



Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı

Resim-İş Eğitimi Bilim Dalı

**TİYATRO AFİŞLERİNİN GRAFİK TASARIM İLKELERİ
BAKIMINDAN ANALİZİ VE EĞİTSEL AÇIDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Kenan Kaplan

Yüksek Lisans Tezi

Van, 2015

**TİYATRO AFİŞLERİNİN GRAFİK TASARIM İLKELERİ BAKIMINDAN ANALİZİ VE
EĞİTSEL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Kenan Kaplan

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Turan Yigin

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı

Resim-İş Eğitimi Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Van, 2015

KABUL VE ONAY

[Öğrencinin Adı Soyadı] tarafından hazırlanan “[Tezin/Raporun Adı]” başlıklı bu çalışma, [Savunma Sınavı Tarihi] tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından [Tezin/Raporun Türü] olarak kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Ruhi KONAK (Başkan)

Yrd. Doç. Dr. Turan YİĞİN (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. Ali DÜZGÜN

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Yrd. Doç. Dr. Fuar TANHAN

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

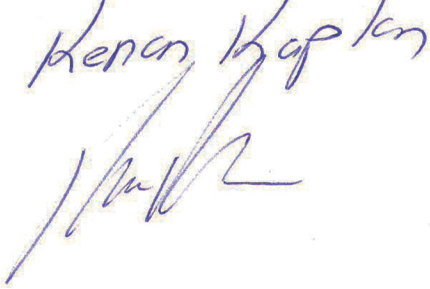
Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Yüzüncü Yıl Üniversitesi yerleşkesinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun 2018 Yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

[Jüri Tarihi]

[İmza]

[Öğrencinin Adı Soyadı]

Kenan Kaptan


TEŞEKKÜR

Bu çalışmamda bana desteğini hiçbir zaman esirgemeyen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Turan YİĞİN'e, yine kendisiyle çalışma fırsatı bulduğum yol göstericim Yrd. Doç. Dr. Ruhi KONAK'a, materyal ve kaynak temininde bana yardımcı olan Van Devlet Tiyatrosu Müdür Yardımcı Sayın Cem DÜZOVA' ya, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sekreteri Sayın Servet CAN'a ve Sayın Ayhan TAŞLAN'a, bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan Öğr. Gör. Halit YABALAK'a, sabırları için anneme ve babama, ve ablama, hayat arkadaşım, en büyük destekçim olan Öğrt. Gör. Fatma ALTIN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.



Kenan KAPLAN

VAN / 2015

ÖZET

KAPLAN, Kenan .*Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Van, 2015.

Bu Tez, 1980'den günümüze Tiyatro Afişlerinin, grafik tasarım ilkelerine göre analizini yapmak ve tiyatro afişlerinin eğitimsel fonksiyonlarını ortaya koymak için yapılmıştır.

Çalışmanın amacı, Tiyatro afişlerde kullanılan sanatsal eleman ve ilkelerin grafik tasarım ilkeleri açısından uygunluğunu saptamak ve Tiyatro afişlerinin eğitsel açıdan alımlayanın görsel algısına olan katkılarını belirlemektir. Bu genel amaç doğrultusunda Devlet Tiyatroları tarafından yayınlanan afişler yakından incelenerek grafik tasarımcının tasarımlarında gerek grafik ilkeleri kullanımını gerek eğitsel açıdan farkındalığa vurgularını saptamaktır. Geçmiş ve gelecek arasında bir köprü niteliği taşıyan tiyatro afiş tasarımlarının nitelik açısından değişimi, 1980 – 2013 yılları arasında yapılan tiyatro afişleri teknolojik, siyasi, ekonomik, ve sanatsal yönden inceleyerek afiş tasarımcılarının bu yenilikleri afişlerinde nasıl yansıttığını gösterilmiştir. Bu değişimler ışığında afiş tasarımlarının alaylı diye adlandırdığımız tasarımcıların yerini grafik tasarım eğitimini almış tasarımcılara bırakırken bu değişimin tiyatro afiş tasarımlarına etkilerini ortaya çıkarmaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde grafik sanatı, grafik ilke ve elemanları ile afiş tasarımının tarihsel gelişimi Türk ve Dünya afiş tasarımının gelişiminden bahsedilerek afişin görsel iletişimdeki yeri, afiş tasarımında kullanılan eski ve yeni teknikler terimsel kavramlar üzerine çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde tiyatronun tanımı ile devlet ve özel tiyatroların bahsedilmiş ve Türkiye'deki devlet ve özel Tiyatro afişlerinin gelişim süreci ile dünyaca ünlü Türk grafik tasarımcılarının çalışmalarından örnekler verilmiştir çalışma içeriğinin kapsamı zenginleştirilmiştir.

Çalışmanın son bölümünde tiyatro afişlerinin grafik tasarım ilkeleri açısından uygunluğunu ve tiyatro afişlerinin eğitici fonksiyonlarına ver yerilmiştir.

Anahtar Sözcükler

Grafik Tasarım, Afiş, Tiyatro, Tiyatro Afişleri.

ABSTRACT

KAPLAN, Kenan, *Analysis Theatre's Posters In Point Of Graphic Desing Principles And Their Evaluation In Terms Of Educational*, Master's Thesis, Van, 2015

This thesis was made to analyze theatre's posters from 1980 to present in point of graphic design principles and to find out educational functions of theatre's posters.

Study purpose to determine the suitability of the elements and principles used in the theatre's posters in terms of graphic design principles and to determine its contribution to the visual perception of person in terms of educational. In the light of this general purpose, this study targets to determine the emphasis in the designs of designer both the use of graphic principles and awareness in terms of educational by examine closely the posters issued by the state theatres. Changes in the design of theater posters which like a bridge between the past and the future in terms of quality, displayed how reflects designer this innovation in the his posters by examining theater posters made Between 1980 and 2013 in point of technological, political, economic and artistic viewpoint. In the light of this changes, leaving location of the designer which we call alaylı to the designers whom have taken the graphic design education, to find out this changes impacts on theaters poster design.

In the first section, worked on graphic arts, graphic principles and elements, the historical development of poster design, mentioning the Turkish and world poster design development, poster's place in visual communication, old and new techniques used in the poster design and on terminological concepts.

In the second part, mentioned about definition of the theater and private and state theatre, the development process of the state and private theater posters in Turkey and examples were given about works of the world famous Turkish graphic designer, the scope of thesis content has been expanded.

In the last chapter was given suitability of theater's posters in terms of graphic design principles and educational function of theater's posters.

Keywords

Graphic design, Poster, Theater, Theater's posters



KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR DİZİNİ	xi
RESİMLER DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xvi
SUNUŞ	xvii
GİRİŞ	1
I. BÖLÜM: GRAFİK VE AFİŞ TASARIM	2
1.1. Grafik Tasarım	2
1.2. Grafik ve İletişim	3
1.3. Grafik Tasarım Ürünleri	4
1.4. Tasarım, İletişim, Görsel İletişim	6
1.4.1. Tasarım	6
1.4.2. Tasarımın Özellikleri	8
1.4.3. İletişim	8
1.4.4. Görsel İletişim	9
1.4.5. Görsel İletişim ve Grafik Tasarım	10
1.5. Grafik Tasarım İlkeleri	11
1.5.1. Grafik Tasarımda Temel Tasarım İlke ve Elemanları	11
1.5.1.1. Çizgi	12
1.5.1.2. Ton	14
1.5.1.3. Renk	15
1.5.1.4. Doku	21
1.5.1.5. Biçim	22
1.5.1.6. Ölçü	23
1.5.1.7. Yön	23
1.5.2. Grafik Tasarımın Genel İlkeleri	23
1.5.2.1. Denge	25
1.5.2.2. Oran-orantı	27
1.5.2.3. Tekrar ve devamlılık	28
1.5.2.4. Bütünlük	30
1.5.2.5. Vurgulama	30

1.5.2.6. Zıtlık	31
1.5.2.7. Birlik ve çeşitlilik	32
1.5.2.8. Boşluk ve Doluluk.....	33
1.5.3. Fonksiyon	34
1.5.4. Estetik.....	35
1.6. Afiş'in Tanımı	35
1.7. Afiş Sanatının Tarihçesi	36
1.8. Afiş Tasarımı	37
1.9. Dünyada Afiş Sanatının Gelişimi.....	41
1.10. Türkiye'de Afiş Sanatının Gelişimi	56
1.11. Afişin Gerekliliği	63
1.12. İletişim ve Afiş.....	63
1.13. Afiş Yapıtının Öğeleri	65
1.13.1. Kompozisyon	65
1.13.2. Mekan.....	66
1.13.3. Aralık	66
1.13.4. İçerik.....	67
1.13.5. Renk ilişkileri	67
1.13.6. Boşluk.....	68
1.14. Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler	68
1.14.1. İllüstrasyon Tekniği ile Tasarım	68
1.14.2. Fotoğraf Tekniği ile Tasarım	70
1.14.3. Bilgisayar Destekli Tasarım	71
1.14.4. Serigrafi Baskı Tekniği.....	72
1.14.5. Karışık Teknik ile Tasarım	73
1.15. Günümüzde Kullanılan Baskı Teknikleri.....	74
1.16. Konularına Göre Afiş Türleri.....	76
1.16.1. Kültürel Afişler	75
1.16.2. Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri).....	79
1.16.3. Siyasal Amaçlı Afişler	82
1.16.4. Sosyal Afişler.....	84
II. BÖLÜM: TİYATRO VE TİYATRO AFİŞLERİ TÜRKİYE'DE GELİŞİM SÜRECİ	88
2.1. Tiyatro.....	88
2.1.1. Devlet Tiyatroları	89
2.1.2. Özel Tiyatrolar	91
2.2. Tiyatro Afişleri.....	93

2.3. Tiyatro Afişlerinin Türkiye'deki Gelişimi	98
III. BÖLÜM: TIYATRO AFİŞLERİNİN EĞİTSEL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	102
3.1. 1980'den Günümüze Türkiye'de Tiyatro Afiş Tasarımlarındaki Gelişmeler ve Yenilikler	102
3.2. 1980'den Günümüze Türkiye'de Kullanılan Tiyatro Afişlerinin Eğitsel Açidan Değerlendirmesi.....	103
SONUÇ	137
KAYNAKÇA	139



KISALTMALAR DİZİNİ

ADT	: Ankara Devlet Tiyatrosu
Bkz	: Bakınız
C	: Cilt
Çev	: Çeviren
DT	: Devlet Tiyatroları
G.Ü	: Gazi Üniversitesi
No	: Numara
S	: Sayfa
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
vb.	: Vebenzeri
vs.	: Vesaire
Yay	: Yayınları
Y.K.Y	: Yapı Kredi Yayınlar
Yy	: Yüzyıl

RESİMLER DİZİNİ

Resim-1: Joseff Hoffmann.(2008) “ <i>Evans ve Thomas</i> ” Afiş Tasarımı	31
Resim-2: Folies Bergeres, (1893) “ <i>Fleur de Lotus</i> ” Afiş Tasarımı.....	41
Resim-3: Alfons Mucha. F (1891) “. <i>Champenois Imprimeur-Editeur</i> ” Afiş Tasarımı.....	43
Resim-4: Euquné GRASSET. (1894). “ <i>Fort he Second</i> ” Afiş Tasarımı	44
Resim-5: Henri de Toulouse- Lautrec “ <i>Japon Divan Tiyatrosu İçin Afiş</i> ” Tasarımı.....	45
Resim-6: Henri de Toulouse. “ <i>Lautrec Artside Bruant Kabaresinde</i> ” Afiş Tasarımı	45
Resim-7: Ludwig Hohlwein, Woche. (1910). “ <i>festival</i> ”Afişi Tasarımı.....	46
Resim-8: MargaretMacDonald. (1902). “ <i>Embroidered Panels</i> ” Afiş Tasarımı	47
Resim-9: Will Bradley. (1894). “ <i>Chap Book</i> ” Afiş Tasarım	47
Resim-10: F.T.Marinetti (1919) “ <i>Onun Yatağında Bir Gece</i> ” Afiş Tasarımı	49
Resim-11: John Heartfield. (1933). “ <i>Hitler Salute</i> ” Afiş Tasarım	49
Resim-12: Alexander Rodschenko “ <i>Dobrolet</i> ” Afiş Tasarımı	50
Resim-13: El Lissitzky. (1924).” <i>Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun</i> ” Dergi Tasarımı. 50	
Resim-14: A.M.Cassandre. (1927). “ <i>Etoile du Nord</i> ” Afiş Tasarımı.....	52
Resim-15: Paul Colin (1942). <i>Tiyatro Afişi</i> Tasarımı Lithograph Baskı.....	53
Resim-16: Felix Beltran. (1971). inCUBAdora. Afiş Tasarımı	54
Resim-17: Jean Lenıca. (1964). <i>Alpan Berg'in Wozzeck Operası Afişi</i> Tasarımı	55
Resim-18: Grapus. (1982). Paris afiş ve Reklâmcılık Müzesindeki “ <i>Grapus Sergisi</i> ” Afiş Tasarımı	55
Resim-19: İhap Hulusi. (1953). “ <i>Yeni Yıl</i> ” Afişi Tasarımı	57
Resim-20: İhap Hulusi “ <i>Bayer</i> ” Reklam Afişi Tasarımı.....	57
Resim-21: İhap Hulusi. “ <i>Reklam Afişi</i> ” Tasarımı	58
Resim-22: İhap Hulusi. “ <i>Reklam Afişi</i> ”Tasarımı.	58
Resim-23: İhap Hulusi.” <i>Sümerbank</i> ” Reklam Afişi Tasarımı.....	58
Resim-24: Mesut Manioğlu, “ <i>Veremle Savaş</i> ” Konulu Afiş Tasarımı	59
Resim-25: Mengü Ertel. “ <i>Jan Dark'ın Çilesi</i> ” Afiş Tasarımı.....	60
Resim-26: Mengü Ertel” <i>Keşanlı Ali Destanı</i> ” Afişi Tasarımı	61

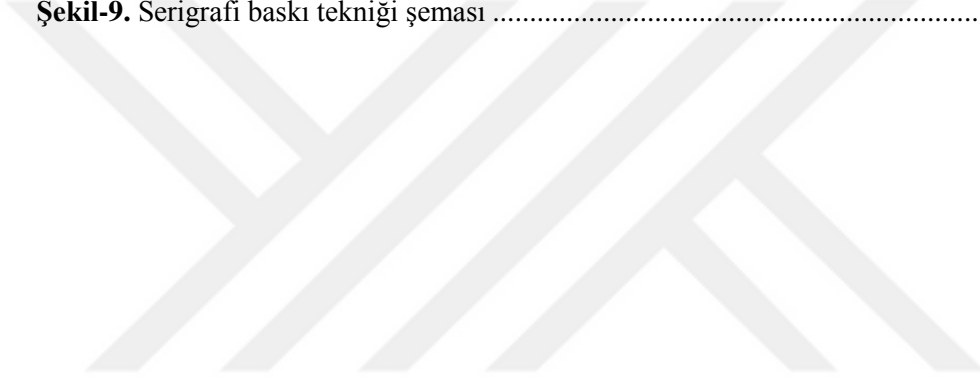
Resim-27: Mengü Ertel, <i>Köroğlu Opera Afişi</i> Tasarımı	61
Resim-28: Mengü Ertel, <i>Moskova Olimpiyatları Afiş Yarışması, Üçüncülük Ödülü</i>	62
Resim-29: İllüstrasyon Tekniğinde Afiş Tasarımı	69
Resim-30: İllüstrasyon Tekniğinde Afiş Tasarımı	69
Resim-31: Fotoğraf Tekniği ile Afiş Tasarımı	70
Resim-32: AVENGERS 2 Bilgisayar Destekli Afiş Tasarımı	71
Resim-33: Mehmet Büyükçanga. (1969). Meşrubat Reklamı Afişi Tasarımı.....	73
Resim-34: Colyer. (1990).Karışık Teknik Afiş Tasarımı	74
Resim-35: İKSV Film Ekimi <i>Festival Afişi</i> Tasarımı	77
Resim-36: İKSV Film Ekimi <i>Festival Afişi</i> Tasarımı	77
Resim-37: İKSV Film Ekimi <i>Festival Afişi</i> Tasarımı	78
Resim-38: İKSV Film Ekimi <i>Festival Afişi</i> Tasarımı	78
Resim-39: İKSV Film Ekimi <i>Festival Afişi</i> Tasarımı	79
Resim-40: Mercedes-Benz Reklam afişi Tasarımı.....	80
Resim-41: Mercedes-Benz <i>Reklam</i> Afişi Tasarımı	81
Resim-42: Beko-Grundig <i>Reklam</i> Afişi Tasarımı	81
Resim-43: C.H.P için Yapılan Siyasi İçerikli Afiş tasarımı	83
Resim-44: Demokrat Parti için Yapılan Siyasi İçerikli Afiş Tasarımı.....	83
Resim-45: Türkiye Birlik Partisi için Yapılan Siyasi İçerikli Afiş Tasarımı	84
Resim-46: Türk Kızılay Kan Bağışı Konulu Afiş Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı	85
Resim-47: Çevre ve Orman Bakanlığının Erozyon Konulu Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı. 86	
Resim-48: Emniyet Genel Müdürlüğü Trafik Hizmetleri Başkanlığı'nın Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı	87
Resim-49: Yeditepe Oyuncuları“ <i>Bir Anarşistin Kaza Sonucu Ölümü</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	95
Resim-50: Ankara Devlet Tiyatrosu,(1982).” <i>Kül Kedisi</i> ” Oyunu'nun Afiş Tasarımı.....	95
Resim-51: Devlet Tiyatroları (1985). “ <i>Dumanlı'da Telaki Var</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	96
Resim-52: Kent Oyuncuları. (1962).” <i>Nalınlar</i> ” Oyunu Afişi Tasarımı	96
Resim-53: Arena Tiyatrosu. (1962).” <i>Başkalarının Kellesi</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	97

Resim-54: İstanbul Devlet Tiyatrosu.(1993).“ <i>Hadi Öldürsene Canikom</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	97
Resim-55: İstanbul Devlet Tiyatrosu. (1996).“ <i>Bina</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	98
Resim-56: Dormen Tiyatrosu. “ <i>Bit Yeniği</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	100
Resim-57: Kent Oyuncuları. “ <i>Ben Anadolu</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	100
Resim-58: Devlet Tiyatroları (1980) “ <i>Kral Ölüyor</i> ”Oyunu Afiş Tasarımı.....	104
Resim-59: Devlet Tiyatrosu (1980) “ <i>Rita</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	105
Resim-60: Devlet Tiyatrosu (1981) “ <i>Tartuffe</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	106
Resim-61: Devlet Tiyatrosu (1981) “ <i>Kadife Çiçekler</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	106
Resim-62: Devlet Tiyatrosu (1982) “ <i>Cengiz Han’ın Bisikleti</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	107
Resim-63: Devlet Tiyatrosu (1983) “ <i>Fazilet Eczanesi</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	107
Resim-64: Devlet Tiyatrosu (1986) “ <i>10. Senfoni</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	108
Resim-65: Devlet Tiyatroları (1980) “ <i>Kral Lear</i> ” Oyun Afiş Tasarımı.....	109
Resim-66: Devlet Tiyatroları (1982) “ <i>Küçük Prens</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	110
Resim-67: Diyarbakır Devlet Tiyatrosu (1994) “ <i>Küçük Prens</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	110
Resim-68: İzmir Devlet Tiyatrosu(2003) “ <i>Küçük Prens</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	111
Resim-69: Devlet Tiyatroları (1981) “ <i>Tek kişilik Hır Gür</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	112
Resim-70: Bursa Devlet Tiyatrosu (1991) “ <i>Tek kişilik Hır Gür</i> ”Oyunu Afiş Tasarımı.....	113
Resim-71: Antalya Devlet Tiyatrosu (2002) “ <i>Tek kişilik Hır Gür</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı .	113
Resim-72: Ankara Devlet Tiyatrosu (2005) “ <i>Tek kişilik Hır Gür</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı ..	114
Resim-73: Devlet Tiyatrosu (1987) “ <i>Maviydi Bisikletim</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	115
Resim-74: Devlet Tiyatrosu (1988) “ <i>Ayyar Hamza</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	115
Resim-75: Devlet Tiyatrosu (1989) “ <i>Sevinç ve Sevgi</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	116
Resim-76: Devlet Tiyatrosu (1990) “ <i>Komodinin Üstündeki Yıldız</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	116
Resim-77: Devlet Tiyatrosu (1992) “ <i>Tersine Dönen Şemsiye</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	117
Resim-78: Devlet Tiyatrosu (1992) “ <i>Fil Adam</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	118
Resim-79: Ankara Devlet Tiyatrosu (1994) “ <i>Kadın İle Memur</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	119
Resim-80: Adana Devlet Tiyatrosu (1994) “ <i>Kanlı Nigar</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	120

Resim-81: Diyarlık Devlet Tiyatrosu (1995) “ <i>Peynirli Yumurta</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	121
Resim-82: Ankara Devlet Tiyatrosu (1999) “Barış Gezegeni” Oyunu Afiş Tasarımı	121
Resim-83: İstanbul Devlet Tiyatrosu (2008) “ <i>Bir Şubat Gecesi</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	123
Resim-84: Ankara Devlet Tiyatrosu (2007) ” <i>Tek Kişilik Şehir</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	125
Resim-85: Ankara Devlet Tiyatrosu (2007) ” Tek yol” Oyunu Afiş Tasarımı	126
Resim-86: Van Devlet Tiyatrosu (2008) “ <i>Çirkin Prenses ile Şişko Prens</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	128
Resim-87: Diyarlık Devlet Tiyatrosu (2009) “ <i>Büyüyünce Ne Olacaksın</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	129
Resim-88: Konya Devlet Tiyatrosu (2010) “ <i>İstanbul Efendisi</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	130
Resim-89: Van Devlet Tiyatrosu (2011) “ <i>Entrikalı Dolap Komedyası</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	131
Resim-90: Ankara Devlet Tiyatrosu (2012) “ <i>Nehir</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	132
Resim-91: Van Devlet Tiyatrosu (2013) “ <i>Ayrılık</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı	133
Resim-92: İzmir Devlet Tiyatrosu (2014) “ <i>Vişne Bahçesi</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	134
Resim-93: Van Devlet Tiyatrosu (2014) “ <i>Kurbağa Prens</i> ” Oyunu Afiş Tasarımı.....	135

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil-1. Asimetrik ve simetrik denge ile kompozisyon	26
Şekil-2. Oran-1	27
Şekil-3. Oran-2	27
Şekil-4. Oran-3	28
Şekil-5. Tekrar	28
Şekil-6. Tam Tekrar	29
Şekil-7. Escher. (1938). <i>Regular Division of the Plane Drawing</i>	29
Şekil-8. Yönde, Değerde, Biçimde, Dokuda zıtlık	33
Şekil-9. Serigrafi baskı tekniği şeması	72



SUNUŞ

Kültürel içerikli afişler, toplumu bilgilendirme ve bilinçlendirmede önemli bir yere sahip olduğu gibi bir ülkenin kültürünün ve gelişmişliğinin göstergelerindedir. Bu yüzden tiyatro afişleri de kültürel afişler içinde önemli bir yere sahiptir. Tiyatro afişlerinin bu misyonu gündelik hayat'ta şehirlerin çeşitli yerlerinde karşımıza çıkmaları ile ve kitlelere kolay ulaşılabilirliği sayesinde daha da önem teşkil etmektedir. Bu öneme rağmen tiyatro afişlerinin ülkemizdeki sanatsal değerinin az olduğu görülmektedir. Bunun sebepleri arasında, teknolojik, ekonomik, sosyal, kültürel ve politik sebepler söylenebilir. 1980'den sonra teknolojik ve siyasi gelişmeler tiyatro afişlerine yansımış özgün ve nitelikli çalışmalar şehirlerimizin cadde, sokak ve billboardlarında yerlerini almıştır. Bu yenilikler doğrultusunda tiyatro afişlerinin sadece oyun tanıtımı ya da iletişim aracı olarak değil, halkı eğitici, bilgilendirici, uyarıcı yönü ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı tiyatro afişlerinin önemine dikkat çekmeli ve grafik tasarım açısından önemli bir yere sahip olan bu çalışmaların önemini artırmamız gerekmektedir.



GİRİŞ

Grafik tasarım ürünleri içinde afiş, dünya iletişim sisteminde en etkin araçlardan biridir. Mesajların doğrudan aktarılması amacı ile hizmet veren afişler, cadde ve sokaklarda her zaman görmemiz mümkündür. Afişleri tasarlayanlar için ürün veya hizmetin doğru ve net bir şekilde tüketiciye yansımaları çok önemli bir koşuldur.

Afişler sadece ticari yönden değil sanatsal yönden de önemli bir yer teşkil etmektedir. Özellikle kültürel içerikli afiş çalışmaları bir ülkenin sanatsal ve kültürel gelişmişliğine işaret ettiği için bu afiş türlerinin önemi gün geçtikçe artmış tekdüze ve basit tasarımların yerini teknolojik imkânlardan yararlanılarak, tasarım ilke ve elemanlarının ön plana alındığı ürünler ortaya çıkmaya başlamıştır. Tiyatro afişleri de bu yönden önem arz eder içeriğindeki zenginlik ve kitlelere ulaşma bilirliliğinin kolay oluşu bu afiş türünün önemini artırmıştır. Geçmişte tiyatro afiş tasarımlarının sıradanlığı ve sanatsal değerlerinin az oluşunun altında yatan ekonomik, siyasi, kültürel ve eğitimsel nedenler ne yazık ki tasarımların sıradanlaşmasına sebep olmuştur.

Konu ile ilgili kaynakların incelenmesinde ve yukarıda yazdığımız eksiklikler doğrultusunda “ Tiyatro afişlerinin grafik tasarım ilkeleri bakımından analizi ve eğitsel açıdan değerlendirilmesi” tez konusu olarak seçilmiştir

I. BÖLÜM

GRAFİK VE AFİŞ TASARIM

1.1. Grafik Tasarım

Grafik tasarım ve tasarımcının kökenleri, hissettiklerini, korkularını, mesaj ve beklentilerini çizimlerle anlatmaya çalışan ilkel insana kadar uzanır. Bu iletişim Gönderici, Mesaj, İletişim, Alıcı, Geri Bildirim boyutunu keşfeden insan, sembolik yapıyı keşfetmiş, bu yapının gösterdiğinden daha çok şey ifade edebildiğini öğrenmiştir. Çağrışım ilişkisinden yararlanarak, doğal bir güdüyle düşüncelerini ifade edebilecek işaret ve semboller yaratmıştır (Uçar, 2004: 92).

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de bir mesaj iletmek ya da bir ürün veya hizmeti tanıtmaktır. İletişim, grafik tasarımın hayati unsurudur. Grafik tasarım ürünleri iki yönlü bir iletişim diline sahiptirler. Birincisi görsel, yani tasarım probleminin görsel organizasyonu, ikincisi sözel, yani mesaj oluşturmaktır (Becer, 2009: 33). Görsel iletişim tasarımı ve toplumla iletişim kurmak olan grafik sanatı, bir mesajı iletmek üzere metnin ve görsellerin estetik bir düzeyde çağdaş bir tasarım anlayışı ile kolayca algılanabilir bir düzlemde organize edilmesi ve tanıtılmasıdır (Armutçu, 2006: 17).

Grafik tasarımcı belirli hedefler için çalışır ve yaratıcılığı belirli etkenler tarafından sınırlandırılır. Problem çözme yeteneği grafik tasarım faaliyetinin içinde son derece önemli bir yer tutar. Zira belirli bir ürün, hizmet ya da düşünceyi belirlenmiş bir hedef kitleye olabilecek en basit ve etkili bir görsel dil aracılığıyla iletmek onun varlık nedenidir. Grafik tasarım, estetik niteliklerle yazı ve resmi bir arada kullanarak mesajı hedef kitleye iletmeye işlevini üstlenir. Bu bir tür görsel iletişimdir. Grafik tasarım içeriğinde tasarım bilgi ve becerinin yanı sıra üst düzeyde bir iletişim kabiliyeti gerektirmektedir. Bu boylamda grafik tasarımın amacı, bir iletiyi bir kitleye görsel temalarla bir düzen içerisinde iletmektir. Grafik tasarım, çizim, yazı, resim, fotoğraf ve bunların bir araya getirilerek düzenlenmesi yoluyla bir bilgiyi iletmeye amacı güder.

Bugün kimi grafik tasarımcılar, mesleklerinin erken dönemlerinin vazgeçilmez bir parçası olan nesnellik ve tarafsızlık ideallerini savunmayı sürdürüyorlar. Bu tarz

tasarımcılar, müşterilerinin mesajını çalışmalarının merkezî bileşeni olarak görüyorlar. Artık gözleri postmodern sonrası dönemde tarafsızlık ve nesnelliğin imkânsızlığına açılmış olsa da, bu tasarımcılar, bu mesajın net biçimde aktarılmasına çaba gösteriyorlar (Armstrong, 2012: 10).

1.2. Grafik ve İletişim

İletişim sistemleri yalnız konuşma ve yazma ile sınırlanmış değildir. Sosyal etkileşim el, kol, yüz ifadeleri ve vücut dili ile de desteklenir. Ekonomik sistemde iletişim, para, kredi kartları vb. ile sağlanır. Diğer iletişim sistemleri ise görgü kuralları, trafik kuralları gibi genel kurallar ile belli bir topluluğa özgü üyelik kuralları, kurum ve aile içi kurallar gibi özel kurallardan oluşur. Bununla birlikte, günümüzde iletişim, büyük ölçüde telefon, televizyon, radyo ve basın gibi teknolojik araçlarla sağlanmaktadır. Bu nedenledir ki, iletişimin boyutları ve biçimi hem değişime uğramış hem de gelişmiştir (Boyer, 1996: 172). Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim, görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuş olarak tanımlanabilir (Becer, 2009: 28). İletişim yöntemi ya da aracı, farklı gereksinimlere bağlı olarak değişebilir. Örneğin, bazı durumlarda yeterli olmasına karşın, konuşmak sınırlı bir iletişim yöntemidir. Sözlü iletişim sırasında sık sık yanlış anlamlar olmakta, düşüncelere kolaylıkla unutulabilmektedir. Çünkü sözlü iletişimde fikir ve düşünce alışverişini olanaklı kılacak herhangi bir kayıt söz konusu değildir. Bir düşünce ya da kavramın kaydedilmesi için bir grafik iletişim sisteminin kurulmuş olması gerekir. Gelişmiş ya da gelişmekte olan toplumlarda grafik imgeler önemli ve sürekli bir yere sahiptirler. Yazılar, resimler ve fotoğraflar başlıca grafik iletişim araçlarıdır (Becer, 2009: 28).

Grafik iletişimi bir yüzey üzerinde görsel imajlarla ileti toplama ve görsel imajlarla oluşturulmuş iletinin paylaşımı yöntemidir. Bu yöntemin araçları daha önce belirtildiği gibi resimler ve görsel simgelerdir.

Resimler düşsel, ya da nesnel yansımalarıdır ve fotoğrafları, renkli-renksiz çizim ve resimleri içerir. Görsel semboller düşsel olarak bir şeyin yerine geçen nesnel olmayan soyutlamaları içerir. Bunlar iletişim imgesinin görüntüleri olan yazıdan belirtkelere kadar olan soyutlamalardır. Grafik iletişimde kullanılan bu araçlar temelde görsel olmalarına karşın, iletişimin hem kontak (özelliklerin iletimi), hem iletim (bilgi,

duygu iletimi) düzeyinde önemli farklılıklar içerir. Çünkü resimler, nesnesiyle az ya da çok benzerdirler. Eğer alıcının repertuarında, resmin işaret ettiği tümel ya da tekil nesneye ait görsel bir imaj varsa resmi tanımakta kişi zorlanmayacaktır. Oysa simgesel görüntülerde böylesi bir benzerlik ilişkisi yoktur. O nedenle iletişimin olanaklı olması bir düşüncenin, ya da duygunun yerine geçen görsel simge üzerinde uzlaşım şartını gerektirir (Tansuğ, 1988: 89).

1.3. Grafik Tasarım Ürünleri

Bir mesajın açık, ekonomik ve estetik bir yolla iletilmesi, ürün ya da hizmetin rakipleri arasından sıyrılarak dikkat çekmesi için grafik tasarım ürünleri kullanılır. Grafik tasarım ve ürünleri iletişimde iletilmek istenen mesajı taşıyan kanal başka bir deyişle aracı görevindedirler. Etkili ve başarılı bir iletişim gerçekleşmesi için iletilmek istenen mesaj kadar mesajı iletmeye kullanılan kanal da önemlidir. Kanalın önemi düşünüldüğünde, iletişimde kullanılan basılı, sesli ve diğer iletişim ürünlerinin başarılı olması gerekmektedir. Gazete, dergi, afiş, pankart, tabela ve levha gibi grafik tasarım ürünleri basılı iletişim ürünleri olarak sınıflandırılabilir.

Grafik tasarım ve ürünleri, gönderici ve alıcı arasında süregelen iletişim ya da alışverişte, iletilen kavram hakkında alıcının düşünce, duygu, tutum ve bilgisini değiştirmeyi ya da yeniden oluşturmayı hedefler. Herhangi bir ürünün satışına, düşüncenin yaygınlaşmasına, hizmet ya da aktivitelerin talep edilmesine yönelik olan bir tanıtım sürecini içerir. Alıcının bütün bu kavramlara daha ilgili ve olumlu bakmasını, bilgi sahibi olmasını ve edinmek istemesini sağlar (Tepecik, 2009: 75). Grafik tasarım ürünlerinden biri olan afişin iletişimde önemli bir rolü vardır.

Afiş; alıcıya (izleyici) mesaj iletmek yanında alıcının davranış ve tutumlarında değişiklik yapması için bir baskı oluşturabilir. Reklâm afişlerinin izleyicinin ürünü satın almaya teşvik etmesi ve baskı uygulaması örnek olarak düşünülebilir. Afiş tasarımında, iletişimde esas olan mesajı iletmek için amblem, logo, illüstrasyon (resimleme), piktogram (görsel bilgi işaretleri), tipografi ve ambalaj tasarımı gibi grafik tasarım ürünleri sıklıkla kullanılır. Bundan dolayı aşağıda, afiş tasarımında mesajı iletmek için sıklıkla kullanılan grafik tasarım ürünlerine yer verilmiştir.

Amblem; bir fikri, bir hareketi, bir inancı, bir birliği veya bunların biçimlendirdiği bir kurumu, kuruluşu simgeleyen biçimdir. Başka bir ifadeyle amblem;

ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgelerdir (Becer, 2009: 194).

Logo (Logotype); tasarım olarak özgün yazılardan oluşan çalışmalara verilen isimdir. Logotype ve amblemin en önemli işlevi, mal ve hizmet üretiminde seçim yapılabilmesine olanak tanınmasıdır. Üretimlerde kesin hedef tayin edildikten sonra, kurumun kendi varlığını ortaya koyacağı iş alanını ilgilendiren metinlerden ve görüntülerden yola çıkarak, tüm faaliyetleri hatırlatacak bir tasarıma başka bir deyişle logotype ihtiyacı vardır (Becer, 2009: 194).

Piktogram (Görsel Bilgi İşaretleri): Uluslararası iletişimleri kolaylaştıran, bir nesne ve bu nesnelerin anlamını ifade eden, grafik sembollere verilen genel isimdir (Tepecik, 2002: 66). İnsanın var oluş süreciyle birlikte ortaya çıkmıştır ve günümüzde de işlevini devam ettirmektedir. Piktogramlar konu aldıkları nesneyi doğrudan temsil ederler. Örneğin; yürüyen insan figürü, telefon, kurukafa gibi ya da çoğunlukla nesnelerin stilize edilmiş silüetleri olan piktogramlar, kolay algılanır ve çabuk öğrenilir.

İllüstrasyon (Resimleme) : Sözlük anlamı olarak; izah edici resim demektir. Daha çok kitap içi metinlerin açıklayıcı tanımlamalarını güçlendirmek ve daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla yapılan konulu resimlerdir. (Tepecik, 2002: 78)

Başka bir ifadeyle; başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak “*illüstrasyon*” adı verilir (Becer, 2009: 210). Hazırlanmasında geleneksel çizim ve boyama malzemelerinin yanı sıra, fotoğraf, kolaj ve bilgisayar tekniklerinden de yararlanılmaktadır.

İllüstrasyonlar kullanım alanları açısından;

- 1- Reklâm illüstrasyonları
- 2- Yayın illüstrasyonları
- 3- Bilimsel ve teknik illüstrasyonlar olmak üzere üç grupta toplanırlar.

Tipografi Tasarımı: Tipografi, Yunanca, “*tipo*” işaret, “*graph*” ise yazmak ve çizmek anlamını içermektedir. Türkçedeki karşılığı, matbaa işaret sistemi ve yazı düzenleme sanatı anlamına gelmektedir. Tipografinin bugünkü anlamda ilk kullanımı, matbaanın mucidi Gutenberg tarafından ortaya atılmıştır. Matbaada ilk kez hareketi harf sistemini bulup geliştiren Gutenberg, harflerin yerlerinin değiştirilmesi ve düzenlenmesinden, ayrıca baskıda kullanılan harfin yüksekliğinden dolayı tipografi baskı

anlamını kapsadığı için tipografi adını vermiştir (Tepecik, 2002: 85).

1.4. Tasarım, İletişim, Görsel İletişim

1.4.1. Tasarım

Tasarım; günümüzde oldukça sık kullanılan, etkileyici bir sözcüktür. Tasarım; bir model, kalıp ya da süsleme yapmak değildir. Bir tasarım kendi içinde bir yapıya ve bu yapı arkasında bir planlamaya sahip olmalıdır. Bütün sanatların temelinde bir tasarım olgusu bulunmaktadır. Tasarlama eylemi, oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine almaktadır. Dilimize tasarlama sözcüğü, İngilizce ve Fransızca da ki “desing” kelimesi karşılığı olarak kullanılmaktadır. Desing kelimesi de Latince kökenlidir. Tasarımın birçok tanımı yapılabilir. Bunlardan birkaçını verelim: Tasarım, algı ile kavram arasında bir bağlama aracıdır. Nesnel gerçeklik ile doğrudan ilişkisi bulunmaz. Bu nedenle önemsiz ayrıntılar yerine, önemli özelliklere dikkat çeker. Bunun sonucu olarak ta algılardan genelleştirme yapılarak kanılara varılır.

Tasarım; en genel tanımı ile tasarım; insanın kullandığı nesnelere ile yaşadığı çevreyi, fiziksel ve ruhsal gereksinimleri doğrultusunda çağın estetik ve teknik değerleri ile yeniden üretmesi ya da düzenlemesidir. (Ergür, 1997: 387)

Tasarım süreci, belirli bir program doğrultusunda gerçekleşmektedir. Tasarlama sürecinde hedef kitlenin istekleri tasarımcı için birer göstergedir. Bu doğrultuda tasarımcı tasarımın işlevsel, estetik ve ekonomik boyutlarını da göz önünde bulundurarak tasarlama sürecine geçer.

Tasarım süreci, aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır (Salisbury, 1996: 57).

- Tasarım amacını tanımlama
- Tasarım oluşturma nedenlerini açıklama
- Tasarımın sınırlarını belirleme
- Tasarlama sürecine rehber olacak ana düşünceyi ve tanımlamalarını ortaya koyma
- Tasarlanacak sistemin tasarlanma amacı doğrultusundaki beklentileri, istekleri, önerileri ve gereklilikleri belirleme
- Alternatif tasarım önerileri yaratma
- Yaratılan alternatifleri geliştiren kriterler oluşturma

- Geliştirilen kriterleri kullanarak alternatifini seçme
- Tasarımın gelişim ve sonuçlandırma aşamalarını tanımlama
- Tasarımın tanımına bağlı olarak gelişimi için plan yapma.

Yukarıda belirtilen sıralama, tasarımın ortaya konulduğu ilk andan tasarım sonuçlandırılıncaya kadar geçecek sürecin belirli bir plan ile geliştirilmesi gerekliliğinin bir sonucudur. Bu aşamalar şu şekilde açıklanabilir: Tasarlama sürecinin ilk aşaması tasarım amacının net bir şekilde belirlenmesidir. Amaç, ne tür bir tasarıma ihtiyaç duyulduğu sorusuna yanıt aramaktadır. İkinci aşamada ise tasarıma neden ihtiyaç duyulduğu ve var olanlar yerine neden yeni bir alternatif geliştirilmesi gerektiği sorularının yanıtı aranmaktadır (Salisbury, 1996: 57). Bütün bu sorunlar çözüme kavuşturulduğunda, başka bir deyişle, tasarım amacının ve gerekliliğinin belirlendiği noktada tasarımcının karşısına başka bir sorun çıkmaktadır. Bu sorun tasarımın kullanıldığı çevrenin nitelikleridir. Bu doğrultuda tasarımcı bu çevreyi incelemeli ve tasarımın hedef aldığı kullanıcı grubunun bu çevre ile ne tür bir etkileşim kurduğunu belirlemelidir.

Böyle bir yaklaşım tasarımın başarısını artıracaktır. Özellikle eğitime yönelik tasarımlarda sorunların çözümündeki anahtar, öğrenen kitledir. Tasarımcı bu nedenle öğrenen kitle üzerine odaklanmalıdır. Tasarım bu kitleye yönelik olarak yenilik getirmeye ve geliştirilebilmeye açık olmalıdır. Bireysel, öğrencilerin ailelerin ve öğretmenlerin yeni eğitim ortamı ve yaklaşımı ile ilgili görüşleri alınmalıdır. Eğitim tasarımlarının oluşturulduğu çevre araştırılmalı, farklı çözüm olanakları oluşturulmalı, hedef kitlenin düşünceleri ve değerleri ile en uyumlu olan çözüm seçilmelidir. Farklı çözüm olanaklarının oluşturulması tasarımın niteliğini artırır.

Çözüm önerilerinin sunumunda önemli olan nokta, hedef kitleden tasarımcıya ulaşan dönütlerdir. Dönütler doğrultusunda ortak bir görüş birliği oluşturularak gerekli düzenlemeler ile tasarım geliştirilir. Son tasarımı oluşturmada değerlendirilen görüşlerin önemi büyüktür. Çünkü bu görüşler doğrultusunda, tasarım beklentiler ile uyum sağlar. Tasarlama süreci başındaki çekirdek düşünceler aslında tasarım problemini belirleyen kriterlerdir. Bu çekirdek düşünce, değerler, beklentiler, istekler ve gereklilikler karşısında olgunlaşır ve tasarım problemine yönelik çözüm önerileri geliştirilir. Son tasarıma ulaşma sürecinde oluşturulan farklı çözüm önerileri karşısında tasarımcı ciddi bir karar vermelidir.

Alternatif çözümlerin kombinasyonu veya en umut verici alternatifin seçimi ile tasarım sonuçlandırma sürecine girer. Bu süreçte tasarımcı kendi ekibi ile ya da uzman bir ekibin işbirliğine başvurarak tasarımı işlevsel hale getirir. Grafik anlamında tasarım, bir planın bir eskiz, desen ya da görsel kompozisyon yoluyla bitirilmesini belirtmektedir. Tasarımcılar ise biçim oluşturma becerisini geliştirmiş çok branşlı bilirkişilikleri olan uzmanlar olarak tanımlanmaktadır. Tasarım teknikleri bilimsel yaklaşımın mantıklı karakteri ile yaratıcı çabanın artistik boyutlarını birleştirmektedir (Borja De Mozota, 2005: 10). Tasarımda konu önemlidir, çünkü her şey konunun üzerinde belirlenmekte ve temel unsur olmasına karşın üzerinde plan yapıp yeniden yaratılmaktadır.

1.4.2. Tasarımın Özellikleri

Tasarımda anlamlı bir görüntünün, bir çözüm olarak algılatırılması için görüntü alanının yapılandırılması gerekir. Bu düzenin kurulmasında şu ilkeler geçerlidir.

1. Birbirine Uymak Alanda kullanılacak görsel elemanların, bir “bütün” yaratılmasını sağlayacak bir karakter birliği, sistem birliği oluşturulmasıdır. Benzerlik, harmanı (uygunluk) ve yön birliği oluşturulmalıdır.

2. Tamamlılık Bütüne ait parçaların bir birine bağlanmasında eklenemez, çıkarılamaz espas ve boş dolu ilişkisinin kurulmasıdır.

3. Şekil Zemin Bütünlüğü Bir bütün, kendini daima bir zeminle (ton, geri plan) var eder. Şekil-zemin dayanışmasını dengeleyen her tasarım başarıya açılır. Bu ilişki; Zemin şekle egemen Şekil-zemine egemen Şekil-zemin eşdeğer olarak vardır (Turani, 1980: 109).

1.4.3. İletişim

İletişim, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da grubu/kitle arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir. Bütün iletişim biçimleri doğumdan ölüme kadar hayatın önemli parçalarını oluştururlar. İşyerinde ya da boş zaman etkinliklerinde iletişimin değişik türlerinden yararlanılır. İletişim öğrenilen bir faaliyettir. İnsanlar nasıl iletişim kurulması gerektiğini öğrenmezler. İletişimin nasıl kurulması gerektiğini öğrenmek amacıyla yine iletişimden yararlanırlar. Kitap okuma ve eğitim, buna iyi bir örnektir.

İletişim, 20. Yüzyılın sonlarında biçimlenen yaşam tarzının vazgeçilmez bir olgusudur. Günümüzün işi başından aşkın şehirli insanı, karmakarışık ve çekicilikten yoksun iletişim malzemeleriyle ilgilenmeye pek fırsat bulamaz.

Tasarım duygusundan yoksun bir biçimden hazırlanan basılı iletişim malzemeleri, bir kenara fırlatılıp atılmaya mahkumdurlar. Kendi başlarına çok çekici ve ilginç gibi görünen birçok ayrıntı, bir araya getirildiklerinde dikkati dağıtan bir görüntü kirliliğine yol açabilirler (Becer, 2009: 11).

İletişim konusuna teorik yaklaşımlar ve iletişim kavramının analizi üzerine bilimsel açıklamalar, II.Dünya savaşında, kitle iletişim araçlarından basın'ın ve radyo'nun fertler ve kitleler üzerindeki etkilerinin anlaşılmasından sonra başlamıştır. Savaşta özellikle Alman propagandasının gücü açık seçik belirginleşen savaş sonrasında Birleşik Amerika'da başlayan çalışmalar, televizyonun da devreye girmesiyle birdenbire yoğunlaşmıştır. Konu, öncelikle propaganda ve reklam meselesiydi (Brown Roger, 1983: 25).

İletişim araçları ve onların etkileri üzerine araştırmalar, iletişim konusunun bilimsel yaklaşımlarla ele alınmasından daha öncedir. İletişim araçları tarihçilerinin, birdenbire bir patlama halinde ortaya çıkan bu dönemi "iletişim inkılâbı" olarak değerlendirmeleri bundandır (Evliyaoğlu, 1987: 132). Fizik ve sosyal çevreden kişiye ulaşan her yansıma bir algılama kavramını birlikte getirmekte ve bununla ilgili her düşüncenin, her davranışın da yaşam biçimine, fizik ve sosyal çevreye yansması olmaktadır. Bu karşılıklı yansımaların tümü ise temel iletişim olgusunu oluşturur. İletişim diye tanımladığımız bu yansımalar genelde duyularımız yardımıyla meydana gelir. Bunlardan en etkili olan başlıcaları ise

- Görsel (Görsel İletişim)
- İşitsel (İşitsel İletişim)'dir (Uçar, 2004: 16).

1.4.4. Görsel İletişim

Görsel iletişim, bir takım sembol ve işaretler aracılığı ile insanlar arasında, söze gerek duyulmaksızın iletişim sağlayan evrensel bir iletişim şekli olarak tanımlanabilir.

Görsel iletişimin temelini oluşturan görme yeteneği algılamada önemli bir rol oynar. Çünkü tarih içinde görme yeteneği konuşmadan önce gelişmiştir. İnsanlar,

konuşmayı bilmedikleri çok eski zamanlarda görsel olarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Yeni doğmuş bir çocuk konuşmayı öğrenmeden önce ilk olarak çevresine bakıp tanımayı daha sonrada sözcükleri öğrenerek sözsözsel iletişim kurmayı öğrenir. Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz, bu dünyayı sözcüklerle anlatırız ama söz sözcükler dünya ile çevrelenmiş olmamızı hiçbir zaman değiştirmez.

Görüşümüz her zaman canlıdır, hareketlidir ve içinde bulunduğumuz çevre de olabilecek her şeyi bizim görmemizi sağlar (Berger, 1988: 7). Öyleyse konuşmanın yeterli yada mümkün olmadığı ortamlarda bile bizim çevremiz ile bağlantı kurmamızı sağlayan tek iletişim şekli görsel iletişim'dir diyebiliriz. Örneğin sessiz kalınması gereken bir ortamda yada dilini bilmediğimiz bir ülkede karşımızdaki kişiyle en basit yüz, el ve kol hareketleriyle yada daha gelişmiş olan semboller yardımı ile anlaşabiliriz. Gerçekten de insan çevresi ile olan ilişkilerin önemli bir bölümünü görsel yolla sağlar.

İngiliz filozof ve araştırmacı John Locke'a göre insan;

% 1 deneyerek,

% 2 dokunarak,

% 4 koklayarak,

% 10 duyarak,

% 83 ise çevresini gözlemleyerek öğrenmektedir.

Öğrenme olayı içinde %83'ü kapsayan görsel bölümde iletişimin doğru ve yeterli sağlanmadığı durumlarda pek çok kötü sonuçlar ortaya çıkabilir. Bu gerçek karşısında görsel iletişim tasarımcıları, semiyotik uzmanları, dilbilimciler ve hatta siberetikçiler, sosyal-psikologlar, eğitimciler konunun üzerine yeni bir bakış açısıyla eğilme gereği duymuşlardır. Görsel iletişimde görsel bir dilin oluşturulması çalışmalarında siberetik, semiyotik, semantik gibi dilbilim dalları, estetik, kültür tarihi gibi insan bilimlerinden ve onların alt dallarına ilişkin bilimsel verilerden faydalanır. Bütün bu etkileşim, tasarım olgusunun, insanın bireysel ve toplumsal yaşamını ve geleceği biçimlendirmeyi içeren karmaşık yapısından gelir.

1.4.5. Görsel İletişim ve Grafik Tasarım

“Bir grafik tasarım problemi daima iletişim ile ilgilidir. Tasarımcı; uygulama yöntemlerinin yanı sıra görsel algılamının doğasını, görsel yanılısamanın rolünü ve sözel ile

görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek ve göz önüne almak zorundadır”(Becer, 2009: 34).

Sonuç olarak iletişime yönelik bir alan olan grafik tasarımda; kitleye aktarılacak mesajın oluşturulması, tasarım sorununun çözümü grafik tasarımda kullanılan görsel göstergelerin diline hakim olmak, grafik tasarımcının görevlerindedir. Grafik tasarımda kullanılan göstergeler; anlam yaratmak ve yaratılan anlamı çözmek açılarından da bilinmesi gereken bir konudur. “*Görsel bir iletişim sanatı*” (Becer, 2009: 33) olarak tanımlanan grafik tasarımın gelişimi, baskı tekniklerindeki yenilikler ve dolayısıyla kopyalama olanağının doğması ile olmuştur. 19. yüzyılın başlarında fotoğrafın bulunması ve daha sonra baskı ve fotoğraf tekniklerinin gelişimi sanatçıların bu teknikleri iletişim ve tanıtım amaçlı çalışmalarında kullanmalarına olanak sağlamıştır. Teknolojik, ekonomik, kültürel, alanlardaki gelişmeler; video, bilgisayar gibi araçlar, grafik tasarımın kapsamını oldukça genişletmiştir. Ancak değişen dünya koşullarıyla grafik tasarımın genişleyen kapsamında grafik tasarımcının rolü hep bir tasarım sorununun çözümü olmuştur, olmaktadır (Becer, 2009: 34).

1.5. Grafik Tasarım İlkeleri

Grafik tasarım ilkeleri; grafik tasarım sürecinde oluşturulması düşünülen tasarıma yönelik estetik ve işlevsel gerekliliklerin bütünü olarak tanımlanabilir. Estetik gereklilikler, tasarımda olması düşünülen tasarım öğelerinin (metinler, çizim ve grafikler, resimler, hareketli görüntüler gibi görsel yazılı ve işitsel öğeler ile bu öğelerin belirli bir kompozisyon içinde sunumunda kullanılan renk, biçim, yön, boşluk, tipografi gibi) tasarım amacına yönelik olarak bir arada kullanımına yönelik bütünlük, görsellik, ilgi çekicilik ve özgünlük gibi bir takım kriterleri içermektedir (Becer, 2009: 56).

Tasarılama sürecindeki işlevsel gereklilikler ise tasarımın yöneldiği kitlenin fiziksel, sosyolojik, psikolojik, ekonomik vb. özellikleri açısından ihtiyaçlarına karşılık vermesine dönük nitelikler olarak tanımlanmaktadır. Tasarım içerisinde kullanılan her türlü kavram, görsel, yazılı ya da işitsel öğeler, hedef kitlenin sahip olduğu özelliklere uygun ve onların beklentilerine yanıt verir nitelikte olmalıdır. Tasarımın işlevsel gerekliliklerinin başarı ile yerine getirilmesi, tasarım içerisindeki renk, tipografi, biçim, malzeme görsel öğelerin, hedef kitlenin yaş, cinsiyet, sosyoekonomik durum, eğitim, yaşantılar, başarılar gibi nitelikleri ile uyum sağlaması ile orantılıdır.

1.5.1. Grafik Tasarımda Temel Tasarım İlke ve Elemanları

Bir grafik tasarım ürününün ham maddeleri bulunmaktadır ki bunlar: çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü, yön ve mesaj, fark edilirlilik, fonksiyon, kompozisyon, oran ve hiyerarşi, bütünlük, denge ve de estetik, ilkelerinden oluşmaktadır. Grafikte Temel Tasarım İlkeleri Bir grafik tasarım ürününün hammaddeleri şunlardır (Becer, 2009: 56).

1.5.1.1. Çizgi

Tasarımda birlik ve dengenin temel unsuru çizgidir. Eseri düzenlemeye, ya da var olan dengeyi bozmaya yarayabilir. Doğada bulunan her varlık sanatsal açıdan bir çizgi olarak ele alınır, nesnelere ayıklama, sadeleştirme stilizasyon gibi tasarım elemanlarını üstlenmek, çizginin görevleri arasındadır. Sanatçılar tasarımcılar çizginin bu görevi üzerinde çok dururlar. Çünkü insan olarak sahip olunan tüm duygular, (neşe, hüzn, canlılık, güzellik, kırgınlık, kararsızlık vb.), çizgiyle anlatılabilir. Dolayısıyla tasarımda temel eleman çizgidir (Turani, 1980: 109). Çizgi grafik tasarımın ön yapısında yer alan en önemli elemandır. Noktaların birleşmesinden çizgiler oluşur. Bilim ve sanat açısından değişik biçimlerde yorumlanmıştır. Birbirleriyle bağıntıları, ilişkileri çoğalan gerilim noktalarının birleşmesinden çizgi doğar (Gill, 1984: 10).

Çizginin kağıt üzerinde iki boyutlu, soyut bir anlatım ifade etmesine karşın, insan psikolojisi üzerinde nesnelere çağrışımını da yapar. Yeryüzündeki dağların, ovaların, binaların, yolların dış konturları çizgisel bir anlatım olarak ifade bulur.

Küçük bir resimde bir kaç milimetre genişliğinde ve bir kaç santimetre boyunda çubuklar çizgi rolü oynarken büyük yapılarda bir metreye yakın genişlikte 20-30m, hatta daha fazla uzunlukta çıkıntı şeritleri ve benzeri kısımlar yine çizgi gibi tesir ederler. Çizginin, grafik tasarımdaki rolü de burada başlar denilebilir. Çünkü tüm anlatım unsurlarının temeli çizgiyle sağlanmak zorundadır. Çizginin kendi içinde kalın, önce, uzun, kısa, kırık, düz vb. gibi biçimleri ve gözde bıraktığı etki ortaya konularak tasarımı temelden etkiler. Günümüzde fonksiyonelliği iyice artmıştır. Özellikle teknik resim çalışmalarında çizgi çok önemlidir. Resim çalışmalarının temelini oluşturan çizgi, aynı zamanda görsel bir anlatım aracıdır.

Çizgiyi oluşum biçimlerine göre üç grupta incelenmektedir.

1- Dik ve yatay çizgiler: Sakin, durgun ve hareketsiz etki uyandıran çizgilerdir.

2- Kırık çizgiler: Hareketli ve dinamik etki uyandıran çizgilerdir.

3- Eğik çizgiler: Yoğunluğuyla paralel olarak hareketi artıran ve zenginleştiren çizgilerdir (Buyurgan, 2001: 53).

Çizgilerin biçimleri insanda bir takım anlam ve duygu uyandırır; Doğru çizgiler: Durgunluğu, sağlamlığı ve devamlılığı anlatır. Düz çizgilere bakan göz, hiçbir kırılmaya, iniş çıkışa, dalgalanmaya, takılmadan, bir durgunluk, durulma, yerleşme etkisi altında kalır. Kendi konumları içinde üçe ayrılırlar. İnsanlar üzerinde etkiler yaratırlar. Yatay doğru çizgiler: Yerleşme, hareketsizlik duygusunu verirler. Deniz, merdiven basamakları gibi. Dikey doğru çizgiler: Göz seviyesinin üstüne çıkıp, yükseldikçe hayali canlılık, varlık duygusunu uyandırır. Toprakten yükselen bitki gibi. Düşey doğru çizgiler: Göz seviyesinden aşağı doğru sarkan doğru çizgiler. Bitkinlik, cansızlık, korku, düşüş duyguları uyandırır. Yüksek bir yerden aşağı bakma. Eğik doğru çizgiler: Sağlamlık duygusunun yanında hareket sağlar. Gözden uzaklaşan tren raylarına, yol kenarında uzayıp giden telefon telleri gibi. Eğri doğru çizgiler: Kıpırdama, kaynaşma, hareketlenme duygusu uyandırır. Rüzgar, fırtına, ağaç dallarının boşlukta sallanması gibi. Eseri düzenlemeye, ya da var olan dengeyi bozmaya yarayan çizgi, tasarımda birlik ve dengenin temel unsurudur. Nesnenin ayıklama, sadeleştirme ve sivilizasyon gibi tasarım elemanlarını üstlenmek çizginin görevleri arasındadır (Tepecik, 2002: 53). Sanatçılar ve tasarımcılar çizginin görevi üzerinde çok durmuşlardır.

Çünkü; insan olarak sahip olunan tüm duygular, çizgiyle anlatılmaktadır. Tasarımda temel eleman çizgidir. Sanatçının, çizgiye hakim olması ve onunla iletişim kurabilmesi için çizginin dilinden anlaması gerekmektedir. Çizgiyi tanımlayan ünlü sanatçı Paul Klee, çizgiyi yaşayan bir kişilik olarak tanımlamaktadır (Turani, 1980: 109). Yine ünlü Fransız sanatçı Ingres, çizmeyi öğrenmek, otuz seneden fazla zaman aldı. Boyamayı sadece 3 gün diyerek çizginin önemini vurgulamaya çalışmaktadır (Tepecik, 2002: 54).

Tasarım içinde çizgi, bir renk, açık, koyu, ya da dokusal karakterlere sahip olabilir, çizgi renkle birleşince anlatım olanağı artar, renk çizgiyi sertleştirip ya da yumuşatabilir (Gill, 1984: 190). Çizgi iki boyutlu düzlemde nesneye hacimsel özellik kazandırabilir. Çizginin kendi bünyesinde çok sık kullanılması gölge strüktürlerini oluşturur.

Sanatçıların sanat eleştirmenlerinin birleştikleri önemli nokta, çizgilerin aldıkları

konuma göre bir anlam teşkil etmeleridir, bundan dolayı tasarımcının çizginin dilini çok iyi bilmesi gerekmektedir. Sözelimi tasarımda düz çizgiler anlatım olarak, sağlamlık, sakinlik ve süreklilik demektir.

Dikey doğru çizgiler; hayat, canlılık, hareketlilik, eğri ve helezonik çizgilerin anlatımı; dinamizm ve enerjidir. (Larcher, 1980: 33). Çizginin geometrik formlara bürünmesiyle ortaya çıkan tasarımlarda yukarıda bahsedilen çizgisel anlatımın mantığını uygulamak oldukça önem arz etmektedir. Dolayısıyla geometriyi bünyesinde taşıyan anlamlı, çizgisel bir resim yapısı, doğadaki nesne ve varlıkların optik görüntülerinde olmadığından bunun itibari olan şematikleştirme dışında yaratılması gereklidir (Turani, 1980: 81).

Çizginin Belli Başlı Fonksiyonları:

- 1- Çizgi bir alanın konturlarını çizer ve bir alanı belirler.
- 2- Çizgi bir biçim oluşturur. Çizgi, biçimi en özlü ve soylu gösterme yoludur.
- 3- Dikkati bir noktaya doğru çeker. Helezonik çizgiler.
- 4- Bir yüzeye ton değeri kazandırır.
- 5- Bir motif veya kompozisyon oluştururlar.
- 6- Çizgi bir hareket ifade eder. Çizgi hareketten doğar ve çizgi hareketi dinamizmi verir.
- 7- Çeşitli çizgi grupları, modelden tesiri yaratabilmek için dik, yatık ve diyagonal eksenlere paralel yönlerde bulunarak, örgüler yapabilirler. Çeşitli alet ve malzeme ile alanda doku yaratabilirler.
- 8- Çizgi, renk anlatabilmede düşüncenin sağladığı geniş imkanlarla, renkli bir görünüm sağlayabiliriz. Dar, kalın ince, geniş, kısa, uzun, sık, seyrek, vurgulu, tarafsız çizgilerle.
- 9- Seçilen veya verilen bir alanda mesafe ve aralık içinde alanı bölebilir veya kendi aralarında ekranlar oluşturur ki buna “çizgi de mesafe” diyoruz (Bigalı, 1984: 185).
- 10- Yüzey örtücü (çizgisel leke) olarak.
- 11- Aydınlık-gölgeyi ifade eder. (Sıklık ve seyreklik derecelerine göre) Çizgi grupları, serbest, karışık, düzenli olabilir.

1.5.1.2. Ton

Tasarım yüzeyleri üzerinde en fazla izlenen tonlar; grinin çeşitlemeleri ve

siyahtır. Gri tonlar genellikle görsel imgenin yarım ton röprodüksiyon tekniğiyle tramlanması yöntemiyle elde edilmektedir. Ton ve çizgi; tasarımda kontrast oluşturan elemanlardır (Becer, 2009: 57).

1.5.1.3. Renk

Renk, ışığın cisimlere çarptıktan sonra yansarak görme duygumuzda bıraktığı etkidir (Kılıçkan, 2002: 75). İnsan yaşamının bir parçasıdır. Renk, güneşin olmadığı yerde ışık, ışığın olmadığı yerde renkten söz edilemez. Klasik anlamda renk, eşyaların muayyen renkleri olan, resmin temel elemanlarından biri biliniyordu (Çağlarca, 1993: 3). Ancak renk konusunun fizik ve kimya bilimi tarafından ele alınıp incelenmesiyle böyle olmadığı görülmüştür. Ortaya çıkan bilimsel verilerde ışığın eşyalar üzerine düşmesiyle birlikte eşyanın molekül yapısı hangi rengi daha fazla içeriyorsa, o renkleri yansıtıyor, ışığın içerisinde bulunan diğer renkleri de yutuyor.

Böylece fizik bakımından renk, ışık demeti içinde enerjinin spektral dağılımı yani çeşitli dalgaların frekansları ve şiddetleriyle belirlidir (Yaman, Anadol, 2003: 229).

Renkler, ışıkla birlikte var olurlar ve izleyen üzerinde birçok değişik duygular uyandırabilirler. Bunların bir bölümü kişisel, bir bölümü ise genellenebilir duygulardır. Sıcak renklerin uyarıcı, soğuk renklerin ise gevşetici ve dinlendirici olması, genellenebilen duygulara iyi bir örnek oluşturur. Renklere duyduğumuz tepkileri yönlendiren başka bir unsur da, renklerin dalga boylarıdır

Rengin üç boyutu bulunmaktadır (Becer, 2009: 58).

- 1- Uzunluk (rengin türü)
- 2- Genişlik (rengin tonu)
- 3- Derinlik (Rengin yoğunluğu)

Tasarımda rengin kullanım amaçları; renkli alana bir özellik kazandırmak, düşüncelerini renkle simgeleştirmek, tasarımlarda verilmek istenen imaja yoğunluk kazandırmak için, nesnelere karakterize etmek içindir (Sloane, 1980: 40).

Renk, bir tasarımı meydana getiren yapıtaşlarından biridir. Bu nedenle bir tasarımcının insanların renk tercihlerini göz önüne alması gerekir. Yeşil ve mavi renkler soğuk, kırmızı ve sarılar ise sıcak renkler olarak bilinirler. Soğuk bir renk olan maviyi, sıcak bir renk olan kırmızı ile karıştırdığımızda mora yaklaşan bir mavi elde

ederiz. Bu renk maviye oranla biraz daha sıcaktır. Nötr renkler olarak adlandırdığımız griler ise, pigmentlerindeki karışıma bağlı olarak sıcak ya da soğuk olabilirler (Becer, 2009: 59).

“Fiziksel olarak beyaz ışık, kristal bir prizmadan geçirildiğinde kırılmaya uğrayarak, tayf diye adlandırılan yedi değişik rengi oluşturur. Kırmızı, turuncu, sarı, yeşil, mavi, lacivert ve mordan oluşan renk tayfı zamanda gök kuşağı renkleri olarak da isimlendirilir” (Buyurgan, 2001: 60). Güneş ışığındaki renk grubunun uçları birleştirildiğinde, renk çemberi (renk üçgenleri) meydana gelir.

Renk çemberinde üç ana renk pigmenti olduğu görülür. Bunlar kırmızı, sarı ve mavidir. Ana renklerin kendi aralarında ikişer ikişer aynı ölçüde karışmasından ara renkleri elde ederiz. Ara renkler ise mor (kırmızı + mavi), yeşil (mavi + sarı) ve turuncudur, (kırmızı + sarı). Ana ve ara renkler bir arada standart renk dizilerini oluştururlar. Standart renkler birbirleriyle tekrar karıştırıldığında ise; kahverenginin de içinde bulunduğu birçok değişik renk türü ortaya çıkar.

Renkler, şiddetlerine ve insanlar üzerindeki ruhsal etkisine göre soğuk ve sıcak renkler olarak ikiye ayrılırlar. Sıcak renkler; kırmızı, sarı, turuncudur. Soğuk renkler ise mavi, yeşil, mordur. Kırmızı renkte ateşin sıcaklığını, turuncuda güneş ışığının etkisini, sarıda da ışık ve aydınlığı hissederiz. Soğuk renklerin titreşimi sıcak renklere göre daha az olduğundan, gözü ikinci derecede etkiler. Ruhsal etkisi hüznün, rahatlık ve durgunluk olan bu renkler, daha çok gölgeli kısımlarda kullanılırlar (Kılıçkan, 2002: 132). Sıcak renkler mekan içindeki yerleşmelerine göre öne çıkma hissini verirlerken, soğuk renkler de geri çekilir, daha gerideymiş gibi algılanırlar (Gürer, 1990: 39).

Rengi oluşturan iki önemli unsur vardır:

1) Işık

2) Pigment (Boya maddesi). 1667 yılında Sir Isaac Newton ışık ışınlarını bir prizmadan geçirerek, rengin ışığın bünyesi içinde yer aldığını kanıtlamıştır. Ama bir rengi somut olarak gösterebilmek için pigmentlere gereksinim vardır. Bütün boya ve mürekkepler; bitkilerden, hayvanlardan ve madenlerden elde edilen yoğunlaştırılmış pigmentlerden elde edilirler (Becer, 2009: 58).

Rengin üç boyutu bulunmaktadır:

1-Uzunluk (Rengin türü), 2- Genişlik (Rengin Tonu), 3- Derinlik (Rengin

Yoğunluğu) (kroma değeri). Rengin türü, renkleri betimlemede kullandığımız terimlerdir: Kırmızı, mavi vb. Renk tonu, bir rengin açıklık ya da koyuluğudur. Bir renk tonunun açıklık ve koyuluk derecesine ton değeri, valör denir. Bir renge beyaz boya kattıkça tonu açılır, siyah ekledikçe koyulaşır (Becer, 2009: 58).

“Valör, seçilen bir rengin, siyah, beyaz gibi nötr renkler ve diğer birçok renkle karışımı ile ortaya çıkan ve çok değişik renk değerlerinden oluşan bir renk yelpazesidir” (Buyurgan, 2001: 65). Renk yoğunluğu (kroma değeri) ise rengin parlaklığı ile ilgilidir. Yoğunluğu fazla olan renkler, parlak renklerdir. Eşit boylardaki iki nesneden birini parlak bir renkle, diğerini ise koyu bir renkle boyadığımızda; parlak renkle boyanmış olanı diğerinden daha büyükmüş gibi algılanır (Becer, 2009: 58). *“Kroma değeri, bir rengin matlık, parlaklık şiddetini (gücünü) belirler”* (Buyurgan, 2001: 65).

“Özellikle grafik tasarım çalışmalarında rengin kalitesi (kroması) çok önemlidir. Çünkü, grafik tasarımcının yaptığı her çalışma çoğaltma tekniğinden geçecektir. Eğer gerekli renk kromasına sahip boyalar çalışmada kullanılamaz ise baskıdan iyi sonuç almak mümkün olmayabilir. Bununla birlikte basım tekniklerinde üç ana renk, yapılan tasarımdaki tüm renkleri meydana getirmek için kullanılır. Bu renkler, magenta kırmızısı Cyan mavisi ve limon sarısıdır. Ayrıca yapılan çalışmaya sadık olabilmesi açısından siyah boya derinlikleri vermek amacıyla bu üç renkle birlikte kullanılır” (Tepecik, 2002: 53) . *“Rengi oluşturan bu üç boyut içinde en önemlisi, rengin ton değeridir. Bir görsel imgeyi en iyi tanımlayan unsur, içerdiği tonlardır. Renk türü ya da yoğunluğu, bu anlamda daha küçük rollere sahiptir”* (Becer, 2009: 58). Bütünleyici renkler, aynı zamanda birbirine zıt (kontrast) olan renklerdir. Kırmızının zıt rengi, yeşil. Mavinin zıt rengi, turuncu. Sarının zıt rengi, Mor'dur.

Bu renkler birbirinin kontrastı olduklarından, yan yana geldiklerinde birbirlerinin değerlerini artırır. Bir rengin bir yüzeydeki etkisinin daha belirgin olması için, o rengin yanına, zıt (kontrast) renk konması gerekmektedir. Birbirini tamamlayan renklere biri, diğerine çok az karıştırılınca o renk parlaklığını kaybeder. Birbirini tamamlayan iki renk, eşit ölçülerde karıştırılınca, her ikisi de kendi özelliğini kaybeder ve gri bir renk ortaya çıkar ve buna resim dilinde akromatizm denir (Kılıçkan, 2002: 131).

“Komşu renkler demek o rengin tamamlayıcısı renkler demektir. Kırmızının komşu renkleri renk çemberinde kırmızının her iki tarafında yer alan renkleri demektir. Bunlar kırmızıdan maviye doğru eflatun, mor, erguvan, kırmızıdan sarıya doğru portakal kırmızısı, turuncu ve kavuniçidir. Sarının komşu renkleri sarıdan maviye doğru; çimen yeşili, yeşil, turkuvaz, sarıdan kırmızıya doğru kavuniçi, turuncu ve ateş kırmızısıdır. Mavinin komşu

renkleri maviden kırmızıya doğru erguvan, mor, eflatun, maviden sarıya doğru turkuvaz, yeşil ve çimen yeşilidir”.

“Renklerin karışımı, birbirlerini tamamlamaları, saydam ve donuk renkler, yüzey ile çevresi arasındaki ilişkiler gibi olaylar fizik bakımından bir özellik göstermezler ama psikolojik yönlerden belirli temelleri vardır” (Odabaşı, Oyman, 2005: 87).

Renklerin insanlar üzerindeki etkileri şöylece özetlenebilir;

Sarı: Neşe doğuran bir renktir. Parlak sarı ışık dolaşımı üzerinde olumlu tesir yapar. En parlak renktir. Fikir ve zekayı açar. Gri ile karıştırılırsa etkisini kaybeder ve zayıflar. Diğer renklerle karıştığında parlaklık derecelerini kuvvetlendirir (Odabaşı, Oyman, 2005: 88).

Sarı ve özellikle altın sarısı Doğu’da kutsal renk olarak sayılırken, Batı’da ise korkaklığın ve ihanetin simgesi olarak kabul edilir, Sarı aynı zamanda içtenlik, sağlık ve iyimserliğin de sembolüdür ve bu nedenle gıda ambalajlarında sıkça kullanılmaktadır. Van Gogh’un resimlerinde sarı renk, çılgınlık ve delilikte bağdaştırılmaktadır. Sarı renk bulabileceğimiz en parlak ve aydınlık renktir (Becer, 2009: 58). Bu renkte derinlik etkisi vermek olanaksızdır. Maviyle soğuklaştırılınca, sarı renk hasat bir tona döner. Ruhsal durum içinde etkisi düşünüldüğünde, deliliğin renklendirilmiş bir görünüşünü verir, her şeyi altüst eden, amaçsız bir biçimde güçlerini, her şeyiyle bitinceye kadar tüketen bir delilik izlenimi verir (Keskinok, 1968: 97).

Turuncu: Yaşama sevinci verir. Hareket ve canlılığı artırır. Kahverengiye yaklaştıkça sükunet vermeye başlar. Turuncunun aktif bir etkisi vardır. Turuncu, bilim ve uygarlığı simgeler. Ayrıca, sıcaklığın, enerjinin, gücün ve neşenin rengidir (Becer, 2009: 58).

Kırmızı: Mücadele ve canlılığın timsalidir. Nefse hakimiyeti ve idari kontrolü kaybettirir, heyecan verir, samimiyet ve hoşlanma duygusu yaratır. Tutkunun, gayretin, inancın ve mutluluğun simgesidir. Bazılarına göre ise kan basıncını artırır, nabız atışını hızlandırır. Amerikan Otomobil Kuruluşu, kırmızı renkli otomobil kullananların diğer renklerde araç kullananlara göre daha fazla kaza yaptıklarını belirlemiştir. Aynı zamanda cinsellik, saldırganlık ve şiddeti çağırır (Becer, 2009: 60).

Yeşil: Kıskançlığın, tazeliğin ve verimliliğin rengidir. Çevreyi ve doğayı simgeler. Rahatlatıcı ve dinlendirici özelliğinin yanında hastalığı, suç duygusunu ve hatta terörü bile çağırır (Becer, 2009: 60).

Mavi: Edilgen ve dinlendirici özelliği olan soğuk bir renktir. Gökyüzünü, suyu ve buzu hatırlatır, hem uzaklık ve resmiyeti, hem de doğruluk ve sadakati ayrıca korkuyu ve ağırbaşlılığı da simgeler (Becer, 2009: 60).

Mor: Gerçekleşmesi zor olan fikirler ve hüznü doğuran, düşündürücü, pişmanlık doğuran bir renktir. Geniş bir yüzey halinde kullanılırsa korkuya neden olur. Saltanatın rengidir ama, diğer taraftan da yalnızlığı çağrıştırır (Odabaşı, Oyman, 2005: 88).

Beyaz: Temizlik ve saflık telkinini yapar ve Ferahlık verir (Odabaşı, Oyman, 2005: 87).

Siyah: Üzüntüyü, kasveti, karanlığı, kederi, sıkıntıyı ve ölümü simgeler, şehveti ve zarafeti de çağrıştırır (Becer, 2009: 60).

Gri: Olgun, temkinli ve rahatlık telkin eden bir anlam taşır. Yanında yer aldığı renklerin iyi belirlenmesini sağlar (Odabaşı, Oyman, 2005: 89).

Kahverengi: Tekdüzelik ve sıkıcılığı çağrıştırır (Becer, 2009: 59).

Pembe: Aşk, sevgi, dişiliği çağrıştırır (Buyurgan, 2001: 64).

“Renk, bir tasarımda etkileyciliği ve vurgulamayı artırır. Renk unsuru taslaktan başlayarak tasarım sürecinin içindedir. Bazen renk, yaratıcı düşüncenin temelini oluşturabilir ve bütün tasarım renk üzerine kurulabilir. Renk, bir tasarımda etkileyciliği ve vurgulamayı artırır” (Becer, 2009: 60).

“Renk aynı zamanda tanıtımı yapılan ürüne bir kişilik kazandırır. Ambalaj tasarımında renk, çekiciliğin yanında ürünü tanımlayıcı bir işlev de üstlenir. Çoğu zaman renk, biçimlerden daha önce algılanabilmektedir” (Gürer, 1990: 39). Renk derecelenmesi de derinlik algısı veren özelliklerdir, işaret edildiği gibi Aynı renk şiddetinde iki alandan koyu değerdeki zemine yerleşeni, açık değerli zemindekenden daha parlak ve dolayısıyla da daha büyük olarak algılanmaktadır.

İsviçre’li psikiyatrist Hermann Rorschach, *“neşeli ve dışadönük kişilerin renge, melankolik ve içedönük kişilerin ise daha çok biçime eğilim duyduklarını”* söylemektedir.

Renkten çok biçime dayalı bir tasarım anlayışı, izleyicisinden daha fazla katılım bekler. Renk ise izleyiciyi daha edilgen bir konuma sokar. Ama sonuç olarak renk, bir tasarımda mesajın daha etkili bir yoldan verilmesini sağladığını savunmaktadır (Becer,

2009: 61).

Renklerin bireyler tarafından algılanmasına çeşitli kişisel faktörler de rol oynamaktadır. Bu tür kişisel faktörler arasında bireyin cinsiyeti, yaşı, ait olduğu toplumsal çevre, kişisel karakter özellikleri sayılabilir (Teker, 2002: 80). “*Renk, nesnenin anlam ve amacına ilişkin bilgilerin ve çağrışımların taşıyıcısı olabilir. Ayrıca renk işlevsel bir bilginin de taşıyıcısı olmalıdır*” (Erhan, 1978: 128). Rengin bir tasarım elemanı olarak bir sistem içinde kullanılmasının en tutarlı gerekçesi, tasarımcı ve gözlemciler arasında ortak bir dil oluşturarak tasarımların yapım ve eleştirilerinin aynı düzeyde yapılabilmesini sağlamıştır (Gürer, 1990: 41).

Rengin Psikolojik Etkileri

Resimde renkler bizi çeşitli ruhsal durumlar içine sürükler. Bunlar karamsarlık, bedbahtlık olabileceği gibi neşelilik, canlılıkta olabilir. Bir pazartesi sabahının soğukluğu ve ıslaklığını anlatmak için ruh durumumuza göre renkleri, seçmemizin ve kullanmamızın yanı sıra, renklerinde kullanılan materyalde etkileri farklı farklıdır. Örneğin; keçeli kalemle yapılan çalışmalar renkte canlı, parlak ve berraktır. Kuru pastel boyalarda mat ve donuk, sulu boya ve mürekkep çalışmalarında şeffaf tonlardadır (Odabaşı, Oyman 2005: 90). Renk kullanma sahası, bir fikri sembolize etmek, bir hava durum yaratmak, şahsi heyecanları anlatmaktadır. Sanatçı rengin fikirleri sembolize etme gücünden de yararlanır. Böylece çalışmasını mana bakımından, anlatım bakımından daha kuvvetli hale getirebiliriz. Renk, resmin gerçeğe uygunluğunu saptamaktadır.

Renkler üç biçimde kullanılabilir. Renklerin sembolik olarak kullanılması en ilkel kullanma şeklidir.

“*Heraldik*” olarak adlandırılır. Örnek olarak denizi mavi, ovayı yeşil olarak renklendirmedi. Ahenkli kullanma ise resimde en çok kullanılan rengin seçilip diğer renklerin asıl kullanılan renge yardımcı olmalarıdır. Eğer biçim gölge ve ışığa bakılmadan doğrudan renklerle veriliyorsa bu da saf renklendirme olarak anılır.

Rengin Fonksiyonları

Dikkati çekmek, aslına uygun gösterebilmek, akılda kalmasına yardım etmek, bazı hayali izlenimleri yaratmak, çekiciliği artırmak, kuvvetli bir etki yaratmak.

- Dikkat çekmek; yapılan araştırmalar göstermiştir ki renkli çalışmalar siyah beyaza göre daha fazla dikkat çekmektedir.

- Aslına uygun göstermek; Renkli bir resim, çizimleri hiçbir kelime ile anlatılmayacak kadar etkili anlatır.

- Akılda kalmasına yardımcı olmak; Renkli eserler akılda kalıcı izler bırakır.
- Hayali izlenimler yaratmak; Renklerin insan psikolojisi üzerinde etkileri uzmanlar tarafından reklamcılıkta ustalıkla kullanılmıştır.
- Çekiciliği arttırmak; Renkler hedef kitlenin sosyo-ekonomik durumlarına uygun seçilmelidir.
- Kuvvetli bir etki yaratmak; İster bir ürünle, ister bir olayla, ister yurtseverlik gibi bir duyguyla ilgili olsun, gelip geçenlerin dikkatini hemen çekme özelliği ne sahip olmalıdır (Bigalı, 1984: 69).

1.5.1.4. Doku

Daha önce görsel sanat elemanlarımız olan çizgi, şekil, renk ve biçimleri görmüştük. Şimdi de yüzeyleri oluşturan yapılar, dokular üzerinde duralım. Dokular yüzeyleri oluştururlar ki biz bu yüzeyleri hem görebilir hem de onlara dokunabiliriz (Odabaşı, 2002: 69).

Sanat elemanları arasında doku hem görme hem dokunma duygusuna hitap eden bir elemandır. Objenin hem dış yapısı hem de içyapısı hakkında bir bilgi verebilir (Odabaşı, 2002: 70). Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından söz edilebilir. Grafik tasarımcının vazgeçilmez malzemesi olan kağıtlar da farklı dokularda üretilirler: sert ve düz, sert ve grenli, yumuşak ve düz, yumuşak ve grenli vb. Dokularda üretilen birçok kağıt türü bulunmaktadır (Becer, 2009: 61).

“*Sanatsal anlamda doku, maddelerin doğal yapısının dış yüzeyindeki görüntüsüdür*” (Buyurgan, 2001: 55). Dokuları doğal dokular ve yapay (insan eliyle yapılmış) dokular olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

a) Doğal Dokular: “*Bir nesnenin, üzerine dokunarak hissettiğimiz ya da gözümüzle algıladığımız yapısıdır*” (Buyurgan, 2001: 55) · Çevremize baktığımızda, doğanın bu konuda ne kadar cömert olduğunu rahatça görebiliriz. Ağaç gövdeleri, taşlar, yapraklar, otlar ve bunlara benzer binlerce nesne üzerindeki doğal dokuyu görmemiz ve algılamamız mümkündür.

b) Yapay Dokular: “*İnsanlar tarafından yapılmış olan cam, metal, halı, perde, plastik eşya ve bunlara benzer pek çok nesnenin yüzeylerinde görülen ya da algılanan yapıdır*” (Buyurgan, 2001: 55). Doğal ve yapay dokuların dışında bir de anlık oluşan dokular vardır. Örneğin su birikintisine atılan bir taşın su yüzeyinde oluşturduğu dairesel

dalgalanma, kar yağışındaki taneciklerin görüntüsü ve buna benzer durumlarda ortaya çıkabilen görüntüler de dokusal unsur olarak kabul edilmektedir (Buyurgan, 2001: 55).

“Doğada dokusuz yüzey yoktur. Bütün yüzeyler dokunulduğu zaman bizde dokusal duygular uyandırır. O halde yüzeylerin bir takım dokusal değerleri vardır” (Odabaşı, 2002: 70). Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından söz edilebilir.

1.5.1.5. Biçim

“Temel tasarım tekniğinde, çizgi renk ve diğer yüzey elemanlarının birbirleriyle ilişkileri sonucu biçim oluşur” (Tepecik, 2002: 58). Tasarımcının görevi, bir mesajın ne türde olursa olsun, anlaşılmasını istediği zaman, bunu mümkün olduğu kadar çok sayıda alıcı üzerinde aynı etkiyi uyandıracak biçimde tertiplemektedir (Erhan, 1978: 111).

Buna varabilmesi için de biçim psikolojisini iyi bilmesi gerekmektedir. Doğaldır ki biçim tasarımı bilgilerinin topluca değerlendirilmesi, biçimlendirilmede tasarım elemanlarına doğada olduğu gibi bütünü oluşturma potansiyeli ile yaklaşmaktadır. Böylece işlev-biçim-estetik birliği içerisinde olan yapılar elde edilmesi mümkündür (Yurtsever, 1988: 93). Fakat dikkat edilirse biçimler arasında büyük farklar vardır. Bir kısmı geometrik bir düzen içinde oldukları halde diğer pek çokları serbest haldedir, (Görey, 1972: 12) işte tasarımcının yapacağı iş, biçimleri doğaya dayalı tasarlama kurallarını göz önüne alarak iki boyutlu bir yüzey üzerinde bağlantılar yaparak, çizgi, renk, doku, hareket gibi temel tasarlama elemanlarıyla biçimi oluşturmalıdır. *“Birçok çizginin birarada bulunuşu, tek bir çizgi içindeki dönüş ve kıvrımlar ile değişik tonların oluşturduğu yüzeyler; bir tasarımda biçimi oluşturan unsurlardır.”* (Becer, 2009: 62)

“Biçim ya da diğer bir adıyla form, çizgi, renk ve açık koyudan oluşan yapıdır. Formu meydana getiren bu elemanların tümü aynı anda bulunabilir veya bunlardan herhangi biri biçim üzerinde eksik de olabilir. Form genel olarak üç boyutlu biçimler için kullanılır. Şekil ise bir anlamda formların dış konturlarının oluşturduğu iki boyutlu (yüzeysel) biçimler olarak algılanabilmektedir” (Buyurgan, 2001: 58). Form ve şekiller geometrik ve organik olarak ikiye ayrılır. Form ve şekiller simetrik, asimetric, durgun, hareketli vb. yapılarda bulunabilirler.

a) Geometrik formlar: Küp, küre, prizma, dikdörtgenler prizması vb.

b) Geometrik şekiller: Kare, daire, üçgen, dikdörtgen vb.

c) Organik Formlar: İnsan, hayvan, bitki (Buyurgan, 2001: 58).

Şekil: Bir grup objeyi çizmeye çalıştığımızda çizgilerin nasıl kullanıldığını görürüz. Sanat eserinde her zaman bir biçimlendirme yani şekil verme endişesi söz konusudur. Öyle ki konu veya tema olmasa bile şekil vardır. Yine aynı şekilde çevremizde canlı-cansız her nesnenin bir şekli vardır. Biz onları ışığın üzerlerine düşüp aydınlatmasıyla algılayabiliriz. Şekil tanınan veya tanımlanabilen cisimlerin genel adıdır (Odabaşı, 2002: 57).

Form: Nesnelere varlığını ifade eden bir terimdir. Hacimli ve lekesele olan bütün biçimler form kapsamı içindedir. Simetrik veya asimetrik, organik, inorganik, doğal, yapay, dinamik veya durgun görünürlük gösterirler (Odabaşı, 2002: 64).

1.5.1.6. Ölçü

Bir yapının veya objenin kendi içinde ölçülü olmasına ölçü denmektedir. Belirli bir nitelik dışında her nesne bir niteliğe sahiptir. Niteliklerden farklı olarak nicelik, büyüklük ve hacim gibi, nesnenin içinde var olan özelliklerin büyüklük ya da gelişme derecesiyle nesneyi karakterize eder. Genellikle nicelik bir sayı ile ifade edilmektedir. Nitelik ve nicelik birbirine bağlıdır. Çünkü bir ve aynı nesnenin yönlerini temsil ederler. Bir başka deyişle nitelikle niceliğin birliğine ölçü denmektedir (Gürer, 1990: 29).

Bir grafik tasarım ürünü, daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların bir araya gelmesiyle oluşur. Ölçüler büyüdükçe, etkileycilik ve algılanırlık da artar (Becer, 2009: 62). Cisimlerin ölçüsü vaziyeti, uzaklığı ve derinliği bazı fizyolojik ve psikolojik etkilere bağlı olarak değerlendirilir. Parlaklık ölçü farkı yaratmaktadır (Gürer, 1990: 30).

1.5.1.7. Yön

Bir tasarım üzerinde çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür (Becer, 2009: 62).

1.5.2. Grafik Tasarımın Genel İlkeleri

Tasarımcı alıcıyla medya sayesinde iletişime geçer. Tek başına

düzenlendiklerinde oldukça ilgi çekici gözükebilen detaylar bir arada iken dikkati dağıtan bir görüntüye sahip olabilir (Becer, 2009: 62). Bu da tasarım yapılırken tasarım ilkelerini göz önüne almanın ne derece önemli olduğunu bizlere gösterir.

Bir grafik tasarımcı grafik ilke ve elemanlarını bilmeli ve tasarım uygulamalarını bu doğrultuda yapmalıdır. Evans ve Thomas'a göre; *“formüller ve ilkeler bir matematikçi için, araştırma bir sosyolog için ne kadar önemliyse tasarımcı içinde ilkeler, araştırma ve uygulama o derecede önemlidir”*. Ama uygulamada farklılıklar gösterir bir matematikçinin formülle uyguladığını, tasarımcı ilkeleri sezgi, mantık ve estetik görüşünün yol gösterdiği süreci sentezleyerek uygular. Başarılı tasarımcılar bu sürecin üstesinden gelebilmek için temel ilkelerin yaratıcı bir tasarım oluşturmak için bir temel oluşturduğunun bilincindedirler. Tasarım konusunda bilenen ilkeler kullanmak; örneğin bir yemek tarifinde yer alan malzemeler, bir makinenin parçaları ya da ev yapmak için gerekli malzemeleri kullanmak gibidir.

Bu malzemelere ayrı ayrı bakıldığında kullanımı sınırlı ve bir hizmet sunmazken ustaca birleştirildiğinde yararlı bir şey oluşturmak üzere birlikte çalışırlar. Yaratıcılık da eklendiğinde, sonuç yararlı olmakla kalmayıp aynı zamanda duyular için memnun edici bir estetik ürün olabilmektedir. Sanal dünyanın gürültülü ve kalabalık iletişim ortamı içerisinde bende varım diyebilmek adına hedef kitleye ulaşabilmek için en yeni ve etkin yolları tercih etmelidirler. Bu nedenle grafik tasarım ilkeleri grafik tasarımcı için önemli başlangıç noktası oluşturur. Sanat ve tasarım teorisi üzerine birçok ilke ve görsel düzenleme unsuru listesi geniş çaplı olarak kitaplara konu olmuştur. İlke ve öğelerin geneline baktığımızda görsel sanatların herhangi biri için evrensel olduğunu görebiliriz. İlkeleri açacak olursak bazı ilkeler destekleyici rolde hizmet sunarken diğerlerinin daha baskın bir fonksiyonu bulunmaktadır. Herhangi bir tasarımda bir ilke, diğerinin üzerinden vurgulanabilmektedir.

Tasarımcı konuya göre bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde tasarım ilkelerini devreye sokar. Bütün tasarım ilkeleri bir tasarımda eşit ölçüde yer almayabilir. Tasarımın amacına uygun olarak bir ya da birkaç ilke diğerlerine göre daha baskın olabilir. Hatta bazı noktalarda çelişebilirler buna örnek olarak bütünlük ve kontrast ilkesi birbirine zıt iki ilkedir. Tasarımcı ilkeleri kendisine yol haritası belirlerken mutlaka sezgilerini, duygularını, estetik beğenisini, bakış açısını tasarıma yansıtmalıdır. Bu unsurlardan yoksun bir tasarım sığ ve yavan olacaktır.

Hatta yaratıcı bir tasarım bu ilkelerden bir ya da birkaçını çiğneyebilmelidir (Becer, 2009: 75). Tasarımcı tasarım ilkelerini ön plan koymalı ama bu ilkeler onu tasarım yaparken kısıtlamamalıdır.

Tepecik “*Grafik Sanatlar*” kitabında tasarım ilkelerini ön yapı ve arka yapı olarak ikiye ayırmıştır. Eserin ön yapısı ağırlıklı olarak teknik ve görsel unsurlardan oluşmaktadır. Arka yapıda ise tasarımın düşüncesi niçin ortaya çıktığı kısmı bulunmaktadır. Ön yapıyı oluşturan unsurlar; çizgi, renk, biçim, işlevsellik (fonksiyon) ve estetik olarak belirlenmiştir. Arka yapıyı oluşturan unsurlar ise; Psikolojik Etkenler, Sosyo- Kültürel Etkenler, Ekonomik ve Endüstriyel Etkenler olarak belirlenmiştir. (Tepecik, 2002: 29-38) Becer’e göre grafik tasarım ilkeleri beşe ayrılır. Bunlar; “*denge, orantı ve görsel hiyerarşi, görsel devamlılık, bütünlük, vurgulama*” dır(Becer, 2009: 65). Bu araştırmada grafik tasarım ilkeleri,denge, oran-orantı, ritim-hareket, tekrar, vurgu, birlik-çeşitlilik, zıtlık, boşluk olarak ayrılmıştır.

1.5.2.1. Denge

“*Denge, görüntü alanı içindeki görsel estetik öğelerin, nesnelerin ya da olayların birbirini tartacak şekilde düzenlenmesidir*” (Kılıç, 2003: 90).

Bir tasarımda denge unsuru varsa, o tasarım kendisiyle “barışık” demektir. Her tasarımın bünyesinde bir hareket unsuru vardır. Ama hareketi oluşturan unsur ya da unsurlar tasarımın temel çatısı içinde yer almaz. Hareket unsurları, tasarımın içinde kullanılan uygulama alanlarından tipografi, fotoğraf ya da illüstrasyonlardaki canlılığın içindedir. Bir tasarım iki farklı denge sistemi içinde düzenlenebilir: a) Simetrik denge, b) Asimetrik denge (Becer, 2009: 65).

a) Simetrik denge: “*Simetri sözcüğünün iki anlamı vardır. Simetri denildiğinde ilk olarak; iyi orantılanmış ve dengelenmiş parçaların oluşturduğu genel bir yapı akla gelir. Diğer taraftan, hayali bir çizgi ya da düzlemle ayrılmış iki yönlü biçim benzerliği de simetri olarak tanımlanır*” (Becer, 2009: 65). Doğada varlıkların hepsinde bir denge vardır. İnsan anatomisi (gövdesi ve insan yüzü) simetriktir. Simetrik çizgiler, şekiller ve renklerle denge kurmak kolaydır.

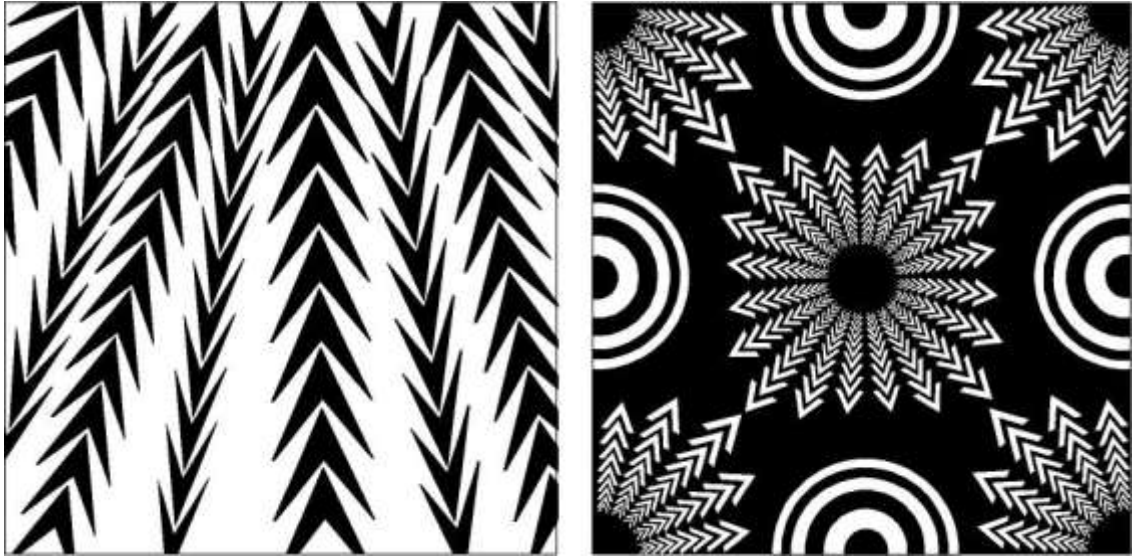
Ancak simetrik görünüm, resme monoton bir etki verdiği için, değişik ölçüler arasında denge kurulmalıdır (Kılıçkan, 2002: 95). İnsan anatomisinin simetrik yapısı, sanat ve tasarım dallarında simetrik biçimlere doğru güçlü bir eğilimin oluşmasına yol

açmıştır. Günümüz grafik tasarımında simetrik düzenlemeler yaygın olarak kullanılmaktadır. Doğada simetrinin değişik türlerine rastlamaktayız.

Merkezi (radial) simetride görsel unsurlar merkezi bir nokta ya da eksenden güneş ışınlarına benzer biçimde üç yüz altmış derecelik bir yayılma gösterirler. Dönel (rotational) simetri ise görsel unsurların bir nokta etrafında dönerek eşit aralıklar halinde sıralanmalarıdır. Bir yüzey ya da boşlukta birbirine benzeyen biçimlerin yoğun bir istif düzeni içinde bulunması (örneğin, yer döşemelerinin oluşturduğu dokular) süslemeci (ornamental) ya da kristal dokulu (crystallographie) simetriye örnektir (Becer, 2009: 65). “*Geleneğin, resmiyetin, otoritenin vurgulanacağı tasarımlarda simetrik denge tercih edilir. Diğer yandan simetri, dürüstlük ve saygınlığın psikolojik simgesidir. Simetri dengeye dayalı kompozisyonlar, daha güvenilir olmaları nedeniyle amatör tasarımcılar tarafından daha çok kullanılırlar*” (Becer, 2009: 66).

b) Asimetrik denge: “*yirminci yüzyıl başlarında ortaya çıkan modern sanat ve tasarım akımları, simetrik dengeyi reddederek; geleneksel olarak simetri noksanlığı ya da bütünü parçaları arasında orantıya dayalı bir eksik anlamına gelen asimetri benimsemişlerdir. Modernist akımlar, birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel unsurlar arasında dinamik bir denge ya da düzen sağlayan bir kavram olarak ele alıp kullanmışlardır*” (Becer, 2009: 67). Hem simetrik dengede hem de asimetrik dengede bir optik ağırlık merkezi vardır. Ama asimetrideki merkez, geometrik merkezden farklı konumdadır

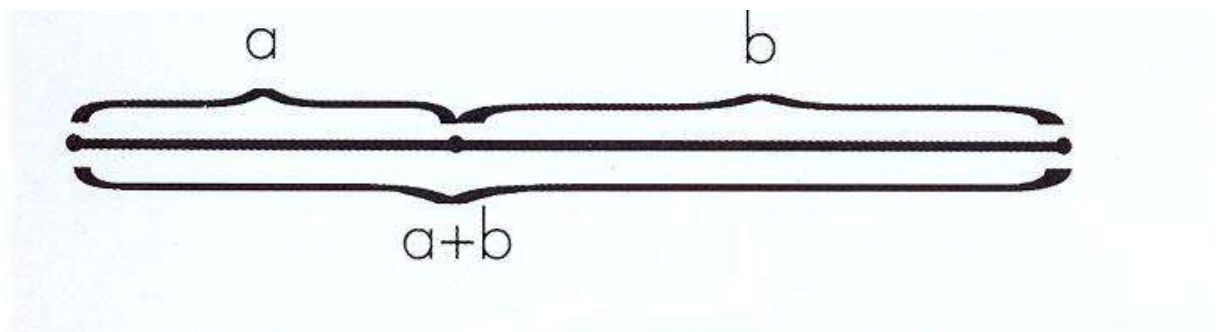
Asimetrik düzenlemenin tercih edilme nedeni, cesur ve sorgulayıcı olmasıdır. Asimetrik denge duygu yüklü ve dışavurumcudur. Simetride durağanlık ve kasılma, asimetride ise hareket ve gevşeme duygusu vardır. Birinde düzen ve kural, diğerinde rastlantı ve keyfilik egemendir. Daha genel bir anlatımla; simetrik katılık ve sınırlılığı, asimetri ise hayatı, eğlenceyi ve özgürlüğü simgeler. Bir kompozisyonun simetrik ya da asimetrik dengeye dayalı olmasının en önemli kriteri, tasarımın konusu ve içeriğidir. Gerek simetrik, gerekse asimetrik düzenlemelerle oldukça etkileyici sonuçlar elde etmek mümkündür. Tasarımcı, oluşturduğu kompozisyonda optik ağırlıklara sahip unsurları belirli dengeler içinde bir araya getirmeye çalışır.



Şekil-1: Asimetrik ve simetrik denge ile kompozisyon.

1.5.2.2. Oran-orantı

Tasarımcı açısından oran ve orantı, boyutlar arası ilişkilerdir. Tasarım yüzeyinin eni ile boyu, görsel unsurların genişlikleri ve yükseklikleri ile bir arada oluşturdukları kitlelerin boyutları arasında daima orantıya dayalı ilişkiler vardır. Bir görsel unsurun tasarım içindeki diğer unsurlarla kurduğu orantısal ilişkiler, algı ve iletişimi doğrudan etkiler. Tasarımcı, görsel unsurların orantısal ilişkilerinde değişken yapılar kurmaya çalışmalıdır. Bir tasarımda uyumlu orantılara ulaşabilmek için matematiksel verilerden yararlanmalıdır (Becer, 2009: 68).



Şekil-2: Oran-1



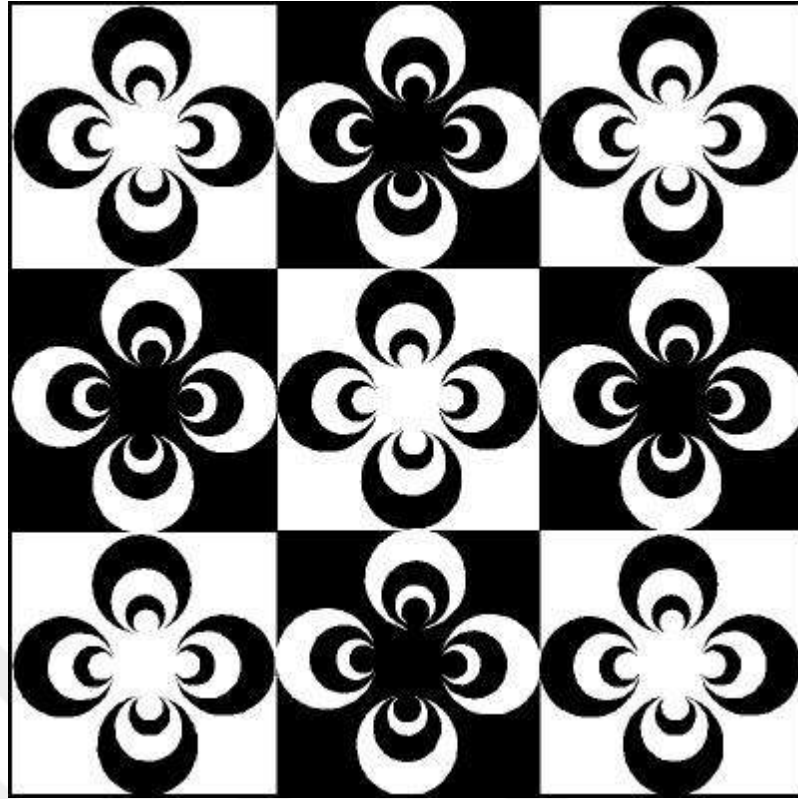
Şekil-3: Oran-2



Şekil-4: Oran-3

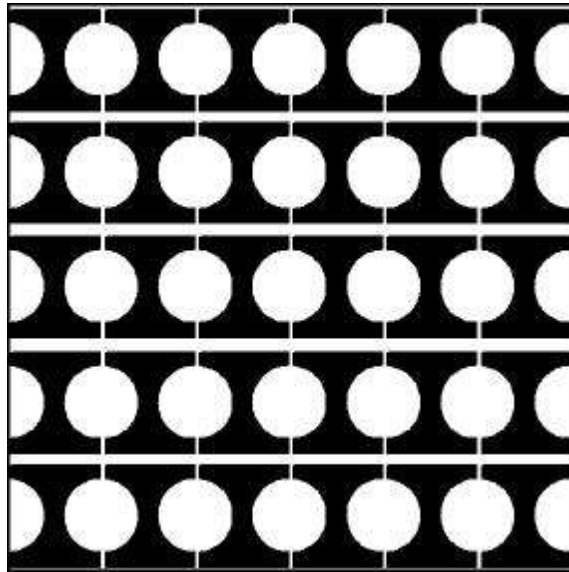
1.5.2.3. Tekrar ve devamlılık

Tasarım içerisinde yer alan unsurların (tipografi, imaj, şekil, vektör, figür vb.) birebir aynı şekilde olması fakat farklı aralık ve yönde kullanılması tekrarı oluşturur. Aşağıdaki tasarımlar tekrar örneği oluşturmaktadır;



Şekil-5: Tekrar

Tam tekrar; Cisim ya da biçimlerin ölçü, biçim, renk, değer ve dokularının tam anlamı ile aynı olması ve bunların eşit aralıklarla aynı yönde kullanılmasıdır.



Şekil-6: Tam Tekrar

Değişken Tekrar; Tasarım içerisinde yer alan unsurların (tipografi, imaj, şekil, vektör, figür vb.) birbirine benzer olmakla birlikte aralarında ölçü, renk, değer, doku yönünden farklar bulunması değişken tekrarı oluşturur.



Şekil-7: Escher. (1938). *Regular Division of the Plane Drawing*

1.5.2.4. Bütünlük

“Birlik, çalışma yüzeyi üzerinde, tasarım (düzenleme) elemanlarının (çizgi, doku, renk, leke, biçim, form, boşluk, değer) tümünün, tasarım ilkeleri (hareket, denge, ritm, vurgu, kontrast, tekrar ve çeşitlilik) doğrultusunda estetik bir bütünlük oluşturmasıdır” (Buyurgan, 2001: 70). Tasarım ilkelerinin belki de en önemlisi, bütünlüktür. Bir tasarım içindeki görsel unsurlar bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde, kompozisyondaki dağınıklık engellenmiş olur. Tasarımcı, kompozisyonunda bir arada kullanabileceği unsurları seçerek gruplandırılmalı ve bunların birbirleriyle uyum sağlayacak biçimde düzenlenmelidir. Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluştururlar.

Benzer nesnelere gördüğümüzde, bunları doğal olarak gruplandırırız. Benzerliğe dayalı bir bütünlük içindeki farklı unsur, dikkati çeker. Farklı olanı öne çıkararak algılamayı sağlamak için, diğer tasarım unsurlarının bir bütünlük içinde bulunmaları gerekir (Becer, 2009: 72).

“Grafik çalışmalarda yazı, ve resim, yazı ve fotoğraf, bütünlüğüne ulaşabilmek için, kullanılan fotoğraftaki benzer yuvarlaklardan yazının kompozisyonun da benzerlikler olmasına ve bunların bir yön dahilinde yerleştirilmesine önem vermiştir. Bu eşdeğerler elemanlar bir sıra oluştururlar. Bu sırada birbirleriyle ilişki ve bağlantıları önemlidir” (Odabaşı, 2002: 130).

1.5.2.5. Vurgulama

Bir tasarımda vurgulayıcı unsurun ne olacağını ve tasarımın neresinde kullanılacağını saptanması gerekir. Vurgulayıcı unsur, konuya, müşterinin tutumuna ve hedef kitlenin özelliklerine göre değişebilir.

“Vurgulamanın, tasarımın optik merkezinde yer alması çoğunlukla yerinde bir karardır. Vurgulayıcı unsurun böyle bir noktaya yerleştirilmesi, mesajın daha çabuk ve etkili aktarılmasını sağlar. Bir tasarım yüzeyinde her şey aynı anda vurgulanmak istenirse, vurgu kavramı yok olur. Bu nedenle, önce algılanması gereken vurgulayıcı unsurun birden fazla olmamasına dikkat edilmelidir. Çok sayıda görsel unsurun eşit düzeyde vurgulandığı bir tasarımda vurgulamadan söz edilemez. Vurgulama; ön plana çıkması gereken unsur ile ikinci planda kalması gereken unsur arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi kontrastı ile sağlanabilir” (Becer, 2009: 74).



Resim-1: Joseff Hoffmann.(2008) *Evans ve Thomas. Afiş Tasarımı*

Yukarıdaki tasarımda farklı türde ritimler farklı hareketleri meydana getirmiştir. Ritimler, düzenli ve durağan hareketlerle dolu olabilir

1.5.2.6. Zıtlık

Evrenin genel olarak dengesini “Zıtlık” oluşturur. Gezegenlerin yörüngelerinde-hareketlerini sağlayan “itme -çekme gücü” gibi, “doğum - ölüm” de yaşamın en temel hareketini sağlar. Elektrik akımını oluşturan pozitif ve negatif elektrik yükünün bir araya gelmesi gibi erkek ve dişinin birlikteliği ile yaşamın sürekliliğinin sağlanması doğanın temel ilkesi olan “Zıtlık” sayesinde. Gece-gündüz, canlı-cansız, genç-yaşlı, hafif-ağır, sert-yumuşak, az-çok, iyi-kötü, yakın-uzak, büyük-küçük, sıcak-soğuk, açık-kapalı, kısa-uzun, güzel-çirkin, eski-yeni, doğal-yapay, tatlı-tuzlu, düz-eğri, sabah-akşam, ilkbahar-sonbahar, yaz-kış, boş-dolu, mat parlak, saydam-opak, köşeli-yuvarlak, yatay-dikey, kalın-ince, ıslak-kuru, katı-sıvı, dar-geniş gibi zıtlık kavramına birçok örnek vermek mümkündür. Bir bakıma zıtların birbirlerine anlam kazandırdıkları da söylenebilir.

Büyük, küçük olmadan büyük olmaz, hafif, ağır olmadan hafif olmaz. Zıtlar birbirlerini tamamlar ve birbirlerini anlamlı hale getirirler. Zıtlık kavramı, sanat ve tasarım açısından da oldukça önemli bir unsurdur. Karşıtlık, kontrast gibi kelimelerle eşanlamlı olan “Zıtlık” tasarımdaki temel dengeyi oluşturduğunda monotonluk yıkılır. Tasarımın ya da herhangi bir sanat eserinin heyecan verici, merak uyandırıcı, canlı, fark edilebilir, kışkırtıcı, çarpıcı olmasını sağlar. Herhangi bir zıtlık etkisinden yoksun bir tasarım sıkıcı, monoton, hareketsiz ve cansızdır. Beyin algılamada refleks olarak algıladığı her öğenin zıttını çağrışımla denetler, düzenler ve değerlendirir. Bu nedenle beyin algıladığı doğada, idrak ettiği her bütünde, kendiliğinden zıtlıkların var olduğunu bilir ve biriktirir. Bu birikim tasarımın kavranmasında ve değerlendirilmesinde ister istemez rol alır. Öğrencilerin temel sanat eğitimi derslerinde “Zıtlık” kavramının özünü kavramalarına yönelik yürütülecek çalışmalarda, sınırların, kalıpların ve klişelerin yıkılması hedeflenmelidir (Akçadoğan, 2006: 291-292). Bir tasarımda biçimler arasında ortak ya da yakın nitelikler bulunmaması durumunda bir uyumsuzluk olurken diğer taraftan bu durum tasarıma canlılık verir (Güngör, 2005: 136).

Zıtlık kontrast olarak da ifade edilir. Tasarımda zıtlık biçimler arasında da olabilir renk, ton, yön, doku, aralık ile yatay kullanım dikey kullanım ve birçok farklı şekilde oluşturulabilir.

Zıtlığın tamamlayıcı, dengeleyici bir görevi vardır. Bu zıtlığı hayatımızda da gözlemleyebiliriz. İnsanları iyi, kötü, güzel çirkin olarak ayırırız. Tasarımda da bir

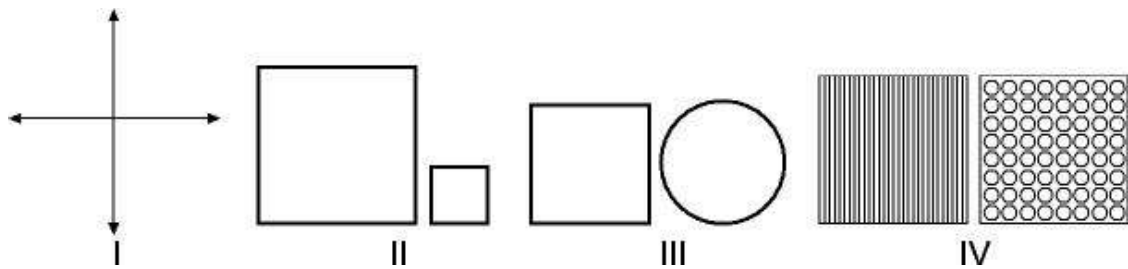
noktada yarattığımız zıtlıkla aslında tasarımı bütünleriz. O nokta da yaratmış olduğumuz kontrast tasarımı monotonluktan kurtarır (Buyurgan, 2001: 122).

1.5.2.7. Birlik ve çeşitlilik

“Birlik, çalışma yüzeyi üzerinde, tasarım (düzenleme) elemanlarının (çizgi, doku, renk, leke, biçim, form, boşluk, değer) tümünün, tasarım ilkeleri (hareket, denge, ritim, vurgu, kontrast, tekrar ve çeşitlilik) doğrultusunda estetik bir bütünlük oluşturmasıdır” (Buyurgan, 2001: 122). Tasarım ilkelerinin belki de en önemlisi, bütünlüktür.

Bir tasarım içindeki görsel unsurlar bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde, kompozisyondaki dağınıklık engellenmiş olur. Tasarımcı, kompozisyonunda bir arada kullanabileceği unsurları seçerek gruplandırılmalı ve bunların birbirleriyle uyum sağlayacak biçimde düzenlenmelidir. Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluştururlar. Benzer nesnelere gördüğümüzde, bunları doğal olarak gruplandırırız. Benzerliğe dayalı bir bütünlük içindeki farklı unsur, dikkati çeker. Farklı olanı öne çıkararak algılamayı sağlamak için, diğer tasarım unsurlarının bir bütünlük içinde bulunmaları gerekir (Becer, 2009: 72).

“Grafik çalışmalarda yazı, ve resim, yazı ve fotoğraf, bütünlüğüne ulaşabilmek için, kullanılan fotoğraftaki benzer yuvarlaklardan yazının kompozisyonun da benzerlikler olmasına ve bunların bir yön dahilinde yerleştirilmesine önem vermiştir. Bu eşdeğerler elemanlar bir sıra oluştururlar. Bu sırada birbirleriyle ilişki ve bağlantıları önemlidir” (Odabaşı, 2002: 130).



Şekil-8: Yönde, Değerde, Biçimde, Dokuda zıtlık.

1.5.2.8. Boşluk ve Doluluk

Müzikte, şiirde, konuşmada meyan susmaların karşılığıdır. Mozart’a göre “bestelerin en güzel kısmı susmalardır”. Bazı düşünürlere göre en büyük feryat

süküttür, Şiiri meydana getiren, güzellik katan, kağıt üstüne yazılan kelimeler değil, onların arasındaki boşluktur. Resimde pozitif elemanların yanında negatif elemanlar da vardır.

Negatif elemanlar genellikle, espasa işaret eder. Resim sanatında boş alanlar özgürlük olarak yorumlanabilir. Matisse sanatının ilkelerini ilişkileri resmetmek olduğunu söyler. Sanatçılar sanat elemanlarını, eserlerini organize bir bütün haline getirirken sanat ilkelerine göre düzenler, kontrol ederler. (Boydaş, 2007: 20) Tasarımda yer alacak tipografi unsuruyla negatif alan birbirine kontrast oluşturur. Kontrastı dengeli bir biçimde ayarlamamız gerekir.

Bir tasarımda biçimler bir zeminin ya da bir arka planın içindeki şekillerdir. Biçimler genellikle, pozitif alanı oluşturmaktadır. Tasarımda şekil, yazı vb. alan pozitif, boşluk içeren şekil, yazının olmadığı alan ise negatif alanı oluşturur. Tasarımda parçaların uyumlu bir denge içerisinde olabilmesi için, tasarımın içindeki biçimler ile biçimler etrafındaki alanın düzenlenişi arasında hassas bir ilişki kurmak gereklidir. Tecrübeli tasarımcılar, şekillerin biçimine ve etraflarındaki zeminin biçimine eşit önem veririler. En temel tabiriyle alan, negatif alan diğer unsurlarca etkin hale getirilen bir alandır. Grafik tasarım, belirli bir alanda bulunan unsurların düzenlemesiyle ilgili olan bir disiplindir.

Sanatçılar tasarımlarında dikkati, fotoğraf yazı veya resimli konulara odaklama eğilimindedirler. Fakat sanatçılar bu grafik unsurları, dinamik ve görsel açıdan sunmak için aynı zamanda grafik unsurları etrafındaki alanı da tasarlamalıdır. Bir çizgi ya da biçim unsuru, bir boşluk alanına uygulandığında alan, aktif hale gelir. Bir tasarım içerisinde negatif ve pozitif boşluğun değiştirilmesi tasarımı değiştirir. Tasarımda negatif boşluklar izleyicinin dinlendiği noktalardır. Bir tasarımda negatif ve pozitif alanlar dengeli değil de o tasarım görsel açıdan zayıf bir tasarım olacaktır.

Barok mimari, modern heykeltıraşlık ve mimarlık, Uzakdoğu sanatı ve felsefesi arı biçimle uzamda biçimlenen karşı-biçimi çarpıştırır ve birinin anlamıyla ötekinin yarattığı etkiye eşit bir değer yükler. Modernlerin Barok mimariyi yeniden ele alıp değerlendirmelerinin bir nedeni de bu mimari de boş mekânın bütünlük içerine oturtulmasıdır (Jean, 2010: 141-142).

1.5.3. Fonksiyon

Fonksiyonellik işleyiş bakımından amaca uygunluğunun ve belirli bir amaçla ilgili eylem türü uğruna yapılm görevinin ifadesidir (Turgut, 1989: 34). Grafik tasarım sürecinde fonksiyonellik kavramı çok kullanılmaktadır. Çünkü fonksiyon kelimesi Türkçe anlamda, kullanışlığı olan fayda sağlanan nesnelere için geçerlidir. Bir sanat eserinde, yararlılık aramak aslında yanlıştır. Çünkü, hazzın yararlılıkla ilgisi yoktur. Eğer fonksiyonellik güzelliğin şartı olsaydı, bir eşya kullanışlı olduğunda güzel, olmadığında çirkinleşecekti (Turgut, 1989: 12). Bu düşünceden hareket edildiğinde sanat eserlerinin hiç birinde yararlılık aramamak gerekir, Fakat bir seramik sanatçısı eserini tasarıma dönüştürürken güzellik endişesiyle birlikte fonksiyonellik özellikleri de arar. Osmanlı döneminde yapılan duvar çinileri fonksiyonellik ve güzellik ortaklığına bir örnek teşkil edebilir. Grafik tasarımlar içinde aynı düşünceyi vurgulamak mümkündür.

Örneğin; bir zarf, afiş, kitap kapağı, tabela ve ambalaj tasarımlarında fonksiyonellikle, güzellik birlikte ele alınan öğelerdir. Grafik tasarımla sanatsal bir eser arasında ki en etkili fark, sanat eserinin, sanatçının iç dünyası ve bir takım duygular ve etkileşimlerle istediği gibi çalışması ve eserini oluşturmasıdır. Grafik tasarımcı ise, müşteri tarafından verilen siparişin; kullanılabilirlik, yararlılık, güzellik, standartlık gibi ortak ifadelerini göz önüne alarak meydana getirmek zorundadır. Formun yapısal elemanları ile fonksiyon yönünden ortaya koymuş olduğu imkanlar arasında bir ilişki kurmak ve eseri bu ilişkiler içerisinde değerlendirmek gerekmektedir.

1.5.4. Estetik

Sanat eserindeki özsel ve biçimsel değerleri inceleme bilimine estetik denmektedir. İdeal güzeli bulma çabaları her sanat dalında ve her tasarım sürecinde sanatçıyı meşgul eden bir konudur. Grafik tasarımcı duygularını tekniğiyle birleştirip estetiği çalışmasında kullanarak sonuca ulaşmalı ve aynı duyguları hedef kitleyle paylaşmalıdır (Tepecik, 2002: 95).

Estetik kısaca bir tanımlamayla algılama ve algılama duygusudur (Leved, 2003: 90). İnsanın doğasında bulunan güzellik tavrının yönlendirilmesi renk ve biçimlerde ortak zevklerin ortaya konulma işi, grafik tasarımcının görevidir. Grafik tasarımcı, tasarım öğelerinden biri olan estetik unsuru daima ön planda tutmalıdır. Grafik tasarımcı estetik özelliği ortaya koyarken; çizgi, yön, doku, biçim, renk, ton, ışık, gölge,

aralık, uygunluk, zıtlık, benzerlik, tekrar gibi temel tasarım bilgilerinden yararlanmalıdır (Tepecik, 2002: 95). Temelde insan yaratılışında var olan estetik haz duygusu, tüm tasarım çalışmalarında titiz bir şekilde araştırılan ve eserin içerisinde kullanılan bir tasarım öğesidir. Estetik felsefi bir konu olarak düşünürler tarafından ele alınmış ve uzun uzun incelenmiştir. Mağara dönemlerinden günümüz insanına kadar, estetik arayışlar hep olmuştur ve olmaya kuşkusuz devam edecektir. Özellikle eski Yunan döneminde estetik, düşünürler tarafından değişik biçimlerde yorumlanmıştır.

Ünlü matematikçi Pythagor güzelliği sayıların gizeminde aramıştır. Platon'a göre estetik, "*zihnin duyguları içerisinde akıl yürütmektedir*". Aristo ise estetik yorumunu güzelin hem doğada hem de toplumda olduğunu söyleyerek yaklaşmıştır. Platinos'a göre, "*güzel, ruhun bedende zekanın ruhta birliğin zekada yansımasıdır*". Şehitler ise, ideal güzellik, ideal insanlıktan gelmektedir. Hayal ise sanatı oyun olarak görmez, ona görevler verir ve bir amacının olmasının gerektiğini savunur (Turgut, 1989: 20).

1.6. 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*" 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.

1.7. Afiş Sanatının Tarihçesi

İnsanoğlu ilk çağlardan bu yana birlikte yaşamının başlıca gereksinimi olan iletişime ihtiyaç duymuştur. Düşünce ve kavramlara dayanarak görsel bir anlatım yolu denemiş ve değişik tekniklerle elde ettiği tasvirler, grafik sanatların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. İki iletişim türü olan yazının ve resmin, bir arada kullanılmasıyla oluşan grafik tasarım, XIX. yy. sonu ile XX. yy. başında gelişen sanat hareketleriyle bugünkü etkinliğine dönüşmüştür. Özellikle, kâğıdın bulunması, Batı ile Doğu arasındaki ticari ilişkilerin artması, Doğuda bulunan kâğıdın, matbaa mürekkebinin, ağaç kalıpla resim basma tekniğinin Batıya gelmesini sağlamıştır. Bu dönemde endüstri devrimi ile birlikte endüstriyel tasarım ve ambalaj tasarımı gibi yeni alanlar ortaya çıkmıştır. Açılan fabrikalar toplumun ihtiyaçlarına cevap verirken yaşanan en büyük problem, yeni tasarımların oluşmasında kendini göstermiştir. Problemi gidermek için “Arts and Craft” ve “Bauhaus” okulları açılarak birçok mimar ve tasarımcının yetiştirilmesine zemin hazırlamıştır. (Anadolu sanat dergisi, 2005: 172)

Grafik sanatlar afiş, amblem, logotayp, ambalaj ve kitap tasarımı vb. çeşitli, baskı teknikleriyle çoğaltılabilen her türlü ürün grafik kavramı içerisinde yer almaktadır. Ancak bu bölümde dünyada ve Türkiye’de grafik sanatları içerisinde yalnızca afiş sanatının ortaya çıkışı ve gelişimi üzerinde kısaca durulmaktadır. İlkçağda afişin fonksiyonelliğini M.Ö. 4000 yıllarında Asur ticaret kolonilerinin Anadolu’daki alışverişlerinde mallarını daha iyi tanıtmak ve satmak amacıyla, yazı ile yazılmış olan kil tabletlerde örnekleri görülmektedir.

Roma İmparatorluğu’nda da gladyörlerin savaşları ve sirk oyunları gibi gösterileri tahtadan yapılmış levhalara yazılarak ve Roma sokaklarında duvarlara asılarak halka duyurulmuştur. Afiş sanatının ilk modern temsilcisi, Fransız sanatçı, Jules Chéret’tir (1836–1933). Daha çok kadın figürlerinin yer aldığı Paris’in eğlenceli dünyasını eserlerine büyük renkli afişler olarak taşımıştır. Bu dönemin önemli sanatçılarından birisi de, Henri de Toulouse Lautrec’tir (1864–1901). Paris’in renkli gece hayatını afişlerine konu seçmesi ve yazıyla resmi bir arada kullanması açısından önemli bir yeniliktir (Tepecik, 2002: 72).

1.8. Afiş Tasarımı

Grafik tasarım ürünlerinden afiş diğer grafik ürünlere göre sokaktaki insana daha yakındır. Afişler, sergilendikleri alanlarda kısa süre içerisinde pek çok kişi tarafından görülebilmektedir. İnsanların görebilecekleri hemen her yerde sergilenmelerinden dolayı topluma aracısız ulaşma olanağı bulunmaktadır. Bu nedenle neredeyse “*en demokratik kitle iletişim aracı*” olarak tanımlanmaktadır. Afişin amacı, bir ürünü, bir hizmeti tanıtmak ve duyurmaktır. Afişte iletilmek istenen mesaj, çeşitli grafik öğelerin düzenlenmesiyle hem işlevsel hem de estetik bir ifadeyle tasarlanır. Afişin başarılı olması için grafik öğelerin tasarım ilkelerine göre düzenlenmesi ön koşuldur. Grafik öğeler, biçim-resim, renk, yazı, amblem, marka, slogan vb. olarak sıralanabilir (Bektaş, 1992: 42). Afişin tasarım aşamasında izlenme süresi dikkate alınması gereken önemli bir ölçüttür (Muhammed, 2004: 10). Afiş tasarımcısı, konusuna ya da afişin sergileneceği mekâna göre, afişin izlenme süresini dikkate alarak en uygun boyutu seçip, afişi buna göre tasarlayabilmelidir.

Afiş tasarımcısı, çalışmaya başlamadan önce, afişin sosyal kültürel ve ekonomik boyutları için bir ön araştırma yapmalıdır. Kültürel afişler grubunda değerlendirilen tiyatro afişinde, izleyenin oyunun içinde kendisini oyuncu gibi hissedeceği ve oyunla özdeşleşebileceği bir tasarım yaratılmalıdır (Tepecik, 2002: 75). Afişi tasarlariken tasarımcı aynı zamanda; afişteki ilgi çekici yanlarını ortaya koymaya özen göstermelidir.

Ancak bunu yaparken, kullanılan şekil, renk, yazı ya da resmin amacını aşmamasına, afişi ve iletmeye çalıştığı mesajı gölgede bırakmamasına dikkat etmelidir. Alıcı kullanılan rengin ya da şeklin gereğinden fazla etkisinde kalıp afişin iletisini almakta zorlanmamalıdır. Afiş tasarımında aranılan özellikler aşağıdaki gibidir:

Dikkat Çekicilik: Afiş tasarımının yazı öğeleriyle desteklenme zorunluluğu vardır. Tasarımcının yazı ailesinin çeşitli karakterlerini tanıması gerekmektedir. Afişin mal ve hizmet tanıtmadaki hedef kitlesi, afişteki yazı karakterlerini kendi ruhsal durumlarına uydurmaya çalışırlar. Örneğin, uzun ve ince bir yazı ile yapılan tasarımda kadınların ilgisini çekecek ve yazıyı kendi görüşleriyle psikolojik olarak bütünleştireceklerdir. Afiş tasarımında hedef kitle seçilen grubun toplum içindeki sınıf yapısı göz önüne alınmalı ve bu doğrultuda çalışmaya başlanmalıdır (Tepecik, 2002: 75).

Sadelik ve Biçim: Afiş tasarımında mesajın anlaşılır biçimde verilmesi, sadelik kavramını oluşturur. Bu özellik renk, çizgi ve kompozisyon öğeleriyle sağlanır. Çizgi, renk ve tipografik ilişkilerin birlik içinde olması afişteki uyumu arttıracaktır. Böylece afiş ve izleyici arasında anlamlı bir iletişim sağlanmış olacaktır. Sadelikten anlaşılması gereken, resim ve yazı birliğinin, afişin ana fikrini en iyi biçimde özetlemesidir. Çünkü afiş bir kitle iletişim aracıdır ve kitle iletişimde verilecek mesaj tüm izleyicileri ortak noktalarda birleştirmelidir. Afişte kullanılan gereksiz renk ve yazılar, sadelik kavramını zayıflatacaktır. Çünkü tüm zevk ve isteklerin tek buluşma noktası afişteki yazı ve resimlerdir (Tepecik, 2002: 76). Afiş tasarımında önemli diğer bir nokta biçimdir. Grafik ürünlerinin çoğaltmaya dayalı olduğu düşünülürse, tasarlanacak afişin birtakım baskı standartlarına uygun olarak tasarlanması gerekir. Standart ve estetik unsurların birlikte kavranılıp bir uyum içerisinde verilebilmesi tasarıma hâkim olmayı gerektirir. Hedef kitle durumunda olan müşteri gruplarının, okuma yazma oranları, kültürel ve sosyal düzeyleri, sanatsal zevkleri de tasarımcının afişin biçimini belirlemesine yol gösterebilir.

Ayrıca tasarımcı alışıldık biçimlerin dışında yaratıcılığını kullanarak alışlagelmiş geometrik biçimlere dayanan afiş tasarımları ile ilgi uyandırabilir.

Endüstriyel ve Ekonomiklik: 18. yüzyıldan bu yana sanayi ve teknoloji alanındaki gelişmelerin sonucunda yerleşen bir kavram olan endüstriyellik, çağımıza özgüdür. Hazırlanan her tasarım üretim aşamasından geçer ve çoğaltılır.

“Çoğaltılan ürünlerin birbirine uyma yani standart olma özelliği söz konusudur” (Tepecik, 2002: 76). Standart olma özelliğini ise makineler sağlar. Makineye giren her ürün aynı niteliklere sahip olarak çıktığı takdirde endüstriyel ve ekonomik olma özelliğine de kavuşmuş olur. Bir afiş tasarımı matbaa teknikleri kullanılarak üç ana renkten (cyan, magenta, yellow) oluşur ve üç ana rengin kullanımı ile doğadaki tüm renkler elde edilir. Bu renklerin üzerine basılan siyah mürekkep ise koyu ve ışısız bölgeleri ortaya çıkarmak için basılır. Sayılan bu renkler dışında kullanılacak her özel renk afişin ekonomik olma özelliğini azaltabilir, maliyetini arttırabilir. Afişin biçiminden kaynaklanan ekonomiklikte önemlidir. Örneğin; kâğıdın oval biçimlerde kullanılması, ikinci bir makine işini gerektireceğinden masraflı olacaktır. Dolayısıyla grafik tasarımcı özel afiş biçimleri oluştururken, kâğıdın ekonomik ve endüstriyel olma özelliklerini göz önünde bulundurmalıdır (Tepecik, 2002: 77).

Estetik Özellikler: Kelime anlamı olarak estetik; doğa ya da sanat ayrımı yapmaksızın doğrudan ideal güzele yönelmez. Her sanat dalında ve her tasarım sürecinde olduğu gibi ideal güzeli bulma çalışmaları afiş sanatçıların da ilgilendiği bir konudur. Grafik tasarımcı, afiş tasarımında estetiği teknik ile birleştirip kendisinin hissettiği duyguları izleyiciyle paylaşabilmelidir. Çünkü sanatın amacı karşısında buluna kişiyle konuşmaktır. Bu konuşmalar imgeler, semboller ve biçimlere yeni anlamlar yüklemekle kazanılabilir. Grafik tasarımcı estetik özellikleri ortaya koyarken, temel sanat eğitimi ilkeleri ve elemanlarından faydalanır. Bunlar; çizgi, yön, doku, biçim, aralık, renk, ton, ışık, gölge, uygunluk, zıtlık, benzerlik ve tekrardır (Tepecik, 2002: 77).

İyi tasarlanmış bir afişten beklenen; fark edilmesi, mesajın kolayca algılanabilmesi, anlaşılabilmesi ve etkilemesidir. Afişin güzel olması, başarısı için yeterli değildir. Etkileyici olması, insanların hedeflenen amaç doğrultusunda harekete geçirmesi gerekmektedir.

Bu doğrultuda afişin, mesajı etkili biçimde iletmesi ve hedef kitleye uygun olması için bazı özelliklere göre tasarlanması gerekir. Afiş tasarımında şu unsurları bulunmalıdır:

Mesaj: Tasarımcı, afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı, verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır (Becer, 2009: 202).

Mesaj-İmge Bütünlüğü: Tasarıma temel oluşturan düşüncenin fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyon yoluyla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı, mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha da güçlendirdiği belirlenmelidir (Becer, 2009: 202).

Sözel Hiyerarşi: Tasarımcı, afişte yer alan başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında- izleyiciyi mesajdaki önem sırasında göre yönlendirilecek hiyerarşik bir yapı kurmalıdır (Becer, 2009: 202).

Fark edilebilirlik: Bir afiş mesaj, mesaj- imge bütünlüğü ve söze hiyerarşi gibi yukarı bahsedilen ölçütlere uygun gibi görünseler de, etkisiz ve yavan olabilirler. Böyle bir sonucu engelleyecek tek şey, tasarımcının hayal gücüdür. Yaratıcı düşünce ve buluşun hiçbir kuralı yoktur. Buluş ve yaratıcılık içeren her şey, afiş tasarımına da

yansıtılabilir. Çünkü bir afiş için en önemli ölçüt; fark edilebilmektir (Becer, 2009: 202). Yukarıda anlatılan değerlendirme kriterlerine ekleme yapmak mümkündür. Bunlar:

- Afiş akılda kalıcı mı?
- Teknik açıdan yeterli mi?
- Hedeflenen amaca uygun mu?
- Sayfa tasarımı olarak dengeli, etkili ve özgün mü?
- İmge ve tipografi bütünlüğü sağlanmış mı?
- İletişimi gerçekleştirebiliyor mu?
- Baskı tekniklerine uygun mu?
- Afişte okunaklılık sağlanmış mı?
- Afişte renk uyumu sağlanmış mı?
- Hedef kitleye uygun bir mesaj ve anlatım biçimi kullanılmış mı? Gibi afişin değerlendirilmesiyle ilgili olarak sorular sorulabilir. (Becer, 2009: 202)

Afişte olması gerekenler;

- Afiş harekete geçirmelidir, izleyiciyi bilgilendirmeli ya da istek uyandırmalıdır.

- Harekete geçirici ve eyleme itici olmalıdır.
- Hedef kitleye göre düzenlenmeli, anlaşılır bir dil bütünlüğüne sahip olmalıdır.

Afişte olmaması gerekenler;

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

Değildir (Becer, 2009: 202).

Tasarımcı tüm bu noktaları göz önünde bulundurduktan sonra ortaya çıkan ürün, mesajını hedef kitleye açıklıkla sunabilen, açık, anlaşılır ve akılda kalıcı nitelikte, izleyici üzerinde etkiler bırakabilen başarılı bir afiş olacaktır.



Resim-2: Folies Bergeres, (1893) “Fleur de Lotus” Afiş Tasarımı.

1.9. Dünyada Afiş Sanatının Gelişimi

19.yy.’da Arts and Crafts Hareketi ile Art Nouveau’ya geçiş sırasında afiş endüstrisi başlamıştır. Fransa’da Art Nouvea’ya geçişte Jules Chéret (1836–1933), Eugéne Grasset (1841–1917), Toulouse-Lautrec (Bkz: Resim: 5-6) ve Alphonse Mucha (Bkz: Resim: 3) önemli rol oynamışlardır. 1881’de çıkan Fransız basın özgürlüğü ile birçok sansür hükümlerini kaldırılmıştır. Bu yasayla afişlerin resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışında her yere asılabileceğine izin verilmiştir. Böylece afiş endüstrisinde büyük bir gelişmeye yol açılmıştır Arts and Crafts Hareketi tasarım sanatları için bir yön yaratmış, Jules Chéret modern afişin babası olarak ilk atılım yapan sanatçı olmuştur.

Chéret, resimli afiş öncüsü olarak afişlerinde güzel kadın figürlerine yer vermiş, yarattığı kadın tipiyle “kadın özgürlüğünü” vurgulamıştır (Bektaş, 1992: 18-19). 19.yüzyılın sonuna doğru büyük ölçüde artan sanayi üretimiyle birlikte reklâmcılık da

gelişmiştir. İlgiyi ürünlere ve hizmetlere çekmenin en iyi yolunun renkleri ve tasarımlarıyla afişler olduğu ortaya çıkmıştır. Taşbaskı teknolojisi kaliteyi, çok sayıda baskı yapma imkânı ve “sokak sanatı”nın geniş çapta yayılmasını sağlamıştır (Felbiner, 2005: 44).

Grasset tarihselci bir yaklaşımla Ortaçağ ve egzotik Doğu sanatına duyduğu eğilimi yapıtlarına taşımış, Lautrec ise, keskin gözlem gücüyle Paris’in gece yaşamını perde arkasını, derinlemesine insani manzaraları çizerek yansıtmıştır. Mucha 1895–1900 arasında Art Nouveau’ya en geniş kapsamlı ifadesini kazandırmış, (Bkz: Resim: 3). Moravya halk sanatı ve Bizans mozaiklerden izler taşıyan çalışmalarıyla ayrı üslup oluşturmuştur. İngiltere’de modern anlamdaki afiş tasarımının örneklerini Dudley Hardly (1866–1912) afiş ve reklâm tasarımını yeğleyerek Fransız afişinin niteliklerini, İngiliz afiş tasarımına taşımıştır. Bearsdley’den etkilenen ve Dört Mac’ler olarak adlandırılan, Mackin-Tosh, Herbert McNair, (1868–1955), Margeret (Bkz: Resim: 8) (1865–1933) ve Frances (1874–1921) Macdonald’ın oluşturduğu grup Glosgow okulunu kurarak Avrupa’da özellikle Avusturya’da büyük beğeni uyandırıp etkili olmuşlar; ince uzun dikdörtgenlere karşıt olarak ovaler, daireler ve yaylar kullanarak karakteristik bir görsel üslup yaratmışlardır (Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi, 1997: 702-703). Resimli afiş Amerika’da önce yayın endüstrisi tarafından benimsenmiştir. “*Harper’s*”, “*Century*” gibi dergilerin yeni sayılarını tanıtan afişler bayilerin ilan tahtalarına asılırken, yeni çıkan kitaplar da afişlerle tanıtılmaya başlanmıştır. Amerika’nın en ünlü Art Nouveau temsilci illüstrasyon, kitap ve afiş tasarımcısı Will Bradley’dir (Bkz: Resim: 9). Sanatçı, tipografik tasarım konusunda özgür bir yaklaşım sergilemiştir.



Resim-3: Alfons Mucha. F. (1891) “.Champenois Imprimeur-Editeur” Afiş Tasarımı.

Avusturya’da Viyana Yaratıcı Sanatçılar Birliği tarafından oluşturulmuş olan “*Secessionstil*”, Glasgow Okulu gibi Art Nouveau’nun Fransa ve Almanya’da gelişen çiçek motifli üslubuna karşı çıkmıştır. “*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).



Resim-4: Euquné GRASSET. (1894). “Fort he Second” Afiş Tasarımı.

Almanya’da Art Nouveau, Jugendstil (Gençlik Stili) adıyla ortaya çıkmıştır. Bu dönemde yetişen en önemli grafik tasarımcı Ludwing Hohlwein afişin gelişmesine katkıda bulunarak reklâmcılığın özüne uygun egzotik motifler ve sert kâğıda basılmış fotoğrafları andıran bir üslup yaratmıştır.



Resim-5: Henri de Toulouse- Lautrec “*Japon Divan Tiyatrosu İçin Afiş*” Tasarımı.

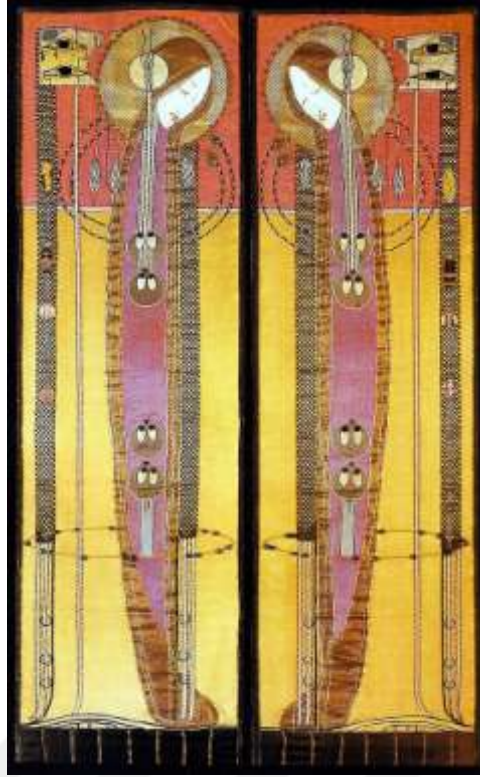


Resim-6: Henri de Toulouse. “*Lautrec Artside Bruant Kabaresinde*” Afiş Tasarımı.



Resim-7: Ludwig Hohlwein, Woche. (1910). “festival” Afişi Tasarımı.

Avrupa’da 20.yy.’ın başında sosyal, politik, bilimsel, kültürel ve ekonomik alanda yaşanan büyük karışıklıklar ve değişiklikler, hem bunalımlara yol açmış hem de insanın ve evrenin doğası konusundaki mevcut düşünceleri yıkarak daha somut ve farklı dünya görüntüsü yaratmıştır. I.ve II.Dünya savaşlarında yaşananların ardından yeni bir “dünya görüşü” ile grafik tasarım için yeni bir görsel dil yaratılmıştır.



Resim-8: MargaretMacDonald. (1902). “Embroidered Panels” Afiş Tasarımı.



Resim-9: Will Bradley. (1894). “Chap Book” Afiş Tasarımı.

Kübizm, Fütürizm, Dadacılık, Gerçeküstücülük (Surrealizm), De Stijl ve Konstruktivizm (Yapımcılık) grafik dilin biçimini ve çağımızdaki görsel iletişimi doğrudan etkilemiştir (Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi, 1997: 703). Kübizm, yeni bir yapısal düzen arayışı içinde biçimsel sanat hareketidir. Geometriyle temellenen bu yeni anlayış içinde grafik tasarıma yönemelerde kübist harekete katılan ressamalar, 1920'lerin afiş tasarımcıları için esin kaynağı olmuştur. Özellikle kolaj tekniği, figür ve nesnelere piktoğrafik bir biçimde stilize edilmesi, grafik tasarımın gelişim sürecine katkı sağlamıştır.

Fütürizm, bir yazın hareketi olarak başlamış ancak kısa bir zaman sonra görsel sanatçılar tarafından uyarlanmıştır. İtalyan şair Marinetti, tipografik kompozisyonlarında her biri imgenin özelliklerine dayalı olarak farklı tavır sergileyen bir sürü görsel unsuru bir araya getirmiştir. Önce ses, eylem, hareket gibi ifade biçimlerinin grafik simgelerini oluşturarak, çalışmasındaki edebi unsurların birbiriyle ilişkilendirerek görsel bir strateji izlemiştir. Marinetti'nin "Onun Yatağında Bir Gece" adlı kompozisyonu, tipografide görsel kaliteye iyi bir örnek oluşturmuştur (Bkz: Resim: 10). Bu kompozisyonda sözcükler, dile dayalı işlevlerinin yanı sıra, görsel nitelikleriyle de sayfayı adeta bir imgeye dönüştürmüştür (Becer, 2007: 67-72-73).

Dadaizmde genellikle toplumda olumsuz ya da yıkıcı olarak kabul edilen unsurları yapıtlarında kullanarak şoke edici ve protestocu bir anlatım biçimine yönelen dadacılar, hemen hemen bütün alışkanlık ve geleneklere karşı çıkarak sınırsız bir özgürlüğü savunmuşlardır. Bu akımın grafik tasarımdaki temsilcileri, Kurt Schwitters, John Heartfield (Helmut Herzfeld) ve George Grosz'dur (Becer, 2009: 102). Bu sanatçılar halkı bilinçlendirmek ve sosyal değişimi sağlamak üzere, sanatsal etkinliklerinin çoğunu görsel iletişime yöneltmişlerdir. John Heartfield, fotomontajın çarpıcı nitelikteki aykırı unsurları bir araya getirme özelliğini güçlü bir propaganda silahı olarak kullanarak, Weimer Cumhuriyeti ve büyüyen Nazi Partisini, afiş tasarımıyla hedef almıştır (Bkz: Resim: 11). George Grosz da çizdiği karikatür ve hicivleriyle yozlaşmış olan toplumu eleştirmiştir. Alaycı ve aşağılayıcı tavırlarıyla toplumsal değerleri kökünden sarsan Dadaizm 1912-1922 yılları arasında diğer sanat dallarıyla birlikte grafik tasarımın görsel diline devrimci yenilikler getirmişlerdir (Bektaş, 1992: 49).



Figure 21. At night, as herald. . . . F.T. Marinetti, from *Words in Liberty* (Milan, 1919).

Resim-10: F.T.Marinetti (1919) “*Onun Yatağında Bir Gece*” Afiş Tasarımı.



Resim-11: John Heartfield. (1933). “*Hitler Salute*” Afiş Tasarımı.

Dadacı yaklaşımı temel alan Sürrealizm, Pariste 1920’de doğmuştur. Gerçek olarak kabul edilenin arkasında “*daha gerçek bir dünya*”yı araştıran Sürrealistler, yapıtlarında düşlerden, bilinçaltından ve sezgiden sıkça yararlanmışlardır (Becer, 2009: 102).

Sürrealizm, grafik tasarımın görsel anlatım konusunda; hayal gücü, düş ve sezgi gibi soyut kavramların somut görsel terimlerle ifade edilmesi, grafik tasarımda kavramların görsel olarak anlatılması sürecini başlatmıştır. Ayrıca somut nesnelere alışlagelmiş mantık zinciri dışında, bambaşka bir bağlamda kullanarak, izleyicide akılda kalıcılık açısından çok etkili bir unsur olmuş ve grafik tasarıma uyarlanmıştır. Sürrealizmin bir kavramı veya konuyu birçok açıdan ele alarak yapıtta işleme biçimi, grafik tasarımın görsel dilini zenginleştirmiştir (Bektaş, 1992: 52).



Resim-12: Alexander Rodchenko "Dobrolet" Afiş Tasarımı.



Resim-13: El Lissitzky. (1919). "Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun" Afiş Tasarımı.

1910–1920 yılları arasında Rusya’da yaratıcı sanat alanında yaşanan parlak dönem 20.yy. grafik tasarım ve tipografisinin biçimlenmesinde uluslararası boyutta etkili olmuştur. Suprematizm ve Konstrüktivizm yaklaşımında, ressam, mimar ve grafik tasarımcısı El Lissitski’nin tasarladığı “*Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun*” adlı afişi Süprematizm’in ve Proun (yeniyi oluşturmak için projeler) çalışmalarının grafik tasarıma uygulamasının en başarılı örneklerini oluşturmaktadır (Bkz: Resim: 13). Lissitski, karmaşık iletişim mesajları için de montaj ve fotomontaj tekniklerine başvurmuş; afişlerde, sayfa ve kapak düzenlemelerinde, baskı unsurlarından kompozisyonlar yaparak fotografik görüntüleri kurgu malzemesi olarak kullanmıştır.

Konstrüktivizm’in en önemli temsilcilerinden biri olan Alexander Rodschenko ise tipografi, montaj ve fotoğrafla tasarım yapma konusunda öncü olmuştur (Bkz: Resim: 12). 1917’de Van Doesburg, Mondrian, Vilmos Huszar, Oud ve ressam Van der Leek Hollanda’da De Stijl grubunu kurarak yeni bir mimarlık ve grafik tasarım dili yaratmış ayrıca teknolojiyi, toplumsal ve insani değerleri görsel biçimle birleştirmeye çalışmışlardır.

Weimar Uygulamalı Sanatlar Okulu I.Dünya Savaş’ından sonra başa geçen Gropius tarafından yeni bir eğitim biçimi başlatmak üzere okulun adını Bauhaus Okulu olarak değiştirilmiştir. Bauhaus, özellikle mobilya ve tipografi konusunda De Stijl’den etkilenmiştir.

Sanatçı, mimar, zanaatçı ve endüstri arasındaki bağları yeniden kurmayı ve böylece sanatla endüstriyi birleştirmeyi amaçlayan Bauhaus Okulu’nda çok yönlü sanatçı Moholy- Nagy, grafik tasarım ve özellikle afişin tipo-foto’ya doğru gelişmekte olduğunu görmüştür. Sanatçı, yazıyla fotoğrafın nesnel bütünleşmesini ve mesajı hemen iletmesini “*yeni görsel yazın*” olarak adlandırmıştır. Güzel sanatlarla uygulamalı sanatlar arasındaki sınırları ortadan kaldıran Bauhaus, sanatı, tasarım yoluyla yaşamla yakın bir ilişki içine sokmayı başarmıştır. Grafik tasarım alanında 20.yüzyılın başında ortaya çıkan yaratıcı yeniliklerin büyük bir kısmı modern sanat hareketlerinin bir uzantısı olarak meydana gelmiştir. Bu hareketlerden bağımsız “*Yeni Tipografi*” adıyla önemli gelişmeler olmuş, estetiğin işlevi yaratacağı ilkesi anlayışı Jan Tschichold tarafından tanıtılmıştır (Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi, 1997: 706-707).

I. Dünya savaşından sonra “*Modernizm*”le makine ve teknolojiye duyulan güven sanat ve tasarıma yansımıştır. Leger’nin mekanik, makine ürünü, endüstriyel biçimleri

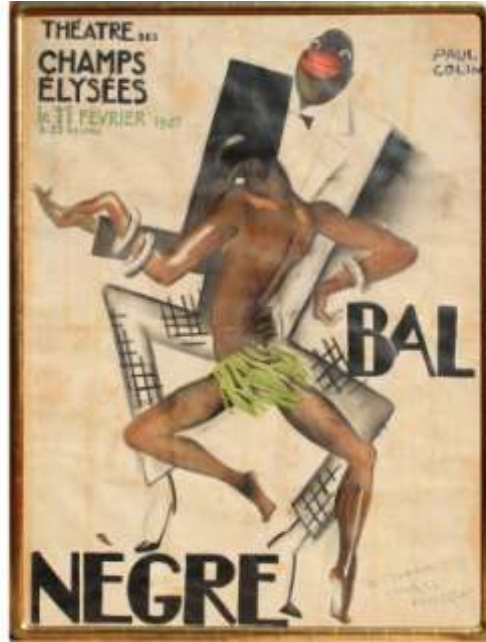
benimsemesi, bunların önemli birer tasarım kaynağı haline gelmesini sağlamıştır. Grafik tasarımcılar arasında E. McKnight Kauffer ve A.M. Cassandre yaratıcılıkta olağanüstü başarı göstermişlerdir. Kauffer, afiş ve diğer tasarım konularında modern sanat ilkelerini ve özellikle Kübizmi, görsel iletişim sorunlarına uyarlayarak ürünler vermiştir.

Cassandre'nin bütün yapıtlarında sözcüklerle resimleri bir kompozisyon bütünü içerisinde değerlendirmiştir. Bu niteliği “Etoile du Nord” (Bkz: Resim: 14) afişinde kübist, konstrüktivist ve fütürist etkilerinden yararlanarak gösterir (Bektaş, 1992: 97-99).

Cassandre nesnelere yalınlaştırarak ikonografik biçime dönüştürmüştür. Cassandre'nin bu tarzı onu sentetik kübizme yaklaştırmıştır. Reklâm grafiğinde sıkça kullanılan tasarım üslupları ve tipografi Art Deco stiline biçim vermiştir. Bu stilin örneklerini Cassandre, Paul Colin ve Jean Carlu vermektedir (Becer, 2009: 102).



Resim-14: A.M.Cassandre. (1927) “Etoile du Nord” Afiş Tasarımı.



Resim-15: Paul Colin (1942). “*Tiyatro Afişi*”. Tasarımı Lithograph Baskı.

20.yy’ın ortalarına doğru Paris’in dünya kültür merkezi olma özelliğinin New York’a kaymasıyla bu kent grafik tasarımda öncü bir nitelik kazanmaya başlamıştır. 1940’larda başlayan özgün Amerikan tasarımı geliştirme çalışmaları 1950’lerde olgunlaşarak uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Modernizm’i Amerikan grafik tasarıma uyarlayan grafik tasarımcıların önde gelenlerden biri de Paul Rand’dır. II. Dünya savaşından sonra, grafik tasarım “*kavramların görsel anlatımı*” olarak nitelenen bir yönde gelişme göstermiştir.

Bu dönemden başlayarak artık görüntülerle yalnız bilgi değil, aynı zaman da düşünce ve kavramlar da aktarılmaya başlanmıştır. Bu yeni yaklaşımda özellikle 20.yy. başındaki modernist sanat hareketleri kaynak oluşturmuştur. Kübizm’in mekan anlayışı, Gerçeküstücülük’ün kendi ortamından soyutlama, farklı öğeleri aynı ortamda yeni bir bağlamda bir araya getirme ve soyut kavramları görselleştirme yöntemleri, Dışavurumculuk ve Fovizmin saf renk kullanımları ve Pop Sanat’ın iletişim nesnelere dir.

Bu yeni yaklaşımda güzel sanatlarla görsel iletişim arasındaki sınırlar kalkarak kavramsal yaklaşımı benimseyen Polonya, ABD, Küba, Almanya ve Fransa ülkeleri olmuştur.

II. Dünya Savaşı’ndan sonra Polonya grafik tasarım konusunda büyük bir aşama göstermiştir. Dünyaca ünlü Polonyalı afiş sanatçıları Henryk Thomaszewski, Jan Lenica, Franciszek Starowieyski, Waldemar Swierzy ve Roman Cieslewicz, kendilerini

ifade etmek için ikonografik bir dil yaratarak afişin olağanüstü bir gelişme göstermesini sağlamışlardır (Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi, 1997: 708-709).



Resim-16: Félix Beltrán. (1971) “*inCUBAdora*”. Afişi Tasarımı.

1970’lerde Modernizm’in geleneği reddeden tavrına karşı çıkış gibi görünen PostModernist, tasarımların çoğu öznel bir bakış açısının egemenliği içinde tasarımcı, iletişim kurmaktan çok kendini ifade etmeyi yeğleyen bir sanatçı konumuna girmiştir.

Neville Brody, Duffy Desing Group, Grapus ve Rudy Vanderlans, Post Modernist yaklaşımın başarılı örneklerini vermişlerdir (Becer, 2009: 111).

Bütün bu dönem ve sanat hareketlerine baktığımızda afişin ortaya çıkışından bu yana, teknik olarak, biçimsel ya da dilsel olarak afiş her ne kadar çok değişmiş ve farklı etkiler yaratmış olsa da iletişim açısından problem edindiği şey ve sorumluluğu aynı kalmıştır. Ancak niteliğini ve sesini yükseltme açısından gitgide daha fazla büyümüş, insanlığı daha fazla sarmalamıştır.



Resim-17: Jean LENICA. (1964). *Alban Berg'in Wozzeck Operası Afişı* Tasarımı.



Resim-18: GRAPUS. (1982). Paris afiş ve Reklâmçılık Müzesindeki “*Grapus Sergisi*” Afişı Tasarımı.

1.10. Türkiye’de Afiş Sanatının Gelişimi

Türk afişçiliğinin cumhuriyet öncesine kadar uzandığını gösteren bazı belgeler vardır. O dönemde, daha çok toplumu çeşitli kuruluşlara yardıma çağıran afişler “*örneğin donanmaya yardım çağrısı*” yapılmıştır.

Balkan Savaşından sonra, toplumu yetimlere yardıma çağıran, yalnızca yazıyla hazırlanmış taşbaskı afişlerin kahvelere, Ferah Tiyatrosu için yapılmış yine taşbaskı afişlerin de tiyatro kapısına asıldığı bilinmektedir. Ayrıca, harf devriminden önce, Darülbeydi için de eski harflerle bir afiş yapılmıştır. Bu arada, Batı’dan getirilen bazı afişler kullanılmış, Fransız bisküvileri, İsveç çikolataları, ilaç ve giyim gibi bazı ürünler için yapılmış bu afişler, sokaklardan çok dükkânların içlerine asılmıştır. Türk afiş sanatının gerçek temelleri 1925 yılından sonra, İhap Hulusi Görey’in Çalışmalarıyla atılmaya başlandı. Almanya’da öğrenim gördükten sonra 1925’te Türkiye’ye dönen İhap Hulusi, Türk afiş sanatının kurucusu sayılır. Ludwig Hohlwein’in etkisi görülen afişlerinde, genellikle fotoğraflardan yararlanarak, bir iki rengin tonlarıyla gerçekçi anlayışta çalışmış ve uzun yıllar bu sanat dalının tek kişisi olmuş, ayrıca Türkiye’de ilk kişisel afiş sergisini de açmıştır (Sakızlı, 1992: 70).

Ludwig Hohlwein’in etkisinde kalarak benimsediği, “*kesin çizgilerle belirlenmemiş gölgelerle*” yaptığı resimler, Yusuf Ziya Ortaç’ın ifadesi ile “ne resim-karikatür, ne karikatür-resim” dir. 1925’lerde daha Türkiye’de, grafik konusunda basın ilanları dışında özgün bir çalışma da pek bulunmamaktaydı. İhap Hulusi, Türkiye’de grafik sanatının ilklerinden ve öncülerinden olmuştur. O yıllarda Osmanlı topraklarında, 34 ilde nüfus 20 milyona yaklaşmasına rağmen, gazete ve dergi baskı sayısı birkaç yüz’lük rakamlarla ifade edilmekteydi.

İstanbul daha yeni atlı tramvaya kavuşmuş; fotoğraf ve sessiz film daha yeni yeni çok dar bir kesimin hayatına girmeye başlamıştır. Daha kapalı geleneksel tüketim alışkanlıklarının yerini, toplumsal tüketim normlarının almaya başlamasına yıllar vardır. Üstelik iktidarlar ve savaşlar gazetecilikten reklamcılığa ticaretten sanata kadar her alanda darbeler vuracak ve toplum yeni gelişmelere gebe olsa da, her şey ağır aksak geliştirecekti.



Resim-19: İhap Hulusi. (1953). “Yeni Yıl” Afîşi Tasarımı.



Resim-20: İhap Hulusi “Bayer” Reklam Afîşi Tasarımı.



Resim-21: İhap Hulusi. Reklam Afişi Tasarımı.

Resim-22: İhap Hulusi. Reklam Afişi

Tasarımı.



Resim-23: İhap Hulusi, “Sümerbank” Reklam Afişi Tasarımı.

İhap Hulusi, bir öncüydü. Osmanlı ile Cumhuriyet Türkiye’si arasında kurulan grafik sanatı köprüsüydü. 1928’e kadar eski Türkçe ile grafik tasarımlar gerçekleştirdi; 1928’den başlayarak yeni bir alfabe gündeme geliyordu. Birkaç yabancı dil bilmesi ve Almanya’da çalışmış olması onun için bir avantaj oluşturdu. Bu nedenle grafik ile kaligrafi arasındaki o çok yakın ilişkiye yabancı kalmadı; çok çabuk adapte oldu. Latin

harfleriyle basılan ilk Türk Alfabeti'nin kapağını da o gerçekleştirdi (Çeviker, 1993: 10).

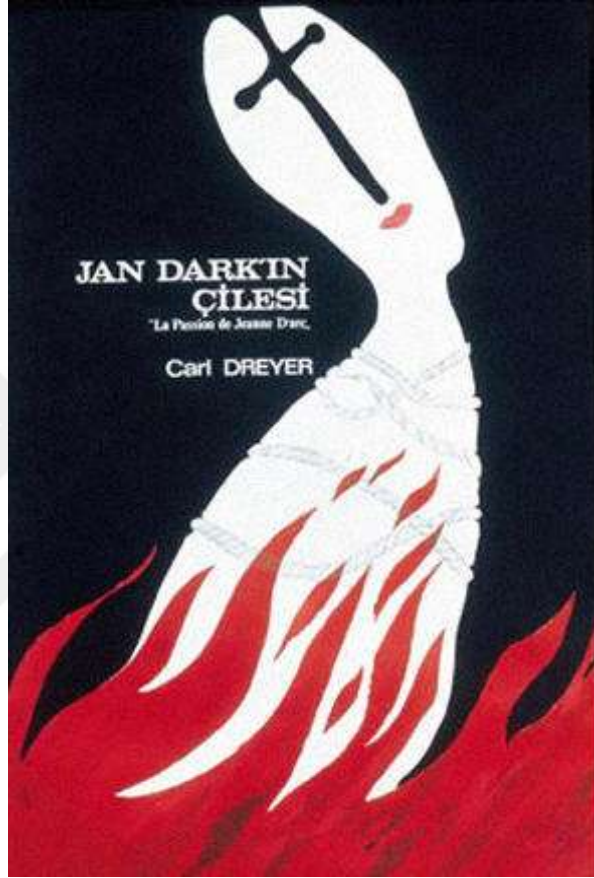
1927 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Weber adlı eğiticinin yönetiminde açılan afiş atölyesinin başına, 1932'de resim eğitimini Paris'te tamamladıktan sonra yurda dönen Mithat Özer getirilmiştir. 1940 yılına kadar bu görevde kalan Mithat Özer, ilk Türk afiş eğitimcisi olmuştur. Uzun yıllar Almanya'da Ufa ve Tobis adlı film kuruluşlarına gerçekçi bir anlayışta, çok ustaca resimlenmiş afişler yapan Kenan Temizan'sa, Türkiye'de pek afiş üretmemiştir. 1959 yıllarına kadar İhap Hulusi Türkiye'de en çok afiş yapan sanatçı oldu. 1950 yıllarında Selçuk Önal, Mesut Manioğlu, Fikret Akgün, çalışmalarıyla ilgi çekmeye başladılar.



Resim-24: Mesut Manioğlu, “*Veremle Savaş*” Konulu Afiş Tasarımı.

O dönemlerde en çok afiş üretilen sanayi dalı olan sinema'da Selçuk Önal başarılı afişler yaptı. Aynı yıllarda Mesut Manioğlu, fırça oyunlarına girmeden, yalın ve dolaysız anlatıma yönelerek, dönemin Batı anlayışına uygun afişler üretti (Bkz. Resim:22). Selçuk Önal ve Mesut Manioğlu'nun afişleri, bildiriye sunma, renk, düşünce, düzenleme ve biçimleme açılarından İhap Hulusi'nin afişlerinden çok farklı ve o

dönemin ruhuna uygun çağdaş yapıtlardı. 1960 yıllarında, duvarlarda daha renkli zaman zaman soyut aşamasına varan zeminlerin kullanıldığı afişler görülmeye başlandı; Güzel sanatlar Akademisini bitirdikten sonra, Paris'te 5 yıl Paul Colin'i atölyesinde çalışarak 1958'de yurda dönen Fikret Akgün'ün bu afişleri baskı tekniğinin gelişmiş olması sayesinde ortaya konmuştu.



Resim-25: Mengü Ertel. “Jan Dark’ın Çilesi” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-26: Mengü Ertel “Keşanlı Ali Destanı” Oyunu Afişi Tasarımı.

Daha önceki yıllarda da afiş yapmalarına karşın, Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel, özellikle 1960 yılından sonra afiş sanatında etkili olmaya başladılar. Daha çok tiyatro afişleri gerçekleştiren bu iki sanatçıdan Yurdaer Altıntaş, büyük lekelerden oluşan ve içeriğe önem veren çarpıcı afişler yaptı. Ocak 1964’te Türk-Alman kültür merkezinde açtığı sergi büyük ilgi gördü ve belki de ilk kez Türk sanat dergilerinde afişten söz edilmeye başlandı.



Resim-27: Mengü Ertel, *Koroğlu Opera Afişi* Tasarımı.

Daha sonra Mengü Ertel, yurt içinde ve dışında açtığı sergilerle, Türk afiş sanatının gelişmesine katkıda bulundu Mengü Ertel'in uygulanmış afişleriyle sergiler için yaptığı uygulanmamış afişleri arasında ayrılıklar görülür. Sergiler için yapmış olduğu tiyatro afişlerinde genellikle yalnızca yazarın ve oyunun adı vardır; tiyatro, yönetmen, dekoratör, hatta oyun türüyle ilgili hiçbir şeye rastlanmaz. Geçmiş dönemdeki afiş sanatçılarımızın, yapıtlarında kullandıkları yazılar hep kalıplaşmış yazılardır. Genellikle, konuya uyabilecek özgün yazılara rastlanmaz. 1960 sonrasında afişlerde boyut değişiklikleri görülmüş, o yıllara kadar en çok 70x100 boyutunda yapılan afişler sonradan 100x140 gibi daha büyük boyutlarda ele alınmıştır. Günümüzdeyse çok daha büyük ve değişik boyutlarda afişler yapılmakta, reklam fotoğrafçılığının gelişmeye başlaması, afişlerde de fotoğrafın ağırlık kazanmasına yol açmaktadır. Baskı tekniğinin gelişmesinin yanı sıra afiş için gerekli her tür malzeme ve tekniğin varlığı da, eskiye oranla afiş sanatçısına büyük olanaklar sağlamaktadır.



Resim-28: Mengü Ertel, *Moskova Olimpiyatları Afiş Yarışması, Üçüncülük Ödülü.*

Grafik sanatların öbür dalları 1970 öncesinde pek etkin olmadığından sözünü ettiğimiz sanatçılar, grafik sanatların hemen her dalında ürün vermelerine karşın, afiş sanatçısı olarak ün yapmışlardır. Sait Maden, Erkal Yavi, Aydın Erkmen, Turgay Betil, Sadık Karamustafa, Bülent Erkmen, gibi grafik sanatçıları da afiş yapmaktadırlar ama

yalnızca afiş sanatçısı sayılmaları yanlış olur (Gelişim hacettepe alfabetik genel kültür ansiklopedisi, 1983: 6). Türkiye’de son yirmi yıl, grafik sanatçılarının motif ve üsluplaştırma da bireysel tutum ve kavrayışları ne olursa olsun, gelişen ekonomik ve kültürel yaşamın etkinliğini vurgulayan boyutlar getirdikleri bir süredir. Özel tiyatroların afiş konusuna önem vermeleri, Mengü Ertel’in araştırmacı çalışmalarına destek olmuştur. Kongre ve festival afişleri alanında da etkinliği olan Mengü Ertel, bazen resimsel değerlerin ağır bastığı ve özel sergilere bile konu olan afiş çalışmalarıyla, grafik sanatlarına karşı beğeni ve ilgi düzeyinin yükselmesinde önemli bir rol oynamıştır

1.11. Afişin Gerekliliği

Afiş, kısa ömürlü bir tanıtım aracıdır. Önemli bir konu hakkında halkı en etkin biçimde haberdar eder. Kent içindeki çeşitli yerlere asılması insanlara olayları sürekli hatırlatmaya çalışması açısından önemli bir kitle iletişim medyasıdır. Afiş sadece üretim tüketim ilişkilerinde halka bilgi vermez, bunun dışında sosyal ve siyasal olayların halka anlatılmasında da önemli ve etkili bir araçtır. Günümüz dünyasında afişler televizyon kadar etkili bir iletişim aracı haline gelmiştir. Çünkü afişin sürekli hatırlatıcılık özelliği de söz konusudur. Günümüzde halkın giriş çıkışı yoğun olan bölgelerde yüzlerce afişi yan yana görmek mümkündür. Halka bilgi vermesi yanında, sanatsal açıdan iyi tasarlanmış afişler kentlerin çevre düzenlemesine olumlu katkılarda bulunurlar.

1.12. İletişim ve Afiş

Grafik ürünleri, işlev açısından iletişim kanalları olarak düşünüldüğünde iletişim kanallarının tasarlanmasında, iletişim kurallarının ürünün başarısını belirlemesi açısından bilinmesi gerekir. Tasarım ilkeleri ürünün varoluş nedenlerini güçlendirerek, ürünün kültürel ortamda bir yer edinmesini sağlar. Afiş bir iletişim aracı olarak düşünüldüğünde, işlevini yerine getirebilmesi için;

1. İletişim sürecinde iletimin, hedef kitlenin dikkatini çekecek biçimde tasarlanması
2. İletimin kodlanmasında kullanılan simgenin, iletiyi gönderen kadar iletiyi alacak, açıklayacak hedef kitle tarafından da bilinen simgeler olması
3. Hedef kitleye yönetilen iletişimin etkili olabilmesi için, mesajın insanların

bireysel gerek simlerine seslenmesi, bu gereksimini duyumsatması, gidermelerine yardımcı olması ve bu yolda onları aydınlatması.

4. İletişim için; hedef kitlenin temel değerlerinin, tutumlarının, grup standartlarının bilinmesi.

5. İletilmek istenen mesajın hedef kitleye erişebilmesi için en uygun iletişim aracı türünün ne olduğunun bilinmesi.

6. Sunulan iletideki yeni bilgilerin ilgi çekebilmesi için bu konu hakkında yok ya da yok denebilecek kadar az bilgisi olan “Bakır” hedef kitleler söz konusu olduğunda, iletinin “Bütünüyle yeni”, bir şey görünmesini engellemeye çalışılması.

7. Zor anlaşılacak bir iletişim sürecine girmeden, hazırlayıcı iletişim süreciyle hedef kitlenin bilgi algılama düzeyinin yükseltilmesi

8. Temel nitelikli, toplumsal değerlere dolaysız saldırılmaması

9. Hedef kitlenin başlangıçtaki konumuyla, o an nasılsa öyle yakalanması, o kitlenin ön iletilerle asıl mesajı olmaya hazır duruma getirilmesi gerekir (Ünsal, 1992: 42-45).

Her durumda az önce sayılanlar, herhangi bir iletinin iletişim sürecinde etkili ve başarılı olabilmesi için öngörülen iletişim kurallarının ortak ilkeleridir. Afiş sadece bir ileti aracı değil, aynı zamanda bir sanatsal hesaplaşmanın sanatçı-tasarımcı tarafından yapıldığı bir etkinlik alanıdır.

İletişim sürecinde katılmış her unsur gibi afişte belli bir mesajı ilgililere sunmakla yükümlüdür. Afiş tasarımcısı ürününü ortaya koyarken yukarıda sayılan unsurlara dikkat edilmelidir. Aksi taktirde afiş amacından uzaklaşmış olacak ve izleyiciye sunduğu görselliğiyle sınırlı kalacaktır.

Görsel yönden güçlü bir afişin mesajının iletmekteki başarısı; yalınlığı, anlaşılabilirliği, çarpıcılığı ve akılda kalıcılığı artıca, artacaktır. Tasarımcı tüm bu noktalara dikkat ederse amacına ulaşacak, hedef kitlesine mesajını sunmakta başarılı olacaktır. Ancak sayılan ve de tasarımcının önemle dikkat etmesi vurgulanan tüm bu ilkeler tek başına afişe sanatsal bir varlık kazandırmaya yeterli olmayacaktır. Tasarımcının ürününe sanatsal bir yön kazandırması onu önceden hazırlanmış kalıplara göre biçimlendirilmesini gerektirmektedir elbette hiçbir sanat dalının olmayacağı gibi afişin de önceden belirlenmiş sınırları olamaz. Ancak afişin bir iletişim unsuru olması

itibariyle ve herkes tarafından aynı şekilde kavranması gereğince kimi özellikleri yapısında barındırması gerekecektir. Sözü edilen unsurlar bunun ötesinde afişe kesin sınırlar çizebilecek ilkeler değil, ancak varlığının iletişim sürecini hızlandırmasından hareketle, dikkat edilmesi tavsiye edilen noktalardır.

1.13. Afiş Yapıtının Öğeleri

1.13.1. Kompozisyon

Öz ve biçimin karşılıklı etkisini ilk ortaya atan isim Aristoteles'tir. Ona göre sanatın ana ögesi biçim, yardımcı ögesi ise özdür. O gerçekliğin esasının biçim olduğunu kabul eder. Çünkü yeryüzünde her şeyin bir biçimi vardır. Biçimin olgunluğa kavuşması, maddenin düzgün olmasını sağlayacaktır. Sanat dalları arasında, bu bakımdan en üstün olanı müzik, bilimlerde ise matematiktir. İlkel dönemlerde önce biçim hazırlanır, daha sonra şekilsiz madde o biçimin içine dökülerek şekillenmesi sağlanırdı. Bu görüş bütün ilk ve ortaçağa hakim olan düşünce biçimidir (Ersoy, 2002: 134).

Aristoteles'in ortaya koyduğu biçim ve öz kavramlarından hareketle afiş sanatını ele aldığımızda, biçimin yerini tasarım, özünkini ise konu ya da iletilmek istenen mesaj alacaktır. Hiçbir sanat dalında önceden hazırlanmış kalıbın içine dökülen bir malzemeymiş gibi, önce biçimin sonra özün ortaya konması düşünülemez. Bu uygulama sanatı kısıtlayıp tek düze bir hale getirir. Aslında bu uygulama sonunda ortaya çıkan ürüne "sanat" adını vermek başlı başına bir hata olacaktır.

Afiş her şeyden önce sanatsal bir ürün olduğundan öncelikle tasarlanması daha sonra en uygun konusunun amacına sunulması düşünülemez. Afiş, tasarımına başlandığı ilk andan itibaren özülle yani amacıyla yoğrulan, tasarımın her aşamasında özle ilişkisi göz önünde bulundurulmuş bir sanat ürünüdür. Bu noktada özünden ayrı düşünülmesi mümkün olmayan afişten mükemmel bir biçim ve öz uyumu beklenir.

Afişin mesajı iletmekteki başarısı, vuruculuğuna, inandırma gücüne bağlıdır. Bu özelliklerden yoksun bir afiş anlaşılmamış ve amacına ulaşmamış olacaktır. Biçim tek başına bir sanatsal değer taşımaz, ancak yanına içeriğin gelmesiyle bir bütünü diğer yarısı konumuna gelir. Biçim içeriği şekillendiren unsur olması itibariyle her zaman ikinci durumdadır. Sanat yapıtının izleyen tarafından algılanışında ise biçim öncelikle

renk, hacim ya da sözlerle kavranır, daha sonra yapıtın derinliklerine inerek sanatsal içeriğini inceler.

Biçim sanat yapıtının sunumunu mümkün kılan unsurdur. Bir sanat ilgili gördüğü kesime mesajını sunarken muhakkak bir biçimin varlığından yararlanacaktır. Biçimin bu vazgeçilmez özelliği konunun sunumunda ancak kendi varlığıyla mümkün olmasından gelir. Konu ise sanat yapıtının biçimini belirleyen unsurdur. Sanatçı konusuna en uygun biçimi belirler ve onu hayata geçirir. Ancak konuya verilen bu değerin derecesi yine sanatçı tarafından belirlenecektir. Sanatçıyı yönlendiren konu'dur konu esastır, konuya göre biçimsel tasarım öğeleri kullanılır. Konu tek başına eserin biçiminin belirlenmesinde etken değildir. Tasarımcının izin verdiği kadarıyla biçim üzerinde etkili olacaktır. Biçim ve konu birbirinden bağımsız düşünölemeyen varlıkları anlam ifade etmesi için birbirine muhtaç iki sanatsal öğedir.

1.13.2. Mekan

Afiş ve broşür gibi grafik tasarımlar ve resim sanatı için fiziksel anlamda derinlik ve mekan yoktur. Burada her iki sanat dalı için vurgulanabilecek olan, iki boyutlu oluşlarıdır. Uygulanan kompozisyon bir bütün olarak kendi içinde kurgusal bir mekan oluşturur. Bu mekan görsel niteliklidir. Kullanılan çizgi, renk, biçim ve leke değeri kendi aralarında kurulan bağ ile tasarımın ya da resmin üç boyutluymuş gibi algılanmasına yardımcı olur. Algılanan mekan sıralanışı ve yoğunluğu ise sanatçının kişisel ifadesine bağlıdır.

Afişlerde kullanılan renk, yazı karakterleri ve leke değeri de afişin mekanını oluşturmaktadır. Afiş tasarımında kullanılan boşluk, satır-yüzey halinde kullanılan renkler mekanın vurgulanmasına yardımcı olacaktır. Afişin üzerindeki, iletinin amacına uygulanan tasarımın içeriğine uygun yazı karakterleri ve diğer lekeler mekana kendin içinde derinlik kazandırır. Mekana hareketlik kazandıran unsurlarda yine kullanılan yazı karakterleri ve renk ilişkileridir. Tüm bu olanaklardan yararlanarak, üç boyutlu mekanı kurgusal olarak görselleştirmek, afişlerde esas amaçtır.

1.13.3. Aralık

Karakterlerden daha açık ve değişken kalınlıkla olan döküm elamanı olarak da adlandırılacak bu kavram ışık etkisiyle nesnelere arasındaki uzaklığa göre

değişken koyulukları ve nesnelerin birbiriyle bağlantılarını vermeye yarayan bir unsurdur. Kompozisyonda kullanılan ışık-gölge ilişkisi, renk, oran farklılıkları, açık-koyu ve ara tonların dağılımı aralığı oluşturur

Çizgi ile soyutlaştırılan nesneler ışığın açıklığı ile değişen görüntüler kazanırlar. Işık en açık beyaz ile en koyu siyah arasındaki bir derecelendirme ile gösterilir. Işığın kullanışı çeşitli şekillerde olabilir. Tek renk ve kütle üzerinde ışıktan gölgeye geçiş sağlayabileceği gibi, çeşitli renklerin uzaklıklarına göre koyuluk ve açıklığın derecelendirilmesi yapının bütününe göre değerlendirilir (Ersoy, 2002: 148).

Afişlerde tasarımın alanı olan boşlukta kullanılan düz ve degradeli (renk geçişli) zeminler, zeminle yazı karakteri ve kullanılan leke değerleri arasındaki kontrast renkler, yazı karakterlerindeki koyudan açık renge doğru geçişler, leke değerleri üzerindeki ışık-gölge oyunları bir bölüm olarak aralığı oluştururlar

1.13.4. İçerik

Sanat yapınının gösterdiği uyum, salt yüzeysel bir karşıtlık değildir. Sanat konusunu ve uyumunu yaşamdaki örneklerden alır ve edindiği malzemeyi sanatsal bir yaratıcılıkla yoğurur. Sanata malzeme olmuş yaratıcılık iki türdür. Birincisi hayal gücü yardımı ile yaratıcı etkinliği sağlamak, ikincisi ise pratik maddi yaratımdır. Yani boya, taş, ses ve sözle somutlaştırmaktır (Ersoy, 2002: 15).

İyi bir sanat yapıtı içerik olarak mantığa dayanmalı ve aynı zamanda tutarlı olmalıdır. Sanatçı neyi, nerede ve ne şekilde kullanacağına karar vermeli, günlük ve yüzeysel olanları aşarak yapıtını düzgün bir içeriğe oturtmalıdır. Bir sanat yapınının çoğu zaman anlaşılmasının altında yatan neden onun maddi yapısından hareket ederek, tinsel “*ruhsal*” içeriğini çıkarabilecek, onu estetik olarak algılayabilecek bir bilincin olmasıdır. Bir sanat yapıtında öncelikle içerik yani konu, sonra da bu içeriğin kendini biçimlendirerek görünür şekil alması ve bu iki yanın birbiriyle ilişkisi içinde bulunuşu söz konusudur.

1.13.5. Renk ilişkileri

Renk tekniği ilk çağlardan bu yana sürekli gelişme göstermiştir. Renk yapıtta çizgiden daha etkili bir öğedir. Duyulara hitap etmesi ve heyecan kaynağı olması bakımından insanları daha çabuk etkisi altına alır. Biçim renk ile dolgunluk kazanır.

Renk, kendi içinde ilişkiler içermektedir. Bu ilişkiler sayesinde, tasarım olgunlaşarak doğru sonucu elde etmeyi mümkün kılar.

Kullanılan renklerin birbirine yakın ya da zıt oluşları, yayıldıkları alanların büyüklük ya da küçüklükleri kurdukları ilişkilerin niteliğini belirler.

Afişlerdeki renkler diğer unsurlarda olduğu gibi tiyatro sahnesinden esinlenerek kullanılmıştır. Afiş tasarımında kullanılan rengin (aralık) üzerinde önemli bir etkisi vardır. Arka planda kullanılan renkler (boşluk zeminde kullanılan düz renkler) kullanılan yazılarla kontrast oluşturarak kompozisyonu ön plana çıkarmaktadır.

1.13.6. Boşluk

Boşluk, tasarım sürecinde varlığıyla katkılarının, yani mekanın ve nesne sınırlayışı ve onlara kazandırışıyla olduğu kadar tasarımın diğer öğelerinin değerlerini vurgulayıcı özellikleriyle, tasarımın vazgeçilmezlerinden olmuştur.

1.14. 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 önce 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 çıkar.

1.14.1. İllüstrasyon Tekniği ile Tasarım

İllüstrasyon tekniği tasarımcının yaratıcı gücünü, kalem ve fırçaya hâkimiyetini ortaya çıkaran bir çalışma türüdür. İnsanlara daha ilgi çekici gelen bir özelliği vardır. Sulu boya türlerinin tümü, kuru boyalar, pastel, guaj boya, akrilik boya veya püskürtme boya çeşitlerinden birini kullanmak mümkündür.

Uygulanışı: yeterli eskiz (ön çalışmalar) çalışmalarından sonra belirlenen afiş tasarımının, eninden ve boyundan birer santim daha büyük olarak kesilen, kaliteli bir karton üzerine eskiz aktarılır. İstenilen boya suyla inceltir ve en açık renklere, en koyu renklere doğru boyama işlemi yapılır. Afişlerde yazı ve metin bilgi vermesi

açısından zorunludur. Bu metinler elle yazılacağı gibi hazır transfer yazı da kullanılabilir veya baskıya girmeden önce montaj aşamasında yazı metinlerini yerleştirmek mümkündür. Tasarım ve uygulama anında baskı tekniği ve zorlukları sürekli göz önünde tutulmalıdır (Bkz: Resim 29-30).



Resim-29: İllüstrasyon Tekniği Afiş Tasarımı.



Resim-30: İllüstrasyon Tekniği Afiş Tasarımı.

1.14.2. Fotoğraf Tekniği ile Tasarım

Fotoğraf, yalın bir şekilde afiş olarak kullanılabilceği gibi, çeşitli laboratuvar teknikleriyle fotoğrafın üzerinde grafiksel değişiklikler yapılarak afiş tasarımında kullanılabilir. Fotoğraf tekniğinde afişle ilgili eskizler yapıldıktan sonra afişi boyutlarından birer santim daha büyük olarak fotoğraf hazırlanır. Daha sonra fotoğraf üzerine yazı yerleştirilir. Yazı, fotoğraf basılırken de karanlık odada basılabilir. Teknolojik yeniliklerle birlikte bu yöntem çok fazla kullanılamamaktadır. Fotoğraf daha çok bilgisayar ortamındaki tasarımlarda kullanılmaktadır (Bkz: resim-31).



Resim-31: Fotoğraf Tekniği ile Afiş Tasarımı.

1.14.3. Bilgisayar Destekli Tasarım

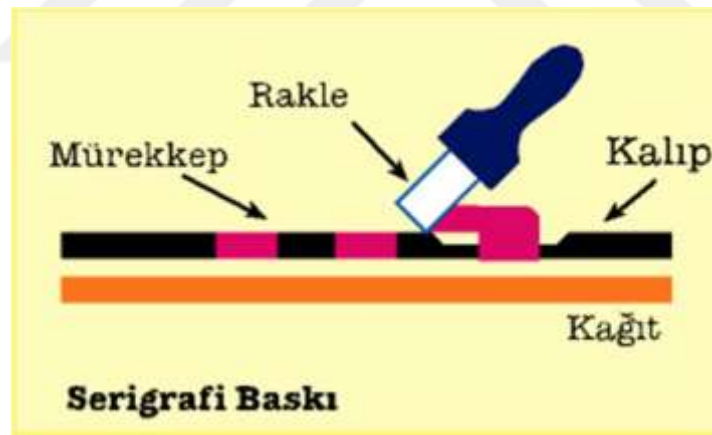
Bilgisayar destekli tasarımda tasarımcı istediği sonucu anında görebilmesi ve hata yaptığında geri dönebilmesi gibi avantajlara sahiptir. Ayrıca bu teknikte çok kısa bir zaman diliminde çok fazla alternatif çalışma yapma olanağını da bulmaktadır. Tabii burada unutulmaması gereken önemli bir nokta da bilgisayarın bir araç olduğudur. Bilgisayarın başına en son aşamada yani uygulama aşamasında geçilmesidir. Tasarım ve taslak'a 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 reklâmcılık 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 (Bkz: Resim-32).



Resim-32: AVENGERS 2 Bilgisayar Destekli Afiş Tasarımı.

1.14.4. Serigrafi Baskı Tekniği

Serigrafi adından da anlaşılacağı gibi, seri olarak yapılan baskı anlamına gelmektedir. Serigrafi 20. yüzyılın en önemli baskı tekniklerinden biridir, aslında serigrafiye benzeyen ilk baskı tekniklerinin, 8.yüzyılda Çin ve Japonya’da at kılından yapılan elek kalıplarla baskı yapıldığı bilinmektedir. Kalıbın ilk biçimi değişmemesine rağmen, zaman içinde elekte kullanılan malzeme değişikliğe uğrayarak günümüze kadar gelmiştir. Sanayi devriminden sonra, İngiltere’de duvar kağıdı yapımında kullanılan serigrafi tekniği, bugünkü gelişimini özellikle ikinci dünya savaşında askeri malzemelerin üzerine baskı yapılması işleminde kullanılmasına borçludur. Serigrafiden, 1950’li yıllarda tekstil sanayinde kumaşların üzerine desen basımında yararlanılmıştır. Bu tekniği diğer baskı sistemlerinden ayıran en önemli özellik, her yüzeye ve her malzeme üzerine baskı yapılabilmesidir (Tepecik, 2002: 130). Serigrafi baskı ile afiş üretmek mümkündür. Mehmet büyükçanga’nın 1969’da tasarladığı Serigrafi baskı tekniği ile yaptığı meşrubat reklam afişi buna iyi bir örnektir (Bkz: Resim:33).



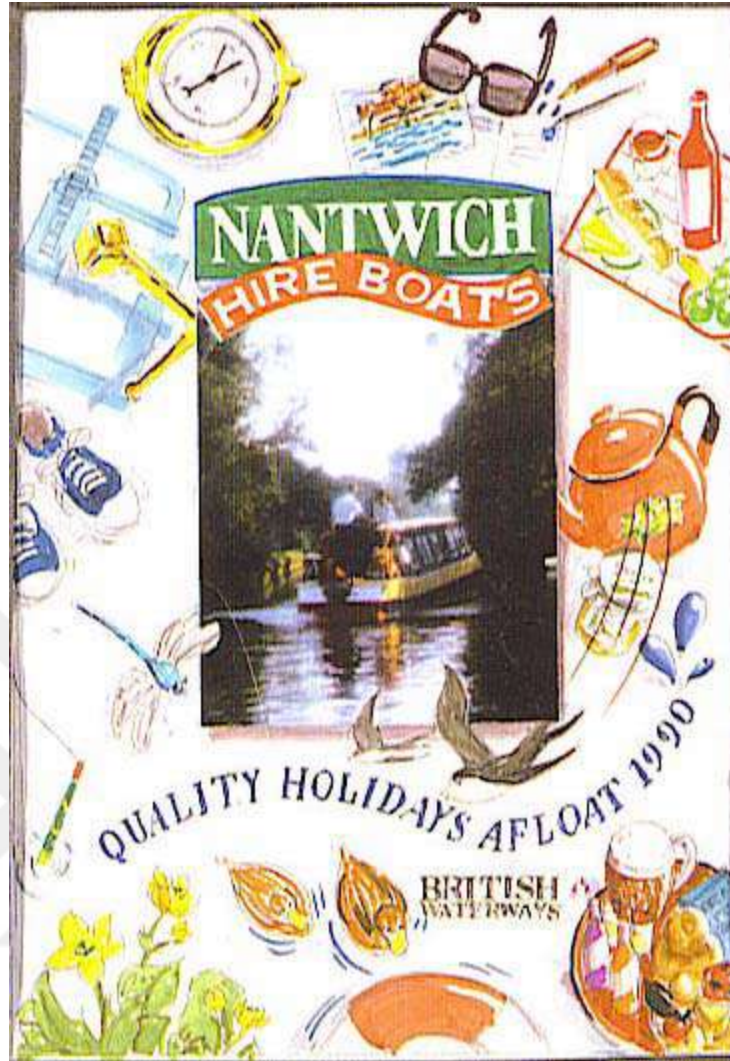
Şekil-9: Serigrafi baskı tekniği şeması.



Resim-33: Mehmet Büyükçanga, (1969). Meşrubat Reklamı Afişi Tasarımı.

1.14.5. Karışık Teknik ile 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 yanı sıra 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.



Resim-34: Colyer.(1990).Karışık Teknik Afiş Tasarımı.

1.15. Günümüzde Kullanılan Baskı Teknikleri

Baskı teknikleri temelde iki gruba ayrılmaktadır.

Sanatsal Baskı Teknikleri:

Genellikle kitle iletişim amacıyla kullanılan ürünler hazırlamaya kaygısı olmayan bu tekniklerin en çok bilineni, litografi (taş) baskı, linolyum (muşamba) baskı, ağaç baskı ve serigrafik baskıdır.

Endüstriyel Baskı Teknikleri:

Günümüzde önemli yer tutan bu 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 (Mazlum, 2006: 19).

1.16. Konularına Göre Afiş Türleri

Tasarım olgusu, insanoğlunun değişen ihtiyaçları ve sosyal yaşantısına eş değer olarak sürekli bir değişim içerisindedir. İçerisindeki mesajı kitlelere duyurmayı hedefleyen afişler, hangi amaçla yapılmış olurlarsa olsunlar kitleleri etkilemeye yarayan grafik ürünleridir. *“Afiş, ister iç ister dış mekanda kullanılmak üzere tasarlansın, bağlı bulunduğu mesajı verme misyonundan dolayı kitlelere yönelik atılımlar yapar. Mesajın taşıdığı anlam, kitlenin algılaması ve işlevine sınıflandırıldığından son derece net bir bölünme ortaya çıkar”* (Güler, 2002: 9).

Tanıtım işlevini yerine getiren, en iyi kitle iletişim araçlarında biri olan afişler, amaçlarına göre su şekilde ayrılmaktadırlar:

1. Kültürel afişler
2. Ticari afişler
3. Siyasi afişler
4. Sosyal afişler.

1.16.1. Kültürel Afişler

Kültür kavramının bir yaşam biçimi olduğu göz önünde bulundurulursa, afiş insanların gereksinimlerine karşılık veren bir ürün olarak kültürel boyutta yerini alır. Kültürel afişler, ticari kaygıların en alt düzeyde olduğu, kültür ve sanat etkinliklerini bireylere duyuran afişlerdir.

Aslında her afiş kültürel bir göstergedir ve tasarımcının kişisel yorumu ve ifade tarzı ile şekillenen, temeli kültürel değerlere kadar ulaşan kültürel afişler, sanatsal ve estetik kaygılar ile tasarlanırken, bünyesinde barındırdığı mesajlarla kitleleri

bilgilendirmeyi amaçlarlar. Tiyatro, sinema, festival, sempozyum, konser ve sergi gibi kültürel faaliyetlerin bireylere duyurulmasına yardımcı olan afisler, bu sınıflama içerisinde gösterilebilir

“Kültürel afisler, “bilgi verirken aynı zamanda bu sahne sanatlarını topluma sevdirecek, toplumun kültür seviyesini yükseltmek amacı da taşırlar. Uygur bir toplumun vazgeçilmez bir parçasını oluşturan toplumla bütünlesen, kalıcı, basılı birer tarih dilimleridir” (Çevik, 1993: 17).

Estetik kaygı ve sanatsal boyutun yüksek olduğu bu yapıtlar, bireylerin de görsel beğeni düzeylerinin artmasında yardımcı olacak niteliktedir. Kültürel afis olgusunun gelişimi incelendiğinde, ilk akla gelen afislerin kabareler, tiyatro ve operalar için yapılan afisler olduğu görülmektedir. Afis tasarımının dünyadaki öncülerinden Jules Cheret’in, tasarladığı sirk, kabare ve opera afisleri, ilk kültürel afis sınıflamasına girmektedir. Kendine özgü tarzıyla Cheret’in açtığı bu yolda, farklı tasarımcılar da kültürel afislerdeki estetik ve sanatsal boyuta katkıda bulunmuşlardır. Türkiye’de ise, 1960’lı yıllardan itibaren Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel gibi grafik sanatçıların, özel çabaları sonucu ürettikleri tiyatro afisleri ile Türkiye’de kültürel afislerin gelişimine büyük katkıları olmuştur. Kültürel etkinliklerin sunumunda özgür olan afis tasarımcısı, illüstrasyondan, fotoğrafa ve tipografiye kadar bütün tasarım öğelerini afisinde kullanabilir, yaratıcılık ve sanat eseri kimliğini ön plana çıkarabilir.

Kültürel afis kimliği taşıyan birçok çalışmanın başarılı olabilmesi için tasarımcının belli bir birikime sahip olması gerekmektedir. Tasarımcının afisinde kullandığı imge ve öğelerin evrensel niteliğinin yanında, kültürel anlamlarının da iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu bilgi ve birikimlerin göz ardı edilmesi durumunda afis, bireyler tarafından algılanması zor bir yapıt haline gelir. Buna karşın çözümlenmesi çok kolay afislerde sıradanlığa düşebilir.



Resim-35: İKSV Film Ekimi Festival Afışı Tasarımı.



Resim-36: İKSV Film Ekimi Festival Afışı Tasarımı.

İKSV film ekimi



Resim-37: İKSV Film Ekimi *Festival Afişi* Tasarımı.

İKSV film ekimi

sonbahar film haftası
13-19 ekim 2006
cinema serması
iksv.org



NOKIA
Nseries



Resim-38: İKSV Film Ekimi *Festival Afişi* Tasarımı



Resim-39: İKSU Film Ekimi *Festival Afişi* Tasarımı

1.16.2. Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri)

Ticari afişler, bir ürünü ya da hizmeti tanıtmak, yeni üretilen ürünler konusunda taze bilgiler sunmak ve ürünün satışını arttırmak adına tüketicinin dikkatini çekerek onları alıcı durumuna getirmeyi amaçlayan afişlerdir. Bu bağlamda, genellikle dış mekanlarda karşılaştığımız ticari afişler, modadan, gıda sektörüne, turizmden, endüstri ürünlerine kadar geniş bir yelpazede kullanılan afişlerdir. Ticari afişler, bireylere bir ürünü ya da hizmeti satın almaya yönlendireceği için, inandırıcılık ve güven ilkelerini içinde barındırması gerekmektedir. Bu yüzden tasarımcılar, kişisel beğenileri doğrultusunda tasarımlarında özgür olamazlar. Bu kısıtlamalar ile düzenleyecekleri görsel imaj ve metinde, hedef kitleye gitmesi planlanan mesajın içeriğine uygun bir grafiksel anlatım oluşturulmalıdır. Her şey insanlar içindir anlayışıyla, tüketim olgusunun her geçen gün biraz daha artması, ürünler arasında daha çok pazar payı elde edebilmek için kıyasıya rekabet yaşanmasına neden olmaktadır.

Bu ticari rekabet ortamında, ürün ve hizmet tanıtımını yapan afislerde etkilenecek rekabet ortamına girmektedirler. Bu bağlamda, tanıtım görevini üstlenen afisler, yenilik ve farklılık yaratma düşüncesiyle tasarlanmalı, tüketicinin duygu, arzu ve tutkularına yönelik imajlar kullanılmalıdır. Tüketiciler, bir ürünü alırken, kendi ihtiyaçlarına çok yakın bir imaja sahip olanına dikkat eder. İmajda çoğu kez markanın çekiciliğine kapılacak tüketiciyi seçer. Bir başka deyişle tüketici, üründen çok markayı satın alır. Bu yüzden reklamın ve dolayısıyla reklam afislerinin amaçlarında biri de ürünü markalaştırmaktır.

Ticari Amaçlı (Reklam) afişleri bir ürün ya da hizmeti tanıtan afişlerdir. Altı sektörde yaygın olarak kullanılırlar:

a) Moda, b) Endüstri, c) Kurumsal reklamcılık, d) Basın-Yayın, e) Gıda, f)

Turizm (Becer, 2009: 201).



Resim-40: Mercedes-Benz Reklam Afişi Tasarımı



Resim-41: Mercedes-Benz *Reklam Afışı* Tasarımı



Resim-42: Beko-Grundig *Reklam Afışı* Tasarımı

1.16.3. Siyasal Amaçlı Afişler

Afiş geniş kitlelere ulaşma ve etkileme gücüyle bir ürünü, hizmeti ya da kültürel bir olayı duyurmasının yanında fikir tanıtımı yapma özelliğine de sahiptir. Afişin kitleleri etkileme gücünden yararlanmak isteyen siyasi topluluklar, siyasal reklam olgusunun ortaya çıkarmasına neden olmuşlardır. Televizyon, radyo, internet gibi kitle iletişim araçlarının siyasi partilerin propaganda ve tanıtımını yaparken, bu medya araçlarının yanı sıra afislere ayrı bir önem verildiği de görülmektedir.

Siyasi afişler, partilerin ve liderlerin tanıtımı yanında seçmenlerden oy toplamak gibi belirli davranışları kazanmak için de tasarlanırlar. Belirli bir tavır, bakış açısını ya da fikri empoze etmeye çalışan siyasilerin göz bebeği niteliğindedir.

“Siyasi afişler; Birinci ve İkinci Dünya Savası sırasında doğmuş, gelişip yaygınlık kazanmıştır. Birinci Dünya Savası’nda İngiltere’deki siyasi afişler milliyetçilik ve vatanseverlik duygusu asılamaya çalışırken, İkinci Dünya Savası’nda Hitler, siyasi afişleri bir silah olarak kullanmıştır. Daha sonraki yıllarda dünyada meydana gelen her siyasal olay, politik-siyasi afişlerin yapımını hızlandırmıştır”(Çevik, 1993: 28). Afişler, siyasi partiler için hala en önemli tanıtım ürünü olma özelliğinin korumaktadırlar. Siyasi partilerin seçim afişlerinde, iç politikada gelişmekte olan olaylar ve yapılması planlanan işler hakkında vaatler islenmektedir. Afişlerde islenmesi hedeflenen konuları görsel hale getirirken, tasarımcının tasarım öğelerini ve görselleri uygun şekilde kullanması ve bir araya getirmesi gerekmektedir.



Resim-43: C.H.P için Yapılan Siyasi İçerikli Afiş Çalışması.



Resim-44: Demokrat Parti için Yapılan Siyasi İçerikli Afiş Çalışması.



Resim-45: Türkiye Birlik Partisi'nin Siyasi İçerikli Afiş Çalışması.

1.16.4. Sosyal Afişler

Sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşünceyi ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler ise sosyal afişler grubunda yer alır (Becer, 2009: 202). Propaganda afişleri, Kızılay, alkolle savaş, aşırı hızla savaşım, AIDS vs... gibi çeşitli kampanyalarda ya da siyasal öğreti ve kurumların yaygınlaştırılması için kullanılır. Bu tür afişler hiçbir zaman yalnızca bilgi verme amacıyla yapılmamaktadır. Genelde buyuruculuk niteliği taşırlar. Görsel eleman olarak afişte çok kullanılan resim, propaganda afişlerinde çok az kullanılır veya ikinci plana itilir. Sanatsal nitelik taşıyan propaganda afişine rastlama çok zordu (Karaarslan, 1994: 5). Sosyal afişler, toplumların yönlendirilmesinde; çeşitli bilgilerin, olayların, düşüncelerin, öğretilerin yayılmasında önemli rol oynarlar. Eğitim, savaş ve politika için yapılan afişler bu grupta yer alır.

Eğitim alanında yapılan afişler bireyler üzerinde olumlu etkilere neden olmakta, örneğin sağlıkla ilgili bir afiş, bireylere sigara ve alkolün zararlarını iletmektedir. Ayrıca günümüzün en önemli sorunları arasında yer alan doğal çevreyi koruma ve nükleer enerjiye karşı olma, afişlerde yer alan diğer konular arasındadır (Becer, 2009: 202).

- Eğitici ve uyarıcı politik bir düşünceyi tanıtan konuları işler.
- Eğitim
- Çevre ve Ekoloji
- Siyasi



Resim-46:Türk Kızılay Kan Bağışı Konulu Afiş Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı.

Sosyal afişleri duyuru, davranış değişiklikler kazandırmada bir kılavuz, prensiplere saygı göstermede yol gösterici, çevre ve sağlık korumasında yaptırım gücü oluşturma vb. gibi görevleri üstlenen sosyal veya siyasi bir amaca yönelik olarak tasarılırlar.

Sosyal afiş kapsamında bir afiş tasarılırken kamuoyunun ilgisini çekme, yeni buluşları ortaya koyma gibi mesajları taşımaktır. Sosyal afişlerin tasarım amacı insanların psikolojik yönlerini dürtülüyerek, sağlam bir iletişim bağı kurmak olmalıdır. Bu afişlerin yazı kısmı, kendine has, kullanılan sloganlar ile kolay ve cana yakın olmalıdır. Bu olmadığı zaman izleyici ile afiş arasındaki bağı kopması durumu oluşabilir. Bazen, sosyal afişlerde yazıyı birinci derecede önemli bir unsur olarak görebiliriz. Nedeni ise, slogan cümlesi öyle etkili olabilir ki, renk ve görsel biçimden

daha önemli konuma geçer ve diğerlerini ikinci plana iter. Renk, form ve yazının bağlantısı dengeli olmalıdır. Bunlar arasındaki ilişkiye dikkat edilirse seyirci ile mesaj arasındaki bağ güçlenir, böylece izleyici afiş yalnızca görme duyusuyla değil, afişle konuşur gibi bir iletişim bağı kurulmuş olacaktır.



T.C. ÇEVRE VE ORMAN BAKANLIĞI

<http://www.cevreorman.gov.tr>

Resim-47: Çevre ve Orman Bakanlığının Erozyon Konulu Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı.

yaşamla ölüm

arasındaki fark...



Resim-48: Emniyet Genel Müdürlüğü Trafik Hizmetleri Başkanlığı'nın

Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı.

II. BÖLÜM

TİYATRO VE TİYATRO AFİŞLERİ TÜRKİYE’DE GELİŞİM SÜRECİ

2.1. Tiyatro

Tiyatro kavramı günümüzde farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Almanca; *theater*, Fransızca; *théâtre*, İngilizce; *theatre*, Yunanca; *theatron* ve Latince; *teatrum* (Çalışırlar, 1994: 631) olarak adlandırılan tiyatro, sözlük anlamıyla izleyicilerin oturdukları yeri, bir tiyatro yapısı içindeki izleyici yerini belirtmede kullanılmakta ve günümüzde oyunun sahnelendiği/izlendiği mekân, sahne olarak tanımlanmaktadır. Tiyatroya, “içinde sosyal ve kültürel değerler barındıran, bulunduğu toplumdaki etkilenen ve toplumu da etkileyen, gücünü ve besin kaynağını yaşamdan alan ve buna kendi gücünü katarak yine yaşama veren, bütün sanatların en eskisi ve en toplumsalı” olarak tanımlayan Ankara Devlet Tiyatrolarında eski dramaturg ve yönetmen yardımcısı olan Oğuz Budak, aynı zamanda tiyatronun eski olmasının geleneksel niteliğini sürdürmesine, toplumsal olmasının da yansıttığı toplumla birlikte gelişip değişmesine yol açtığı bir sanat olayıdır (Budak, 1996: 4). sözüyle tanımlamaktadır. Oral tiyatroyu “özgür iradeleriyle bir araya gelmiş olan insanların kendilerini tanıdıkları, kendilerini ifade edebildikleri, ortaya koydukları yer” olarak tanımlamaktadır (Oral, 2003: 16). Tiyatro toplumun ve kültürün önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Toplumun kültürel oluşumuna katkıda bulunan aynı zamanda kültürel yapıya bağlı olarak gelişen bir sanat dalı olan tiyatro, anlatımı ve yol gösterici olma özelliğiyle düşündürerek eğlendirmeyi sağlayan, insanları bilinçlendiren, yol gösteren ve eğiten, yaşama yeni bir boyut, sanatsal etkinlik ve derinlik kazandıran, sahnede canlandırılan bir eylem olarak da tanımlanabilir.

“Toplumsal yanı güçlü bir sanat olan tiyatro ve tiyatro düşüncesi, çağın felsefesi ve toplumsal yaşamı ile bir bütün oluşturmaktadır” (Şener, 1991: 1). Konur ise “Tiyatroyu üç temel öğeden oluşmuş bir eylem olarak tanımlamaktadır: Yazar, seyirci ve yazar ile seyirci arasında bir bağ oluşturan yapımcı, oyuncu, yönetmen ve teknik içerikli yardımcı öğeler. Bu üç öğeden her biri tek başına tiyatroyu oluşturamaz, tek başlarına tiyatro eylemi açısından da anlam taşımazlar. İzleyici tiyatronun başlıca bileşken öğesinden biridir” (Konur, 2001: 11).

Çalışlar'a göre, *“tiyatroda üretim süreci ile alımlama süreci eşzamanlılık gösterdiğinden, tiyatronun varoluşu ancak izleyici ile olanaklıdır”* (Çalışlar, 1993: 91). Tiyatro, eğitim, sosyal ve kültürel yapı birbirine etkileyen öğelerdir. Bu öğeler, birbirlerine bağlı olarak değişip şekillenmekte ve birbirlerini etkilemektedir. Brecht tiyatronun öğretici bir amaç taşıdığını belirtmekte ve daha sonra *“Tiyatro İçin Küçük Araç”* adlı kitabına şu sözlerle başlamaktadır; *“Tiyatro, insanlar arasında geçen, geleneksel ve hayali olayların canlı imgelerini üretir/eğlenmek içindir.”* Sözü ile belirtmektedir (Esslin, 1996: 107).

2.1.1. Devlet Tiyatroları

Cumhuriyet'in ilanına kadar Türk tiyatrosunun gelişimi adına çabalar sarf edilmiş fakat maddi olanaksızlıklar ve devletin ilgisizliği yüzünden çok da ilerleme kat edilememiştir. Mustafa Kemal Atatürk, kültür değişimi ve bu yoldaki atılımları ile Türkiye'de sanat olgusunu olumlu yolda etkilerken, tiyatroya da önemli bir yer vermiştir. *“Atatürk'ün her alanda olduğu gibi tiyatroda da sağlam görüşleri sonucunda, daha Cumhuriyet'in ilk yılında tiyatronun bir kamu hizmeti olduğu ve kamu eliyle korunması, desteklenmesi kararı verilmiştir”* (And, 2007: 158).

Ödeneğini devletten alan bir tiyatronun kurulmasındaki süreçte 1924'de kurulmuş Musiki Muallim Mektebi'nden de bahsetmek gerekir. O dönemde tiyatro eğitimi vermeyen okul, 1934 yılında Milli Musiki ve Temsil akademisi olarak değiştirilir. 1940 yılında Devlet Konservatuarı adını alan okul, aynı yıl içerisinde çıkan Devlet Konservatuarı yasası ile temsil bölümü tiyatro bale ve opera bölümlerine ayrılır. Yine aynı yasaya göre mezun olan öğrencilerin tiyatro ve opera temsillerini sergileyeceği Tatbikat Sahnesi 1941 yılında kurulur. Yöneticiliğini Carl Ebert'in yaptığı Tatbikat Sahnesi'nde birçok başarılı oyun sergilenmiştir. Tatbikat Sahnesi'nin basına, 1947'de ülkesine geri dönen Carl Ebert'in yerine Muhsin Ertuğrul getirilmiştir. Aynı yıl içerisinde Muhsin Ertuğrul, Tatbikat Sahnesi'ni, Mimar Kemalettin Bey'in Ulus'ta yaptığı Evkaf Apartmanı'nın deposunu onararak Küçük Tiyatro adını vermiş ve oraya taşımıştır. *“Küçük Tiyatro 27 Aralık 1947 gecesi, Ahmet Kutsi Tecer'in Köşebaşı adlı oyunu ile açıldı”* (Nutku, 2000: 89). Aynı yıl içerisinde çocuk oyunları sergilemek adına

çalışmalara başlanmıştır.

Bir yıl sonra 1948’de Büyük Tiyatro açılır. Bütün bu gelişmelerde Devlet Tiyatrosu ve Operası iki sahnesi ile Ekim 1949’da resmi olarak kurulmuş olur. Muhsin Ertuğrul’un genel müdürlüğünü yaptığı Devlet Tiyatrosu ve Operasında yerli ve yabancı birçok yapıt başarı ile sergilenmiştir. 1951 yılında genel müdürlük görevinden ayrılan Ertuğrul’un yerine Cevat Memduh Altar atanır. Üç yıllık bir yönetimin sonunda 1954 yılında tekrar Muhsin Ertuğrul göreve atanır.

Muhsin Ertuğrul’un 1958’de ayrılmasıyla yerine genel müdürlüğü yirmi yıl sürecek olan Cüneyt Gökçer atanır. 1960’lı yıllara gelindiğinde Devlet Tiyatrosu sanatsal düzeyde başarılı bir grafik çizmiş, Küçük Tiyatro, Büyük Tiyatro, Üçüncü Sahne ve Oda Tiyatrosu’ndan sonra 1960’ta Yeni Sahne ve 1964’ye Altındağ Tiyatrosu açılarak faaliyete girer. 1966’da Milli Eğitim Bakanlığı kararıyla Devlet Opera ve Balesi, Devlet Tiyatrolarından ayrılır ve bu ikiliyi ayıran yasa 1970’te yürürlüğe girer. Bir devlet kurumu olan Devlet Tiyatroları, çok partili sistemin içinde, hükümet değişiklerinden ve yönetiminden dolayı yenilenen kanunlardan nasibini almıştır.

Milli Eğitim Bakanlığından Kültür Bakanlığına sonra tekrar Milli Eğitim Bakanlığına, sonra Başbakanlığa başlanmış ve en sonunda 1974’ten bu yana Kültür Bakanlığına bağlı olarak yönetilmektedir. 1978 yılında da İstanbul Devlet Tiyatrosu kurulmuş, genel müdürlüğe Can Gürbüz atanmış ve bir yıl sonra tiyatro yerleşik kadrosunu oluşturmuştur. Devlet Tiyatrosunda, Batı’nın klasiklerinden, modern oyunlara, yerli yazar oyunlarına kadar geniş bir yelpazede temsiller verilmiştir. “1960–1970 yılları arasında Devlet Tiyatrolarında 84 yerli, 118 yabancı oyun, 10 çocuk oyunu sergilenmiştir” (Şener, 2002, 150). Cüneyt Gökçer Yönetimi süresince Devlet Tiyatroları görkemli oyunlar sergilemiş ve yurtdışı temsillerde bulunmuştur. 1978’de görevinden alınan Cüneyt Gökçer’in yerine Ergin Orbey getirilir. Bir yıllık genel müdürlük süresinden sonra Cüneyt Gökçer tekrar genel müdür olarak atanır. Dört yıl genel müdürlük görevini yerine getirdikten sonra yerine oyun yazarı Turgut Özakman gelmiştir. “1984–1985 döneminin başlarında Ankara Devlet Tiyatrosu Müdürlüğü kuruldu, Ankara’daki sahnelerin yönetimi bu müdürlüğe bağlandı ve bu makama Baykal Saran getirildi” (Nutku, 2000: 93).

Ankara’nın peşi sıra 1986’da Trabzon Devlet Tiyatrosu, 1988’de Diyarbakır

Devlet Tiyatrosu, 1993'te Antalya Devlet Tiyatrosu, 1997'de Erzurum, Sivas, Konya ve Van'da, 2008'de Malatya ve Elazığ'da Devlet Tiyatroları kurulmuştur. Günümüze kadar çeşitli illerde kurulan Devlet Tiyatroları bölge kuruluşlarının sayısı on yediyi bulmuştur. Turgut Özakman'dan sonra 1988'de Bozkurt Kuruç, 1992'de Yücel Erten, 1994'te Tamer Levent, 1998 yılında genel müdürlüğe Lemi Bilgin getirildi ve bu görevi bir yıl sürdürdü. 1999'da Rahmi Dilligil, 2001'de Lemi Bilgin, 2005'te Mine Acar vekaleten bu görevi üstlenirken 2007'de Lemi Bilgin Genel Müdürlüğe atandı ve halen bu görevi yürütmektedir.

2.1.2. Özel Tiyatrolar

Cumhuriyet'in ilanıyla değişim içerisinde olan ülkemizde, kurulan hiçbir tiyatro topluluğu Darülbedayi kadar uzun ömürlü olmamıştır. Kuruluş adımlarını Cumhuriyet'ten önce atmaya başlamış olan Darülbedayi bugünkü adıyla İstanbul Şehir Tiyatrosu, parasal kaynak eksikliğinden dolayı tiyatro adına çok fazla ilerleme kat edememiştir. 1927 yılında Darülbedayi'nin basına yurtdışında tiyatro bilgisini arttıran Muhsin Ertuğrul getirilmiştir. Muhsin Ertuğrul'un gelmesi ile Darülbedayi yenilenmeye ve ayakta durmaya başlamıştır. 1930 yılında Darülbedayi, Belediye'den ödenek almaya başlayan bir kurum haline gelmiştir. Bu dönemde Muhsin Ertuğrul'un çabasıyla kurum yapısı içinde Çocuk Tiyatrosu oynanması için çalışmalar yapılmıştır ve birkaç yıl sonra çocuk oyunu sahnelenmeye başlanmıştır. Belediye'den ödeneğini almaya başlayan bir topluluk olarak 1935'te Şehir Tiyatrosu üç tiyatrodaki çalışıyordu:

Fransız Tiyatrosunda operet, Tepebaşında dram ve komedi, Asri Sinema'da ise çocuk tiyatrosu" (And, 1970: 271). Bu çalışmalarla verilen temsiller bir düzene girmiş yabancı oyunların yanında yerli yazarların eserlerine ağırlık verilmeye başlanmıştır. Muhsin Ertuğrul'un Tatbikat Sahnesinden sonra kurulan Devlet Tiyatrosuna geçirilmesiyle Şehir Tiyatrosunun basına Max Meinecke getirilmiştir. Meinecke döneminde Şehir Tiyatrosuna bağlı sahneler açılmıştır.

1959 yılında Muhsin Ertuğrul tekrar Şehir Tiyatrosunun basına getirilmiştir. Sahnelerin çoğalması tiyatronun gün geçtikçe ilerlemesine neden olmuş, yabancı eserlerden çok yerli yazarların oyunları ön plana çıkarılmıştır. Bu güzel gelişmelere rağmen Muhsin Ertuğrul görevden alınır.

Nutku, Muhsin Ertuğrul'un iki yıllık yönetiminde Şehir Tiyatrosu'nun içinde bulunduğu karmaşadan sıyrılmasını sağlayarak, tiyatroyu canlandırıldığını ve tekrar estetik yanını çıkarttığını, açık hava ve alan oyunları ile İstanbul'un en uç köselerinde temsiller sunduğunu belirtmiştir. Muhsin Ertuğrul'un bu dönemde yerli oyunları arttırmış, genç kuşakla fikir ayrılıkları yasamasına rağmen Şehir Tiyatrosu'nun asal görevini yeniden yerine getirmeye başladığını vurgulamıştır (Nutku,1999: 84). Muhsin Ertuğrul'dan sonra göreve Aytekin Ketil ve daha sonra 1980'de tekrar Vasfi Rıza Zobu getirilir. Zobu döneminde, iktidardaki kişilerin istekleri doğrultusunda eskiden sahnelenmiş, sıradan oyunlar halkın karşısına çıkarılır. Şehir Tiyatroları'nın bu dönemde yasadığı dağınıklık ve yerinde sayma Gencay Güren'in (1984-85) yönetime gelmesi ile biraz olsun düzelmiştir. 1994 yılında yönetime Erol Keskin getirilmesi ile kurum eski saygınlığını tekrar kazanmış olur. Kurulusundan bu yana Şehir Tiyatrosu belediyeyle bağlı olarak, basa gelen siyasetçiye göre bir ileri, bir geri adımlar atmış, kimi zaman bu kuruluşun sanat için çabaladığı göz ardı edilmiştir. Sanat çalışmalarına ve oyunlarına devam eden Şehir Tiyatrosu'nun Genel Sanat Yönetmenliğini 29 Mayıs 2009 tarihinden itibaren Ayşe Nil Şamlıoğlu yapmaktadır. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte birçok tiyatro topluluğu kurulmuş, günümüzde de profesyonel, amatör ve üniversitelerde tiyatro toplulukları kurulmaya devam etmektedir. Bunlardan kimisi uzun ömürlü olmuş kimisi maddi problemlerden dolayı kısa sürede dağılmıştır.

Türk tiyatrosunun gelişiminde uzun ömürlü olan, tiyatro topluluklarına ve özel tiyatroların kuruluşunda öncülük eden Darülbeydi ve Devlet Tiyatrosu yer almaktadır. 1951'de özel ödenekli Küçük Sahne'nin kurulması, günümüze kadar ayakta durabilmiş özel tiyatro ve toplulukların oluşmasına yardımcı olmuştur. 1951'e kadar İnkılap Tiyatrosu, Türk Akademi Tiyatrosu, Türk Sanat Tiyatrosu, Ege Tiyatrosu, Halk Tiyatrosu gibi birçok özel tiyatro toplulukları kurulmuş, birçoğu kısa sürede dağılmak zorunda kalmıştır.

Küçük Sahne üç yıllık ömründe bir okul gibi çalışmış, burada sahneye tanışan genç yetenekler daha sonra önemli sanatçılar konumuna gelmişler ve kimileri kendi tiyatrolarını kurmuştur. Bunlardan biri de Haldun Dormen Tiyatrosudur. "Amerika'dan döner dönmez Muhsin Ertuğrul'un Küçük Sahnesi'ne katılan Haldun Dormen tam bir tiyatro tutkunu olmasına rağmen burada bir türlü istediği çalışma imkanını bulamıyordu. Yeni kurulan Tiyatro Derneği'nden gelen rejisörlük teklifi ise dernekteki gençleri

tanıldıktan sonra geri çevrilemez bir hal almıştı Dormen için” (Atabeyoğlu, 1995: 14). Haldun Dormen, anılarında anlattığı gibi, dernek arkadaşları ile özverili bir çalışma sonucu bu günlere kadar başarılı bir çizgi ile yollarına devam etmişlerdir.

Günümüzde; Ali Poyrazoğlu, Dostlar Tiyatrosu, Kent Oyuncuları, Nejat Uygur Tiyatrosu, Orta Oyuncular, Yeni Tiyatro, Barış Oyuncuları, Tiyatro-Z, Tiyatro Fora, Ortaoyuncular, Sadri Alışık Kültür Merkezi, Dormen Tiyatrosu, Değişim Atölyesi Oyuncuları, Asuman Dabak Tiyatrosu gibi birçok özel tiyatro toplulukları İstanbul’da etkinliklerini sürdürmektedir. Ankara’da da açılan özel tiyatrolardan ilki 1959’da kurulan Meydan Sahnesi’dir. Daha sonra 1963 yılında Ankara Sanat Tiyatrosu kurulmuş ve günümüze kadar gelmiştir. Bunların dışında Halk Oyuncuları, Çan Tiyatrosu, Ankara Birliği Sahnesi, Ankara Deneme Sahnesi, Mavi Sahne, Ankara Sanat Tiyatrosu, Sanatolia gibi birçok özel tiyatro kurulmuş ve önemli eserlerle tiyatro sevgisini halka asılamayı başarmışlardır.

2.2. 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.

Türkiye’deki tiyatro afişlerinin sanatsal açıdan bir önem kazanması, 1958’li yılların sonuna doğru olmuştur. Bu yıllarda devlet tiyatrosunun bazı afişlerinde Turgut Zaim, Hüseyin Mumcu ve Tarık Levendoğlu gibi isimlerin bulunduğunu görmekteyiz. Oyunların sahne tasarımlarını yapan bu sanatçılar başka seçenek bulunmadığından afişleri de kendileri tasarlamak zorunda kalmışlardır. 1959 yılında devlet tiyatrosundan ayrılan ve İstanbul’a gelen Muhsin Ertuğrul’un, Karaca Tiyatrosu’nda Kenter Kardeşlerle sahnelediği “*Salıncakta İki Kişi*” adlı oyunun afişi sanatsal tiyatro

afişlerimizin başlangıç tarihi olarak kabul edilmektedir. 1960'lı yıllarda özel tiyatrolar gelişme göstermiş ve bununla beraber, tiyatro afişi yapan sanatçı sayısı da oldukça artış göstermiştir. Grafik sanatçıların yoğun çabaları sonucu yirmi – otuz yıl içinde Türkiye’de tiyatro alanında önemli adımların atıldığı görülmektedir. Bu alana emek veren grafikerlerin yanı sıra sahneledikleri oyunların sanatsal bir afişle tanıtılmasını bilinçli olarak tercih eden tiyatro toplulukları da hızla artmıştır. Kent Oyuncuları, Dormen Tiyatrosu, Gülriz Sururi – Engin Cezzar Tiyatrosu ve Dostlar Tiyatrosu gibi topluluklar oyunlarının yanı sıra afişleriyle de tanınır olmuşlardır. Mengü Ertel, tiyatro afişlerinde belli bir çizgiyi ve tek düzeliği aşma konusunda çevresine ışık tutacak etkinlikler göstermiştir.

Tiyatro afişinde, İhap Hulusi’den sonra grafiğin afişe dönüşen yönlerini eserlerine aktarımıyla Mengü Ertel örnek olarak gösterilmektedir. Mengü Ertel’in bu dönemlerde yapmış olduğu tiyatro afişleri büyük ilgi görmüş ve tiyatro afiş tasarımının önem kazanmasına katkıda bulunmuştur.

Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Turgay Betil, Ahmet Gülyüz, 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.



Resim-49: Yeditepe Oyuncuları “*Bir Anarşistin Kaza Sonucu Ölümü*” adlı tiyatro oyununun Afiş Tasarımı.



Resim-50: Devlet Tiyatrosu,(1982).”*Kül Kedisi*” Oyunu’nun Afiş Tasarımı.



Resim-51: Devlet Tiyatroları (1985). “*Dumanlı'da Telaki Var*” Oyunu'nun Afiş Tasarımı.



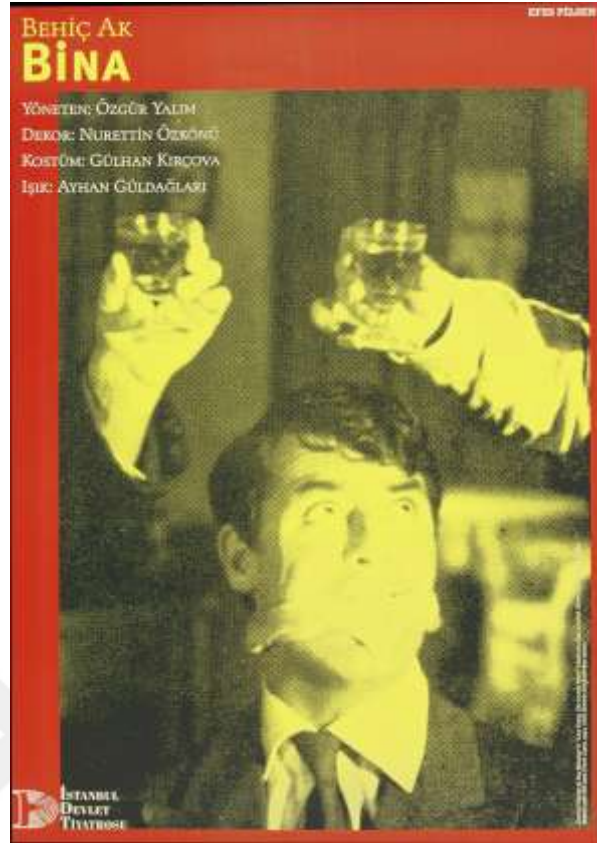
Resim-52: Kent Oyuncuları. (1962).”*Nalınlar*” Oyunu Afışı Tasarımı.



Resim-53: Arena Tiyatrosu. (1962).”Başkalarının Kellesi” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-54: İstanbul Devlet Tiyatrosu.(1993).“Hadi Öldürsene Canıkom” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-55: İstanbul Devlet Tiyatrosu. (1996).“*Bina*” Oyunu Afiş Tasarımı.

2.3. Tiyatro Afislerinin Türkiye’deki Gelişimi

Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte Türkiye’deki sosyo-ekonomik ve kültürel değişim hareketleriyle birlikte sanatın her dalına önem verilmeye başlanmıştır. Oluşan kültürel değişimin, ekonomik gelişim ve endüstrileşme ile birlikte üretimin ve hizmetlerin tanıtımına ihtiyaç duyulması, afis tasarımını geliştiren unsurlar olmuştur. Cumhuriyet’in ilanı ile ilk basta devrimleri yaymak ve tanıtmak için, sosyal ve kültürel değişiklikleri tanıtmak amaçlı afisler üretilmiştir. İlerleyen zamanla ülke ekonomisinin gelişimi, sanayileşme ile kent kültürünün oluşması, gösteri sanatlarının yaygınlaşması kültürel afislerin halkı çekmek adına sokaklara asılmasına neden olmuştur. Gelişmekte olan tiyatro olgusu ile aynı dönemlerde afis tasarımının da hamle yaptığı görülmektedir. Türkiye’de tiyatro kültürünün Osmanlı Döneminde ilk adımlarının atıldığı fakat Cumhuriyet’in ilanı ve Mustafa Kemal Atatürk’ün desteği ile kültürel varlığını oluşturmaya başladığı söylenebilir. Cumhuriyet ile birlikte afis sanatımızda önemli gelişmeler olmuş fakat aynı süre zarfında maddi manevi problemler ile ilerlemeye

çalışan tiyatromuzda afisler duyuru niteliği taşıyan görüntüsünden kurtulamamıştır. Şehir Tiyatrosu, eski adıyla Darülbedayi gösterimleri için hazırlanan afislerin çoğu görsel öğeler taşımayan, salt yazıdan oluşmaktadır. Şehir tiyatrosu logosu genellikle büyük ölçeklerde, afis alanının en üstünde, kimi afislerde sağa, kimisinde sola ve ortaya yerleştirilmiş vaziyettedir. 1960'lı yılların ortalarına kadar resimsel görüntülerin girmediği afislerin daha sonra görsel öğelerin girdiği görülmektedir. Türk Tiyatrosunun özellikle 1958-60'lı yıllardan sonra hızla gelişmesi özel tiyatroların çoğalması tiyatro afislerinin de sanatsal bir kimlik kazanmasını sağlamıştır.

“Bu yıllarda Devlet Tiyatrosunun bazı afislerinde; Turgut Zaim, Hüseyin Mumcu ve Tarık Levendoğlu gibi imzalara rastlamaktayız. Bu afisler, aslında oyunların sahne tasarımlarını yapan sanatçıların başka çare olmadığından afislerle de ilgilenmesi sonucu ortaya çıkmıştır” (Çetin, 2005: 54).

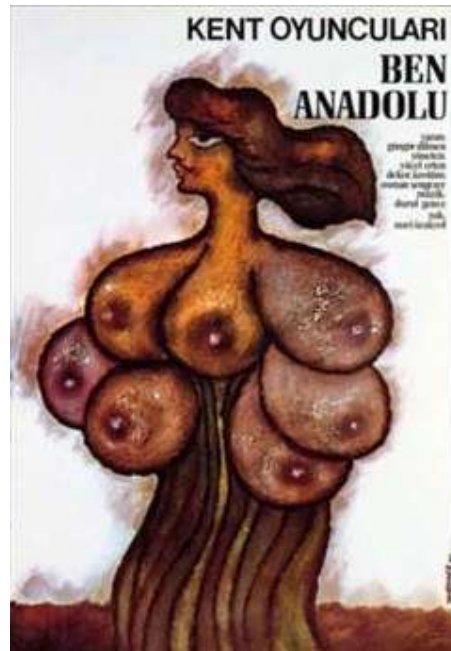
Yurdaer Altıntaş' 60'lı yıllardan önce ilk Tatbikat Sahnesi daha sonra Devlet Tiyatrosu için duyuru niteliği taşıyan, salt yazıdan oluşmuş kimi afislerin süslü çerçeve ile sınırlandırıldığı görülmektedir. 1960'lı yıllarda özel tiyatroların artması, tiyatroların her oyun için afis yaptırmak zorunda kalması, tiyatro afisleri ile uğraşan grafik sanatçılarının da artmasına neden olmuştur. Dormen Tiyatrosu, Kent Oyuncuları, Dostlar Tiyatrosu gibi topluluklar sahneledikleri oyunları sanatsal özellikler taşıyan afislerle tanıtmak adına bilinçli hareketlerde bulunmuşlardır. 60'lı yılların tiyatro afislerinde çok sayıda Yurdaer Altıntaş ve Mengü Erter imzaları karşımıza çıkmaktadır. 1957 yılında Güzel Sanatlar Akademisi Afis Atölyesinin yüksek bölümünden mezun olan Altıntaş, Kent Oyuncuları, Dormen tiyatrosu, Arena Tiyatrosu, Fikret Hakan Tiyatrosu gibi toplulukların oyun afislerini yapmıştır. 1960 yıllarda Kent Oyuncuları için afis yapmaya başlayan Altıntaş sanat yaşamının önemli bir parçasını oluşturacak tasarımlar sunmaya başlamıştır. İllüstratif çalışmalarında en çok guaj boya kullanan sanatçının, Dormen Tiyatrosunun '*Bit Yeniği*' oyununda kolaj tekniği uyguladığı görülmektedir (Bkz: Resim-56). İlerleyen yıllardaki çalışmalarında bilgisayar programlarından yararlandığı da görülmektedir. Altıntaş, bir tiyatro afisini tasarlamaya başlamadan önce neler yaptığını ve nasıl çalıştığını şu şekilde açıklıyor:

Tiyatro'da yazarın bir yorumu var, yönetmenin bir yorumu var. Bende her zaman onların yorumlarını bozmadan, ne katabilirim endişesi taşımışımdır. En zor yanı buydu. Önce metni okuyor, özde ne anlatmak istediğini kavramaya çalışıyordum. Tabi

oyunun hangi tiyatroda oynadığı da çok önemli çünkü bu seyirci kitlesini belirliyor (Yüce, 1996: 28-32). 70’li yıllarda Dormen Tiyatrosu kapanmış ve çalıştığı diğer tiyatrolar Altıntaş’a is vermez olmuştur. 1980’li yıllarda tekrar Kent Oyuncuları için afis yapmaya başlamış olan sanatçı 1984’te ‘Ben Anadolu’ oyunu için tasarladığı afisle dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır. 1990’lı yıllarda da Kent Oyuncuları ve Dormen Tiyatrosu için afisler tasarlamıştır (Bkz: Resim: 57).



Resim-56: Dormen Tiyatrosu. “*Bit Yeniği*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-57: Kent Oyuncuları. “*Ben Anadolu*” Oyunu Afiş Tasarımı.

Birçok çalışmasının yanında tiyatro afisleriyle bu sanat dalının gelişimin katkıda bulunan bir diğer sanatçımız da Mengü Ertel'dir. Güzel Sanatlar Akademisi kökenli

Ertel dekorasyon çalışmalarının yanında 1960'lardan sonra afis tasarımlarıyla grafik tasarım alanına girmiştir. Tiyatrocu ve yazarlarla iç içe, aynı ortamlarda bulunan Ertel tam bir tiyatro tutkunuydu. 1959 yılında Muhsin Ertugrul'un teşviki ile tiyatro afisleri yapmaya başlamıştır. Şehir Tiyatroları, Devlet Tiyatrosu, Kent Oyuncuları, Karaca Tiyatrosu, Dostlar Tiyatrosu, Arena Tiyatro Topluluğu gibi tiyatroların afislerini yapmıştır. İllüstratif tarzdaki afislerinde, biçim ve içerik ilişkisini başarılı bir şekilde bütünleştirip izleyiciye sunduğu, tipografinin çok iyi çözümlendiği, hem imgeyi hem de tipografiyi bütüncül bir yaklaşımla kurguladığı görülmektedir.



III. BÖLÜM

TİYATRO AFİŞLERİNİN EĞİTSEL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. 1980'den Günümüze Türkiye'de Tiyatro Afiş Tasarımlarındaki Gelişmeler ve Yenilikler

Sanayi devriminden bugüne artan tanıtım ve duyuru ihtiyacının fazlalığı grafik tasarımda afiş tasarımının önemini artırmış ve afişler şehirlerin çeşitli yerlerinde günlük hayatımızın her anında karşımıza çıkan bir unsur haline gelmiştir. Özellikle günlük yaşantımızda sergi, reklam, tanıtım ve organizasyonlarda önümüze çıkan bu tasarımların gelişim süreci kolay olmamıştır. 19 yy sonlarına doğru gelişen reklamcılık sektörü ile şehirlerin birçok yerinde afiş tasarımlarını görmek olası bir hale gelmiştir. 20.yy ve günümüzde de gelişen sosyoekonomik olaylar ve teknolojinin gelişmesi ile afiş tasarımları kavramsal bir tasarım mantığına dönüşmüştür. Türkiye'nin 1. Dünya Savaşından sonra gelişme hamlesi yaparak cumhuriyetin ilanından sonra sanat ve sanat yapıtlarına verdiği önem artsa da ekonomik ve politik bir takım sebepler bu gelişimin önüne geçmiştir. Türkiye'de bazı siyasi belirsizlikler özellikle 1970 ve 1980'li yıllarda ki sosyal durum sanat yapıtlarına yansımış sanat ve sanatçı üstündeki baskılar artmıştır. Özellikle 1980'li yıllardaki 12 Eylül Darbesinde uygulanan sansür ve baskı SSCB sansürünü andırmaktaydı. Bu dönemde sanatçılar, baskılardan dolayı direk imgelerden dolayı anlatımlara yönelmiştir ve ucu açık yorumlamaya müsait eserler ortaya çıkarmışlardır. Bazı sanatçılarda baskı yanlısı eserler ile dönemin durumunu kabullenmiş ve desteklemiş gibi görünen eserler üretmişlerdir. Bu dönemde yapılan eserler bu baskılardan dolayı iyice değersizleşen ve ucuzlayan yapıtlar haline dönüşmüştür.

1980'li yıllar tasarımcılar için hem bilgisayarın hem de ofset baskı tekniğinin gelişimini artırdığı yıllar olmuştur. Bu gelişme hem grafik tasarımcıları için hem de kurumlar için zaman ve maliyeti düşürmüş, baskılar oldukça kolaylaşmıştır. Başlangıçta maliyetli olan bu tasarımlar, gelişmeler doğrultusunda herkesin afiş yaptırabilir bir konuma gelmesine öncülük etmiştir.

Bu durumda afiş tasarımının önemini ve niteliğini artırmıştır. Başka bir taraftan ekonomik gelişmeler ve toplumsal zenginliğinde artması reklam piyasasının gelişmesine de katkı sağlamıştır. Özellikle 1990 ve 2000'lerde metropol şehirlerin hızlı gelişimi ve teknolojik ucuzlama büyük afişlerin sergilendiği billboardların yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır.

1980'lerin başında gerçekleşen bu gelişmeler, ülkemizde dönemin iktidarının serbest piyasa ekonomisini benimsemesi neticesinde ticaret ve reklamcılık sektörünün ilerlemesine neden olmuş, böylece grafik tasarımın önemi de artmıştır. 1990 ve 2000'li yıllarda özellikle Tasarımsal sorunların çok olduğu manüel afiş tasarımlarının yerini bilgisayar ile yapılan tasarımlar almıştır. Tasarımcılar, yenilikleri takip etmeye başlamış ve grafik tasarım işlerini alaylı diye adlandırdığımız tasarımcıların elinden alıp grafik tasarım eğitimi alan tasarımcılara bırakmıştır.

3.2. 1980'den Günümüze Türkiye'de Kullanılan Tiyatro Afişlerinin Eğitsel Açıdan Değerlendirmesi

Tiyatro afişleri teknolojik, sosyolojik, kültürel, ekonomik yönden gelişim göstermiş ve ilk tasarımlardan günümüze tiyatro afişlerinde birçok yenilik ve içerik oluşmuştur. Özellikle Türkiye'de devlet tiyatrosu özel tiyatroların gelişimi ile ülkemizde tiyatrolar ve oyunların tanıtımı için afiş tasarımlarının önemi de artmıştır. 20 yy başından 1980 yılına kadar yapılan tiyatro afişlerindeki içerik yani tiyatro afişlerindeki görsel imge problemleri ve afişlerin yalın bir tasarım mantığı ile tasarlanmaları 1980'den sonraki dönemde kısmen de olsa ortadan kalkmıştır. Teknolojik gelişmelerin afiş tasarımında önemli ölçüde zaman tasarrufuna ve maliyet düşüklüğüne neden olduğunu görmekteyiz. Türkiye'de 1980'li yıllarda tiyatro afişleri genelde dönemin içinde bulunduğu siyasi, sosyal ve ekonomik nedenlerden ötürü genelde yalın ve tipografik tasarımlarla fazla maliyeti olmayan türdendir (Bkz: Resim: 58).



Resim-58: Devlet Tiyatroları (1980) “*Kral Ölüyor*” Oyunu Afiş Tasarımı.

1980 yılında tasarlanan *Kral Ölüyor* adlı oyun afişi dönemin afiş tasarımını iyi bir şekilde yansıtan bir çalışmadır. Afişte kullanılan renkler kırmızı, siyah ve beyazdır. Tipografik öğeler kullanılarak yapılan bu afişte kırmızı zemin üzerinde beyaz bir yazı ile devlet tiyatroları yazılmıştır. Orta bölümde beyaz zemin oluşturularak oyun ismi yazılmıştır.

Bu dönemde Türkiye’de gerek Devlet Tiyatroları gerek akademi tiyatroları, gerekse de özel tiyatroların kullandığı afişler imge ve tipografik yönden önemli sayılabilecek sorunlar taşımaktadır. Bu sorunları kısaca ve maddeler halinde toparlamak gerekirse aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmaktadır:

i. Kullanılan birçok afişte imgesel öğeler ya çok zayıf ve etkisiz kalmıştır ya da abartılı imge kullanımına gidilmiştir.

ii. Birçok afiş, oyunun metninden çok uzaklaşmıştır. Birçok afiş ise, oyunun rejisiyle ilgisizdir.

iii. Birçok afişte tipografinin yanlış kullanımı söz konusudur.

iv. Birçok afişte plastik elemanlar, özellikle boşluk ögesi rastgele ve yanlış kullanılmıştır (Gümüüüü, 2008: 190).

Yukarıda belirtilen sorunlar Devlet Tiyatrosu afişleri'nin estetik ve nitelik yönünün zayıf olmasına neden olmuştur. Bu sorunların sebeplerinden bazıları; kullanılan afişleri tasarlayan kişilerin çoğunun ilgili alanda eğitimli olmamaları ve afişte tiyatro alanında gereken önemin verilmediğidir. Aynı zamanda kullanılan afişler oyunun metninden uzaklaşmıştır. Bir çok afişte ise tipografik yanlışlıklar yapılmış, boşluk ögesi rastgele ve hatalı kullanılmıştır. Bu ve bunun gibi nedenler Devlet Tiyatrosu afişlerinin 1980 yılının ikinci yarısına kadar etki etmiştir tasarımlarda tek düze ve sıradanlık ön plana çıkmıştır (Bkz: Resim: 59-60-61-62-63-64).



Resim-59: Devlet Tiyatrosu (1980) “Rita” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-60: Devlet Tiyatrosu (1981) “*Tartuffe*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-61: Devlet Tiyatrosu (1981) “*Kadife Çiçekler*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-62: Devlet Tiyatrosu (1982) “*Cengiz Han’ın Bisikleti*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-63: Devlet Tiyatrosu (1983) “*Fazilet Eczanesi*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-64: Devlet Tiyatrosu (1986) “10. Senfoni” Oyunu Afiş Tasarımı.

Yukarıdaki afiş tasarımlarında görüldüğü gibi tasarımcılar afişlerini tipografik çözümlerle yaratmışlardır. Estetik kaygıdan uzak, içeriğin olmadığı, renklerin çok az kullanıldığı, grafik tasarım ilke ve elamanlarının kullanılmadığı, yalın bir içerik ile yapmışlardır. Gerçekte böyle afişlerin oyunun yeri ve zamanını duyuran bir ilan olmaktan öteye çıkamaz. İzleyenin oyun hakkında bilgi vermektense uzaklaşır bundan dolayı dönemin tiyatro afişlerindeki genel durum oyunun varlığını duyurmak, tiyatroya izleyici çekmek ve düşük maliyetler ile afişleri çoğaltmaktan ibarettir.

Tiyatro afişlerinin amacı sadece bilet sattırmak olmamalıdır, çünkü afiş sadece tiyatro oyunu hakkında bilgi vermez aynı zamanda ülkenin kültürel göstergelerinden biridir. Oyunu tanıtır izleyenlere estetik bir beğeni kazandırmak da olmalıdır. Çünkü tiyatro afişlerini gören seyirciler diğerlerine göre daha sanatsal düşünür, oyunların teknik yönünü inceler ve bunun afiş tasarımına uygunluğunu düşünür.

Dönemin tasarımcıları afişlerinde genellikle ofset yada serigrafî baskı tekniğini kullanmaktaydılar. Özellikle oyun hakkında bilgi veren ya da oyunun bir kısmını sergileyen illüstratif resimler de afiş tasarımlarında az da olsa görülmekteydi.



Resim-65: Devlet Tiyatroları (1980) “Kral lear” Oyun Afiş Tasarımı.

Kral Lear adlı oyun 1980 yılında Ankara Devlet Tiyatrosu tarafından sahnelenmiştir. Afiş tasarımında kullanılan renk geçişleri dikkat çekicidir. Kullanılan renkler mor, sarı, kahverengi, gri, turuncudur ve siyahtır. Afişin üst boşluğundan beyaz yazı ile yazılmış oyun ismini görmekteyiz. Afişin merkezine oyundan bir sahne yerleştirilmiştir. Bu sahnede kralın hüznü içinde sarıldığı bir kadın figürü vardır, resmi çevreleyen taşlar ise merkezdeki figürlere bir derinlik kazandırmıştır ve afişi hareketli bir hale getirmiştir. Afişin alt bölümünde ise büyük puntolar halinde beyaz renk ile Türk Devlet Tiyatrosu yazmaktadır. Oyun turne kapsamında Rusya’da da oynandığı için yazılar Rusça yazılmıştır. Yukarıdaki tasarım dönemin tasarım mantığından sıyrılmış farklı bir içerik ile yaratılmıştır (Bkz: Resim:65).

1980’li yılların sonlarında ise tasarımlar farklılaşmıştır. Artık tiyatro afişlerindeki tasarım kusurlarının git gide ortadan kalktığı, teknolojik yeniliklerin

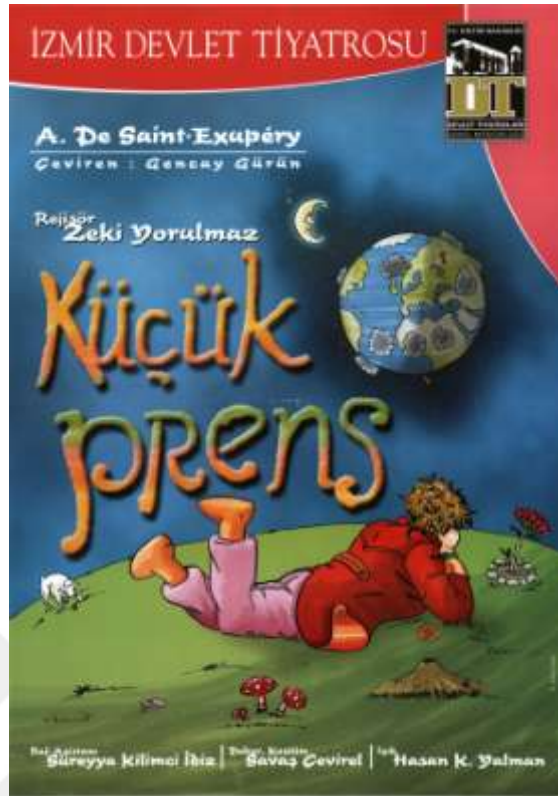
kullanıldığı, siyasi otoritenin değiştiği, sanat yapıtlarının daha özgün bir hale geldiği, ekonomik iyileşme neticesinde ülkenin kalkınma hamlesine girdiği ve bu olumlu etkilerin sanat yapıtlarına yansıdığı bir süreç başlamıştı. Tasarımcılar artık alanlarında uzmanlaşmaya başlamıştı. Alaylı olarak adlandırdığımız tasarımcıların yerini yaygın olmamakla birlikte bu işin eğitimini görmüş insanlar devralmaya başlamıştı. Bu gelişim süreci içerisinde Tiyatro afişleri ve oyunları yeniden yorumlanıyordu (Bkz: Resim:66-67-68).



Resim-66: Devlet Tiyatroları (1982) “Küçük Prens” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-67: Diyarbakır Devlet Tiyatrosu (1994) “Küçük Prens” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-68: İzmir Devlet Tiyatrosu(2003) “Küçük Prens” Oyunu Afiş Tasarımı.

Yukarıdaki afiş tasarımlarında (Resim:66-67-68). tasarımların yıllara göre nasıl değiştiği görülmektedir.1982 yılında yapılan Küçük Prens adlı tiyatro oyunun afiş tasarımı o dönemde afiş tasarımında yaygın bir şekilde kullanılan serigrafî baskı tekniği ile yapılmıştır. Dönemin ekonomik şartları gereği maliyetli afişler yapılmadığı için renk sınırlaması yine göze çarpmaktadır. Tasarımda beyaz zemin üstüne yerleştirilmiş resim vardır. Resimde sandalyede oturan bir çocuk figürü görülmektedir. Oturduğu yerin zemini yuvarlak bir şekil ile betimlenmiştir bu da buranın bir gezegen olduğu izlenimini yansıtmıştır (Bkz: Resim:66).

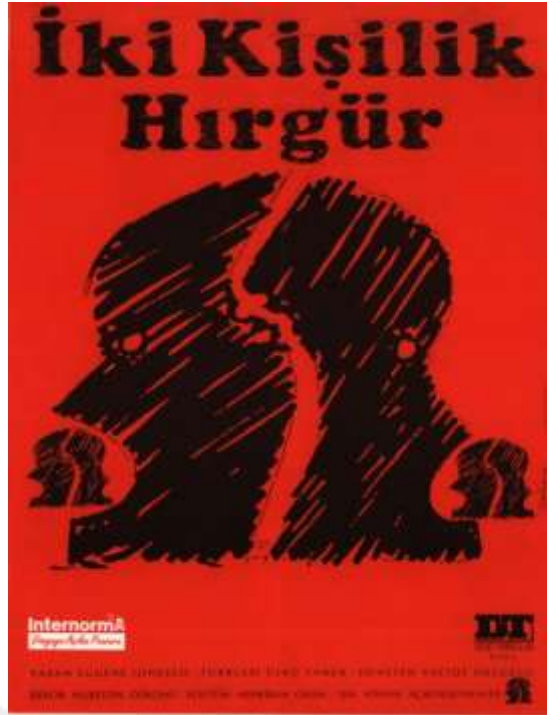
Grafik tasarımın gelişmesi ve grafik tasarım eğitiminin yaygınlaşmasından sonra aynı oyun afişinin farklı yorumlama biçimi (2003) yılında İzmir Devlet Tiyatrosu Küçük Prens adlı oyununda görmekteyiz. Tasarımın sağ üst kısmında (DT) logosu vardır bu yönden 1980 yılında yapılan afişle benzer özellikler gösterir. Bu nedenle 1980 yılında yapılan tasarımdan daha farklı bir etki yaratmıştır. Afişte ayrıntı ve renk fazlalığı göze çarpmaktadır. Afişte kırmızı, pembe, yeşil, beyaz, sarı, kahve rengi, mavi ve gri

renkler kullanılmıştır. Çalışmada yeşillikler içinde elini başına koyarak uzanmış bir çocuk figürü görülmektedir.

İlk tasarımdan farklı olarak bu çalışmada izleyiciyi daha fazla bilgilendiren öğeler görülmektedir. Yalınlıktan uzak bir kompozisyon hakimdir (Bkz: Resim:68). Her iki afişte aynı oyunun değişik yıllarda yapılan afişlerinde imgesel öğeler ya çok zayıf ve etkisiz kalmıştır ya da abartılı imge kullanımına gidilmiştir. (Bkz: Resim: 69-70-71-72)



Resim-69: Devlet Tiyatroları (1981) “*Tek kişilik Hır Gür*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-70: Bursa Devlet Tiyatrosu (1991) “*Tek kişilik Hır Gür*”Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-71: Antalya Devlet Tiyatrosu (2002) “*Tek kişilik Hır Gür*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-72: Ankara Devlet Tiyatrosu (2005) “*Tek kişilik Hır Gür*” Oyunu Afiş Tasarımı.

(Resim: 69’de) bir tasarımdan söz etmek zordur. Tasarımcı tipografik öğelerle tasarımı tamamlamıştır. Bu da tasarımın afişten çok bir ilan havası uyandırmasına neden olmuştur. Aynı oyunun farklı tasarımlarına baktığımızda ise (Resim: 70-71-72’de) bir nebze de olsa sorunları ortadan kaldırmış grafik tasarım ilke ve elemanlarını içeren tasarımların ortaya çıkması sağlanmıştır. Tasarımlarda renk, kompozisyon, boşluk-oran-orantı gibi afiş tasarımının belkemiği diyebileceğimiz unsurlara daha çok dikkat edilmiştir. Tasarım süreci dikkate alınmış afişi oluşturan öğeler tiyatro oyunu ile bağlantılı hale gelmiş izleyiciyi bilgilendiren bir yapıt ortaya çıkmıştır..

Tiyatro oyunları için sadece sahnelenme sürecinin değil oyun için hazırlanan grafik tasarım ürünlerinin de önemli olduğu tartışılmaz. Bu düşünce ile 1990’lı yıllara geldiğimizde artık tasarımcıların birçoğu alanında eğitim görmüş, tasarım ilke ve elemanlarını bilen kişilerdi. Tiyatro oyunundan kopuk tasarımlar üretmeyi bir kenara bırakan tasarımcılar afişlerini, sahnelenen oyunun bir parçası olarak yaratma sürecine girmiş, oyunun kimliğine uygun tasarımları yaratma çabasında olmuşlardır. Elbette yapılan tasarımların her biri bu bağlamda gerçekleşmemiştir. Gerek grafik tasarım ilkeleri bakımından gerekse oyun ile bir bağ kurulamayan afişler de üretilmiştir. Bundan dolayı tasarımlarda bir arayışın olduğu gözlenmektedir. Bu arayış renk ilişkileri,

kompozisyon, tipografi, oran-orantı gibi grafik tasarım ilke ve elemanları ile ilgilidir. (Bkz: Resim:73-74-75-76).



Resim-73: Devlet Tiyatrosu (1987) “*Maviydi Bisikletim*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-74: Devlet Tiyatrosu (1988) “*Ayyar Hamza*” Oyunu Afiş Tasarımı.



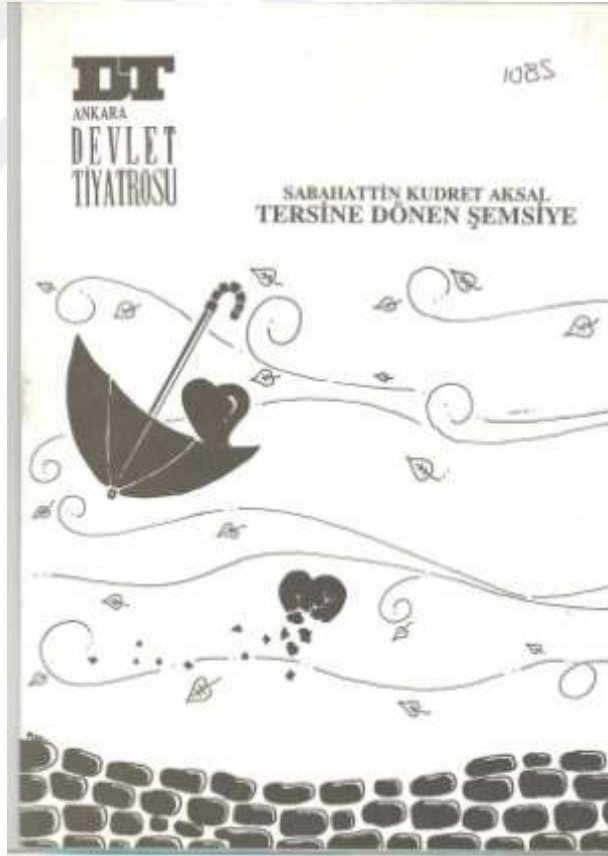
Resim-75: Devlet Tiyatrosu (1989) “*Sevinç ve Sevgi*” Oyunu Afiş Tasarımı.



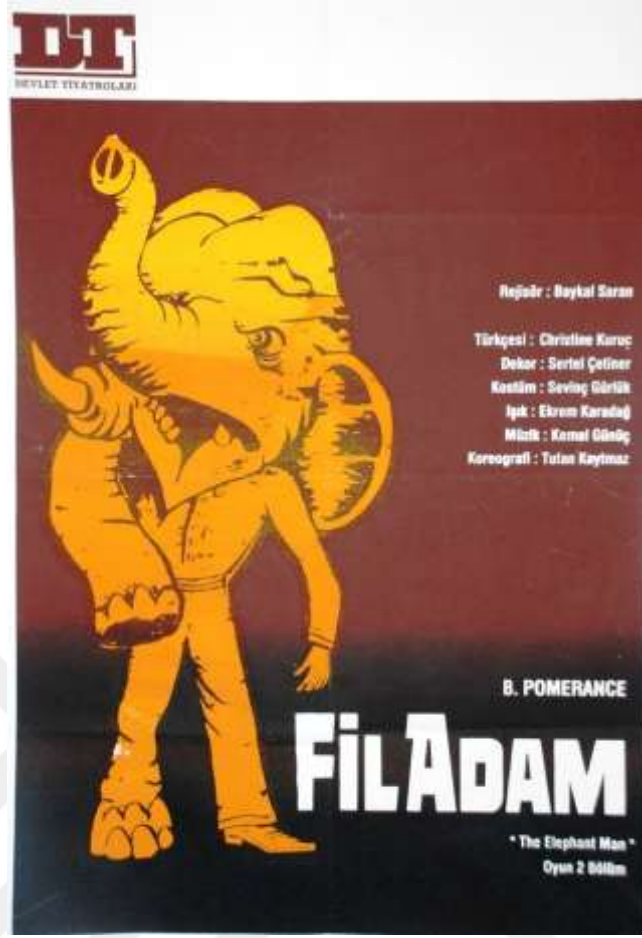
Resim-76: Devlet Tiyatrosu (1990) “*Komodinin Üstündeki Yıldız*” Oyunu Afiş Tasarımı.

Devlet Tiyatroları oyun afişleri 1990 yılından itibaren kurumsal bir kimliğe kavuşmuştur. (DT) logosu değişmiştir. Artık afişlerde kompozisyon dengeli bir şekilde kullanılmıştır. Boşlukların fazla olmayışı tipografinin yerinde ve uygun yazı karakterleri kullanılmıştır. Tasarımcılar sahnelenen oyundan kopuk bir tasarım anlayışını ortadan kaldırmıştır. Tasarımcılar artık tiyatro oyunlarının senaryolarını okuyarak ve oyunun provasını önceden izleyerek tasarımlarını üretmeye başlamıştır. Artık bu dönemin çalışmaları az da olsa özgün ve yaratıcı tasarımlar haline dönüşmüştür. Tipografik çözümler yerine bilgisayar destekli illüstratif tasarımlar ve yeni baskı teknolojileri ile tasarımlar şehirlerin her yerinde yerlerini almaya başlamıştır.

Elbette tasarımlarda imgelerin kullanımı ya da tipografik çözümler teknolojik yenilikler ile sınırlı değildir sahne ile hiçbir şekilde bağlantısı olmamasına rağmen sadece oyun ismiyle de tasarımlar yapılmıştır bu da türk tiyatro afişlerinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir



Resim-77: Devlet Tiyatrosu (1992) “*Tersine Dönen Şemsiye*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-78: Devlet Tiyatrosu (1992) “*Fil Adam* ” Oyunu Afiş Tasarımı.

Sadece oyun ismi ile yapılan bu çalışmalar da oyun isminin belirli bir yerinden yakalanan espiriler ile tasarlanan afişlerdir. Devlet Tiyatrolarının bu yıllarda kullandıkları afişleri tasarlayanların her ne kadar grafik eğitimi görmüş ve branşında uzman kişiler olsalar da afiş tasarımıdaki estetik öğelerin eksikliği göze çarpmaktadır. Bu durum Devlet Tiyatrolarındaki afiş tasarımlarının henüz tam anlamıyla oturmadığını bizlere açıkça göstermektedir.

Elbette kültürel değişiklik ve bazı zaafardan ötürü 2000’li yıllara gelene kadar afiş tasarımlarında Devlet Tiyatrolarının benzer bir çok afiş tasarımı aynı özelliği taşımıştır (Bkz: Resim-77-78).

Zaman zaman farklı ve estetik öğeler barındıran afiş tasarımları olsa da yıl içerisinde 80’den fazla yeni oyun ortaya çıkartan Devlet Tiyatrolarının kullandıkları afiş tasarımlarının büyük bir çoğunluğu yukarıdaki afişlerden oluşur ya da estetik öğeleri olmayan afişlerdir.

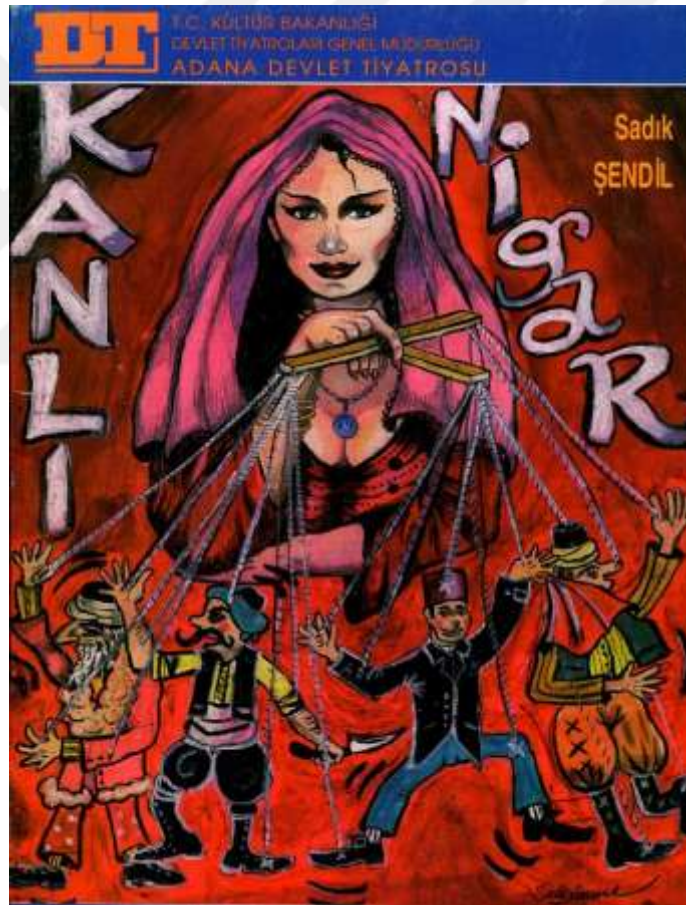
Devlet Tiyatroları afişlerinde 1990’lı yılların sonlarına doğru tasarımlarda iyileşmeye gidilmesi, ya da en azından buna verilen çabanın artması önemlidir. Geçmiş yıllarda Devlet tiyatroları oyunları için yapılan afişlerde el ilan etkisinden çıkılmaya gayret edilmiştir. Afişlerde tipografik elemanlarının yanı sıra renk, doku, boşluk ilişkileriyle tasarımlar oluşturulmaya başlanmış, dahası geçmişte sadece tipografik çözümlerle üretilen afişlerin de yeniden uyarlanması ve çağın teknolojik katkısının tasarımlara yansıtıldığı görülmüştür. Bilgisayar destekli illüstrasyon, kolaj, fotoğraf gibi tasarımlar yapılmış ve tasarımlardaki estetik duyarlılık artmıştır. (Bkz: Resim:79-80-81-82).



Resim-79: Ankara Devlet Tiyatrosu (1994) “Kadın İle Memur” Oyunu Afiş Tasarımı.

Yukarıdaki afiş 1994 yılında bilgisayar destekli kolaj tekniği ile yapılmıştır. Yapılan tasarımda renk kullanımı az olsa da daha çok görsel öğelerin ön planda olduğu görülmektedir. Dikkatler renkten ziyade fotoğrafa, fotoğrafın farklı parçalarla birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. Tasarımcının canlı renkleri yerine gri ve siyah tonları kullanarak fotoğraf parçalarını başarılı bir şekilde yerleştirilmesi dikkat çekmektedir.

Afişte kompozisyon görsel öğelerin ön planda olduğu türdendir. Kolajda kadının uzanan eli, telefon, kullakların bir tanesi ve gözler oyunla ilgili bir mesaj verip dikkat toplamak için orijinal renklerinde yerleştirilmiştir. Kadının el hareketi erkeğe bir hakimiyetinin olduğu mesajını bizlere vermektedir. Bu afiş Devlet Tiyatroları oyun afişlerinin gelişim sürecine iyi bir örnektir (Bkz: Resim:79).



Resim-80: Adana Devlet Tiyatrosu (1994) “*Kanlı Nigar*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-81: Diyarbakır Devlet Tiyatrosu (1995) “*Peynirli Yumurta*” Oyunu Afiş Tasarımı.

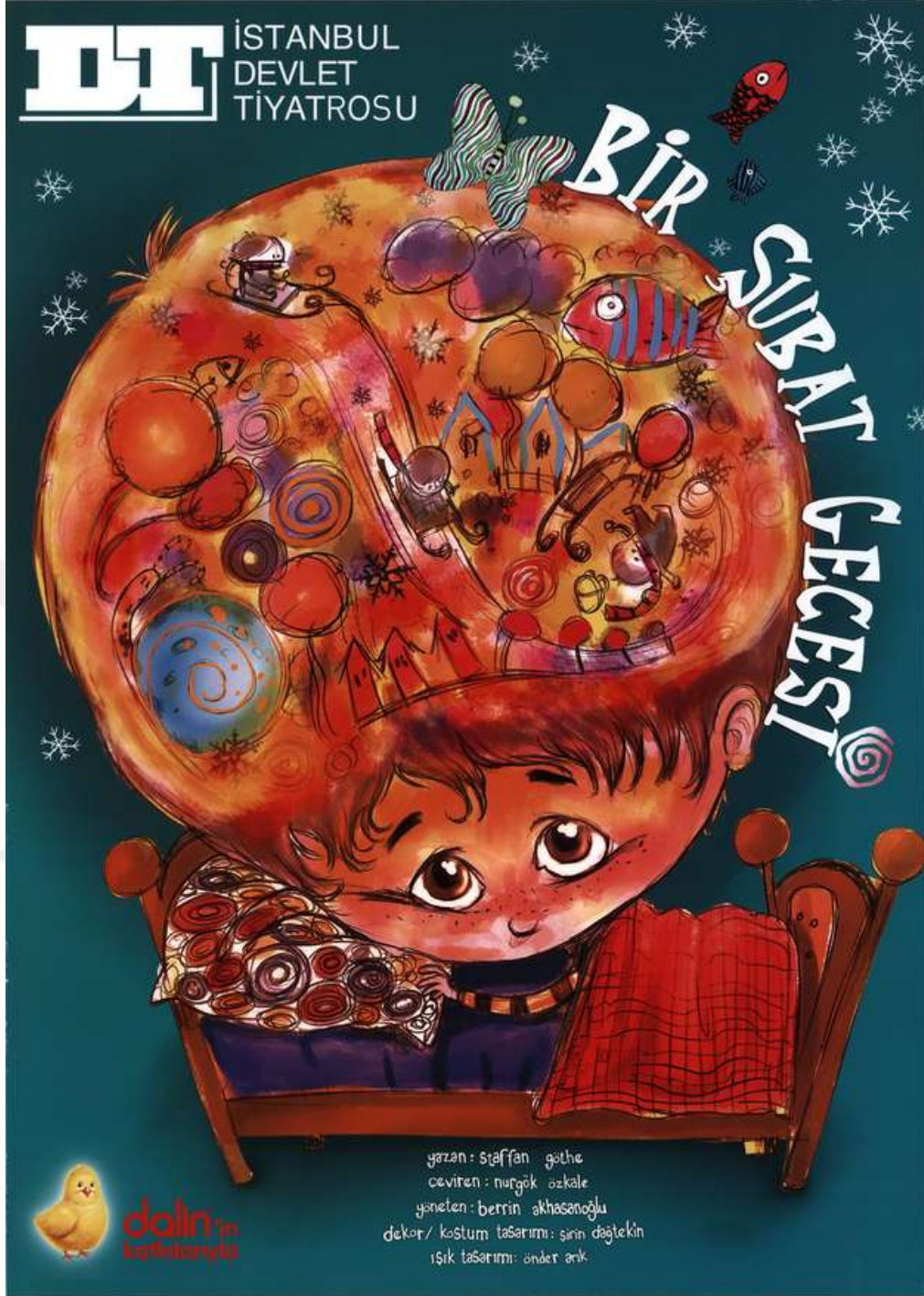


Resim-82: Ankara Devle Tiyatrosu (1999) “*Barış Gezegeni*” Oyunu Afiş Tasarımı.

Üsteki afişlerde tasarımlar sahne ile bağlantılı olarak tasarlanmıştır bu da afiş tasarımlarının olmazsa olmazı olan dikkat çekiciliği, izleyiciyi bilgilendiren yada istek uyandıran, harekete geçiren ve anlaşılır bir dil bütünlüğüne sahip olması ile birleşince üstteki afişler bizi tatmin eder hale gelmiştir. “*Kanlı Nigar*” adlı Tiyatro afişi 1994 yılında tasarlanmıştır. Afiş bilgisayar destekli illüstrasyon tasarımı ile yapılmıştır. Gerek afişin kompozisyonu gerek renk kullanımları afişin ilgi çekiciliğini artırmıştır (Bkz: Resim:80).

2000’li yıllarda artık afişi oluşturan tüm grafiksel öğeler, fotoğraf, renk, tipografi gibi unsurların hepsi bilgisayarda montajlanarak bir araya getirilmeye başlanmıştır. Bu dönemde bilgisayar teknolojisi hızlı bir şekilde gelişmekte, tasarım programları (adobe photoshop, Corel, 3D, freehand vb) ile tasarımcıların özgün, çağın yeniliklerine ayak uyduran ve afişlerde hayal gücünü zorlayan nitelikli afişler ortaya çıkmaktaydı (Bkz: Resim-82).

2000 yılından itibaren Üniversitelerde güzel sanatlar fakültelerinin sayısının artması bunun sonucu olarak grafik tasarım eğitiminin yaygınlaşmasıyla, Türkiye’de grafik tasarım ürünleri artık kaliteli ve estetik değerleri olan bir sanatsal yapıt haline dönüşmüştür. Geçmişten günümüze önemi tartışılmaz olan bu eğitimin etkisi kendini iyide iyiye göstermekteydi. Bunun yanında Türkiye’de gelişen sanat etkinliklerinin artması ve etkinlikleri destekleyen sponsorluklar da bu yeniliklere öncülük eden başka etkenlerdendir. Ekonomik iyileşmeler, siyasi otoritenin sanat ve sanat eserlerine verdiği destek, ülke halkının eğitim seviyesinin yükselmesi ile birleşince sanatsal ürünlerinin değeri artmış ve ülkemizdeki entelektüel bakış düzeyini artmıştır.



Resim-83: İstanbul Devlet Tiyatrosu (2008) “Bir Şubat Gecesi” Oyunu Afiş Tasarımı.

“*Bir Şubat Gecesi*” adlı afiş 2008 yılında İstanbul Devlet Tiyatrosu tarafından sahnelenen “Bir şubat Gecesi” adlı oyuna aittir. Tasarım kavramsal afiş tasarımına güzel bir örnek teşkil eder. Tasarımda bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği kullanılmıştır. Kompozisyon doluluk ve boşluk orantısı yerinde olan bir çalışmadır. Afişin sol üst köşesinde (DT) logosu yerleştirilmiştir. Bir çok rengi içinde barındıran afişte mavi, turkuaz, kırmızı, turuncu, sarı, siyah, beyaz, mor, kahve rengi yeşil, pembe renkler kullanılmıştır. Afişte yatağında uzanmış bir çocuk figürü görülmektedir. Çocuğun kafasının büyüklüğü içindeki hayallerin bu büyüklük içinde kompozisyon halinde sunulması afişte ikinci bir kompozisyon oluşturmuştur. Tipografinin yerinde ve tasarımla bir bütün halinde yerleştirilmesi de afişin diğer güzel tarafıdır. Boşluklardaki kar taneleri çizimleri de şubat ayının o soğuk ve uzun gecelerini izleyiciye yansıtmaktadır (Bkz: Resim:83). Tiyatro afişlerinde kavramsal ifadeler özellikle 2000’den sonraki yıllarda görülmeye başlanmıştır. 1960 yılında ortaya çıkan ve 10 yıl süren bu sanat akımı İlk başta “Düşünce Sanatı”, “Enformasyon Sanatı” gibi isimlerle anılan bu türde yeni eğilimler, oluşmuştur. 1960’lı yıllardan itibaren başta Amerika ve Avrupa olmak üzere tüm batılılaşa ülkelerde etkinliğini sürdürerek yayılan Kavramsal Sanat, yaşanan ekonomik zorluklar, halkın işsizlik ve mali durumları, sanatın lüks ve gösterişliliğini yadsıyan bir döneme rastlaması bu akımın yayılmasında önemli bir rol oynamıştır. Geleneksel sanatın sınırlarının aşılması daha 1800’lerde ‘İzlenimcilik’le başlamış ve ardından gelişen Dışavurumculuk, Kübizm, Fütürizm, Konstrüktivizm Dadaizm, Gerçeküstücülük, Soyut Dışavurumculuk, Pop-Sanat ve Minimalizm gibi sanat biçimleriyle devam etmiştir. Geleneksel sanattan tamamen kopuş ise Kavramsal Sanat ile gerçekleşmiştir. Kavramsal sanat terimi, 1960’lı yıllarda kendisini alışlageldik şekilde göstermeyen sanat eserlerinin tanımlanması için kullanılmaya başlanmıştır. Sanatı kuramsal düzlemde çözümlmeyi, yapısını araştırmayı ve yeniden tanımlamayı amaçlayan ‘bir fikir sanatı’ olarak da tanımlanır

Daha önce de bahsedildiği gibi sanatın geleneksel sanattan ayrılarak salt düşünsellikle algılanması Duchamp’ın hazır nesnesine dayanmaktaydı; sanattaki bu ‘düşünsel algılayış’ Pop-sanat ve Minimalizmi de etkilemiş ancak asıl Kavramsal Sanatta görülmeye başlanmıştır.

Kavramsal Sanat'ın ansiklopedik olarak tanımı şöyledir:”İngilizce’de Conceptual Art” olan, Türkçe’de “Kavramsal Sanat” olarak tanımladığımız terimi, “Sanat yapıtının somut bir ürün” değil, bir “kavram” ya da “düşünce” olduğunu savunan akımdır. Geçmişi çok eskilere dayanan kavramsallık terimi, geleneksel kullanımı içinde “var olan” ya da “var olduğu bilinen” nesnelere temsili olarak betimlenmesi anlamını taşır” (Ana britannica, 1990: 91).

Bu bağlamda Devlet Tiyatroları afişlerinde kavramsal yapıtları görmek zaman zaman mümkün olmuştur. (Bkz: Resim:84-85)



Resim-84: Ankara Devlet Tiyatrosu (2007) ”Tek Kişilik Şehir” Oyunu Afiş Tasarımı.

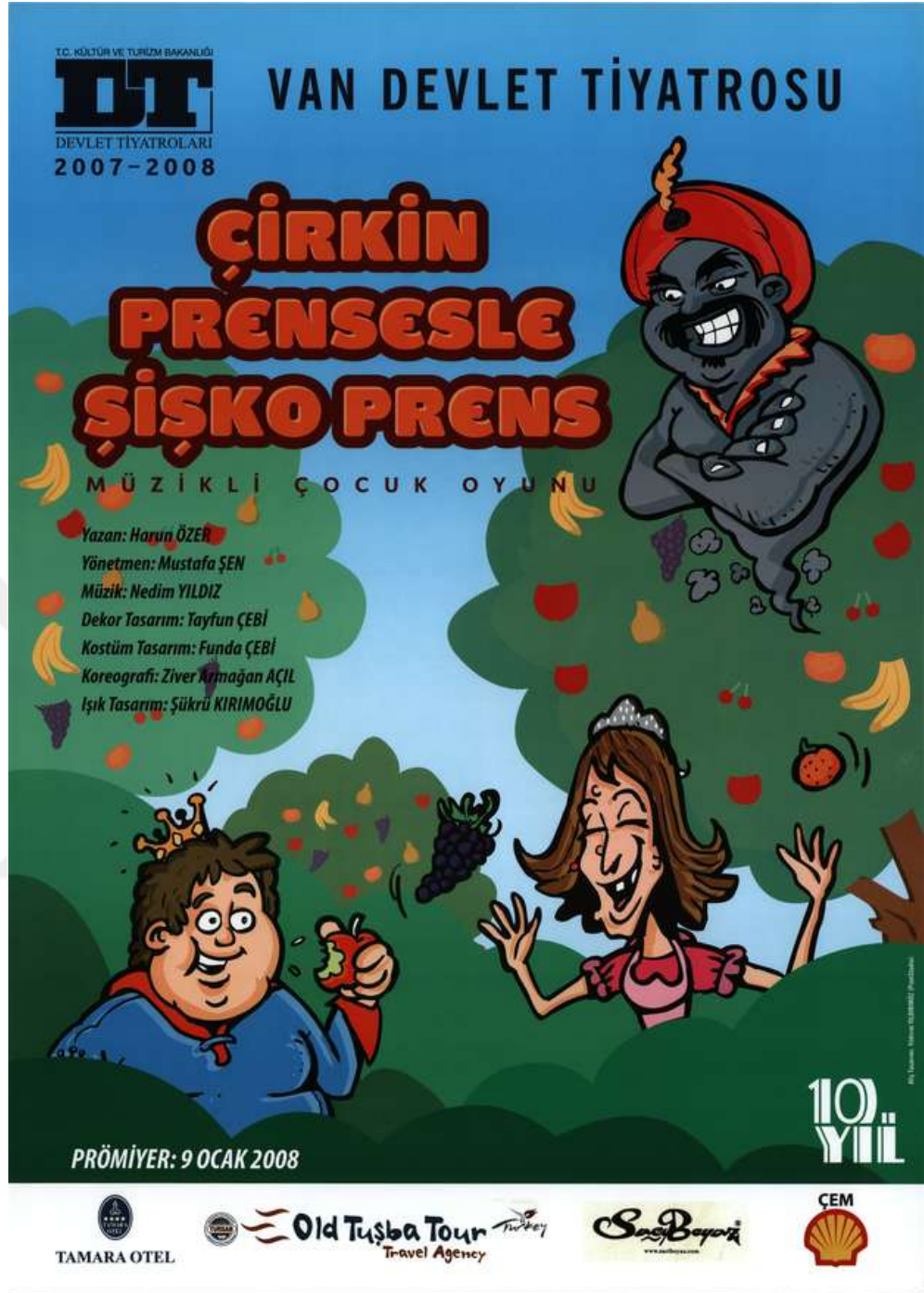


Resim-85: Ankara Devlet Tiyatrosu (2007) ” Tek yol” Oyunu Afiş Tasarımı.

Tiyatro afişleri oyun hakkında bilgi verirken bu sahne sanatını topluma sevdirmeyi ve toplumun kültür seviyesini yükseltmek amacı da taşır. Aynı zamanda estetik değer taşıyan bu yapıtlar izleyicinin görsel beğeni düzeyinin artmasına da vesile olur. Tasarımcı afişleri tasarlarırken yaratıcılığını daha fazla kullanma olanagına sahiptir. Çünkü afişlerde rengin, dokunun ve ritmin daha çok yer aldığı zengin içerikler mevcuttur.

Çağımızda afiş sanatı görsel iletişimin önemli öğelerinden biridir. Kitlelere direk mesaj veren ve tanıtım sektörünün en güçlü iletişim araçlarından biri olarak kabul edilir. Bilgi ve teknolojinin bir arada kullanıldığı bu çağda her gün yüzlerce görsel imgeyle karşılaşmamız olasıdır. Çevremizde algıladığımız bu görsel imgeler, insanların iletişim gereksimlerinden doğan grafik tasarım ürünleridir. Bu alanda ise, çağdaş bir yarıya sahip olan afiş, tasarım ve sanat olgusunun en güzel yansımasıdır.

Teknolojik gelişmelerin artması ve bilgisayar çağına girişle birlikte afişin tanıtımdaki rolü önem kazanmıştır. Günümüzde afişler başlı başına sanatsal bir uğraşı olup kendi içinde yenilenerek konusunda eğitim almış sanatçılar tarafından oluşturulmaktadır. 2000 yılından itibaren tiyatro afişi uygulama yöntem ve teknikleri de çağa ayak uydurur niteliktedir. Artık maliyetler düşmüş digital ortamlarda tasarlanma ya da çoğaltılma özelliklerine de kavuşmuştur. Afişin bu özellikleri sayesinde tiyatro oyunlarının kitlelere duyurulması daha da kolaylaşmıştır. (Bkz: Resim:86-87-88-89-90-91-92-93).



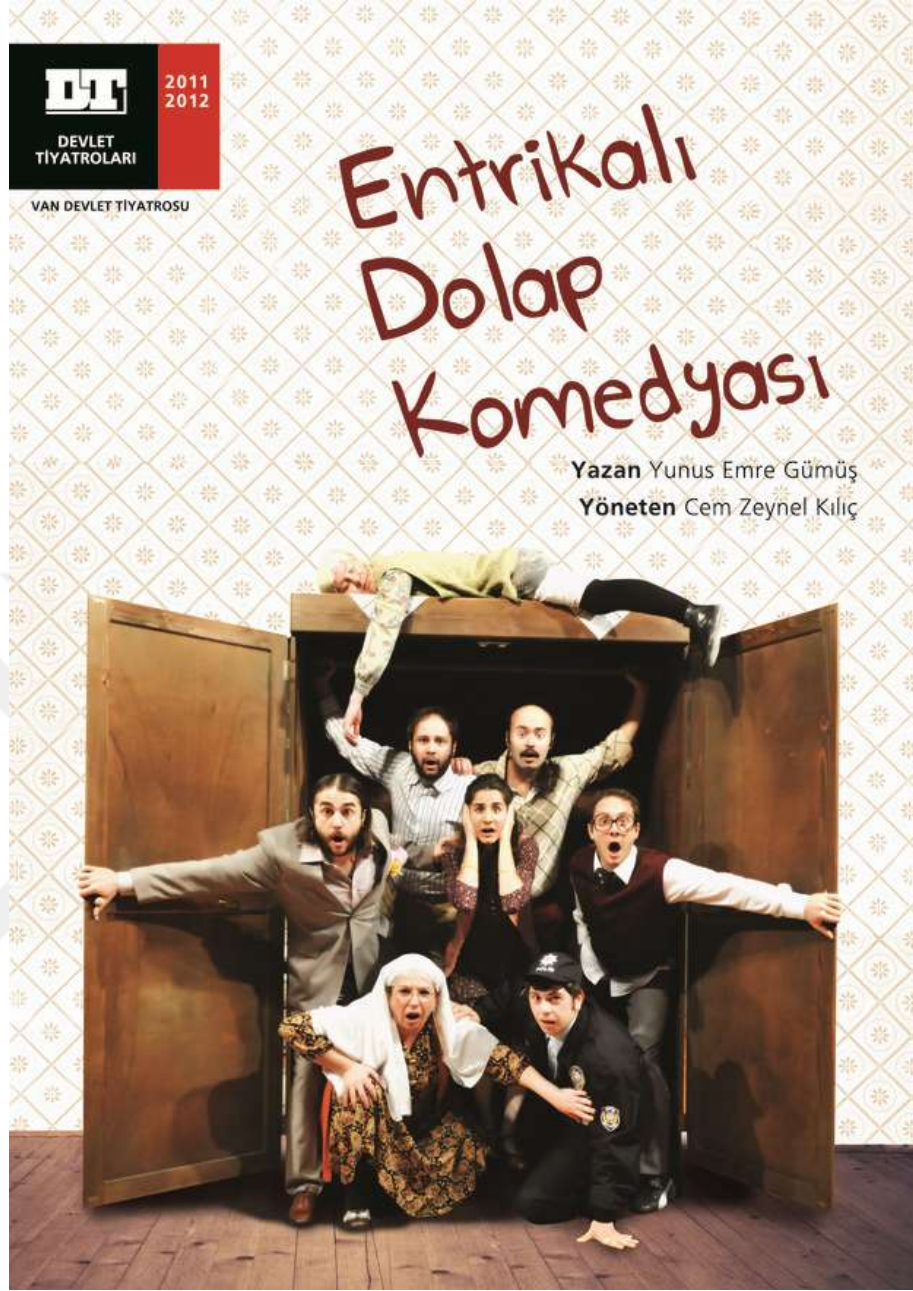
Resim-86: Van Devlet Tiyatrosu (2008) “Çirkin Prenses ile Şişko Prens ” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-87: Diyarbakir Devlet Tiyatrosu (2009) “Büyüyünce Ne Olacaksın” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-88: Konya Devlet Tiyatrosu (2010) “*İstanbul Efendisi*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-89: Van Devlet Tiyatrosu (2011) “*Entrikali Dolap Komedyası*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-90: Ankara Devlet Tiyatrosu (2012) “*Nehir*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-91: Van Devlet Tiyatrosu (2013) “*Ayrılık*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-92: İzmir Devlet Tiyatrosu (2014) “*Vişne Bahçesi*” Oyunu Afiş Tasarımı.



Resim-93: Van Devlet Tiyatrosu (2014) “*Kurbağa Prenses*” Oyunu Afiş Tasarımı.

Günümüz tiyatro afişleri oyun ile bağlantısını gerçekleştirmiş, tasarım ilke ve elemanlarının yaygın kullanıldığı afişler yerini almıştır. Geçmiş tasarımlarda uygulanan teknikler artık yerini bilgisayar destekli tasarımlara bırakmıştır. Bu yenilikler Devlet Tiyatroları afiş tasarımlarına kurumsal bir kimlik kazandırmıştır. Hazırlanan tasarımlar grafik tasarım alanında yetkin kişilere bırakılmış, estetik yönden güçlü, izleyiciyi bilgilendirici afiş çalışmaları günümüzde şehirlerin bir çok yerinde yerlerini almış ve Devlet Tiyatroları oyunlarının farkedebilirliğine önemli katlılar sağlamıştır. Elbette bu gelişimin sadece teknolojik boyutta olmadığı söylenebilir. Halk eğitimin artması ile sanatsal beğenilerinde değişmesi ile Tiyatro afişlerindeki estetik değerler önem kazanmıştır.

Bu gelişmeler ışığında tiyatro afişlerinin geçmişin estetik açıdan zayıf, kurgusal olarak oyun ile bağlantıları olmayan tasarımlarından uzaklaştığı, yinede tasarımlarda bir arayışın hala devam ettiği görülmektedir. Özellikle afiş tasarımının bir zanaat olmaktan çıkıp bir grafik sanatlar eğitiminin önemli bir parçası haline gelmesi de afişlerdeki kalitenin de artmasının nedenleri arasındadır.

SONUÇ

Türkiye’de tiyatro afişinin ilk örnekleri; Cumhuriyetin başlarında, daha çok tipografik çalışmalarla görülmektedir. Bu dönemde basılı ilan niteliği taşıyan tiyatro afişleri dönemsel olarak farklı teknikler ve içeriklerle karşımıza çıkmış olsa da sanatsal yönden zayıf tasarımlar olduğu söylenebilir. Günümüzde ise tiyatro afişleri sanatsal anlam taşıyan tasarımlar haline gelmiştir. Tiyatro afiş sanatının gelişmesinde, teknolojik gelişmelerin ortaya çıkışı, baskı teknolojilerindeki gelişim ile birlikte afiş tasarımındaki ilerlemeye öncülük etmiş, basılı kitle iletişim araçlarının en önemli araçlarından biri olmuştur. Özellikle afişlerin ulaşacağı kitlenin çokluğu ve maliyetin geçmiş tasarımlardan daha düşük oluşu da bunun etkilerindedir.

Teknolojik gelişimler sayesinde afişlerin tasarım ve baskı aşamaları kolaylaşmış ve daha etkili bir hal almıştır. Bu gelişmeler ile birlikte artan bilgisayar destekli tasarımlar, afişler için yeni bir dönem olmuş ve görsel etkiyi artırmıştır. Afiş sanatına verilen önemin artması ve bilgisayar destekli tasarımların çoğalmasıyla birlikte tasarımlarda kullanılan tekniğin zenginleştiği görülmüştür. Bu teknikler; tipografi, illüstrasyon, fotoğraf, kolaj ve karışık tekniktir. Bu teknikler sayesinde yapılan tiyatro afiş tasarımlarının tasarımcının tarzını yansıtmaya yönelik farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Tasarımcıların oyun içeriğinden uzaklaşmadan sahne ile bağlantılı ürettikleri çalışmalar, renk, zıtlık, tipografi, biçim, oran öğeleriyle de birleşmiştir.

80’li yıllarda sanatçıları baskı altına alan siyasi ve ekonomik nedenlerden ötürü kendini yenilemekte zorlanan sanat eserleri ve sanatsal faaliyetler yerini çağın ihtiyacını karşılayan sanat eserlerine bırakmıştır.

1980’den günümüze değişen tiyatro afiş tasarımlarının en önemli etkenlerden biri tasarım işlerini yapan kişilerin sanat eğitim düzeyinin artması olmuştur. Böylelikle afiş tasarımlarında sanatsal değerlerin artışı tiyatro afiş tasarımlarına yansımıştır. Artık daha yetkin ve alanında bilgi sahibi olan tasarımcılar çalışmalarını teknolojik imkan dahilinde uygulamaktadırlar.

Buna paralel olarak toplumdaki eğitim seviyesinin yükselmesi sanat eserlerindeki beğeni düzeyini arttırmış tasarımcıların bu entelektüel seviye karşısında

yeniliğe gitmek zorunda bırakmıştır. Gelişen eğitim, kültür, ekonomik, teknolojik gelişmelerin Tiyatro afişlerine yansımalarını şöyle sıralayabiliriz;

- Göze hoş gelen tasarımlarla iletiyi tamamlayan,ve estetik unsurlar taşıyan tasarımlar ortaya çıkmıştır.

- Tiyatro afişlerinin renk kullanımları ve renklerin psikolojik etkilerinin ve duygusal anlamlarının kullanıldığı tasarımlar ortaya çıkmıştır.

- Tiyatro oyun afişlerinde konu ve içeriğin afiş tasarımı yansıtılarak izleyiciyi bilgilendirici afişler ortaya çıkmıştır.

- Afiş tasarımının bütünleyici bir parçası olan tipografi, tiyatro afişlerinde kolay anlaşılır bir şekilde yerleştirilmiştir.

- Kullanılan görsel unsurlar estetik unsurla ile bütünlük oluşturacak şekilde yerleştirilmiştir.

- Tiyatro afişi ve görsel parçalar arasında bağlantı, grafik tasarım ilke ve elemanları doğrultusunda birleşmiş izleyicinin mesajın algılanması kolaylaştırılmıştır.

- Tiyatro afişlerinin dikkat çekiciliği artmış, hedef kitleyi bilgilendirici tasarımlar ortaya çıkmıştır.

- Afişlerde görsel ağırlığın ve derinliğin kurulmasına yardımcı tasarımlar oluşturulmuştur.

- Son dönem tiyatro afişlerinde iletilmek istenen mesaj, açık ve net bir şekilde anlaşılmaktadır.

- Tasarımcılar konusunda sanat eğitim almış kişilerdir. Bu da afişlerdeki kalitenin artmasına neden olmuştur.

- Devlet Tiyatrolarının kurumsallaşması sonucunda oyun afişlerinde kaliteli bir nitelik kazandırılmıştır.

Sonuç olarak değişen ve gelişen, teknolojik, ekonomik, kültürel ve eğitimsel imkanlar her dönemde tiyatro afiş tasarımlarının belirleyicisi olmuştur ve olmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

- Akçadoğan, I. İ., (2006). *Temel sanat eğitimi ve dijital ortam*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Ana Britanica, (1990). Cilt: 13. İstanbul; Ana Yayıncılık.
- And, M. (1970). *100 Soruda Türk tiyatro tarihi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- And, M. (2007). *Oyun ve büyü – Türk kültüründe oyun kavramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2. Baskı.
- Armstrong, H. (2012). *Grafik tasarım kuramı*, Mehmet Emir Uslu (Çev.), 1. Baskı, İstanbul: Espas Yayınları.
- Atabeyoğlu, K. (1995). *1955'ten 1995'e Dormen tiyatrosu'nun 40 yılı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barnard, M. (Çev). Korkmaz, G. (2002). *Sanat, tasarım ve görsel kültür*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Becer, E. (2007). *Modern sanat ve yeni tipografi*. Ankara: Dost yayınevi.
- Becer, E. (2009). *İletişim ve grafik tasarım*, 7. Baskı. Ankara: Dost Yayınevi
- Berger, J. (1988). *Görme biçimleri*. İstanbul; Metis Yayınları.
- Bigalı, Ş. (1984). *Resim sanatı*. Ankara: İş Bankası Yayınları.
- Borja De Mozota, B. (2005). *Tasarım yönetimi*. İngilizceden Çeviren: Sibel Kaçamak, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Boydaş, N. (2007). *Sanat eleştirisine giriş*. 2.Baskı. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Brown Roger, L. (1983). *Kitle iletişim araştırmalarının tarihsel gelişimi*. (Çev) Raşit Kaya; Korkmaz Alemdar - Raşit Kaya, Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar. Ankara: Savaş Yay.
- Budak, O. (1996). *Panel, "Türkiye'de kültür, eğitim ve tiyatro ilişkisi"*. Ankara: T.C. Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü.
- Buyurgan, S. ve Buyurgan, U. (2001). *Sanat eğitimi ve öğretimi*. Ankara: Dersal Yayıncılık.
- Çalışlar, A. (1993). *Tiyatro kavramları sözlüğü*. İstanbul: Mitos Boyut Yayınları.
- Çalışlar, A. (1994). *Tiyatro oyunları sözlüğü*. İstanbul: Mitos Boyut Yayınları.

- Çağlarca, S. (1993). *Renk ve armoni kuralları*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Çeviker, T. (1993). *Modern Türk grafik sanatının öncüsü: İhap Hulusi Görey Sanat Çevresi Dergisi*, sayı: 175 Mayıs s.10.
- Ergür, A. (1997). *El Sanatları ve Endüstri. Türkiye’de el sanatları geleneği ve çağdaş sanatlar içindeki yeri sempozyumu bildirileri*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Erhan, İ. (1978). *Endüstri tasarımında kullanıcı-araç ilişkiler açısından görsel bildirişim*. İstanbul: İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi Yayınları.
- Ersoy, E. (2002). *Sanat kavramlarına giriş*, 3.baskı. İstanbul: Yorum Yayıncılık.
- Esslin, M. (1996). *Dram sanatının alanı dram sanatının göstergeleri sahne, perde ve ekrandaki anlamları nasıl yaratır*. (Çev): Özdemir Nutku. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Evlıyaoğlu, G. (1987). *İletişim psikolojisi psikolojik iletişim*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Gelişim Hacette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi. (1983). Cilt:6.
- Gill, R. W. (1984). *Rendering With Pen and Ink*. London.
- Görey, İ. Hulusi. (1972). *Temel tasarım*. İstanbul.
- Güngör, İ.H.(2005).*Temel tasarım*. 1 Baskı. İstanbul: Bilgisayar Destekli Baskı ve Reklam Hiz. Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
- Gürer, L. (1990). *Temel tasarım*. İstanbul: Teknik Üniversite Matbaası.
- Jean, G. (2010). *Yazı insanlığın belleği*. 6.Basım.(çev):Nami Başer. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Keskinok, K. (1968). *Biçimleme görsel algının gelişim sorunları ve bedrim baykam*. Ankara: Güzel Sanatlar Matbaası.
- Kılıç, L. (2003). *Görüntü estetiği*. Ankara: Anka Basım.
- Kılıçkan, H. (2002). *Resim bilgisi*. İstanbul: Fil Yayınevi.
- Konur, T. (2001). *Devlet - tiyatro ilişkisi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Larcher, J. (1980). *Geometrical design and optical art*. Newyork.
- Lauer, D. A. Pentak, S. (2007) *Design basics*. USA: Thomson Learning Inc.
- Mazlum, S. (2006). *Masaüstü yayıncılık tasarım ve basım teknolojisine giriş*. Ankara: Gazi Kitapevi.

- Meggs, P. B. (1998). *A history of graphic design*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Nutku, Ö. (1999). *Atatürk ve Cumhuriyet tiyatrosu*. İstanbul: Özgür Yayınları.
- Nutku, Ö. (2000). *Dünya tiyatrosu tarihi 1*. İstanbul: MitosBOYUT Yayınları, Cilt 1.
- Odabaşı, H. A. (2002). *Grafikte temel tasarım*. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.
- Odabaşı, Y., Oyman, M. (2005). *Pazarlama iletişimi yönetimi*. İstanbul: Mediacat Yayınevi.
- Oral, Z. (2003). *Dünya sahnelerinde izlenimler, "Karanlıktaki Işık"*. İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Sakızlı, R. E. (1992). *Sanat dünyamız dergisi*. Sayı: 70. İstanbul.
- Salisbury, D. F. (1996). *Five technologies for educational change*. Newyork
- Sloane, P. (1980). *Colour casic principles and new directions*. London.
- Şener, S. (1991). *Dünden bugüne tiyatro düşüncesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Yayınları. No: 3.
- Şener, S. (2002). *Sahne sanatları / Tiyatro Türkiye Cumhuriyeti'nin temeli kültürdür*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Tansuğ, S. (1988). *Sanatın görsel dili*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Teker, U. (2002). *Grafik tasarım ve reklam*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik sanatlar*. Ankara: Detay&Sistem Ofset.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik sanatlar tarih-tasarım-teknoloji*. Ankara: Detay&Sistem Ofset.
- Turani, A. (1980). *Basım sanatının gerçek çehresi*. Ankara: Toplum Yayınevi.
- Turgut, İ. (1989) *Sanat felsefesi*. İzmir: Akademi Kitabevi.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel iletişim ve grafik tasarım*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Ünsal, O. (1992). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Yaman, R. Anadol, D. (2003). *Reprodüksiyon ve klişe teknolojisi*. Ankara: Milli Eğitim Yay.

Yurtsever, H. (1988). *Uygulamalı estetik*. Ankara: Büro-Tek Basım.

Yüce, D. (1996), “*Grafik Tasarımda 60 Yıl Yurdaer Altıntaş’ın Dünyası*”, *Türkiyemiz Kültür ve Sanat Dergisi*, Sayı: 78, İstanbul.

Wendell, C. (1986), *Communication graphics, englewood cliff*, Newyork.

Tezler:

Armutçu, E. (2006). *Eğitim fakülteleri grafik tasarım anasanat atölyeleri ders içerikleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Çeten, İ. (2005). “*Sanat eğitiminde afiş*”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Çevik, S. (1993). “*Siyasi afişler 1946-1993*”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Gümüslü, A. (2008). “*1980 sonrası Türkiye’inde tiyatro afişlerinde imge ve tipografi sorunları*”. yayınlanmış doktora tezi. Ankara.

Tepecik, A. (1994). *Grafik tasarlama ilkelerine dayalı tasarım yöntem ve teknikleri*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi).

İnternet / Makaleler:

“*1980-1990 Dönemi Türkiye*”

http://www.felsefeekibi.com/sanat/zamanintini/zamanin-1980-1990-Donemi_Turkiye.html, (11.12.2014)

BADRA, Meral “*80’li Yıllarda Türkiye’de Sanat Üretimi*” 2005

http://www.tiyatrodao.com/dao/index.php?option=com_content&view=article&id=51:80li-yillarda-tuerkyede-sanat-ueretmberal-madracatid=34:makale&Itemid=55, (14.12.2014)

http://95.0.22.114:8088/userPandtgm/user_home_dtgm.php. (Erişim tarihi: 10.01.2015)

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

(Erişim tarihi: 10.01.2015)

<http://kultfilmizle.net> (Erişim tarihi: 24.02.2015)

<http://www.sebiajans.com> (Erişim tarihi: 21.02.2015)

<http://www.artmanik.com> (Erişim tarihi: 24.02.2015)

<http://www.gorselsanatlar.50megs.com/rbilgi/afis.htm> (Erişim tarihi: 10.02.2015)

<http://www.yurdaeraltintas.com/Gallery.aspx?Category1#> (Erişim tarihi: 24.01.2015)

<http://www.devtiyatro.gov.tr/> (Erişim tarihi: 14.03.2015)

<http://vandt.gov.tr/> (Erişim tarihi: 02.04.2015)



