

AFİŞ TASARIMINDA DİKKAT ÇEKEN BİR İMGE: HARFİN YENİ BİÇİMİ

Zafer LEHİMLER

Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, zaferlehimler(at)gmail.com

**Anahtar
kelimeler:**
*Afiş tasarımı,
içerik
, harf,
görsel iletişim.*

ÖZ

Bu çalışma, afiş tasarımı kullanılarak en önemli öğelerden biri olan harfin değişik tasarım olanaklarına odaklanmıştır. Görsel iletişim ve tipografik anlayışın gelişmesiyle birlikte afiş tasarımı kullanılarak harfler yeni formlar kazanmaya başlamıştır. Yeni yazı karakterlerinin tasarımı ve kullanımı görsel iletişimde her zaman gündeme gelen bir konudur. Ancak bu çalışma afiş tasarımı hazır bir yazı karakteri kullanımı aksine, harfin imge olarak kullanıldığı afişleri çözümlemeyi hedeflemektedir. Çeşitli imgelerle harf tasarlama geleneği çok eskilere dayansa da, bu tutumu afiş tasarımı kullanmak yeni bir fikirdir. Çağdaş grafik tasarımcıların bazıları kurguladıkları afişlerinde harf ile imgeyi birleştirerek, tasarımın olanaklarında yeni bakış açıları yakalamak peşindedir. Afiş tasarımının tarihsel gelişiminde az sayıda gözlenen bu tasarım anlayışı (imgesel harf tasarımı); içerikle ilişkisi sağlandığı sürece hedef kitlede etkili bir iletişim gücüne sahiptir. Bu noktada imgesel harfler içeriği netleştirirken, aynı zamanda izleyiciye vurgu açısından güçlü ve yeni bir görsel deneyim sunmaktadır. Zaman içerisinde afiş tasarımı harf, yardımcı öge olmaktan çıkıp esas öge konumuna gelmiştir.

THE IMAGE IN POSTER DESIGN: A NEW FORM OF THE LETTER

Keywords:
*Poster design,
content, letter,
visual
communication.*

ABSTRACT

This study focuses on the different design formations of the letter that is one of the most important elements used in poster design. With the development of visual communication and typographic understanding, the letters used in the poster design have begun to get new forms. The design and use of new typeface has always been an issue in visual communication. However, the aim of this study is to analyze the posters in which the letter is used as an image contrary to the use of a ready-made font in poster design. Although the tradition of designing letters with various images goes back to the ancient times, to use this attitude in poster design is a new idea. Some of the contemporary graphic designers are looking for new perspectives in the design by combining letters and images in their posters. This concept of design, rarely seen in the historical development of poster design (imaginary letter design), has an effective communication power in the target audience as long as it is related to the content. At this point, while the illustrative letters provide the audience a clear explanation about the content, it also gives a strong and new visual experience. Over time, the letter has become an essential element in the poster design.

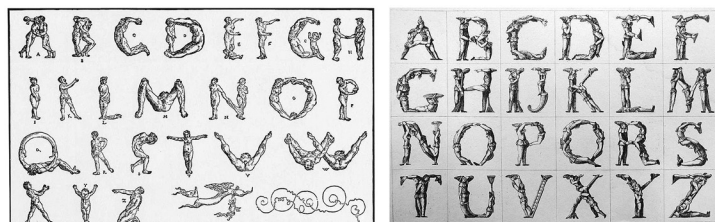
Giriş

Harfler yazarken ve okurken kullandığımız ve çeşitli sesleri temsil eden soyut işaretlerdir. Ancak tasarıma temel teşkil edecek bir üslupta ve tipografik anlayışın özgür düşünce biçimiyle harfe yeni bir karakter kazandırmak, afiş tasarımına yeni anlamlar yükleyerek içeriği daha güçlü ve zengin kılabilir. Afişte kullanılacak yazı karakterinin işlevselliği kadar uyandırdığı çağrışımlar da önemlidir. Kimi zaman tasarlanan afişlerdeki harf, üstlendiği imgesel görevden dolayı sözcüklerin önüne geçecek bir anlam içerir. Böylece tasarımcı, kullandığı imgesel karakterler aracılığıyla harfe olduğundan daha fazla bir anlam yükler ve içeriği daha da zengin hale getirerek izleyicide güçlü çağrışımlara neden olmaktadır.

İçerik, tasarım sürecinin ilk aşamasından itibaren iyi bir fikir bulmanın anahtarıdır. Nasıl bir görsel çözüm üretilmesi gerektiği konusunda tasarımcıyı aydınlatır ve yeni bir tasarım fikrini işaret eder. İçeriğin kapsadığı sözel bilgi tasarımcının hayal gücüyle eşleşir ve bütünsel bir sistem içerisinde yüzeyin biçim diline yansır. Bu doğrultuda biçim, tasarımda içeriği aydınlatıcı bir misyon üstlenmiş olur. “İyi tasarım net ve işlevsel olmalı ve içeriğe rehberlik etmelidir” (Kobayashi, 2013: 4).

Afiş doğası gereği çok bileşenli bilgiyi yapısında barındırır. Tasarımcı, afiş yüzeyinde içerikle örtüşecek yeni biçimsel arayışlarda bulunur. Hedefine ulaşmak için de ihtiyaç duyduğu imgelere yoğunlaşır. Bu aşamada devreye girecek harf temelli bir araştırma, harfin anlamı ve tipografinin iletişimdeki misyonu ile afişe nitelik kazandırabilir. “Tipografi, yazılı bir fikre görsel bir biçim verilmesi anlamına gelir. Tipografi bir tasarıma kişilik ve duygu veren en etkili unsurlardan biridir; aldığı görsel biçim söz konusu fikrin erişebilirliğini ve okuyucunun tepkisini çarpıcı biçimde değiştirir” (Ambrose ve Harris, 2017: 38).

Yazının binlerce yıllık köklü geleneği zaman içerisinde gelişerek farklı tasarımlarla karşılaşmıştır. Kökeni resme dayanan yazı kimi zaman harflerin imgelerden oluşturulmasıyla da kullanılmıştır. “Yazı öğelerinin okumadan daha çok ‘plastik imgelem’ amaçlı kullanımı ‘Modern’ dönemin yazı ve tipografiye yeni bir boyuttur zaten. Kimi zaman bu, yazının okunmasının ötesine, soyut biçimlere kadar gider” (Sarıkavak, 2007: 73). Modern dönemde sıklıkla karşılaşılan bu anlayışın kökeni günümüzden yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. 1534 yılında Peter Flötner’in ve yaklaşık 1860’lı yıllarda Lampridio Giovanardi’nin insan bedenini kullanarak tasarladığı alfabe sözüne ettiğimiz yaklaşımı örnekler (Görsel 1).



Görsel 1. Peter Flötner (solda) ve Lampridio Giovanardi'nin (sağda) “insan” konulu alfabe tasarımları.

Fenikeliler tarafından bulunmuş olan ilk alfabeye (22 harf) İ.Ö. 1500’lü yıllarda günümüzdeki Lübnan, Suriye ve İsrail’in bulunduğu bölgelerde kullanılmıştır. Yunanlılar ise a,e,i,o,u gibi sesli harfler ekleyerek Fenike alfabesini geliştirmişler ve böylece yazıya geometrik ve estetik bir disiplin kazandırmışlardır (Becer, 2006: 90). Ancak; Mezopotamya’da çamur tabletler, Mısır’da papirüs, Uzak Doğu ve Çin’de tahta yüzeyler kadar, deri, parşömen ve anıtsal yapıtlar insanlık tarihindeki yazının gelişimi sürecini temelden etkilemiştir. Yine elyazması eserler, ferman ve duyurular yazıyı bir iletişim unsuru olma ötesinde sanatsal platforma taşımıştır. 1450 yılında Gutenberg’le birlikte anılan ve başlangıçta teknik bir terim olarak ifade edilen tipografi ise, modern sürecin etkisiyle kavramsal bir üsluba dönüşmüştür (Sarıkavak, 2003: 3-7). Art Nouveau (Yeni Sanat) hareketiyle birlikte organik biçimlerle ilişkilendirilen harfler, Rus Konstrüktivizminin etkisiyle de soyut biçimlerle etkileşim sürecine girmiştir. Özellikle El Lissitzky’nin yazı ve tipografiye yüklediği anlam, imgesel harf tasarımı açısından önemli bir gösterge olmuştur. Lissitzky’nin 1920’li yılların başlarında Kiril alfabesini kullanarak harfleri insan formuyla ilişkilendirdiği tasarımlar, harf temelli araştırmalara yeni bir bakış kazandırmıştır. Zaman içerisinde Postmodern düşüncenin tipografiye sunduğu yeni öneriler, harf ve tipografinin bilgi aktaran bir öge olması ötesinde, tasarımcının öznel dünyasından izler taşımaktadır.

Klasik tipografi anlayışı, okunabilirlik ve estetik ekseninde odaklanmış olsa da, çağdaş anlamda tipografi, özellikle postmodern yaklaşım artık kendine bundan farklı hedefler belirlemiştir.

Artık grafik tasarımda tipografi, bilgi ve mesajın anlaşılabilir bir form diliyle iletilmesinin yanı sıra, bir tarz, kişilik, görsel bir dil, farklı bir imge olarak ortaya konan bir eleman olma iddiasını taşımaktadır. (Uçar, 2004: 106)

Yüzyıllar öncesine dayanan imgesel harf tasarımı zamanla görsel iletişimde etkin bir unsur olarak yer almaya başlamış, günümüzde bile kullanılır hale gelmiştir.

Anlam Yüklü Harflerle Afiş Tasarlamak

Güçlü bir iletişim aracı olarak afiş tasarımının odak noktasını oluşturan harf; tasarımın içerik ve biçimsel yapısına hizmet eden karakteristik bir imgedir. Yeni biçim arayışları içerisinde tasarımcıya özgür yaratım olanakları sağlayan harf, afişte adeta yeni bir anlatım diline dönüşür. Harf, yüklendiği mecazi anlatım diliyle çok yönlü çağrışımlar yaparak izleyici dünyasında geniş ufuklar açabilir. Bu doğrultuda tasarımcının harf temelli bir anlam ile oluşturduğu tipografik tavır, tasarıma yeni bir boyut kazandırabilir. “Görsel bir işaret olan tipografi; yazılı metindeki dilbilimsel mesajın ötesinde estetik ve sembolik değerleri olan, yüksek oranda politik, kültürel ve sosyal bağlamlara dayanan yan anlamlar çağrıştırır” (Tinnés, 2007: 44).

Kültürel bir gösterge ve dilsel bir anlatım aracı olan

harf, en yalın haliyle bile kullanıldığında güçlü bir etkiye sahip iken, yalın halinden kopararak imgesel bir tasarım anlayışı içerisinde kullanıldığında etkisi kat kat artacaktır. Paul Scher'in ifadesiyle; "Kelimelerin anlamı, tipografinin duygusu vardır. İkisini bir araya koyduğunuzda inanılmaz bir kombinasyon ortaya çıkar" (Scher, 2014: 3).

Luba Lukova'nın tasarladığı "aşk" temalı afiş, daha önce sözüne ettiğimiz harfleri insan bedeniyle kurgulamak düşüncesinin çağdaş bir örneğidir. Afişte öne çıkarılan kadın ve erkek arasındaki aşk ve bu aşkın meyvesi olan çocuk, kadın ve erkek bedeni kullanılarak tasarlanmıştır. Farklılıkların aşkla birleşmesinden doğan doğal uyum, bir taraftan bedensel aşka gönderme yaparken, diğer taraftan kadın ve erkek bedeninin birleşerek harfe dönüşmesi ile afişe olağanüstü bir çağrışım gücü katmıştır (Görsel 2).



Görsel 2. "Aşk" temalı afiş.

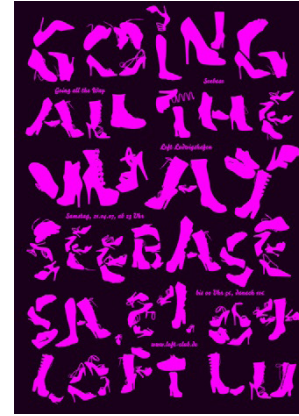
Afişte etkin bir tasarım ögesi olan harf, kendisine yüklenen imge ve anlamla içeriği güçlendirir. Böylece tasarımcı aktarılmak istenen sözel mesajı geniş bir etki alanı içerisinde vurgular. Harfin afişteki biçimsel varlığı imgelerle kurgulandığında içeriğe de dönüşür. Yani tasarımcı içerikle ilgili temel varsayımları gözden geçirerek harfe yeni anlamlar kazandırır. Bu doğrultuda harf, tasarımcının yaratım sürecinde en belirleyici unsur olarak öne çıkar. Artık harf, imge yüklü bir araç olmakla birlikte, görsel iletişimde yeni bir yazı tipi haline gelmiş olur. İçerikle örtüşen nitelikte tasarlanan harf, afişin anlamını derinleştirir. Özde harfin anatomik yapısına sadık kalan, ancak bu anatomiyi bambaşka imgelerle tasarlayarak yeni bir boyuta taşıyan tasarımcı afişin anlam katmanlarını çoğaltmaktadır. Ancak bu noktada tasarımcının sergilediği tipografik üslup, estetik açıdan da izleyiciyi etkileyebilmelidir. Tipografinin görsel iletişimdeki etkisini Matthias Hillner şöyle açıklamaktadır;

...tipografik iletişimin etkisi sözel mesajın başarılı bir şekilde iletilmesiyle ölçülmemelidir. Tipografinin estetik özellikleri doğrudan bakanın dikkatine odaklanır ve onları okuması gereken mesaj için duygusal olarak hazırlar. Bu nedenle estetik etki edebi mesaj içeriği kadar önemlidir (Hillner, 2009: 61).

Tasarımda birincil öge olarak kullanılan harf, yüklendiği güçlü imgelerle afişin görsel ritmini de etkiler. Harfin anatomisini imgelerle kurgulayan tasarımcı, hem harfe hem de afişin kendisine özel bir kimlik kazandırır. Bu sayede me-

taforik anlatım göstergesi güçlü olan afişte, tasarımcı harfin algımızda var olan anatomisine yeni bir biçim kazandırmış olur. Tasarımcı harfe yüklediği imge ve anlam ile afişin içeriğine de güçlü göndermelerde bulunur. Tasarımcının içerik doğrultusunda ürettiği anahtar kelimeler, afişteki harflerin nasıl bir biçimde olması gerektiğini etkiler. Böylece harf, tasarımın olanaklarında işlevsel olduğu düşünülen bir bedene taşınır. Tasarımcıyı harf temelli yeni bir arayışa iten en önemli gösterge afişin içeriğidir. Milton Glaser'in 1972 yılında ifade ettiği gibi; "Grafik tasarımcının çoğu işi edebi içeriği yansıtmakla ilgilidir. Bundan dolayı tipografik ve yazılı biçimler hakkında bir anlayışa sahip olmalıdır" (Glaser, 1987: 2).

Götz Gramlich'in 2007 yılında Almanya'da bir gece kulübünde program yapacak olan Mannheims finest DJ Seebase için tasarladığı afişte, dansı çağrıştıran bir imge olarak hareketli ayakkabılar kullanıldığı dikkat çekmektedir. Tasarımcı "Going All The Way Seebase" (Tüm Yollar Seebase'e Çıkar) sloganını, hareket halindeki ayakkabıları harfe dönüştürerek tasarlamıştır. Bu sayede tasarımcı kelimeler arasında "bütünsel" bir ilişki sağlayarak, mesajı vurgu açısından güçlü bir platforma taşımış ve bilgiyi etkili bir şekilde izleyiciye sunmayı başarmıştır (Görsel 3).

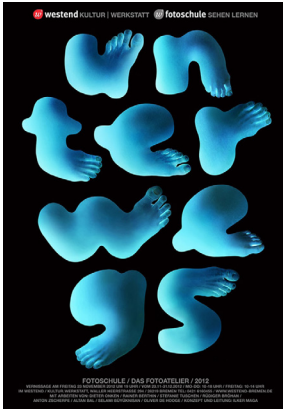


Görsel 3. Mannheims finest DJ Seebase için afiş.

Harf bir iletişim biçimi olarak ele alındığında, artık afişte yalnızca kelimelere anlam kazandıran bir unsur değildir. Harf, izleyicinin algısında aktif etkileşim sağlanan yeni bir anlatım aracına dönüşmekte ve içerik hakkında bilgi sunmaktadır. Afiş tasarımlarında bu üslubun varlığını gözlemlediğimiz tasarımcılar, harflerin var olan biçimsel yapısı ötesinde, hayata yeni bir soyut biçim kazandırma arayışı içindedir. Tasarımcı kendine özgü üslubuyla var olan harfleri yabancılaştırarak onlara kişilik kazandırmakta ve iletişime dair yeni bir görünüm sağlamaktadır. Tasarımcının temelde harf anatomisine sadık kalarak tasarladığı yeni biçim, izleyiciye daha çekici, daha sıcak ve çok anlamlı bir yapı izletmektedir. Aslında bu anlayışta tasarımcı, afişte yer alacak sözel bilgiye yönelik harf üzerinden keşfe çıkmaktadır. Bu noktada tasarımın diğer imgeleri harfin yeni biçimiyle ilişkilendirilmektedir. Anlamı destekleyici bir yapıda harf, artık taşıdığı resimsel değer ile işlev gören kavramsal bir dil oluşturmayı hedeflemiştir. Harfin yeni bir bedene taşınması, bize afişin içeriği hakkında ipuçları vermektedir. Tasarımcı afiş aracılığıyla yeni bir söylem dili geliştirmenin yöntemini ararken, görsel olarak harfi yeni bir biçime dönüştürmek ve başka-

laştırmaktadır. Böylece harf tasarımının diğer öğeleriyle ilişki kurmakta, nesnelleşip bir resme dönüşmektedir. Artık harf tipografi aracılığıyla tasarımda yeni bir anlam inşa etmektedir. Tipografinin tasarıma kattığı anlamla ilgili Bülent Erkmen'in şu sözü dikkate değerdir; "Bir yazı ile "resim" yapıyorsunuz ve resme bakarken yazı da okunmuş oluyor. Hızlı sonuç alıcı, etkili, çok ekonomik bir çözüm" (Erkmen, 2008: 49).

"İyi" ya da "başarılı" olarak nitelendirilen afişler, izleyiciye her zaman yeni görsel deneyimler yaşatmaktadır. Lucille Tenazas'ın ifade ettiği gibi, "İyi tasarım icat eder. İyi tasarım şeyleri baştan yaratır. İyi tasarım daha önce görmediğimiz şeyleri görmemizi sağlar" (Tenazas, 2006: 108). Aslında bu durum tamamen tasarımcının öznel bakış açısında "yeni arayışı" peşinde olmasına bağlıdır. Mehmet Ali Türkmen'in 2012 yılında düzenlenmiş olan Westend Fotoschule'nin "unterwegs" (yolda olmak) başlıklı sergisi için tasarladığı afiş, izleyiciye harf aracılığıyla yeni bir görsel deneyim sunmaktadır. Tasarımcı bu afişte, ayak imgesi ile "yolda olmak" temasına güçlü bir göndermede bulunur. "Neden ayak; Türkmen ayagın bu hızlı akan yaşam içerisinde hareketi temsil ettiği için, bu nedenle de başlığı bu şekilde yorumladığını dile getirir" (Heller ve Anderson: 2016: 17). Afişin vurgusunu güçlendiren harfler, izleyicinin alışık olmadığı ve daha önce deneyimmediği imgesel formlara sahiptir (Görsel 4).



Görsel 4. Westend Fotoschule için afiş.

Anlam yüklü harflerle afiş tasarlarlarken asıl önemli olan, tasarımcının tipografik üslupla sözel bilgiye nasıl bir perspektiften baktığı ve ortaya çıkacak biçimi içerikle nasıl ilişkilendirdiğidir. Tasarımın ayrılmaz bir parçası olan yazı ve tipografiyle ilgili Neville Brody ve Stuart Ewen'in 1989 yılında San Antonio'daki AIGA konferansında belirttikleri şu ifade dikkate değerdir;

Önemli olan kullandığımız sözcükler değil, onları sergileyiş biçimimizdir. Yazılı iletişimin ilk mesajı, dizginin biçimsel özellikleridir. Harf karakterinin, harflerin kalınlığının, boyutlarının ve pozisyonlarının seçimi, herhangi bir bilgi veya anti-bilgi parçasına verilecek duygusal bir tepkiyi belirler. Tipografi, dikkatimize hükmeder. Gerçeğe meydan okur. Sözcüğü, mantık sınırlarının ötesine fırlatır (Brody ve Ewen, 1990: 2).

Tasarımcı harfler aracılığıyla sözcüğe anlam yükleyerek içerikle ilişkilendirir ve afiş sonuçta yeni bir biçime taşınır. Artık içeriğin çağrıştırdığı imgeler, organik ya da inorganik biçimde olan harfin bir parçasıdır. Bu noktada harf, yüklendiği anlam ile vurgu açısından tasarımının merkezinde yer almaktadır. Günümüz afiş tasarımında ender rastlanan bir tarz olan bu tür tasarımlarda tasarımcının kendini tamamen "içgüdüsel", "sezgisel", "raslantısal" ve "özgür" bir arayışa bıraktığı düşünülebilir. Sonuçta ortaya çıkacak harf biçimi tasarımcının hedeflerini karşılar niteliktedir. Lech Majewski'nin Varşova'da 2013 yılında düzenlenmiş olan Teatr Powszechny'de "Agnieszka Osiecka'nın Şarkıları" adlı oyunu için tasarladığı tiyatro afişinde, "Cafe Sax"ı oluşturan harflerin mekan ve etkinliği çağrıştıracak imgelerle tasarlandığı görülmektedir. İnsan uzuvlarının yanı sıra saksafon gibi farklı imge ve geometrik biçimler, harfleri oluşturan biçimlerdir. Harfin yeni görsel biçimi izleyicide sınırsız bir etki yaratmaktadır (Görsel 5).



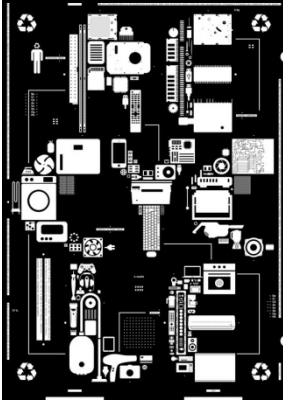
Görsel 5. Cafe Sax için afiş.

Majewski'nin bu afişinde ya da bu araştırma da örneklenen diğer afişlerde izlendiği gibi, tasarımda slogan aracılığıyla var olan harfler, yeni yazı karakterlerinin tasarlanmasına da esin kaynağı olabilir.

Herhangi bir probleme görsel iletişim aracılığıyla öneride bulunmak, tasarımcı açısından öznel bir bakış gerektirir. Milton Glaser'in 1972 yılında ifade ettiği gibi; "Grafik tasarımcı problemin nesnel içeriğini ayırdıktan sonra onu temsil edecek grafik yöntemini seçmelidir" (Glaser, 2011: 1). Bu noktada tasarımcının dünyayı algılayış biçimi, deneyim ve entelektüel birikimi, problemin çözüm sürecine temel teşkil etmektedir.

Anlam yüklü harflerle afiş tasarlandığında, tasarımcının hayal gücü ve yaratıcılığının merkezinde harf yer almaktadır. Bu doğrultuda afişin içeriğiyle örtüşecek yeni bir biçimsel dil oluşturulması hedeflenmektedir. Bunun için de tasarımcı, tipografinin tasarıma nitelik kazandıran gücünden yararlanır. Kurt Schwitters'in 1925 yılında "Tipografi Üzerine Tezler" adlı yazısında belirttiği gibi; "İçeriğin tipografiden beklediği, amacının açık bir şekilde vurgulanmasıdır. Bir afişin tipografisi, tipografinin ve metinsel içeriğin getirdiklerinin ortak sonucudur da aynı zamanda" (Schwitters, 2007: 91).

Elektronik atıklara farkındalık oluşturmak için tasarlanan afişte yer verilen “recycle” (geri dönüşüm) kelimesi içeriği özetleyen bir anahtar kelimedir. Afişte öne çıkartılan “recycle” kelimesindeki harfler, atık malzemeleri niteleyen soyut şekillerle tasarlanmıştır. Böylece tasarımla oluşturulmak istenen farkındalık, daha da etkin olarak öne çıkartılmıştır. Eğer bu afiş hazır bir font kullanılarak tasarlanmış olsaydı, bu araştırmada sözünü ettiğimiz anlam yüklü harf olmazdı ve “recycle” hedef kitlede aynı etkiyi yaratmayabilirdi. Bu yüzden anlam yüklü harf, afişteki içerik ve hedeflenen etki göze alınarak tasarlanmalıdır (Görsel 6).



Görsel 6. Elektronik atıklar için afiş.

İçerikle güçlü bir etkileşim sağlandığı sürece “yenilik” arayışı peşinde olmak, tasarıma uluslararası bir nitelik kazandırır. Melih Görgün’ün belirttiği gibi; “Tasarımın evrensel gelişiminde yeninin gerekliliği kaçınılmazdır” (Görgün, 2018: 20). “Yenilik” kavramı, afiş tasarımı için de etkin bir görsel çözüm bulmanın anahtarıdır. Eğer afiş tasarımında harf odaklı bir biçimsel yapı belirleniyorsa, içerik ve sözcüğe yüklemde bulunacak ve “yeni” olacak harf tasarımında belirli tipografik kriterlere dikkat etmek gerekir. “Tabii ki, iş, harf tasarımına gelince, okunaklılık, denge ve anatomi gibi parametreler göz ardı edilmemelidir” (Brugger, 2015: 68). Harf, başka bir harfi anımsatacak bir görünümde olmamalıdır. Harfin biçimi net ve anlaşılabilir olmalıdır. Ancak bu şekilde harfin yeni formu aktarılacak istenen mesajı anlaşılır kılabilir.

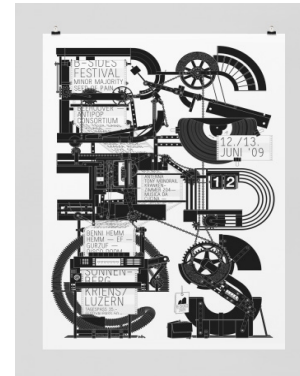
Tasarımcı, öznel dünyasında her türlü imgeyi afişin içeriğiyle ilişkilendirebilir ve farklı biçimsel arayışlara gidebilir. “Afiş içindeki görsel elemanlar dikkat çekicilik için bazen tek başına yeterli olmayabilir, sözcüklerin ifadesi de plastik öğeler kadar güçlü olmalıdır” (Tepecik, 2002: 75). Tabii ki anlam yüklü harflerle afiş tasarlamak, afiş tasarımı açısından tek bir yöntem değildir. Tasarımcı hazır bir fonttan hareketle de iyi bir afiş tasarlayabilir. Bu durum tamamen tasarımcının belirleyeceği bir yoldur. Ancak, “yazı karakterleri kutsal değildir ve eğer uygun karakter yoksa tasarlanmalıdır” (Brody, 1989: 3). Tasarımda bu bakışı etkileyen temel şey, içeriktir. İçerikle doğru bir etkileşim sağlandığı sürece iyi tasarlanmış bir harf, sözcüğü iletişim açısından etkin kılabilir ve afişin evrensel boyuttaki etkisini güçlendirebilir. Aslında harf kendi başına iletişim açısından çok belirsizken, harflerin sistemli dizilişi bizlere hece ve kelimeleri algılatır ve içeriği aydınla-

tıcı bir değer taşır. 2016 yılında Savaş Çekiç’in Ekip Tiyatrosu “Macbeth” tiyatro oyunu için tasarladığı afişte benzer bir yaklaşım gözlenmektedir. Afiş, Shakespeare’in ünlü tragedyasından derin izler taşımaktadır. “Macbeth” iktidar tutkusuyula işlenen cinayetlerden kurulu bir tragedyadır. Bundan dolayı afiş tasarımcısı oyundaki iki ana sorunsalı; iktidar hırsı ve cinayet sorunsalını afişinde güçlü biçimde imgeleştirerek, afiş aracılığıyla oyun öncesinde seyircide çağrışımlar uyandırabilmeyi başarabilmiştir. Görüleceği gibi cinayet sonrası sıran kandan oluşan harfler ve iktidarı simgeleyen taç, afişteki tek asal öğedir. Bu sayede harfe yüklenen biçimsel tavır, izleyici algısında afişin vurgusunu güçlendirmektedir (Görsel 7). Aslında bu tür afişlerde izlendiği gibi, tasarımcı iyi bir fikir bulma arayışı içindedir. Oded Ezer’in ifade ettiği gibi, “Fikir, deney yaparken oynamak, oynarken deney yapmaktır” (Ezer, 2005: 57).



Görsel 7. Macbeth tiyatro oyunu için afiş.

Tasarımcı harf aracılığıyla içeriği güçlü kılmak ve bu sayede izleyiciyle etkili bir iletişim kurmayı hedefler. Bu bakış açısına göre “harf”, tasarımda her şeydir ve tasarımın mesaj ilettiği bir görsel alandır. Artık harf, afiş yüzeyindeki bütün imgelerin anlatım aracıdır. Harfin izleyici algısında önceden tarif edilmiş bir biçimi yoktur ve bu anlamda yenidir. Bu durum afişin iyi bir tasarım olarak nitelendirilmesini etkilemektedir. Felix Pfäffli’nin 2009 yılında düzenlenen “B-Sides” alternatif müzik festivali için tasarladığı afişte, değişik imgeler aracılığıyla harfe anlam yüklenerek vurgunun arttırıldığı gözlenmektedir. Afişte yer verilen “B-Sides” kelimesi değişik imgelerden oluşan harflerle bağlantılı olarak tasarlanarak, izleyicinin algısında karmaşıklık yaratılmış ve böylece izleyicinin dikkati üst düzeye çekilmiştir (Görsel 8).



Görsel 8. B-Sides alternatif müzik festivali için afiş.

Max Kisman'ın belirttiği gibi; "Yaratıcı buluşlar yapabilmek, çözüm arayışında doğaçlama yapabilmek anlamına gelir" (Kisman, 2012: 134). Aslında anlam yüklü harflerle afiş tasarlarırken benzer bir durum gözlemlendiği söylenebilir. Tasarımcı harf biçimleri üzerinden bir doğaçlama yapar ve bu sayede mesajı etkin biçimde tasarlamış olur. Tasarımda vurgu açısından ön planda daima harf vardır. Ancak tasarıma % 90 oranında egemen olan harfler izleyicide yanlış bir algılamaya sebebiyet vermeden içeriği doğru yansıtmalıdır. Aksi takdirde sözel bilgiye göndermede bulunan harflerin afişteki varlığı estetik unsurdan öteye gidemez.

Sonuç ve Öneriler

Görsel iletişimin temel bir ögesi olan tipografi, hem metnin içeriği hem de afişte yer alan imgesel anlatımda uyum içerisinde bir dile sahip olmalıdır. Ancak tasarımda esas olan tekrara düşmemek ve daima yeni biçimlere yoğunlaşmaktır. Anlam yüklü harflerle afiş tasarlarırken, afiş yüzeyinde yer alan her bir öge tipografik değer taşır. Tipografinin tasarımdaki işlevi, hedeflenen düşüncenin en açık biçimde vurgulanmasıdır. Kelimelerin sahip olduğu anlam, afişte tipografiye yüklenecek imge ve duyguyla varlık kazanır. Uyum içinde kurgulanan bu birliktelik afişe güçlü bir kombinasyon sağlar.

Tasarımcı izleyicinin dikkatini çekmek ve mesajın etkisini artırmak için harf ile görsel bir dil oluşturmayı hedefler. Bu noktada tasarımcı harfi okunur olmanın ötesinde resimsel değeri olan bir imgeye dönüştürür. Belirli bir tasarım anlayışına göre tasarlanan harf, tasarımcının tipografik tarzının göstergesidir. Afiş yüzeyindeki harflerin tümü içeriğe dair mesajlar taşımaktadır.

Bu çalışmada "Anlam Yüklü Harflerle Afiş Tasarlamak" başlığı altında örnek afişlerle aktarılacak istenen temel mesele; afişin içeriğiyle uyumlu olan sözel bilgiye, imgelerle tasarlanan harfin kazandıracağı iletişim gücüdür. Böyle bir tasarım izleyicinin ilk bakışta mesaja ulaşmasını sağlarken, imgesel kodlar aracılığıyla doğru çıkarımlar yapmasıdır. Afiş yüzeyinde var olan bir mesajın izleyicide uyandırdığı ilk etki bütünüyle grafik tasarımcısının elindedir. Tasarımcının amacı, izleyicinin duygularını harekete geçirmektir. Tasarımda yer alan biçim ve içeriğin uyumlu birlikteliği iletişim sürecini kısıltacağı gibi, engelsiz net bir iletişimi de sağlayacaktır. Tipografik bir anlayış olarak harflere yüklenen anlam, dolaysız biçimde içerikle ilişki kurup, izleyicide istenilen hedefe kolaylıkla ulaşabilecektir.

Tasarımcı her zaman yeni arayışların peşinde olmalıdır. Anlam yüklü harflerle afiş tasarlarırken, tasarımcı harfe yeni bir öneri sunar ve artık harf nesnelleşir. Bu noktada afişin kalbinde her zaman harf vardır.

KAYNAKLAR

Ambrose, Gavin ve Harris, Paul. *Grafik Tasarımın Temelleri*. (Çev.: Mehmet Emir Uslu). İstanbul: Literatür Yayınları, 2017.

Becer, Emre. *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2006.

Brody, Neville. "Brody ile Bir Konuşma". *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (sayı. 21, s.3) içinde. İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Yayınları, 1989.

Brody, Neville. ve Ewen, Stuart. "Tasarımda Acil Başkaldırı". *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (sayı. 31, s.2) içinde. İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Yayınları, 1990.

Brugger, Peter. "Grafist 19". Başak Ürkmez (Ed.). *Peter Brugger*. (ss.34-89) içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları, 2015.

Erkmen, Bülent. "Bülent Erkmen: Konuşmalar". *Grafik Tasarım Görsel İletişim ve Kültür Dergisi* 18 (2008): 44-67.

Ezer, Oded. "Grafist 9". İlker Coşkun (Ed.). *Oded Ezer*. (ss.42-71) içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları, 2005.

Glaser, Milton. "Grafik Tasarım Üzerine...". *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (sayı. 1, s.2) içinde. İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Yayınları, 1987.

Glaser, Milton. "Grafik Sanatlar üzerine...". *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (sayı. 100, s.1) içinde. İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Yayınları, 2011.

Görgün, Melih. "Grafist 22". Başak Ürkmez (Ed.). Önsöz (ss.14-23) içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları, 2018.

Heller, Steven. & Anderson, Gail. *The Typography Idea Book*. London: Laurence King Publishing Ltd., 2016.

Hillner, Matthias. *Virtual Typography*. London: Ava Publishhing SA, 2009.

Kobayashi, Akira. "DIN sayesinde daha iyi okumak". Beril Tülü (Çev.). *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (sayı. 149, s.4) içinde. İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Yayınları, 2015.

Kisman, Max. "Grafist 16". Burcu Dünder (Ed.). *Max Kisman* (ss.129-159) içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları, 2012.

Sarıkavak, Namık Kemal. *Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003.

Sarıkavak, Namık Kemal. "Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü'nde Yazı ve Tipografi Eğitimi". *Grafik Tasarım Görsel İletişim ve Kültür Dergisi* 13 (2007): 72-79.

Scher, Paul. "Şöhretler: Paula Scher". Beril Tülü (Çev.). *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (sayı. 1 42, s.3) içinde. İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Yayınları, 2014.

Schwitters, Kurt. "Tipografi Üzerine Tezler - 1925". *Grafik Tasarım Görsel İletişim ve Kültür Dergisi* 15 (2007): 91.

Tenazas, Lucille. "Grafist 10". Selen Başer (Ed.). *Lucille Tenazas*. (ss.103-115) içinde. İstanbul: Korpus Kültür Sanat Yayıncılık, 2006.

Tepecik, Adnan. *Grafik Sanatlar Tarih-Tasarım-Teknoloji*. Ankara: Detay Yayıncılık, 2002.

Tinnes, Andrea. "Tipografi'nin Manifestosu And-rea Tinnes". *Grafik Tasarım Görsel İletişim ve Kültür Dergisi* 5 (2007): 41-49.

Uçar, Tevfik Fikret. *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: İnkılâp Kitabevi, 2004.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. Flönter, P. & Giovanardi, L. (Sanatçı). (1534 & yaklaşık 1860). *İnsan* [Alfabe Tasarımı]. <https://publicdomainreview.org/collections/the-human-alphabet/> adresinden erişildi (ET: 27.10.2018)

Görsel 2. Lukova, L. (Tasarımcı). (2010). *Aşk* [Afiş tasarımı]. <http://www.graphicart-news.com/the-distinctive-artist-luba-lukova-in-graphicart-news/#.XBUXBM8zZBw> adresinden erişildi (ET: 05.09.2018)

Görsel 3. Gramlich, G. (Tasarımcı). (2007). *Mannheims inest DJ Seebase* [Afiş tasarımı]. http://www.ggggrafik.de/content/posters/2007/going_all_the_way/index_ger.html adresinden erişildi (ET:18.09.2018)

Görsel 4. Türkmen, M. A. (Tasarımcı). (2012). *Yolda Olmak* [Afiş tasarımı]. http://www.matistanbul.net/TR/isler/bremen_westend_fotoschulenin_unterwegs_yolda_olmak_baslik_li_sergisi_icin adresinden erişildi (ET: 05.09.2018)

Görsel 5. Majewski, L. (Tasarımcı). (2013). *Cafe Sax* [Afiş tasarımı]. http://retroavanguardia.com/gallery-of-friends/albums/Lech_Majewski/?img=323 adresinden erişildi (ET: 09.09.2018)

Görsel 6. Lehimler, Z. (Tasarımcı). (2017). *Elektronik Atık* [Afiş tasarımı]. <https://tr.pinterest.com/pin/53128408728-1704065/> adresinden erişildi (ET: 13.09.2018)

Görsel 7. Çekiç, S. (Tasarımcı). (2016). *Geri Dönüşüm* [Afiş tasarımı]. <http://savascekicdesign.com/portfolio/macbeth/> adresinden erişildi (ET: 16.09.2018)

Görsel 8. Pfäffli, F. (Tasarımcı). (2009). *B-Sides Festival* [Afiş tasarımı]. <https://www.studiofeixen.ch/b-sides-festival-2009/> adresinden erişildi (ET: 26.09.2018)