HARFLEMELERDE OKUNURLUK ÜZERİNE BİR İNCELEME

Merve ŞENOYMAK ERSAN [1], Birsen ÇEKEN [2]

ÖZ

Harfleme (lettering) ya da harf biçimlendirme en genel anlamı ile harf çizme sanatı olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde harfleme geçmişe oranla giderek artan bir yaygınlıkla kullanılmakta, birçok tasarımda yazı karakterleri yerine el ile ya da bilgisayar ortamında oluşturulan harflemelerin tercih edildiği görülmektedir. Bu noktada, bir grafik tasarım unsuru olarak, harflemenin taşıdığı mesajı iletebilmesi okunurluk özellikleri ile mümkün olmaktadır. Harflemelerde Okunurluk Üzerine Bir İnceleme başlıklı bu araştırmada illüstratif bir yaklaşım olan harfleme alanında, yazı ve tipografinin temel işlevi olan okunurluk incelenmiş, basın ilanlarında kullanılan ve o ilan için özel olarak tasarlanan harflemelerin reklama olan etkisi araştırılmıştır. Sonuç olarak harflemenin temel kaygısı okunurluk olmasa da, basın ilanları için tasarlanan harflemelerde okunurluğun genellikle geri plana atılmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Harfleme, Basın ilanı, Harf tasarımı, İllüstrasyon, Okunurluk.

Şenoymak Ersan, Merve ve Çeken, Birsen. "Harflemelerde Okunurluk Üzerine Bir İnceleme". *ulakbilge* 4. 7 (2016): 99-113.

Şenoymak Ersan M., ve Çeken B., (2016). Harflemelerde Okunurluk Üzerine Bir İnceleme. *ulakbilge*, 4 (7), s.99-113.

[1] Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, mervesenoymak(at)gmail.com
[2] Doçent, Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, birsenceken(at)gmail.com

A STUDY ON LEGIBILITY OF LETTERING

ABSTRACT

In the most general sense, lettering is the art of drawing letters. Today lettering is being used with an increasing popularity. It is seen that computer generated lettering or hand lettering is preferred instead of fonts in many design projects. At this point, as a graphic design component, lettering convey the message with its legibility. In this research, legibility which is the fundamental function of writing and typography is examined in the field of lettering that has an illustrative approach. Letterings that are specifically designed for and used in print ads are analysed and their contribution to the ads are examined. Also, the article puts an emphasis on the contribution of technique and form to the content in letterings. As a result, although the basic concern of the lettering is not legibility, it is not underestimated in letterings designed for print ads.

Keywords: Lettering, print advertisements, letter design, illustration, legibility.

Giriş

Her harf alfabetik bir birim olarak anlamından bağımsız bir simge, illüstrasyon, grafik bir odak noktası olarak hizmet edebilecek başlı başına bir şekildir (Saltz 2011:8). Harfleme, en genel anlamı ile harf çizme sanatı olarak tanımlanmaktadır (Alessio, 2013). Önceden belirlenmiş harf sistemlerine dayanan tipografi ve yazma temelli bir sanat olan kaligrafiden farklı olarak harfleme çizim ve illüstrasyon temellidir. Genel olarak harflemelerde tasarımdaki detay ve düzensizlik nedeniyle bu uygulamalar uzun metinlerde değil daha kısa cümle ve sözcüklerde görünüm metni (display text) olarak kullanılmaktadır. Tekniğin kendine özgülüğü ve öznelliği, tasarımcının kimliğini yansıtan ve kendini özgürce ortaya koymasını sağlayan bir aracı olmaktadır (Dağ, 2014:35). Ayrıca harfler, font tasarımlarının aksine tekrar kullanılmak üzere değil, özel bir amaç için tasarlanmış olduklarını belli ederler. Böylelikle okuma eylemi de izleyicide daha tatmin edici, yaratıcı ve temas eden bir etki bırakabilir. İzleyiciyi etkilemenin en önemli amaç olduğu reklam uygulamaları, harflemenin sıklıkla karşımıza çıktığı bir alandır.

Harflemenin en eski örneklerine elyazması kitaplarda rastlanır. Meggs ve Purvis'e göre (2011, s.47), ortaçağ döneminin bin yılı aşkın süre boyunca el yazması üretimi, grafik formlar, sayfa düzenleri, illüstrasyon ve harfleme alanında zengin bir birikim yaratmıştır. Diğer yandan, yaklaşık bin yıl kadar önce doğmuş bir sanat olan Türk hat sanatı, günümüz grafik tasarımında harflemenin de özünde bulunan yazı ve resim bütünlüğünü sergileyen değerli örnekler vermiştir. Resim 1a'da görülen, bugün Topkapı Sarayı Müzesinde bulunan ve hat sanatımızın en güzel örneklerinden olan yürüyen leylek şeklindeki yazı, bir Mevlevi sanatı olarak Hattat Hasan Leylek Dede'nin bir ürünüdür (Dağlı ve Başbuğ, 2007). Resim ve hat sanatı alanında çalışan sanatçı, bu iki sanatı buluşturarak dizelerini leylek formunda biçimlendirmiştir. Resim 1b'de görülen eser ise hat sanatında yazının simetrik bir şeklinde istiflenerek oluşturulduğu aynalı yazı türünde bir örnektir. Bu çalışmada, yazının ağaç biçimi verilerek tasarlandığı görülmektedir.



Hasan Leylek Dede, Topkapı Müzesi Koleksiyonu



Ağaç biçiminde istiflenmiş yazı levha, Ahmet Nazit

Hiç şüphesiz güzel yazı yazma temeli üstüne kurulan hat sanatı, islam kültüründe suret yapmanın günah sayılması nedeniyle zaman zaman resim yazı biçimlerine dönüşmüştür. Böylelikle resim-yazı kardeşliğinden bir sanat doğmuş, bu yoldan canlı varlıkların suretlerine gidilerek tekkelere, evlere, kahvelere girmiş, ayrıca bunların cami, mescit gibi kutsal yerlere girmesinde bir sakınca görülmemiştir (Dağlı ve Başbuğ 2007:44). Matbaanın bulunmasından sonra tipografinin gelişmesiyle harfleme uygulamaları giderek azalsa da grafik tasarımda çeşitli akımlar boyunca afiş, logo, kitap kapakları, basın ilanları gibi uygulamalarda kendini göstermeye devam etmiştir (Resim 2). Tasarımcılar zaman zaman yazı karakterlerinin sınırlılığından, zaman zaman ise üzerinde çalıştıkları tasarımın gerekliliğinden harfleme çalışmaları ile özgün biçimler oluşturmuşlardır.



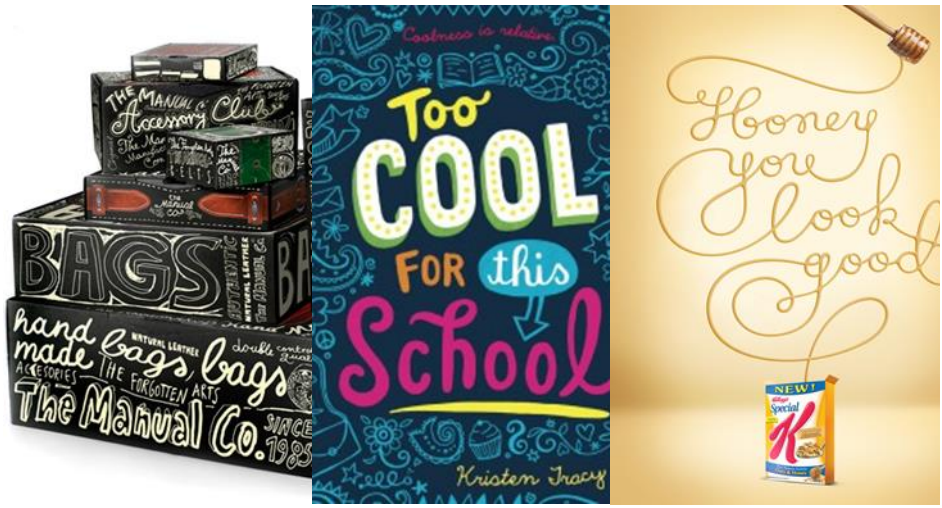
Resim 2. Çeşitli harfleme çalışmaları

a) Rajah coffee için afiş, Privet Livemont, 1899

b) Konser afişi, Wes Wilson, 1966

c) Sergi kataloğu kapağı, Georges Lemmen, 1891

Günümüzde ise harfleme geçmişe oranla giderek artan bir yaygınlıkla kullanılmakta, birçok tasarımcının yazı karakterleri kullanmak yerine el ile ya da bilgisayar ortamında oluşturulan harflemeleri tercih ettiği görülmektedir (Resim 3). Bu noktada, mesaj iletme kaygısı yerine görsel dinamizmin, sanatçının kişisel tercihlerinin ve iç dünyasının öne çıktığı, her şeyin sanat malzemesi olabildiği, disiplinler arasındaki keskin çizgilerin yumuşadığı postmodernizmin de etkisi bulunmaktadır.



Resim 3.

a) Ambalaj tasarımı, Peter Gregson http://www.petergregson.com/blog/

b)Kitap kapağı, Linzie Hunter http://www.linziehunter.co.uk/,

c)Reklam çalışması, Jessica Hische http://jessicahische.is/ Erişim: 10.1.2016

2. Tipografi ve Harflemede Okunurluk

Tipografi, grafik tasarımcının elindeki en önemli grafik elemanların başında gelir (Uçar 2004). Tipografinin kullanılmadığı grafik tasarım ürünü neredeyse yok gibidir. Bu nedenle tipografiyi etkin bir şekilde kullanabilmek tasarımcıya sayısız olanak sağlar. Becer'e göre (2007), tipografi dünyaya yönelik algı biçimimizi dönüştürme potansiyeline sahip bir iletişim kanalıdır. Sözcük, hece ve sesli harfler her türlü alışılmış kompozisyon standardını göz ardı edip renkli kağıtların gözenekleri içinde eriyerek boşlukları keşfe çıkar ve umulmadık yerlere doğru dağılır (Becer, 2007). Şüphesiz, yazı ile bir mesaj aktarma ve okunma amacı taşımasından dolayı Uçar (2004) ve Becer'in (2007) tipografi ile ilgili görüşleri harfleme için de geçerlidir.

Harfemeden bahsedildiğinde tipografi ile birlikte anılması işlevinden ötürü kaçınılmaz (Dağ, 2014:34). Harfleme tipografiden farklı, ancak harf biçimlerinin oluşturulmasına odaklanması açısından onu kapsayan bir tasarım alanıdır. Tipografi hazır yazı karakterlerinin düzenlenmesi iken, harfleme harf biçimlerinin çizilerek oluşturulmasıdır. Harfleme günümüzde illüstratif yönüyle öne çıksa da, yazı içermesi nedeniyle bir mesaj iletme ve okunma işlevi taşımaktadır. Bu noktada tipografiyi okunur yapan tüm özellikler harfleme uygulamalarında da aynı şekilde oluşmaktadır.

Okunurluk, yazıyı okunabilir yapan tüm nitelikleri düzenlemek ile ilgilidir. Bu nitelikler, okuyucunun yazılanı en az çaba ile algılayabilmesini sağlar. "Bir metnin okunur olması (legibility) o metnin puntosunun büyüklüğüne, bir satırda kaç harfin olabileceğine, satır uzunluğuna, harfler, sözcükler ve satırlar arasındaki boşluk, ilişki ve düzenlemelerine ve seçilen yazı karakterine bağlı iken, okuturluk (readibility) sayfada yer alan tüm tasarım öğelerinin nasıl yerleştirildiğine ve bütünde ürettiği etkisine bağlıdır (Sarıkavak 2009:201)". Okuturluk (readibility) ise tasarımın genelinde şekillenir. Ayrıca, satır uzunluğu; satırlar, kelimeler ve harfler arasındaki boşluk, yazı-fon ilişkisi, yeterli kontrast gibi temel ilkeler okunurluğu yönlendirir (Carter ve diğerleri, 2012:92).

Tipografinin temel işlevi okunurluktur, harf biçimleri bir bilgi, mesaj, olay veya düşünceyi aktaran bir araçtır (Uçar 2004:139). Diğer yandan ise harf biçimleri aynı zamanda plastik imgelerdir. Becer'e göre (1999) grafik dili iyi bilen tasarımcılar bu biçimleri ustalıkla kullanıp sade ancak kavramsal açıdan zengin sonuçlar elde edebilir. Sarıkavak (2006:82), okunur ve okunur olmayan tipografi konusunda klasik ve modern tipografi ayırımı üzerinde durmuştur:

> Yazı okunmak içindir. Diğer yanda okunur olmayan harf, sözcük, satır örüntüleri daha farklı bir ifade arayışının ya da tasarım yaklaşımın biçimidirler. Grafik tasarım alanı içinde elbette ki bu tür arayışların da yeri vardır. Yazı ögelerinin okumadan daha çok hem de 'plastik imgelem' amaçlı kullanımı 'Modern' dönemin yazı ve tipografiye getirdiği yeni bir boyuttur zaten. Kimi zaman bu, yazının okunmasının ötesine, soyut biçimlere kadar gider. Günümüz yazı ve tipografi eğitiminde plastik arayış aslında yine yazı ögesini içeren grafik ürünlerin dikkat çekiciliğini artırmayı amaçlar, Sanatsal bir dil ve mantık çerçevesinde bu soyutlamalar bir uyaran olarak kullanılır. 'Klasik' ve 'Modern' tipografinin en temel farkı da buradadır.

Bringhurst (2004:17) ise tipografinin dikkat çekiciliği ve şeffaflığı konusuna değinmektedir: "İstenmeyen mesajlara boğulmuş bir dünyada, tipografinin genellikle okunmadan önce kendisine dikkat çekmesi gerekir. Ancak okunabilmesi için, çektiği dikkatten de feragat etmesi gerekir. Bu nedenle verilecek bir mesaj içeren her tipografi bir tür şeffaflık da gerektirmektedir."

Harflemenin kendine özgü doğası, tasarımcıya tipografi kurallarını yorumlama, hatta bazen yıkma özgürlüğü verse de, tüm uygulamalı sanatlarda olduğu gibi işlevsellik harfleme ve tipografinin de merkezinde bulunmaktadır (Willen ve Strals 2009:1). Harf tasarımı son derece karmaşık ve uzmanlık gerektiren bir disiplindir. Harfleme yapabilmek için öncelikle harf biçimlerini çok iyi tanımak, gerektiğinde bu biçimleri bozabilmek ve tipografik okunurluğa hakim olmak gerekmektedir.

3. Harfler ile Resimleme Yapmak

Güçlü bir tipografi oldukça etkili bir araç olabilir (Saltz 2011:24). Etkili bir tipografik düzenleme sayesinde, bir tasarım başka herhangi bir görsel unsura ihtiyaç duyulmadan sonuçlandırılabilir. Bringhurst'e göre (2004:17), sağlam bir tipografinin ilkelerinden biri her zaman okunurluktur; bir diğeri ise okunurluktan daha fazlası; bunlar huzur, canlılık, kahkaha, lütuf ve sevinç gibi çeşitli isimler ve biçimler alan ve sayfaya enerji veren unsurlardır.

Her tür tasarım uygulamasında olduğu gibi harfleme de bir konsept ile başlar. Gelişigüzel çizilmiş, günlük ya da karalanmış gibi görünen harflemeler bile genelde uzun bir eskiz ve çalışmanın sonucu ortaya çıkar. Harfler istenilen sonuç elde edilene kadar tekrar çizilir. Harfleme çalışması, bir ilham kaynağı ya da ham bir malzeme olarak, önceden var olan yazı karakterlerini değişikliklere uğratarak da başlayabilir (Willen ve Strals 2009:77). Tasarımcı, tamamen içeriğe ve vermek istediği mesaja bağlı olarak oldukça kalın ya da ince, karmaşık, süslü, illüstratif ya da yalın ve minimal harf biçimleri kullanabilir.

İzleyici tarafından anlaşılmayan ya da zor okunan harf biçimleri iletişim sürecini aksatıp yazının işlevselliğini azaltsa da, istenen okunabilirlik düzeyi harflerin içinde bulunduğu tasarımın konusuna göre değişir. Bazı tasarımlarda direkt okunurluktan ziyade, bir fikir veya görsel bir tarz yaratmak öncelik olabilir. Bu durumda, harflerin görünümü taşıdıkları metin kadar, hatta daha çok önem taşıyabilir. Metnin ruhunu ifade etmek için, anlamı güçlendirdiği ya da içeriğe katkıda bulunduğu sürece, bozulmuş, manipüle edilmiş harf biçimleri kullanılabilir. Bu tür tasarımlarda, tasarımcının önünde sınırsız seçenek bulunmaktadır. Harfleme, nasıl bir özgün yazı karakteri ya da tasarımın doğasına uygun olarak tamamlanmış

bir el yazısı istendiğine göre şekillenir. Bir genel geçer yazı karakterinden yola çıkmaksızın doğrudan tasarımcı tarafından elle üretilmiş –ister kaligrafik isterse tipografik görünümlü– başlık ya da logoların kullanımıyla çoğu durumda tasarıma yeni ve farklı bir görünüm verilebilir (Sarıkavak 2009:179)

Dışavurumcu tipografi örneklerinde olduğu gibi, el ile harfleme de yalnızca görünüm metni olarak kullanılır çünkü uzun metinler okunaklı olmalıdır. Okunurluk dışavurumcu tipografi için büyük bir kaygı değildir, ancak tasarımda kullanılan çözüme göre değişmekle beraber, yalnızca görüntü olarak tasarlanmadıysa tamamen okunaksız da olamaz (Saltz 2011:24). Uygun kullanıldığında, daha az okunaklı harfler, biçimleri ile okuyucunun daha çok vakit geçirmesini sağlar ve onu okuma sürecinde daha aktif bir katılımcı haline getirir. Bu türde sıra dışı, illüstratif, ya da okunması güç harfler genellikle çok özel bir görsel ya da düşünsel tavır içerir ve okunmaktan ziyade bakılmak için tasarlanırlar (Willen ve Strals 2009:9).

4. Basın İlanlarında Harfleme

Bir ürün ya da hizmetin reklamının başarısı onun, izleyicinin dikkatini çekmesi, ürün ile ilgili farkındalığı arttırması, izleyicinin bakışlarının reklam üzerinde kalmasını sağlaması, ürün ya da hizmet ile ilgili merak uyandırması ve satın alma eylemini sağlaması ile değerlendirilir (Teker 2002).



Resim 4. Burger King için harfleme kullanılarak tasarlanmış bir basın ilanı https://adsoftheworld.com/taxonomy/brand/burger_king Erişim: 10.1.2016

Değinildiği gibi, izleyiciyi etkilemenin en önemli amaç olduğu reklam uygulamaları harflemenin sıklıkla karşımıza çıktığı bir alandır. Bu amaçla, basın ilanlarında oldukça çeşitli harf biçimlendirmeleri kullanılmaktadır. Resim 4'te bir fast food restoran zincirinin basın ilanı görülmektedir. Sayfanın ortasında bulunan hamburger, reklam çalışmasında kullanılan tek görseldir ve tüm katmanları harfleme ile oluşturulmuştur. Hamburgeri oluşturan kelimeler, içeriğindeki malzemelerin lezzetleri ile ilgili betimlemeler içermektedir. Hamburgerin gölgesinde ise yine harfleme yöntemi ile oluşturulmuş "Lezzetin kralı" sloganı ile beraber markanın logosu görülmektedir. Uygulama, bilgisayar ortamında 3 boyutlu illüstrasyon tekniği ile yapılmıştır. İllüstrasyon baştan sona harfleme ile oluşturulmuş olsa da, bütüne bakıldığında hamburger biçimi rahatlıkla seçilebilmektedir. Harflemenin, reklamın içeriğini dikkat çekici ve özgün bir biçimde sunduğu ve aynı zamanda yazıların rahatlıkla okunabildiği görülmektedir. Yalnızca harfleme ile oluşturulan basın ilanı başka bir metin ve tipografi kullanılmadan sonlandırılmıştır.



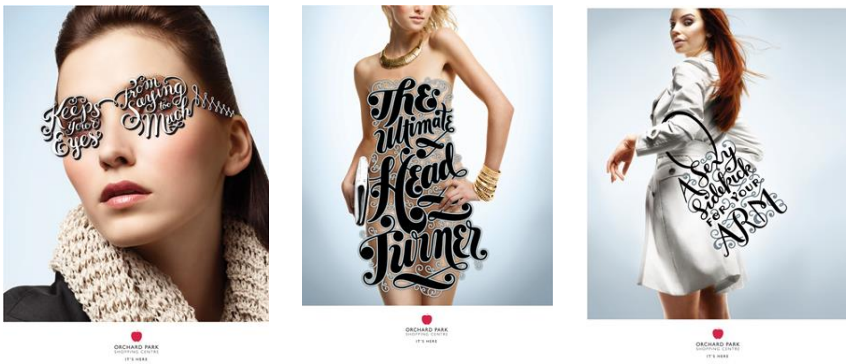
Resim 5. Debaji's Fresh Market için tasarlanmış bir reklam çalışması serisi http://www.hoffmann-angelic.com/pages/illustration/debaji.html Erişim: 10.1.2016

Resim 5'te taze ve doğal ürünler satan bir marketin basın ilanı serisi bulunmaktadır. Resim 4'de incelenen üç boyutlu harflemenin aksine bu tasarımlarda el ile harfleme kullanılmıştır. İlanlarda sırasıyla sepet, kiraz ve tavuk resimlemeleri

bulunmaktadır. Harflemeler, çizgi ve lekeler ile desteklenerek illüstratif biçimler elde edilmiştir. Ayrıca, çeşitli kalınlık, büyüklük ve kıvrımlar kullanılarak hareketli bir tasarım dili oluşturuş ve reklamda verilmek istenen tazelik ve doğallık hissini desteklemiştir. Tasarımdaki hareketlilik yer yer okunurluğu zorlaştırsa da genel olarak okunurluğun sağlandığı söylenebilir.



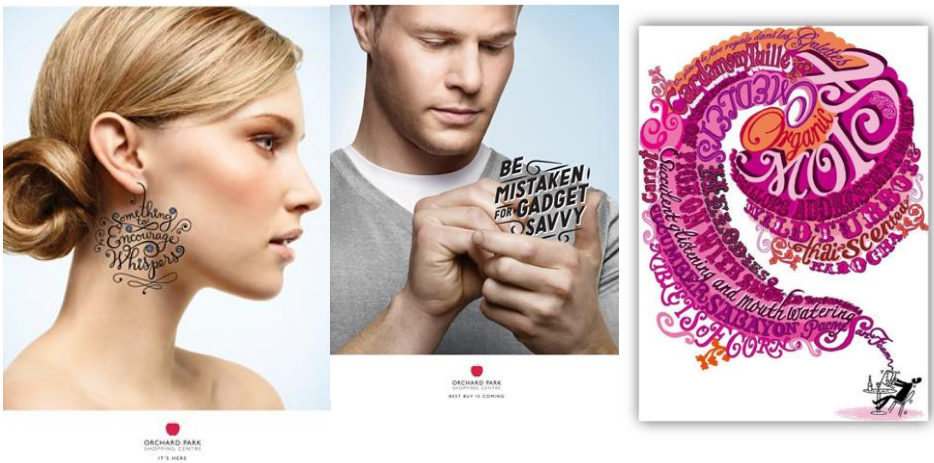
Resim 6. http://www.monster.com/ iş bulma web sitesi için tasarlanmış bir reklam çalışması . Erişim: 10.1.2016



Resim 7.

Resim 6'da bulunan basın ilanı bir iş bulma web sitesine aittir. Bu reklam çalışmasında da resimleme yalnızca harf biçimleri ile oluşturulmuştur. Tasarımda el ile harfleme tekniği kullanılmıştır. Spor ayakkabının biçimi; koç, fizyoterapist,

fitness eğitmeni, antrenör gibi spor alanında kariyer imkanı olan meslekler yazılarak oluşturulmuştur. Sayfada bazı alanlarda harf biçimlerinin oldukça daraltılarak kullanılması, yazı yönü ve bazı harf boşluklarının dolu olarak kullanılmış olması resimlemenin bir bütün olmasına katkı sağlasa da okunurluğu azaltmıştır. Bu tasarım Resim 4 ve 5'teki çalışmalar ile kıyaslandığında daha çeşitli türlerde yazı biçimleri içerdiği görülmektedir. Tasarımda tırnaklı, tırnaksız, daraltılmış ve el yazısı harfler bir arada kullanılmış ve bu biçimler hem kelimeleri birbirinden ayırmaya imkan sağlamış hem de illüstrasyona hareket katmıştır. Ayrıca tek renk olması halinde tüm yazılar bir bütün olarak sırayla okunacağı için, anlam karmaşası yaratmamak adına kelime grupları farklı renkler ile vurgulanmıştır. Bu örnekteki gibi harfleme çalışmalarında şüphesiz okunurluk ve illüstrasyonun bir bütün olarak algılanması uzaklık-yakınlık ile de alakalıdır. Daha uzaktan bakarken lekesel olarak algılanan mavi, pembe ve yeşil renklerdeki yazı alanlarının, yakınlaştıkça metin oldukları daha net fark edilmektedir. Tasarım, basın ilanı olarak gazete ve dergiler için hazırlandığından okuyucu harflemeyi yakın ve okuyabileceği bir mesafeden görecektir.



Resim 8. www.squaremeal.co.uk isimli yemek websitesi için yapılmış harfleme çalışması http://www.topdesignmag.com/wp-content/uploads/2011/09/15-Optimized1.jpg Erişim: 10.1.2016

Resim 7'de bir alışveriş merkezi için tasarlanmış bir basın ilanı serisi bulunmaktadır. Resim 5 ve 6'da incelediğimiz el ile oluşturulduğu belli olan harflemelerin aksine bu çalışmanın bilgisayar ortamında sonuçlandırıldığı anlaşılmaktadır. Reklam metni harfleme ile oluşturulmuş ve kompozisyonlarda en altta bulunan beyaz zemin üzerine yerleştirilen logo ve ilave metinler ile desteklenmiştir. Harflemelerin çanta, gözlük, cep telefonu, saat, küpe ve giysi formlarında oluşturularak figürlerin üzerine yerleştirildiği görülmektedir. Her harfleme yerine geçtiği nesnenin biçimsel özelliklerini yansıtacak şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca kadınlara yönelik olan ilanlarda daha kıvrımlı, hareketli ve el yazısı biçimindeki harflemeler çeşitli incelik-kalınlık ve büyüklüklerde kullanılırken, erkeklere yönelik hazırlanan saat ve cep telefonu harflemelerinde düz, serifsiz, süslemeden uzak biçimler vurgulanmış, birbirine yakın kalınlıklar ve büyüklükler kullanılmıştır. Basın ilanı serisinde okunurluk genel olarak geri plana atılmamış olsa da, erkeklere yönelik olan ilanlarda kullanılan harflemeler daha az çaba ile okunabilmektedir.

Resim 8'de bir yemek web sitesi için hazırlanmış reklam çalışması görülmektedir. Reklam çalışması, şık restoranların menülerinde kullanılan fazla detaycı açıklamaları eleştirmektedir. Bu basın ilanında, hem el ile hem de bilgisayar ortamında oluşturulan harfleme uygulamaları ortak bir kompozisyon içinde bulunmaktadır. Harflemeye bütün olarak bakıldığında yemek menüsünden çıkan bir kokunun resimlendiği görülmektedir. Kelime grupları farklı renk, zemin ve harf biçimlendirmeleri ile birbirinden ayrılmaktadır. El yazısı biçimindeki harf tasarımları ile yazılan kelime grupları yemekleri anlatmaktadır. Ayrıca illüstrasyonu oluşturabilmek için kelime gruplarının tasarım içinde birbirlerinden oldukça farklı büyüklüklerde kullanıldığı görülmektedir. Kompozisyonda, yazının hem spiral bir yol üzerine yerleştirilmiş olması hem de harf biçimlerinin sıklıkla daralması ve birbirlerinin üzerine binmesi, hatta bazı alanlarda okuma yönünün tersine dönmesi okunurluğu azaltmakta ve harflemeyi okuyabilmek için vakit harcamayı gerektirmektedir. Özetle, harflemenin illüstratif özelliklerine daha çok önem verilen bu tasarımda okunurluk ikinci plana atılmıştır. Ancak reklam çalışmasının eleştirdiği nokta düşünüldüğünde, okunurluğun az olmasının vurgulanmak istenen mesajı güçlendirdiği söylenebilir.

Sonuç

Bu araştırmada basın ilanlarında kullanılan ve o ilan için özel olarak tasarlanan harflemelerde okunurluk incelenmiş ve harflemelerin reklama olan katkısı üzerinde durulmuştur. Tipografiyi kapsamakla beraber, ondan farklı bir alan olarak

karşımıza çıkan harflemede, okunurluk her zaman birinci planda değildir. Bu noktada, harf biçimleri ile oluşturulan illüstrasyonun bir bütün olarak nasıl algılandığı önem taşımaktadır. Okunurluğun öncelik olmadığı durumlarda harfleme, etkileyici biçimler yaratarak okunaklı harf biçimlerinden görsel açıdan çok daha ilgi çekici olabilmektedir. Ancak harflemenin temel kaygısı okunurluk olmasa da, reklam tasarımında amaç izleyiciye ulaşmaktır. Bu nedenle basın ilanları için tasarlanan harfleme çalışmalarında çoğu zaman okunurluk da geri plana atılmamaktadır. Yine de, basın ilanlarında kullanılan harflemelerde okunurluğun sağlandığı örneklerin yanında görselliğin daha çok öne çıktığı örneklere de rastlanmaktadır. Sonuç olarak, incelenen reklam çalışmalarının harflemelerde ilk planda illüstrasyon olmasına rağmen genel olarak okunurluğun sağlandığı görülmektedir. Ayrıca, reklam çalışmaları için tasarlanan harfleme uygulamalarının ilgi çekici, yaratıcı ve özgün biçimler oluşturarak ve kimi zaman okunurluğu ikinci plana atarak iletilmek istenen mesajı güçlendirebileceği görülmüştür.

Kaynaklar

Alessio, J. (17 Ocak 2013). Understanding The Difference Between Type And Lettering. Ağ Sitesi: https://www.smashingmagazine.com/2013/01/understanding-difference-between-type-and-lettering/ Erişim: 17.2.2016

Becer, E. (1999). İletişim ve Grafik Tasarımı. Dost Kitabevi, Ankara.

Becer, E. (2007). Modern Sanat ve Yeni Tipografi. Dost Kitabevi, Ankara.

Bringhurst, R. (2004). The Elements of Typographic Style. Hartley & Marks.

Bosler, D. (2012). Mastering Type: The Essential Guide to Typography for Print and Web Design. How Books.Cabarga, L. (2004). Logo, font & lettering bible. Adams Media.

Dağ, E. S. (2014, Mart-Nisan). Harfleme ve İllüstrasyon Kardeşliği. Grafik Tasarım Dergisi. 58, 34-35.

Dağlı, Şemseddin Ziya., Başbuğ, Fatih. (2007). Türk Hat Sanatında Yazı Resimler Ve Mevlevilik. Türk- İslam Medeniyeti Akademik Araştirmalar Dergisi.

Carter, R., Day, B., Meggs, P. B. Maxa, S., ve Sanders, M. (2014). Typographic design: Form and Communication. John Wiley & Sons.

Saltz, I. (2011). Typography essentials: 100 design principles for working with type. Rockport Pub.

Sarıkavak, N.K. (2003). Tipografiyi Doğru Kavramak. Sanat Yazıları 10,

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesf Yayınları, Ankara, TR.

Sarıkavak, N. K. (2006). Hü Gs. F. Grafik Bölümü'nde Yazı ve Tipografi Eğitimi/Typographıc Educatıon In Hacettepe Unıversıty, Faculty Of Fıne Arts, Department Of Graphıc. Journal Of Fine Arts, (9).

Sarıkavak, N. K. (2009). Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Uçar, T. F., (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İnkılâp Kitapevi, İstanbul.

Teker, U. (2002). Grafik Tasarım ve Reklam. 2. Baskı, Dokuz Eylül Yayıncılık, İzmir.

Willen, B., & Strals, N. (2009). Lettering & type: creating letters and designing typefaces. Princeton Architectural Press