

POPÜLER MÜZİK ALBÜM KAPAKLARININ TASARIM SORUNLARI*

Fatih ÖZDEMİR*

İnönü Üniversitesi Güzel Sanatlar Eğitimi Resim Bölümü, Malatya

ÖZET

Görsel iletişim, grafik tasarım ve yazı eğitimi alan bir tasarımcı, toplumla görsel anlamda iletişim kurarken, o toplumu çok iyi tanımalı, ihtiyaçlarını çok iyi bilmelidir. Sürekli değişen ve gelişen kültür anlayışı ve toplum yapısı içerisinde kendini güncel tutmalı, bununla birlikte kültürün sanata yansımalarını da kavrayabilmelidir. İnsanların beğenileri arasındaki benzer noktaları fark edebilmeli, yapacağı tasarımlarda hedef kitlesinin işitsel beğenilerine paralel olarak görsel beğenilerini anlamalı, daha etkili sonuçlara ulaşabilmek için bu yönde planlamalar yapmalıdır. Toplumdaki değişimlerin müziğe nasıl yansıdığını ve tasarım kültürünü nasıl etkilediğini bilen tasarımcı, yapacağı işlerde nasıl bir tavır belirlemesi gerektiğini ve hedef kitlesine ulaşmaya çalışırken nasıl bir yol izlemesi gerektiğini bilecektir. Böylece, hedef kitlenin dinlediği müzik türü, onun beğendiği yazı karakterleri ve tipografi ile doğru orantılı olacağından, hedef kitleyi kalbinden vurmak için en doğru atışı yapabilecektir.

Bu araştırma, 2000’li yılların ikinci yarısında yayınlanan popüler müzik albümlerinin dış görselleri ile içerikleri arasındaki ilişkileri temel alarak, seçilen fontlarla ve yapılan tasarımlarla, biçim içerik ilişkilerini incelemek amacı ile yapılmıştır. Yapılan çalışmada, bu dönem içerisinde piyasaya çıkan albüm kapakları incelenmiş, tasarımlarıyla içerdikleri müzik türü arasındaki ilişkiler ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pop müzik, albüm kapağı, tipografi, grafik tasarım.

DESIGN PROBLEMS OF POPULAR MUSIC ALBUM ARTS

ABSTRACT

A graphic designer who has educated about visual communication, graphic design and typography should recognize and know the needs of the society very best, when communicating with the society. He should keep himself up-to-date within constantly changing and evolving culture and social organism and should understand the reflections of culture to the art. He also should recognize the similarities between people's tastes and should recognize the target audience's tastes. While designing album arts, if the designer knows how the music reflected by the changes in society and how it affects on design culture, he will know what he must do when trying to connect with the target audience. So, he will be successful on his album art designs.

In this research, it has been made a careful consideration of popular music album arts which are published after 2004. I realize a weak relationship between the albums' music styles and the album arts. It has been examined the album arts via typography, illustration, photography and the basic design rules and analyze them.

Keywords: Pop music, album art, typography, graphic design.

* Bu araştırma 2007’de İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsünde tamamlanan “Popüler Müzik Kültürünün Tipografiye Yansımaları” başlıklı Yüksek Lisans tezinin bir bölümünden hareketle oluşturulmuştur.

1. GİRİŞ

İnsan, varoluşundan bu yana birlikte yaşamanın başlıca koşulu olan iletişime bir düzen ve açıklık getirmek istemiş, düşünce ve kavramlara görsel bir anlatım kazandırmanın yollarını araştırmıştır. Mağara duvarlarındaki resim ve işaretler, görsel iletişimin başlangıcı olmuştur. Bu ilk yazılı ifadelerde resim ve yazı iç içe -Mısır Hiyeroglifleri gibi- yer alırken, zamanla resimsel özelliklerin soyutlaşması ve sembollere dönüşmesiyle yazı özgün yapısına ulaşmıştır. Böylece bir görsel ifade aracı olarak resim ve sözel ifadenin sembolik işaretlerle kâğıda aktarılması olarak yazı, iki ayrı iletişim unsuru olarak yerini almıştır. Grafik tasarım, işte bu iki iletişim unsuru olan yazı ve resmi, birbirini tamamlayan bir biçimde aynı ortamda kullanarak, yeni bir iletişim türü yaratmıştır (Pektaş,1992:1). Bu iletişim türü ise, her iki öğeyi de içerisinde barındırdığı için en güçlü iletişim yollarından birisi olmuştur. Sanatın başka bir dalı olan müzik de, sanat tarihi boyunca resim ile iç içe olmuş ve birbirlerini etkilemişlerdir. Wassily Kandinsky, 1911’de Münih’te verilen bir konserden sonra Schönberg’le bu konuda mektuplaşır. Mektupta bu ilişkiyi; “Sizin bestelerinizdeki ses çizgilerinin birbirinden bağımsız yürüyüşlerini, özgün yaşamlarını ben de resimde bulmaya çalışıyorum” (İpşiroğlu,1995:49) şeklinde ifade etmiştir. Yıldırım’a (2007) göre bulunduğumuz ortam kimliğimizi belirlemekte, kimliğimiz de etkinliklerimizi yansıtmaktadır. Müzik bizim için vazgeçilmez bir öğe olmanın yanında kimliğimizi, kültürümüzü ifade eden semboller ve davranış biçimlerini bünyesinde barındırmaktadır. Lull’a (2000: 69) göre müzik tarzları değiştiğinde, şarkıların insanlara ilettiği anlamların içeriği de değişmektedir. Ezgi seçimi metindeki mesajın iletilmesi, alınılması ve kalıcılığı açısından belirleyici olabilmektedir. İletilen içeriğin, dinleyiciye nerede ve ne zaman iletiildiği de önemlidir. Böylece gerçek analiz odağı iletilen metinden çok, iletişim olayı olmaktadır. Gelişen teknoloji ve özellikle internet, müziğe ulaşılabilirliği arttırdığı için müzik üzerinden iletişim hızlanmış ve kolaylaştırmıştır. Bu da müzik sektöründe büyük bir tüketim döneminin başlamasını tetiklemiştir. Bu hızlı tüketim kültürü içerisinde kendini göstermek ve alıcısıyla iletişime geçmek isteyen müzik yapımcıları için en etkili iletişim yollarından birisi de, kendi kendini pazarlayan ve alıcısıyla birebir iletişime geçebilen albüm kapaklarıdır. Bir endüstri haline gelmiş olan müzik üretimi, varlığını sürdürebilmek için popüler kültür içerisindeki yerini sürekli güncel tutmaya çalışmaktadır. Popüler kelimesi, çoğunluk tarafından bilinen, kabul gören anlamında kullanılmaktadır. Solmaz, Pop ve popüler kelimelerinin çoğu zaman aynı şeyi anlattığını ifade eder. Ancak popun daha çok, hesaplı kitaplı ve gençleri hedefleyen bir müzik türü için kullanıldığını söyler. Solmaz’a (2005) göre popüler müziğin sınırları daha geniş ve muğlaktır. Popüler kelimesi müzikte ilk olarak 19. yy.da kolay anlaşılır müzikler için kullanılmıştır. Sonradan 1930’lu yıllara kadar müzikte pek kullanılmayan bu terim, o gün bu gündür neyi anlattığı tam belirlenmiş olmaksızın başımızdadır. ‘Pop müzik’ terimi ise, 1950’lerde Amerika’da gençleri hedefleyen birkaç müzik türünü anlatmak için ‘popüler müzik’ teriminden kısaltılarak müzik literatürüne girmiştir. Türkçeye "Türk Popu" teriminin yerleşmesi ise yaklaşık on beş yıllık kısa bir zamana denk düşer. 1990’ların ortalarına kadar tek kanallı televizyon, sansürler ve medyadaki tekel sonucunda pop müzik kendini var edebilecek alanlar bulamamıştır. Özel kanalların, internet ve özel radyolar gibi iletişim ve medya organlarının arttığı 1990’lı yılların ikinci yarısında ise, pop müzik kavramı birden ‘patlamıştır’. Artık medya özeldir ve varlığını sürdürebilmesi için tüketicilere ihtiyacı vardır, daha çok para kazanmak içinse hızlı tüketime. Böylece Yonca Evcimik, Burak Kut, Tarkan, Kenan Doğulu gibi isimlerle beraber Türkiye’de Pop müzik “patlar”. Artık, batı kültürüne ulaşmak daha kolay, taklit etmek daha doğrudur. Bu yoğunlukta üretilen müziğin reklam, tanıtım gibi aşamalarında grafik tasarım önemli bir yer teşkil etmektedir. Tasarım ve yazı karakteri seçimi, albüm kapaklarında kullanılacak yazı karakterleri, tasarlanacak konser ve festival afişleri, tanıtımlar ve bunun gibi birçok alanda yapılan faaliyetleri grafik tasarımla anlatabilmek grafik tasarımı, müziği tanıtan ve satmasına yardımcı olan en önemli etkenlerden biri haline getirmektedir.

Bir grafik tasarımın meydana gelebilmesi için temel bazı elemanları içeriyor olması gerekir. Bu elemanlar bir bütünlük ve uyum içerisinde yerleştirilerek tasarım meydana getirilmektedir.

1.1. Temel Tasarım Elemanları

Her tasarım, belirli temel elemanlardan oluşur. Tasarımın ham maddeleri de diyebileceğimiz bu elemanları Becer (1999: 56-62); çizgi, ton, yön, doku, biçim, ölçü ve renk olarak sıralamaktadır.

- a) *Çizgi*: Çizgiler, karakterlerine veya konumlarına bağlı olarak bazı mesajlar iletirler. Yatay çizgi durgunluğu, düşey çizgi saygınlığı, diyagonal çizgi canlılığı, kıvrımlı çizgi zarafeti çağırıştırır.

Popüler Müzik Albüm Kapaklarının Tasarım Sorunları

- b) *Ton*: Tasarım yüzeyleri üzerinde en fazla izlenen tonlar grinin çeşitlemeleri ve siyahtır. Ton ve çizgi tasarımı kontrast oluşturan elemanlardır.
- c) *Renk*: Renkler ışıkla birlikte var olurlar ve izleyenin üzerinde birçok değişik duygular uyandırabilirler. Sıcak renkler uyarıcı, soğuk renkler gevşetici. Her renk psikolojik bir mesaj ve duygu içerir. Yeşil; kıskançlık, mavi; sadakat ve içtenlik, kırmızı; etkinlik ve cesaret, kahverengi ve mor; tekdüzelik, sıkıcılık, beyaz; teslimiyet, siyah ise karamsarlık gibi kavramları çağırır. Grafik tasarımcı renk seçiminde rengin kültürel çağrışımı, hedef kitlenin renk tercihi, firma ya da ürünün karakteri ve kişiliği, tasarımdaki yaklaşım biçimi gibi unsurları dikkate almalıdır.
- d) *Doku*: Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından söz edilebilir. Tasarım yüzeyinde kullanılan dokular, optik ya da fiziksel olarak duyguları yönlendirici bir işleve sahiptir.
- e) *Biçim*: Birçok çizginin bir arada bulunuşu tek bir çizgi içerisindeki dönüş ve kıvrımlar ile değişik tonların oluşturduğu yüzeyler bir tasarımda biçimi oluşturan unsurlardır.
- f) *Ölçü*: Bir grafik tasarım ürünü daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların bir araya gelmesiyle oluşur.
- g) *Yön*: Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür.

Albüm kapakları tasarlanırken bu yedi tasarım elemanına dikkat edilmelidir. Tasarım aşamasında albümün içeriğine göre kullanılacak çizgiler belirlenebilir. Durağan albümler için yatay çizgiler, hareketli, canlı albümler için daha kıvrımlı çizgiler tercih edilebilir. Yine albümün içeriğine göre tonlar belirlenebilir. Kıvrır kıvrır yaz albümleri açık tonlar, romantik kış albümleri, hüznü çağırıştıran koyu tonlar kullanılarak tasarlanabilir. Ton ile birlikte seçilecek renkler de albümün içeriğini yansıtacak renkler olabilir. İçerdiği müziğin dinleyiciye hissettireceği duygular ile albüm kapağındaki renklerin dinleyiciye hissettireceği duygular birbirine yakın olmalıdır. Albümün dokusu, biçimi, kartonetin iç ölçüsü ve tasarımın yönü de dikkat edilmesi ve içerikle ilişkilendirilmesi gereken unsurlar arasındadır.

Üretilen müziğin hedef kitlelere ulaşabilmesine yardımcı olmak amacıyla etkili ve 'doğru' tasarımlar yapılmalıdır. Bir tasarımın 'doğru' olabilmesi için de bazı temel ilkeleri yerine getirmesi gerekmektedir.

1.2 Temel Tasarım İlkeleri

Tasarımın 5 temel ilkesi bulunmaktadır. Bunlar farklı kaynaklarda birbirine yakın isimlerle adlandırılmış olmasına rağmen anlam olarak hepsi aynı şeyi söylemektedir. Becer (1999:64) bu 5 temel ilkeyi; denge, orantı ve görsel hiyerarşi, görsel devamlılık, bütünlük ve vurgulama olarak isimlendirmektedir.

1.2.1. Denge

Tasarımda önemli noktalardan biri dengedir. Vücudunu dengede tutamayan bir bebek, ayakta duramaz. İp cambazları, ip üstünde dengede durmayı bildikleri için düşmeden ipte yürüyebilirler. Tasarımdaki denge de böyledir. Dengeli bir kompozisyon, bütün bir kompozisyon. İstek (2005: 92), bütünlüğü yakalamanın en iyi yolunun denge olduğunu söyler. Eğer kullanılan tasarım elemanları dengede ise, tasarımda bütünlükten bahsedilebilir. Eğer tasarımda denge yoksa elemanlar tek tek ortada kalırlar. Uçar (2004: 154) ise dengenin eşitlik olarak algılanmaması gerektiğini söyler. Çünkü tamamen simetrik, adeta aynadan yansımışçasına oluşturulmuş denge sıkıcı, sığ ve statik bir dengedir. Dengeli tasarımlar insanda bir huzur ve dinginlik duygusu oluşturmaktadır fakat simetrik, mutlak bir denge sıkıcı, statik bir his uyandırır ve tasarıma uzun süre bakılmasını sağlayamaz. Buna karşın cesur bir şekilde oluşturulmuş asimetrik bir denge daha duygusal, deneysel, akılda kalıcı, eğlenceli ve sürükleyici yönleri sahiptir. Bir tasarımda denge unsuru varsa, o tasarım kendisiyle "barışık" demektir. Dengeli ama bünyesinde hiçbir hareket unsuru barındırmayan bir tasarım düşünülemez. Her tasarımın bünyesinde bir hareket unsuru vardır ve bu hareket gereklidir. Ama hareketi oluşturan

unsur ya da unsurlar tasarımın temel çatısı içinde yer almaz. Hareket unsurları, tasarımın içinde kullanılan tipografi, fotoğraf ya da illüstrasyonlardaki canlılığın içindedir. Tasarımda hem simetrik hem de asimetrik denge kurarken, gözden kaçırılmaması gereken önemli noktalardan birisi de leke dengesidir. Kompozisyon içerisindeki açık ve koyu lekelerin birbirine oranı, yine bu lekelerin orta tonlara oranı ve orta tonların da kendi içlerindeki oranı önemlidir. Koyu lekeler her zaman kompozisyon içerisinde daha dikkat çekici ve daha ağır parçalardır. Küçük koyu bir lekenin oluşturduğu ağırlığı dengelemek için, daha büyük açık lekeler kullanılabilir ya da büyük beyaz boşluklarla asimetrik denge kurulabilir. Albüm kapaklarında da denge unsuru, kapağın yapısal düzenine etkide bulunan önemli bir etmendir.

1.2.2 Orantı ve Görsel Hiyerarşi

Tasarım yüzeyinde bir araya gelen iki nesne, beraberinde orantı sorununu da getirir. Ortada verilmek istenen bir mesaj, bu mesajı iletmede kullanılacak malzemeler ve mesajda iletilecek bilgilerin önem sırası vardır. Bu kadar fazla unsuru birbirine karıştırmadan düzenlemek ve gözü rahatsız etmeyecek bir formata sokmak gerekir. Becer'e (1999: 68,69) göre tasarımcı açısından orantı, boyutlar arası ilişkilerdir. Tasarım yüzeyinin eni ile boyu, görsel unsurların genişlikleri ve yükseklikleri ile bir arada oluşturdukları kitlelerin boyutları arasında daima orantıya dayalı ilişkiler vardır. Bir görsel unsurun tasarım içindeki diğer unsurlarla kurduğu orantısal ilişkiler, algı ve iletişimi doğrudan etkiler. Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçümlendirme anlamına gelir. Boyut dışında; renk, açıklık-koyuluk (ton),uzaklık-yakınlık ve konum da görsel hiyerarşiyi etkileyen diğer unsurlar arasında sayılabilir.

“Tasarım içindeki elemanları vurgulamak istenen mesaja göre ölçümlendirsek ki bunu renkle, uzaklık yakınlık veya beyaz boşlukla da yapabiliriz, o zaman tasarımda hiyerarşi denen koşul gerçekleşmiş olur. Bir elemanın büyük olması onun önemli olduğunu göstermez. Küçük elemanların sayfa içindeki yerini yönünü ve rengini doğru seçerse onları sayfada birinci sıraya oturtabiliriz. Önemli olan çevrede bulunan diğer elemanların birinciyi işaret ediyor olmasıdır, çevrede bulunan ikinci ve üçüncü sıradaki elemanlar birinci elemandan daha büyük olsalar bile” (İstek, 2005: 91).

Albüm kapaklarında da orantı ve görsel hiyerarşi, dikkat edilmesi gereken temel unsurlardandır. Görsel hiyerarşisi iyi kurgulanmamış albüm kapakları, mesajını doğru iletmemeyebilir. Albüm kartonetlerinde zorunlu olarak yer alması gereken öğeler vardır. Sanatçının adı, albümün başlığı, yapımcı firmanın adı ve amblemi, denetim pulu, barkot, kullanım ve saklama kılavuzu gibi öğeler kartonette yer alırlar. Bu öğeler, doğru kurgulanmayıp oran orantı ve görsel hiyerarşi disiplinlerinin dışında kalırlarsa, tasarım amacına ulaşamaz ve bir görsel kirlilik meydana getirir.

1.2.3. Görsel Devamlılık

İnsan gözü, okuma alışkanlıkları sebebiyle, soldan sağa doğru ve yatayda hareket etme eğilimindedir. Uçar'a (2004: 154,155) göre seçici bir niteliğe sahip insan gözü kalabalıktan seyreğe, koyudan açığa, kolay algılanabilirden zor algılanabilire, büyükten küçüğe, etkin ve güçlü renklerden solgun ve pastel renklere doğru bir algılama sırası izler. Bu sıralama tasarımcıya görsel bir yön oluşturma ve algı yönünü kurgulayabilme konusunda yardımcı olur. Albüm kapaklarında görsel devamlılık gözden kaçırılmamalıdır. Böylece izleyici sıkılmadan, gözlerini yormadan hedefe odaklanabilecek, rahat ve akıcı bir yol izleyerek tasarımı algılayabilecektir. Özellikle ön kapak, arka kapak ve iç sayfalarda devamlılık ilkesi sağlanmalı, albüm bir bütün olarak tasarlanmalıdır.

1.2.4. Bütünlük

Bütünlük, tasarım açısından belki de en önemli ilkedir. Doğru kurgulandığında kompozisyondaki parçalanmaları ve dağınıklığı engeller. Birbiriyle ilişkili olabilecek unsurlar gruplandırıldığında aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluşturabilirler. Fakat Uçar'ın (2004: 156) da bahsettiği gibi uyum oluşturmak adına tüm resimlerin aynı boyda, tüm yazıların aynı karakterde kurgulanması, sıkıcı ve sıradan bir etki oluşacaktır. Kullanım yeri ve yöntemlerine göre çok farklı ve kontrast yazı karakterleri, renklerin birlikte kullanımı, yoğunluk, sistem ve ritim gibi diğer unsurlarla bütünleştirildiğinde görsel armoni adına çok iyi sonuçlar yaratılabilir. Bütünlük oluşturmak için denge unsuruna da dikkat edilmesi gerekir. Küçük ve algılanması zor elemanlarla daha büyük ve algılanması kolay elemanlar arasında bir denge olmalıdır. İzleyicinin tasarımla arasında sempatik bir ilişki kurabilmesi için bütünlük önemli bir etmendir. Albüm kapaklarında genellikle yazı ve fotoğraf ilişkisi gözlemlenir. Bu ilişki, bütün içerisinde çözümlenmediği takdirde, sağlıklı sonuçlar elde edilemediği görülür.

Albüm kapak tasarımında kullanılan tasarım elemanları hem kendi içerisinde bir bütün olmalı hem de içerikteki müzikle bir ilişki kurarak bütünleşebilmelidir.

1.2.5 Vurgulama

Tasarımcı, yapacağı tasarımda neye vurgu yapacağına, tasarıma başlanmadan önce karar vermiş olmalıdır. Sinema filmlerinde başrol oyuncusunun sadece bir ya da iki kişi olduğunu biliriz. Yapılan tasarımda da başrol oyuncuları bir ya da ikiyi geçmemelidir. Vurgulanan nesne sayısı çoğaldıkça vurgunun etkisi ve anlamı azalır. Vurgulama; ön plana çıkması gereken unsurlar ile ikinci planda kalması gereken unsurlar arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi kontrastı ile sağlanabilir. Kontrast, ön plan arka plan gibi kavramlar, vurguyla birlikte anılması gereken diğer görsel tasarım kurallarındandır. Oluşturulmaya çalışılan görsel hiyerarşi, tasarımın dinamik yapılarını ve verilecek mesajın gücünü belirler. Mesajını vurgulayamayan bir albüm kapağı dikkat çekemeyecektir ve yüzlerce albüm arasında kaybolup gidecektir. Albüm kapaklarında vurgu çok çeşitli yollarla yapılabilir. Asıl önemli nokta, neye vurgu yapılması gerektiğidir. Hem fotoğrafla hem tipografiyle hem de renkle yapılan vurgular etkisini kaybederek karmaşaya yol açar ve fark edilirliliği ortadan kaldırabilir.

Üretilen CD ve kaset kartonetleri, görsel kimlikleri olan, hem estetik hem ticari kaygılar taşıyan, hedef kitlesine mesajını ulaştırmak isteyen, çok amaçlı sunumlardır. Bu görevlerini yerine getirirken çeşitli yardımcı araçlar kullanmaktadırlar. Ülkemizde piyasaya çıkan popüler albümlerin tamamına yakını fotoğraf ve yazıdan oluşmaktadır. Şirketler, ticari kaygıları ön planda tuttıkları için alışılmış kalıpların dışına çıkma riskini göze alamamaktadırlar. Bu yüzden kapak tasarımında kullanılabilir tekniklerin çoğunu kullanmadıklarını gözlemlemekteyiz. Dünyada üretilen örnekleri de göz önüne alarak bir genelleme yapacak olursak, tipografi, fotoğraf, kolaj ve resimleme, albüm kapağı tasarımında en sık başvurulan yardımcı araçlardır.

2.ÖRNEK ALBÜM KAPAKLARININ İNCELENMESİ

KURBAN, İNSANLAR (Şekil 1).

Yayınlanma tarihi: Mayıs 2005

Müzik türü: Rock

Yayınlayan Şirket: Pasaj



Şekil 1. Kurban – İnsanlar. Rock, Pasaj Müzik, Mayıs 2005

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk:

Kurbanın 'İnsanlar' albüm kapağı, bakıldığında içeride nasıl bir müzikle karşılaşacağımızı bize anlatan başarılı bir kapak tasarımıdır. Albüm, rock müzik albümüdür ve hızla sanayileşen, teknolojisi gelişen dünyadaki insanların yalnızlığını anlatmaktadır. Kendisine yabancılaşan insan için, yolda karşılaştığı yüzlerce insan birer gölgedir ve makineleşmenin parçasıdır. Teknoloji, çevreyi ve insan ruhunu kirletmeye devam etmektedir. Koyu lekeler halinde

kullanılan iş makineleri asimetrik bir denge kurularak tasarıma yerleştirilmiştir. Şehir hayatındaki karmaşa içerisinde aslında ne kadar yalnız olduğumuzu vurgular. Gurubun fotoğrafı da karmaşa içerisinde silikleşmiş, ayrıntısını kaybetmiş insanın metaforudur. Koyu bir lekeye sahip olduğu için alt köşede kullanılarak üst boşlukla ilişki kurmuş ve kendisini dengelemiştir. Grup elemanlarının üzerlerinde gördüğümüz küçük renk eklemeleri ve fotoğraf arkasına yerleştirilmiş olan kıvılcık rengi, yalnız şehir insanının küçük mutluluklarını ve hayatındaki renkli anlarını imgeler. Ayrıca bu renkler, grup elemanlarını öne çıkartarak vurguyu güçlendirmiştir. Kapakta kullanılan yazı karakteri ve görseller, bir bütün oluşturacak şekilde kurgulanmıştır. Seçilen yazı karakterindeki harfler, birbirinden kopuk ve kesik bir yapıya sahiptir. Bu da bir arada fakat birbirinden kopuk yaşayan şehir insanlarına işaret etmektedir. Müziğin sert ama melodik yapısı albüm kapağında fazlasıyla kendisini göstermektedir. Kapakta ve iç sayfalarda kullanılan tüm görseller bir bütün halindedir.

Temel Tasarım Elemanlarına Uygunluk:

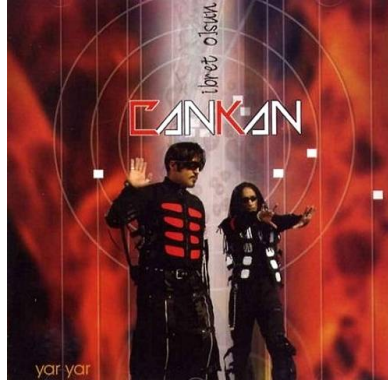
İç sayfada kullanılan spiraller ve karışık çizgiler, albümün dinamik müzikal yapısını hissettirmektedir. Müzikte ve sözlerde anlatılan şehir karmaşası temasını da temsil eder. Tasarıma koyu lekeler hâkimdir. Koyu lekeler, karamsar insanın ruh halini ifade eder. Sert lekeler müzikteki keskinliği yansıtır. Kapakta leke dengesi iyi kurgulanmış, boşluklarla koyu lekeler dengelenmiştir. Tasarımda sarı ve kıvılcık renklerin hâkimiyetini görmekteyiz. Hareketi ve yalnızlığı temsil eden 2 renk olması sebebiyle doğru seçilmiş renklerdir diyebiliriz. Seçilen nesnelerin ölçü ve oranları da kendi içlerinde dengelidir.

CANKAN, İBRET OLSUN, YAR YAR (Şekil 2)

Yayınlanma tarihi: Mart 2005

Müzik türü: Fantezi - Arabesk

Yayınlayan Şirket: Dinç



Şekil 2. Cankan – İbret Olsun. Fantezi-Arabesk, Dinç Müzik, Mart 2005

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk:

Cankan albümünün kapağına baktığımız zaman, R&B türünde müzik içeren bir albüm olduğu kanısına varıyoruz. Tasarımda kullanılan görseller, kıyafetler, saç modelleri, duruş, bizde bunun bir R&B albümü olduğu izlenimini uyandırıyor. Geri kalan görseller ise hem heavy metal hem pop hem de arabesk izler taşımakta. Tasarımda görsel devamlılık ve bütünlük yok. Tasarım nesneleri birbirinden kopuk. Dağınık tipografi de vurguyu ortadan kaldırıyor ve vasatın altında bir tasarım ortaya koyuyor.

Temel Tasarım Elemanlarına Uygunluk:

Kapak görselinde kullanılan dikey ve yuvarlak çizgiler, fotoğraftaki duruşun hareketliliği ve kullanılan renkler bir bütün oluşturmaksızın tasarım yüzeyinde bir araya getirilmiş.

HEPSİ, 2. (Şekil 3)

Yayınlanma tarihi: Mayıs 2006

Müzik türü: Pop, R&B

Yayınlayan şirket: Stardium

Popüler Müzik Albüm Kapaklarının Tasarım Sorunları



Şekil 3. Hepsi – 2. Pop, R&B, Stardium Müzik, Mayıs 2006

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk:

Hepsi grubunun albüm kapağını incelediğimizde, albüm içeriğiyle tutarsız ve iç dinamikleri sorunlu bir albüm kapağı çalışmasıyla karşılaşmaktayız. Kapak fotoğrafının ışığı teknik olarak sorunlu görünmektedir. Fotoğraftaki esmer tenler de beyaz tenler de aynı tonda görünmekte. Fotoğrafın kadrajına baktığımızda sağdan ve soldan kolların kadraj dışında bırakıldığını görmekteyiz. Bu da fotoğrafın yanlışlıkla kesildiği hissini uyandırıyor. Fonda kullanılan çizgiler ile asimetrik bir denge oluşturulmaya çalışılmışsa da başarılı olunamamış. Grubun ismindeki vurgunun çok zayıf olduğunu hatta neredeyse olmadığını söyleyebiliriz. Arkada görünen küçük fotoğraflar, bütünü çok fazla parçalayarak kompozisyon bütünlüğünü bozmaktadır.

Temel Tasarım Elemanlarına Uygunluk:

Kapakta kullanılan magenta ve sarı renklerin tonları birbiriyle uyumsuz görülmekte. Renklerde doğru ton yakalanamadığı için uyumsuz bir armoni oluşmuş. Fondaki çizgiler, kalınlığı ve rengi ile kompozisyonda çok baskın olduğu için odak nesneye yoğunlaşmamıza engel olmaktadır.

3.SONUÇLAR VE ÖNERİLER

3.1 Sonuçlar

- Popüler müzik albümleri, hızlı tüketim ürünleri oldukları için, çabuk üretilir ve çabuk tüketilir. Bu sebeple, kapak tasarımları da çabuk üretilir ve popüler dinleyiciye yönelik, tüketim amaçlı tasarımlar olarak karşımıza çıkarlar. İstisnalar olsa da, kalıcı olmaları ve klasikleşmeleri çok zordur.
- Mesaj kaygısı olan, sosyal ya da siyasi içerikli müzik yapan kişiler albüm kapaklarına önem vermiş, mesajlarını kapaklarından da yansıtmak istemişlerdir. Fakat bu tür müzik yapan insanlar, tüketim toplumlari tarafından dışlanmış, popüler kültür içerisinde yer edinememişlerdir.
- Karmaşık ve çok hareketli bir hayat yaşayan günümüz şehir insanları, bu karışıklık içerisinde, yine karışık ve çekici olmayan, birbirine benzeyen tasarımlardan uzak durur.
- Tipografi, amacına uygun kullanıldığında, albümün dikkat çekiciliğini arttırabilecek güçte olabilir. Kötü kullanıldığında ise, güzel bir kapak çalışmasını itici bir hale getirerek hedef kitleye ulaşamayabilir.
- Kendi başlarına iyi birer örnek olabilecek birçok ayrıntı, aynı tasarım yüzeyinde bir araya gelerek görüntü kirliliğine yol açabilir.

- Albümün birebir reklam mecrası müzik marketlerdir. Albüm, alıcısı ile müzik marketlerde birebir iletişime geçer ve satışta büyük rol oynar.
- Alıcı, müziği dinlemeden önce kapakla karşı karşıya gelir; albüm kapağı, alıcısının karar vermesinde etkili bir rol oynar.
- İlk izlenim her zaman önemlidir. Albümün ilk izlenimini de kapak verir. Kapak albümün kıyafetidir.
- Albümler aynı zamanda belge niteliği de taşırlar. Yayınlandıkları dönemin toplumsal beğenileri, sosyo-kültürel yapısı, sanat akımları gibi birçok tarihsel olgu, doğru tasarlanmış albüm kapaklarından yola çıkılarak tespit edilebilir.

3.2. Öneriler

- Tasarımı yapılacak albüm kapağı için bir ön hazırlık dönemi olmalıdır. Tasarımcı, albüm sahibi ile görüşmeli, şarkılar hakkında konuşmalıdır. Albümü dinlemeli, başkalarına dinletmeli, şarkıların hissettirdiği duyguları not etmelidir. Albüm sahibi ile albümün genel içeriği üzerinde konuşmalı, fotoğraf çekiminden baskı aşamasına kadar tasarım sürecini takip etmelidir.
- Tasarımda kullanılacak fotoğraf, illüstrasyon, kolaj, resim gibi malzemeler, alanında uzman kişiler tarafından hazırlanmalıdır. Tasarımcı da bu süreci yakından takip etmelidir.
- Albümün içeriğini en iyi şekilde yansıtacak aynı zamanda da tüketicinin dikkatini çekip sempati uyandıracak formüller geliştirilebilir.
- Albümün içeriğini oluşturan müzik türü incelenip, o müziği dinleyen hedef kitlenin beğenileri, görsel algı düzeyleri araştırılabilir ve tüm görseller bu doğrultuda hazırlanabilir.
- Tipografi, tezde belirtilen noktalar göz önüne alınarak, ilgi uyandırıcı bir unsur olarak kullanılabilir ama okunurluğu ve anlaşılabilirliği göz ardı edilmemelidir.
- Fotoğraf, kapak tasarımı büyük bir öneme sahiptir. Eğer tasarımda fotoğraf kullanılacaksa, fotoğrafın etkili kullanıldığı, tipografi ile doğru ilişkilendirilmiş tasarımlar yapılmalıdır. Fotoğraflar, profesyonel bir ortamda, uzman fotoğrafçılar tarafından çekilmelidir.
- Fotoğrafçı, albümün ve tasarımın içeriğine uygun fotoğraflar çekilebilmesi için tasarımcı tarafından bilgilendirilmelidir.
- Sadece içerdiği müziğe değil, kapağına ve kartonetine de değer verilen ve yıllarca özenle saklanabilecek tasarımlar yapılmalıdır.
- Albümden herhangi bir şarkı duyulduğu zaman, o şarkı, kapak görsellerini akla getirmeli, kapak ile müzik her açıdan bütünleşmelidir.
- Tasarımcı, kendi kişisel zevklerini bir yana bırakarak, müziğin ve müzisyenin vermek istediğini yansıtabilmelidir. Bunu yaparken de kendi sanatsal bakış açısından kopmadan, müziği doğru ifade edebilmelidir.
- Tasarımcının görevi, müziği görselleştirmektir. İnsanların müziği, kapakta görmelerini sağlamalıdır.

KAYNAKLAR

- Becer, E. 1999. *İletişim ve Grafik Tasarım*. Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- İpşiroğlu, N. 1995. *Resimde müziğin etkisi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- İstek R. 2005. *Görsel iletişimde tipografi ve sayfa düzeni*. Pusula yayınevi, İstanbul.
- Lull, J. 2000. *Popüler müzik ve iletişim*. (Çev. İblağ, T.) Çiviyazıları, İstanbul.
- Pektaş, D. 1992. *Çağdaş grafik tasarımın gelişimi*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Solmaz, M. 2005. *Türkiye'de Pop Müzik*. Pan Yayıncılık, İstanbul.
- Uçar, T. F. 2004. *Görsel iletişim ve grafik tasarım*. İnkılap Yayınevi, İstanbul.
- Yıldırım, V. 2004. Popüler Müzik ve Müzikal Kimlik. *Folklor/Edebiyat* 2004/04 s.63-69