



SOCIAL MENTALITY AND RESEARCHER THINKERS JOURNAL

Open Access Refereed E-Journal & Refereed & Indexed

ISSN: 2630-631X



Social Sciences Indexed

www.smartofjournal.com / editorsmartjournal@gmail.com

August 2018

Article Arrival Date: 15.06.2018

Published Date: 28.08.2018

Vol 4 / Issue 10 / pp:250-262

Afişte Yer Alan Tipografik Unsurların Zemin Rengi Açısından Okunabilirlik Analizi

Readability Analysis Of Typographic Elements In Poster Design According To Background Color

Engin UĞUR

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa, TBYO, Basım ve Yayın Teknolojileri, engines@istanbul.edu.tr, İstanbul, Türkiye

ÖZET

Afiş; çok sayıda insanın görebileceği yerlerde toplumun bilgilendirilmesi, ürün veya hizmetlerin tanıtılması amacıyla hazırlanan görsel iletişim araçlarından birisidir. Afiş çalışmalarının ilk amacı mesajın açık ve anlaşılır bir şekilde kurgulanması gerektiğidir. Afiş tasarımında kullanılan diğer tasarım elemanları gibi tipografik unsurların da algılanabilirlik yani okunabilirlik hedefini sağlayacak şekilde tasarlanması gerekmektedir. Afişteki tipografik mesaj iletimi, yazıları okunur kılan unsurların bir araya getirilmesiyle sağlanır. Tipografik mesaj görsel açıdan ne kadar anlaşılır olursa, hedef kitle anlamak için o kadar az çaba harcayacaktır. Aksi takdirde mesaj hedefine ulaşamamış demektir. Afişte bulunan tipografik unsurların puntosu ne olursa olsun zemin renginden dolayı algı düzeyinde mutlaka bir etkileşim olacaktır. Günümüzde kapalı alanlarda ve açık alanlarda çok fazla sayıda afişle karşılaşyoruz. Çoğuna kafamızı çevirip bakma zahmeti bile göstermiyoruz. Bu koşullar altında sadece hedef kitlenin bile dikkatini çekmeyi başarabilmek, ciddi bir çalışma yapmayı gerektirmektedir. Bu nedenle afiş tasarımının diğer unsurları gibi tipografik unsurların okunabilirlik ve estetik performansını oluşturan, yazı sitili, punto büyüklüğü ve renginin çok bilinçli seçimlerle yapılması gerekmektedir. Tasarımda Okunabilirliği etkileyen tüm unsurlar göz önünde bulundurulmalıdır. Bu unsurlardan birisi de yazı rengi ile zemin renginin oluşturduğu kombinasyonun, okunabilirliği ne derece etkilediğinin dikkate alınmasıdır. Makalede ülkemizden ve yabancı ülke afişlerinden rastgele seçilen örneklerde yer alan tipografik unsurların zemin rengiyle oluşturduğu kombinasyonun görsel algı(okunabilirlik) kavramları çerçevesinde değerlendirmesi yapılmıştır. Dünyada ve ülkemizde grafik tasarımın diğer ürünlerinde olduğu afiş konusunda da çok güzel tasarımlar yapılmaktadır. Fakat makalede okunabilirlik açısından yanlışlıkları göstermek adına özellikle sorunlu afişler seçilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Afiş, tipografik unsurlar, renk, okunabilirlik

ABSTRACT

The poster is one of the visual communication tools prepared for informing the public in places where a large number of people can see, promoting products or services. The first purpose of the poster work is to make the message clear and understandable. Like other design elements used in poster design, typographic elements have to be designed in such a way that they can be perceived, that is, readability. Typographic message transmission in the poster is achieved by combining the elements that make the text read. The more visual the typographic message is understood, the less effort it will take to understand the target audience. Otherwise, the message could not reach its target. Regardless of the point of the typographic elements on the poster, there will always be an interaction at perception level due to the ground color. Today we have a lot of posters in indoor and outdoor areas. We don't even bother looking at most of them. Under these circumstances, even the attention of the target audience to be able to achieve, requires a serious work. For this reason, typographic elements such as other elements of poster design should be made with a very conscious choice of typography, typewriter, font size and color, which forms the readability and aesthetic performance. All elements that affect readability should be considered in Design. One of these features is that the combination of writing color and ground color is taken into account in how much it affects readability. In this article, the evaluation of the combination of typographic elements in randomly selected samples from our country and foreign country posters with ground color within the framework of visual perception (readability) concepts was made. In the world and in our country, many beautiful designs are made on the poster of graphic design in other products. However, in order to show errors in terms of readability, problematic posters have been chosen.

Keywords: Poster, typographic elements, color, and readability

1. GİRİŞ

Büyüklik açısından afiş, grafik tasarım ürünleri arasında ilk sıralarda yer alır. Küçük ölçülere sahip etiketin sınırlı alanında boş yer oluşturmak için çaba sarf edilirken büyük ölçülere sahip afişte ise boş yerlerin doldurulması için çaba sarf edilir. Büyük boşlukların boş görünmemesi için zemine renk,

tonlama veya doku uygulanarak doluluk oluşturulmaya çalışılır. Beyaz zemin için uygulanan her unsur en çok yazıların okunabilirliğini etkilemektedir. Boşlukları doldurmak veya afişi çok uzak noktalardan bile fark edilir hale getirmek adına yapılacak yanlış renk tercihleri yazıların okunabilirlik düzeyini düşürecektir. Zemin rengi seçimi, tasarımda yer alan diğer unsurlardan önce tipografik unsurların okunabilirliği dikkate alınarak yapılmalıdır. Afiş, içerdiği konuya ve tasarlayan grafikere göre ağırlıklı olarak görsellerden oluştuğu gibi ağırlıklı olarak veya tamamen tipografik unsurlardan meydana gelebilir. Afişte tipografik unsurlar ağırlıklı ve fazla sayıda da renk kullanılacak ise, zemin rengi için tüm renklere uygun bir renk seçilmesine özen gösterilmelidir. Yazıların bir kısmı sahip oldukları renkten dolayı rahat okunurken, farklı renge sahip diğer kısmının okunmasında sıkıntılar oluşuyorsa bu tasarım başarılı bir çalışma olarak değerlendirilemez. Tasarlanan afiş toplumun tüm katmanlarına hitap eden bir amaca sahipse; okunabilirlik düzeyi, görme ve algılama açısından en alt değerler dikkate alınarak tasarlanmalıdır. Punto büyüklüğü olması gerekenden az ve zemin - yazı renk değerleri de çok yakın ise okunabilirlik düzeyinin kayba uğraması kaçınılmazdır.

2. AFİŞ NEDİR?

Türk Dil Kurumu'nun "Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı" şeklinde tanımladığı afiş, Türkçe'ye Fransızca "affiche" sözcüğünden girmiştir. Afişin, İngilizce karşılığı "poster", Almanca karşılığı ise "plakat"tır. Görsel iletişimde kullanılan grafik sanat yapıtlarından olan afiş, bir açık hava reklâm aracıdır. "Çağdaş haberleşmede en etkin araçlardan biri olarak niceliksel, özünü en iyi şekilde yansıtan, yaratıcı örnekleriyle de niteliksel olarak 20. yüzyılın en önemli etkinliklerinden biri (Ertel, 1983: 82) olan afiş; kağıt, kumaş gibi değişik yüzeylere yapılan ve alıcısının görebileceği tüm mekânlara asılabilen duyuru niteliğinde bir iletişim aracıdır. Afiş, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde "bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası" şeklinde tanımlanmıştır. Tepecik, (2002: 72) çalışmasında afiş için şu ifadeleri kullanmaktadır: "Afiş, tanım olarak, bir haberi ya da bir olayı siyasi, sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan topluma duyurmak amacıyla, değişik yüzeyler üzerine yapılan ve belirli boyutlarda köy, kasaba ve şehirlerin çeşitli yerlerine asılan duyurulardır." Teker, (2009: 139) ise afişi, "Bir ürün ya da hizmetin tanıtımı için caddelerde ve açık mekânlarda yer alan en önemli dış mekân reklam araçlarından birisi." olarak ifade etmektedir. Propaganda, bilgi verme veya tanıtım reklamı amacıyla da kullanılabilen afiş tasarımı geniş kitlelere seslenmektedir. Toplumları ve insanların davranış biçimlerini etkileme konusunda önemli bir yapıya sahip olan afiş çalışmalarının asıl amacı, insanları ikna etmenin yanı sıra, aydınlatma ve yönlendirme yaparken sosyal amaçlı samimi bir iletişim aracı olarak görevini yerine getirme kabiliyetidir (Gümüştekin, 2013: 36).

2.1. Grafik Tasarım

Grafik tasarım kavramı görsel iletişim oluşturulmasında iyi yönetilmesi gereken bir süreçtir. Bernard (2002: 32) tasarım için "görülebilir ve iletişimsel ya da işlevsel amaç içeren şey iyi bir tasarımdır." demektedir. Tasarım İngilizcede "design" kelimesinin Türkçedeki karşılığıdır. Tasarım, planlı ve programlı bir şekilde herhangi bir zemin üzerinde ya da alanda, yaratıcı süreçten geçirilerek, görsel olarak izleyiciye aktarılan düşüncelerden oluşmaktadır. Tasarım, düşüncelerin ve fikirlerin görsel olarak estetik bir biçimde aktarılmasındaki en önemli iletişim aracıdır. Bu iletişimi sağlayan önemli bileşenlerden biriside grafik tasarımdır. Tasarımcı, afişi bir araç olarak kullanıp aktarmak istediği mesajı açık ve dolaysız bir şekilde görsel sistemler bütününe oluşturmalıdır (Becer, 2011: 202) Grafik tasarımcı, görsel ve tipografik elemanları başarılı bir iletişim kuracak şekilde bir araya getiren kişidir. Arnston (1988: 2) "Grafik Tasarımın Temelleri" adlı kitabında "grafik tasarımın problemlerinin hemen hemen hepsinin iletişimle ilgili olduğunu ve mesajın iletilebilmesi için tasarımda bütünlük oluşturmak, bunu yaparken de birtakım metotlardan yararlanmak gerektiğini" ifade etmektedir. Bu nedenle görseller ve tipografik elemanların bütünlük oluşturacak biçimde bir araya getirilmesinin tasarımın başarısını etkileyeceğini söylemek mümkündür.

Grafik tasarım; bir sorun ile başlamakta ve bu soruna etkili çözümler aramaktadır. Hedef kitlede merak uyandırma, dikkat çekme ve kolay algılama gibi kavramlar grafik tasarımın en önemli amaçlarından birisidir. Grafik tasarım, tasarım elemanlarını (nokta, çizgi, renk, doku, yazı, resim, fotoğraf, illüstrasyon) tasarım tekniklerini (vurgu, denge, yön, zıtlık, bütünlük, görsel hiyerarşi) kullanarak, grafik tasarım ilkelerini (özgünlük, estetik, sadelik) dikkate alarak mesajı en etili şekilde sunacak kompozisyon oluşturmaktır.



Şekil 1. Afiş tasarım örnekleri^{1, 2}

2.2. Tipografi Nedir?

“Tipografi, yazılı bir fikre görsel bir biçim verilmesi anlamına gelir. Tipografi, harf ve semboller kullanılarak yaratılan görsel tasarımlardır. Tipografi, yazıların bilinçli bir şekilde işlenmesidir. Tipografi, izleyiciye sözel mesajları iletmek üzere tasarlanmış harfler, rakamlar ve noktalama işaretlerinden oluşan tüm yazıların çeşit ve büyüklüklerinin seçimi; bu yazılarla oluşturulan metinlerdeki satır ya da satır uzunluklarının belirlenmesi; satır, kelime ve harf aralarındaki boşlukların düzenlenmesi sanatı ve tekniğidir (Yücebaş, 2006: 18). Tipografi bir tasarıma duygu veren en etkili unsurlardan biridir, aldığı görsel biçim söz konusu fikrin erişilebilirliğini ve okuyucunun tepkisini çarpıcı biçimde değiştirir” (Ambrose, 2012: 38). Tipografinin grafik tasarım içerisinde önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Tipografi; tasarımcıların özgünlük, anlaşılabilirlik, merak uyandırma, okuturluk ve algılanabilirlik gibi konularda önemli yardımcılarında birisidir. Meggs “Type and Image” isimli kitabında tipografiyi “Gutenberg’in geliştirdiği metal harfler kullanılarak yapılan baskı tekniği” olarak tanımlamaktadır (Meggs, 1989: 17). Tipografi; Yazıyı kompozisyon haline getirerek baskı elde etme sanatı, harflerin tasarımı, seçimi ve dizilmesiyle basılı hale gelme süreci şeklinde de tanımlanmaktadır.

Tipografik tercihlerde okunabilirlik, özgünlük ve estetik kavramlarına dikkat etmek gerekmektedir. Şüphesiz konu, yazı tasarlamaya geldiğinde okunabilirlik açısından harflerin anatomileri göz ardı edilmemelidir. Harfleri oluşturan şekillerin yüzyıllar içinde evrildiğini ve bugünkü hâllerine geldiğini unutmamak gerekir.

2.3. Afiş Tasarımında Tipografi

Teker, (2009: 139) afiş tasarımlarını “yalın tipografik ve görsel tasarımı ile reklam mesajını hedef kitleye en etkileyici ve hızlı bir şekilde ilettiği en önemli reklam araçlarından biri” olarak ifade etmektedir. Tasarımcı, afişi bir araç olarak kullanıp aktarmak istediği mesajı açık ve dolaysız bir şekilde ulaştıracak görsel sistemler bütünü oluşturmalıdır. Afiş tasarımında önemli kriter dikkat

çekme ve fark edilebilirlik olmalıdır (Becer, 2011: 202). “Fark edilebilirliği yüksek olan afişlerin mesaj iletimi güçlüdür demek” doğru değildir. Fark edilebilirliği yüksek tutmanın yanı sıra, okunabilirlik ve mesajın anlaşılması da önemli kriterler arasında yer almaktadır. Görsel iletişim tasarımında tipografik hiyerarşinin algılama üzerine etkisi göz önünde bulundurulduğunda, bütün tasarım elemanları dikkatle hazırlanarak uygulanmalıdır. Tasarımcı, afişi bir araç olarak kullanıp aktarmak istediği mesajı açık ve dolaysız bir şekilde görsel sistemler bütününe oluşturmalıdır (Becer, 2011: 202). Görsel iletişim tasarımında, tipografik hiyerarşiyi etkin hale getirmek için bütün tasarım elemanları bir bütünlük içerisinde sunulmalıdır. Afiş çalışmasındaki tipografik düzenlemelerin ilk görevi, algılanmak ve iletişimi sağlıklı kılmaktır. Tasarımcı bir şeyi okunaklı hale getirmek için "neyin" okunacağını, "niçin" okunacağını, "kim" tarafından, "ne zaman" ve "nerede" okunacağını bilmek durumundadır. "Nerede" sorusu insanın okuması için belli bir ışık kaynağı gerektiği düşünülürse, ışığın yeterliliğini ve kalitesini de içermektedir. Işığın göze ve okunacak materyale ulaşma yolu, bu materyalden yansımaları, okuma açısı ve uzaklığı tasarımcının çalışmalarını etkileyecek faktörlerdir (Ruder, 1967: 112). Afiş çalışmalarında dikkate alınması gereken bir diğer önemli nokta da afişin asılacağı yerin aydınlık ve ışık düzeyidir. Açık hava afişlerinde, kış mevsimi ve gece aydınlatmasının okunabilirliği ne derece etkileyeceği hesaba katılmalıdır. Kapalı mekan afişlerinde ise mekanın aydınlatma düzeyi dikkate alınması gerekmektedir. Çok loş ortamlarda okunabilirlik düzeyinin çok alt seviyelere ineceği dikkate alınmalıdır.



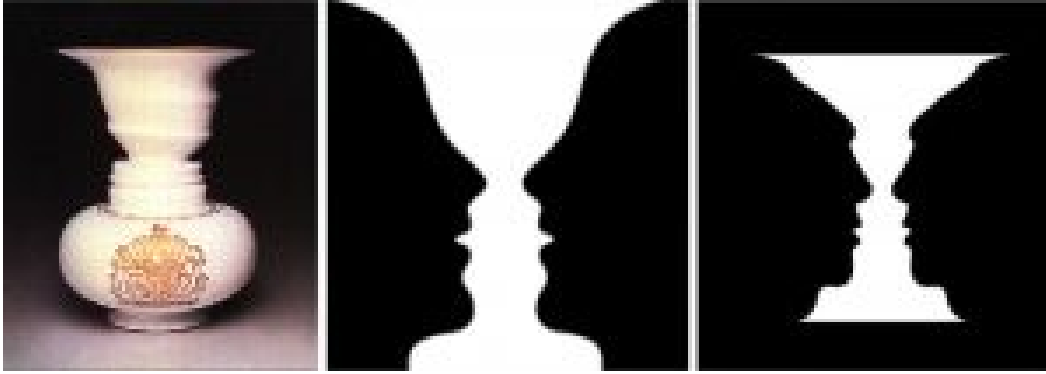
Şekil 2. Tipografik elemanlar ağırlıklı afiş örnekleri^{3,4}

2.4. Tipografik Renk

Yazıda renk vurguyu artırır. Renk sayesinde iletilmek istenen mesaj daha etkili sunulabilir, dikkat çeker, okuyucuyu etkiler. Grafik tasarımın her alanında yer alan renk, afiş tasarımlarında önemli bir role sahiptir. Afiş çalışmalarında etkili mesaj iletmek ve hedef anlatımı güçlendirmek, tipografide kullanılan rengin dağılımıyla mümkündür. Çünkü tasarımın zengin anlatım kabiliyeti, renge yüklenen sembolik anlamlar, anlatıma yoğunluk kazandırmasının yanı sıra nesnelere karakter de kazandırmaktadır. İşte bu noktada etkin renk kullanımı, tipografik çalışmalarda da yerini almıştır (Tepecik, 2002: 35-36).

Renk, tipografi çalışmalarında bilgi aktarımı ve tasarımın bütünsel yönünü görsel olarak etkili hale getirmek için kullanılmaktadır. Renk, tipografi çalışmalarında açıklık ve koyuluk oluşturmanın yanı sıra, görsel bir hiyerarşi oluşturmak için de kullanılmaktadır. Yazı karakterlerine yüklenen sembolik

de olabilir. Şekil 4’de olduğu gibi hem bir vazo gözüküyor hem de birbirine bakan iki insan silueti, bir diğer yönden bakıldığında zemin şekil özelliği de kazanabilir. Ancak aynı anda her ikisi de şekil olarak algılanamaz.



Şekil 4. Şekil-zemin algı değişkenliği ile ilgili örnekler⁷

Gestalt kuramcılarına göre insanların nesnelere algılamalarındaki başlıca örgütleyici bu zemin ve şekil arasındaki ilişkidir. İnsanın algılama sistemi şekil ve zemin arasında bir ayırım yapar. Birey, bir yönden baktığında şekli zemin olarak algılayabilir. Bir diğer yönden baktığında da zemin, şekil özelliği kazanabilir. Ancak aynı anda her ikisini de şekil olarak algılanamaz. İnsanların nesne algılamalarındaki başlıca örgütleyici eğilim, şekil (figure) ve zemin’in (ground) birbirlerinden ayrılmasına ilişkindir (Erdal, 2006: 17). Gürer’e göre (1970: 34); psikologlar, şekil- zemin algısı üzerinde önemle durmuşlardır. Onlar, idrakte (zihinde) şekil denilen esas kısmın belirmesinin ilk basamak olduğunu ve bunun “zemin” denilen geride kalan kısımdan ayrıldığını düşünürler. Şekil zemini idrak (algılamak): her zaman aynı seviyede devam etmez, fark etmede, belirlemede esas olan şekil; hepsi fark edilse bile daha belirsiz olan zeminden kolayca ayrılabilir.”



Şekil 5. Şekil-zemin ilişkisinden ortaya çıkan algı örnekleri⁷

Şekil-zemin ilişkisinde temel ilke şeklin bağımsızlaştırılmasıdır. Bağımsızlaştırmak için yapılacak ilk işlem zeminin şeklinin rengine göre çok belirgin oranda farklılaştırılmasıdır. Birbirine yakın renk yapısı algılama zorluğuna neden olur. Ayrıca şeklin biçimini oluşturan sınırlar net olarak oluşmaz.



Şekil 6. Şekil-zemin renk farklarına göre algı örnekleri⁷

3.2. Okunabilirlik

Tipografi kullanımında okunaklılık dikkat edilmesi gereken önemli bir olgudur.” (İstek, 2004: 117) İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle farklılaşan yeni iletişim ortamları, yazının ve kullanıldığı ortamların çeşitlenmesini sağlamıştır. Yazının kullanıldığı ortamların farklılaşması, yazının okunur kılınması sorununu da beraberinde getirmiştir. Günümüz teknolojik gelişmeleri, iletişim ortamlarında kullanılan yazının akılcı bir yaklaşımla kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Eğer yazılar okunur kılınmamışsa, farklı bir ifade şekli ya da tasarım yaklaşımının ifade biçimleri olarak kullanılmaktadır. Günümüz tipografi çalışmalarındaki farklı arayışlar, yine yazı ögesinin grafik tasarımda dikkat çekiciliği artırma amaçlı kullanıldığını göstermektedir. Bütün bu çalışmalar ışığında, bir toplumun iletişim kurmadaki en önemli aracı o toplumun kullandığı dildir. Anlaşılabilir bir dil ve okunabilir bir yazı olmalıdır ki iletişim olabilsin. Yazı düzenlemelerinde okunurluk kavramı, bir tür sorun değil olması gerektir (Sarıkavak, 2006: 83).

Becer, (2005: 185) çalışmasında okunaklılıktan bahsederken “ Tasarımcıların genellikle ihmal ettikleri bir olgudur. Tipografik mesaj iletimi, yazıları okunur kılan niteliklerin bir araya getirilmesiyle sağlanır. Okuyucu; yazılı bilgiyi en az çaba ve zorlukla algılayabilmelidir.” tanımlamasını yapmaktadır. Tipografi, okunmak için vardır. Tasarımcılar, tipografi kullanımını iyi bilmeli ve uygun yazı karakterini doğru seçerek kullanmalıdırlar. Biçimsel bloklamalar, simge ve renkler yapılandırılarak yazı bloklarının okuyucu tarafından kolay algılanabilir ve okunabilir kılınması gerekmektedir. (Teker, 2009: 177-178)

Tipografinin okunabilir kılınması, yazının anatomik yapısıyla ilgili olduğu kadar, kullanım alanıyla da yakın ilişkilidir (Ketenci, 2006: 247). Okunabilirlik kavramı, anlamayı ve kavramayı kolaylaştırma kavramıyla eşleştirilmektedir. Namık Kemal Sarıkavak, okunabilirlik kavramını ikiye bölerek okuturluk ve okunurluk olarak aktarmıştır. Okunurluğun ve okuturluğun farklı iki kavram olduğundan bahsetmektedir. Okunurluğun harf boyutları ya da ölçüsü ve yazı karakterinin kendi yapısıyla ilgili olduğunu söylerken, okuturluğun yazı karakterlerinden tutunda kağıt seçimi, renk ilişkisi ve bütün baskı nesnelereyle ilgili olduğunu vurgulamaktadır. (Sarıkavak, 1997: 32) Okunaklılığı ve algılanabilirliği kolay bir yazı, etkin mesaj iletimi için tek başına yeterli değildir. Harflerin biçimsel olarak düzenlenmesi, iletişim yöntemindeki boşlukların algılanabilirlik düzeyi kitlenin anlama düzeyini etkileyebilmektedir. Uçar, (2004: 139)’a göre “Tipografinin temel işlevi okunurluluktur, tasarımda yazının işlevi budur.”

3.3. Okunabilirlik Açısından Yazı Ve Zemin Renk Tercihinde Bilinmesi Gerekenler

Yazının zemin renginden okuma için yeterli kontrastlığa sahip olması gerekir. Bir elemanın diğer bir elemanla kurduğu açık koyu ilişkisi ton farkı, kontrast olarak adlandırılır. Bu kontrast sayesinde nesnelere ayırt eder, yazıları okuruz. Kontrast zeminlerde okunaklığın iyi bir şekilde sağlanabilmesi için, harf ve zemin arasında ton farkı olmalıdır. Aynı tona yakın renkler, harfin, zemin üzerinde titreşmesine neden olur (Akyıl, 1996: 49). Kontrast (Fransızca Contraste) olarak da adlandırılan karşıtlık ne kadar çok olursa karşılaştırılanlar arasındaki fark da o kadar büyük olur. Tasarımda rengin vurgusunu arttırmanın en kolay yolu karşıtlığı arttırmaktır. Bunu sağlamak için renk ve ton zıtlığı kullanılabilir. Renklerin ve tonlarının zıtlığı tasarımı canlı kılar.

Bir nesne ancak etrafından, fonundan ayırt edilebilirse görülebilir. Carter’a göre yazıların okunmasını sağlayan kural da tam olarak budur. Fon ve figür arasındaki renk kontrastının artması yazıların kolay okunmasını sağlamaktadır. İnsan gözü beyaz fondaki siyah yazıyı siyah fondaki beyaza oranla bir miktar küçük olarak algılamaktadır. Bunun sebebi gözün okurken olduğu gibi beyaz üzerinde siyahı algılamaya alışkın olmasıdır (Carter, Demad ve Wheeler, 2000: 40). Fizyolojik ve psikolojik etkenlerin karıştığı renk tezatları, reklam araçlarının özellikle de afişin tasarlanması bakımından çok önemlidir (Kanat, 2001: 149).

Algılama kolaylığı açısından yazı karakteri rengi ile uygulandıkları yüzey rengi arasında zıtlık olmalıdır. Okunurluk açısından harf ve zemin arasında en az %70 ton farkının olması gereklidir. Örneğin zemin 100 değer ise harf 30 değerden fazla olmamalıdır. Tersini için de aynı şey geçerlidir.

Yazı alanı ve fon renklerini seçerken, rengin yeterli derecede kontrastlık sağlaması yanında okumayı engellemeyecek kadar zıt olmamalarına da önem verilmelidir (Machado, 1994: 36). Okunabilirlik testleri, beyaz kağıt üzerine yazılmış siyah yazının en iyi okunabilirlik özelliklerine sahip olduğunu kanıtlamıştır. İnsanlar uzun bir metni okurken beyaz zemin üzerinde siyah yazıyı tercih ederler ve bu ilişkiyi görmeye alıştırlar (Jeavons-Beaumont, 1977: 17). Açık zemin üzerinde koyu renk yazı doğru bir seçimdir. Siyah bir zemin üzerine yazılmış beyaz bir metin görsel olarak güçlüdür.

Renkler arasındaki basit karşıtlık, bir renkle o rengin ve koyu bir tonu arasındaki karşıtlık bir sıcak, bir soğuk renk arasındaki karşıtlık ve tamamlayıcı renk arasındaki karşıtlık. Bunların her biri en büyük etkiyi yaratmaya hizmet edecek şekilde ve ilgili renklerin gerekli nitelikte verilmesini sağlayacak şekilde dizayn edilir.

Zıt renkler birbirlerini tamamlarlar yan yana kullanıldıklarında birbirlerini değerlendirerek tasarıma canlılık katmaktadırlar. Bunun doğada da örnekleri mevcuttur. Yeşil yaprakların arasında kırmızı güller, yeşil ağaçlar arasında kırmızı çatılı bir ev, güneş batarken mavinin içinde turuncu güneş vs.



Şekil 7. Okunabilirlik açısından yazı ve zemin renk kombinasyonları

3.4. Afiş Örneklerinde Yer Alan Tipografik Unsurların Zemin Rengine Göre Okunabilirlik Analizi



1. Afiş

2. Afiş

Şekil 8. Afiş tasarım örnekleri 8,9

1. Afiş: Mavi tonlu zemin üzerinde turuncu renkli “EBA” yazısı hariç tüm tipografik unsurlar zemin rengiyle uyumlu renklerden oluşmasından dolayı algı kaybına uğramaktadır. Özellikle açık mavi renkli yazının zemin yazı ton farkı ve beyin görselinin etrafındaki küçük puntolu yazılar okunabilirlik açısından çok sıkıntı oluşturmaktadır. Böyle soğuk renge sahip zeminde sıcak renk grubunda yer alan kırmızı ve turuncunun kullanılması çok doğru bir seçim olurdu.

2. Afiş: Açık gri zeminin üzerinde yazı rengi olarak yine grinin koyu olmayan tonunun seçilmesi okunabilirlik açısından yanlış bir seçim olmuş. Yumuşak geçişli bir tasarım hedeflenmiş olabilir fakat okunabilirliğinde dikkate alınması gerekmektedir. Özellikle küçük puntolu yazıların okunabilirliği büyük oranda kayba uğramaktadır.



3. Afiş



4. Afiş

Şekil 9. Afiş tasarım örnekleri¹⁰

3. Afiş: Turuncu, mor geçişli zemin üzerinde yer alan yazılar ağırlıklı olarak dişi beyaz ve yine mor renklere sahip. Özellikle mor renkli yazıların mor zemin üzerinde okunabilirlik açısından çok sıkıntılı bir yapı oluşturmaktadır. Böyle bir zemin üzerinde seçilmesi gereken en uygun renk yeşilin tonları olacaktır.

4. Afiş: Mavi zeminin yer aldığı afişin, 2016 rakamları dışında kalan tüm görsel ve tipografik unsurların mavi tonlarından oluşması büyük bir algı kaybına neden olmaktadır. Yazılar hiyerarşik olarak geri plana çekilmeye çalışılırken okunabilirlikten tavizlerin verildiği görülmektedir. Okunabilirlik açısından ideal ton farkının %70 değerlere yakın olması için, mavi zemin(fon) renginin açık tonunun kullanılması gerekmektedir.



5. Afiş

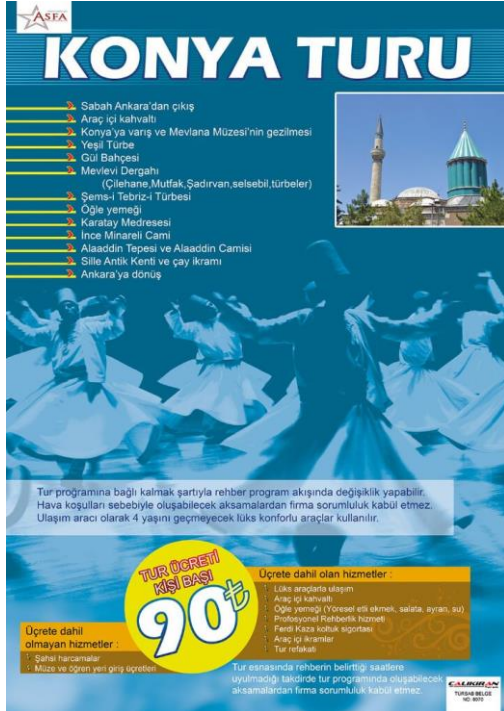


6. Afiş

Şekil 10. Afiş tasarım örnekleri 11, 12

5. Afiş: Yeşil fonda yer alan yine yeşil renkli yazıların arasında düşük ton farkının olması okunabilirliği büyük oranda düşürmektedir. Özellikle baskılı ürün üzerinden değerlendirme yapılması okunabilirlik düzeyinin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Çünkü ekrandaki ışksal görüntü oluşumu okunabilirliği arttırmaktadır. Oysa kağıt üzerinde matbaa mürekkebiyle oluşan görüntünün görülmesi, gelen ışığın yansımaları ile oluşmaktadır. Bundan dolayı algı değeri, ekran görüntüsünden daha düşük olmaktadır.

6. Afiş: Gri zemin üzerinde yer alan yazıların yine grinin yakın tonuna sahip olması okunabilirliği sıkıntıya sokmuştur. Afişin başlığının da gri tonu olması vurgu düzeyin de düşürmektedir. Yazıların daha koyu gri yada illüstrasyon rengi olan mavinin farklı tonunun tercih edilmesi daha uygun olurdu.



7. Afiş



8. Afiş

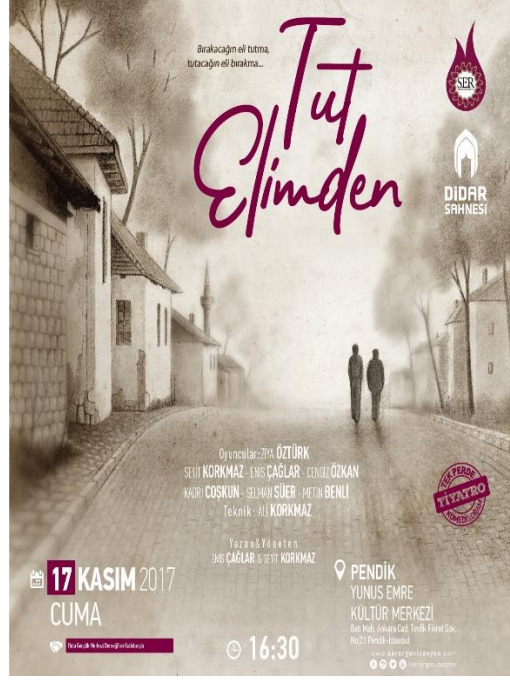
Şekil 11. Afiş tasarım örnekleri 13, 14

7. Afiş: Afişteki fazla sayıda yer alan tipografik unsurların hepsinin okunabilirlik açısından sorunlu olduğu görülmektedir. Özellikle aşağıda yer alan mavi zemin üzerinde küçük puntolu açık mavi dışı yazıların, ton farkının çok az olması okunabilirlik düzeyini düşürmektedir. Negatif yazıların içinin boş yani beyaz kullanılması renk açısından okunabilirliği arttıracak ilk önceliktir. Ayrıca dışı yazılarda okunabilirliği korumak için fon renginin koyu olmasına özen gösterilmelidir.

8. Afiş: Afişin zemininde renkli batik bir fonun yer alması tasarımı görsel açıdan canlı hale getirirken üzerinde yer alan unsurların algılanmasını zayıflatmaktadır. Buna ilave olarak yazıların fon renklerine uyumlu olması için yakın renklerden seçilmesi özellikle afiş başlığı dışındaki yazıların ince dışı beyaz kullanılması okunabilirlik açısından yanlış bir seçim olmuştur.



9. Afiş



10. Afiş

Şekil 12. Afiş tasarım örnekleri 15, 16

9. Afiş: Yeşil zemin üzerinde yer alan afiş yazısının açık yeşil olması okunabilirlik açısından doğru bir seçim olmamış. Diğer tipografik unsurlarda beyaz dışı yazıların kullanılması okunabilirliğin hiç dikkate alınmadığını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Özellikle dışı beyaz yazıların puntoları düştükçe paralel olarak okunabilirlik düzeyi de düşmektedir.

10. Afiş: Gri fona sahip afişte mat yazıların okunabilirliği iyi bir seçim olmasına karşın diğer tipografik unsurların tasarımında küçük puntolu dışı beyaz kullanılması okunabilirliği çok düşürmüştür.

4. SONUÇ

Afiş tasarımında; özgünlük, estetik, sadelik kavramları görsel algı ve okunabilirlik sınırları içinde gerçekleşmelidir. Dışına çıkan çalışma ne kadar üst performansta olursa olsun bir iletişim aracı olan afişin asli amacını karşılamadığı için bir değere sahip değildir. Afiş tasarımında okunabilirliğin belirli yazılarla sınırlı tutulması da yanlış bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Vurgulanması gereken yazıların dışındakiler sanki afişin dolgu unsuru gibi değerlendirilerek okunabilirlik dikkate alınmadan tasarlandığı çok sayıda örnekle karşılaşılmıştır. Grafik tasarımda, ölçü, kompozisyon ve renk yardımı ile hiyerarşi oluşturulması temel çalışma tekniğidir. Fakat afişte bir yer işgal etmesine rağmen okunması çok zor yazıların yer almasının bir anlamı yoktur. Bu nedenle bir grafik tasarımcı, hiyerarşik açıdan en son sıradaki tasarım elemanının da görsel açıdan algılanmasını sağlama sorumluluğu vardır.

Öncelikleri dikkate alarak seçilen zemin (fon) rengi, farklı renklerdeki yazıların rengi veya tonuyla çok yakın değerlerde olunca okunması zor veya imkansız hale gelmektedir. Bu nedenle tüm tipografik unsurların zemine uygun renklerde seçilmesi veya yakın renkte olan yazılar için çerçeve, kontur gibi farklı uygulamalar yapılarak okunabilirliğin o yazılar içinde sağlanması gerekmektedir. Yapılan analizlerde özellikle dişi (negatif) yazı tercihinde dış kısımların kontrast oranı düşükse ve ayrıca zemin rengi de belirli oranda dişi yazının içini doldurmuş ise okunabilirlik düzeyi en alt seviyeye indiği görülmektedir.

Ülkemizde grafik tasarım eğitimi; çeşitli kurslarla, meslek lisesi, ön lisans ve lisans düzeyinde çok yaygın bir yapıda verilmektedir. İş kolu olarak özellikle sanayinin faal olduğu illerde sektörel bir yapıya sahiptir. Buna rağmen afiş tasarımının önemli bir unsuru olan okunabilirliğin çok dikkate alınmaması manidar bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak şunu belirtmek gerekir; grafik tasarım ve baskı teknolojilerinin amatör kullanıcılara bile afiş tasarlama ve çoğaltma imkanı sağladığı günümüz koşullarında iyi bir grafik tasarım bilgi alt yapısının önemi karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akçin, N., Okuma Becerisinin Kazandırılmasında Görsel Algı Gelişiminin Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1993, s.58.
- Akyıl, R., Reklam Medyalarında Tipografik Çözümler, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı , İstanbul, 1996, s.49,
- Ambrose, G. & Harris, P., Tipografinin Temelleri, Literatür Yayınları, İstanbul, 2012.
- Arntson, A.E., Graphic Design Basics, Harcourt Brace College Publishing, New York, 1988, s.2.
- Bayraktar N., Tamer, G. N, Tekel, A., Gürer, N., Kızıldaş, C.A., Köroğlu, A.B., Görsel İletişimde Yaratıcılık Ve Temel Tasarım, Nobel Yayınevi, İstanbul, 2012.
- Becer, E., İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Yayınevi, Ankara, 2011.
- Bernard, M., Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2002.
- Carter, R. ve Demad, J. ve Wheeler,S., Working with Type Exhibitions 5, Roto Vision SA, Switzerland, 2000, s.40.
- Erdal, İ. T., Gestalt Kuramının Grafik Tasarıma Etkilerinin İncelenmesi, Y.Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- Ertel, M., Deli-kanlı Bir Sanat, Hürriyet Gösteri Sanat Edebiyat Dergisi, Haziran, sayı 31, 1983, s. 82.
- Frostig, Marianne, Developmental Test of Visual Perception, , CA: Consulting Psychologists Pres, Palo Alto, 1964.
- Gümüştekin, N., Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afiş Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme, Yedi, Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi, 9, 2013. s.36.
- Gürer, L., Temel Dizaynda Görsel Algı, İTÜ Teknik Okulu Yayınları, İstanbul, 1970.
- İstek, R., Görsel İletişimde Sayfa Düzeni ve Tipografi, Pusula Yayınları, İstanbul, 2004, s.117.
- Jeavons T. & Beaumont M., An Introduction to Typography, The Apple Press, Kültür ve Sanat Dergisi, Ocak, Sayı: 5, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1977.
- Kanat, A.. Renk ve Duyu Psikolojisi, İlya Yayınları, İzmir, 2001, s.149.
- Ketenci, F.H., Bilgili, C., Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı, Beta Yayınları, İstanbul, 2006.
- Meggs, P.B., Type & Image, John Wiley & Sons, Inc., Canada, 1992, s.17.
- Ruder. E., Typographia, Arthur Niggli Ltd., Switzerland, 1967.

Sarıkavak, K. N., Hacettepe Üniversitesi G.S.F. Grafik Bölümünde Yazı ve Tipografi Eğitimi, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 9, 2006, s.3.

<http://edergi.atauni.edu.tr/ataunigsfd/article/view/1025003171> adresinden erişimiştir.

Sarıkavak, N.K., Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri, Seçkin Yayınları, Ankara, 2004.

Sarıkavak, K.N., Tipografinin Temelleri, Doruk Yayınları, Ankara, 1997.

Teker, U., Grafik Tasarım ve Reklam, Yorum Yayınları, İstanbul, 2009.

Tepecik, A., Grafik Sanatlar, Detay&Sistem Yayınları, Ankara, 2002.

Tuğrul, B., Aral, N., Erkan, S. & Etikan, İ., Altı Yaşındaki Çocukların Görsel Algılama Düzeylerine Frostig Gelişimsel Görsel Algı Eğitim Programının Etkisinin İncelenmesi, Journal of Qafqaz University, 8, 2001, s.67-84.

Uçar, T.F., Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2004. s.139.

Yücebaş, Ç., Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Tipografi ile Görseller Arasındaki İlişki ve Sanat Eğitimindeki Yeri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Programı, İzmir, 2006.