

**T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GÜZEL SANATLAR EGİTİMİ BÖLÜMÜ
RESİM-İS ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM DALI**

**CUMHURİYET DÖNEMİ AFİŞ SANATINDA
BAŞLANGICINDAN GÜNÜMÜZE TIPOGRAFİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Tez Danışmanı
YRD. DOÇ. Hülya KAROĞLU**

Erdoğan ÇAKIR

KONYA 2008

ÖNSÖZ

Afiş kitle iletişiminin önemli araçlarından birisi olarak bugün modern yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır.

Günümüzde giderek artan iletişim kurma ihtiyacı, bunu hızlı ve doğru yapma ihtiyacı ile birleştiğinde doğru düzenlenmiş tipografinin önemi daha iyi anlaşılmaktadır.

Afişin amacı alıcı ile iletişim kurmak ve mesajı alıcıya iletmektir. Bu çalışma ile kurulacak iletişimin sağlıklı yapılmasına yönelik öneriler, sık yapılan bazı hatalara da çözüm önerileri sunulmaktadır.

Bu araştırmada bana yardım ve desteklerini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Hülya KAROĞLU'na, lisans eğitimim boyunca tipografi ve estetik alanlarında görsel algılamamı geliştirmeme yardımcı olan tüm Resim-İş Eğitimi Öğretmenliği Bilim Dalı öğretmenlerime ve aileme teşekkürlerimi sunuyorum.

ÖZET

Bu araştırma, Cumhuriyetin başlangıcından günümüze, afişlerdeki biçim içerik ilişkisi göz önüne alınarak, görsel sorunlarının incelenmesi, böylece üretilecek afişlerin niteliklerinin artması ve tasarımcının hedef kitlesine doğru ulaşabilmesinin yollarını incelemek amacıyla yapılmıştır.

Araştırma, kültürel afişler(sinema, tiyatro v.b) sosyal içerikli afişler ve ticari afişleri incelemiştir.

Grafik tasarımın temel ilkeleri araştırılmış, tipografik kurallar ve estetik kaygılar dâhilinde afişlerin görsel sorunları ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında kullanılan teknoloji ve günümüzde kullanılan teknolojinin afişin gelişimine etkilerine değinilmiştir.

Bulguların yorumlanmasından sonra, araştırma probleminin sonuçları saptanmış; bu sonuçlar kullanılarak, biçim-içerik sorunları ve görsel sorunlar ortaya konmuştur. Bu sorunların giderilebilmesine yönelik çözüm önerileri getirilmiştir.

Araştırmanın sonuçlarını şöyle özetleyebiliriz.

Cumhuriyetin başlangıcından günümüze baktığımızda ilk başlarda daha çok grafik tasarım(ilk yıllarda afiş eğitimi olarak geçer) eğitimi alan ya da bu konuda yeterli bilgi sahibi kişilerin hizmet verdiği bir alandır. Daha sonraları, teknolojik gelişmeler, artan ihtiyaçlar ve mevcut tasarımcıların artan talebi karşılayamaması, günümüzde belirli alanlar haricinde afişlerde bir bozulmaya, birbirinin taklidi özgünlükten ve işlevsellikten uzak işler haline dönüşmesine neden olmuştur.

Afişler yapıldıkları dönemin genellikle sosyo-kültürel yapısını da yansıttığı için aynı zamanda birer belge niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Tipografi, Tipografik Dil, Afiş, Grafik Tasarım,

ABSTRACT

This study was carried out in order to investigate visual problems, thus to increase the quality of the posters produced and to find the ways for actually reaching of designers to their target groups by taking the form and content relation of posters into consideration from the beginning of Republic to nowadays.

This study investigated cultural posters (cinema, theatre, etc.), posters with social content and commercial ones.

The fundamental principles of graphical design were investigated and it was tried to put forth for consideration the visual problems of posters within typographic rules and aesthetic anxieties.

The effects of technology used n the first years of republic and the technology used nowadays on the development of poster were mentioned.

After interpreting the findings, the results of this research problem were determined; the form-content problems and visual problems were put forth for consideration by using these results. The solutions were brought forward a proposal in order to overcome these problems.

We can summarize the results of this research as follows:

When we consider the period from the beginning of the republic until now, firstly it was an area that the people who were educated in graphical design (in the first years, it was known as poster education) or who had sufficient information about this subject gave service. Then, due to technological developments, increasing requirements and since the present designers could not meet this increasing demand, this caused posters nowadays to be embarrassed except specific areas and to be an imitation of each other and far away from originality and functionality.

The posters at the same time have the quality of being a document since they reflect generally the socio-cultural structure of the period they were made in.

Key Words: Turkey, Typography, Typographic Language, Poster. Graphic Design

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
ÖZET.....	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER.....	IV-VI
1. BÖLÜM	
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Problem Cümlesi	2
1.3. Araştırmanın Amacı	2
1.4. Araştırmanın Önemi	2
1.5. Varsayımlar	3
1.6. Sınırlılıklar.....	3
1.7. Yöntem	4
1.7.1. Araştırmanın Modeli.....	4
1.7.2. Evren ve Örneklem.....	4
1.7.3. Verilerin Elde edilmesi	4
1.7.4. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması.....	4
2. BÖLÜM	
YAZININ TANIMI	5
2.1. Yazı Nedir?.....	5
2.2. Çivi yazısı.....	9
2.3. Hiyeroglif yazı	10
2.4. İlk Alfabe.....	11
2.5. Yunan Alfabesi	12
2.6. Roma Alfabesi	12
2.7. Türklerin Kullandıkları Alfabeler	13
2.8. Kâğıdın Bulunuşu	15
2.9. Tipografi Nedir?	16
3. BÖLÜM	
MATBAANIN İCADINDAN ON DOKUZUNCU YÜZYILA YAZININ GELİŞİMİ	20
3.1. Rönesans Döneminde Grafik Tasarım.....	20
3.2. Yazı Tasarımında Ustalar Dönemi	21

3.3. On Dokuzuncu Yüzyıl ve Endüstri Devrimi.....	21
3.4. Yirminci yüzyıl Tipografisi	23
4. BÖLÜM	
TIPOGRAFİK SÖZDİZİMİ.....	25
4.1. Tipografik Söz Dizimi.....	25
4.2. Harf	25
4.3. Sözcük	28
4.4. Yazı Ailesi	28
4.5. Satır	29
4.6. Sütun ve Marj(Margin).....	30
4.7. Orantı ve Görsel Hiyerarşi.....	30
4.8. İşlev ve Biçim	32
4.9. Tipografik Mesaj.....	33
5. BÖLÜM	
AFİŞİN TANIMI.....	34
5.1. Afişin Tarihçesi.....	34
5.2. Afişin Gelişmesi.....	37
5.3. Afişin Genel Tasarım İlkeleri	39
5.3.1. Boyut	39
5.3.2. Afişin Asılması Ve Konumu İçin Öneriler	40
5.3.3. Afişin Tipografi ile Tasarlanması ve Uygulanması.....	41
5.4. Afişte Değerlendirme Kriterleri.....	42
5.4.1. Mesaj	42
5.4.2. Mesaj İmge Bütünlüğü	42
5.4.3. Sözel Hiyerarşi.....	43
5.4.4. Fark Edilirlik	43
5.5. Afiş Türleri.....	44
5.5.1. Ticari Afişler	44
5.5.2. Kültürel Afişler	44
5.5.3. Sosyal-Politik Afişler.....	45
5.6. Afişte Tasarım Önerileri (Olmaması gerekenler/Olması Gerekmeyenler).....	46
5.7. Bir Görsel İletişim Aracı Olarak Afiş Algılama ve Hedef Kitle.....	47
5.8. Tanıtımın Sınıflandırılması.....	48
5.9. Türkiye’de Afiş.....	49

6. BÖLÜM	
6.1. AFİŞTE TIPOGRAFI-GÖRSEL İLİŞKİSİ.....	53
6.2. Salt Tipografi İle Afif.....	55
6.2.1. Afifte Boşluk (Negatif Alan)	57
6.2.2. Afifte Simetri	58
6.2.3. Afifte Asimetri	59
7. BÖLÜM	
BULGULAR VE YORUMLAR.....	60
7.1. Afif Örnekleinin İncelenmesi.....	60
7.2. İncelenen Afifler	74
8. BÖLÜM	
SONUÇLAR.....	84
ÖNERİLER.....	86
KAYNAKÇA.....	87

BÖLÜM 1

GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın konusunu oluşturan problem durumu açıklanmış, problem cümlesi, alt problemler, araştırmanın amacı ve önemi belirtilmiş, kavramların tanımı yapılmıştır.

1.1.Problemin Durumu

Birden fazla insanın bulunduğu ortamların sonucu olarak iletişim kaçınılmazdır. İletişim gönderici ve alıcı olarak adlandırılan en az iki insan veya iki grup arasında gerçekleşen bilgi alışverişi olarak kısaca tanımlanabilir.

“Prehistorik devirlerden beri, birlikte yaşamın başlıca koşulu olan iletişime bir düzen ve açıklık getirmek isteyen insan, düşünce ve kavramlara görsel bir anlatım kazandırmanın yollarını araştırmıştır. Mağara duvarlarına çizilen 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 kağıda aktarılması olarak yazı, iki ayrı iletişim unsuru olmuştur. Grafik tasarım, işte bu iki iletişim unsuru olan yazı ve resmi, birbirini tamamlayan bir biçimde aynı ortamda kullanarak, yeni bir iletişim türü yaratmıştır”(Bektaş,1992).

Tam bu noktada geçmişi birçok grafik tasarım nesnesinden çok daha eski olan ve kitle iletişimde önemli bir rolü olan afişler devreye giriyor.

Günlük yaşamımızın giderek bir parçası haline gelen afişlerin hangi türden (yiyecek, içecek, giyecek, otomobil gibi mal pazarlamasına dönük ya da eğitim amaçlı) olursa olsun toplumsal etkileri göz ardı edilemez. Afişlerin temel ve ortak amacı sundukları malın ya da herhangi bir şeyin tanıtımını, reklamını yapmaktır(Özgüç, 2002).

Kitle iletişimi için gerekli mesajların iletiminde kullanılan tüm öğelerin ve tasarım biçimlerinin gelişim tarihi, toplumların ekonomi-politik tarihinden bağımsız değildir. Kitle iletişiminin gelişme tarihine bakıldığında, öncelikle a) kitle iletişimini sağlayan araç ve gereçlerin üretilmesi ve geliştirilmesi, b) bu araçlar üzerindeki mülkiyet hakları ve kullanımla

ilgili yasal düzenlemeler, c) araçları kullanan örgütlenmeler, d) ürün üretimi ve e) profesyonellik (mesleki deneyim) ile ilgili görüşmeler görülür (Ketenci, Bilgili, 2006).

On dokuzuncu yüzyıla gelene kadar var olamayan sanat için sanat kavramının endüstri devrimi ile birlikte değişen toplumsal yaşamı, afiş sanatı kökünden değiştirerek sanat kavramını tek başına sanat olmaktan çıkararak işlevsel ve estetik olanı günlük yaşamımıza girmesine çok büyük katkıları olmuştur.

Bu araştırmada iletişimin gelişmesinde, yani küçük ölçekli iletişimden kitle iletişimine geçilmesinde vazgeçilmez iletişim araçlarından biri olan afişte mesajı doğrudan alıcıya iletecek olan ve aynı zamanda görsel bir leke olan tipografi sorunlarına ve çözümlerine değinilecektir.

1.2. Problem Cümlesi

Cumhuriyetin ilanından günümüze kadar Türkiye’de üretilen afişlerde tipografi sorunları nelerdir? Bunlara ne gibi çözüm önerileri getirilebilir?

1.3. Araştırmanın Amacı

Toplumun sanatı bir şekilde o toplumu yansıtmalıdır. Afiş sanatı bu anlamda ülkemizi yansıtmakta mıdır? Toplumla ilişki kuran afişte, bu tasarımları üreten tasarımcı, toplumu çok iyi tanıyıp, günün şartlarına ve hedef kitlenin ihtiyaçlarına uygun olarak kültürün afiş sanatına yansımalarını da göz önünde bulundurarak mı tasarımlar üretmektedir? Tasarımcı afiş tasarlarken tipografiyi sadece yazının istiflenmesi olarak değil amaca hizmet eden, estetik olan ve işlevselliği mesajı iletme kaygısıyla birleştirerek sunabilmekte midir? Tüm bunları incelerken teknolojinin sanatsal anlamda tipografiye etkilerine de değinilecektir.

1.4. Araştırmanın Önemi

Bir kitle iletişim sanatı olarak nitelendirebileceğimiz kendine özgü kuralları ile resimden ayrılan afiş sanatı modern yaşamın vazgeçilemez bir parçasıdır. Afişte yer alan görsel algılanıp metin okunduğunda kendine has bir iletişimde başlamış olur. Çünkü şehrin her yerinde siz istemeseniz de, herhangi bir ücret ödemediğinizde karşınıza çıkmakta zorunlu bir iletişim kurmuş olursunuz. Bu anlamda iletişimin sağlıklı bir şekilde olması ve afişin amaca ulaşmasını da en önemli etkenlerden biri tipografi devreye giriyor.

Günümüz modern kent hayatının insanları getirdiği nokta da gösteriyor ki grafik tasarım ve reklamcılık hayatın tam ortasında ve her an insanları etkilemek ve mesajını iletmek için çabılıyor. Bu iletişim yoğunluğunda grafiksel öğelerin yanında yazı inkar edilemez bir öneme sahip ve bulunuşundan beri yazı, en önemli ve etkili iletişim aracı.

Grafik tasarım çoğaltma esasına uygun olarak üretilen, hızlı tüketim sonucu çoğu işlevini ya da görevini çok kısa sürelerde tamamlayan afişler, aslında bir yönüyle de o toplumun ekonomik, politik, sanatsal, duygusal v.b. birçok yönüne de ışık tutmakta üretildiği dönem hakkında bizi bilgilendirmektedir.

1.5. Varsayımlar

Bu çalışma yürütülürken, aşağıdaki sayıtlılar göz önünde bulundurularak değerlendirme yapılacaktır.

1. Araştırma doğrultusunda, afişler incelenecek

2. Çalışma süresince, araştırma metninde kullanılan bilgiler ile cumhuriyet dönemi sanatçıların yapmış oldukları afişler ve bunların yorumlarına ilişkin değerlendirmeler, daha önce Türk resim sanatı ve grafik sanatı üzerine yapılmış olan araştırmalardan da yararlanılarak doğrulukları tespit edilecektir.

3. Araştırma konumuz ile ilgili yayınlanmış kitaplar, dergiler, internet ve sergi kataloglarından yararlanılacaktır.

4. Konuyla ilgili uzmanların görüşü alınacaktır.

1.6. Sınırlılıklar

Araştırmanın konusu “**Cumhuriyet Dönemi Afiş Sanatında Başlangıcından Günümüze Tipografi**” olarak belirlenmiştir.

Araştırmada, ilgili literatür taraması ve sanat eğitimcilerinin konu ile ilgili görüşleri toplanacaktır. İnternette, kütüphanelerden, dergi ve gazete arşivlerinden gerekli dokümanlar temin edilecektir. Toplanan veriler dijital ortamda arşivlenecek ve karşılaştırmalar dijital ortamda yapılacaktır.

1.7.Yöntem

1.7.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma, alan yazın tarama modelindedir. Araştırma konusu, ilgili bilimsel yayınların listesini içeren indekslerin taranması, kütüphane koleksiyonlarının taranması, konuyla ilgili resimlerin taranması, ilgili programların incelenmesi ve bu konuda deneyimli sanat eğitimcilerinin görüşleri ile betimlenmeye çalışılmıştır. İlgili kaynaklar araştırılmış, ortaya çıkan sonuçlar karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

1.7.2. Evren ve Örneklem

Araştırma Cumhuriyetin ilanından günümüze Türkiye’de üretilen afişleri teknolojik gelişmeler ve kültürel değişmelere bağlı olarak bunların sonucunun tipografiye etkilerini araştırmaya yöneliktir. Dolayısıyla araştırmanın evreni, bu dönem içerisinde tasarlanan afişlerdir.

1.7.3.Verilerin Elde edilmesi

Araştırmada, ilgili yazın taraması ve sanat eğitimcilerinin konu ile ilgili görüşleri toplanmıştır. İnternette, kütüphanelerden ve dergilerden gerekli dokümanlar temin edilmiştir.

1.7.4. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Toplanan veriler dijital ortamda arşivlenmiş, karşılaştırmalar ve incelemeler dijital ortamda yapılmıştır. Toplanan veriler geçerliliği ve doğruluğu için grafik tasarım uzmanlarının fikirleri alınmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda varılan ortak kararlar veri olarak kaydedilmiştir.

BÖLÜM 2

YAZININ TANIMI

2.1.Yazı Nedir?

Yazı, en genel tarifiyle, ağızdan çıkan seslerin, dolayısıyla sözcüklerin, kulak ya da jest yardımı olmaksızın, gözle görülebilen, bazen de dokunulabilen işaretler halinde biçimlendirilerek kaydedilmesini sağlayan iletişim aracıdır (www.baktabul.com, 05.04.2008).

Türk Dil Kurumu Türkçe sözlüğüne göre de düşüncenin belli işaretlerle tespit edilmesi, yazma işidir.

Bugün yeryüzünde çok farklı yazıların kullanıldığı bilinmektedir. Her bir ulusun şimdi kullandığı yazı sisteminin geçmişte kullandıklarıyla tamamen aynı olmadığı da görülmektedir. Bu farklılıklar, yazı anlayışındaki gelişmenin ürünleri olduğu kadar kültürel etkileşim ya da kültür değişikliklerinin de bir sonucudur.

Yazının ilk bulunuşundan günümüzdeki “harf yazısı“ durumuna gelinceye kadar genelde beş aşamadan geçtiği kabul edilmektedir:

-Madde yazısı

-Resim yazısı

-Düşün yazısı

-Ses yazısı

-Harf yazısı

Madde yazısı: Anlatılmak istenen şeyin, çevrede bulunan çeşitli maddelere, simgelere başvurularak belirtilmek istenmesi. Örneğin dolmen ya da menhir denen dikili taşlar mezar anlamına gelmektedir. Yere değişik biçimde dikilen sopalara, bunlara ya da dallara sarılan değişik renk ve biçimdeki iplikler, bezler de madde yazısı sayılmaktadır.

Resim yazısı (pictographie): İstenilen şeyi anlatmak amacıyla kayalar üzerine belirli işaretler kazımakla başlayan bu yazı türü giderek anlatılmak istenen nesnenin resmini

yapmaya dönüşmüştür. Resim yazısı ilk kez Mezopotamya'da arkasından Mısır'da bulunmuştur(www.aturk.de, 05.04.2008).

Latince "pictus=resim" ve Yunancada "graphien=yazmak" anlamlarını ifade eder. Yazı anlamında ifade edilebilen ilk işaretler Mezopotamya ve Mısır'da olduğu gibi piktografik özellikler taşıyordu(Ganiz, 2004).

Düşün yazısı (ideographie):Düşüncelerin belirli simgelerle anlatılması demek olan bu tür, resim yazısının gelişmesi sonucunda bulunmuştur. Sümer Çivi Yazısı ile Mısır Hiyeroglif'i bunun en belirgin örneklerindedir (www.aturk.de, 05.04.2008).

İdeogram düşünce yazısı anlamında kullanılan bir terimdir (Ganiz, 2004) .

Hece (ses) yazısı (phonographie): Şekil yazısından seslerin, hecelerin belirtildiği yazıya geçiş, yazı tarihinde ki ikinci büyük gelişmeyi yansıtmaktadır.

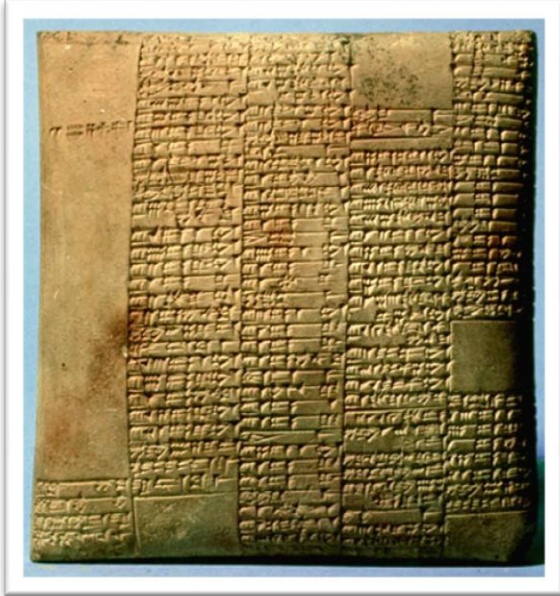
Harf yazısı, abece (alfabe): Hece yazısında tek heceli sözcüklerin zamanla "sesli" elemanlarını yitirip "tek ses" işareti haline gelmeleri ya da şekil yazısındaki işaretlerin stilize edilip belirli bir sesi belirten simgelere dönüştürülmesi, yazının gelişmesinde son aşamayı oluşturmaktadır. Bu simgeler dizisinde ilk işaretlere Yunanca'da alfa, beta, Arapça'da elif, be denildiği için tüm dizgenin adı Arapça'da elifba olmuştur. Dilimize önceleri bu biçimde geçen ad, Türkçe'deki ses uyumunun etkisiyle "alfabe"ye dönüşmüştür. Bu, harflerin adlarının sıralanmasından oluşan bir ad olduğundan ötürü de Türkçe ile özleştirilmesine paralel olarak alfabe yerine "abece" denilmeye başlanmıştır (www.aturk.de, 05.04.2008).

İnsanlık tarihi yazının icadı ile başlar ve bu araç ile bilgi "toplanabilir, iletilebilir, saklanabilir" hale gelir. Beş bin yıl sonra matbaanın icadı ile biriken bilginin "yayılması" gerçekleşir. Bilginin "işlenmesi" için ise beş yüzyıl daha beklenecek, bilgisayarın icadı gerekecektir.

Yazı ve matbaa'dan sonraki dünyalar, bir öncesine hiçbir şekilde benzemez ve bu süreçte toplumdaki değer ölçüleri, sosyal ve politik yapı, sanat, edebiyat, mimarlık vb. bütün temel kurumlar, geri dönülmeyecek şekilde değişir. Tıpkı, bilgisayar'ın icadından sonraki dünyanın bir önceki dünyaya benzemeyeceği gibi.

İnsanın evrimini inceleyen üç bilim dalı olan primatoloji, paleontoloji ve paleoantropoloji araştırmaları “modern insan”ın homo erectus’tan evirilerek homo sapiens’den başlamasından bugüne, yaklaşık 350-400 bin yıl geçmiş olduğunu “belirler”. Ancak bu bir “türetilmiş” bilgidir ve gerçek “kayıtlı bilgi” ise yazının icadı ile başlar.

Bilindiği gibi yazıyı Güney (Aşağı) Mezopotamya’da yaşayan Sümer’ler icat etmiştir. İlk yazı benzeri işaretler için İ.Ö. 8000 yıllarına kadar iniliyorsa da, yazının icadında İ.Ö. 3500 yılları genel olarak kabul gören tezdır. Yazının icadı ile insanların belli merkezlere yerleşerek ilk “şehir-devlet”, daha sonra da “krallıkları” kurmaları arasında eşzamanlılık bir rastlantı değildir. Arkeolog Denise Schmandt-Bessarat’ın Louvre’lu Pierre Amiet’in hipotezi üzerine geliştirdiği teorisine göre, yazının ilk işlevi “muhasabe-defter tutma”dır.



Sümer yazısının ilk yaygın örneklerinin; ziraî ürünleri temsil eden tahıl, koyun, dana vb. olması bu tezi güçlendirmektedir. Toprak hamurundan yapılan kil üzerine sembolize şekiller ve hatta bir nevi zarf içine koyulmuş yazıların “konşimento”, “senet”, “borç belgesi” benzeri ticari belgeler olduğu anlaşılmaktadır (ilk dönem bilgisayarların günlük hayata “muhasabe” işlemleri için “defter tutma” amacıyla girdiğini hatırlayalım).

Daha sonraki yıllarda gelişmelerle Sümer yazısı, eşya ve insan isimlerini içeren 1,200 logografik (resim benzeri) sembollü bir iletişim aracı olmuştur. Zamanla yazının logografik nitelikleri, çizgisel formlar (cuneiform) kazanarak alfabe benzeri şekillere dönüşmüş ve fonolojik unsurlar içermeye başlamıştır. Heceleme sisteminin geliştirilmesi ve kelimelere takılar eklenmesi, konuşma dili ile yazıyı giderek birbirine yaklaştırmış ve bütünsel bir iletişim aracı meydana gelmiştir.

İ.Ö. 3. milenyumda Sümer yazısını benimseyen Akadlar ve Akadcanın diyalektlerini kullanan Asurlular ve Babilliler, yazının fonolojik niteliklerini arttırarak kendi “yazılı” dillerine kavuşmuşlardır. Hamurabi Kanunları olarak bildiğimiz ünlü eserler, Eski Babil dili ile yazılmış bu karakterde bir yazı örneğidir (Bu dönemde Mısırlılar da, Sümer-Akad çizgisinden esinlenerek “hiyeroglif” ’i geliştirmişlerdir).

Ancak bu yazı sisteminin bugünküne benzer bir netlikte olmadığına altını çizmek gerekir. Kelimeler yalnız ünsüz (sessiz) harflerle oluşturulur. Örnek olarak /k/, /t/, /b/'yi sembolize eden formlar ile değişik sesler çıkararak kelimeler yazıya aktarılmıştır. Bu sistemde “yazmak” kökünden “katab-o yazdı”, “katabi-ben yazdım”, “katebu-onlar yazdılar” olarak seslenmekte; fakat yazılı halinde, hepsi “ktb” olarak sembolize edilmektedir.

Alfabenin evrimi ve bugün kullandığımız Latin alfabesine ulaşılması ise, Semitik bir ırk olan Fenikeliler'in, Sümerler'in yazı sistemi üzerine geliştirdiği sembollere dayanmaktadır. Mezopotamya'nın kuzey batısında ve bugünkü Lübnan çevresinde yaşayan deniz ticaret ile ünlü Fenike'liler İ.Ö. 2. millenyumda Fenike (Semitik) alfabesini icat etmişlerdir.

Afrika-Asya dil grubunun bir parçası olan Semitik Fenike dili, ticaret rüzgarlarını arkasına alarak batıya doğru uzanmıştır. O dönemin en önemli ticaret merkezi olan Akdeniz'de, Fenike alfabesi Yunan uygarlığına ulaşmıştır. Yunan Alfabesi ise belli bir süreçten geçerek İ.Ö. 1000 – 900 yıllarında son şeklini almıştır. Alfabaya Yunanlıların en önemli katkısı ünlü (sesli) harfleri de alfabenin içine almaları olmuş ve bugünkü yazı sisteminin temelini oluşturmuştur.

Romalılar ise Yunan Alfabesini, Yunan kültürü ile birlikte almışlardır (en fazla yaptıkları mitolojik tanrı adlarını değiştirerek, Afrodit'e Venüs, Zeus'a Jupiter demişlerdir). Etrüskler tarafından geliştirilen 26 karakterli sistemden, bir evrimle 21 karakterli Latin alfabesi, İ.O. birinci yüzyılda son şeklini almıştır. Latin alfabesi ortaçağların sonuna kadar, Avrupa'nın tek ortak alfabesi olmuş ve tüm tıp, hukuk, fen ve güzel sanatlar Latin alfabesi ile yazılmıştır. Ancak, el yazması ile çoğaltma dışında bir mekanizma olmayışı, bilginin yayılmasını engellemiş ve bilim, din ve saray çevresinde kalmıştır.

Ne kadar ilginçtir ki, Batı kültürü için çok önemli bir temel olan Fenikeliler'in geliştirdiği alfabe, Hint-Avrupa dillerine büyük katkıda bulunurken, kendisi doğu kültürü içinde kaybolmuştur. Bir o kadar ilginç de, Afrika-Asya ve Hint-Avrupa dil grupları ile hiçbir ilgisi bulunmayan, Ural-Altay dil grubundan olan Türkçe'nin (Türk alfabesinin) seyridir. Latin karakterleri Atatürk'ün öngörüsü ile Türkiye'mizin yazı sistemi ve alfabesinin temelini oluşturmuş, Batı ile bütünleşmede en önemli araç haline gelmiştir (www.netyorum.com, 03.03.2007)

2.2.Çivi Yazısı

İlk yazı türü çivi yazısıdır. Taşların üzerine resimler ya da harfler ile özel bir teknikle yazılır.

İfade edilmek istenen kavramlarda, var olan kayıt sisteminin yetersiz kalması, yazının gelişmesinde çok önemli bir adım atılmasına neden oldu. Bu, kullanılan dilin, ilk olarak aktif bir biçimde yazıya geçirilmesidir. Bu aşamada, Sümer dilinin çoğunlukla tek heceli kelimelerden oluşmasının da büyük payı vardır. Böylece, çizilen her işaretle, tasvir edilen nesne değil, bu kelimenin ses değeri ön plana çıkarılmıştır (www.bilgisayar.tv 01.02.2008).



M.Ö. 3500 Çivi yazısı (Cuneiform)'nın atası olarak kabul edilen ilk yazı sistemi Uruk'ta silindir mühürlerle ortaya çıkmıştır.

M.Ö. 3500 Çivi yazısı (Latince Cuneiform – cuneus – çivi, forma – form, şekil “çivi şekli”) Sümerliler tarafından bulundu. daha sonra sürekli evrimler geçirerek her dilde ayrı biçimlemelere ulaştı. Özellikle çamur halindeki kil üzerine, kilden başka çeşitli taşlar, tahta, altın, gümüş, bronz gibi malzemeler

üzerine yazıldı. Genellikle soldan sağa doğru yazılmış ancak birkaç anıtsal yazıtta yukarıdan aşağıya doğru yazıldığı da görülmüştür.

Mezopotamya uygarlığının kurucuları olan Sümerler ilk yazı sistemini geliştiren toplumdur. Sümer dilinin kökeni tam olarak bilinmemektedir. Ama IV. Uruk döneminde bulunduğu sanılan “Çivi Yazısı”, insanlık tarihinin dönüm noktalarından biri olarak kabul edilmektedir. Çivi yazısının gelişimindeki ilk basamak, piktogramlardır. Piktogramlar, bir kavram ya da sözcüğü temsil eden ve resim özelliği taşıyan simgelerdir. Bunlar, önce tablet haline getirilmiş ıslak kil yüzeyine “stylus” adı verilen kamışlarla çiziliyor, daha sonra bu kil kurutularak ya da fırınlarda pişirilerek kalıcı hale getiriliyordu. İ.Ö. 2500 yıllarında geliştirilen uçlu stylus'larda kil yüzeyine bastırılarak elde edilen imgeler, daha soyut bir işaretleme sistemi oluşturdu. Böylece resme dayalı piktogramlar da çivi yazısı adı verilen soyut simgelere dönüştü.

Bu simgeler zamanla düşünceleri (ideogram) ve sesleri (fonogram) ifade edecek bir düzeye ulaştılar (BECER, 1999)

Bu yazı türü papirüsün bulunması ile son bulmuştur (www.bilgisayar.tv, 01.02.2008).

2.3.Hiyeroglif yazı

Yakın doğuda anılmadan geçilemeyecek bir yazı sistemi de Eski Mısır'ın görkemli anıtlarını süsleyen hiyerogliflerdir. Kelimenin aslı Yunanca olup, Mısır dilindeki “tanrının sözleri” deyiminin çevirisidir. Hiyeroglifler muhtemelen sülaleler öncesi dönemin sonlarında ortaya çıkmıştır(Ketenci, Bilgili, 2006).

Hiyeroglif yazılar birbirinden kolaylıkla ayırt edilebilecek yüzlerce sembolden oluşur. Her işaret belli bir sesi veya nesneyi temsil eder. Bu yazı soldan sağa veya sağdan sola ya da yukarıdan aşağı yazılabilir, okumak için ölçüt sembollerdeki insan ya da hayvan figürlerini baktıkları yönlerdir.

Kimi işaretler 1 harfe, kimileri 2, kimileri de 3 harfe karşılık gelmektedir. Buna örnek olarak latin kökenli dillerde 'x' işaretinin Türkçedeki 'ks' harflerine karşılık gelmesi verilebilir. Ayrıca yazılan kelimenin anlamını güçlendiren ve tamamlayan çizimler de vardır. Mesela bastonlu adam çiziminin yaşlı kelimesini tamamlaması gibi (www.tr.wikipedia.org, A1, 01.01.2008).

M.Ö. 3300 Mısırlılar Hiyeroglif (Hieroglyphics) yazıyı geliştirdiler (Hyeroglyphika grammata Grek kökenli bir kelime olup, Hieros: Kutsal, glyphe: oyma, grammata: yazı, “Kutsal oyma yazı” anlamına gelmektedir). Hiyeroglif yazı özde anıtsal olduğu için mezarlarda, devasa tapınaklarda ve anıtlarda ölümsüzleşmiştir. Hiyeratik yazı (hieratic) hiyeroglifin el yazısı gibi bitişik biçimde yazılanıdır. Konuşma dilinin özelliklerine uygun biçimde, hiyeratik yazıdaki el yazısı biçiminin geliştirilmesiyle bulunan yeni yazı biçimine ise demotik yazı denir.

Bilinen ilk hiyeroglif İ.Ö. 3100 yıllarına aittir. Hiyeroglif yazılar Mısır dışında başka hiçbir uygarlıkla bağlantısı olmayan bir sisteme sahiptir. Mısır sanatı ile hiyeroglif yazı arasında Tanrısal gücün, kudretin görsel yorumu açısından benzerlikler bulunmaktadır. Mısırlılar mezarlara yakın yerlerde bulunan insan ve hayvan hiyerogliflerinin zamanla canlanarak ölümlere kötülük edeceklerine inanıyorlardı. Hiyerogliflerin ilk uygulandığı

yüzeyle, taşlardır. Yazıyı oluşturan hatlar taş üzerine alçak ya da yüksek kabartma olarak oyuluyordu. Bu tür yazılar çoğunlukla tapınak ve mezar duvarlarında kullanılmıştır

M.Ö. 3200 Mısırlılar kâğıdın öncüsü olan papirüs (papyrus)'ü yaptılar.

M.Ö. 2500 Mısır'da ilk kütüphaneler kuruldu (Becer, 1999).

2.4.İlk Alfabe

Alfabetik yazı yalnız benzersiz değil, aynı zamanda sonuncu yazı türüdür. Ondan önce pek çok yazı ortaya çıkmıştı. Aslına bakılırsa göçebelikten kurtulan ve yerleşik çalışma tarzlarını benimseyen her halk, yazıyı da icat etmeye hazır demektir. Şimdiye dek, sadece göçebe olan hiçbir halk nasıl bir mimari ya da “kapalı uzay” yaratmamışsa, yazıya da sahip olamamıştır(Ketenci, Bilgili 2006).

Başlangıçta resim niteliği taşıyan bir yazı sistemi kullanılmış daha sonraları bu yazı sistemleri gelişerek sesleri ifade eden gelişmiş resimsel anlamda görsel olmayan bir sisteme dönüşmüştür. Bu resimsel ifadeler ne kadar basit olursa olsun sonuçta bir resim yeteneği gerektiriyordu ve akılda kalıcılığı oldukça zor olduğu gibi insan figürünü anlatırken sorun çıkartmayan resimsel ifadeler dostluk, düşmanlık gibi kavramlar için içine girdiğinde yetersiz kalabiliyordu.

Alfabeyi kimin icat ettiği konusu tartışıla dursun, bu konudaki çeşitli kaynakların birleştikleri tek önemli nokta; Fenikelilerin denizci bir millet olması nedeniyle alfabenin icadında ve yaygınlaşmasında çok önemli bir yere sahip olduğudur. Kuzey Sami (Kuzey Sami kavmi Kenanlılar kökeninden gelmektedir) kavminden Fenikelilerin alfabesi ile Güney Sami alfabeleri arasında şekil yönünden farklılıklar vardır. Güney Sami alfabesinin Fenike alfabesinden ayrı geliştiği ve daha eski olduğu sanılmaktadır (Fenike alfabesi son yıllarda, literatürde “Kuzey Sami Alfabeti” olarak geçmektedir).

Alfabenin bulunuşu yazılı iletişimde bir dönüm noktası olmuştur. Bazı kuramlara göre, alfabenin kökeni eski Girit piktogramlarına kadar uzanır. Fenikeliler dışa açık yenilikçi bir ticaret toplumdur. Bundan dolayı çivi yazısı ve hiyeroglif yazısını tanıyorlardı. Tamamen soyut biçimlere sahip 22 harften oluşan ilk alfabe İ.Ö. 1.500 yıllarında kullanılmaya başladı. Yazı yönü sağdan sola doğru idi(Becer, 1999).

2.5.Yunan Alfabeti ve Parşömen



Yalnızca ünsüzleri belirten Sami alfabesi M.Ö. 1000-900 yıllarında devralınarak hem ünlülerin hem de ünsüzlerin temsil edildiği alfabeye dönüştürülmüştür(Ketenci, Bilgili. 2006).

Yunanlılar Fenike alfabesine a, e, i, o, u gibi sesli harfler eklediler, yazıya geometrik bir uyum ve estetik bir kalite kazandırdılar. Harfler aynı satır çizgisi üzerine yatay olarak yerleştirildi ve yazı yönü bugün kullandığımız gibi, soldan sağa doğru çevrildi(Becer, 1999).

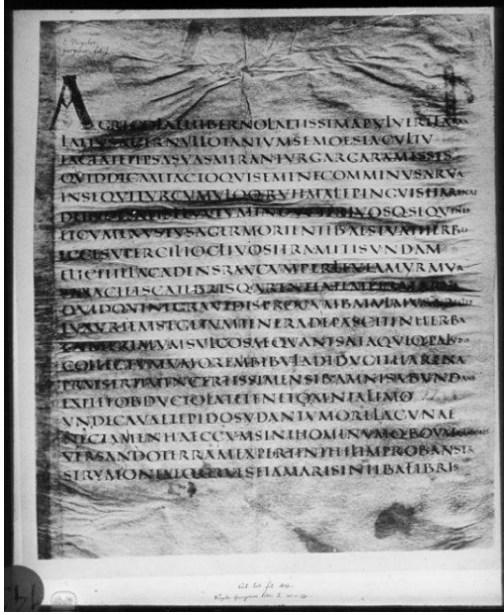
Yunanlılar M.Ö. 200 yılında hayvan derisinden parşömeni geliştirdiler. M.S. 150'de ilk kez, parşömen, yuvarlak rulo yapma yerine, kitap yapmak için sayfalar içine katlandı. Tekstil parşömenden daha ucuz bir hammaddeydi ve bu da kağıt üretimi fiyatlarını düşürdü. Sonradan, lambanın siyah isinden yapılan mürekkep yazı biçimine yeni bir tarz kazandırdı(www.toplumdusmani.net, 20.05.2007)

2.6.Roma Alfabeti

Bugün kullandığımız Latin alfabesinin büyük harfleri eski Roma yazısından gelir. Ancak küçük Latin harflerinin ortaya çıkışı daha karmaşık bir tarihsel seyir izlemiştir. Bu seyrinde başlangıç olarak “karolenj yazı” gösterilmektedir(Ketenci, Bilgili 2006).

“Karolenj yazı”, Avrupa’da 8. Yüzyıl sonu ile 9. Yüzyıl başında Frank İmparatoru Şarlman’ın eğitim reformları kapsamında geliştirildi.

M.Ö. 500 Romalılar 23 harften oluşan Greek alfabesini benimseyerek kendilerine uyarladılar. Yunanistan’da Greek alfabesi gelişip yayılırken birden alfabenin İtalya’ya sıçradığını görürüz. Roma İmparatorluğu’nun kullandığı alfabenin doğrudan Greek alfabesi mi olduğu, yoksa Greek alfabesinin bir aracı ulus tarafından mı İtalya’ya aktarıldığı tartışma konusudur. Bazı görüşler “Etrüsk (Etruscan) alfabesi” aracılığı ile Roma’ya geçtiğini belirtiyorlar.



Yunan alfabesi Etrüskler kanalıyla Roma'ya ulaştı. Romalı komutanların zaferlerini kutlamaya yönelik, anıtsal bir yazı biçimi yaratıldı. Bugün kullandığımız büyük harflerin temelini oluşturan bu mimari yazılarda birçok değişik üslup kullanılmıştır. Bunların en önemlisi "Capitalis Quadrata"dır (İ.S. 2-5 y.y).

Roma İmparatorluğu'nun kültürel yapısı Batı toplumlarını oldukça etkiledi ve 21 harften oluşan Roma alfabesi, Batı dünyasında yazı dilinin oluşmasına kaynaklık etti(Becer, 1999).

2.7.Türklerin Kullandıkları Alfabeler

Göktürk Alfabesi

Türkçe'nin yazıldığı ilk alfabe, bugünkü bilgilere göre Batı'da "runik" diye tanınan Göktürk alfabesidir. Bu alfabenin eski Türk damgalarından doğduğu, dolayısıyla Türkler tarafından icat edildiği kabul edilmektedir. Türkler arasında VII-IX. yüzyılla arasında yaygın olarak kullanılmıştır. Bu yazıya Batı'da runik denmesinin sebebi harflerinin eski İskandinav yazıtlarında kullanılmış ve runik alfabe diye adlandırılan yazınız harflerine benzemesidir. Bu alfabe Danimarkalı William Thomsen tarafından çözülmüştür. Göktürk alfabesiyle yazılan 732 yılında yazılan Kültigin abidesi Türk edebiyatının yazılı ilk eseri sayılmaktadır.

38 harften oluşan alfabenin 4'ü sesli, 26'sı sessiz, 8'i ise bitişken harftir. İçinde yuvarlak ünlü (o, ö, u, ü) bulunan sözleri doğru okuyabilmek için o sözleri önceden bilmek ve kestirmek gerekir. Sağdan sola ve yukarıdan aşağıya doğru yazılır. Harfler birbiriyle bitişmez; taş ve eşya üzerine kazınmaya elverişlidir.

Uygur Alfabesi

Türkler'in Göktürk alfabesinden sonra ve Arap alfabesinden önce kullanmış oldukları yazı sistemleri içinde en önemli alfabedir. VIII. yüzyıldan XVIII. yüzyıla kadar Doğu

Türkistan'dan İstanbul'a kadar geniş bir alanda kullanılmıştır. Bu alfabe Ârâmî kökenli Soğd alfabesinden çıkmıştır. Genellikle Uygur yazısı olarak bilinen bu yazın diğer Türkler'ce de kullanılmış olması mümkündür. Uygur alfabesi Türkçe'nin yazımı için elverişli olmadığı halde 1000 yıl gibi uzun bir süre kullanılmıştır. Uygur alfabesiyle yazılmış eserlerin çoğunu Budizm, Maniheizm ve Hristiyanlık'a ait metinler meydana getirir. Bu alfabe Türkler İslâmiyet'i kabul ettikten sonra da kullanılmıştır. Kutadgu Bilig denilen eserin üç nüshasından biri Uygur harfleriyle yazılmıştır.

18 harften oluşan alfabenin 4'ü sesli 14'ü sessiz harftir. Arap alfabesinde olduğu gibi harfler başta, ortada ve sonda farklı biçimde yazılmaktadır.

Arap Alfabeti

Tarih boyunca Türk diline uygulanan yazılar arasında en uzun süreli, aynı zamanda en yaygın olanı ve muhtemelen Türkler'in İslâm'a girmeye başladıkları IX. yüzyıldan itibaren kullanılmıştır. Hâlâ bu alfabeyi kullanan Türk halkları vardır. Türkçe'yi Arap harfleriyle ilk defa yazanlar Karahanlılar olmuştur. Mevcut bilgilere göre bu alfabeyle yazılan ilk metin Divanü Lûgati't-Türk adlı eserdeki yazılardır.

Kiril (Slav) Alfabeti

Osmanlıca ve Türkiye dışındaki Türk dil ve lehçelerinin yazımında Arap alfabesinden sonra en geniş ölçüde kullanılan alfabadır. XVIII. yüzyıl başlarında Hristiyanlık'ı yaymak için Çuvaşlar'a giden Ruslar bu dili kendi harfleriyle (Kiril) yazdılar. Eski Sovyetler Birliği idaresindeki Türkler'ce 1937-1940 yılları arasında Stalin rejimi tarafından bu alfabe kabul ettirilmiş ve her Türk boyu için farklı alfabeler yapılmıştır. Bunun sonucunda Türkler arasında 20 ayrı Kiril alfabesi kullanılmıştır. Bugün de bu alfabeyi kullanmaya devam etmektedirler. Ancak Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra alfabe değiştirme eğilimleri kuvvetlenmiştir. Ayrıca Türk Cumhuriyetleri arasında kültür alışverişini daha sağlıklı yapmak için ortak alfabe çalışmaları devam etmektedir (www.edebiyatturkce.blogcu.com, 01.06.2008).

Latin Alfabeti

Latin alfabesi veya **Latin abecesi**, Roman alfabesi de denir, Latin kültürünün temelini oluşturur. Latin Alfabeti'nde 23 harf bulunur. Latin alfabesi şu anda dünyada en yaygın kullanılan alfabadır(www.tr.wikipedia.org, A4, 03.06.2008)

1928'de Atatürk'ün yaptığı harf inkılâbıyla Türkiye Türkçesi'nin yazımında kullanılan en son alfabe Latin alfabesidir. Bu alfabe bugün Türkiye'den başka Kıbrıs ve Yugoslavya'daki Türkler'ce de kullanılmaktadır.

29 harften oluşan bu alfabenin 21'i sessiz, 8'i sesli harftir. Sağdan sola doğru yazılır. Harfler birbiriyle bitleştirilerek de bitleştirilmeyerek de yazılabilir. Bu alfabede yer alan harfler asıl Latin alfabesinden farklıdır. Asıl Latin alfabesindeki "q/Q", "x/X" ve "w/W" harfleri yoktur. Buna karşılık **ı, ö, ü, ğ, ç** ve **ş** harfleri vardır (www.edebiyatturkce.blogcu.com, 01.06.2008).

2.8. Kağıdın Bulunuşu

Ts'ai Lun günümüzden yaklaşık 2000 yıl önce Çin'de yaşayan bir memurdu ve MS 105 yılında bugünkü kullanılan hali ile kağıdı icat etti. Dut ağacı kabuğu, kenevir ve kumaş paçavralarını suyla karıştırarak ezdi, lapa haline getirdi, presleyerek suyunu çıkardı ve bu ince tabakayı kuruması için güneşin altında ipe astı ve böylece ilk kâğıdı yaptı(www.acemiler.net, 04.05.2007).

Aslında insanlar MÖ 3500 yıllarında bile üzerine yazı yazabilecek çeşitli şeyler kullanıyorlardı. Kağıdın icadı sonraki devirlerde Çinlileri dünyanın en gelişmiş kültürünün sahibi yaptı. Şaşırtıcıdır ki, Orta Asya'ya 751, Bağdat'a ise 793 yılında ulaşan Ts'ai Lun'un kağıt yapma metodu, Avrupa'ya 1000 yılda gelememi. Avrupa'da ilk kağıt ancak 1151 yılında İspanya'da yapılabildi.

M.S. 200 Mısırlılar papirus için yazı mürekkebi geliştirdi. Papirus üzerine yazı yazmada kullanılan siyah ve kırmızı renkteki mürekkepler kömür ve demir cevherinden elde edilmekteydi.

İlk kağıt makinesi 1798 yılında yapıldı. Ancak bu geniş bir kayışın dönerek fiçidaki lapayı aldığı ve ince kağıt haline getirdiği, her dönüşte tek bir kağıt yapabilen basit bir makine idi. Silindirli makine çok geçmeden 1809 yılında John Dickinson tarafından icat edildi.

Günümüzde kağıt üretimi yüksek teknoloji ile ve tam otomatik olarak yapılabilmektedir ama işlemin aslı esas olarak değişmemiştir. Kağıtların arasındaki kalite farkını kullanılan lifin türü, lapanın hazırlanışı, içine katılan malzemeler, kimyasal veya mekanik metotlar belirler.

Her ne kadar liflerin elde edilmesinde ağaçlar ana kaynak ise de özellik taşıyan kağıtların yapılmasında günümüzde sentetik lifler de kullanılmaktadır(www.bilgilik.com, 03.01.2008).

Kâğıdın icadı sadece yazı dünyasını etkilemekle kalmamış iletişim toplumuna gidilen yolda büyük bir dönemeç aşılmış olmuştur. Kâğıt günümüzde de artık modern insan yaşamının vazgeçilmez bir parçası haline gelerek, iletişimin en önemli araçlarından birini oluşturmaya devam etmektedir.

2.9.Tipografi Nedir?

Güncel Türkçe sözlükteki anlamları ile;

1. Kabartma biçimlerle ilgili baskı yöntemi. 2. Basım, tipografya.

olarak açıklanmaktadır (www.tdk.gov.tr, 05.04.2007).

Terim Türkçe'ye Fransızca'dan geçmiştir.

Tipografi (Yunanca τύπος (*typos*)="form" ve γραφία (*graphia*)="yazmak" sözcüklerinden) yazıyı bir forma sokma sanatı ve tekniğidir. Font (yazı tipi), font büyüklüğü, satır uzunluğu, satır arası boşluk ve benzeri unsurların kombinasyonları ile yapılır. Yayımlanacak yazınsal içeriğin bir forma sokulması veya tasarımı olarak da tanımlanabilir. Türkçe *tipografya* olarak da çevrilmiştir. (www.tr.wikipedia.org, A2, 01.01.2008).

Becer'e göre tipografi terimi ilk kez, Johann Gutenberg'in metal harflerini tanımlamakta kullanıldı. Bugün ise; bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir.

Tipografi, yeni yazı şekilleri tasarlama veya yazıları kullanarak etkili tasarımlar oluşturma sanatı olarak tanımlanabilir. Uygulamada ise tipografi bir grafik ürününün üzerinde kullanılacak yazı karakterinin ve bu yazıların büyüklüklerinin (Punto) seçimi, bunların sayfalara en uygun şekilde yerleştirilmesi ve düzenlenmesi konularını kapsar(Mazlum, 2006).

Sarıkavak'ın "Çağdaş Tipografinin Temelleri" adlı kitabında tipografiyi basımcılığın en temel sorunsalı olarak tanımlamaktadır. Sarıkavak'a göre tipografi; harf, sözcük ve satırlarla

ve boşuklama için gereksinen diğer öğelerle, belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemelerdir.

Tipografi; dilin, insanlığın, form ve biçimlere yansımış varlık yansımasıdır. Kaligrafi denilince bu sanatın el ile, el yazısı ile yapılmış şekilleri akla gelir.

Kültür tarihi içinde, dil olgusuna koşul olarak, tipografi de onu formlar yardımıyla ile kağıt veya onu herhangi bir malzeme üzerine aktararak, bir ölçüde yaşanan zamanı görsel olarak kaydetmiştir. Tarihi Tipografik öğeler ışığında incelersek, bu öğeleri tüm açıklığıyla görebiliriz. Osmanlı İmparatorluğu'nun en görkemli zamanındaki kaligrafi örnekleri saltanatın, ahenk ve dinginliğin, gücün formlar üzerindeki etkisini yansıtır. II. Dünya Savaşı Demirperde ülkeleri afişlerinde ise, sert ve keskin hatlara sahip, toplumsal bir savaşın hırçın yüzünü izleriz

Aynı şekilde geçmişte modernizm, postmodernizm, günümüzde funk, punk, acid gibibazıları felsefi dayanaklara sahip düşünce ve yaşam tarzlarını da tipografi ağırlıklı grafik eserlerinde izlemek olasıdır. Her tür yaşam biçimi, düşünce tarzı Tipografik bir dil ile kendine anlatım biçimi oluşturabilir dersek pek yanlış olmaz(Uçar, 2004). Günümüzde günlük yaşamımızda sıklıkla farklı anlayışlarda farklı tarzlarda yazı karakteri ve tipografi uygulamaları ile karşılaşmaktayız.

1456'da matbaanın icadından ve daha sonra bilgisayarın oluşumundan bu yana pek çok değişiklik meydana gelmiştir. Son iki yüzyılda tipografinin gelişimi hız kazanmış, bu süre içinde yazı karakterlerinin yapılarında ve boyutlarında müthiş bir değişim olmuştur. Değişim halen devam etmektedir.

Tipografide çok sayıda kural ve onları uygulamak için çeşitli yollar vardır. Hataları görmek için eğitilmiş ve çok pratik yapmış bir göze her zaman ihtiyaç vardır, çünkü bilgisayar her şeyi yapamaz.

O bize yardım eder fakat mükemmel değildir. Altın kural 'doğru olması değil, doğru görünmesidir. Bunu ancak tipografi ile ilgiliyseniz görebilirsiniz. İşte bu noktada yazının gerçek uzmanı bir amatörden ayrılabilir(www.ilef.ankara.edu.tr, 05.01.2007).

Günümüzde grafik tasarım dünyasında kavramsal ve aynı zamanda tipografik çözümler minimal bir biçimle mesaj verme ve aynı zamanda duru bir estetik düzey elde

edebilmektedir. Tasarlanmış yazının sanatı olarak adlandırabileceğimiz tipografi, ister Latin, ister Çin, Japon, Arap veya Kril alfabesinde ortak yöntemlerle grafik tasarımın önemli elemanlarından biri olarak ortaya çıkar(Uçar, 2004).

Çağımızda tipografik tasarım alanında ürünler vermiş birçok tipografin, ortak düşüncelerini maddeler halinde toplarsak şunları söyleyebiliriz;

- Tipografi geçmişteki deneylerden yararlanmalı ancak, yeni görüşlere ve geleneğe de açık olmalıdır.

- Tipograf çağın uygun tasarımlar yapabilmeli ve yeni fikirler üretebilmelidir.

- Tipografinin ana görevi yazıdır ve tipografi yazısal anlatı amacına yöneliktir.

- Tipograf yeni harf karakterleri üretmez, üretilmiş olanaklardan amacına uygun olanı seçer ve kullanır. Bu nedenle yazının işlevsel yönlerini iyi bilmelidir.

- Tipografik tasarımlar sanatsal heveslerle işlevselliğinden saptırılmamalı ve tipograf bu sınırı korumalıdır.

- Yazı tasarımcısı tasarımında işlevselliği ve evrenselliği ön plana olmalıdır.

Tipografik uygulama iki gruba ayrılır:

Birinci; plastik amaçlara uygun yöneliktir ve kitap, gazete, dergi, tanıtım broşürleri, yazışma gereçleri vb. ürünlerin tasarım ve üretimi bu gruba girer. Bu gruptaki uygulamalarda okunabilirlikten ödün vermeden görsel iletişimde etkinlik sağlayan hareket denge kontrastlar ve ritm olgularının işlevselliğinden yararlanılır. Tipograf her iki gruba ait uygulamalarda yararlı olacak kuralları bilmelidir:

Bu kurallar şunlardır;

- Tipografik tasarım ana aracı dizgi sistemleridir. Tipograf bu sistemlerin ona sunabileceği teknik olanakları da iyi bilmelidir.

- Eğer tipografik tasarım sonuçta basılarak çoğaltmak durumundadır. Bu nedenle tipograf baskı tekniklerini tanımalı, bilmeli ve tasarımlarında teknik problemlere neden olabilecek düzenlemelerden kaçınılmalıdır.

- Özellikle kitap ve benzeri üretimlerde maliyet ekonomisi önemli bir problemdir. Bu konuda tipografin programında bulunmalıdır(Erden, 1994).

BÖLÜM 3

MATBAANIN İCADINDAN ON DOKUZUNCU YÜZYILA YAZININ GELİŞİMİ

3.1.Rönesans Döneminde Grafik Tasarım

Matbaanın ilk kez kullanılması Uzakdoğu'da başlamıştır. Bilinen ilk baskı VIII. yy'da Japonya'da yapılmıştır. İmparatoriçe Shotoko Budizm'in kutsal metinlerini Sanskrit dilinde Çin alfabesiyle bastırmıştır (www.nuveforum.net, A1 01.03.2008).

M.S. 1450 Avrupa'da yayılan Rönesans hareketi hümanist bir felsefe anlayışının gelişmesine, klasik edebiyatın yeniden incelenmesine ve laik bir toplum yapısının oluşmasına ortam sağlamıştır. Bu dönemde grafik tasarım ve baskı teknolojisinde çığır açan buluşlardan biri gerçekleştirildi: Mainz'li Johann Gensfleisch zum Gutenberg 1450'de bir kitabın tipografi tekniği ile basılabilmesine olanak sağlayan sistemi buldu.

M.S. 1452 Gutenberg, yaşadığı dönem içinde yaygın olarak kullanılan "Textur" yazısındaki her harf karakterini eşit yüksekliklerdeki kalıplara döktü ve bunun için %80 kurşun, %15 antimon ve %5 kalaydan oluşan sabit bir alaşım geliştirdi. Dökülen her harf, sınıflandırılarak bölümlere ayrılmış kasalara yerleştiriliyordu(Becer, 1999)

Tipografik baskı tekniği Almanya'dan sonra İtalya'da gelişme gösterdi. 15. yüzyıl İtalya'sı Rönesans sanatı ve mimarisinde patronluk eden bir zenginlik ve bolluk ülkesiydi.

M.S. 1467 Conrad Sweynheym ve Arnold Pannarta İtalya'nın Subiaco kentinde Roma Kapitol yazısı ile Şarlman minüskülünü bir araya getirerek bugün kullanmakta olduğumuz çift kodlu alfabeyi yarattılar(Becer, 1999).

M.S. 1495 İtalyan Rönesans'ı içinde önemli bir bilim adamı ve hümanist olarak sivrilen Aldus Manutius, Venedik'te "Aldine" adını verdiği bir yayınevi kurarak Latin klasiklerinin basımına girişti. Venedikli araştırmacı ve matbaacı Aldus Manutius için yazı karakterleri üreten Francesco Griffio (1450-1518) bugün "Bembo" olarak bilinen yazı karakterinin tasarımını ve dökümünü yaptı. Griffio'nun harflerinin dengeli ağırlıklarıyla ince serifleriyle, majüskül K harfinin kuyruğundaki ve J harfinin aşırı eğimli bacağındaki abartılı özellikleriyle beğeni kazanması, çalışmalarının yazı tasarımına dönüşmesine Avrupa çapında basımevlerini etkilemesine yol açtı(Karnazoğlu, 2001).

M.S. 1525 Tipografik baskı tekniği ile ağaç-baskı resim sanatının işbirliği sayesinde Almanya’da resimli kitap basımı yaygınlaştı. Ağaç-baskı resimlemelerde basılan ilk kitabın adı “Böhmen”li çiftçidir (1460). Almanya’da basılan resimli kitapların en güzel örnekleri, ağaç baskı kanatçısı ve grafik tasarımcı Albercht Dürer tarafından gerçekleştirilmiştir(Becer, 1999).

3.2. Yazı Tasarımında Ustalar Dönemi

Tipografinin kullanıldığı beyaz kağıt veya ekran ya da bambaşka bir ortam, bu sanatın ele alındığı “evren”i sunar tasarımcıya. Oluşturulan kavramsal veya sanatsal ürün, bu evrende yer alır. “Aralıklar, vurgusu az ya da çok değişen, farklı zamanlarda noktalanmış müzikal bir cümle gibi satırlara ve farklı uzunluklardaki sözcüklere bir düzen verir. Boş kalan satır sonları da bu düzeni yapılandırır, gövdelerin ahenkli ölçeği tipografik belirleyeceği niteliği olan o uçuşmayı, o genel ritmi verir. Üzerindeki iyi çalışılmış basit bir tipografik yapıt, ritimli bir görüntü sunar.

Kuşkusuz tipografinin gelişimi ve ayrı bir dal olarak yaygınlaşmasında gerek ortaçağda gerek sanayi devrimi öncesinde önemli sayılabilecek pek çok şahsiyet mevcuttur(Uçar, 2004).

1720 ile 1770 yılları arasında Fransız Sanatı ve mimarisinin öncülük ettiği süslü ve gösterişli “Rokoko” stili, grafik tasarımı da etkilemiştir. Pierre Simon Fournier de June, Rokoko dönemi tipografisinin en güzel örneklerini tasarlamış, tipografide kullanılan ölçülere “Cicero” adıyla yeni bir standart getirmiştir.

Senefelder 1800’lerin başında çok renkli taşbaskı denemelerine girişti. Alman matbaacıları da çok renkli taşbaskının gelişimine katkıda bulundular. Çok renkli taşbaskı Amerika’da Boston şehrinde neredeyse grafik bir üslup haline dönüştü ve bu teknikten yararlanan basımevlerinin sayısı hızla artmaya başladı. Çok renkli taşbaskının gelişmesiyle tipografi tekniği ile basılan afişler yavaş yavaş ortadan kalkmaya başladı. Afişler ve etiket tasarımı, çok renkli taşbaskının önemli uygulama alanları oldu(Becer, 1999).

3.3.On Dokuzuncu Yüzyıl ve Endüstri Devrimi

Endüstri devrimi ile birlikte tarım toplumu hakimiyetindeki güç endüstri toplumuna doğru geçiştir. Böylece toplumun sosyal ve ekonomik alışkanlıkları değişmiştir.

1780'lerde James Watt'ın geliştirdiği buhar makineleri mekanik üretim sürecini başlattı. Bunun sonucunda topraklarda çalışan işgücü, fabrikalara yöneldi. Şehirler hızla büyümeye, politik güç aristokratlardan kaitalistlere geçmeye başladı. Teknolojinin kitlesel üretimde kullanılmaya başlamasıyla ürünlerdeki birim maliyet düştü. Bir tarafta yaşam standartları yükselirken diğer tarafta işçilerin sosyal sorunları artmaya başladı. Sağlıksız çalışma koşulları, düşük ücretler ve işsizlik gündemden inmeyen sorunlar haline geldi. Madde; doğal, manevi ve estetik değerlerin önüne geçti.

Fransız Devrimi'nin eşitlik idealleri eğitimin yaygınlaşmasına, okur-yazarlığın artmasına yol açtı. Kitap ve diğer yayınların üretimi yükseldi. Bunun sonucunda grafik iletişim daha fazla önem kazanmaya başladı. Bilgi akımının hızlanması, kitle iletişim çağının başlamasına neden oldu. Tasarım ve üretimin tek elden yürütülmesi süreci sona erdi, uzmanlaşma olgusundan söz edilmeye başlandı. Yayıncılık, reklam ve afiş tasarımı hızla gelişmeye başladı. Litografik baskı tekniğinin sunduğu geniş olanaklar tipografik baskı yöntemi ile çalışan basımevlerini olumsuz yönde etkiledi(BECER, 1999).

M.S. 1803 Yazı karakterleri 19. yüzyılın ilk on yılı içinde genişleyip kalınlaştı. Robert Thorne ilk kalın hatlı yazıyı (fatface) tasarladı(BECER, 1999).

M.S. 1803 Fourdrinier kardeşler kağıdı kesintisiz bir top haline getiren bir makine geliştirdiler.

M.S. 1814 "The Times" Gazetesi F. Koenig'in 1.100 baskı yapan buharlı "mekanik makinesiyle basıldı

M.S. 1815 Vincent Figgins ilk Egyptian ve gölgeli harflerin tasarımını yaptı

M.S. 1816 Sadece büyük harflerden oluşan serifsiz (sans serif) harfler yazı karakteri olarak ilk kez William Saclon'un "yazı örnekleri" kitabında görüldü.

M.S. 1816 Koenig, kağıdın aynı anda iki yüzüne birden baskı yapan makineyi icat etti. Bu makine o zamana kadar kullanılan el preslerine göre oldukça hızlıydı.

M.S. 1833 Benjamin Day, "New York Sun" gazetesini kurdu ve gazetesini alışıldık altı cents yerine bir penny'ye sattı.

M.S. 1833 Vincent Figgins, kontür (outline) harflerin tasarımını yaptı.

M.S. 1936 Vincent Figgins, ilk perspektif (Perspektive) harflerin tasarımını yaptı.

M.S. 1836 Owen Jones'ın "Alhambra" adlı kitabının ilk cildinin renkli bölümleri, ilk kez kullanılan "chromolithography" (lithography ile basılan renkli baskı) yöntemi ile basıldı.

M.S. 1840 Tahta özünden kağıt yapımı geliştirildi.

M.S. 1844 Englishman Fow Talbot, ilk fotoğraf baskılı kitap olan "The pencil of Nature"ı bastı.

M.S. 1845 Robert Besley Egyptian yazı grubuna giren "Clarendon" yazı karakterinin tasarımını yaptı.

M.S. 1846 Hoe Company'nin ürettiği ilk silindirli baskı makinesi saatte 2.000 baskı yaptı.

M.S. 1848 New York'ta Associated Press'in ilk şubesi açıldı.

M.S. 1854 Kimyasal esaslı kağıt yapımı mükemmelleştirildi.
M.S. 1884 Jules Chéret (1836-1933) afişlerini bugünkü billboard'ları anımsatan -1,5 metreye varan ölçülerde yaparak- büyük boy afişi ilk defa Paris'te uyguladı.

M.S. 1886 Alman göçmeni Ottmar Mergenthaler, Amerika Birleşik Devletleri'nde "Linotype"ı icat etti.

M.S. 1886 Ottmar Mergenthaler'in Linotype dizgi makinesiyle, ilk kez ticari başarılı sonuç alındı. Linotype malzemelerin daha çok miktarda basılmasını dolayısıyla gazete ve dergilerin fiyatlarının düşmesini sağladı(www.yeniforum.gen.tr, 01.05.2008)

3.4.Yirminci Yüzyıl Tipografisi

1920 sonrasının tasarımlarında serifsiz yazılar daha çok tercih edilmeye başladı. İngiliz tasarımcı Eric Gill roman tipografisi geleneğinden esinlenerek "Gill Sans" adı verilen yazı dizisini tasarladı (1928-1930). Aynı yıllarda Almanya'da da geometrik konstrüksiyona

dayalı serifsiz yazılar tasarlandı. Bunların en başarılısı ve en bilineni Paul Rennerin 1927'de tasarladığı "Futura" dizisidir.

20. yüzlüm en önemli kaligrafi ve tipografi sanatçılarından biri de N'ürnberg'li Hermann Zapf'dir. Rudolf Koch'un "Kabel" adlı yazı karakterinden oldukça etkilenen Zapf'in en bilinen üç yazı karakteri şunlardır: "Palatino" (1950), '-Meliof' (1952) ve "Optima" (1958).

İngiliz yazı tasarımcısı Stanley Morrison'un "London Times" gazetesi için tasarladığı "Times New Roman" karakteri ilk kez 1932 tarihinde kullanıldı.

Hollanda'da Piet Zwart, Çekoslovakya'da Ladislav Sutnar ve İsviçre'de Herbert Matter tipografik tasarım dilinin zenginleşmesine önemli katkılarda bulundular.

BÖLÜM 4

TIPOGRAFİK SÖZDİZİMİ

4.1. Tipografik Söz Dizimi

Dilbilgisinde, sözcüklerin ifade, cümlecik ve cümle oluşturmak üzere bir araya gelmelerine söz dizimi adı verilir. Tipografik elemanların tutarlı bir bütün oluşturacak biçimde düzenlenmesi ise tipografik söz dizimi olarak tanımlanır. Tipografik söz dizimi yelpazesi, en temel unsur olan harfle başlayıp, sözcük, satır, sütun ve sayfa kenarlarında bırakılan boşluklara (margin) kadar genişler.

Harf, sözcük, satır, sütun ve marjlar tipografinin ana unsurlarıdır. Tipografik söz dizimi, yazının en temel birimiyle başlar. Harf çevresini kuşatan boşlukla karşılıklı bir etkileşim içine giren her tipografik simge, görsel olarak dinamik bir yapıya sahiptir. Harflerin kendi aralarında kurdukları anlam-biçim ilişkisinde de bir söz dizimi olgusu vardır(Becer, 1999).

Grafik tasarımın öncelikli amacı, görsel yolla bir mesajı iletmeektir. Dolayısıyla okuyucunun tasarımdaki mesajı okuyup anlaması kolay olmalıdır. Okunurluğu etkileyen başka unsurlar da bulunmasına rağmen (satır arası ve harf arası boşluk, bloklama stili, satır uzunluğu) kullanılan yazı karakteri okunurluluğu doğrudan etkilemektedir(Mazlum, 2006).

4.2. Harf

Harf (type) sözcüğü harf yapısı anlamına gelen yunanca ‘typos’ sözcüğünden gelmektedir. Harf (metal harfler:hurufat) Tipografik düzenlemenin en temel ögesidir ve abecenin her bir harfini belirtir.

Harfler, piktografik yazıdan tarihsel süreç içinde dönüşerek soyutlanmış temel abece yapılarına sahiptir. Abece tasarımlarının temel yapılarını, bu abecelerin tüm harfleri arasındaki biçim ve ölçü ilişkilerini sağlayan bir oranlama sistemi oluşturur. Bu oranlama sistemleri harfin geometrisini belirler(Sarıkavak, 1997).

Tipografik sözdizimi ile ilgili ilk konu, her harfin kendi formudur. İyi tasarlanmış bir harf formu, ustalığı ve doğruluğu ile dikkat çekerken, başka bir yazı karakteri ailesinden de ayırıcı özellikler taşır. Bu ayırıcı özellikler çeşitli ağırlıkla (light-ince, medium-orta, bold-kalın), boyutla (condensed-darlaştırılmış, expanded-genişletilmiş) belirlenir. Her bir harf

sözcük oluşturmak gibi tipik işlevlerinin yanı sıra, birleştikleri zaman da yeni işaretler oluşturma olanağına sahiptir. Bu tipografik işaretler, görsel olarak dinamiklerdir, çünkü, harfi çevreleyen beyaz boşluk ile etkileşim içindedirler. Bu biçim-boşluk ilişkisi tipografik ifadenin temelini oluşturan başlıca unsurların biridir(Becer, 1999).

Latin harflerinin her biri, kendisini diğerlerinden tamamen ayıran basit karakteristik işaretler olarak ortaya çıkmıştır. Fırça, kamyş kalem ve taş oymacıların kullandıkları keskin yazım özellikleri, alfabeyle etkilemiştir. Roma ve Ortaçağ manastırlarında kullanılan kamyş kalem sayfayı “meyil-yatay eğim” adı verilen bir açıyla tutuyordu. Bu da kalın ve ince hatlar olgusunu ortaya çıkarıyordu. Majüskül (majuscule)ler, kare, daire ve üçgene dayalı basit geometrik formlardan oluşmuştur. Her majüskül’ün temel formu ikiye bölünmüş bir kare, bir büyük iki küçük daire, bir düz ve bir ters üçgenden oluşan bir yapıdan elde edilmiştir. Şüphesiz bu geometrik şekillerden elde edilen formlar, görsel olarak düzenlenmiş oranlar, etkileyici tasarım özellikleri ve iyi algılanabilirlik gibi önemli öğelere kapalıdır. Geometrik formlardan, net ve hassas baskı harflerine ulaşım, bir tasarım olayıdır. Bu tasarım olayında da optik ve estetik duyumsama devreye girmektedir(www.yeniforum.gen.tr, 09.06.2008).

Harfe ilişkin diğer kavramlar şunlardır:



Taban Çizgisi(Baseline): Büyük ve küçük harf karakterlerin birçoğunun üzerine yaslanmış -oturmuş- görüldüğü düşsel çizgi.

Orta Çizgi(Meanline): Küçük harflerin üstünü yukarıya çıkan uzantılarından ayıran düşsel çizgi.

Yukarı Uzantıları(Ascenders): Küçük harflerde x'in gövde boyundan yukarı çıkan parçası.

Üst Uzanım(Ascent). Harflerin taban çizgisinden itibaren yukarı uzantılarının eristiği üst izlek.

Aşağı Uzantıları(Descenders): Taban çizgisinden aşağı düşen, küçük harflerin aşağı uzanan parçası.

Alt Uzanım(Descent): Harflerin taban çizgisinden itibaren aşağı uzantılarının eristiği alt izlek.

Kapatılmış Alan(Counter): Harflerin kapalı ya da oyulmuş bölümü. Harf yapıları tarafından kapatılmış beyaz boşluk.

Tırnak(Serif): Asıl vurgunun sonunda oluşturulan kısa vurgu. Tüm harf çeşitleri tırnaklı değildir. Tırnaksız harfler '*Sans Serif*' ya da Fransızcada olduğu gibi '*With-out Serif*' olarak adlandırılırlar.

Küçük harf Boyu(X-Height). Harf yapısının temel unsurudur. Gerçekte küçük harf x'in yüksekliği.

Asıl Vurgu(Main Stroke): Bir harfin temel yapısının ana – belirleyici - vurgusu.

Yatay Vurgu(Crossbar): A, H, T gibi bazı harflerdeki yatay çizgi ya da vurgu.

Eğri Vurgu(Bowl): Yuvarlak yapılı harflerdeki eğri vurgulanmış kısımlar. Harf yapılarının ayrıca bitiş (*terminal*), zirve (*apex*), çıkıntı (*spur*), dar geçiş (*fillet*), şişkinlik (*loop*) ve bağlantı (*link*) gibi kısımları bulunur (Sarıkavak, 1997).

Harfleri oluşturan ana hatların alt ve üst bitim yerlerinde bulunan tırnak biçimindeki küçük uzantılar “serif” olarak adlandırılır. “Kapital”, “Majiskül” ve “Uppercase” tipografik terminolojideki büyük harfler için kullanılan terimlerdir. Küçük harfler ise “Minüskül” ya da “Lowercase” olarak anılırlar. Tipografi karakterler et kalınlıklarına göre bes kategoriye ayrılabilirler:

1-Tam beyaz (Extralight),

- 2- Beyaz (Light),
- 3- Yarım siyah (Medium),
- 4- Siyah (Bold),
- 5- Tam Siyah (Extr Bold) (BECER, 1999: 177).

4.3.Sözcük

Bir sözcük, anlam yüklenen, az çok birbirine sıkı sıkı bağlı bir ya da daha fazla biçimbirimden (morfem) oluşan, ses değeri taşıyan dil birimidir. Sözcükler, bir kök ve ona bağlı bir ya da daha fazla ekten oluşabilir. Sözcükler bir araya gelerek sözcük öbekleri, cümlecik ve cümleleri meydana getirirler (www.tr.wikipedia.org, A3, 02.05.2007).

Sözcükler bir kavram, nesne ya da olayı aktarabilirler. Sözcüğün biçimsel özellikleri (yazı karakteri, diziliş biçimi, espas vb.), içerdiği anlamı açıklayıcı ve simgeleyici bir işleve sahip olmalıdır. Harflerde olduğu gibi, sözcüklerde de biçim-karşıbiçim ilişkisi söz konusudur. Bu ilişki, Tipografik bağlantı ve ritm gibi sorunları da beraberinde getirir. Bir sözcüğü oluşturan harflerin birbirileriyle armonik bir bütünlük kurmaları gerekir(Becer, 1999).

4.4. Yazı Ailesi

Yazı Karakterleri, harflerin kalınlıklarında yapılan değişikliklerle yaratılmışlardır. Kimi genişletilmiş kimi de daraltılmıştır. Bazı karakterler az daraltılmış ve kalın yaratılmışlardır. Bir çok karakter sadece düz (roman), eğik (italik), kalın (bold) ve kalın eğik (bold italik) olarak bulunmaktadır.

Yazı ailesi, bir yazı karakterinin bütün ölçü ve şekillerinin bir araya getirilmesiyle meydana gelir. Bu sebeple girilen punto değeri, aynı harf yüksekliğini verecektir(İstek, 2005)

Yazı fontlarının karakter çeşitleri ve sayıları font tasarımına ve üretim gerekliliğine göre değişir. Benimsenmiş fontlar genellikle bir bütün abecenin büyük ve küçük harf karakterlerine, 1'den 0'a sayılara ve genel noktalama işaretlerine mutlaka sahiptir. Diğerleri küçük başlıklara, çizgilere, bağlantılara ve yabancı aksan işaretlerine de sahip olabilir(Sarıkavak, 1997).

Helvetica yazı karakteri ailesi		Eras yazı karakteri ailesi	
Düz	(Roman/Plain)	Çok İnce (Light)	
Eğik	(İtalik)	İnce (Book)	
Kalın	(Bold)	Düzenli (Medium)	
Kalın Eğik	(Bold İtalik)	Yarı Kalın (Demi)	
		Kalın (Bold)	
		Çok Kalın (Ultra)	
Univers yazı karakterinin daraltılmış ve genişletilmiş hali.		Univers yazı ailesi normal, çeşitli kalınlıkları ve eğik (italik) biçimleri.	
Condensed		Univers	light
Extended		Univers	light italic
Light Condensed		Univers	regular
Semibold Condensed		Univers	italik
Bold Extended		Univers	bold
		Univers	bold italic
Compressed Regular		Univers	black
Compressed Extra		Univers	black italic
Compressed Ultra			

4.5. Satır

Satır, sözcüklerin oluşturduğu bir bütündür. Simetrik ya da asimetrik satırlar ile bu satırların çevresini kuşatan boşluklar doğru kurgulanmalıdır.

Sözcükler cümleleri, cümleler ise tipografik satırları oluşturmak üzere bir araya gelirler. Nokta boyutu, ağırlık ya da satır uzunluğundaki en ufak değişiklik, bir satıra verilmek istenilen vurguyu yönlendirir. Genel etkinin ne zaman dengelendiğini ve tamamen bütünlük kazandığını tasarımcı saptamalıdır. Bütün tasarımlar, yazı karakteri seçimini, bloklamaları, ölçü ve espası göz önüne almalı ve aralarındaki bağlantıları anlaşılır biçimde göstermelidir.

Yazıdaki satır gruplarının uzunluğu eşit, soldan blok, sağa dayalı, simetrik veya asimetrik olabilir. Tipografik şekil bu hizalıklar boyunca canlılık ve düzen oluşturur. Bu durum satırları geliştirir ve çevre ile ilişkilerini aktif hale getirir.

Düz çizgi, bar, köşeli parantez, kabarık çizgi, İskoç, puantiye gibi çizgiler de biçim-anlam ilişkisini doğrudan etkileyen tipografik unsurlardır(Becer, 1999).

4.6. Sütun ve Marjin (Margin)

Bir sütunun görsel niteliği, form ve karşı form ilişkilerini etkileyen özellikler olan; kontrast, derinlik, genişlik oranı ve dokuya bağlıdır. Sütunların ve marjin (Marjin: Latince “kenar” anlamına gelen “marginis”den gelir. Basılı alanla sayfa kenarları arasında basılmamış alanlara denilir)’lerin derinlik ve genişliğini dikkatle seçmeli, tipografik yapı ve tona özen gösterilmelidir. Yapı; yazının dokusal görüntüsü, ton ise; açıklık ve koyuluğudur. Satır aralarında, yazının boyutunda ve ağırlığında (ince, orta, kalın, aşırı kalın) değişiklik yapılarak sütunlar arasında kontrast yaratılabilir. Sütunlar birbirlerine kıyasla aydınlık veya karanlık görünebilir. Yoğunluktaki bu değişiklik, tasarım kararına bağlı olarak açıklık-koyuluk ilişkisinin bilinçli kullanımı, sayfaya ritmik bir netlik kazandırır ve farklı elemanları dengeler.

Bir sütun içindeki paragraf araları, sütun ile onu çevreleyen marjin’ler arasındaki ilişkiyi büyük ölçüde etkiler. En uygun yöntem, sayfanın genel tasarımı ile belirlenir.

Sütunlar, marjin’ler ve aralarındaki ilişki açık ve içeriğe uygun olduğu zaman iyi bir sayfa tasarımı ortaya çıkar.

İlkesellik ve bütünlük içinde, doğru ve anlamlı bir biçim karşı biçim, ilişkisi kurabilmek; tipografik düzenlemenin temel amacı olmalıdır(Becer, 1999).

4.7. Orantı ve Görsel Hiyerarşi

Oran (ratio), “büyüklük, nicelik, derece bakımından iki şey veya paraça-bütün arasında bulunan bağlantı”. Orantı (proportion) ise “bir şeyi oluşturan parçaların kendi arasında veya bütün arasındaki uygunluğu, “karşılaştırılabilir ilişkilerini” ifade etmektedir(Seylan, 2005).

İki ya da daha fazla sayıda görsel unsur tasarım yüzeyinde bir araya getirdiğinizde, bir orantı sorunu ile karşı karşıyasınız demektir. 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(Becer, 1999).

Denge konusunun temel belirleyenlerinden olan oran ve orantı tanımından anlaşıldığı gibi göreceliği simgelemekte, bunun algılayana göre değişimi ile de daha da karmaşık bir durum ortaya koymaktadır. Aynı ölçüdeki biçimlerin bile renkleri, ışık değerleri veya çerçeveleri ile kurdukları ilişkiye bağlı olarak farklı oranlarda algılanabilirler(Seylan, 2005).

Tasarımcı, görsel unsurların orantısal ilişkilerinde değişken yapılar kurmaya çalışır. Çünkü genişliğin uzunluğa, renkli olanın renksiz olana, bir ölçünün diğerine eşit olduğu tasarımlar, tekdüze görünmekten bir türlü kurtulamazlar (www.kirbas.com, 05.05.2008).

Varlıklarını oluşturan parçalar arasında daima uyumlu orantısal ilişkiler bulunan doğa, tarih boyunca sanatçı ve tasarımcıların esin kaynağı olmuştur. Örneğin, elinizi incelediğinizde; parmağınızın ucu ile ilk boğum arasındaki uzaklığın, ilk boğum ile ikinci boğum arasındaki uzaklıktan farklı olduğunu görürsünüz. İkinci ve üçüncü boğumlar arasındaki uzaklık ise, ilk ikisinden farklıdır. Bir ağacı incelediğinizde; gövdenin çapının dallardan daha geniş olduğunu, ama hiçbir zaman tam iki misli olmadığını fark edersiniz.

Parçaların arasında uyumlu orantılar bulunan, insan yapısı örneklerden en önemlisi; Yunanistan'daki Parthenon tapınağıdır. Bu tapınaktaki mimari elemanların ölçülendirilmesinde göz önüne alınan "Altın Oran", günümüzde de geçerliliğini korumakta ve hala kullanılmaktadır. Eski Yunanlılar Altın Oran'ın ipuçlarını doğada bulmuşlardı. Bitkiler dünyasında (yapraklar, çiçekler, dallar), kristallerde (kar tanesi) ve birçok canlı organizmada Altın Oran ilişkilerine rastlanmaktadır). Leonardo da Vinci, Michelangelo ve Albrecht Dürer gibi Rönesans ustaları, Kübist ressamlar, ünlü mimar ve şehir plancısı Le Corbusier de yapıtlarında Altın Oran ilkelerinden yararlanmışlardır. "Bir çizgi herhangi bir yerinden ikiye bölündüğünde; küçük parçanın büyük parçaya oranı, büyük parçanın bütüne oranına eşittir." sözü ile açıklanan Altın Oran, sayısal olarak; 3:5, 5:8, 8:13... gibi dizilerle gösterilebilir.

Bir tasarımda uyumlu orantılara ulaşabilmek için matematiksel verilerden yararlanılabilir. Ama bu sistematik yapı ilk bakışta göze çarpmayacak biçimde, ustalıklı gizlenmelidir(Becer, 1999). Tasarımcı matematiksel verilere uymak içinde estetik değerlerden vazgeçmemelidir.

Temel geometrik formlardan biri olan kare, çoğu zaman dikdörtgen kadar elverişli bir orantı elemanı değildir. Buna rağmen, 60'lı ve 70'li yıllarda, özellikle plak kapaklarında kare yüzeylere oldukça etkili tasarımlar yapılabileceği kanıtlanmıştır(Becer, 1999). Günümüzde ise müzik sektöründe CD ortamında sunulan müzik, yine kare bir forma hakim olan tasarım nesnesidir. Ancak 60'lı ve 70'li yıllarda başarılı örneklerini gördüğümüz albüm kapaklarına, günümüzde özellikle ülkemizde çok sık rastlayamamaktayız.

Kare form, fotoğrafçılıkta da sık olarak kullanılır. 60X60mm boyutlarındaki negatifler, birçok profesyonel fotoğrafçı tarafından tercih edilir. Ama bütün bunlara rağmen, ölçülerde eşitlikten uzaklandıkça tasarımda daha iyi sonuçlara ulaşıldığı da genel bir doğru olarak göz önüne alınmalıdır.

Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirme anlamına gelir. Bazı tasarımlarda fotoğraf ya da illüstrasyon büyük boyutlarda kullanılarak vurgulayıcı unsur haline dönüştürülür, kimi tasarımda ise tipografi, hatta bazen de beyaz boşluk ön plana çıkarılır. Boyut dışında; renk, açıklık koyuluk (ton), uzaklık-yakınlık ve konum da görsel hiyerarşiyi etkileyen diğer unsurlar arasında sayılabilir. Tasarımcı, görsel hiyerarşi yoluyla okuyucunun gözünü tasarım üzerinde yönlendirebilme olanağını bulur. Hiyerarşik yapı içinde birbirleriyle üstünlük çatışmasına giren unsurlar arasında dinamik ilişkiler kurulabilir. Örneğin; bu görsel unsurlardan biri boyutları ile üstünlük sağlarken, diğeri canlı ve kontrast renkleri ile Ön plana çıkabilir(Becer, 1999).

4.8. İşlev ve Biçim

Grafik tasarımcı, sözcüğe görsel formu verir. Her tipografik tasarım elemanının biçimsel niteliği, baskılı ve baskısız kısımların birbiri arasındaki ilişkiye bağlıdır. Tipografik alan üzerindeki bir tek harf karakteri bile biçimsel problem oluşturabilir. Yazının iletişimsel anlamını yitirdiği an, amacını da yitirmiş olacağını savunan Emil Ruder (1874-1970) Zürih Uygulamalı Sanatlar Okulu'nu bitirdikten sonra Basel Uygulamalı Sanatlar Okulu'na (Allgemeine Gewerbeschule) tipografi öğretmeni olarak katılmıştır. Ruder, öğrencilerine hep, biçim ve işlev arasında doğru bir denge kurmalarını, söylemiştir. Öğrenci projelerinde, negatif ve basılı olmayan alanları, hatta harfin içinde yer alan boşlukları bile son derece dikkatle değerlendirmiştir. Harflerin yan yana sıralanışında, siyah beyazın dönüşümlü ilişkisinde yalnızca grafik tasarımcılar tarafından değil, yazı karakteri tasarımcıları tarafından da

özölmesi gereken biçimsel problemler oluşur. Canlı uluslararası ilişkiler nedeniyle çok sayıda dilin bir arada yer alması, bu dillerin her birinde aynı dengeli görsel etkiyi bırakan yazı tasarımlarını gerekli kılmaktadır. Daktilo yazısı uluslararası nitelikli ilk karakterdir ve her dilde kullanılabilen bir formun özelliklerine sahiptir.

İfade, biçim ya da yapının bir sonucudur. İfade albenidir. Karakterler, ölçü, ağırlık, italik, minüskül'ler majüskül'ler, çizgiler, oklar, noktalar, Latin, Roman, ya da Arap rakamları, harflerin aralarını açmak, kelimelerin altına çizmek, renkli baskı, başlıklar, paragraflar, sütun, katlamalar, silme, fotoğraflar... Bunların tümü grafik tasarımcıların ifade yaratmakta kullanabilecekleri unsurlardır.

4.9. Tipografik Mesaj

Tipografik mesaj; sözel, görsel ve seslidir. Tipografik unsurlar, okudukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir. Tipografi, bu çok yönlü yapısıyla dinamik bir iletişim aracıdır. 20. yüzyıl başlarında yazılı sözcüklere dışavurumcu özellikler eklenmeye başlanmış; Futurizm, De Stijl, Dadaizm ve konstrüktivizm gibi akımlar tipografiyi anlam-biçim ilişkilerine dayalı bir sanat dalı haline getirmiştir(Becer, 1999).

Yirmibirinci yüzyıl insanının okunacak şeyler yığınının içerisinde kendi okumak istediğini seçme lüksüne ayıracak vakti olmadığını bildiği için büyük punto ve bold harflerle yazılmış; kısa sloganlar ve diagonal satırlardan oluşan bir tipografi seçmiştir. Böylece okuyucunun ilgisini çekecek, içeriği anlayan okuyucu yazıyı okuyup okumama kararını zaman kaybetmeden verebilecektir(BEKTAS, 1992) Tüm bu okuyup mesajı alma işlemi afişte 5-6 saniye gibi çok kısa bir sürede oluşmaktadır; bu yüzden mesajın net ve açık olması algılayan kişiyi oyalamaması gerekir. Burada tasarımcıya düşen bir diğer görev de mesaj kaygısı ile estetik olandan vazgeçmemektir.

BÖLÜM 5

AFİŞİN TANIMI

Grafik Sanatı içinde geçmişten günümüze birçok ürünler yer almıştır. Afiş de, amblem ve logotype basım ilanı, dergi, kitap, broşür, illüstrasyon, gibi çalışmalar arasında yer almış basılı ürünlerden birisidir. Kısacası toplumun ilgisini çeken, yönlendiren ve tanıtımı en üst düzeyde kılan araçlardır(Kaptan, 1996).

Bir olayı, ürünü, hizmet ya da etkinliği duyurmak veya toplumu bilgilendirmek amacı ile yapılan resim ve yazılı grafik ürünlerdir.

Afiş sözcüğü, dilimize Fransızcadan girmiş olup, İngilizcede poster, Almandada plakat sözcüklerinin karşılığıdır.

Dictionnaire Larousse'ye göre;

"Duyuru ve tanıtım amacıyla hazırlanan ve halka açık yerlere asılan, ön plandaki yalın ve göz alıcı bir resmin genellikle ve çarpıcı bir metinle bütünleştiği basılı duvar ilanı olarak geçmektedir."

Türk Dil Kurumu'na ait Türkçe Sözlükte geçen tanım ise "Herkesin görebileceği yerlere asılan çoğu verimli duvar ilanı" olarak tarif edilmektedir.

Afiş, toplumun yaşadığı, toplandığı caddede, meydan ve sokaklarda duvar ya da ilan panolarına yapıştırılan ve dolayısıyla buradan geçen insanlar tarafından görülen ve değişik boyutlarda olan tanıtım medyasıdır(Kaptan, 1996).

Afiş, her türlü ürünün tanıtımını yapmak için kullanılır ve onları her yerde görmek mümkündür. Afiş birçok reklâm mecrası gibi sınırlılıkları olmasına rağmen birçok avantajı da vardır; çünkü afiş gazete ilanları gibi okuyucularına değil, geniş topluluklara seslenir. Onu görmek için bir ürün ya da hizmet almanıza gerek yoktur, istemeseniz de karşınıza çıkabilir.

5.1.Afişin Tarihçesi

İlk afişler daha çok din ve resmi propaganda alanlarına hitap ediyordu. 17. ve 18. yüzyılda bunlara tiyatro afişleri de eklendi. Bir takım ürünlerin reklamını yapmak amacıyla kullanılan afişler ise 19. yüzyılda ortaya çıktı. 1845-1850 yılları arasında sokaklara afiş asmak

serbest bırakılana dek afişler yalnızca kilise dükkan gibi kapalı yerlere asılabiliyorlardı(www.kameraarkasi.org).

Afiş sanatının kökenini araştırırken temellerini ilk çağa ait Pompei Harabeleri'ndeki duvar yazılarına değin görmemiz mümkünse de, baskı tekniklerinin gelişmesiyle duvarlarda görülmeye başlanan duyuru ve bildireleri, afişin tarihi için geçerli bir başlangıç sayabiliriz.

19.yy 'da sanat devriminin oluşmasıyla, el sanatları gelenekleri yıkılmaya ve yerini mekanik üretim egemenliği almaya başlamıştır.

Fransız Devrimiyle Özgürlük kapsamında sanata önem verilmiş ve sanatçının düşünceleri savunulmuştur. Ancak burjuva devriminden sonra, burjuva düzeninin yaratıcılık dönemi sona erdi. İlişkiler maddeleştirdi, sanatçı olayı gittikçe yabancılaştı ve tam gelişmiş kapitalist düzene girdi. Kapitalizm birçok şeyi "meta"ya çevre sanatın gelişmesi ve icra edilmesi için gerekli ortama izin verilmedi Böylece resim sanatına olan gereksinme ev işlerinde ve müzelerde kaldı. Daha sonra egemen sınıfın propaganda için yer yer resimli sanatlara ihtiyaç duyulması afiş sanatı için zemin hazırlamış oldu(Kaptan, 1996).

Kapitalizm bir çığ gibi doğup, gelişmesi ve bununla beraber resim sanatının toplumsal işlevi kaybedip, alınıp satılır bir meta haline geldiği dönemdeki ortamda afiş doğdu. Duyuru ve bildiri niteliği taşıyan afiş 19.yy sonraları da duvarlarda yerini aldı.

Çağdaş anlamda ilk afişleri üreten kişilerin ressamlar olması "Sanat Afişleri Dönemi" diye adlandıracağımız bir dönemi başlattı. Böylece resim sanatı ve bunun etkisinde olan akımlar afişi de üretenlerinin resim sanatçısı olması dolayısıyla etkidi. Fransa'da Jules Cheset'den, Toulouse-Lautrec'e kadar ki sanatçıları kapsayan anlatımcı afiş ile İngiltere, Avusturya ve Almanya'da ortaya çıkan, Art Nouveau Sanat anlayışının simgesi olmuş Çek ressam Mucha'nın Lorenzaccio ve "Gismonda" tiyatro afişi bu sanatın ilk hareketlerini oluşturdu. Çağdaş anlamda ise ilk afiş Manet'in 1868 yılları içerisinde oluşturduğu "Les Choses" (Kediler) adlı afişidir. Afişin Materyalleri Eugene Delecrobs, Brueghel, Violet-le Dock'ın resimlerini kapsayan kitabın tanıtım yazılan ve kitaplarda genellikle afiş merkezinde bulunan resmi kapsayan dikdörtgen kompozisyon yer almaktadır. Gerçekte afişteki resim, sadece kitabın başlığını tekrarlamakta ve yazılara göre ikinci planda kalmaktadır. Kısacası yazı-resim ilişkisi afişte mevcut değildi.

1798’ de Alois Senefelder’ in taşbaskı tekniğini buluşundan sonra geliştirilen renkli taşbaskı teknikleri, afişin sanatsal bir yapı kazanmasında önemli rol oynamıştır. Çağdaş afiş tasarımının ilk temsilcileri; Jules Charet ve Henri de Toulouse-Lautrec’ dir. 20. yüzyılın önemli afiş sanatçıları arasında; Alphonse Mucha, Cassandre, El Lissitzky, Laszlo Moholy-Nagy, Josef Müler- Brockmann, Herbert Matter, Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Saul Bass ve Milton Glaser,i saymak mümkündür (Becer, 1999).



Toulouse Loutrec, müzikaller için yaptığı afişler.



Cheret, müzikaller için yaptığı afişler.

Matbaanın bulunmasıyla ortaya çıkan kâğıt afiş, önceleri resmi haber için kullanıldı. İngiltere'de Salisbury Banyolarını tanıtmak için basılan renkli afiş (1480) ile Fransa'da Nötre Dame'de Paris'in bağışlanması için basılan renkli afiş (1489) ilk reklâm afişleri oldular. XVII. y.y.'da tiyatro gösterilerinin afişleri yapılmaya başlandı. 1722'de Fransa'da ticaret amaçlı afişler öylesine yaygınlaşmıştı ki bu mesleğin düzene sokulmasına karar verildi ve üyelerinin okuma yazma koşulu konulan 40 kişilik bir Afişler Birliği kuruldu(Kaptan, 1996).

Matbaanın hızla gelişmesi, yeni teknolojinin sınırsız renk ve büyük ebatlarda baskıya imkân vermesi ile radyo, televizyon ve sinemanın kitleleri çeken birer vasıta haline gelmesi, afişinde yayılmasını sağlamıştır.

5.2.Afişin Gelişmesi

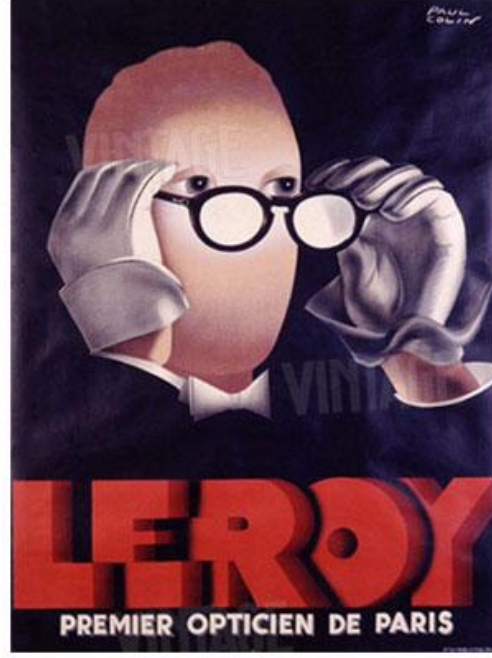
XIX. yy sonlarından bu yana uygulanan bütün üsluplar afiş sanatının zenginleşmesine katkıda bulunmuştur. Renkli afişin yaratıcısı Jules Charet, Valentino Balosu (1869)da renkli taşbaskının ilk kullanıldığı afiştir. İngiltere'de ise renk kullanımı 1890'dan sonra ünlü Beggarstaff kardeşler afişiyle yaygınlaşmıştır. İngiliz afiş sanatında

Üslup Cheret'nın anlatıcılığından bütünüyle farklıdır. İngiliz afiş sanatının başlıca özelliği duygusallık ve fotoğraf gerçekçiliğidir. Afiş kısa zamanda gerek halk, gerekse sanatçılar tarafından yeni bir sanatsal anlatım olarak görülmüş. Bonnard, Steinlen, Jalloton, Ibels, Willete, Eugene Grasset gibi ünlü ressam ve desinatörler Toulouse-Lautrec'le birlikte modern afiş dilini yaratmıştır. Renklerdeki karşıtlıklar, büyük renkli alanlar, Metin-Resim ilişkisinde denge; donuk zeminler; desenin değişik üsluplarda işlenmesi, Japon estampları da, birçok ülkede sanatın gelişmesinde büyük ölçüde etkili olmuşlardır.

Sarah Bernhardt'ın özel afişçisi Mucha'nın yapıtları, "yeni sanat'ın özelliklerini taşır; sonradan bu yapıtları örnek alan birçok afiş yapmıştır. I. Dünya Savaşı döneminde, bütün ülkelerde aşağı yukarı birbirine benzeyen anlatımcı bir üslup doğmuştur; ama zengin ve geniş afiş üretimi içinde, Fransız Forain ile İngiliz Paul Nach ve Neuinson'un doğrudan doğruya edebiyattan kaynaklanan afişlerini ayırt etmek gerekir.

İki dünya savaşı arasındaki dönem, özellikle Fransa'da afiş sanatının en parlak dönemi sayılabilir. O dönemde, afiş dili en yüksek etkinliğe ulaşmış, sanat ve sanat tekniğinin bütün olanaklarından yararlanılmış, kübizm, soyut geometrik biçimler kullanımı, üsluplaştırma ve yapıştırma teknikleri, afiş sanatçıları tarafından büyük bir ustalıkla kaynaştırmıştır. Söz konusu sanatçılar arasında özellikle, "her şeyin dönüp dolaşp yazıya geldiğini" ileri süren Cassandre , "görsel slogan"ı arayan Cappiello ve Herve Norvan sayılabilir.

1945'ten bu yana, afişçilerin bazıları yalınlaştırılmış bir grafik üsluba, bazıları da kaba bir anlatıcılığa yönelmişler (Paul Colin'in portre afişleri bu tür anlatımcılığın en belirgin örneğidir) bununla birlikte, ABD afişçiliğinin tek örneğe indirgenmiş klişeleri de, Avrupa afişçiliğini etkileyerek büyük ölçüde tek düzeliğe düşmesine neden olmuşlardır. (Gelişim Hachette, 1986)



Paul Colin'in portre afişleri

5.3. Afişin Genel Tasarım ilkeleri

5.3.1 Boyut

Afiş ilk bakışta boyutuyla iletişime geçen bir tasarım nesnesidir.

Genellikle tasarım elemanlarında izleyen tarafından ilk algılanan boyut afiş içinde önem arz eder. Afişler asıldıkları yere göre boyutlandırılabilir. Ancak standart kağıt ve matbaa makineleri ölçüleri tasarımcıyı bu konuda yönlendirmektedir. Çünkü standartlar dışındaki ölçülerde, yüksek baskı sayısı işlerde maliyeti arttırmakta ve de aşırı israf olmaktadır. (Becer, 1999)

Afişler asılırken asılma şekli boyutla birleşerek afişin etkinliğini arttırıp azaltabilmektedir. Seri olarak asılan afişler boyutları küçük olsa dahi etkinliği aratacaktır. Ancak bu tarz uygulamalar genellikle dış mekan afişlerinde uygulanabildiği için iç mekanlarda yer sıkıntısı ve görsel açıdan sorunlara neden olduğundan çok fazla tercih edilen bir yöntem değildir.

Afişler ise değişik boyutlarda olabilir. En yaygın kullanılan B1 ölçüsü (100x70cm), (90x70 cm), (90x60 cm) veya üç ölçünün yarısı olan ölçüler bazen de B3 (35x50 cm)

kullanılmaktadır(Becer, 1999). Yaygın ölçülerin çok sık kullanılması monotonluğa neden olabilmekte bu nedenle bazen tasarımcılar yaygın ölçülerin dışına çıkarak baskı maliyetlerini, kağıt israflarını, göz önünde bulundurmadan çok farklı ölçülerde tasarımlar üretebilmektedirler.

5.3.2 Afişin Asılması Ve Konumu İçin Öneriler

Afişler insanların sık olarak geçtikleri yerlerde ve afişin etrafındaki nesnelere etkileşiminde etkisini azaltmayacak mekanlar tercih edilmelidir. Ne yazık ki günümüzde birçok şehirde afişlerin asılabileceği böyle mekanlar bulmak oldukça zordur. Afişi asma tarzı onun etkisini de belirlemektedir, bu nedenle afişleme yapılırken afişin buruşmasını engelleyerek, mümkünse afiş için özel olarak üretilen su bazlı yapıştırıcılar tercih edilmelidir.



Afişlerin asılmaması gereken mekanlar için örnek mekan

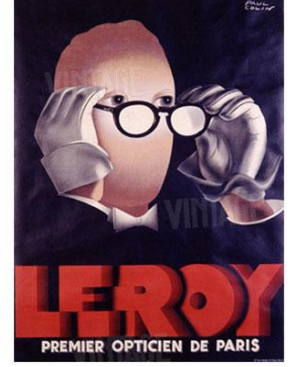
Afiş asılırken hedef kitle göz önünde bulundurulmalı alakasız yerlere asılmamalı. Asıldığında hedef kitleyi eylemi yapmaya ikna edici, estetik açıdan göze hoş gelen yerler tercih edilmelidir. Günümüz modern toplumun gereği olarak afiş asılması yerel yönetimlerce yasaklanmış yerler tercih edilmemeli; böylece marka, ürün veya kişi yapılacak olumsuz eleştirilerden uzak tutulmuş olur.

Afişin konumu geçit yerlerde kitlenin yoğun bulunduğu mekanlarda olmalıdır. Bu mekanlar daha çok kişinin afişlerle karşılaşabileceği düşünülerek seçilmelidir veya oluşturulmalıdır. Afişin asılma tarzı onun gösterişini ve etkisini artıran en büyük unsurlardan

birisidir. Avrupa ülkelerinde afiş yapıştırılmasında bir çeşit sulu yapıştırıcı kullanılmaktadır. Kullanılan yapıştırıcının en büyük ve temel özelliği afişte yapıştırılırken olası buruşukluklara imkan vermemesidir.

5.3.3 Afişin Tipografi ile Tasarlanması ve Uygulanması

Afişçilikte çok değişik teknikler kullanılabilir: Desen, grafik, yapıştırma, fotoğraf, fotogravür, değişik teknikler kullanılabilir. Yalnızca afiş sanatına özgü bir teknik ya da üslup yoktur. Afişi tasarlayan sanatçı her tasarımda kendini değişik niteliklere yönlendirir. Karmaşıklığından ötürü görüntü algılayan kişinin yoruma etkin biçimde katılmasını gerektiren gerçek üstü üslup, geometrik biçimler ve soyutlama, afiş sanatı açısından başarılı sonuçlar yaratmış, ama belli bir uzama serbestçe yansıtılmış figüratif biçimler, dinamik durumlardan ötürü, her zaman daha etkili olmuşlardır. Tekdüzelik ve basmakalıplılık, afişçilikte kaçınılması gereken tehlikelerdir(Gelişim Hachette, 1986)



Afişte tipografi (yazı) biçimi destekleyen en önemli unsurlardan biri olmakla birlikte tasarım veya kompozisyonun tamamını tipografi ile çözümlendiği afişlere de çok sıklıkla rastlamaktayız. Afişte tipografi ile çözüme giderken unutulmaması gereken önemli sorunlardan birisi sözcükleri veya cümleleri alt alta veya

yan yana dizmek sizi sonuca götüren bir eylem değil aksine problemin başlangıcı olabilmektedir. Bu nedenle tipografinin doğru algılanması, ileten ve alıcı arasında doğru iletişimi sağlamak için leke, anlam-önem hiyerarşisi, zıtlık vb. genel tasarım kıstasları göz önüne alınarak tasarımlar oluşturulmalıdır.

Tüm bunların yanında afiş günümüzde sadece bir ileti aracı değil aynı zamanda sanatçının sanatsal bir hesaplaşmayı kendi içinde çözdüğü/çözmeye çalıştığı görevini yapıp bitirdikten sonra bir sanat nesnesi olarak ortaya çıkabilen bir sanatsal etkinliktir.

5.4.Afişte Değerlendirme Kriterleri

5.4.1 Mesaj:

‘Afişler; barış, adalet, baskıdan kurtulma ve çevre ve tüm insanlık için ortaya konan çabaları kaydederek toplumsal değişim fikirlerini ulaştırır kılar. Afişler önemli direniş eylemlerini kutlayabilir, yaratıcılık doğrultusunda alternatif açıklamalar, yorumlar ve mitler üretebilirler. Afişler sanatçıların toplumsal bağlarına dair ipuçları taşır. Grafik afişler iletişim kurarak, yönlendirerek, ikna ederek, yol göstererek, kutlayarak ya da uyararak cesur mesajlar ve çarpıcı ikonografik yollarla toplumu eyleme geçmeye iter’(ÇEKİÇ, No Tasarım, 2008).

Tasarımcı, afişin asıl amacının mesajı iletmek olduğunu unutmadan, mesajı açıkça anlatma yoluna gitmelidir.

Verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak bir sistem olmalıdır(BECER, 1999).

5.4.2 Mesaj, İmge Bütünlüğü:



Tasarıma temel oluşturan düşüncenin fotoğraf yoluyla mı illüstrasyon yoluyla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılarak, mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha da güçlendirdiği belirlenmelidir(BECER, 1999). Bu sistemi geliştirirken amaca en uygun yöntem (salt tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ya da bu yöntemlerin kombinasyonlarından biri) tercih edilmelidir.

Kantürk’e göre gören ve gösteren (iletken ve alıcı) arasındaki ilişki, tasarımın başarı ya da başarısızlığının göstergesidir. Hedef kitleyi ve ürünü iyi tanımak, estetik yargıları ve mesleki deneyimi olmak tasarımcıyı başarıya ulaştırmaya yetecek şeyler değildir. Reklamda işin ahlaki boyutu büyük önem taşır. Mutlak ve yetkin bir güzellikten çok, gösterilecek- duyurulacak ürünün kendisi ve sunuluş biçimi yani gösterilme biçimidir önemli olan: Gerçeği görmek ve gerçeği göstermektir tasarımcının işi. Başlı başına bir propaganda faaliyeti olan

reklamda tasarımın taşıdığı ahlaki sorumluluk, sanatsal işlerde bambaşka görev üstlenir. Sanatsal verimleri tasarımla destekleyerek sunmak, bir duyuru-bildiri olmaktan çıkmaya, yapılan sanatsal üretime sanatsal katkıya dönüşmektedir.

Tüm bu ahlaki değerlerle ve sorumluluklarla birleşen mesajı iletme sorumluluğunun tipografiye yüklendiğini kavradığımız da tipografinin önemi çok daha net anlayabiliriz.

5.4.3.Sözel Hiyerarşi

Tasarımcı afişte yer alması zorunlu olan başlık, alt başlık, logo, slogan, adres, tarih gibi sözel bilgiler ve görseller arasında izleyiciyi mesajdaki önem sırasına göre yönlendirilecek hiyerarşi kurmalıdır. Görsel olarak başarılı olsa dahi afiş eğer ilk bakıldığında vermek istediği mesajı direk ve dolaysız yoldan alıcıya ulaştırmıyorsa, afiş amacına ulaşmamış demektir.

20. yüzyılda algılama ve okuma süresinin kısılmasına paralel olarak ifade ve iletişim sanatı haline dönüşen tipografi alanında, sözel bilgilerin hiyerarşik bir yapı ve vurgulama içinde düzenlenmesi zorunluluk haline gelmiştir(Becer, 2007)

5.4.4. Fark Edilirlik

Afişler yukarıda değindiğimiz kriterler göz alındığında bile bazen afişler etkisiz ve alıcıya ulaşamayan, iletişim sorunlarına neden olan nesnelere dönüşebilmektedirler. Bu sorunu engelleyebilecek en büyük görev tasarımcının, deneyim ve hayal gücüne düşmektedir.

Baykan'a göre: 'Her gün iletişim amaçlı yüzlerce film, ilan, radyo spotu, poster, billboard, broşür vs. üretiliyor. Hepsinin amacı tek: hedef gördüğü kitleye lafını anlatabilmek. Ancak bu noktada büyük bir sorun var... Söylenmedik laf, kullanmadık sembol, suyu çıkarılmamış kavram kalmamış!' işte tüm bu sorunlar da göz önüne alındığında afişte fark edilirliliğin önemi ortaya çıkmaktadır.

Yaratımcı düşünce ve buluşun hiçbir kuralı yoktur. Bu kuralsızlıklar bütününe grafik tasarım disipliniyle doğru birleştirdiğinizde ise doğru işler ortaya çıkacaktır.

Çünkü bir afiş için en önemli kriter fark edilmektir(BECER, 1999).

5.5.Afiş Türleri

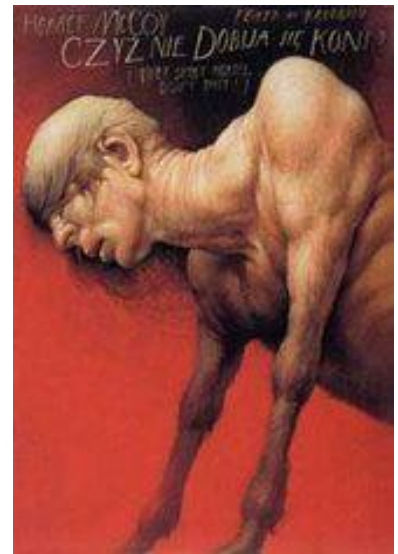
Afişlerin konularına ve amaçlarına göre bir grupelemaya koyabiliriz. Afiş; iletişim aracı, görsel bir iletişim olduğundan, okumak için değil görölmek, iletişim kurmak için yapılmaktadır. Ünlü Fransız sanatçısı Savignae göre “İnsanlar günlük tek düze yaşamlarından öyle bir bıkarlar ki, afişlerle biraz eğlenirler. Afiş görsel bir lezzettir. Afişe bakılmaz, görülür.”

5.5.1. Ticari Afişler

Bir ürün ya da hizmeti tanıtan afişlerdir. 6 sektörde yaygın olarak kullanılır,

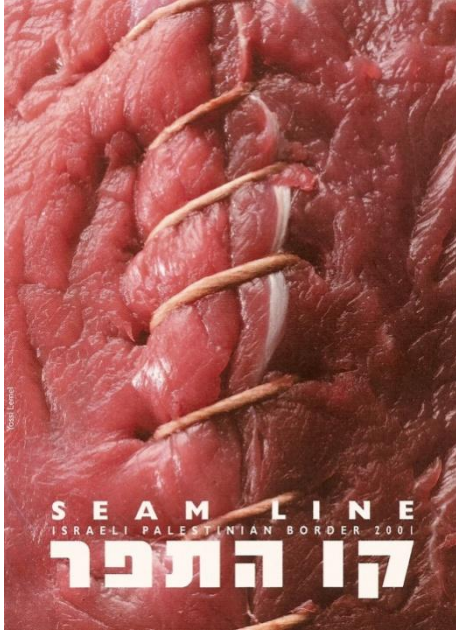
- Moda
- Endüstri
- Kurumsal Reklâmçılık
- Basım-Yayın
- Gıda
- Turizm

5.5.2.Kültürel Afişler: Festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sesinema, tiyatro, sergi, ve spor gibi kültürel etkinlikler.



5.5.3. Sosyal-Politik Afişler

Sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra politik bir düşüncüyü ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler de sosyal afişler sınıfında yer alır(Becer, 1999).



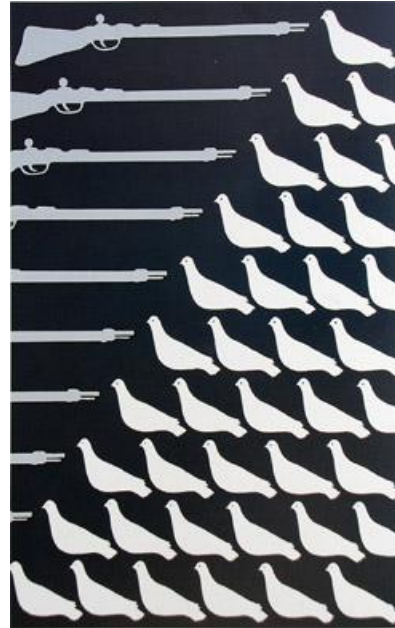
İsrail-Filistin Sorunu



1 Mayıs'a Çağrı Afişi



Orman Yangınları İle İlgili Uyarı Afişi



UNESCO için Barış Afişi

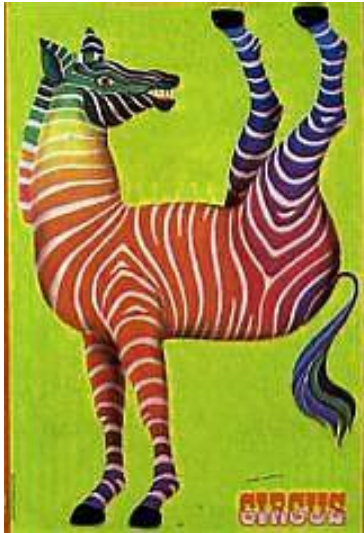
5.6.Afişte Tasarım Önerileri (Olması gerekenler/Olması Gerekmeyenler)

Afişte Olması Gerekenler:

- Afiş, dikkat çekmelidir(Dikkat çekme olumlu yönde olması beklenir).
- İzleyiciyi bilgilendirilmeli ya da istek uyandırmalıdır.
- Harekete geçirici ve eyleme itici olmalıdır.
- Hedef kitleye göre düzenlenmeli, anlaşılır bir dil bütünlüğüne sahip olmalıdır.

Afişte Olması Gerekmeyenler

- Afiş, izleyicinin dünya görüşünü değiştirmek zorunda değildir.
- Güzel ya da dekoratif olmak zorunda değildir.
- Afişi hazırlayanın bakış açısını yansıtmak zorunda değildir.
- Mesaj iletme işlevinin dışında, sanatsal bir değere sahip olmak zorunda değildir(Becer,1999).



Hilscher Hubert-1970



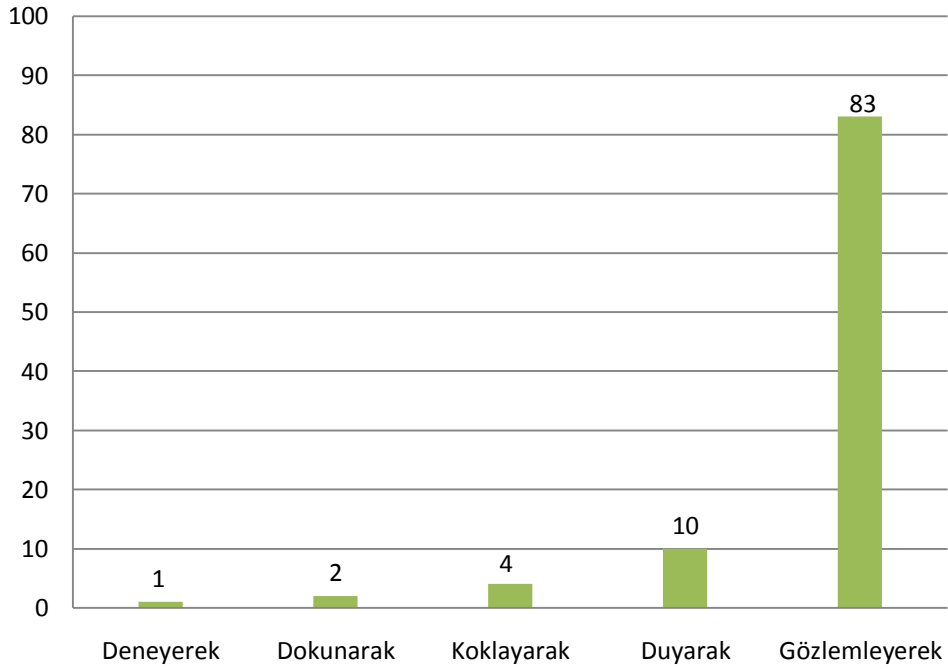
Bülent Erkmen

5.7. Bir Görsel İletişim Aracı Olarak Afiş Algılama ve Hedef Kitle

Yaşamak için iletişim kurulur, kurulmalıdır. İnsanlar arası ilişki için, kişisel gereksinimler için, ikna etmek, güç elde etmek, örgütlenmek, ekonomik gereksinimler ve değişim için iletişim gereklidir. En önemlisi de dünyayı anlamak, deneyimlerden anlam çıkarmak, kendini ifade etmek için iletişim gereklidir (www.tulaycellek.com, 03.05.2008).

Nesnel çevrenin algılanmasında ilk basamak görme olayıdır. Nesnelerin üzerine düşen ışık yansır ve gözün bilinen yapısı sonucu göz küresinin içinde bir görüntü oluşur (Uçar, 2004). Görme olayı hemen herkeste teorik olarak aynı şekilde oluşur.

Uçar'a göre görme sürecindeki benzerliklerin aksine anlamlandırma kişilerde farklı frekanslarda oluşur. İnsan gördüklerinin % 83'nü gözlemleyerek öğrenir.



İnsan Gördüklerinin % 83'ünü çevresini gözlemleyerek öğrenir(Uçar, 2004)

Görsel algılamada en önemli noktalardan biri olan duyumların örgütlenmesi süreci, diğer deyişle anlamlandırma bireyin,

-Sosyo-kültürel durumuna,

-Zekâsına

-Eğitimine

-Edinilmiş deneylere,

-Estetik değerlere ve içinde bulunduğu toplumun değerleri ile doğrudan bir ilişkiye sahiptir.

İletişim süreci aynı zamanda bir paylaşım sürecidir. İletişim, paylaşılan anlamlara dayalıdır. Bireyin kendi benliği ile iletişimi, bireyin başka biriyle iletişimi, bireyin grupta, kitle ile iletişimi söz konusudur. Bu, daha çok zenginleşmeyi ve yaratmayı beraberinde getirir. İletişimde mesaj gönderen ve alan insan ya da insanlar vardır. İletişimde etki, ekonomiye, bilgiye, duygusal tavra dayanabilir. Kitle iletişiminde kullanılan mesajlar; birçok insana ulaşma ve etkileme amacına yoneliklidir ve genel niteliklere sahiptir(www.tulaycellek.com, 03.05.2008). Afişte bu kitle iletişim araçlarının doğru kullanıldığı taktirde en önemlilerinden biri haline gemektedir.

Grafik İletişim; Grafik, görsel olarak algılanan Őeylerle, görüntülerle ilgili kavramdır. İletişim her türlü bilginin insanlar arasındaki alişverişidir. Grafik iletişim; görüntülerden oluşan bilgilerin aliş verişidir. Mesaj; açık, ekonomik, estetik bir yolla iletilmelidir. Modern insan görsel imgelerle ve grafik yoluyla öğrenir, iletişim kurar, yaşamını düzenler(www.tulaycellek.com, 03.05.2008)

5.8.Tanıtımın Sınıflandırılması

Afişin en önemli amacı hedef kitle ile iletişim kurmak, ürün veya hizmeti Şimdi ya da gelecekte almaya ikna etmek, olduğuna göre afişin yapıldığı hedef kitle ile ilgili bir n bilgiye sahip olunması, iyi bir afiş tasarımınn ortaya çıkması için ön koşul olarak söylenebilir.

Tanıtımın sınıflandırılması için aşağıdaki kriterlere mutlaka dikkat edilmelidir;

-Tanıtımın yönetildiği gruplara göre,

-Tanıtımın yapıldığı coğrafi alana göre,

-Tanıtımın zaman içindeki etkisine göre (Şimdi ya da gelecekte satın alma)
(www.tulaycellek.com, 03.05.2008)

Afiş, Bir ürün, olay ya da düşüncenin tanıtımı amacıyla yapılan görsel öğelerden oluşan işlevsel kadar estetikselde olan bir nevi duvar resmidir, resimli, yazılı ildir(www.tulaycellek.com, 03.05.2008).

5.9.Türkiye’de Afiş

Türk grafik çalışmaları, tezhiplerle donatılmış, minyatürlerle süslenmiş el yazması kitaplarla doğmuştur. İbrahim Müteferrika'nın matbaayı getirmesiyle gerçek anlamda grafik çalışmalarına başlanmıştır. İbrahim Müteferrika ilk olarak 1729'da Van kul adlı sözlüğün basımını yapmıştır. Yine ilk resimli kitap İbrahim Müteferrika tarafından gerçekleştirilen "Tarih-i Hind-i Gariba" adlı kitaptır. O devir için (19.yy) mükemmel çizimler içeren Cedit Atlas Tercümesi adlı Türkçe Coğrafya Atlası'nın basımı gerçekleştirilmiştir. Meşrutiyetle birlikte (1908) basın özgürlüğünü, gazetelerde ilanların çoğaldığını ve ilan şirketlerinin kurulduğunu görmekteyiz(Gelişim Hachette, 1986)

Türkiye'de afiş anlamındaki ilk örnekler Osmanlının son dönemi ve Cumhuriyetin ilk yıllarında görülmeye başlandı(www.tr.wikipedia.org, A5, 15.05.2007). Bilinen ilk sanatsal grafik uygulaması Ferah Tiyatrosu için hazırlanan afiş çalışmasıdır (www.kultur.gov.tr, 14.02.2008). Ağırlığı metne dayanan tiyatro, sinema, yardım dernekleri ve Türkiye'de üretilmeyen ürünlerin reklamları afiş yapılyordu. İlk dönem büyük çoğunluğu yurtdışından gelen afişler, yarı - kapalı ortamlarda (tiyatro girişi, dükkan vitrinleri vb.) sergilendi(www.tr.wikipedia.org, A5, 15.05.2007). Ferah tiyatrosu için yapılmış gene taşbaskı afişlerinin de tiyatro kapısına asıldığı bilinmektedir. Ayrıca, harf devriminden önce, Darülbeydi için de eski harflerle bir afiş yapılmıştır. Bu arada, Batıdan getirilen bazı afişler kullanılmış, Fransız bisküvileri, İsviçre çikolataları, ilaç ve giyim gibi bazı ürünler için yapılmış bu afişler, sokaklardan çok dükkânların içlerine asılmıştır(Gelişim Hachette, 1986) Cumhuriyetin ilk yıllarında ticari anlamdaki dışarıya bağımlılık tüketim mallarında ki afişlerin yurt dışı kaynaklı olmasında büyük bir etken olmuştur.

1900'lü yılların başlarında ülkelere göre afiş tarzları oluşmaya başlamıştı; Sınırlı ve düzenli Hollanda afişleri, büyüklük ve drama etkisiyle İtalyan çalışmaları, ortaçağ çizgileri taşıyan doğrudan anlatımlı Alman eserleri... 1914 yılında çıkan 1. Dünya Savaşı ve Bolşevik Devrimi, afişin propaganda aracı olarak gücünü gösterecekti(Merter, 2003).

Savaş sonrası Kübizm, Fütürizm, Dadaizm ve Ekspresyonizm gibi akımların etkisi tüm afiş tasarımlarında görülmeye başladı. Cassandre'nin 1923'te gerçekleştirdiği ilk Art Deco afişle, bu sanat dalı yepyeni bir döneme girdi. Art Deco bir çığ gibi tüm dünyaya yayıldı. Art Deco'nun Almanya'daki en önemli temsilcisi Ludwig Hohlwein, İhâp Hulusi'nin çalışmalarını görecektir ve çok beğenecektir (Merter, 2003).

Türk afiş sanatının gerçek temelleri 1925 yılından sonra, İhâp Hulusi Görey'in çalışmalarıyla atılmaya başlandı. Almanya'da öğrenim gördükten sonra 1925'te Türkiye'ye dönen İhâp Hulusi, Türk afiş sanatının kurucusu sayılır. Ludwig Hohlwein'in etkisi görülen afişlerinde, genellikle fotoğraflardan yararlanarak, bir iki rengin tonlarıyla gerçekçi anlayışta çalışmış ve uzun yıllar bu sanat dalının tek kişisi olmuş, ayrıca, Türkiye'de ilk kişisel afiş sergisini de 1923'te açmıştır (www.nuveforum.net, A2, 03.05.2008).

1927 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Weber adlı eğiticinin yönetiminde ilk afiş atölyesi açıldı (www.nuveforum.net/71-grafik-tasarim/31250-afis-afisin-rolu-islevleri-afisin-gelismesi-propaganda-afisi-afis-sanati/, 03.05.2008). Aynı dönemin sanatçıları arasında Mithat Özar, Paris'te eğitim alarak 1932'de Akademi'deki atölyenin başına getirildi (www.tr.wikipedia.org, A5, 15.05.2007). 1940 yılına kadar bu görevde kalan Mithat Özar, ilk Türk afiş eğiticisi olmuştur. Uzun yıllar Almanya'da Ufâ ve Tebis adlı film kuruluşlarına gerçekçi bir anlayışta, çok ustaca resimlenmiş afişler yapan Kenan Temizan ise, Türkiye'de pek afiş üretmemiştir (Gelişim Hachette, 1986).



Fikret Akgün

1950 yıllarına kadar İhâp Hulusi Türkiye'de en çok afiş yapan sanatçı oldu. 1950 yıllarında Selçuk Önal, Mesut Manioğlu, Fikret Akgün, çalışmalarıyla ilgi çekmeye başladılar. O dönemlerde en çok afiş üretilen sanayi dalı olan sinemada Selçuk Önal başarılı afişler yaptı. Aynı yıllarda Mesut Manioğlu, fırça oyunlarına girmeden, yalın ve dolaysız anlatmaya yönelerek, dönemin Batı anlayışına uygun afişler ürettiler (Selçuk Önal ve Mesut Manioğlu'nun afişleri, bildiriye sunma, renk, düşünce, düzenleme ve biçimleme açısından İhâp Hulusi'nin afişlerinden çok farklı ve o döneme göre daha çağdaş



Mesut Manioğlu

yapıtlardı) (Gelişim Hachette, 1986). Afişçiğin bizde bilinçli ve modern olanaklarla gelişmesi 1954'ten sonraya rastlar(Özgüç, 2002). 1960 yıllarında, duvarlarda daha renkli, zaman zaman soyut resim aşamasına varan zeminlerin kullanıldığı afişler görülmeye başlandı. Güzel Sanatlar Akademisi'ni bitirdikten sonra, Paris'te 5 yıl Paul Coün'in atölyesinde çalışarak 1958 yılında yurda dönen Fikret Akgün'ün bu afişleri, baskı tekniğinin gelişmiş olması

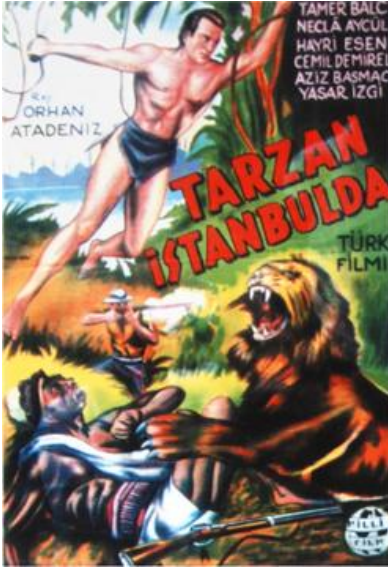
sayesinde ortaya koymuştu.



Mengü Ertel

Daha önceki yıllarda afiş yapmalarına karşın, Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel, özellikle 1960 yılından sonra afiş sanatında etkili olmaya başladılar. Daha önce tiyatro afişleri gerçekleştiren bu iki sanatçıdan, Yurdaer Altınbaş, büyük lekelerden oluşan ve içeriğe önem veren çarpıcı afişler yaptı. Ocak 1964 Türk-Alman kültür merkezinde açtığı sergi büyük ilgi gördü ve belki de ilk kez Türk sanat dergilerinde afiş sanatından söz edilmeye başlandı. Daha sonra Mengü Ertel yurt içinde ve yurt dışında açtığı sergilerle, Türk afiş sanatının gelişmesine katkıda bulundu (Mengü Ertel'in uygulanmış afişleriyle sergiler için yaptığı uygulanmamış afişleri arasında ayrılıklar görülür. Sergiler için yapmış olduğu tiyatro afişlerinde genellikle yalnızca yazarın ve oyunun adı vardır; tiyatro, yönetmen,

dekoratör, hatta hatta oyun türüyle ilgili hiçbir şeye rastlanmaz). Geçmiş dönemlerdeki afiş sanatçılarımızın, yapıtlarında kullandıkları yazılar hep kalıplaşmış yazılardır. Genellikle, konuya uyabilecek özgün yazılara rastlanmaz. (Gelişim Hachette, 1986). 1950'li yıllardan sonra Türk sinemasındaki değişimle yabancı kaynaklı kahraman filmlerinin Türkiye versiyonlarının rağbet görmesiyle Amerikan tarzı illüstrasyonların sıkça kullanıldığı bazen



Tarık Uzmen

kopya tasarımlarında olduğu taklitçi bir sinema afişleri dönemi vardır. Özgüç'e göre Türk sinemasının dış kaynaklı ilk çizgi roman kahramanlı yapımı 1952 yapımı "Tarzan İstanbulda" filmidir.

1960 sonrasında afişlerde boyut değişiklikleri görülmüş, o yıllara kadar en çok, 70x100 boyunda yapılan afişler sonradan 100x140 gibi daha büyük boyutlarda ele alınmıştır. Günümüzde ise çok daha büyük ve değişik

boyutlarda afişler yapılmaktadır. Reklâm fotoğrafçılığının gelişmeye başlaması, afişlerde de fotoğrafın ağırlık

kazınmasına yol açmıştır. Baskı tekniğinin gelişmesinin yanı sıra afiş gerekli her tür malzeme ve tekniğin varlığı da, eskiye oranla afiş sanatçısına büyük olanaklar sağlamaktadır.

Grafik sanatlarının öbür dalları 1970 öncesinde pek etkin olmadığından sözünü ettiğimiz sanatçılar grafik sanatlarının hemen hemen her dalında ürün vermelerine karşın, afiş sanatçısı olarak ün yapmışlardır. Sait Maden, Erkal Yavi, Aydın Erkmen, Turgay Betil (öL İstanbul 1992), Sadık Karamustafa, Bülent Erkmen gibi grafik sanatçıları da afiş yapmaktadırlar ama yalnızca afiş sanatçısı sayılmaları yanlış olur(Gelişim Hachette, 1986) Günümüzde ise şuan Amerika da yaşayan Türk tasarımcı Emrah Yücel, ülkemizde de başarılı afiş çalışmaları üretmiştir.

BÖLÜM 6

AFİŞTE TİPOGRAFI-GÖRSEL İLİŞKİSİ

...Grafik tasarımın içerik bütününe meydana getiren unsurlar, bir iletişim yöntemi olarak bildirişim görevini yerine getiren detayların temel alınmasını gerektirir. Bu detaylar ise tabii ki yazı, görüntü, imge, simge ve diğer anlatım elemanlarının birlikteliğinden oluşur. Tasarım yoluyla bildirişim eyleminde bulunmak, grafikselleşmiş bildirişimin genel amacını bu elemanlardan biri olan “yazı” göstergesiyle ifade etmektedir. Düşünce ve dil açısından iletişimin göstergesi olan yazı, grafik tasarımda kuşkusuz son derece önemli bir yere sahiptir. Bilindiği gibi yazının temel amacı “tipografik” bir eleman olarak tasarımda verilmek istenen mesajı ya da bilgilendirme nesnesini izleyiciye işlevine uygun bir biçimde işaret edebilmektedir(Özderin, 2007),

Kaptan’a göre afişin iki özgün niteliği (resim yazı) bütünlüğü ve çoğaltılabilirliği özelliğidir. Ancak günümüzde bu iki özelliğe ek olarak afişin serbest boyutlarda bir mekana tamamen bağlı kalmaksızın ölçülendirilebilmesini de en önemli özellikleri arasında saymamız gerekmektedir.

Tramlı fotoğraf tekniklerinin gelişmesiyle, imaj niceliksel bir artış süreci izledi. 19.yy sonu ve 20.yy başlarında duvarlarda, gazetelerde vardır artık. Ancak resmin kişiyi çekmesi göze girmesi gerekiyordu. Bu duyumsal enflasyon, bu resim bolluğu içinde afiş, resim-mesaj olarak grafik sanatların en köklü dal olma niteliğini korudu(Kaptan,1996). Mesajın hedef kitleye en doğru şekilde iletilme kaygısı afiş tasarımında doğru uygulanmış tipografinin önemini daha da arttırmaktadır.

Bir yazı karakterinin seçimi içerikle eşdeğerde olmalıdır ve onu yansıtmalıdır. Önemli olan şey onu seçmek başlamak ve bitirmektir. Seçimimizi yaparken tipografinin de modası olduğunu ama bizimde bir moda yaratacağımızı unutmamak gerekir(İstek, 2005).

Tepecik’e göre afiş tasarımının yazı öğeleriyle desteklenme zorunluluğu vardır. Tasarımcının yazı ailesinin çeşitli karakterlerini iyi tanınması gerekmektedir. Afişin mal ve hizmet tanıtımındaki hedef kitlesi, yazı karakterlerini kendi ruhsal durumlarına uydurmaya çalışırlar. Örneğin; uzun ve ince bir yazı ile yapılan tasarımda kadınların ilgisini çekecek ve yazıyı kendi görünüşleriyle psikolojik olarak bütünleştireceklerdir. Afiş tasarımında hedef

kitle seçilen grubun toplum içindeki sınıf yapısı göz önüne alınmalı ve çalışmaya yansıtılmalıdır.

Afişteki tasarım ya da üretim boyutunun, resim, illüstrasyon ya da fotoğraf sanatıyla da yakın etkileşim içinde olması gerekmektedir. Bu etkileşimin azaldığı yerde ise devreye metin girer. Yalnız metin hiçbir zaman alıcının dikkatini dağıtmamalı amaca uygun olmalı ve sıkımalıdır.

...Metin, alıcıyı, resmin yöneltmek istediği amaca götürmede yardımcı olan, kolaylık sağlayan yazımsal bir değerdir ve alıcının dikkatini dağıtmayacak kısıktadır(Kaptan, 1996).

Afişin içindeki görsel elemanlar dikkat çekicilik için bazen tek başına yeterli olmayabilir, sözcüklerin ifadesi de plastik öğeler kadar güçlü olmalıdır. İnsanlar afişleri planlayarak izlemezler, yolda yürürken, arabaya binerken, hazır olarak buldukları afişleri, kendisini renk biçim veya metin olarak ilgilendiren bir mesaj bulduğunda durur ve detaylı olarak incelemeye başlar(Tepecik, 2002).

Afiş görsel mesajı doğrudan, dolaysız ve ani olarak vermesine karşın, alıcıda yarattığı süreç kalıcıdır. Afişe sunulan, dünya ile âlemin ulaşmak istediği, düşlediği dünya imgesel bakımdan benzerlikler gösterir. Afiş ile alıcı arasındaki ilişkide afiş alıcıya iki entelektüel düzeyden sarılır. Birincisi yaratıcılık gerektiren sanatsal düzeyi, ikincisi yazımsal etkinlikleri de içeren yararlılık düzeyidir. Resmin algılanmasındaki düşünsel çaba, metin ile daha rahat bir etkilemeye dönüşür. Bu süreçte resim ve yazılı sıkı ilişki içindedir(Kaptan, 1996).

Okunaklılık, tasarımcıların genellikle ihmal ettikleri bir olgudur. Tipografik mesaj iletimi, yazıları okunur kılan niteliklerin bir araya gelmesiyle sağlanır. Okuyucu; yazılı bilgiyi en az çaba ve zorlukla algılayabilmelidir. Tipografik karakterlerin okunaklılığı, üç niteliğe bağlıdır:

1. Kontrast, 2. Yalnlık, 3. Oran(Becer, 1999).

Okunabilir tipografi, bilgi iletişiminin nesnel aracıdır. Okunması istenilen fakat zor okunan bir metnin tasarımı ürün ne kadar akıllıca veya çekici görünürse görünsün kötü yapılmıştır(Jeavons, 1996) Okunabilirliği arttırmak için seçilen yazı karakterinin zeminle olan ilişkisi sürekli göz önünde bulundurulmalı, özellikle başlık ve alt başlığın oluşturduğu leke

etkilerinin, afişin genelindeki etkileri göz ardı edilmeden sorunlara çözümler üretilmelidir. Tipografinin çözümünde rengin etkisi mutlaka dikkate alınmalıdır.

Fakat tasarımcılar bazen ifade amaçlarıyla geleneksel okunaklılık kıstaslarına uymazlar. Tasarımcılar içten gelen merakları ile formlarla oynayarak, onlara yeni anlamlar vererek ve tipografik iletişim standartlarını değiştirerek tipografiye deneyler yapmışlardır. Yenilikçi tipografi her zaman yeni sorular ortaya atar, eski kurallara meydan okur. Okunabilirlik ve işlevsellik gibi kavramları yeniden tanımlar(Carter, Rob, Day, Ben Ve Meggs Philip, 1985)

Seçtiğimiz yazı karakteri kullandığımız imaja ve fikre ters düşmemelidir(İstek,2005).

Sonuç olarak şunu asla unutmamalıyız, harfleri, kelimeleri, satırları, istiflemek tipografiyi düzgün yaptığımız anlamına gelmez, amacımıza ulaşmak için mutlaka hedef kitle göz önüne alınarak estetik değerlerden ve algılanabilirlikten ödün vermeden tasarımlar üretmeye çalışılmalıdır.

6.2. Salt Tipografi İle Afiş



Buray Nazım

Bir kompozisyonun hem sözel hem de görsel parçasını oluşturan tipografi, grafik tasarımın vazgeçilmez ve ayırt edici unsurudur(Becer, 2007, Mart GTD). Günümüzde alıcılara iletilen mesajların sıklığı, hızlı bir iletişimi gerekli kılmış ve okuma süresi giderek kısalmıştır. Tipografiyi ifade ve iletişim sanatı olarak tanımlayan Becer'e göre sözel bilgilerin hiyerarşik bir yapı ve vurgulama içinde düzenlenmesi zorunluluk haline gelmiştir.

20. yüzyılın başlarında tasarımda oluşan yenilikler, dönemin cansızlaşan, durağan ve sıradan tipografisine karşı bir çeşit protesto niteliğindedir. Bu dönemde grafik tasarımı; her yeni buluşun, her yeni ürünün amacını kitleye sunarken görseli ve yazıyı çarpıcı bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Tipografi içerdiği netlik, yalnlık ve doğrudan şok etkisiyle bambaşka bir anlam kazanmıştır.

Modernist grafik tasarım anlayışı malzemeyi ve biçimi tanımlayarak birbirleriyle ilişkilendirmiştir. Yazıyı diğer biçimler gibi lekesel bir düzlemde, tasarımın bir ögesi olarak



ele almış ve “okunurluk” birincil şart olmuştur. Yazı artık grafik tasarımın iletişim misyonunun belirgin ögesidir(Öztuna, 2008).

Bülent Erkmen

Yazı, tasarımda ve iletişimde önemli bir yere sahip. Yine tasarımlarda görsel hiyerarşi düzenlenirken tipografik özelliklerden faydalanılabilir. Metinde bulunan ve okunması öncelikli kısımlar daha büyük puntolarla yazılabilir. **Bold (kalın)** ya da *italik (eğik)* özellikleri kullanılarak farklılıklar oluşturulabilir, büyük küçük harf düzenlemeleriyle ya da farklı yazı karakterleri kullanımıyla bir hiyerarşi oluşturulabilir. Tüm bunlar yapılırken gözden kaçırılmaması gereken bir nokta vardır. Tipografi, kompozisyonla bir bütün olmalıdır. Kullanılan görselin izleyicide bıraktığı etki ile kullanılan yazı karakterinin bıraktığı etki birbirine çok yakın ve tutarlı olmalıdır. Uzun metinlerde espas, yani harf aralıkları, kelime aralıkları, cümle aralıkları, satır aralıkları ve sütun aralıkları dengeli, lekesel anlamda tutarlı ve bir bütün oluşturacak şekilde kurgulanmalıdır. Kısa metinlerde de yine harf ve kelime arası boşluklar çok iyi ayarlanmalı, görselle bütünleşik bir kurgu yapılmalıdır.

Tasarım yaparken kullanılan görsellerin hiyerarşisinde öne çıkan faktörleri;

- Görsellerin büyüklükleri ve kapladıkları alan,
- Görsellerdeki renkler ve bu renklerin şiddeti,
- Görsellerin açık koyu değerleri ve leke dengesi

Olarak sıralayabiliriz. Yazı da bu görseller içerisinde yer alır fakat onun bunlardan başka sahip olması gerektiği bir özelliği daha vardır. O da okunabilirliktir(Özdemir, 2007).

Afişin başlangıcından günümüze genel bir bakış yaptığımızda ilk başlarda teknik imkansızlıklar, maliyet yüksekliği nedeniyle sadece yazı ile çözümlenmeye çalışılan afişler günümüzde, grafik tasarımda bir yaklaşım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarımcı

konuyu salt tipografi ile anlattığında daha etkili olabileceği kanaatine varırsa bunu resim, illüstrasyon, fotoğraf gibi bir yöntem olarak kullanmaktadır.

6.2.1.Afişte Boşluk (Negatif Alan)

Görsel tasarım için en önemli şey boşluktur. İki boyutlu bir tasarımda boşluğa negatif alan denir. Yaratım ve yazı bunun arka tarafında yer alır. Fakat bu tasarımın arka tarafından



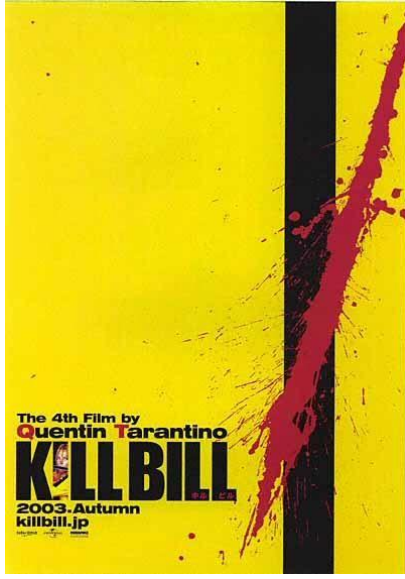
Fatih Özdemir

daha fazla bir şeydir, zira tasarımın tamamı gereksiz hale gelecektir. Ama bunu başka türlü kullanırsak beyaz boşluk öne çıkacaktır. Boşluk pozitif bir şekil alacak, pozitif ve negatif alanlar birbiriyle iç içe geçecektir. Dolayısıyla tasarımdaki bütün elemanlar gruplanacaktır. Boşluğun (negatif alan) içine bir nesne koymak bir eleman yaratacaktır. Tek bir eleman koyulduğunda; elemanın küçük ya da büyük, yüksek ya da alçak, yakın ya da uzak olduğunu söylemek güçleşir. O, sadece boşlukta yüzen anlamsız bir şeydir.

Boşluk (negatif alan) dikkatli bir şekilde kullanılmalıdır, çünkü sayfadaki elemanlar iyi gözükür. Sadece pozitif alanları ortaya çıkarırsak, negatif alan etkisini kaybedecektir. Boş yer olması iyidir ama onu nasıl kullanacağımız önemlidir. Beyaz boşluğu, (negatif alan) iyi kullanmak gerekir. Boşluk doğru kullanılırsa kalite ve işlevlik artar. Fazla kalabalık kaliteyi azaltır, tasarım sıkıcı olmaya başlar(İstek, 2005). Ayrıca bu boşluğu dengelerken sayfadaki görsellerle birlikte yazının rengi de negatif alanı dengeleyecek veya bu dengeyi bozacak önemli bir etkidir.

Grafik tasarımın amacı görsel bütünlüğü ve düzeni sağlamaktır. Görsel tasarımda gerekli elemanlar minimumda tutulup gruplanmalıdır. Bütün elemanlar birbirinden ne kadar farklı olursa olsunlar, onları uyumlu bir şekilde gruplamalıyız. O zaman tasarımda bir bütünlükten bahsedebiliriz. Tasarımın en önemli kuralı bütünlüktür. Tasarımda elemanların bir uyum içinde bir araya getirilip gruplanması dağınıklığı önleyeceği gibi, tasarıma ritim de katacaktır. Bütünlük için benzer yapıdaki (doku, renk ve boyut) elemanları seçip gruplamak

gerekir(İstek, 2005).Afişte bütünlüğü sağlarken göz ardı edilmemesi gereken şeylerden



Emrah Yücel

biriside yazı karakterinin tercihidir. Seçilen yazı karakterleri, tasarımın kimliğini yani içerik hakkındaki ilk izlenimi etkilediği gibi harf aralarında, kelime ve satır aralarında negatif alanlar oluşturarak tasarımın en önemli nesnesi haline dönüşmektedir. Bilinçsizce yapılacak yazı karakteri tercihleri, harf boşluklarındaki gereksiz/yanlış müdahaleler, verilmek istenilen mesajın geç algılanmasını hatta bazı durumlarda algılanmamasına neden olur.

Negatif alanların doğru düzenlendiği afişlerde alıcı iletilmek mesajları sırasıyla ve doğru bir şekilde alır.

İşlevsellikten estetik adına kolayca vazgeçilmez, ikisi arasındaki denge iyi korunmaya çalışılır. Görsel ve yazı arasındaki kontrastlığa dikkat edilerek afişin işlevselliğine katkıda bulunulur.

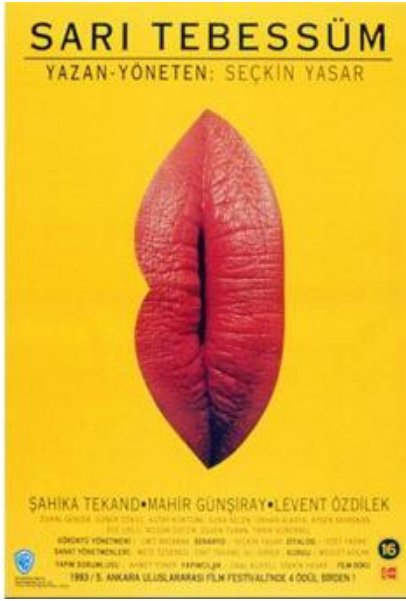
Tasarımın amacı boşluğu doldurmak değil onu en verimli şekilde kullanmaktır. Unutmamalıyız boşluk yani negatif alanı olmayan çoğu çalışma nefes alamaz ve sıkıcı bir izlenim verir.

6.2.2.Afişte Simetri

İstek'e göre tasarım şekillerin düzenlenmesi demektir. Bütün tasarım elemanlarının (yazı, fotoğraf, illüstrasyon, v.b) bir şekli vardır. Bir tasarımcının her elemanının bir şekli ve şekillerinde birer anlamı olduğunu bilmesi gerekir. Negatif alanın (boşluk) da bir şekli onu bir şekil haline getirip tasarıma çarpıcılık ve dinamizm katabiliriz.

Simetri sözcüğünün iki anlamı vardır. Simetri denildiğinde ilk olarak; iyi orantılanmış ve dengelenmiş parçaların oluşturduğu genel bir yapı akla gelir. Diğer taraftan, hayali bir çizgi ya da düzlemlerle ayrılmış iki yönlü biçim benzerliği de simetri olarak tanımlanır(Becer, 1999).

İstek'e göre tasarımda etkisiz boşluk (pasif negatif alan) da diyebiliriz. Simetri boşluğun ortasında yer alır. Simetrik bir tasarımda beyaz boşluk (negatif alan) etkisizdir. Çünkü algımızda pozitif elemanların bütünlüğünü göremeyiz. Simetri huzur ve durağanlık getirir.



Üç tip simetrimin var olduğunu söyleyebiliriz. İki taraflı simetri, ortadan geçen eksenin iki tarafında eşit yer alan simetrik düzendir. Yelpaze şeklinde olan simetride ise, grafik elemanlar sanki bir yelpazenin açılmış gibi dizilirler. Yönü değişen simetri, bir boşlukta birbirine benzeyen şekillerin yoğun bir şekilde düzenlenmesidir(yer karoları gibi)(İstek, 2005).

Geleneğin, resmiyetin, otoritenin vurgulanacağı tasarımlarda simetrik denge tercih edilir. Diğer yandan simetri, dürüstlük ve saygınlığın psikolojik simgesidir.

Hakkı Mısırlıoğlu

Simetrik dengeye dayalı

kompozisyonlar, daha güvenilir olmaları nedeniyle amatör tasarımcılar tarafından daha çok kullanılırlar(Becer, 1999).

6.2.3.Afişte Asimetri

20. yüzyıl başlarında ortaya çıkan modern sanat ve tasarım akımları, simetrik dengeyi reddederek, geleneksel olarak simetri noksanlığı ya da bütünün parçaları arasında orantıya



Sadık Karamustafa

dayalı bir eksiklik anlamına gelen asimetriyi benimsemişlerdir. Modernist akımlar asimetriyi, birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel unsurlar arasında dinamik bir denge ya da düzen sağlayan bir kavram olarak ele alıp kullanmışlardır(Becer, 1999)

Asimetri hareketli ve dinamik olur. Asimetrik tasarımda negatif alan etkindir. Çünkü algımızda pozitif elemanların, bütünlüğünü görmeye başlarız. Bundan dolayı, negatif alan asimetrik tasarımda büyük önem taşır.

Boş bırakılan alan özel ve kaliteli olmalıdır. Bırakılan boş alan tasarıma bir anlam katar. Simetrik dengede ne kadar durağanlık varsa asimetrik dengede o kadar hareket vardır(İstek, 2005).

BÖLÜM 7

BULGULAR VE YORUMLAR

Yaptığımız bu incelemeler ve tespitler sonucunda ülkemizde üretilen afişleri öngörülen bu standartlara uyup uymadıklarını tespit etmek gerekir. Afişlerde kullanılan tipografinin içerik ile olan ilişkisi ve hedef kitleyle olan ilişkilerine de değinilmelidir.

7.1. Afiş Örneklerinin İncelenmesi

Afiş 1: “İstanbul Caz Festivali” Afiş

Tasarım: Esen Karol

Yapım Yılı: 1994

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afişteki görseller genel olarak bir caz afişi izlenimi vermekte. Kullanılan lacivert tonlardan yer yer geçişlerle beyaza doğru giden renk kullanımı, minimalist şekilde kullanılan piyano, afişe hakim olan elin parmaklarında adeta tüm dikkatleri üzerine çekerek bunun bir caz afişi olduğunu vurgulamaktadır. Afişte direk fotoğraf tekniği yerine illüstrasyonun tercih edilmesi konu ile bağlantı açısından bütünlük sağlayan bir özellik. Festivalin logosunu yeri leke olarak afişe dengelemekte, elin alt kısmında görünen ceketle asimetrik bir leke dengesi oluşturmaktadır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte kullanılan yazı karakteri tercihi öncelikle mesajı iletmesi açısından net ve algılaması kolay bir yazı karakteridir. Grubun adına vurgu yapmak için ayrı ve dikey olarak yazılmış olan “PETRUCCIANI” afişin sağ tarafındaki el görselini dengelemekte, tercih edilen yazı karakterinin çok kalın bir yazı tercih edilmemesi ile de dinamik bir görüntü oluşturmaktadır. Alt başlıkların grup isminden farklı yazı tipi ve renkte yazılmış olması afişteki hiyerarşiyi algılamamızı kolaylaştıran bir diğer etken.

Afiş 2: Bağış Kampanyası Afiş

Tasarım: Bülent Erkmen

Yapım Yılı: 1992

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afişteki tasarım problemi salt tipografi ile çözüm yoluna gidilmiş. Zemindeki mavi renk bağış kampanyasının, iyimserliğin bir göstergesi olarak, tipografideki kırmızı renk ise Bosna'daki savaşı temsil etmektedir. Yazıya leke olarak baktığımızda sınırları zorlayan sayfanın dışına çıkmaya çalışan bu leke Bosna'daki insanların zorda kalmalarını temsil etmektedir. Tasarım asimetrik denge unsurları üzerine oturtulmuştur.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte tercih edilen yazı karakteri alıcı tarafından kolay ve doğru algılanabilecek netlikte. Tasarımcı, tasarım problemini çözerken tipografiden yaralanmış ve normal yazım kurallarının dışına çıkarak heceleri bölünmesi gereken yerlerden bölmeyerek, Bosna'daki karmaşaya dikkat çekmeye çalışmış ve "Bosna Yaşıyor" sloganı ile birleşen bu tipografi insanlarda "Acaba nasıl yaşıyor?" sorusunu uyandırarak kampanyaya katılımı tetikleyecektir.

Afiş 3: "Düğün Gecesi" Film Afişi

Tasarım: Kemal Borçetin

Yapım Yılı:1966

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Türk sinema afişleri içinde en ilginç afiş örneklerinden biridir "Düğün Gecesi". 1960'lı yılların yaygın olarak kullanılan gerçekçi yaklaşımdaki illüstrasyonun ve tipografinin kullanıldığı bir afiş. Renkler, kompozisyon, ve tipografi dönemin özelliklerini taşımakla beraber, dünyada da kolay kolay benzerine rastlanmayacak bir biçimde filmde rol alan starların isimleri filmin ismi kadar ön plandadır. Sinema afişi üreten tasarımcılar ne yazık ki tiyatro, opera v.b konularda afişler üreten tasarımcılar kadar sanatsal özgürlüklere sahip değillerdir. Genelde sinema filmlerinin afişleri ya film çekilirken ya da daha filme başlanmadan yapılmakta bu durumda tasarımcı sadece filmin fotoğraflarından ya da ekipten duyduğu kulaktan dolma bilgilerle afişi tasarlamak durumunda kalmaktadır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Tipografi olarak ilk izlenimde bile büyük sıkıntılar veren bir afiş. Öncelikle afişte anlam önem hiyerarşisi önemszenmeyerek veya siparişi verenin isteği doğrultusunda afişteki oyuncuların isimleri (Zeki Müren, Türkân Şoray) filmin isminden daha çok dikkat çekerek algılamada sorunlar yaratıyor. Yukarıdan aşağıya doğru yazılmak için tasarlanmamış olan “Latin alfabesi” ile yukarıdan aşağıya doğru yazılan “Türkân Şoray” ismi içindeki noktalı harflerle zaten böyle bir uygulamayı zorlaştırırken birde bu ismin “Zeki Müren” ismi ile kesişerek “K” harfini ortak olarak kullanılması ile afişte tam bir karmaşa ortamı oluşturuyor. Türkân Şoray’ın ismindeki inceltme işareti yazının yukarıdan aşağıya yazıldığı için harfin içine girmek zorunda kalmış, bu da algılamada karmaşaya neden oluyor.

Afiş 4: “Baba Bizi Eversene” Film Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı:1975

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş 70’li yıllarda artık eskisi kadar çok fazla tercih edilmeyen illüstrasyon tekniği ile yapılmış. Muhtemelen afişteki figürle fotoğraflanıp daha sonra tasarımcı tarafından illüstrasyon ile birleştirilmiş. Leke dengesi olarak çok rahatsız eden unsurlar olmasa bile normalde bir film afişi olarak algılanması gereken bu çalışma “Barış Manço” isminin filmin adından daha üstte ve belirgin kullanılmasıyla film afişi olma havasından oldukça uzak. Beyaz zemin üzerindeki illüstrasyon oldukça hareketli ve göz alıcı duruyor. Asimetrik dengesi genel olarak başarılı. Filmin adı siyah bant içinde kullanılarak oraya dikkat çekilmeye çalışılmış olsa bile üst kısımdaki nesnelere çokluğu ve karmaşasından dolayı filmin adını bulmak için uğraşmanız gerekiyor.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte tipografi açısından anlam-önem hiyerarşisine uyulmamış. Aynı tasarım yüzeyi içinde çok fazla yazı tipleri kullanılarak karmaşaya neden olmuş. Başroldeki iki oyuncunun isimleri farklı yazı tiplerinde, yardımcı oyuncuların isimleri farklı yazı tiplerinde, filmin ismi bir başka karakterle, senaryo ve yönetmen isimleri ise bir başka yazı tipi ile yazılmış. İsimler yazılırken; isimler kendi içlerinde harf arası boşlukları (espas) çok sıkıntılı gözükmemekle birlikte kelimeler arasındaki boşluklar afişin tamamında sıkıntılı. Afişteki oyunculardan

“Meral Zeren” ismi tüm afişten farklı olarak ad ve soyadı alt alta yazılarak bulunduğu yere sığdırılmaya çalışılmış hissi veriyor ve tüm afişten kendini soyutluyor.

Afiş 5: “At” Film Afişi

Tasarım: Sadık Karamustafa

Yapım Yılı: 1984

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş yapıldığı yıla göre cesur bir yaklaşımla tasarlanmıştır. Zeminde canlı parlak bir kırmızı, onu dengeleyecek asimetrik bir denge ile yerleştirilmiş yeşil gölge ile yazılmış at yazısı oldukça dinamik bir görüntü oluşturmuş. Afişte büyük kırmızı zeminin yazı ile parçalanması ve beyaz yazının afişin dışına çıkacak kadar büyük kullanılması afişi oldukça rahatlatmış. Afiş görsel olarak oldukça başarılı olmasına karşın filmin türü ve içeriği hakkında alışık olduğumuz bilgileri bize vermiyor.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişteki filmin adını oluşturan “AT” muhtemelen özgün fırça darbeleriyle oluşturulmuş. Yazının serbest bir şekilde oluşturulmuş olması izleyicide oldukça rahatlatıcı bir etki yaratıyor. Afişte kullanılan diğer tipografik öğelerde anlam önem hiyerarşisine dikkat edilmiş, herhangi bir anlam karmaşasına neden olacak bir düzenleme yapılmamış. Afişe ilk baktığımızda filmin adını kolaylıkla algılayabiliyoruz. Filmin afişi iki dilde hazırlanmış; ancak ikinci dilde ayrı bir afiş hazırlanmayarak bu sorun diğer dildeki yazıları afişte uygun yerlere yazarak sorun çözülmeye çalışılmış. Bu tür bir uygulama muhtemelen baskı maliyetini düşürmek için tercih edilmiştir.

Afiş 6: “Beymen” Kampanya Afişi

Tasarım: Sertaç Ergin

Yapım Yılı: 1990

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Teknik olarak illüstrasyon ve tipografiden faydalanılmış bir afiş. İlk bakıldığında neyle ilgili olduğunu anlayamadığımız, espriyi ve afişin neyle ilgili olduğunu anlamamız için özel bir çaba sarf etmemiz gerekiyor. Afiş leke dengesi olarak oldukça iyi tasarlanmıştır. Afişin

yapıldığı yıl göz önüne alındığında cesur bir anlayışla ürünü göstermeden marka ve kampanyaya dikkat çekilmeye çalışılmış. Kullanılan renk ve yaprak olarak göndermeler yapan sonbahar yazısının her bir harfinin ayrı ayrı yerleştirildiği sayfalar aşağı düşme hissini verirken oldukça dramatik bir etki yaratmaktadır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte kullanılan tipografi mesajı doğru iletmek adına okunabilirlikten ödün verilerek tasarlanmıştır. Bu da mesajı iletmek konusunda sorunlar oluşturuyor. Asıl mesajı “sonbahar indirimi” olarak anlamamız gereken bu afişte sonbahar ve indirim yazıları arasında tipografik bir bağ kurmamız oldukça zor. Ancak afişi belirli bir süre incelersek tasarımcının böyle bir gönderme yaptığını anlayabiliyoruz.

Afiş 7: “Tekstilde Hareket” Sergi Afişi

Tasarım: Şahin Aymergen-Savaş Çekiç

Yapım Yılı: 1992

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Tasarım görsel bütünlük oluşturma açısından oldukça iyi tasarlanmıştır. Afiş simetri esasına göre tasarlanmıştır. Serginin adı olan “Tekstilde Hareket” sloganı afişte iki dilde kullanılmasına rağmen aynı değerde dengeli şekilde yerleştirilmiştir. Afişte tercih edilen zeminde büyük lekeler yazı ve fotoğrafla dengeli bir şekilde parçalanmıştır. Afiş alışıktığımız yatay ya da dikey yerine kare ve diyagonal olarak tasarlanmıştır böylece fark edilebilirlikte artış amaçlanmıştır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte tasarım problemi ağırlıklı olarak tipografi ile çözümlenmiştir, Desteklemek amacıyla fotoğraftan faydalanılmıştır. Fotoğrafın oluşturduğu leke değerini elde etmek ve bunu simetrisinde dengelemek için yazı fotoğrafın formunda dairesel olarak yazılmıştır. İngilizce ve Türkçe olarak tek yüzey içinde kullanılmak zorunda kalınan tasarımlarda genellikle karşılaşılan kelimeler arasındaki harf sayılarının farklılığı problemi, büyük bir ustalıkla çözülmüştür. Okunabilirlikten ödün verilmeden amaca uygun bir afiş tasarlanmıştır.

Afiş 8: “1 Mayıs”a Çağrı Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 1976

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş simetri esaslı ve merkezi kompozisyon ile tasarlanmıştır. Afişte boşluk gereğinden fazla kullanıldığı için vurgu yapılması gereken asıl kısım küçük kalmış. Zeminde kullanılan canlı kırmızı üzerindeki mavi dişli ile kontrast oluşturmuş, üzerindeki beyaz yazı ile bu kontrastlık arttırılmıştır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Dişlinin içine yerleştirilen dünya silueti, üzerine yazılan “1 Mayıs” yazısının özellikle “1”in okunaklığı büyük ölçüde azalmış. Dişlinin iç kısmına yazılan birlik, mücadele, dayanışma, DİSK yazılarının espasları özellikle harf aralarındaki espaslar dairesel bir alana yazılan yazı için oldukça iyi çözümlenmiş.

Afiş 9: “1 Mayıs”a Çağrı Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 1998

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş ilk bakışta ne ile olduğunu anlayamayacağımız kadar karışık. Afiş tasarlanırken leke, denge, simetri gibi tasarım ilkelerinin hiç birine uyulmamış. Afişin “1 Mayıs” ile ilgili bir afiş olduğunu anlamamız oldukça zor. Afişin 1 Mayıs afişi olduğunu bize hatırlatabilecek tek unsur birçok 1 Mayıs afişlerinde sıklıkla kullanılan kırmızı renkteki zemin. Afiş iki ayrı sivil toplum örgütü (Kristal-iş, Türk-iş) ortak kullandığı bir tasarımdır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Tipografik açıdan birçok kuralın ihlal edildiği bir afiş tasarımıdır. Özellikle yazı karakterlerinin alanı doldurma kaygısı ile uzatılması okunmada çok büyük problemler yaratmıştır. Kırmızı zeminde kullanılan “Haydi 1 Mayıs 98’e” sloganı üzerindeki asıl mesajın verildiği ana cümlenin “Güvenli bir gelecek işçi hakları ve demokrasi için haydi 1 Mayıs

98'e" sloganının okunmasını tamamen azaltmış ve iletişim sorunları ortaya çıkartmıştır. Afiş beyaz ve kırmızı olmak üzere iki büyük lekeden oluşuyor ve bu iki ayrı lekenin kesiştiği yere yazılan yazının okunaklılığı önemli ölçüde azalmış durumda. Kesişen noktadaki "Haydi 1 Mayıs 98'e" sloganı altına okunaklılığının artması için eklenen gri renkteki sert gölgede okunaklılığına bir katkıda bulunamıyor.

Afiş 10: "1 Mayıs"a Çağrı Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 1990

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afişin en belirgin özelliği kullanılan renklerin canlılığı ve ilk bakışta dahi fark edilmesini sağlayan bir düzenlemeye sahip olması. Afişte ilk bakışta alınması gereken mesajı dolaysız direk olarak veriyor. Afiş özellikle bu tür etkinliklerde çok sık uygulanan yan yana afişleme yönteminde oldukça etkili sonuçlar verebilecek bir afiş. Leke dengesi, asimetrik boşluk oldukça iyi hesaplanmış.

Afiş-Tipografi İlişkisi

1 rakamını mümkün olduğu kadar büyütüp sayfanın sol tarafına yerleştirilmiş, üzerine yazılan Mayıs yazısı da etrafından yazının okunabilmesi için kontur geçilerek hafif sağa kaydırılarak yazılmış. Mayıs yazısının harf arası espasları oldukça iyi görünmekle birlikte sağ üst köşede kullanılan "100. 1 Mayıs Kutlu Olsun" sloganında kelimeler arası boşluklar olması gereğinden fazla bırakılmıştır.

Afiş 11: "Reklam Yaratıcıları Derneği" Kampanya Afişi

Tasarım: Merih Akoğlu, Hatice Yalçın, Necmi Yalçın

Yapım Yılı: Bilinmiyor

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş mesajı iletme ve dikkat çekicilik bakımından oldukça başarılı. Afiş leke dengesi olarak simetrik olarak kurgulanmıştır. Zemindeki büyük beyaz alan tipografi ile dengeli bir şekilde parçalanmış. Afişin üst kısmındaki düzeltmeyi vurgulamak için kullanılan kırmızı, alt taraftaki Reklam Yaratıcıları Derneği amblemi ile bir birini dengelemiş. Afiş öncelikle büyük

şekilde yazılmış “Yalınış(Yanlış) Yapıyoruz” sloganı ile konuya dikkat çekilmiş alt başlık ve alt kısımdaki açıklamalar ile konunun önemine dikkat çekilmiştir.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte tipografik olarak ana cümlede espas hataları olduğunu görüyoruz. Yanlış ve Yapıyoruz kelimelerinde optik hizalama yapılmamış ve “YA” harfleri diğer harflere göre arası daha açık kaldığından biz “Y” harfini kelimedenden ayrı olarak algılamamıza neden oluyor. Yine aynı şekilde “yapıyoruz” kelimesindeki “YO” harfleri arasındaki espasta genele göre biraz fazla. “YALNIŞ” sözcüğü üzerinde düzeltme yaparken yapılan düzeltme vurgu sağlamak adına elle yapılmış bir düzeltme hissi verilerek yapılmış. Bu da görsel olarak sempatiklik yaratıyor. Afişte dikkati çektikten sonra alt başlık olarak okumamız istenen “Üşenme imla kılavuzuna bak” cümlesi ünlem işaretinin etrafına yazıldığı için ilk etapta okunması biraz zor.

Afiş 12:”Kapalı Mekanlarda Sigara İçme Yasağı” Bilgilendirme Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 2008

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Tasarım 19 Mayıs 2008’de yasayla yürürlüğe giren kapalı mekânlarda sigara içme yasağını hatırlatıcı asılması zorunlu uyarı afişidir. Ancak afişi hazırlatan kurum olan “Sigarayla Savaşanlar Derneği” bu afiş ile kapalı mekânlarda sigara içme yasağına karşı gösterdikleri duyarlılığı, görsel kirlenmeye karşı göstermiyor. Afişin estetik açıdan oldukça rahatsız edici bir görünümü var. Anlam önem hiyerarşisine uyulmadan tüm metinler aynı büyüklükte yazılmaya çalışıldığı için afişte karmaşa hâkim. Yasayla düzenlenen bu afiş asma zorunluluğunda ilk bakışta insanlarla iletişime geçmesi, hatta onları yönlendirmesi gereken bu uyarıyı doğru yönde yapmaktan çok uzak. Afişte simetri sağlamak adına tekrar eden sigara içilmez piktogramı ve kurumun amblemi boş alan kalmasını ve afişin nefes almasını tamamen engelliyor. Afişin etrafına çizilen bordürler ise afişin tamamen nefes almasını engelleyecek biçimde.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afiş tipografik olarak oldukça kötü düzenlenmiş. Afişte anlam önem hiyerarşisine kesinlikle uyulmamış. Afişte vurgu yapılmak istenen “SİĞARA İÇİLMEZ” yazısını diğer yazılardan ayıran tek fark kırmızı renkle yazılmış olması. “SİĞARA İÇİLMEZ” yazısı büyük harfle yazıldığında “İ” ve “Ç” harflerindeki noktaları normal düzenin dışına çıkacağından satır aralarının açılması gerekirdi. Ancak tasarımda bu yöntem yerine noktalar harflerin içlerine sokularak çözüm bulunmaya çalışılmış buda harflerin anatomisini bozarak okunaklılığını azaltmış. “BURADA” ve “CEZASI 62 YTL” yazıları uzatılarak harflerin anatomileri bozulmuş ve bu da okunabilirlik sorunu oluşturmuştur.

Afiş 13:”Ted Mersin Spor Kulübü” Yaz Kursları Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 2008

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş ilk bakışta karmaşasıyla, neyle ilgili bir tasarım olduğu hakkında hiçbir fikir vermiyor. Afiş boşluk alanların doldurulmaya çalışıldığı estetik kaygılardan uzak sadece bilgisayarın verdiği imkânlardan faydalanılarak üzerinde düşünülmeden, tasarım kaygısı olmadan yazıların istif edildiği bir düzenleme izlenimi veriyor. Afişteki yazı istifinin bir kısmı diyagonal olarak çevrilerek dinamik bir görüntü elde edilmeye çalışılmış. Ancak yüzeyin tamamının doldurulduğu bu durumda pek faydası olmayan bir yöntem olmuş. Hatta bu durum yazının diğer tasarım elemanlarından ayrılarak afiştten kopmasına neden olmuş. Afişte zeminde görünürlülüğü azaltılarak kullanılan “TED MERSİN SPOR KULÜBÜ” amblemi zaten karışık olan afişi daha da karmaşık hale getiriyor.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afiş ağırlıklı olarak tipografi ile çözümlenmeye çalışılmasına karşın, tipografi mesajı iletme kaygısından oldukça uzak bir düzenleme ile sunulmuştur. “SPOR OKULU KAYITLARI BAŞLADI” üst başlığı ve spor okulunun dallarını gösteren alt başlık aynı yazı karakteri ile yazılmıştır. Ancak tercih edilen yazı karakterindeki Türkçe sorunu nedeni ile üst başlık “SPOR OKULU KAYITLARI BAŞLADI” ve alt başlıktaki spor dalları da “BASKETBOL, YUZME, SATRANC, CİMNASTİK, TENİS, MODERN DANS” şeklinde yazılmıştır. Bilgisayarla tasarım yaparken çok sık karşılaşılan yazı tipindeki Türkçe karakter

sorunu dikkate alınmadan ya da daha sonradan müdahale edilerek düzeltme yapılmadan kullanılmıştır. Bu da okunurluğu azaltması yanında yazım kurallarına da aykırı bir durumdur. Ayrıca bir eğitim kurumunun afiş tasarımında olmaması gereken yazım hatası yapılmış “JİMNASTİK” kelimesi “CİMNASTİK” olarak yazılmıştır.

Afiş 14:”Korsan Taksiye Hayır” Kampanya Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 2008

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş ilk bakışta mesajını alıcıya ulaştıramıyor. Afişte anlam önem hiyerarşisine uyulmamış. Gerek leke dengesi gerekse yazı ile görseller arasında sıkıntılar var. Afişte her boş kalan yere bir slogan sıkıştırılarak verilmek istenen mesaj arttırılmaya çalışılmış. Ancak alıcı mesaj bombardımanına sokulduğu için hiçbir mesajı doğru biçimde alamıyor. Kullanılan görseller verilmek istenen mesajı çağrıştırmakla birlikte hepsinin bir arada kullanımı mesajı algılamayı adeta imkânsız hale getiriyor. Afiş yatayda sarı ve siyah olmak üzere iki büyük lekeye bölünmüş. Eğer bu tür bölünmeler özel bir amaca hizmet etmiyorsa (vurguyu arttırmak, okunabilirliği arttırmak gibi) afişin iki parça algılanmasına neden olacağı için kaçınmak gerekir. Üst kısımda kullanılan ve taksi rengi olan sarı, beraber kullanılan taksi görselinin görünebilirliğini büyük ölçüde azaltmış. Burada eğer taksi görseline vurgu yapılmak isteniyor ise kontrast oluşturabilecek renkler ya da en azından sarı rengin farklı bir tonu seçilerek(açık ya da koyu) taksi görselinin daha açık görünmesi sağlanabilirdi.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte kullanılan altı farklı yazı tipi zaten sadelikten uzak olan tasarımı daha da karmaşık hale getirmektedir. Tüm yazılar bir birinden bağımsız sadece boşlukları doldurmak için kullanılan dolgu malzemesi hissi vermektedir. Afişte kullanılan amblemin yetersiz kaldığı düşünüldüğü için amblemin açılımı tekrar yapılmış ve afişteki en büyük tipografik öğeyi oluşturmuştur. Afişin tam ortasında sarı ve siyah zeminin kesiştiği noktada insanları eyleme geçmeyi teşvik etmesi beklenen sloganı okumak neredeyse imkânsız. Bu yazı siyah zemine geldiği yerde sarı, sarı zemine geldiği yerde ise siyah renk kullanılarak estetik bir görüntü elde edilmeye çalışılmış ancak bu durum okunaklılığı tamamen bozmuştur. Bu tür kullanımlar yine özel durumlar haricinde (vurguyu arttırmak, okunabilirliği arttırmak gibi) kullanılmaktan

kaçınmamız gereken durumlardır. Çünkü harfler tasarlanırken anatomileri genellikle bu tür uygulamalar göz önüne alınarak tasarlanmıyor. Bu da harfin anatomisini bozarak okunaklılığının azalmasına neden oluyor. Seçilen yazı karakterleri görselden kopuk olduğu gibi yazı karakterleri yani afişteki tipografi de kendi içerisinde tutarsızdır.

Afiş 15:”Deprem” Film Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 1976

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş fotoğraf, illüstrasyon ve tipografiden faydalanılarak tasarlanmıştır. Arka planda illüstrasyon ile oluşturulmuş “DEPREM” yazısı deprem hissini çatlamaş toprak görüntüsüyle oldukça iyi veriyor. Deprem yazısının üç boyutlu olarak tasvirlenmesi ve tasarımın sağ alt tarafına doğru uzanması oldukça dinamik bir görüntü elde edilmesini sağlıyor. Ön planda kullanılan fotoğraflar tasarıma dinamik bir görüntü katmakla birlikte nereye baktıkları konusunda herhangi bir fikir vermiyor. Afişte kullanılan fotoğraflarda bütünlük için illüstrasyon tekniği ile kullanılmış olsalardı daha başarılı bir görüntü oluşabilirdi.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte asıl mesajı veren filmin adını oluşturan “DEPREM” yazısı illüstrasyon tekniği ile üç boyutlu olarak tasarlanmış. Deprem yazısının espasları kendi içinde oldukça iyi çözümlenmiş. Başrol oyuncularını için kullanılan yazı tercihi “Deprem” yazısını anımsatmakta ve buda afiş içindeki bütünlüğü arttırmaktadır. Ancak yönetmen ve diğer arka plandaki kişiler için seçilen yazı tercihi afiştten ayrı gibi durmakta ve bütünlüğü bozmaktadır.

Afiş 15:TTNET Cumhuriyet Bayramı Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 2007

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş ilk izlenimi ile oldukça dikkat çekici. Zeminde kullanılan bayrak kırmızısı ve üzerine yazılan beyaz yazı ile bayrağa, dolayısı ile de Cumhuriyete gönderme yapmıştır. “.tr”

yazısı sayfanın merkezinin üst tarafına taşınarak optik hizalama yapılmış alt kısımdaki firmanın amblemi ile de bu denge korunmuştur.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Üst başlık olarak kullanılan “.tr” uzantısı coğrafi olarak Türkiye'ye ait bir web sitesi olduğunu göstermektedir. TTNET internet sağlayıcı bir kuruluş olduğu için milli değerlere ve Cumhuriyete verdiği değeri kendi alanı üzerinden bir afiş yaparak alıcının milli duygularına dokunmuş bu yolla firma değerini hatta müşteri potansiyelini arttırma yoluna gitmiştir. İlk alt başlıkta “.tr” ye gönderme yaparak “Değerini çok iyi biliyoruz” sloganı ile bağımsız bir ülke olmanın önemine vurgu yapılmıştır. Son olarak ta “Türkiye Cumhuriyeti'nin 84. Yılı kutlu olsun” ikinci alt başlığı ile afişin yayınlandığı dönemde kutlanacak olan “Cumhuriyet Bayramı”nın kaçınıcı defa kutlanacağı mesajı alıcıya iletiliyor. Afişte anlam önem hiyerarşisine dikkat edilmiş, ilk önce dikkat çekilerek alıcının afişe bakması sağlanmaya çalışılmış daha sonra asıl mesaj iletilmiştir.

Afiş 17:”Kargalar ve Melekler” Sergi Afişi

Tasarım: Savaş Çekiç

Yapım Yılı: 2007

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş merkezi kompozisyon ve simetri esasına dayanılarak tasarlanmış. Afişin orta noktasının biraz üst kısmından geçen yazı leke olarak afişi ikiye bölmekte ve biraz üst kısma kaydırılmış olmasından dolayı optik olarak dengeli durmaktadır. Zeminde kullanılan çok açık renkteki krem tonu üzerindeki figürlerin özellikle bulutların algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Bölünmüş olan afişte simetriyi sağlamak için leke dengesi farklı olan figürler koyu lekeler daha küçük, açık lekeler daha büyük alan kaplayacak şekilde düzenlenmiş bu şekilde afişteki simetri korunmuştur.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afiş çok sık başvurulmayan ya da daha doğru bir ifade ile zor bir tipografi yöntemi ile çözümlenmiş. “Kargalar ve Melekler” kelimelerini oluşturan harfler bir birinden farklı yazı karakterleri ile yazılarak bir düzenleme yapılmış. Ancak bu düzenleme harfler arasındaki espaslar ve açık koyu değerleri dikkate alınarak yapıldığı için okunabilirlikten ödün vermeden

başarıyla uygulanmış. Tipografide cesur olarak nitelendirebileceğimiz bu uygulama ile özgün uygulamaların ancak denemekten geçeceğinin iyi bir örneğidir. Tipografide okunaklığı diğer kelimelerden daha az olan, sadece yukarıdan aşağıya olarak yazılmış olan “ve” kelimesidir. Tarih, yer ve sanatçının isminin yazıldığı kısımlarda açık espas tercih edilmiş bu da ortadaki koyu leke oluşturan sıkı espas ile yazılan kısmı dengelemiştir.

Afiş 18:”Hayrola Karyola” Tiyatro Afişi

Tasarım: Genco Demirer

Yapım Yılı: 2006

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş kırmızı, beyaz ve siyahın iyi parçalanmış leke dağılımı ile tasarlanmış. Sağ ve sol taraflarının neredeyse tamamını kaplayan bağırان insan figürleri ağızlarından çıkan yazılarla çok dinamik bir görüntü veriyor. Afiş özellikle yan yana asılma gibi seri sergilemelerde büyük lekelerin yan yana gelmesi nedeniyle oldukça etkili bir görüntü oluşturacaktır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte tercih edilen tırnaksız fontlar bağırان figürlerin gücünü arttırarak, sesi adeta hissettiriyor. Tasarımcı bu hissi arttırmak için, yazılara ağızdan çıktığı noktadan, yazının sonuna doğru giderek büyüyen bir perspektif vermiştir. Afişte tüm yazılar bir birinin simetrisine yerleştirilmeye çalışılarak leke dengesi korunmaya çalışılmıştır. Kelimelerin kendi içlerinde harf aralarında ufak espas hataları vardır. Özellikle “HAYROLA” kelimesindeki A ve Y harfleri kelimenin diğer harflerine göre oldukça bir birinden uzak yazılmış bu da kelimeyi kopuk olarak algılamamıza neden olmaktadır.

Afiş 19:”3. Ulusal, Taş, Ahşap, Metal Heykel Sempozyumu” Etkinlik Afişi

Tasarım: Fatih Özdemir

Yapım Yılı: 2008

Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş ilk bakışta asimetric dengenin iyi kurgulanmış bir örneği olarak dikkat çekiyor. Afiş anlam önem hiyerarşisine uygun biçimde vurgu yapılmak istenen kelimeler gerek büyüklük, gerekse renkle vurgulanmıştır. Afiş zeminde kullanılan mavi renk ve oldukça

büyük biçimde kullanılan “3” rakamı ile yana yana gelecek şekilde asıldığında dikkati çekecek şekilde etkili olacaktır.

Afiş-Tipografi İlişkisi

Afişte tercih edilen yazı karakteri amaca uygun, okunabilirliği yüksek bir yazı karakteridir. Afişte kullanılan tüm yazılar, aynı yazı karakteri ile yazılarak afişte bütünlük sağlanmıştır. Asimetrik dengeyi sağlamak için tasarımcı büyütülen “3” rakamının karşısında onu dengeleyecek kadar boşluk(negatif alan) bırakılmaya özen göstermiştir.

Afiş 20:”Türk Telekom” Cumhuriyet Afişi

Tasarım: Bilinmiyor

Yapım Yılı: 2007

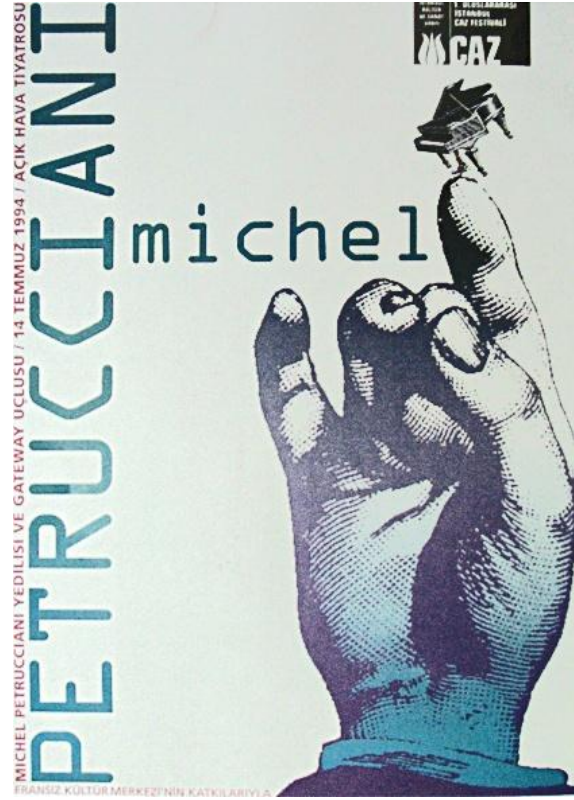
Temel Tasarım İlkelerine Uygunluk

Afiş zeminde kullanılan kırmızı renk ilk bakışta dikkati çekiyor. Merkezi kompozisyon ile çözümlenmeye çalışılan tasarımın dengesini sol alt tarafta tipografinin üzerindeki ay yıldız biraz bozuyor. Bu kullanılan ay yıldız daha küçük veya hiç kullanılmıyaydı tasarım amacından uzaklaşmadan daha dengeli hale gelebilirdi. Tasarımda anlam önem hiyerarşisine dikkat edilmiş, öncelikli okumamız gereken slogandan sonra tasarım bizi alt başlıları okumaya ve mesajı doğru biçimde almamız için yönlendiriyor. “Birbirimize Bağlıyız” sloganı içerikle örtüşerek telefon hizmetine dikkat çekerken, kendi kurumunu Cumhuriyetle özdeşleştirmektedir. Amblemin yeri kurumu algılamamız için uygun.

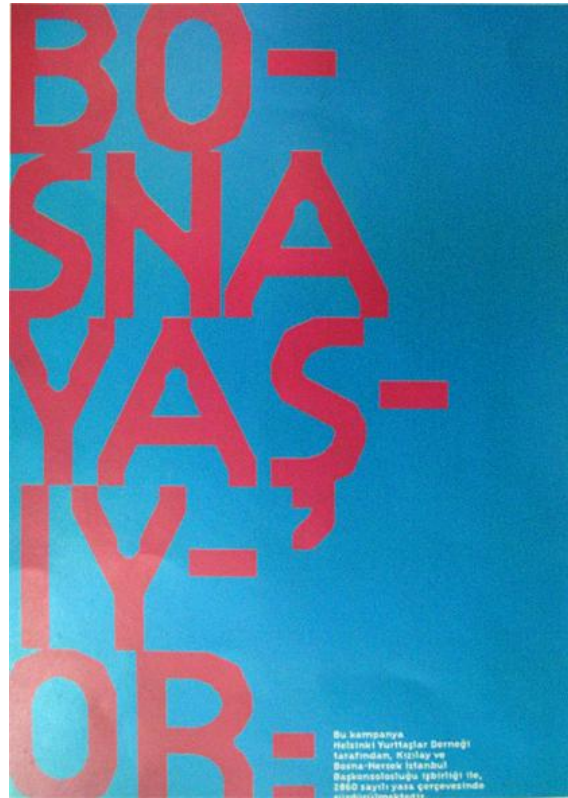
Afiş-Tipografi İlişkisi

Afiş rakamların (şehirlerarası telefon kodları) ait oldukları şehirleri temsilen Türkiye haritasındaki şehirlerin buldukları yerlere göre düzenlenmiştir. İlk bakışta rakamları bile algılamadan Türkiye haritası algılanmaktadır. Leke olarak bu kodlar iyi organize edilmiştir. Kodlar şehirleri, dolayısı ile insanları temsil etmekte “Birbirimize Bağlıyız” sloganı ile de bu vurgu yapılmakta.

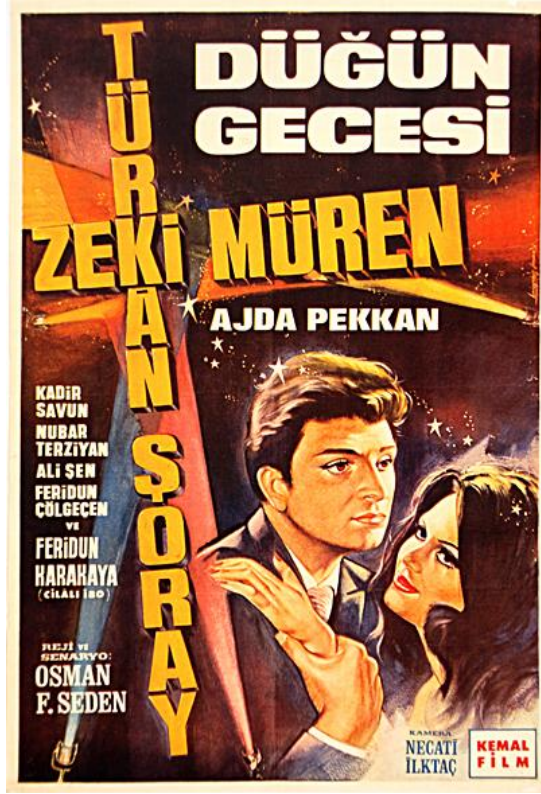
7.2.İncelenen Afişler



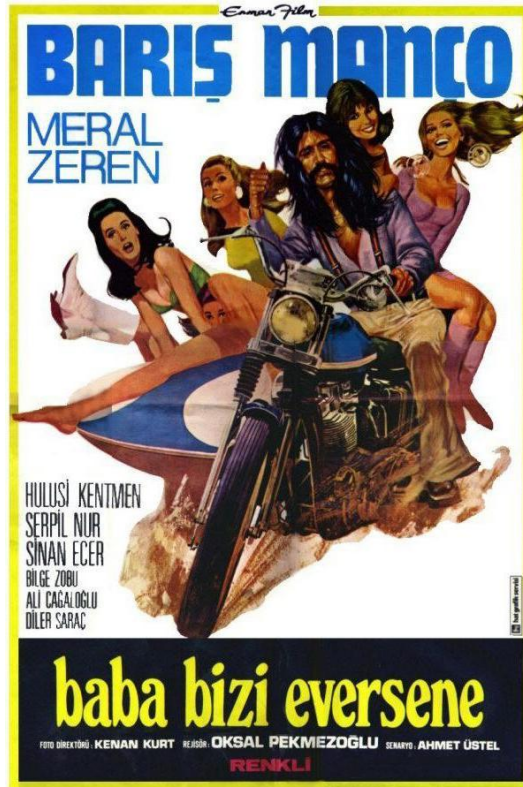
Afiş 1



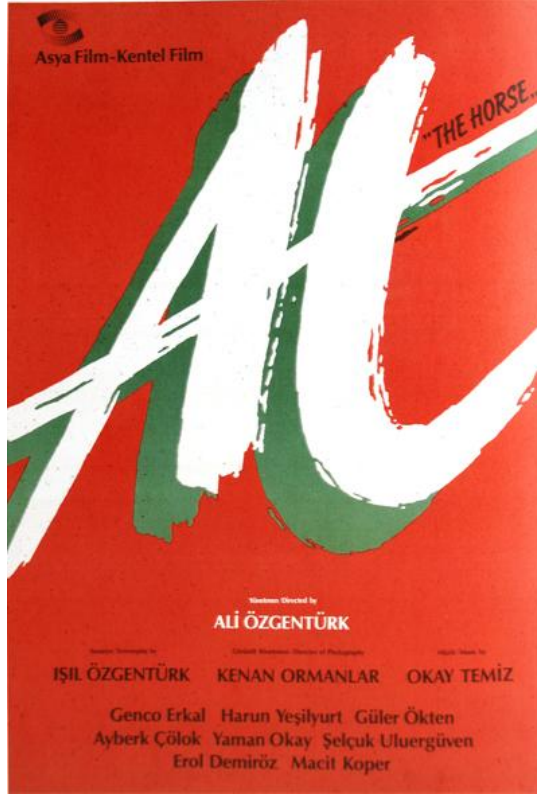
Afiş 2



Afiş 3



Afiş 4



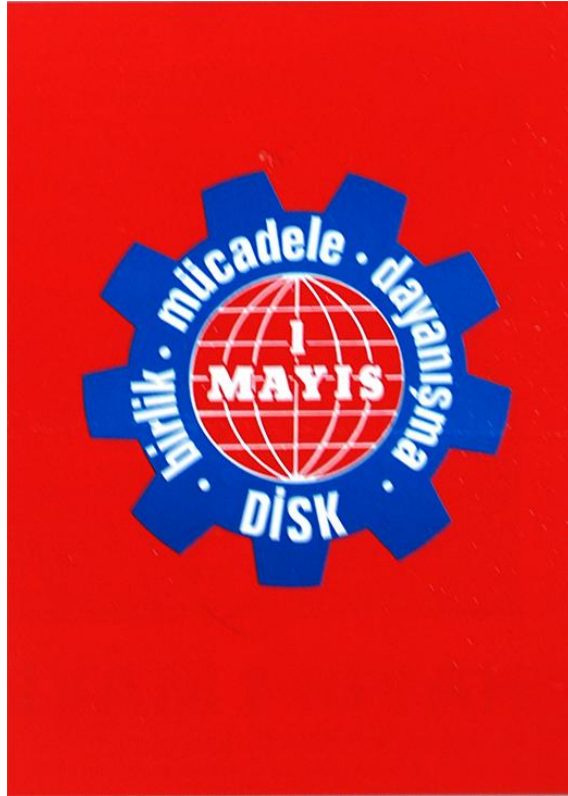
Afiş 5



Afiş 6



Afiş 7



Afiş 8



Afiş 11



Afiş 12

TED MERSİN SPOR KULÜBÜ

SPOR OKULU KAYITLARI BAŞLADI...

BASKETBOL
YUZME
SATRANÇ
CİMNASTİK
TENNİS
MÜZİK DANS

Müracat ve Kayıt: 0324 544 66 90
 TED MERSİN KOLEJİ Çeşmeli / MERSİN
 www.tedmersinspor.com

Afiş 13

BAHÇELİEVLER
 ŞOFÖRLER & OTOMOBİLCİLER ODASI

EMEĞE SAYGI DUYALIM!
SEÇİMİNİZİ
TİCARİ TAKSİDEN
YANA YAPIN

EVET

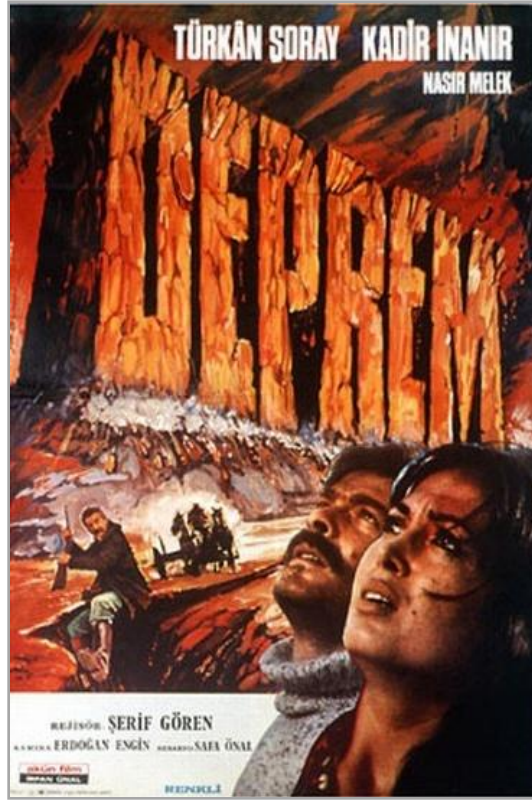
ARTIK DUR DEYİN !

Çok az bir fark için
 (0 Fark Size Yol, Su,
 Elektrik Olarak Geri Dönüyor)
 Korsan Taksileri
TERCİH Etmeyin..!

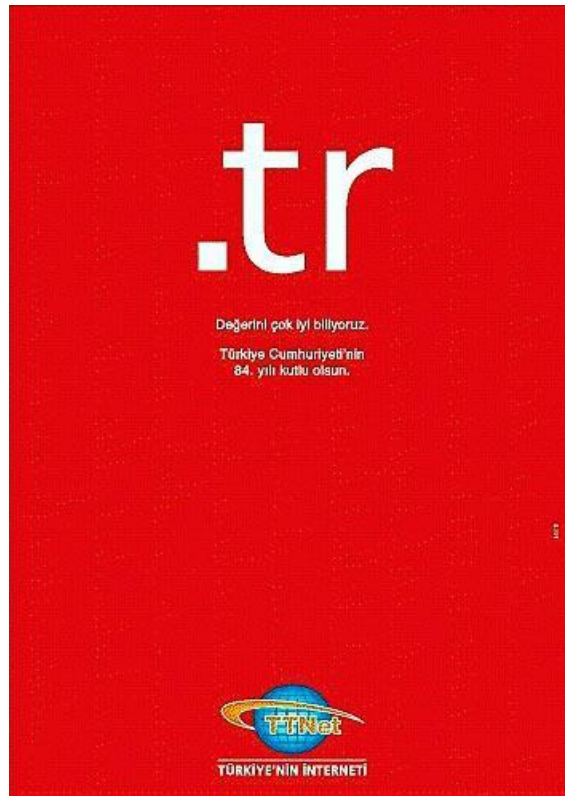
KORSAN TAKSİYE HAYIR

GÜVENLİ YOLCULUK İÇİN TİCARİ TAKSİ

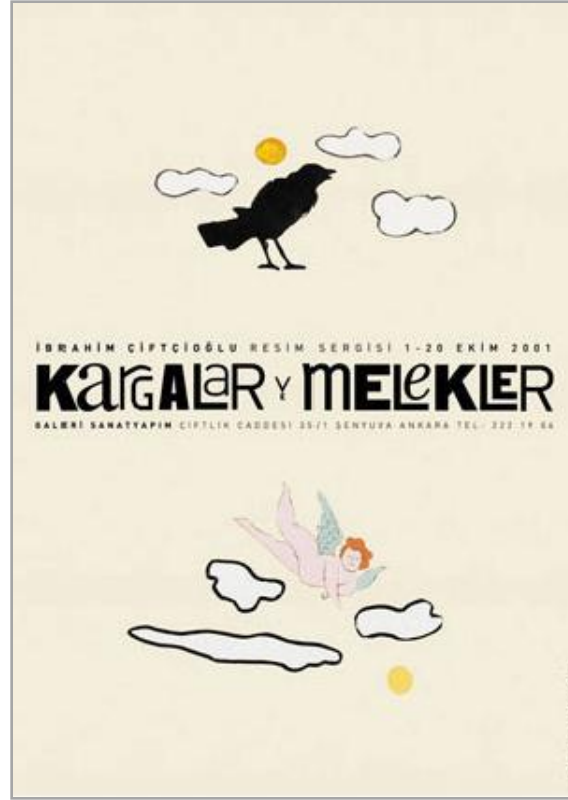
Afiş 14



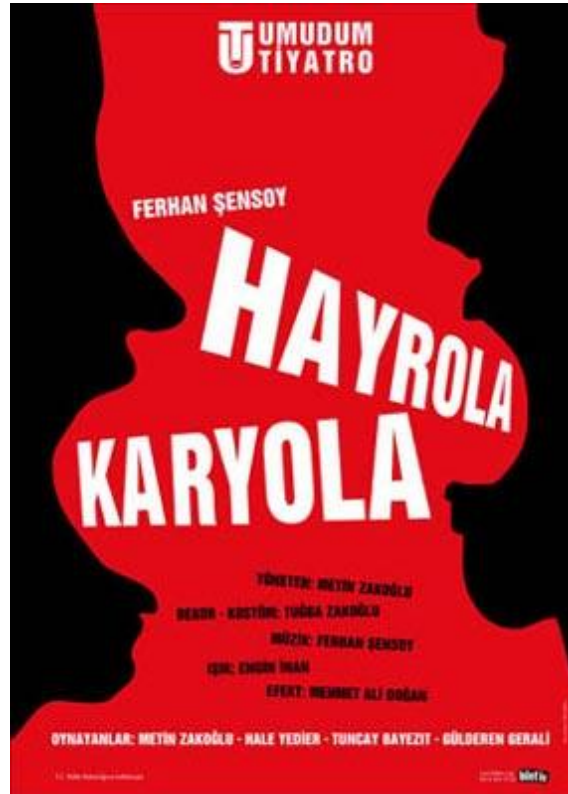
Afiş 15



Afiş 16



Afiş 17



Afiş 18



Afiş 19



Afiş 20

BÖLÜM 9

SONUÇLAR

Bu araştırma Cumhuriyetin ilanından sonra günümüze gelene kadar Türkiye’de üretilen afişlerde olarak kullanılan tipografiyi ve tipografi ile görsel arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılmıştır.

Grafik tasarımın günümüzde ayrılmaz bir parçası haline gelen tipografi, yazının teknolojik yeniliklerle çoğaltılması esası ile ilk önceleri litografi, daha sonra matbaa tekniklerinin gelişmesi sürecinde sürekli bir gelişim göstermiştir.

Ülkemize matbaa teknolojisinin geç gelmiş olması bu gelişim sürecinde ülkemizin bu gelişmelere herhangi bir katkısının olmasını engellemiştir.

Tipografi baskı teknolojilerindeki tüm gelişmelerden direk olarak etkilenmiştir.

Ülkemize matbaanın gelmesinden sonraki en büyük yenilik tüm alışkanlıkları değiştiren 1928’deki harf inkılâbıdır. Türklerin 10. yüzyıldan itibaren yani yaklaşık 900 yıl gibi bir süre Arap alfabesini kullandıkları ve bu sanat alanını Türkler için önemli bir geleneğe dönüştürdükleri düşünülürse yeni harflere alışmalarının zaman alması kaçınılmazdır. Latin alfabesi ile tipografi yeniden keşfedilmeye başlamış ve bu gelişme 1990’lara kadar sürekli batı ekseninde devam etmiştir. Özellikle son on yılda ise bilgisayarın ve internetin yaygınlaşması ülkemizdeki tasarımcıların tüm dünya ile aynı anda bilgiye ulaşması, çağdaş anlamda kendine tipografik bir dil oluşturma kaygısı güden tasarımcıların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Yapılan araştırmada çeşitli alanlara ait (sinema, tiyatro, sergi, sosyal kampanya ve ticari afişler gibi) tasarımlar incelenmiş. Üretilen afiş tasarımlarının içerik ve tipografi açısından ilişkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Sonuçlar şu şekildedir.

Afişler alıcı ile onun herhangi bir talebi olmadan, yani bir ürün satın alma, televizyon izleme, radyo dinleme, bilgisayardan belirli bir alana (internet) bağlanma zorunluluğu olmadan aniden karşısına çıkan basılı duvar ilanlarıdır.

Afişler kullanım sürecini birkaç hafta, bazen birkaç gün içerisinde tamamlayıp genellikle buldukları yerden indirilirler.

Özellikle günümüzde zamanın çok kıymetli olduğu bir dönemde afişler insanları bu kısıtlı zaman içerisinde dikkatini çekip mesajını iletmekle görevlidir. Zamanın kısalığı, insanların günlük yaşamlarının git gide karmaşıklaşması afişte mesajı en kestirme yoldan ve doğru biçimde aktarmayı adeta zorunluluk haline getirmiştir. Ancak günümüz insanı yine bu zorunluluklara karşın, estetik açıdan çekici olmayan, bir birine benzeyen tasarımlara tepki vermeyerek onlardan uzak durur ve iletişime geçmez.

İnsanlar ancak ilk gördüklerinde dikkatlerini çekmeyi başarabilen afişlere bakarak ondaki mesajı algılamak için iletişime geçerler. Bu bağlamda afişte tipografi doğru kullanıldığında dikkat çekiciliği arttırabilecek, kötü kullanıldığında ise alıcının dikkatini dağıtabilecek bir tasarım elemanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tipografide yalnız başına veya benzer özellikteki yazı karakterlerinin kullanılması ile tipografik açıdan başarılı tasarımlar yapılabileceği gibi gereğinden fazla çeşitlilikte yazı karakterlerinin kullanılması da büyük ölçüde karmaşıklığa ve başarısızlığa neden olacaktır.

Afişler, duyurulmak istenilen ürün, hizmet ve etkinliklerin hakkındaki izlenimlerin ilk edinildiği mecralardır. Bu açıdan ilk edinilen duygu onun hakkında olumlu ya da olumsuz fikir edinmemizdeki ilk basamaktır.

Alıcı tiyatro oyununu izlemeden oyun hakkındaki ilk fikrini, bir araba alıcısı arabaya binmeden arabanın konforu hakkındaki bilgiyi ilk önce afişten edinir. Bu bilgilerin doğruluğu ve ürün veya hizmete yönlendirmedeki başarı sorumluluğu da çoğunlukla tasarımcıya yüklenen bir görevdir.

Afişler aynı zamanda birer tarihi belge niteliğindedir. Tasarlandıkları dönemin sosyo-kültürel yapısı, toplumun ihtiyaçları, ülkelerin ekonomik durumları gibi birçok konuda bize bilgi verebilir.

ÖNERİLER

Ürün, hizmet ya da etkinliği duyurmak veya toplumu bilgilendirmek amacı ile tasarlanacak olan afiş için öncelikle bir ön araştırma yapılmış olması gerekmektedir. Afişi yapılacak olan bir tiyatro oyunu ise provalar izlenmeli, bir ürün ise o ürün denenmeli eğer bir etkinlik ise o etkinliği düzenleyen komiteyle mutlaka görüşülmelidir.

Afiş tasarımında kullanılması düşünülen fotoğraf, illüstrasyon, gibi farklı disiplinlerden faydalanılacaksa gerek duyulduğunda uzman kişilerden yardım alınmalıdır. Bu disiplinlerden hangisinin amaca daha uygun olduğu düşünülürse tasarım o yönde geliştirilmelidir.

Afişi tasarlariken mutlaka alıcının dikkatini çekeceği alışıldık olmayan yeni fikirler geliştirilmelidir.

Afişte kullanılan görseller temsil ettiği hizmet, ürün ya da etkinlik hakkında doğru bilgiler vermeli. Çağrıştırdıkları veya temsil ettikleri ürün hakkında yanlış anlaşılmalara neden olacak yaklaşımlardan kaçınılmalıdır.

Tipografi tezde değinildiği noktalar göz önüne alınarak, dikkat çekmek için, okunabilirlikten ödün vermeden kullanılmalıdır. Unutulmamalıdır ki afişin amacı mutlaka iletişim kurmaktır. Bunu en doğru yolla yapacağı yöntem ise tipografidir.

Tipografinin zeminle bir ilişkisi olduğu unutulmamalı sık veya seyrek yazılan yazıların leke değerlerindeki farklılıklardan dolayı algılamayı kolaylaştırıp/zorlaştırdığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Afiş tasarlanırken asılacağı mekanla olabilecek ilişkileri de göz önünde bulundurarak tipografide kullanılacak renk ve bunun zeminle ilişkisine dikkat edilmelidir.

Tasarımcı afiş tasarlariken kendi zevk ve dünya görüşünü bir kenara bırakarak amaca uygun işin gerektirdiği görsel ve tipografik bir dil kullanmalıdır. Bunu yaparken kendi sanatsal bakış açısını hedef kitleye uygun biçimde yorumlamalıdır.

KAYNAKÇA

1. 1 Mayıs İlk Dileğimiz, TÜTSAV yayınları, 2006
2. 8. Uluslar Arası İstanbul Grafik Tasarım Günleri Sergi Kataloğu, 2004
3. BEKTAŞ, Dilek, “Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi”, Yapı Kredi Yayınları Ltd. Şti., 1992
4. BECER, Emre, “İletişim ve Grafik Tasarım”, Dost Kitabevi, Ankara, 1999
5. BECER, Emre, Grafik Tasarım Dergisi, 2007, Sayı 6, s 74
6. CARTER, Rob, DAY, Ben ve MEGGS, Philip, “Typographic Design: Form and Communication”, Van Nostrand Reinhold Company Inc., 1985
7. ÇEKİÇ, Savaş, KANTÜRK, Turgay, ERGÜVEN, Mehmet, BAYKAN, Mustafa, SANCAR, Nuray, Gösteren:Savaş Çekiç, Evrensel Basım Yayım, İstanbul, 2000
8. Dictionnaire Larousse, 6 c. 1993-1994
9. ERDEN, M.Çetin, “Tipografik Tasarım ve Uygulamaların İrdelenmesi”, Basılmamış Doktora Tezi, 1994
10. Ganiz, Selahattin, Yazı&Tasarımcıları, İstanbul, 2004
11. Gelişim Hachette, Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1986, 1. cilt
12. İSTEK, Ragıp, Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni, İstanbul, 2005
13. JEAVONS, Terry - BEAUMONT, Michael "An Introduction to Typography" The Apple Press.
14. KAPTAN, Ata Yakup, “Afişte İllüstrasyonun Yeri ve Önemi”, Yüksek Lisan Tezi, 1996
15. KARNAZOĞLU, Nurcan, Tipografik Öğelerin ve Kompozisyonların İletişimdeki Payı, Lisans Tezi, 2001
16. KETENCİ, Hasan Fehmi ve BİLGİLİ, Can, Yongaların 10000 Yıllık Dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı, Beta Basım A.Ş. İstanbul, 2006
17. MAZLUM, F.Soner, Masaüstü Yayıncılık, Ankara, 2006
18. MERTER, Ender, 80.Yılında Cumhuriyeti Afişleyen Adam, Literatür Yayınları, İstanbul, 2003
19. ÖZDEMİR, Fatih, “Popüler Müzik Kültürünün Tipografiye Yansımaları”, Yüksek Lisan Tezi, 2007
20. ÖZDERİN, Süleyman, Artist Modern, Haziran, 2007 s:54

21. ÖZGÜÇ, Agah, Afişlerle Türk Sineması, Mimeray, İstanbul, 2002
22. ÖZTUNA, H.Yakup, Grafik Tasarım Dergisi, 2008, Sayı 18, s 90
23. SARIKAVAK, Namık Kemal, "Tipografinin Temelleri", Doruk Yayınları, Ankara, 1997
24. SEYLAN, Ali, Temel Tasarım, Ankara, 2005
25. TEPECİK, Adnan, Grafik Sanatlar Tarih-Tasarım-Teknoloji, Detay&Sistem Ofset, Ankara, 2002
26. Türkiye'den Afişler, Grafikerler Meslek Kuruluşu, İstanbul, 1992
27. <http://www.acementer.net/88.385.0.0.1.0.phtml> 04.05.2007
28. http://www.ataturk.de /19_Mayis/Sayi_17_2001/Sayi_17_2001_09/sayi_17_2001_09
29. <http://www.baktabul.com/kesifler-ve-icatlari-tarihi/86393-yazi-yazinin-bulunusu-ve-gelisimi.html>, 05.04.2008
30. <http://www.bilgisayar.tv/d-876-Civi+Yazisi.html> 01.02.2008
31. <http://www.bilgilik.com/genel-kultur/genel/k-git-nasil-yapiliyor.html> 03.01.2008
32. www.dinodream.com/yazi.asp?id=19, 17 Haziran 2006
33. http://edebiyatturkce.blogcu.com/turklerin-kullandigi-alfabeler_1184515.html
34. <http://ilef.ankara.edu.tr/reklam/yazi.php?yad=86>, 16 Haziran 2006
35. http://www.kameraarkasi.org/sinema/sinema/afisler/afisler_gelisimi.html
36. <http://www.kirbas.com/index.php?id=334>, 05.05.2008
37. <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF7E7F2B691D9F0097BA31873D26AB328B>, 14.02.2008
38. <http://www.netyorum.com/ei/20001005.htm>, 03.03.2007
39. <http://www.nuveforum.net/90-kariyer-meslekler/12971-matbaacilik/A1>, 01.03.2008
40. <http://www.nuveforum.net/71-grafik-tasarim/31250-afis-afisin-rolu-islevleri-afisin-gelismesi-propaganda-afisi-afis-sanati/A2>, 03.05.2008
41. www.photoshopmagazin.com/general/content_details.asp?contID=413&cN=11, (18 Haziran 2006
42. www.tdk.org.tr, 16 Haziran 2006
43. <http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EF05A79F75456518CA>, 05.04.2007
44. www.toplumdusmani.net/modules/articles/article.php?id=236, 16 Haziran 2006
45. http://tr.wikipedia.org/wiki/M%C4%B1s%C4%B1r_Hiyeroglifleri, A1, 01.01.2008
46. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Tipografi>, A2, 01.01.2008

47. <http://tr.wikipedia.org/wiki/S%C3%B6zc%C3%BCk>, A3, 02.05.2007
48. http://tr.wikipedia.org/wiki/Latin_alfabesi, A4, 03.06.2008
49. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Afi%C5%9F>, A5, 15.05.2007
50. www.tulaycellek.com/tulay/dersnotlari, 16 Haziran 2006
51. [htm://Yazinin_tarihsel_gelisimi](http://Yazinin_tarihsel_gelisimi), 05.04.2008
52. <http://www.yeniforum.gen.tr/tipografik-ogelerin-ve-kompozisyonlarin-iletisimdeki-payi-t122480p2.html>, 03.05.2008