

Afis Tasarimi

Bilgilendirme, bilinçlendirme, duyurma, satis artirma vb. amaçlarla hazirlanip, daha çok kitlesel iletisim araci olarak degerlendirilen afisler, sanatsal kaygilarin en yogun oldugu grafik ürünlerdir.

Afisler, izleyici ile bulustuklari çevrelere bagli olarak iç mekan ve dis mekan afisleri olmak üzere iki grupta ele alinabilirler.

Dis mekan afisleri; büyük boyutlari ile duvar yüzeylerinde, ilan panolarinda hedef kitle ile karsilasirlar. İnsanlar, dis mekan afislerini ile yürürken ya da arabayla hareket halin-deyken görürler. Bu nedenle izlenme süreleri çok kisadir.

İç mekan afisleri; salonlara, lobilere ve koridorlara asilir. Bu nedenle de daha uzun süre izlenme sansina sahiptirler. Afis tasarimcisinin süreyi dikkate almasi gerekir.

İçeriklerine göre reklam afisleri üç gruba ayrilabilir:

Reklam afisleri; bir ürün ya da hizmeti tanitmak amaciyla hazirlanirlar. Moda, endüstri, turizm, gida; kurumsal reklamcilik sektörlerinde yaygin olarak kullanilirlar.

Kültürel afisler; festival, seminer, sempozyum, tiyatro, sinema, sergi, balo, spor gibi kültürel etkinlikleri tanitip duyururlar.

Sosyal içerikli afisler; saglik, trafik, ulasim, çevre vb konularda egitmek ve uyarmak amaciyla hazirlanan afislerdir. Bunlardan baska, bir düşünceyi ya da siyasi olusumu tanitan afisler de bu grupta ele alinirlar.

Afis tasariminda en önemli özellik, fark ediciliktir.

Temel kriterlere uygun olsa da pekçok afis biz çarpmaz yani onlari farketmeyiz. Tasarladigi afisin çok sayida rakibi arasinda farkedilmesini saglamak, tasarimcinin birincil görevidir. Farkedilirligi saglamada, afiste yer alacak imgelerin düzenlenmesi sirasinda yararlanilabilecek bazi öneriler asagida siralanmistir.

- Afis üzerindeki imge sayisini azaltin. Baslik (slogan) içeren bir tipografik unsur, fotograf veya illüstrasyon içeren bir gör-sel unsur ve zemin yani fon afis üzerinde üç farkli imge ola-rak algilanir.
- Afiste yer alacak sözel unsurlari azaltin. Sloganlar en çok 5-6 sözcükten olussun. Tabii ki ideali 3-4 sözcük. 10 kelime-nin üzerindeki sözel mesajlarda okunurluk azalir.
- Gereke-medikçe, süslü ve dekoratif karakterler yerine, oku-nakli yazi karakterlerini tercih edin. Bold karakterlerin uzak-tan daha iyi algilandigini unutmayin.
- Varsa fotograf veya illüstrasyonu afis üzerinde olabildigince büyük kullanin. Imgeler ile sözel unsurlar arasindaki denge-yi gözetin.
- Renk tercihlerinde parlak ve canli renkleri düşünün; bun-lar arasinda güçlü kontrastlar olusturmaya çalışisin.

Afiste Olmasi gerekenler;

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

Afiste Olması Gerekmeyenler;

- Afis, izleyicinin dünya görüşünü değiştirmek zorunda değil-dir.
- Güzel ya da dekoratif olmak zorunda değildir.
- Afisi tasarlayanın bakış açısını değiştirmek zorunda değil-dir.
- Mesaj iletilme işlevinin dışında, sanatsal bir değere sahip ol-mak zorunda değildir.

Glaser, afis tasarımı konusundaki düşüncelerini bu şekilde açıklamakla birlikte, şu satırları ekliyor:
"Yukarıdaki iki liste düşüncelerimi yansıtıyor. İlki ile ilgili hiç bir sorunum olma-dı, ancak ikincisi, beni epeyce sıkıntıya soktu. Afiste olması gerekmeyen unsurlar, uygulama sırasında gerekli unsurlar haline dönüştü, tasarladığım her afiste, mesaj ileten unsur-ların yanı sıra, süsleyici unsurlara da yer veririm. Bunlar; benim kişisel bakış açımı yansıtır ve afise asıl amacının dışında bir sanatsal değer kazandırır..."

Kaynak Site: İsmail KIRBAS ile Web Sitesi Tasarımı <http://www.kirbas.com>

Belge Adresi: www.kirbas.com/index.php?id=337