



Afişte Tipografik Anlatımın Algıya Etkisi

The Effect of Typographic Expression on Perception on The Poster

ÖZET

Grafik tasarımın önemli ürünlerinden biri olan afiş tasarımı başlangıcından günümüze çeşitli değişimler yaşamıştır. Fakat tarih boyunca her zaman önemini korumuştur. Tipografi ise iletişimin en yoğun kullanılan görsel biçimidir. Dolayısı ile afiş ve tipografi birbiriyle ayrılmaz bir ikili olarak geçmişten günümüze gelmiştir. Afiş tasarımının önemli anlatım dili olan tipografi düşünce ve kavramları kitlelere aktarmada önemli bir rol üstlenmektedir. Mağara resimlerinden sonraki süreç içerisinde kullanılmaya başlanan tipografi afiş tasarımının bir parçası olmak bir yana afişe oluşturan ana unsurlardan biri olmuştur. Afiş tasarım tarihinin başlangıcında duvarlarda duyuru amaçlı kullanılan, bu kullanımda da özellikle tipografinin ön plana alındığını görmekteyiz. Gladyatör savaşlarını anlatırken tahta levhalar üzerinde, kiliseye yardım toplarken kapılara asılan afiş zaman içerisinde görsel bir obje ve tipografik bir ifade ile izleyicilere sunulmuştur.

Bu araştırmada özellikle yüzey olarak tipografiyi kullanan tasarımcıların eserleri üzerine incelemelerde bulunarak, afiş tasarımında tipografik anlatımın algılamaya etkisine yönelik incelemeler yapılacaktır. Grafik tasarım açısından afiş tasarımında tipografi tüm yüzeyi kapladığında ya da sadece tipografik ifadeler ile yapılan anlatımların izleyici üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğuna yönelik tasarımlar incelenerek sonuca gidilecektir.

Anahtar kelimeler: Afiş, Görsel Algı, Tipografi

ABSTRACT

Poster design, which is one of the important products of graphic design, has undergone various changes since its inception. But it has always maintained its importance throughout history. Typography is the most commonly used visual form of communication. Therefore, poster and typography have come from the past to the present as an inseparable duo. Typography, which is the important expression language of poster design, plays an important role in conveying ideas and concepts to the masses. Apart from being a part of the typography poster design, which started to be used in the process after the cave paintings, we see that it is one of the main elements that make up the poster. At the beginning of the poster design history, we see that typography was used for announcement purposes on the walls, and in this use, especially typography was given priority. While describing the gladiator wars, the poster hung on wooden boards and on the doors while collecting aid for the church was presented to the audience as a visual object and with a typographic expression over time.

In this research, analyzes will be made on the effect of typographic expression on perception in poster design, by examining the works of designers who use typography as a surface. In terms of graphic design, when typography covers the entire surface in poster design or how the expressions made with only typographic expressions have an effect on the audience, the results will be reached by examining the designs.

Keywords: Poster, Visual Perception, Typography

GİRİŞ

Afiş, tarihsel süreç boyunca, toplumsal bilinç ve kültürün bir parçası olmuştur. İnsanların bazı olayları algılamasında afişte kullanılan tipografi önemli bir göstergedir. Afiş, belirli bir tasarım süreci sonunda ortaya çıkan grafik tasarım ürünlerinden biri olup, bilgiyi plastik sanatlar aracılığıyla topluma ileten iletişim kavramı içinde dikkate alınması gereken bir araçtır. İyi bir tipografi kullanımı afişin bir tasarım ürünü olarak algılanmasını olumlu yönde sağlayabilir.

Algılamanın ilk adımı deneyimlemektir. Göz, ışığı algılayarak, depolama ortamı olmayan bir kamera gibi davranmaktadır. İkinci aşamada, seçim, nesnenin birincil odak noktasıdır. Seçim zihinsel bir süreç ve bilinçli bir karardır. Bu kısım gözün algılamasında diğer kısımlardan önde gelir. Seçilen imge bu noktada tanınır. Bu prosedür zihinsel olarak daha zahmetlidir. Önceki bilgilerle birlikte görsel ipuçları, bu aşamada anlamının birincil yoludur. Bu zihinsel eylemlerin bir sonucu olarak, görüntüler arasında görsel çağrışımlar oluşur ve merak tatmin edilir (Onursoy, 2017, s. 50). Güçlü bir algı yaratan tipografi afiş tasarımlarının yüzeyini oluşturduğunda; tasarımın içeriğinin algılanmasına hizmet eden bir imgeye dönüşür. Yeni tipografi ve gelişen teknoloji ile birlikte tasarımcıların neredeyse afiş yüzeylerini tipografik imgelerle tasarlaması adeta yeni bir

Kainat Özpolat¹

How to Cite This Article
Özpolat, K. (2023). "Afişte Tipografik Anlatımın Algıya Etkisi", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 9(67): 2740-2748.
DOI:
<http://dx.doi.org/10.29228/smryj.67758>

Arrival: 18 November 2022
Published: 31 January 2023

Social Mentality And Researcher Thinkers is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Öğr. Gör., Fırat Üniversitesi, Teknik Bilimler MYO, Tasarım Bölümü, Elazığ, Türkiye

görsel anlatım dilini ortaya koymaktadır. Tipografik imgeler yüklediği görsel anlatım unsurları ile izleyici üzerinde çok yönlü bir etki ve çağrışımlar oluşturmaktadır. Bu bağlamda tasarımcının tipografik tavrı tasarıma farklı bir algı kanalı oluşturabilir.

Tipografiye klasik yaklaşım öncelikle metnin estetiği ve okunabilirliğiyle ilgilenirken, modern tipografi farklı amaçlara odaklanmıştır. Artık grafik tasarımda tipografi, bir stil, kişilik, görsel bir dil, farklı bir imaj, bilgi ve mesajı anlaşılır bir dille ileten bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Lehimler, 2018, s. 1448). Tipografinin yeni bir imge olarak karşımıza çıkması afiş yüzeylerinin tamamen tipografik unsurlarla oluşturulması algıya pozitif bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Bu makalenin amacı, tipografinin algılamaya etkisine bakış sunmaktır. Çalışma, yazı yapıları tarafından sunulabilecek sanatsal, dinamik ve algısal bir unsur olarak tipografinin yeni olanaklarını araştırma arzusuyla yapılmıştır. Bu çalışmanın konsepti, neredeyse tipografi ve algılama bağlamında afiş tasarımlarının sanatla olan güçlü ilişkisinin incelenmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Tasarımcıların afişlerindeki tipografi kullanımını araştırma yollarını keşfederken, yazının güzelliği ve modern tipografiyi günümüzde kullanan tasarımcıların eserleri incelenmiştir. Bu anlayışla Türk grafik tasarımcılarından dört tasarımcının birer afişi üzerinde yorumlamalar gerçekleştirildi. Gerçekleştirilen çalışmanın amacı yalnızca tasarımcıların tipografiyi kullanmaları değil aynı zamanda bir kanaati de ifade etme ihtiyacını taşıyordu; yani tipografik unsurların estetik kullanımını yapan, algıyı sağlayan ve aynı zamanda sanat yaşamları boyunca bu durumu bir deneyime dönüştüren tasarımcı çalışmalarının olmasını sağlamaktır. Tipografi tek boyutlu bir yapı ve katı kurallar bütününe uyan bir yapı değil tasarımın algılanması ve anlamlandırılmasına olanak tanıyan tasarıma göre ilkelere bağlı kalınarak dönüşebilen bir yapı haline gelebileceğini gösterebilme gayretidir.

Tipografi

Kil tabletlerle başlayan ve papirüslere kadar ilerleyen yazı süreci, matbaanın icadıyla tipografideki izlerini sürdürmüştür. Yazının tasarımlar üzerindeki etkileri Rönesans döneminde ortaya çıkmıştır. Tasarım ürünlerinde yazının etkilerinin görülmesi ve farklı alanlarda kullanılması yazı karakterlerinin çeşitliliğini beraberinde getirmiştir. Yazı, dönemin bilimsel, teknik ve sosyal gelişmelerinden etkilenmiştir (Becer, 2011, s. 92).

Tipografi terimi ilk olarak 1450'lerde Johannes Gutenberg'in geleneksel yaklaşımdan farklı olarak yarattığı baskı yöntemiyle ortaya çıkmıştır. Tipografinin tanımı "tip" ve "grafik" kelimelerinden türetilmiştir. "Type", yüksek kaliteli baskı için metalden dökülen veya kesilen harfleri tanımlamak için kullanılan terimken, 'grafik', aslen Latince olan çizimleri, çizimleri vb. tanımlamak için kullanılan terimdir. Gutenberg, hareketli metal tipi yöntemi kullanarak baskı sürecini otomatikleştirdi, bu yöntem daha önce kullanılan ahşap harflerden farklıydı (Özkan, 2020, s. 14). Daha sonraki süreçlerde ise artık tipografideki değişim tasarım olgusuyla birleşmeye ve yeni karakterler üretilmeye başlanmıştır. William Morris Londra yakınlarında kurduğu Kelmscott Basımevi ile bu sürece önemli katkılar sunmuştur.

William Morris'in eski yazı karakterlerini ve grafik tasarım tarihini yeniden düşünmesi, tasarım ve baskı için mevcut yazı karakterlerinin çeşitliliği ve kalitesinde önemli ilerlemelere yol açmıştır. Kitap tasarımına uzun bir ilgi duyduktan sonra grafik tasarım ve matbaaya geçmeye karar veren Morris, Nicholas Janson tarafından 1470-1476 yılları arasında oluşturulan Venedik Roma harflerini inceledi ve "Golden" adını verdiği ilk harf tasarımını gerçekleştirdi. Golden tipi tasarım, Janson'ın çalışmasının özünü yakalar ancak onun bir kopyası değildir. Morris bu sembolleri dökmek için Kelmscott yakınlarındaki yazlık olarak satın aldığı evini matbaaya çevirmiş ve 1890'da Golden Harf'in sembolleri burada dökülmüştür. Morris'in ikinci harf tasarımı Gotik harfleri inceleyerek hazırladığı "Troy" isimli harflerdir. W. Morris, çoğu Gotik harften daha geniş, okunaklı olan bu siyah harfleri korudu, benzer karakterler ve yuvarlak köşeli karakterler arasında ayrım yaptı. Troy'un daha küçük bir versiyonu olan Chaucer, W. Morris'in yarattığı üç karakterin sonuncusudur (Bektaş, 1992: 15). Arts and Crafts ile başlayan bu tasarımlar Art Nouveau ile ivme kazanmıştır.

Devrim niteliğinde bir tasarım özelliği taşıyan Art Nouveau, Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde farklı isimlerle karşımıza çıkmaktadır. Avrupa ülkelerinde kendine has karaktere sahip bir hareketin oluşmasının nedeni, geleneksel vizyonla yüzleşmek ve onu değiştirmek istemeleridir. Avrupa ülkelerinde; Fransa'da "Art Nouveau", Almanya'da "Jugendstil" ve Avusturya'da "Secessionstil" olarak kendini göstermektedir (Özkan, 2020, s. 28).

Görsel Algı

Algı sözcüğü, dilimizde ve Batı dillerinde almak kökünden gelmektedir. Batı dillerinde algı kelimesi, almak anlamına gelen Hint-Avrupa kök başlığından gelir ve kapari ile eşanlamlı olarak Latince 'ye çevrilir. Algı kavramının sayısız tanımı birçok kaynaktan bulunabilir. Bu çok geniş ve karmaşık bir kavramdır (Şimşek

Yüksekbilgili, 2013, s.12). Görsel algılamada, tasarımcıların ürün ve hizmetlerinin, yaş veya yetenekten bağımsız olarak mümkün olan en geniş kitleye hitap etmesini sağladığı genel bir tasarım yaklaşımıdır. Algılama kavramını, tüm tasarım disiplinlerinde dikkate almak önemlidir. Birçok sanat ürününde olduğu gibi, tipografik yüzeylerin algılanmasında nasıl bir tutum sergileneceği konusunda tasarımcılar izleyicilerin görsel algılamasına odaklanmıştır. Hem algılamanın hem de tipografinin alan üzerindeki kapsayıcılığına yönelik tasarımcı yüzeyi tipografik öğelerle tasarladığında algısal yönden başarıyı yakalamış olacaktır. Grafik tasarımda tipografinin görsel olarak algılanmasında diğer disiplinlere göre çok daha hızlı algıyı yaratma çabasıdır. Tipografik yüzeylerde görsel algı, genel kapsayıcılığı belirleyen temel bir unsurdur.

Görme, algılamanın ilk aşamasıdır. Gözün fiziksel yapısının bir sonucu olarak göz küresi içinde bir görüntünün gelişmesi, ışığın cisimlerden nasıl yansıdığını kısaca anlatmak için kullanılabilir. Sinir sinyalleri aracılığıyla bu görüntü beyne iletilir. Görsel olaydan sonra beyne iletilen görüntü anlaşılır ve yorumlanır (Özpolat, 2013, s.5). Tipografinin yüzey uygulamalarında algıyı tam anlamıyla gerçekleştirmede görmeyi ve dikkat çekmeyi başarmak, tipografik anlatımın etkili bir şekilde algılanmasını sağlayabilir.

Tipografik Anlatımın Algıya Etkisi

Tipografik tasarımlarda kullanılan her yazı tipinin kendine özgü özellikleri ve çağrışımsal ilişkileri vardır. Tasarımcı, bir yazı tipi seçerek, bir kelimenin anlamını veya oluşturdukları bir kelime resminin özelliklerini temsil etmenin yanı sıra görsel ağırlık, ciddiyet, samimiyet, inandırıcılık ve stil sağlayabilir (Turgut, 2012, s.586). Bu duruma göre seçilen tipografi, mesajın izleyiciye ulaşmasını sağlayabilir, ancak doğru kullanılmazsa okunma problemleri yanı sıra yanlış anlaşılmalara da yol açabilir. Tipografik düzenlemeler görsel olarak neyi çağrıştıracığı konusu, tasarımcılar için tekrarlanan bir durum olmuştur.

Yazının temel işlevi, fikir ve bilgilerin işaretler aracılığıyla aktarılması olarak tanımlanırsa, tipografi bu tanımın bir adım ötesindedir; bir bakıma “yazarlık sanatı/tasarım yaratma” boyutudur (Uçar, 2004, s.106). Tipografi, sadece bilgi ve mesajın anlaşılır bir biçim diliyle iletilmesini değil, aynı zamanda bir üslup, kişilik, görsel dil, farklı bir imaj olarak ortaya konulan bir unsur ifade eder. Yazı tipi seçiminden harflerin boyutuna, mekanların planlanmasından sunuldukları arka plandaki konumlarına kadar görsel ve işlevsel düzenin birlikte düzenlenmesi tipografik iletişimin genel sorunlarından biridir (Turgut, 2012, s.585). Tipografi çeşitli işlevsellik durumlarına göre tanımlanmıştır.

Tipografi, Yunanca “typos” (biçim) ve “graphia” (yazı) kelimelerinden türetilmiş olup, forma uygun olarak yazmak anlamına gelmektedir. Yazı karakterlerini, yazı boyutunu, satır uzunluğunu, boşlukları ve benzeri unsurları içeren tipografi, hem harfle ilgili diğer unsurların görsel, işlevsel ve sanatsal bir düzenlemesi hem de edebi-görsel iletişim ve bir tasarım dili olup, bu unsurlarla oluşturulmuş bir anlayıştır. Mesajı inandırıcı kılan tipografi, yazılı iletişimin vazgeçilmez bir unsurudur. Günümüzde tipografi kimilerine göre bir sanat olarak kabul edilirken, kimilerine göre yazıyı okunaklı kılmak için yapılan görsel ve işlevsel düzenlemeler olarak tanımlanmaktadır (Nakilcioğlu, 2013, s. 37). Tipografi algıyı anlamlandırmada şekiller, sayılar ve sembollerle birleştiğinde mesajı ulaştırmaya yönelik işlevini tamamlamış olur.

Tipografinin en ünlü tanımlarından biri, Fransız bir tipograf olan Francis Thibodeau'dan gelmektedir. Tipografi, animasyonlu yazı tiplerini kullanarak metinleri çoğaltma ve gruplandırma ve onlara eşlik etme ve bunları ilgili süslemelerle kullanma sanatıdır. Daha geniş anlamda, "tipografi" kelimesi, matbaaya katkıda bulunan tüm sanatları içermektedir. Tipografi, harfleri çizme sanatı anlamına gelir, ancak düzeni de içermektedir. Tipografi, yazılı veya görüntülenilen iletişim mesajlarının metnindeki sözcüklerin ve cümlelerin biçimi, aralığı ve düzenlenmesiyle ilgilidir. Bu tanımlamalarda açıktır ki, tipografiyle her gün her tür metin iletişimde karşılaşmaktayız. Yazının önemi tüm iletişimlerde önemlidir ve tipografi dikkat edilmesi gereken bir kavramdır. Okunabilir bir yazı tipinin insanları okumaya devam etmeye teşvik ettiğine ve hatta okuma verimliliğini artırdığına yaygın olarak inanılmaktadır. Ayrıca psikolojik açıdan bakıldığında yazı tipinin fiziksel özelliklerinin (stil, boyut, renk) metinlerin okunabilirliğini etkilediği gösterilmiştir (Amar, vd., 2017, s.78). Bu tanımlamalardan anlaşılacağı üzere okunabilir bir yazı tipinin okuyucuları okumaya devam etmeleri için motive ettiği ve hatta okuma etkinliğini geliştirdiği düşünülebilir. Diğer taraftan, psikolojik bir bakış açısıyla, metinlerin okunabilirliğinin yazı tipinin stili, boyutu ve renk özelliklerinden etkilendiği söylenebilir. Bu durumun algılamayı büyük oranda etkilediği söylenebilir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma afişte tipografik anlatımın algılamaya etkisini incelemektedir. Bu nedenle tipografik yüzey içeren afiş tasarımlarına yönelik yapılacak olan bu araştırmanın verilerini toplamak için tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelinin temel özelliği geçmişte ya da halen var olan bir durumu, var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımı olmasıdır (Karasar, 2005). Ayrıca doküman analizi yöntemi de

kullanılacaktır. Bu yöntem kayıtlı bilgi içeren her tür basılı, görsel, elektronik ve diğer türden belgelerin analizini araştıran bilimsel bir yöntemdir.

Doküman kelimesine bakıldığında sırasıyla Türk Dil Kurumu Sözlüğünde ve Oxford Sözlüğünde bir şey hakkında bilgi veren veya herhangi bir şeyin delili veya ispatı olarak kullanılabilecek resmi yazı, kitap veya elektronik dosya olarak tanımlanmaktadır. Türkçe konuşanlar, doküman analizi fikrini tanımlamak için "belge incelemesi" ifadesini kullanmışlardır. Fakat literatürde kullanılan "doküman analizi" terimi tercih edilmiştir. Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller de dahil olmak üzere tüm dokümanların incelenmesi ve değerlendirilmesine yönelik sistematik bir yaklaşımdır. Nitel araştırmalarda kullanılan diğer yöntemler gibi, doküman analizi de verileri anlamak, ilgili konuları anlamak ve ampirik bilgi geliştirmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirmektedir (Kıral, 2020, s.173).

Dokümanlar (bilgi ve belgeler); özelliklerine ve içeriğine göre kategorize edilmelidir. Belgeler, metin tabanlı veya görüntü tabanlı, ses tabanlı veya görsel-işitsel olarak sınıflandırılabilir. Metin tabanlı belgeler; metinleri, kitapları, ansiklopedileri, raporları, sözlükleri, dergileri ve günlükleri içerir. Görüntü tabanlı belgeler arasında fotoğraflar, afişler, haritalar bulunmaktadır. Ses tabanlı belgeler arasında ses kayıtları, müzik yayınları ve radyo yayınları bulunur. Türüne göre belgeleri ise; yazılı (kitaplar, raporlar ve dergiler dahil), görsel (fotoğraflar dahil), bilgisayar tabanlı (veri tabanları dahil) ve taşınabilir manyetik olanlar (CD, flash gibi) şeklindedir (Geray, 2006). Araştırmada tipografiyi yüzey tümünde kullanan tasarımcıların afişler incelenecektir. Grafik tasarım ürünlerinden afiş tasarımlarının tipografi kullanılarak algılanması, çağrışım yapması, mesajın tipografik olarak ifade edilmesi üzerine incelenmesi bulgular ve yorum bölümünde yapılacaktır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, günümüzde üretilen tipografik afiş tasarımlarının Türkiye özelinde incelenmesini ve değerlendirilmesini kapsamaktadır. Bu doğrultuda, dijital kaynaklardan elde edilen afiş tasarımları arasından çözümlülük sorunsalı olmayan ve tipografiyi yüzey olarak kullanan afiş tasarımlarına yer verilmiştir. Bu sayede, tipografiyi afişin temel yapısı olarak kullanan tasarımcıların mesajı iletmedeki başarısı incelenmiştir. Araştırmada afiş tasarımında bir imge olarak tipografi tek başına olsa bile izleyici üzerinde nasıl etkiler oluşturabileceğine odaklanmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma;

Türk grafik tasarımcıları ile,

Tipografiyi tasarımlarında kullanan dört grafik tasarımcının birer afişi ile,

Dijital kaynaklarda yer alan yüksek çözümlülükli afiş tasarımlarıyla sınırlıdır.

Bulgular ve Yorum

Özellikle Türk grafik tasarımcıların günümüzde ürettikleri afiş tasarımlarının incelemesi yapılmıştır. Afiş sanatına yön veren gerek akademik gerekse sektörel çalışmalarda bulunan afiş tasarımcıların yere aldığı araştırmanın temel odak noktası tipografinin algılamaya etkisini açıklamayı amaçlamıştır.

Araştırmanın bir parçası olarak, tasarımcıların ürettikleri afiş tasarımlarından tipografiyi yüzey olarak kullanan mevcut afiş literatürü taranmıştır. Bu afişlerden araştırmanın odaklandığı çalışmalar bir şekilde birbirinden farklıdır; tipografi tasarımının ve okuma deneyiminin daha bütüncül keşfi için fırsatlar mevcuttur. Örneğin, tipografik anlatıma odaklanan tasarımlar özellikle algıyı destekleyici tipografik deformasyonları ana temayı anlatmaya yönelik bir bakış olarak kullanmışlardır.

Afiş tasarımlarında kullanılan tipografinin bir imge olarak algılanması tasarımcının izleyicinin bilincine yansıtması ile ilgili bir konudur. Tipografiyi algılamada çağrışımlardan yararlanan tasarımcılar izleyici üzerinde algısal etkiler bırakabilirler. Şekil 1 de yer alan afiş tasarımı Erman Yılmaz tarafından tasarlanmıştır. Türkiye'nin ilk mural festivali olan Mural İstanbul'da her yıl dünyanın dört bir yanından çeşitli sanatçılar katılmaktadır. Şehrin en önemli sokak sanatı etkinliklerinden biridir. Yel değirmeni mahallesi, festivalin başladığı 2012 yılından itibaren açık hava müzesine dönüştürülmüştür. Dünyanın dört bir yanından sanatçıların katıldığı bir bina büyüklüğündeki duvar resimleri, mahalleyi müze haline getirmektedir.

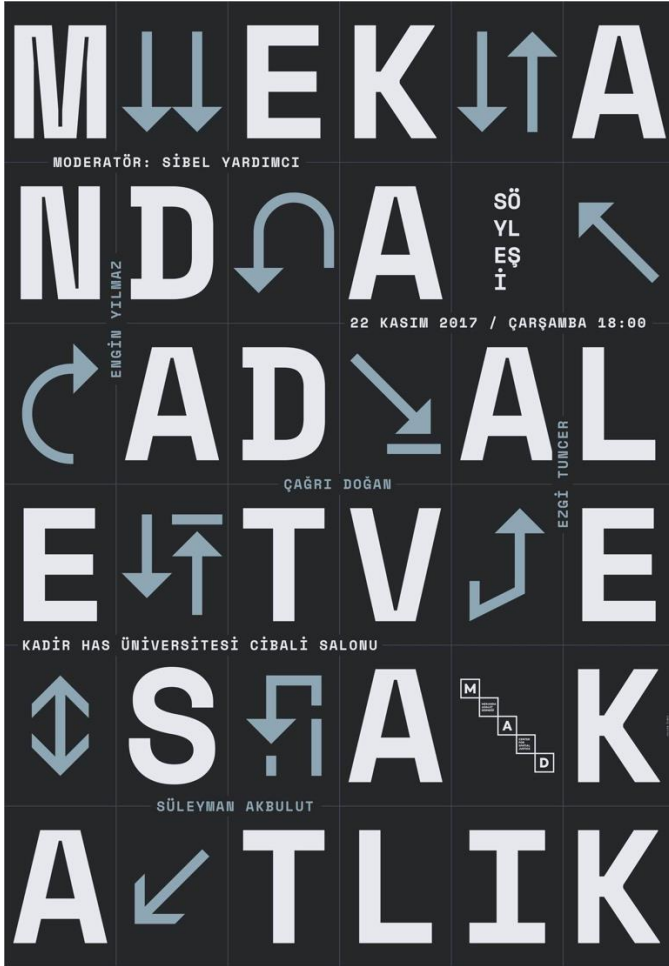


Şekil 1 : Mural İstanbul, Afiş Tasarımı

Kaynak: Erman Yılmaz

Mural İstanbul afiş tasarımı tipografik algılama için iyi örneklerden biri olarak görülmektedir. Mesajı sokak sanatı olarak verirken, tipografik bir anlatımla algıyı şehir ve duvar imgelerine odaklamaktadır.

Şekil 2’de “Mekânda Adalet ve Sakatlık” afiş tasarımı yer almaktadır. Afiş tasarımında tipografiyi yüzeye hâkim kılmayı yeni bir tasarım anlayışı ve ögesi olarak değerlendirmesek bile bu afiş tasarımının farklı yapıda olduğunu söyleyebiliriz. Ancak tipografi mesajı verirken diğer tasarım öğelerinin yardımıyla algılamayı anlamlandırdığını görmekteyiz. Tasarımcı tipografiyi en sade ve anlama dayalı algılatma isteğiyle biçimlendirmiştir. Şöyle ki tasarımda tipografik bölünmeler ilk başta anlamsız gelse bile içeriği kavrayınca aslında anlama dayalı bir algı ilkesiyle tasarlandığını görmekteyiz. Tasarım yüzeyini tamamıyla tipografinin hâkim olduğu bir yapıda biçimlendirmenin yanında algıyı güçlü kılacak diğer tasarım öğelerine de yer verilmiştir.



Şekil 2 : Mekânda Adalet Ve Sakatlık, Afiş Tasarımı

Kaynak: Volkan Ölmez

Mekânda Adalet ve Sakatlık afiş tasarımı konusu bakımından biçimlendirilmiş olsa da tipografik bir anlatımla algı üst düzeye çıkarılmıştır. Araştırmanın ana teması olan tipografik algıya etkili bir örnek olduğunu söyleyebiliriz.

Şekil 3’de İncelenen “17. İstanbul Uluslararası Grafik Tasarım Günleri” afiş tasarımında, göze çarpma ve okunabilirliği koruma kapasitesine sahip, mesaja odaklanmış bir tipografi kullanıldığını gözlemleyebiliriz. Harf formları büyük bir ölçekte çalışır ve genel anlamıyla yüzeyde diğer tasarım öğelerinden baskın bir konumda durmaktadır. Özellikle, grafik tasarımın renkli dünyasına atıfta bulunmak için kurgulanan tipografinin popüler bir seçim olduğu gözlemlenmiştir. Yüksek etkiye sahip çekici ayarlar için tasarımda yazının alt zemini renkli olarak izleyiciye sunulmuştur. Pek çok tipografi biçiminde olduğu gibi, algısal çağrışımlar, tipografinin mesajı vermedeki tonunu tanımamıza ve okumamıza katkıda bulunur. Tipografi belirgin bir şekilde okunabilir ve algısal olarak grafik tasarımın renkli dünyasını yansıtabilir niteliktedir.



Şekil 3 : 17. İstanbul Uluslararası Grafik Tasarım Günleri, Afiş Tasarımı
Kaynak: M. Ferruh Haşiloğlu

“17. İstanbul Uluslararası Grafik Tasarım Günleri” afiş tasarımı günümüzde yapılan etkili tasarımlardan biridir. Grafik tasarımın yalın anlatımıyla belirgin şekilde ilişkilendirilen bir tipografi kullanılması araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Bu tipografi kullanımında diğer afiş tasarımlarıyla yan yana gelmesi durumunda ayırt edici yönleriyle öne çıkma konusunda da ele alınabilir.

Tasarımın anlamlandırılması açısından tipografi oluşturma tasarımın verimliliğini artırmaya yönelik bir çözümdür; bu tipik olarak gerekli tipografinin tasarıma sağladığı kılavuzluk veya kılavuzluk altında uygun çözümlerle otomatik olarak üretilmesini sağlamaktadır. Şekil 4’de “To Forget To Remember” afişi tasarımcının algıya uygun çözümü bulduğunu görmekteyiz. Tipografi, afişlerde ve grafik tasarımın diğer ürünlerinde her zaman hayati bir rol oynamıştır. Nitelikli bir tipografi, okunabilirliği ve estetiği aynı anda sağlamalıdır, bu da tasarımcıların tasarlamak ve üretmek için çok çaba sarf etmesini gerektirir. Tasarımcı tipografiyi, sadece bilgi ve mesajın anlaşılır bir biçim diliyle iletilmesini değil, aynı zamanda bir üslup, kişilik, görsel dil, farklı bir imaj olarak ortaya koymuştur. Yazı tipi seçiminden harflerin boyutuna, mekanların planlanmasından sunuldukları arka plandaki konumlarına kadar görsel ve işlevsel düzenin birlikte düzenlenmesi bir sorun olmaktan çıkartmıştır. Yukarıda bahsedildiği gibi, afiş tasarımlarında tipografi kullanımı bir sorun olmaktan çıkarılmış ve izleyicinin algılamasına olanak tanıyan bir kurguya dönüştürülmüş diyebiliriz. Bu açıdan bakıldığında tasarımcı yazıyı tipografi yoluyla geliştirmiştir. “To Forget To Remember” afiş tasarımında tipografiyi tasarımcı belirli bir senaryoya göre yansıttığı görülmektedir. Bu tasarım anlayışı ile algıyı en üst seviyeye çıkartmıştır.



Şekil 4 : To Forget To Remember, Afiş Tasarımı

Kaynak: Zafer Lehimler

“To Forget To Remember” afiş tasarımı tasarım ögesi olarak sadece tipografi içermektedir. Bu açıdan bakıldığında tasarımcı hem bir risk almıştır hem de farklı bir tasarım bakışı geliştirmiştir. Şöyle ki tasarım bir hiyerarşi ile hareket etmekle birlikte ana ifade anlamsal bütünlük içerisinde izleyiciye aktarılmıştır. Okunabilirlik açısından bakıldığında ise okunabilirlik yanında anlamlandırmaya dayalı bir tasarım üslubunun da geliştirildiği görülmektedir.

SONUÇ

Grafik tasarım ürünü olan afiş tasarımlarında tipografi kullanımına yönelik algının etkisinin incelendiği bu araştırmanın genel olarak tasarım ögesi olarak tipografinin kullanılmasında belirli bilgi birikiminin ötesinde anlamlandırmada tasarımcının özel bir çabası olduğunu görmekteyiz. Konu ve içerik bağlamında tasarımların tek başına tipografi diliyle anlatılmasının mümkün olduğunu yaptığımız incelemede görmekteyiz.

Günümüzde neredeyse grafik tasarımcıların çokça başvurduğu bir tasarım yöntemi olan tipografi kullanımının doğru çözümlenmelerle hedef kitle ile iletişim kurmasını sağlamaktadır. Afiş tasarımının bir ögesi olan tipografinin tek başına kullanıldığında etki alanının büyük olduğu da araştırmanın sonuçlarından biridir. Tipografinin afiş tasarımlarında geniş bir etkiye sahip olması tipografinin başlangıçtan itibaren kendini sürekli güncelleyen yapısına bağlanabilir. Tasarımcılar yeni fontları bazen sadece bir tasarım için kurgulayabilirler, bunun temel nedeni afiş tasarımında tipografiyi anlama uygun görsel bir yapıya büründürürken aynı zamanda algıyı güçlü kılma gayretlerindedir.

Tasarımcılar büyük bir hızla değişen afiş tasarımlarında tipografiyi farklı bir anlayışla sunmak zorunda kaldılar. Bu anlayış daha çok algıyı güçlü kılma gayretiyle açıklanabilir. Araştırmada Türk grafik tasarımcıların tasarımlarını konu edinmenin ana nedeni kültürel olarak ve dilsel olarak algı boyutunun değişmesiyle ilişkilidir. Dolayısıyla algının kullanılan dille ilişkisini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Tipografik bir iletişim sağlanırken algı ve dil birlikte hareket ederek zihnimize ifadeyi gerçekleştirmektedir.

Afişte tipografik anlatımın algıya etkisini incelediğimiz araştırmada, yapılan doküman analizlerinde tasarımcılar eserlerini genellikle konuyu çağrıştırmaya, anlamı sağlamlaştırmaya üzerine kurgulamışlardır. Bu

açından araştırmının tipografinin algılama açısından doğru tasarımlar gerçekleştirildiğinde çok önemli etkileri olduğu görülmüştür. Tasarımcı tipografik anlatım kurgusuyla yarattığı eserinde algıyı sağlayacak anlamlandırmayı yapmak için tasarımlarında tipografi ve algı bakımından sağlam bağlar kurmak zorundadır.

KAYNAKÇA

- Amar, J., Droulers, O., & Legohérel, P. (2017). Typography in destination advertising: An exploratory study and research perspectives. *Tourism Management*, 63, 77-86.
- Becer, E. (2011). İletişim ve Grafik Tasarım (8. Baskı). Ankara: Dost Yayınevi.
- Bektaş, D. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi. İstanbul: YKY.
- Geray, H. (2006). Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş iletişim alanından örneklerle. Ankara: Siyasal.
- Haşiloğlu, M. F. (2022). [Afiş]. (08.12.2022) tarihinde <https://afisarsivi.com/designer/profile9> adresinden alındı.
- Karasar N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Nobel Yayınları.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- Lehimler, Z. (2017). *To Forget To Remember*, [Afiş]. (30.12.2022) tarihinde <http://zaferlehimler.com/> adresinden alındı.
- Lehimler, Z. (2018). "Afiş Tasarımında Dikkat Çeken Bir İmge: Harfin Yeni Biçimi," *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, vol.7, pp.1447-1453, 2018
- Nakilcioğlu, İ.H. (2013). The Effects of Font Type Choosing on Visual Perception And Visual Communication. *Online Journal of Art and Design*, volume 1, issue 3.
- Onursoy, S. (2017). Görsel Kültür ve Görsel Okuryazarlık. *Türk Kütüphaneciliği*, 31 (1) , 47-54 . DOI: 10.24146/tkd.2017.4
- Ölmez, V. (2017). *Mekânda Adalet ve Sakatlık*, [Afiş]. (25.11.2022) tarihinde <https://volkanolmez.com/> adresinden alındı.
- Özkan, Z. (2020). Modern Tipografide Bauhaus Dönemi ve Yeni Tipografi, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- Özpolat, K. (2013). Görsel İletişim Tasarımı Bağlamında Bir Eğitim Dergisi Tasarımı İçin Öneri, Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- Şimşek Yüksek Bilgili, N. (2013). Afiş Tasarımında Dikkate Alınan Kriterlerin Algılanmasının Analizi, İstanbul: Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- Turgut, O. P. (2012). Kinetic typography in movie title sequences. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 51, 583-588.
- Uçar, T. F. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılâp Yayınevi
- Yılmaz, E. (2015). *Mural İstanbul*, [Afiş]. (26.10.2022) tarihinde <http://ermanyilmaz.com/> adresinden alındı.