



**T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

**AFİŞ SANATININ GÖRSEL İLETİŞİM
SANATLARINDAKİ YERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hüseyin YAYLA

135110116

Danışmanı: Prof. Dr. Güler ERTAN

İstanbul – 2014



**T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

**AFİŞ SANATININ GÖRSEL İLETİŞİM
SANATLARINDAKİ YERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Hüseyin YAYLA

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum " Afiş sanatının görsel iletişim sanatlarındaki yeri " başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Hüseyin YAYLA

ÖZET

AFİŞ SANATININ GÖRSEL İLETİŞİM SANATLARINDAKİ YERİ

Hüseyin YAYLA

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

Danışman: Prof. Güler ERTAN

Ocak, 2014

Afiş sanatı görsel iletişim tasarımının en önemli ögesi olarak kabul edilmiş kitlelere direk mesaj veren ve tanıtım sektörünün en güçlü iletişim araçlarından biri olarak tanımlanmıştır.

Bu çalışmada afiş sanatının yeni tanıştığı dijital sanat ile birlikteliği incelenmiş. Grafik tasarımı ile birlikte afiş sanatının dünü, bugünü kısa bir tarihçe ile anlatılmıştır. Cumhuriyetimizin kurulmasıyla birlikte ülkemizde de Avrupa ve dünyada olduğu gibi bir takım etkileyici sanat faaliyetleri başlamıştır. Bu sanat faaliyetlerinden biriside Afiş Sanatı'dır. Özellikle Afiş sanatımızın duayeni olarak kabul edilen İhap Hulusi Görey'in de ülkemize dönerek başlattığı afiş çalışmaları incelenmiştir. Sanatçının kısa hayat hikayesi anlatılarak eserleri hakkında bilgiler verilmiştir.

Günümüzde hızla gelişen bilgisayar teknolojilerini grafik tasarım alanında da görülmektedir. Analog olarak tasarlanan afişler artık çok daha çabuk grafik tabanlı programlarla yapılmaktadır. Bu karşılaştırmalarda örneklerle anlatılmıştır.

Afiş sanatının yapım tekniklerinin eski ve yeni uygulama teknikleri anlatılmış ve örnekler verilmiştir. Gelişen dijital tekniklerle yapılan afişlerden örnekler verilmiştir. Bu konuda hem dünyadan hemde ülkemizdeki afiş tasarımcılarından örnekler verilerek anlatılmıştır. Afiş geniş kitlelere mesaj verme niteliği taşıyan bir iletişim aracıdır. Ülkemizde sanayinin ve teknolojinin hızla ilerlediği göz önüne alınarak afiş'in teknik özelliklerinin yanı sıra vermek istediği mesajlar bölümlere ayrılmış ve incelenmiştir. Özellikle gerek sanatsal gerekse ticari afişler irdelenerek örneklerle anlatılmıştır.

Baskı tekniklerindeki suretli gelişme ile geleneksel baskı sistemlerinden en önemlisi olan dijital baskı sistemi ve ofset baskı sistemi ile bilgiler verilmiştir. Türk afiş sanatının duayeni olanı İhap Hulusi Göreyinin Türk afiş sanatına olan katkıları örneklerle anlatılmış son bölümde kendi afiş çalışmalarımızdan örneklerler verilerek sanatsal açıdan yorumlar yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Afiş, Afişin Tarihsel Gelişimi, Uygulamaları, Örnekleri

ABSTRACT

VISUAL IMPORTANS OF POSTER ART IN VISUAL ART

Hüseyin YAYLA

Master's Thesis,Department of Graphic Design

Supervisor:Prof.Dr.Güler ERTAN

January,2104

SUMMARY

Poster Art is known as being one of the most powerful way of transmitting the real message to the audiences.

In this research, the new relationship between digital art and poster art has researched. Also, the history of poster art with graphic desing has briefly mentioned. In the first years of Republic of Turkey, art activities has Started like other European countries and the rest of the World. One of those activies was Poster Art. The doyenne of Poster Art, Ihap Hulusi Gorey came back to Turkey to do some research in this field and his Works made the most valuable contribution to Poster Art in Turkey. His Works and history has mentioned in detail in his research as well.

Recently, the affect of fast improvement of computer Technologies can be seen in Graphic Desing Industry. This makes the designing poster faster compare to analog process. This difference has explained by comparisons as well.

The technical way of creating a poster has been mentioned with its old and new technics. On the other hand the posters which has designed with the new technology has been explained by examples from all around the World. Poster Art is a way of communication to transmit the message to all people in the World. In Turkey, considering the improvement of technology and industry, except of the technical details of designing a poster the way of transmitting the message has been mentioned in detail. Especially both artistic and commercial posters has explained with examples.

Improvement of offset printing has mentioned and some detailed informations about digital printing has explained in this research. The contributions of Ihap Hulusi Gorey to Turkish Poster art has interpreted with our own poster art examples in the field of art.

Keywords: Poster,Poster in the historical development, applications, samples

ÖNSÖZ

Reklam ve baskı sektörünün hızla gelişmesi ve buna paralel olarak grafik tabanlı bilgisayarların da gelişmesini sağlamıştır. Analog sistemle yapılan tüm grafik çalışmaları artık yerini grafik tabanlı çalışan bilgisayarlara bırakmıştır. Özellikle dijital fotoğraf makinelerinin kaydettiği aflama buna paralel tam baskı öncesi ve baskı sistemlerinde artık dijitalleşmesine sebep olmuştur. Tüm dünyada ekonomik büyümenin yavaşladığı bu dönemde yapılan tasarımların hızla dijital sistemlerle ve bilgisayar desteğiyle gerek internet gerekse basım yoluyla hızla iletişime açılması her zaman dikkatimi çekmiştir. Bu çalışmada kendi afişlerimin tüm fotoğraflarını ben çektim. Bilgisayar desteğiyle hem baskı öncesi hem baskı ve baskı sonrası çalışmalarında bulundum. Hem bitirdiğim üniversite hemde piyasa tecrübem bana bu konuda yol gösterdi. Bu konuyu belirlememde ve yazma aşamasında destek olan tez danışmanım Prof. Dr. Güler ERTAN'a ve tez araştırma dönemimde mesleki bilgilerini ve tecrübelerini benimle paylaşmaktan kaçınmayan Sayın grafik sanatçısı Yrd. Doç. Nuri SEZER'e, öğrencim Recep Usta'ya, öğrencim Aslı Yalçın'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul, 2014

Hüseyin YAYLA

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖZET	I
ABSTRACT	II
ÖNSÖZ	III
ŞEKİL LİSTESİ	VII

1.BÖLÜM

1.1.Dijital Sanat	1
1.2.Analog'tan Dijitale Geçiş	3
1.3.Dijital Sanatın Gelişimi	5
1.4.Dijital Sanatın İlk Örnekleri	7
1.5.Tarihi Gelişimi ve Türkiye'den İlkler	8
1.6.Dijital Sanat Oluşturma	10
1.7.Dijital Sanatın Sınıflandırılması	10
1.8.Dijital Teknolojilerin Araç Olarak Kullanılması	11
1.9.Dijital Görüntüleme: Fotoğraf ve Baskı	11
1.10. Sanat Nedir	12

2.BÖLÜM

2.1.Afiş'in Tanımı	14
2.2.Afiş Tasarımının Tarihsel Gelişim Süreci	14

2.3.Afiş Tasarımının Ülkemizdeki Gelişim Süreci	19
2.4.Afişin Çeşitleri ve Kullanıldığı Alanlar	30
2.4.1.Kültürel Afişler	31
2.4.2.Tiyatro Afişleri	33
2.4.3.Sinema Afişleri	44
2.4.4. Sosyal Afişler	55
2.4.5.Siyasi Afişler	56
2.4.6.Sosyal Sorumluluk Kampanya Afişleri	63
2.4.7.Reklam Afişleri	71
2.4.8. Kurumsal Reklamcılık Afişleri	72
2.4.9. Propaganda Afişleri	76
2.5. Bu Süreçte Kullanılan Yöntemler	79
2.6. Uygulama Öncesi Yapılması Gerekenler	80
2.7. Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler	80
2.7.1. İllustrasyon Tekniği İle Yapılan Afiş Tasarımları	80
2.7.2.Fotoğraf Tekniği ile Tasarım	81
2.7.3.Karışık Teknik İle Tasarım	82

2.7.4. Bilgisayar Tekniği İlem Tasarım	83
2.8.Baskı Teknolojileri Açısından İrdelenmesi.....	84
2.8.1.Basım Tekniklerinin Tarihsel Gelişimi	84
2.8.2. Baskı Teknikleri	85
2.8.2.1. Yüksek Baskı	86
2.8.2.2. Tipo Baskı Tekniği	86
2.8.2.3. Flesko Baskı Tekniği	87
2.8.2.4. Düz Baskı	87
2.8.2.5.Ofset Baskı Tekniği	88
2.8.2.6.Çukur Baskı	89
2.8.2.7.Tifdruk Baskı Tekniği	89
2.8.2.7.Tampon (Pad) Baskı Tekniği	91
2.8.2.8. Şablon Baskı Tekniği	91
2.8.2.9.Serigrafi (Elek) Baskı Tekniği	91
2.8.2.10. Dijital Baskı Tekniği	92
2.9.Bilgisayar Destekli Tasarım	94
2.10. İhap Hulusi Kim dir?	103

3. Bölüm

3.1. Hüseyin YAYLA Afişleri ve Yorumları	113
------------------------------------------------	-----

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1.1.: Jules Cheref ve Toulouse Laut.....	16
Şekil 2.1.: Bob Dylan Afişi	18
Şekil 2.2.: 1930 Yılında İhap Hulusi Görey Tarafından Tasarlanan Reklam Afişi Tasarımı.....	20
Şekil 2.3.: Kenan Temiza'nın Almanya'da Tasarlandığı Bir Sinema Afişi	21
Şekil 2.4.: Yurdaer Altıntaş'ın 1984 Yılında Tasarladığı "Ben Anadolu" Adlı Eseri.....	18
Şekil 2.5.: Yurdaer Altıntaş'ın 1967 Yılında Tasarladığı "Züğürt Hovardalar" Adlı Tiyatro Afişi.....	23
Şekil 2.6.: Mengü Ertel 1976 Yılında Paris'teki Sinema Festivalinde "Jan Dark'ın Çilesi" Afişiyle Büyük Ödülü Almıştır.....	24
Şekil 2.7.: Mengü Ertel'in 1973 Yılında Tasarladığı Festival Afişi	24
Şekil 2.8.: Mengü Ertel'in Dostlar Tiyatrosu İçin Tasarladığı "Zemberek" Adlı Oyun Afişi.....	25
Şekil 2.9.: Mengü Ertel'in "Kıvırcık Paşa" Adlı Afişi.....	26
Şekil 2.10.: Bülent Erkmen Afişi.....	27
Şekil 2.11.: Sadık Karamustafa'nın Film Afişi.....	27
Şekil 2.12.: Yurdaer Altıntaş'ın 1961 Yılında Tasarladığı Tiyatro Afişi.....	28
Şekil 2.13.: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 Yılında Tasarladığı Tiyatro Afişi.....	28
Şekil 2.14.: Yurdaer Altıntaş'ın 1965 Yılında Tasarladığı Tiyatro Afişi.....	29
Şekil 2.15.: Yurdaer Altıntaş'ın 1966 Yılında Tasarladığı Tiyatro Afişi.....	29
Şekil 2.16.: Emrah Yücel'in 2005 Yılında Tasarladığı Festival Afişi.....	32
Şekil 2.17.: Mengü Ertel'in Karaca Tiyatrosu İçin Tasarladığı Afiş.....	34
Şekil 2.18.: Mengü Ertel'in Dostlar Tiyatrosu İçin Tasarladığı Afiş.....	35

Şekil 2.19.: Mengü Ertel'in Halklar Tiyatrosu İçin Tasarladığı Afiş.....	35
Şekil 2.20.: Mengü Ertel'in Devlet Tiyatroları İçin Tasarladığı Afiş.....	36
Şekil 2.21: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 Yılında Tasarladığı Tiyatro Afişi.....	36
Şekil 2.22: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 Yılında Tasarladığı Tiyatro Afişi	37
Şekil 2.23: Yurdaer Altıntaş'ın 1962 Yılında Tasarladığı Tiyatro Afişi	37
Şekil 2.24: Mengü Ertel'in Tasarladığı Tiyatro Afişi	38
Şekil 2.25.: 2005 Yılında Yapılan Bilinçsiz Bir Stilizasyonun Hakim.....	39
Şekil 2.26.: 2005 Yılında Yapılan Estetik Kaygıların Arka Planda Olduğu Özel Tiyatro Afişi.....	40
Şekil 2.27 Yurdaer Altıntaş'ın 1985 Yılında Fikret Hakan Tiyatrosu İçin Tasarladığı Afiş.....	41
Şekil 2.28.: Yurdaer Altıntaş'ın 1990 Yılında Dormen Tiyatrosu İçin Tasarladığı Afiş.....	41
Şekil 2.29: Yurdaer Altıntaş'ın 1990 Yılında Kent Oyuncuları İçin Tasarladığı Afiş.....	42
Şekil 2.30.: Mengü Ertel'in Pir Sultan Abdal Adlı Afişi.....	42
Şekil 2.31: Mengü Ertel'in Karagöz'ün Berberliği Adlı Afişi.....	43
Şekil 2.32.: Bülent Erkmen İstanbul Devlet Tiyatrosu İçin Tasarladığı "Efrasiyab'ın Hikayeleri" Oyun Afişi.....	43
Şekil 2.33.: Bülent Erkmen'in Sahte Kimlikler 5 Adlı Tiyatro Afişi.....	44
Şekil 2.34: "İstanbul Sokaklarında" Adlı Film Afişi.....	45
Şekil 2.35.: "Halıcı Kız" Adlı Film Afişi.....	46
Şekil 2.36: "Susuz Yaz" Adlı Film Afişi.....	46
Şekil 2.37.: 1978 Yılında Tasarlanan "Şaban" Serisi Film Afişi.....	47
Şekil 2.38: "Karagözlüm" Film Afişi.....	48
Şekil 2.39: "Yalnızlar Rıhtımı" Adlı Film Afişi.....	48
Şekil 2.40.: Selvi Boylum Al Yazmalı Film Afişi.....	49
Şekil 2.41.: Devlerin Aşkı Film Afişi	49

Şekil 2.42.: ‘‘Dönüş’’ Film Afiş i	50
Şekil 2.43.: 1987 Yılında Tasarlanan ‘‘Şaban’’ Serisi Film Afiş i.....	51
Şekil 2.44.: 1985 Yılında Tasarlanan ‘‘Şaban’’ Serisi Film Afiş i.....	51
Şekil 2.45.: ‘‘Şekerpare’’ Film Afiş i	52
Şekil 2.46.: ‘‘Şaşkın Ördek’’ Film Afiş i.....	52
Şekil 2.47.: ‘‘Çöpçüler Kralı’’ Film Afiş i.....	53
Şekil 2.48.: ‘‘Dünyayı Kurtaran Adam’’ Film Afiş i.....	53
Şekil 2.49.: Emrah Yücelin Film Festivali Afiş i.....	54
Şekil 2.50.: Emrah Yücelin Film Festivali Afiş i.....	55
Şekil 2.51: 2006 Yılında (Disk) Tarafından Tasarlanan 1 Mayıs Afiş Tasarımı	57
Şekil 2.52.: SHP’nin 1987 Yılındaki Genel Seçim Afiş i.....	58
Şekil 2.53.: Dp’nin 1950 Yılındaki Seçim Afiş i.....	59
Şekil 2.54: CHP’nin 1946 Yılındaki Seçim Afiş i.....	60
Şekil 2.55.: CHP’nin 1957 Yılında Tasarlanmış Olan Afiş.....	60
Şekil 2.56.: CHP’nin 1957 Yılında Tasarlanmış Olan Afiş	61
Şekil 2.58.: CHP’nin 1957 Yılında Tasarlanmış Olan Afiş i	62
Şekil 2.59.: Mesut Manioğlu’nun ‘‘Verem’’ Konulu Sosyal Afiş i	65
Şekil 2.60.: İhap Hulusi Görey’in Sosyal Sorumluluk Afiş i.....	66
Şekil 2.61.: İhap Hulusi Görey’in Sosyal Sorumluluk Afiş i.....	66
Şekil 2.62.: Milliyet Gazetesi 2005 Yılı Sosyal Sorumluluk Afiş i.....	67
Şekil 2.63.: Çocukların Okula Gönderilmesi İçin Tasarlanan Sosyal Sorumluluk Afiş i.....	68
Şekil 2.64.: Lösev’in Sosyal Sorumluluk Kampanya Afiş i.....	69
Şekil 2.65.: Sigarayı Konu Alan Sosyal Sorumluluk Afiş i.....	69
Şekil 2.66: Kalp Sağlığını Konu Alan Sosyal Sorumluluk Kampanya Afiş i	70

Şekil 2.7.: Aile İçi Şiddeti Konu Alan Sosyal Sorumluluk Afişi	71
Şekil 2.68.: Türkiye İş Bankası Afişi	72
Şekil 2.69.: Garanti Bankası Afişi	73
Şekil 2.70.: Müjde Bayan Çorap Afişi	74
Şekil 2.71.: Penti Bayan Çorap Afişi.....	74
Şekil 2.72.: Arçelik Çamaşır Makinesi Afişi	75
Şekil 2.73.: Arçelik Çamaşır Makinesi Afişi.....	75
Şekil 2.74.: Chp'nin 1957 Yılında Tasarlanmış Olan Afişi	76
Şekil 2.75.: Chp'nin 1965 Yılında Tasarlanmış Olan Afişi	77
Şekil 2.76.: 1. Dünya Savaşı,Türk-Alman Propaganda Afişleri	78
Şekil 2.77.: 1. Dünya Savaşı Avustralya Propaganda Afişi	78
Şekil 2.78.: Rock Star Film Afişi	81
Şekil 2.79.: İstanbul Tanıtım Afişi	82
Şekil 2.80.: Konser Duyuru Afişi	83
Şekil 2.81.: Iron Man 3 Film Afişi	84
Şekil 2.82.: Hurufat Denilen Metal Harfler	86
Şekil 2.83.: Flesko Baskı Şeması	87
Şekil 2.84.: Tabaka Ofset Baskı Tekniği Şeması	89
Şekil 2.85.: Tifdruk Baskı Tekniği Şeması	90
Şekil 2.86.: Serigrafi Baskı Tekniği Şeması	92
Şekil 2.87.: Dijital Baskı Tekniği Şeması	93
Şekil 2.88.: Fotoğraf İçerikli Film Afişleri	96
Şekil 2.89.: 1. Dünya Savaşı Türk-Alman Afişi	96
Şekil 2.90.: Emrah Yücel'in Fotoğraf İçerikli Film Afişi	97
Şekil 2.91.: Emrah Yücel'in Fotoğraf İçerikli Film Afişi	98

Şekil 2.92.: Savaş Çekiç'in İllüstrasyon İçerikli Tiyatro Afişi	99
Şekil 2.93.: "Yukarı Bak" Filminin Bilgisayar Destekli İllüstrasyon İçerikli Afişi.....	100
Şekil 2.94.: Savaş Çekiç'in Tipografi İçerikli Afişi	102
Şekil 2.95.: Bülent Erkmen'in Tipografi İçerikli Afişi,1998	102
Şekil 2.96.: İhap Hulusi Görey.....	107
Şekil 2.97.: İhap Hulusi Görey'in tasarımları.....	108
Şekil 2.98.: İhap Hulusi Görey'in tasarımları.....	109
Şekil 2.99.: İhap Hulusi Görey'in tasarımları.....	110
Şekil 2.100.: İhap Hulusi Görey'in tasarımları.....	111
Şekil 2.101.: İhap Hulusi Görey'in tasarımları.....	112

1.BÖLÜM

1.SANATIN DİJİTAL TEKNOLOJİYE UYGULANMASI

1.1.Dijital Sanat

Dijital sanat, bilgisayar ortamında tarayıcı aracılığıyla sanal ortama aktarılan fotoğraf, resim ve ya oluşturulan görüntülerin devingen bir süreç sonunda bilgisayar ortamında farklı görüntüde var etmesi ya da bu görüntüyü baskı tekniğiyle var etmesidir. Ortaya çıkan bu var etme görüntüsüne veya nesnesine dijital sanat denir. Bu oluşumların tamamını yürüten insandır (sanatçıdır). Christiane Paul, “Digital Art” eserinde, dijital sanat, genel anlamda üretilişinde bilgisayarın rol aldığı, fiziksel olmayan nesnelerin üretilmesiyle gerçekleşen sanat biçimine denir. (Paul, 2003) Yaklaşımında bulunurken Bruce Wands da “Dijital Çağın Sanatı” adlı kitabında dijital sanatı şöyle tanımlamaktadır; “Çizimler, resimler, fotoğraflar ya da video kareleri şeklinde ortaya çıkabilecekleri gibi, ya sanatçının ya da ticari yazılımın eseri olan bir bilgisayar programının ürettiği görselleştirmeler şeklinde de görünebilirler. Bu görüntülerin büründüğü nihai formlar da çok farklı olabilir: Dijital baskı yöntemleri kullanılmış olsa bile geleneksel formlara benzeyebilecekleri gibi, DVD, CD ya da internet gibi dijital ortamlarda da yer bulabilirler. Bilgisayar yazıcıları geniş yelpazede kâğıt türlerine veya tuvale, filme, kumaş üzerine ve diğer birçok malzemeye baskı yapabilmektedir.” (Wands, 2006: 33)

İrem Gökçe Aydın’da dijital sanatı benzer bir şekilde ifade etmektedir. “Dijital sanat dijital teknolojileri kullanan tüm sanatsal yapıtları, uygulamalarını ve ortaya çıkışlarını kapsayan geniş bir alandır. 1970’lerden beri 'bilgisayar sanatı', ‘çoklu ortam sanatı’ gibi çeşitli adlandırmaların kullanıldığı bu alan için son olarak ‘dijital sana’ tanımlaması, medya sanatı kavramının bir alt kolu olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bilgisayarların yaşamdaki yerinin gün geçtikçe artması sonucunda geleneksel çizim, resim ve heykel sanat dallarının yerini ‘ağ sanatı’, ‘dijital kurgu sanatı’ ve ‘sanal gerçeklik’ başlıkları altında bilgisayarlı ortamda geliştirilen sanat almaya başlamıştır. Öyle ki; bir sanatçının yeteneğine sahip olunmasa bile, bu ortamda ‘dijital sanatçı’ ünvanıyla birlikte, grafik programlarının da yardımıyla, kişi kendisini yeterince ‘sanatçı’ hissedebileceği ürünleri ortaya çıkarırken bulabilmektedir.” (Aydın, 2010)

1990'lardaki dijital devrim sonrası sayıları artan dijital kullanıcı sanatçılar, iki boyutlu; resim, baskı, fotoğraf, üç boyutlu; heykel, hareketli görüntü; video ve performansları dijital sanat olarak var etmektedirler. Dijital sanatın iki boyutlu görüntüden oluşan yapıtlar, galeri ve müzeler tarafından fazla kabul görmeseler de internet sanatı ve yazılım sanatı gibi dallar sanat müzelerine girmiştir.

Dijital sanatı kavramak için öncelikle “sanat deneyimi”nin kendisi önem taşır. Klasik sanat eserlerinde algısal, zihinsel, duygusal ve tinsel düzeyde iletişim sağladıkları denilebilir. Gerek gündelik yaşamda gerekse sanata dair tepkileri belirlemeye katkı sağlayan öge de beden, yürek ile zihin arasındaki bu eşzamanlılıktır.

Dijital iletişimi ve elektronik araçlarının duyuların üzerindeki hitap gücü yüksektir. İrade dışında oluşan bir hareketin görsel algıyı cezp etmesi basit örneğidir. Bundan dolayı eğer bir odada iki bilgisayar görüntülerden biri hareketli, diğeri hareketsiz ise; kuşkusuz hareketli olan ilgimizi çeker ve mekânı dolduran ses de kişiyi önemli şekilde etkilemektedir. Sanat nesnesi öncelikle fiziksel duyulara hitap eder daha sonra diğeri duyuları da etkiler.

“Sanatı deneyimlemenin duygusal ve zihinsel yönleri, özünde bir sanat eserinin kişide nasıl bir tepki uyandırabileceğiyle ilgili bir konudur. Eğer bir sanat eseri merak uyandıramaz ya da izleyicileri duygusal bir düzeyde kendine çekemezse, onun başında vakit geçirmek de mümkün olmaz. Kişi ayrıca bir sanat eseriyle tinsel yolla bağ kurabiliriz (bu, esin veren ya da zihinsel –olmayan, duygusal– olmayan düzeyde bir mesaj olacaktır). Basit bir deyişle, sanat insanın ruhuna değer. Bu öğelerin hepsi bir araya geldiğinde de sanat deneyimi derinden harekete geçirici bir deneyime dönüşebilir.” (Wands, 2006: 10-11)

Dijital teknolojiler, oluşturulduğundan beri sanatsal bir araç olarak benimsenmiştir. Resim, heykel, fotoğraf, müzik gibi disiplinlerce bir araç olarak kullanılmış ve gelişerek bu alanlardaki kullanımı yaygınlaşmaktadır.

1.2. Analog'tan Dijitale Geçiş

Geleneksel sanat ve bilgisayar teknolojisinin yollarının kesişmesiyle varolan dijital sanatın hem teknik hem de estetik yönünü, varolan sanat biçimlerinden türemiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli olarak kendini yenileyen sanat, teknikleri karıştırarak yeni oluşumlar aramaya başlamış, yeni sanat akımları eski sanat dallarına alternatif oluşturmuştur. Sanatçının ele gecirdiği teknolojik olanaklar giderek geleneksel sanatın sınırlarını zorlamıştır. Başlangıçtan beri sanatçılar sanat eserlerini üretirken zamanının teknolojisini kullanarak malzeme zenginliği sağlamışlardır. Geçmişten ünümüze sanatsal üretim “geleneksel yöntem”(Analog Yöntem), “mekanik yeniden üretim” ve “dijital yöntem” olmak üzere üç aşamada ele alınabilmektedir. Geleneksel yöntem'lerle üretilen eserlerin biricik ve özgünlükleri mekanik yeniden üretim yöntemleriyle son bulmuştur. Sanayi Devrimi ve mekanizasyonun gelişimiyle birlikte meydana gelen teknik gelişmeler, 1830'larda fotoğrafın bulunuşuyla yeniden-üretim ve kitle iletişiminin olanaklı duruma gelmesi geleneksel yöntemlerle üretilen eserleri daha geniş kitlelere ulaştırmıştır. Bilgisayar aracılığıyla ve sayısal yoldan imge üretimi ve sanal eserler üretme günümüzde dijital yöntemlerle birlikte yaygınlaşmıştır. Ancak, bilgisayar sanatını kabul etmede, başlangıçta geleneksel sanat ve mekanik yeniden üretim toplumları oldukça isteksiz olmuştur. Dijital teknolojinin gelişmesiyle, çağdaş sanat tarihinin geleneksel anlamda, dijital sanat bağlamında uyarlanması zorunlu hale gelmiş, mühendisler, programcılar ve sanatçılar ortak çalışarak sanat ürünlerini yaratmaya başlamışlardır.

Benjamin, yeni oluşumların temellerinin eski tekniklerin içinde atılacağı yasasına inananlardandır, çünkü portre resmin geliştirdiği bakır-gravür baskının (mezzotint) dayandığı çoğaltma (reproduction) tekniği ancak sonradan yeni fotoğraf tekniğine bağlanabilmiştir . (2001. S.20).

Dijital sanat, geleneksel araç ve türlerin görünümünü taklit etmektedir. Yani, bir görüntünün üretiminde dijital araçların hangi derecede rol oynadığı ve dijital olarak çalışmanın ne zaman düzenlendiğini çoğu zaman söylemek zordur. Ayrıca, yaygın inanış, geleneksel ve dijital sanattan hangisinin nerede başlayıp nerede bittiğinin bilinmemesidir. (Nalven ve Jarvis, 2005, s.8).

Sanatta teknolojik determinizmden yana olan argümanlar, bu iç içeliğin, sanatçıların o eserleri yaratmalarına imkan tanıyan teknolojinin gelişmesi olduğunu ilan etmişlerdir. Yine de sanata modern kültürün bir yaratıcı yansıması olarak

bakacak olursak, dijital sanat çağdaş sanatın bir alt-kümesi olarak değerlendirilebilmektedir. (Wands, 2006, s.11)

Dijital teknoloji ile biçimlenmeye başlayan son dönem sanat eserlerinde sayıların, simgelerin, sanal biçim, ifade ve kurguların çoğalmakta olduğu gözlenmekte, yazılım, animasyon gibi eserler dijital sanat olarak nitelendirilmektedir. Dijital çağda sanat eseri üretiminin kolaylaştığını söylemek mümkün değildir, çünkü alt edilmesi gereken zorlukların, gerekli bilgi ve uğraşı faaliyetinin artabileceği ve tekrara gitmeden üretim yapılması gerektiği bilinmektedir. Aslına bakılırsa hiçbir teknolojik buluş toplumlardan ayrı düşünülememektedir. Toplumun içinde bulunduğu duruma göre, ihtiyaçlarına göre ve sahip olduğu üretim maddelerine göre şekillenmektedir. (Artan, 2007, s.89).

Dolayısıyla denilebilir ki, teknolojik üretim toplumsal olgunun bir parçasıdır, dijital teknolojiler de yeni bir amaca hizmet etmektedir ve toplumsal, kültürel, ekonomik sonuçları içermektedir.

Pek çok küratör ve eleştirmen, dijital sanata fotoğraf, sinema ve videonun mekanik ve elektriksel süreçlerinin evrimci bir gelişmesi ile bakmaktadırlar. Bu yaklaşım, fotoğrafın desen ve resimden gelen bir evrim sürecinde ortaya çıktığını ileri süren daha geniş kapsamlı bir tarihsel perspektifin parçasını oluşturmaktadır. Sinema, fotoğraftan sonraki evrimde mantıksal olarak atılmış bir adımdır; videonun da film teknolojisinin yerine geçtiği düşünülebilir. Keza internet de, en iyi örnekleri radyo ve televizyon olan kitle iletişim araçlarının gelişkin bir örneği sayılabilmektedir. (Wands, 2006, s.11-12).

Çağımız sanatının en önemli özelliklerinden biri, sanatsal disiplinlerin arasındaki ayrımın ortadan kalkmış olmasıdır. Filmler fotoğraflar içerebilmekte, videolar film içeriğinden ve fotoğraflardan yararlanabilirken, internet metin, görüntü, ses ile video ve animasyon gibi zaman-tabanlı iletişim araçlarıyla bağ kurabilmektedir.

Dijital sanatın öncüsü olan çevresel sanat, kavramsal sanat, happeningler, beden ve gösteri sanatları, onlara geleneksel sanat kalıplarıyla yaklaşımı imkansız kılabilir. Çağın dinamiklerinin kavranmasında etkin bir role sahiptir. (Çuhacı, 2009, s.1)

Sanatçılar klasik sanatta da çağdaş sanatta da kendi ifadelerini başka bir nesneyle aktarma ihtiyacını duymuşlardır. (Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 216)

1.3.Dijital Sanatın Gelişimi

Yeni medya teknolojilerini kullanan sanat projeleri, içerikte ve uygulamada hem sosyal hem de matematik, fizik bilimlerinin tezlerinden, bulgularından, verilerinden yararlanmakta, bu olgulara sanatsal anlamlar yüklemekte, çağdaş bilgiyi, bakışı ve bilinci, teknolojiye ilişkin kuramlar ve kavramlarla değiştirmekte, dönüştürmektedir. Bu dönüşüm esnasında, birden fazla sanatsal biçimi ya da teknik anlatımı bir arada kullanabilen dijital sanat, her yeni gelişen sanat biçiminde olduğu gibi geniş bir bağlamda ve çoklu bakışı tercih eden uzun süreli kuramsal çalışmalarla tanımlanmaya ve sınıflandırılmaya çalışılmaktadır. Dijitalize olmuş yeni dünyanın sanatı olarak kabul edilen dijital sanat, genel anlamda dijital teknoloji ile üretilen sanal nesnelerin estetik değerlerle kurgulandığı sanat biçimine denmektedir. The Digital Art Practices & Terminology Task Force (DAPTTF) tarafından 2005 yılında hazırlanan “Dijital Sanat ve Baskı Sözlüğüne göre, dijital sanat, bir veya daha fazla dijital işlem ya da teknoloji ile yaratılan sanat” olarak tanımlanmaktadır. (Johnson ve Shaw, 2005, s.10)

Çizgen ise, matematiksel olarak 0 ve 1’lerin oluşturduğu yeni teknik dille ekranda geliştirilen görselin grafik programlarla veya özel yazılımlarla başlayan dünyasına ve bu altyapının yeni bir teknik araç olarak sanatsal anlatıma, üretimlere yansımaya dijital sanat demektedir. (Çizgen, 2007, s.69).

Dijital sanat üretiminde, teknolojinin yanı sıra sanatın diğer alanlarında olduğu gibi, nokta, çizgi, ışık, form, doku, renk vb. temel sanat öğeleri kullanılmakta, düşünce sınırlarını aşan bir hayal gücü, yaratıcılık gerekmektedir. Ayrıca, bilgisayar kullanımı, programlara ve dijital sanatın üretileceği fotoğraf makinesi, video kamera, tarayıcı gibi araçlara da ihtiyaç duyulmaktadır. Dijital sanat, bilgisayar destekli bir sanat formudur.

Dijital sanat, fraktal sanat gibi tamamen bilgisayar destekli olabileceği gibi, taranmış fotoğraflar örneğinde görüldüğü gibi başka kaynaklardan alınmış da olabilir. Dijital sanatın uygulayıcısı olan sanatçılar, taranmış olan çeşitli tekniklerdeki resimleri bilgisayar programlarını kullanıp değiştirerek yeni ürünler

ortaya koyabilirler. (Keser, 2005, s.101).

Dijital sanat, bilgisayar sanatı ya da bilgisayarlı sanat olarak da isimlendirilmesine rağmen, bu terimler kapsamı tam olarak karşılamamakta, ancak bilgisayar, dijital sanat içerisinde çok önemli bir yere sahip bulunmaktadır.

Dijital sanat denildiğinde karşımıza çok geniş bir çalışma alanını ve süreci kapsayan bir kavram çıkmaktadır. Bilgisayar teknolojilerinin kullanıldığı ilk grafik düzenlemelerden, geleneksel sanat formlarının (fotoğraf, heykel, resim vb.) sınırlarının genişletilmesi, yeniden üretilmesi, kopyalanması, çoğaltımı ve arşivlenmesi için kullanılmasına; günümüz mühendislik inşası, etkileşimli gerçek/sanal ortamlara ya da yapay zekanın gelişim sürecini ve sonuçlarını ortaya koymaya yönelik projelere dek neredeyse bütün çalışmalar dijital sanat başlığı altında tanımlanmaktadır. (Cuhacı, 2009: s.1).

Bilgisayar, dijital sanat üretiminde geleneksel anlamda bir yardımcı araçtan vazgeçilmez bir ortak yaratıcı konumuna kadar uzanmaktadır. Bu bağlamda dijital sanat içerisinde bilgisayar sadece ifadeyi somut bir şekilde anlatmakta kullanılan, bir ressam için tuval, fırça veya boya gibi bir yardımcı araç değil, aynı zamanda üretim sürecine ortak olan bir yaratıcı konumuna ulaşmıştır. (Dijital Sanat, 217)

Christiane Paul, dijital sanat örneklerinin ilk olarak “bilgisayar sanatı” olarak adlandırıldığını, daha sonra “çoklu medya (multimedya) sanatı” isminin kullanıldığını, bugün gelinen noktada ise tüm bu çalışmaların “yeni medya sanatı” olarak bilindiğini belirtmektedir. (Paul, 2008: 7).

Dijital sanat ya da Christiane Paul'un tanımıyla yeni medya sanatı, çoğu zaman öncülü sanat formlarıyla ortak kavramlara değinmektedir. Dijital sanat, hem çağdaş sanata karakterini veren kavramsal alt yapıyı paylaşmakta hatta genişletmekte - hem de sosyal ve matematik bilimlerin verilerini sanatsal sürece katmaktadır. Bunun yanında bu sanat biçimi, yaratı ve denetimleme için de yeni imkanlar yaratmaktadır. (Cuhacı,2009: 2).

Dijital sanat, interneti, ağ bağlantılarını, özgün yazılımları, sanal gerçekliği, sanal ortamları, yapay yaşamı ve organizmaları, GPS teknolojilerini, veri tabanlarını, robotları, bedene takılan başlıkları, protezleri, makine uzantılarını kullanılmakta, yapay zeka, veri görüntüleme ve haritalama, hiper-metinsel (hypertextual) anlatılar ve oyunlar dijital sanat eseri olarak kabul edilmektedir. Geleneksel sanat eseriyle aksine günümüzde insan tarafından algılanan biçimiyle sanat eseri aynı şeydedir. Temel biçim, teknoloji ile insan tarafından algısal, duygusal, zihinsel, fiziksel ve

tinsel hale getirilmiştir. Teknolojinin sanatsal etkinliğe katıldığı dijital sanatta deneyimleme, hem zihinsel hem de fiziksel bir eyleme dönüşmüş, bütün duyuları icine almaya başlamıştır. Dijital sanat, temelde insanın çevresiyle, bilgiyle, teknolojiyle, estetikle ve bunların sonucunda öz bilinciyle olan etkileşimini sorgulamaktadır. Bu etkileşim içinde sanatsal ifadenin rolü, bünyesinde barındırdığı anlam çeşitliliği ve eyleme dönük yönelimleriyle, tıpkı kavramsal sanatta olduğu gibi önem taşımaktadır. Sanat yapıtı, genellikle izleyicinin katılımı ile başlayan, interaktif yöntemlerle süren, yön değiştiren, sonlanan ya da sonsuz bir sürece dönüşen bir hal alabilmektedir. Dijital sanat, bazen teknolojinin, bazen de kavramların sınırlarını zorlayarak sanat olgusunu başlı başına bir deneyimleme olarak gören felsefeye daha da fazla yaklaşmaktadır. Eserler, bilgisayar programlarıyla elde edilebilen rasgeleleştirme/deneyimleme işlemiyle üretilerek, internetle birlikte sanat yapıtının sanatcının tekeline çıkarılarak demokratikleştirilmesini sağlamıştır. Dijital sanatın ağırlıklı yayılma mecrası internettir. İnternet, insanların her gecen gün gittikçe artarak üretilen bilgiyi saklama, paylaşma ve ulaşma istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir.

Dijital sanat, genel olarak internette yayıldığı için, bu sanat dalı teknoloji yatkmı belirli bir kitle tarafından daha yoğun bir şekilde bilinmekte ve kabuledilmektedir. Ancak şu da bir gerçektir ki, günümüzde dijital sanata yönelik pek çok önemli sergi, önemli sanat galerilerinde yapılmış ve sanat severlerce ilgiyle izlenmiştir. Dijital sanat eserleri, müzeler, kurumlar ve özel koleksiyonerler tarafından toplanmaktadır. Ancak, dijital sanat eserlerini toplanması, sunumu ve korunması, sanal müze, mülkiyet ve telif hakkı gibi konular halen tartişılmaktadır.

1.4.Dijital Sanatın İlk Örnekleri

Dijital sanatın tarihi, teknoloji ve bilimin tarihi tarafından bicimlenmiş, dijital teknoloji ve sanat öğelerinin bir araya gelmesiyle ilk örnekler üretilmeye başlanmıştır. Bilgisayarın gelişmesi ile gercek anlamda uygulama alanı bulan dijital sanat, başlangıçta yaygın bir teknoloji olmadığı için daha çok bilim adamlarının eser verdiği bir alan olarak dikkat çekmiştir. Bilim adamları, yalnızca bir arac ya da ortam olarak görmedikleri bilgisayarda, soyut bilgiyi yaratarak, yeni sanal görüntüler üretmişlerdir.

1946 yılında silah ve nükleer hesaplamalar için elektronik veri işleme kapasitesine sahip ilk bilgisayar ENIAC (Elektronik Numerical Integrator and

Computer), ABD’li bilim adamları tarafından geliştirilmiştir. ENIAC ile başlayan ilk bilgisayar örneklerinde matematiksel hesaplar yapılmaya başlanmış, bu hesaplamalar sonucunda elde edilen veriler estetik amaçlar doğrultusunda kullanılmıştır.

Sanat biçimleri icinde matematiksel, geometrik, bilimsel, soyut ve teknolojik temeller, dijital sanatın başlangıcında önemli kaynakları oluşturmuştur. Teknoloji alanında uzmanlaşmış bilim adamları ile sanatçıları ortak çalışmalara yöneltmek amacıyla 1966’da New York’ta Amerikan Sanat ve Teknoloji Deneyleri (EAT) adlı bir kuruluş oluşturulmuştur. Bunu Arjantin, İngiltere, Yugoslavya ve Japonya’da kurulan başka merkezler izlemiş, çeşitli sergiler düzenlenmiştir.

1.5.Tarihi Gelişimi ve Türkiye’den İlkler

Dijital sanatın ilk öncülerinden sayılan Amerikalı matematikçi ve sanatçı Ben Laposky, 1950’li yılların başında dalga formlarından elektronik Görüntüler yaratmıştır. Soyut Geometrik Resim, Kübizm, Senkronizm ve Fütürizm’den esinlenmiş ve çalışmalarını ilişkilendirdiği sanat formları arasında Op Sanat’ı göstermiştir. öncülerden kabul edilen bir başka sanatçı ve matematikçi Herbert W. Franke, 1956’da yaptığı ilk çalışmaları olan “Elektronik Soyutlamalar” Ben Laposky’nin çalışmaları ile büyük benzerlik göstermiştir. Daha sonra ise yönetmen olan John Whitney Sr’nin çalışmaları dikkat çekmiştir.

Deneysel filmler üreten Whitney, sanatsal amaçlarını gerçekleştirmek için gerekli teknolojik ve matematiksel yeteneklerini geliştirmiştir. Bu ilk örneklerden sonra Charles Csuri, Michael Noll, Frieder Nake, Edward Zajec, Kenneth Knowlton’a ait dijital çalışmalar görülmektedir.

Dijital sanatın özel tarihine bakarsak, fotoğraf ve görsellik alanında çok güçlü bir okul olan Alman Stuttgart Teknik Yüksek Okulu, ilk kez New York’da Howard Wise Gallery’de bilgisayar sanatı sergileri açmaya başlamıştır. 1968’de ise, Londra Çağdaş Sanatlar Enstitüsü-ICA’da Avrupa’da ilk bilgisayar sanatı sergisi açılmış, arkası çeşitlenerek, güçlenerek gelmiştir. (Çizgen, 2007: 69)

En alışılmamış bilgisayar sanat üretimlerinden biri, bilgisayarları programlamak, 80’lerin başlarında ressamlık kariyerini bırakan, başarılı bir İngiliz soyut ressam olan Harold Cohen’e aittir. Amacı, kendi çalışmasında kullandığı sanatsal kompozisyonun kuralları bilgisayara aittir ve bu amaç, “AARON” isimli (Artificial Intelligence/Yapay Zeka) bir programla sonuçlanmıştır. Başlangıçta, büyük bir buzdolabı boyutunda mini bilgisayarlar üzerinde çalışmış, 1983’te

Londra’da Tate Galeri’de bu tarzda sergi yapmıştır (King, 2002: 90). 1986’dan sonra Paint programları, programlama dili bilmeyen sanatçıların kullanımına uygun hale gelmiş, 1987 ise dijital çalışan sanatçılar için oldukça kullanışlı olan Photoshop programı Thomas Knoll tarafından geliştirilmeye başlamıştır. 1990’lı yılların sonuna doğru internetin ve görüntü işleme programlarının yaygınlaşmasıyla “dijital sanat” daha çok kişinin yaratıcı olmasını ve yarattıklarını paylaşmasını sağlamıştır. Bu altyapıların, programların gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla dijital sanat, özgün görüntü ortamlarından heykel sanatına, dijital enstelasyondan performansa, video, müzik ve ses sanatına, dijital animasyona genişlemiştir.

Bilgisayar teknolojisi denilince gözardı edilmemesi gereken bir ülke olan Japonya’dan önemli eserler veren “Digital Art” sanatçısı Yoshiyuki Abe dikkat çekmektedir. Abe, yapıtlarında geometrik nesnelere, çoğunlukla da hiperbolik ve parabolik yüzeyler ile rastlantısal öğelerin oluşum süreçlerini konu almıştır. Yıllardır birçok uluslararası “Elektronik Sanat” sergisinde yapıtları yer alan Abe’nin de konu hakkında birçok yayını bulunmaktadır (Telli, 2009: 2). Ayrıca dijital sanat ürünü veren Ruth Leavitt, Lillian Schwartz, Vera Molnar, George Nees, Manfred Mohr, Yoichiro Kawaguchi, Laurence Gartel, Jean-Pierre HeÅLbert gibi pek çok isim sayılabilmektedir.

Ülkemizde dijital sanatla en çok grafik ve fotoğraf alanında geçmişe sahip sanatçıların ilgilendiği ve sanatsal çalışmalar ürettiği gözlenmektedir, ancak heykel, müzik, sinema gibi sanatsal alanlardan gelenlerde bulunmaktadır. Dijital eser üreten sanatçıların sayısı gittikçe artmasına rağmen, sanat galerilerinde yer bulma ve toplumca izlenme oranı henüz yeterli düzeye ulaşamamıştır.

Çizgen’e göre, ülkemizde sanat çevresini ilk kez “Digital Sanat”la tanıştıran, Özcan Onur’dur. Güzel Sanatlar Akademisi’nden 1960’lı yıllarda mezun olduktan sonra resim ve heykel çalışmalarını sürdürürken dijital alemdeki gelişmeleri de izlemiş, Paris’te PC ortamında ilk grafik programları geliştiren ekibe dahil olmuştur. (Çizgen, 2007: 68).

Özcan Onur, o günlerde ürettiği görüntü demetlerini bugünün dijital ortamındaki aktarım ve çıktısı olanakları olmadığı için, ekrandan fotoğraflık yolla çekip, basmış ve bunları İstanbul’da ve Paris’te 1986 yılında “Elektropentür” isimli sergisinde izleyicisine sunmuştur.

1.6.Dijital Sanat Oluşturma

Bilgisayar, fotoğraf, video, internet, yazıcı, tarayıcı, cizim, hesaplama ve ölçendirme cihazları gibi çeşitli araçlar ve ortamlar dijital teknolojinin temelini oluşturan gelişmelerdir. Bu araçların yanı sıra fotoğraf işleme, resim yapma, 3 boyutlu görüntü ve animasyon üretme programları dijital eserlerin üretiminde kullanılmaktadır.

Pek çok sanatçı halen geleneksel yöntemleri kullanarak eserlerini üretirken, bazı sanatçılarda geleneksel araçlarda bulamadıkları yaratıcı fırsatları gördükleri için dijital aletlere yönelmişlerdir. Dijital teknolojilerle birlikte sanatçıların sahip oldukları biçimler artarken, içinde bulunduğumuz teknoloji çağını yansıtan çağdaş eserler üretme şansı da onları etkilemektedir. Ayrıca sanatçı, farklı uzmanlık alanlarından kişilerin bir araya geldiği ekiplerle birlikte de çalışabilmektedir. Örneğin mühendisler, bilgisayar programcılar, ses teknisyenleri ve mimarlar dijital sanat içinde etkin bir role sahip bulunmaktadırlar.

Yazılı metinle, ses ya da video kayıtlarıyla yapılan kolajlardan, karmaşık matematiksel fonksiyonlar aracılığıyla kurgulanan görüntü ya da seslere kadar günümüzde sanatsal üretim anlamında geniş bir olanaklar kümesinin var olduğu görölmektedir. Dijital çalışan sanatçıların ve bilim adamlarının bir başka çalışma alanını da, sanal yaşam, sanal dokunma, dokusal hissetme, sanal koku ve tat oluşturmaktadır. Dokunmanın yasak olduğu sanatsal eserlere dokunulabiliyormuş, kokusu alınamayan nesnelerin ise kokusu varmış hissi vermek adına çalışmalarını ve araştırmalarını yürütmektedirler. Bu çalışmaların büyük çoğunluğu sunumlar, gösterimler ve performanslar eşliğinde projeksiyon ile bir yüzeye yansıtılarak gerçekleştirilmektedir. Projeksiyon dijital çağın en önemli sunma ve ifade etme aracı olarak kullanılmaktadır.

1.7.Dijital Sanatın Sınıflandırılması

Dijital sanat gibi yeni sanat biçimleri gelişirken, genellikle tanımlayıcı bakış açısıyla beraber inşa edilmektedirler. Bu nedenle, yapılan tanımlamalar önem kazanmakta, Christiane Paul'un kitabı "*Digital Art*", bu sanat biçimin içeriğinin tanımlanmasında ve sınıflandırılmasında önemli yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Paul'e göre, dijital sanata yönelik sınıflayıcı önemli ayrımlardan biri, teknolojinin "araç" ve "ortam" olmasına yöneliktir. Fotoğraf, baskı, heykel ya da

müzik gibi geleneksel sanat nesnelерinin oluşturulması için bir “araç” olan dijital teknolojiler, üretilen, saklanan ve sadece dijital formatta sunulan, etkileşimli veya katılımcı özelliklerini kullanan dijital teknolojiler için “ortam” olarak kullanılmaktadır (Paul, 2008: 8).

Paul’e göre, bu iki tür dijital teknoloji kullanımının ana özelliklerinin bir kısmı ortak olmasına rağmen, dışavurumları ve estetik ifadelerinde farklılıklar bulunmaktadır. Bu iki kategoriye kesin bir sınıflama olarak değil, bir melez tür olarak görmek gerekmektedir.

Dijital tekniklerin sağladığı imkânların çeşitliliği, sanatçılara bunları araç, ortam veya konu olarak kullanabilme seçimi yaratmıştır. Dijital sanatın daha iyi anlaşılabilmesi için gereken sınıflandırma bu çalışmada, Paul’un “Digital Art” kitabı temel alınarak yapılmaktadır.

1.8.Dijital Teknolojilerin Araç Olarak Kullanılması

Her geçen gün daha fazla sanatçı resim, çizim, heykel, fotoğraf gibi alanlarda eserlerini üretmek için dijital teknolojiyi bir araç olarak kullanmaktadır. Bazı durumlarda eserler, dijital ortamın ayırt edici özelliklerini ve estetiğini yansıtırken, bazı durumlarda ise bir sanat eserinin dijital süreçte üretildiği belli olmamaktadır. Fotoğraf alanında kullanılan dijital teknolojilerle çok fazla manipülasyon yapılmakta, fotoğraf, resim, grafik, heykel gibi farklı sanat biçimleri arasında bir kombinasyona gidilerek kolajlar üretilebilmektedir. 20. yüzyılın başlangıcında Kübist, Dadaist ve sürrealistlerin kullandığı kolaj, montaj, kurgu ve kendine mal etme tekniklerinin dijital teknoloji ile gelişmiş ve kolaylaşmış olduğu dikkat çekmektedir.

1.9.Dijital Görüntüleme: Fotoğraf ve Baskı

Dijital sanat konusunda sıkça düşölen yanılgılardan biri kavramın “dijital fotoğraf” ile karıştırılmasıdır. Fotoğraf sanatının üretim tekniklerinin tamamen dijital teknolojiye kayması, fotoğrafların çokca manipöle edilerek, elde edilen çalışmaların fotoğraf tanımı dışına çıkması, dijital sanat ürünlerinde fotoğrafın kullanılması gibi nedenler bu karmaşanın oluşmasına yol açmaktadır. Ancak dijital sanat ürünü oluşturma, kendi başına bir uygulama alanıdır ve bu alanda fotoğraf kullanılabildiği

gibi, fotoğraf kullanılmadan da dijital sanat eseri üretilebilmektedir.

1.10. Sanat Nedir

Sanat, insanlık tarihinin her döneminde var olan bir olgudur. İnsanlığın geçirdiği evrimler yaşama biçimlerini, yaşama bakışlarını, sanat biçimlerini ve sanata bakışlarını değiştirmiş, her dönemde ve her toplumda, sanat farklı görünümelerde ortaya çıkmıştır. Özetle sanat belli kalıplar içine konulamayan ve estetik olan insan duygularının dışı vurumudur.

Biçim verilen malzeme değişikçe, sanatın değişik adlara ayrılması mümkün olabilir. Ancak, sanatı çeşitlendirirken sadece malzeme yönüyle sınıflandırma yapmak mümkün değildir. Malzemenin yanı sıra, ifade ediş biçimi veya daha kapsamlı bir ifadeyle yaratıcılık, bu sınıflandırmada önemli bir etkidir. Sözelimi, bir heykeltıraş da ağaca biçim verebilir, bir marangoz da... Fakat heykeltıraşın ağaca biçim verişteki ifade tarzı ile, marangozun biçimlendirmesindeki ifade tarzı aynı değildir. Heykeltıraş biçimlendirmesini alışılmışın dışında, yeni ve özgün bir biçimde yaparken, marangoz ise alışılmış, bilinen veya tekrar edilen bir biçimlendirme yapar.

Akademik çevrede sanat üzerine farklı tanımlar yapılmaktadır. “Bir duygunun, tasarımın veya güzelliğin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılıktır.” Sanat, en kaba anlamıyla, yaratıcılığın ve hayal gücünün ifadesi olarak anlaşılır. Tarih boyunca neyin sanat olarak adlandırılacağına dair fikirler sürekli değişmiş, bu geniş anlama zaman içinde değişik kısıtlamalar getirilip yeni tanımlar yaratılmıştır. Bugün sanat terimi birçok kişi tarafından çok basit ve net gözüken bir kavram olarak kullanılabilirdiği gibi akademik çevrelerde sanatın ne şekilde tanımlanabileceği, hatta tanımlanabilir olup olmadığı bile hararetli bir tartışma konusudur. Sanatın tanımını verirken farklı açılardan bakmamız gerekir. Bu durumda da farklı tanımlarda bulunabiliriz.

Sanat; “yaratıcının ve alıcının duygularında varolan biçim ve ahenk birliği bağlantılarını harekete geçirip güzeli ortaya koyabilecek, hoşya giden yaratma çabasıdır, bir sanatçının ürün verebilmesindeki amaç, duymakta olduğu his ve heyecanları başkalarına da aktarmaktır ve bu aktarma işini nesnel olarak üstlenen de sanat ürünüdür.” Sanat güzel olandır, estetik olandır, insanlığın varlığı ile kendini var edendir. “Sanat görsel ve duygusal iletişim aracıdır. Sınırları ve boyutları verici ile alıcının kapasitesine ve kültürel birikimine bağlı olarak gelişir.”

“Sanat öyle bir kişilik ifadesidir ki, bir dile bir zümreye hitap etmez, o bütün insanlara hitap edecek boyutlarda engin ve bütün insanları etkileyecek çapta güçlü, evrensel bir ifade tarzıdır.” (Cemil, 1972: 11)

2.BÖLÜM

2. Afiş Sanatının Günümüzdeki Görsel İletişim Sanatlarındaki Yeri

2.1.Afiş'in Tanımı

Görsel bir iletişim sanatı olan grafik tasarımının, teknolojinin gelişmesi ile birlikte çoğalan birçok ürünü bulunmaktadır. Tanıtım broşürleri, ürün katalogları, reklam tasarımları, internet siteleri, amblemler, logolar ve afişler birer görsel tasarım ürünüdür. Bunların içerisinde, tarihi eskilere dayanan afişler hayatımızda önemli bir yere sahiptir. Afişler, dil bilimsel öğeleri ve görsel içerikleri ile iletişimi gerçekleştiren basılı grafik tasarımı ürünleridir. Türk Dil Kurumu'na göre ise; *"Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası"* şeklinde tanımlanmaktadır. Kısaca afişler, yaşamın her alanında karşımıza çıkan bizlere yenilikleri öğreten uyandıran dikkat çekici görsellerdir.

Afiş, herhangi bir fikri duyurmak, reklam ve propaganda yapmak için duvar veya bu iş için hazırlanmış yerlere yapıştırılan el yazması ya da basılı kâğıttır. İlk kullanıldığı dönemlerde daha çok bir haberi duyurmak amacıyla kullanılan afişler, radyo ve televizyon gibi yayın organlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşması ile birlikte daha çok reklam amaçlı kullanılmaya başlamıştır. Kent kültürü ve diğer iletişim araçlarının etkisiyle birer afiş olan billboardların şekilleri ve içerikleri değişmiştir. Afişte ekonomik ve siyasi farklılıklar göz önünde bulundurularak, günümüzde kentlere, hatta semtlere göre farklı ürünlerin tanıtımında, farklı bir dille ve farklı objelerle çalışmalar yapılmaktadır.

2.2.Afiş Tasarımının Tarihsel Gelişim Süreci

İnsanların ilk çağlardan bu yana gereksinim duyduğu iletişim, onların birçok görsel anlatım yolu denemelerine, dolayısıyla da grafik tasarımının temellerini atmalarına olanak sağlamıştır. Mağara duvarlarında hayvan ve insan figürleriyle başlayan tasarımlar, günümüzde dergilerde, billboardlar'da, internet sitelerinde, amblem ve logolar'da kullanılan tasarımlara dönüşmüştür.

Modern afiş tasarımı, ikiyüz yıldan fazla zamandır insanlığa hizmet etmektedir ve görsel olarak önünden geçenlerin dikkatini çekmek, bizlere siyasi bir görüşü bildirmek, bizleri herhangi bir etkinliğe davet etmek ya da bizlerin herhangi bir ürünü ya da hizmeti almamızı sağlamak amacıyla kullanılır. (Max, 2006: 246) Öyleyse, doğal ve dinamik olan her ortamda afişlerle karşılaşmak kaçınılmazdır. Modern afiş tasarımı tarihine kısaca bir göz atacak olursak, ticaret ve sanatın doğru orantılı olarak birbiriyle etkileşiminden doğduğu görülmektedir. Kabaca yazı ve resmin birleşiminden oluşan grafik tasarım, bugünkü halini XIX. yy. sonu ile XX. yy. başında gelişen sanat hareketleriyle almıştır. Çünkü kağıtın bulunması, Doğu ile Batı arasındaki ticaretin ilerlemesi, matbaa mürekkebinin Batıya gelip, ağaç kalıplarla resim basma tekniğinin gelişmesi bu dönemde endüstriyel tasarım ve ambalaj tasarımı gibi yeni alanlar ortaya çıkarmıştır. Ancak; endüstriyel gelişimle beraber yeni tasarımların oluşması problemi ortaya çıkmış, bu problemi de ortadan kaldırmak için “Arts and Crafts” ve “Bauhaus” okulları açılmış ve bu okullarda birçok mimar ve tasarımcının yetiştirilmesine olanak sağlanmıştır.” (Batur, 2005: 172)

O halde XIX. yy. sonlarına kadar, formal eğitimi olmayan afiş tasarım, bu okulların açılmasıyla birlikte daha resmi ve planlı bir şekilde öğretilip, belli teknikler doğrultusunda uygulanmaya başlamıştır. Afiş tasarımı uzmanı John Barnicoat’a göre ise; modern afiş; bir yüzyıldan biraz fazla zamandır hayatımızdadır. Afiş, ressam Toulouse-Lautrec ve tiyatro ve reklam tasarımcı Mucha gibi sanatçıların da dikkatini çeken yadsınamaz bir sanat çeşidi haline gelmiştir.“Bu sanatçıların tarzları Art Nouveau, Sembolizm, Kübizm ve Art Deco’dan daha resmi olan Bauhaus’lara kadar geniş bir yelpazeye sahiptir”. (Bektaş, 1992: 18-19) Yani, afiş tasarımı, belli bir dönemle ya da belli bir tarzla sınırlı kalmamış, dönemsel değişikliklere uğramış, akımların etkisine uğrayarak yön bulmuştur. Ancak Weill, bu akımları ayrı ayrı değil bir bütün olarak değerlendirmektedir. “Bütün bu akımlar yozlaşmış örneklerin bitip tükenmek bilmemesine kopyalanmasına karşı çıkan ve ortaçağ zanaatkârlarının yaratıcılığına dönüşü salık veren tek bir akımdır aslında.” (Barnicoat, 1985: 162) sözleriyle bu akımların, gerçekte gericiliği yok etmek adına, yaratıcılığı tekrar ortaya çıkarmak ve afişi, tek düzelikten ve bilindik olmaktan çıkarıp, yeniliklerle sunmak için gerçekleştirilen bir düşünce birliği olarak anlatır.

1890'lara kadar afiş tasarımı teknikleri Avrupa'da yayılmış, Henri de Toulouse-Lautrec ve Jules Chéret gibi sanatçılar bu döneme adlarını yazdırmıştır. Çarpıcı desenleri, zıtlıklar, parlak renklerle dolu binin üzerinde afiş tasarlayan Chéret reklam afişlerinin 'babası' olarak kabul edilir. (Weill, 2007: 14) Chéret, yenilikçi bir tipografi yaklaşımı ve daha fazla renk kullanarak, reklamcıların beklentilerine daha çok seslenen yeni bir litografik teknik geliştirmiştir. Afişlerinde seksi, kahkaha atan, kışkırtıcı kadınlara yer vererek, kendinden önce Toulouse-Lautrec'in yapmış olduğu afişlerin tersine, yeni bir reklam anlayışı ortaya çıkarmıştır.



Şekil 1.1. Jules Chéret ve Toulouse Lautrec

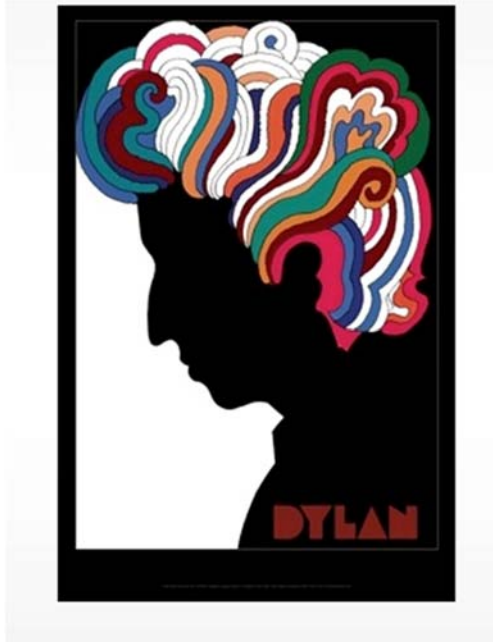
Afişlerin Avrupa'da ilk çıkış noktası Fransa'dır. Afişler bir anda caddelerden, Paris'deki sanat galerilerine taşınmış, hatta bazı tiyatro yıldızları, ticari kaygıyla, en güvendikleri afiş tasarımcılarını gelecek oyunu tanıtıcı bir afiş hazırlamaları amacıyla özel olarak kendileri seçmişlerdir. Afiş o kadar popüler olmuştur ki, ilk afiş sergisi 1884 yılında Paris'de düzenlenmiştir. 1890'lara kadar afiş tasarımı, bisikletten boğa güreşine kadar her şeyi tanıtmak amacıyla tüm Avrupa'ya yayılmıştır. XIX. yy. sonlarına doğru ise "*Belle Epoque*" dönemi olarak adlandırılan bir dönemle ciddi bir sanat şekli olmuştur. 1895 ve 1900 yılları arasında Jules Chéret, "*Maitres De*

l'affiche" (Afişlerin Efendisi) yaratmış; bu seri yalnızca ticari başarı elde etmekle kalmamış, aynı zamanda önemli bir tarihi basılı kaynak olarak da kabul edilmiştir. Alphonse Mucha ve Eugène Grasset'de dönemin önemli afiş tasarımcıdır. "Arts & Crafts" akımının Avrupa'daki uzantısı olan Art Nouveau, tarzı ve özellikle kadına ait kendine özgü figürleri ile dikkat çekmektedir. Ancak bu akım, özellikle İngiltere'deki sanayi devrimine bir tepki olarak ortaya çıkmış ve özellikle İngiltere'deki sanayi devrimine bir tepki olarak ortaya çıkmış ve kendine özgü tarzıyla afiş tasarım tekniğine yeni bir boyut getirmiştir. "Almanya'da Jugendstil (gençlik stili) adıyla ortaya çıkan Art Nouveau döneminin en büyük temsilcisi, egzotik motifleri ve sert kağıda basılmış fotoğrafı andıran motifleriyle dikkat çeken, Ludwing Hohlwein olmuştur". (Tepecik, 2002) Reklam afişleri, modern çağın grafik tasarım ürünü halini almıştır. Théophile Steinlen, Albert

Guillaume, Leonetto Cappiello ve diğerleri gibi afiş tasarımcılar, zamanlarının önemli birer örneği olmuş, tarzları sosyal, politik ve magazin reklamcılığına aktarılmıştır. (Bektaş, 1997: 702-703)

İngiltere'de, modern afiş tasarımının öncüsü olan Dudley Hardly (1866–1912) Fransa'daki afiş tasarım özelliklerini, İngiliz afiş tasarımına taşıyarak, uyarlamıştır. Dört Mac'ler olarak bilinen Mackin-Tosh, Herbert McNair (1868-1955), Margeret (1865-1933) ve Frances (1874-1921) Macdonald'ın oluşturduğu grup Glosgow okulunu kurmuş, Avrupa'da, özellikle de Avusturya'da kendilerine özgü tarzlarıyla yeni bir üslup ortaya çıkarmışlardır. (Haller, 2001: 241) Dolayısıyla, afiş tekniği, Avrupa'nın dört bir yanına hızla yayılmış ve her bir akım, diğerinin devamı olarak kendini göstermiştir. Amerika Birleşik Devletlerinde is en ünlü temsilci, Avusturya'da "Secessionstil", "Glasgow" okulu gibi Art Nouveau'nun Fransa ve Almanya'da gelişen çiçek motifi üslubuna karşı çıkan Bradley'dir. "Secessionstil sanatçıları, iki boyutlu biçimlerle çalışarak daha büyük bir sadeliğe yönelmişlerdir. Temsilcileri Julius Klinger, Alfred Roller, Berthold Löffler ve Koloman Moser grafik tasarıma katkıları olmuştur". (Bektaş: 1992: 29-30) Amerika Birleşik Devletleri'nde afiş tasarımı Avrupa'daki anlayışla aynı şekilde gelişmemiş, Amerikalı afiş tasarımcılar, temel ticari gereksinimlere dayanan ve yazılı bir mesaj ileten afişler tasarlamışlardır. Ancak, gezgin sirkler, karnavalı bildiren, renkli afişler sergilemiş, yine de gerek ticari amaç güttüğünden gerekse kalitesinden, bunlar; gerçek sanatçı yaratıcılığına sahip afişler olarak değerlendirilmemiştir. 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 Glaser³, Seymour Chwast, Reynolds Ruffins ve Edward Sorel’dır. 1967 yılında yapmış olduğu “Bob Dylan” afişi ile bilinen Milton Glaser, günümüzde tasarım alanında, illüstrasyonda,dekorasyon ve tipografide kendisini kanıtlayan önemli bir sanatçıdır.



Şekil 2.1. Milton Glaser’in “Bob Dylan” Afişi

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 uluslararası 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 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.

2.3.Afiş Tasarımının Ülkemizdeki Gelişim Süreci

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, İhâp 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, İhâp Hulusi Görey’in çalışmalarıyla atılmaya başlandı. Almanya’da öğrenim gördükten sonra 1925’te Türkiye’ye dönen İhâp Hulusi, Türk afiş sanatının kurucusu sayılır.” (Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993: 27-28) İhâp Hulusi, batılı anlamda afişçiliğin öncüsü olmuştur. İhâp 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.



Şekil 2.2. 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.



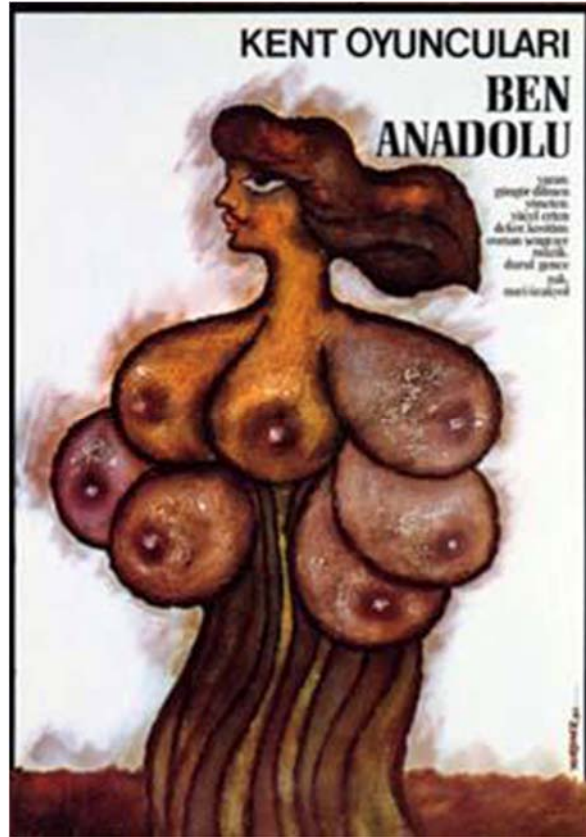
Şekil 2.3. Kenan Temizan'ın Almanya'da Tasarladığı Bir Sinema Afişi.

Kaynak: <http://cizgininstili.blogspot.com/2010/10/osmanlıdan-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 espiyi yansıtırma 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.



Şekil 2.4. Yurdaer Altıntaş'ın 1984 Yılında Tasarladığı "Ben Anadolu" Adlı Tiyatro Afişi.

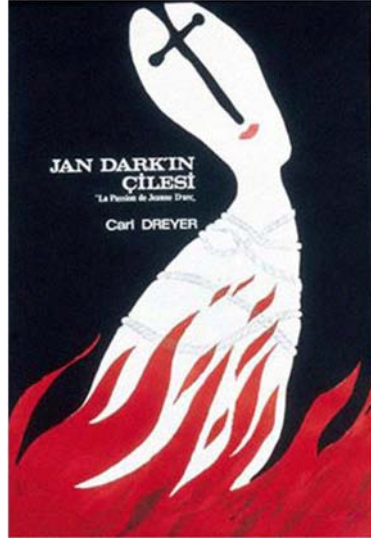
Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#>



Şekil 2.5. Yurdaer Altıntaş'ın 1967 Yılında Tasarladığı "Züğürt 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.



Şekil 2.6. Mengü Ertel 1976 Yılında ‘Parisde ki Sinema Festivalinde “Jan Dark’ın Çilesi” Afişiyle “Büyük Ödül’ü” Almıştır.

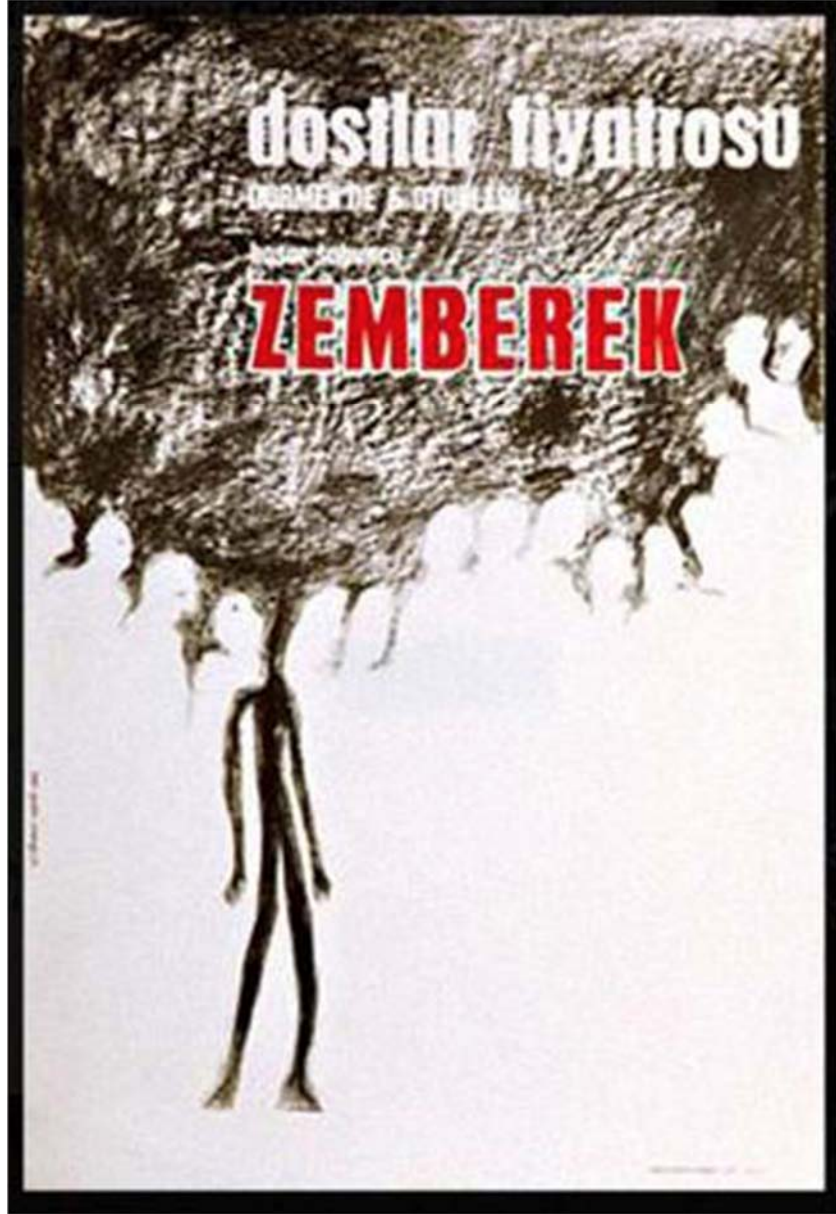
Kaynak:

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



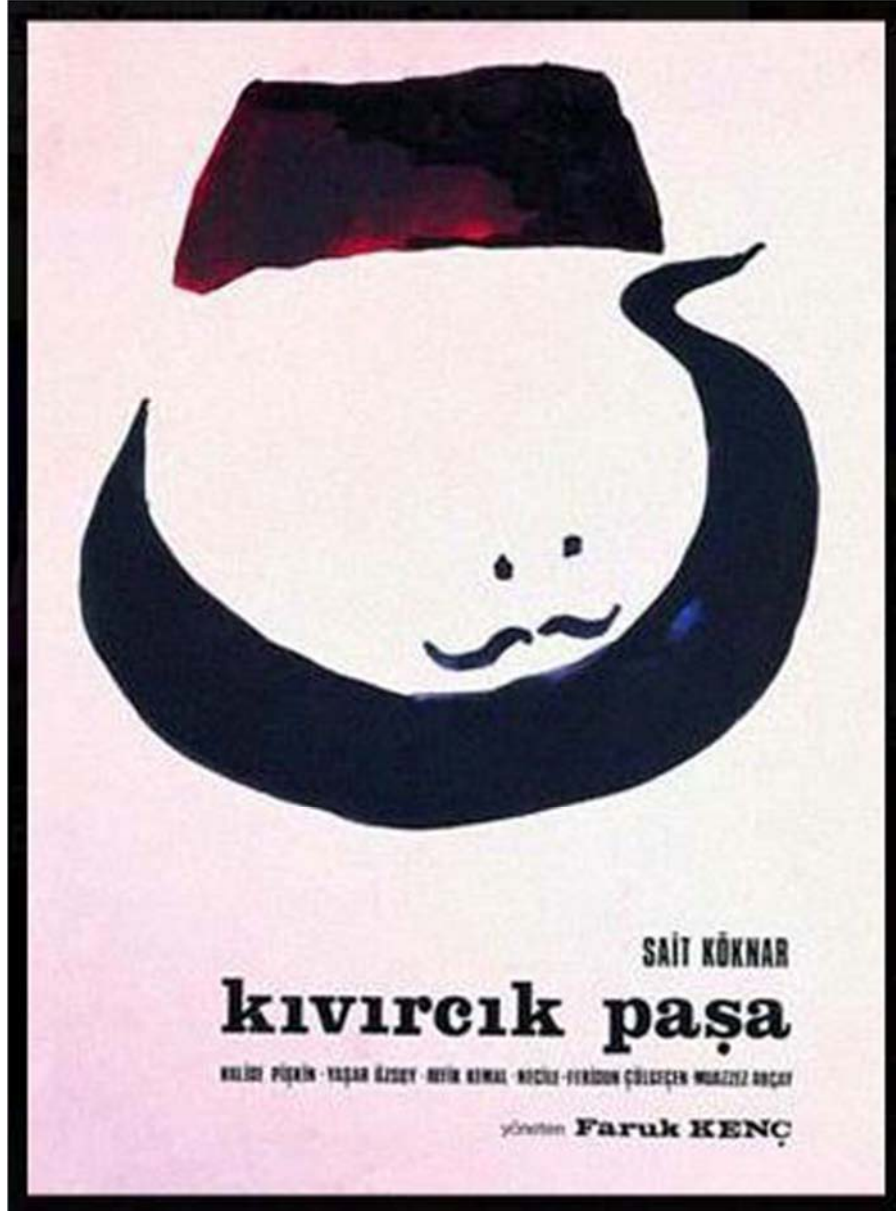
Şekil 2.7. Mengü Ertel’in 1973 Yılında Tasarladığı Festival Afişi.

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



Şekil 2.8. Mengü Ertel'in Dostlar Tiyatrosu İçin Tasarladığı "Zemberek" Adlı Oyun Afişi.

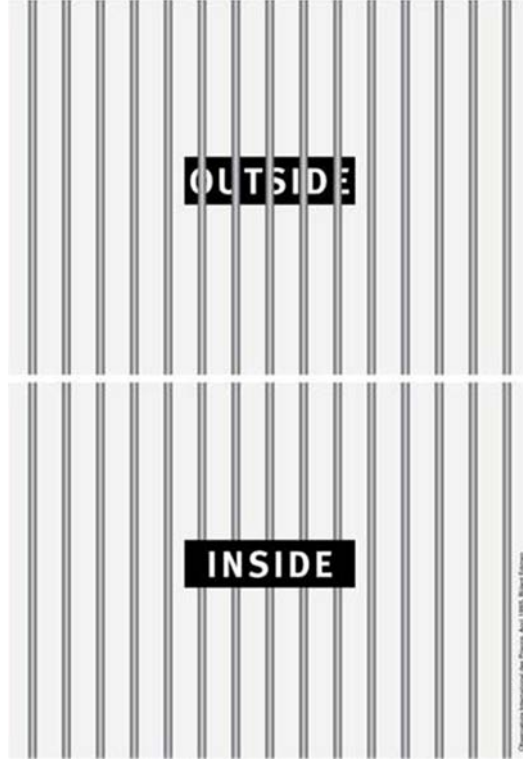
Kaynak: [Http://www.Sanalkurs.Net/Forum/Grafik-Tasarim/Mengu-Ertel/](http://www.Sanalkurs.Net/Forum/Grafik-Tasarim/Mengu-Ertel/)



Şekil 2.9. Mengü Ertel'in "Kıvırcık Paşa" adlı afişi.

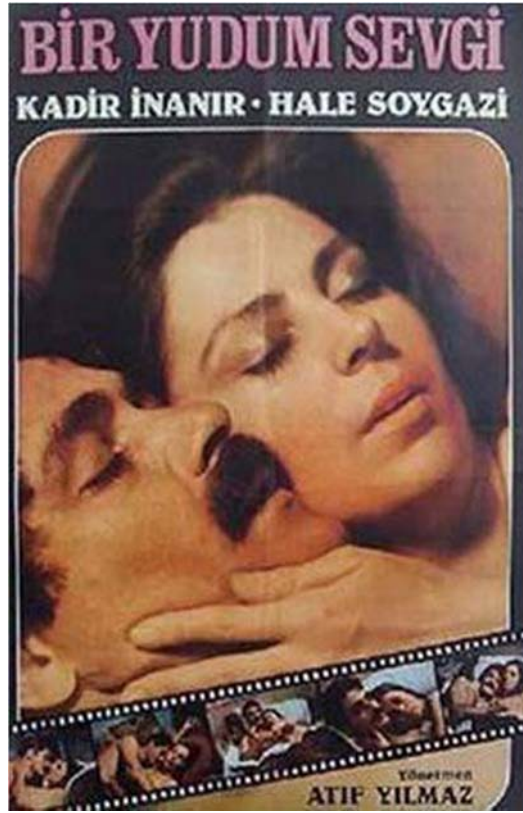
Kaynak: <http://www.sanalkurs.net/forum/grafik-tasarim/mengu-ertel/>

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, Sungu Çapan, Sait Maden, Aydın Erkmen, Erkal Yavi, Bülent Erkmen, Sadık Karamustafa, Leyla Uçansu, Sinan Bozkurt, Fahrettin Sepetçioğlu gibi afiş sanatçıları da katkıda bulunmuştur. 1960’2lı 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.



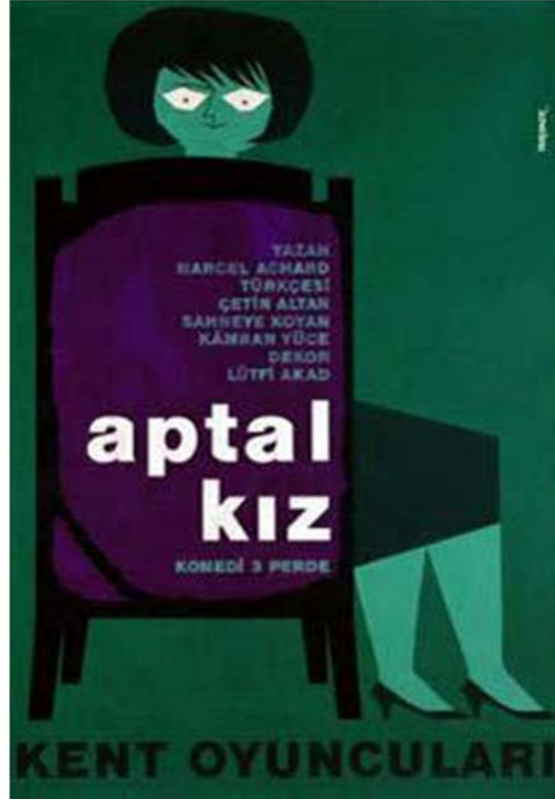
Şekil 2.10. Bülent Erkmen afişi.

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



Şekil 2.11. Sadık Karamustafa'nın film afişi, 1984.

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



Şekil 2.12. Yurdaer Altıntaş'ın 1961 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

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



Şekil 2.13. Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

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



Şekil 2.14. Yurdaer Altıntaş'ın 1965 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

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



Şekil 2.15. 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 GenelKültür 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.

2.4.Afişin Çeşitleri ve Kullanıldığı Alanlar

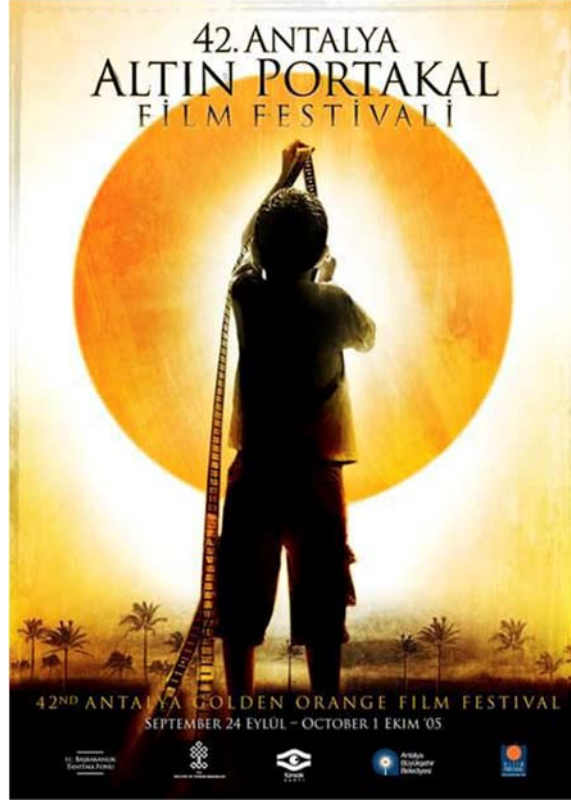
"Günümüzde tek sayfalık afişler, insanların yakın temas içinde oldukları ortamlarda, otobüs ve metro duraklarında, dükkan vitrinlerinde ve kapalı mekanlarda karşımıza çıkar. Tüm teknolojik gelişmelere ve değişen iletişim araç ve ortamlarına karşın afiş, bilgilendirme ve ikna etme aracı olarak varlığını 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.

2.4.1. Kültürel Afişler

Sanat ve kültürle ilgili konuları ele alan afişlerdir. Bu afişler konu olarak, filmfestivali, spor, tiyatro, sinema, sergiler, kitap fuarları, tarihi eserler, müzeleri elealmaktadır. 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.



Şekil 2.16. 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.”

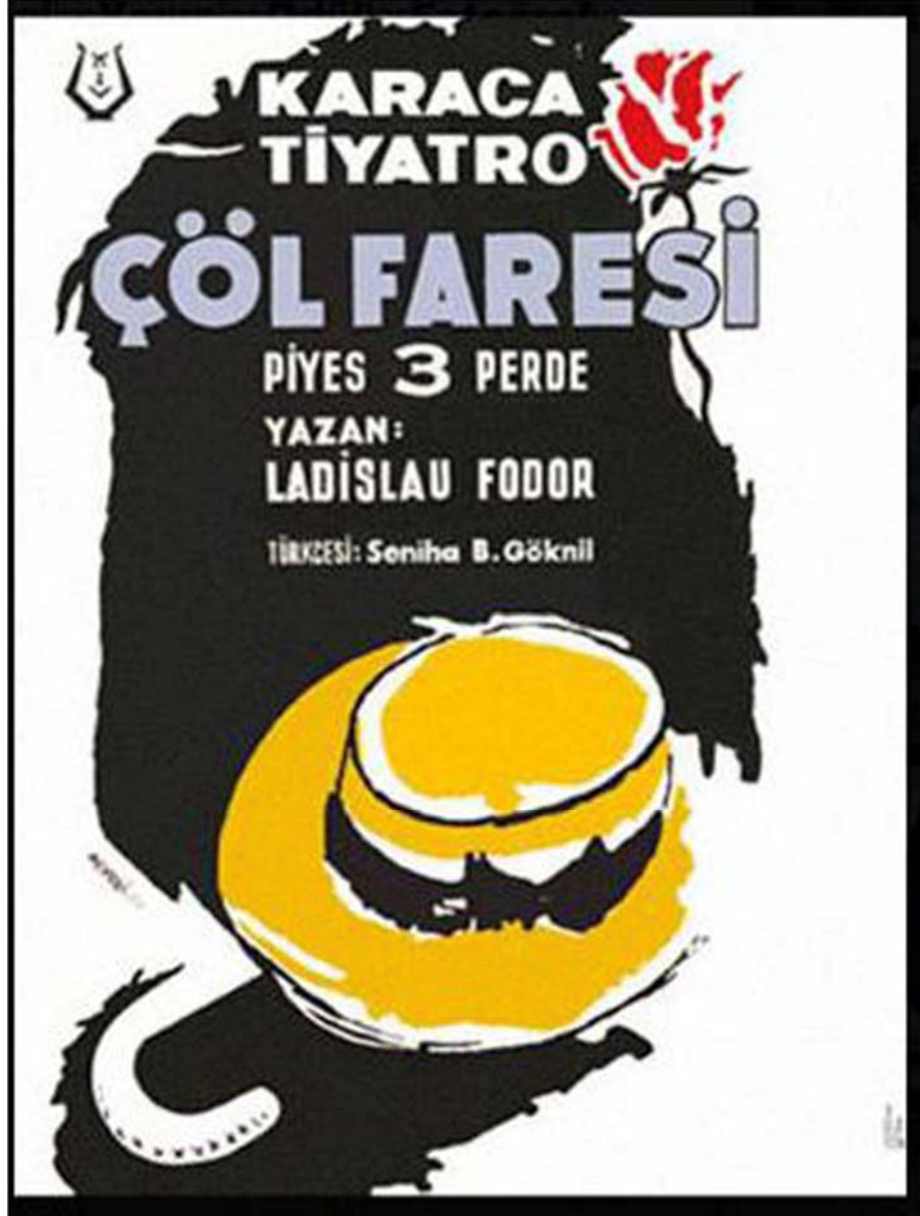
2.4.2. Tiyatro Afişleri

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 adımlar 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.

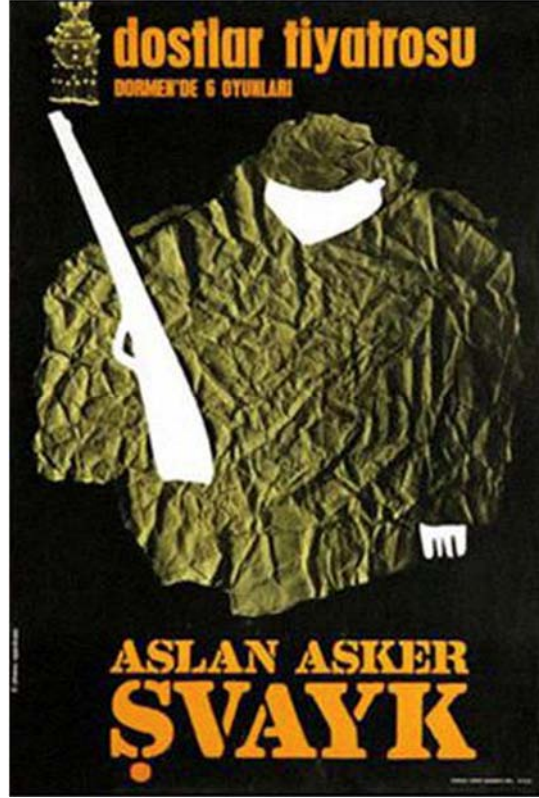
‘‘Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Turgay Betil, Ahmet Güteryüz, Leyla

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>)



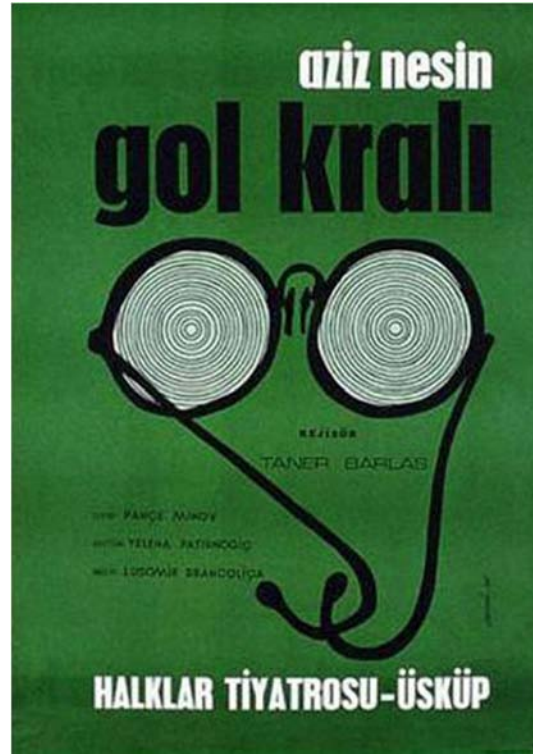
Şekil 2.17. Mengü Ertel'in Karaca Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

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



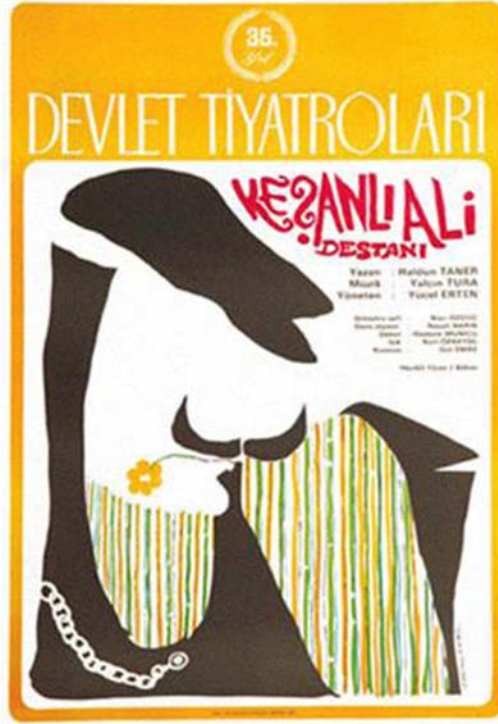
Şekil 2.18. Mengü Ertel'in Dostlar Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

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



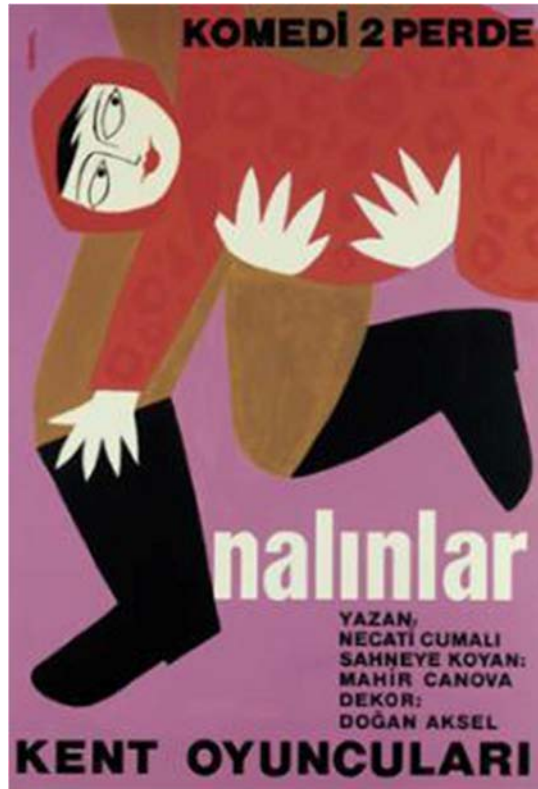
Şekil 2.19. Mengü Ertel'in Halklar Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

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



Şekil 2.20. Mengü Ertel'in Devlet Tiyatroları için tasarladığı afiş.

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



Şekil 2.21. Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

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



Şekil 2.22. Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

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

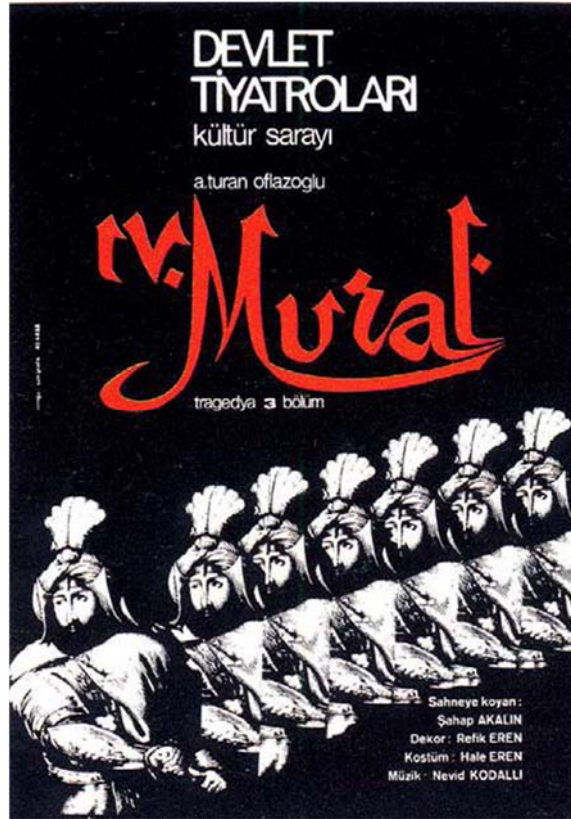


Şekil 2.23. Yurdaer Altıntaş'ın 1962 yılında tasarladığı tiyatro afişi.

Kaynak: <http://www.yurdaeraltintas.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 tanıtma 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.” (Gümüslü, 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 azalıp, kullanılmamasını beraberinde getirmiştir.



Şekil 2.24. Mengü Ertel'in tasarladığı tiyatro afişi.

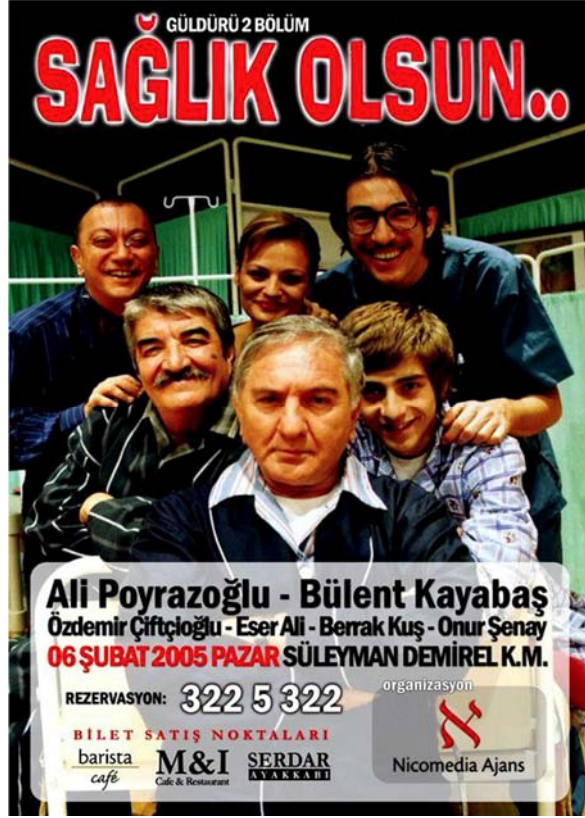
Kaynak: Gümüslü, 2008: 9

“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.” (a. g. e: 16)



Şekil 2.25. 2005 yılında yapılan bilinçsiz bir stilizasyonun hakim olduğu özel tiyatro afişi.

Kaynak: Gümüşlü, 2008: 17



Şekil 2.26. 2005 yılında yapılan estetik kaygıların arka planda olduğu özel tiyatro afişı.

Kaynak: Gümüşlü, 2008: 17

Türkiye’de tasarlanan tiyatro afişlerinin temel sorunu, afiş 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 afişı 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 ulaştırıcı 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.



Şekil 2.27. Yurdaer Altıntaş'ın 1985 yılında Fikret Hakan Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

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



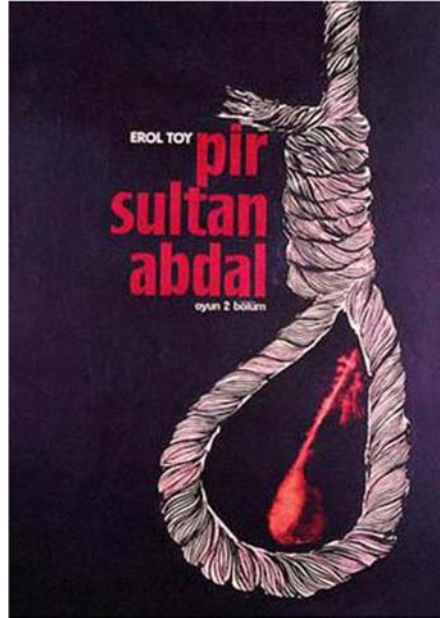
Şekil 2.28. Yurdaer Altıntaş'ın 1990 yılında Dormen Tiyatrosu için tasarladığı afiş.

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



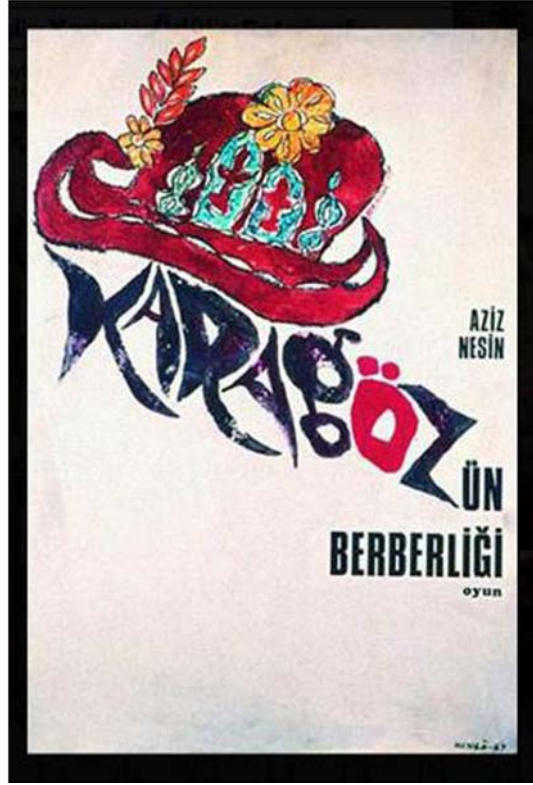
Şekil 2.29 Yurdaer Altıntaş'ın 1990 yılında Kent Oyuncuları için tasarladığı afiş.

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



Şekil 2.30. Mengü Ertel'in Pir Sultan Abdal adlı afişi.

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



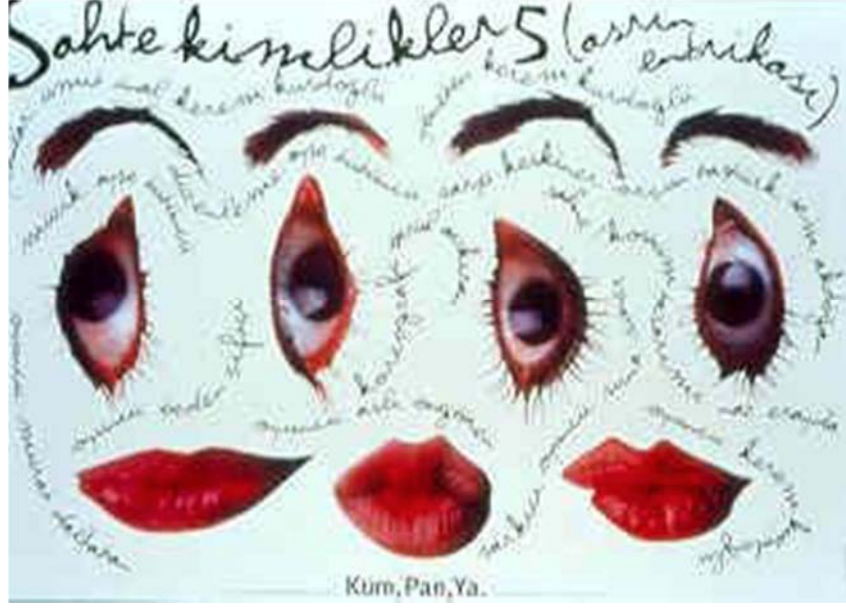
Şekil 2.31. Mengü Ertel'in 'Karagöz'ün Berberliği' adlı afişi.

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



Şekil 2.32. Bülent Erkmén'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-odulualdi_4771.html



Şekil 2.33. Bülent Erkmən'in Sahte Kimlikler 5 adlı tiyatro afişi.

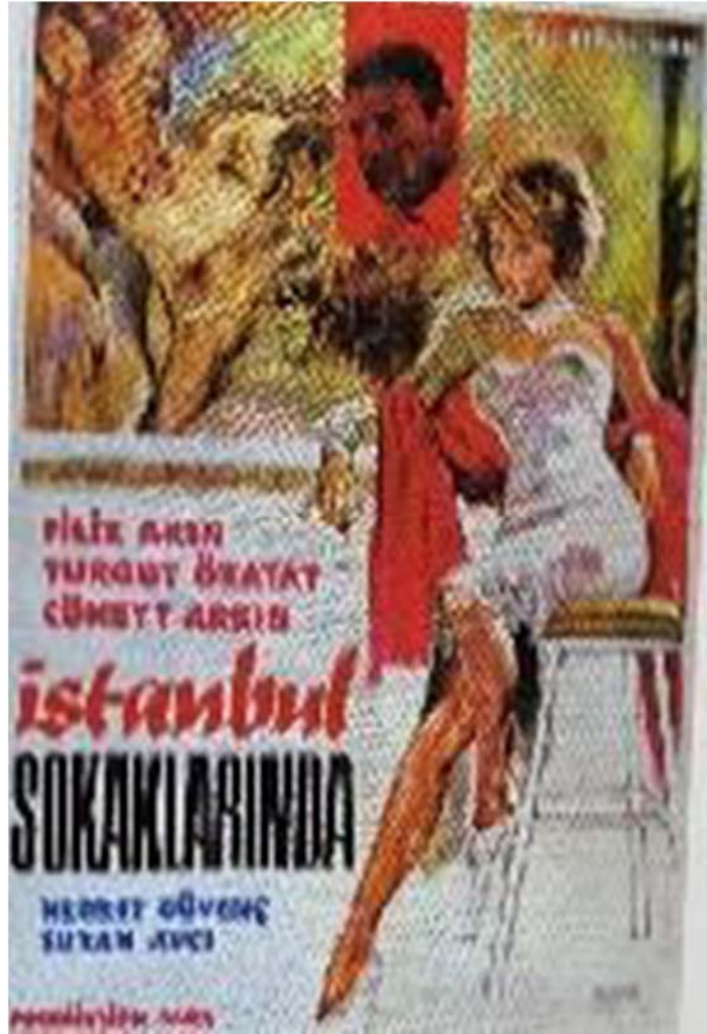
Kaynak: http://www.yapi.com.tr/Yarismalar/tasarimci-bulent-erkmen-lahti-afis-bienalinde-birincilik-odulualdi_4771.htm

2.4.3. Sinema Afişleri

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 "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. (<http://hayaletik.blogcu.com/turk-sinamasiyesilcam-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 "Casus" 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 olmuştur. 1928 yılında Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen ‘‘İstanbul Sokaklarında’’ adlı film, ilk sesli Türk filmi olmuştur . 1953 yılında Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen ‘‘Halıcı Kız’’ ilk renkli Türk filmidir. 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.



Şekil 2.34. İstanbul Sokaklarında adlı film afişi.

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



Şekil 2.35. Halıcı Kız adlı film afişi.

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



Şekil 2.36. 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 Kütüphanenin özel arşivindeki orjinal beş bin film afişi arasında, ilk Türk renkli filmi “Halıcı Kız” afişi elbette çok değerlidir. Unutulmaz komedi filmleriyle Kemal Sunal taşımaktadır.” “Şaban” serisinin dönemin koşullarını inceden alaya alan film afişleri de klasik niteliği (<http://www.tumgazeteler.com/?a=3920081&cache=1>)



Şekil 2.37. 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)

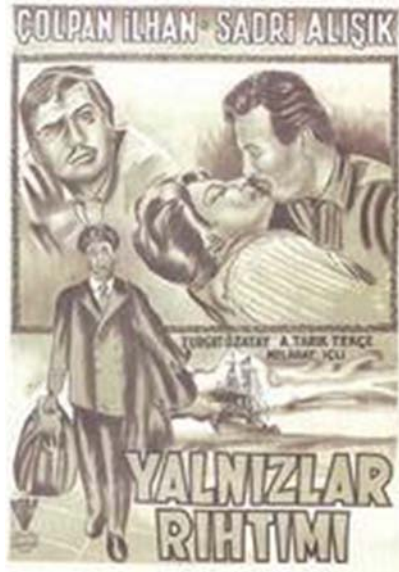
Türk sinema afişleri denilince akla Yeşilçam filmleri gelmektedir. Yeşilçam film afişlerinde, aşkı ve acıyı anlatan tasarımlar yer almaktadır. Bu afişlere örnek olarak; Atıf Yılmaz imzalı Türkan Şoray ve Kadir İnanır’ın oynadığı “Karagözlüm” sinema filmi afişi ile yönetmen Lütfi Akad’ın “Yalnızlar Rıhtımı”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

afişleri gösterilebilir.



Şekil 2.38. Kara Gözlüm film afişi.

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



Şekil 2.39. Yalnızlar Rihtimi film afişi.

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

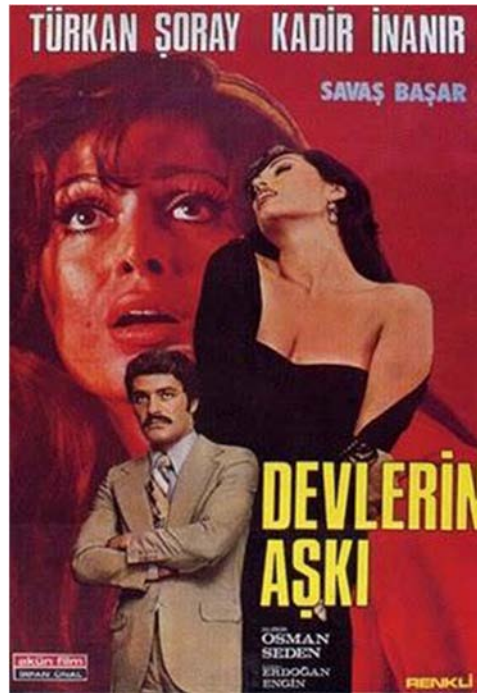
“Cengiz Aytmatov”un ölümsüz eserinden uyarlanan, Türk sinemasının klasiği “Selvi Boylum Al Yazmalım” filminin afişi de özgün tasarımıyla en az filmi kadar klasikler arasında ölümsüzleşmektedir. Türkan Şoray ve Kadir İnanır’ın birlikte rol aldığı, Türk sinemasının unutulmaz klasiklerinden “Dila Hanım”, “Devlerin Aşkı” ve

“Dönüş”ün afişleri de aşk ve çekişmeyi, filmleri kadar etkili anlatmaktadır.” (a. g. e)



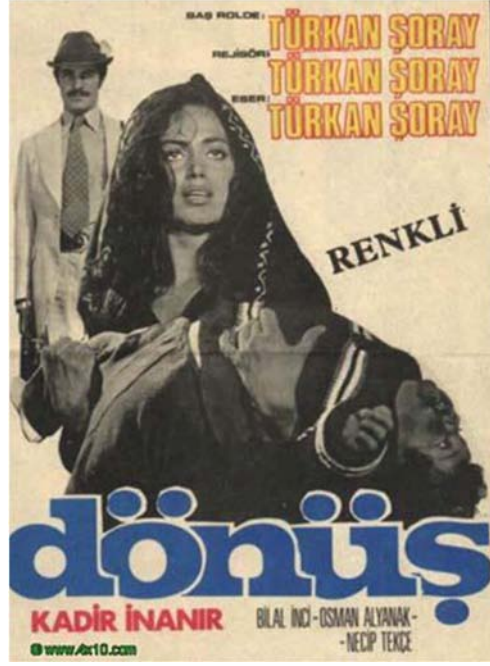
Şekil 2.40. Selvi Boylum Al Yazmalım film afişi.

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



Şekil 2.41. Devlerin Aşkı film afişi.

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



Şekil 2.42. Dönüş film afişi.

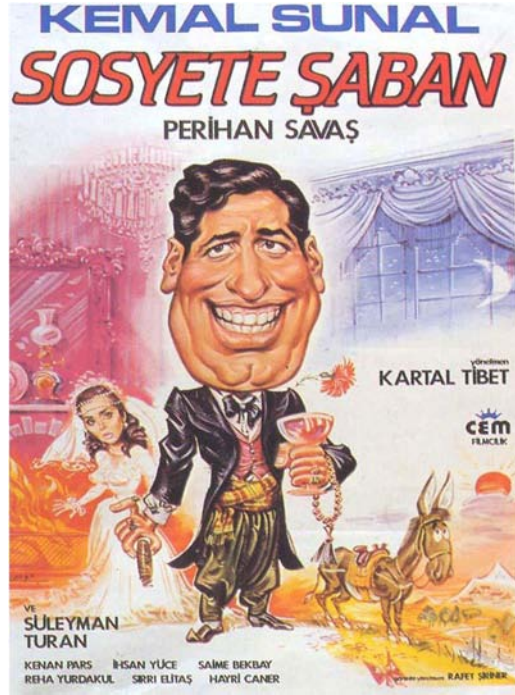
Kaynak: <http://www.sinemaseyredelim.com/etiket/online+D%F6n%FC%FE+1972+izle.html>

“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



Şekil 2.43 1984 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.

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



Şekil 2.44. 1985 yılında tasarlanan Şaban serisi film afişi.

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



Şekil 2.45. Şekerpare film afişi.

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



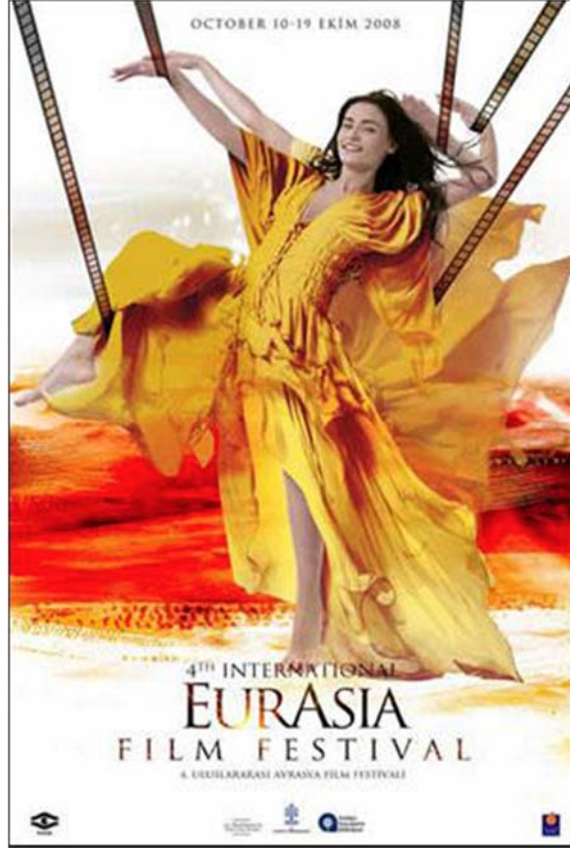
Şekil 2.46. Şaşkın Ördek film afişi.

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



Şekil 2.49. Emrah Yücel'in film festivali afişi.

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



Şekil 2.50. Emrah Yücel'in film festivali afişi.

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

2.4.4. 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 ileticeği 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.

2.4.5. Siyasi Afişler

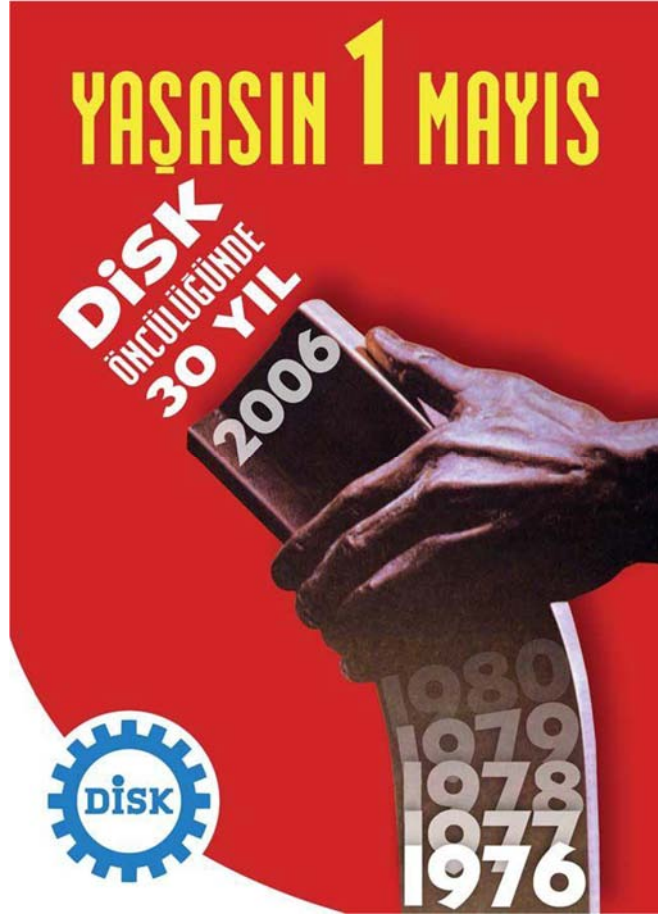
Siyasi afişler çekimser, tarafsız ya da karşı görüşte olan kişilerden oluşmakta olan seçmen kitlesine hitap etmektedir. “Siyasi afişler, bazen bir fikri, bir grubu veya bir kişiyi savunarak ya da tam tersine muhalefet ederek kitlenin istek ve beklentilerini yönlendirmeye çalışan afişlerdir. Siyasi afişler 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.



Şekil 2.51. 2006 yılında (DİSK) tarafından tasarlanan 1 Mayıs afiş tasarımı.

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 sıkıyan 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'I zihinlerde mahkum etme politikasını etkili bir şekilde başarıyla yerine getirmiştir.



Şekil 2.52. 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 sonar 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.



Şekil 2.53. DP’nin 1950 yılındaki seçim afişi.

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

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



Şekil 2.54. 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.



Şekil 2.55. CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.

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



Şekil 2.56. CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.

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



Şekil 2.57. 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)



Şekil 2.58. 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 siyasal 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 ulaşarak daha sonraki dönemlerde de diğer partilere öncülük yapmışlardır.” (Uluğkay, 2006: 58)

Siyasal afişler, içerisinde savaş afişlerini de barındırmaktadır. Savaş afişlerindedramatik 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 70 dönemden, günümüze kadar gelen zaman içerisinde kendi gelişimini de sürdürmüştür.

2.4.6. 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.siviltoplak.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 bilgilenecek, 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.



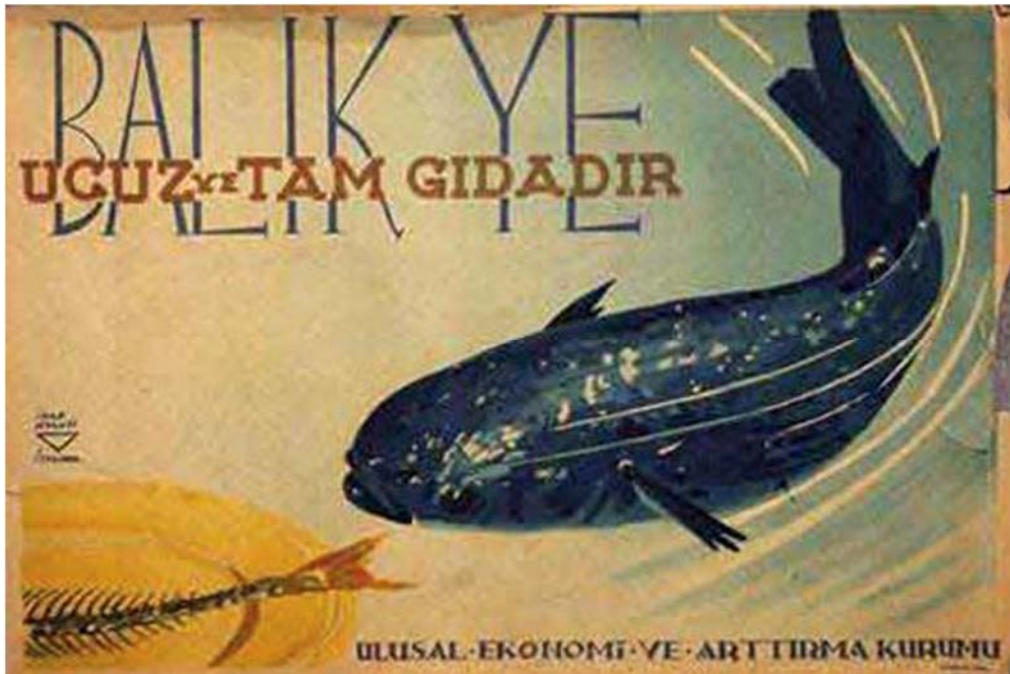
Şekil 2.59. Mesut Manioğlu'nun verem konulu sosyal sorumluluk afişi.

Kaynak: Çetin, 2008: 111



Şekil 2.60. İhap Hulusi Görey'in sosyal sorumluluk afişi.

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



Şekil 2.61. İhap Hulusi Görey'in sosyal sorumluluk afişi.

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

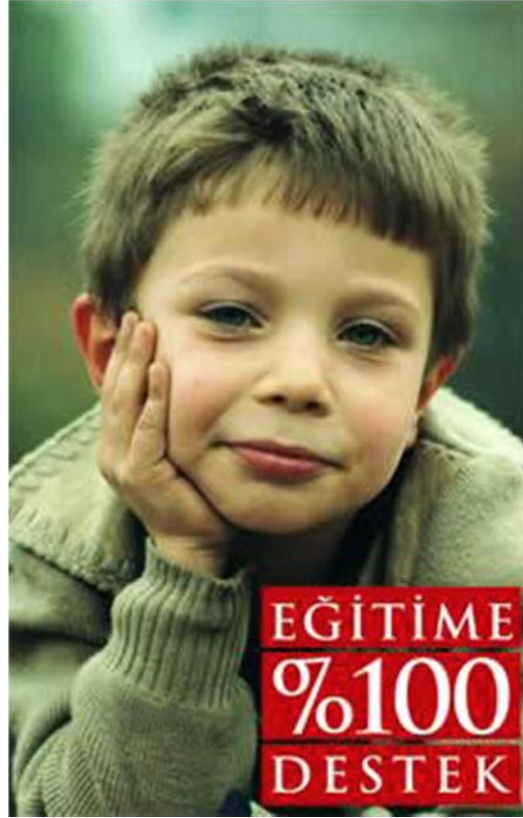
Ülkemizde eğitim alanındaki sorunların giderilmesinde sosyal sorumluluk kampanyalarının başlatılmasının payı büyüktür. Milliyet gazetesi tarafından yürütülmeye başlatılan “Baba Beni Okula Gönder” kampanyası, ülkemizde kız çocuklarının eğitimi konusunda yapılan kampanyalar arasında en önemlilerinden bir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



Şekil 2.62. 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>

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.



Şekil 2.63. 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. 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.



Şekil 2.64. Lösev'in sosyal sorumluluk kampanya afişi.

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



Şekil 2.65. Sigarayı konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.

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



Şekil 2.66 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, kadınlar ve çocuklara karşı aile içindeki şiddet uygulamalarının sona erdirilmesidir. Bu tür afişlerde etkili olması açısından genellikle fotoğraflar kullanılmaktadır.



Şekil 2.67. Aile içi şiddeti konu alan sosyal sorumluluk kampanya afişi.

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

2.4.7. 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.

2.4.8. 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.



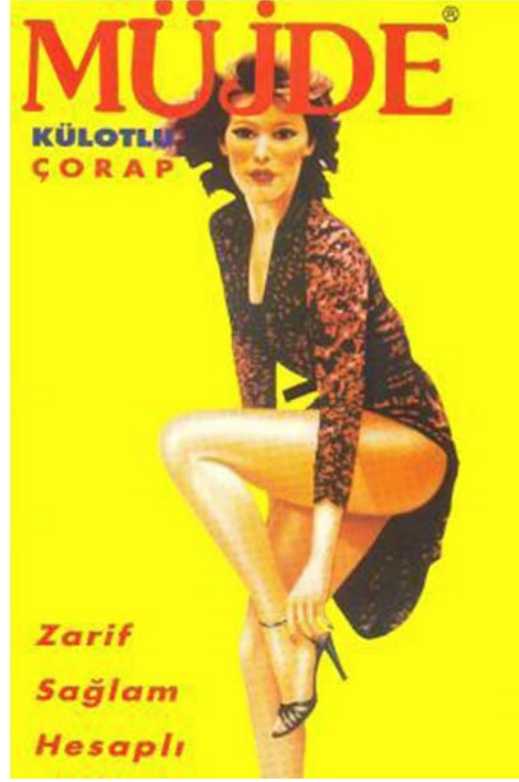
Şekil 2.68. Türkiye İş Bankası afişi.

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



Şekil 2.69. Garanti Bankası afişi.

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



Şekil 2.70. Müjde bayan çorap afişi.

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



Şekil 2.71. Penti bayan çorap afişi.

Kaynak:

http://2.bp.blogspot.com/_nN4N6is17Tg/SxTs2iZRSaI/AAAAAAAAG54/PIMpy4P6Vpo/s1600/hadise03.jpg



Şekil 2.72. Arçelik çamaşır makinesi afişi.

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



Şekil.2.73. Arçelik çamaşır makinesi afişi.

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

2.4.9. 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.



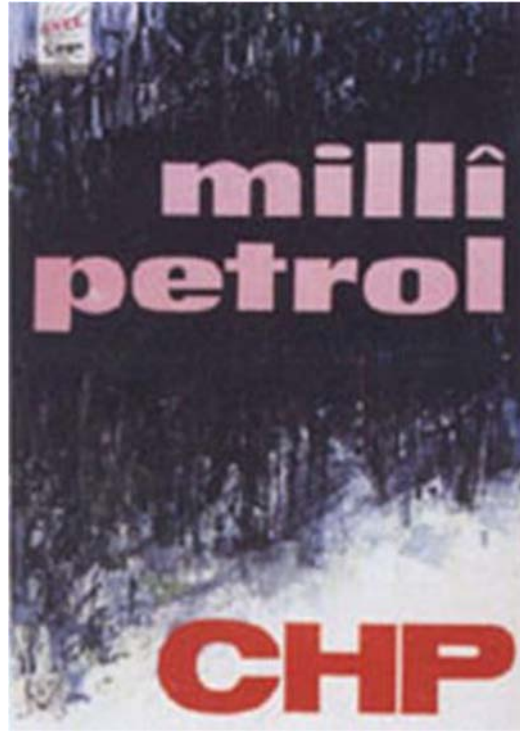
Şekil 2.74. CHP'nin 1957 yılında tasarlanmış olan afişi.

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.



Şekil 2.75. CHP'nin 1965 yılında tasarlanmış olan afişi.

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

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.



Şekil 2.76. 1. Dünya Savaşı, Türk – Alman propaganda afişleri.

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



Şekil 2.77. 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.

2.5. Bu Süreçte Kullanılan Yöntemler

- Afiş tasarım süreci: Tasarım süreci afişte ele alınacak konunun belirlenmesiyle başlamaktadır. Bu süreç, problemin çözümüne yani afiş tasarımının sonuçlandırılmasına kadar sürmektedir. Tasarım bir problemin çözümüdür. Bu problemler grafik tasarımında genellikle ikiboyutlu yüzeyler üzerinde çözülmektedir. Bu aşamada problemin tanımına yönelik, sorular sorularak problem anlaşılmasına çalışılmaktadır. Emre Becer'e göre tasarım problemi çözümü genellikle beş aşamadan oluşmaktadır.
- **Problemin Tanımı:** Afiş tasarımını bir problem çözümü gibi ele alırsak mesajı iletmede daha bilinçli bir başlangıç yapmış oluruz. Amacımızı belirledikten sonra afişte vurguladığımız mesaj kimleri hedefliyor, sorusuna yanıt bulmak gerekiyor. Hedef kitemiz kimdir? Yaptığımız afiş ulusal mı yoksa uluslar- arası bir kitleye mi hitap ediyor? Hedef kitlenin ortak özellikleri var mı? (Sigara tiryakileri, aynı takımın taraftarları gibi) Hangi yaş grubunu hedefliyorsunuz? Afişte tanıtılacak şey bir ürün mü, bir hizmet mi, yani sosyal bir konuyu yoksa bir ürünü tanıtacağız.
- **Bilgi Toplama:** Afiş nitelikli ,özgün ve hedeflerine ulaşabilir olmalıdır. Bu süreçte; yapılacak olan afiş çalışmasının ne zaman, nerede kullanılacak, bu konuyla ilgili daha önce ne gibi çalışmalar yapılmış, afiş kimleri hedefliyor gibi sorulara yanıt bulmak gerekir. Bu sorulara yanıt ararken de afiş tasarımcısı alıcı kitleye göre düşünmek ve afisi ona göre mesajlandırmak zorundadır. Tasarımcı aynı zamanda iyi bir gözlemcidir. Konu hakkında ne kadar çok bilgi toplanırsa yaratıcılığa ve araştırmaya yeni boyutlar getirecektir.
- **Taslak yapmak:** Afiş tasarımında en önemli konuların başında taslak (eskiz) oluşturmaktır. Bir kağıt üzerine kalemle yapılacak afişin taslağı

çizilerek belirlenmeye çalışılır. Afişin sloganı, tipografisi, varsa fotoğraf veya illüstrasyonun yeri, amblem veya logonun kabaca yeri belirlenir. Bu çalışmalardan bir kaç adet yapılarak en uygun olanı uygulamaya konulur.

2.6. Uygulama Öncesi Yapılması Gerekenler

- Tasarım elemanları içeriği anlaşılır bir biçimde olmalı
- Tasarımda kullanılan mesaj belirsizlik taşımamalı. Özgün ve anlaşılır olmalı.
- Tasarımda kullanılan tipografi seçimi konuya uygun ve okunur olmalı.
- Tasarımda kullanılan fotoğraf illüstrasyon.vb imgeler konuya uygun olmalı.
- Afiş tasarım olarak özgün olmalı
- Afişte görsel bütünlük etkin ve çekici olmalı.
- Konuya uygun bir mesaj bir başlık veya slogan kullanılmalı.
- Kullanılan tipografi ve görsel imgeler mesajı desteklemeli.
- Tasarımda etkileyici bir görsel yapı kurulmalıdır.

2.7. Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler

Grafik sanatların bütün alanlarında olduğu gibi afiş tasarımında da birçok teknik kullanılmaktadır. Geçmiş yıllarda genellikle resim veya illüstrasyon ile yazı teknikleri birleştirilerek afiş tasarımı yapılırdı.daha once çizimi yapılmış afiş taslağı bir kağıt üzerine aktarılır. Sonra çeşitli boyama teknikleri ile (Guaj, sulu boya vb.) afiş tamamlanırdı. Bütün aşamalar büyük bir özenle günlerce sürer ve sonuçta sanat eseri değerinde çalışmalar ortaya çıkardı.

2.7.1. İllüstrasyon Tekniği İle Yapılan Afiş Tasarımları

İllüstrasyon tekniği tasarımcının yaratıcı gücünü, kalem ve fırçaya hâkimiyetini ortaya çıkaran bir çalışma türüdür. İnsanlara daha ilgi çekici gelen bir özelliği vardır. İllüstrasyon tekniğinde pastel, sulu boya, kuru boyalar, guaş boya, akrilik boya, püskürtme boyalar (ait brush) gibi teknikler kullanılabilir. Ayrıca illüstrasyon'da kullanılan temel malzemeler vardır. Bunlar; kâğıt, cetvel, kalem, fırça, mürekkep boyalar, maket bıçağı, silgi, orantı cetveli, büyütec, slayt projektörü,

sabitleyici sprey, yapıştırıcı ve kopya kağıdıdır.Günümüzde pek kullanılmayan bu yöntemlerle unutulmaz sinema ve tiyatro afişleri yapılmış bugün bir çok afiş artık klasik nitelikli sergilenmektedir.

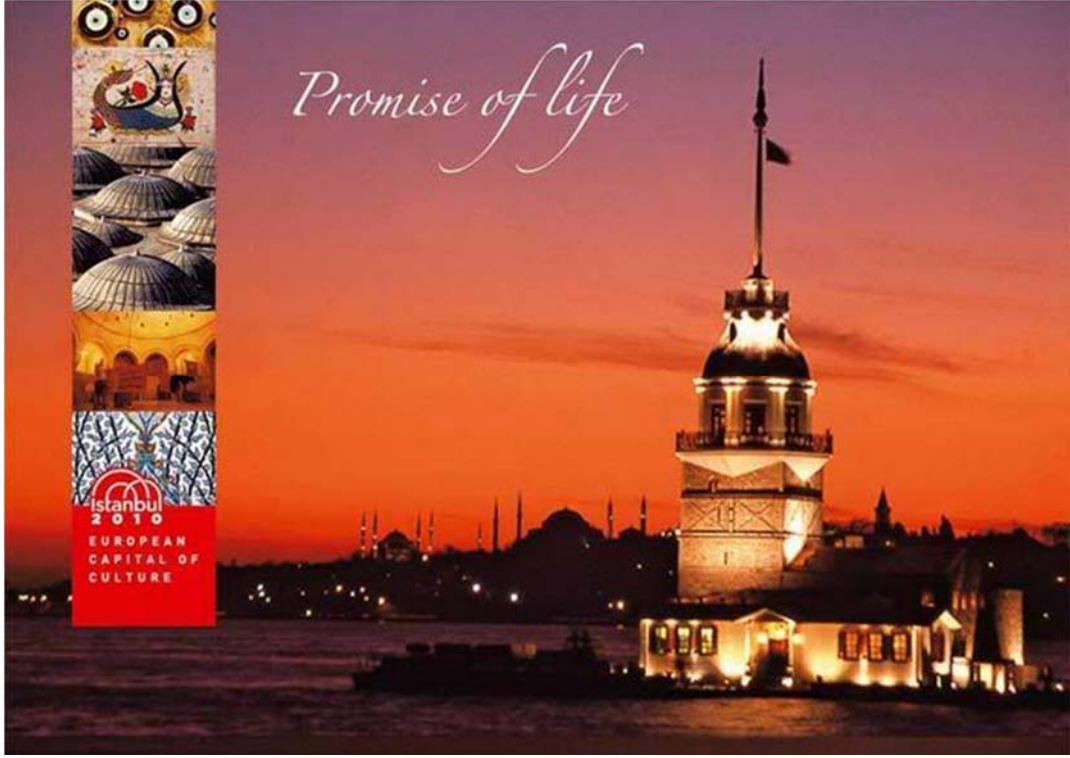


Şekil 2.78. Rockstar afişi

Kaynak: www.erecolak.com

2.7.2. Fotoğraf Tekniği ile Tasarım

Fotoğraf, yalnız bir şekilde afiş olarak kullanılabileceği gibi, çeşitli laboratuvar teknikleriyle fotoğrafın üzerinde grafiksel değişiklikler yapılarak afiş tasarımında kullanılabilir. Fotoğraf tekniğinde afişle ilgili eskizler yapıldıktan sonra afişin boyutlarından birer santim daha büyük olarak fotoğraf hazırlanır. Daha sonra fotoğraf üzerine yazı yerleştirilir. Yazı, fotoğraf basılırken de karanlık odada basılabilir. Fotoğraf afişte çok fazla kullanılmasına karşın bu yöntem çok fazla kullanılmamaktadır. Fotoğraf daha çok bilgisayar ortamındaki tasarımlarda kullanılmaktadır.



Şekil 2.79. İstanbul tanıtım afişi

Kaynak: www.erecolak.com

2.7.3. Karışık Teknik İle Tasarım

Karışık teknikte son derece başarılı çalışmalar çıkarmak mümkündür. Tasarımcı bu teknikte daha özgür bir çalışma dinamiği yakalayarak başarılı tasarımlar ortaya koyabilir. Bunun en büyük nedeni birçok tekniği bir arada kullanması ve anlatmak istediği konuyu daha rahat anlatabilmesidir. Karışık teknikte birden fazla çizim ya da boyama tekniği uygulanmaktadır. Eskiz aşamasından sonra kurşun kalem, sulu boya, akrilik, guaş, püskürtme gibi teknikler yanısıra kolaj tekniği bir arada uygulanabilir. Bu tekniklerin hepsi bir arada uygulanırken bir bütünlük olmasına dikkat edilmelidir. Buna uyulmazsa afişte bir bütünlük olmaz ve görsel olarak başarılı bir çalışma gerçekleştirilemez.



Şekil 2.80. Rockstar afişi

Kaynak: husnukayali.tr.gg

2.7.4. Bilgisayar Tekniği İle Tasarım

Bilgisayar destekli tasarımda tasarımcı istediği sonucu anında görebilmesi ve hata yaptığında geri dönebilmesi gibi avantajlara sahiptir. Ayrıca bu teknikte çok kısa bir zaman diliminde çok fazla alternatif çalışma yapma olanağını da bulmaktadır. Tabii burada unutulmaması gereken önemli bir nokta da bilgisayarın bir araç olduğudur. Bilgisayarın başına en son aşamada yani uygulama aşamasında geçilmesidir. Tasarım ve taslakla şamalarını gerçekleştirip tasarımla ilgili fikri bulup sonra bilgisayar aşamasına geçilmelidir. Ancak bilgisayarda tasarım yapmak içinde belli kriterler vardır. Öncelikle dijital teknolojiyi iyi bilmeli ve programlara hakim olmalıdır. Çünkü Masaüstü yayıncılık adı verilen bu yeni dijital dünya iyi kullanıldığında umulanında üzerinde sonuçlar verebilir. Masaüstü yayıncılık ve reklâmıcılık sektörünün vazgeçilmez tasarım araçları olarak karşımıza çıkar. Resim ve fotoğrafla oynama ve deformasyon sağlamadaki hüneri resim işleme programlarının sektörde kullanımını yaygınlaştırmıştır. Grafik tasarım, fotoğrafçılık, matbaa, röprodüksiyon gibi birçok işlemden resim işleme programı kullanılır.



Şekil 2.81. Iron Man 3

Kaynak: www.spaziocinema.info

Günümüzde digital teknolojinin çok yaygınlaştığı afiş sanatında en temel nokta unutulmamalıdır ki bilgisayar sadece bir araçtır. Tasarımcı grafiksel bilgi birikimine sahip değilse yapacağı tasarım basit karmaşık bir anlatımdan öteye gidemez. Ticari kaygıların git gide arttığı ülkemizde bu yöntemi seçen kişilerin ve kurumların sayısı ne yazık ki gün geçtikçe çoğalmaktadır. İnternetinde yaygınlaşmasıyla buradan esinlenmelerde maalesef çoğalmaktadır. Ancak her şeye rağmen grafik tasarım bilgilerini digital teknolojiyle birleştirerek gerek ülkemizde gerekse dünyada ün yapmış sanatçılarımızda vardır. (H.Yayla yorumu)

2.8. Baskı Teknolojileri Açısından İrdelenmesi

2.8.1. Basım Tekniklerinin Tarihsel Gelişimi

İstanbul'un fethine yakın bir tarihte Avrupa'da geliştirilerek günden 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)

2.8.2. 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 serigrafik 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)

2.8.2.1. 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.

2.8.2.2. 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.



Şekil 2.82. %85 kurşun + %15 antimuan karışımı hurufat harfler.

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

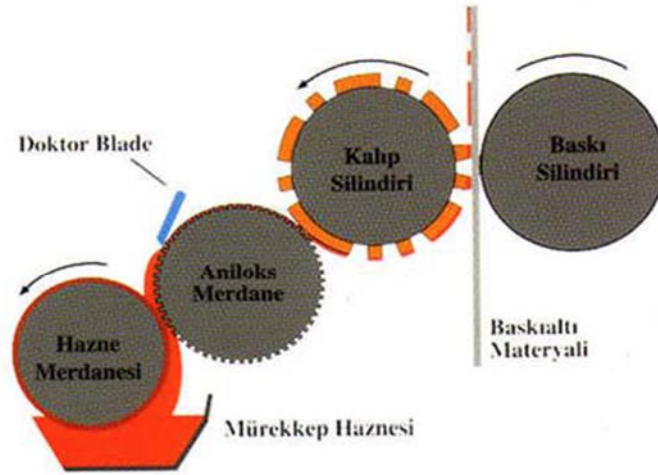
“Tipografi baskı tekniği genelde klişe adı verilen desteklemelerle adını sürdürmüştür. Önceleri elde özel dizgiciler tarafından, sonraları ise “entertip” dizgi makineleri, “linotyp”ler’de dizilen sayfalar üzerine; fotoğraf, illüstrasyon, sembol gibi görüntülerin yine aynı teknikle hazırlanan klişeleri 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)

2.8.2.3. 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)



Şekil 2.83. Flesko baskı şeması.

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

2.8.2.4. Düz Baskı

“Düz baskı sisteminde, baskıyı yapan kısımlar ve baskı yapmayan kısımlar

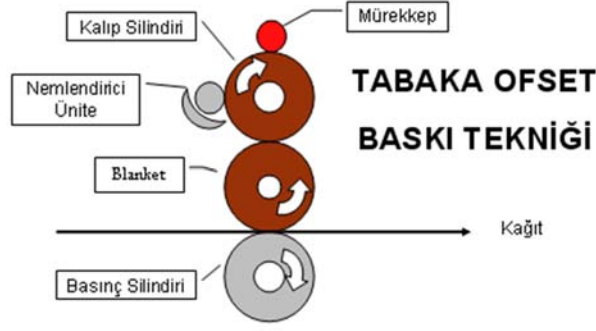
aynı yüksekliktedir. Ofset baskı düz baskı tekniğinin endüstriyel amaçlı uygulamasıdır.” (a. g. e: 124)

2.8.2.5. 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.

- **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) kullanmalarıdır. 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, 90 x 120 cm 100 x 180 cm ebadında baskı yapabilen makineleri bulunmaktadır.



Şekil 2.84. Tabaka ofset baskı tekniği şeması.

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

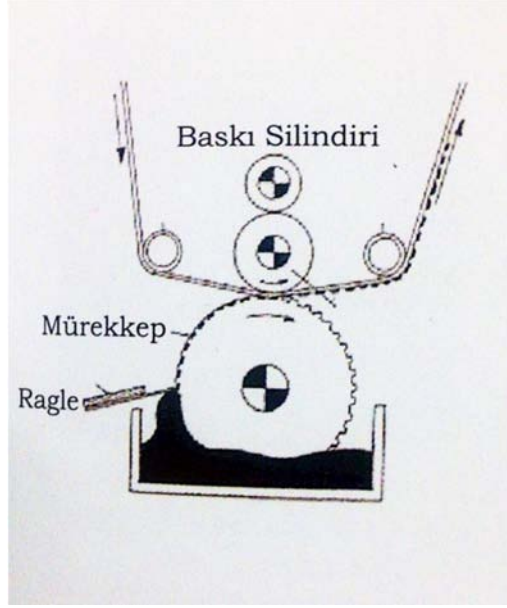
- **Web Ofset (Rotatif) Baskı Tekniği:** “Bu baskıda bobin kağıtlara baskı yapılmaktadır. Tabaka ofset baskının tüm özelliklerini taşıyan bu sistemin en önemli avantajı, baskı hızının çok yüksek olmasıdır. Bu nedenle çok yüksek tirajlı işlerin baskısında tercih edilmektedir. Web ofset baskı makinelerinin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

2.8.2.6. 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)

2.8.2.7. 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 sıyrıraç (rakle) ile sıyrılarak bu mürekkebin oyulmuş kısımlarından kağıda aktarılmasına dayanan bir çukur baskı sistemidir.” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 162)



Şekil 2.85. 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 ayırmaz baskı vermesidir. Bunun nedeni ise; gerek tip 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 yoğunudur.” (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)

2.8.2.7. 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 sıklıca kullanılmaktadır.” (Mazlum, 2006: 128)

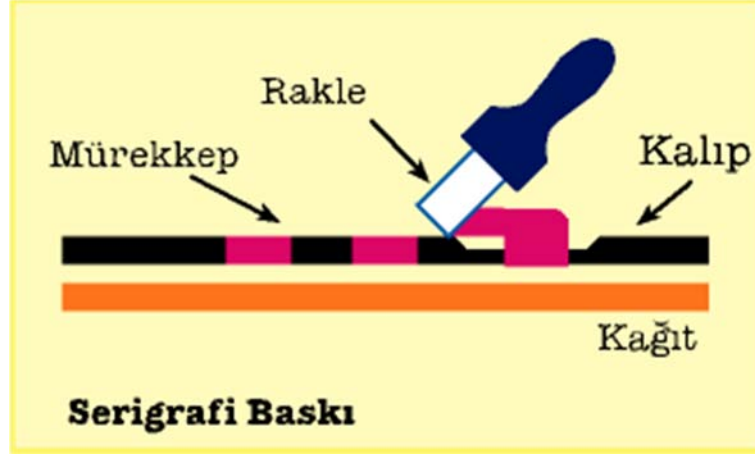
2.8.2.8. şablon Baskı Tekniği

“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)

2.8.2.9. Serigrafı (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)

“Serigrafı baskı grafik sanatlarda ve endüstriyel amaçla yaygın olarak kullanılmaktadır. Hemen her türlü materyale baskı yapabilmesi serigrafı baskı tekniğinin en önemli avantajlarındandır. Tampon baskı sistemi hariç diğer hiçbir teknik ile baskı yapılamayan ağaç, cam gibi materyallere serigrafı baskı tekniği kullanılarak baskı yapılabilmektedir. Serigrafı 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 serigrafı baskı denmektedir.” (Mazlum, 2006: 129)



Şekil 2.86. 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)

2.8.9.10. Dijital Baskı Tekniği

Dijital baskı tekniği, 1990 yıllarından itibaren adını hızla duyurmaya başlamıştır. “Gelişen teknolojiye nasibini alanlardan biri de baskı ve çoğaltım teknikleridir. Bilgisayarın teknolojiye devrimi baskı tekniklerini de etkilemiştir. Bu gelişmeler sonrasında baskı ve çoğaltım tekniklerinde geline son nokta ise dijital (digital) baskı teknolojisidir. Masaüstü yayım 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 zamana iyi kullanabilmesi ve yüksek çözünürlüklü baskılar elde edebilmesidir. Dijital baskı sisteminde, su yerine silikon kullanılmaktadır. Silikonun suyu itmesi karşılığında baskıyı gerçekleştirebilen bir baskı tekniğidir.



Şekil 2.87. 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.

2.9. 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 yararlanmaktadır. 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)



Şekil 2.88. Fotoğraf içerikli film afişleri.

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



Şekil 2.89. 1. Dünya Savaşı Türk – Alman afişi.

Kaynak: <http://tarikhvemedeniye.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)



Şekil 2.90. Emrah Yücel'in fotoğraf içerikli film afişi.

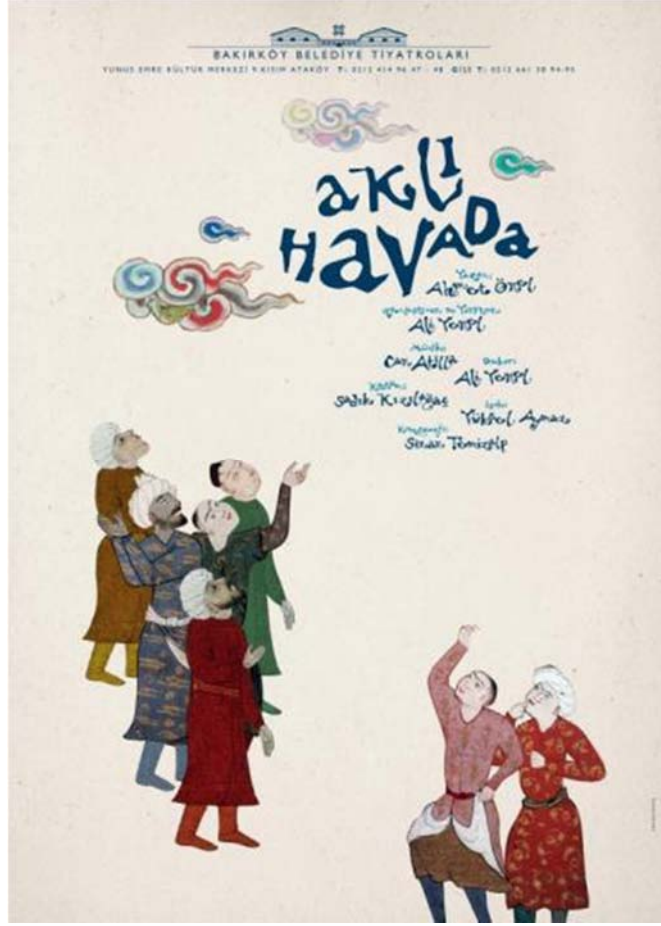
Kaynak: http://galeri.uludagsozluk.com/1/ya-sonra_109573.jpg



Şekil 2.91. 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. 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.



Şekil 2.92. Savaş Çekiç'in illüstrasyon içerikli tiyatro afişi.

Kaynak:

http://2.bp.blogspot.com/_bb5XSWZ7jLI/TNq1ub52ibI/AAAAAAAAAVY/IMCAAYROoc/s1600/aklihavada+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 digger teknolojik gelişim ise grafik tablet yani çizim tabletidir. Afiş tasarımları yapılırken bilgisayarda serbest çizim ve illüstrasyon uygulamalarında kullanılan bir araçtır. Tasarımcı'nın 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 izim yönteminin modernleştirilmiş hali olarakta gösterilebilir.



şekil 2.93. 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.

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 şurada 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 tanınmaktadır. 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.

2.10. İhap Hulusi Kim dir?

Ailesinin kökeni Erzincan ilimize bağlı Kemah (Egin)dır. Dedesi Osmanlı İmparatorluğu'nun bir eyaleti olan Mısır'a gönderilmişti. Başkent o yıllarda bir Avrupa kenti kadar modern. Bu nedenle oğlu Ahmet Hulusi 'yi (İhap Hulusi 'nin babası) de orada okutmak istemiş ve ailesini de yanına aldırılmış. Babası okumuş mimar olmuş. Ressam olan Yedi de Hanım'la evlenmiş. Bu evlilikten İhap Hulusi (28 Kasım 1898), Nevgece (1902), Nihat (1907), Yavuz (1912) isimli çocukları olmuş. Babası mimar, annesi ressam olan İhap Hulusi de sanata yönelir. Böylece bir aile ortamında yeteneğini geliştirir. Ama bu çalışmalarla yetinmez, posta ile resim dersleri almaya başlar. İhap Hulusi bu düşüncesini şu yöntemle gerçekleştirir.

1917 yılıdır. Ev ortamında ürettiği resim çalışmalarını bir araya getirip, posta ile;

sanat çevresinden ismini öğrendi ği Almanya'da bir ressamı gönderir. Çalışmalarını irdeleyen bu ressam, eleştirilerini ve sürdürmesini istediği yöntemleri tek tek sıralar ve posta ile tekrar İhap Hulusi 'ye geri gönderir. Bu işlem bir süre devam eder. Birinci Dünya Savaşı yıllarıdır. Kahire'deki İngiliz Okulunu bitirmiştir. İngilizler tam o sıralarda Kahire'yi işgal ederler. Babası bu durumu hazmedemez ve yaşadığı ortamı terkederek, ailesi ile İstanbul Moda burnunda Tevriye sokaktaki Yilla Antipa isimli malikaneye yerleşirler.

1920' li yıllarda, resim alanındaki yeteneğini daha ileriye götürmek, yaşamını bu alanda sürdürüp para kazanmak için; Küçük ülkuüye okuma öğretene, Gazi Mustafa Kemal Atatürk kompozisyonlu bu alfabe i 970'li yıllara kadar kullanılmış, ilköğretimdeki yeni yöntemlerin yeğ tutulması nedeniyle kullanımdan kaldırılmıştır.

(İHAP HULUSİ GÖREY Grafik Sergisi kataloğu. Kendi ağzından özgeçmişi.Milli Kütüphane 266 1-77/1977 AD 3228 nolu eser. i 1-24/Mayıs/1977.)

Almanya'ya gider. Münih kentinde bulunan HEİMAN SCHULE'ye girer. Burada iki yıl, bütün gün modelden resim yapma, perspektif, ışık-gölge, siyah-beyaz resim tekniği üzerinde dersler alır'. Görsel değeri olan resimle para kazanmayı düşündüğünden, ticari yönü ağır basan afiş, gazete ilanı ve resim alanında eğitim yapan Münih'teki KUNSTGEWERBE SCHULE'nin afiş bölümüne girer. İki yıl buraya devam eder. Ders hocası Almanya'nın ünlü afiş sanatçılarından sayılan Prof.LUDWİG HOHLWEİN'dir. Ondan çok şey öğrenir. Okulunun başarılı öğrencilerindendir.Çizdiği afişler beğeni toplamaktadır. Bazı Alman firmalarından siparişler alır. Okul harçlıklarını, artık yaptığı çizimlerden çıkarmaktadır. Eğitimcilerinin övgülerini kazanır. Almanya'daki eğitim yıllarında zaman zaman ailesini görmeye İstanbul'a gelmektedir. Bu ziyaretlerden birinde, yolu Cağaloğlu'ndaki "AKBABA" dergisine düşer. Sahibi Yusuf Ziya Ortaç'tır. Onunla tanışır. Yanında götürdüğü eserleri ona gösterir. Beğeni toplar. Dergide çizim teklifi alır". (Dedeoğlu, 1984)

1923 yılında, Galatasaray Lisesi salonlarında bir karma serge düzenlenir. İhap Hulusi Almanya'da dizayn ettiği afişlerden 6 eserle katılır. Bunlar Türkiye'de kendi alanında özgün olan ilk afişlerdir'. Serginin açılışını yapan ve kendisi de ressam olan Halife Abdülmecit, İhap Hulusi 'nin yapıtları önünde hayranlığını gizleyemez. Eserlerin sanatçısını buldurur. Tanışma sarısında ellerini iki eli arasına alır ve uzun uzun tebrik eder. Ayrıca saraya da davet eder", Sergi bitiminde, eğitime devam ettiği Almanya'daki okuluna geri döner. Okulunu bitirmek üzeredir. (Görey, 1981)

İhap Hulusi Türkiye'ye Dönüyor Ailesi; resimden para kazanamazsın, açkalırsın, seni memur yapalım diye sürekli baskı yapmaktadır. Almanca, Arapça, İngilizce ve Fransızca'yı ileri derecede bilmektedir. Okulunun bitiminde bu ısrarlara fazla dayanamaz Türkiye'ye döner. Tevfik Ruüştü Aras'ın desteği ile Hariciye'de (Dış İşleri Bakanlığı) göreve başlar". Buradaki görevi topu topu iki gün sürer. İstifa edip İstanbul'a resim çalışmalarına döner. Bir yıl kadar olmuştur. Ailesi; bu kez Türk Ocağı Başkanı Hamduallah Suphi Tanrıöver'in girişimi ile ikinci kez Dışişlerine atamasını yaptırır. İhap Bey bu görevde üç ay zor çalışır. Bir öğle vakti çalıştığı görev yerini terk ederek İstanbul'a döner. Ailesi artık resimle uğraşmasına itiraz etmemektedir. Almanya'da öğrendiği afiş sanatını ve kendisini Türkiye'ye tanıtmayı çok istemektedir. Uzun süredir "AKBABA" mizah dergisinde resim ve karikatürleri yayımlanmaktadır. Bu nedenle ismi sanat çevresinde duyulur hale gelmiştir.

1927 yılıdır. İzmir'de "İNCİ DİŞ MACUNU" firmasından ilk afiş siparişini alır. Konusu gülen bir zericidir'l. Bu espri çok tutulup, beğenilir, ünlenir. Ard arda siparişler birbirini kovalar. Almanya'nın ünlü Bayer Aspirin ve sigara firmaları, çok satılsın diye afişlerini, Mısır'daki seyahat acentaları turist avlayacak en güzel, en çekici ilanlarını İHAP HULUSİ'nin zevkine ve becerikli ellerine bırakmış; büyük bir İtalyan içki fabrikası da dünyayı onun fırçası ile fethe çıkmış, Ford firması vurgulayıcı afişlerini ona hazırlatmıştı". (Türk Grafik sanatının piri İHAP HULUSİ GÖREY (1898- i 996) Miş ve suluboya sergisi, Horhor Sanat Galerisi Kataloğu 5 Kasım/5 Aralık 1993)

Dış Macunu gazete afişi, 1922 yılı "AKBABA" Dergisi. Büyük bir çiftçi dayılı afişi İş Bankası, Türk Tayyare Cemiyeti (MilliPiyango), İnhisarlar İdaresi (Tekel)'nin Fazıl Ahmet Aykaç'la kendisini kompoze ettiği Kulüp Rakısı, Yapı Kredi Bankası'nın ünlü Leylekli afişi, Garanti, Emlak Kredi, Sümerbank, Merkez Bankası, Türk Ticaret Bankası, İstanbul Belediye'sinin yol açılma afişleri ve basın ilanları, Maliye Bakanlığının tahvilleri, Türk Hava Kurumu, Kızılay, Yeşilay, Tariş, Ziraî Donatım Kurumu ile daha niceleri, İHAP HULUSİ ile yaşam bulmuştur.

Bu ünlü sanatçımızı 26.03.1986 yılında kaybettik. Eserleriyle gönüllerimizde her zaman yaşayacaktır. Uluslararası Grafikerler Birliği (ICOGRADA) 1998 yılını İHAP HULUSİ GÖREY yılı olarak ilan etmiştir. Bu nedenle bu yıl adına yaraşır,

kutlama etkinlikleri yapılmıştır.

Bu çerçevede:

- Posta İdaresi tarafından İhap Hulusi resmi olan posta pulu basımı,
- Maliye Bakanlığı, Darphane Müdürlüğü "ANI PARA" basımı,
- Gençliğini geçirdiği İstanbul-Kınahada'da isminin bir sokağa verilmesi,
- Çeşitli gazete ve dergilerde İHAP HULUSİ'yi tanıtıcı makaleler,
- Büst ve rölyefinin yapılarak adının verildiği sokağadikilmesi,
- Tanıtıcı kitap yazılması gibi etkinlikler yer almıştır.

İhap Hulusi Görey 1981 yılında İstanbul taksiminde kendi adına açılan bir sergide tanışmıştım. Yaz sıcağında üzerinde bej renkli takım elbisesi ve aynı renk şapkası vardı. Ben hayranlıkla onun eserlerini seyrederken yanıma yaklaştı ve uzun uzun o eserleri nasıl yaptığını anlattı. Genellikle canlı modelden çalışmış. Müthiş desen yeteneğine hayran olmamak mümkün değildi. Sıcak ve pastel renkleri müthiş bir uyum içinde kullanmıştı. Artık yaşlandığını parmakları yüzünden resim yapamadığını ve büyükadada anılarıyla yaşadığını söyleyerek vedalaştık.

İhap Hulusi Görey aslında çok büyük bir misyonu üstlenmiştir. Eserlerine baktığımızda yeni kurulan cumhuriyetin ilk yıllarında ulusalcı bir yaklaşımın izlerini görüyoruz. Ülke ekonomisine katkı sağlamak için uzun yıllar ilk alfabe kitabımızdan sümerbank beykoz kundura afişine ondan milli piyango afişine kadar bir çok esere imza atmıştır. Bugüne geldiğimizde tüketim ekonomisinin de etkisiyle daha çok ticari anlamda reklam afişleri tasarlanmaktadır.



1. İhap Hulusi Görey (1935).

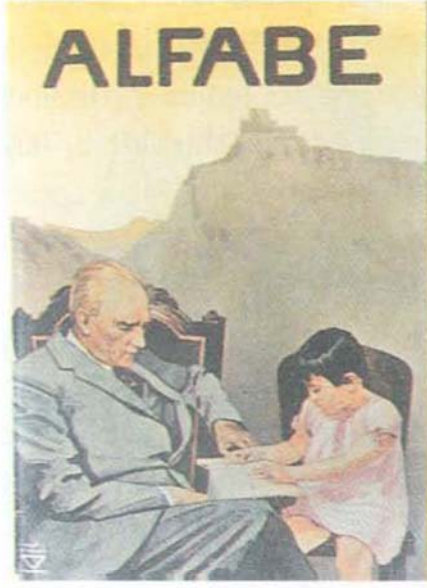


2. İhap Hulusi Görey.



3-4 Hat Çalışmalarından, (Yavuz Görey Koleksiyonundan).

Şekil 2.96. İhap Hulusi



5. Atatürk'ün Eskişehir'de Poz Verdiği Alfabe Kapağı.



6. Okuma Kitabı Kapağı (1930).



7. Kitap Kapağı.



8. Kitap Kapağı (1935).

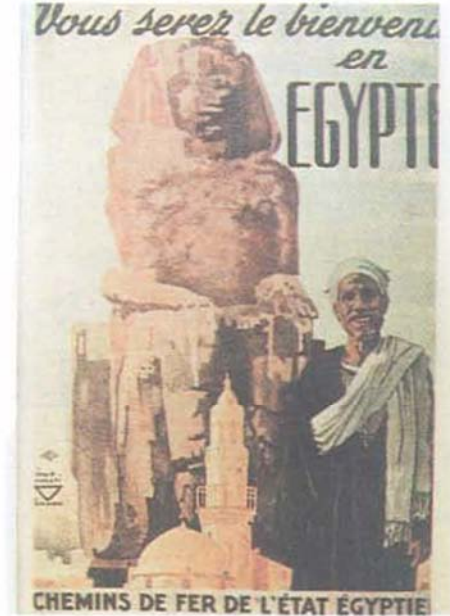
Şekil 2.97. İhap Hulusi Görey'in Tasarımları



Milli Piyango Afişi.



10. Milli Piyango Afişi .



11-12. Mısır Seyahat Şirketleri İçin Yapılan Afişler.

Şekil 2.98. İhap Hulusi Görey'in Tasarımları

KURUM TANITIM AFİŞLERİ



13.



14.



15.



16.

Şekil 2.99. İhap Hulusi Görey'in Tasarımları



17.



18.

ÜRÜN TANITIM AFİŞLERİ



19.



20.

Şekil 2.100. İhap Hulusi Görey'in Tasarımları



21.



22.



23.

Şekil 2.101. İhap Hulusi Görey'in Tasarımları

3. BÖLÜM

3.1. Kendi Yaptığım Afişlerin Sanatsal Açıdan Yorumlanması



Alkolle Mücadele Sosyal Sorumluluk Afiş Çalışması (Hüseyin YAYLA)

Bu çalışmada alkollü araç kullanmanın ne denli ölümcül sonuçlar doğuracağı vurgulanmak istenmiştir. Zaman zaman fotoğraf ve illüstrasyon çalışmalarının uyumlu bir şekilde kullanıldığında mesajı direkt olarak vermenin önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Afiş çalışmasında görüntünün leke açısından önemi çok büyüktür. Burada bira kutusunun afişin büyük bir alanını kapsamasının nedeni verilmek istenen mesajla doğru orantılıdır. Bira kutusunun illüstratif bir mesajı verme açısından çok önemlidir. Yukarıdaki başlığın olarak kullanılması da bu sebeptendir. Beyaz alandaki denge lekeyi desteklemiş ve ortaya, konuyu direkt olarak izleyiciye anlatan bir afiş çıkmıştır.



Organ Bağışı Sosyal Sorumluluk Afiş Çalışması (Hüseyin YAYLA)

Bu çalışmada organ bağışının sosyal sorumluluk olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır. İnsanlar tek böbreğiyle yaşayabilir fakat uçaklar tek kanadıyla uçamaz. Organ bağışının ne kadar önemli olduğu vurgulanmaya çalışılan bu afişte renk, leke, fotoğraf ve illüstratif bir çalışma vardır. Gökyüzü mavisi'nin tonlarından esinlenerek elde edilen gökyüzü, fotoğraf ve illüstratif bir yöntemle birleştirilerek ortaya izleyicinin hemen algılayacağı leke ağırlıklı bir çalışma çıkarılmıştır. Uçağın hemen altındaki sıcak tonda ki logo ile bir bütünlük sağlanmış ve yalın anlatım tarzına sahip olan bir çalışma ortaya çıkarılmıştır.



Organ Bağışı Sosyal Sorumluluk Afiş Çalışması (Hüseyin YAYLA)

Bu çalışmada böbrek yetmezliğinin ve organ bağışının ne denli önemli olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır. Böbrek silüetinin vektörel çizimi ve yazılan başlık aynı belirtide bir bütün olarak ele alınmıştır. İzleyiciye daha iyi mesaj vermek ve merak uyandırması açısından kağıdın beyazı fon olarak kullanılmış ve alttaki logonun sıcak ton bir kırmızı, belirleyici siyah rengi bütünlüğünü ortaya koymuştur.



Tema Vakfı Sosyal Sorumluluk Afiş Çalışması (Hüseyin YAYLA)

Bu çalışmada ağacın ve yeşilin dünyamız için ne denli önemli olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır. Etrafa dağılan sıcak ve soğuk yeşil renkteki yapraklar afişimizin belirli bir alanını kapsasa da ortadaki başlığın gerek puntosu gerekse al alta üç kelimeyle yazılması belirli bir anlayışın simgesidir. Beyaz fon içinde yeşil tonlamalarının dengesine önem verilmiş yaprakların rengi gibi boyutları da göz önünde bulunarak dağılım ve tasarım uygulanmıştır. Afişin dikkat çekici diğer yönü ise benzer renklerin logo da kullanılmasıdır. Böylece afişte renk bütünlüğü sağlanmış ve doğabilecek anlam karmaşasının da önüne geçilmiştir.



Bu çalışmada dünyanın en güzel şehirlerinden biri olan İstanbul'un marka şehri olması gerektiği vurgulanmaya çalışılmıştır. Fotoğraf afişin tamamını kapsamayı ve mavinin tonlarıyla fotoğrafın renk tonlarının bir uyum içerisinde kullanılması ile birlikte bir renk ve form bütünlüğü sağlanmıştır. Yer grafiği afiş çalışması olan bu çalışmada hem fotoğrafın hem de İstanbul logosunun birbirinden uyumlu perspektif açıdan uygulanması ve fotoğraftaki derinlikle bir bütün oluşturması izleyici açısından çok önemlidir. İstanbul logosundaki ikiye bölünmüş iki belirleyici renk arasında verilmeye çalışılan "İstanbul Başka Yerde Yok" sloganını destekleyen bir çalışmadır.

SONUÇ

Güzel formatlarla çok önemli bir yeni olan afiş sanatının dünden bugüne tarihsel gelişim süreci yaşanmış hem ideolojik hem sosyolojik hem de estetik açıdan önemli bir sebep olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Kitlelerin beğenileri farklı da olsa afiş bir duyguyu, düşünceyi ya da bir ürünü direk izleyiciye ileten enstrümanlardan biridir. İzleyicinin gerek sosyal, gerek siyasi gerekse kültürel alanlarda da başvurulan en güçlü iletişim aracıdır.

Ancak afiş tasarımcılarının göz önünde bulundurulmaları gereken birkaç önemli konu unutulmamalıdır. Afiş zaman zaman basın ilanı ve duyuru şeklindeki büyük ölçek deki ilanlarla karıştırılmamalıdır. Amacı ne olursa olsun afiş tasarımcısı mesajı ilk görüşte anlatabilmeli burada tasarım gücü ortaya konulmalıdır. Afiş tasarımının benzerlerinden farklı bir teknik ile yapılması hatta bir “buluş” niteliği taşıması gerekmektedir.

Artık günümüzün dijital tasarım araçları, grafik tabanlı bilgisayarlar, dijital fotoğraf makinaları ve programları vardır.

Bununla birlikte analog baskı sistemlerinden dijital baskı sistemlerinden hızlı bir geçiş yapıldığı bir dönemdeyiz. Bu nedenle afiş istenilen ölçüde, çok yüksek kalitede ve çok hızlı bir şekilde basılabilmektedir. Ayrıca bilgisayar destekli programlarla internet yoluyla da istenilen yere bir kaç dakika da ulaştırılabilmektedir. Günümüz teknolojik iletişim çağında dijital teknolojinin geniş bir yer tuttuğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- 1) **Christiane Paul (2003) Digital Art**, London, Thames & Hudson Ltd,
- 2) **Bruce Wands, Dijital Çağın Sanatı**, Çev.Osman Akınhay, İstanbul, Akbank Yayınevi, 2006, s.33
- 3) **Dilek Bektaş, (1992) “Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi”**, Yapı Kredi Yayınları, 18-19.
- 9) **Alain Weill (2007)**, “Grafik Tasarım”, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları,14.
- 5) **Adnan Tepecik (2002)**, “1945 Yılı Sonrası Afişlerdeki Renklerin Psikolojik Boyutları,”
- 6) **Dilek Bektaş, (1997)**, Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi.
- 7) **Steven Heller (2001)**, and Georgette Balance, *Graphic Design History*. (N.Y.: Allworth Press.)
- 8) **Ethem Çalışkan (1981)**, Türkiye'de Afiş Ve Grafik Sanatının Öncüsü 82 Yaşındaki Delikanlı. 31 Mayıs 1981, Hürriyet Gazetesi 8.Gün Eki, Kendi Ağzından İHAP HULUSİ GÖREY.
- 9) **Taner Dedeoğlu (1984)**, TÜRK Afişinin 56 Yıllık İmzası.. 10 Ağustos 1984 Milliyet Gazetesi Renk Eki Kendi Ağzından İHAP HULUSİ GÖREY.
- 10) **Emre Becer (2006)**. *İletişim ve Grafik Tasarım*. (5. Baskı). Ankara: Dost Yayınları.
- 11) **Weill, John Alain. (2007) “Grafik Tasarım”**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- 12) **John Barnicoat (1985)**, *Posters: A Concise History*, (Thames and Hudson
- 13) **Milton Glaser (1973)**, *Graphic Design*. (Woodstock, N.Y.: Overlook Press)
- 14) **Ulufur Teker (2009)**, *Grafik Tasarım ve Reklam*, İstanbul: Yorum Sanat Yayıncılık
- 15) **Ketenci, Hasan Fehmi ve Bilgili, Can (2006)**, *Görsel İletişim & Grafik Tasarımı*, Beta Basım, İstanbul.
- 16) **Artan, Çiğdem E. (2007)**. “Fotoğrafın Sanatsal Değerinin OĞntesinde Kullanım Alanları Uzerine Bir Tartışma: Bilgi mi, Propaganda mı?”, *Cogito* (52).

Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.

17) Benjamin, Walter (1995). “Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağdaş Sanat Yapıtı”, *Pasajlar*. Cev: Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.

18) Benjamin, Walter (2001). *Fotoğrafın Kısa Tarihiçesi*. Cev: Ali Cengizkan, YGS Yayını: İstanbul.

19) Çizgen, Gültekin (2007). *Sanat Koşnprüsü Sırat Koşnprüsü*. Arkeoloji Sanat Yayınları: İstanbul.

20) Keser, N. (2005). *Sanat Soşnzlüşü*. Uşntopya Yayınevi: Ankara.

21) King, Mike (2002). “Computers and Modern Art: Digital Art Museum”, *Creativity and Cognition*. Eds: Ernest Edmonds, Linda Candy, Terence Kavanagh, Tom Hewett, Loughborough University, ACM Pres: New York.

22) Mitchell, William J. (1992). *The Reconfigured Eye: Visual Truth in The Post-photographic Era*. The MIT Pres: Cambridge.

23) Nalven, J. ve Jarvis J.D. (2005). *Going Digital: The Practice and Vision of Digital Artists*. Thomson Course Technology: USA.

24) Paul, Christiane (2002). “Renderings of Digital Art”, *Leonardo*, Vol. 35, No. 5.

25) Paul, Christiane (2008). *Digital Art*. Thames and Hudson: London.

26) Wands, Bruce (2006). *Dijital Çağın Sanatı*. Cev: Osman Akınhay, Akbank Kültür Sanat Yayınları: İstanbul.

27) ALTINTAŞ, Yurdaer (1992) “Türkiye’den Afişler” Cumhuriyet Gazetesi Kitap Eki, Sayı:172.

28) ERTEL, Mengü “Türkiye’de Afiş Sanatı” Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim Yayınları, s.823

29) TÜKBEN, Bilge “Yurdaer Hoca’nın Düşleri” Yeni Yüzyıl Gazetesi 8 Haziran, 1995 s:22

30) Türkiye Gazetesi Ansiklopedisi, (1923-1973) İstanbul: Kaynak Yayınları, Cilt.1

31) Batur, “Sanat Akımları”, *Anadolu Sanat Dergisi*, 2005, sayı:16

32) Tepecik, Adnan. “1945 Yılı Sonrası Afişlerdeki Renklerin Psikolojik Boyutları,” 2002

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

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

35) 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.

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

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

38) Gümürlü, A. (2008). *1980 Sonrası Türkiye’sinde Tiyatro Afişlerinde İmge ve Tipografi Sorunları.* Sanatta Yeterlilik Tezi. Ankara: HÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

39) Gülerce, E. (2008). *Eğitim İçerikli Sosyal Sorumluluk Kampanyalarında Grafik Tasarım Sorunları.* Yüksek Lisans Tezi. Ankara: GÜ. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

40) Doğan, S. (2009). *Türk Sinemasında İllüstratif Afişler (1950 – 1960).* Yüksek Lisans Tezi. Ankara: AÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

41) IBOU, Paul. 1990. *Logo Book 200 Trade Marks and Symbols.* Zandhoven: Interecho Press.

42) İrem Gökçe Aydın, “Dijital Sanat”,

<http://e-bergi.com/2010/Ekim/Dijital-Sanat> (9 Ekim 2010)

İNTERNET KAYNAKLARI

Çuhacı, Gülizar (2009). “Dijital Sanat ve Beden”.
http://gulizarcuhaci.com/marmara_full.html (erişim tarihi 15 Temmuz 2009).

Johnson, Harald ve Shaw, John S. vd. (2005). “Glossary of Digital Art and Printmaking”, <http://www.dpandi.com/DAPTTTF/glossary.html> (erişim tarihi 21 Haziran 2009).

Telli, Hamdi (2006).
http://www.alpmansanat.com/ggc/alpman/show_cat.php?cat_id=67&lan_id=4&menu=devam_alpman (erişim tarihi 10 Haziran 2009). *Dijital Sanat 231Türkiye'den Afişler, Cumhuriyet GazetesiKitap Eki, Sayı:172, s.8).*