

**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI
GRAFİK TASARIM PROGRAMI**

**TÜRKİYE'DE TEKNOLOJİK GELİŞİMLERİN AFİŞ
TASARIMINA ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Sinem KUYUMCU**

**Danışmanı
Yrd. Doç. Demet KARAPINAR**

İstanbul – 2011

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Grafik Tasarım Anasanat Dalı Grafik Tasarım Programı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi **Sinem KUYUMCU** tarafından hazırlanan “**Türkiye’de Teknolojik Gelişimlerin Afiş Tasarımına Etkileri**” adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 06.10.2011

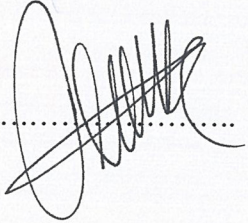
(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

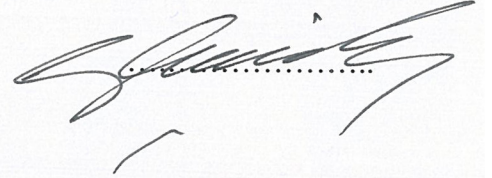
Jüri Üyesi: Yrd.Doç.Demet KARAPINAR
Danışman- HAL.Üniv. Grafik Tasarım ASD Öğr.Üyesi


.....

Jüri Üyesi : Prof.Dr.Esin SARIOĞLU
HAL.Üniv. Tekstil ve Moda Tasarım ASD Öğr.Üyesi


.....

Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Savaş ÇEVİK
HAL.Üniv. Grafik Tasarım ASD Öğr.Üyesi


.....

Jüri Üyesi : Prof.Dr.Şebnem R.TEMİR
HAL.Üniv. Tekstil ve Moda Tasarım ASD Öğr.Üyesi (Yedek)

.....

Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Nuri SEZER
HAL.Üniv. Grafik Tasarım ASD Öğr.Üyesi (Yedek)

.....

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ŞEKİLLER LİSTESİ	III
ÖZET	X
ABSTRACT	XI
ÖNSÖZ	XII
1. GİRİŞ	1
2. AFİŞ	3
2.1. Afişin Tarihsel Gelişimi.....	5
2.2. Türkiye’de Afiş Sanatı.....	22
2.3. Afişin Çeşitleri ve Kullanıldığı Alanlar.....	32
2.3.1. Kültürel Afişler.....	33
2.3.1.1. Tiyatro Afişleri.....	35
2.3.1.2. Sinema Afişleri.....	47
2.3.2. Sosyal Afişler.....	61
2.3.2.1. Siyasi Afişler.....	61
2.3.2.2. Sosyal Sorumluluk Kampanya Afişleri.....	70
2.3.3. Reklam Afişleri.....	80
2.3.3.1. Kurumsal Reklamcılık Afişleri.....	80
2.3.3.2. Moda, Gıda, Turizm ve Endüstri Afişleri.....	83
2.3.4. Propaganda Afişleri.....	87
3. TÜRKİYE’DE BASIM TEKNİKLERİ	93
3.1. Basım Tekniklerinin Tarihsel Gelişimi.....	93

3.2. Baskı Teknikleri.....	94
3.2.1. Yüksek Baskı.....	94
3.2.1.1. Tipo Baskı Tekniği.....	94
3.2.1.2. Flesko Baskı Tekniği.....	95
3.2.2. Düz Baskı.....	96
3.2.2.1. Ofset Baskı Tekniği.....	96
3.2.2.2. Tabaka Ofset (Düz Ofset) Baskı Tekniği.....	97
3.2.2.3. Web Ofset (Rotatif) Baskı Tekniği.....	98
3.2.3. Çukur Baskı.....	98
3.2.3.1. Tifdruk Baskı Tekniği.....	98
3.2.3.2. Tampon (Pad) Baskı Tekniği.....	100
3.2.4. Şablon Baskı.....	100
3.2.4.1. Serigrafi (Elek) Baskı Tekniği.....	100
3.2.5. Dijital Baskı.....	101
3.3. Bilgisayar Destekli Tasarım.....	103
4. TÜRKİYE’DEKİ AFİŞ TASARIMLARININ TEKNİK AÇIDAN İNCELENMESİ.....	116
5. SONUÇ.....	136
6. KAYNAKLAR.....	138
7. ÖZGEÇMİŞ.....	147

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 2.1: 1450 yılında Alman Johannes Gutenberg' in icat etmiş olduğu matbaa makinesi.....	5
Şekil 2.2: Cheret'e ait afiş tasarımı.....	8
Şekil 2.3: Cheret'e ait afiş tasarımı.....	9
Şekil 2.4: Bonnard'a ait afiş tasarımı.....	9
Şekil 2.5: Toulouse – Lautrec'e ait afiş tasarımı.....	10
Şekil 2.6: Toulouse – Lautrec'e ait afiş tasarımı.....	10
Şekil 2.7: “Beggarstaff kardeşler” afiş tasarımı, 1894.....	11
Şekil 2.8: “Beggarstaff kardeşler” afiş tasarımı, 1895.....	11
Şekil 2.9: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.....	12
Şekil 2.10: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.....	12
Şekil 2.11: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.....	13
Şekil 2.12: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.....	13
Şekil 2.13: 1925 yılında Alexander Rodchenko tarafından tasarlanan afiş tasarımı.....	15
Şekil 2.14: 1920 yılında El Lissitzky tarafından tasarlanan propaganda afişi.....	15
Şekil 2.15: 1923 yılında Jan Tschichold tarafından tasarlanan afiş tasarımı.....	16
Şekil 2.16: Jan Tschichol' un “Yeni Tipografi” kitabı için broşür tasarımı.....	16
Şekil 2.17: A. M. Cassandre afiş tasarımı, 1925.....	17
Şekil 2.18: Tadanori Yokoo, tiyatro afişi tasarımı, 1967.....	18
Şekil 2.19: 1899 yılında Jules Cheret tarafından tasarlanan afiş.....	19
Şekil 2.20: 1893 yılında Henri de Toulouse – Lautrec tarafından tasarlanan afiş.....	19
Şekil 2.21: 1967 yılında Milton Glaser tarafından tasarlanan “Bob Dylan” adlı afiş tasarımı.....	20
Şekil 2.22: 1981 yılında Wolfgang Weingart tarafından tasarlanan afiş tasarımı.....	21
Şekil 2.23: 1930 yılında İhap Hulusi Görey tarafından tasarlanan reklam afişi tasarımı.....	23
Şekil 2.24: Kenan Temizan'ın Almanya'da tasarladığı bir sinema afişi.....	24

Şekil 2.25: Yurdaer Altıntaş'ın 1984 yılında tasarladığı "Ben Anadolu" adlı tiyatro afişi.....	25
Şekil 2.26: Yurdaer Altıntaş'ın 1967 yılında tasarladığı "Züğürt Hovardalar" adlı tiyatro afişi.....	26
Şekil 2.27: Mengü Ertel 1976 yılında Paris'teki sinema festivalinde "Jan Dark'ın Çilesi" afişiyle "büyük ödül"ü almıştır.....	26
Şekil 2.28: Mengü Ertel'in 1973 yılında tasarladığı festival afişi.....	27
Şekil 2.29: Mengü Ertel'in dostlar tiyatrosu için tasarladığı "Zemberek" adlı oyun afişi.....	27
Şekil 2.30: Mengü Ertel'in "Kıvırcık Paşa" adlı afişi.....	28
Şekil 2.31: Bülent Erkmekçi afişi.....	29
Şekil 2.32: Sadık Karamustafa'nın film afişi, 1984.....	29
Şekil 2.33: Yurdaer Altıntaş'ın 1961 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	30
Şekil 2.34: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	30
Şekil 2.35: Yurdaer Altıntaş'ın 1965 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	31
Şekil 2.36: Yurdaer Altıntaş'ın 1966 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	31
Şekil 2.37: Emrah Yücel'in 2005 yılında tasarladığı festival afişi.....	34
Şekil 2.38: Mengü Ertel'in Karaca Tiyatrosu için tasarladığı afiş.....	36
Şekil 2.39: Mengü Ertel'in Dostlar Tiyatrosu için tasarladığı afiş.....	37
Şekil 2.40: Mengü Ertel'in Halklar Tiyatrosu için tasarladığı afiş.....	37
Şekil 2.41: Mengü Ertel'in Devlet Tiyatroları için tasarladığı afiş.....	38
Şekil 2.42: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	38
Şekil 2.43: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	39
Şekil 2.44: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	39
Şekil 2.45: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.....	40
Şekil 2.46: 2005 yılında yapılan bilinçsiz bir stilizasyonun hakim olduğu özel tiyatro afişi.....	41
Şekil 2.47: 2005 yılında yapılan estetik kaygıların arka planda olduğu özel tiyatro afişi.....	42

Şekil 2.48: Yurdaer Altıntaş'ın 1985 yılında Fikret Hakan Tiyatrosu için tasarladığı afiş.....	43
Şekil 2.49: Yurdaer Altıntaş'ın 1990 yılında Dormen Tiyatrosu için tasarladığı afiş.....	43
Şekil 2.50: Yurdaer Altıntaş'ın 1990 yılında Kent Oyuncuları için tasarladığı afiş.....	44
Şekil 2.51: Mengü Ertel'in Pir Sultan Abdal adlı afişi.....	44
Şekil 2.52: Mengü Ertel'in Karagöz'ün Berberliği adlı afişi.....	45
Şekil 2.53: Bülent Erkmek'in İstanbul Devlet Tiyatrosu için tasarladığı "Efrasiyab'ın Hikayeleri" oyun afişi.....	46
Şekil 2.54: Bülent Erkmek'in Sahte Kimlikler 5 adlı tiyatro afişi.....	46
Şekil 2.55: İstanbul Sokaklarında adlı film afişi.....	48
Şekil 2.56: Halıcı Kız adlı film afişi.....	48
Şekil 2.57: Susuz Yaz adlı film afişi.....	49
Şekil 2.58: 1978 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.....	49
Şekil 2.59: Karagözlüm film afişi.....	50
Şekil 2.60: Yalnızlar Rıhtımı film afişi.....	51
Şekil 2.61: Selvi Boylum Al Yazmalım film afişi.....	51
Şekil 2.62: Dila Hanım film afişi.....	52
Şekil 2.63: Devlerin Aşk film afişi.....	52
Şekil 2.64: Dönüş film afişi.....	53
Şekil 2.65: 1984 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.....	54
Şekil 2.66: 1985 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.....	54
Şekil 2.67: Şekerpare film afişi.....	55
Şekil 2.68: Şaşkın Ördek film afişi.....	55
Şekil 2.69: Çöpçüler Kralı film afişi.....	56
Şekil 2.70: Dünyayı Kurtaran Adam film afişi.....	56
Şekil 2.71: Malkoçoğlu serisi film afişi.....	57
Şekil 2.72: Malkoçoğlu serisi film afişi.....	57
Şekil 2.73: Emrah Yücel film afiş tasarımı.....	58
Şekil 2.74: Emrah Yücel'in Key Art sinema ödüllü "Frida" afişi.....	59

Şekil 2.75: Emrah Yücel'in film festivali afişi.....	59
Şekil 2.76: Emrah Yücel'in film festivali afişi.....	60
Şekil 2.77: Emrah Yücel'in film festivali afişi.....	60
Şekil 2.78: 2006 yılında (DİSK) tarafından tasarlanan 1 Mayıs afiş tasarımı.....	63
Şekil 2.79: SHP'nin 1987 yılındaki Genel Seçim afişi.....	64
Şekil 2.80: DP'nin 1950 yılındaki seçim afişi.....	65
Şekil 2.81: CHP'nin 1946 yılındaki seçim afişi.....	66
Şekil 2.82: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.....	66
Şekil 2.83: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.....	67
Şekil 2.84: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.....	67
Şekil 2.85: CHP'nin 1977 yılında Leyla Uçansu'nun tasarladığı afişi.....	68
Şekil 2.86: Mesut Manioğlu'nun verem konulu sosyal sorumluluk afişi.....	72
Şekil 2.87: İhap Hulusi Görey'in sosyal sorumluluk afişi.....	72
Şekil 2.88: İhap Hulusi Görey'in sosyal sorumluluk afişi.....	73
Şekil 2.89: Milliyet gazetesi 2005 yılı sosyal sorumluluk afişi.....	73
Şekil 2.90: Kız çocuklarının okula gönderilmesi için tasarlanan sosyal sorumluluk afişi.....	74
Şekil 2.91: Çocukların okula gönderilmesi için tasarlanan sosyal sorumluluk afişi.....	75
Şekil 2.92: 2007 yılında okul ekliyoruz kampanyası afişi.....	76
Şekil 2.93: Lösev'in sosyal sorumluluk kampanya afişi.....	77
Şekil 2.94: Meme kanserini konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.....	77
Şekil 2.95: Sigarayı konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.....	78
Şekil 2.96: Kalp sağlığını konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.....	78
Şekil 2.97: 2007 yılı Aile içi şiddet konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.....	79
Şekil 2.98: Aile içi şiddet konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.....	79
Şekil 2.99: Türkiye İş Bankası afişi.....	81
Şekil 2.100: Türkiye İş Bankası afişi.....	81
Şekil 2.101: Garanti Bankası afişi.....	82
Şekil 2.102: Garanti Bankası afişi.....	82

Şekil 2.103: Müjde bayan çorap afişi.....	84
Şekil 2.104: Penti bayan çorap afişi.....	84
Şekil 2.105: Tama katı yağ afişi.....	85
Şekil 2.106: Becel yağ afişi.....	85
Şekil 2.107: Arçelik çamaşır makinesi afişi.....	86
Şekil 2.108: Arçelik çamaşır makinesi afişi.....	86
Şekil 2.109: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.....	87
Şekil 2.110: CHP'nin 1965 yılında tasarlanmış olan afişi.....	88
Şekil 2.111: MHP'nin 1973 yılında tasarlanmış olan afişi.....	89
Şekil 2.112: CHP'nin seçim afişi.....	89
Şekil 2.113: 1. Dünya Savaşı, Türk – Alman propaganda afişleri.....	90
Şekil 2.114: 1. Dünya Savaşı İngiltere propaganda afişi.....	91
Şekil 2.115: 1. Dünya Savaşı İngiltere propaganda afişi.....	91
Şekil 2.116: 1. Dünya Savaşı Avustralya propaganda afişi.....	92
Şekil 3.1: Hurufat denilen metal harfler.....	95
Şekil 3.2: Flesko baskı şeması.....	96
Şekil 3.3: Tabaka ofset baskı tekniği şeması.....	97
Şekil 3.4: Web ofset baskı tekniği şeması.....	98
Şekil 3.5: Tifdruk baskı tekniği şeması.....	99
Şekil 3.6: Serigrafî baskı tekniği şeması.....	101
Şekil 3.7: Dijital baskı tekniği şeması.....	102
Şekil 3.8: Fotoğraf içerikli film afişleri.....	105
Şekil 3.9: Fotoğraf içerikli film afişleri.....	105
Şekil 3.10: 1. Dünya Savaşı Türk – Alman afişi.....	106
Şekil 3.11: Emrah Yücel'in fotoğraf içerikli film afişi.....	107
Şekil 3.12: Emrah Yücel'in fotoğraf içerikli film afişi.....	107
Şekil 3.13: Emrah Yücel'in fotoğraf içerikli film afişi.....	108
Şekil 3.14: Savaş Çekiç'in illüstrasyon içerikli tiyatro afişi.....	109
Şekil 3.15: Savaş Çekiç'in illüstrasyon içerikli tiyatro afişi.....	110
Şekil 3.16: Savaş Çekiç'in bilgisayar destekli illüstrasyon içerikli sosyal afişi.....	111

Şekil 3.17: Yukarı Bak filminin bilgisayar destekli illüstrasyon içerikli afişi.....	111
Şekil 3.18: Savaş Çekiç'in tipografi içerikli afişi.....	113
Şekil 3.19: Savaş Çekiç'in tipografi içerikli afişi.....	113
Şekil 3.20: Bülent Erkmek'in tipografi içerikli afişi, 1998.....	114
Şekil 4.1: Komili ve Tamek markalarının afiş tasarımları.....	116
Şekil 4.2: 1969 yılında tasarlanmış olan afiş.....	117
Şekil 4.3: 1969 yılında tasarlanmış olan afiş.....	118
Şekil 4.4: İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları.....	119
Şekil 4.5: İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları.....	119
Şekil 4.6: İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları.....	120
Şekil 4.7: ODTÜ Serigrafi Atölyesi'nden afiş tasarımı.....	121
Şekil 4.8: Yavuz Sultan Selim konulu çalışma.....	122
Şekil 4.9: 1960 yılında tasarlanan film afişi.....	122
Şekil 4.10: Yurdaer Altıntaş'ın 1964 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 100 x 140cm.....	123
Şekil 4.11: Yurdaer Altıntaş'ın 1965 yılında tasarladığı film afişi, 70 x 100cm.....	123
Şekil 4.12: Yurdaer Altıntaş'ın 1985 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 70 x 100cm.....	124
Şekil 4.13: Yurdaer Altıntaş'ın 2000 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.....	124
Şekil 4.14: Işıl Döneray'ın 2004 yılında tasarladığı afişi, 70 x 100cm.....	125
Şekil 4.15: Işıl Döneray'ın 2002 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.....	126
Şekil 4.16: Işıl Döneray'ın 2003 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.....	126
Şekil 4.17: Işıl Döneray'ın 2004 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.....	127
Şekil 4.18: Işıl Döneray'ın 2004 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 50 x 70cm.....	127
Şekil 4.19: Savaş Çekiç'in 2007 yılında tasarladığı kültürel afişi, 50 x 70cm.....	128
Şekil 4.20: Savaş Çekiç'in 2008 yılında tasarladığı kültürel afişi, 57 x 82cm.....	128
Şekil 4.21: Savaş Çekiç'in 2004 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 50 x 70cm.....	129
Şekil 4.22: Savaş Çekiç'in 2005 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 50 x 70cm.....	130
Şekil 4.23: Savaş Çekiç'in 2008 yılında tasarladığı sosyal afişi, 50 x 70cm.....	130
Şekil 4.24: Savaş Çekiç'in 2009 yılında tasarladığı sosyal afişi, 57 x 82cm.....	131
Şekil 4.25: Savaş Çekiç'in 2007 yılında tasarladığı sosyal afişi, 57 x 82cm.....	132
Şekil 4.26: Savaş Çekiç'in 2007 yılında tasarladığı sosyal afişler, 57 x 82cm.....	132

Şekil 4.27: Savaş Çekiç'in 2009 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 70 x 90cm.....	133
Şekil 4.28: Savaş Çekiç'in 2009 yılında tasarladığı tiyatro afişleri, 70 x 90cm.....	133
Şekil 4.29: Ali Doğramacı'nın tasarladığı film afişi.....	134
Şekil 4.30: Ali Doğramacı'nın tasarladığı film afişi.....	135

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Sinem Kuyumcu
Anasanat Dalı : Grafik Tasarım
Programı : Grafik Tasarım
Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Demet Karapınar
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Eylül 2011

TÜRKİYE’DE TEKNOLOJİK GELİŞİMLERİN AFİŞ TASARIMINA ETKİLERİ

ÖZET

Günümüzde teknoloji her geçen gün gelişme göstermektedir. Geçmişten bugüne basım teknolojisindeki en önemli gelişme, matbaanın bilgisayar sistemli olmasıdır.

Afiş, iletişimi görsel olarak sağlamanın en iyi metodudur. Toplumun dili haline gelmiştir. Afişler Eski Çağ’dan itibaren kullanılmaya başlanmış ve her geçen gün önem kazanmıştır.

Afiş herhangi bir duyuru ya da mesajı topluma iletme konusunda en etkili kitle iletişim araçlarından biridir. Bu nedenden dolayı çağlar boyu önemli bir tasarım alanı olmuştur.

Bu çalışmada Türkiye’deki teknolojik gelişimlerin afiş tasarımı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Basım teknolojilerinin dünyada ve ülkemizde gelişimi, farklı afiş türleri, kullanım alanları ve üretim teknikleri araştırılmıştır. Afiş tasarımları insanlara yön verirler. Bu çalışmada afiş tasarımının gerçekleştirilmesinde kullanılan teknolojilerin gelişimi ve bunların afişlerin görsel kalitesine etkisi incelenmiştir

Anahtar Kelimeler: Afiş Tasarımı, Baskı Teknikleri, Teknoloji, Bilgisayar.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Sinem Kuyumcu
Field : Graphic Design
Program : Graphic Design
Supervisor : Assoc.Prof. Demet Karapınar
Degree Awarded and Date : Master – September 2011

THE IMPACTS OF TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS IN TURKEY ON POSTER DESIGN

ABSTRACT

Nowadays, technology keeps developing each day. The most important development in printing technology from past to present is the computer based printing system.

Poster is the best method for the visual communication. It has become the language of the society. Posters have been used since Ancient History and gained more importance each day.

Poster is one of the most effective mass medium in conducting any announcement or message to the society. For this reason, it has been an important field of design for centuries.

In this study, the impact of the technological developments in Turkey on poster design have been examined. The development of printing technologies in the world and in our country, different kinds of posters, fields of use, and production methods have been investigated. Poster designs manipulate people. In this study, the developments of the technologies used in the realization of poster design and the impact of these on the visual quality of the posters have been examined.

Keywords: Poster Design, Printing Methods, Technology, Computer.

ÖNSÖZ

Bu konuyu belirlememde ve yazma aşamasında destek olan tez danışmanım Yrd. Doç. Demet Karapınar'a ve yardımlarını esirgemeyen bütün bölüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Tez araştırma dönemimde mesleki bilgilerini ve tecrübelerini benimle paylaşmaktan kaçınmayan Sayın afiş sanatçısı Yurdaer Altıntaş'a sonsuz teşekkür ederim.

Hayatım boyunca benden desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen ve eğitim dönemim boyunca da büyük bir güvenle yanımda olan değerli aileme çok teşekkür ederim.

İstanbul, 2011

Sinem KUYUMCU

1. GİRİŞ

Bu çalışmanın konusu Türkiye’deki teknolojik gelişmelerin afiş tasarımına etkileridir. Afiş sanatının Eski Çağ’da ortaya çıkmasıyla beraber günümüze gelene kadar geçirmiş olduğu evreler incelenmiştir. Matbaanın gelişimiyle birlikte ortaya çıkan farklı baskı sistemlerinin afiş üretimindeki önemi araştırılmıştır.

Dünyada ve Türkiye’de radyo ve televizyon yayınları afişin akılda kalma, dikkat çekme gibi özelliklerini elinden almıştır. Fakat afişin etkileyciliğini ve hedef kitleye ulaşmasını yok edememiştir. Afiş, değerini yitirdiğinin düşünüldüğü dönemlerde bile en önemli ve etkili kitle iletişim araçlarından biri olmayı sürdürmüştür, çalışmada basım teknolojilerinin tarihsel gelişimi araştırılmıştır.

Baskı teknolojileri alanında dünyada yaşanan gelişmeler, geç de olsa Türkiye’de de önemli derecede değer kazanmıştır. Baskı teknolojisinin gelişimi, baskıların daha hızlı ve daha sağlıklı yapılmasını sağlamıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde, afişin tanımı, tarihi gelişimi, afiş sanatının Türkiye’deki yeri ve önemi, çeşitleri ve kullanıldığı alanlar incelenmiştir. Afiş, devamlı toplumla beraber yaşayıp, her kesimden tüketiciye sesini duyurma özelliği taşıdığı için, dünyada ve Türkiye’de önemli yere sahiptir.

Matbaanın bulunuşuyla birlikte afiş tasarımları önem kazanmaya başlamıştır. 1800’lü yıllarda afişler propaganda afişi olarak çok sık kullanılmıştır. Fakat afiş sanatçıları arttıkça sadece propaganda amaçlı kullanılmaktan vazgeçilmiştir. 1865 yılından sonra afiş tasarımı bir sanat haline gelmiştir.

Türkiye’de 1900’lü yıllarda afiş sanatı önem kazanmaya başlamış ve Türk sanatçıları tarafından söz ettirmeye başlamıştır. 1960 – 1970’li yıllarda Türkiye’de tiyatro afiş tasarımları önemli yer tutmaktadır. Afiş sanatçılarının yapmış oldukları tasarımlarla afiş sanatı büyük önem kazanmıştır. Afiş sanatının gelişimiyle birlikte, afişin çeşitleri ve kullanıldığı alanlar da artış göstererek, değer kazanmıştır. Afiş sanatı en eski tarihinden günümüze gelene kadar sürekli gelişmeye devam ederek, kullanım alanlarında çeşitlilik göstermiş ve önemini korumaya devam etmektedir.

Sonraki bölümde, Türkiye’deki basım teknikleri ve basım tekniklerinin tarihsel gelişimi, bilgisayar destekli tasarım incelenmiştir. Türkiye’de matbaacılık 18. Yüzyıldan sonra gelişmeye başlamıştır. Baskı tekniklerinin gelişimiyle beraber afiş tasarımlarında da ilerlemeler devam etmiştir. Fotoğraf baskıları, tipografik baskılar teknoloji sayesinde afişlerde çok daha etkili görünmeye başlamışlardır. Baskı tekniklerinin gelişmesiyle afişler görsel açıdan daha etkili hale gelmiştir. Daha net, daha pratik sonuçlar alınmaya başlanmıştır. Bilgisayar destekli tasarım devrinin başlaması ile afiş tasarımında kullanılan fotoğraflar, illüstrasyonlar, tipografik öğeler çok daha etkili hale gelerek, geçerliliğini daha fazla sürdürmeye başlamıştır.

Son bölümde ise, teknolojinin gelişimlerin afişlere etkisi göz önünde bulundurularak, Türkiye’de üretilen afiş tasarımlarından çeşitli örnekler teknik açıdan incelenmiştir.

2. AFİŞ

Afiş; Reklam amacıyla herhangi bir haberi, bir duyuruyu herkese iletebilmek için uygulanan; resimli ya da resimsiz bir metin içeren, basılı veya el yazması olarak kullanılan kitle iletişim araçlarından biridir. Afiş sözcüğü, dilimize Fransızca’ dan girmiştir. İngilizce poster, Almanca plakat sözcüklerinin karşılığıdır. Afiş toplumun yaşadığı, toplandığı cadde, meydan ve sokaklarda duvar ya da ilan panolarına yapıştırılan ve dolayısıyla buradan geçen insanlar tarafından görülen ve değişik boyutlarda olan tanıtım medyasıdır.

“Afiş, her türlü ürünün tanıtımını yapmak için kullanılır ve onları her yerde görmek mümkündür. Çünkü afiş, gazete ilanları gibi okuyucularına değil, geniş topluluklara seslenir.” (<http://www.veribaz.com/viewdoc.html?afis-ve-afisin-ozellikleri-345765.html>) Afiş, TV, radyo ve basın ilanlarını da desteklemesi bakımından önemli bir yere sahiptir. Afişler ilk bakıldığında basın ilanının büyütülmüş formatı şeklinde görünse de medyasına bakıldığında çok farklı olduğu görülmektedir. Basın ilanlarının iletişim ortamı gazetelerdir. Tipografi ve görsel basım unsurlarından oluşan afişin ortamı ise dış çevredir. Şehir, cadde, evler, ağaçlar, meydanlar, binalar, köprüler kısaca afişin asılabileceği her yer iletişim ortamını oluşturur. Dış çevreyi değiştirmek mümkün olmadığından, afişin fark edilerek algılanabilmesi için etki yaratacak biçimde tasarlanıp, uygulanması gerekmektedir. Yalın ve öz anlatımın hayat bulduğu bir tanıtım ve duyuru aracıdır. Afişin temel kavramı sade ve etkileyici bir metnin, resim ile buluşması sonucu ortaya çıkmaktadır. Afişin amacı insanların zevklerine, beğenilerine yön vererek, gidecekleri gezi, eğlence yerlerini ya da satın alacakları herhangi nesneyi seçerken verilecek kararı etkilemektedir. Aynı zamanda duvarların, sokakların, üreticinin dili ve süsü olmuştur.

“Afiş, kitle ve bireyler üstünde ideolojik ve estetik bir baskı yaratır; beğenileri alışkanlıkları ve düşünce biçimini yönlendirmesi açısından da, moda alanında belirleyici bir etmendir. Böylece afiş, gerek estetik düzlemde, gerek insan davranışlarını etkileme düzleminde, önemli rol oynar.” (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 26)

Afiş, sürekli toplumla beraber yaşar ve her kesimden tüketiciye sesini duyurma özelliği gösterir. Bir afişin hazırlanma süresinde öncelikle genel ve özel kitleler belirlenir. Bunun için, hedef kitle üzerinde etki yaratacak ürünün özelliklerinin belirlenmesi gerekir. Bununla birlikte afişte yer alacak diğer öğelerin seçimi, düzenlenmesi yapılır. Afişin özünü meydana getiren bu öğeler, marka, slogan, yazı, renk ve resimlerdir. Bunlar özgün, hedef kitlenin ilgisini çekici, yalın, anlaşılır, inandırıcı, harekete geçirici olmalıdır. Afişin en etkili öğeleri olan yazı ve renk, afişin yaşamsallığına önemli derecede etki eder. Bir afiş dikkat ve ilgi çekici olduğu sürece yaşar. Afişte kullanılan yazıların en az 10 metre uzaklıktan görülebilecek büyüklükte, yalın, abartıdan uzak, okunaklı yazı karakterlerinden oluşması gerekmektedir.

Kullanılan renkler izleyicide yarattıkları psikolojik etkiler nedeniyle özellikle önemlidir. Afiş tasarımındaki renkler; çarpıcı, dikkat çekici ve tanıtımını yaptığı ürünün karakterine uygun olmalıdır. Hedef kitlenin ilgisini çekip duygularını harekete geçirmelidir. Afiş, kişileri reklamı yapılan ürün ya da hizmeti satın almaya teşvik etmelidir. Afiş, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıttığı için, tasarımında insanların psikolojik düşünceleri, toplumun sosyo - kültürel özellikleri de göz önünde bulundurulur. Afişte hedef kitleye seslenirken dikkat edilmesi gerekenlerden biri de, her kesimden insana seslenebilecek nitelikte ve anlaşılabilir olmasıdır. Afiş, bunun yanında tanıttığı bir ürün ya da markanın diğerlerinden farklı olduğunu göstermelidir.

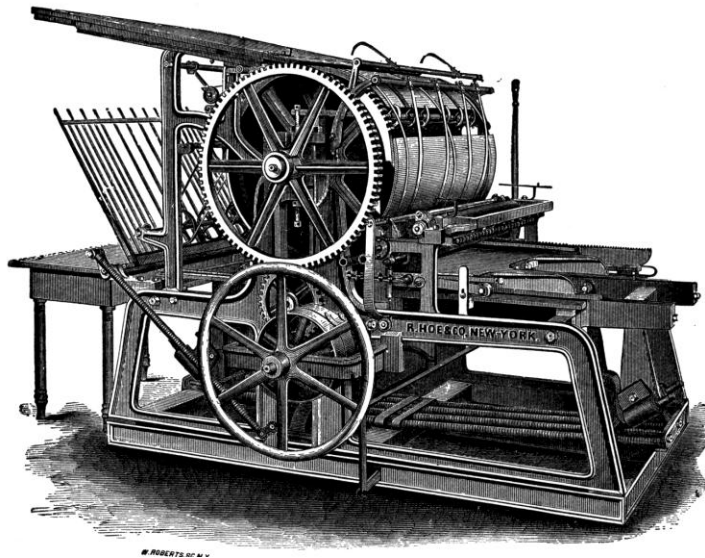
Afiş, tasarımcısının konuya bakış açısını yansıtmak zorunda değildir. Güzel ya da süslü olması afişin hedef kitleye ulaşacağı anlamına gelmez. İstenilen mesajı iletme işlevinin dışında, sanatsal olarak bir değer içermek zorunda değildir. Afişin izlenme süresi, tasarım aşamasında dikkate alınması gereken önemli bir unsurdur. Dış mekan afişlerinin izlenme süresi kısa olduğu için, kullanılan sözcükler algılamayı zorlaştırmamalıdır.

Örneğin, saatte 50 km sürat yapan bir sürücünün gözü, önündeki trafikte ve dikiz aynasında; kulağı radyoda ve zihni herhangi bir şeyle meşgulken afiş metnini okuması mümkün olmayacaktır. İzlenme süresi bu kadar kısa olan afişlerde iletilecek istenilen mesaj mümkün olduğunca görsel imgeler yardımıyla aktarılmalıdır.

2.1. Afişin Tarihsel Gelişimi

Günümüzdeki anlamıyla afiş sanatı Eski Çağ’ da ortaya çıkmıştır. Eski Yunanlılar halka bildirmek istediklerini, tahta tabletlere kazıyorlardı. Romalılar da, gösteri programlarını ve ticaretle ilgili olan bilgileri yazdıkları kireçle beyazlatılmış duvar panoları kullanmışlardır. Yunanistan’ da ve Roma’ da olduğu gibi Doğu’ da da duvarlara resmi yazılar, resimli reklamlar çizilirdi. Tarihçiler, kağıt üzerine ilk resimli afişin Fransa’ da 15. Yüzyılda matbaanın icadıyla birlikte yapıldığını söylemektedirler. Fakat kağıt afişlerden önce, parşömen bildiriler, haberciler tarafından önce köy meydanlarında yüksek sesle okunup, sonra duvarlara asılmak üzere hazırlanmaktaydı. Daha sonrasında kağıt afişler ve bildiriler duvarlara asılmaya ve yapıştırılmaya başlanmıştır. 15. Yüzyıldan sonra kağıtlara yazılmaya başlanılan afişler gittikçe sanat değeri olan birer reklam aracı haline gelmişlerdir. “Bilinen en eski afiş bir el yazmasıdır; bağışlayıcı Meryem Ana’ nın resmiyle süslüdür ve Notre – Dame de Saint – Flour piskoposluğuna bağlı kiliselerin kapılarına yapıştırılmıştır. Bu afiş yardım toplama izniyle ilgilidir (1454, Cantal arşivleri).” (Meydan Larousse, Büyük Lugat ve Ansiklopedi, 1992: 104)

1450 yılında Gutenberg matbaa makinesini icat etmiştir. Bu icatla birlikte afiş uygulamaları da gelişme göstermeye başlamıştır.



Resim 1: 1450 yılında Alman Johannes Gutenberg’ in icat etmiş olduğu matbaa makinesi.

Kaynak: <http://www.muratguler.net/2011/06/09/>

Matbaanın bulunmasıyla ortaya çıkan kağıt afiş, ilk başlarda resmi haberler için kullanılmıştır. İngiltere’de Salisbury Banyoları’nın tanıtımı amacıyla basılan afiş (1480) ile Fransa’da Notre Dame de Paris’in Bağışlanması için basılmış olan renkli afiş (1489) ilk reklam afişleri olmuşlardır. Tarihteki ilk duvar afişlerinin arasında 1480 yılında Londra’da bir kilise kapısına asılmış olan, William Caxton’un rahipler için hazırlanmış olduğu “The Pyses of Salisbury Use” adlı kitabının ilanı da bulunmaktadır. Satılmakta zorlanılan bu din kitabının tanıtımını yapmak amacıyla basılmıştır. 17. Yüzyıl ve 18. Yüzyılda tiyatro gösterilerinin afişleri ve askere çağırma afişleri yapılmaya başlanmıştır. O çağda sokak ilanları yasak edildiğinden dolayı afişler ancak dükkan, kilise veya meyhane içlerine asılmaktaydı. 1700’lü yılların son çeyreğinde, taş baskının gelişmesiyle birlikte afişler, siyasi propaganda ve reklam amacıyla çok daha yaygın kullanılmaya ve bilinir olmaya başlamıştır. Bu dönemde afişler büyük çoğunlukla Amerikan sömürgecileri tarafından ihtilal savaşları zamanında kullanılmıştır. “Amerikan İç Savaşı yıllarında afişler yaygın olarak kullanılmış ve etkili bir propaganda aracı işlevi görmüşlerdir.” (Sarı Sezer, 2009: 22) 1772’de Fransa’da ticaret amaçlı afişler çok yaygınlaşmıştır.

“Litografik baskının (taş baskı) 1796’da yetkinleştirilmesiyle, resimli ilanların görsel anlatımı gerçekçi hale gelmiştir. Zamanla bir iletinin belli sabit bir zaman dilimi süresince verilebilmesini sağlayacak yöntemler geliştirilmiştir. Trafığın daha yoğun olduğu daha tercih edilir yerler önerebilmek için, asılar (afiş) kendi yapılarını geliştirmeye başlamışlardır.” (a. g. e: 22)

“Fransa’da afişin yaygınlaşmasıyla birlikte bu mesleğin belirli bir düzene sokulmasına karar verilmiş ve üyelerinin okuma yazma bilmesi koşulu konulan kırk kişilik bir Afişçiler Birliği kurulmuştur. Birlik, 1830 yılından sonra taş baskının (litografi) kullanılmasıyla birlikte önemli derecede gelişme göstermiştir. Taş baskı tekniğini bu alanda ilk olarak Lalance kullanmıştır. Daumier, Gustave Dore, modern afiş sanatının (o dönemde henüz siyah beyaz çalışılmaktaydı) öncüleri oldular.“ (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 26)

1845 – 1850 yılları arasında afiş asmak serbest bırakılınca, basımcı Rouchan, “Omicolor” denilen silme kalıp yöntemini bulmuştur.

“Bir yazı ve motifi bir kağıda aynen çıkardıktan sonra, iğne ile dikine olarak delinen kağıdı asıl yüzey üzerine koyup üstünden içi kömür tozu ile dolu bir kese geçirerek

iz bırakma yöntemine silkme denir. Silkme yapmak için kullanılan, kömür tozunun konulduğu gözenekli torbaya silkme kesesi denir. Silkme işinde kullanılan, söğüt kömürünün tozuna silkme tozu denir. Silkme işinin yapılması için hazırlanan, iğne ile delinmiş süslemenin bulunduğu kopyaya silkme kalıbı denmektedir. Meşhur hattatların silkme kalıplarına günümüzde de rastlanmaktadır.”

(http://www.alpmansanat.com/ggc/alpman/show_cat.php?cat_id=279&lan_id=4&menu=d...)

Silkme kalıp yönteminin bulunuşu, ticaretin her alanında kullanılacak olan afiş sanatında büyük bir gelişme sağlanmıştır. İspanya’da, daha 18. Yüzyıl’da büyük afişlerle boğa güreşleri duyurulmaktaydı. İngiltere’nin Salisbury termal istasyonları ele alınarak 1840 yılında reklam afişleri hazırlanmıştır. Afiş, görsel bir iletişim aracı olduğundan çeşitli amaçlarla kullanılmıştır. 19. Yüzyıl sonlarından günümüze kadar uygulanan bütün yöntemler, üsluplar, afiş sanatının gelişmesine katkıda bulunmuştur. Afiş sanatı 19. Yüzyıl başında iki ana tasarım öğesinin bir araya gelerek bütünleşmesiyle beslenmiştir. Taş baskı sayesinde metinle resim birleştirilmiş ve çoğaltım olanağı bulunmuştur. Afiş sanatı, tüketim ürünlerinin toplu üretiminin ve rekabete dayalı ekonominin ilerlemesine bağlı olarak gelişmiştir. Bu yüzyılın bütün imkanları ile beslenen afiş renk ve hız kazanarak, ticari hayatımıza nefes veren belli başlı unsurların arasında yer almaya başlamıştır.

1800’lü yıllarda afişler birer propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Bunun yanı sıra bu yıllarda tiyatro ve kabare afişleri uygulamaları büyük önem taşımaktaydı. Örnek olarak Fransız ressam Manet ve Toulouse Lautrec’in yapmış oldukları çalışmalar gösterilebilir. Bu çalışmaların reklam aracından farklı bir amaca yönelmesi afişin kullanılabilirliğini ve önemini arttırmıştır. Manet ve Toulouse Lautrec ressam olmalarına rağmen, o dönemde henüz grafik tasarımcı olmadığından afiş tasarımı alanında ilk akla gelen isimlerdir. Önceleri basın ilanlarına benzeyen afiş, modern sanatla birlikte kendi tarzını, kendi estetiğini bulmuştur.

“Aristokrat bir aileden gelen Henri de Toulouse – Lautrec’in sakat kalmasıyla; annesi ondaki resim yeteneğini keşfetti. Babasından görmediği desteği annesinden alan Lautrec, klasik anlayıştaki resme değil, “poster” temeline dayanan ressamlığa yöneldi. Seçimi onu başarıdan başarıya götürdü, ünü bütün Paris’e yayılan Lautrec’in posterleri duvarlardan kapışıldı.”

(<http://www.facebook.com/pages/Henri-de-Toulouse-Lautrec/112231448795583>)

“Montmartre’da bir atölye kiralarak kendini gece yaşamına, kabarelere, dans klüplerine verdi. Her gece buralara giderek (özellikle Moulin Rouge’a) resimler yapmaya başladı. 1884 yılında kabare sahibi ve şarkıcı Bruant, Toulouse Lautrec’ten şarkıları için illüstrasyonlar yapmasını istedi ve işlerinin kabare salonunda sergilenmesine de izin verdi. Moulin Rouge’da Goulue afişiyle büyük ün kazandı. Bunun dışında birçok gösteri afişi yaptı, taş baskıya ağırlık verdi ama işleri yolunda gitmemeye başladı. Sakatlık ve frengi yüzünden sağlığı gitgide bozulmaya başlamıştı. Bunun yanına alkol de eklenince bir skandal yaşamak istemeyen annesi onu Neuilly sur Seine’de bir sanatoryuma yatırdı. Ancak hastaneden çıktıktan sonra tekrar içkiye başlayan Lautrec ertesi yıl Malrome Şatosu’nda öldü.”

(<http://elmaaltshift.blogspot.com/2007/04/henri-de-toulouse-lautrec.html>)

“Manet gibi ressamlarla Gavarni ve Daumier gibi sanatçılar afişe önemli katkılarda bulunurlarken Cheret, ayrıntıları basitleştirerek net çizgilerin ve yan yana düz renklerin dikkati çektiği renkli, canlı, yenilikçi bir üslup geliştirdi. Bu ilkeler, önce Bonnard ya da Toulouse – Lautrec gibi sanatçılarla, sonra da Art nouveau ve onun uluslararası düzlemdeki değişik temsilcileriyle (Mucha, Amerikalı William Bradley, Belçikalı Henry Vande Velde, Hollandalı Jan Toorop, vb.) başarıya ulaştı. Aşırı süslemeciliğe tepki olarak afişte yalınlık akımı (İngiltere’de “Beggarstaff kardeşler” [William Nicholson ve James Pryde], Almanya’da Ludwig Hohlwein) ortaya çıkarken, cappiello, eğretilemeler, çarpıcı renklerle üslubunu kabul ettirdi.” (Büyük Larousse Sözlük Ve Ansiklopedisi, 1986: 124)



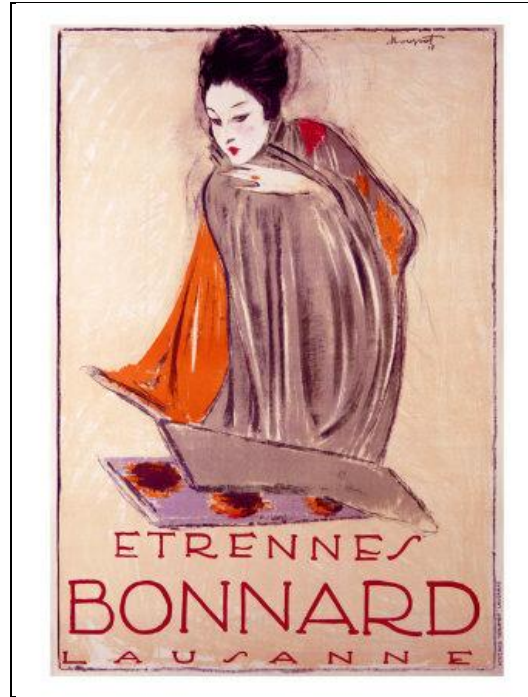
Resim 2: Cheret’e ait afiş tasarımı.

Kaynak: http://www.wetcanvas.com/Museum/Artists/c/Jules_Cheret/OtherImages/saxoleine_1892.jpg



Resim 3: Cheret'e ait afiş tasarımı.

Kaynak: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/35/Cheret_MoulinRouge_ParisCancan.jpg



Resim 4: Bonnard'a ait afiş tasarımı.

Kaynak: <http://cache2.allpostersimages.com/p/LRG/11/1101/YELV000Z/posters/loupot-charles-bonnard.jpg>



Resim 5: Toulouse – Lautrec'e ait afiş tasarımı.

Kaynak: http://farm6.static.flickr.com/5045/5268752893_3d358d6459_o.jpg



Resim 6: Toulouse – Lautrec'e ait afiş tasarımı.

Kaynak: http://farm1.static.flickr.com/192/442729358_dfe255560c_o.jpg



Resim 7: “Beggarstaff kardeşler” afiş tasarımı, 1894.

Kaynak: http://www.moma.org/collection_images/resized/620/w500h420/CRI_2620.jpg



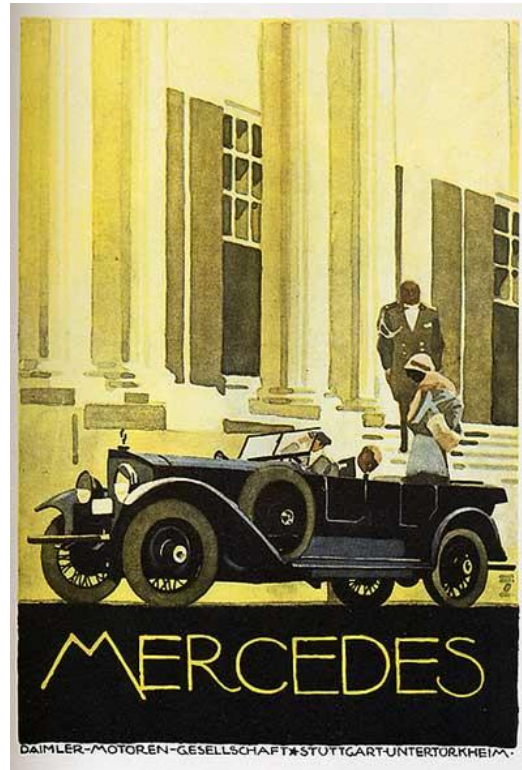
Resim 8: “Beggarstaff kardeşler” afiş tasarımı, 1895.

Kaynak: <http://www.vam.ac.uk/users/node/6371>



Resim 9: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.

Kaynak: http://giam.typepad.com/photos/uncategorized/lh_sudana.jpg



Resim 10: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.

Kaynak: http://www.liveinternet.ru/community/pour_l_amour_de_l_art/post110300978/



Resim 11: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.

Kaynak: http://www.liveinternet.ru/community/pour_l_amour_de_l_art/post110300978/



Resim 12: Ludwig Hohlwein'in afiş tasarımı.

Kaynak: http://www.liveinternet.ru/community/pour_l_amour_de_l_art/post110300978/

Bu işin bir sanat haline gelişi 1865 yılından sonra olmuştur. Fakat bu tarih afişin varoluş tarihi değildir. O zamanlarda ticari amaçlarla yapılan resimli ilanlar, tabelalar ve markalar bu tarihten yüzlerce sene önce yaşamaya başlamıştır. Afiş,

tarihin uzun dönemlerini kapsamakla birlikte, bir çok alanda kullanılmaya devam edilmiştir.

“1870’de ABD’de yaklaşık 300 adet ilan ve ası (afiş) yapıştırma şirketi vardı. 1872 yılında St. Louis’de Kuzey Amerika Uluslararası İlanlar Derneği kurulmuştur. 1870 yılında Michigan’da, 1871 yılında ise Indiana, New York, Minnesota, Ohio, Wisconsin’de Eyalet Afişçiler Dernekleri kurulmuştur.” (Sarı Sezer, 2009: 22-23)

“Fransa’da, ikinci imparatorluk zamanında da karikatürcüler (Cham, Grevin, Randon) afişin yayılmasına yardımcı oldular. 1872’de, Honore Daumier, ünlü Charbon d’Ivry afişini çıkardı (Marcel Lacomte koleksiyonu). Jules Cheret, 1866’da İngiltere’den kromolitografyayı ithal ederek, o zamandan bu yana resim sanatının bir aynası durumuna girecek olan afişin bir sanayi haline gelmesini sağladı.” (Meydan Larousse, Büyük Lugat ve Ansiklopedi, 1992: 104)

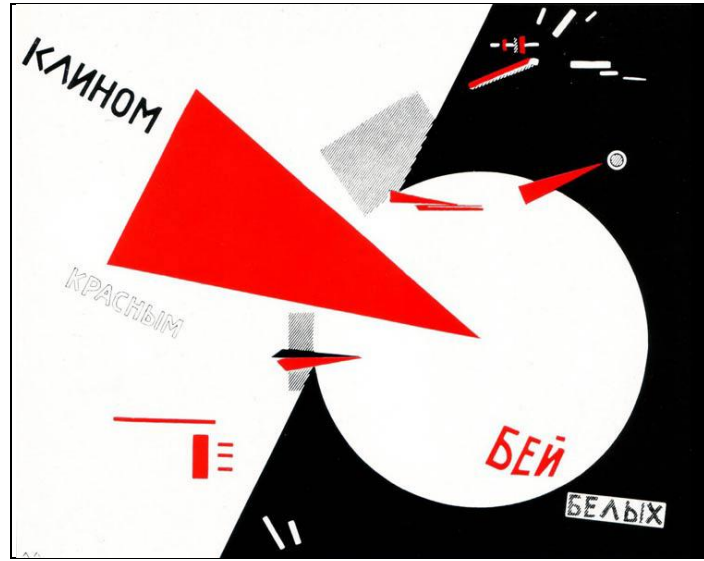
20. Yüzyılda, İsviçre, atış müsabakaları düzenlemek amacıyla bu dönemde de afişten yararlanmıştı. Afiş, modern tarihin her dönemini karakterize görüntü ve düşüncelerin yüzeyde aktarıcısı, sosyal ve kültürel değişimlerin yalın olarak anlatıcısı olmuştur. Öncü sanatın yeni formlara ulaşmasına katkıda bulunmuştur. Bu yüzden 20. Yüzyıl başlarında ortaya çıkan modern sanat ve tasarım akımları dönemin afiş tasarımlarını da yakından etkilemiştir.

“Birinci Dünya Savaşı ve Ekim Devrimi’nin gelgitleri içindeki Sovyetler Birliği’nde tasarım ve sanat alanlarında kısa bir dönem yaşanmıştır. Birinci Dünya Savaşı anlatımcı nitelikte bir gerçekliğe yol açmasına rağmen, Sovyet Ekim Devrimi ile birlikte ortaya çıkan sanatçılar soyut afiş başlatmışlardır. Kübist ve Futurist yaklaşımlardan esinlenen Vladamir Tatlin ve Alexander Rodchenko önderliğindeki yirmi beş sanatçı “sanat için sanat” ilkesine karşı çıkararak; endüstri tasarımı, görsel iletişim ve uygulamalı sanat alanlarına Sovyet toplumuna hizmet edecek bir anlayışı yürürlüğe koydular. Sanat ve tasarım tarihinde Konstruktivizm (Yapısalcılık) olarak anılan bu akımın grafik tasarım alanındaki başlıca temsilcileri Alexander Rodchenko ve El Lissitzky’dir.” (Becer, 2006: 103)



Resim 13: 1925 yılında Alexander Rodchenko tarafından tasarlanan afiş tasarımı.

Кайнак: <http://www.aworldtwin.net/reviews/Rodchenko.html>



Resim 14: 1920 yılında El Lissitzky tarafından tasarlanan propaganda afişi.

Кайнак: <http://www.designishistory.com/1920/el-lissitzky/>

Bunun farklı biçimleri Almanya’da Bauhaus tarafından geliştirilmiştir. Bauhaus okulları, sanat ve tasarım alanlarında eğitim vermek amacıyla 1919 yılında Almanya, Weimar’da Walter Gropius tarafından kurulmuştur. Bauhaus ilkesinden etkilenen Jan Tschichold, tipografinin asimetrik düzenlemelerinin öncüsü olmuştur. Özellikle biçimsel tipografi ve fotoğrafçılık alanlarında etkili olmuştur.



Resim 15: 1923 yılında Jan Tschichold tarafından tasarlanan afiş tasarımı.

Kaynak: <http://sianlouise.files.wordpress.com/2009/01/18.jpg>

VORZUGS-ANGEBOT

Im VERLAG DER BILDUNGSVERBÄNDE der Deutschen Buchdrucker, Berlin-ZW 61, Großhandstr. 5, erscheint demnächst:

JAN TSCHICHOLD
Lehrer an der Meisterschule für Deutsche Buchdrucker in Weimar

DIE NEUE TYPOGRAPHIE
Handbuch für die gesamte Fachwelt
und die deutschsprachigen Verlegerkreise

Das Problem der neuen gestaltenden Typographie hat eine lebhafte Diskussion bei allen Tätigen hervorgerufen. Wir haben die Resultate, die aufgeworfenen Fragen ausführlich behandelt zu sehen, zu untersuchen, wenn wir jetzt ein Handbuch der **NEUEN TYPOGRAPHIE** herausbringen.

Es kam dem Verleger, einem ihrer bekanntesten Verleger, in diesem Buche zunächst darauf an, den engen Zusammenhang der neuen Typographie mit dem **Gesamtkomplex heiligen Lebens** aufzuzeigen und zu betonen, daß die neue Typographie als ebenso notwendiger Ausdruck einer neuen Gestaltung ist wie die neue Kunst und alles Neue, das mit unserer Zeit erwacht. Diese geschichtliche Zusammenhänge der neuen Typographie bringt weiterhin eine kritische Darstellung der alten Typographie. Die Entwicklung der neuen **Materialien**, die für alle neue unserer Zeit zeitig betrachtet gewesen ist, wird in einem reich illustrierten Aufsatz des Buches nicht bloß dargestellt. Einmalig Abschnitte „zur Geschichte der neuen Typographie“ liefert es den wichtigsten Teil des Buches, den **Grundbegriffen der neuen Typographie** über. Diese werden über herausgearbeitet, richtige und falsche Beispiele einander gegenübergestellt. Zwei weitere Abschnitte behandeln „**Photographie und Typographie**“ und „**Neue Typographie und Normung**“.

Der Hauptwert des Buches für den Praktiker besteht in dem zweiten Teil „**Typographische Hauptformen**“ (siehe die aberselbständige Inhaltsverzeichnis). Darf ich hier an einem Werke, das wiederum ein Buch die schon bei einfachen Zusammenhängen aufschneidender gestalterischen Fragen in gebührender Ausführlichkeit behandelt. Jeder Teilabschnitt enthält neben **allgemeinen typographischen Regeln** vor allem die Abbildungen aller in Betracht kommenden Normblätter des Deutschen Normenausschusses, alle zudem (z. B. protestantische) Vorschriften und zehntausende Beispiele, Gegenbeispiele und Schemata.

Für jeden Buchdrucker, insbesondere jeden Altmeister, wird „Die neue Typographie“ ein **unentbehrliches Handbuch** sein. Von nicht geringerer Bedeutung ist es für **Kalenderverleger, Gebrauchsgraphiker, Kartisten, Photographen, Architekten, Ingenieure und Schriftsetzer**, was für alle, die mit dem Buchdruck in Berührung kommen.

INHALT DES BUCHES
Vorwort
Die neue Typographie
Die alte Typographie (Gothic und Fraktur)
Die neue Kunst
Der Zusammenhang der neuen Typographie
Photographie und Typographie
Neue Typographie und Normung
Typographische Hauptformen
Die Typographie
Der Schriftsatz
Der Textsatz
Buchdruck
Kunstbuchdruck
Die Buchdruckerei
Die Buchdruckerei
Die Buchdruckerei
Die Buchdruckerei
Werkzeuge (Druck, Zinn, Kupfer, Holz)
Die Typographie
Die Typographie
Die Typographie
Die Typographie
Die Typographie
Bibliographie
Verzeichnis der Abbildungen
Anhang

Das Buch enthält über **125 Abbildungen**, von denen etwa ein Viertel **zweifarbig** gedruckt ist, und umfaßt gegen **200 Seiten** auf gutem Kunstdruckpapier. Es erscheint im Format **DIN A 5 (148 x 210 mm)** und ist **blaugrün in Ganzleinen gebunden**.

Preis bei Vorbestellung bis 1. Juni 1923: **5,00 DM**
durch den Buchhandel nur zum Preise von **6,80 DM**

Rechtschule umstehend

Resim 16: Jan Tschichold' un "Yeni Tipografi" kitabı için broşür tasarımı.

Kaynak: Becer, 2006: 104

Afişler bu dönemde bütün ülkelerde hemen hemen birbirine benzeyen anlatımcı bir üslupla tasarlanmıştır.

“Birinci Dünya Savaşı sonunda teknoloji ve makineleşmenin tasarıma getirdiği biçimsel özellikler ve Kübist sanat ilkeleri Amerikalı tasarımcı Mc Knight Kauffer ve Paris’de çalışan Rus göçmeni A. M. Cassandre’yi etkiledi. Cassandre nesnelere yalınlaştırıp ikonografik biçimlere dönüştürerek sentetik kübizme oldukça yaklaştı. Reklam grafiğinde sıkça kullanılan tasarım üslupları ve tipografi, Art Deco stiline biçim veren başlıca unsurlar olmuştur. Buna karşın, Art Deco stilinin belirli bir ideolojisi yoktu. Gerek sosyalistler, gerekse faşistler propaganda malzemelerinde Art Deco biçimlerinden geniş ölçüde yararlandılar. Bu stilin en güzel örneklerini veren sanatçılar; Cassandre, Paul Colin ve Jean Carlu’dur.” (a. g. e: 105)



Resim 17: A. M. Cassandre afiş tasarımı, 1925.

Kaynak: <http://blog.iso50.com/3518/am-cassandre/>

İkinci Dünya Savaşı sonrası Japonya’da endüstrileşmenin yol açtığı batılı bir yaşam tarzı egemen olmaya başlamıştır. Ulusal geleneklerle modern yaşam arasında oluşturulması gereken denge, Japon tasarımcıların çalışmalarına da yansımıştır. Ryuichi Yamashiro’nun afişlerinde bu iki yaşam tarzının başarılı bir şekilde

uygulandığı görülmektedir. Bu dönemin önemli Japon tasarımcıları arasında, Yosaku Kamekura, Masuda Tadashi ve Tadanori Yokoo bulunmaktadır.



Resim 18: Tadanori Yokoo, tiyatro afişi tasarımı, 1967.

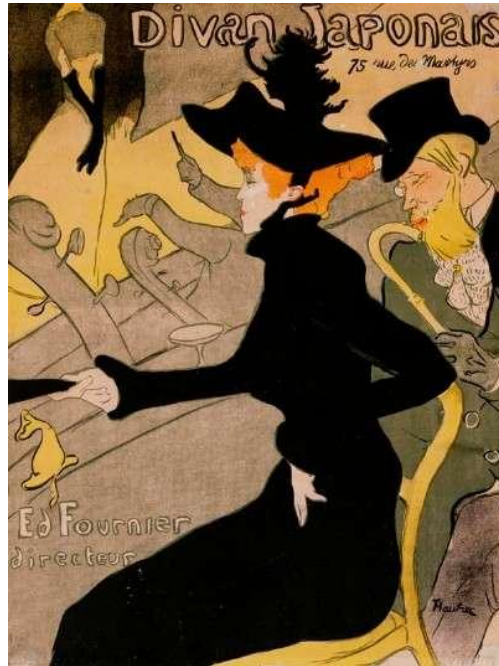
Kaynak: Becer, 2006: 109

İki dünya savaşı arasındaki dönemde, Fransa afiş sanatının en parlak dönemini yaşamıştır. O dönemde afiş dili, en yüksek seviyesine ulaşmış, sanatın ve sanat tekniğinin bütün olanaklarından yararlanılmış, kübizm, soyut geometrik biçimlerin kullanımı, üsluplaştırma ve yapılandırma teknikleri, afiş sanatçıları tarafından kusursuz bir şekilde kullanılmıştır. 1890 – 1910 yılları arasında Art Nouveau Akımı bütün dünyayı etkilemeyi başarmıştır. Dekoratif bir sanat ve tasarım tarzı vardır. Bu akımın afiş, illüstrasyon ve kitap alanlarında başarılı örnekler verilmiştir. Sanat afişi uygulamaları Jules Cheret ile başlamıştır. Henri de Toulouse – Lautrec ve Alphonse Mucha da bu alanda eserler veren sanatçılardandır.



Resim 19: 1899 yılında Jules Cheret tarafından tasarlanan afiş.

Kaynak: http://farm3.static.flickr.com/2504/4081631947_0d8dd5f4fb.jpg

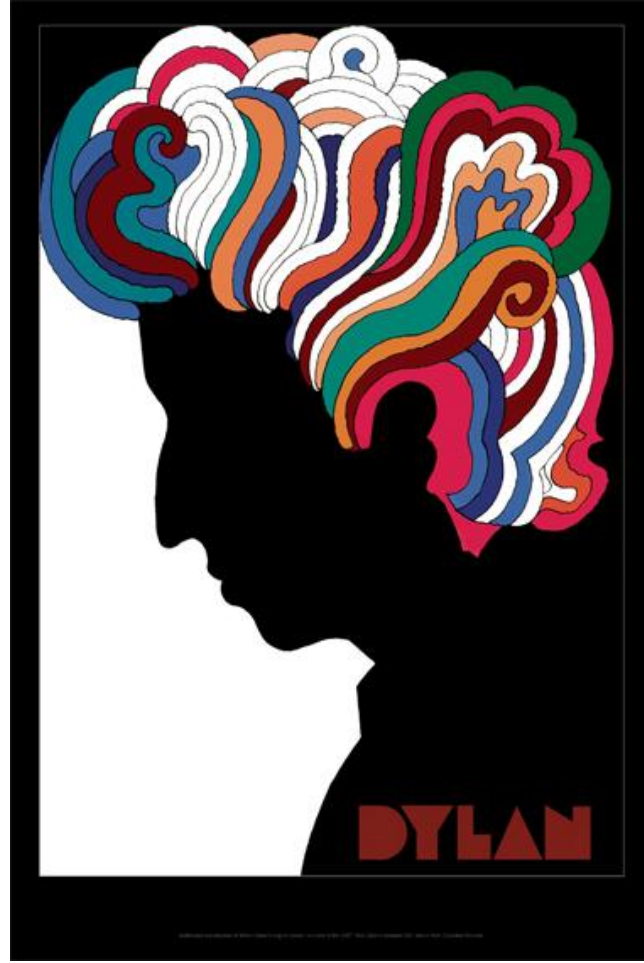


Resim 20: 1893 yılında Henri de Toulouse – Lautrec tarafından tasarlanan afiş.

Kaynak: <http://entertainment.howstuffworks.com/arts/artwork/paintings-by-henri-de-toulouse-lautrec1.htm>

1925 yılında Amerika’da Afiş Reklamcıları Derneği ve Boyama Açık hava Reklamcıları Derneği birleşerek, afiş ve duyuru ile ilgili şirketlerin bir arada toplanması sağlanmıştır. 1950’li yıllar Amerikan illüstrasyonunun en verimli dönemi

olmuştur. Bu yıllardan sonra, New York’lu bazı tasarımcıların illüstrasyona daha kavramsal açıdan yaklaşmaya başladıkları görülmüştür. Bu açıdan yaklaşan sanatçıların en önemlileri; Milton Glaser, Seymour Chwast, Reynolds Ruffins ve Edward Sorel’dir. 1967 yılında yapmış olduğu “Bob Dylan” afişi ile bilinen Milton Glaser, günümüzde tasarım alanında, illüstrasyonda, dekorasyon ve tipografide kendisini kanıtlayan önemli bir sanatçıdır.



Resim 21: 1967 yılında Milton Glaser tarafından tasarlanan “Bob Dylan” adlı afiş tasarımı.

Kaynak: <http://www.miltonglaserworks.com/home.php?cat=26>

Günümüzde, gündelik yaşamın dekoruyla bütünleşmiş olan afiş, bazı ünlü afişçilerin ortaya çıkmasını sağlamış ve “pop art” ta belirleyici bir rol oynamıştır. Milton Glaser bu afişçilerin başında gelmektedir. Sanatçılar Post – Modernist akımlarında uluslar arası tipografik stili arka plana atarak; basın ilanı tasarımlarında, başlık, metin ve imgeleri rastlantıya dayalı bir üslupla uygulamışlardır. Bu akımlara öncülük eden isim; İsviçreli tasarımcı Wolfgang Weingart’tır. Tasarımcı tipografideki düzeni ve

anlaşılrlığı sorgulayarak; tasarımların da görselliği ön plana çıkararak, sezgiye dayalı bir üslup oluşturmuştur.



Resim 22: 1981 yılında Wolfgang Weingart tarafından tasarlanan afiş tasarımı.

Kaynak: http://m8tt.files.wordpress.com/2009/08/cr1_101071.jpg?w=293&h=420

Post – Modernist akımlar tasarımların genelinde öznel bir bakış açısı yaratmıştır. Tasarımcı kendi kendini ifade edebilmeyi yeterli gören sanatçı durumuna girmiştir. Bu yaklaşımın en başarılı temsilcileri; Neville Brody, Duffy Design Group, Grapus ve Rudy Vanderlans olmuşlardır. Afiş sanatı, ticari yaşamın temel ve vazgeçilmez unsurlarından biridir. Çağımızda, bir meslek haline gelmiştir. Ayrıca başlı başına bir sanat dalı olarak sanayileşmiştir. İnsanların yaratılışında merak, yenilik ve heyecan gibi duygular bulunmaktadır. Afiş sanatı da bu duygulara hitap ettiği için günümüzde büyük ölçüde önem kazanmıştır.

2.2. Türkiye’de Afiş Sanatı

19. Yüzyılın başından itibaren Türkiye’de afiş sanatı gelişmeye başlamıştır. Türkiye’de afişin ilk örnekleri Osmanlıların son dönemi ve Cumhuriyetin ilk yıllarında var olmaya başlamıştır.

“Bu sanatın cumhuriyet öncesi döneme ait olduğunu gösteren bazı belgeler bulunmaktadır. O dönemde çeşitli kuruluşlar için yardım niteliği taşıyan afişler yapılmıştır. Balkan Savaşı’ndan sonra, topluma, yetimlere yardım etmek amacıyla seslenen, yalnızca yazıyla hazırlanmış taş baskı afişler görülmektedir. Bu afişler kahvelere asılmıştır. Bu dönemde yapılan afişler, daha çok yazı içeriklidir. Ferah tiyatrosu için yapılmış olan taş baskı afişleri de tiyatro kapısına asılmıştır. O dönemde genellikle tiyatro, sinema ve yardım derneklerine ait afişler üretilmekteydi. Ayrıca harf devriminden önce, Darülbekâi için de eski harflerle bir afiş yapılmıştır. Bu arada, Batı’dan getirilen bazı afişler kullanılmış, Fransız bisküvileri, İsviçre çikolataları, ilaç ve giyim gibi bazı ürünler için yapılmış bu afişler, sokaklardan çok dükkanların içlerine asılmıştır.” (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 27)

Bu dönemde afişler sokak, meydan gibi dış mekanlardan daha çok, dükkan vitrinleri, tiyatro girişleri gibi iç mekanlarda sergilenmekteydi. O yıllarda afişçilik, Batıda bir sanat dalı haline gelmiş olmasına rağmen, Türkiye’de herhangi bir gelişme yoktu. “1920’lerde Münif Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan kitap kapağı, basın ilanı ve afiş alanında yaptıkları nitelikli çalışmalarla Türk grafik tasarımına öncülük etmişlerdir.” (Becer, 2006: 114)

“Türk afiş sanatının gerçek temelleri 1925 yılından sonra, İhap Hulusi Görey’in çalışmalarıyla atılmaya başlandı. Almanya’da öğrenim gördükten sonra 1925’te Türkiye’ye dönen İhap Hulusi, Türk afiş sanatının kurucusu sayılır.” (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 27-28) İhap Hulusi, batılı anlamda afişçiliğin öncüsü olmuştur. İhap Hulusi’nin ilk afişleri, o zamanın Alman afişçilerinin çalışma üslubunu yansıtmıştır. Afişlerinde genellikle fotoğraflardan yararlanmış ve bir iki rengin tonlarını kullanarak gerçekçi anlayışta eserler vermiştir. Uzun yıllar bu alanda tek isim olmuştur. 1923 yılında ise Türkiye’de ilk kişisel afiş sergisini açmıştır.



Resim 23: 1930 yılında İhap Hulusi Görey tarafından tasarlanan reklam afişi tasarımı.

Kaynak: <http://reklamaemekverenler.blogspot.com/2008/10/ihap-hulusi-grey.html>

“1927 yılında Güzel Sanatlar Akademisi’nde Weber adlı eğiticinin yönetiminde açılan afiş atölyesinin başına 1932’de, resim eğitimini Paris’te tamamladıktan sonra yurda dönen Mithat Özar getirilmiş, ilk Türk afiş eğiticisi olmuştur. Uzun yıllar Almanya’da Ufa ve Tobis adlı film kuruluşlarına gerçekçi bir anlayışta, çok ustaca resimlenmiş afişler yapan Kenan Temizan ise, Türkiye’de pek afiş üretmemiştir.” (a. g. e: 28)

Kenan Temizan yaptığı afişlerinde, İhap Hulusi gibi, fotoğraflardan büyük ölçüde yararlanmıştır.



Resim 24: Kenan Temizan'ın Almanya'da tasarladığı bir sinema afişi.

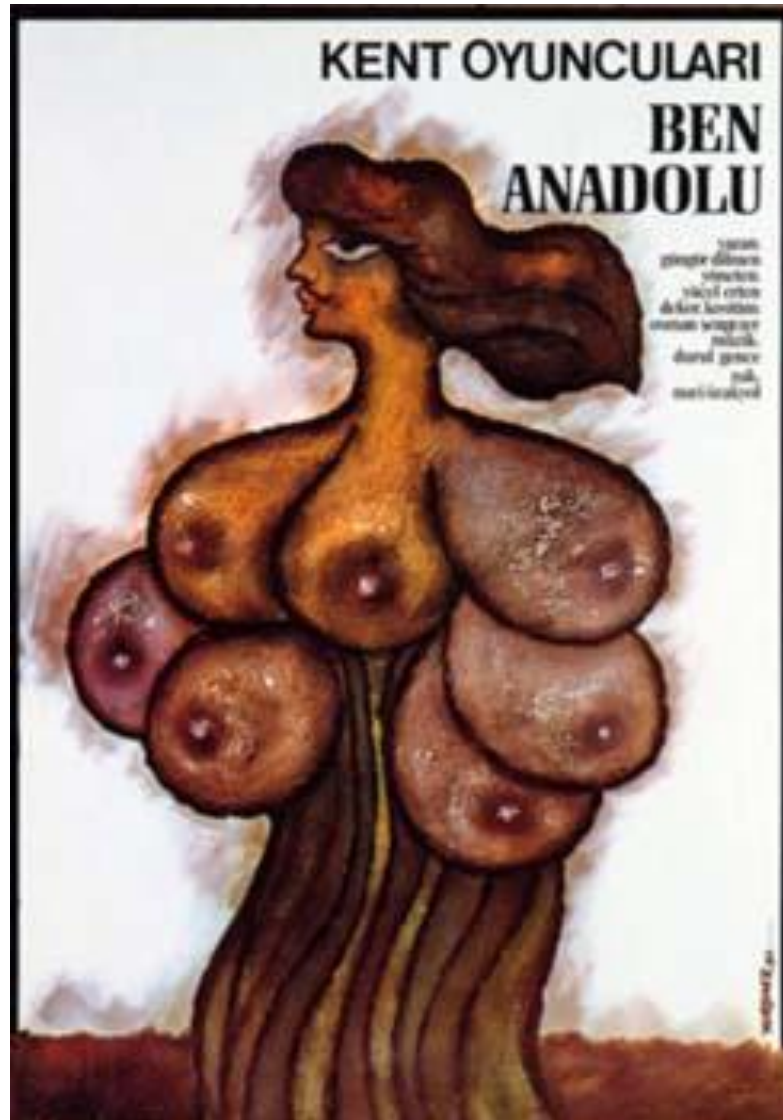
Kaynak: <http://cizgininstili.blogspot.com/2010/10/osmanldan-gunumuze-grafik-tasarm.html>

1950 yıllarına kadar Türkiye'de afiş sanatı alanında üretimi en fazla olan sanatçı İhap Hulusi olmuştur. 1950 yılından sonra Güzel Sanatlar Akademisi'nde yetişen Selçuk Önal, Mesut Manioğlu, Vedat Sargın, Fikret Akgün, Rauf Alazan, Atilla Bayraktar, yapmış oldukları çalışmalarla isimlerini duyurmaya başlamışlardır. Selçuk Önal ve Mesut Manioğlu'nun o dönemde yapmış oldukları afişler, renk, düşünce, düzenleme ve biçimleme açılarından İhap Hulusi'nin eserlerinden farklıydı. İçinde bulunulan döneme göre yapmış olduğu eserler oldukça çağdaş eserlerdi. 1930 – 1945 yılları arası Fransız afiş sanatına hakim olan estetik anlayıştan etkilenerek, kendi yeteneklerinin yalınlığını uygulayarak eserler üretmişlerdir. Bu dönemde en fazla bir sanayi dalı haline gelen sinema afişleri üretilmekteydi. Selçuk Önal bu alanda başarılı afişler yapmıştır.

1960 – 1972 yılları arasındaki dönemde, duvarlarda daha renkli ve soyut resim zeminli afişler görülmeye başlanmıştır. Bu yıllarda afişlerin yansıttığı konu ve

içerik önem kazanmıştır. Çoğu afiş için özgün bir espiri yansıtma isteği uygulanmıştır. Güzel Sanatlar Akademisi'ni bitirdikten sonra, beş yıl Paris'de Paul Colin'in atölyesinde çalışan Fikret Akgün 1958 yılında yurda dönüş yapmıştır. Bu dönemde baskı tekniğinin gelişmesi sayesinde bu tür afişler yaparak adını duyurmuştur.

1960 yılından sonra Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel afiş sanatında etkili olmaya başlamışlardır. Bu iki sanatçı tiyatro afişlerine ağırlık vererek eserlerini genelde bu alanda sergilemişlerdir. Yurdaer Altıntaş, afişlerinde içeriğe önem vererek, geniş lekelerden meydana gelen dikkat çekici afişler yapmıştır.



Resim 25: Yurdaer Altıntaş'ın 1984 yılında tasarladığı "Ben Anadolu" adlı tiyatro afişi.

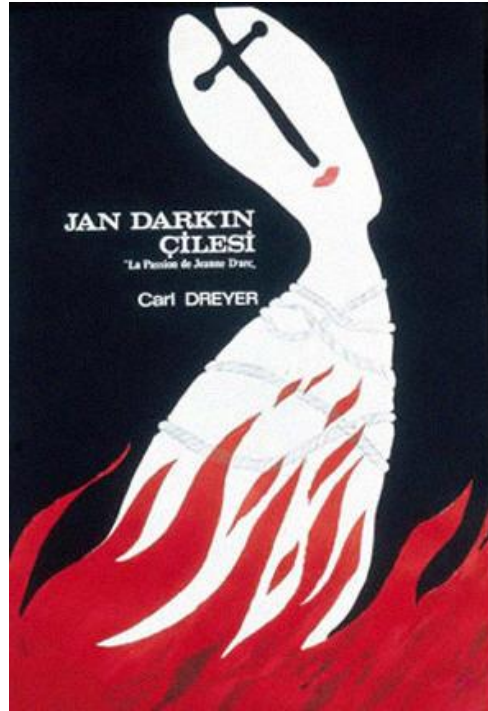
Kaynak: <http://www.yurdaeralintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Resim 26: Yurdaer Altıntaş'ın 1967 yılında tasarladığı "Zügürt Hovardalar" adlı tiyatro afişi.

Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>

Ocak 1964 yılında Türk Alman Kültür Merkezi'nde sergi açmıştır. Sergi büyük bir ilgi görerek, bu sayede Türk sanat dergilerinde afişten bahsedilmeye başlanmıştır. Mengü Ertel de yurt içinde ve yurt dışında açmış olduğu sergilerle, Türk afiş sanatının duyulmasına ve gelişimine katkıda bulunan sanatçılardandır.



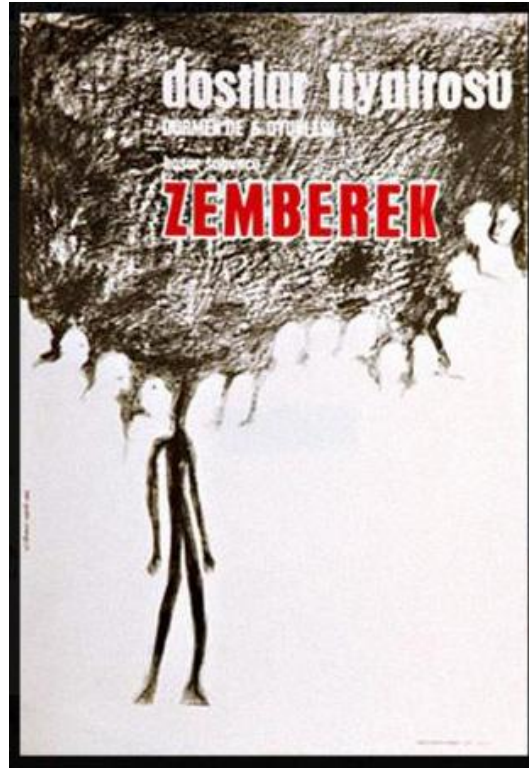
Resim 27: Mengü Ertel 1976 yılında Paris'teki sinema festivalinde "Jan Dark'ın Çilesi" afişiyle "büyük ödül"ü almıştır.

Kaynak: http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Meng%C3%BC_Ertel_Jan_Dark%27%C4%B1n_%C3%87ilesi_af%C5%9F.jpg



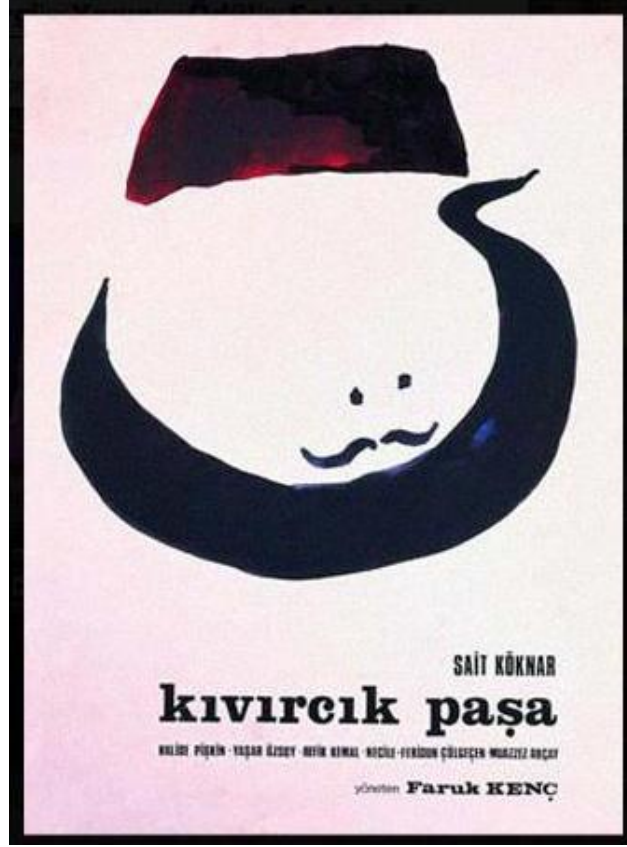
Resim 28: Mengü Ertel'in 1973 yılında tasarladığı festival afişi.

Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



Resim 29: Mengü Ertel'in dostlar tiyatrosu için tasarladığı "Zembek" adlı oyun afişi.

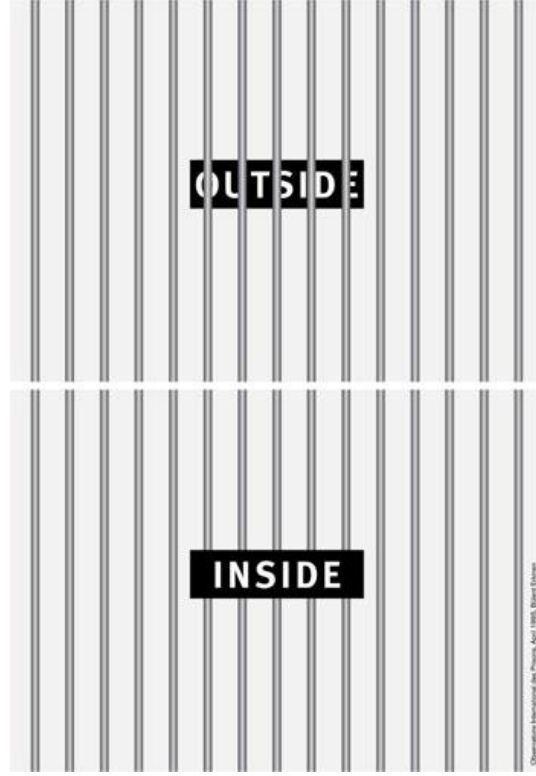
Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



Resim 30: Mengü Ertel'in "Kıvırcık Paşa" adlı afişi.

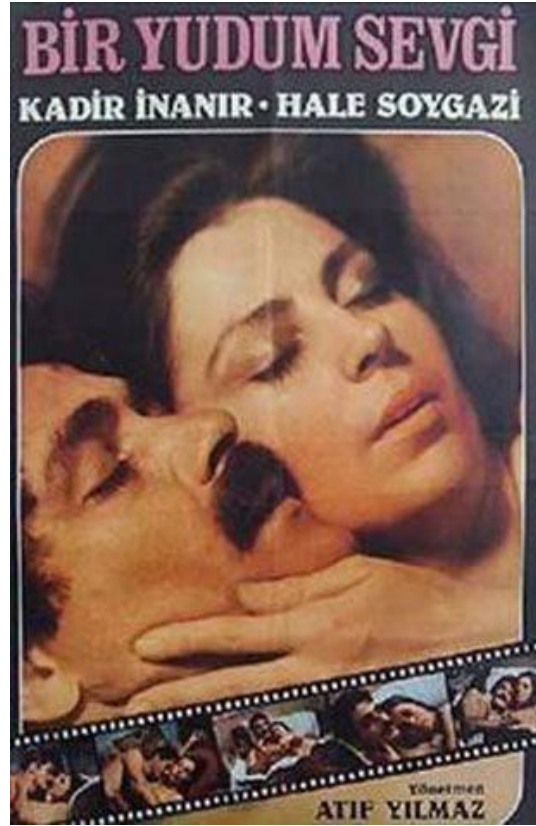
Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>

Bu dönemde, Türkiye’de afiş sanatının gelişmesine ve daha çağdaş bir içerik kazanmasına, Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel gibi afiş sanatçılarının yanı sıra; Metin Edremit, Turgay Betil, Sengu Çapan, Sait Maden, Aydın Erkmen, Erkal Yavi, Bülent Erkmen, Sadık Karamustafa, Leyla Uçansu, Sinan Bozkurt, Fahrettin Sepetçioğlu gibi afiş sanatçıları da katkıda bulunmuştur. 1960’lı yıllarda tiyatro, sinema, opera ve başta bankalar olmak üzere özel kuruluşlar için çok sayıda özgün afişler üretilmiştir. Bu afişler, 1970’li ve daha sonraki yıllarda da sıklıkla kullanılan afiş uygulamaları olmuştur.



Resim 31: Bülent Erkmén afişi.

Kaynak: <http://good50x70.org/2008/wp-content/uploads/2008/02/bulent-erkmen-2.jpg>



Resim 32: Sadık Karamustafa'nın film afişi, 1984.

Kaynak: <http://img5.mynet.com/ha5/analiz/biryudum.jpg>



Resim 33: Yurdaer Altıntaş'ın 1961 yılında tasarladığı tiyatro afişi.
Kaynak: <http://www.yurdaeralintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Resim 34: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.
Kaynak: <http://www.yurdaeralintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Resim 35: Yurdaer Altıntaş'ın 1965 yılında tasarladığı tiyatro afişi.
Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Resim 36: Yurdaer Altıntaş'ın 1966 yılında tasarladığı tiyatro afişi.
Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>

Endüstrinin gelişmesiyle birlikte afiş üretim sayısı da artmıştır. Bu nedenle reklam ajansları çoğalmış ve artmıştır.

1960 yılı sonrasında afiş boyutlarında değişiklikler görülmeye başlanmıştır. O yıllara kadar afişler 70 x 100 cm boyutlarında yapılmaktaydı. Fakat daha sonrasında afişler 100 x 140 cm boyutlarında üretilmiştir. Günümüzde çok daha büyük ve değişik boyutlarda afiş uygulamaları görmek mümkündür. Bunun yanı sıra ülkemizde kullanılan kağıt formatları sebebiyle 1960'lı yıllarda uygulanan 70 x 100 cm boyutu da kullanılmaktadır. “Büyük boyutlu dış mekan afişleri, duvar yüzeylerine ve ilan panolarına asılır. İç mekan afişleri ise lobi, salon ve koridorlarda kullanılmak üzere tasarlanan daha küçük boyutlu afişlerdir.” (Becer, 2006: 201)

“Günümüzde reklam fotoğrafçılığının gelişmesi, afişlerde kullanılan fotoğrafların önem kazanmasını sağlamıştır. Baskı tekniğinin gelişmesinin yanı sıra, afiş sanatçısına büyük olanaklar sağlamaktadır.” (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 28) Yaşamakta olduğumuz bu zamanda, televizyon reklamlarının olumsuz etkilerine rağmen, Türkiye’de afiş sanatı gelişimini sürdürmeye devam etmektedir. Türk afiş sanatçıları sayısız ödüller kazanmaktadır. Afiş, sadece asıldığı yerde kalan bir sanat ürünü olmaktan çıkmıştır. Ülkemizde her yıl toplu ya da kişisel sergiler açılmaya başlanmıştır. Bu konunun da ilk öncüsü İhap Hulusi olmuştur. Ardından yıllar sonra Atilla Bayraktar, Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel gibi sanatçılar devam etmiştir.

2.3. Afişin Çeşitleri ve Kullanıldığı Alanlar

“Günümüzde tek sayfalık afişler, insanların yakın temas içinde oldukları ortamlarda, otobüs ve metro duraklarında, dükkan vitrinlerinde ve kapalı mekanlarda karşımıza çıkar. Tüm teknolojik gelişmelere ve değişen iletişim araç ve ortamlarına karşın afiş, bilgilendirme ve ikna etme aracı olarak varlığını sürdürmektedir. Sanatçının dışa sunumu diğer hiçbir biçimine benzemeksizin, afişler özel gereksinimlere uygun bir biçimde üretilirler.” (<http://www.gorselsanatlar.50megs.com/rbilgi/afis.htm>)

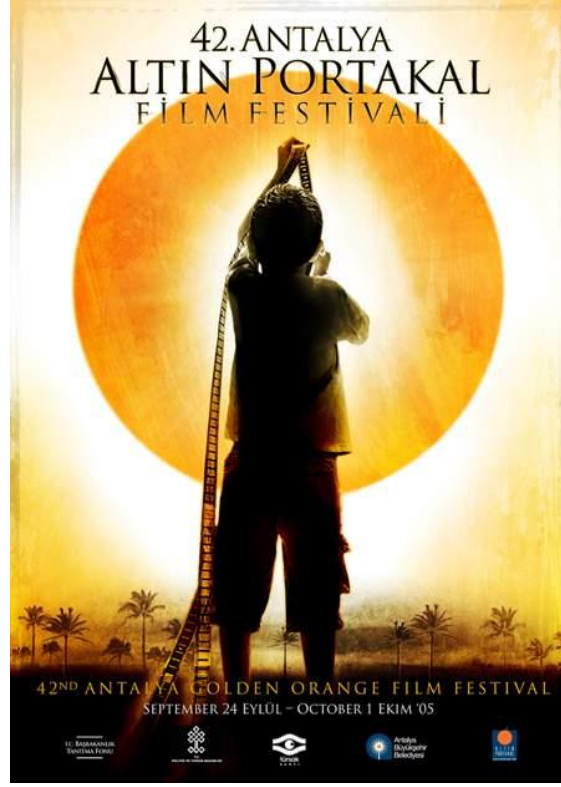
Bu nedenle afişler konularına ve amaçlarına göre gruplara ayrılırlar. Ancak afiş sadece konu ve amacına göre ayrılmakla kalmaz, ilettiği mesaja, ömrüne ve izleyici ile karşılaşmasına göre de kendi içinde, çeşitlere ayrılır.

“Bir afiş tasarlanırken çekici ve kolay anlaşılır ve yalın olmasına özen gösterilmelidir. Ancak bu çekiciliği ve heyecanı oluşturabilmek için yalnızca yeni buluşlar ve güzel fikirler yeterli olmamaktadır. Afişin tasarımı yanında onu izleyecek olanın da iyi bilinmesi, gereksinimine yanıt vermesi gerekmektedir. Çünkü, hiçbir zaman izleyici afişi görmek için evden dışarı çıkıp dolaşmaz. Yani afişin özel bir seyircisi gibi bir kavramdan söz edilemez. O nedenle afiş izleyiciyi çekmeli, ilgilendirmeli, heyecanlandırmalı, düşündürmeli ve bir takım estetik hazlar kazandırmalıdır. Afişin izleme zamanı da onun algılanmasında veya izleyiciye mesaj göndermesinde önemli rol oynar. Kısa süre içinde afişin taşıdığı ileti izleyiciye gönderilmezse afiş doğru ve istenen biçimde tasarlanmamış demektir.” (a. g. e)

Afişler türlerine göre dört ana gruba ayrılırlar. Bunlar; kültürel afişler, sosyal afişler, reklam afişleri ve propaganda afişleridir. Afişler bu ana başlıkların altında da kendi içinde çeşitlere ayrılırlar. Kültürel afişler; tiyatro afişleri ve sinema afişleri, sosyal afişler; siyasi afişler ve sosyal sorumluluk kampanya afişleri, reklam afişleri; kurumsal reklamcılık afişleri ve moda, gıda, turizm ve endüstri afişleri, ve propaganda afişleridir.

2.3.1. Kültürel Afişler

Sanat ve kültürle ilgili konuları ele alan afişlerdir. Bu afişler konu olarak, film festivali, spor, tiyatro, sinema, sergiler, kitap fuarları, tarihi eserler, müzeleri ele almaktadır. Bu tür afişlerde amaç, yapılan etkinlikler hakkında izleyiciyi bilgilendirmek ve o etkinliğe davet etmektir. Günümüzde bu alanda önemli ve etkili eserler veren Emrah Yücel örnek olarak gösterilmektedir.



Resim 37: Emrah Yücel'in 2005 yılında tasarladığı festival afişi.

Kaynak: http://www.intersinema.com/sinema-haberleri/haber_1987.asp

Sanatçı kültürel afişlerde özgürdür ve farklı hedef kitlelere ulaşabilme olanağı bulabilmektedir.

“Kültürel afişler aslında insanların kendilerini dinlemek için ayırdıkları veya ayırması gereken zamanlar için hazırlanmaktadır. Tasarımcı bu afişleri hazırlarken fantezilerini tasarıma daha çok yöneltme olanağı bulmaktadır. Çünkü konunun içeriğindeki sanatsal estetik kurallar tasarımcıya olanak sağlamaktadır. Böylece seyircinin zihin ve diğer algıları ile içsel bir bağlantı kurabilecektir. Kültürel afiş, izleyicisinin dinlenme zamanında daha zevkli tasarımlar sunarak ortaya çıkmasıyla görevini tamamlamış olacaktır. Kültürel afiş bir çok ince ayrıntı ve nükteli bir görünüm taşımalıdır.” (a. g. e)

“Kültürel afişler sahip olunan kültürel seviyeyi yükseltme amacı da taşımaktadır. Bu tür afişler hazırlanırken işin psikolojik yönü de düşünülmelidir. Kültürel afişlerde sanatçı, kompozisyon, yazı, renk ve resimsel öğeler açısından tamamen özgürdür. Kendi üslubunu, tarzını yansıtır.”

(<https://www.veribaz.com/viewdoc.html?www.veribaz.com:443/login.htmlm=1&ul=tiyatro-afisi-363697.html>)

Kültürel afişler diğer afiş çeşitlerine göre çok daha fazla kapsamlıdır.

2.3.1.1. Tiyatro Afişleri

Afiş sanatı alanında cumhuriyetin ilk otuz – kırk yılı boyunca önemli sayılabilecek gelişmeler olmuştur. Fakat buna rağmen aynı zaman içerisinde tiyatro afişleri eski görüntülerinden kurtulamamışlardır. Tiyatro afişleri estetik bir değer taşımaktadır. Bu afişlerin ortaya çıkması ve şimdiki önemini kazanması için tiyatronun da diğer ticari alanlarda olduğu gibi, maddi açıdan kazanç getirmesi gerekmektedir. ”Tiyatronun görsel öğeleri diyebileceğimiz sahne, dekor, ışık ve kostümler estetik bir karaktere sahiptirler. Bir tiyatro afişi, hem oyunun içeriğini, yazarın kişiliğini hissettirmeli, hem de afiş sanatçısının kendi toplumsal ve sanatçı kişiliğini yansıtmalıdır.” (a. g. e)

Türkiye’deki tiyatro afişlerinin sanatsal açıdan bir önem kazanması, 1958’li yılların sonuna doğru olmuştur. Bu yıllarda devlet tiyatrosunun bazı afişlerinde Turgut Zaim, Hüseyin Mumcu ve Tarık Levendoğlu gibi isimlerin bulunduğunu görmekteyiz. Oyunların sahne tasarımlarını yapan bu sanatçılar başka seçenek bulunmadığından afişleri de kendileri tasarlamak zorunda kalmışlardır. 1959 yılında devlet tiyatrosundan ayrılan ve İstanbul’a gelen Muhsin Ertuğrul’un, Karaca Tiyatrosu’nda Kenter Kardeşlerle sahnelediği “Salıncakta İki Kişi” adlı oyunun afişi sanatsal tiyatro afişlerimizin başlangıç tarihi olarak kabul edilmektedir. 1960’lı yıllarda özel tiyatrolar gelişme göstermiş ve bununla beraber, tiyatro afişi yapan sanatçı sayısı da oldukça artış göstermiştir.

Grafik sanatçıların yoğun çabaları sonucu yirmi – otuz yıl içinde Türkiye’de tiyatro alanında önemli adımların atıldığı görülmektedir. Bu alana emek veren grafikerlerin yanı sıra sahneledikleri oyunların sanatsal bir afişle tanıtılmasını bilinçli olarak tercih eden tiyatro toplulukları da hızla artmıştır. Kent Oyuncuları, Dormen Tiyatrosu, Gülriz Sururi – Engin Cezzar Tiyatrosu ve Dostlar Tiyatrosu gibi topluluklar oyunlarının yanı sıra afişleriyle de tanınır olmuşlardır.

Mengü Ertel, tiyatro afişlerinde belli bir çizgiyi ve tek düzeliği aşma konusunda çevresine ışık tutacak etkinlikler göstermiştir. Tiyatro afişinde, İhap Hulusi’den sonra grafiğin afişe dönüşen yönlerini eserlerine aktarımıyla Mengü Ertel örnek olarak gösterilmektedir. Mengü Ertel’in bu dönemlerde yapmış olduğu tiyatro afişleri büyük ilgi görmüş ve tiyatro afiş tasarımının önem kazanmasına katkıda bulunmuştur.

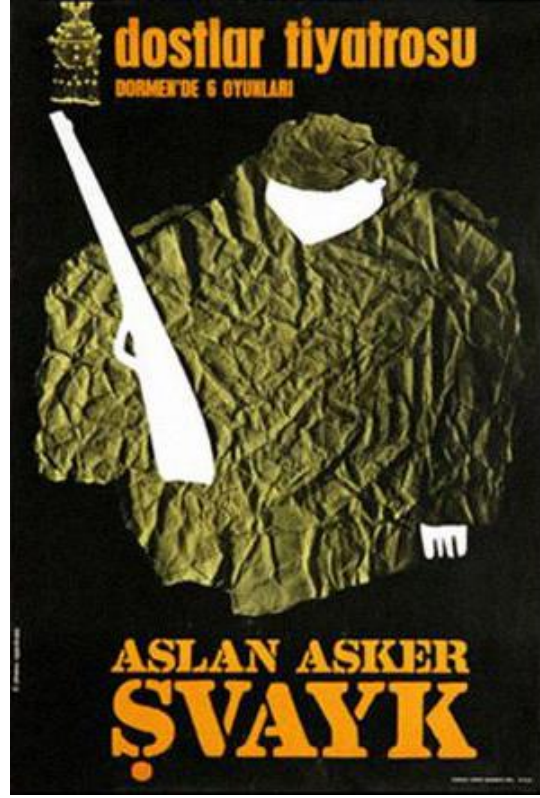
“Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Turgay Betil, Ahmet Gülerüz, Leyla Uçansu ve Erkal Yavi gibi sanatçılar, 1960’lı yıllardan başlayarak, yaptıkları tiyatro afişleriyle de öne çıkmışlardır. Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü Grafiker Meslek Kuruluşu ve Tiyatro Dergisi’nin hazırladıkları Tiyatro Afişleri Sergisi bu sanatın ülkemizde ulaştığı düzeyi göstermesi açısından önemli bir girişimdir.”

(<http://www.gorselsanatlar.50megs.com/rbilgi/afis.htm>)



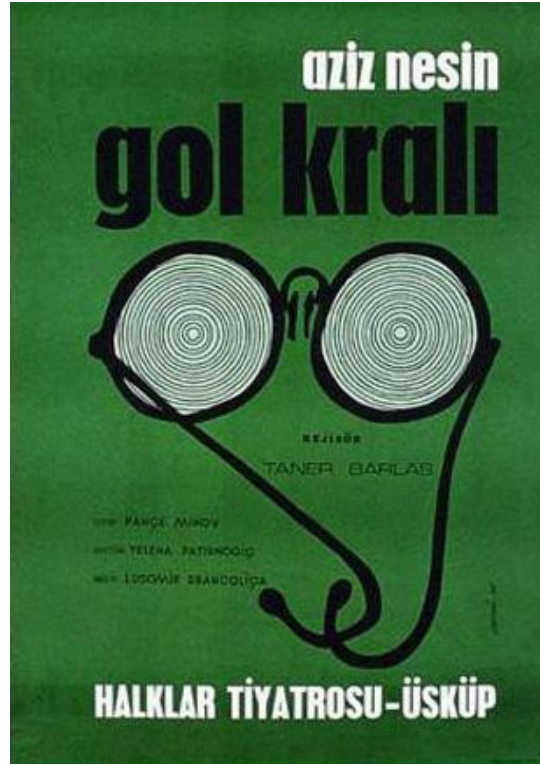
Resim 38: Mengü Ertel’in Karaca Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



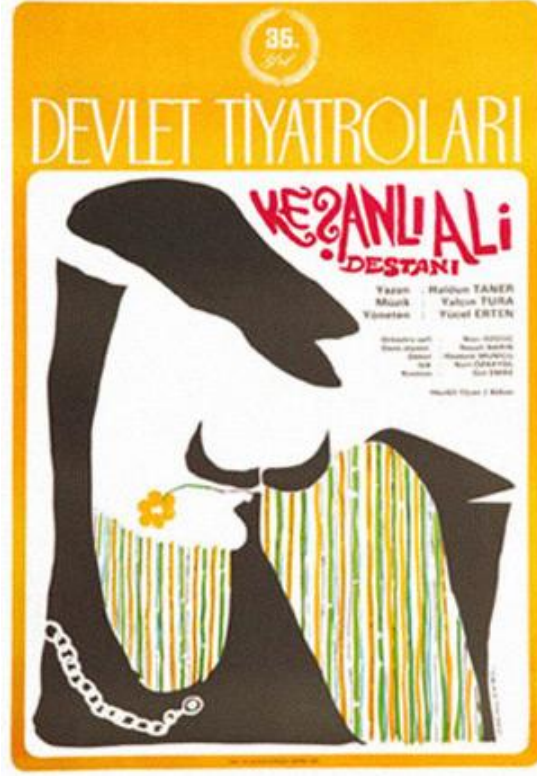
Resim 39: Mengü Ertel'in Dostlar Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



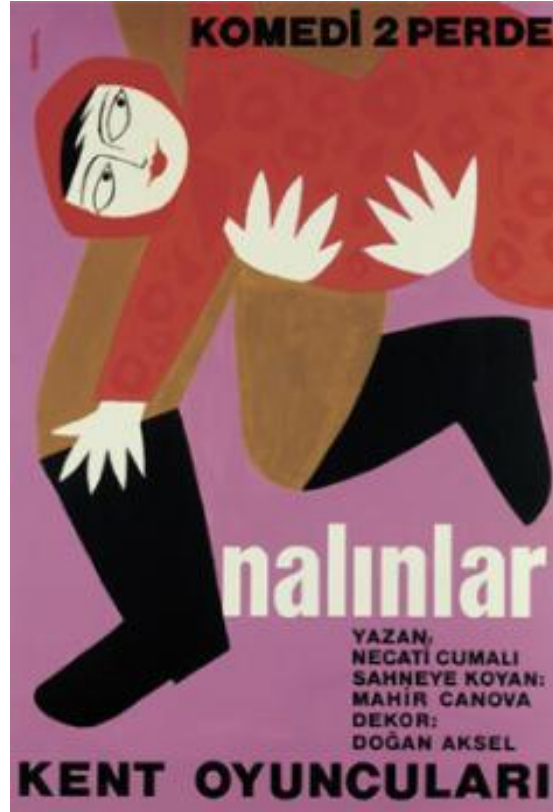
Resim 40: Mengü Ertel'in Halklar Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



Resim 41: Mengü Ertel'in Devlet Tiyatroları için tasarladığı afiş.

Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



Resim 42: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>

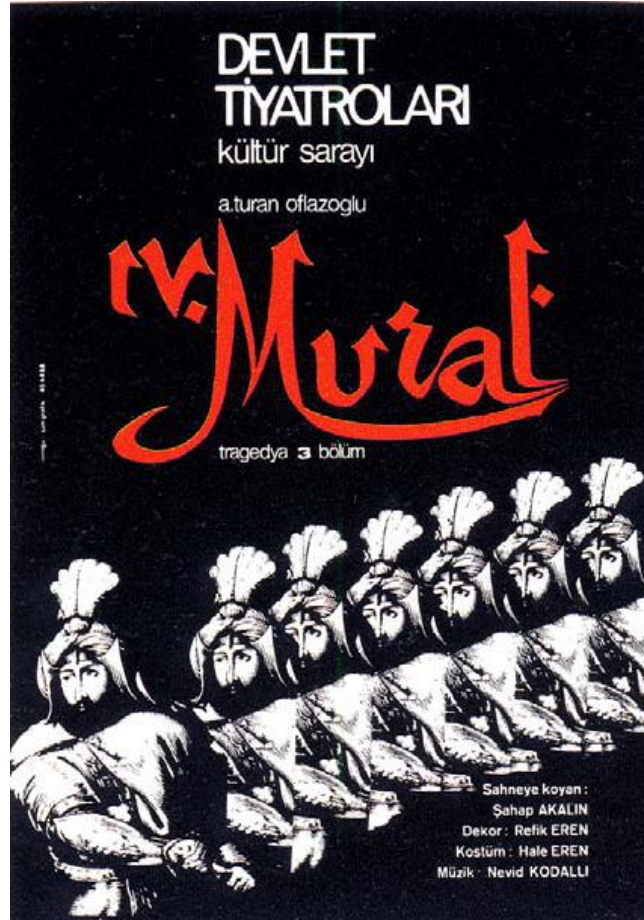


Resim 43: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.
Kaynak: <http://www.yurdaertintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Resim 44: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.
Kaynak: <http://www.yurdaertintas.com/Gallery.aspx?Category1#>

Günümüzde birçok ürün tanıtıma, reklama ihtiyaç duymaktadır. Bunun için sanatsal süreçlere, özellikle profesyonel grafik tasarımcılara başvurulmaktadır. Fakat ne yazık ki ülkemizde sanat, kendisini tanıtmada konusunda zayıf kalmıştır. Özellikle bu eksiklik Devlet Tiyatroları'nın ve devletin tiyatro okullarının tanıtım ve afiş tasarımlarında ön plana çıkmaktadır. Tiyatro afişlerine verilen önemin yıllar geçtikçe azaldığı görülmektedir. “Örneğin; Devlet tiyatroları 1960'lı ve 1970'li yıllarda ülkenin önde gelen grafik tasarımcılarına afiş için başvururken (Resim: 43), 1980'li yıllarla birlikte bu çabalar yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlamıştır.” (Gümüşlü, 2008: 9) 1980'li yıllarda, kamuya açık yerlerde sergilenecek afişleri tasarlayacak olan kişilerin sadece bilgisayardan anlıyor olması yeterli olacağı düşüncesi ortaya çıkmıştır. Bu düşünceyle birlikte bazı sorunların yaşanılması kaçınılmaz olmuştur. Bu sorunlardan bazıları basitlik ve aynı şeyleri tekrar etme alışkanlığı, düşünce gücünün azalması, kullanılmamasını beraberinde getirmiştir.



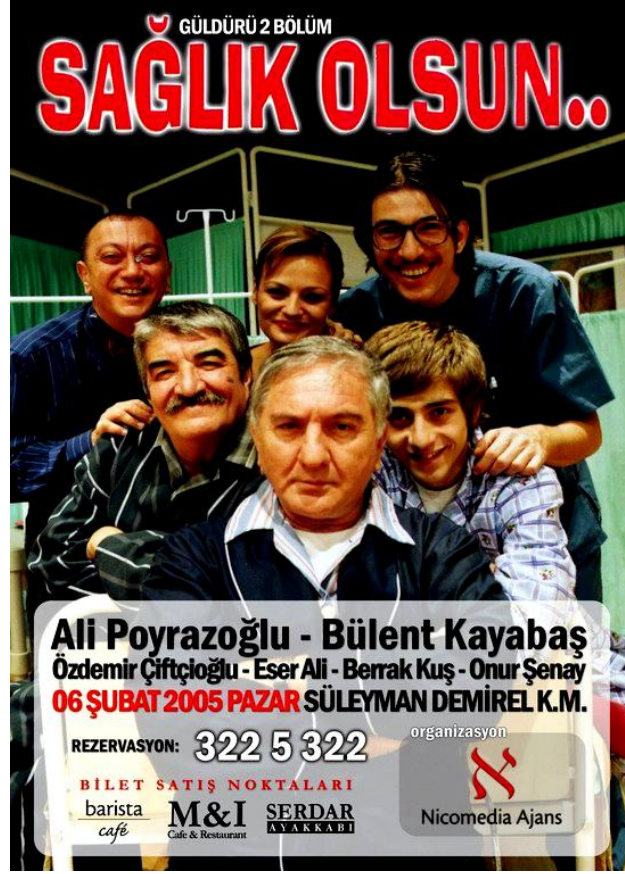
Resim 45: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

Kaynak: Gümüşlü, 2008: 9

“Ticaret ve sanayide başarılı olan iş adamları ya da politikacılar kendi tarzlarıyla tanıtım yapmayı sürdürürken; birçok özel ya da kamuya ait tiyatro topluluğu da (örneğin, Ali Poyrazoğlu, Levent Kırca, Ferhan Şensoy tiyatroları, Ankara Üniversitesi DTCF Tiyatro Bölümü, Ankara Büyükşehir Belediyesi Tiyatroları gibi) kendi ekiplerinden “eli yatkın” elemanlara afiş yaptırmışlardır. (Resim: 46 ve 47)”
(a. g. e: 16)



Resim 46: 2005 yılında yapılan bilinçsiz bir stilizasyonun hakim olduğu özel tiyatro afişi.
Kaynak: Gümüşlü, 2008: 17



Resim 47: 2005 yılında yapılan estetik kaygıların arka planda olduğu özel tiyatro afişi.

Kaynak: Gümüşlü, 2008: 17

Türkiye’de tasarlanan tiyatro afişlerinin temel sorunu tasarımlarına gereken önemin verilmemesidir. Bu sorun sadece tiyatro alanını değil ülkenin kültürel afiş alanını da olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü bir ülkenin kültürel afişleri, o ülkenin sanatını ve gelişmişlik düzeyini belirleyen en önemli etkenlerden biridir. Bu nedenle tiyatro afişlerinde görülen yetersizlikler, Türkiye’nin kültürel anlamdaki imajını da olumsuz yönde etkilemektedir. Tiyatro afişi tasarlanırken yalnızca oyunu duyurmak için tasarlanmamalı, aynı zamanda oyunun içeriği de tanıtılmalıdır. Bir tiyatro afişinin bütünleyici olabilmesi için, oyun daha önceden izlenmeli ve oyun metni okunmalıdır. Böylece uygulanacak afişte oyun sadece tanıtılmakla kalmaz, oyunun içeriği de vurgulanmış olur.

Kısaca, tiyatro afişlerinde, yazının içeriğinden çok; biçimi; resmin içeriğinden çok; işleniş biçimi başarıya ulaştıran etkenlerdendir. Türkiye’de bu etkenleri etkili kullanan tasarımcılar olarak; Yurdaer Altıntaş, Gülizar Çepoğlu, Bülent Erkmen, Mengü Ertel, Sadık Karamustafa, Mithat Özar, Erkal Yavi, Kenan Temizan ve Uğurcan Ataoğlu örnek gösterilebilir.



Resim 48: Yurdaer Altıntaş'ın 1985 yılında Fikret Hakan Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>

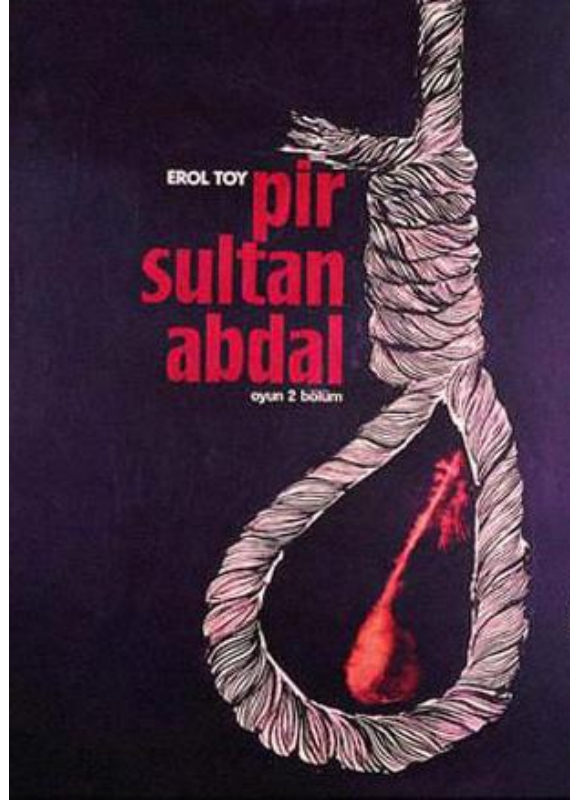


Resim 49: Yurdaer Altıntaş'ın 1990 yılında Dormen Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

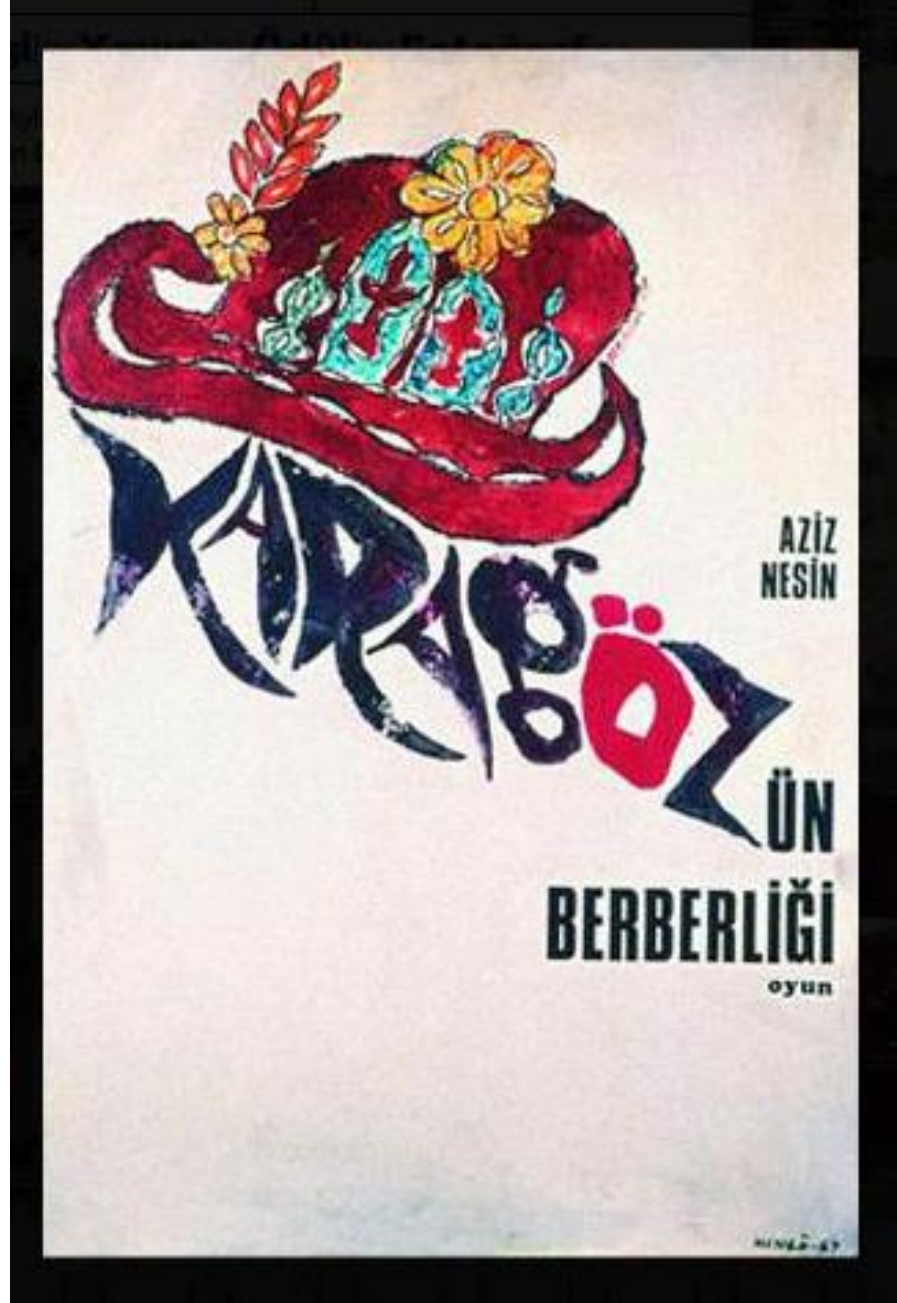
Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Resim 50: Yurdaer Altıntaş'ın 1990 yılında Kent Oyuncuları için tasarladığı afiş.
Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Resim 51: Mengü Ertel'in Pir Sultan Abdal adlı afişi.
Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



Resim 52: : Mengü Ertel'in Karagöz'ün Berberliği adlı afişi.

Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>



Resim 53: Bülent Erkmen'in İstanbul Devlet Tiyatrosu için tasarladığı "Efrasiyab'ın Hikayeleri" oyun afişi.

Kaynak: http://www.yapi.com.tr/Yarismalar/tasarimci-bulent-erkmen-lahti-afis-bienalinde-birincilik-odulu-aldi_4771.html



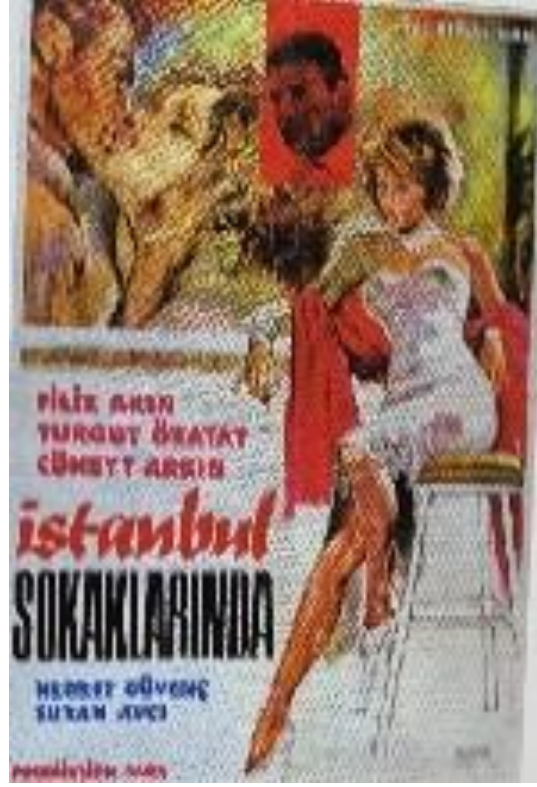
Resim 54: Bülent Erkmen'in Sahte Kimlikler 5 adlı tiyatro afişi.

Kaynak: http://www.yapi.com.tr/Yarismalar/tasarimci-bulent-erkmen-lahti-afis-bienalinde-birincilik-odulu-aldi_4771.html

2.3.1.2. Sinema Afifleri

“Türkiye’de sinema tarihinin başlangıcı, Bertrand adlı bir Fransızın II. Abdülhamit zamanında, 1896 yılında, Saray’da yaptığı ilk film gösterimleri ile başlamıştır. Türkiye’de ilk sinema gösterimi 1896 yılında Yıldız Sarayı’nda gerçekleşmiştir. Daha sonraları Fransız firması Pathe’nin temsilcisi Romanya uyruklu Sigmund Weinberg’in yardımlarıyla Beyoğlu yakınlarında halka film gösterilmiştir. Bu filmler genellikle kısa metrajlı belge ve güldürü filmleriydiler. Weinberg, halkın sinemaya gösterdiği ilgiden dolayı, 1908’de, Türkiye’deki ilk sinema salonu olan Pathe Sineması’nı yaptırmıştır.” (<http://hayaletik.blogcu.com/turk-sinamasi-yesilcam-tarihi-afisleri/6238372>)

İlk Türk sinema gösterimi ise 19 Mart 1908 yılında, Cevat Boyer ile Murat Bey tarafından Şehzadebaşı’nda gerçekleşmiştir. Bu tarihten sonra Türk sinemasının açılışını 6 Temmuz 1910 yılında, Şakir Seden ve Fuat Uzkınay gerçekleştirmişlerdir. Fuat Uzkınay Birinci Dünya Savaşı’nda yedek subaydır. 14 Kasım 1914 yılında Türk sinema tarihinin ilk belgesel filmini çeker. Bu belgesel filmin adı “Ayastefanos’taki Rus Abidesinin Yıkılışı”dır. Bu film 150 metre uzunluğundadır. Türk sinemasında, uzun metrajlı ilk filmler, 1917 yılında Sedat Simavi tarafından çekilen “Pençe” ve “Causus” adlı filmlerdir. 1919 yılında afişi basılarak yurtdışına satılan ilk Türk filmi” Binnaz” olmuştur. Türkiye’deki özel ilk yapım şirketleri; 1922 yılında kurulan Kemal Film ve 1928 yılında kurulan İpek Film yapım şirketleri olmuşlardır. 1928 yılında Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen “İstanbul Sokaklarında” adlı film, ilk sesli Türk filmi olmuştur (Resim: 55). 1953 yılında Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen “Halıcı Kız” ilk renkli Türk filmidir (Resim:56). 1964 yılında ilk uluslar arası ödülü Metin Erksan’ın yönettiği “Susuz Yaz” adlı film almıştır. Bu film Berlin Film Şenliği’nde Altın Ayı büyük ödülünü de almıştır (Resim: 57).



Resim 55: İstanbul Sokaklarında adlı film afişi.

Kaynak: <http://www.sinemalar.com/film/62772/Istanbul-Sokaklarinda-i/>



Resim 56: Halıcı Kız adlı film afişi.

Kaynak: http://www.sinematurk.com/film_genel/3636/Halici-Kiz



Resim 57: Susuz Yaz adlı film afişi.

Kaynak: <http://www.beyazperde.com/film/4014>

“Unutulmaz melodramlardan, komedilere, toplumsal içerikli filmlerden seks filmlerine kadar Türk sineması, yalnız 35 milimetrelik film şeridinde değil, sarı kağıt üzerine renkli baskılarla da ölümsüzleşmektedir. Milli Kütüphane’nin özel arşivindeki orjinal beş bin film afişi arasında, ilk Türk renkli filmi “Halıcı Kız”ın afişi paha biçilemez değerdedir (Resim: 56). Unutulmaz komedi filmleriyle Kemal Sunal’ın “Şaban” serisinin dönemin koşullarını inceden alaya alan film afişleri de klasik niteliği taşımaktadır.” (<http://www.tumgazeteler.com/?a=3920081&cache=1>)



Resim 58: 1978 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.

Kaynak: <http://www.sinemalar.com/film/3925/Inek-Saban/>

Sinema afişleri tasarımlarıyla çekildiği dönemin özelliklerini yansıtmaktadır. Değerleri oldukça yüksek olan eski Türk filmi afişleri, Milli Kütüphane’de korunmaktadır.

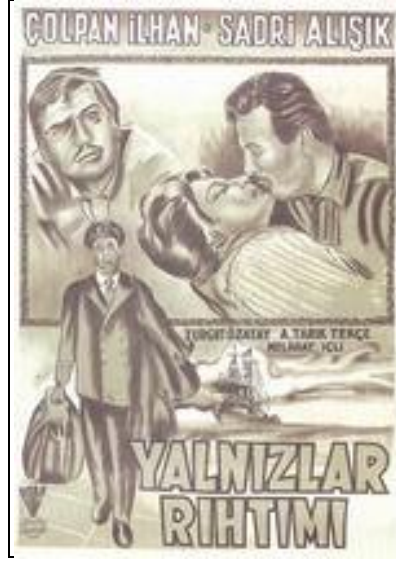
“Kütüphanenin özel arşivinde, 1950’li yılların siyah beyaz filmlerinden, hala zevkle izlenen Türkan Şoray, Kadir İnanır, Ediz Hun ve Hülya Koçyiğit’in aşk melodramlarına, Kemal Sunal, İlyas Salman ve Şener Şen’in unutulmaz komedi filmlerinden, seks filmleri furyası ve toplumsal içerikli yapımlara, toplam beş bin civarında filmin afişi yer almaktadır.” (a. g. e)

Türk sinema afişleri denilince akla Yeşilçam filmleri gelmektedir. Yeşilçam film afişlerinde, aşkı ve acıyı anlatan tasarımlar yer almaktadır. Bu afişlere örnek olarak; Atıf Yılmaz imzalı Türkan Şoray ve Kadir İnanır’ın oynadığı “Karagözlüm” sinema filmi afişi ile yönetmen Lütfi Akad’ın “Yalnızlar Rıhtımı” adlı sinema filmi afişleri gösterilebilir.



Resim 59: Karagözlüm film afişi.

Kaynak: http://img03.blogcu.com/images/f/i/1/filmizle16/kara_g_zl_m_1255877340.jpg



Resim 60: Yalnızlar Rihtımı film afişi.

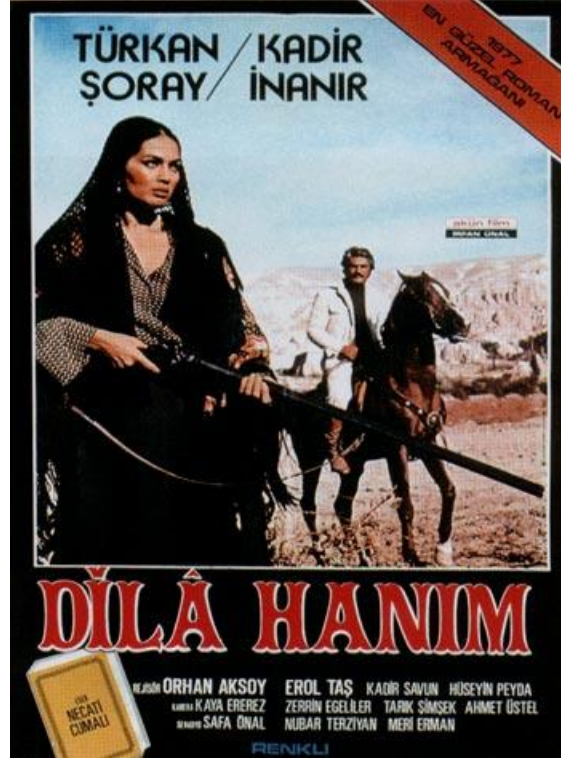
Kaynak: http://www.sinematurk.com/film_genel/6640/Yalnızlar-Rihtimi

“Cengiz Aytmatov’un ölümsüz eserinden uyarlanan, Türk sinemasının klasiği “Selvi Boylum Al Yazmalı” filminin afişi de özgün tasarımıyla en az filmi kadar klasikler arasında ölümsüzleşmektedir. Türkan Şoray ve Kadir İnanır’ın birlikte rol aldığı, Türk sinemasının unutulmaz klasiklerinden “Dila Hanım”, “Devlerin Aşkı” ve “Dönüş”ün afişleri de aşk ve çekişmeyi, filmleri kadar etkili anlatmaktadır.” (a. g. e)



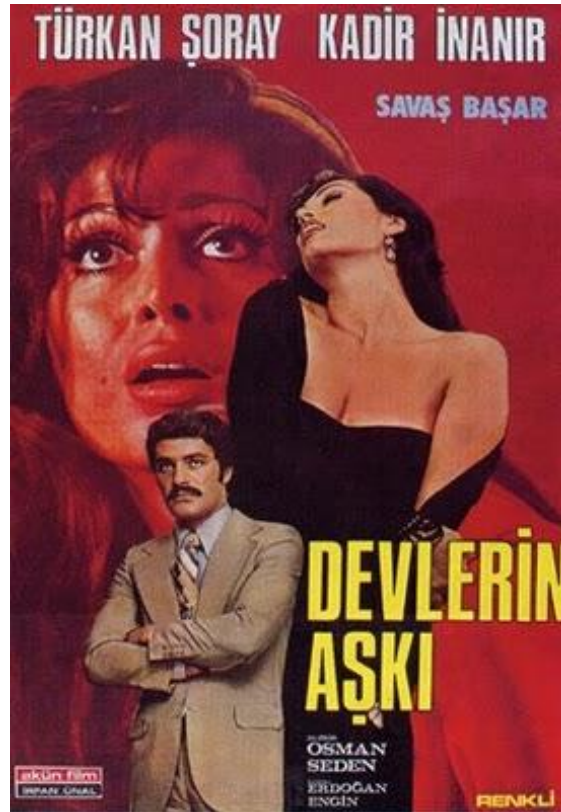
Resim 61: Selvi Boylum Al Yazmalı film afişi.

Kaynak: <http://www.sadibey.com/1978/11/09/selvi-boylum-al-yazmalim/>



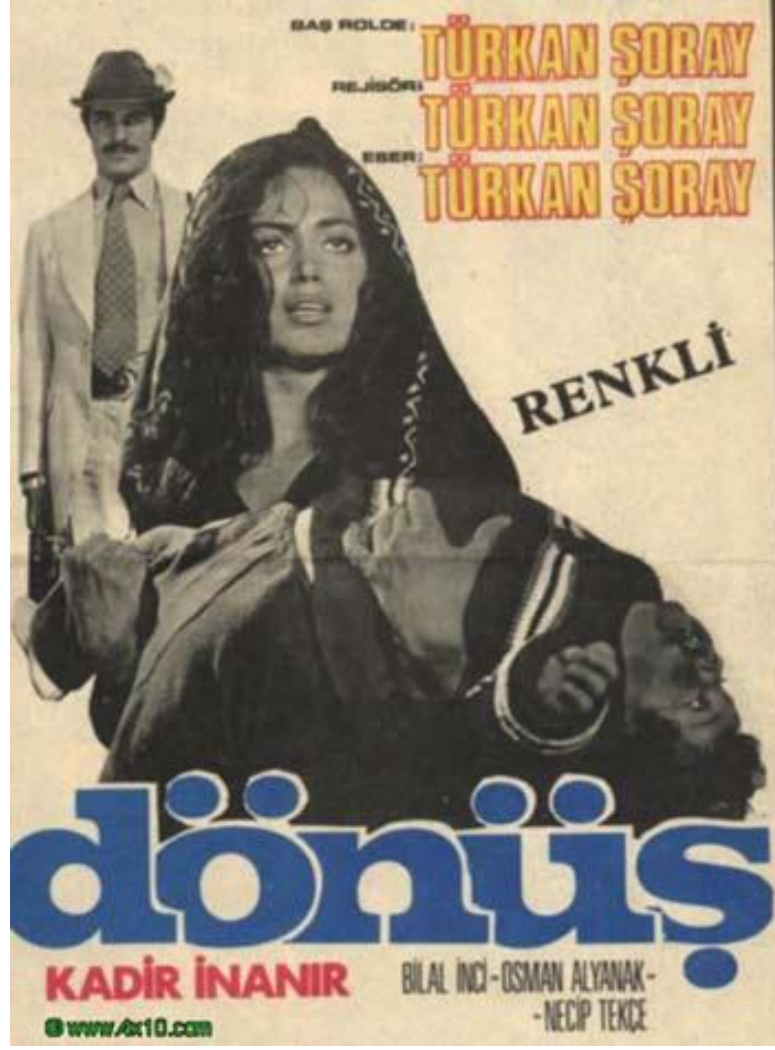
Resim 62: Dila Hanım film afişi.

Kaynak: <http://www.sinemadafilmizle.com/dila-hanim-sinema-film-izle.html>



Resim 63: Devlerin Aşkı film afişi.

Kaynak: <http://yerlifilmlerizle.blogspot.com/2010/07/devlerin-ask-filmini-izlekadir-inanr.html>



Resim 64: Dönüş film afişi.

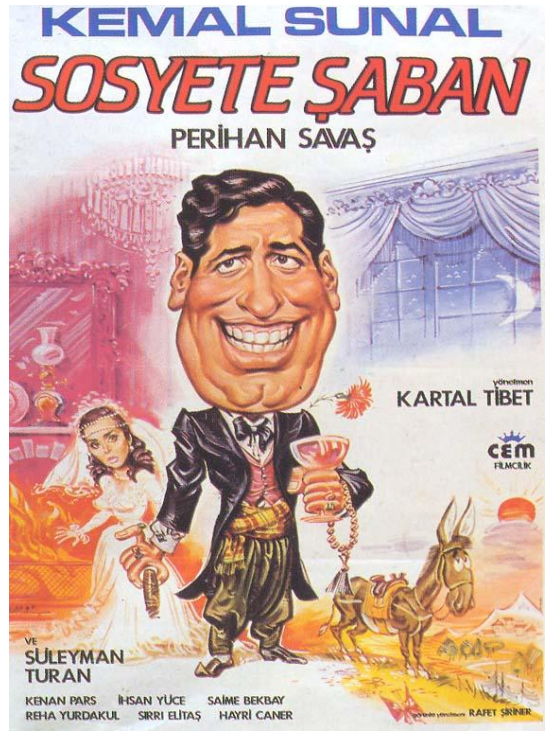
Kaynak: <http://www.sinemaseyredelim.com/etiket/online+D%F6n%FC%FE+1972+izle.html>

“Sinema filmi afişleri arşivinde, Türk sinema tarihinin görmezden gelinen dönemi olan erotik – seks filmleri afişleri de görülmektedir. Bu dönem 1970’li yıllarda yapımcıların yöneldiği ve daha sonra hiçe sayılan dönem olmuştur. 1971 yılında gösterime giren “Seks Fırtınası”, 1975 yılında çekilen “Ah Deme Oh De!” ile Aydemir Akbaş’ın oynamış olduğu 1978 yılında yapılan “Kendin Pişir Kendin Ye” filmi afişi ve Öztürk Serengil’in oynadığı “Erkek Dediğin” film afişleri de bu dönemin önemli sinema afişleri olarak gösterilmektedir. Komedi filmlerinin unutulmaz ismi Kemal Sunal’ın, kendisine yıllarca “İnek Şaban” dedirten “Şaban” serisinin afişleri, hem güldürmekte hem de dönemin koşullarını alaya almaktadır. İlyas Salman’ın “Şekerpare”, “Şaşkın Ördek” ve “Çöpçüler Kralı” gibi filmlerinin afişleri de güldürücü nitelikte espri taşımaktadır. Mafya ve kahramanlık temalı filmlerin çekildiği yılların en popüler başrol oyuncusu Cüneyt Arkın’ın, “Dünyayı Kurtaran Adam” ve “Silahım Ve Aşkım” filmleri ile “Malkoçoğlu” serisinin afişleri, arşivin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.” (a. g. e)



Resim 65: 1984 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.

Kaynak: <http://www.sinemalar.com/film/8598/Orta-Direk-Saban/>



Resim 66: 1985 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.

Kaynak: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/tr/4/4e/Sosyete_%C5%9Eaban.jpg



Resim 67: Şekerpare film afişi.

Kaynak: <http://www.sinematurk.com/images/film/6108.jpg>



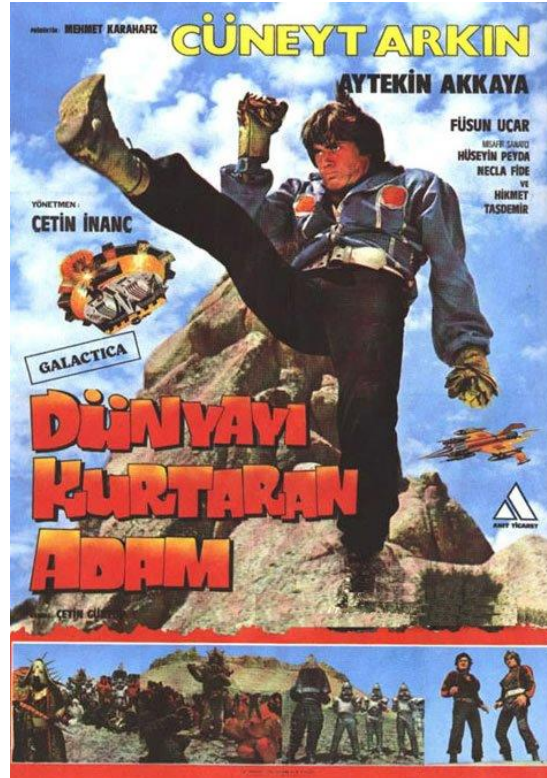
Resim 68: Şaşkın Ördek film afişi.

Kaynak: <http://www.sinemadafilmizle.com/afis/saskin-ordek.jpg>



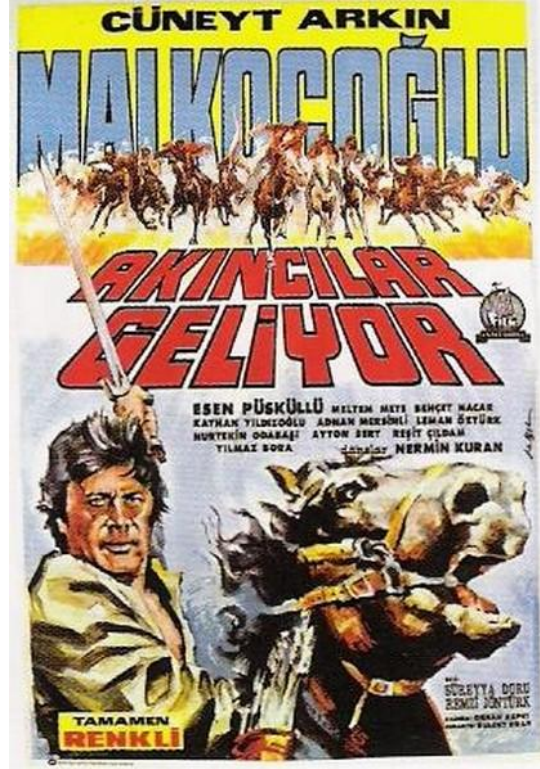
Resim 69: Çöpçüler Kralı film afişi.

Kaynak: <http://www.filmimiz.com/kemal-sunal/kemal-sunal-copculer-krali-filmini-izle/>



Resim 70: Dünyayı Kurtaran Adam film afişi.

Kaynak: <http://yerlifilmlerizle.blogspot.com/2011/02/dunyay-kurtaran-adam-izle-cuneyt-arkn.html>



Resim 71: Malkoçoğlu serisi film afişi.

Kaynak: <http://www.fullizle.org/malkocoglu-akincilar-geliyor-cuneyt-arkin.fullindirizle.html>



Resim 72: Malkoçoğlu serisi film afişi.

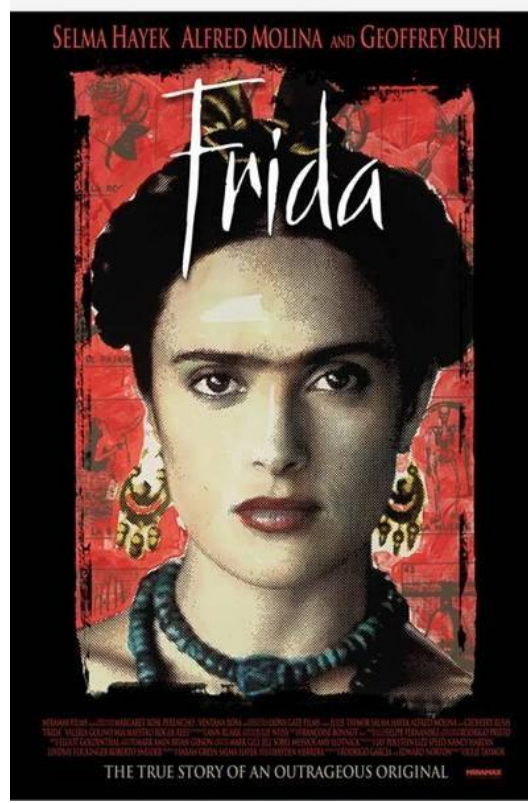
Kaynak: http://urun.gittigidiyor.com/MALKOCOGLU-CEM-SULTAN-FILMI-AFISI-CUNEYT-ARKIN_W0QQidZZ36014035#aciklama

Günümüzde, dünyaca tanınan Türk afiş sanatçısı Emrah Yücel'in afiş tasarımları en başarılı örnekler arasındadır. Büyük bir ilgiyle izlenen Amerikan sinemasının en ses getiren filmlerine afişler yapmıştır. Yapmış olduğu film afişleriyle hızla adını duyurmuş ve yapmış olduğu tasarımlar dünya çapında önem kazanmaya başlamıştır. Afişlerinde gelişen teknolojinin bütün imkanlarından yararlanmaktadır. Bu sayede tasarımındaki uygulamalarda daha etkili olmayı başarmıştır. Film afişlerinde olduğu kadar Film Festivali afişlerinde de farklı tasarımlara imza atmıştır.



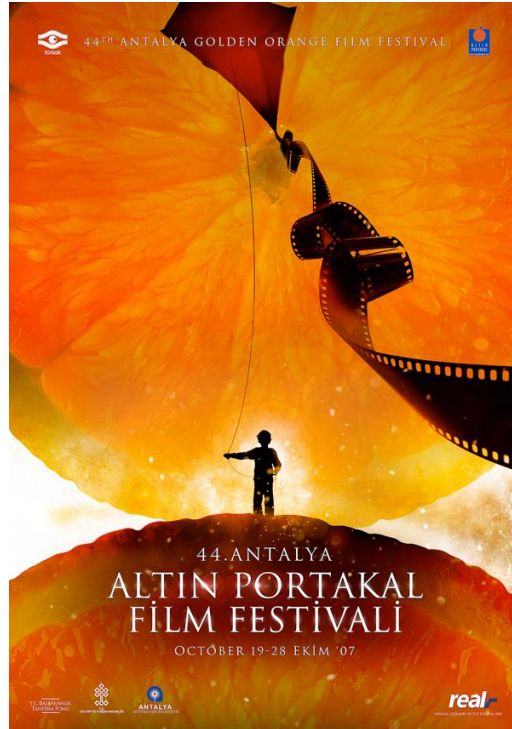
Resim 73: Emrah Yücel film afiş tasarımı.

Kaynak: <http://www.onedergi.com/wp-content/uploads/2010/08/210.jpg>



Resim 74: Emrah Yücel'in Key Art sinema ödüllü "Frida" afişi.

Kaynak: <http://img507.imageshack.us/img507/8057/87337321ha3.jpg>



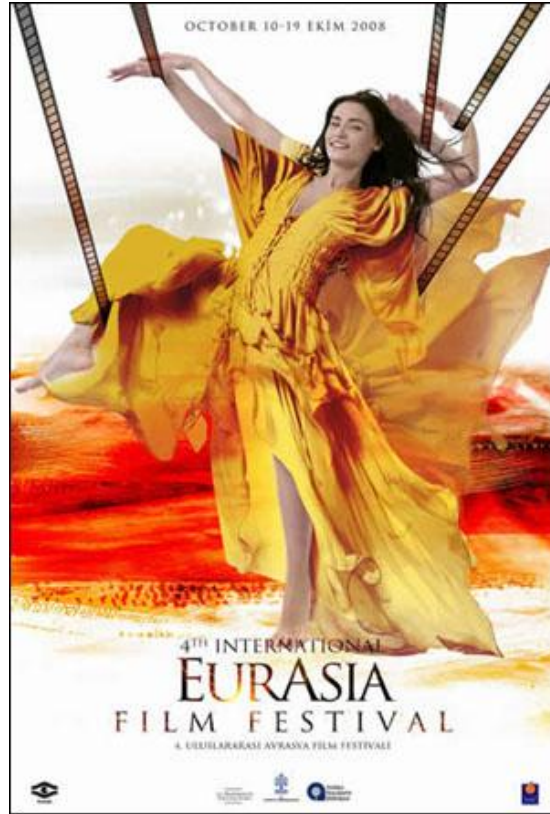
Resim 75: Emrah Yücel'in film festivali afişi.

Kaynak: <http://www.babakus.com/index.php?Babakus=flash&id=5136&page=1095>



Resim 76: Emrah Yücel'in film festivali afişi.

Kaynak: <http://omersaylikdavutoglu.blogspot.com/2010/09/47-altin-portakal-film-festivali.html>



Resim 77: Emrah Yücel'in film festivali afişi.

Kaynak: <http://www.turkforum.net/736137-60-tan-fazla-gala-avrsya-film-festivali-nde.html>

2.3.2. Sosyal Afişler

Sağlık, ulaşım, trafik, çevre, sivil savunma gibi konuları ele alan ve bu konularda eğitici, uyarıcı mesajlar veren afişlere, sosyal afişler denmektedir. Bu afişlerin dışında politik bir düşünceyi veya siyasi bir partiyi tanıtan afişler de sosyal afişler grubuna girmektedir.

Bir sosyal afiş tasarlanırken, bu afişin ileteceği mesaj kamuoyunun ilgisini çekmeli, yeni düşünceleri ve buluşları ortaya koymalıdır. Sosyal afişlerin tasarım amacı insanların psikolojik yönlerine dokunup, harekete geçirerek, sağlam ve etkili bir iletişim kurmak olmalıdır. Bu afişlerde kullanılan sloganlar oldukça kolay ve samimi olmalıdır. Sosyal afiş sloganında bu olmadığı zaman izleyici ile afiş arasında kurulmuş olan bağın kopması söz konusu olabilmektedir. Sosyal afişlerde slogan cümlesi çok etkili bir şekilde kullanılabilir. Böyle bir afişte yazı birinci derecede önemli bir unsur olarak görülür ve slogan yazısı afişteki renkten, görselden daha önemli konuma geçerek diğer etkenleri ikinci plana atmaktadır. Afişte kullanılan yazının formu, renk ve görsel uyumu birbiri ile bir denge içerisinde olmalıdır. Bu etkenler seyirci ile iletilmek istenen mesaj arasındaki bağı güçlendiren en önemli unsur olarak kabul edilmektedir.

Afişte iletilmek istenilen konunun anlatımı güçlendikçe, sosyal afişlerin ulaştırmak istedikleri mesajlar, ilgili kurumlara ve kişilere etkili bir biçimde zamanında iletilmiş olmaktadır.

2.3.2.1. Siyasi Afişler

Siyasi afişler çekimsiz, tarafsız ya da karşı görüşte olan kişilerden oluşmakta olan seçmen kitlesine hitap etmektedir.

“Siyasi afişler, bazen bir fikri, bir grubu veya bir kişiyi savunarak ya da tam tersine muhalefet ederek kitlenin istek ve beklentilerini yönlendirmeye çalışan afişlerdir. Siyasi afişler iki gruba ayrılmaktadır. Birinci gruba “iktidar afişleri”, ikincisine ise “muhalefet afişleri” denmektedir. Her iki gruptaki afiş tasarım yöntemi teknik bakımdan diğerlerinden farklıdır. Muhalif afişlerde, olayı (konuyu) abartarak ve bazen olayı bir tür trajikomik biçimde göstererek mesajı iletmektedirler. Yazının rolü ise her tasarımda farklı olmaktadır. Bazen birinci gruptaki yazının rolü daha ön

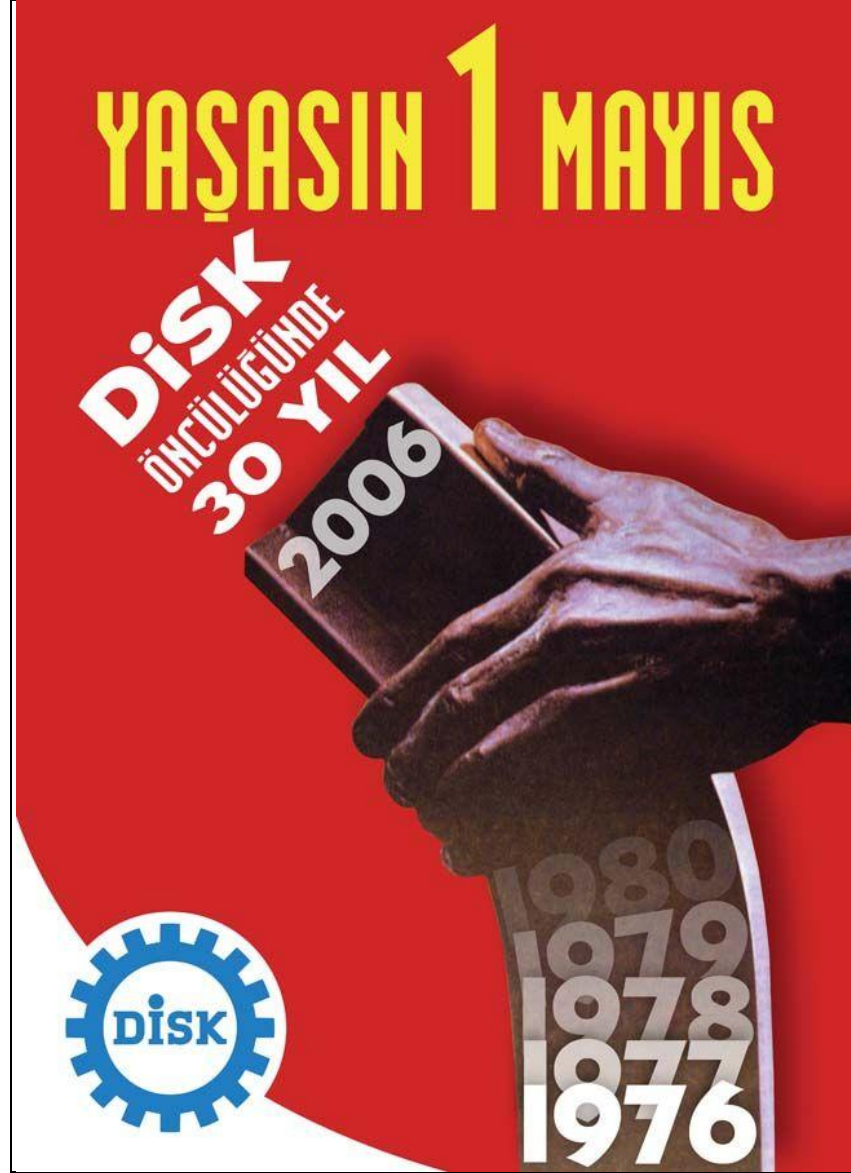
plana çıkmakta, ikinci gruptaki ise yazının yanı sıra, yazıyı görsel imge olarak canlandırmaya çalışmaktadır.”

(<http://www.gorselsanatlar.50megs.com/rbilgi/afis.htm>)

Afişler, iletişim araçlarının arasında en ucuz ve en kolay şekilde hazırlanabildiğinden dolayı seçim kampanyalarının ve medya uzmanlarının fazlaca tercih ettikleri en önemli araç olmuştur.

“Radyo, televizyon, basın gibi haberleşme araçlarından çeşitli olanaklara sahip güçler (politik gruplar ya da kişiler) yararlanırken bu olanaklardan yoksun bulunanlar, doğal olarak seslerini ancak siyasi afişlerle kamuoyuna duyurabilmektedirler. Yine radyo, televizyon ve basının devlet denetiminde olduğu rejimlerde, düzene karşı çıkanlar, bu haberleşme araçlarının hiçbirinden yararlanamıyor, seslerini ancak afişlerle duyurabilmektedirler. Sansürün geniş çapta uygulandığı ülkelerde de siyasi afişler kamuoyu oluşturmakta önemli bir rol oynamaktadır.” (Özkan, 2003: 18)

Seçim zamanlarında siyasi afişlerin taşıdığı siyasal malzeme fazlalaşmaktadır ve kitlelere iletilmek istenen siyasal mesajların oranı da artmaktadır. Siyasal afişlerde, toplumun içinde bulunduğu güncel şartlara göre çeşitli konular ele alınmaktadır. En fazla ele alınan konular arasında; pahalılık, işsizlik, can güvenliği, enflasyon, yolsuzluklar ve dış baskılar bulunmaktadır. Bir başka açıdan siyasi afiş, ya doğrudan iktidara yöneliktir ya da bozuk toplum düzenine yöneliktir. Bu tür afişlerin asıl görevi seyirciyi partiye karşı sempati uyandırıp, kendi yanına çekmektir. Siyasi afişlerin en önemli özelliğinin başında ikna edici olması gelmektedir. Bu amaca yönelik afiş çalışmalarının büyük çoğunluğu seçim dönemlerinde kullanılmaktadır. Siyasi afişlerin bir diğer özelliği ise haber vermektir. Bir mitingi veya yürüyüşü, protesto gösterilerini haber verirler. Örneğin; 1 Mayıs İşçi Bayramını konu alan veya savaş karşıtı mesajlar veren afişler sıkça görülmektedir.



Resim 78: 2006 yılında (DiSK) tarafından tasarlanan 1 Mayıs afiş tasarımı.

Kaynak: <http://www.disk.org.tr/default.asp?Page=Content&ContentId=142>

Siyasi afişler aynı zamanda karşı görüşleri eleştirerek yıpratma politikası da uygulamaktadır. Buna en güzel örnek SHP'nin 1987 yılı seçimlerindeki afişidir. Bu afişte sıkılmaktan posası çıkmış bir limonu sıkın bir el bulunmaktadır. Slogan olarak kullanılan cümle ise; "Beş yıl daha bir limon gibi sıkılmaya gücünüz var mı?" cümlesidir. Bu slogan, ANAP'ın beş yıl iktidar olduğu dönemde dar gelirli kesimin ekonomik açıdan zor durumda bırakıldığını dile getirmektedir. Bu afiş ANAP'ı zihinlerde mahkum etme politikasını etkili bir şekilde başarıyla yerine getirmiştir.

SOSYALDEMOKRAT HALKÇI PARTİ HALKIMIZA SORUYOR:

**BEŞ YIL DAHA
BİR LİMON GİBİ SIKILMAYA
GÜCÜNÜZ VAR MI ?**

Karar vermeniz için **7 gün** kaldı. 29 Kasım'da beş yıllık **geleceğinizi** oylayacaksınız. Zamlardan... geçim sıkıntısından... işsizlikten... yolsuzluklardan kurtulmak için **7 gün** kaldı...

Özal "**Enflasyonu önlemek istemeyen fakir dostu olamaz**" diye diye iktidara geldi. Uygulamasıyla yalnızca büyük sermayeden yana olduğunu gösterdi. **Ortadireği yok etti.**

"Dış itibarımız artıyor" diye diye **dış borçlarımızı 2 katına çıkardı.**

"Demokrasiye geçiyoruz" diye diye özgürlükleri, hukuku çığnemeye **yeltendi.**

Özal'ın masallarıdan kurtulmanız için... Türkiye'nin nefes alması için 7 gün kaldı. 7 gün sonra vereceğiniz kararla ya Masalcı Özal sizi bir limon gibi sıkılmaya devam edecek... ya da Güvenilir Lider İnönü Türkiye'ye nefes aldıracak.



Kendiniz için... Çocuklarınız için... Aileniz için...
Türkiye'miz için 29 Kasım Yepyeni Bir Başlangıçtır.
Oyunuzu sizin adınıza iktidar olacak SHP'ye verin...



Resim 79: SHP'nin 1987 yılındaki Genel Seçim afişi.

Kaynak: Uluğkay, 2006: 42

Siyasi afişlerin hedef kitlesi, partiye üye olanlar ve olacaklar, parti yandaşları, partiye oy verenler ve partiye oy vermeyenlerdir. Buradaki amaç, parti üyelerini, yandaşlarını ve oy verenleri olumlu bir tutum içinde tutup, partiye karşı ilgisiz olan seçmenlerin tutumlarını da olumlu hale getirmektir. Partiye karşıt veya zıt düşünce içerisinde olan seçmenlerin de tutumlarını olumlu ya da olumsuz olmaksızın nötre çevirmektir. Bunun yanı sıra hedef kitleye iletilecek olan mesajlar da önemli derecede etkili bir rol oynamaktadır. İletilmek istenilen mesajlar hedef kitlenin dikkatini çekmelidir. Parti hakkında nötr düşünen kitle için afişte verilecek mesajlar

ikna edici olmalıdır. Ayrıca hangi kitleye seslenilirse seslenilsin afişte kullanılan insan imgelerinin halktan kişiler olmasına özen gösterilmelidir. Bunun sebebi izleyicinin afişte kendini bulmak istemesidir. Siyasi afişler ülkelerin politik, sosyolojik, ekonomik ve kültürel değişiklikler süreci içerisinde, günün şartlarına uygun olarak gelişme göstermiştir.

Siyasi afişler grubu içerisinde yer alan seçim afişleri Türkiye’de 1946 yılında çok partili döneme geçişten sonra uygulanmaya başlanmıştır. 14 Mayıs 1950 yılı genel seçimleri yaklaşırken Demokrat Parti’nin kurucuları ülkenin her yerinde bulunan seçmenlerine ulaşabilmenin çözümlerini aramaktaydılar. O dönemlerde iletişim teknolojisi oldukça yetersizdi. Gazetelerin çoğu şehre ancak birkaç gün sonra ulaşabilmekteydi. Televizyon Türkiye’de yayına daha başlamamıştı. Bu nedenlerden dolayı DP’nin kullanabileceği tek etkili mecra afiştir. DP’nin afişi Türkiye genelinde yaygın bir biçimde kullandığı görülmektedir. DP’nin kullanmış olduğu “Yeter, Söz Milletindir!” sloganı ve DP’nin ambleminden oluşan kolay anlaşılır seçim afişleri sokaklarda ve köy kahvelerinde sıkça sergilenmiştir.



Resim 80: DP’nin 1950 yılındaki seçim afişi.

Kaynak: <http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html>

Bu dönemde DP ve CHP’nin afişlerine fazlaca rastlanmaktaydı. CHP’nin afişlerinde amblem niteliği taşımakta olan altı ok ve sloganlar kullanılmaktaydı.



Resim 81: CHP'nin 1946 yılındaki seçim afişi.

Kaynak: <http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html>

Siyasi afişlerin yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması 1957 yılında gerçekleşmeye başlamıştır. Bu yıldan itibaren afiş basımlarında oldukça artış görülmektedir. Bunun yanı sıra basılan afişler kaliteli ve ilgi çekici olmuşlardır.



Resim 82: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.

Kaynak: <http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html>



Resim 83: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.

Kaynak: <http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html>



Resim 84: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.

Kaynak: <http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html>

“Türkiye’deki siyasi afiş kullanımının geçmişi 40 – 45 yıllıktır. 1970’li yılların ortalarından itibaren siyasi partiler afişlerini partilerindeki bu işlerden anlayan insanlara yaptırmaktan vazgeçmişlerdir. Çağdaş grafik sanatı anlayışına uygun olarak grafik sanatçıları ya da grafik stüdyoları ile çalışmaya başlamışlardır. 1977 yılında CHP seçim afişlerini San Grafik Mengü Ertel ile birlikte yürütmüştür. San Grafik’in yaptığı çalışmalarda kullandığı stencil karakteri ve sola blok, diagonal tipografik düzen afişlerin aktif ve dinamik olmasını sağlamaktadır. Yine San Grafik’ten Leyla Uçansu’nun tasarladığı “silah gidecek – barış gelecek” afişi illüstratif bir çözümlenme içermektedir.” (a. g. e: 21)



Resim 85: CHP’nin 1977 yılında Leyla Uçansu’nun tasarladığı afişi.

Kaynak: <http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html>

Reklam ajansı ve siyasi pazarlama iletişimi Türkiye’de 1977 yılı genel seçimlerinde ilk kez görülmüştür. Bu seçimlerde Adalet Partisi, Cen Ajans’la beraber çalışarak seçim kampanyalarını hazırlamıştır. Bu afişler sokakların her yerini kaplamıştır. Bu afişlerde mor bir zemin üzerine “Bu renge dikkat edin” sloganı kullanılmıştır. Bu işlemden sonra duvarlara, yazısız mor renkte afişler asılmıştır. Bu boş afişler insanlar üzerinde büyük etki göstermiş ve merak hissini uyandırmıştır. Birkaç gün sonra, sokağın başındaki afişin üzerine A harfi, sokağın diğer başındaki afişin üzerine de P harfi yapıştırılmıştır. Bu sayede bu afişler birer AP afişi oluşturmuşlardır. Böylelikle

seçmenlerin dikkatlerinin önemli ölçüde çekilmesi sağlanmıştır. Türkiye’de seçmenler, 6 Kasım 1983 yılı seçimlerinde farklı bir unsurla karşılaşmışlardır. Bu unsur, kamuoyu yaratıp, yönlendirme çabası içerisinde olan kitle iletişim araçlarının ve onları etkileyip, yönlendiren reklam ajanslarının devreye girmesidir.

“İletişimin önemini en iyi anlayan ve kullanan Anavatan Partisi 1983 genel seçimlerinden iktidar partisi olarak çıkmıştır. Aday olan siyasal partiler, yazılı basına reklam vermeye başlamışlardır. 1977 seçimlerinde Adalet Partisi, 1983 seçimlerinde de Anavatan Partisi kitle iletişim araçlarını ve seçim afişlerini etkili kullanmışlar ve başarıya ulaşılarak daha sonraki dönemlerde de diğer partilere öncülük yapmışlardır.” (Uluğkay, 2006: 58)

Siyasal afişler, içerisinde savaş afişlerini de barındırmaktadır. Savaş afişlerinde dramatik objeler kullanılmaktadır. Ulusal dayanışmaya önem vermeyenlerin dikkatini çekmek için kullanılan yöntemdir. Bu tür afişler, insanları daha az yemek yemeğe, daha az satın almaya, tasarruf etmeye yönlendirmek amaçlı yapılmaktadır. Savaş afişlerinin ortaya çıkması 1. Dünya Savaşı ile gerçekleşmiştir. Bu dönemdeki savaş afişleri, siyasi afişlerin temelini oluşturmakta önemli rol oynamıştır. Bu tür afişlerde savaşa son verme, halkı bilgilendirme ve devletin savaş için halka çağrıda bulunma mesajları iletilmiştir. Savaş afişlerinde 1. Dünya Savaşı döneminde içerdiği konular savaşla ilgili olmuştur. Fakat 2. Dünya Savaşı döneminde savaş afişlerinde savaşa duyulan nefret gündeme getirilmiştir. Tasarımcılar tarafından kamuoyunu aydınlatmak amacı ile tasarlanmıştır. Savaş dönemi içerisindeyken afişler üzerinde yazı ve açıklama bulunmayan bir afişe rastlanılmamıştır. Savaş dönemlerinde, kültürel ve sanatsal faaliyetler durmuştur. Fakat buna rağmen savaş afişlerine büyük sorumluluklar yüklenmiştir. Bu sorumluluğun farkında olan tasarımcılar da savaş döneminde etkili afiş uygulamaları gerçekleştirmişlerdir. Bu dönemde fotoğraf çok fazla gelişim göstermediğinden dolayı, seçim afişlerindeki gibi savaş afişlerinde fotoğraf kullanımı sık olmamıştır. Savaş afişlerinde illüstrasyon uygulamaları daha fazla görülmektedir.

Siyasi afişlerin geçmişten günümüze kadar sıkça kullanılmış olduğu görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, afişin ekonomik, akılda kalıcı ve etkili olmasıdır. Afiş sağladığı etkiyle ve kullanım alanlarıyla Türk siyasal yaşamına şahitlik etmiştir. Ayrıca hedef kitleye bunu etkili bir biçimde anlatmayı başarmıştır. Afiş bu süre içerisinde çok partili sistemin demokratikleşmesine de etki etmiştir. O

dönemden, günümüze kadar gelen zaman içerisinde kendi gelişimini de sürdürmüştür.

2.3.2.2. Sosyal Sorumluluk Kampanya Afişleri

Sosyal sorumluluk kampanyaları; toplum yararına gönüllü bir şekilde hizmet etme amacı taşımaktadır. Bu kampanyaların asıl amacı, toplumsal gelişimi, kalkınmayı ve refahı sağlamaktır.

“Toplumsal bir soruna dikkat çekerek, yarar sağlaması, uzun süreli olması, ölçümlenebilmesi, doğrudan ticari boyutunun olmaması ve tanıtımının yapılması en önemli özelliklerindedir. Toplumun ihtiyacı olan bir konunun seçilmesi hem topluma fayda sağlamaktadır hem de projenin ilgi çekmesi ve amacına ulaşması açısından önem taşımaktadır. (Karahan, 2006: 62)

Sosyal sorumluluk kampanyaları toplumun geleceğine yapılan en önemli yatırımlarından biridir. Kurumlar, toplumun ihtiyaç duyduğu konularda sosyal sorumluluk kampanyaları uygulamalarına destek vererek bu bilinci somut hale getirmektedirler. Sosyal sorumluluk projeleri şirketlere uzun dönemde kar elde ettirmekte, bununla beraber sosyal amaca hizmet etmeye de olanak sağlamaktadır. Bir kurum kendisi ve markası için itibarını değiştirmek, yükseltmek için sosyal sorumluluk kampanyası etkinliği başlatabilir ve toplumsal bir sorunu çözmek için harekete geçer. Fakat bu kampanyalarda asıl amaç, kurumların ticari kaygılarını yenerek, toplumun ihtiyaçlarını karşılayıcı, yapıcı çözümler bulmak olmalıdır. Bu çözümleri de hayata geçirebilmelidir. “Sosyal sorumluluk kampanyalarının en önemli basamağı, kampanyayı en yararlı nasıl kılınabilir sorusuna veri sağlayacak kreatif brifi hazırlamaktır.”

(<http://www.siviltoplum.com.tr/?ynt=icerikdetay&id=115>)

Sosyal sorumluluk kampanyaları 1980 yılından sonra gündeme gelerek yaygınlaşmaya başlamıştır. Sosyal sorumluluk projeleri, Türkiye’de özellikle son yıllarda birçok firmanın desteği alınarak yürütülmektedir. Ayrıca Türk halkının da sosyal sorumluluk projelerine karşı duyarlılığının her geçen gün arttığı görülmektedir. Eğitim, sağlık, çevre, kültür – sanat, şiddet vb. gibi alanlarda sosyal sorumluluk kampanyalarına sıkça rastlanmaktadır. Bu alanlarda belli bir konuya dikkat çekilir. Toplumsal bir bilinç ve duyarlılık yaratmak asıl hedeflenen amaçtır.

Bu duyarlılığın topluma yayılması ve öneminin algılanması, toplumun bu konular üzerinde harekete geçmesini sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk kampanyalarıyla verilmek istenen mesajın izleyiciye ulaştırılabilmesi için birçok kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla verilmek istenen mesajın, hedef kitle üzerinde etki edip, bir düşünce ve tavır geliştirilebilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşabilmenin asıl yolu doğru kitle iletişim araçlarını kullanmaktır. Sosyal sorumluluk kampanyaları alanında etki gösterecek en önemli kitle iletişim aracı basılı reklam araçlarından biri olan afiştir. Dünyadaki birçok soruna dikkat çekmek için sosyal sorumluluk kampanya afişleri hazırlanmaktadır. Bu afişler hem sanatsal değer taşımakta, hem de dünyadaki birçok sorunu ele almaktadır.

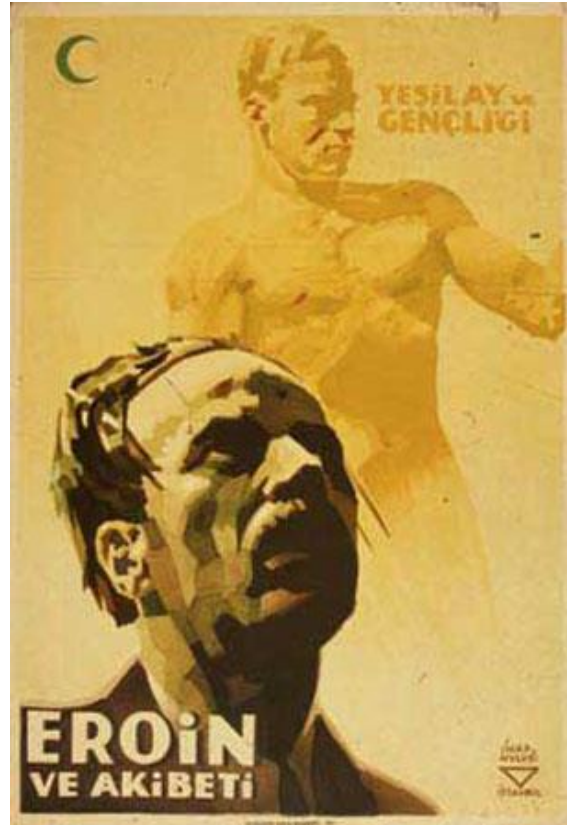
“Sosyal sorumluluk kampanya afişlerinde hedef kitlenin dikkatini çekmek, harekete geçirmek için uygulanan tasarım büyük önem taşımaktadır. Tasarım süresince yapılabilecek olan küçük bir hata izleyicide yanlış anlamalara yol açabilir. Bu nedenle sosyal sorumluluk kampanyalarının oluşum süreci boyunca afiş tasarımcıları, iletişimciler ve sosyal pazarlama uzmanları beraber çalışmalıdırlar.”
(Gülerce, 2008: 2)

Bu kampanya afişlerinde iletilmek istenen mesaj, doğru slogan tercihleriyle izleyiciye ulaştırılmaktadır. Bu nedenle bu afişlerde kullanılan sloganın önemi büyüktür. Bu afişler hedef olarak belirlenen kitleyi eğitici ya da motive edici olmalıdır. Afişte kullanılan grafik öğeler, verilmesi istenen mesajın doğru şekilde aktarılıp algılanmasına ve insanların konu üzerinde bilgilenererek, sorunlar üzerinde düşünebilmesine yardımcı olacak nitelikte olmalıdır. Afiş herkes tarafından okunabilir bir dil oluşturduğu için sosyal sorumluluk kampanyalarının duyurularında uygulanan yöntemler arasında ilk sırada yer almaktadır.



Resim 86: Mesut Manioğlu'nun verem konulu sosyal sorumluluk afişi.

Kaynak: Çetin, 2008: 111



Resim 87: İhâp Hulusi Görey'in sosyal sorumluluk afişi.

Kaynak: <http://www.ihaphulusi.gen.tr/sanalsergi.html>



Resim 88: İhap Hulusi Görey'in sosyal sorumluluk afişi.

Kaynak: <http://www.ihaphulusi.gen.tr/sanalsergi.html>

Ülkemizde eğitim alanındaki sorunların giderilmesinde sosyal sorumluluk kampanyalarının başlatılmasının payı büyüktür. Milliyet gazetesi tarafından yürütülmeye başlatılan “Baba Beni Okula Gönder” kampanyası, ülkemizde kız çocuklarının eğitimi konusunda yapılan kampanyalar arasında en önemlilerinden bir tanesidir. 23 Nisan 2005 yılında bu sosyal sorumluluk projesi hayata geçirilmiştir.



Resim 89: Milliyet gazetesi 2005 yılı sosyal sorumluluk afişi.

Kaynak: <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=925671&Date=12.03.2009&CategoryID=77>

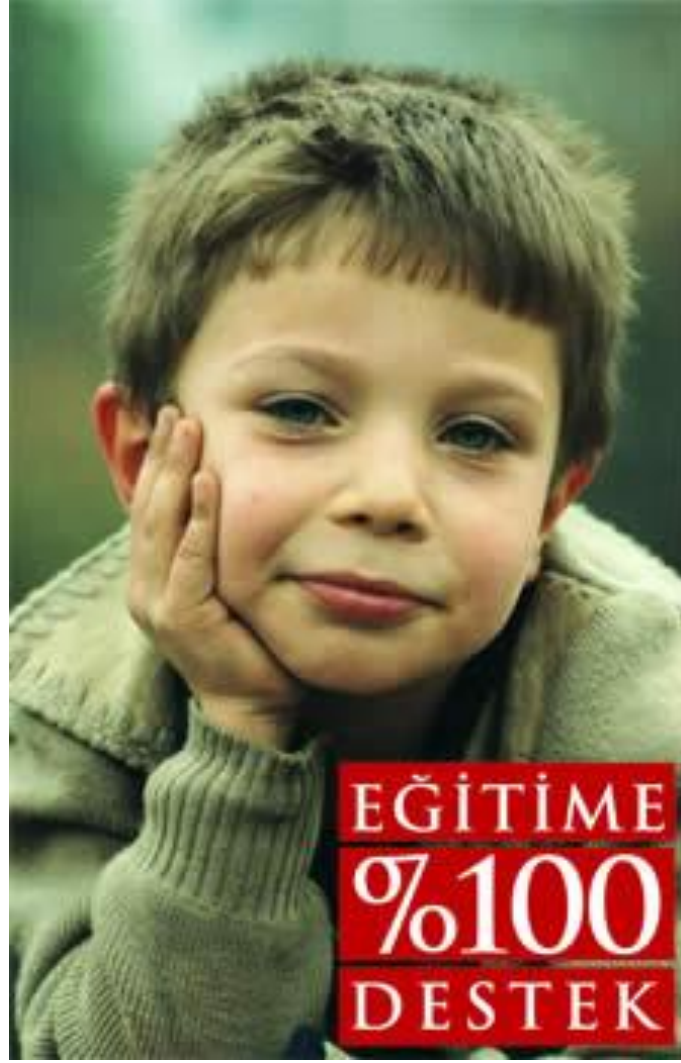


Resim 90: Kız çocuklarının okula gönderilmesi için tasarlanan sosyal sorumluluk afişi.

Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/-baba-beni-okula-gonder-kampanyasi-icin-acik-arttirma-ekonomi/sondakika/24.12.2010/1330534/default.htm>

Sosyal sorumluluk kampanya afişlerinde hedef kitleyi bilinçlendirmek adına, afişlerde genellikle slogana ve kullanılan fotoğrafın dikkat çekici olmasına özen gösterilmektedir.

Milli Eğitim Bakanlığının başlattığı “Eğitime % 100 Destek” kampanya afişlerinde de bu özelliklerden yararlanılmıştır. Bu tür afişlerde fotoğrafın izleyici üzerinde bırakacağı etkinin daha fazla olacağı düşünülmektedir.



Resim 91: Çocukların okula gönderilmesi için tasarlanan sosyal sorumluluk afişi.

Kaynak: <http://www.laldesign.net/en/eoitime+100+destek+bizden-2.html>

Uzun vadeli eğitim kampanyalarının yanı sıra, kısa vadeli olanları da görülmektedir. Ülkemizde hızla artan nüfus ve yaşanan göçler nedeniyle okul sayıları yetersiz gelmekte ve çocuklar okula gidememektedirler. Buna çözüm getirmek amacıyla NTV ve UNICEF (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu) Milli Komitesi'nin birlikte yürüttüğü "Okul Ekliyoruz" kampanyası başlatılmıştır. 23 Nisan 2007 tarihinde başlatılmış olan bu kampanya gün boyu yapılacak olan bağışlarla gerçekleşecekti. Bu kampanyanın amacı bu olduğu için uygulanan afiş tasarımında izleyiciyi yönlendirerek, bağışta bulunması için yapması gereken adımları göstermektedir. Kullanılan sloganda asıl amaç gösterilmiştir. Görsel olarak uygulanan çizimde de sloganı tamamlayıcı grafiksel bir çalışma uygulanmıştır.



Resim 92: 2007 yılında okul ekliyoruz kampanyası afişi.

Kaynak: http://www.unicef.org/turkey/pc/img/_ge74.gif

Sağlık iletişimi de, sosyal sorumluluk kampanyaları çalışmalarına konu olan önemli uygulama olanlarından biridir. Günümüzde sağlık alanında yapılan sosyal sorumluluk kampanyaları, bireylerin daha sağlıklı, kaliteli bir yaşam sürmeleri yönünde mesajlar vermeyi amaçlamaktadır. Bu sayede ortaya çıkmış olan hastalıkların teşhis ve tedavisinde uygulanacak yöntem hakkında da toplumu bilgilendirir. Sağlık alanında yapılan sosyal sorumluluk kampanya afişleri, toplumun sağlığını korumaya, iyileştirmeye ve geliştirmeye yönelik olmalıdır. Bu nedenle sağlık alanında bilinçlendirmede afiş mecrası büyük ölçüde önem taşımaktadır. Bu afişlerde hedef kitleyi bilinçlendirmek, bağışta bulunmalarını sağlamak, daha kaliteli bir yaşam sağlanabilirliğini anlatmak en önemli amaçlarındandır.



Resim 93: Lösev'in sosyal sorumluluk kampanya afişi.

Kaynak: http://img.blogcu.com/uploads/klipdenizli_bebekler_kopie2.jpg



Resim 94: Meme kanserini konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.

Kaynak: <http://www.kaynagiminsan.com/wp-content/uploads/2010/11/Board-1.jpg>



Resim 95: Sigarayı konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.

Kaynak: http://dogansehir.malatya.pol.tr/havani_koru.jpg



Resim 96: Kalp sağlığını konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.

Kaynak: <http://www.tkd-online.org/images/KalbiniSevKirmiziGiy/Poster.jpg>

Türkiye’deki sosyal sorumluluk projelerinin önemli bir kısmı aile içi şiddet konusuna yöneliktir. Aile içi şiddeti konu alan afişlerde asıl amaçlanan, kadınlara ve çocuklara karşı aile içindeki şiddet uygulamalarının sona erdirilmesidir. Bu tür afişlerde etkili olması açısından genellikle fotoğraflar kullanılmaktadır.



Resim 97: 2007 yılı Aile içi şiddet konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.

Kaynak: <http://ilef.ankara.edu.tr/reklam/yazi.php?yad=10756>



Resim 98: Aile içi şiddet konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.

Kaynak: <http://dosyalar.hurriyet.com.tr/aileici/default.asp>

2.3.3. Reklam Afişleri

Reklam afişleri herhangi bir ürünü veya hizmeti tanıtmaya yarayan afişlerdir. Hedef kitleyi etkilemek ve yönlendirmek için hazırlanırlar.

“Reklam afişlerinde izleyici mesajı ne kadar kolay ve hızlı algılayabilirse afiş o kadar amacına ulaşmış sayılmaktadır. Reklam afişleri sade, ince, bütün teknik ve psikolojik unsurları (renk, teknikler ve estetik imgeler) taşınmalıdır. Kullanılan biçim ile unsur birbirine destekleyici olmalıdır. Böylece izleyicinin görüşünde ve belleğinde etkili bir şekilde yer edebilmektedir.” (<http://www.nuveforum.net/1018-bilgisayar-destekli-tasarim/53803-afis-afisin-ozellikleri-page2/>)

Bu tür afişlerde reklam yapılan ürün ya da firma tüketicide satın alma isteği ve tercih etme isteği uyandırmalıdır. Reklam afişleri de kendi aralarında çeşitlere ayrılmaktadır. Bunlar; “Kurumsal Reklamcılık afişleri” ve “Moda, Gıda, Turizm ve Endüstri afişleri”dir.

2.3.3.1. Kurumsal Reklamcılık Afişleri

“Kurumsal reklam, kurumla ilgili bir haberin kitle iletişim araçlarında yer satın alınarak yayımlanmasıdır. Ürün tanıtımı kesinlikle içermez sadece kurum tanıtımı yapılır. Kurumsal reklam mal veya hizmet alımına teşvik etmez, kurumun politikasını, gücünü, imajını çalışanlarıyla ve çevresiyle olan ilişkisini göstermektedir.” (http://tr.wikipedia.org/wiki/Kurumsal_reklam)

Kurumsal reklam afişlerinin çeşitleri bulunmaktadır. Bunların arasında imaj reklamı afişleri başta gelmektedir. İmaj reklam afişleri, kurumun saygın, dürüst, güvenilir bir kuruluş olduğu mesajını iletmek için tasarlanmaktadır.



Resim 99: Türkiye İş Bankası afişi.

Kaynak: http://1.bp.blogspot.com/_wpjdLo-yUs/Rng9pII29vI/AAAAAAAAA50/5GDL4r-to6k/s400/is.jpg



Resim 100: Türkiye İş Bankası afişi.

Kaynak: <http://imageshack.us/photo/my-images/534/38722326.jpg/sr=1>



Resim 101: Garanti Bankası afişi.

Kaynak: http://bp3.blogger.com/_wpjLo-yUs/Rng-L4I29xI/AAAAAAAAA6E/WoWs5wXNgP4/s1600-h/gar.jpg



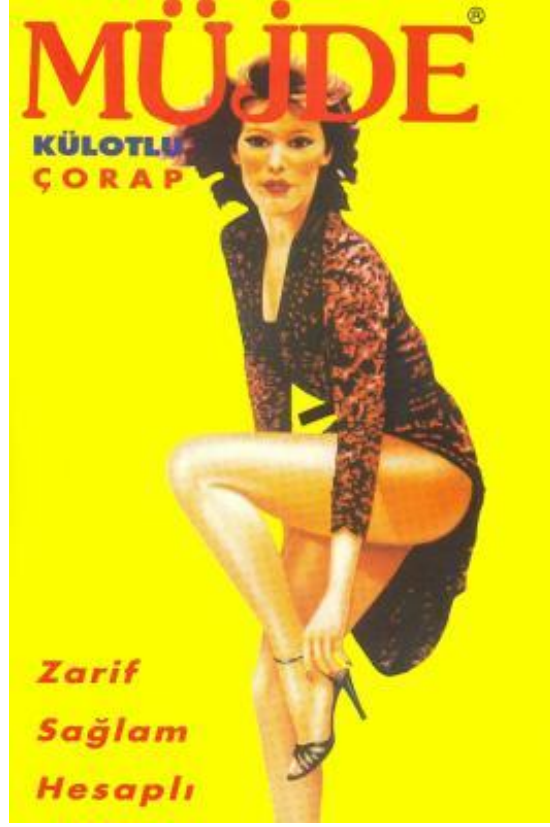
Resim 102: Garanti Bankası afişi.

Kaynak: <http://www.bireysilemeklilikrehberi.com/wp-content/uploads/2009/12/garanti-bireysel-emeklilik.jpg>

Kurumlar, yapmış oldukları işlerin başarılarını da izleyiciye göstermektedirler. Çevre konulu kurumsal reklamcılık afişlerinde kurumun içinde bulunduğu çevreyi koruduğunu vurgulayan tasarımlar sergilemektedir. Bu tür afişlerde ürün tanıtımı bulunmalıdır. Kurumsal kimlik reklam afişleri kurumlarının logolarını, tasarımlarını, mimari yapısını yansıtan tasarım unsurları içermelidir. Kurumun imajını ve saygınlığını geliştirmek bu afişlerin asıl amacıdır.

2.3.3.2. Moda, Gıda, Turizm ve Endüstri Afişleri

Bu afişlerde dikkat çekilmek istenilen nokta markadır. Moda, gıda, turizm ve endüstri reklam afişlerinde marka farkındalığı yaratmak amaçlanır. Tüketici ürünü satın alırken ya da ürünü tercih ederken en etkili faktörlerden biri o markadan haberdar olmasıdır. Markayı tüketiciyle buluşturan ve akılda kalmasını sağlayan araç ise bu konuda yapılmış olan afişlerdir. Marka farkındalığını sağlayan afişler, markanın en basit haliyle tanınmasını ve o marka hakkında detaylı bilgiye ulaşılmasını amaçlamaktadır. Bu tür afişler markayı tüketicilere anımsatmayı ve tanıtmayı hedeflemektedir. Tüketicinin reklam afişindeki sloganı, rengi, ambalajı anımsaması o markanın tercih edilebilirliği açısından önemli bir etken oluşturmaktadır.



Resim 103: Müjde bayan çorap afişi.

Kaynak: http://galeri.uludagsozluk.com/32/m%C3%BCjde_69413.jpg



Resim 104: Penti bayan çorap afişi.

Kaynak: http://2.bp.blogspot.com/_nN4N6is17Tg/SxTs2iZRSaI/AAAAAAAAAG54/PIMpy4P6Vpo/s1600/hadise03.jpg



OKULDA BAŞARI
Çocuğunuzun sıhhatli ve neşeli olmasına bağlıdır

KAHVALTIDA :
Tama

Yavrunuza. okulda gerekli neşe ve enerjiyi sağlar. Çünkü **Tama**, lezzetli, A-D vitaminli ve pastörize sÜTÜDÜR. Bakkalınızdan ısrarla **Tama** isteyiniz.

Tama bir TARIŞ mamulüdür. TARIŞ, **Tama**'nın kalitesini garanti eder.

Resim 105: Tama katı yağ afişi.

Kaynak: http://urun.gittigidiyor.com/D-amp-K-ESKI-KAHVALTILIK-TAMA-YAG-TARIS-REKLAMI_WOQQidZZ20337686#aciklama



**AKDENİZ'İN KALBİNDEN
GELEN İYİLİK
BECEL ZEYTİNYAĞLI'DA**

Becel Zeytinyağı, kalp dostu yağlar olan Omega 3 ve Omega 6 açısından zengindir.

Becel
KALBİNİ SEV

Becel
Zeytinyağı

www.kalbinisev.com

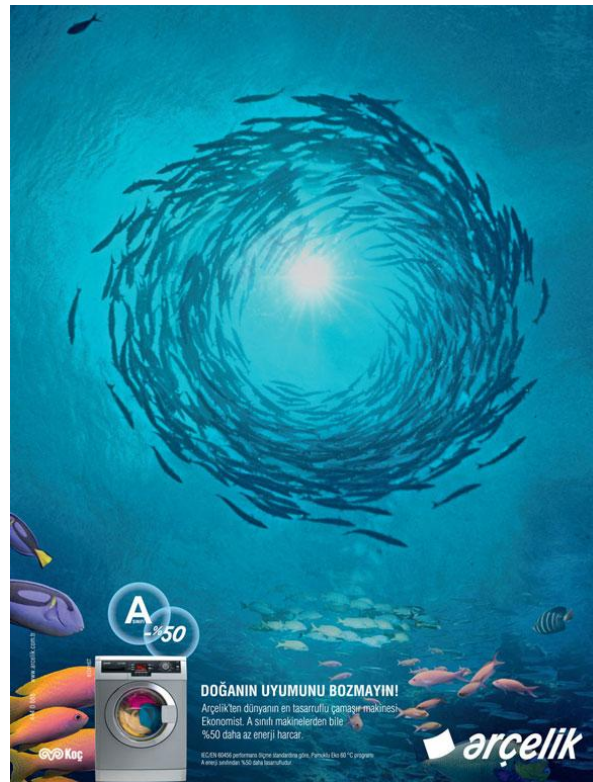
Resim 106: Becel yağ afişi.

Kaynak: <http://www.frekansajans.com.tr/data/uploads/Becel-Agac-Raf-Bandi1.jpg>



Resim 107: Arçelik çamaşır makinesi afişi.

Kaynak: <http://cur-cuna.com/tr/eglence/galeri/image/gale002405.jpg>



Resim 108: Arçelik çamaşır makinesi afişi.

Kaynak: <http://www.dijimecmua.com/dergiler/timreport/s68/m/83.jpg>

2.3.4. Propaganda Afişleri

Propaganda afişleri, siyasal öğreti ve kurumların yaygınlaştırılması amacıyla yapılan uygulamalardır. Sadece bilgi verme amacıyla uygulanmazlar. İçeriğinde buyuruculuk niteliği taşımaktadırlar. Propaganda afişleri buyruk verme, dolaylı tehdit, bir gizliliği açığa çıkarma gibi içerikleri konu edinmektedir. Genelde afiş tasarımlarında görsel eleman olarak fotoğraf veya illüstrasyonlar fazlaca kullanılmaktadır. Fakat propaganda afişlerinde görsel öğeler ikinci plana atılmaktadır.



Resim 109: CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.

Kaynak: <http://www.habervakti.com/img/x9i7VMLs.jpg>

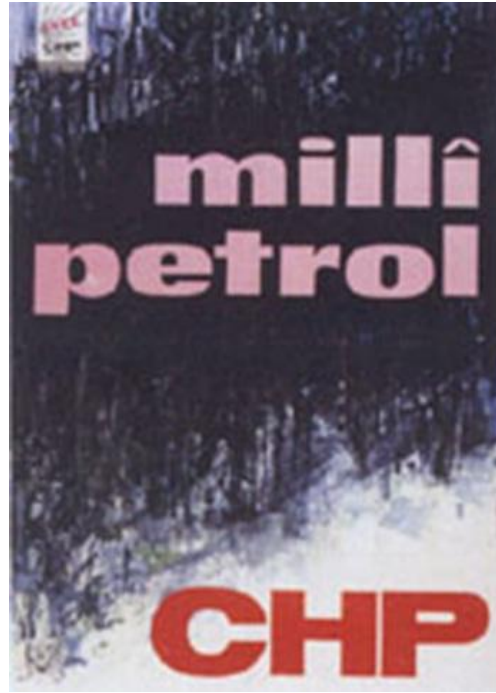
Propaganda afişleri insanların temel tutumunu etkilemektedir. Kamuoyunu ve toplumu belirli yönlerde etkileyen ve belirli bir fikri yayarak, o fikre karşı katılımcı toplama amacıyla tasarlanırlar.

“Bir fikri veya inancı insanlar arasında yaymak ve bunlara taraftar kazanmak tekniğidir diye de tanımlanabilecek propaganda; toplumların, bireylerin ve devletlerin hayatına o derece karışmıştır ki, insan varlığının bunun dışında kalmasına bugün artık olanak yoktur. Bir fikri yaymaktan amaç, ona taraftar kazandırmak olduğuna göre yayım araçları arasında şiddet ve benzeri baskılar yoktur. Olursa boykot olur. Araç olarak para ve vaat kullanılırsa kandırma olur. Bir fikri, bir ideolojiyi yaymak, ona taraftar kazandırmak ancak modern teknik araçlarla yapılmalıdır.” (Özkan, 2003: 25)

Bu araçların başında gelen, en önemli, en etkili araç afiştir. Propaganda afişleri izleyici üzerinde uzun süre kalıcı etki bırakmaktadır.

“Propagandanın etkisinin artması, kitle toplumu ve yeni teknikler sayesinde olmuştur. Propagandanın dayandığı başlıca araçlar söz, yazı, şekil ve resimlerdir. Günümüzde haberleşme araçlarındaki gelişme sözün, yazının, resmin ve hareketin, milyonlar üzerine bombardımanını sağladı. Matbaanın gelişmesi, gazetelerin tirajların yükselmesi propagandaya hız ve boyut kazandırdı. Bunun uzantısı olarak da geniş kitleler propagandanın etkisi altına girdiler.” (a. g. e: 26)

Bu nedenle propaganda afişi, kitlelere istenilen mesajı ulaştırma ve taraf belirleme alanında önemli derecede etken sayılmaktadır.



Resim 110: CHP'nin 1965 yılında tasarlanmış olan afişi.

Kaynak: <http://www.habervakti.com/img/H4LWuqqz.jpg>



Resim 111: MHP'nin 1973 yılında tasarlanmış olan afişi.

Kaynak: <http://www.habervakti.com/img/UQwW79Qj.jpg>



Resim 112: CHP'nin seçim afişi.

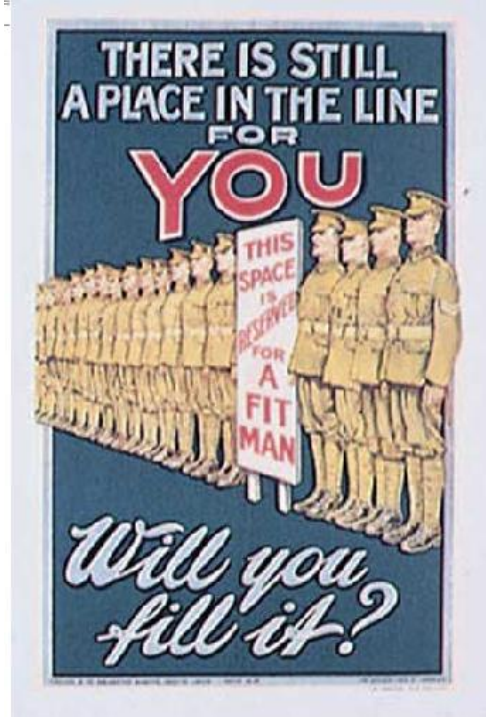
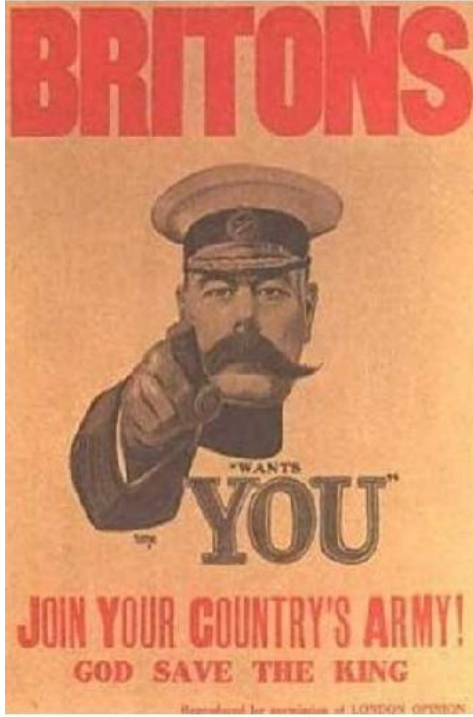
Kaynak: <http://www.acunn.com/haber/9505/unutulmayan-secim-afisleri-ve-sloganlari>

Propaganda afişleri Türk ve Dünya tarihinin hemen hemen her döneminde kullanılmıştır. 1. Dünya savaşı, tarihin gördüğü en kanlı, en çatışmalı savaş olmuştur. Savaş içinde olan devletler sayısız askere, paraya ve yiyeceğe ihtiyaç duymuşlardır. Bu tür ihtiyaçların karşılanabilmesi için o dönemlerde de propaganda afişlerinden yararlanılmıştır. Örneğin askerliğin bir zorunluluk değil de tercih olduğu toplumlarda bu afişlerle ülke erkeklerini cepheye katılmaya çağıran sloganlar kullanılmaktaydı. Bunun dışında ordunun gıda ihtiyacı olduğunda hangi yiyeceğin daha fazla tüketilip, hangi yiyeceğin daha az miktarda tüketilmesi gerektiğini vurgulayan propaganda afişleri de kullanılmıştır. Eşi askere giden kadınları bu dönem içinde çalışmaya teşvik eden afişler de hazırlanmıştır.



Resim 113: 1. Dünya Savaşı, Türk – Alman propaganda afişleri.

Kaynak: <http://www.turania.net/afisler-posterler/1248-1-cihan-harbinde-turk-8211-alman-propaganda-afisleri.html>



Resim 114: 1. Dünya Savaşı İngiltere propaganda afişi.

Kaynak: <http://www.fasulyeden.com/1882/1-dunya-savasi-propaganda-afisleri/>



Resim 115: 1. Dünya Savaşı İngiltere propaganda afişi.

Kaynak: <http://www.ruzname.net/birinci-dunya-savasindan-propaganda-afisleri>



Resim 116: 1. Dünya Savaşı Avustralya propaganda afişi.

Kaynak: <http://www.ruzname.net/birinci-dunya-savasindan-propaganda-afisleri>

Propaganda afişleri tarihin her döneminde ülkeler için büyük önem taşımıştır. Gerek iletilmek istenilen mesajların iletilmesinde, gerek yapılacak herhangi bir çağrıda hedef kitle üzerinde etkili olan ve amacına ulaşan en iyi iletişim yöntemi olarak kullanılmıştır.

3. TÜRKİYE’DE BASIM TEKNİKLERİ

3.1. Basım Tekniklerinin Tarihsel Gelişimi

“İstanbul’un fethine yakın bir tarihte Avrupa’da geliştirilerek gündün güne yayılan matbaacılık Türkiye’ye üç yüz yıllık bir gecikmenin ardından girebilmiştir. Bu gecikmenin nedenleri büyük oranda Osmanlı din bilginlerinin dini gerekçelerle engellemeleri ve yazı yazarak geçimini sağlayan büyük bir topluluğun ekonomik nedenlerle matbaacılığa direnmeleridir. Türkiye’de matbaanın kurulması için teşebbüs eden ilk Türk dönemin Fransa Elçisi 28. Mehmet Çelebi’nin oğlu Sait Çelebi’dir. Fransa’da kaldığı süre içerisinde matbaacılığın sosyal ve kültürel hayata katkılarını gözlemleyen Sait Çelebi Türkiye’de İbrahim Müteferrika ile anlaşarak matbaa kurma çalışmalarına girmiştir. 1726 yılında İbrahim Müteferrika ve Sait Efendi Türkçe kitap yayımlamak amacıyla bir matbaa açılmasına izin verilmesi için hazırladıkları dilekçeyi Sadrazam İbrahim Paşa’ya sundular. III. Ahmet’in, matbaanın kurulmasına izin veren 5 Temmuz 1727 tarihli fermanı ile matbaanın kurulmasına ve dini içerikli kitaplar hariç diğer kitapların basılmasına izin verilmiştir. İbrahim Müteferrika’nın konağında kurulan matbaada dizgiye 1727 yılında başlanmıştır. 1729’da basımı gerçekleştirilen Vankulu Mehmet Efendi’nin “Kitab-ı Lugat-ı Vankulu” isimli kitabı Müteferrika’nın matbaasında basılan ilk Türkçe kitaptır. Bu tarih aynı zamanda Osmanlı İmparatorluğunda Türkçe kitap yayımcılığının da başlangıcı sayılır. Kitap basımı zamanla toplumda bilgi birikiminin artmasını ve kültür düzeyinin yükselmesini sağlamıştır. Ancak matbaanın kuruluşundan sonra ilk yüzyıl içerisinde sadece 180 farklı kitap basılabilmektedir. Bunun temel nedenleri, matbaanın gelişmesi için gerekli olan sosyal, kültürel ve eğitimsel ortamın olmaması, ekonomik yetersizlikler, yeterli kağıt üretilmemesi ve yetişmiş eleman eksikliğidir. 18. Yüzyıl sonlarında ve özellikle Tanzimat’tan sonra bu alanlardaki gelişmeler matbaacılığa kolayca yansımıştır.” (Mazlum, 2006: 18-19)

“Fotoğrafın bulunuşuna kadar geçen süre içinde bütün görsel imgeler baskı yüzeylerine elle çizilerek ya da oyularak aktarılıyordu. 19. Yüzyılda fotoğrafın bulunuşu ile görsel imgelerin reproduksiyon yoluyla kopyalanma süreci başlamış oldu. Fotoğrafın bulunuşu grafik imge üretiminde köklü değişimlere neden olmuştur.” (Becer, 2006: 97)

3.2. Baskı Teknikleri

“Matbaa eğitim ve öğretimi, bilgi ve haber iletişimini kolaylaştırmıştır. 1831’den sonra gazete ve dergilerin ortaya çıkması, toplumun ülke ve dünya olayları hakkında kısa sürede geniş bilgi almasını, kendini, önemli politik ve sosyal meseleleri daha iyi tanımasını sağlamıştır.” (Mazlum, 2006: 19)

“Baskı teknikleri temelde iki gruba ayrılmaktadır. Bunlar; sanatsal baskı teknikleri ve endüstriyel baskı teknikleridir. Sanatsal baskı tekniklerinde, kitle iletişimi amacıyla kullanılacak ürünler hazırlama kaygısı yoktur. Bu tekniklerin en çok bilinenleri, litografi (taş) baskı, linolyum (muşamba) baskı, ağaç baskı ve serigrafi baskıdır. Günümüzde önemli yer tutan baskı teknikleri ise, tasarımların çoğaltımı ve iyi kalitede baskı sonucu almak amacıyla kullanılan endüstriyel baskı teknikleridir. Endüstriyel baskı teknikleri, kullanılan kalıpların yapılarına göre beşe ayrılmaktadır. Bunlar; yüksek baskı, çukur baskı, düz baskı, şablon baskı ve dijital baskı teknikleridir.” (a. g. e: 121)

3.2.1. Yüksek Baskı

Yüksek baskı tekniklerinde kağıda temas eden (baskıyı yapan) yüzeyler baskı yapmayan boş alanlara göre daha yüksektedir. Tipo ve flesko baskı teknikleri en yaygın kullanılan yüksek baskı teknikleridir.

3.2.1.1. Tipo Baskı Tekniği

En eski seri baskı tekniğidir. Ofset baskı tekniği ve fotografik yöntemlerin gelişmesine kadar çoğaltım işlemlerinin tümü tipo baskı tekniği kullanılarak yapılmaktaydı. Tipo baskıda kullanılan kalıbı birbirinden bağımsız metal harfler (hurufat) oluşturmaktadır. Basılacak çalışmadaki bütün metinler dizgiciler tarafından hurufatların tek tek bir araya getirilmesi ile oluşmaktadır.



Resim 117: Hurufat denilen metal harfler.

Kaynak: http://www.turkcebilgi.com/uploads/media/resim/metal_movable_type.jpg

“Tipografi baskı tekniği genelde klişe adı verilen desteklemelerle adını sürdürmüştür. Önceleri elde özel dizgiciler tarafından, sonraları ise ‘entertip’ dizgi makineleri, ‘linotyp’lerde dizilen sayfalar üzerine; fotoğraf, illüstrasyon, sembol gibi görüntülerin yine aynı teknikle hazırlanan klişeleri yerleştirilirdi. Tipo baskı tekniğinin baskısında kullanılan “klişe” kalıbı hazırlamanın ana mantığı; bir görüntünün filmden fotoğraf kartına aktarılmasıyla benzerdir.” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 138)

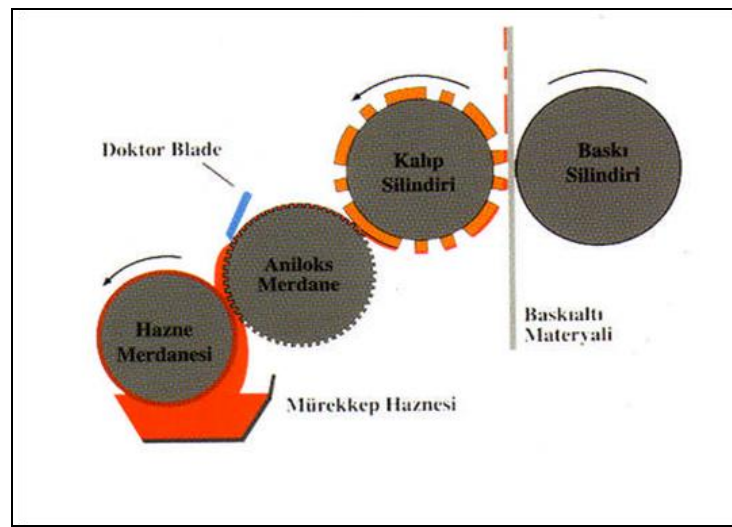
“Tipo baskı günümüzde baskıya hazırlık aşamasındaki zorluklar ve baskı kalitesinin düşüklüğü nedeniyle sadece kalitenin önemsenmediği düşük tirajlı işlerin baskısında kullanılmaktadır.” (Mazlum, 2006: 122)

“Tipo baskının ardından çok renkli taş baskı tekniği gelişmeye başlamıştır. Çok renkli taş baskının gelişmesiyle tipografi tekniği ile basılan afişler yavaş yavaş ortadan kalkmaya başladı. Afiş ve etiket tasarımı, çok renkli taş baskının önemli uygulama alanları olmuştur.” (Becer, 2006: 98)

3.2.1.2. Flesko Baskı Tekniği

Flesko baskı tipo baskı tekniğine yakın bir baskı tekniğidir. İlk defa 1920’li yılların ortasında selofan ürünlerin basımında kullanılmıştır.

“Flesko baskının tipo baskıdan teknik olarak en büyük farklılığı kalıp olarak esnek fotopolimer malzemelerin kullanılmasıdır. Ayrıca bobin halindeki materyallere baskı yapması da bir diğer farklı özelliğidir. Zamanla flesko baskı için iyi kalitede boyalar üretilmiştir. Bu boyaların ortaya çıkması bu tekniğin yükselişe geçmesini sağlamıştır. Bu sayede bu teknik daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Flesko baskı; ambalaj sanayisinde, oluklu mukavva, plastik şişe üstü etiketlemelerde, alışveriş poşetlerinde yoğun olarak kullanılan bir baskı tekniğidir. Ekonomik oluşu ve genellikle her türlü materyale baskı yapılabilmesinden dolayı ambalaj baskılarında sıkça tercih edilmektedir.” (Mazlum, 2006: 123)



Resim 118: Flesko baskı şeması.

Kaynak: <http://etiketbaski.blogspot.com/2011/01/flekso-bask-sistemleri.html>

3.2.2. Düz Baskı

“Düz baskı sisteminde, baskıyı yapan kısımlar ve baskı yapmayan kısımlar aynı yüksekliktedir. Ofset baskı düz baskı tekniğinin endüstriyel amaçlı uygulamasıdır.” (a. g. e: 124)

3.2.2.1. Ofset Baskı Tekniği

“Günümüzde kullanılan baskı tekniklerinin arasında en yaygın kullanılan tekniktir. Ofset baskıda sanatsal bir baskı tekniği olan litografide olduğu gibi suyun ve yağın birbirini itmesi prensibi ile baskı gerçekleştirilir. Baskı sırasında ilk önce su merdanelere temas eder. Bu sırada mürekkep almayacak olan boş alanlar suyu kabul

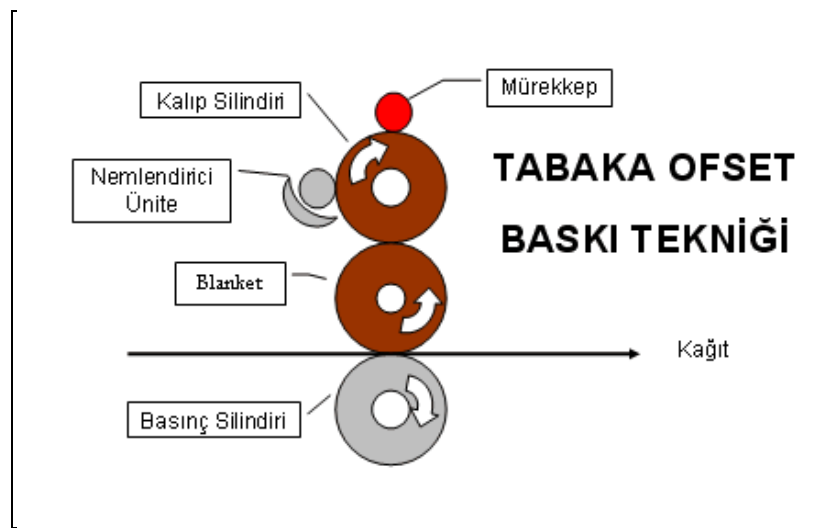
ederek ıslanır ardından mürekkep merdanesi ile temas eden kalıpta sadece dolu olan (kuru) yerler yağ bazlı mürekkebi kabul eder. Kalıptaki görüntü kauçuk merdaneye, daha sonra da kağıda aktarılır.” (a. g. e: 124)

Ofset baskı tekniği kullanım fonksiyonları ve kullandığı kağıt özelliği nedeniyle Tabaka ofset (düz ofset) baskı tekniği ve Web ofset (rotatif) baskı tekniği olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

3.2.2.2. Tabaka Ofset (Düz Ofset) Baskı Tekniği

“Bu baskı tekniğinde kullanılan makinelerin en belirgin özellikleri; tek renk, iki renk ve dört renk baskı yapabilmeleridir. Kağıdın bir yüzüne baskı yaparlar. En belirgin özellikleri kağıt olarak tabaka kağıt (ebat kağıt) kullanmalarındır. Tabaka ofset baskı tekniğinde baskı kalitesi çok yüksektir. Bu baskı tekniğinde kullanılan boya ve kalıplar web ofset tekniğinde kullanılanlardan daha farklıdır. Boyalar daha kaliteli ve pahalı, kalıplar ise daha hassas ve pahalıdır. Bu baskı tekniğinde kağıdın bir yüzüne baskı yapıldıktan sonra, baskı yapılan yüz doğal ortamda kurutulur. Sonra kağıt çevrilerek diğer yüzüne baskı yapılır. Basımı biten tabaka kağıtlar tasarlanan yayın türüne göre katlama makinelerinde forma haline dönüştürülürler.” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 146-147)

Tabaka ofset baskının 25 x 35 cm, 50 x70 cm, 64 x 90 cm, 70 x 100 cm ebadında baskı yapabilen makineleri bulunmaktadır.

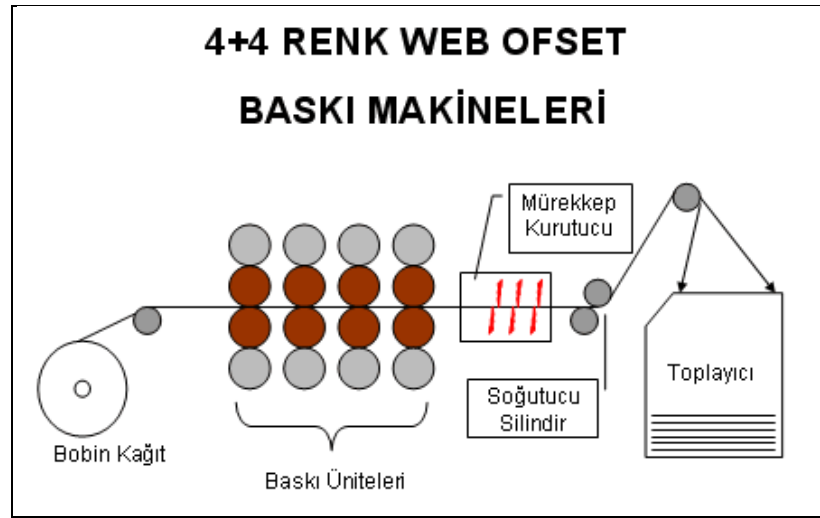


Resim 119: Tabaka ofset baskı tekniği şeması.

Kaynak: <http://www.alkimkagit.com.tr/content3.asp?m1=1&m2=8&m3=34>

3.2.2.3. Web Ofset (Rotatif) Baskı Tekniği

“Bu baskıda bobin kağıtlara baskı yapılmaktadır. Tabaka ofset baskının tüm özelliklerini taşıyan bu sistemin en önemli avantajı, baskı hızının çok yüksek olmasıdır. Bu nedenle çok yüksek tirajlı işlerin baskısında tercih edilmektedir. Web ofset baskı makinelerinin çıkış ünitesine eklenebilen ekipmanlarla basılı kağıtların kesim, katlama ve cilt işlemleri de yapılabilmektedir.” (Mazlum, 2006: 126)



Resim 120: Web ofset baskı tekniği şeması.

Kaynak: <http://www.alkimkagit.com.tr/Upload/pp2.gif>

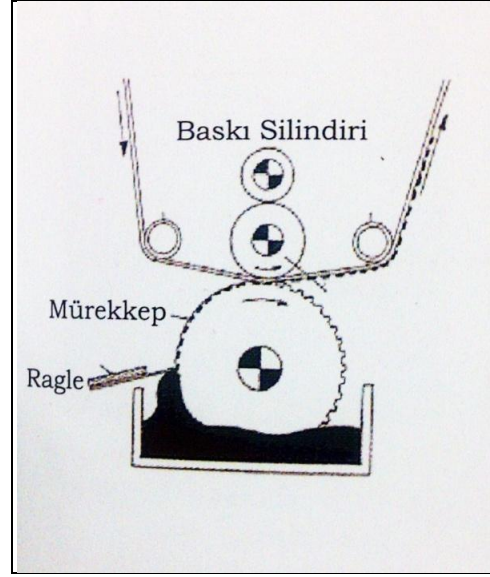
3.2.3. Çukur Baskı

“Çukur baskı tekniğinde, iş olan kısımlar yani boya alan bölgeler, basmayan kısımlardan daha alçaktır. Tifdruk baskı ve tampon baskı, çukur baskı yöntemlerindedir.” (a. g. e: 127)

3.2.3.1. Tifdruk Baskı Tekniği

“İlk kez 15. Yüzyılda Almanya’da uygulanmaya başlamış olan tifdruk baskı tekniği, gravür baskı diye de adlandırılan; kabartmalı klişelerin kullanıldığı (yüksek / tümsek baskı klişelerinin) baskı tekniklerinin aksine, matbaa mürekkebinin plaka sathı üzerinde oyulmuş çukur bölgelere dolması, bir sıyrıaç (rakle) ile sıyrılarak bu

mürekkebin oyulmuş kısımlarından kağıda aktarılmasına dayanan bir çukur baskı sistemidir.” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 162)



Resim 121: Tifdruk baskı tekniği şeması.

Kaynak: Mazlum, 2006: 127

“Tifdruk baskı kaliteli baskıya imkan veren bir seri baskı tekniğidir. Tifdruk baskının başlıca özelliği net, yumuşak ve kopyaları birbirinden ayırmısz baskı vermesidir. Bunun nedeni ise; gerek tipo baskıda, gerekse ofset baskıda mürekkebin merdanelere, ardından da baskı kalıplarına akımı musluklar aracılığıyla ve genelde elle ayarlanır. Bu bakımdan ne kadar dikkat edilirse edilsin boya akımında dengesizlikler olabilmektedir. Tifdruk baskı sisteminde kalıp boya haznesinin içinde döndüğünden göz kararı ayarlama söz konusu değildir. Yüksek baskı kalitesi, hızlı olması, kağıt haricinde plastik türevli materyallere baskı yapabilmesi nedeniyle ambalaj sanayisinde tifdruk baskının kullanımı yoğundur.” (Mazlum, 2006: 127)

“Tifdruk baskı sisteminde de diğer baskı sistemlerindeki gibi nokta tram sistemi kullanılır. Tifdruk baskı sistemini diğer sistemlerden ayıran en önemli özellik ise, kalıp üzerinde baskıyı yapacak kalıp tram noktalarının yüksek rolyef olarak değil alçak rolyef olarak bulunmasıdır. Bir diğer önemli fark ise; ister ara tonlu, ister çizgisel tüm görsel malzemelerin tramlanmasıdır. Tifdruk baskıda kalıp üzerindeki tram derinliklerinin oluşturduğu ara tonlar baskı kalitesini artırır.” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 164)

3.2.3.2. Tampon (Pad) Baskı Tekniği

“Tampon baskı sistemi tekniğinde asitle indirilmiş metal kalıplarda iş olan yerler ukurdadır. Kalıba boya verildikten sonra bir ragle ile kalıptaki fazla boya sıyılmakta, baskıyı yapacak elastik tampon kalıp üzerinden boyaları olmakta ve baskı yapacak materyal üzerine bu mürekkepleri aktararak baskıyı gerçekleştirmektedir. Top, kalem, akmak gibi düzgün yüzeyli olmayan materyallere baskı yapabilmek için en uygun teknik olan tampon baskı tekniği, özellikle promosyon ürünlerinin baskılarında sıkça kullanılmaktadır.” (Mazlum, 2006: 128)

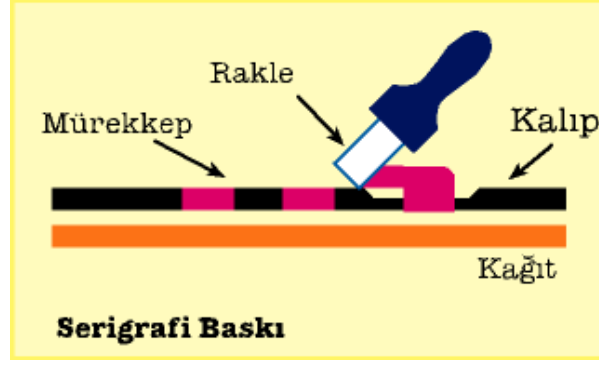
3.2.4. şablon Baskı

“Bu baskı tekniğinde kalıp üzerinde iş olmayan kısımlar ışığa karşı hassas emsyonlarla kapatılmış, iş olan kısımlar ise açık bırakılmıştır. Baskı işlemi açık yerlerden mürekkebin kalıbın altındaki kağıda geçmesi ile gerçekleştirilir.” (a. g. e: 129)

3.2.4.1. Serigrafi (Elek) Baskı Tekniği

“Genelde şablona dayalı bir baskı tekniğidir. Basılacak olan görseli oluşturan şablonlar elle kesilerek veya fotoğraf tekniğiyle elde edilebilir.” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 167)

“Serigrafi baskı grafik sanatlarda ve endüstriyel amaçla yaygın olarak kullanılmaktadır. Hemen her türlü materyale baskı yapabilmesi serigrafi baskı tekniğinin en önemli avantajlarındanır. Tampon baskı sistemi hariç diğer hiçbir teknik ile baskı yapılamayan ağaç, cam gibi materyallere serigrafi baskı tekniği kullanılarak baskı yapılabilir. Serigrafi baskıda ince ipek ipliklerden dokunmuş veya ince metal tellerden dokunmuş metal veya tahta ervelere gerilmiş dokumalar kalıp olarak kullanılmaktadır. Mürekkebin kalıptaki eleğin deliklerinden geçirilerek baskı materyaline aktarılması sistemine serigrafi baskı denmektedir.” (Mazlum, 2006: 129)



Resim 122: Serigrafi baskı tekniği şeması.

Kaynak: <http://www.webdersleri.com/tasarim-baski-sunum/ofset/images/Serigrafibaski.gif>

“Basımı yapılması tasarlanan kağıt boyutlarında hazırlanacak tahta ya da çelik bir çerçeve üzerine; ipek, naylon, polyester kumaş ya da ince dokulu tel yüzeyler gelir. Bu çerçeve içine konulan serigrafi mürekkebi, rakle adı verilen kauçuktan yapılı esnek sıvama bıçağı ile yayılır ve hazırlanan şablon dışında kalan açık, gözenekli bölgelerden geçirilerek kağıda aktarılır. Serigrafi tekniğinde kullanılan mürekkebin kalın ve örtücü özelliği nedeniyle; seramik, cam, tahta, mukavva, kağıt, kumaş ve plastik gibi değişik özellikleri olan yüzeyler üzerine oldukça kaliteli baskılar yapılabilmektedir.” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 168)

3.2.5. Dijital Baskı

Dijital baskı tekniği, 1990 yıllarından itibaren adını hızla duyurmaya başlamıştır.

“Gelişen teknolojiden nasibini alanlardan biri de baskı ve çoğaltım teknikleridir. Bilgisayarın teknolojiadaki devrimi baskı tekniklerini de etkilemiştir. Bu gelişmeler sonrasında baskı ve çoğaltım tekniklerinde gelinen son nokta ise dijital (digital) baskı teknolojisidir. Masaüstü yayın tekniklerine yakın bir kavramdır. Masaüstü yayıncılıkta renkli lazer yazıcı ile dakikada 8 – 10 sayfa kopyalanırken, dijital baskı makineleriyle baskı hızı, on binler rakamına ulaşmıştır. Dijital baskıda baskıya hazırlık aşamaları daha seri ve kısa sürede üretime geçebilmesi açısından hızla kabul görmeye başlamıştır. Kalıp maliyeti olmadığı için farklı tasarımlar üretebilmektedir. Normal bir baskıda belli kopyalar arasında gerekli bazı değişiklikleri yapmak için ayrı bir çalışma, ayrı bir film, montaj ve kalıp gerekecek ve baskı süresi gereğinden fazla uzayacaktır. Ayrıca bu sürecin karşılığında maliyet artacaktır. Bu açıdan da özellikle sürekli değişime uğrayan baskı kopyaları için dijital baskı tercih edilir olmuştur.” (a. g. e: 170)

Dijital baskı geleneksel baskı sistemlerine ait birçok sorunu kolayca ortadan kaldıran teknolojik bir gelişmedir. Dijital baskının en önemli özelliklerinden biri de zamanı iyi kullanabilmesi ve yüksek çözünürlüklü baskılar elde edebilmesidir. Dijital baskı sisteminde, su yerine silikon kullanılmaktadır. Silikonun suyu itmesi karşılığında baskıyı gerçekleştirebilen bir baskı tekniğidir.



Resim 123: Dijital baskı tekniği şeması.

Kaynak: Mazlum, 2006: 131

Afiş baskıları da artık dijital baskı tekniği uygulanarak basılmaktadır. Üretimler daha pratik ve hızlı bir şekilde olmaktadır.

“Fabrikada makineler çalışıyor, su gibi mürekkep akıtılıyor, bin bir silindir işliyor. Kilometrelerce kağıt çelik parmaklar tarafından yakalanıyor, ortadan kaybolurken beyazlar, yeniden göründüklerinde sarı, sonra kırmızı, sonra mavi oluyorlar; aynı noktada, aynı çizgi, aynı renk aynı hızla, aynı yerde milyonlarca kez üretiliyor.” (Weill, 2009: 130)

“Günümüzde dijital baskı teknolojisinin gelişmesi ile birlikte afiş dış mekanlarda hava şartlarına daha uzun süre dayanır hale gelmiştir.” (Teker, 2009: 139) İşte bu tür teknolojik gelişmelerin sonucunda baskı sistemleri dijitalleşmeye başlamış ve yaygınlaşmaya devam etmektedir.

3.3. Bilgisayar Destekli Tasarım

“Grafik tasarımın amacı, görsel iletişim ürünlerinin oluşturulmasıdır. Yazıların ve görsel materyallerin (fotoğraf, illüstrasyon gibi) düzenlemesi ve ardından basılı ürünler oluşturulması grafik tasarımın en yaygın uygulamalarıdır. Afiş de bu uygulamaların başında gelmektedir. Hızla gelişen ve her alanda kendisine yer bulan bilgisayar teknolojisinden en fazla etkilenen sektörlerden biridir basım sektörü. Yirmi yıl öncesine kadar tamamıyla manuel ve fotografik yöntemler kullanarak oldukça uzun zamanda baskıya hazır hale getirilen çalışmalar, günümüzde masaüstü yayıncılık sistemleri ile kısa zamanda ve kolaylıkla basılabilir hale gelmiştir. 80’li yılların ortalarına kadar afiş tasarımları oluşturulurken, grafiker veya ressam, eskizleri yaptıktan sonra, uygulamasına karar verilen tasarımın planını milimetrik kağıda çizerdi. Sayfa düzenlemesi adı verilen bu aşamada grafiker, tasarımda kullanacağı yazı, resim ve yardımcı elemanlar (çizgi ve çerçeveler) nerelere gelecek ise bu plan üzerinde ayrıntılı olarak yerlerini tespit ederdi. Dizgi makinelerinde dizgisi yapılan metinler ve filmleri oluşturulmuş görsel materyaller hazırlanan plana göre pikajör tarafından sayfaya yerleştirilirdi. Son olarak da bu sayfaların baskıda kullanılabilir filmlerin çekilmesi gerekiyordu. Günümüzde tasarımcılar, masaüstü yayıncılık sistemlerini kullanarak tasarımlarını direkt olarak bilgisayar ortamında hazırlayabilmekte ve oluşturulan tasarımları fotomekanik yöntemlere ihtiyaç duymadan film çıkış veya kalıp çıkış cihazları ile baskıda kullanacak filmleri veya kalıpları kolaylıkla hazırlayabilmektedir.” (Mazlum, 2006: 53)

Günümüzde bir tasarımcının gerekli olan en önemli araçlarından biri bilgisayardır. Yakın bir zamana kadar tasarımcılar çalışmalarını kağıtlar üzerine, elleriyle hazırlamaktaydı. Teknoloji geliştikçe, tasarımlara bilgisayar desteği de eklenince tasarımcılarında işleri kolaylaştı ve yapılan tasarımlar daha etkili hal aldılar. Bilgisayar desteği olmadan önce tasarımlar bir grup ya da ekip tarafından uygulanmaktaydı. Ancak şu anda bu işlemleri tek bir kişi tamamlayabilmektedir. Bilgisayar destekli tasarımlar, zamandan tasarruf sağlamakta ve bütün yapılan tasarımlar ekran üzerinde baskıya hazır hale getirilebilmektedir.

Bilgisayar, grafik uygulamalarının yapılması için en önemli araçtır. Grafik uygulamaları gelişen teknoloji ile birlikte bilgisayar desteği almaya başlayınca masaüstü yayıncılık dönemi de başlamış olmuştur. “Masaüstü yayıncılık, Apple

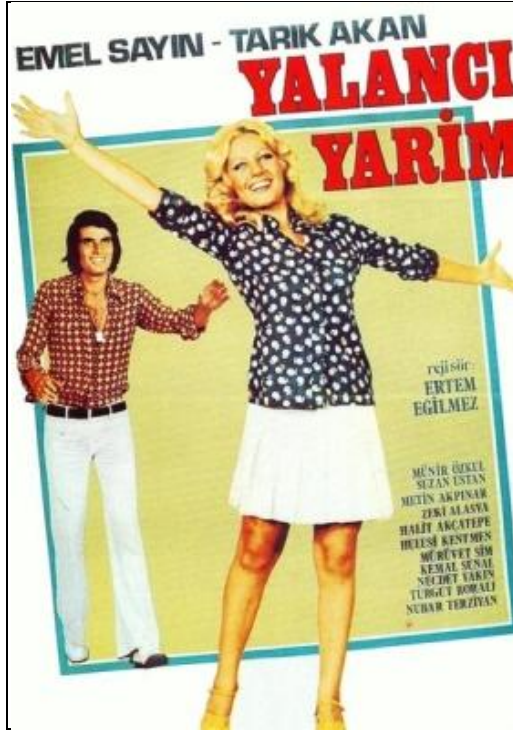
firmasının 1984'te ürettiği "Macintosh" bilgisayarla başlamıştır. "Masaüstü" sözcüğü ilk olarak 1984 yılında kullanılmaya başlamıştır." (Becer, 2006: 121)

Bilgisayar destekli afiş tasarımı Türkiye'de 1980 – 1990'lı yılları arasında sesini duyurmaya başlamış ve günümüze kadar hızla yayılmayı başarmıştır. Ülkemizdeki afiş tasarımcıları da tasarımlarını uygularken bilgisayar desteğinden yararlanmaktadırlar. Bu desteği tasarımlarını uygularken pratik ve daha etkileyici kıldığını düşünen tasarımcıların olduğu gibi tam tersini, tasarımlarının doğallığının bozulmaması gerektiğini, elle yapılan çizimlerin, yazıların devam etmesi gerektiğini düşünen afiş tasarımcıları da bulunmaktadır.

"Masaüstü yayıncılık araçları ve yazılımların yeni sürümleri önce Macintosh sistemine uyumlu olarak hazırlanmakta, programların Windows uyumları ise daha sonra hazırlanmaktaydı. Günümüzde ise bu yazılımların yeni versiyonu her iki sistem için de aynı anda piyasaya sürülmektedir." (Mazlum, 2006: 58)

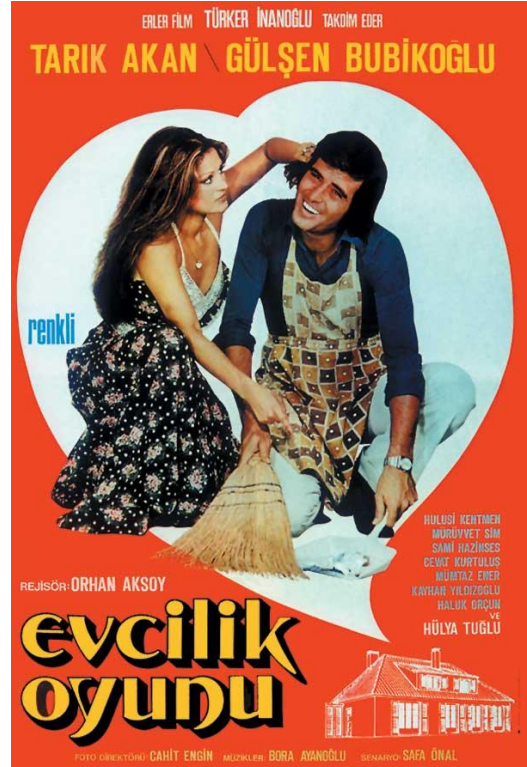
Bu yazılımlar, sayfa düzenleme programları, vektörel çizim programları ve görüntü işleme programları olarak farklı gruplara ayrılmıştır. Afiş tasarımcıları bu programlardan kendilerine uygun olanlarını kullanarak işlerini daha hızlı ve etkili bir halde uygulamaktadırlar. Bu programların dışında tarayıcı adı verilen donanımlar da kullanılır. Tarayıcının afiş tasarımcısına katkısı büyüktür. Hazır imgelerin (fotoğraf, illüstrasyon, yazı) ya da elle yapılan çizimlerin bilgisayar ortamına aktarılmasında kullanılan bir araçtır. Fotoğraf afişlerde en çok kullanılan görüntüleme tekniğidir. Fotoğrafın bulunuşuyla birlikte grafik imge üretiminde oldukça önemli değişimler gerçekleşmiştir. "Fotoğraf gerçekliği ortaya koyan ve tüketici tarafından en kolay algılanan mesaj şeklidir." (a. g. e: 86) "Fotoğraf desene oranla ürünü çok daha keskin biçimde göstermektedir." (Weill, 2009: 53) Bu nedenle günümüzde hazırlanan afiş uygulamalarının çoğundan fazlasında fotoğraf içerikli tasarımlar görülmektedir.

"2. Dünya Savaşı'nda fotomontajın yoğun bir şekilde kullanılması ve yaratılan kompozisyonlar, bir propaganda aracı olarak başarı sağlamasına rağmen o dönemde, afişe hiçbir yenilik getirmemiştir. Ancak savaş sonrasında fotoğraf sanatının büyük bir gelişme göstermesiyle, fotoğrafın en iyi kullanıldığı alan afiş çalışmaları olmuştur. Fotoğraf yoğun bir etkileme gücüne sahip, inandırıcılığı kuvvetli, ilgi çekici ve afişlerde oldukça sık başvurulan görsel bir malzemedir." (Doğan, 2009: 73)



Resim 124: Fotoğraf içerikli film afişleri.

Kaynak: <http://www.webhatti.com/resim-galerisi/483705-eski-turk-film-afisleri-goruntuleri.html>



Resim 125: Fotoğraf içerikli film afişleri.

Kaynak: <http://www.webhatti.com/resim-galerisi/483705-eski-turk-film-afisleri-goruntuleri.html>



Resim 126: 1. Dünya Savaşı Türk – Alman afişi.

Kaynak: <http://tarihvedenediyet.org/wp-content/gallery/afisler/3.jpg>

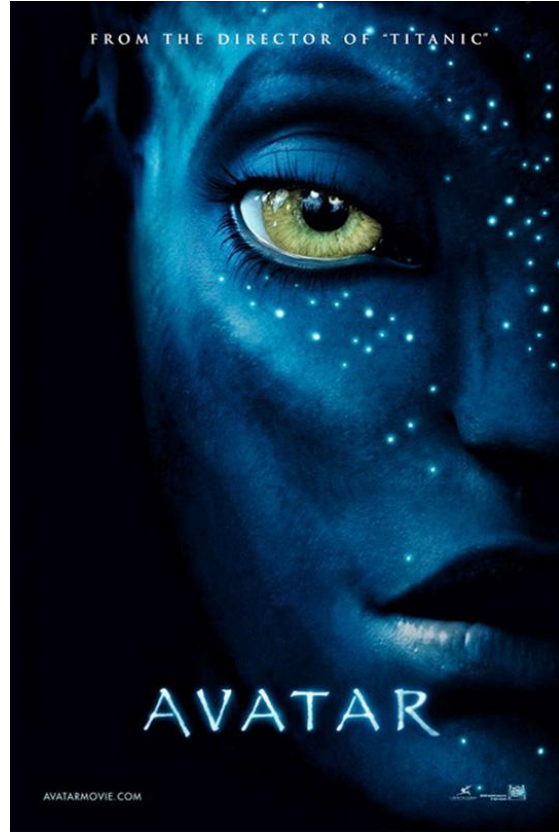
Günümüzdeki afişlerde kullanılan fotoğraflar görüntü işleme programlarıyla çok daha etkili ve işlevsel bir hale getirilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan bu programlardan afiş tasarımcıları önemli ölçüde yararlanmaktadırlar.

“Görüntü işleme programlarının en bilinen ve en kullanılanı Adobe firması tarafından üretilen ve neredeyse bir standart haline gelen Photoshop programıdır. Photoshop ile, fotoğraflar üzerinde çeşitli rötuş işlemleri kolaylıkla yapılabilmekte ve resimlere artistik etkiler verilebilmektedir. Etkin ve esnek çalışabilme imkanı veren Photoshop programı tasarımcının hayal gücünü neredeyse sınırsız kullanabilmesine imkan vermektedir.” (Mazlum, 2006: 67)



Resim 127: Emrah Yücel'in fotoğraf içerikli film afişi.

Kaynak: http://galeri.uludagsozluk.com/1/ya-sonra_109573.jpg



Resim 128: Emrah Yücel'in fotoğraf içerikli film afişi.

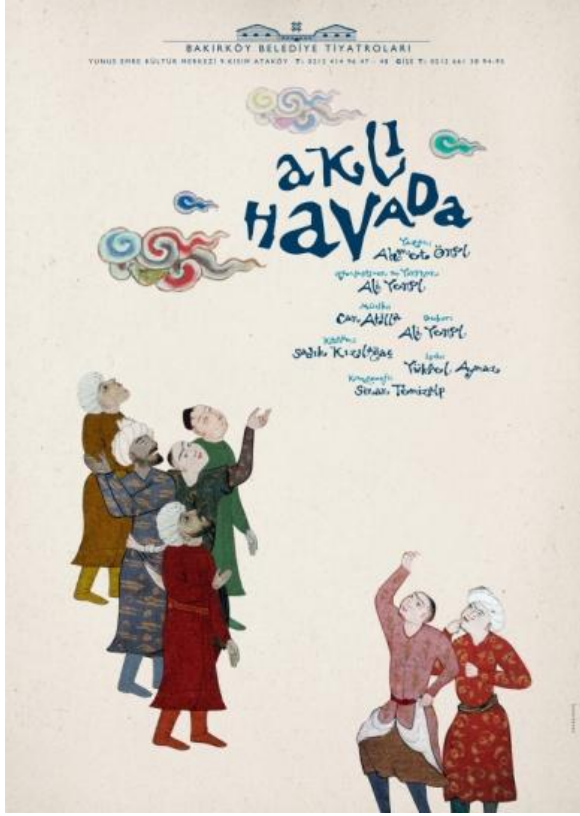
Kaynak: <http://www.myzest.com/wp-content/avatar-movie-poster.jpg>



Resim 129: Emrah Yücel'in fotoğraf içerikli film afişi.

Kaynak: http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2009/03/emrah_yucel_calisiyor.html

Bilgisayar destekli tasarım programlarında tasarımcıya kolaylık sağlayan bir diğeri ise vektörel çizim programlarıdır. Bu programlar kullanılmaya başlanmadan önce afişlerde görülen illüstrasyonlar, görseller elde fırça, kalem, boyama ya da kolaj tekniği ile uygulanmaktaydı. Bu görseller eskizlere çizilir üzerinde cetvelle, renk vererek düzeltmeler yapılmaktaydı. Günümüzde bu uygulamayı kolaylaştıran vektörel çizim programları olsa da, halen kendi el işçiliği ile tasarımlarını üreten afiş tasarımcıları da bulunmaktadır.



Resim 130: Savaş Çekiç'in illüstrasyon içerikli tiyatro afişi.

Kaynak: http://2.bp.blogspot.com/_bb5XSWZ7jLI/TNQ1ub52ibI/AAAAAAAAAVY/IMCAAYROoc/s1600/aklihavada+afis.jpg



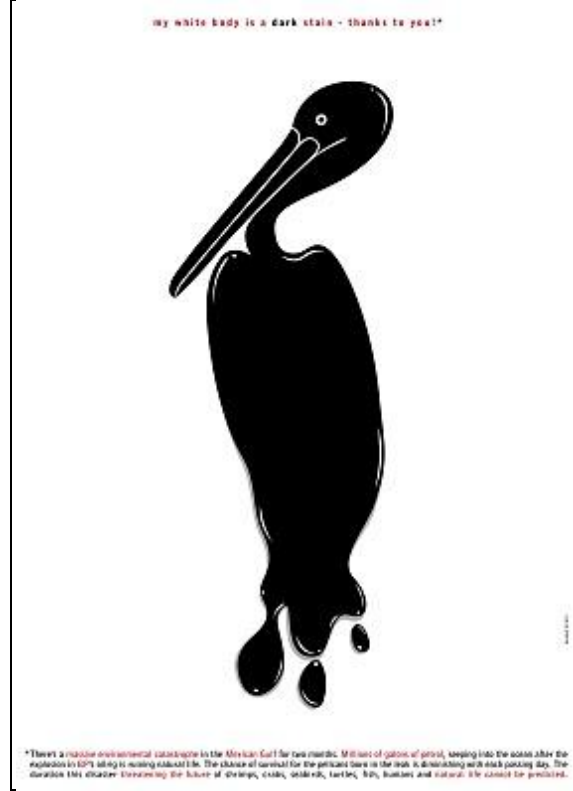
Resim 131: Savaş Çekiç'in illüstrasyon içerikli tiyatro afişi.

Kaynak: http://1.bp.blogspot.com/_bb5XSWZ7jLI/TNQ2ANuusQI/AAAAAAAAAVg/PF9IQ3_8sgE/s1600/miyhav+afis.jpg

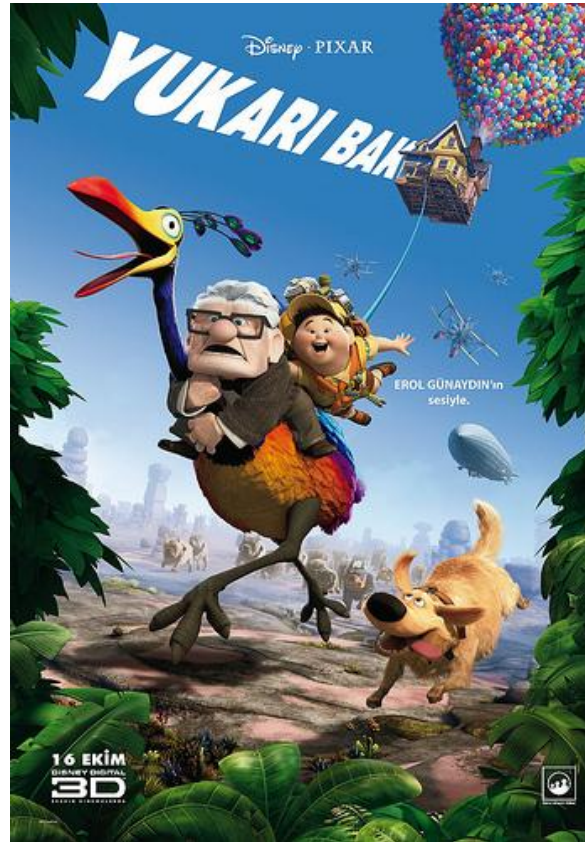
Bilgisayar destekli afiş tasarımlarında vektörel çizim programları oldukça sık kullanılmaktadır.

“Vektörel tabanlı programlarda hazırlanan çizimler ve yazılar çok iyi kenar keskinliğine sahiptir. Bu özelliklerden dolayı vektörel tabanlı programlar logo ve geometrik çizimler ve metinler oluşturulmasında tercih edilmektedir. Yaygın olarak kullanılan bazı vektörel tabanlı programlar şunlardır: Freehand, Illustrator, Corel Draw, Canvas.” (a. g. e: 65)

Bu programlar bir imgeyi yeniden biçimlendirebilir, ölçülendirebilir ve renklendirebilmektedir. Tasarımda anlatılmak istenen konuyu ve sözel unsurları görsel olarak vurgulayan ve yorumlayan resimsel yani illüstrasyon afişlerin tasarımları da artık bilgisayar ortamında yapılmaktadır. Birçok tekniği olan ve el çizimiyle uygulanan illüstrasyon afişler artık teknolojik gelişmelerden yararlanarak bilgisayar ortamında uygulanmaktadır. Bu tür afişlerde kolaylık sağlayan bir diğer teknolojik gelişim ise grafik tablet yani çizim tabletidir. Afiş tasarımları yapılırken bilgisayarda serbest çizim ve illüstrasyon uygulamalarında kullanılan bir araçtır. Tasarımcının yapmak istediği çizimi kağıda kalemle uygulamadan, bilgisayar ortamında oluşmasını sağlamaktadır. Aynı geleneksel yöntemlerle yapıldığı gibi normal guaj, sulu, kuru boyalar yerine bilgisayar üzerinde çizim tableti aracı kullanılarak yapılan çizimin renklendirilmesi de gerçekleştirilir. Elle çizim yönteminin modernleştirilmiş hali olarakta gösterilebilir.



Resim 132: Savaş Çekiç'in bilgisayar destekli illüstrasyon içerikli sosyal afişi.
Kaynak: http://savascetik.blogspot.com/2010_06_01_archive.html



Resim 133: Yukarı Bak filminin bilgisayar destekli illüstrasyon içerikli afişi.
Kaynak: <http://www.altiyazi.gen.tr/wp-content/uploads/up-yukari-bak-poster.jpg>

Afiş tasarımında tipografik düzenlemeler de önemli yer tutmaktadır. Teknoloji gelişiminden önce tasarımcılar tasarımlarındaki tipografi düzenlemelerini elle dizgi yöntemiyle yapmaktaydılar.

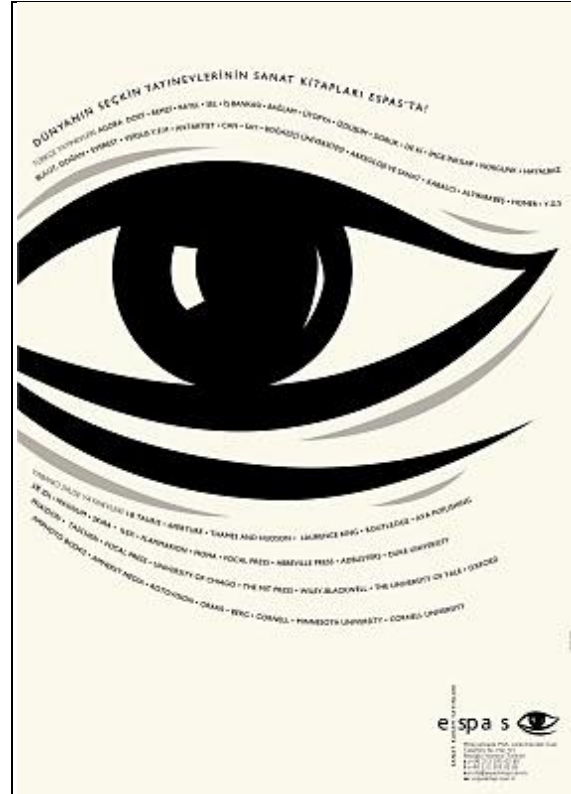
“Elle dizgi sisteminde, yazı kasasından seçilen harfler, kumpas adı verilen bir alet üzerine ters yönde dizilerek sıkıştırılır. Her sözcüğün arasına espas adı verilen kısa metal parçalar yerleştirilir. Satır araları, anterlin adı verilen metal şeritlerle ayarlanır. Dizilen metin, gale adı verilen metal bir tabla içine konularak bağlanır ve baskı presinin çerçevesi içinde özel sıkıştırıcılarla sabitleştirilir. Baskıdan sonra kalıp yüzeyindeki mürekkep temizlenir ve bütün harfler, kasadaki bölmelere elle dağıtılır. Elle dizgi zaman alıcı ve yorucu bir işlemdir.” (Becer, 2006: 188)

Afişte yazı bütünleyici temel öğedir. Tasarımlarda tipografik düzenlemeler bulunmaktadır. Bunlar; yazı karakteri seçimi, yazı karakterlerinin büyüklüğü (puntosu), harf ve satır arası boşlukları, başlıklar ve metin arasındaki kontrasttır. Bu düzenlemeler çağın ve tekniğin gelişmesine bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Artık bu düzenlemelerde çağımızda bilgisayar destekli olmuştur. Bilgisayarlar da binlerce yazı fontu çeşiti bulunmaktadır. Bu çeşitler tasarımcının afişindeki yazı ile görsellik bütünlüğünü sağlamasında önemli ölçüde yardımcı olmaktadır. Tasarımda hiç zorlanmadan istenilen yazı boyutu uygulanmaktadır. Bilgisayar desteğinin bir diğer önemli yanı ise uygulanan değişikliklerin anında tasarım üzerinde görülebilmesi ve uygun olmadığı takdirde tekrar zaman kaybetmeden değişikliğin yapılmasıdır. Yazı karakteri türleri arasında, serifli (tırnaklı) yazı karakterleri, serifsiz (tırnaksız) yazı karakterleri, el yazısı karakterleri, karakter (pi) fontları ve dekoratif fontlar olarak gruplara ayrılmıştır. Bu gruplarda kendi aralarında yüzlerce farklı çeşitlilik göstermektedir. Bilgisayar desteği sayesinde bütün font çeşitlerini görmek mümkündür. Bu fontların boyutlarını, renklerini belirlemek de bilgisayar desteği sayesinde kolaylaşmıştır. Daha önceleri elle dizgide uygulanan harf ve satır arası boşlukları da bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle istenilen şekilde otomatik olarak uygulanmaktadır. Bunların yanında gerekiyorsa metni daraltma – genişletme, metni bloklama ayarları da otomatik olarak bilgisayar ortamında rahatça uygulanmaktadır.



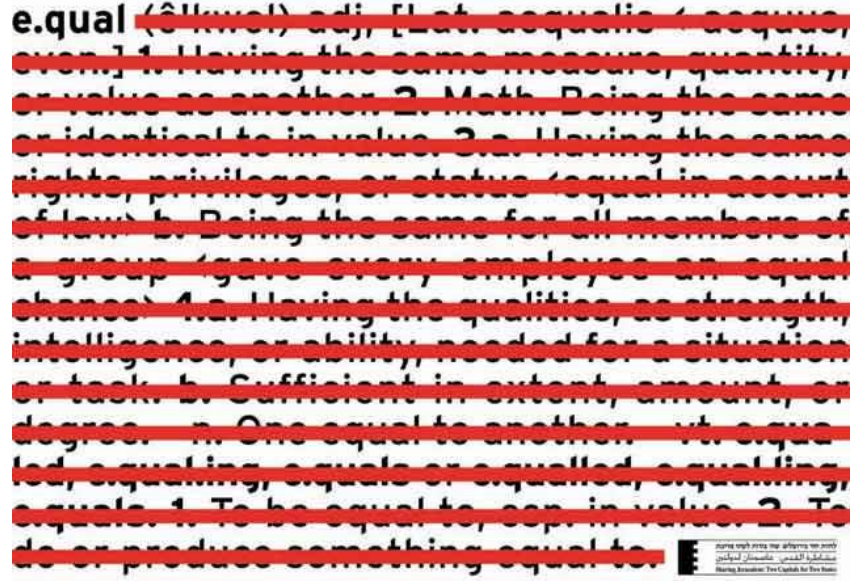
Resim 134: Savaş Çekiç'in tipografi içerikli afişi.

Kaynak: http://savascetik.blogspot.com/2010_06_01_archive.html



Resim 135: Savaş Çekiç'in tipografi içerikli afişi.

Kaynak: http://savascetik.blogspot.com/2010_05_01_archive.html



Resim 136: Bülent Erkmen'in tipografi içerikli afişi, 1998.

Kaynak: http://www.radyohiras.com/Forumlar_3550_31_40-yilin-vurucu-afisleri-.html

“Bilgisayarlar artık oyunlu ve genellikle okunaklılığı bozan bir tipografi tasarlanmasını sağlıyor ve yeni görsel dünyaların yaratılmasına olanak veriyorlar. Böylece, çok uzman reklam ajansları metinle resimleri birleştirip hem bilgilendirici, hem sanatsal afişler ortaya çıkarabiliyorlar. Genel olarak, bu afişlere özgü görsel dil grafik, tipografik ve fotografik öğelerle bağıntılıdır. Elle çizip boyanmış figüratif öğelere bu bağlamda çok ender, neredeyse hiç rastlanmamaktadır.” (Weill, 2009: 140)

Bilgisayar destekli teknolojik gelişmelerin temel amacı yazı, fotoğraf, illüstrasyon, şekil gibi grafik unsurların bilgisayar ortamında birleştirilerek, zaman kaybetmeden hızlı bir şekilde baskıya hazır hale getirilmesidir. Bilgisayar, grafik iletişimde kullanılan teknolojinin farklı bir boyut almasını sağlamış ve her geçen gün bu boyutun da gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Afiş tasarımcıları kendi uyguladıkları yöntemdeki kağıt, makas, boya, rapido, pergel gibi malzemeleri kullanmayı daha aza indirerek, tasarımlarını grafik programlarını kullanarak tamamen bilgisayar ortamında hazırlama imkanı bulmaktadırlar. Afiş tasarımcısı uygulamak istediği bütün değişiklik ve efektleri sadece birkaç tuşa basarak anında gerçekleştirebilmektedir. Bir tasarımcı için bilgisayar desteği fırça, kalem, boya gibi araç sayılmaktadır. Tasarım tamamen afiş sanatçısının ürünüdür. Fakat şuda bir gerçektir ki bilgisayar desteği ve diğer teknolojik gelişmeler afiş tasarımlarının daha hızlı ve kolay yapılmasını sağlamaktadır. Ayrıca bilgisayar desteği afiş tasarımında

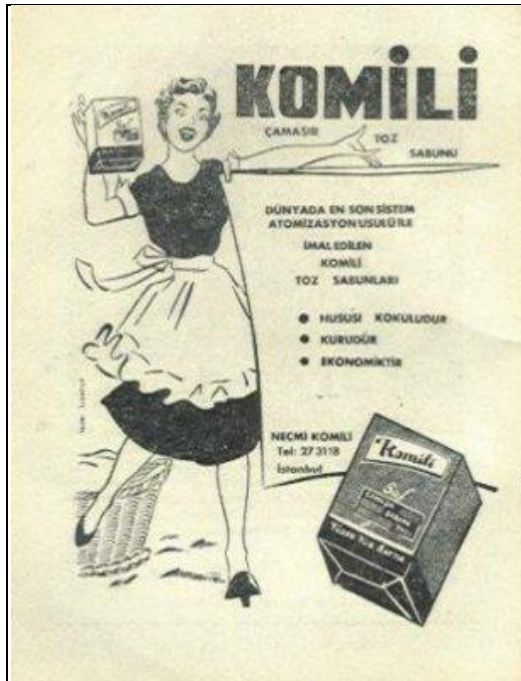
farklı alternatifler sunarak aralarından en uygun olanını seçme imkanı da tanımaktadır. Bilgisayar desteği, yapılan afiş tasarımlarının daha etkili hale gelerek dikkat çekici olmasına da yardımcı olan etkenlerinden biridir.

“Bugün tasarımcı artık bir köşede kendi başına iş görmemekte, kendini bilgisayarlara ve donanımlara teslim etmek durumunda kalmaktadır.” (a. g. e: 140)
Gelişen teknoloji afiş uygulamalarındaki tasarım üretkenliğini arttırmakta ve tasarımcılar tasarımlarını uygularken bilgisayar desteğini her geçen gün daha fazla kullanmaktadır.

4. TÜRKİYE'DEKİ AFİŞ TASARIMLARININ TEKNİK AÇIDAN İNCELENMESİ

Türkiye'de afiş alanında çok çeşitli tasarımlar bulunmaktadır. Afiş tekniği açısından da çeşitlilik göstermektedir. Her sanatçının afişinde farklı tekniklerden tasarımlar ortaya koyduğu uygulamalar görülmektedir. Geçmişten günümüze kadar teknolojinin de gelişmesiyle birlikte afiş tasarım tekniklerinde de gelişmeler olmuştur. Gelişen teknoloji sayesinde afiş tasarımları çeşitliliği artmış ve tasarım seçenekleri de çoğalmıştır.

Afiş sanatçıları tamamen kendilerinin tercih ettikleri farklı tekniklerden yararlanmışlardır. Her afiş sanatçısının kendine özgü tasarımı vardır. Bu tasarımları oluştururken bazı afiş sanatçıları sadece kendi tekniğini kullanarak afişlerini tamamlarlar, bazı afiş sanatçıları ise gelişen teknolojiden destek alarak afiş uygulamalarını oluşturmaktadırlar.



Resim 137: Komili ve Tamek markalarının afiş tasarımları.

Kaynak: <http://blog.serik002.com/konu/grafik-tasarim/page/2>

Tasarım ve teknolojinin daha yeni gelişmeye başladığı dönemlerde Komili ve Tamek markalarının ürün tanıtımı için uygulamış olduğu afiş tasarımlarıdır. Afişlerde, elle karikatüristik çizim tekniği görülmektedir. Bu afişlerde tek renk baskı uygulanmıştır. Baskının tek renk uygulamasının sebebi, o dönemde çok renkli baskı maliyetinin yüksek olmasıdır. Basım tekniği olarak serigrafi baskı tekniği uygulanmıştır.



Resim 138: 1969 yılında tasarlanmış olan afiş.

Kaynak: Çetin, 2005: 159



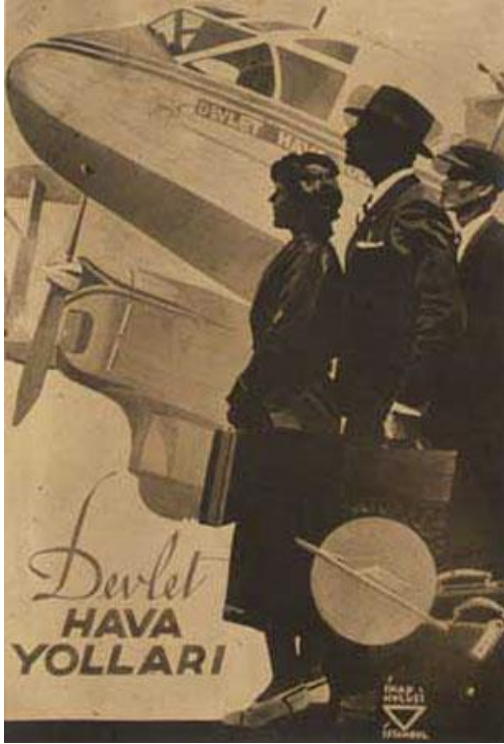
Resim 139: 1969 yılında tasarlanmış olan afiş.

Kaynak: Çetin, 2005: 158

1969 yılında yapılan bu afişler, Mehmet Büyükçanga tarafından tasarlanarak serigrafik tekniğinde basılmıştır. Bu teknikte basılmış olan meşrubat reklam afişinde tek renk uygulaması görülmektedir. Fakat Petrol Ofisi'nin ilk defa ürettiği motor yağının tanıtım afişinde ise birden fazla renk uygulaması görülmektedir.



Resim 140: İhâp Hulusî Görey'in afiş tasarımları.
Kaynak: <http://www.ihaphulusi.gen.tr/sanalsergi.html>



Resim 141: İhâp Hulusî Görey'in afiş tasarımları.
Kaynak: <http://www.ihaphulusi.gen.tr/sanalsergi.html>



Resim 142: İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları.

Kaynak: <http://www.ihaphulusi.gen.tr/sanalsergi.html>



Türkiye'nin ilk afiş sanatçılarından olan İhap Hulusi Görey, döneminin kısıtlı teknolojik imkanlarına rağmen var olan bütün olanakları afişlerinde kullanmıştır. 1920'li ve 1930'lu yıllarda başlamış olduğu afiş tasarımlarında elle çizim yapmıştır. Afiş uygulamalarında çoğunlukla suluboya tekniğini kullanmıştır. Uyguladığı teknikte fırça, kalem ve boya araçlarından yararlanmıştır. Uyguladığı teknikle İhap Hulusi Görey afiş tasarımının öncüsü olmuştur. İhap Hulusi Görey afişlerini o dönemin basım tekniği olan serigrafik baskıyla gerçekleştirmiştir.



Resim 143: ODTÜ Serigrafi Atölyesi'nden afiş tasarımı.

Kaynak: <http://www.turnusol.biz/public/haber.aspx?id=5523&pid=11&haber=40%20y%FDId%FDr>

ODTÜ Serigrafi Atölyesi'nden Ali Artun ve Selim İlkin arşivinden olan bu afiş tasarımında illüstrasyon tekniği kullanılmıştır. Afişin baskısında da serigrafi baskı tekniği uygulanmıştır.



Resim 144: Yavuz Sultan Selim konulu çalışma.

Kaynak: Kınık, 2008: 80

Yılmaz Özcan Koleksiyonu'nda bulunan Yavuz Sultan Selim konulu bu çalışma litografî baskı (taş baskı) tekniğiyle uygulanmıştır. 1831 yılında Türkiye'ye gelen ve en eski baskı tekniği olarak bilinen bu uygulama 20. Yüzyılın başlarında taş baskıcılık yerini, bugünkü modern teknik baskıcılığa bırakmıştır.



Resim 145: 1960 yılında tasarlanan film afişi.

Kaynak: Doğan, 2009, s. 152

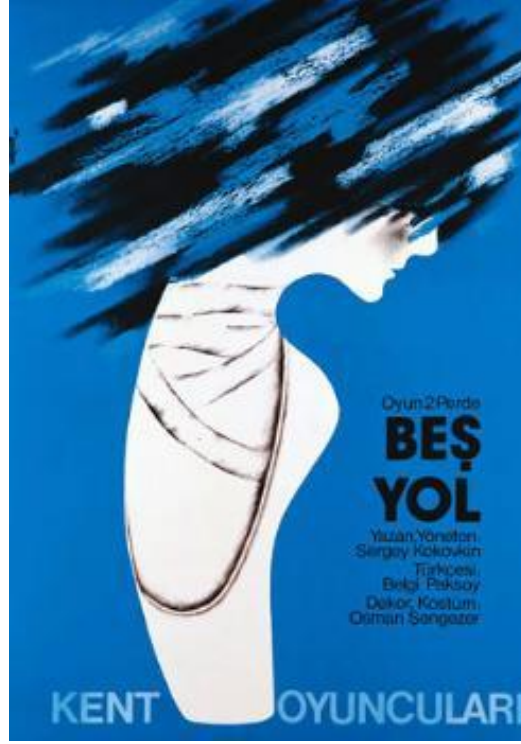
Bu dönemin sinema afişlerinde illüstrasyonlar çok fazla kullanılmaktaydı. Dönemin baskı tekniği olarak genelde ofset baskı yapılmaktaydı.



Resim 146: Yurdaer Altıntaş'ın 1964 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 100 x 140cm.
Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category>



Resim 147: Yurdaer Altıntaş'ın 1965 yılında tasarladığı film afişi, 70 x 100cm.
Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1>



Resim 148: Yurdaer Altıntaş'ın 1985 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 70 x 100cm.

Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1>

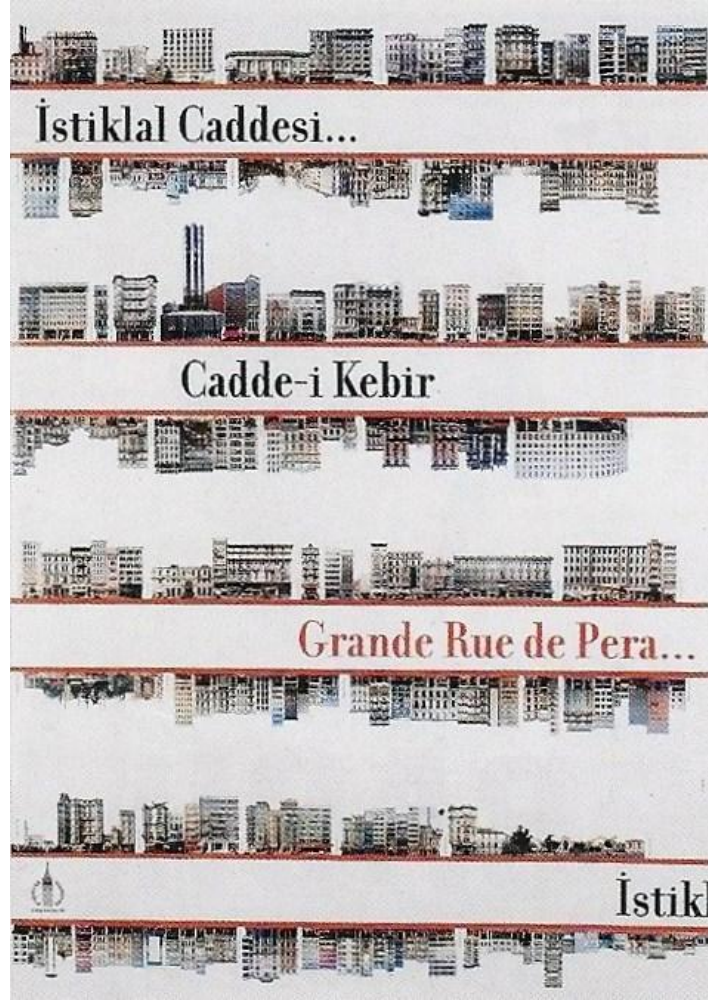


Resim 149: Yurdaer Altıntaş'ın 2000 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.

Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1>

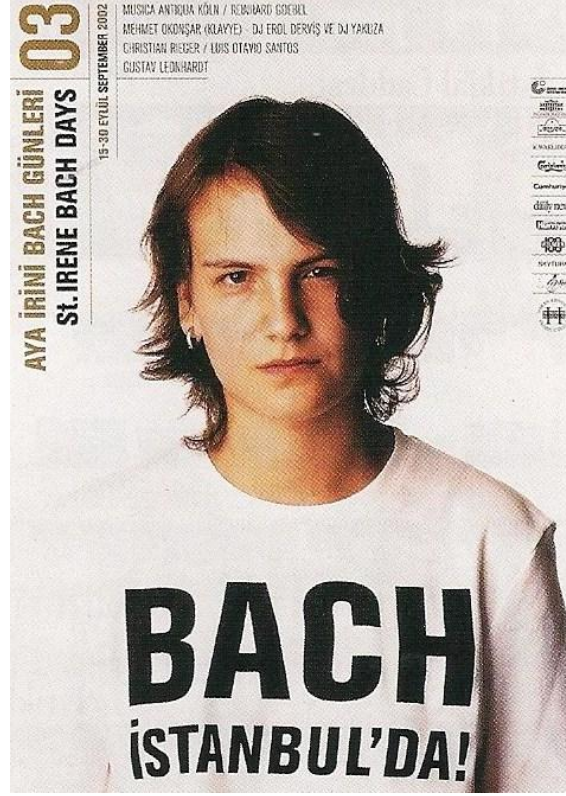
Yurdaer Altıntaş afiş tasarımı sanatında önemli isimlerden biridir. Yapmış olduğu çalışmalarının büyük çoğunluğunda illüstrasyon tekniği kullanmıştır. Çalışmalarını, bilgisayar ortamında değil serbest elle çizerek üretmektedir. çizim uygulamasıyla

yapmaktadır. Fakat tasarımlarındaki tipografi uygulamalarında gelişen teknolojiden yararlanmışır. Tipografi uygulamalarını bilgisayar ortamında gerçekleştirmektedir. Sanatçının son dönem afiş tasarımları ofset baskı tekniği ile basılmışır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte gelen ofset baskı, renk ve baskı kalitesi açısından afişlerde daha iyi sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır.



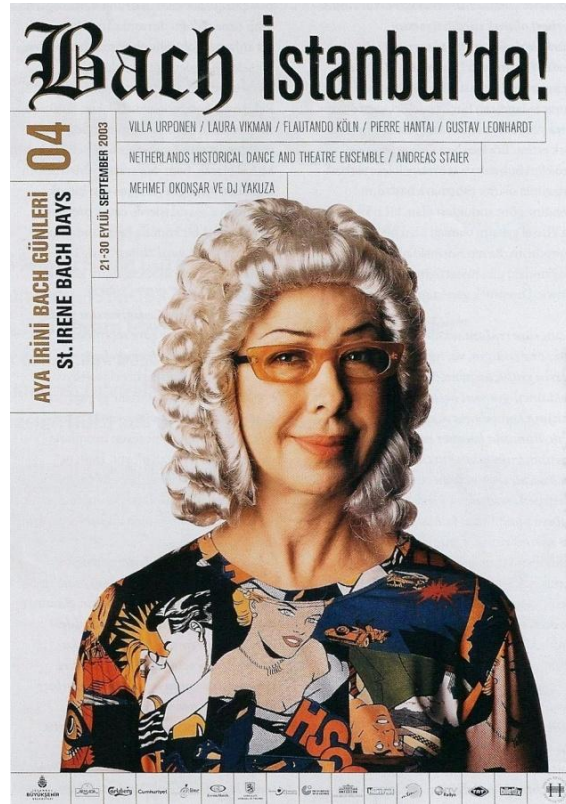
Resim 150: Işıl Döneray'ın 2004 yılında tasarladığı afişi, 70 x 100cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2008: 29



Resim 151: Işıl Döneray'ın 2002 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2008: 30

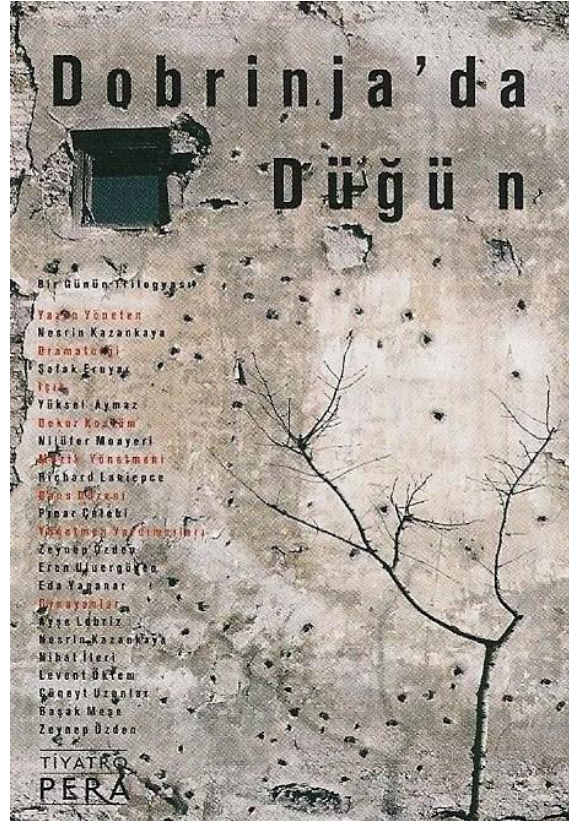


Resim 152: Işıl Döneray'ın 2003 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.

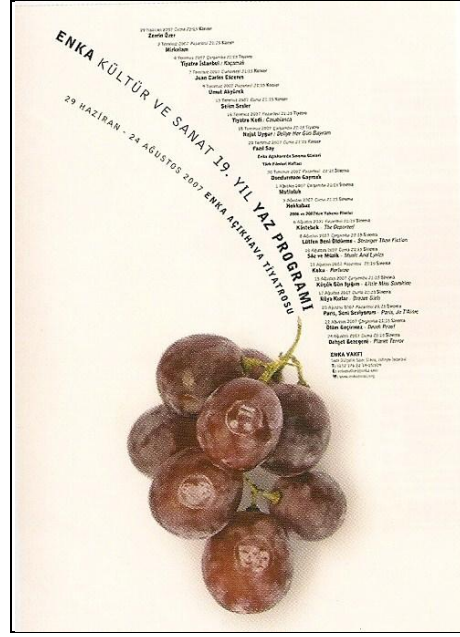
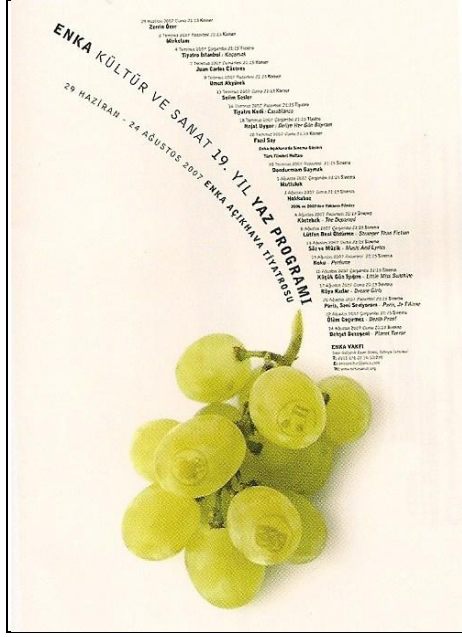
Kaynak: Grafik Tasarım, 2008: 30



Resim 153: Işıl Döneray'ın 2004 yılında tasarladığı afişi, 50 x 70cm.
Kaynak: Grafik Tasarım, 2008: 30

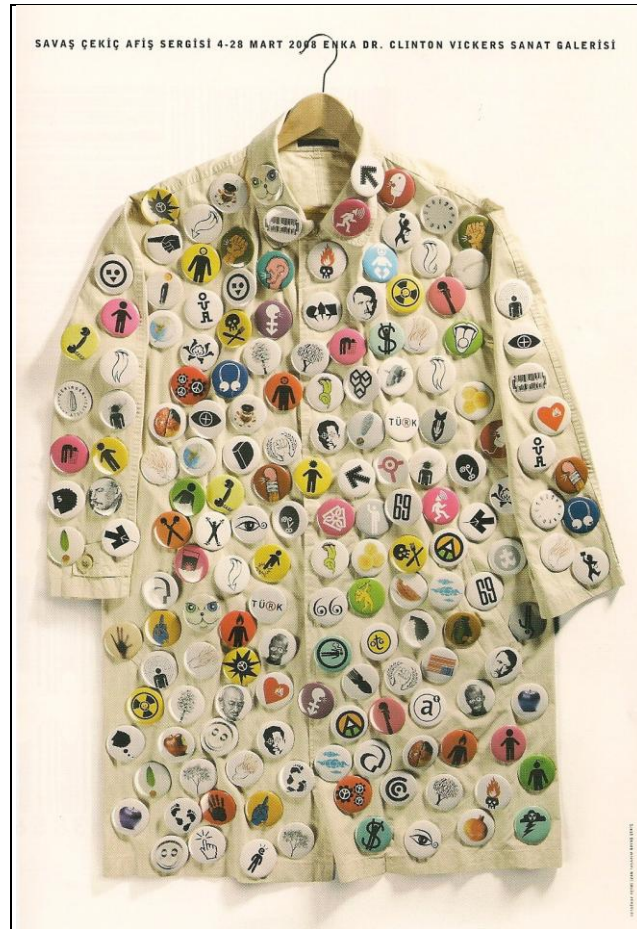


Resim 154: Işıl Döneray'ın 2004 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 50 x 70cm.
Kaynak: Grafik Tasarım, 2008: 31



Resim 155: Savaş Çekiç'in 2007 yılında tasarladığı kültürel afişi, 50 x 70cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 69



Resim 156: Savaş Çekiç'in 2008 yılında tasarladığı kültürel afişi, 57 x 82cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 69

Işıl Döneray'ın ve Savaş Çekiç'in afişlerinde fotoğraf tekniğinden yararlanılmıştır. Afişlerde kullanılan fotoğraflar bilgisayar desteği alarak uygulanmıştır. Tipografinin de afiş tasarımında etkisinin büyük olduğu bilinmektedir. Afişlerdeki tipografi tasarımları da bilgisayar desteklidir. Bu afiş tasarımları ofset baskı sistemiyle basılmıştır.



Resim 157: Savaş Çekiç'in 2004 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 50 x 70cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 68



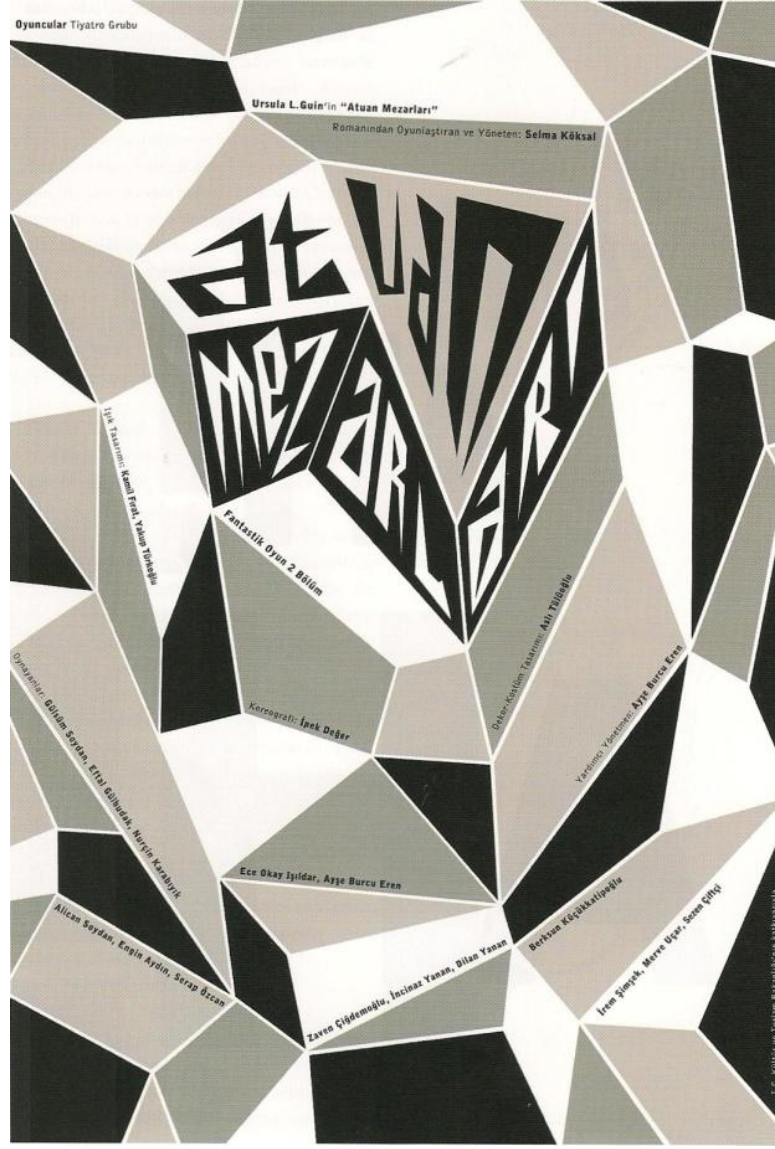
Resim 158: Savaş Çekiç'in 2005 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 50 x 70cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 68



Resim 159: Savaş Çekiç'in 2008 yılında tasarladığı sosyal afişi, 50 x 70cm.

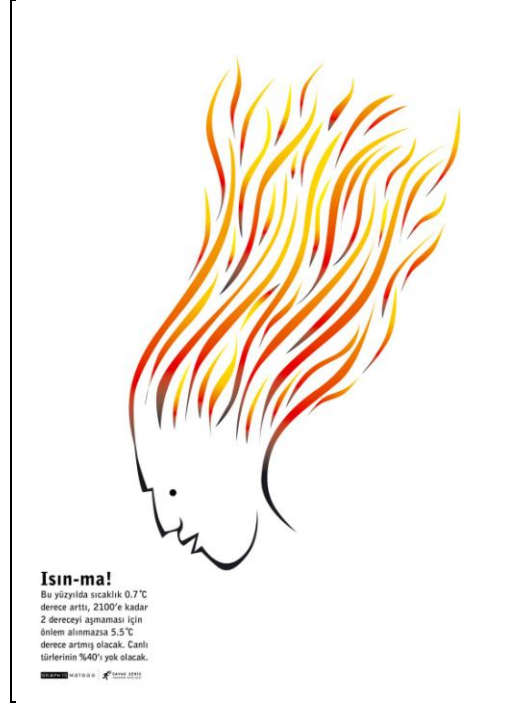
Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 67



Resim 160: Savaş Çekiç'in 2009 yılında tasarladığı sosyal afişi, 57 x 82cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 68

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte afiş tasarımları üzerinde kullanılan tipografik yöntemler şekil değiştirmiştir. Bilgisayar desteği olmadan önce elle tek tek uygulanan tipografi, günümüzde bilgisayar desteği kullanılarak daha etkili hale getirilmiştir. Savaş Çekiç afişlerinde bilgisayar destekli tipografi kullanılmaktadır. Sanatçının bu afişleri ofset baskı ile basılmıştır.



Resim 161: Savaş Çekiç'in 2007 yılında tasarladığı sosyal afişi, 57 x 82cm.

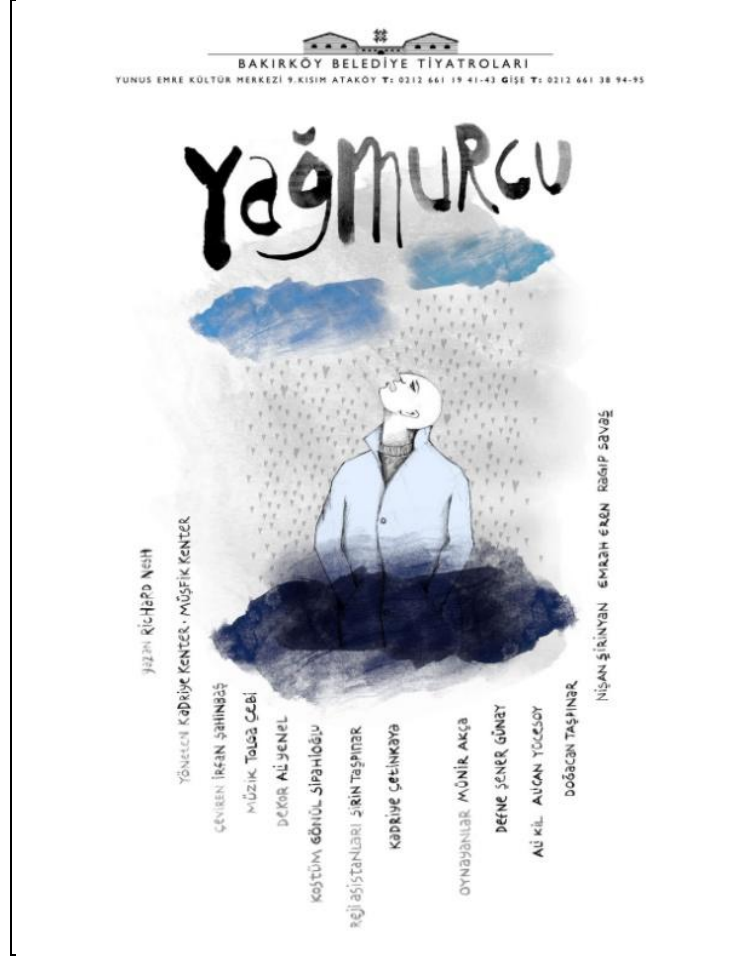
Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 66



Resim 162: Savaş Çekiç'in 2007 yılında tasarladığı sosyal afişler, 57 x 82cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 66

Sanatçı afiş tasarımlarında tamamen bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği kullanmıştır. Afişlerin baskı tekniği olarak da son dönemlerde çok sık kullanılan ofset baskı tekniği uygulanmıştır.



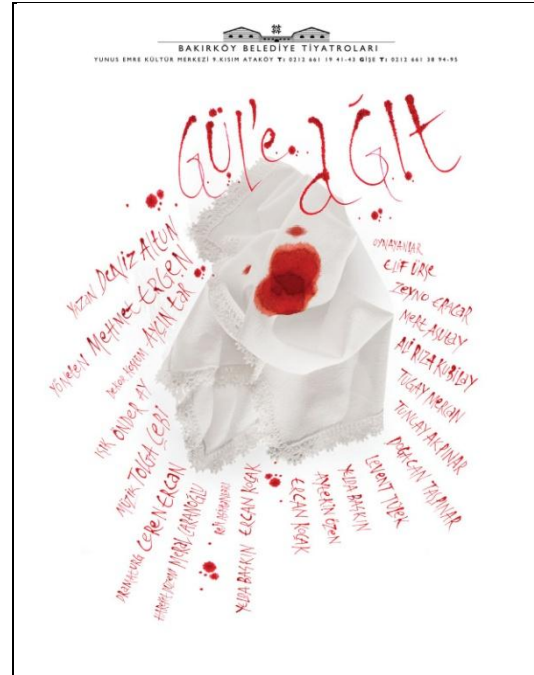
Resim 163: Savaş Çekiç'in 2009 yılında tasarladığı tiyatro afişi, 70 x 90cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 65

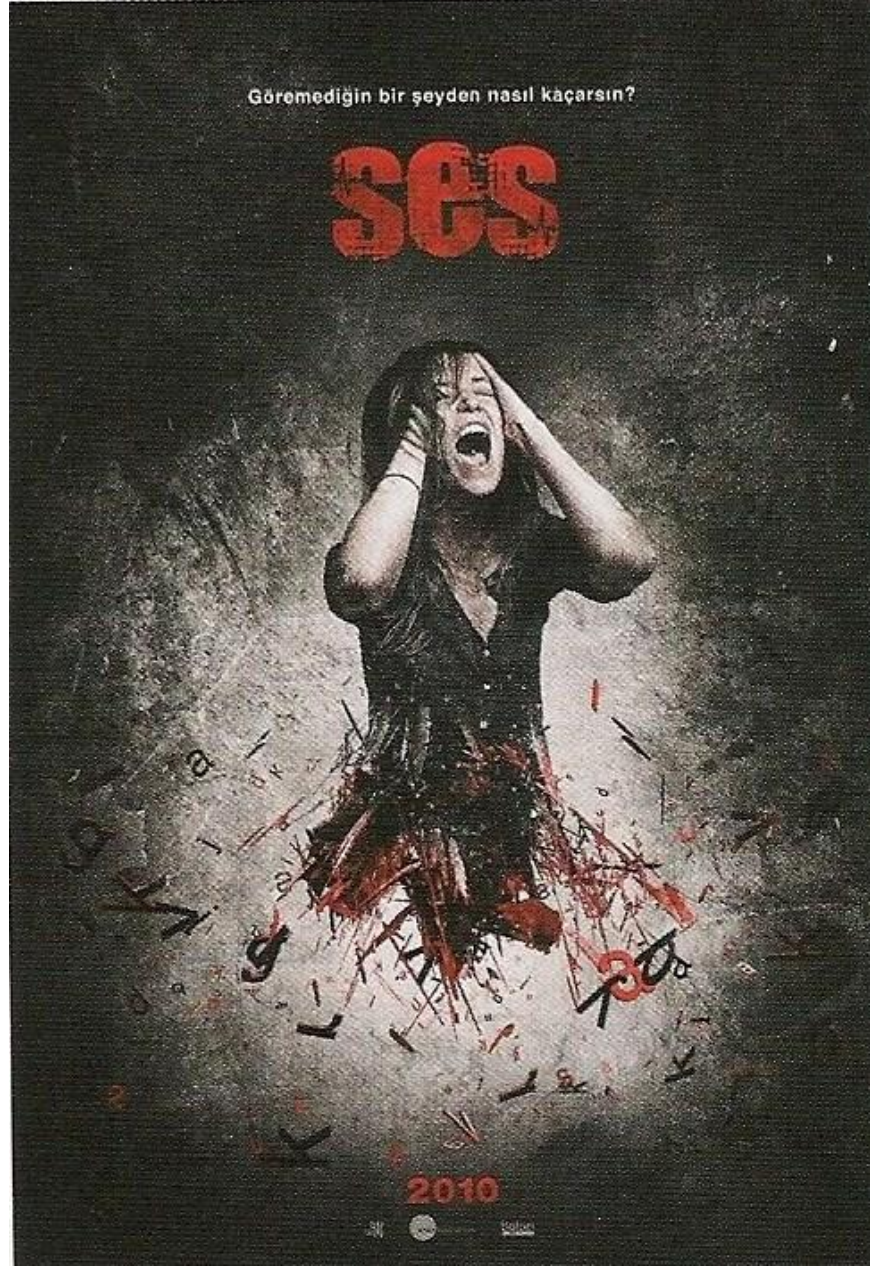


Resim 164: Savaş Çekiç'in 2009 yılında tasarladığı tiyatro afişleri, 70 x 90cm.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 65



Savaş Çekiç bu afiş tasarımlarında ise teknolojik gelişmeleri ve el çizim uygulamasını bir arada kullanmıştır. Her iki teknikten de yararlanmaktadır. Afişlerinde illüstrasyon uygulamaları sulu ve guaj boya yöntemiyle yapılmıştır. Uygulanan tipografiler de elde yazılmıştır. Sanatçının afiş tasarımları ofset baskı ile basılmıştır.



Resim 165: Ali Doğramacı'nın tasarladığı film afişi.

Kaynak: Grafik Tasarım, 2010: 88

5. SONUÇ

Afiş, Eski Çağ'dan günümüze kadar olan süre içinde sürekli gelişme göstererek basılı kitle iletişim araçlarından en önemlisi olmayı başarmıştır. Eski tarihlerde afiş, basılı ilan niteliği taşımıştır. Reklam araçları her ne kadar çeşitlilik göstermiş olsa da, afiş, her dönemde etkisini korumuş, geçerliliğini sağlamıştır. Bu gelişmeler sayesinde afiş tasarımı bir sanat haline gelmiştir.

Bu sanat tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kabul görmüş, Türk afiş sanatçıları yapmış oldukları tasarımlar sayesinde, afiş sanatına önemli katkılarda bulunmuşlardır.

Türkiye'deki teknolojik gelişimle birlikte baskı tekniklerinde de ilerlemeler olmuştur. Baskı tekniklerinde çeşitlilik sağlanmış ve bu çeşitlilik sayesinde afiş tasarımlarında farklı yöntemler geliştirilmiştir.

Teknolojik gelişimler sayesinde afişlerin tasarım ve baskı aşamaları kolaylaşmış ve daha etkili bir hal almıştır. Bilgisayar destekli tasarımlar afişlerin görsel etkisini arttırmıştır.

Bu çalışmada, Türkiye'deki teknolojik gelişimlerin afiş tasarımına etkileri araştırılmıştır. Sonuç, teknolojik gelişmeler sayesinde afiş tasarımlarında yapılan uygulamaların daha pratik bir şekilde yapıldığı ortaya çıkmıştır. Afişlerde kullanılan görseller, illüstrasyonlar ve tipografi daha etkili bir biçimde kullanılmıştır. Bu afişlerin baskı tekniklerinde de teknolojinin getirmiş olduğu gelişmelerden yararlanılmıştır.

Teknolojinin gelişimiyle birlikte afiş tasarımlarında fotoğraf kullanımının arttığı görülmüştür. Tasarımlarda kullanılan tipografinin zenginleştiği ve bu sayede yapılan afiş tasarımlarının sanatçıların bakış açılarını yansıtacak biçimde farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Günümüzde afiş tasarımlarında, elle yapılan illüstrasyon çalışmalarının bilgisayar desteği ile güçlendirildiği ve hedef kitle daha etkili bir biçimde ulaştığı belirlenmiştir.

Gelişen teknoloji sayesinde afiş baskılarının dış mekanlardaki ömrünün uzadığı ve daha dayanıklı hale geldiği görülmüştür.

Teknolojik gelişimlerin baskı tekniklerindeki en önemli getirilerinden biri de afiş boyutlarındaki çeşitlilik olmuştur. Yeni baskı sistemleri sayesinde afiş baskıları netlik ve renk konusunda kusursuzluğa ulaşmıştır. Gelişen teknoloji sayesinde yapılan baskı sayıları artmış, basım maliyetleri azalmıştır.

Sonuç olarak, baskı teknolojilerindeki gelişimler, her dönemde afiş tasarımlarının belirleyicisi olmuştur ve olmaya da devam edecektir.

6. KAYNAKLAR

- Asan, T. (2010). Savaş Çekiç. *Grafik Tasarım Görsel İletişim Dergisi*, 35.
- Arıkan, G. (2009). *İmgeden Baskıya Grafik Tasarım*. Konya: Eğitim Akademi Yayınları.
- Becer, E. (2006). *İletişim ve Grafik Tasarım*. (5. Baskı). Ankara: Dost Yayınları.
- Becer, E. (2007). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost Yayınları.
- Büyük Larousse, *Sözlük ve Ansiklopedisi*. (c. 1, 1986). Gelişim Yayınları.
- Çetin, İ. (2005). *Sanat Eğitiminde Afiş*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: SÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, S. (2009). *Türk Sinemasında İllüstratif Afişler (1950 – 1960)*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: AÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Durmaz, Ö. (2008). Işıl Döneray. *Grafik Tasarım Görsel İletişim Dergisi*, 26.
- Gelişim Hachette, *Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi*. (c. 1, 1993). Interpres Basın ve Yayıncılık.
- Gülerce, E. (2008). *Eğitim İçerikli Sosyal Sorumluluk Kampanyalarında Grafik Tasarım Sorunları*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: GÜ. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Gümüslü, A. (2008). *1980 Sonrası Türkiye'sinde Tiyatro Afişlerinde İmge ve Tipografi Sorunları*. Sanatta Yeterlilik Tezi. Ankara: HÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karahan, Ş. (2006). *Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: EÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ketenci, H. ve Bilgili, C. (2006). *Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim & Grafik Tasarımı*. İstanbul: Beta Basım.
- Kınık, M. (2008). *İlk Türk Matbaası'ndan Günümüze Baskı Tekniklerinin Türk Grafik Tasarım Eğitimine Yansımaları*. Doktora Tezi. Ankara: GÜ. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Mazlum, S. (2006). *Masaüstü Yayıncılık Tasarım ve Basım Teknolojisine Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Meydan Larousse. *Büyük Lugat ve Ansiklopedi*. (c. 1, 1992).

Özkan, M. (2003). *Türki'de Siyasal Reklam ve Siyasi Afişler (1946 – 1977)*. Lisans Tezi. Isparta: SDÜ. Güzel Sanatlar Fakültesi.

Sarı Sezer, N. (2009). *Sınır Tanımayan Reklam Ortamı Açık hava Reklamları*. İstanbul: Beta Yayınları.

Teker, U. (2009). *Grafik Tasarım ve Reklam*. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.

Uluğkay, S. (2006). *Türkiye'de Siyasal Afişin Gelişimi 1990 – 2000 Yılları Arası Örnek İki Parti (Anap – CHP) Seçim Afişlerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: SDÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Weill, A. (2009). *Grafik Tasarım Genel Kültür Dizisi*. (3. Baskı). İstanbul: YKY Yayınları.

İNTERNET

Erişim Tarihi: 15 Şubat 2011, <http://blog.iso50.com/3518/am-cassandra/>

Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011, <http://blog.serk002.com/konu/grafik-tasarim/page/2>

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,

http://bp3.blogger.com/_wpjdLoyUs/RngL4I29xI/AAAAAAAAA6E/WoWs5wzzXNgP4/s1600-h/gar.jpg

Erişim Tarihi: 02 Şubat 2011,

<http://cache2.allpostersimages.com/p/LRG/11/1101/YELV000Z/posters/loupot-charles-bonnard.jpg>

Erişim Tarihi: 22 Mart 2011,

<http://cizgininstili.blogspot.com/2010/10/osmanldan-gunumuze-grafik-tasarm.html>

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,
<http://curcuna.com/tr/eglence/galeri/image/gale002405.jpg>
Erişim Tarihi: 24 Nisan 2011, http://dogansehir.malatya.pol.tr/havani_koru.jpg
Erişim Tarihi: 24 Nisan 2011, <http://dosyalar.hurriyet.com.tr/aileici/default.asp>
Erişim Tarihi: 08 Mart 2011,
<http://elmaaltshift.blogspot.com/2007/04/henri-de-toulouse-lautrec.html>
Erişim Tarihi: 17 Şubat 2011,
<http://entertainment.howstuffworks.com/arts/artwork/paintings-by-henri-de-toulouse-lautrec1.htm>
Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2011,
<http://etiketbaski.blogspot.com/2011/01/flekso-bask-sistemleri.html>
Erişim Tarihi: 18 Nisan 2011,
http://farm1.static.flickr.com/192/442729358_dfe255560c_o.jpg
Erişim Tarihi: 15 Şubat 2011,
http://farm3.static.flickr.com/2504/4081631947_0d8dd5f4fb.jpg
Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2011, .
http://farm6.static.flickr.com/5045/5268752893_3d358d6459_o.jpg
Erişim Tarihi: 16 Haziran 2011,
http://galeri.uludagsozluk.com/1/ya-sonra_109573.jpg
Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,
http://galeri.uludagsozluk.com/32/m%C3%BCjde_69413.jpg
Erişim Tarihi: 12 Temmuz 2011,
http://giam.typepad.com/photos/uncategorized/lh_sudana.jpg
Erişim Tarihi: 19 Temmuz 2011,
<http://good50x70.org/2008/wp-content/uploads/2008/02/bulent-erkmen-2.jpg>
Erişim Tarihi: 10 Nisan 2011,
<http://hayaletik.blogcu.com/turk-sinamasi-yesilcam-tarihi-afisleri/6238372>
Erişim Tarihi: 24 Nisan 2011, <http://ilef.ankara.edu.tr/reklam/yazi.php?yad=10756>
Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,
<http://imageshack.us/photo/my-images/534/38722326.jpg/sr=1>
Erişim Tarihi: 24 Nisan 2011,
http://img.blogcu.com/uploads/klipdenizli_bebekler_kopie2.jpg

Erişim Tarihi: 07 Mayıs 2011,

http://img03.blogcu.com/images/f/i/l/filmizle16/kara_g__zl__m_1255877340.jpg

Erişim Tarihi: 19 Temmuz 2011, <http://img5.mynet.com/ha5/analiz/biryudum.jpg>

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011,

<http://img507.imageshack.us/img507/8057/87337321ha3.jpg>

Erişim Tarihi: 07 Haziran 2011,

http://m8tt.files.wordpress.com/2009/08/cr1_101071.jpg?w=293&h=420

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011,

<http://omersaylikdavutoglu.blogspot.com/2010/09/47-alt-n-portakal-film-festivali.html>

Erişim Tarihi: 16 Mayıs 2011,

<http://reklamaemekverenler.blogspot.com/2008/10/ihap-hulusi-grey.html>

Erişim Tarihi: 16 Haziran 2011,

http://savascekic.blogspot.com/2010_06_01_archive.html

Erişim Tarihi: 21 Şubat, <http://sianlouise.files.wordpress.com/2009/01/18.jpg>

Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2011,

<http://tarhvedenediyet.org/wp-content/gallery/afisler/3.jpg>

Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011,

http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Meng%C3%BC_Ertel_Jan_Dark%27%C4%B1n_%C3%87ilesi_afi%C5%9F.jpg

Erişim Tarihi: 22 Nisan 2011, http://tr.wikipedia.org/wiki/Kurumsal_reklam

Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2011,

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/35/Cheret_MoulinRouge_ParisCancan.jpg

Erişim Tarihi: 13 Temmuz 2011,

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/tr/4/4e/Sosyete_%C5%9Eaban.jpg

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011, http://urun.gittigidiyor.com/D-amp-K-ESKI-KAHVALTILIK-TAMA-YAG-TARIS-REKLAMI_W0QQidZZ20337686#aciklama

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011, http://urun.gittigidiyor.com/MALKOCOGLU-CEM-SULTAN-FILMI-AFISI-CUNEYT-ARKIN_W0QQidZZ36014035#aciklama

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011, <http://yerlifilmlerizle.blogspot.com/2011/02/dunyay-kurtaran-adam-izle-cuneyt-arnk.html>

Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2011, <http://yerlifilmlerizle.blogspot.com/2010/07/devlerin-ask-filmini-izlekadir-inanr.html>

Erişim Tarihi: 16 Haziran 2011,
http://1.bp.blogspot.com/_bb5XSWZ7jLI/TNQ2ANuusQI/AAAAAAAAAVg/PF9IQ3_8sgE/s1600/miyhav+afis.jpg

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,
http://1.bp.blogspot.com/___wpjdLoyUs/Rng9pII29vI/AAAAAAAAA50/5GDL4r-to6k/s400/is.jpg

Erişim Tarihi: 16 Haziran 2011,
http://2.bp.blogspot.com/_bb5XSWZ7jLI/TNQ1ub52ibI/AAAAAAAAAVY/IMCAAyYROoc/s1600/aklihavada+afis.jpg

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,
http://2.bp.blogspot.com/_nN4N6is17Tg/SxTs2iZRSaI/AAAAAAAAAG54/PIMpy4P6Vpo/s1600/hadise03.jpg

Erişim Tarihi: 08 Haziran 2011,
<http://www.acunn.com/haber/9505/unutulmayan-secim-afisleri-ve-sloganlari>

Erişim Tarihi: 14 Temmuz 2011,
<http://www.alkimkagit.com.tr/content3.asp?m1=1&m2=8&m3=34>

Erişim Tarihi: 25 Temmuz 2011, <http://www.alkimkagit.com.tr/Upload/pp2.gif>

Erişim Tarihi: 26 Haziran 2011,
http://www.alpmansanat.com/ggc/alpman/show_cat.php?cat_id=279&lan_id=4&menu=d...

Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2011,
<http://www.altyazi.gen.tr/wpcontent/uploads/upyukari-bak-poster.jpg>

Erişim Tarihi: 08 Ocak 2011, <http://www.aworldtowin.net/reviews/Rodchenko.html>

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011,
<http://www.babakus.com/index.php?Babakus=flash&id=5136&page=1095>

Erişim Tarihi: 07 Temmuz 2011, <http://www.beyazperde.com/film/4014>

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011, <http://www.bireyselemeklilikrehberi.com/wp-content/uploads/2009/12/garanti-bireysel-emeklilik.jpg>

Erişim Tarihi: 08 Ocak 2011, <http://www.designishistory.com/1920/el-lissitzkyl>

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,

<http://www.dijimecmua.com/dergiler/timreport/s68/m/83.jpg>

Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2011,

<http://www.disk.org.tr/default.asp?Page=Content&ContentId=142>

Erişim Tarihi: 18 Ocak 2011, <http://www.facebook.com/pages/Henri-de-Toulouse-Lautrec/112231448795583>

Erişim Tarihi: 02 Haziran 2011, <http://www.fasulyeden.com/1882/1-dunya-savasi-propaganda-afisleri/>

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011, <http://www.filmimiz.com/kemal-sunal/kemal-sunal-copculer-krali-filmini-izle/>

Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2011,

<http://www.frekansajans.com.tr/data/uploads/Becel-Agac-Raf-Bandi1.jpg>

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011, <http://www.fullizle.org/malkocoglu-akincilar-geliyor-cuneyt-arkin.fullindirizle.html>

Erişim Tarihi: 14 Şubat 2011, <http://www.gorselsanatlar.50megs.com/rbilgi/afis.htm>

Erişim Tarihi: 08 Haziran 2011, <http://www.habervakti.com/img/H4LWuqqz.jpg>

Erişim Tarihi: 08 Haziran 2011, <http://www.habervakti.com/img/UQwW79Qj.jpg>

Erişim Tarihi: 08 Haziran 2011, <http://www.habervakti.com/img/x9i7VMLs.jpg>

Erişim Tarihi: 25 Temmuz 2011, <http://www.ihaphulusi.gen.tr/sanalsergi.html>

Erişim Tarihi: 11 Nisan 2011,

http://www.intersinema.com/sinemahaberleri/haber_1987.asp

Erişim Tarihi: 24 Nisan 2011,

<http://www.kaynagiminsan.com/wpcontent/uploads/2010/11/Board-1.jpg>

Erişim Tarihi: 13 Mart 2011,

<http://www.laldesign.net/en/eoitime+100+destek+bizden-2.html>

Erişim Tarihi: 12 Temmuz 2011,

http://www.liveinternet.ru/community/pour_1_amour_de_1_art/post110300978/

Erişim Tarihi: 28 Mayıs 2011, <http://www.milliyet.com.tr/-baba-beni-okula-gonder-kampanyasi-icin-acik-artirma/ekonomi/sondakika/24.12.2010/1330534/default.htm>

Erişim Tarihi: 04 Mart 2011, <http://www.miltonglaserworks.com/home.php?cat=26>

Erişim Tarihi: 12 Temmuz 2011,
http://www.moma.org/collection_images/resized/620/w500h420/CRI_2620.jpg

Erişim Tarihi: 16 Haziran 2011, <http://www.myzest.com/wp-content/avatar-movie-poster.jpg>

Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2011, <http://www.muratguler.net/2011/06/09/>

Erişim Tarihi: 18 Nisan 2011, <http://www.nuveforum.net/1018-bilgisayar-destekli-tasarim/53803-afis-afisin-ozellikleri-page2/>

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011,
<http://www.onedergi.com/wpcontent/uploads/2010/08/210.jpg>

Erişim Tarihi: 16 Haziran 2011,
http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2009/03/emrah_yucel_calisiyor.html

Erişim Tarihi: 28 Mayıs 2011,
<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=925671&Date=12.03.2009&CategoryID=77>

Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2011,
http://www.radyohiras.com/Forumlar_3550_31_40-yilin-vurucu-afisleri-.html

Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2011, <http://www.ruzname.net/birinci-dunya-savasindan-propaganda-afisleri>

Erişim Tarihi: 07 Mayıs 2011, <http://www.sadibey.com/1978/11/09/selvi-boylum-al-yazmalim/>

Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011,
<http://www.sanalkurs.net/forum/grafiktasarim/menguertel/>

Erişim Tarihleri: 21 Haziran 2011,
<http://www.sinemadafilmizle.com/afis/saskinordek.jpg>

Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2011,
<http://www.sinemadafilmizle.com/dila-hanim-sinema-film-izle.html>

Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2011,
<http://www.sinemalar.com/film/8598/Orta-Direk-Saban/>

Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2011,

<http://www.sinemaseyredelim.com/etiket/online+D%F6n%FC%FE+1972+izle.html>

Erişim Tarihi: 07 Mayıs 2011,

http://www.sinematurk.com/film_genel/3636/Halici-Kiz

Erişim Tarihi: 07 Mayıs 2011, <http://www.sinemalar.com/film/3925/Inek-Saban/>

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011, <http://www.sinematurk.com/images/film/6108.jpg>

Erişim Tarihi: 07 Mayıs 2011,

<http://www.sinemalar.com/film/62772/Istanbul-Sokaklarinda-i/>

Erişim Tarihi: 07 Mayıs 2011,

http://www.sinematurk.com/film_genel/6640/Yalnizlar-Rihtimi

Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2011,

<http://www.siviltoplum.com.tr/?ynt=icerikdetay&id=115>

Erişim Tarihi: 17 Nisan 2011, <http://www.tumgazeteler.com/?a=3920081&cache=1>

Erişim Tarihi: 24 Nisan 2011,

<http://www.tkd-online.org/images/KalbiniSevKirmiziGiy/Poster.jpg>

Erişim Tarihi: 08 Haziran 2011, [http://www.turania.net/afisler-posterler/1248-1-](http://www.turania.net/afisler-posterler/1248-1-cihan-harbinde-turk-8211-alman-propaganda-afisleri.html)

[cihan-harbinde-turk-8211-alman-propaganda-afisleri.html](http://www.turania.net/afisler-posterler/1248-1-cihan-harbinde-turk-8211-alman-propaganda-afisleri.html)

Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2011,

http://www.turkcebilgi.com/uploads/media/resim/metal_movable_type.jpg

Erişim Tarihi: 21 Haziran 2011, [http://www.turkforum.net/736137-60-tan-fazla-gala-](http://www.turkforum.net/736137-60-tan-fazla-gala-avrasya-film-festivali-nde.html)

[avrasya-film-festivali-nde.html](http://www.turkforum.net/736137-60-tan-fazla-gala-avrasya-film-festivali-nde.html)

Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011,

<http://www.turnusol.biz/public/haber.aspx?id=5523&pid=11&haber=40%20y%FDld%FDr>

Erişim Tarihi: 13 Mart 2011, http://www.unicef.org/turkey/pc/img/_ge74.gif

Erişim Tarihi: 12 Nisan 2011, [http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-](http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html)

[design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html](http://www.uslanmam.com/fotografcilik-ve-resim-design/151685-gecmisteki-secim-afisleri.html)

Erişim Tarihi: 12 Temmuz 2011, <http://www.vam.ac.uk/users/node/6371>

Erişim Tarihi: 05 Şubat 2011,

<http://www.veribaz.com/viewdoc.html?afis-ve-afisin-ozellikleri-345765.html>

Erişim Tarihi: 14 Şubat 2011,

<https://www.veribaz.com/viewdoc.html?/www.veribaz.com:443/login.htmlm=1&ul=tiyatro-afisi-363697.html>

Erişim Tarihi: 04 Mayıs 2011, http://www.yapi.com.tr/Yarismalar/tasarimci-bulent-erkmen-lahti-afis-bienalinde-birincilik-odulu-aldi_4771.html

Erişim Tarihi: 04 Haziran 2011,

<http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category>

Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2011,

<http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>

Erişim Tarihi: 27 Temmuz, <http://www.webhatti.com/resim-galerisi/483705-eski-turk-film-afisleri-goruntuleri.html>

Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2011,

<http://www.webdersleri.com/tasarim-baski-sunum/offset/images/Serigrafibaski.gif>

7. ÖZGEÇMİŞ

1986 yılında, İstanbul’da doğdu. İlkokul öğrenimini Hobyarlı Ahmet Paşa İlköğretim okulunda, ortaokul öğrenimini Çapa Atatürk İlköğretim okulunda, lise öğrenimini Ataköy Cumhuriyet Lisesi’nde ve üniversite lisans öğrenimini Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım bölümünde tamamladı. Lisans eğitimini tamamladıktan sonra, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Anasanat Dalı’nda başladığı yüksek lisans eğitimini, 2011 yılında “Türkiye’de Teknolojik Gelişimlerin Afiş Tasarımına Etkileri” adlı tez çalışmasıyla tamamlamıştır.