



## BİLLBOARD TASARIMLARINDA ETKİN FOTOĞRAF VE TİPOGRAFI KULLANIMI\*

### EFFECTIVE USE OF PHOTOGRAPHY AND TYPOGRAPHY IN BILLBOARD DESIGNS

Burçin TUNCAY

Gönderim Tarihi: 20.10.2021

Kabul Tarihi: 22.11.2021

#### Öz

Açık hava reklamcılığının en önemli parçası olan billboard, kişilere kolayca ulaşabilen bir reklam aracıdır. Günümüzde rekabet ortamının fazla olduğu reklamcılık sektöründe, billboard tasarımları hızla büyüyerek gelişmektedir. "Ortam medyası" olarak da adlandırabileceğimiz billboard tasarımları, tüketiciyi şaşırtabilmeli ve etkin bir biçimde mesajı iletebilmelidir. Aynı zamanda mesajı beklenmedik bir anda sunmalıdır. Bunun için; en uygun çevre, insan kalabalığının fazla olduğu ortamlar ve araçların geçtiği yerler tercih edilerek etkileşim artırılmalıdır. Böylelikle güçlü bir bütünlük sağlanmış olup, hedef kitleye kolaylıkla ulaşılır. Ancak bunların öncesinde dikkat edilmesi gereken en önemli unsur; billboard tasarımlarında, doğru fotoğraf ve tipografi kullanımıdır. Billboard tasarımlarında, estetik ve teknik yönden uygun fotoğraf kullanılmalıdır. Tipografi anlamında; doğru yazı karakteri seçimi, espaslar, okunabilirlik vb. başlıklar dikkate alınarak düzenlemeler yapılmalıdır. Etkili bir tasarım için; fotoğraf, tipografi ve diğer grafik öğeleri ile birlikte harmanlanarak sunulmalıdır. Böylelikle tasarım, amacına doğru bir şekilde ulaşmış olacaktır.

**Anahtar Sözcükler:** *Tasarım, Grafik Tasarımı, Billboard Tasarımı, Fotoğraf, Tipografi*

#### Abstract

Billboard, which is the most important part of outdoor advertising, is an advertising tool that can easily reach people. Billboard designs are growing and developing rapidly in the advertising industry, where today's competitive environment is high. "Billboard designs", which we can also call environment media, should surprise the consumer and effectively convey the message. It should also deliver the message at an unexpected moment. For this; Interaction should be increased by choosing the most suitable environment, environments with a large number of people and places where vehicles pass. In this way, a strong unity is achieved and the target audience can be reached easily. However, the most important factor to be considered before these is the use of correct photography and typography in billboard designs. Aesthetically and technically appropriate photographs should be used in billboard designs. In terms of typography, adjustments should be made by considering factors such as correct font selection, spacing, readability. For an effective design, the photograph should be presented by blending it with typography and other graphic elements. In this way, the design will have achieved its purpose correctly.

**Keywords:** *Design, Graphic Design, Billboard Design, Photo, Typography*

\*Bu çalışma, 21-22 Haziran 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Uluslararası Sanat ve Tasarım Araştırmaları Kongresi çerçevesinde bildiri olarak sunulmuştur.

- **Alıntılama:** Tuncay, B. (2021). Billboard Tasarımlarında Etkin Fotoğraf ve Tipografi Kullanımı. STAR - Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi, 2(3), 62-74.
- **Sorumlu Yazar:** Öğr. Gör. Burçin TUNCAY, Beykent Üniversitesi, burcintuncay@beykent.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9495-0570

## Giriş

Reklam panosu olarak da adlandırdığımız billboard tasarımları, kalabalık ortamlarda karşımıza çıkan, bizimle iletişime geçen bir dış mekân reklam tanıtımıdır. Yoldan geçen ister sürücü olsun, ister yaya olsun reklam olarak büyük avantajlar sağlamaktadır. Dijital etkenlerin de katılımıyla tasarımcıya sunduğu avantajlar artmaktadır. Teknoloji sayesinde tasarımlarda kolaylıklar sağlamak ve daha rahat iletişime geçme imkânları doğmaktadır. Bu avantajı doğru bir şekilde kullanmak gerekmektedir.

Günümüzde rekabet ortamının olması, reklam çalışmalarının birbiri ile yarış içinde olması meslek gruplarından grafik tasarımının ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Grafik tasarımcı her türlü tasarım materyalini tasarlayabilir ve bu tasarım ürünleri çeşitlenebilir. Grafik tasarımcı tasarım yaparken, çeşitli öğeler kullanır. Bu öğelerin; yerinde, dengeli, orantılı ve anlaşılır olması önem taşımaktadır. Fotoğraf ve tipografi kullandığımız öğelerden öne çıkan iki kavramdır. Tasarımlarda görsel olarak vurgu yapılması, anlaşılır ve okunabilir olması bu iki öğenin dengeli kullanılması ile sağlanmaktadır.

Tasarımlarda doğru fotoğraf karesinin kullanılması gerekmektedir. Teknolojik imkânların sunduğu programlar sayesinde gerekli düzenleme işlemleri yapılarak etkili tasarımlar ortaya çıkar. Aynı şekilde; doğru yazı karakteri seçimi, punto değerleri, espas değerleri, bloklama gibi tipografik düzenlemeler sayesinde yaratıcı tasarımlar oluşur.

## Yöntem

Çalışmada, “betimsel tarama yöntemi” kullanılmıştır. Literatür araştırması ve eser incelemesi yapılmıştır. Sıralama olarak; grafik tasarım ile ilgili literatür bilgilerine yer verilmiştir. Bu bilgiler ışığında, fotoğraf, tipografi ve billboard konuları açıklanmıştır. Ardından, çeşitli billboard örnekleri sunulmuştur. Billboard örneklerinde; temel öğe olan fotoğraf ve tipografi ele alınarak yorumlama yapılmıştır.

### Grafik Tasarım

Hayal edilen düşüncenin, fikrin, ön taslağını oluşturarak, planlayarak şekil olarak ortaya çıkarmaya “tasarım” denir.

“Grafik tasarım görsel bir iletişim sanatıdır.” (Becer, 2005). Daha çok sanatçının elinden özgün biçimlendirmeye çıkan ya da özgün çoğaltmayla (baskı yöntemiyle) elde edilen eserin, bilgi iletmek, basılmak, kitle iletişim amaçlarında kullanılmak amacıyla hazırlanan; çizgi, yazı, resim ve bunların düzenlemeleriyle ilgili tasarımları kapsar (Sözen & Tanyeri, 1987). Bir mesajın açık, ekonomik ve estetik bir yolla iletilmesi grafik tasarımın başlıca amacı ve başarı ölçütüdür. Mesaj ise iletilmek istenen duygu, düşüncenin kaynak tarafından hedef kitle üzerinde tepki uyandırmak amacıyla bir simgeler dizisi biçiminde kodlanmasıdır (Alpan Bangir, 2004:196).

## Fotoğraf

Fotoğraf kelimesi ışık ve yazı anlamına gelen “photos” ve “graphes” kelimelerinden oluşmaktadır. Işık yardımı ile duyarlı yüzeye iz bırakmak anlamına gelen fotoğraf doğada yer alan tüm şekiller ve maddi varlıkların anlık görüntülerinin bir mekanizma ile alınarak ışığa duyarlı film, kâğıt vb. maddeler üzerinde görüntünün oluşması için ilk olarak fiziksel daha sonra kimyasal işlemler uygulanmasıdır (Teymur, 2000:1; Gemici, 2013:2). Fotoğraf, sanatçının bakış açısıyla şekillenen bir sanat dalıdır (Arat, 1997:54).

## Reklam ve Fotoğraf

En basit anlamı ile reklam dikkati çekmek veya birisini bir ürün ya da hizmetten haberdar etmektir. Gayri resmi yollardan yakın çevrenizle konuşarak reklam yapabilirsiniz ama çok sayıda insana ulaşmak isterseniz kitle iletişim araçları ile hedef kitleye ulaşmanız gerekir (Dyer, 2010:3).

Reklam kişisel olmayan bir satış çabası, pazarlama iletişimi yöntemidir (Elden, 2007:16). Reklam aynı zamanda bir iş, mal, hizmetin genel yayın araçlarından reklamın amacına uygun olanı ile geniş hedef kitlelere duyurulmasıdır. Reklam ile tüketici ürün hakkında bilgilenir, marka ile buluşur. Reklamlar yoluyla tüketici ürünün ne işe yaradığı ve sağladığı yararları anlar. Reklamda gördüğü öğeler ile hedef kitle ürünün vaatlerine inanır, harekete geçerek ürünü rakipleri arasından seçerek satın alma eylemi gerçekleştirir (Ertike, 2010:21).

İkna edici bir iletişim biçimi olarak reklam mecra olanakları, iletişim mesajları üzerinde tam denetim olanağı ve kullandığı iletişim aracına göre işitsel anlatım zenginlikleri ile marka yapılanma çabalarında vazgeçilmez bir rol ve işleve sahiptir (Ürper, 2012:58).

İlk olarak fotoğraf reklam amaçlı 1850’lerde kullanılmaya başlanmıştır. 1900’lü yıllardan sonra fotoğraflı afişler tasarlanmaya başlanmıştır. Bu yy.’da fotoğrafı reklam içerisinde barınmasını ve yer edinmesini sağlayan tasarımcılar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları Aleksandr Rodchenko, Charles Coiner, El Lissitzky, Gustav Klutssis, HenryWolf, Jan Tschichold olarak sayılabilir (Göçmen, 2006:95). Reklamlarda fotoğraf kullanılmasının amacı hedef kitlede ilginin artmasını sağlamaya çalışmaktır. Reklam fotoğrafları afişlerin yanı sıra billboard, broşür, gibi tüm reklam alanlarında kullanılmaktadır (Kasım, 2005:100). Ayrıca reklam verilen mecralar arasında gazete, dergi ilanları da bulunmaktadır. Dergi ilanları seçkin kitlelere erişen, görsel kalitesi yüksek mecralar oluşturur. Gazetelerde reklamlar günlük olarak çıktığı için farklı hedef kitlelere ulaşan bir mecradan oluşmaktadır. Bu reklamlarda başlık, alt başlık, ya da slogan önemlidir (Serdarlı, 2008:100-108).

Reklam fotoğrafında temel amaç ürünün alınması ve tüketilmesine itilmesidir. Bu fotoğraflar her an karşımıza çıkarak hedef kitlede kullanma isteği uyandırır. Bu sebeple çekimlerde ürün hakkında yeterince bilgi verecek ya da çekimin kompozisyon ya da kurgusunda ürünü almaya ikna edecek düzenlemeler yapılmalıdır. Bu görüntüler insanları tüketime ikna edebilmelidir. Reklam fotoğrafçısının amacı ister mesaj iletmek, isterse ürünü satmak olsun fotoğrafında ele aldığı konu belirgin ve etkin olmalıdır (Kafalı, 2003:292).

## Tipografi

Bir grafik tasarım içerisinde yazıyla ilgili sanatsal düzenlemenin yapılması işlemi tipografidir. Tipografi sözcüğü Yunanca'da şekil, sembol anlamına gelen "typos" ve yazmak, çizmek anlamına gelen "graphein" sözcüklerinin birleşiminden meydana gelmiştir. Yazıyı forma sokma sanatı olarak adlandırılabilir tipografi, tüm dünya dilleri ve alfabelerinde sözün görselleşmesi boyutunda özel bir yere sahiptir (Uçar, 2004). Karter'e göre tipografi, iletişimin yoğun bir görsel biçimi olarak, tüm düşünce ve bilgileri insanoğluna görsel bir etkiyle iletme aracıdır.

Jean'a göre ise inceden kalına, kıstadan uzuna doğru giden sayısız biçimsel oyun arasında yapılan doğru bir seçimin yardımıyla metnin yorumlanıp düzenlenmesi sanattır (Kaptan & Sürmeli, 2011).

Tipografi, tasarımın temel prensiplerini ve öğelerini anlatmak için harflerin, rakamların, sembollerin ve şekillerin mekanik olarak üretilmesi sanatı olarak da tanımlanabilir (Solomon, 1986). Günümüzde tipografi, baskı yazılarının, noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanıdır (Becer, 2005:176).

Tipografinin basılı yazılara anlaşılabilir ve okunabilir olmalarını sağlayan bir ses kazandırdığı söylenmektedir. Kişisel bilgi birikimi, beğeniler ve moda bu tipografik tercihlerde etkili olacaktır fakat okunaklılık, anlaşılabilirlik, baskı kalitesi gibi öğeler de göz önünde bulundurulması gereken etkenlerdir (Lumgair, 1999:71).

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. Kuşkusuz mesajın içeriğiyle tipografinin uyuşması grafik tasarımcılarının en sıklıkla çözüm bulmak zorunda kaldığı durum olmaktadır. Yazı karakterlerinin hepsi notalar gibi farklı bir sese, tona, çağrışım ilişkilerine sahip bulunmaktadır. Bir grafik tasarımcının en çok çözmek zorunda kaldığı problem belki de bu olarak görülmektedir. Grafik tasarımcısı tasarımının tipografik çözümlenmesine sıra geldiğinde, elindeki içeriğe nasıl görsel bir tonaj, ciddiyet, samimiyet, inandırıcılık ve tarz vereceğine karar vermektedir. Çoğu kez okunabilirlik ve görsel algılanabilme gibi tipografinin pragmatik işlevleri göz önünde olsa da, aslında tipografi tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanı olarak bilinmektedir. Tipografi, tasarımda son derece önemli ve gerekli bir konu olduğu için her grafik tasarımcısının üzerinde titizlikle durması gerekmektedir. Zira resim, illüstrasyon, diagram, renk kullanmadan grafik tasarımlar oluşturmak mümkündür, ancak yazı ve tipografi tüm grafik tasarım ihtiyaçlarının karşılanmasında temel öğe olarak yer almaktadır (Uçar, 2002:106-162). "İçinde bulunduğumuz dünyada, bilginin görselleştirilmesi, görselleştirilmiş bilginin de iletişim içinde yer alması ve elbette anlaşılıp yorumlanabilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla iletilmek istenen bilginin anlaşılması ve yorumlanması tipografik tasarım başarısıyla doğru orantılıdır denilebilir" (Yazar, 2020: 257).

Tipografi yazı aracılığıyla gerçekleştirilen grafik iletişimi olup, birinci işlevinin okumak olduğu bilinmektedir. Tasarımcı tipografi dilini iyi tanıyarak ve kullanarak çalışmalarını yapmaktadır. Kurum için sayısız yazı türleri arasından metin, başlık ve sloganlar için en uygun yazı karakterlerini özenle seçmektedir. Daha sonra basılacak malzemeye göre yazı büyüklüklerini ayarlamaktadır. Ayrıca aktarılacak istenen bilgi önem sırasına göre bölümlere ayrılmaktadır. Bölümler ve alt bölümlerden oluşan biçimsel bloklamalar, simge ve renkler ile yapılandırılarak yazı bloklarının okuyucu tarafından daha kolay algılanıp süratli okunması sağlanmaktadır (Teker, 2002:219).

Okunabilir bir yazı, tipografinin merkezi olarak görülmektedir. Çünkü zayıf ve harf formundan uzak bir yazı karakteri, yazıların önemini anlaşılmamasına neden olmakta ve sadece bunlara konsantre olunmasına neden olmaktadır. Tutarlı bir espas, (harf arası) okumayı kolaylaştırmakta ve ahenk sağlamaktadır. Bir yazı karakterinin seçiminin içerikle eşdeğer olması ve onu yansıtmaya önem taşımaktadır. Önemli olan şeyin onu seçmek, başlamak ve bitirmek olduğu bilinmektedir (İstek, 2004:115).

### **Biçimsel Özelliklerine Göre Yazı Karakterleri**

**Tırnaklı (Serifli) Yazı Karakterleri:** Tırnakları olan yazı karakterleridir.

Tırnaklı yazı karakterlerinin okunaklılığının oldukça yüksek olduğu yapılan araştırmalar sonunda ortaya konmuştur. Kitap, gazete ve raporlar gibi uzun metin içeren ürünlerde bu karakterlerin kullanımı okumayı kolaylaştırmakta ve tırnakları sayesinde görsel anlamda bir bütünlük oluşturmaktadır. Times Roman yazı karakteri bu stilin en başarılı örneklerinden biri olmakta ve 1900'lü yıllardan beri özellikle gazetelerin vazgeçemediği bir karakter olarak kullanılmaktadır. Caslon ise 1800'lü yıllarda ortaya çıkmış ve görsel olarak ilgi çekici bir karakter olarak bilinmektedir. Örnek olarak; Palatino, Lubalin Graph, Clarendon, Memphis ve New Century Schoolbook verilebilir (Parker, 1989:40).

**Tırnaksız (Sans Serif) Yazı Karakterleri:** Helvetica, Futura gibi harflerin başı ve sonu düz biten yazı karakterleridir.

**Script yazı karakterleri:** El yazısına benzeyen ve resmiyet gerektirmeyen yazışmalarda kullanılır.

**Dekoratif yazı fontları:** Özel amaçlı tasarımlarda kullanılır. Metin yazılarında tercih edilmezler. Sanatsal çalışmalarda, başlık, afiş vb. yerlerde kullanılır.

### **Yazılarda Kalınlık**

“Bu terim harf şekilleri çizimlerinin Romen olan türleri ile daha kalın ve ince gövde yapısına sahip olanlarının birbirinden ayrıştırılması için kullanılan bir terimdir. Tipografide sabit bir kalınlık birimi yoktur. Roma taş yazıtlarındaki harflerin oranlarına sahip olan yazı türlerine “Romen” denir. Gövdesi bu yazılardan daha ince olanlarına “Light”, kalın olanlarına ise “Bold” denir. Ayrıca kimi yazı türlerinin “Demi Bold, Ultra Bold, Black, Ultra Light” gibi türleri de vardır” (Metin, 2008:13).

**Majiskül:** Büyük harflere denir.

**Miniskül:** Küçük harflere denir.

**Espas:** Kelime ve paragraf aralarına verilen boşluğa denir.

### **Tipografik Tasarımda Başlıca Metin Düzenleme Biçimleri**

- Sağ ve soldan satırların eşit boyutlarda başlama ve kesilişi (Tam blok veya sütun)
- Sağa hizalanmış, solda satır bitişleri değişik boyutlarda (Sağa blok)
- Sola hizalanmış, sağda satır başlangıçları değişik boyutlarda (Sola blok)
- Sağ ve solda satır başlangıç ve bitişleri değişik boyutlarda ve merkez orta olmak üzere simetrik görünüm (Ortalama blok) (Erden, 1986:27).

### **Fotoğraf ve Tipografi**

Grafik tasarım; yazılı iletişim olan tipografi ve görsel iletişim aracı olan fotoğrafı, yani bu iki bağımsız ögeyi bir araya getirmeye olanak sağlamıştır.

İkisi ayrı ayrı kavramsal içeriğe bürünmüş olan bu iki öge yetenekli tasarımcıların elinde birbiri içerisinde eriyerek bir bütün olur. Tasarım içerisinde hem görselin hem tipografinin bir araya gelmesiyle oluşturulmuş, hedef kitlesi doğru belirlenmiş, elemanları doğru organize edilmiş kompozisyonlarla aktarılan mesajın anlaşılabilmesi söz konusu değildir. Üstelik görsel olarak kullanılan öge gerçekliği yansıtan bir iletişim aracı olan fotoğraf ise, yapılan tasarımlar sayesinde mesaj sadece anlaşılmaz, izleyicisine yaşatılır. Tipografi ise aktarılması istenen fikre nokta koyar. Bu iki ögenin birbirlerine kattıkları değer ile tasarım, tasarımcının zihnindeki görüntüsünden, okuyucunun zihnindeki görüntüsüne dönüşür. Bu iki farklı sistemin bir araya geldiği tasarımlarla ilgili meggs iki problem belirlemiştir; “Tamamen farklı iki iletişim sistemi için birinci problem dil işaretleri ve imajlar arasındaki görsel organizasyon problemidir. Bu iki sistem bütünüyle etkileşimli olarak birleştirilmelidir. İkinci problem mesaj oluşturmayla ilgilidir. Bu iki farklı sistem birbirine katkı sağlamak ve güçlendirmek için nasıl bir araya gelebilir?” (Meggs, 1992:41).

Fotoğrafın icadı ve tasarımlar içerisinde kullanılması ile tipofoto terimi grafik tasarımda yer edinmiştir. Tipofoto teriminin ilk olarak kim tarafından kullanıldığı bilinmemekle birlikte Moholy Nagy tipografi ve fotoğrafın kompozisyonunu yeni bir görsel yazın olarak duyurmuştur (Newark, 2002:101).

### **Billboard**

Billboard reklamı, bir şirketi, markayı, ürünü, hizmeti veya kampanyayı pazarlamak için büyük ölçekli bir baskı reklamı kullanma işlemidir. Billboardlar genellikle karayolları ve şehirler gibi yüksek trafik alanlarına yerleştirilir, bu nedenle fazla sürücü ve yaya tarafından görülür. Billboard reklamcılığı, marka bilinirliği oluşturmak ve işinizi (ürün veya kampanyanızı) mümkün olduğunca çok kişiye yaymak için etkilidir. Bu tür yoğun alanlarda oldukları için, reklam panoları diğer pazarlama yöntemleriyle karşılaştırıldığında en fazla sayıda görüş ve gösterime sahip olma eğilimindedir (<http://help.planports.com/Blog/Post/billboard-reklamciligi-nedir>).

### Billboard Kullanım Alanları

Billboard reklamları dikkat çekici olduğu için daha yoğun ve işlek caddelerde, meydanlarda kullanılmaktadır. Bu nedenle asılı olan reklam afişinin daha hızlı bir şekilde buralarda bulunan insanların dikkatini çekmesi için daha dikkat çekici grafikler, başlıklar kullanılır. Buradaki amaç reklam veren markanın adını veya kampanyalarını duyurmaktır. Billboard baskının ölçüleri standart ölçüler olup 350×200 cm olarak belirlenmiştir. Fakat bu ölçüler özel alanlar için değişebilir. Çoğumuzun sıklıkla karşılaştığı billboardlar dikdörtgen biçimindedir. Aynı zaman da billboardlar tek parça halinde veya dört parça halinde basıma hazırlanır (<https://www.unionistanbul.com/billboard-nedir/>).

### Billboard Reklam Etkisi

- Reklam müşterinin istediği sürece billboard'da kalabilir.
- Yer aldığı konum itibariyle reklam getirisi artar.
- Modern bir reklam ve etkili bir iletişim çeşididir.
- Billboard reklamları TV reklamları kadar geniş bir kitleye hitap eder.
- Büyük boyutlara sahip oldukları için fazlasıyla dikkat çekerler (<https://hermesreklam.com/billboard-baski/>).

### Billboard Çeşitleri

- 1) Ayaklı ışıklı poster olanlar
- 2) Bombeli ışıklı olanlar
- 3) Su tanklı helezon çeşidi
- 4) Convex light box
- 5) Işıklı billboardlar
- 6) Light box
- 7) Snap light
- 8) Menü billboardları
- 9) Notice billboardları
- 10) Show board kilitli billboardlar gibi çeşitleri mevcuttur. En çok karşımıza çıkan billboard çeşitleri aşağıda örneklerle sunulmuştur: (<https://hermesreklam.com/billboard-baski/>).

**Işıklı Billboard:** Şehir merkezlerinde en çok karşımıza çıkan Billboard reklam türlerindedir. Hava koşullarına göre üretimi yapılır. Reklam özelliği diğer panolara göre daha fazladır. Işıklı reklamlar ile yapılan reklam; görsellik, dikkat çekmesi ve ebat bakımından daha fazla öne çıkar.



Görsel 1. Işıklı Billboard.

**Luna Billboard:** Kaldırım, park, yol kenarları ve duraklar gibi alanlarda kullanılan iki taraflı görünen Billboard panosuna denir. Genellikle trafiğin iki tarafından da sergilenen bu reklamlar, hedef kitlenin yolculuk sırasında gözlerinin önünde olan açık hava reklam çeşididir. Çift taraflı olması Billboard'un reklam alanının daha fazla etkili hale gelmesini sağlar.



Görsel 2. Luna Billboard.

### Billboard Reklamının Özellikleri

Etkili billboard reklam uzun süre hafızalardan çıkmayan ve tüketicilerin aklında kalabilir. Bu yüzden tanıtımın grafikleri, sloganın rengi, biçimi ve bunlarının tüketiciye verilmek istenen reklam mesajı ile uyumu çok önemlidir (Karaca, 2010).

### İyi Bir Billboard Tanıtımının Özellikleri;

- Billboard reklam ilgi çekici olmalıdır,
- Verilen mesaj tüketiciler tarafından kolay anlaşılacak şekilde olmalıdır,
- Çizgi, renk ve sloganlar uyum içinde olmalıdır,
- Resim ve iletilmek istenen mesaj tanıtımın ana fikrini en iyi şekilde ifade etmelidir,



- Tüketicie ürün hakkında bilgi vermelidir,
- Hedef kitlelerde satın alma isteği yaratmalıdır,
- Billboard reklamı harekete geçirici ifadeler içermelidir,
- Hedef kitlenin sosyal ve ekonomik durumlarına göre düzenlenmeli, anlaşılabilir bir dil ve anlatım tarzına sahip olmalıdır (Karaca, 2010).

### Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde; billboard tasarım örnekleri, fotoğraf ve tipografi öğeleri üzerinden analizler yapılarak ve yorumlanarak doğru tasarımın ortaya nasıl çıktığı açıklanmıştır.

### Billboard Tasarım Örneklerinin Yorumlanması

#### 1- Pike Nurseries Billboard Reklamı



Görsel 3. Pike Nurseries Billboard Reklamı.

Billboard tasarımı dikdörtgen bir form üzerine oluşturulmuştur. Tasarımın sağ tarafında; fotoğraflar, yazılar yerleştirilirken, sol tarafında ise; firmanın logotype ı yer almaktadır. Logotype, majiskül harflerden oluşmuştur ve arkasına elips bir şekil yerleştirilmiştir. Tasarımda arka plan olarak, açık mavi bir zemin fotoğrafından yararlanılmıştır. Kullanılan zemin fotoğrafı ile üzerine yerleştirilen öğelerin dikkat çekilerek vurgulanması sağlanmıştır. Çeşitli fotoğraflar; içeriğe uygun bir şekilde yerleştirilerek, ürün ile ilgili bilgiler verilmektedir. Aynı zamanda toprak fotoğrafı kullanılarak, (firmanın içeriğine vurgu yapması) tipografik öğelerin fotoğrafla birlikte bütün olarak uyum içinde kullanılması sağlanmıştır. Tipografik öğe olarak tırnaklı, tırnaksız ve el yazısı karakterleri tercih edilmiştir. Tipografik öğeler net bir şekilde okunmaktadır ve diğer öğelerle uyum içindedir. Renk olarak içeriğe uygun; yeşiller, kahverengi, çiçek renkleri ve açık tonlardan yararlanılmıştır. İlk bakışta tasarım karmaşık gibi duruyor algısı verse de, billboard tasarımı fotoğraf ve tipografik öğeleriyle birlikte anlaşılır, net bir şekilde tasarlanmıştır.

## 2- Tchibo Kahve 3 boyutlu Billboard Reklamı



Görsel 4. Tchibo Kahve 3 boyutlu Billboard Reklamı.

Billboard tasarımı, kenarları oval bir dikdörtgen form üzerine oluşturulmuştur. Tasarımda; kahve ürününe uygun olan, kahverengi renkte geçişli bir background (arka plan) kullanılmıştır. Tchibo yazısında sans serif script yazı karakteri kullanılmıştır. Bu şekilde kıvrımlı yazı karakteri kullanılarak amblem ile bütünlük sağlanmıştır. Tasarım ikiye bölünmüş ve sol tarafta tipografik metinlere yer verilmiştir. Sağ tarafta ise, ürün ile ilgili fotoğraflara yer verilmiştir. Kullanılan sloganın rengi, ürüne gönderme yapılarak aynı tonlarda kullanılması okunaklılığı azaltmıştır. Büyük hacimli, aynı zamanda 3 boyutlu fotoğraf kullanılması ürünün farkındalığını arttırarak, gerçeklik etkisi ve boyut kazanmasını sağlamıştır. Fotoğrafların etkin gözükmesi için koyu renkli gölgelerden yararlanılmıştır. Sade ama net olan bu tasarımda, ilk bakıldığı gibi mesaj algılanmaktadır. Bu da tasarımın başarılı olduğunu göstermektedir.

## 3- Diş Konulu Billboard Reklamı



Görsel 5. Diş Konulu Billboard Reklamı.

Billboard tasarımı dikdörtgen bir form üzerine oluşturulmuştur. Tasarımın sağ tarafında, mesajı vurgulayan net bir fotoğraf ve sol tarafta ise, tipografik öğelere yer verilmiştir. Arka plan olarak açık gri renk kullanarak, fotoğraf ve tipografik öğelerin ön plana çıkması sağlanmıştır. Tipografik olarak; el yazısı yazı karakteri, aynı zamanda bold ve tırnaksız yazı karakteri tercih edilmiştir. Tipografik öğeler; espas, okunurluk açısından net ve okunabilmektedir. Tipografik öğelerde renk olarak; temizliği, ağız bakımını çağrıştıran yeşil ve mavi renk kullanılmıştır. Sağ taraftaki fotoğraf tek başına ürünle ilgili bilgiyi ve mesajı verdiği için dolayı başka bir öğeye ihtiyaç duyulmamıştır. Net, pürüzsüz, espri içerikli bir fotoğraf kullanılarak ürün ve billboard tasarımı daha da dikkat çekici hale getirilmiştir.

#### 4- Arçelik Billboard Reklamı



Görsel 6. Arçelik Billboard Reklamı.

Ünlü bir marka olan Arçelik firmasının, billboard tasarımı dikdörtgen formda tasarlanmıştır. Tipografik öğelerden ve fotoğraflardan oluşan bir tasarım oluşturulmuştur. Arka planda, dokulu bir zemin kullanılmıştır. Kullanılan zemin açık renklerden oluştuğu için; üzerinde kullanılan tipografik öğeler, logolar ve amblemler ön planda yer almaktadır. Firma ismi (logotype); siyah renkte, tırnaksız ve eğik bir yazı karakterinden oluşmaktadır. Diğer tipografik öğeler; tırnaksız, bold, ince yazı karakterleri ve renk olarak siyah, kırmızı tercih edilmiştir. Tipografik öğeler, okunurluluğu ve algılanması açısından başarılı durmaktadır. Fotoğrafta kullanılan ürün fotoğrafları, bir arada sol tarafta konumlandırılarak kullanılmıştır. Ürün fotoğraflarının vurgulanması için, arkasına kırmızı renkte dalgalı kumaş fotoğrafı kullanılmıştır. Aynı zamanda fotoğraflar, sloganı destekleyici özellikte bir araya gelerek yerleştirilmiştir. Başka öğeye gerek duymadan; fotoğraf ve tipografik öğeler ile birlikte başarılı bir billboard tasarımı ortaya çıkmıştır.

## Sonuç

Grafik tasarım, her alanda hayatımızın bir parçası olmuştur. Günlük hayatımızda farkında olmadan sürekli çeşitli reklam tasarımlarıyla iletişim halinde oluruz. İşte bu tasarımların oluşmasını sağlayan iki önemli öge yaygın bir şekilde kullanılır: Fotoğraf ve Tipografi. Fotoğraflar; bir ürün, hizmetin tanıtılması (reklamının yapılması) yolu ile satışının sağlanması amacı ile kullanılmaktadır. Fotoğraflar ürünün cazip hale gelmesini sağlayarak, hedef kitle ile etkili iletişimi artırır. Hedef kitle belirlendikten sonra hangi mecra ile iletişim kuracağımıza karar veririz. Günümüzde çok popüler olan billboard tasarımları ile üretici ve tüketici arasındaki bu ilişkiyi doğru fotoğraf, tipografik tercihler, diğer grafik öğelerin uyumu ile sağlamış oluruz. Hedef kitleyi ikna etmek ve inandırmak için, sıraladığımız bu öğelere her zaman ihtiyaç vardır.

Fotoğraf sayesinde doğru mesajı vermek, fikrimizi hedef kitleye iletmek, çalışmamızın estetik gözükmesi, düşündürebilmesi vb. kriterleri oluşturmamız gerekir. Bu yüzden bütün tasarımlarda ve billboard tasarımlarımızda yüksek çözünürlüklü (kaliteli ve net olan) ve içeriği destekleyen fotoğraf kareleri kullanmalıyız. Diğer yandan tasarımlarımızda dijital olanakların bize sunduğu, çeşitli programlar sayesinde fotoğraflarımızı işleyerek, anlatım dilini değiştirebiliriz. Bunun yanında tipografi kavramı ile doğru bir şekilde bir araya geldiği zaman, estetik ve yaratıcı tasarımların ortaya çıkması kaçınılmazdır.

Bu çalışmada yorumlanan billboard reklam örneklerinde genel olarak; tipografik öğeler karmaşık değildi. Yazı karakteri seçimi, espasları (boşlukları), puntosu (ölçüsü), rengi vb. unsurlara dikkat edilerek tasarımlar yapılmıştır. Çalışmalarda; mesajlar direkt algılanıyor, okunuyor ve diğer öğeler rahatlıkla vurgulanıyordu. Kullanılan fotoğraf kareleri, içeriği destekler nitelikte yer verilmiştir. Çok fazla öge kullanmadan, az öge ile yani fotoğraf ve tipografi ile net ve başarılı tasarımlar ortaya çıkarılmıştır. Billboard tasarımları; uzun ya da kısa süre, hedef kitle ile iletişim halinde olacağından, ona göre karar verilip, iyi analiz edilip, doğru öğelerin bir araya gelmesinin tasarım açısından önemi vurgulanmıştır.

Değerlendirilen 4 adet billboard reklam tasarımında; etkin fotoğraf ve tipografinin doğru bir şekilde bir araya geldiğinde, farklı bir öğeye gerek duymadan başarılı billboard tasarımların ortaya çıkacağı sonucuna varılmıştır.

## Kaynaklar

- Alpan B, G. (2004), *“Ders Kitaplarındaki Grafik Tasarımın Öğrenci Başarısına ve Derse İlişkin Tutumlarına Etkisi”*, Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, s: 196.
- Arat, N. (1997). Sembolik Form Olarak Sanat. İstanbul. Edebiyat Fakültesi Basımevi.
- Becer, E. (2005). “İletişim ve Grafik Tasarım”, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Buyurgan, S. ve Buyurgan, U. (2001). “Sanat Eğitimi ve Öğretimi”, Ankara: Dersal Yayıncılık.
- Dr. Odabaşı H. (1996). “Grafikte Temel Tasarım”, İstanbul, s: 69.
- Dyer, G. (2010). İletişim olarak reklamcılık. (M. N. Ö. Taşkıran, Çev.) İstanbul. Beta Basım A.Ş. Erden, Ç. “Ders Notları”.
- Ertike, S. A. (2010). Reklam (temel kavramlar, teknik bilgiler, örnekler). Ankara. Detay Yayıncılık.
- Gemici, Ö. (2013). Temel Fotoğraf Bilgisi. Ankara. Öncü Yayınevi.
- Göçmen, P. (2016). Görsel Hikâye Anlatımı Bağlamında Basılı Reklamlarda Fotoğraf Kullanımı. Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım dergisi. Sayı 17, 91-105.

- İstek, R. (2004). "Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni", İstanbul: Pusula Yay.
- Kafalı, N. (2003). Bir görsel iletişim aracı olarak fotoğrafta belirginlik. Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi. Sayı 8, 292-304.
- Kaptan, A. Y. & Sürmeli, K. (2011). "Çocuk Dergilerinde Karşılaşılan Tipografi Sorunları ve Çözüm Önerileri", İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, sayfa: 183- 197.
- Kasım, M. (2005). Reklam Fotoğrafçılığı, Konya. Çizgi Kitabevi.
- Lumgair, C. (1999). "Creative Design with Your Computer", NTC/ Contemporary Publishing Company, Chicago.
- Meggs, P. B. (1992). "Type And Image", New York: John Wiley & Sons
- Metin, A. C. (2008). "Tipografinin Temel Kavramları ve Türkiye'de Tipografi Eğitimi", Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.
- Newark, Q. (2002). "What Is The Graphic Design?", Switzerland: Rotovision.
- Parker, R. C. (1989). "The Makeover Book", NC: Ventana Press.
- Serdarlı, E. (2008). Reklam yazmak. İstanbul. Besa basın yayım dağıtım.
- Solomon, M. (1986). "The Art of Typography", New York: Watson and Guptill.
- Sözen, M. & TANYERİ, U. (1987). "Sanat Terimleri ve Kavramları Sözlüğü", İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Teker, U. (2002). "Grafik Tasarım ve Reklam", 2. Baskı. İzmir: Dokuz Eylül Yayıncılık.
- Uçar, T. (2004). "Görsel İletişim ve Grafik Tasarım", İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Ürper, O. (2012). Dijital Teknoloji Çağında Reklam Fotoğrafçılığı. İstanbul. Say Yayınları.
- Yazar, T. (2020). "Sanat Ve Teknoloji İlişkisinde Görsel İletişim Aracı Olarak Tipografi ve Eğitim Sürecindeki Uygulama Yaklaşımları", International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art, Volume:5, Issue:11, e-ISSN: 2548-0634.
- URL 1: Karaca, E. (2010). Billboard Reklamının Özellikleri, <https://reklam.com.tr/blog/billboard-reklamının-ozellikleri> adresinden 23.05.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.
- URL 2: Teymur, T. (2000). Fotoğraf Nedir. <http://www.fotografya.gen.tr/issue-6/temel.html> adresinden 16.05.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.
- URL 3: Billboard, <http://help.planports.com/Blog/Post/billboard-reklamciligi-nedir> adresinden 23.05.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.
- URL 4: Billboard Reklam Etkisi, Billboard Çeşitleri, <https://hermesreklam.com/billboard-baski/> adresinden 22.05.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.
- URL 5: Billboard Kullanım Alanları, <https://www.unionistanbul.com/billboard-nedir/> adresinden 22.05.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.

## Görsel Kaynaklar

- Görsel 1. Işıklı Billboard,  
[http://zeminli.com/img/hizmetlerimiz/dijital\\_baski/raket\\_billboard\\_megalight/raket\\_billboard\\_megali\\_gh\\_02.jpg](http://zeminli.com/img/hizmetlerimiz/dijital_baski/raket_billboard_megalight/raket_billboard_megali_gh_02.jpg), Erişim tarihi: 22.05.2021.
- Görsel 2. Luna Billboard, <https://medyavadisi.com/hizmetlerimiz/acik-hava-reklamciligi/>, Erişim tarihi: 22.05.2021.
- Görsel 3. Pike Nurseries Billboard Reklamı, <http://www.nikitaylorjones.com/billboard-design/2018/2/12/ns8dpd1jx01gdr6nkbxs7i4f9toOnt>, Erişim tarihi: 22.05.2021.
- Görsel 4. Tchibo Kahve 3 boyutlu Billboard Reklamı,  
[https://adbuzzer.files.wordpress.com/2010/07/tchibo\\_crema\\_zlocista-pianka\\_billboard3dc.jpg](https://adbuzzer.files.wordpress.com/2010/07/tchibo_crema_zlocista-pianka_billboard3dc.jpg), Erişim tarihi: 22.05.2021.
- Görsel 5. Diş Konulu Billboard Reklamı, <http://media3m.com/matbaa/tabela/>, Erişim tarihi: 22.05.2021.
- Görsel 6. Arçelik Billboard Reklamı, <https://artte.co/portfolio/arcelik-kibris-billboard-tasarim/>, Erişim tarihi: 26.11.2021.