

UOT 744.

Əsədov Fərid Üzeyir oğlu
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət
və İncəsənət Universiteti
Magistrant
faridasad007@gmail.com

AFİŞALARIN MƏTN DİZAYNLARI

Xülasə: Afişa məzmunundan asılı olaraq, müxtəlif üsullardan istifadə etməklə mücərrəd və ya konkret məfhumları vizuallaşdırmaqla daşdığı mesajı alıcısına çatdıran vizual ünsiyyət vasitəsidir. Afişalar mətn və müxtəlif vizual ifadə formalarının birləşməsinə əsaslanaraq kommersiya, mədəni və ya sosial həyatın məzmununu vizuallaşdıran qrafik məhsullardır və fərdi və ya ictimai yerlərdə, qapalı məkanlarda istifadə edilməklə geniş auditoriyaya çatdırlır. Afişa dizaynının ən vacib elementi tipografiyadır.

Konkret məqsəddən və ya məzmunundan, şrift seçimindən, nöqtə ölçüsündən və hərflər arasındakı məsafədən yerində və düzgün istifadə etmək vacibdir. Elementləri nəzərə alınmaqla tərtib edilmiş yazılar mətbəədə olduğu kimi müəyyən edilir.

Açar sözlər: afişa, tipografiya, xəttatlıq, dizayn, semiotika, şrift

Yazı mövcud olduğu gündən bəri müxtəlif sivilizasiyaların bənzərsiz hərf, simvol formaları və əlifba sistemləri ilə inkişafını davam etdirmiş və son dövrünü tamamlamışdır. Yazının əsas element olduğu mətbəə müasir incəsənət və dizayn cərəyanlarının təsiri ilə yeni forma və xarakterlər alaraq inkişafını davam etdirmişdir.

Tədqiqatın nəzəri əsası bu inkişaf prosesinin dövrlər üzrə tədqiqindən ibarətdir. Bu proses zamanı müxtəlif təsnifatlar çərçivəsində bir çox fərqli yazı xarakterlərinin işlənilib hazırlandığı görünür. Demək olar ki, hər şrift poster dizaynında unikal tipografik analizlərə imkan verir. Bu araşdırmanın mövzusu tək bir şrift faylı içərisində kompakt formada müxtəlif şəkillərdə olan və istifadə sahələri bu gün çox yayılmış dəyişən şriftlərin poster dizaynında istifadəsidir. Tədqiqat nəticəsində əldə edilən nəticələr onu göstərir ki, qrafik dizaynerlərin afişalarının ifadə gücü inkişaf edən rəqəmsal texnologiyalarla dəyişir və şaxələnir. Görünür ki, dəyişən şriftlər dizaynerlərə yeni və orijinal dizaynlar yaratmaq imkanı verir və mesajın çoxqatlı və dinamik həllərlə çatdırılmasında funksional rol oynayır.

Afişa sənəti xəttatlıq və tipografiyanın orijinal və yaradıcı şəkildə istifadəsi ilə çox, daha güclü ünsiyyət vasitəsinə çevrilmişdir. Afişalar dedikdə, ilk ağla gələn reklam, kino və teatr afişalarıdır ki, bunlar ümumiyyətlə uyğun vizual, başa düşülən tipografiya və rəngdən istifadə edilməklə hazırlanmışdır. Məsələnin mahiyyəti bu olsa da, müasir afişa dizaynlarında oxunaqlılıq anlayışlarından uzaqlaşaraq, mesajı aydın şəkildə verir və ya mətbəədən olduğu kimi istifadə edirlər. Tipografiyanın oxunaqlılıq xüsusiyyəti artıq əksər tipografik posterlərdə demək olar ki, tələb olunmur. Söhbət

oxucunun başa düşmə qabiliyyətinə təsir edən yazı və ya dizaynın xüsusiyyətlərindən gedir. Bu o deməkdir ki, bir şeyi başa düşmək üçün oxumağı bacarmaq lazım deyil. Məsələn, qraffiti oxunmaz olsa belə, insanlara qraffiti edənin qəzəbini oxumağa imkan verir” (1, s.158).

Geriyə nəzər saldıqda görmək olar ki, afişa dizaynlarının oxunaqlılığı və vermək istədikləri mesajlar günümüzün müasir tipoqrafik və kalliqrafik poster dizaynlarından çox daha aydındır. Bunu afişa sənətinin qabaqcıllarından biri olan Lotrekin dizaynlarında aydın görmək olar. Müasir incəsənətdə mətnin dominant istifadəsinə ilk dəfə post-impressionist rəssam Lautrekin poster dizaynlarında rast gəlirik. Obyektin səthi istifadəsi ilə, xüsusilə də poster dizaynlarında məntiqin qurulmasında da təsirli olur.

Əvvəllər hərflərin ölçüləri, qalınlığı və forması kimi xüsusiyyətlərinə dair araşdırmalar tipografiya adlanırdısa, bu gün yazının özü tipografiya adlanır. Verilən mesajın təsirli olması üçün oxunaqlılıq təmin edilməlidir. Afişada oxunaqlılıq mətbəə dizaynı, ünsiyyət və sintaksisə əsaslanır. Afişada vizual bütövlük yaratmaq yalnız istifadə olunan tipoqrafik elementlərin təsvirlə bütövlük yaratmasını təmin etməklə əldə edilə bilər. Yəni afişada istifadə olunacaq şriftlər və şəkillər bir-birini dəstəkləməlidir.

Xəttatlıq və tipografiya qrafik dizayn üçün iki çox vacib yazı sənətidir. Tipografiya dilin, insanlığın, forma və varlığın formalarda əks olunmasıdır. Xəttatlıq deyildikdə, bu sənətin əl yazısı yada düşür. Tipografiya Qutenberqin icad etdiyi dəyişkən tip texnikası və onunla birlikdə inkişaf edən kitab çapı və reproduksiyası ilə tarixdə meydana çıxan bir termdir. Xəttatlıq isə əlyazma kitablarla meydana çıxan, sonra zamanla inkişaf edərək bir sənətə çevrilən gözəl yazı sənətidir. Tipografiya və xəttatlıq qrafik dizaynın tərkib hissəsidir. Poster dizaynında əvəzolunmaz elementlər olan mətbəə və xəttatlıq artıq poster dizaynlarının bir hissəsi olmaqdansa dizaynın özünə çevrilib. Tipografiya dizaynlarda yalnız mesaj verən vasitə kimi istifadə olunsada, çatdırılacaq mesaj müxtəlif ölçü və formatlardan istifadə etməklə əldə edilirdi. Bu vəziyyət futurizm hərəkatı ilə görünməyə başladı. 20-ci əsrin əvvəllərində yazılı sözlərə ekspressionist xüsusiyyətlər əlavə olunmağa başladı. Futurizm De Stij, Dadaizm və Konstruktivizm kimi cərəyanlar mətbəəni məna-forma münasibətlərinə əsaslanan bir sənət formasına çevirdi (2, s.66).

Tipoqrafik dizaynlarda istifadə olunan hər bir şriftin özünəməxsus xüsusiyyətləri və konnotativ əlaqələri var. Şrifti seçməklə dizayner təkcə sözün mənasını və ya yaratdığı söz şəklinin xüsusiyyətlərini deyil, həm də vizual çəkisini, ciddiliyini ifadə edir. Səmimilik, inandırıcılıq və üslubu təmin edə bilər. Bu zaman seçilmiş tipografiya mesajın auditoriyaya çatmasını təmin edə bilər, lakin düzgün istifadə edilmədikdə, oxumaqda problemlərlə yanaşı, anlaşılmazlıqlara da səbəb ola bilər. Tipoqrafik aranjimanların vizual olaraq oyandıracağı məsələsi dizaynerlər üçün təkrarlanan bir vəziyyət olmuşdur. Əgər yazının əsas funksiyası ideyaların və məlumatların işarələr vasitəsilə ötürülməsi kimi müəyyən edilirsə, mətbəə bundan bir addım da irəlidir. Bir növ “yazmaqla sənət, dizayn yaratmaq” ölçüsüdür (4, s.106).

Tipoqrafiya məlumat və mesajları başa düşülən forma dili ilə çatdırmaqla yanaşı, həm də üslub yaradır, şəxsiyyət, vizual dil fərqli obraz kimi təqdim edilən elementə aiddir. Şrift seçimindən hərflərin ölçüsünə, boşluqların planlaşdırılmasından tutmuş onların təqdim olunduğu fonda vəziyyətinə qədər vizual və funksional sıranın bir yerdə təşkili tipografik ünsiyyətin ümumi problemlərindən biridir (3, s.585). Tipoqrafiya müxtəlif funksional situasiyalara görə müəyyən edilir.

Tipoqrafiya yunanca “typos” (forma) və “graphia” (yazma) sözlərindən əmələ gəlib, formaya uyğun yazmaq deməkdir. Şriftlər, şrift ölçüsü, sətir uzunluğu, interval və oxşar elementləri özündə birləşdirən mətbəə həm hərflə əlaqəli digər elementlərin vizual, funksional və bədii tərtibatı, həm də ədəbi-vizual ünsiyyət və dizayn dilidir. Mesajı inandırıcı edən mətbəə yazılı ünsiyyətin əvəzsiz elementidir. Bu gün mətbəə bəziləri tərəfindən bir sənət kimi qəbul edilərkən, bəziləri tərəfindən mətnin oxunaqlı olması üçün edilən vizual və funksional tənzimləmələr olaraq təyin olunur. Tipoqrafiya anlayışa məna verməkdə formalar, rəqəmlər və simvollarla birləşdirildikdə mesajı çatdırmaq funksiyasını tamamlayır. Tipoqrafiyanın ən məşhur təriflərindən biri fransız mətbəəşünası Frensis Tibododan gəlir. Tipoqrafiya animasiyalı şriftlərdən istifadə edir. Mətnləri çoxaltmaq, qruplaşdırmaq, onları müşayiət etmək və əlaqəli bəzəklərlə istifadə etmək sənətidir. Daha geniş mənada “mətbəə” sözü çapa töhfə verən bütün sənətləri əhatə edir.

Tipoqrafiya hərflərin çəkilməsi sənətinə aiddir, lakin ona həm də layout daxildir. Tipoqrafiya yazılı və ya göstərilən ünsiyyət mesajlarının mətnindəki söz və cümlələrin formasıdır. Bu, boşluq və tənzimləmə haqqındadır. Bu təriflərdən aydın olur ki, biz hər gün mətn ünsiyyətinin bütün növlərində tipografiya ilə qarşılaşırıq. Yazının əhəmiyyəti bütün ünsiyyətlərdə vacibdir və mətbəə diqqətə alınmalı olan bir anlayışdır.

Geniş yayılmış hesab olunur ki, oxuna bilən şrift insanları oxumağa davam etməyə təşviq edir və hətta oxu səmərəliliyini artırır. Bundan əlavə, psixoloji baxımdan şriftin fiziki xüsusiyyətlərinin (üslub, ölçü, rəng) mətnlərin oxunaqlılığına təsir etdiyi göstərilmişdir. Bu təriflərdən göründüyü kimi, oxuna bilən şriftin oxucuları oxumağa davam etdirməyə sövq etdiyini və hətta oxu səmərəliliyini artırdığını düşünmək olar. Digər tərəfdən, psixoloji nöqteyi-nəzərdən demək olar ki, mətnlərin oxunaqlılığına şriftin üslubu, ölçüsü və rəng xüsusiyyətləri təsir edir. Bu vəziyyətin çox təsir etdiyini söyləmək olar.

Başlanğıcda afişanın oxunaqlılığı vazkeçilməz xüsusiyyət kimi görünürdü. Yəni afişadakı tipografik tərtibat oxunaqlı deyilsə, o posterin əslində öz məqsədinə uyğun gəlmədiyi düşünülür. Ancaq afişalarda istifadə edilən mətbəə və xəttatlıqda bu anlayış dəyişdi. Lakin bu o demək deyil ki, afişadakı tipografiya ümumiyyətlə oxunmamalıdır. Bugünkü tipografik afişalarda tapılan mətbəə onu vizuala çevirərək istifadə edilir və yenə də tamaşaçılara istənilən mesajı aydın şəkildə verə bilir. Xüsusilə bu şəkildə onun yaddaqalanlığı əhəmiyyətli dərəcədə artır.

Tipoqrafiya ilə yanaşı, daha əvvəl də qeyd edildiyi kimi, xəttatlıq qrafik dizaynın ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Tipoqrafiyadan fərqli olaraq, gözəl yazı sənəti kimi

tanınan xəttatlıq fırçalar, qələmlər və ya kəsilmiş qələmlərlə yazılmış əl yazısıdır.

Bu gün oxunaqlılığa daha az tələbkar olan və yalnız kalliqrafik və ya tipografik elementlərdən ibarət afişa dizaynları daha çox yayılmışdır. Bu cür afişalar müasir və orijinal olmaqla yanaşı, bir çox qaydaları pozub və daha çox seçilib. İndiki vaxtda poster dizaynlarında vizuallara ehtiyac azalıb, mətbəə və xəttatlığın vizuallaşdırılması ilə dizaynlar daha orijinal hala gəlib. Bu anlayış xüsusilə qrafik dizayn və afişa sənəti üçün çox vacib və sevindirici bir inkişaf olaraq görülür.

Semiotika işarələrin təfsiri, istehsalı və ya anlaşılması ilə bağlı bütün amillərin sistematik tədqiqinə əsaslanan elm sahəsidir. Semiotik yanaşmalar dizaynın nəzərdən keçirilməsi zamanı xüsusilə istifadə olunur. Semiotik təhlillər xüsusilə semantik, sintaktik və pragmatik yanaşmalarla aparılır.

Semiologiya, Ferdinand de Sössür tərəfindən irəli sürülən anlayışdır, yunanca işarə mənasını verən “semaion” və söz və bilik mənasını verən “loqos” sözlərindən əmələ gəlmişdir.

Semiotikanın müxtəlif sahələrlə əlaqəsi problemin həllinə müxtəlif (mətn, audio, vizual) yanaşmalar təklif etmişdir. Təkcə göstəricilər bir və ya bir neçə mənə ifadə edə bilər. Bununla belə, mesajda nəzərdə tutulan mənası işarələr toplusudur. Məqsədinə çatmaq üçün mesaj bütövlükdə mənanın reallaşmasından asılıdır.

Mənə ünsiyyətin baş verməsi üçün ən əsas elementdir. Dil işarələrini sadə və məlum mənaları ilə müəyyən etmək asandır, lakin serial və sintaqmatik tədqiqatlar apararaq təhlilin əsasını təşkil edən Sössürdən sonra semiotika sahəsinə böyük töhfə verən şəxs Rolanddır.

Bartın mənə nəzəriyyəsinin əsasını konnotativ mənə və hərfi mənadan ibarət mənə əsas təşkil edir. Semiotik tədqiqatlar aparılarkən müxtəlif üsullardan istifadə olunur. Bunlardan biri də semantik metoddur. Semantik yanaşmada həm denotasiya, həm də konnotasiya baxımından yanaşmalar mövcuddur.

Denotasiya – mənanın ilk mərhələsidir. Göstəricilər hərfi mənə baxımından qiymətləndirildikdə, mesajın axtarılması ilə bağlı heç bir narahatlıq yoxdur. O, göstərici ilə göstəricinin xarici reallıqdakı istinadı ilə əlaqəsi arasındakı əlaqəni təsvir edir.

Şəkil, məsələn, süd şüşəsinin fotosəkli denotativdir. Fərqli şərtlərə və təxəyyüllə dəstəyə ehtiyac olmadan edilən qiymətləndirmələr hərfi mənə kontekstində izah edilir. Denotasiya işarənin açıq mənasına aiddir. Rabitə sahəsində mütəxəssis prof. Dr. Eldənə görə, eyni küçənin iki fotosəkli çəkilərkən normal, ağ-qara, böyütmə obyektləri ilə müxtəlif filtrlər seçilə bilər. İşarə baxımından, hər iki fotosəkil küçədə çəkiləcək. Bununla belə, onların arasında müəyyən fərqlər olacaq. Bu fərqi yaradan konnotasiyadır.

Kod – işarələrin ifadəsinə daxil olmayan və işarələyən və işarələnən tərəfindən əvvəllər tanınmış mənə daşıyan hər hansı bir şey kod adlanır. “Göstəricilərdən mənə çıxarmaq və mədəniyyətdən alınan və ya öyrənilənlər. Kodlar semiotik mənada çox vacibdir. Bunun səbəbi semiotikanın əsas maraq dairələrindən biri işarə və onun arasındakı anlayış olsa da, digəri onların koda çevrilməsidir. Stüart Holl ideologiyayı

mənalar çərçivəsində mübarizə kimi görür. Onun fikrincə, hadisələr özbaşına heç bir mənə verə bilməz. Hadisələr istər real, istərsə də uydurma olsun, başa düşülməsi üçün simvolik formalara çevrilməlidir. Bu proses kodlaşdırma adlanır. Semiotika vizual alətlər üçün istifadə edilərkən dizaynı mənalandırmaq və qavramaq ilə məşğul olur və bizə çatdırdığı mesajların kodlarını tapıb ortaya qoymağa çalışır, birbaşa və ya dolayı yolla işləyir.

Semiotikanın alt janrından asılı olmayaraq, “işarə” termini əsas sözdür. Həmin şeyi xatırladaraq ünsiyyət quran və başqa bir şeyi təmsil edən hər şey, o şeyin özü olmasa da, işarədir. Qrafik göstəricilər sivil dünyada ünsiyyəti təmin etmək üçün istifadə edilən, canlı və dinamik xüsusiyyətləri olan son dərəcə vacib vizual ünsiyyət elementləridir, yeniləri daim tələblərə uyğun dizayn edilir. Semiotika bir üsul olaraq mətni və ya mənalı strukturu təhlil edərək hər bir vəziyyətdə mənə yaradan strukturda mənə və anlama mərhələlərini açmağa çalışır.

Digər dizaynlarda olduğu kimi, qrafik dizaynın mühüm tətbiq elementləri olan afişaların qiymətləndirilməsi və nəzərdən keçirilməsi zamanı müəyyən prinsiplər nəzərə alınmalıdır. Bu prinsiplər təhlil yanaşmalarında obyektiv baxış tələb edir. Semiotik yanaşmalarla afişa təhlili adətən semantik, sintaktik və pragmatik baxımdan aparılır.

Semiotik təhlil aparılarkən mənə baxımından işarələr hekayəni səthi yox, dərinlikdən səthə qədər uzanan mənə qatlarının araşdırılması kimi qəbul edilir. Verilməsi nəzərdə tutulan mesajın mümkün qədər birbaşa və başa düşülən şəkildə çatdırılması ilə vizual sistem yaradılmalıdır. Əlaqələr araşdırılarkən afişaya aşağıdakı suallar verilə bilər:

1. Afişanın mənası başa düşülə bilərmi?
2. Afişanın mənası çətin anlaşılırsa, çətinlik səviyyəsi nədir?
3. Afişanın mənası başa düşülmürsə, niyə?
4. Sözügedən işarə əvvəllər eyni və ya fərqli mənalarda işləniymi?
5. Afişada dizaynı əvvəllər eyni və ya fərqli mənalarda istifadə olunubmu?
6. Afişada lazım olandan daha çox element var (məsələn, rəng, forma, faktura və s.). Beləliklə, sadəliyin keyfiyyəti nədir? İnsanlar simvollar, təsvirlər və bir çox başqa işarələrlə əhatə olunduğu üçün onları anlamaq, təsnif etmək və ünsiyyət üçün istifadə etmək istəyirlər. Mənə o mesajla həmin mesajı açan şəxs arasındakı münasibətdən yaranır.

Pragmatik perspektivdən qiymətləndirmədə afişa dizaynları və bunlardan istifadə edənlər (hədəf auditoriya) arasındakı əlaqə araşdırılır. “Bu, davranış kontekstində göstəricilərin mənbəyi, istifadəsi və təsirləri ilə məşğul olur. Başqa sözlə, işarələrlə onlardan istifadə edənlər arasındakı əlaqələri araşdırır. Dizaynda istifadə olunan mətn qrafikaları faydalı olmalı, diqqəti cəlb etməli və ətrafdakı digər vizual stimullardan fərqləndirməlidir. Bu zaman dizaynerin təxəyyülü ortaya çıxır. Dizaynerin şəxsi təcrübələri və bilikləri ilə yaratdığı vizualın orijinal və fərqli olması gözlənilir. Çünki afişa üçün ən vacib meyar, diqqət çəkməkdir.

Bu gün tipoqrafik animasiyalar kinetik tipoqrafiya və dəyişən şrift araşdırmaları

ilə artmışdır. Kinetik tipografiya mövzunu hərəkətli şriftlə izah edən və vizuallarla dəstəklənən video işdir. Dəyişən şrift tətbiqi, əksinə, birdən çox şrift üslubu kimi davranan tək bir şriftdir. Bu səbəbdən şriftlər afişa dizaynında dəyişikliklərlə canlandırılır.

Aparılan tədqiqatlar və tətbiq edilən yeniliklər nəticəsində afişa dizaynında dəyişən şriftlərdən istifadənin dizaynerlər üçün məhsuldarlığı artırdığı müşahidə edilmişdir. O, afişadakı mesajın çoxqatlı ifadə və hərəkət imkanları vasitəsilə daha effektiv şəkildə çatdırılmasını təmin edəcək. Bu səbəbdən, dəyişən şriftlərin üstünlük təşkil etdiyi web interfeysləri və mobil proqram interfeysləri ilə yanaşı, qrafik dizaynın müxtəlif mövzuları üçün elektron tətbiqetmə potensialına malik olduğu düşünülür.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Ambrose.G, Harris P. Qrafik dizaynın əsasları (ME Uslu, Trans.), - İstanbul, Litaratür Kitabevi, 2012.
2. Becer. E. İletişim ve Grafik Tasarım, - Ankara: Dost Kitabevi. 2009.
3. Turgut. E. Grafik dil ve anlatım biçimleri, - Ankara, Anı yayıncılık, 2013.
4. Uçar. T., F. Görsel iletişim ve grafik tasarım. - İstanbul, İnkılap Yayınları, 2004.
5. Üner. Ö. Rəssamlığın əsasları, - İstanbul: Yayınları deyir, 2010.
6. Yayla. H. Afiş Sanatının görsel iletişim sanatlarındakı yeri, Yüksek lisans tezi, YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (358173), 2014.
7. Yolcu. E. İncəsənət təhsili nəzəriyyələri və metodları, - Ankara: Nobel Nəşriyyatı, 2009.

Асадов Фарид Узейир

ТЕКСТОВЫЕ ОФОРМЛЕНИЯ ПОСТЕРОВ

Резюме: Плакат является средством визуальной коммуникации, передающий сообщение, которое он несет путем визуализации абстрактных или конкретных концепций, используя разные способы в зависимости от его содержания. Плакаты – это графическая продукция, визуализирующая содержание коммерческой, культурной или общественной жизни, на основе сочетания текста и различных форм визуального выражения и способная охватить широкую аудиторию за счет использования в частных или общественных местах, в помещениях. Самым важным элементом дизайна плаката является типографика. Важно правильно использовать конкретную цель или содержание, выбор шрифта, размер и расстояние между буквами. Письма, созданные с учетом их элементов, определяются как типографика.

Ключевые слова: плакат, типографика, каллиграфия, дизайн, семиотика, шрифт

Asadov Farid Uzeyir

TEXT DESIGNS OF POSTERS

Summary: A poster is a visual communication tool that conveys the message it carries by visualizing abstract or concrete concepts using different methods depending on its content. Posters are graphic products that visualize the content of commercial, cultural or social life based on a combination of text and various forms of visual expression and can reach a wide audience by being used in private or public places, indoors. The most important element of poster design is typography. It is important to use the specific purpose or content, font choice, point size and letter spacing in place and correctly. Writings designed with their elements in mind are defined as in typography.

Key words: poster, typography, calligraphy, design, semiotics, font

Məqalənin redaksiyaya daxil olma tarixi: 11.06.2024