik ürünü örnekleridir.

Grafiksel Ürünlerin Temel Öğeleri

- ◉ Grafiğin temel görsel elemanları: nokta, çizgi, biçim, derinlik, hareket, ton ve renktir.
- ◉ **Nokta** en basit iletişim birimidir. Noktaların yan yana gelmesiyle oluşturulan çizgi, düz veya kıvrımlı, kaim veya ince, sürekli veya kesik kesik, yumuşak ya da keskin olabilir.
- ◉ **Çizgi**, karakterine göre konumlara bağlı olarak mesaj iletir.
- ◉ (—) durgunluk,
- ◉ (I) saygınlık,
- ◉ (/) zerafet duygusu verir.
- ◉ **Tonlar** , açıktan koyuya renk farklarıdır.

Tonlar, genellikle görsel imgenin bir rengin en açığından en koyusuna kadar olan renk yelpazesinde yer alan renk farklılıklarıdır.

Renkler ise, ışıkla birlikte oluşurlar ve renkleri algılayan bireylerde değişik etkiler yaratırlar.

Bu etkilerin bir bölümü kişisel, bir bölümü ise başka bireylere de genellenebilir duygulardır.

- sıcak renkler dikkat çekici, pastel renkler ise dinginlik duyguları vermektedir.
- Her rengin üç boyutu vardır. Bunlar; uzunluk (rengin türü), genişlik (rengin tonu), derinlik (rengin yoğunluğu) dur.
- Sıcak renkler, görenleri uyarır ve neşelendirirken;
- soğuk renkler sakinleştirir ve dinlendirir.
- Lokantaların daha çok sıcak renklerle boyanmış olmasının nedeni, insanların çabucak yemeklerini bitirip gitmelerini,
- Hastanelerin soğuk renklerde boyanmasının nedeni ise panik halindeki insanların sakinleşmelerini sağlamak içindir.
- Soğuk renklerin aşırı kullanımında kasvetli ve moral bozucu bir etki ortaya çıkabilir.

- Yine sıcak renklerin fazla kullanımı, insanları şiddete yöneltebilir.
- Grafik yüzeylerde, sıcak renkler sayfadan çıkacakmış izlenimi verirler ve önde görünürler.
- En önde görünen renk sarıdır.
- Soğuk renkler ise uzaktaymış izlenimi verirler. Her rengin sıcak ve soğuk renklerden çeşitlemesi yapılabilir. Örneğin kırmızı ve mavi karıştırılarak az soğuk bir renk elde edilebilir.



● ►► Renklerin Görsel İletişimdeki Anlamları

- Bilim adamlarına göre her rengin bir anlamı vardır ve insanda farklı duygular uyandırmaktadır. Sinema salonlarının hep koyu renkli, sınıfların niçin açık renk boyandığını, hızlı yemek restoranlarının neden canlı renklerde boyandığını düşündünüz mü? Ayrıca satıcıların niçin pastel renkli elbiseler giydiğini? Renkler, karşımızdakilere sizinle ilgili bilgileri sizden önce ulaştırmaktadır. Bunun farkında olan işletmeler renkleri kendi amaçları doğrultusunda kullanmaya başlamışlardır. Baktığımız her nesnenin bir rengi vardır.
- **®Lacivert:** Sonsuzluğu, otoriteyi, verimliliği simgelemektedir. Bu nedenle firmaların çoğu, logolarında bu rengi kullanmaktadırlar. Lacivert renkli elbise giyen kişilerin kendilerini çok daha karizmatik ve inandırıcı hissettikleri düşünülür. İnsanların üzerinde başarılı ve güçlü imajı bırakır.
- **®Mor:** İhtişam ve lüksün son basamağı olarak düşünülür. Tarihçiler, yüksek sınıfların, saray mensuplarının daima morla bezendiklerini kaydederler. Nevrotik duyguları açığa çıkardığından, insanların bilinçaltını olumsuz etkilediği saptanmıştır.

- **®Pembe:** Uyumun, neşenin, şirinliğin ve sevginin simgesidir. Rahat hissettiren ve dinlendiren bir renktir. Bu yüzden bazı büyük mağazalar, müşteriler kendilerini rahat hissetsin diye tezgahlarına pembe üniforma giydirebilirler. Pembe aynı zamanda kız çocuklarının rengidir.
- **®Sarı:** Zekanın, inceliğin ve pratikliliğin rengidir. Toplumsal yaşamı ve birlikte çalışmayı yansıtan bir anlamı vardır. Seçiciliğin ve dikkat çekiciliğin sembolüdür. Örneğin bir çok ülkede taksiler sarıya boyanmıştır. Sarı ayrıca hüznün ve özlemin rengidir. Sonbaharın tüm hüznünlü güzelliğinde sarının tüm tonlarını izlemek mümkündür.
- **®Kırmızı:** Bu renk canlılığın ve dinamizmin rengidir. Mutluluğu temsil etmektedir. Kırmızı renk, fiziksel olarak; ataklığı, canlılığı ve duygusal bağlamda; bir işi sonuna kadar götüren azmi ve kararlılığı göstermektedir. Gıda firmalarının çoğu iştah açıcı özelliği nedeniyle logolarında kırmızı rengi kullanmaktadır.

- ®**Yeşil:** Doğanın ve baharın rengidir. Güven veren renk olması nedeniyle bankaların logolarında yeşil renk hakimdir. Yaratıcılığı körükler. Bu yüzden büyük lokanta mutfaklarında yeşil tercih edilir. Hastanelerde de yeşil rahatlatıcı özelliği nedeniyle kullanılır.
- ®**Siyah:** Duygusallığın ve hüznün rengidir. Gücü ve tutkuyu temsil eder. Türkiye'de ve batı ülkelerinde siyah, matemi temsil ederken, Japonya'da siyah mutluluktur. Siyah, fonda kullanılırsa karamsarlığı çağrıştırır. Einstein'ın çalışırken konsantre olabilmek için perdeleri siyah, gün ışığı olmayan odaları tercih ettiği söylenmektedir.
- ®**Mavi:** Gökyüzünün, geniş ufukların, denizin simgesidir. Sınırsızlığı ve uzak bakışlılığı simgeler. Huzuru temsil eder ve sakinleştirir. Batı ülkelerinde intiharları azaltmak için köprü ayakları mavi renge boyanmaktadır. Severler, çünkü temiz, dürüst izlenimi vermek isterler...

- **©Kahverengi:** Planlılığın ve sistematüğın rengidir. Yapılan bir araştırmaya göre, bir resim sergisinde, duvarların rengi değıştirilebilir hale getirilmiş, fonda beyaz kullanıldığında insanlar sergide yavaş hareket etmiş, fon kahverengiye döndüğünde ise insanlar müzede daha çok yeri daha az zamanda gezdikleri tespit edilmiştir. Kahverengi insanı hızlandırdığından fastfood restoranlar iç mekanda kahverengi kullanmaktadırlar. Kahverengi, toprak rengi olduğu için kıyafetlerde pek tercih edilmez, çünkü kahverengi giyen insanlar kalabalıkta dikkat çekmezler.
- **©Beyaz:** Saflığı ve dürüstlüğü ifade eder.

- Renklere, kültürel açıdan bakıldıklarında değişik kavramları çağırırlar.
- Örneğin, altın sarısı uzak doğu kültürlerinde kutsal renk sayılırken, bazı batı toplumlarında korkaklığın ve ihanetin simgesi olarak kabul edilir.
- Kırmızı ise tutkuyu simgeler. Bazı araştırmalar kırmızı rengin kan basıncını artırdığını ve nabız atışını hızlandırdığını ortaya koşmuştur.
- Turuncu, bilimi, uygarlığı, enerji ve gücü temsil ederken, maviye yaklaşan mor maneviyatı, kırmızıya yaklaşan mor ise cesareti simgeler.
- Grafiksel iletişim araçlarında renk seçimi konusunda, rengin kültürel çağırışını, hedef kitlenin renk tercihi, firma ya da ürünün karakteri, tasarımdaki yaklaşım biçimi dikkate alınmalıdır.

►► Uyarı İşaretlerinde Renklerin Kullanımı

<i>Renk</i>	<i>Anlamı veya Amacı</i>	<i>Açıklama veya Bilgi</i>
Kırmızı	Yasak ve tehlike işaretleri, yangınla mücadele ekipmanları!	Tehlikeli davranış, dur, kapat, acil çıkış, tahliye çıkışları ve tanımları
Sarı veya kehribar rengi	Uyarı İşaretleri	Dikkatli ol, önlem al, uygula
Mavi	Zorunluluk İşaretleri	Belirlenmiş davranış veya eylem, Koruyucu giysi
Yeşil	Acil çıkış, ilk yardım işaretleri	Çıkış kapıları, yönler, donanım, ekipmanlar

- ◉ >▶ Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

- ◉ **Amblem**

- ◉ Amblem, çizgi ve resimle yapılan işaretlerdir ya da daha geniş tanımıyla ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgelerdir.





MERCEDES BENZ

Dünyada en çok tanınan markalar arasında olan Mercedes'in, üçayaklı yıldız figürü, markanın kara, hava ve sudaki gücünü tanımlamaktadır.



NIKE

Nike'm ilk çalışanlarından Jeff Johnson bir gece rüyasında Yunan tanrıçası Nike'yi görür ve karar verir. Logo 35 dolara bir öğrenci tarafından çizilmiştir.



VOLKSWAGEN

VW amblemi Porsche mühendisi Franz Xaver tarafından bulunmuştur. Ekim 1948 yılından bu yana markanın iki harfi Almanya'nın VVolfsburg şehrini de simgelemektedir.

Logo

Logo, bir ürünün, firmanın ya da hizmetin isminin, harf ve resimsel öğeler kullanılarak sembolleştirilmesidir. Amblemden farklı olarak ayırt edici özellikler yanında, firmanın ismini de yansıtır. Logolar sade, kolay anlaşılır, hatırlanması kolay, mümkün olduğunca az sayıda renkten oluşmalıdır. Her çeşit baskı ve kesim tekniği ile sorunsuz kullanılabilir olmalı, çok küçük ölçülerde ayrıntılar kaybolmamalı, çok büyük ölçülerde dağınık görünmemelidir. Her türlü ölçüde ve yüzeyde okunabilir olmalıdır. ■



- ◉ Logolar, özgün olmalıdır. Başka firma ya da ürünlere ait logolar ile karışıklığa sebep vermemeli, hatta çağrışım bile yapmamalıdır.
- ◉ IBM logosunun tasarımcısı Paul Rand'e göre logoyu üreten tasarımcıdır, ancak oluşturan firmanın kendisidir. Logo temsil ettiği kuruluşun ya da ürünün özelliklerini yansıtmalıdır.
- ◉ Farklı bir ülkeye ait ürün ya da firma için logo tasarlanacağı zaman o ülkenin renklere yüklediği anlamlar ve kültürleri hakkında bilgi sahibi olunmalıdır. Özellikle bir simge kullanılacağı zaman simgenin taşıyacağı anlam bakımında bu bilgi çok önemlidir.

○ Afiş

- Bilgilendirme, bilinçlendirme, duyuru yapma, satış artırma vb. amaçlarla hazırlanıp, daha çok kitlesel iletişim aracı olarak değerlendirilen afişler, sanatsal kaygıların en yoğun olduğu grafik ürünlerdir. Afişler, izleyici ile buluştukları çevrelere bağlı olarak iç mekan ve dış mekan afişleri olmak üzere iki grupta ele alınabilirler.



- **Dış mekan afişleri;** büyük boyutları ile duvar yüzeylerinde, ilan panolarında (Billboard) hedef kitle ile karşılaşırlar. İnsanlar, dış mekan afişlerini ile yürürken ya da taşıt araçlarında hareket halindeyken görürler. Bu nedenle izlenme süreleri çok kısadır.
- **İç mekan afişleri;** salonlara, lobilere ve koridorlara asılır. Bu nedenle de daha uzun süre izlenme şansına sahiptirler. Afiş tasarımcısının, bu süreyi dikkate alması gerekir. İçeriklerine göre reklam afişleri üç gruba ayrılabilir:
- **Reklam afişleri;** bir ürün ya da hizmeti tanıtmak amacıyla hazırlanırlar. Moda, endüstri, turizm, gıda; kurumsal reklamcılık sektörlerinde yaygın olarak kullanılırlar.
- **Kültürel afişler;** festival, seminer, sempozyum, tiyatro, sinema, sergi, balo, spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtip duyururlar

- ◉ **Sosyal içerikli afişler**; sağlık, trafik, ulaşım, çevre vb. konularda eğitmek ve uyarmak amacıyla hazırlanan afişlerdir. Bunlardan başka, bir düşünceyi ya da siyasi oluşumu tanıtan afişler de bu grupta ele alınırlar.
- ◉ Afiş tasarımı en önemli özellik, fark ediciliktir. Temel kriterlere uygun olsa da pek çok afiş tüm bireylerin dikkatini çekmezler.
- ◉ Tasarladığı afişin çok sayıda rakibi arasında fark edilmesini sağlamak, tasarımcının en önemli görevidir. Fark edilirliliği sağlamada, afişte yer alacak imgelerin düzenlenmesi sırasında yararlanılabilecek bazı öneriler aşağıda sıralanmıştır.
- ◉ Afiş üzerindeki imge sayısını azaltılmalıdır. Başlık (slogan) içeren bir tipografik unsur, fotoğraf veya illüstrasyon içeren bir görsel unsur ve zemin yani fon, afiş üzerinde üç farklı imge olarak algılanır. Afişte yer alacak sözel unsurlar azaltılmalıdır.



- ◉ Sloganlar iddialı üç dört kelimeden oluşmalıdır. Üç dört kelimeden sonra dikkat azalmakta, 10 kelimenin üzerindeki sözel mesajlarda okunurluk azalmaktadır.
- ◉ Gerekmedikçe, süslü ve dekoratif karakterler yerine, okunaklı yazı karakterlerini tercih edilmelidir.
- ◉ Koyu (Bold) karakterler uzaktan daha iyi algılanmaktadır.
- ◉ Varsa fotoğraf veya illüstrasyonu afiş üzerinde olabildiğince büyük kullanılmalı, imgeler ile sözel unsurlar arasındaki denge gözetilmelidir.
- ◉ Renk tercihlerinde parlak ve canlı renkleri düşünülmeli, renkler arasında güçlü kontrastlar oluşturmalıdır.

○ **Afişte Bulunması Gereken Hususlar**

- • Afiş dikkat çekmelidir.
- • izleyiciyi bilgilendirmeli ve / veya istek uyandırmalıdır.
- • Harekete geçirici ve eyleme itici olmalıdır.
- • Hedef kitleye göre düzenlenmeli, anlaşılır bir dil bütünlüğüne sahip olmalıdır.

○ **Afişte Bulunmaması Gereken Hususlar**

- • Afiş, izleyicinin dünya görüşünü değiştirmek zorunda değildir.
- • Güzel ya da dekoratif olmak zorunda değildir.
- • Afişi tasarlayanın bakış açısını değiştirmek zorunda değildir.
- • Mesaj iletme işlevinin dışında, sanatsal bir değere sahip olmak zorunda değildir.

○ Fotoğraf

- Yaşamdan bir anlık kesimler sunan fotoğraf ile verilmek istenen mesaj yazıdan daha etkili bir biçimde verilebilmektedir. Aşağıdaki fotoğrafta, köpekkuyruğu şekline sokulmuş arka cam sileceği olan otomobilin arka camına yapıştırılan bir köpek fotoğrafıyla sileceğin çalışması sırasında hareketli görüntü sağlanabilmekte ve çok daha fazla dikkat çekilebilmektedir.



Yasak İşaretleri



Uyarı İşaretleri



Yanıcı ve basınçlı madde



Patlayıcı madde



Zehirli madde



Çürütücü madde



Radioaktif madde



Yerden yüksek yük

TEHLİKE
ACİL DURUŞ

Tehlike
İki kol da avuç içleri karşıya
bakacak şekilde kaldırılır.



Anlamı

DUR
HAREKETİN
DURMASI

Tanımı

Sağ kol avuç içi karşıya baka-
cak şekilde yukarıyı gösterir.

Gösterim



Görsel iletişimde kullanılan işaretler özellikle ulaştırma alanında çok önemli rol oynamaktadır. İşaretlerle ilgili yönetmelikler hazırlanmakta ve işaretleri kullanacak kişiler eğitime ve sınavlara tabi tutulmaktadır.

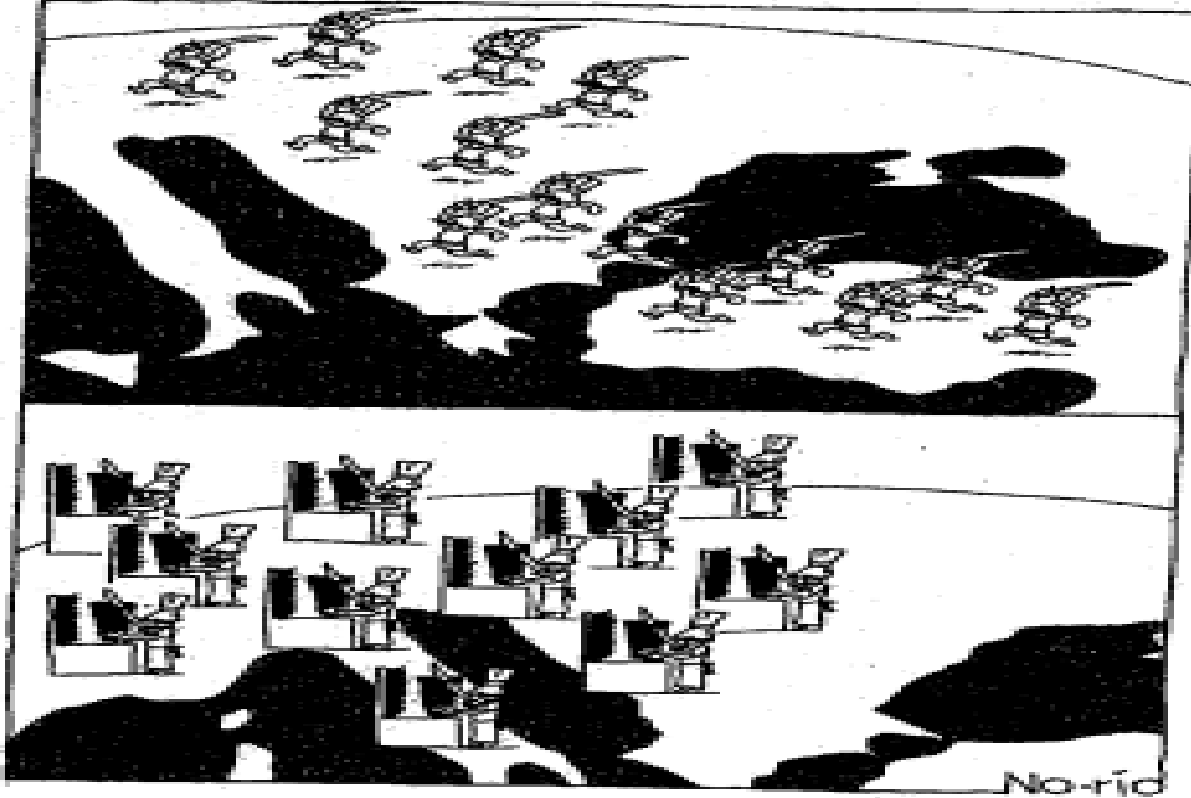
İLERİYE
HAREKET

Dikey hareketler
Avuç içleri yukarıya bakacak
şekilde kollar kırılır ve kolun
dirsek ile bilek arasında kalan
kısmı vücuda doğru yavaş
hareketler yapar.



Karikatür

Karikatür, göstergelerden oluşan bir iletişim sanatıdır. Karikatürist görsel imgelerle kodlama yapar ve mesajını farklı iletişi araçlarıyla alıcılara ulaştırır. Tarih öncesi insanlar, yazıdan önce çizgiyi kullanmışlar, iletişimi çizgi ile sağlamışlardır.



Bir iletişim sanatı olan karikatür, çizgiyle birlikte varolup, gelişmiş bir grafik dilidir. Karikatür, kitle iletişim araçlarının geliştiği, evrenselleşmenin başladığı bir dönemde, bu dönemin gereksinimlerine yanıt vermek üzere ortaya çıkmış ve biçimlenmiş yeni bir sanat dilidir.

○ Resim

- Resim, özlem, duygu ve düşüncelerin belli estetik kurallar çerçevesinde iki boyutlu bir düzlem üzerine yansıtılmasına dayanan sanat dalıdır.
- Resimde hacim, mekân, hareket ve ışık etkileri, resimsel öğeler aracılığıyla elde edilir; bunlar biçim, çizim, dizayn, renk, ton farklılıkları, doku özellikleri vb'dir
- Resmin biçimsel tasarımı çizgilerin, biçimlerin, renklerin, tonların, doku özelliklerinin anlatımcı bir düzen içinde bir araya getirilmesiyle oluşur. Çizgi, içerdiği anlatım gücüyle resmin önemli öğelerinden biridir, ince, kalın, düz, kesik, doğru, eğri, dalgalı, kırık çizgiler yineleme ya da karşıtlık duygusu uyandırmak amacıyla kullanılır. Çizgilerin arasındaki alanların değişik renk ve tonlarla boyanması ise hacim, ağırlık, mekân içindeki konum, doku gibi nitelikleri belirler.

◉ İletişimde Görsel Araçlar

◉ İletişimde Görsel araçlar iki kategoride ele alınmaktadır.

◉ **Sessiz Görsel Araçlar:** Tepegöz, tepegöz saydamı, slayt projeksiyon, film kareleri, episkop, yazı tahtası, flip-chart, yazılı dokümanlar (poster, broşür, bilgisayar çıktıları),

◉ **Görsel-İşitsel Araçlar:** Televizyon, video, Video projektör, , CD, DVD, filmler, bilgisayar.

◉ Sessiz Görsel Araçlar ►► Tepegöz ve Saydamlar

- ◉ Ucuz, kullanımı kolay, güvenilir cihazlardır. Küçük ve büyük katılımlı gruplarda etkin bir şekilde kullanılmaktadır.
- ◉ Güçlü bir ışığın tepegöz saydamından geçirilerek duvara ya da perdeye yansıtılmasıyla görüntü oluşmaktadır.
- ◉ Salona izleyicilerden önce giderek görüntü ayarlarının yapılması ve kullanımının önceden öğrenilmesi gerekmektedir.
- ◉ Gösterim sırasında işaret çubuğu veya lazer pointer kullanılmalı, işaretleme perdeden yapılmamalıdır.
- ◉ Konuşmacı görüşü engellemek için duracağı yeri önceden belirlemelidir.

- **Saydam hazırlamak kolay ve ucuzdur**
- Bir çok kez kullanılabilir
- Işıklı ortamlarda kullanılabilir
- Renk kullanılabilir
- Saydam olmayan cisimler gösterilebilir
- Beyaz yazı tahtasına görüntü yansıtılarak, form olarak kullanılabilir
- Kullanım kolaylığı vardır
- Düzenli ve sistemli bir sunum yapılabilir
- Tepegözün Sınırlılıkları Ses ve hareket sunumuna uygun değildir
- Büyük gruplara yapılan sunumlarda etkisiz kalabilir.
- Etkinliği sunumu yapanın becerisine bağlıdır
- Yanlış ayarların, düzensiz görüntülerin olumsuz etkileri bulunmaktadır.
- Tepegöz Saydamı Hazırlama İlkeleri
- 25X25 cm'lik alan kullanılabilmektedir. Boş tepegöz saydamı boyutları A4 kağıdı boyutlarıdır. 21cmX29cm.
- Süslü yazılardan kaçınmak gerekir.
- Yazı karakteri en 18 punto olmalıdır. Saydam yere bırakıldığında ayaktaiken kolayca okunabilmelidir.
- Satır sayısı fazla olmamalı ve her satırda en fazla 6 kelime bulunmalıdır.

- Satır araları en az bir satır boşluk bırakılmalıdır.
- Tam cümle yerine o cümleyi çağrıştıracak anahtar kelime kullanılmalıdır.
- Gereksiz detay, süs, karmaşık bilgilere yer verilmemelidir.
- Seçilen renkler zıt renkler olmamalıdır.
- Saydama yerleştireceğiniz bilgiler uzun saydamları bölünüz.
- Yatay ve dikey saydam hazırlanabilir.
- Saydam olmayan cisimlerin silueti yansımaktadır.
- BÜYÜK HARF-OKUNMASI ZOR OLAN YAZI KULLANMAYIN
- Okunması kolay olan yazı | - Küçük harfler daha kolay algılanmaktadır.

● Flip Chart

- Bir yazı sehпасına, duvara ya da yazı tahtasına ilişтіrilebilen büyük boy kağıtlardır. Yazı tahtalarından farkı bilgileri saklayabilme olanağı ve önceden hazırlanabilmesidir. Taşınması kolay ve ucuz bir iletişim aracıdır. Flip chart'a yazılırken önü kapatılmamalı, düzgün ve okunaklı yeterli büyüklükte yazılmalıdır. Her sayfada en fazla 10 satır bulunmalıdır.

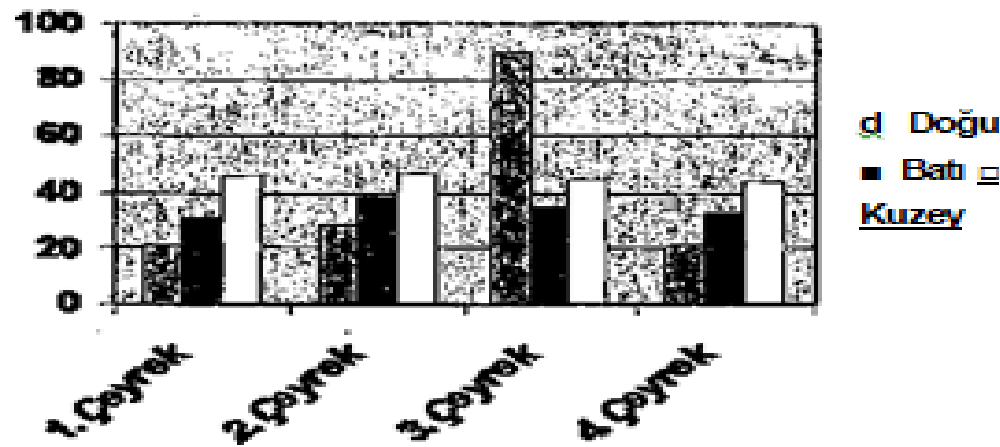
- ◉ Slayt makinası
- ◉ Tepegöz kullanımı
- ◉ Episkop(tepegöz benzeri bir araç)
- ◉ **Yazı Tahtaları** bir sunuşu daha açıklayıcı hale getirmek, aydınlatmak amacıyla etkin olarak kullanılabilen araçlardır. Konuşmacı tahtayı kullanırken yüzünü seyircilerden ayırmamak, tahta sürekli temiz olmalı el yazısı okunaklı olmalıdır. En büyük dezavantajı silinince bilgilerin yok olmasıdır.



◉ **Yazılı Materyaller**

- ◉ Yazılı materyaller, sunum sırasında görsel araçlarda kullanılan materyallerin kopyaları ve bilgi notlar şeklinde olabilir. Bu materyaller izleyicilerin not almalarına gerek bırakmaz ayrıca daha sonra tekrar başvurabilecekleri bir kaynak olarak kullanılabilir.
- ◉ Sunumdan önce materyallerin dağıtılıp dağıtılmayacağı izleyicilere bildirilmelidir. Genellikle yazılı materyaller sunumun sonunda dağıtılmaktadır. Bunun nedeni izleyicilerin sunum sırasında yazılı materyallere dikkatini vermelerini önleyip sunucuyu izlemelerini sağlamaktır.

. Sütunlu Şema '

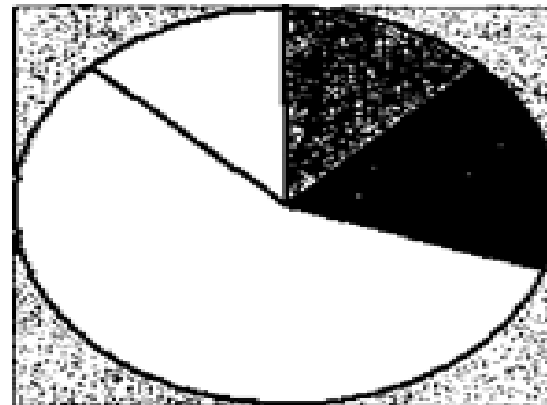


Sütunlu Şema, uzunca bir açıklamanın uzun bir açıklamanın yapabileceği bilginin aynısını vermekte ancak daha kolay anlaşılmaktadır.

Pay Şeması, Bir bütünün parçalarını bir arada göstermek istenilen durumlarda elverişlidir.

H 1-Çeyrek

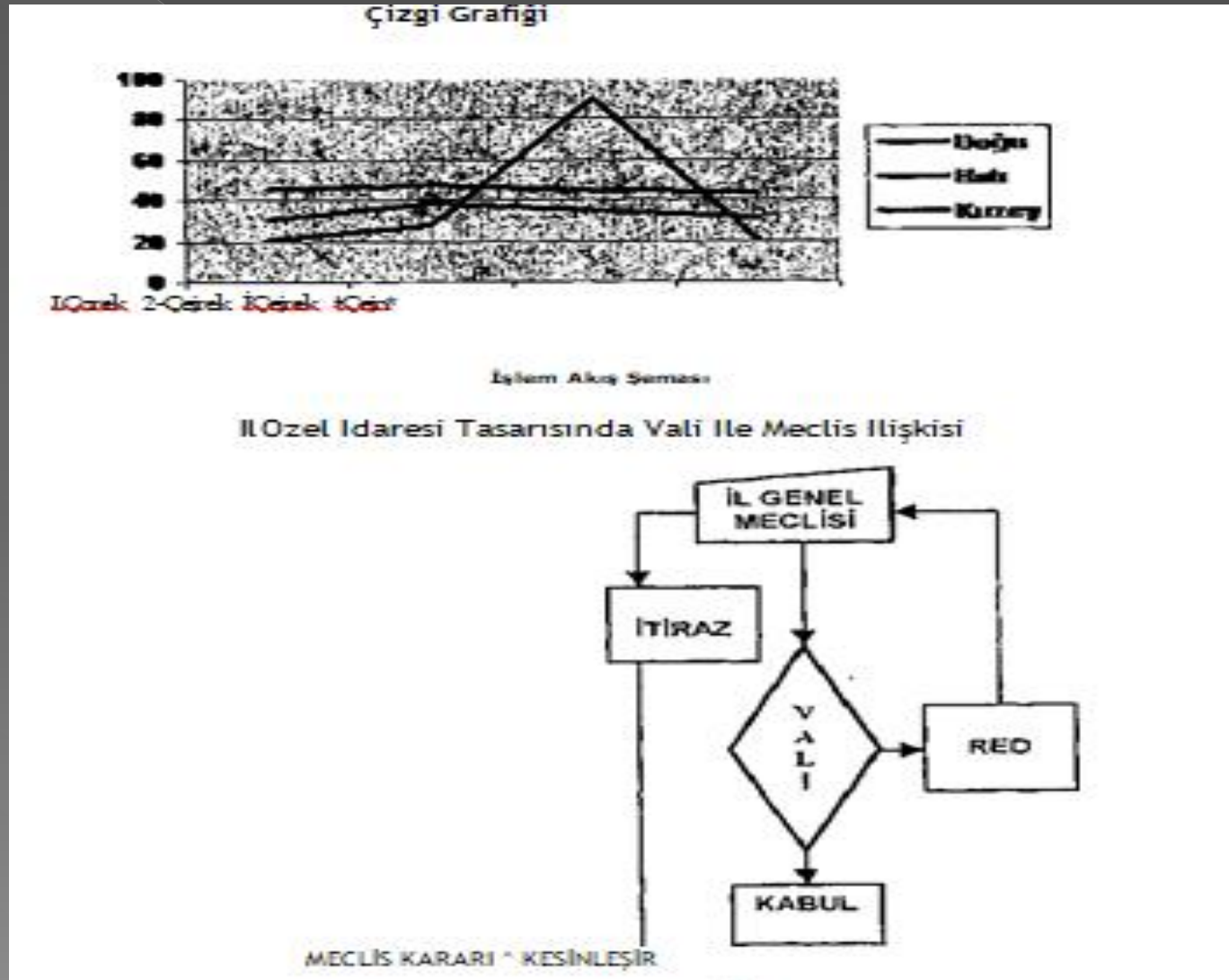
■ Z Çeyrek □ 3.



Çeyrek* = 4. Çeyrek

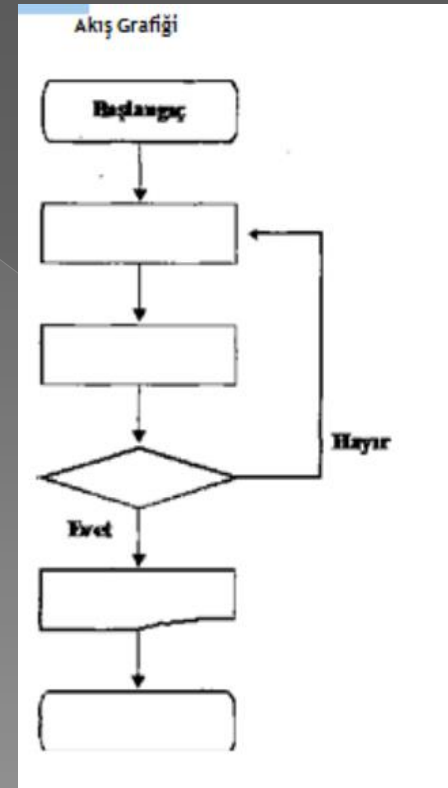
Pay Grafiği

Çizgi Grafiği, verilerin aralarındaki farkları birbirleriyle karşılaştırmak gerektiği durumlarda kullanılır.

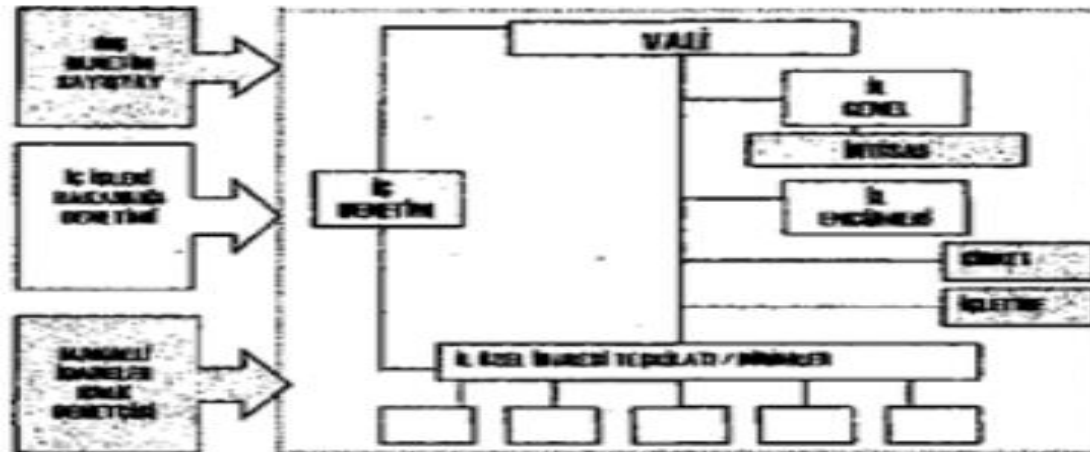


Akış Şeması, özel bir sürecin örneğinin bir üretim sürecinin birbirini izleyen aşamalarının ya da adımlarının gösterildiği göstermek için kullanılmaktadır. Aşamalar sürecin her aşamasında gerçekleştirilen işlemleri veya faaliyetleri gösterir. Bu süreçler, dikdörtgen, üçgen, daire, yamuk, eşkenar dörtgen gibi geometrik şekillerle gösterilir.

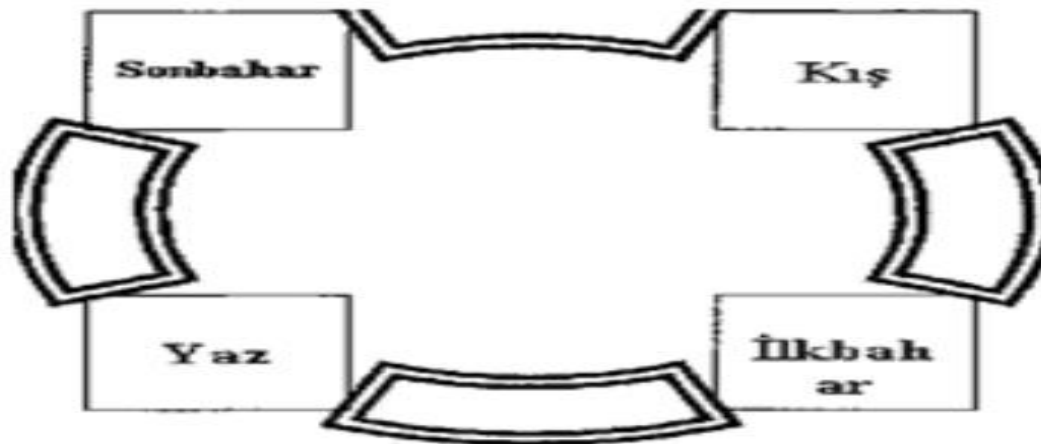
Organizasyon Şeması, her kutucuğunda bir kişi ya da bölümü temsil etmektedir. Kutuları birbirlerine bağlayan çizgiler üst ilişkilerini ve yetki hattını göstermektedir.



İL ÖZEL İDARESİ ORGANLARI



Organizasyon Şeması



Dairesel Döngesi

İşitsel Araçlar

Kaset Çalar, CD çalar, Radyo, Plak, Kasetler

İşitsel iletişim araçları arasında belli başlı örnekleri, kaset çalar, radyo, plaklar, CD çalar ve kasetlerdir. İşitsel araçlar iletişimde sadece kulağa hitap eden araçlar olduğundan, tek modlu mesajların iletiminde kullanılabilir. Bu tür iletişim araçları küçük, orta büyüklükte ve büyük gruplarda kullanılabilir. Ancak ses yükseltici ve dağıtıcı ilave cihazlara gereksinim duyulmaktadır. Bu araçlarla orijinal seslerin iletişimde kullanılması mümkündür. Kullanım kolaylığı sağlaması, istendiğinde seslerin tekrar tekrar dinlenilebilmesi olumlu özelliklerindendir. Ancak karşılıklı iletişimde etkili araçlar değildir. Hangi tür iletişimde ve ne zaman kullanılacakları iyi plânlanmalıdır.

● ►► Görsel-İşitsel Araçlar

● Televizyon

- Kitle iletişim aracı terimiyle özdeşleşen televizyon iletişim alanında yaratmış olduğu devrim ile belki de çağımızın en önemli buluşları arasındadır. Televizyon en etkili kitle iletişim aracı olma özelliğini korumakta, teletext gibi yeni teknolojilerle etkinliğini artırmaktadır.

● Video

- Hem görüntü hem de ses iletiminde kullanılan videolar, günümüzde CD ve DVD teknolojilerinin devreye girmesiyle yavaş yavaş iletişim alanındaki yerini kaybetmektedir.

● Video Projektör

- Televizyon, video ve bilgisayardaki her türlü görüntüyü büyük ekranlara yansıtabilme özelliği olan yeni bir teknolojik cihazdır. Bilgisayarlardaki sunum programlarının yansılma işlemleri video projektörlere sağlanmaktadır.

- ◉ **CD, DVD**

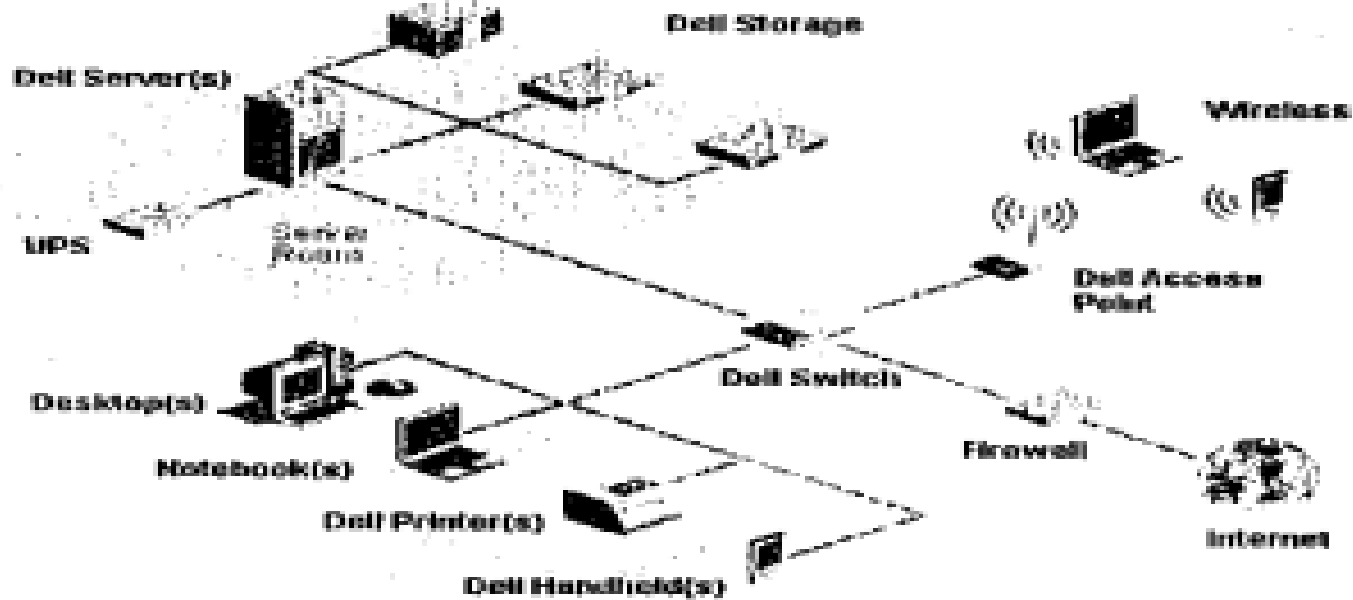
- ◉ Video kasetlerin yerini almaya başlayan CD ve DVD'ler yeni teknoloji ürünü ses ve görüntü kaydı yapılabilen araçlardır. Hem bilgisayar hem de özel CD ve DVD oynatıcılarıyla izlenebilirler. Bilgi ve görüntü depolama kapasiteleri yüksek, ucuz ve kaliteli görüntü ve ses verme özellikleri nedeniyle tercih edilmektedir. Video Kaset, VCD, DVD'leri sunumlarda kullanacaksanız mutlaka önceden izlemeniz gerekecektir. Hangi bölümlerin izleneceğine karar veriniz ve gösterim için uygun ortamı hazırlayınız. Mevcut olanların seçilip kullanılması daha ekonomiktir. Ses ve görüntü hazırlama işlemi zor ve ekip çalışmasını gerektirir.

● Bilgisayar

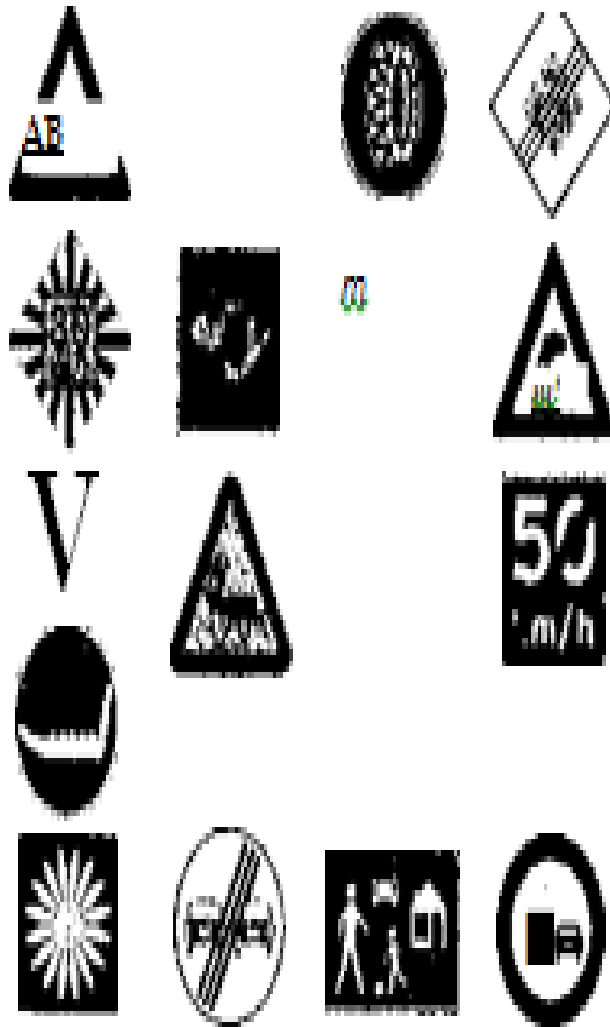
- Bilgisayar, verilen komutlar doğrultusunda belirli iş ve ürünleri üretme ve problem çözmek üzere veri işleyen cihazların ortak adıdır. Bilgisayarların işlediği veriler, ses, sayı, resim, grafik ve farklı türlerde gerçek maddeler olabilmektedir. Bilgisayar bu veriler üzerinde aritmetik işlemler, karşılaştırma, değerlendirme ve yorum yapabilir. Bilgisayar yardımıyla, dünyanın her yerindeki bilgilere ulaşmak; ses, görüntü ve yazılı mesaj göndermek mümkün olmaktadır. Her türlü yazılı ve görsel materyal bilgisayar ortamında hazır programlarda hazırlanıp iletişimde bulunulacak kişilere ulaştırabilmektedir.

Şemalar

Yazıyla anlatılamayacak mesajların görsel öğeler kullanılarak kısaca ve çarpıcı bir şekilde sunulduğu grafik iletişim araçlarıdır. Takip eden sayfalarda değişik şema örneklerini verilmektedir.



Bilgisayar Ağ Şeması



Karayolları İşaretlerinden Örnekler

İşitme Engelliler Alfabesi



◉ ►► İletişim Teknolojilerinde Tarihi Süreçler

- ◉ Dumanla iletişim yöntemi, teknolojik bir yöntem sayılmasa da 1455'te Gutenberg'in ilk baskı makinesini keşfine kadar kitaplar elle yazılmaktaydı. 1700'lü yıllara kadar basım sektörü en büyük sanayi dalı olmuştur. Okuryazarlık hızla artmış ve iletişim de ilgi çekmek için ilginç yollar denemeye başlanmıştır. Matbaacılar ilginç yazı karakterleri ve farklı baskı teknikleri uygulamışlardır.
- ◉ Basılı Yayımcılık, günümüzde Ofset, tipo ve çukur baskı teknikleri çağdaş baskı teknolojileri sayesinde görsel materyallerin sunumunda oldukça fazla olanağa sahiptir Online Yayımcılık, bilgisayarların iletişimde kullanılmasıyla evrensel bir iletişimin doğması söz konusu olmuştur.
- ◉ Uydu, dijital ve dijital kablolu yayıncılığın gelişimi ile birlikte yüzlerce televizyon, radyo yayınına erişilebilmekte ve yayın sağlayıcıların oluşturmuş olduğu paket programlar interaktif bir şekilde kullanıcılarla paylaşılabilmektedir
- ◉ Medya, bilişim ve dijital teknolojide meydana gelene gelişmeler ve bunların yöndeşmesi, multimedya uygulamalarında kendini somut bir şekilde göstermektedir. Multimedya uygulamalarının etkisi medya faaliyetlerinin sınırlarını aşarak, eğitim, pazarlama, bilgi aktarımı, tanıtım ve bilgisayar oyunları gibi alanlara yayılmıştır. Multimedya eğitimde, uzaktan ve/veya CD tabanlı eğitim programlarının hazırlanmasında, seminer ve konferans metinlerinin yayınlanmasında etkin bir şekilde kullanılmaktadır

- ◉ Web yayıncılığın olanakları geleneksel yayıncılığa göre sınırsızdır. Online yayıncılıkta sözcüklerin yerine fotoğraflar, harflerin yerine de ikonlar kullanılması sunum için etkili bir yöntem haline gelmiştir. Zenginlik ve görsel çekicilik boyutunda, online yayımlar çok sayıda görsel elaman kullanma olasılığına sahiptir.
- ◉ TV Yayıncılığında görmenin yanında işitme duyusu da aktiftir. Görülenler ses ile de desteklendiği için basılı yayıncılıktan farklı görsel özellikler içerebilir. Görüntülerin canlı olarak aktarılma olasılığına sahiptir. Televizyon yayıncılığında izleyici çekmek için ya da gerçek görsel ilginçlikler ön plandadır.

- İletişim Araçlarının Tarihçesi (Kronolojik Sıralama)
- © İlk alfabe M.Ö 1300 civarında Mezopotamya'da (Bugünkü Suriye ve Irak toprakları) kullanılmıştır.
- © M.Ö. 3000 civarında Mısır'da HİYOROGLİF adı verilen yazı sistemi geliştirilmiştir. Bu alfabe insan hayvan ve eşya şekillerinden ve bazı sembollerden meydana gelmiştir.
- © Kağıt M.S 1045 Mısırlılar tarafından, "papirüs" adıyla bulunmuş, Çin'de ilk kez Pi CHENG adlı mucid matbaa harflerini icad etmiş ve kitap basmıştır.
- © 1645 yılında Avrupa'da Guttenberg adlı mucit matbaa makinesini geliştirmiştir.
- 1727 Türkiye'de matbaanın kuruluşu.

- © 1820 yılında Danimarkalı OERSTED adındaki bilim adamının elektromanyetik akımı keşfetmesiyle günümüzde kullanılan modern iletişim araçlarının temel çalışma prensipleri doğmuştur
- © 1826 da günümüzde en yaygın iletişim araçlarından biri olan Fotoğrafı Fransız NIEPCE tarafından bulmuştur. O yıllarda kimyasal madde sürülmüş yüzeye görüntünün geçebilmesi için sekiz saat poz vermek gerekmezdi.
- © 1840 yılında ilk pulun kullanılmaya başlanması.
- © 1843 de Amerikalı bilim adamı kendi adı olan ve (.) ve (-) 1erden oluşan MORS alfabesini icat etmiştir. Böylece Fransızca'da Uzaktan yazma denilen Tele-Graph: Telgraf aleti herkes tarafından kolay kullanılır hale gelmiştir.
- © 1863 Türkiye'de ilk posta pulunun kullanılması.
- © 1867 yılında Amerikalı politikacı ve mucit SHOLLES ilk daktilo makinesini icat etmiştir. Bu makine yazıyla iletişimde devrim yaratmıştır.

- © 1876 Yılında Amerika'da sağırılar okulunda öğretmenlik yapmakta olan ve bu arada ses üzerine araş- ürmalar yapan İskoç asıllı araştırmacı A. Graham BELL elektrik telleri üzerinden ilk insan sesini iletmeyi başarmış ve bu aletin adına Tele-Phone: Telefon yani "uzaktan konuşma" adını vermiştir. BELL ile yardımcısı VVatson arasında 10 Mart 1876 da odadan odaya gerçekleşen bu buluş modem iletişimin başlangıcı sayılmaktadır.
- © "1877 yılında Amerikalı araştırmacı EDISON, FonoGraf (gramofon)denilen ve ses kaydetmeye yarayan ilk aleti icat etmiştir. İlk kez köpeğinin sesini kaydettiği bu cihaz günümüzde kaset çalarların ve CD çalarların temelini yaratan buluş olmuştur.
- © 1878 Edison tarafından ampulün icadı
- © 1879 Paris'te şehir içi telefon şebekesinin kurulup işletmeye açılması.
- © " 1894 de Fransız LIMUERE kardeşler ilk sinema makinesini icat etmişlerdir. Böylece görüntünün kayıt edilmesi, saklanması ve yeniden gösterilmesi imkanı hale gelmiştir. Bu buluş iletişimde devrim sayılmaktadır.
- ©" 1896 yılında İtalyan MARCONİ ilk mors alfabesiyle yaptığı Radyo yayınına başarmıştır.
- © 1901 de ilk okyanus aşırı radyo yayını yapılmıştır.
- © 1907 Yılında ise Kanadalı FESSENDEN adındaki bilim adamı insan sesiyle ilk radyo yayını yapmıştır).

- © 1907 yılında Arthur Korn Alman bilim adamı Münih Berlin arasında ilk görüntü naklini gerçekleştirmiştir.
- © 1908 Türkiye'de ilk telefonun kullanılmaya başlanması.
- © 1922 yılında KORN adlı Alman bilim adamı elektrik tellerinden fotoğraf gönderebilen ilk faks makinesini icat etmiştir.
- ©1926 yılında Logie BAIRD adındaki İskoçya'lı bilim adamı insan yüzünün görüntüsünü radyo dalgalarıyla çok uzaklara gönderebilen ve Tele-Vision: Televizyon denen ve uzaktan görme anlamına gelen aleti icat etmiştir.
- © 1929 yılında İngiltere'de ilk kez siyah beyaz TV yayınları BBC tarafından başlatılmıştır.
- © 1938 yılında Chester CARLSON adındaki Amerikalı bilim adamı Photo Copy: Fotokopi cihazını icat etmiştir.
- © 1938 Anadolu ajansı Türkiye'de iletişim aracı olarak teleksi kullanmaya başlamıştır.
- © 1946 yılında Amerikalı J.ECKERT ve arkadaşı MAUCHLY adlı bilim adamları askeri amaçlı hesaplar yapmak için dünyanın ilk bilgisayarını icad etmişlerdir. ENIAC (Electric Numerical Integrator and Computer) adını verdikleri, bu bilgisayar 30 ton ağırlığında ve 2 apartman dairesi büyüklüğünde olup içinde 18 000 elektronik tüp (Lamba) bulunmaktaydı. Bu alet günümüzde kullanılan modern bilgisayarların babası sayılmaktadır.

- © 1962 yılında Amerikalılar dünyanın ilk iletişim uydusu olan TELSTAR'ı uzaya fırlatmışlardır. Bu uyduyla kıtalar arası telefon konuşmaları Telef aks, teleks haberleşmeleri ve TV -Radyo yayınları yapılması olanaklı hale gelmiştir
- ©1970'li yıllarda Amerika'da üniversiteler arası bilgi iletişiminde kullanılmak üzere ARPA denilen yeni bir iletişim sistemi gerçekleştirilmiştir. Bu sistemle ayrı şehirlerdeki bilgisayarların birbirlerine bağlanabilmeleri mümkün olmuştur. 1974 de bu iletişime standart getirilmiş ve adına TCP/IP protokolü denmiştir. Aynı yıllarda Amerika'da IBM şirketi bilgi depolamada ve bunun farklı makinelerde kullanılmasını sağlayan ve Floppy denilen disketleri icat etmiştir.
- © 1971 Finlandiya'da deneme amaçlı ilk araç kitleri üretilmiştir.
- © 1973 Voip (Voice över IP teknolojisinin ticari amaçlı olarak ilk defa ARPANET için kullanılmaya başlamıştır.
- ©" 1981 Amerika'da IBM şirketi ilk kişisel bilgisayar denilen ve bugün iletişimde devrim sayılan ve PC adını verdiği bilgisayarı üretmiştir.
- ©" 1982 de Hollandalı PHILIPS ve Japon SONY şirketleri Compact Disk (CD) denilen aleti üretmişlerdir Bu cihazlar çok düşük seviyeli LAZER ile çalışmaktadırlar.

- 1983 de Amerikan Microsoft firması günümüzde de hala kullanılmakta olan ve iletişimde çığır açan Windows adı verilen yazılım sistemini geliştirmiştir.
- © 1983 Mobil telefonlar, deneme amaçlı kullanılmaya başlamıştır. İG teknolojisi adı verilmektedir.
- © 1984 yılında Apple Computer, grafik amaçlı ilk kişisel bilgisayar olan Macintosh'u üretmiştir.
- © 1985 yılında Amerika'da kullanılmakta olan ARPA iletişim sisteminin adı INTERNET adıyla değiştirilmiştir. İnternet bilgi otobanı anlamına gelmektedir.

● 1990 yılında yaşadığımız çağa adını veren ve iletişimde bu gün son nokta olan WWW yani world Wide Web icad edilmiştir.

- © 1986 ABD National Instruments firması LabVIEWVV adı altında GUI tabanlı bir endüstri yazılımı yazılmıştır.

Kaynak

- Genel ve Teknik iletişim