

BAŞLANGICINDAN BUGÜN'E KADAR TÜRKİYE'DE

ÇAĞDAŞ GRAFİK SANATI VE TANITIM GRAFİĞİ

Yüksek Lisans Tezi

A.Nesrin AKÖREN

Tezin Verildiği Tarih :12.Haziran.1989

Tezin Savunulduğu Tarih :27.Haziran.1989

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Metin SÖZEN

Diğer Jüri Üyeleri: Prof. Dr. Filiz ÖZER

Prof Dr. Semra ÖGEL

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ

ÖZET

III

SUMMARY

VIII

GİRİŞ

1

BÖLÜM 1.

GRAFİK SANATLARA GENEL BAKIŞ

3

1.1.

GRAFİK SANATININ GENEL YAPISI

4

1.2.

BAŞLANGICINDAN BUGÜNE KADAR GRAFİK

SANATLAR

6

1.3.

TÜRK GRAFİK SANATININ BAŞLANGICINDAN

BUGÜNE KADAR GELİŞİMİ

9

1.4.

TÜRK GRAFİK SANATI VE GRAFİK SANATI

ÜZERİNE BİRKAÇ GÖRÜŞ

39

BÖLÜM 2.

TÜRKİYE'DE EĞİTİMDE GRAFİK SANATI

42

2.1.

TÜRKİYE'DE GRAFİK EĞİTİMİ VE GRAFİK

EĞİTİMİ VEREN KURUMLAR

43

2.2

TÜRKİYE'DE GRAFİK EĞİTİMİNDE ZORLUKLAR

VE SORUNLAR

70

2.3.	TÜRK GRAFİK TASARIMCISININ ÖNEMLİ	
	SORUNLARI, YERİ VE İSLEVİ	73
BÖLÜM 3.	ÇAĞDAŞ GRAFİK TASARIMI	77
3.1.	ÇAĞDAŞ TASARIMIN GENEL ANLAMI	78
3.1.1.	ÇAĞDAŞ GRAFİK TASARIMINDA KULLANILAN	
	ARAÇLAR	80
3.1.2.	ÇAĞDAŞ GRAFİK TASARIMDA YÖNTEMLER	81
3.1.2.1.	HABERLEŞME	82
3.1.2.2.	EKONOMİK VE SOSYAL TESİRLER	83
BÖLÜM 4.	ÇAĞDAŞ TÜRK GRAFİK TASARIMINDA	
	TANITIM-GRAFİĞİ	88
4.1.	TANITIM-GRAFİĞİNİN ANLAMI	89
4.2.	TÜRK TANITIM-GRAFİĞİNDE YAPITLARIN	
	BELİRLENMESİ VE İNCELENMESİ	90
4.2.1.	AFİŞ	91
4.2.2.	PANKART	93
4.2.3.	DERGİ VE KİTAP KAPAGI	94
4.2.4.	SAYFA DÜZENİ	95
4.2.5.	İLLÜSTRASYON	96
4.2.6.	BROŞÜR	97

4.2.7.	BASIN, DERGI İLANLARI VE DIRECT MAIL	98
4.2.8.	AMBLEM	101
4.2.9.	AMBALAJ / PLAKKAPAGI	102
4.2.10.	LOGOTAYP	103
4.2.11.	PİGTOGRAM	104
4.3.	TÜRK TANITIM-GRAFIGİ ÜRÜNLERİNDEN ÇEVRE GRAFIGİ TASARIMI	105
	SONUÇLAR	133
	REFERANSLAR	136
	ÖZGEÇMİŞ	138

ÖNSÖZ

Çalışmalarımın başından itibaren konunun seçiminde ve geliştirilmesinde değerli görüşlerinden yararlandığım Sayın Hocam Prof. Dr. Metin Sözen'e;

Türk Grafik Sanatı'nın başlangıcından bugüne kadar olan sürenin aydınlatılması konusunda şahsi fikirlerini hiç çekimeksizin açıklayan Sayın Sait Maden'e;

Grafik-Tasarım ve Tasarımcısı, Tanıtım-Grafiği'nde Çevre Grafiği gibi konularda yapmış olduğu açıklamalardan dolayı Sayın Sadık Karamustafa'ya;

Tez yazımı esnasında, öne sürülmesi gereken konuların düzeni hakkında verdiği bilgilerden dolayı Sayın Hakan Gülsün'e

Teşekkürü borç bilirim.

SANAT TARİHİ BİLİM DALI

DANIŞMANI : Prof.Dr.Metin SÖZEN

DÖNEMİ : 1988 - 89 YAZ

BASLANGICDAN BUGÜN'E KADAR TÜRKİYE DE ÇAĞDAŞ GRAFİK
SANATI VE TANITIM GRAFİĞİ

Ayşe Nesrin AKÖREN

Özet : Çağdaş sanatın görsel iletişim araçlarının tespitine gidilirken, teknik ve ekonomik koşulların etkinliği altında bir yeni dil oluşturma çabasında ki "Grafik Sanat", kullandığı yöntemler ve işlevselliği açısından ele alınmaktadır. Grafik sanatının yöntemlerini ve işlevselliğini belirli bir tabana oturtabilme amacı ile, tarihsel gelişiminin ve seslenme aracı olan tekniklerinin mümkün olduğu kadar başlangıç noktalarına yönelinmiştir.

FROM THE BEGINNING TO TODAY, CONTEMPORARY GRAPHIC ART AND
INTRODUCTORY GRAPHICS IN TURKEY

Ayşe Nesrin AKÖREN

Abstract : This research deals with the definition of the visual communication means of the contemporary art and the graphic art which aims at forming a new language under the influence of the technical and economic conditions from the pointviews of its methods and efficiency. In order to put the methods end efficiency of the graphic art on a definite background, its historical development and techniques which are its communative means have been dealt with beginnig from the earliest possible time.

ÖZET

Çağdaş sanatın görsel iletişim araçlarının tespitine gidilirken, teknik ve ekonomik koşulların etkinliği altında, bir yeni dil oluşturma çabasındaki "Grafik Sanatı", kullandığı yöntemler ve işlevselliği açısından ele alınmaktadır. Grafik sanatının yöntemlerini ve işlevselliğini belirli bir tabana oturtturabilme amacı ile, tarihsel gelişimine ve seslenim aracı olan tekniklerinin mümkün olduğu kadar başlangıç noktalarına yönelinmiştir.

Grafik sanatının tarihsel gelişimi içinde görsel iletişim biçimlerinin neler olduğunun tespiti esnasında bir teknik olanak olan baskının çeşitlenmesi ile ortaya çıkan yeni görsel bildirişim mekanizmaları saptanmaya çalışılmıştır. Aynı araştırma kuralları daha geniş kapsam içinde, özellikle Türk Grafik Sanatı'nın gelişiminin izlenmesinde kullanılmış ve batı dünyasının 18. yüzyılda Osmanlı tolumuna sızmaya başlamasından Cumhuriyet dönemine, Cumhuriyet döneminden de bugüne kadar getirilmeye çalışılmıştır. Bu konu içinde, toplumun sosyo-ekonomik yapısı ve siyasi yapıdaki değişimler ve etkilenmeleri üzerine açıklamalar, yapılmış olan grafik tasarım yapıtlarından örneklenme şeklinde olmaktadır. Ayrıca bu konu ile ilgili olan eski ve yeni dönem tasarımcılarının değerli görüşlerine de yer verilerek, Türkiye'nin görsel bildirişim alanında yapmış olduğu atakta yeri olan her olay yada kişilerin tespitine gidilmiştir. Bu yöntemler içerisinde grafik tasarımın genel anlamı, yöntemleri ve araçları incelenerek, bugünün "Türk

Tanıtım-Grafiği Tasarımı" ve yapıtlarına açıklamalar getirme amaçlanmıştır.

Birinci bölümde, araştırma konusunu bir temele oturtabilme amacı ile grafik sanatların kapsamı hakkında aydınlatıcı bilgiler tarihsel gelişim ile beslendi. Türk Grafik Sanatı'nın bugünkü yerini tespitte gidebilmek için, bu bölüm de tüm dünyada grafik sanatların başlangıcı olarak gösterilen baskı sanatı, Türk Grafik Sanatı'nın incelenmesinde odak noktası olarak tespit edildi. Cumhuriyet'le gelen devletleşme sürecine kadar olan bölüm "İbrahim Mütefferika" dan itibaren başlatılmış ve bu dönem hakkında bugüne kadar yazılmış olan yazılar ve örnekler bir araya getirilerek geliştirilmiş ve bunlara yeni örneklerin eklenmesine çalışılmıştır. Özellikle sigara kağıdı kapaklarına, üzerlerinde yer alan grafik tasarımlar ve bunların yapıldıkları dönemin yansıtıcı özelliğini taşıyan örnekleri yüzünden yer verilmiştir. Gene bu bölümde Osmanlı kartvizitleri incelenerek toplumsal işlemleri örneklenmiştir.

İkinci bölümde, Türk Grafik Tasarım ürünlerini ve grafik tasarımcısını bugünkü konumuna oturtabilmek için tasarımcıların almış oldukları eğitimi temelinden ortaya çıkarmak gerektiği anlaşılmış ve Akademi'nin "Sanayi-i Nefise Mekteb-i Alisi" olduğu dönemden itibaren bir araştırmaya yönelinmiştir. Bu araştırmalara dayanılarak "Tezyini Sanatlar" bölümü içinde kurulan afiş atelyesinin, faaliyetleri ve hocaları hakkında ayrıntılı bilgiler verilmiştir. Tarihler, şahıslar ve olaylar kaynaklar arasındaki bağlantı

kopukları yüzünden tekrar mukayeseli olarak incelenmiştir. Bu incelemeler sonucu, eğitimde Türk Grafik Tasarımı'nın temelini oluşturan afiş atelyesinin kurucusunun "Weber" isimli bir sanatçı olduğu ifade edilmiştir. "Midhat Özar"ın ise, ilk Türk "Afiş Atelyesi" sorumlu hocası olduğu ve gene eğitime büyük katkılarının olduğu ileri sürülmüştür. Bu bölümde, Akademi dışında Türk grafik sanatının büyük rol oynadıkları bilinen diğer okullar hakkında bilgiler araştırma ve özel şahıs görüşlerine dayanılarak izah edilmeye çalışılmıştır. Sanat eğitiminin zorluğu kesindir, fakat grafik sanatının eğitiminin çok daha zor olduğu bilinci içinde eğitimde zorluklar ve çıkan sorunlar üzerine araştırmalar yapılmış ve somut gerçeklere göre öneriler verilmeye çalışılmıştır. Bütün bu bölümün kapsamı değerlendirilerek Türk Grafik Tasarımcısının yeri, sorunları ve işlevleri üzerine fikirler ileri sürülmüştür.

Üçüncü bölümde, "Çağdaş Grafik Tasarımın" kapsamının ne olduğu üzerine gidilmiş ve bu tasarımların kitlelere ulaşabilmesi için uygulanan bilimler, yöntemler ele alınmıştır. Çağdaş kent insanına yönelme için çağdaş grafik tasarımın kullandığı sistemler yardımcılığı ile konunun iletişim yükünü taşıdığına inanılan "Tanıtım Grafiği" ve Türkiye'deki durumuna ulaşılma amaçlanmıştır.

Çağdaş grafik tasarımcısı amacını somut sistemler aracılığı ile çözüme ulaştırırken , teknolojinin verilerinden yararlanması gerekmektedir. İşte bu sebeple kullanılan tekniklerin toplumun gereksinimlerine ve olanaklarına göre

belirlenmesi gereklilği önerilmiştir.

Dördüncü bölümde, çağdaş kent kültürünün hızla gelişimi sonucu, bir çağdaş iletişim yoluna gereksinimi olduğundan yola çıkılarak "Tanıtım Grafiğine" yönelinmiştir. Böylece ortaya çıkan "Çağdaş Türk Tanıtım-Grafiği" önce anlamı ve amaçları yönünden ele alınmıştır.

Tanıtım-Grafiğinin belirlenmesinden sonra, gene Türkiye'de ileri sürülen yapıtların tasarımları incelendiğinde, bu ürünlerin kendilerini devam ettirebilmelerini endüstri kuruluşlarının beğeni ve gereksinimlerine bağlı olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Böylece temel sorunun ürünün tanıtılması amaçlanan hedef kitleye en hızlı ve en iyi biçimde ulaşmak durumunda olduğu belirlenmiştir. Bu iletişim yolları, gene görsel iletişim öğelerini kullanan yapıtlara dayandırılarak bu yapıtların tanımları yapılmaya çalışılmış ve bölümler sonunda resimli örneklerle yapılan yorumların anlaşılır olmasına gidilmiştir.

Bu bölümde ele alınan "Tanıtım-Grafiği" nin ürünlerinin sistemli bir biçimde yaşanılan çevre içinde yer alması gerekliliğinden yola çıkılarak, Türkiye için çok yeni olan grafik tasarım alanı "Çevre Grafiği" başlığı altında ele alınmıştır. Burda araştırma konusunun amacı "Çevre Grafiğinin" işlevleri üzerine oturtulmuş ve onun yapıtları örneklenmiştir. Bu örneklerin çevre içinde kullanımı üzerine toplumda doğurdıkları sonuçlar, tasarımcının kendine özgün kurallar içinde çalışması gerekliliğini getirmiştir. Bu sebeple bu tasarım çeşidinin ve tasarımcısının sahip olması

gereken fonksiyonlar belirlenmiş ve öneriler sunulmuştur.

SUMMARY

This research deals with the definition of the visual communication means of the contemporary art and the graphic art which aims at forming a new language under the influence of the technical and economic conditions from the pointviews of its methods and efficiency. In order to put the methods and efficiency of the graphic art on a definite background, its historical development and techniques which are its communicative means have been dealt with beginning from the earliest possible time.

During the study on defining the types of visual communication of the graphic art on the basis of its historical development, the purpose was to define new visual communication mechanisms derived from printing which is a technical opportunity. The same research rules have also been used on a larger scale especially for following the development of the Turkish Graphic Art from the time when the Western society started to infiltrate into the Ottoman society in the 18th century through the Republican period, and up to the present time. In the research, explanations on the changes and influences in the socio-economic and political structure of the society have been made taking examples from graphic designs. In addition, the designers of the old and new periods have been asked for their valuable opinions on the subject, which has revealed all the events and people concerning the development of the Turkish visual communication. The general

meaning, methods and means of the graphic design were studied in order to explain the works of today's Turkish Graphic Design for promotion.

The first part deals with the explanatory information on the scope of the graphic arts with its historical development in order to put the subject matter of the research on a definite basis. This part, up to the nationalization process by the Republic, starts with İBRAHİM MÜTEFFERİKA. Essays and samples about this period have been gathered, and new samples are added to these. Cigarette packages have special importance because of the graphic designs on the packages and the samples of these designs which reflect the characteristics of the period in which they were produced.

In the second part, Graphic Design products and the graphic designer into the current position, it is understood that the education of the designer should be revealed totally, and a research is done from the period when The Academy was "Sanayi-i Nefise Mekteb-i Alisi". Depending upon this research, a detailed information is given about the activities and the teachers of poster studios in the department of "Tezyini Sanatlar" dates, persons and events are examined comparatively because of the disconnection between the sources.

In the third part, the concept of the contemporary graphic design is examined and the methods and sciences applied in mass communication of such designs are held. In

the direction of the contemporary citizen, the aim is to reach "Presentation Graphic", which is supposed to carry the burden of communication, and its status in Turkey with the help of systems used in contemporary graphic design. In the direction of these aims, the principles, guiding the graphic designers in his determination of the employment of devices, are as follows;

- a) To evaluate the system in wider scale regarding the contemporary facilities,
- b) To determine the aim in the system,
- c) To determine the devices appropriate to the aim in order to reach a solution.

The fourth part is about Presentation Graphic because of the need of a contemporary communication system as a result of the rapid development of contemporary urban culture. "Çağdaş Türk Tanıtım Grafiği", appeared in this way, is first treated for its meaning and its aims.

These aims are of four folds;

- a) Analysis, the understanding and solution of the information,
- b) The record of these informations on the films within the time of the formation of designing,
- c) The explanation of the product that will be presented with a visual language,
- d) The determination of the truth value of the design, which is created, together with the evaluation in the environment in which it will be presented.

After Presentation Graphic is determined, it is concluded that the continuation of these products depends upon the approval and the needs of industrial

corporations.

This corporations are stated that the major problem is to reach the mass to which the producted is aimed to be offered in the best and most rapid way. These products are defined according to the visual communication element and with pictures, it is aimed to make the comments clear.

From the necessity of the systematic position of the product of Presentation Graphic in the environment, graphic design field, which is new for Turkey, treated under the heading of "Çevre Grafiği".

In this subject, types of Environmental Graphic Designs can be stated of;

- 1) Posters,
- 2) Banners,
- 3) Cloth material posters,
- 4) Bilboards,
- 5) Signs of shops,
- 6) Lighted advertisings,
- 7) Advertisements on transportation,
- 8) Advertisements on bus-stops,
- 9) Front entrances of shops,
- 10) Exhibition's designs.

Here, the aim of the research is made dependent upon the functions of " Çevre Grafiği " and its products are sampled. The problems in the society caused by the use of these samples in the environment, brought about the necessity of the designer to work according to his principles. For this reason, the functions which the type of the design and its designer should passess is determined and some proposals are given.

GİRİŞ

Çağdaş sanatın temel özelliklerinden birisi de toplumda uyarıcı bir işlev yüklenmiş olmasıdır. 20. yüzyılın başlarına dek, yansıtmacı niteliğini koruyan sanat (natüralist) kısa bir duraklama döneminden sonra yeni açılımlar kazandı.

Bu yüzyılın başında değişen sanat anlayışı ile birlikte sanatçı tanımında değişti. Klasik anlatım biçemlerinden (üslup) kendini koparan sanatçı ister istemez ortaya yeni bir anlatım biçem'i getirecekti. Kısaca sanatın dili değişti. Yeni bir dil oluşturuldu.

Resimden mimariye kadar uzanan sanat dallarında yeni arayışlar içerisinde en etkin anlatım aracı "Grafik" oldu.

Artık değişen toplumda üretilen tüm gereksinimler, topluma yaygınlaştırma süreci içerisinde grafik tasarımlar ile bir düzenleme dönemine girdiler.

Batı ile etkileşim sonucu Osmanlı İmparatorluğu zamanında kendine sanat dalları arasında yer arayan "Grafik Sanat" 1,

eğitim ile temelini g¼clendirmeye çalıştı. T¼rk tasarımı-
cısının tarihsel ögesi olan soyut, kendine yeni somut kı-
lıflar buldu.

Çağdaş sanat soyut sanattır. Soyut sanatı tanımlama ise,
soyut-somut d¼zenlemeler ve simgeleşmiş g¼rsel iletişim
geleri ile m¼mk¼n olabilir. T¼rk grafik tasarımı da
soyutu somuta indirgemektedir. Bu d¼zenlemede, estetik
kaygılar s¼z konusu olmaktadır. Nitekim bu nedenle,
Almana'da "Bauhaus", Hollanda'da "de Stijl" ve T¼rkiye-
de "Halk Evleri" gibi kurumlar ağdaş teknolojiyi kulla-
narak, uygulamaları hedef kitlelere aktarma amacı ile
kuruldular.

1. BÖLÜM - GRAFİK SANATLARA GENEL BAKIŞ

Grafik sanatının görsel anlatım içindeki yerinin tespiti için, teknik ve ekonomik koşullarının ifadesine gidilmiştir. Grafik sanatın kullandığı yöntemler ve işlevi açıklanmaktadır. Bu açıklamalara dayanarak, gelişimin belirli bir tabana oturtulabilmesi, Grafik Sanatının tarihsel süzgeçinden geçmeyi gerektirir. Kitlelere seslenim aracı olan grafik sanatının tekniklerinin, mümkün olduğu kadar başlangıç noktalarından itibaren ele alınması gerekir. Böylece Türk grafik sanatını tarihsel süreç içinde izleyen, bağlantıları kurmak daha kolay olmaktadır.

Türk grafik tarihinin 1839-1905 arasındaki dönem, kayda geçmiş yazıların dışında özellikle incelenmiş ve örneklemelere gidilmiştir. Bu örneklerin buldukları dönemlerin kültürel ortamını, sosyal, ekonomik ve siyasi yapısını yansıtmaları bir kez daha sanatın etkinliğini göstermektedir.

1.1 GRAFİK SANATININ GENEL YAPISI

Tüm görsel anlatımın biçimsel ve tarihsel kökeninde çizgi vardır. Grafik sanatlarda, baskı ve çizimin gelişmesi, resmin gelişmesinin teknik ve ekonomik koşullarına bağlı olmuştur. "Grafik" kelimesi yunanca "Graphein" sözcüğünden gelir. Yazmak, resim çizmek, işaret, desen anlamındadır.

Grafik sanatlar, değişik basım yöntemleriyle oluşturulan ve bilgi iletmek, ikna etmek, kimlik belirtmek, kitle iletişim araçlarında kullanılmak amacıyla hazırlanan çizgi, yazı, resimle ve bunların düzenlenmeleriyle ilgili tasarımları kapsar.

Özgün Baskı Grafiği Sanatı'nın kapsamına giren teknikler şu şekilde örneklenebilir; Monotipi, litografi (taş basma), metal, tahta ve muşamba oyma basma, elek baskı (serigrafi) ve karışık teknikler. Bunların dışında baskı teknikleri kullanılmadan, yalnızca çizilerek üretilen sanat amaçlı grafik resimlerde vardır. Bu tarz çalışmalar

araştırma konusu dahilinde olmamasına rağmen şu şekilde özetlenebilir; bu çalışmalarda daha çok insan ve onun konuları çağdaş ve özgün bir grafik dille ele alınmaktadır.

Grafik sanatları denilince çok geniş bir sanat uğraşmaları alanı anlatılmış olur. Özellikle üretim ve tüketim endüstrisinin her ihtiyacına cevap veren uygulamalı grafik alanı çok geniştir. Grafik sanatlar XX. yüzyılın bir olgusudur. Kağıda resim çizmekten, gazete ilanlarından ambalaja, afiştten bir mektupluğa, broşürden, kitap kapağından bir el ilanına dek oldukça geniş bir çeşitlemeyi kapsar. Fark edilsede, edilmesede kitleleri etkisi altına almaktadır. Bir afiş, bir broşür veya bir basın ilanı, bir düşünceyi, bir ürünü, bir hizmeti geniş kitlelere duyurmak sevdirmek yada satmak ister. Bunu da "mesaj" ile sağlamaktadır.

Grafik sanatının yapısında bir "mesaj" içermek vardır.

Grafik sanatında verilmek istenen bir "mesajı" daha etkili, kılma, ikna etme veya bilgi vermedir. Çoğunda da bu bir

biçim, bir leke, veya bir sözcüğü daha etkili kılma yolunda kullanılır.

Kitlelere seslenmeyen bir sanat dalı düşünülmez. Grafik sanatında da dolayısıyla kitlelere seslenmeyen, onlarla dolaysız da olsa bile ilişki kurmayan bir grafik yapıt söz konusu olamaz.

1.2 BAŞLANGICINDAN BUGÜNE KADAR GRAFİK SANATLAR

Yağlı boya resim çok pahalı olan ve tek sayıda yapılabilen bir yapıtken, 14. yüzyılda ona rakip olarak çok sayıda, çok renkli ve daha ucuz olabilen ahşap baskı resmi çıktı.

Tabii ki bunu doğuran etkenler oldu. Resmin konu dağırcığına kiliseden ayrı olarak özel yaşamın katılması, sanat alıcılarının çoğalması ve değişik sınıflardan olabilmesi bunların içinde en önemli yeri tutanlardan sayılabilir.

15. yüzyıla kadar baskı sanatçıları'nın isimleri işlenmediğinden bilinmiyor. Bu çalışmalar oldukça sade işlenmiş olmasına rağmen, yine de kitlelere seslenmekten kendini alı koyamıyor.

ilk bilinen baskı sanatçısı ismi ile birlikte yapıtta bil-
diri niteliğini taşıyan bir görüntü göze çarpıyor. Martin
Schongauer (1425/45 - 1491). Bu ahşap baskı (1527), Fran-
sız Kralı I. Francis'in Avusturya'lı Eleonore'ye evlenme
teklifini bildirmektedir[1]. Bu baskılar bugünkü afiş,
broşür niteliğinde, bir haber yaymak yani kitlelere ses-
lenmek amacıyla kullanılıyor.

Ortaçağın kalıplaşmış stilizasyonundan kurtulma çabaları
bilindiği gibi Rönesans ile başlamaktadır. Böylelikle çı-
zimin değeri ve gerekliliği anlaşılırken gerçek olgusuna
yaklaşma çabaları başlamakta.

İtalya'da kuzey ülkelerinde olduğu gibi baskı makinasının
tanınmasından sonra sanat çalışmalarında gelişme göster-
miştir. Metal granürün ortaya çıkması mücevher sanatçıla-
rının denemeleri ile olmuş, onun gelişiminin hemen ardından
yüzeyi oymadan elde edilen taşbaskı (litografi) gelmiştir.
İlk örneği müzik notası basmak için oluşturulmuştur. Goya
bunu ilk kullanan sanatçılardandır. Gustave Dode'nin

resimlediği Dante'nin Kutsal Komedyası'ndan sonra, özellikle matbaanın hızlı gelişmesi, resimli gezi ve edebiyat kitapları, baskı sanatında büyük aşamaların nedenidir[2].

Taş Baskı 19. yüzyılın sonuna doğru birçok sanatçıyı etkisi altına aldı. En güzel örnekleri denilebilir ki, Henri de Toulouse Lautrec vermiştir. Sanatçının yapıtlarına baktığında bugünkü Tanıtım Grafiğine yaklaşan adımları seriz.

Farklı tekniklerde gelişen baskı sanatı doğa-insan-nesne bağlamında düşünce ile duyarlılığı yaratmada olduğu kadar, çok sayıda üretilebilir olması, siyah-beyaz karşıtlığına ve yalın anlatıma uygulığı, kitle iletişiminde önemli rol oynayan bir sanat dalı olması nedeni ile, duygu, değer ve eleştirisel tavırları yansıtmakta önemli bir araç olmuştur.

Örnek verilmek istenirse, 20. yüzyılın başlarında ve

I. Dünya Savaşı ortamında, özellikle Almanya'da Dışavurumcular tahta baskının dolaysız ve çarpıcı dili ile savaş, yoksulluk, doğa, insan konularını işlemişlerdir.

19. yüzyıldan başlayarak, önemli bir disiplin türü olan çizim kendine Amerikan sanatı içinde özel bir yer kazandırmıştır. 1940'lar sonrası Soyut Dışavurumcular, iç dünyayı tanımlarlarken grafiği, hareketli ve karşıtlı anlamlar içinde kullanmışlardır. 1950'lerin Pop Sanatı ise Amerika'nın kendine özgü yapısını sergilemede grafik sanatını seçmiş. Burda önemli olan, tüketim kitlesine ve onun kültürüne seslenmede kendilerine özgü canlı, hareketli, yalın, çarpıcı ve hatta uyarıcı bir baskı sanatını ortaya koymalarıdır. Pop Sanatı'ndan günümüze gelene kadar, Grafik Sanatında ifade yolları kendine birçok değişik çeşitler katmıştır. Asıl temel de önemli olan baskı sanatının ona bu ifadeleri uygulayabilme şansını vermesidir.

1.3 TÜRK GRAFİK SANATININ BAŞLANGICINDAN BUGÜNE KADAR GELİŞİMİ

Grafik, toplumu oluşturan katlar arasında kültür alışverişini, görsel bildirişimi sağlayan bir etkinlik olduğuna göre, Türk grafik tarihide kendi sosyo-ekonomik yapısı

İçinde alışverişi gerçekleştirdi. Çünkü Türkiye Cumhuriyete geçmeden önce de batı ekonomisine bağımlı olmaya başlamıştı. Bu bağımlılık, etkilenen bir grafik sanatını doğuruyordu. Geçmişte birçok yapıtının üzerinde görsel bildirişim öğeleri ile adeta grafiksel bir anlatıma gitmiş olan bu toplum, deney ve birikimlerini sentezden geçirerek yeni, kendine has örnekler verdiği diğer çalışmaları gibi dışa bağımlılığı da kolayca kendi süzgecinden geçiremedi çünkü savaşıarak isteklerine kavuşan bu toplum, güçten düşmeye başladığı dönemlerde batının endüstri modelleri ile karşılaştı. Bu değerlere kayma zorunluluğu duyarken, onların değer ölçülerinin tümünü de almak zorunda kaldı. Bunlara tanıtma, pazarlama yöntemleride dahildi.

Cumhuriyet sonrası Türkiye, geçmişinden hiçbir kültür birikimi taşımıyor değildi. Bugün Türk grafiği, kendi estetiğini, elemanlarını, cumhuriyetten daha önce yapılmış grafik yada benzeri uğraşlar, deney ve birikimlerinin üstüne oturtarak kendine

bir tarihi oluşturmanın çabalarını yaşamaktadır. Bu tür çabalamalar batının Osmanlı toplumuna 18. yüzyılda ancak sızabilmesi ile başlamıştır. Avrupa'nın yaşam tarzının ve çalışma biçimlerinin dikkati çekmesi bu yüzyıla rastlamaktadır. Gene bu dönemde, Avrupa'ya elçi olarak giden şahıslar birtakım yeniliklerin örneklerini de beraberlerinde getirmişlerdir. İlk kıpırdanmalar "Lale Devrinde" olmuştur. Bu dönemde ilk basımevinin kuruluğu ile grafik tarihi başlamıştır.

Yirmisekiz Mehmet Çelebi'nin oğlu Said Çelebi (? - 1761) ve sarayın müteferrika ağalarından İbrahim Efendi'nin işbirliğiyle gerçekteşen ilk Türk basımevi (1627) bugünkü grafik sanatının başlangıcı sayılabilir. Tarihimizde, basıp çoğaltma yoluyla elde edilen ilk resimli kitap, bunu basabilmek için gereken ilk döküm yazısı, ilk resim kalıbının elinden çıkmıştır. Çünkü, o çağdan günümüze dek basımcılık tarihimizin gelişim çizgisi üzerinde iyi kötü süregelen bir usat-çırak geleneği onun ve basımevinin

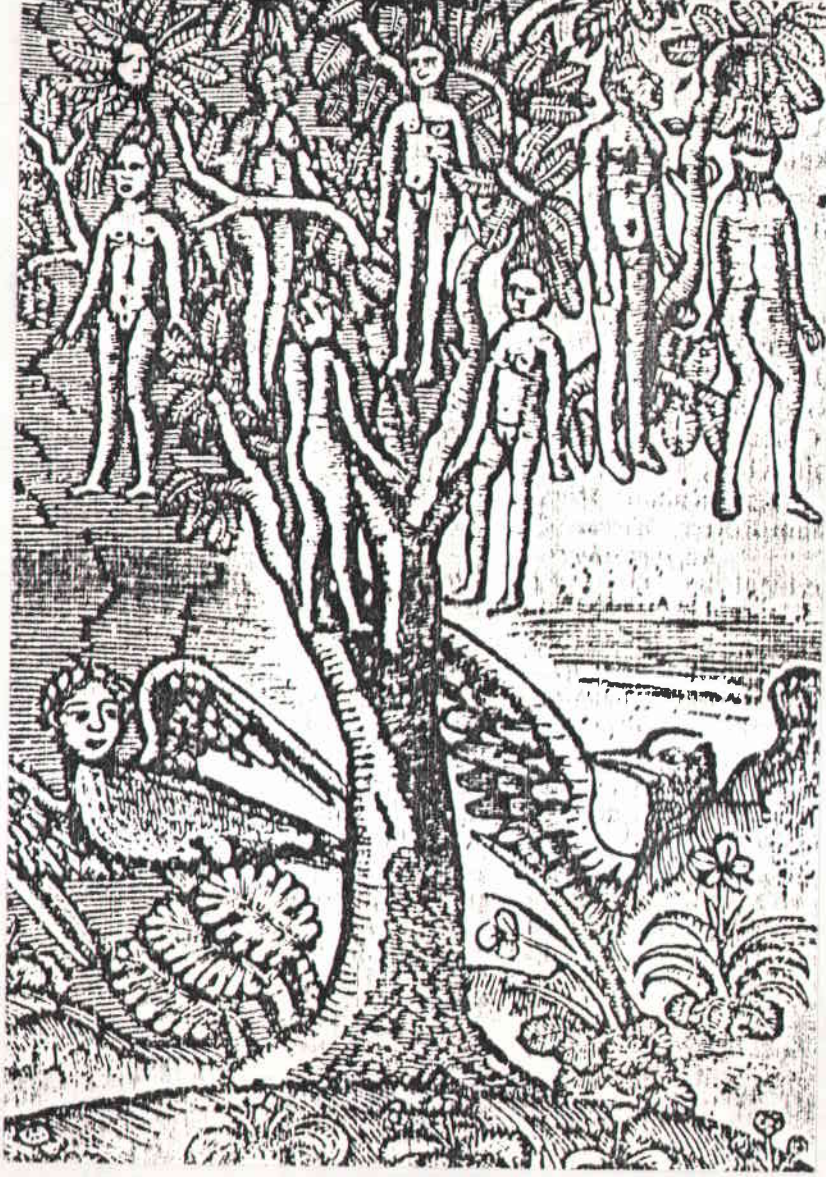
çevresinde oluşmuş ve ülkemizin ilk kağıt fabrikası onun evine kağıt sağlamak amacıyla kurulmuştur (3).

Sait Maden'in bu açıklaması, ister istemez o dönemin sanat ortamına dikkati çekmekte. Bu dönem, Osmanlı aydınlarının batıdaki gelişmelere ilgi duymaya başladıkları, toplumsal ve düşünsel yeniliklerin yaşandığı dönemdir. Bütün bu yenilikler yeniden örgütlenmeyi, uzmanlaşmayı getirmiştir. Öncelikle ordu, mimari gibi alanlarda kendisini göstermiştir. Gene bu dönemde, hazırlanan kitaplar iki şekilde ele alınabilir. Saray Nakkaşhanelerinde yapılan resimli kitaplar ve toplum arasında hakatlar, müzehhipler, musavvirler ve nakkaşların oluşturdukları kitaplar. Bu kitaplar el yapımı olduklarından sayıları az olurdu ve çok az kişi sahip olabilirdi. İşte Said Çelebi ve İbrahim Müteferrika böyle bir ortamda basımevini kurdular. Bunun gerekliliğini anlatan bir risale yazdılar.

Sait Maden'in bir yazısında bu olay şöyle ifade edilmektedir. Müteferrika daha 1726 da basımcılığın, basma yöntemi ile kitap çoğaltmanın yararları ve gerekliliği üzerine 'Vesilet-üt-tıbaa' adlı bir risale yazarak Damat İbrahim Paşa'ya sunmuş, kitap basımcılığının ne denle gerekli olduğunu, çok inandırıcı kanıtlar getirerek 10 maddede de açıklamaya çalışmıştır;

1. Önemli kitapların çoğaltılması halk ve aydınlar için yararlıdır,
2. Yazarların yapıtlarının basımı, bunların onurlanmasına ve islamlar arasında ünlenmesine ön ayak olur,
3. Basılı kitapların yazıları okunaklı, güzel ve doğru olacağı gibi, okutan ve okuyanlar için de kolaylık sağlar,

4. Basmacılık karlı iştir. Bir cilt kitap yazmak için gereken emekle binlerce kitap basılabilir. Kitap ucuzlayacağı için herkes bundan yararlanır,
5. Kitapların başına ve sonuna fihristler konularak aranılan şeyin kolayca bulunması sağlanır. Kitapların ucuzluğu il ve ilçeler halkının da yararlanmasını sağlar,
6. Kentlerde büyük kitaplıklar kurulmasına ve bilim öğrenenlerin çoğalmasına yardımcı olur,
8. Osmanlı devletinin, cihat yoluyla bütün islamların onurunu arttırması gibi, kitap yayını yoluyla da islamlara hizmet etmesi uygun olur,
9. Avrupalılar Arapça, Farsça, Türkçe kitapların değerini bilmekte, bunları basmaktadırlar. Ama bastıkları bu kitaplar yanlışlarla doludur, yazıları da güzel değildir. Ne var ki yarın için ehlini bulup Doğu yapıtlarını doğru ve güzel bastırarak İslam ülkelerine



Resim 1. Müteferrika'nın bastığı Tarih-i Hind-i Garbi'den bir oyma resim

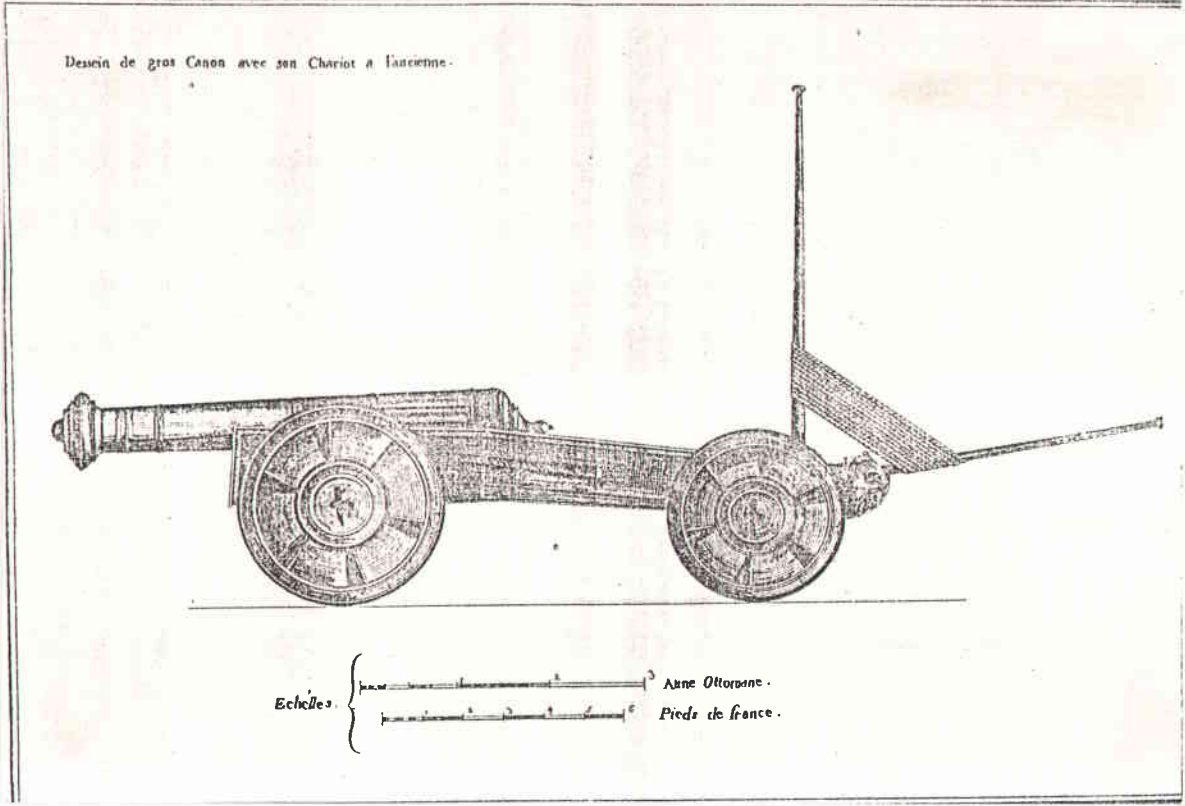
göndermeleri, böylece buralardan para çekmeleri olası-
lık içindedir. Biz onlardan önce davranmalıyız.

10. Artık, basım işinin ülkemizde de uygulanması için ola-
nak vardır. Bütün İslamlık için gereken kitapların
basılması devlete onur getirecektir[4].

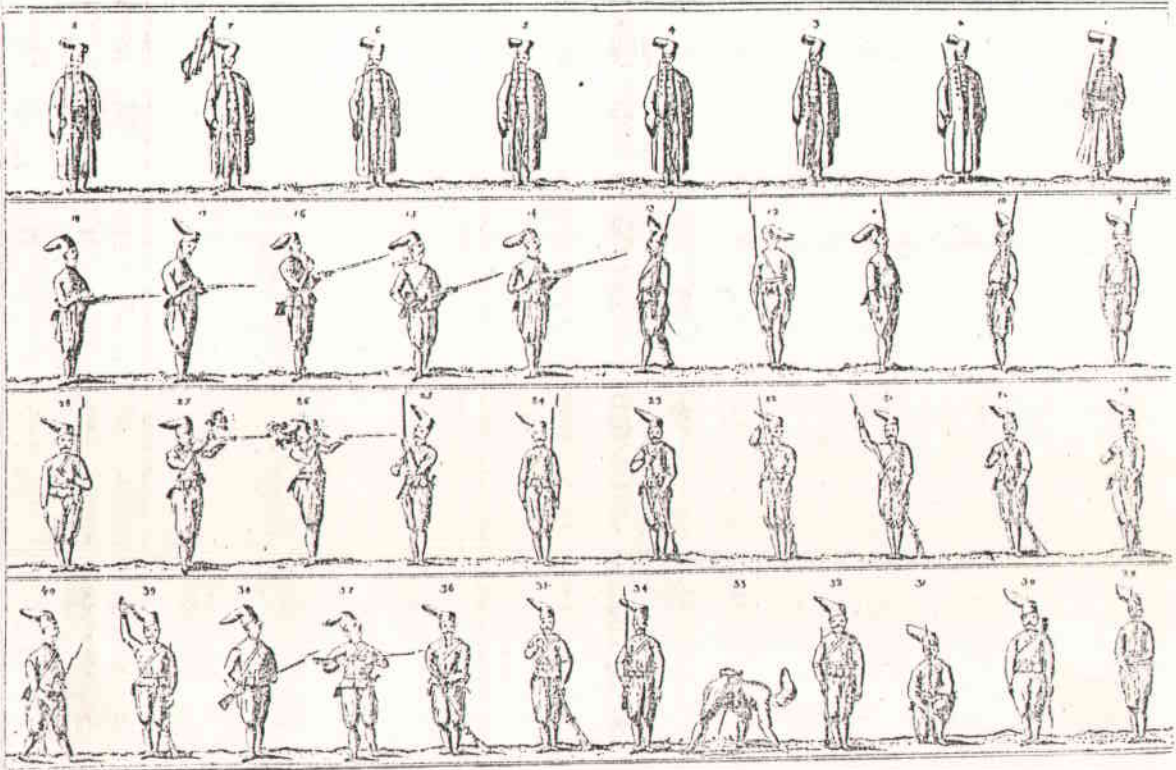
Kitapların basılarak çoğaltılması yolunda ki Müteferrika'-
nın önerileri, o dönemde ki toplum yapısının ve sarayın
batıya açılışa hazır konumda olduklarını göstermektedir.

Gene Sait Maden'in kaynak olarak gösterdiği 'Türk Matbaa-
cılığı' isimli Selim Nüzhet Gerçek'in kitabı, İbrahim
Müteferrika'dan önce ülkede basımevi kuruluşlarından bah-
setmektedir. Bu da göstermektedir ki bu ortamı hazırlayan
gene batı girdisidir.

Müteferrika'nın ürünleri arasında önemlilik taşıyan bir
yapıt "Batı Hint yada Amerika Tarihi" (Tarih-i Hind-i Gar-
bi)'dir. Çünkü bu kitap Türk basımcılık tarihinin yada
grafik tarihinin ilk resimli kitabı olma özelliğini taşı-
dığı gene Sait Maden'in Çevre Dergisinde ki yazısında gös-
terilmektedir. Sait Maden bu yazıda ilginç bir varsayımı



Resim 2. Eski arabalı büyük topun deseni



Resim 3. Nizam-ı Cedid askerlerinin eğitiminden değişik görüntüler.

da birlikte öne sürmektedir.

Tarih-i Hind-i Garbi 1730'da basıldı. Bu kitabı Türk grafiğinin ilk ürünü sayarsak, iki buçuk yüzyıllık bir meslek tarihi kazanmış oluruz. (5) Bu ifade göstermektedir ki Türk grafik tarihi köksüz değildir, belirli bir başlangıç noktasına sahiptir.

Osmanlı batı ile ilişkileri esnasında orada oluşan uçurumun farkına varmıştır. Bunu sezdiği andan itibaren ki, bu da III. Mustafa, I. Abdülhamid ve daha çok III. Selim zamanına rastlar ve eğitimde bir düzen oluşturma çabasındadırlar. Bunun için ders kitaplarına resim veya şekiller koymaya başlarlar. Çizgi ile ifade yolunu seçmeleri, grafik sanatının ufakta olsa gelişim adımlarına yol açar. Bu resimler, gerçekleri ifade eden hiçbir dinsel yada sanatsal kaygı taşımayan çizimlerdir.

Müteferrika basımevinin ardından Hasköy'de ki Mühendishane (1796) onun hemen ardındanda Üsküdar'da kurulmuş olan Darü't tıbaa (1802) gelir. Bu basımevleride Müteferrika'nın

ki gibi Türk grafik tarihinin çizgi, basım ve renk öğelerini ilk defa kullanarak bugünkü Türk grafik sanatının temelini attılar.

Basımevlerinin kurulmasından hemen sonra araştırma konusuna dahil olan gelişmeler şu biçimde incelenebilir;

- İlk resmi gazete olan Takvim-i Vekayi'yi basmak üzere Takvimhane-i Amire kurulur[6].
- Ebüzziya Tefik (1849 - 1913) ile grafik tarihinde yeni ve özgün bir dönem yaşanacaktır. Hattat, yazar, gazeteci, tarihçi, basımcı gibi nitelikleriyle çokyönlü olan Ebüzziya Tefik, titiz ve zevkli baskı ürünleriyle Avrupa baskı sergilerinde, yarışmalarında ödüller aldı[7].

Ebüzziya Tefik 1891 - 1899 yılları arasında 'Leipzig' matbaacılık fuarına katılmış ve eserleri hersene fuar kataloğunda yer almış. Sait Maden ile yapılan özel görüşme esnasında, Ebüzziya Tefik'in bu başarısına Fransızların büyük hayret ile baktıkları ve o dönemin Fransa Kralı'nın "Liyakat" madalyası (1898) gönderdiği ifade edilmiştir.

Bu sebeptendir ki Ebüzziya Tefik'in bu başarısı ona Türk grafik tarihinde çok özel bir yer kazandırmıştır.

Tanzimat fermanınının 1839'da ilan edilmesinden sonra da Osmanlı toplumu hayatında ki büyük değişiklikler devam ediyor. Bu ferman toplum bireyine birtakım kişisel haklar tanımaktadır. Bu kişiselik kendini kartvizitlerde de göstermiştir. Bu fonksiyon açısından tamamen batı girdisini işaret eder. Bu kartların üzerindeki düzenlemeler ve yazılar ise, kültür farklılığına rağmen kendi sanatını vermesi açısından içe bağımlıdır. Yine de isminden başlayan bir batı tarzı söz konusudur. Kelimenin aslı, ziyaret kartı anlamına gelmektedir (cart de visite).

"Cart de visite" dile kartvizit olarak geçerken kullanımı bugün ile çok fazla farklılık göstermez. Kimileri üzerinde sadece isimden ve makamından başka birşey bulundurmazken, kimileride ünvan, iş ve ev adresleri gibi detaylı bilgileride bulundururdu. Boyutları 4.5 x 8 cm klasik boyutlara hemen hemen yakın olan bu kartvizitler oldukça titiz bir çalışmayı içermektedirler. Yazıyı şekil ve kompozisyonlarla gerçekleştiren, nerdeyse bir minyatür havası

içinde işleyen bu kartvizitlerin kullanımı ziyaret esnasında olurdu.

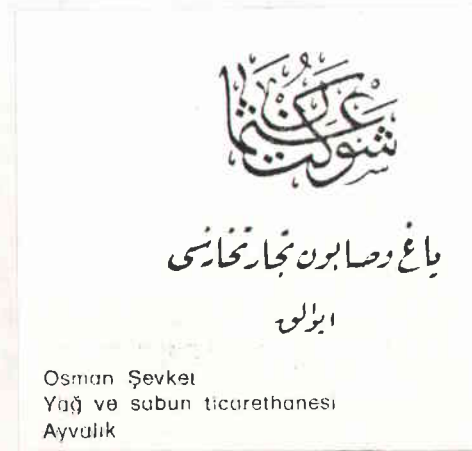
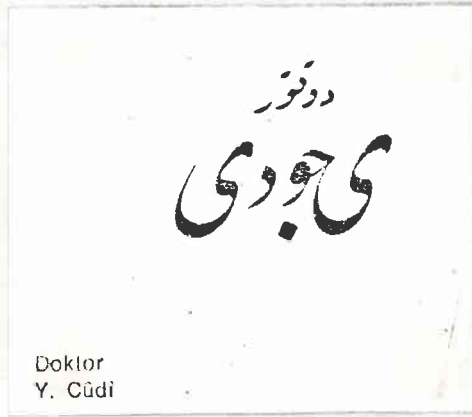
Bu kartvizitlerin kullanımı hakkında açıklamalar şu biçimde ifade edilmektedir:

Eskiden bayramlarda memurlar amirlerini ziyaret ettiklerinde... konağın selamlık kısmına alınırlardı. Selamlıkta umumiyetle mermerden beyzi büyük bir masa, üzerinde ise sedef-kakma veya metal-kakma tekniği ile yapılmış küçük bir kutu bulunurmuş. Ziyarete gelen kişiler kartvizitlerini bu kutunun içine bırakırlarmış... Ziyaretin gelinen amir ise iade-i ziyaretini son gün yapar, daha önce kutuya konulan kartlarda adresleri bulunan memurlara gidermiş... ancak kapıların önünden fayton ile geçerken yanındaki bir kişi ile kartını yollarmış[8].

Kullanım amacı ve kullanım şekli ince ve topluma has değerleri içermesi bakımından çok anlamlı olan bu kartvizitler ünlü sanatçılara sahip. Bugünün grafik tasarımcısı gibi titizlikle çalışmıştı bu şahıslar. Bir fark onların



Resim 4. Abdülmeçid Han Kerimesi Senihe'nin Kartviziti.



Resim 5. Osmanlı kartvizit örnekleri

hattat olmalarıdır. Bu alanda en çok adına rastlanan sanatçı Arif Hikmet Bey olmuştur. Mustafa Halim Özyazıcı ve Hamid Aytac'da levha, kitabe, cami, kubbe ve kuşak yazılarının yanında çok güzel kartvizit örneği veren iki hattatdır.

Arif Hikmet'in genç yaşta Yugoslavya'dan göç ederek İstanbul'a geldiği ve Enderun'a girdiği İbnülemin Mahmud Kemal'in "Son Hattatlar" adlı eserinin 59. sayfasında belirtilmektedir[9].

Arif Hikmet oldukça zengin kompozisyonları gözler önüne sermektedir. Kartvizitleri izlerken özellikle kompozisyonların dikkat edilmesinde yarar vardır.

1850'lerde ilk posta pulları kullanılmaya başlanır. Batıya uymanın zorunluluğu, yeni bir model ve yeni bir örgütlenme çeşidinde beraberinde getirmiştir. Hattat Vahdet'i gerçek bir grafik ustası gibi Osmanlı pul ve paralarının düzenlemelerini uzun yıllar yapmıştır. (10) Türk grafik sanatında bir başka önemli boyut ise, dergiciliğin başla-

başlamasıdır (1850). Çizgi resimlerle, olayları anlatım yada bir takım nesne yada kişilerin hafif alaya alınarak tanıtımı ve yazının da bu öğelerle birlikte kullanımı yeni çarpıcı bir boyuta oluşturmaktadır. Bu tip resimli yazıların ilgi çekmesi dergilerde ki resimli duyurulara en önemli yeri kazandırmıştır (1880).

Türk grafik tarihinde Teodor Kasap'ın yeri önemlidir.

Günlük yaşamda gözden kaçan, önemsiz gibi görünüp de çok önemli olan olayları karikatür çizgileri ile basına sokmuş ve yeni bir nefes yeni bir çizgisel başlangıç yolunu tutturmuştur. Dergisi "Diyojen" 1870 yılında faaliyete geçmiştir.

1905'lerden İzmir'in kurtuluşuna kadar olan bir dönemi

içeren sigara kağıdı kapakları da Osmanlı İmparatorluğu'

nun son dönemlerini ayrıntıları ile sergilemesi açısından

Türk grafik sanatında önemli bir ifade tarzı olarak sayıl-

malıdır.

Sigara kağıt kapakları bu dönemde rekabeti ortaya çıkarmıştır. Biraz sonra örneklerinde görüleceği gibi, firmalar birbirleri ile rekabete girmekte ve mallarının tanıtımını diğer ürünlere göre tespit etmektedirler. Bu kapaklar daha çok resimli ve renkli olarak yapılmaktaydılar.

Daha çok ticari amaca, satış yapmaya yönelik olan bu kapaklar takip edildiğinde Osmanlı'nın Avrupa gözündeki çöküş döneminden, Türkiye Cumhuriyeti olana kadar geçen süreyi izlemek mümkündür.

Araştırmaya konu olan bu kapaklara Dr. Robert Anhegger adlı bir Alman Türkolog'un koleksiyonundan ve Orhan Duru'nun yazı dizisinden yararlanarak yola çıkılmıştır. Dr. Robert Anhegger'in koleksiyonu 1905 yılı ile başlamakta, Balkan Savaşı ve İzmir'in kurtuluşunda içine almaktadır.

Sigara kağıdı kapaklarının iki grup olarak ele alınması bu araştırmada daha aydınlatıcı bir yol olarak belirlenmiştir. Birincisi, Türkiye'den kopma eğilimli

azınlıkların propagandalarını açık ya da kapalı bir biçimde ifade ettikleri kağıt kapakları, ikincisi ise bu girişimlere karşı doğan milliyetçi akımın varlığını hissettirme çabasında kendilerine "mesaj" iletici olarak kullandıkları sigara kapakları. Daha öncede belirtildiği gibi her iki kısımda da amaç satışa teşviktir.

Birinci kısımda ele alınacak kağıt kapakları şu şekilde açıklanıp, örneklenebilir. 1905 - 1912 yılları arası (Balkan Savaşı'na kadar olan dönem) en eski örneklerde özellikle Fransızca, Rumca veya Ermeniice kullanılmıştır. Türkçe yazma gerekliliği ya hiç duyulmamış ya da kapağın bir kenarına iliştirilmiştir. En eski sigara kağıdı kapağına 1905'de rastlanmakta. Adı "Makaslı". Dış yüzünde bu ifadeyi güçlendirmek için büyük bir makas resmi bulunuyor. Fransızca "modele de prose" yazısının yanı sıra Rumca olarak marka açıklanıyor. Kapağın dış yüzüne eski Türkçe bir yazı konulmuş burda, 'Bu ruhsatı Mahsuse' denilmekte ve 'Vasil Serafim' adı geçmektedir[11].

Vasil Serafim belki şirketin sahibinin adıdır. Rumca yazıda ise isim "Valios Serafim" olarak geçmekte ve kağıdın anti- asmatik olduğu belirtilmektedir.

Diğer bir örnek "Kilikya" adlı kağıt kapağıdır. Üzerinde Türkçe hiç yok gibidir. Daha çok Ermenice yazılar yer almaktadır. 1905 yıllarında Ermeni Komitacıları Abdülhamid'e karşı bombalı bir sükast düzenliyorlardı. 1909'da aynı komitacılar olay çıkarır. Amaçları da Adana ve çevresinde Ermeni devleti kurmaktı. İşte "Kilikya" Ermenice yazılarla dolu bu döneme çok güzel bir örnek. Ön kapağında hemen hemen hiç Türkçe yazı yok. Yalnız bir yerde 'Elli Varak' deniliyor. Kapağın içinde ise eski Türkçe ile şunlar yazılı; 'Adana sigara kağıdı umum kağıtlardan nefistir.' Ermenice yazı ise, şöyle demektedir. 'Kilikya'dan gelme sigara kağıtları ile yapılmıştır. Dikkat edin başka kağıtlarla karıştırmayın. (12) Bu yazıya birde adres konmuştur.

Bir başka azınlık-anti hareketine katkıda bulunan kapak

"Epirotin" adını taşımakta. Kağıt "Maarifperver Cemiyeti" tarafından çıkarılmış. Kağıdın içinde bu cemiyetin 1328 tarihinde yani 19/2 yılında kurulduğu yazılı. Rumca yazılarla dolu kağıt kapağının bir kenarında eski yazı ile şunlar yazılı; 'İş bu halis ipekli sigara kağıdı EPIROTIN, MAARIF PERVER CEMİYETİ menfaatine mahsus'.

Bu yıllarda Epir'de Osmanlı İmparatorluğu'na karşı ayaklanmalar dikkati çeker. "Epirotin" sigara kağıdı da Epir'deki Yunan okullarına yardımı sağlamak için çaba sarfediyor olsa gerek.

Osmanlı'ya karşı bütün bu anti hareketler 1912'den sonra Balkan Savaşı'nın başlaması, onun ardından Birinci Dünya Savaşı'na giriş ve Cumhuriyet'in kuruluşu ile biçim değiştirmek zorunda kalır. Biter diye bir ifade kullanılamaz. Çünkü bilindiği gibi bugünde hala çok daha farklı ve geniş boyutlar da, başka isimlerde bu olaylar cereyan etmektedir. Fakat şu kesindir ki, Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti devletine geçiş hemen sigara kağıdı kapaklarına

yansımıştır. Çünkü onlardan o zaman içindeki iletişim mekanizmasının görsel dili olma özelliğini taşımaktadır.

Balkan Savaşı ile birlikte bu kapaklarda Rumca, Ermenice, Fransızca yazılar kalkar. Bu faaliyetleri daha önce bahsedilmiş olan ikinci kısım içinde değerlendirmek gerekir. Milliyetçi anlayışın yerleşmesi ile gelen örnekler şu sırada incelenebilir.

Birinci Dünya Savaşı'na ve Balkan Savaşı'na girilen yıllarda çıkarılan "Osmanlı Askerleri" isimli saigara kağıdı, "İşte Osmanlı Askeri" başlıklı kağıt kapığı, İstanbul Çiçek Pazarında Hacı Abbas Kehnemuni tarafından çıkarılmış. İçinde şunlar yazılı; 'Osmanlı Askerleri sigara kağıdı, sigara kağıtlarının en nefisi olup, istimalinde nefaset ve lefatini muhterem müşterilerimin takdir buyuracağını kaviyen memul ederim. Ve taklitlerinden taasuf için zirdeki imzaya dikkat buyurulması bilhassa istirham olunur'[13].

Donanımına kötü duruma düşünce halk arasında yardım başlatılır. O sırada çıkan sigara kağıdıda kendine kapak

reklamı olarak bunu seçmiştir. Kapakta Barbaros Hayrettin'in resmi görülmekte. Türkçe açıklamalar yer almakta. İstanbul yerinede, "Der Saadet" kelimesi kullanılmış. Kapağın içinde yazılanlardan çıkan sonuç, Barbaros'un hayat öyküsü ve müşterilerine donanmaya yardım yapmaları yolundaki açıklamalardır. Çıkarana lar sigara kağıdı alanında ün yaptığı anlaşılan 'Botton ve Kadavi' adlı musevi aileleridir

[14].

Sigara yapımçıları arasında Türk olarak öne çıkan ve konuya Türk grafik tarihi açısından önem kazandıran isimler Fazlızade Cemil ve Harun Biraderlerdir. Bugünün tanıtım grafiğine oldukça paralel bir anlayışla Fazlızade Cemil Bey'in çıkardığı "Hediyeli Cemal" kağıdı çok güzel. Belki de tamamen Türk yapımı olduğunun bilinmesinden dolayı bir gururlanma fırsatıdır. Kapakta adres İstanbul, ketenciler No:53 diye verilmiş. Bu kapaktada Rumca Fransızca yada Ermenice gibi dillere yer verilmemiş, yalnız eski Türkçe ile şu ifade yer almakta; Hediyeli Cemal kağıdı, işbu

sigara kağıdını istimal eyleyenler hem ticaret-i milliyeye hizmet, hemde vücutlarını hastalıktan rihaye edecekler.

Her kutunun içinde kıymettar bir hediye mevcuttur. Taklitlerinden içtimal için atideki imzamıza ve üzerindeki resmimize dikkat buyurulmasını hasaten rica ederiz [15].

Hediyeli satış ile satışa teşvike yol açması, imza ve şahıs resmi ile güvence vermesi bugünün tanıtım grafiğinde de kimi zaman önem verilen bir fark vardır. Bugün sigaraların üzerinde resmen almayın denmez ama şöyle bir uyarı kanun gereği konur. 1979 Yılı İcra Planı 467. Tedbir Uyarınca "SİGARA SAĞLIĞA ZARALIDIR", Cemal Bey'in "vücutlarınızı hastalıktan koruyacaktır" anlamına gelen sözü, acaba satış için kandırmacamıdır yoksa sigara içme yada sarma olayının çok yeni olması sonucu ortaya çıkan bilinçsizlik midir. Tabii ki araştırmada söz konusu olan, bir Türk tarafından sigaranın tanıtılmasıdır. Gene sigara kağıdı kaplarında halter ile güreş ve cimnastik ile ilgili konuların yanısıra Nasrettin Hoca ile ilgili olan örneklere de

rastlanmaktadır. Bunları kimlerin çıkardığı belirlenememiş olduğundan bu araştırmada detaylı bilgi verimine gidilmedi.

Bir başka önemli kapak ise İzmir'in Yunan işgalinden kurtulmasından hemen sonra çıkan sigara kağıdınıninkidir. Çıkarılan 'Mordıkasavi' adında bir musevidir... Kağıdın içinde şu ifadeye rastlanmakta: 'İzmir Türk Muzafferiyeti tarihlerde emsali namesbuk olduğundan, işbu muzafferiyete bir cille-i hatıra olmak için her Türk ve Osmanlı'ların işbulunan sigara kağıdından istimal etmeleri bir vazife-i vatan pervarane olduğu gibi kağıdının nefaseti ayrıca şâyane dikkatdir[16].

"Azm-i milli", "Türk kuvveti" gibi kağıtlardan bu türden mesajlar taşımaktadır. Türkiye cumhuriyete geçtiği zaman içinde de sigara kağıdı yapımına devam ediyor. Bu dönemde adı en çok duyulmuş olan "Kibar" sigarası, 1923 yılında birde "Kibar sigara kağıdı, takvimi" ni [17] bile çıkardığı ifade edilir.

Hazır sigara, sanayileşme çabasında ki Türkiye'ye hakim olduğu zaman, 1930 yılında Tekel kurulur. Böylece rekabet kalmadığından, bu güzel kapaklarında bir önemi kalmaz. Türünü çok fazla değiştiremeyen bir ambalaj anlayışı ile maalesef bugüne kadar gelmektedir. Sigara kağıdı kapakları ile ilgili resimli örnekleri bu açıklamaların ardından izleme imkanı vardır. Resimlerin özgün boyutları (10x7 cm) boyutundadır. Fakat unutulmaması gereken, onların birbirleri ile rekabetleri esnasında, Türk grafik tarihine önemli ve özel örnekleri ile kaydettikleridir. Türk grafik tarihi içinde incelenmesi gereken bir başka önemli konuda kitap kapaklarıdır. Bilindiği gibi kitaplar el ile yazılıp deri ciltlerle ciltlenirdi. Okuma oranının artması baskı kitaba yöneltti. Basılan kitapların çoğalması ile, her bir kitabın deri cilt yapma zorunluluğu baş gösterince, bez ciltler ve onların üzerine de kitabın kimliğini ortaya koyan yazılar basılmaya başlandı. Daha sonrada karton veya kağıt kapaklara geçildi.

Türkiye'de ilk karton ve kağıt kitap kapakları Tanzimat-
tan sonra başlamasına rağmen daha çok Meşrutiyetten ön-
ce görülür. Böylece basımcılık ticari önem kazanmıştır.
1831 yılında ilk taş baskı tezgahının kurulması ile ki-
tap ucuzlayıp, halk'a inebildi. Satışa çekebilme kavgası
böylelikle başlamış oldu. Burda gene Ebbüziya Tefvik'i

gerekir. Çünkü onun yayınlarında Türkiye'de ilk defa yayı ve değişik süsleme öğelerini bir arada kullanarak bugün ün "grafik-tasarım" ilkelerine paralel düzeyde yapılmış, özgün kitap kapakları vardır. Basılı bir kitaba amblemi ikinci kapağında beraberinde getiren gene Ebüzziya'dır.

Ebüzziya'nın ardından Ahmet İhsan Tokgöz gelir. O da batıdaki gelişmeleri özleyerek klişeciliği getirmiş ve böylelikle kitap kapakları iki veya üç renkli resimlere sahip olmuştur. Birinci Meşrutiyet'le kitaplarda, kitapla ilgili kişi yada ünlü kişilerin fotoğrafları görülür. İkinci Meşrutiyet döneminde ise kitap baskı sayısının bollaşması ile karton ve kağıt kapakların kompoze edilmesinde yeni boyutlar gelir. Hattatların kapak yazılarında görev almaları harf devrimine kadar sürmektedir.

Yazı devriminin ardından kitap kapaklarında tarzlarını en çok ortaya koyanlar arasında Münif Fehim, İlah Hulusi, Ali Suavi, Cemal Görkey, Faris Erkman gibi sanatçı yer almaktadır. Kitap kapakları 1960'lardan sonra akademi

eğitimi almış sanatçılar tarafından tasarlamaya başlamıştır. Artık kitap kapak dűzenlemeleri grafik tasarımda ayrı bir yer kazanmış ve birçok sanatçının biraraya gelmesi ile oluşan sergilerde ۆzellikle sergilenmeye başlamıştır.

Bugűn kitap kapağı ۆzerine çalışan grafik-tasarımcısı, az sۆzle çok ifadeye, somut ifadeden soyut bir anlatıma giderken, işverenin baskı ve koşullandırmalarına dikkat ederek çalışmaktadır. Ve ulusunun damgasını her yaptığı iře koyabilme kaygısını taşımaktadır.

İlk ilancılık şirketinin kurulması 1909 yılına rastlamasına rağmen, Balkan, Birinci Dűnya ve Kurtuluř savaşlarının araya girmesi ile bir kopukluk oluşur. Savaşların getirdiği ekonomik bunalım bu dۆnem rainde Tűrk grafik sanatına bir engel daha oluşturuyordu. Devlet sistemine geçildikten sonra sanayileşme çabaları, bu araştırmada daha ۆnce de bahsedildiği gibi yeni umutları doğuruyordu. Bu umutlardan grafik sanatı ve grafik tasarımcısıda kazanç sağlamaya başladı. 1923 yılında Galatasaray Lisesi'nde açılan

resim sergisine yurtdışından afiş çalışmaları ile katılan İhap Hulusi sayesinde Türk grafik sanatı gelişim sürecine tekrar başladı. İhap Hulusi'nin yurda döndüğü zamanlarda afiş sanatının tanınmaması yüzünden çektiği sıkıntılar afişin Türkiye'de çok yeni bir anlatım tarzı olduğunu göstermektedir. 1923'te yapılan yönetim değişikliği her alanda olduğu gibi, sanat ortamında da coşkulu çalışma ortamını oluşturdu. Bu ortam "Sanayi-i Nefise Mehteb-i Ali" sinin açılmasına öncü olmuştur. "Tezyini Sanatlar Bölümü" nün açılması, Weber'in 1927'de afiş atelyesini kurması Türk grafik sanatını, eğitim yoluyla sağlam temeller üzerine oturtmuştur.

Türkiye'de grafik eğitimi ve grafik eğitimi veren kurumlar adı altında bu araştırmada yer alan bölümde, ayrıca detaylı olarak Akademi grafik tarihçesi ve grafik sanatına katkıları üzerine açıklamalar yapılmıştır.

1960'lardan itibaren grafik tasarımında yaratıcı tasarımcılar belli bir fikir ve olgunluk içinde

çalışmaktadırlar. Bu dönem içinde yurt içinde açılan yerli ve yabancı sergiler bu olgunluğu geliştirmektedir. Ayrıca birçok Türk sanatçısı yurtdışında bienallere katılmışlar, pek çok yarışmadan ödüller kazanmışlardır. Bu başarıları bugünlere getirenlerin başında Kenan Temizan gelmektedir. Kenan Temizan son zamanlarında, (1946 ile ölümüne kadar olan 1953 arasında belirlenememiştir ancak 1946 -1953 arası gibi 7 senelik bir sürece, bu araştırma hazırlanırken indirilebilmiştir) Birleşmiş Milletler afiş müsabakasının büyük ödülllerinden birini kazanmıştır.

Türk ulusunun geçmişinde yazı sanatına olan düşkünlüğü ona bu sanatta kıvrak hareketler sağlamıştır. Yazısını değiştirmek zorunda kaldığı zaman geçirdiği bunalımlarında geçmişinden gelen bu yetenek ile atlatması uzun sürmüştür.

Cumhuriyet sonrası afiş ile kendini tekrar gösteren grafik sanatı, yazıyı gene kendine odak noktası seçmek istedi.

Öyle de olmalıdır. "Mesaj" iletme kaygısı taşıyan her grafik yapıtı gibi, afiştede yazı, iletişim aracı olarak çok önemli bir yere sahiptir. Grafik yapıtlarında yazıyı

çok rahat kullanma önceleri az görülmektedir. Bir dönem resim ağırlıklı yapıtlar ön planda idi. Çıkartma yazıların (letraset) sağladığı kolaylık yeni yazı tipleri üretme açısından durgunluk yarattı. Zaten dilini değiştirmiş olan bu ulusun sanatçıları, ona geçmişinde kendine has yazı örnekleri sunabilen sanatçılara sahip olunduktan sonra bu bocalama yazıda uzun süre batı tiplemesine bağımlı yaptı. Letrasetin verdiği kolaylık bu sorunu büyüttü.

Ancak on senedir ki sanatçılar yazıda kendilerine ait tiplmeler yapmaktadırlar.

Bugünün Türk grafik tasarımcısı bir mesajı tasarlamaktadır.

Bu mesaj ona verilmiştir. Onun amacı artık verilen mesajı en etkili biçimde iletmedir. Bugün dahi dolu bir endüstri çağı yaşayan Türkiye plastik sanatları günlük yaşamı içinde adeta yuttu. Bugün onun bu gereksinimi sağlamaya çalışan Türk grafik tasarımcısı etkili iletişim için kimi zaman bir biçimi, kimi zaman bir lekeyi, kimi zaman bir renge ve kimi zaman da sadece bir sözcüğü kullanmakta.

Düşünceyi görüntüye, görüntüyü düşünceye dönüştürme çağdas kentleşmeye gidiş yolunda en sık kullanılan olgu olmuştur. Kent yaşamının kendine özgü kullanımı olan karmaşık, devingen, değişken ve hızlı çalışan bir mekanizma olması, Türk grafik sanatının tasarımcısına yoğun bir iletişim gereksinimi karşılama sorumluluğunu yüklemiştir. Artık Türk grafik tasarımcısı Türkiye ve dünya gerçeğini kendi katmanlarının süzgecinden geçirerek mesajını sadece Türk insanına değil dünya insanına da iletebilir düzeye gelmiştir.

Türkiye'nin dış kültürlerle, uluslararası ihracata, uluslararası bürokrasiye sıkı ilişkiler ile bağlanması, dış piyasanın içeriye girmesi lüks tüketime koymaya sebep olmaktadır. Bunların çoğalması ölçütünden Türk grafik sanatında etkinlik artmaktadır.

1.4 TÜRK GRAFİK SANATI VE GRAFİK SANATI ÜZERİNE BİRKAC GÖRÜS

Kenan Temizan (Güzel Sanatlar Akademisi, Süsleme Sanatlar Subesi Şefi, 1943)

Yabancı dillerde 'Süsleme Sanatı' dediğimiz (Art

decorating) den ayrı bir adla hususiyeti ortaya koyan ve Art Graphique, Advertising Art, Graphische Kunst denilen ve dilimizde 'Grafik Sanat' diyebileceğimiz süsleme sanatının bu parçası arasına afişler, moda resimleri, illüstrasyonlar, mecmua kapak ve resimleri ve saire gibi matbaacılık vasıtasıyla teksir edilen ve endüstrilişen sanat eserleri girmektedir[18].

Prof. Namık Bayık

Bugün Türkiye'de grafik tasarımının çok önemli bir yeri bulunmaktadır. Hiç kuşkusuz grafik, evrensel değerle gelişir. Bu nedenle, Türkiye'de son yılların grafik ilkele-ri de bu çağdaş çizgiye ulaşmıştır[19].

Gürel Yontan (Grafik Tasarımcısı)

Yeni kullanmaya başladığımız ekonomik sistem gereği grafik sanatçılarının çok iş yapma şansı var. Dolayısıyla tasarım dünyamızda tasarımcılarımız son yıllarda en başarılı durumdadır[20].

Sadık Karamustafa (Grafik Tasarımcısı)

1950'ler Türkiye'nin dış pazarlara açılma dönemidir. Daha

doğrusu Türkiye iç pazarlarının kapitalist ekonomiye açılma dönemidir. Bununla birlikte Türk grafik tasarımı gelişir. Grafik sanatı şu anda Türkiye'de belli bir standardı tutturmuş düzeydedir[21].

Turgay Betil (Grafik Sanatçısı)

Çağdaş düşünce ve esprinin özünü, gelişimini görmezlikten gelmeden yada başka bir deyimle, onu izleyerek ve özümleyerek öz kaynaklarımızı bir parça deşmemiz çağdaş grafik sanatında bir 'Türk Grafik Sanatı' üslubunu ortaya koyabilmek için yeterlidir kanısındayım[22].

Sait Maden (Grafik Sanatçısı)

Grafik bizim toplumumuz için çok yeni bir sanat. Çoğunun yarım yüzyıllık bir geçmişi var belki. Bugün, oldukça yoğun bir biçimde yaşadığımız deringenliğine bakarak yakın bir gelecekte çok daha kapsamlı, yerleşmiş, kurumlaşmış bir grafik olgusuyla karşılaşacağımızı güvenle söyleyebiliriz[23].

2. BÖLÜM TÜRKİYE'DE EĞİTİMDE GRAFİK SANATI

Grafik tasarım ürünlerini ve grafik tasarımcısını inceleyebilmek için önce Türkiye'nin bu konuda geçmişte almış olduğu eğitimi gözden geçirmek gerekir.

Gene Türkiye'nin görsel bildirişim alanında yapmış olduğu aşamalarda ufakta olsa rolü olan herkes yada her olayın tespitine gidilmesinde fayda vardır. Yalnız bu şahısların tespiti esnasında, ortaya çıkan çelişkili verilerin arkasındaki referanslar, mümkün olduğu kadar tekrar incelenmeye çalışılmış ve yeniden bir düzen oturtulmaya çalışılmıştır.

Akademi'nin kurulması ile başlayan düzenli eğitimden bugünün eğitime kadar gelinmesi gerekmektedir. Türkiye'nin endüstrileşme çabaları içinde sayıları çoğalan okulları tanırken, grafik eğitim sisteminde bir takım zorluklar ve sorunların ortaya çıktığı gözlemlenir. Bu sorunlardan, noksanlıklardan doğruca etkilenen grafik tasarımcısını

bulunduğu ortamda tanımaya çalışılır ve ona işlevselliği verilir.

2.1 TÜRKİYE'DE GRAFİK EĞİTİMİ VE GRAFİK EĞİTİMİ VEREN KURUMLAR

Yaşanılan çevre görsel değerleri bilinçli yada bilinçsiz kullanarak algılanır. Nesnelerin sahip oldukları görsel değerleri tespit için kurulan düzeninin temelinde yatan disipline "Grafik Disiplin" denmektedir.

Görsel tasarım ilkeleri biçim-içerik, şekil-semin, görsel denge, bütünlük şeklinde bir sıralama içinde incelenebilir. Grafik tasarım ile yakından ilgisi olan görsel öğelerin analizini yapmak için insanın sosyo-kültürel ortamı siyasi ortam ve ekonomik yapı içinde bulunduğu fiziksel çevre ile ilişkisini ele almak gerekir.

Bu tip bir bağlantı taramasına girişildiğinde, Türkiye'nin görsel bildirişimde büyük bir aşama yaptığı söylenebilir. En önemli görsel bildirişim aracı olan dilini yüzyıllar boyunca kullandıktan sonra değiştirmiş ve latin alfabesine

geçiş onun grafik alanındaki ürünlerini vermede birtakım sıkıntılar çekmesine neden olmuştur.

Geçmişinde dini ve sivil mimari yapılarının üzerinde kullanıldığı grafik tasarım ilkelerine paralel düzenlemeler, yazı oymalar, nakış, sembol gibi görsel bildirişim öğelerini bünyesinde eritmiş olan Türkiye, grafik alanında ürünler verebilmek için sistemli bir eğitime başvurmanın bilincinde idi.

Bugünün grafik eserlerine yönelirken, ilk grafik sanatçılarının çalışmaları ile ilk öğretim kurumlarının çabalarını belirlemek gerekmektedir. Bugünkü isimlendirilişi ile "Grafik Tasarım" ilkelerinin uygulanması için, tasarımcıların bir ön eğitimden geçmelerinin zorunluluğu anlaşıldığı andan itibaren, sistemli bir grafik eğitimi için çözüm çeşitli biçimlerde karşılanmaktaydı.

Sanayi-i Nefise mekteb-i Ali'sinde 'Tezyini Sanatlar' bölümünün kurulması, Türkiye'de Grafik Sanatlar Bölümü eğitiminin başlangıcı sayılabilir. Tezyini Sanatlar bölümü

ressam Hüseyin Avni Lifij'in çabaları ile Mehmet Cemil Cem'in müdürlüğü sırasında kurulmuştur (1921 - 1925). Avni Lifij bu bölümün ilk hocası olmuştur. Mehmet Cemil Cem Bey'in müdürlük yaptığı ilk üç yılı içinde Tezyinat kendine tam, kesin bir çizgi belirliyetmemesine rağmen yine de herşeyin ilki kadar değerlidir. Bölümün özelliğini kazanması Weber'in 1927'de Akademi'ye gelmesi ile başlar. Weber 1927'de Akademi'ye afiş öğretmeni olarak gelmiştir ve afiş atelyesini kurmuştur. Philipp Ginther göreve başladığı zaman (17.1.1929) bölüm biraz daha gelişir. Philipp Ginther, "Tezyini Sanatlar" bölümü öğretmenliği ve bölüm şefliği yapmış bir Avusturya'lı sanatçıdır. Tezyini Sanatlar Bölümü'ndeki afiş, seramik, dahili tezyinat uzmanlık dallarına, Ginther'in bölüm başkanlığı yaptığı dönemde "Umumi Tezyinat" dalıda eklenmiştir.

1927 yılında Namık İsmail Akademi'ye müdür olmadan önce,

1925 yılında Paris'de açılan Milletlerarası Dekoratif Sa-

natlar sergisini görmüş ve bu sergiden etkilenerek, Tür-

kive'de dekoratif sanatlar öğremine ver vermeye kara



Resim 6,7, 1944-45 dönemi Yüksek Süsleme Bölümü Afiş Atelyesinden görüntüler.

vermişti. Böylelikle Tezyini Sanatlar Bölümü'nde yeni elemanlar ve yeni ihtisas atelyeleri ile Süsleme Bölümü olarak yeniden bir düzenlemeye gidildi.

Güzel Sanatlar Eğitiminde 100. yıl ismi altında Mimar Sinan Üniversitesi'nin çıkardığı yayında, Namık İsmail'in müdürlüğü sırasında Tezyini Sanatlar Bölümü için çıkarılan yeni yönetmeliğe yer verilmiştir. 1934 tarihli Tezyini Sanatlar Bölümü yönetmeliğine göre; bu bölümün öğrenim süresi ilk birinci yılı hazırlık, müteakip üç yılı ihtisas atelyeleri mesaisi olmak üzere dört yıldır. İhtisas atelyeleri: Umumi Tezyinat, Grafik, Çinicilik ve Dahili Tezyinat adlarını taşımaktaydı. Bu bölüme, ortaokul ve bölge sanat okulları mezunlarından süsleme sanatlarından yapılacak yetenek imtihanında başarı gösterenler kabul edilirdi. 1934 tarihli yönetmelikteki Dahili Tezyinat Atelyesi şimdiki İç Mimarlık Atelyesi'nin ilk şekliydi[24]. Bu yönetmelikten anlaşılacağı üzere, ihtisas atelyeleri içinde ayrıca grafik atelyesinden bahsedilmesi, eğitimde artık grafik sanatının öneminin anlaşıldığını göstermektedir.

Tezyinat Bölümü'nün yeni elemanlar ile ele alınmasından sonra oluşan Dekoratif Sanatlar Bölümü hakkındaki açıklamalar, yine 1962 tarihli Güzel Sanatlar Akademisi'nin çıkardığı Akad yayınlarında bulunmaktadır. Bu yayına göre Yüksek Dekoratif Sanatlar Bölümü'ne lise mezunları imtihanla alınır. Bölüm iç mimari, tiyatro dekorları, seramik, grafik sanatlar, kumaş desenleri ve Türk süsleme sanatları olmak üzere altı ihtisas atelyesini ihtiva eder. Öğrenim süresi beş yıldır. İlk iki yıl desen çalışmaları ve mesleğe hazırlama devresidir. Ondan sonraki devrede öğrenciler seçtikleri ihtisas atelyelerine dağılarak meslek öğrenimlerini yaparlar. Yüksek Dekoratif Sanatlar Bölümü'nün gayesi kültür ve ihtisas bilgisi ile memleketin sosyal ve endüstri alanında yer alacak yaratıcı sanatçı yetiştirmektir. Grafik Sanatlar Bölümü'nde yurdumuzda gün geçtikçe daha çok anlaşılan ve çalışma alanı genişleyen reklam konusunda genel bilgi verilir[25].

Yukarıda yer verilen Dekoratif Sanatlar Bölümü ile ilgili açıklama eğer Tezyini Sanatlar Bölümü'nün açıklamaları ile

kıyaslanacak olursa olumlu gelişmelere doğru eğitimin yönlendiği fark edilebilir. Yüksek Dekoratif Sanatlar Bölümü'nün 1962 yılında bu açıklamayı yapabilmesi dekoratif sanatlar olarak ismini aldığı yıllardan 1962 yılına gelen dönemde yeni elemanların, yeni ihtisas atelyelerinin belirli bir temeli eğitimde oluşturduğunu gösterir.

Cumhuriyet devri Atatürk döneminde, 1928 yılında "Sanayi-i Nefise Mekteb-i Ali" si "Güzel Sanatlar Akademisi" si olarak ismini değiştirmiştir. 1927 yılında Sanayi-i Nefise Mekteb-i Ali'sine afiş öğretmeni olarak giren Weber, 1932 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nden grafik ve afiş atelyesi öğretmeni sıfatı ile görevinden ayrılmıştır. Weber'in görevinden ayrılması üzerine boşalan öğretim kadrosuna Midhat Özar 1 Ekim 1932'de yerleştirilmiştir. Bazı kaynakların ısrarla belirtmesine rağmen yapılan araştırmalar ortaya çıkarmıştır ki, Midhat Özar afiş atelyesi kurucusu vasfını taşımaktadır. Çünkü Midhat Özar göreve başladığı esnada oluşmuş bir grafik ve afiş atelyesi bulunmaktaydı. Fakat Midhat Özar'ın Türk grafik sanatlar eğitiminde çok

önemli bir yeri olduğu muhakkaktır. 1929 yılında İsmail Hakkı Oygar'ın Weber'e afiş atelyesinde yardımcı öğretmenlik yapmasına rağmen Midhat Özar kesinlikle ilk Türk grafik ve afiş atelyesi baş öğretim görevlisi sıfatını taşımaktadır. Midhat Özar Paris'te afiş ressamlığı üzerine eğitim görmüştür. Yurda dönüp, göreve başladıktan sonra hemen hemen piyasa ile hiç irtibata geçmemiş, tamamen kendini ülkede henüz ne olduğu bilinmeyen afiş sanatının eğitimine vermiştir. Sanatçı öğrencilerine teknik olarak bir afişte bulunması gereken hususları öğretirken özellikle çizgisel çalışmaya dayanan afişe onları yöneltirdi.

Sanayii Teşvik Kanunu'nun 1927 yılında çıkmasından sonra işadamları kendilerini yönlendirmeye başlamışlardır.

Artık Türkiye sanayii ülkeleri arasında oldukça hızlı bir yarışa başlama zorunluluğu duymaktaydı. Giderek oluşabilecek rekabet tanıtım grafiği ürünlerine ihtiyaç duyacaktı.

Grafik sanatlarını etkileyen başka bir olgu ise 1930'larda Devletçilik dönemine geçiş oldu. Böylelikle devlet yatırımları ile beslenen kurumların tanıtılması gene grafik



Resim 8. 1945-46 dönemi Güzel Sanatlar Akademisi öğrenci kimliklerinde yer alan "Y. Süsleme Bölümü" ifadesi.

sanatların etkinliğini ortaya koymasına şans tanıyordu. Bütün bu ve bunun gibi gelişmeler grafik eğitime yansımakta ve eğitimde rol oynayan şahıslara ve grafik sanatlara ilgi duyabilecek öğrenci sayısına umut vaatmekteydi.

Güzel Sanatlar Akademisi Süsleme Bölümü Grafik ve Afis Atelyesinde Midhat Özar'ın 1940 yılında son bulan çalışmasından sonra boşalan yeri ressam Zeki Faik İzer (1940 - 1955) bir süre doldumuştur. 1937 yılında Philip Ginther bölüm başkanlığından ayrıldıktan sonra iki yıl içinde bu bölümde yabancı hoca kalmadı. 1939 yılında Fransız Marie Louis Sue bölüme başkanlık etmek üzere getirildi.

Sue iç mimari alanında tahsil görmüş bir kişi olmasına rağmen afiş atelyesinin hocaları ve eğitimi ile daima ilgili olmuş. Sue'nun dekoratif sanatlar hakkındaki görüşlerini ifade edecek şu satırlara "Güzel Sanatlar Eğitiminde 100. Yıl" adlı kitapta rastlanmaktadır: Dekoratif Sanatlar Bölümü Şefi Marie Louise Sue'nun 1940 yılı Ocak ayında verdiği ilk dersten alıntılar; Hükümetler, dekora-

tif sanatların sosyal ve milli rolüne lakayd kalamazlar.

Bazı endüstri şubeleri başarı ve gelişmelerini sadece mükemmel bir malzemeye değil aynı zamanda birkaç iyi modelle medyundurlar.

Dekoratif sanatın önemini buradan ölçebilirsiniz. Dekoratif sanat böyle bir durumda bir memleketi temsil eden bir sanat ifadesi olmaktadır.

Sizlere gelince hakkınızdaki samimi kanaatim şudur; Tabiatı daima dekoratif bir şekle sokarak ifade etmiş olan bir millete mensup olmanız bakımından ırkınıza has yetenek ve imkanlardan istifade ederek yalnız Türkiye'nin sanat Rönesansında değil geçen zamanda bütün dünya kültürleri içinde de parlak bir rol oynamak fırsatına sahip olmuş bulunuyorsunuz. Sizde eksik olan kendinize itimattır ve ben bu itimadı sizde uyandırmaya çalışacağım[26].

Louis Sue'nun konuşmasında bahsettiği endüstri müesseselerinin ilgisiz kalamayacağı dekoratif sanat dallarından biri şüphesiz grafik idi. Bunun bilincine varmış bir



Resim 9. Osman Kenan Temizan'dan bir afiş örneği.



Resim 10. Yüksek Süsleme Bölümü Afiş Atelyesi öğrenci çalışmalarından bir kaç örnek.



Resim 11. Yüksek Süsleme Bölümü Afiş Atelyesi öğrenci çalışmalarından bir kaç örnek.

bölüm şefi Sue'nın 1943 yılında görevden ayrılışından sonra Osman Kenan Temizan bölüm şefliği görevine başlamıştır.

Kenan Temizan Berlin Güzel Sanatlar Akademisi Süsleme Sanatları kısmına imtihanla girmiştir. Buradaki hocası Haas Hey'e asistan olur ve onunla birlikte tezyini ve grafik sanat işlerinde çalışır. Bu Akademi'den ayrıldıktan sonra birçok dergilerin kapaklarına, duvarlarda yer alan büyük boy afişlere, broşürlere, kataloglara, imzasını atıyor.

Tekrar eğitim sistemine yüksek ihtisas ve dekoratif sanatlar okulu "Reiman" ve "kunstund Werk" dan aldığı tekliflerle hoca olarak dönüyor ve uzun yıllar burada göreve devam ediyor. Bu niteliklere sahip bir şahsın 1943'de Süsleme Bölümü'ne şef olarak getirilmesi bir şans olarak nitelendirilebilir. Zeki Faiz Izer o dönem Afiş Bölümü hocasıdır ve görevine Kenan Temizan geldikten sonrada devam etmiştir. Kenan , Zeki Faik Izer'e ancak yardımcı öğretmenlik yapabilmiştir. Bu işe bu konuda eğitim almış ve öğretmenlik yapmış bir sanatçı ve eğiticiden yararlanmanın geniş ölçüde Türk grafik sanatında oluşabilecek

gelişim sürecini uzatması açısından şanssızlık sayılmalıdır.

Burda ister istemez insan Sue'nun ilk verdiği dersindeki nasihatları hatırlamaktadır. "Sizde eksik olan, kendinize itimattır"[27]. Tamamen yabancı hocaların eğitimine bağıllıktan kurtulma çabalarını İsmail Hakkı Oygar, Midhat Özar gibi öğretim görevlilerinin eğitimde göstermiş oldukları başarılarla rağmen tam kesinleşmemesini dışa bağımlı olmakla-olmamak arası çelişkiyi Akademi'nin çektiği sıkıntı ifade etmektedir. Sue'nun iç mimari alanında tahsil görmesine rağmen yine de dekoratif sanatlar hakkında oldukça uygun ifade tarzına karşın, Akademi Türk hocalarındaki çelişki tahsilleri bu yönde olmasına rağmen nedendir. Burda Sue'nun yetiştiği toplum yapısına inilecek olursa geldiği yerde sanatın birçok reformlardan geçmiş olduğunu ve insanın iletişim aracı olarak sanat dilini seçtiğini görürüz ve tabii ki ekonomik yapının getirdiği endüstrileşme bilinci dekoratif sanatların önemini kavramış ve toplum bünyesindeki her elemanınada bunu kabul ettirmiştir.

Oysa ki Türk toplumu sanayileşmeye yeni adım atmaktadır ve onun gereksinimi olan ürünleri ihtiyaç listesi çoğaldıkça tanıyabilmektedir Sue'nun "itimat eksikliği" sözünün altında yatan gerçek de budur.

İşte yine bu karasızlık sonucu belki de Kenan Temizan bir-türlü afiş derslerinin sorumlu hocası olamamıştır ve gene belki sadece araştırmacı birkaç öğrenci onun geniş bilgi hazinesinden yararlanma fırsatı bulabilmişlerdir.

Akademi'de reform, yabancı hocaların çeşitli bölümlere yerleştirilmesi ile 1936 - 1937 yıllarında başlar. Tezyinat bölümünün başına da Ginther gelmiştir. Onun ayrılımasından sonra 1937'de Marie Louis Sue bu bölüme hoca ve şef oldu. Reform, Akademi'de önemli olayları yaşattı ve başlattı. Bu dönemde, Avrupa'da öğrenim görmüş elemanlar Akademi'de görev aldılar. Cumhuriyet devrinin ilk yıllarında kendi paraları ile Avrupa'ya gönderilen, bazılarıda kendi paraları ile Avrupa'ya gitmiş olan bu elemanlar işte tam bu devrede Akademi'nin öğretim kadrosunda görev

almışlardır. Bunlar arasında yabancı hocaların getirilmesinden önce Akademi'ye intisab edenler olduğu gibi, yabancıların gelmesinden sonra görev alanlar da vardır. Onlar sayesinde Akademi reformu başarıya ulaşmış, eskisinden çok farklı bir hürriyete kavuşmuştur[27].

Güzel Sanatlar Akademisi bir yüksek okul olarak kurulduğunda sadece Mimarlık Bölümü Yüksek Bölümü'ne sahip olmuştur. Halbu ki diğer bölümlerin yüksek bölümlerinin bulunmaması bir noksanlıktır. 1940 - 1941 ders yılında resim, heykel bölümlerine yüksek devreler konurken Süsleme Bölümü'nede yüksek eğitim kondu. Böylelikle Süsleme Bölümü (Tezyini Sanatlar) öğretim süresi orta ve yüksek devre olarak 6 yıl olarak belirlendi.

1956 Şubat'ında mezunlarına Süsleme Bölümü'nün yüksek devrelerine devam hakkı tanınmış olan Türk Süsleme Bölümü ise Süsleme Bölümü içine alınarak bu bölümle birleştirildi. Birleşmeden sonra bölümün adı da Yüksek Dekoratif Sanatlar Bölümü halini aldı(1959)[28].

1956 yılındaki bu değişiklik afiş atelyesini artık grafik tasarıma götürmüş ve grafik adını almıştır. Bu tip bir isim değişikliği göstermektedir ki Türkiye sanayi ve ticaret alanında güçlü adımlar atmaya başlamış ve onun gereksinimler ile grafik sanatını tanıyan bir kitle oluşmuştur. Bu kitle artık grafik nedir, grafikçi nedir gibi benzeri soruları en azından düşünebilmekte ve cevaplarını somut örnekler ile karşısında bulabilmektedir.

Akademi'nin bünyesi içinde bir grafik bölümü oluşturması başlangıç olarak olumludur. Fakat bu haber hızlı gelişmesi gereken bir ülke endüstrisi için tek bir eğitim kurumu yeterli olmamaktadır. 1950'lerde Hayrullah Örs, Hakkı ve İzzet Almanya'ya yaptıkları ziyaretlerde Güzel Sanatlar Akademilerinin dışında endüstriye yönelik yüksek sanat okulları ile karşılaştılar. 1955 yılında Eğitim Bakanlığı'nın o zamanki Mesleki ve Teknik Öğretim Genel Müdürü Ferit Saner'in ve Teknik Üniversitesi Mimarlık Bölümü profesörlerinden Sabri Oran'ın çabalarıyla Türkiye'de Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nun kurulma hazırlıklarına

başlandı. Bu amaçla Stuttgart Akademi'si profesörü Adolf Scheneck ekibi ile birlikte Türkiye'ye getirildi ve 1957 yılında İstanbul Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu kurularak müdürlük görevine Prof. Sabri Oran atandı[29].

Okulun kuruluş amacı ise şöyle ifade edilmektedir; Memleket endüstrisi ve el sanatlarının gereksindiği mesleğinin madde ve tekniklerini bilen, yaratıcı sanatçılar yetiştirmektedir[30].

Artık Türkiye ortamında yaratıcı sanatçılar söz konusu edilmektedir. Üstelik bunlar endüstrinin gereksinimlerini karşılamalıdır. Okul kendi bünyesinde oluşturduğu 7 bölümden birine Grafik Sanatlar ismini koymuş ve endüstri gereksimine onun ile karşılama yapmaya karar vermiştir. Başlangıçta belirli bir eğitim programı oluşturmamışlardır. Yıl içinde edinilen deneye göre bir yıl sonrasının programı belirlenerek gidilmiştir. Buda daima kendi içinde yenilenmeyi vurgulamaktadır. Böylelikle 4 yılda bir eğitim programı oluşturulmuştur. Bu böyle tekrar etmiştir. İlk 20 yılda eğitim programı 5 kez değişmiştir.

1958 Hayrullah Örs müdürlüğe geçtiğinde öğretim kadrosunu yerli elemanlarla beslemiştir. Böylelikle batı kültürü ile eski Türk kültürü belli bir özgünlük içinde birleştirime yönelmiş ve bunun için bu olguları yorumlayacak ara derslerde eğitime katılmıştır. Hayrullah Örs'ten sonra Cevdet Koçak (1961), Prof. Safa Erkin (1965), Hakkı İzzet (1967), Mustafa Aslıer (1971) gibi şahıslar bu kuruluştaki müdürlük yapmışlardır.

Grafik bölümünde amaç şu şekilde ifade edilebilir. Grafik tasarımcısı olarak çalışabilecek, fiziksel çevrede yer alan görsel değerleri kendi algı süzgecinden geçirdikten sonra bunu endüstri gereksinimlerine uygulayabilecek, yaratıcı biçimleri ortaya koyabilecek, yaratıcı biçimleri ortaya koyabilecek, bilimsel açıdan yeteneklerini besleyebilecek tasarımcılar yetiştirebilecek.

Okul eğitim sisteminde de bunu uygulamaktadır. İlk iki yıl temel sanat eğitimi, teknik resim, yazı, grafik biçimlendirme gibi ifade değerlerini güçlendirici dersler

vermekte, üçüncü ve dördüncü yıllarda ise yaratıcı sanat çalışmaları, grafik, yorum, tanıtım grafiği, yayın grafiği alanlarında verdiği dersler ile amaçladığı elemanları piyasaya yöneltebilmektedir. Bunlar için ayrı ayrı atelyeler kurmuş ve uzman hocalar ile eğitime yönelmiştir.

1960'lı yıllar Türkiye'ye özel yüksek okulları getirdi.

Bu okullar öğretim görevlisi ihtiyaçlarını üniversite ve akademilerden sağlıyordu. 1967 - 1970 arası bu okulların sayısı artarken, öğrenci kapasiteside oldukça yüklü idi.

Gene bu dönemde öğrenciler arası siyasi olayların yaşanması bu okulların eğitim sistemlerini ve otoritelerini sarsmıştır. Bu okulların kendilerini toparlayıp, tekrar ve-

rimli olabilmeleri için, 1472 sayılı kararla özel yüksek okulların devletleştirilmesine gidildi. Böylece 1472 sayılı kanunun I. ve II. maddesi ve bağlı cetveller gereği

olarak 'Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulu' 9

Temmuz 1971'den itibaren Akademi'nin yönetim ve denetimine bağlandı[31].

Bu okul U.E.S.Y.O. olamadan önce Nişantaşı Abdi İpekçi caddesinde bir özel okul olduğu sayın Nuri Doğan ile yapılan görüşmede ifade edilmiştir.

Önder Küçükerman ile yapılan görüşmede ise kendisi bu özel okulu şöyle tanımlamaktadır: Bizim U.E.S.Y.O.'yu kurmamız için böyle bir okula ihtiyacımız vardı. Okulu devr aldığımız hiçbir işe yaramıyordu tam bir enkaz halindeydi. Bizim için önemli olan bu ismi alıp, bu fikir çerçevesinde 'Uygulamalı Endüstri Sanatlar Okulu' nu kurmaktı. O zaman 'Tatbiki Güzel Sanatlar' vardı. Biz onun için ismimizi böyle koyduk. Bölümler Akademi'de olan bölümlerdi. Grafik bölümü de yer alıyordu. Bu okulun adı içinde geçen 'Endüstri' kelimesi çok önemlidir. Grafikte endüstri ürünleri tanıtımı eğitimi için çaba sarfedildi[32].

Bu dönemde çalışmalar sadece okul içinde kalmıyor. Öğrenciler okul dışında çeşitli firmalarda staj yapmışlardır.

Okul ile üretici kitle arasında belirli bir ilişki kurulmuştur. Bunun sonucu olarak da eğitim okul dışına

taşmıştır. Her an gelişen teknolojiyi anında izleyebilme ve inceleyebilme şansına sahip olan bu öğrenciler yaptıkları çalışmalar ile Türk grafik sanatının teknik açıdan gelişimini sağladılar.

Temelini D.G.S.A'nın öğretim üyelerinin oluşturduğu bu kadro denetim ve yönetim açısından Akademi'ye bağlıydı.

Okulun yönetim ve öğretim örgütü gene okul tarafından çıkarılan 1972 -1973 öğretim yılı broşüründe şöyle açıklıyor;

- a) Müdür
- b) Müdür Yardımcısı
- c) Genel Sekreter
- d) Okul Yönetim Kurulu
- e) Bölüm Genel Kurulları [33]

Bu tablo, okulun Akademi Senatosu'na bağlı olmasına rağmen, kendi örgütüne sahip olduğu gösterir.

Grafik Sanatlar Bölümü'nde eğitim gündüz ve gece programı olarak iki şekilde verilmekteydi gene okul broşüründe dersler şu şekilde belirlenmiştir.

Temel Disiplinler:

- a) Yazı
- b) Grafik Resim-İllüstrasyon
- c) Tanıtma Grafiği
- d) Serbest Resim
- e) Tasarlama-Uygulama

Tamamlayıcı Disiplinler:

- a) Temel Tasarlama
- b) Fotografi
- c) Baskı Grubu Teknikleri
- d) Ekran Grubu Teknikleri
- e) Uzaysal Grafik Grubu Teknikleri
- f) Grafik Tarihi

Kültür Disiplinler:

- a) Teknik ve Sosyoloji
- b) Ekonomi
- c) İşletme-Pazarlama
- d) Fikri Haklar-İş Hukuku

e) Sanat Tarihi

f) Türk Devrim Tarihi

g) Yabancı Dil. [34]

Bu ders programı artık grafik nedir? Grafikçi nedir? gibi soruların anlaşıldığını, sorunların çözümüne çok çeşitli açılardan yaklaşarak gidildiğini göstermektedir. Bölümün amacının da çalışma alanına giren konularda araştırmacı ve yaratıcı güce sahip, geniş kültürlü yetenekli ve en önemlisi yetkili grafik tasarımcısı yetiştirmek olduğu anlaşılıyor.

Okul YÖK'ün çıkması ile kapatılır. Fakat ana gövdeyle tamamen Akademi'ye yerleştirilir. Uygulamalı Endüstri Sanatlar Bölümü olarak bağlanır. Çünkü aynı okula bağlı, aynı kapsamda iki ayrı bölümün olması lüzumsuz görülmüştür. 1983 yılında akademiler üniversiteye çevrildiğinde, Güzel Sanatlar Akademisi de Mimar Sinan Üniversitesi adını almıştır ve Mimarlık Fakültesi Güzel Sanatlar Fakültesi ve Fen-Edebiyat Fakültesi diye ayrılmıştır. Güzel Sanatlar

Fakültesi'nin içerdiği bölümler içinde "Uygulamalı Sanatlar" bölümü, Grafik Bölümü adı altında bugün de eğitime devam etmektedir.

Türk grafik sanatına eğitim yoluyla temel oluşturan okullar sadece şimdiye kadar açıklanan bu üç okul değildir.

Fakat bu okulların tarihi gelişim ve grafik olgusunun kavranması yolundaki çabaları onları bu araştırmada ön plana almaya mecbur etmiştir.

Bugün Türkiye'de bünyesinde Grafik Sanatlar Bölümü içeren diğer bazı okullar alfabetik sırayla şu biçimde sıralanmaktadır;

- Ankara Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
- Bursa Uludağ Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
- Eskişehir Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
- Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
- Gazi Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Resim-İş Bölümü, Grafik Ana Sanat Dalı
- Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Resim-İş Bölümü Grafik AnaSanat Dalı

2.2 TÜRKİYE'DE GRAFİK EĞİTİMİNDE ZORLUKLAR VE SORUNLAR

Dünya ülkelerine göre Türkiye'de batı grafiği oldukça yenidir. Cumhuriyetten bu yana kaydedilen gelişmeler ve yenilikler, gene batı tarzına uygun okulların açılması ile elde edilmiştir. Bu bağımlılık içinde adım atmaya çalışan bu sanat kolu eğitiminde bir çok sıkıntılar ve sorunlarla karşılaşmıştır ve bu bugünde kimi zaman gündeme gelmektedir.

Grafik tasarımında olayın sanat boyutunu özgün ve çağdaş olanı denemek, araştırmak ve gerçekleştirmek gerekir.

Bunu eğitime aktarmak istediğinizde sorunlar başlar.

Önce öğrencinin yaratıcı kişiliğini uyarıp, ortaya çıkarmak gerekir. Çünkü ilerki meslek yaşantısında özgün çalışmalar verebilsin diye. Yapılan deneme ve araştırmalar sürekli olarak yenilenmelidir. Tasarımda, batı bağımlılığından uzaklaşabilmek için öz kültürü öğrenciye sindirmek gerekir. Ve bu kültür, teknikle kaynaştırılabilirdir.

Bilinçli bir eğitim bilinçlenmiş kişilere verilirse, o zaman sorunlar daha kolay çözülebilmektedir. Fakat ne

yazıkki bugün grafik eğitimi için okullara gelen öğrencilerin neredeyse %25'i bilerek ve isteyerek gelmektedir.

Bu da, eğitim mekanizmasını zorlayıcı bir etken olarak kabul edilebilir.

Kişisel eğitimi gerektiren grafik-tasarımı, Türkiye'de eğitim kurumlarında oldukça kalabalık stüdyolarda verilmektedir. Böyle bir yoğunluk içinde eğitimcinin, ferdi yaratıcılığı keşfedip onu yönlendirmesinin zorluğu, öğrencisinde beklentilerini bir türlü kestirememesi sorunları doğurabiliyor. Üstelik buna teknik imkansızlıklar, ekonomik koşullara karşı dayanıklılıkta öğrencinin yalnız bırakılmışlığıda eklendiğinde, durum içinden çıkılmaz bir hal alıyor. Daima iyi malzeme ile iyi iş çıkacağına inananmış eğitimcilere bağlı öğrenciler, malzemelerini temin ederken adeta ekonomik kriz geçiriyorlar. Okul ödenekleri içinde böyle bir ayrıntının düşünülmemesi yada öğrenciye yansıtılmaması bu durumu daha da pekiştirmektedir.

Malzeme temin etmenin bir başka eğitimde açtığı yara ise, yeterli malzemeyi temin edememiş öğrencinin uygulama tekniklerini profesyonel olduktan sonra öğrenme çabasıdır.

Böylelikle öğrenim aşaması uzamakta ve özgün, kaliteli yapıtlar verebilmek için uzun bir süreyi beklemek gerekmektedir.

Öğrencilere yeterli seminerler, konferanslar, makaleler, çeviriler yapılması, çeşitli dış dünyadan örneklerin yada iç piyasadan örneklerin tanıtılması gerekmektedir. Gene aynı amaçla öğrenciler grafik-tasarım atelyesinde staj yapmalıdırlar. Bütçe yetersizliği ile okulların her öğrencisine ulaştıramadığı teknik imkanları, öğrenciler bu atelyelerde uygulamalı olarak öğrenme fırsatını yakalayacaklardır.

Eğitim kurumları arasında yeterli işbirliği olmaması yüzünden eğitimci mukayeseli eğitimi verirken zorlanabilmektedir. Aslında bu sorunlar grafik eğitiminin başlangıcından beri gelmektedir. Eğitimdeki bu oturtulamamış

düzen, Türk grafik sanatının gelişmesini yavaşlatmaktadır.

Sanat eğitimi duygu ve gerçeği bir arada bulundurmak, bun-

lardan bir bütün çıkarmak zorundadır. Bu oldukça zordur.

Ama grafik eğitimi bunların içinde en zordur denilebilir.

2.3 TÜRK GRAFİK TASARIMCISININ EN ÖNEMLİ SORUNLARI, YERİ VE İŞLEVİ

Bu kısımda önce grafik-tasarımcısının kim olduğunu belir-
lemek gerekmektedir. Grafik tasarımcısı kendisine verilen

bir mesajı karşı tarafa en iyi ve eksiksiz bir biçimde

iletir. Mesajı o üretmez, verilen mesajı iletir.

Bu mesajın yorumunun ve biçimlendirme tarzının ona özgü

olması, yaptığı işi bir sanat yapıtı düzeyine çıkarmaya

yetmez. Grafik-tasarımcısı aynı anda bir sanatçı da olabi-

ler. Benzer teknikleri kullanarak kendi duygu ve kültür

birikimlerini, dünya bakışını içine koyduğu yapıtlarını

sergileyebilir. Fakat bunlar onu sanatçı yapar. Grafik-

tasarımcısı tamamen başkalarının mesajı ile uğraşan kişi-

dir.

1950'ler sonrası Türkiye iç pazarlarını kapitalist ekonomiye açtığında, bununla beraber grafik-tasarımcı ve reklamcılık gelişmeye başladı. Uzun bir süredir reklam ajansları grafik tasarımın tek alıcısı durumundadır.

Toplumsal ilişkiler geliştikçe, trafik arttıkça yeni işaret sistemlerine ve yeni görsel bildirişim unsurlarına ihtiyaç doğmaktadır.

Grafik-tasarımcısının en büyük sorunu reklam ajanslarının içinde mahsur kalmasıdır. Gene grafik-tasarımcısının bundan sonraki en önemli adımından kendini bu ajanslardan sıyırmak olacaktır. Bağımsız grafik stüdyolarını kurmalı ve sadece uzman oldukları bir alanda yapıtlar sergileyebilirler. Hatta grafik bölümü öğrencileride, okuldan çıktıklarında kendilerini reklam ajanslarında hangi işe koşacaklarını bilmeden dolaşan bir halde bulmamak için, doğrudan bu grafik-tasarım atelyelerine gitmelidirler.

Grafik Tasarımcısının üç işlevi vardır:

- 1- İkna etmek
- 2- Bilgi vermek

3- Tanımlamak

Bu üç ilke grafik tasarımda en etkili sonucu vermektedir. Örneğin, bir kitap dizaynı bilgi vericidir. Kitabın kapağı ikna edici olmalıdır. Reklam grafiğinin amacının ikna edici olması, temel ihtisaslaşmayı gerektirmektedir. Burada Türk grafik tasarımcısının eğitim temelinden gelen bir problemi yatar. Buda eğitimde ona herşeyin öğretilmeye kalkışılması ve 4 yıl gibi kısa bir sürede birbirinden aslında çok farklı olan tasarım çeşitlerinin kavratılma çabası. Bütün bunların sonucunda kendini bir yada iki ihtisas dalına indirgiyememiş grafik-tasarımcısı üretime geçtiğinde büyük sıkıntılarla karşılaşmaktadır.

Bu konuya yaklaşım için bir başka örnek, ambalaj-tasarımı olabilir. Ambalaj üstüne konulacak olan yazı, amblem, resim veya daha başka detaylar kadar, ambalajın formunu bir mimari yapı yaparmış gibi iyi bilmek gerekmektedir. Çünkü bu iş bitip de matbaaya basım için gönderildiğinde, oluşturulmuş olan maketin matbacının kesim kalıplarına ve baskı kalıplarına uyması gerekmektedir.

Bugüne kadar reklam ajanslarında çözümlenmeye çalışılan bu iş birçok kereler yanlışlıklar yüzünden geri dönmüştür.

Dolayısı ile grafik-tasarım ürünlerinde uzmanlaşmış grafik-tasarım atelyelerine bugünün Türkiye'sinde büyük ihtiyaç duyulmaktadır.

3. BÖLÜM ÇAĞDAŞ GRAFİK TASARIMI

Grafik sanatlar ve tasarımolgusu. Bu ikisi birleştigi zaman düşünceyi görüntüye, görüntüyü düşünceye dönüştürebilen bir sanat dalı ortaya çıkar. Bu ifade tarzı günlük yaşamı büyük derecede etkiler. Çünkü kitlelerin içinden doğar ve yine kitlelere direkt olarak ulaşır ve onların davranış ve güdülerini yönlendirebilme şansına sahip olur.

Çağdaş Grafik tasarımda yapıtlar, eskiden yeniyi yeniden dahada yeniyi yapabilme çabasıındadır. Çağdaş grafik tasarımı algılanmasıistenen olayı, nesneyi yada bir kuruluşu yalın bir biçimde tüm boyutlarını vermeye özen göstererek uygulamaktır. Oluşan ve oluşturanı özgünlüğün süzgecinden süzerek kitlelere sunmadır. Bir başka deyişle amaca uygun işler yaratmadır.

Çağdaş kentleşme, günlük yaşamda insan ile grafik tasarımını çok ilişkilere sokmuştur. Çağdaş kent, karmaşık, devingen ve hızlı adımlar atan bir mekanizmadır. Çağdaş

kentlerin insanı ise, çeşitli kültürlerden farklı sınıflardan gelen ve birbirleriyle yaşamaya çalışan bir kitlenin elemanıdır.

Çağdaş kent insanının sağlıklı, çabuk, kolay ve hatta çok boyutlu bir iletişime ihtiyacı vardır. Çağdaş grafik tasarımı ile bu gereksinim karşılanmaktadır. Çünkü yüzyıllardan beri görsel bildirişim araçlarını kullanarak kendine ifade yolunu seçmiş olan grafik sanatlar, çağdaş grafik tasarımında bunu çok boyutlu hale getirebilmektedir.

3.1 ÇAĞDAŞ TASARIMIN GENEL ANLAMI

Tasarım, kullanıcının seçim yapabilmesini amaçlayan, belli bir sonuca ulaşmak için bir çözümün önerilmesini ya da çözümün planlama ve geliştirme sürecini anlatan bir olgudur [35]. Çağdaş tasarım modern çağın getirdiği ruhsuz formlara ve düzenlemelere karşıdır. Çünkü çağdaş insan hızla değişim gösterendir ve onun tasarımcısı ve tasarımda hızla değişebilmelidir.

Modern çağ ile mekanik bir yaşam tarzına bağlanmış olan insan hayatını canlandırabilecek kıvılcımları tasarımlarda arar. İnsanı sosyal hayata bağlamada, onu içine almada çağdaş tasarımların eski ile yaniyi birleştirebilecek ortak ifade tarzı için ortak tasarım simgelerini keşfedebilmiş olmasıdır. Çağdaş tasarımın diğer ifade biçimleride insani ölçülere ve estetik kaygılara mekanik bir biçimde bağlanmamış olmalıdır. Tasarımlar ile yaşamında iç içe olan dünya insanı çağdaş tasarımdan böyle bir gereksimi bekler.

Tasarım gerektiğinde toplumsal sorunları ortaya koyabilmelidir ve hatta çözümü çağrıştıracak önerileri bile sunabilmelidir. Bu öneriler ve çözümler bir mesaj iletimi ile olacaksa, tasarımlar konu ile ilgilenenlerin görüşlerini ilgilendirmeyenlere iletebilecek kapasite de olmalıdır.

3.1.1 ÇAĞDAŞ GRAFİK TASARIMDA KULLANILAN ARAÇLAR

Çağdaş grafik tasarımcısının kitle ile iletişimi arttırmak için iletişim sistemlerini çoğaltması gerekir.

Tasarımı ile birlikte sonuca gidebilmesi için plan ve amacın yanında araç, gereç, ve makinalar gibi somut insan yapısı sistemlere yönelmesi gerekmektedir. Tasarımcının çağdaş araçlardan yararlanması kendine bir yol belirlemesi ile olur. Bunlar şu şekilde özetlenebilir:

- a) Çağdaş olasılıklar göz önüne alınarak, daha geniş bir kapsam içinde sistemi değerlendirme
- b) Sistem için amacını belirleme
- c) Çözüme ulaşmak için, amaca uygun araçları belirleme

Çağdaş grafik tasarımcısı amacını somut sistemler aracılığı ile çözüme ulaştırırken, teknolojinin verilerinden yararlanmaktadır. Amaçlar, grafik tasarımcısına toplumun gereklerine ve olanaklarına göre düzenlenmiş olarak gelir.

15. yüzyıl ortalarında tasarımcı, basımcı ve yayıncı tek kişi olarak görünür. 19. yüzyılda "Monotype" makinası

kullanıma girdi. Endüstri devrimi ile baskı endüstrisi neredeyse eş değerde birlikte gelişti. Endüstri devriminde makine, insan kas gücünün yerine amacını taşımaktaydı. Makinenin "baskı" işlevini alması yayımcı, tasarımcı, basımcı üçlüsünü ayırdı. Böylece grafik tasarımcısı kendine has bir alana kavuşuyordu. Tasarımcı yaratıcı kendine has bir alana kavuşuyordu. Tasarımcı yaratıcı yönünü, işin çoğaltma yönünü düşünmeden serbestçe uygulayabilmeye sahip oldu. Böylece, giderek artan nüfusu ve bunun paralelinde artan gereksinimlere hızlı yaratıcılık örneklerini geliştiren teknolojinin araçları ile çözümlenmeye gitti.

3.1.2 ÇAĞDAŞ GRAFİK TASARIMDA YÖNTEMLER

Grafik tasarımında yöntemler, çağın ihtiyaçlarından doğan bilimler ile anlam kazanır. Bu bilimleri değerlendirmek için bazı ölçüler geliştirilmiştir. Bu ölçütler "Haberleşme" "Ekonomik ve Sosyal Tesirler" olarak örneklenebilir.

3.1.2.1 HABERLEŞME

Haberleşme boyutunda iki bilim önemlidir. Biri "Ergonomi" ki haber verme sistemleri karşısında kişinin algı, duyum, hareket ve zaman bakımından gösterdiği özellikler, diğeri ise "Sibernetik" bir insanın ve otomatik bir makinenin çağdaş tekniğin kaynakları çevresinde herhangi bir işi yönetmesini veya belli bir amaca ulaşmasını sağlayan bilim olarak tanımlanırlar[36].

Çağdaş grafik tasarımında haberleşme, ilgili olan şahsa mesajın duyurulması çabasıdır. Mesaj iletiminde bu iki bilim dalı önemli bir görevi yerine getirirler. Bir takım işaretler ile birlikte haberleşme elemanları olarak isimlendirirler. Aynı zamanda, haberleşme elemanları bir söz, bir leke olabildiği gibi, siyah bir leke veya beyaz bir boşlukta yazıya yada işaretlere yer vermeksizin amaca ulaşabilmektedir.

Kitlesel haberleşme tek yönlü olmaktadır. Mesajı alacak olan kişilerin reaksiyonuna göre hazırlanmış tasarım

metinleri her soruyu cevaplayacak biçimdedirler. Kitlesele haberleşme geniş çapta bir organizasyonu bir ekip çalışmasını gerektirebilir. Bunun için dört ayrı tipte aşamadan tasarımlar geçirilebilir:

- a) Geçmiş ve içinde bulunan zaman hakkında bilgi toplanması ve değerlendirilmesi
- b) Hedef kitlenin seçimi
- c) Haberleşme elemanlarının saptanması
- d) Bunların bir bütün tasarım içinde kontrol edilmesi

3.1.2.2 EKONOMİK VE SOSYAL TESİRLER

Grafik tasarımda hedef kitleye ulaşabilmek için kullanılan yöntemler arasında hedef kitlenin ekonomik yapısı ve sosyal çevresi önem teşkil eder. Bu faktörler Çağdaş Grafik Tasarım'ın bir dalı olan "Tanıtım Grafiği" inde çalışmalara yön vermektedir.

Ekonomik yapı yönünden incelendiğinde, üreticiye yansıyan maliyetin tasarım ile birlikte belirlenmesi gerektiğini gösterir. Fakat özgün bir grafik tasarım yaratılmak

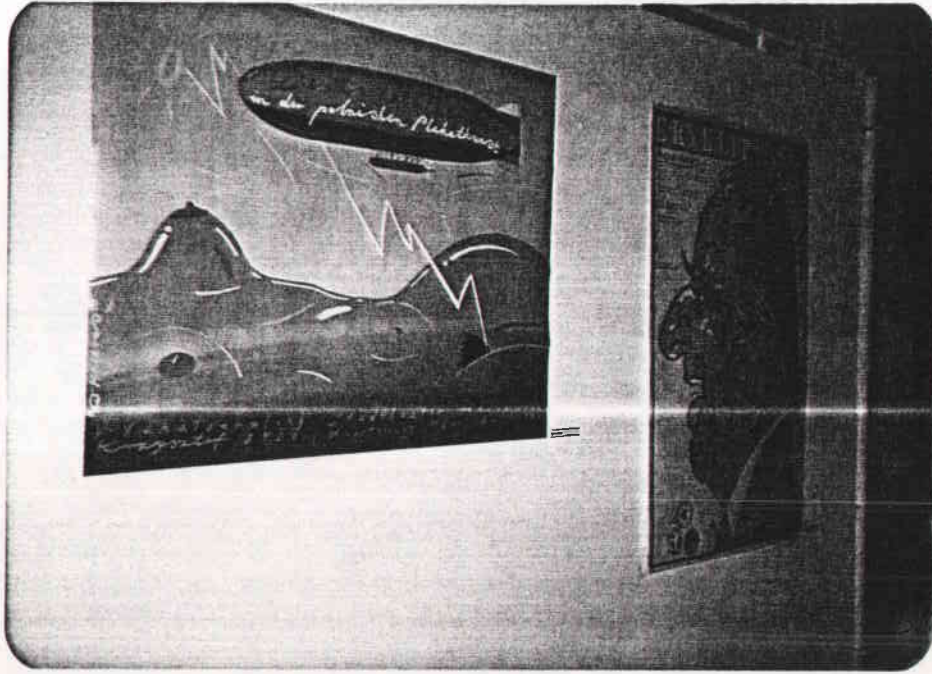
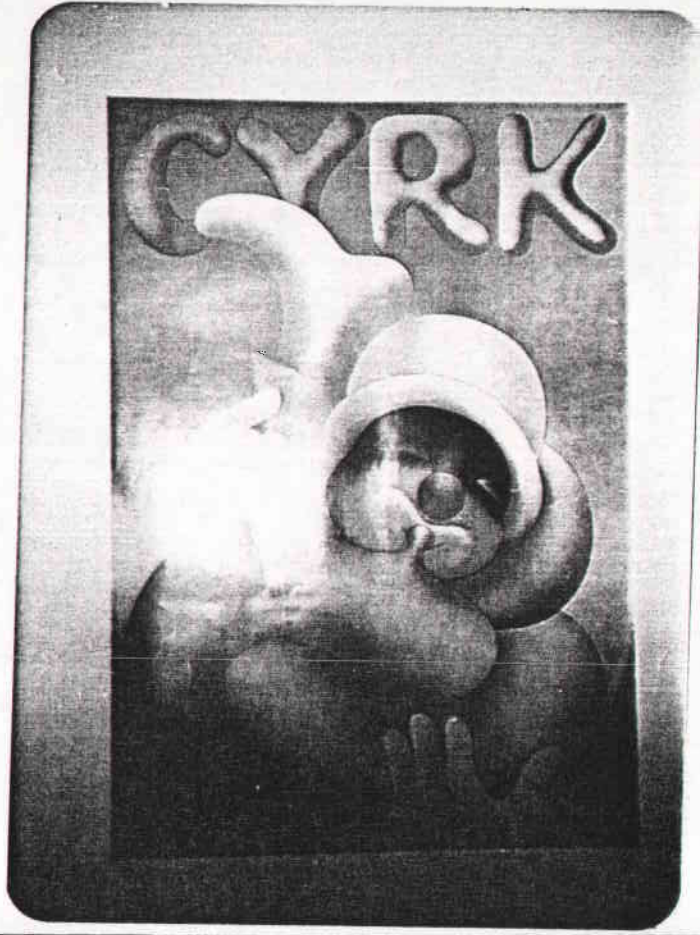
isteniyorsa, ekonomik tesirlere çok bağılı olunmamalıdır. Ürünün kendi maliyeti ve tasarım maliyeti birleştiği zaman ortaya çıkan miktar, bazen işveren ile tasarımcı arasında sorunlar yaratır. Böyle durumlarda tasarım maliyetini en aza indirmeye çalışan grafik tasarımcısı yapıtına burada yansıtabilir. Maliyet yüzünden bugüne kadar değişime uğrayan yapıt pek çok olmuştur. Bu tip çalışmalarda görsel algıyı sağlayacak mesajların aza indirgenmesi sonucunda iyi bir tanıtım yerine ilgisiz sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin, tasarımcı olağanüstü güzel ve konuyu yakalamış bir afiş yapmıştır. Ana maliyet çok yüksek olduğundan afişin basılıp çoğaltılamaması söz konusu olur. Bu durumda tasarımcı yeniden kendine yöntemler seçmek zorunda kalacaktır. Buda belki ilk yaptığı yapıt kadar etkili olamayabilir.

Çağdaş grafik tasarımda tanıtım amaçlı olan tasarımlar sosyal yöndende ele alınırlar. Sosyal yönden tasarımlar geliştirilirken kültür, din, ırk, seviye ve benzeri faktörler de çalışmalara katılır. Grafik tasarımının yazı, çizgi ve renk yolu ile verilen mesajı ilettiği bilinir.

Fakat bütün bunlar ikna edici, bilgi verici ve tanımlayıcı olmalıdır. Örneğin, trafikte bir "Dur" tabelasını görecektir olan kişiye hem bilgi verilmekte, hemde ikna edici uyarı verilmektedir. Bunların yanında tasarım öyle hazırlanmalıdır ki her seviyede insana hitap edebilsin.

Grafik uluslararası bir iletişim dili olmuştur. Grafik tasarımının rengini belirleyen, tasarımı yapan kişinin rengi değil, mesajı alan ve verenin rengi, milliyetidir.

Bu açıdan bakıldığında grafik tasarımda hedef kitlenin sosyal konumu özen kazanır ve tabii ki hedef kitlenin yaşam standartları da iletişim yöntemleri tespit edilirken sosyal tesirlerin içinde yer alır. Bundan da anlaşılacağı gibi, "Çağdaş Grafik Tasarımı" nı belirleyen mesajı veren ile mesajı alandır.



Resim 12-13. Polonya Afiş Sanatına Bir Kaç Örnek



Resim 14. Polonya Afiş sanatından bir örnek.



Resim 15. Bir dönem Fransız Devrimine öncülük eden afişlerden biri.

4. BÖLÜM. ÇAGDAŞ TÜRK GRAFİK TASARIMINDA TANITIM GRAFİĞİ

Kent kültürünün çok hızlı değiştiği kesindir. Köyden kente göçeden insanların davranışlarını bu kent kültürü sınırlayıcı, belirleyici olur. Yeni kent kültürü neredeyse sınırsız çeşitte ürünü ile şaşkın eder, heyecanlandırır ve çoğu zamanda ikna ederek kandırır. Böylece gelenekle gelen bir takım el hünerileri yok olmaya başlar. Bu süreçte "Tanıtım Grafiği" ortaya çıkar. Çünkü, kent kültürü içine aldığı bireyi çok yoğun bir çalışma içine sokar. Bu yoğunluk çoğu zaman yaşam tarzına yeni değişiklikler yada kolaylıklar katmayı getirir. Bu kolaylıklar yeni ve kullanımda farklılık getirebilecek türden olur. Bu kolaylıkların yada yeni kültürün tanıtımına gereksim başlar.

Çağdaş Türk grafiğide kentleşmenin getirdiği bunalım ve istekleri çözmek için kendisine "Tanıtım Grafiği" ni seçmiştir. Bu dünyanın diğer ülkelerinde de böyle olmuştur.

Türkiye'de de ekonomik ve ticari hareketlerin paralelinde "Tanıtım Grafiği" de gelişmiştir. Türkiye'de tanıtım grafiğinin gelişimi bu araştırmada daha önceki (1.3) "Türkiye'de Grafik Sanatının Başlangıcından Bugüne Kadar Gelişimi" başlıklı yazıda verilmiştir.

Türkiye'de önceleri "Afiş'cilik", "Reklamcılık" adlarını taşıyan "Çağdaş Grafik Tasarımı" son on yıldan beri "Tanıtım Grafiği" adı ile isimlendirilmektedir. Bu deyimlerin gelişmelerle değişmesine bağlanmalıdır.

4.1 TANITIM GRAFİĞİNİN ANLAMI

Bir ürünün yada bir hizmetin tanıtılması veya satılması için insanlara ikna edici, bilgi verici, tanımlayıcı tasarımlar yapan sanat koluna "Tanıtım Grafiği" denmektedir.

Tanıtım grafiğinde belirleyici sonuca götüren yöntemler vardır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir:

a) Analiz, bilgiyi almaktır. Konuyla ilgili bilgiler toplanır ve çözümü yapılır.

b) Tasarlama fikrinin oluşma sürecinde bu bilgiler zihne

yerleşir.

c) Tanıtımı yapılacak olan ürünün görsel dil ile anlatıma dökülme aşamasıdır ki, esinlenme (inspiration) diye adlandırılır.

d) Bu son aşamada ise, yaratılan tasarımın, tanıtım çerçevesi içinde değerlendirerek doğruluğunu kontrol etmedir.

Bütün bu süreçlerin kullanımındaki sıra, tanıtım-grafiğinin tasarımcısına bağlıdır.

4.2 TÜRK TANITIM GRAFIĞINDE YAPITLARIN BELİRLENMESİ VE İNCELENMESİ

Tanıtım-grafiği amacına ulaşmak için tasarımlarına uygun olabilecek yapıtları belirlemiştir. Bu yapıtlar endüstrinin gelişmesine paralel olarak gereksinim duyuldukça çoğalmıştır. Gene bu yapıtların varlığını koruyabilmesi, benzer endüstri kuruluşlarının üretimlerini, beğeni ve artan ihtiyaç ile devam ettirmelerine dayanmaktadır.

Temeldeki sorun, ürünü tüketiciye en iyi şekilde kabul ettirmektir. Genel olarak "Tanıtım-Grafiği" nin tasarımları-

na gereksinim duyulan ürünler aşağıdaki biçimde özetlenebilir:

4.2.1. Afis

4.2.2. Pankart

4.2.3. Dergi ve Kitap Kapağı

4.2.4. Sayfa Düzeni

4.2.5. illüstrasyon

4.2.6. Broşür

4.2.7. Basın, Dergi ilanları ve Direct Mail

4.2.8. Amblem

4.2.9. Ambalaj / Plak kapağı

4.2.10. Logotayp

4.2.11. Pigtogram

4.2.1 AFİŞ

Endüstrinin gelişimi sonucu ortaya çıkan çeşitli ürünlerin, kitlelere tanıtılabilmesi için "Afis" e ihtiyacı

vardır. Afiş görsel olduğu kadar, kültürel, duygusal bir kitle bağlantısıdır. Kent duvarlarını süsleyen bu sanat, durağan yada mükemmel, kurallara uygun yada kural dışı, kültürel yada politik, siyah-beyaz yada çok renkli, büyük yada küçük olabiliyor.

Afiş, bir kültürel ürün yada ekonomik yönlendirme olmaktan çok kent yaşamının bir parçasıdır. Afişler çeşitleri bakımından şu başlıklar altında isimlendirilebilir: reklama yönelik afişler, kültürel afişler, toplumsal afişler ve dekoratif afişler.

a) Kültürel afişler daha çok sanat olaylarının duyurulması için kullanılırlar. Bu afişlerde önem kazanan konu daha çok tiyatrodur. Tiyatro afişi, olayı öz ve içten bir anlatımla özetler gibidir. Burada grafik tasarımcılığı, espi gücü yanında oyun yönetmeninin konuyu işleyiş biçimide önemli rol oynamaktadır.

b) Reklama yönelik afişler, ticari amaçlı olanlardır. Üretimi çabuk tanıtmak ve piyasaya sürüm hızını arttırmak amacıyla yola çıkılmış yapıtlar söz konusudur.

- c) Toplumsal afişler, turistik, politik, ulusal ve evrensel amaçlı yapıtlar olarak nitelendirilebilir. Türkiye’de genel ve mahalli seçimler dönemi boyunca son zamanlarda kendine göstermeye başlayan seçim kampanyalarında görülen politik afişler, toplumsal afişlerin bir türüdür.
- d) Dekoratif afişler, daha çok tasarımcının tanıtım kaygısını taşımadan biçimlendirdiği serbest, kendi duygu ve düşüncelerini yansıtan tasarımlar olmaktadır.

Afişlerde genel olarak boyut, 70 x 100 cm. olarak saptanmıştır. Fakat bu ölçü ekonomik koşullar göz önüne alınarak, 54 x 89 cm. boyutunada indirilebilmektedir.

4.2.2 PANKART

Pankartlar, 25 x 35 cm. , 35 x 50 cm. , 50 x 70 cm. ölçülerinde kağıt, karton yada mukavva üzerinde basılmış tanıtım- grafiği malzemesidir. Daha çok kapalı yerlerde sergilendiklerinden, korunma açısından afişlerden daha çok dayanıklı olurlar.

4.2.3 DERGI VE KİTAP KAPAKLARI

Dergi ve kitap kapakları, içlerinde kullanılan bütün yazıların, resimlerin, ciltlenmenin, boyutlarının, kullanılan malzeme ve tekniklerin ve hatta nerdeyse yazı sayfalarındaki boşlukların bir özeti gibidirler. Bu özet, tasarımda bütünlüğü sağlar ve görsel iletişim biçimlerinin belirleyicisi olur. Dergi yada kitap kapağı grafik tasarımcısının bu yayınların tüm biçimsel oluşmasında sorumlu olmasını gerektirir.

Kitap kapaklarında, ilk kez karşılaşılan okuyucuya göre çekici ve estetik öğeler ön plana çıkarılır. Bunların en güzel örneklerinden biride, çocuk kitaplarının kapaklarıdır. Çocukların bağımsız tutumları, kitaplarının renk ve şekillerinide bağımsız kılmayı getirir. Kapaklarda objektif ölçülerin dışında planlamalar yer alabilir ve kişisel fantazilere yer verilebilir.

4.2.4 SAYFA DÜZENİ

Batı ülkelerinin layout diye isimlendirdikleri sayfa düzeni, isminden de anlaşılacağı gibi, başlık, metin, resim, amblem, slogan gibi grafik elemanlarının grafik ürünleri üzerinde ne şekilde yer alacaklarına karar verme ve uygulamadır. Kısaca sayfa düzeni, bir grafik yapıtını oluşturulan unsurların, saptanan alan üzerinde kurulan düzeni, kompozisyonu ifade etmeleridir.

Sayfa düzeni yapan bir tasarımcı kesinlikle sınırlanmış bir alan içinde çalışır. Gazete ve dergilerde bu sınır santim, sütun olarak tespit edilirken, bütçeye ve tanıtıma ayrılmış olan yerler ve ölçüler üzerinde çalışmayı getirirler.

Tasarımcılar çoğunlukla çalışmaya küçük taslaklar hazırlayarak başlarlar. Genelde bu taslaklar asıl çalışmanın dört veya sekizde biri büyüklüğünde tasarlanırlar. Sonra seçilen tasarım asıl boyutlar içinde değerlendirilir ve uygulamaya geçirilir.

4.2.5 ILLÜSTRASYON

İllüstrasyon, bir konu veya bir olayın yorumunu yapmaktan çok, bir hikayenin yada bir olayın resim ile anlatılmasıdır. Yani resmin içinde hikaye edîş vardır. İllüstrasyon çalışmalarında kurulacak düzen ve kullanılacak teknik iletişim kurma açısından çok önemlidir. Çünkü bu seçimler ilgisine sunulacak kitlenin kültür yapısına ve yaş kategorilerine göre değişiklik göstermek zorundadır.

İllüstrasyon çalışmalarının tasarım inceliklerini örnekleyerek açıklamak yararlı olacaktır. Örneğin, konu çocuk resimleri ise, resimlenecek olan konu bir düzen içinde oluşturulmalıdır. Bu düzen anlayışının amacı, çocukta düzen fikrini oluşturabilmekten kaynaklanmaktadır. Yazı ile resim birbirini tamamlayıcı olmalıdır. Yazıların seçimi ve yer verilecek miktarı çocukların yaş gruplarına göre belirlenmektedir. Örneğin, ilkokul öncesi çocuklarına yönelik kitaplarda illüstrasyon ön plana çıkacaktır. Dolayısı ile resimler gerçek biçimlerine benzemek

durumundadır.

İllüstrasyonun kullanıldığı alan sadece bu tip resimli kitaplar değildir. Tanıtım-grafiği içinde çok önemli planlarda olayın kurumun yada ürünün daha iyi vurgulanması yada bilgi verebilmesi içinde kullanılmaktadır.

4.2.6 BROŞÜR

Broşür, kamuyu aydınlatıcı, harekete geçirici tarzda tanıtım yapan, ince kapaklı ve sayfası az olan küçük kitapçık olarak tanımlanabilir. Broşürler de, diğer tanıtım-grafiği ürünleri gibi bilgi verici, ikna edici özelliklerini ilgili kitleye ulaştırma aracı olarak kullanılmaktadırlar.

Bu yapıtlar kimi zaman sadece yazı düzeni içinde kalmakta, kimi zamanda konuyu daha iyi açıklaması ile görsel iletişim öğelerinden yararlanmaktadır. Bu görsel öğeler, grafiksel tasarımlar veya fotoğraf etrafında toplanır.

Broşür, amacı yüzünden tanıttığı kişi, kurum yada ürünü mesajını en iyi şekilde ve en doğru biçimde vermelidir.

Bu eğer bir ürünün mesajının iletimi ise o ürünü

ayrıcalıklı yönleri ile vermesi gerekir. Eğer bir ürünün tanıtımı için hazırlanan bir broşürse, firmanın o zamana kadar yapmış olduğu işleri, kurumun logotaypını, amblemini veya adresini kapsamına alacaktır.

4.2.7 BASIN, DERGI İLANLARI VE DIRECT MAIL

Dergi, basın ilanları ve direct mail (direkt posta), basın mediasının üç ana grafik tasarımını oluştururlar. Media (yayın organı) mesajı verenle, mesajı alacak olanı buluştukları nokta olarak tanımlanabilir. Bu üç tasarım çeşidinin ayrı ayrı kendi içlerinde değerlendirmek gerekir.

Basın ilanlarında Türkiye'de çıkan iki çeşit yayın söz konusudur. Biri, Türkiye çapında tanınan ve dağıtılan büyük gazeteler, diğeri ise, bütün şehirlerde yayınlanan mahalli gazeteler.

Bütün Türkiye'de tanınan gazetelerin çoğu İstanbul, Ankara, Adana, İzmir ve bazı Karadeniz şehirlerinde baskı yapmaktadır. Böylece bu baskılara girecek olan tanıtım ilanı bu bölgelerin lokal pazarlarına dikkat etme durumundadır.

Ardından bu bölge insanının beklentileri ve beğenileri önem kazanır. Gazeteler her yaş grubundan ve her sınıftan insanın elinden geçmektedirler. İlan tasarlanırken bu dikkate alınan bir konudur. Tasarımcı her türlü bilgiyi tam vermek durumundadır.

Gazete ilanlarının tasarımı, diğer tasarımlarından daha çok kalıcılık ister. Çünkü gazete günlük bir olaydır ve yapıt çarpıcı, ikna edici ve etki altına alıcı olma durumundadır.

Dergiler çok renkli ve güzel baskı yapabilme özellikleri ile son yıllarda Türkiye'de gazetelere rakip olmaya başlamışlardır. Dergiler çeşitlerine göre sınıflandırılabilir:

a) Genel konulu dergiler. Bunlar geniş halk kitlelerine seslenirler.

b) Belirli topluluklara yönelik dergiler

c) Meslek dergileri

Bu sınıflandırma gösterirki, dergi ilanlarının tasarımcısı, mesaja ve mesajı içinde yayınlanacak organı bağlı

kalmaktadır. Dergi ilanlarının ilgilisi, gazeteden daha belirgindir. Böylece dergi ilanı tasarımı hedef kitleye yönelmede daha şanslı sayılmalıdır.

Direkt posta (direct mail), genel anlamda bir media değil-
sede tanıtım-grafiğinde sık sık başvurulan önemli bir araçtır. Üç iletişim tarzı vardır:

- a) Direkt tanıtım: tüketiciye doğrudan ulaştırılabilecek tanıtım hizmetlerini içerir. Satış, eğitim ve uzun vadede imaj yaratma gayesini güder.
- b) Direkt mektup: basılmış tanıtım, grafik tasarımının posta ile yollanımıdır.
- c) Mektupla sipariş: satışın reklamla duyurulmasını, siparişlerin mektupla yapılmasının ve malında posta ile yollanmasını sağlayan tasarımlar yapar.

Direct mail'de kullanılan malzeme gene tanıtım-grafiği yapıtlarından oluşur. Bunlar posta kartları, el ilanları, broşürler, prospektüsler, kataloglar, özel yayın araçları gibidir.

4.2.8 AMBLEM

Endüstri ürünleri ve sosyal amaçlı kurumların faaliyetleri, amblemlerinin ifade gücü sayesinde ilgi çekici olarak karşılanmaktadır.

Amblemden soyut kavramları somutlaştırma vardır. Amblemler özel tanıtım işaretleridir. Bu işaretler açık ve anlaşılır bir biçimde tasarlanmaktadır. Amblemler kare, üçgen, daire, değişik geometrik ve çizgisel formlardan oluşmaktadır. Temelindeki bu yapı nedeniyle amblem, Türkiye için geçmişin izlerini taşımaktadır. Başlangıcından beri Türkler soyut formlara geometrik tasarımları yerleştirdiklerinden, amblem tasarımı kendi içinde çok rahat bir biçimde gelişmiştir.

Amblem tasarımında grafik tasarımcısının dikkat etmesi gereken konular vardır. Amblem olarak biçimlendirilen yapının kullanılacağı alanlar önceden araştırılmalıdır. Amblem ve markalar belirli bir süre işlevselliğe bağlı olmadıklarından, geniş zaman boyutu içinde kullanabilirliğe

göre tasarlanmaktadırlar.

4.2.9. AMBALAJ / PLAK KAPAĞI

Endüstrinin gelişmesi ile Türkiye'de endüstri ürünlerinin korunması gündeme gelir. Çünkü bu ürünleri üretmenin yanında, onları uzun yaşam sürecinde tutmada önemlidir.

Ürünleri, eşyaları yada yiyecekleri kendi özelliklerini kaybetmeden bir düzen içinde korumak için ambalajlar tasarlanmaktadır. Bu ambalajlar koruma görevi yanında, birde ürünün tanıtımınıda yaparlar. Ambalaj tasarımı çoğunlukla tanıtımı yapılacak ürünlerin, kendi biçimi ile ilgili olmaktadır. Ambalajın üzerinde mutlaka malın cinsi, ismi, hangi firma tarafından üretildiği ve piyasaya sürüldüğü ve o firmanın amblemi bulunmalıdır.

Türkiye'de ambalaj tasarımınının başlangıcı gene batı ile ilişkiler ve etkileşimler sonucu olmuştur. Bu konuya en güzel örnek sigara kağıdı kutularıdır. Bu konu hakkında detaylı bilgi gene bu araştırma içinde (1.3) de izlenebilir. Plak kapaklarıda ambalajlar gibi koruma amaçlıdır.

Plak kapağı, plağı kaplayan plastik veya kağıttan bir kılıf ve bu kılıfı içine alan kartondan iki yüzlü bir koruyucudur. Plak kapağı tasarımlarında, plağın boyutlarına göre biçimlendirme ile başlayan çalışma, plağın içerdiği müzik anlayışına ve hitap edeceği hedef kitleye göre düzenleme ile devam eder. Plak ve plağı çıkaran firma hakkında bilgileride veren bu tasarım, yada çizimlerle düzeni ön ve arka yüzey olarak ayırır. Kapağın hangi yüzeyinin daha detaylı tasarlanması gibi bir sorun olmamalıdır. Çünkü alıcı olan kimse, her iki yüzünden birini gördüğünde onun tarafından çekilmeyi bekler.

4.2.10. LOGOTAYP

Bir kurumu, bir ürünü yada bir hizmeti özel olarak tanımlamaya yarayan işaretlerdir diyoruz ambleme. Kurumun, ürünün yada hizmetin ismini oluşturan harf yada kelime dizisinin kullanılmasıyla ortaya çıkan işaretlere ise logotayp diyoruz[37].

Türkçe'de "Özgün Yazı" olarak adlandırılan logotayp, çizgi

ve resimle işaret etmeye yazıyı da katar. Logotayp tasarımında da izlenen yollar vardır. Bunlar şu şekilde örneklenebilir:

- Harf yada harflerin formları bozularak, çizgisel yada lekesele yaklaşımına varma
- Harfleri deforme etmeden onlara çizgisel öğeleri eklemek.
- Simge haline getirilmek istenen yazıya soyut yada figüratif öğeleri eklemek gibi çeşitlenebilirler.

4.2.11. PİGTOGRAM

Pigtogramlar, edüstri tasarımına gereken önem verilmeye başlandıktan sonra, iletişimde görsel algılara ve değerlendirme ölçütlerine göre hazırlanmış tasarımlardır. Pigtogramlarda görsel algılama ile iletişim sürecini en aza indirgeme amaçlanmaktadır. Toplum iletişiminin ve ulaşımın hızlanması bu tasarımlara evrensel bir boyut getirmiştir. Bu boyutlar "Semantik", "Sentatik" ve "Pragmatik" olarak örneklenebilir. Semantik açıdan, pigtogramın mesaj'ı ne kadar doğru ilettiğinin tespitine gidilir.

Farklı ülke insanların, farklı yaş grubuna dahil şahısların sembolü tanımada güçlük çekip çekmediği gene semantik açıdan ele alınmaktadır.

Simgenin diğerleriyle görsel yönden bağlantılarının değerlendirilişine sentatik açıdan yaklaşılır. Burda çizim, fon, renk kontur ve geçişler, boyut gibi bağlamların bütünlüğe kontrol edilir.

Görsel bir nesnenin kullanıcıyla ilişkilerini açıklayış ise pragmatik açıdan ele alınır. Böylelikle görsel bilgi iletimi ön plana çıkar. Bu koşullar ile pigtogramlara gereksinim duyulan alanlar kamusal çevre olmaktadır.

4.3. TÜRK TANITIM-GRAFIĞI ÜRÜNLERİNDEN ÇEVRE GRAFIĞI TASARIMI

Tanıtım-grafiği yapıtlarını yaşanılan çevre içerisinde de sergilemektedir. Bu çevre kitle iletişimini görsel algılamalar yolu ile sağlarken, tanıtım-grafiğinin ürünlerinden yararlanır. Çevrede görülen bu iletişim unsurlarına çevre grafiği denmektedir. Bunun tasarlanmasına da

"Çevre Grafiği" denir. Uluslararası ismi "Outdoor" olarak kabul edilmiş olan çevre grafiği tasarımı, kağıt dışına taşmış tasarımları ele alır. Uzun süre dayanıklı olabilmesi tanıtım yapıtının tüketici tarafından alış kararını güçlendirir.

Toplumsal ve ekonomik ilişkilerin gelişmesi sonucu, insanlar ve kurumlar arası ilişkiler sadece kağıt üzerinde kalamazdı. Bugün birçok yayın organı (media) kullanılıyor ve bütün bunlar yaşanan çevre içinde yer ediniyorlar. Bugün bu tasarımlar o kadar etkendirki çocuğundan gencine, gencinden yaşlısına kadar olan herkesin yaşamında ufak yada büyük çapta değişiklik yapabilmektedirler. Bu nedenle tanıtım-grafiği yapıtlarını tasarlarken, içinde yer alacakları çevre ve insanını dikkate almak ilk denemeler arasındadır.

"Çevre Grafiği Tasarım" ları (outdoor) işlemlerine göre şu şekilde çeşitlenmektedir.

- Afisler

- Pankartlar
- Dövizler
- Tabelalar
- Işıklı ilanlar
- Ulaşım araçları üzerinde yer alan ilan tasarımları
- Duraklara asılan tanıtım tasarımları
- Bir dükkanın cephesi
- Sergileme Tasarımı

Afişler, çevre grafiği tasarımları içinde en kısa kalış süresine sahip olanlardır. Dış tesirler, insanlar tarafından yapılan tahripler yada üzerlerine yapışacak başka bir ilanın belirlediği süreç içinde izlenebilirler. Dolayısı ile tasarım ilkeleri arasında ikna edici ve hatırlatıcı öğelerin kullanılması gerekir.

Pankartlar, afişlere göre daha uzun süre buldukları çevrede kalabilmektedir. Daha küçük boyutta tasarlandıkları için, iletişim kurma çevreleri kitlelere daha yakın olarak planlanmaktadır. Örneğin, vitrin, hal, dükkan gibi kapalı

yerler olabilmektedir.

Dövizler, bez üzerine yazılı bu afişler kısa süre içinde bir yeri yada bir mesaj'ı iletme amacındadırlar.

Tabelalar, ahşap yada sac konstrüksiyon üzerine yağlı boya ile yapılmış sağlam, uzun süre kalıcı tanıtım yapıtlarıdır.

Yol kenarlarına, meydanlara yada kavşaklara konması, toplumsal ilişkilerin ve işaret sistemlerinin hızla gelişmesi sebebiyle uygun olmaktadır.

Işıklı ilanlar, tabelaların ışıklı tipleridir. Daha çok şehiriçi trafiğinin yoğun akışına paralel olan kesimlerde yer alırlar.

Ulaşım araçları ve duraklara konan çevre grafiği tasarımları, geniş halk kitlelerine en kolay ve sık biçimde mesajlarını iletme amacındadırlar.

1960'lardan sonra tanıtım etkinliklerinin tasarımlarının, artık bu konuda eğitim yapmış kişilerin tekeline girdiği görülür. Bu bilinçlenme dükkan cephelerinin dış

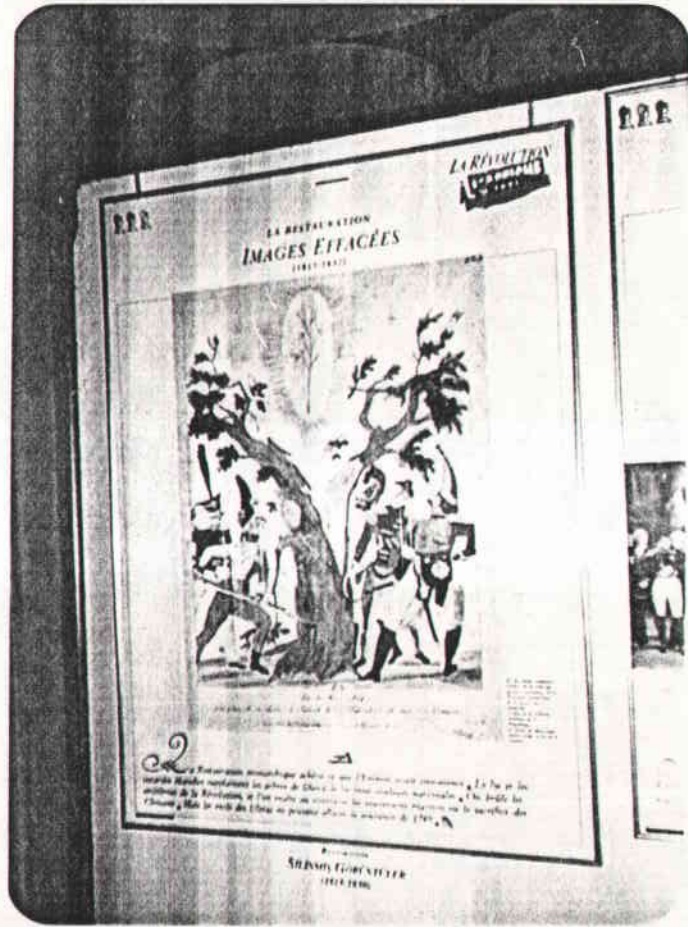
tasarımlarının grafik düzen içinde ele alınmasını getirmiştir. Bu cephelerde firmaların amaçlarına uygun logotayp yahutda resimsel öğelerin kullanımı çevre-grafiği tasarımlarına en güzel örneklerdir. Çağdaş kent insanı, artık alacağı bir malın kalitesi ve yaraları dışında, satışı yapan firmanın dışarıya yansıyan görüntüsüne de dikkat etmektedir. Bu yolla tüketici kesimin dikkati çekilir ve iletişim kurulur.

Kültürel veya ticari amaçlı tanıtım sergilerinde, yapıtların gösterimi düzenli ve sıralı bir biçimde planlanır. Bu düzen anlayışı içinde yapılan çalışmalar sergileme tasarımları ile ifade bulur. Gene amaç, görsel iletişimi daha çabuk ve kalıcı biçimde sağlayabilmektir.

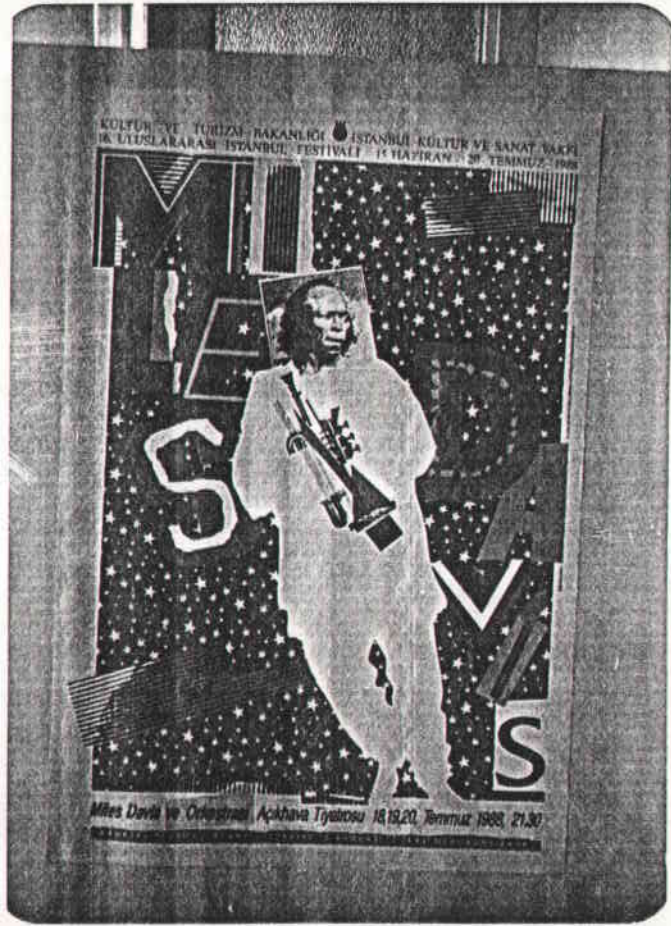
Çevre grafiği tasarımcısı, bu kadar geniş bir alanda çalışabilmeye sahip olduğundan, kendine özgün kurallara sahip olmalıdır. Bugün Türkiye de bu alan üzerine özellikle eğilen kişi veya kurumların sayısı az olmasına rağmen, gelişim göstermektedirler. "Grafikler Meslek Kuruluşu" nun

1988 yılında düzenlemiş olduğu "8. Grafik Ürünler Sergisi" nde "Çevre Grafiği" konulu panoda bir tek yapıt yer alır- ken, 1989 da yine aynı kuruluşun düzenlediği sergide bu sayının biraz daha arttığı bu araştırma çalışması hazırla- nırken gözlemlenmiştir. Bu ufak sayıda artışlar mükemmel sonucu verememesine rağmen, yine de bilinçlenmeye başlan- gıç olarak kabul edilebilirler. Bu da tanıtım-grafiği tasarımcısının kendi ilgi ve yetenekleri yönünden uzman- laşması esnasında çevre tasarımında seçenek olarak bakma- sının gerektiğini gösterir.

Çevre grafiğinin Türkiye'de kullanımı bilhassa billboard' larda (ilan tahtaları) rastgele olmaktadır. Boş bulunan alanların değerlendirilmesi yada inşaatlarda koruyucu, ör- tücü olarak kullanılması fonksiyonlarının etkinliğini azaltmaktadır. Çünkü "Çevre Grafiği Tasarımı" yönlendiri- ci ve bilgi verici olarak çevre fonksiyonlarına uyum gös- termeli ve onlarla birlikte tasarlanmalıdır.



Resim 16 Bir dönem Fransız Devrimine öncülük eden afişlere diğer bir örnek.



Resim 17. Tanıtım grafiği yapıtlarından biri olan Afiş'e Sadık Karamustafa'dan bir örnek.




Resim 18. Türk Tanıtım Grafiğinde sosyal ve siyasi amaçlı Afiş tasarımlarına bir örnek:
Sadık Karamustafa




Resim 19. Tanıtım grafiği yapıtlarından illüstrasyon'a bir örnek.

MARKOM A.Ş.'den / From MARKOM A.Ş.




"Gün"ünüzü gün edin / "Otomobil Kiralayın!"

Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
"Otomobil Kiralayın!"
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!




"Otomobil Kiralayın"



Tatilde vakit kaybedilmez!

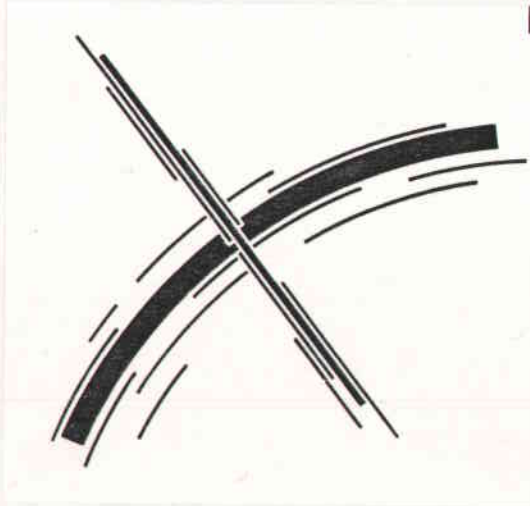
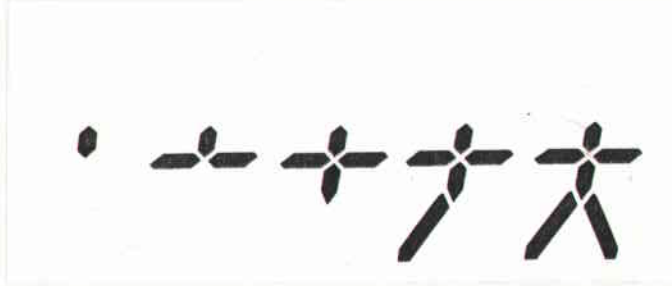
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
"Otomobil Kiralayın!"
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!
Her gününüzü en iyi gününüz için kiralayın!



"Otomobil Kiralayın"

Model	Yıl	Motor	Yakıt	Yolcu	Bagaj	Diğer
...

Resim 22. Türk Tanıtım Grafiğinde yer alan basın ve dergi ilanlarına bir kaç örnek.



Resim 23. Türk Tanıtım Grafiğinde Amblem çalışmalarına bir kaç örnekleme.



Resim 24. Türk Tanıtım Grafiğinde ambalaj tasarımına bir kaç örnek.



Resim 25. 'Dokuzuncu Grafik Ürünler 89' sergisinden kitap kapağı panosundan görünüm.

Lanı



Resim 26. Son dönem çağdaş Türk Tanıtım Grafiği tasarımlarından 'Logotayp'a bir kaç örnekleme.

Yeni ve fevkalâde bir
TEBEDDÜL

Mübalâgalı gayri tabii
"Makyaj", kalmadı.

Cilde sürülecek gayri mer'î
yeni bir pudra, tabii bir
güzellik verir.



Bunun sırrı: İpekli elekten üç
defa geçirilmiş en saf ve en ince
iki

**GÜZELLEŞTİ VE
MES'UT OLDU?**



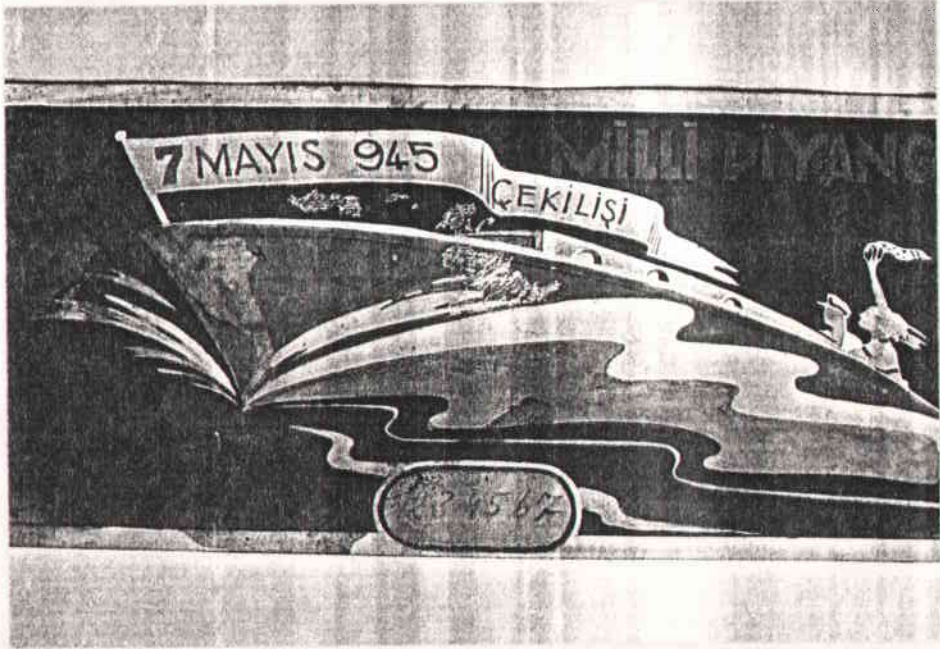
Bayan G...

**SANA
Perestiş Ediyorum**



İpe ufak, fakat parlak bir isdivaç tahsiyyülünde buluno bir genç kız için çok manidar üç kelime. Bir ercek, daima tatlı, yumuşak ve beyaz bir cildin ve nazik bir tenin miltması tesiri altında cozbodilmeğe meyyaldir. Zamanımızda her kadın, beyaz rengindeki (yağuz) Tokalon kremini kullanarak sebhaz sevimliliğini çabucak fazalaştırabilir. Yalnız üç gün sarfında dâba cazip bir tahavvül göze çarpır, cild yumuşayıp beyazlanınca enik muvazana tabii beşer ve samsunluk... de yavaş yavaş zül ol... kerebi

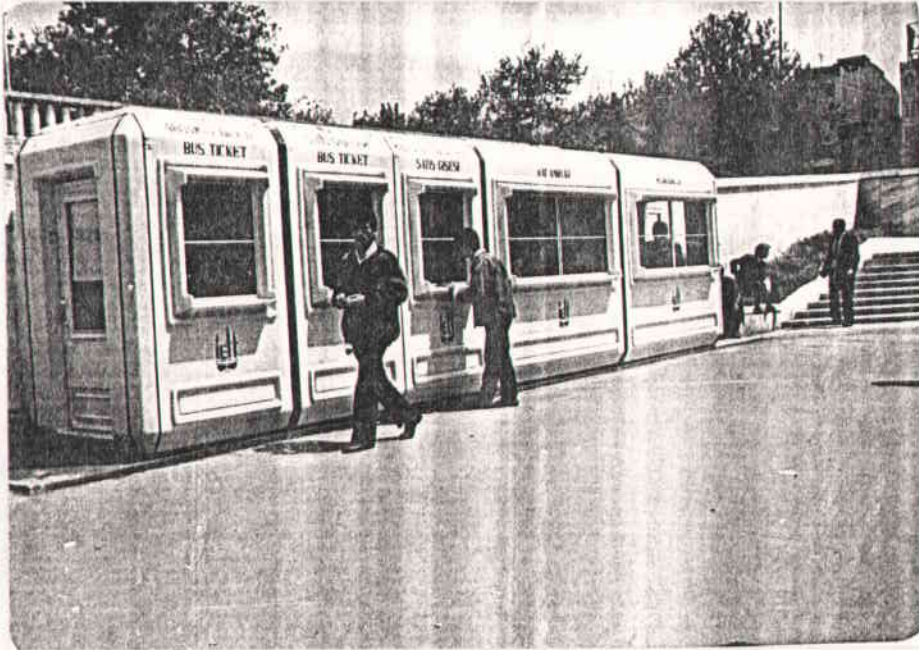
Resim 27. 1940'lı yılların Basın ilanlarına bir kaç örnek.



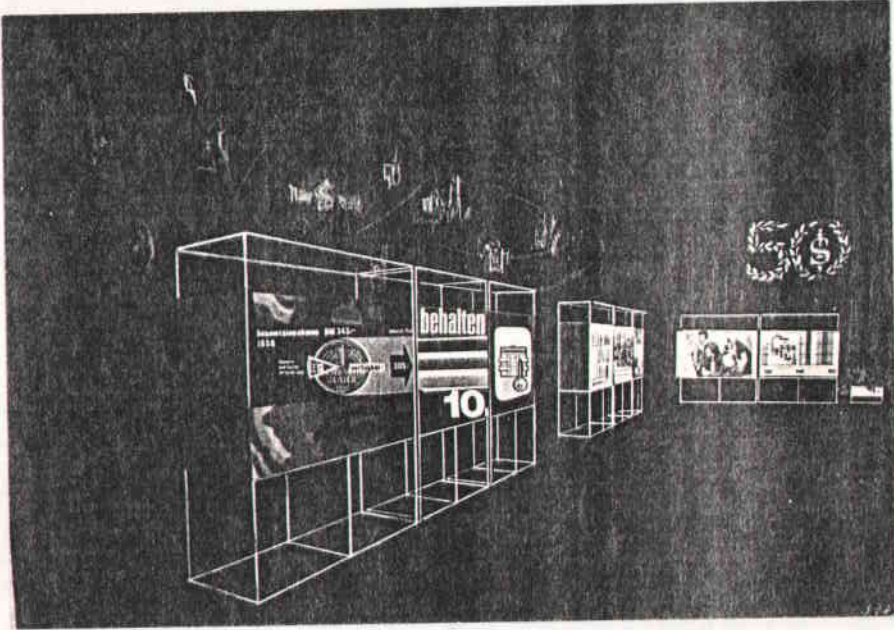
Resim 28. 1945 yılında Milli Piyango için tasarlanmış orjinal taslak örneği: Şevki Akören



Resim 29. Pigtogram'a birkaç örnek.



Resim 30. Çevre grafiği tasarımına yapıtların sergilendikleri alanlar içinden bir kaç örnek.



Resim 31. Çevre grafiği tasarımından Sergileme Tasarımı: Mesut Manioğlu.



Resim 32. Çevre grafiği kürsü tasarımına 1985 yılından bir örnek: Sadık Karamustafa.

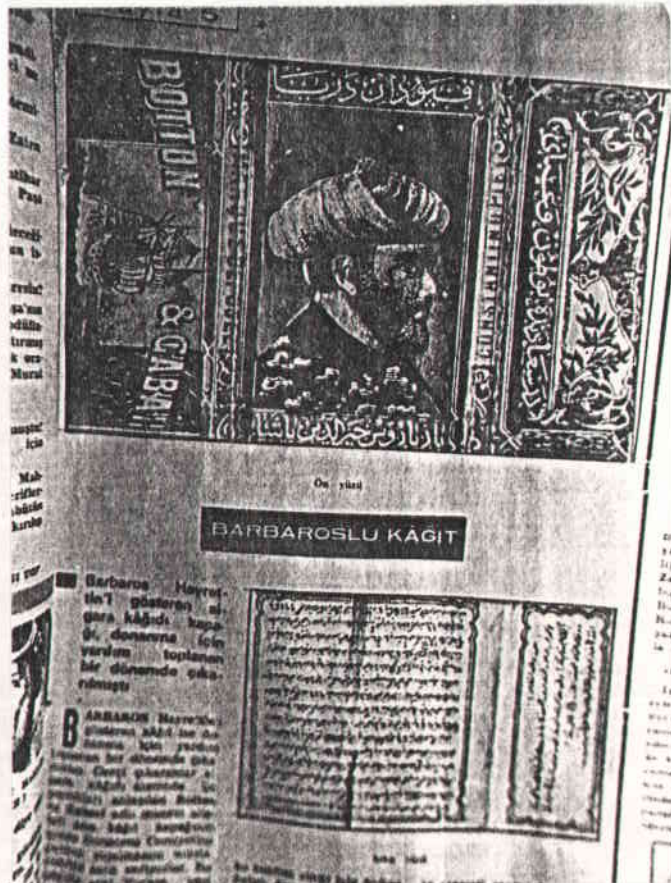
Resim 33,34,35,36,37,38,39 ve 40. Çağdaş Türk Tasarımına öncü adımlardan Sigara Kağıdı Kapaklarının Türklere ve azınlıklara ait örnekler ile vurgulanması ve bugünkü tasarımlardan sonra değerlendirilmesi.



Resim 33. "Makaslı Kağıt"



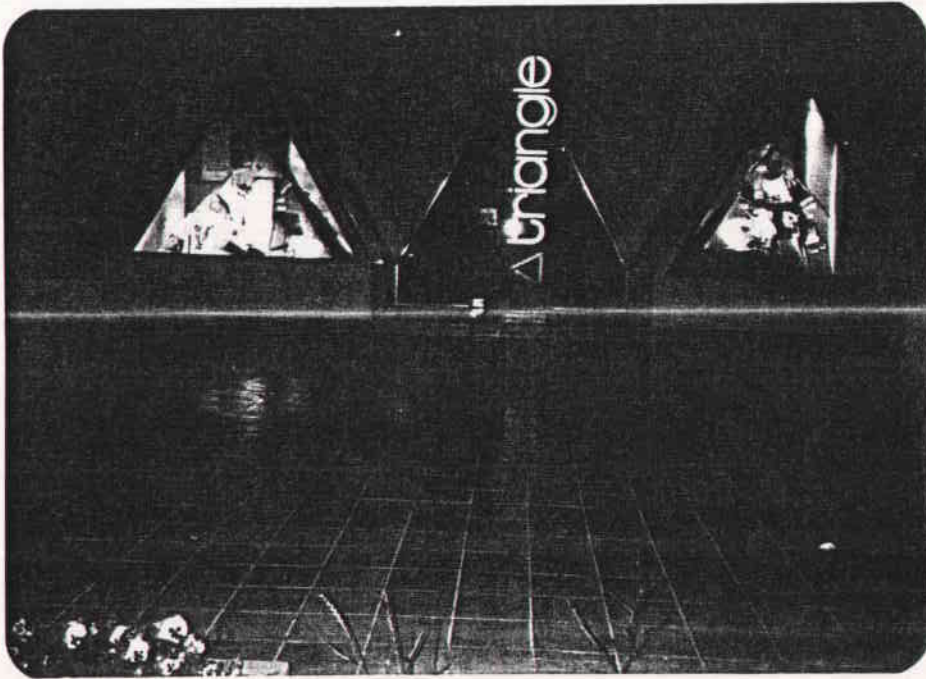
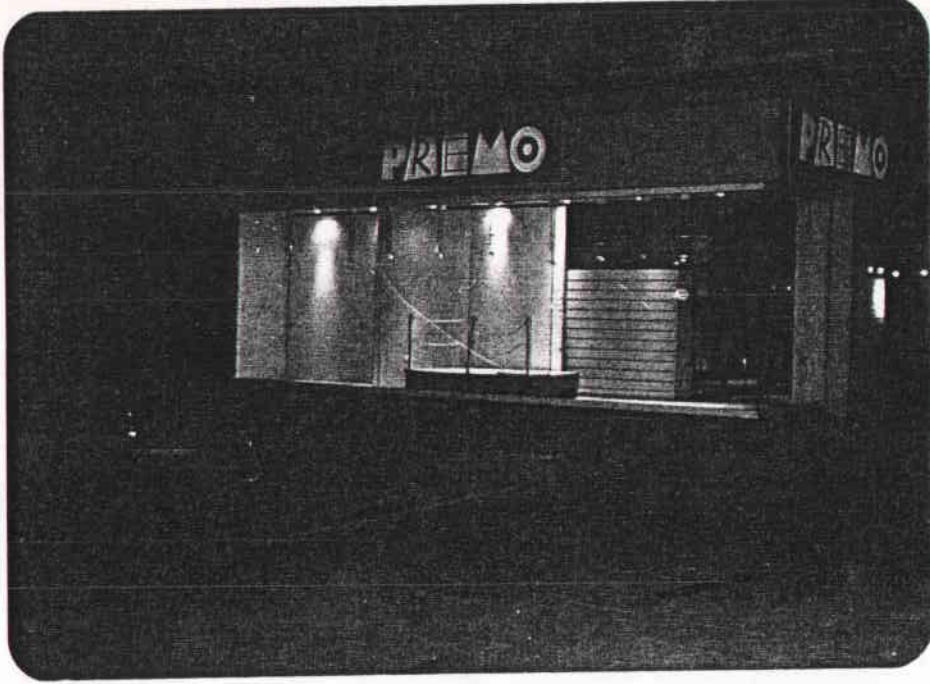
Resim 34,35. "Tavşanlı Kağıt", İzmir'in kurtuluşu ile ilgili kağıt.



Resim 36,37. "Osmanlı askerleri" kağıdı ve "Barbaros'lu" kağıt.



Resim 40 "Epir Kağıdı"



Resim 41 "Çevre Grafiği"ne Türkiye'den birkaç örnek

SONUÇ

Çağdaş sanat içinde grafik sanatının görsel iletişim ilkelerinin tespiti sanatta yeni bir dil oluşturduğunu ortaya koymuştur. Bu ilkeler doğrultusunda grafik tasarımın seslenim aracı olarak, büyük kitleler üzerinde ilgi çekici niteliğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Osmanlı'nın ilk batı girdilerinden sonra sanatta kendine yeni bir dil arayışı içinde olduğu görülmüştür. Yeni dil yaratmadaki bu batıya bağımlılık, etkilenen bir grafik sanatını doğurmuştur. Bu dönemde batının endüstri modelleri ile tanışan Osmanlı batının değer ölçülerini de almak zorundadır. Kendi kültür birimleri ve toplum yapısıyla bunları birleştirmesi zordur. Önce teknik yapıdaki eksiklikler kendini gösterir. " Sait Çelebi " ve " İbrahim Müteferrika "nın ilk basınevini kurmaları bu boşluğu biraz doldurur. Fakat sürekli olarak gelişebilen bir teknik olarak olmasını ancak Cumhuriyet'ten sonra mümkün

kılmıştır. Her dönem kendi acemiliği ve yeni arayışları yüzünden Türk Grafik Sanatına sıkıntı çektirmiştir. Cumhuriyetten sonra dilini değiştiren Türkiye'nin grafik tasarımcıları hat ustalarına veda etmek zorundadır. Devletçilik sistemine geçilmesi, ardından hızlı sanayileşmeyi getirir. Sanayinin gereksinimlerini karşılamak ise, bunlara paralel hızda üretebilen bir grafik tasarımı gereklidir. Türk grafik tasarımcısı kendini bir anda çok yeni ve temeli henüz sağlamlaşmamış bir çalışma sahasında bulur. Bu çekingen düşünceler içinde 1923'de Galatasaray Lisesinde açılan sergiye, yurtdışından afişleri ile katılan " İthap Hulusi " yeni bir soluk getirir. Bunu 1927'de güzel sanatlar eğitiminde " Tezyini Sanatlar Bölümü " içinde " Weber " tarafından kurulan afiş atölyesi takip eder. Önceleri yabancı hocalar ile verilen eğitime, Türk hocalarında katılması ile sistem gelişir.

1960'lardan sonra grafik tasarımcıları belirli fikirlerini, belirli bir düzeyde oturtabilmektedirler ve artık dış dünyaya bu olgunluklarını yapıtları ile sergilerler.

Artık bugünün Türk grafik tasarımcısı bir mesaj'ı tasarlamaktadır. Bu mesaj ona başkası tarafından verilir.

Tasarımcının amacı, onu etkili kılmaktır. Bunun için leke, renk ve sözcüğü etkili iletişim aracı olarak kullanmak zorundadır. Tasarımcı düşünceyi görüntüye, görüntüyü de düşünceye dönüştürebilmelidir. Çünkü kent yaşamının karmaşık, devingen ve hızlı değişen biçimi kendi çevresine ait özel tasarımlar ister. Endüstrileşmenin getirdiği kültürel veya ticari amaçlı tanıtımların sergilenmesi de bir düzen içinde olmalıdır. Bu düzen ancak "Çevre grafiği" ile sağlanabilir. Amaç, görsel iletişimi daha çabuk ve kalıcı biçimde sağlarken, toplum yapısına katkıda bulunma ve onun insanına estetik değerler kazandırma şeklinde olmalıdır. Bu sayede tasarımlar kendi imzalarını yarınlara taşıyabileceklerdir.

REFERANSLAR

- [1] ERZEN, N.J., "Grafik Sanatlar", Boyut Plastik Sanatlar Dergisi, S.11, Sf.3, Ankara, 1983.
- [2] ERZEN, N.J., y.a.g.k., Sf.3
- [3] MADEN, S., "Başlangıcından Bugüne Türk Grafik Sanatı", Çevre, S.2, Sf.84,
- [4] MADEN, S., y.a.g.k., Sf.85-86.
- [5] MADEN, S., y.a.g.k., Sf.87
- [6] MADEN, S., "Türk Grafik Sanatı Kendine Bir 'Geçmiş' Arıyor", Milliyet Sanat, S.31, Sf.77, 1983.
- [7] MADEN, S., y.a.g.k., Sf.77.
- [8] KUŞOĞLU, Z., "Osmanlı Kartvizitleri ve Hattat Arif Hikmet Bey", İlgı Dergisi, S.46, Sf.77, 1983.
- [9] KUŞOĞLU, Z., y.a.g.k., Sf.32
- [10] KAYNARDAĞ, A., "Dünden Bugüne Kitap Kapaklarımız", Milliyet Sanat, S.70/15, Sf.10, 1983
- [11] DURU, O., "Sigara Kağıdı Kapakları", Milliyet Gazetesi, 8 Ekim, Sf.10, 1972.
- [12] DURU, O., y.a.g.k., 8 Ekim, Sf.8, 1972.
- [13] DURU, O., y.a.g.k., 9 Ekim, Sf.12, 1972.
- [14] DURU, O., y.a.g.k., 10 Ekim, Sf.10, 1972.
- [15] DURU, O., y.a.g.k., 11 Ekim, Sf.9, 1972.
- [16] DURU, O., y.a.g.k., 12 Ekim, Sf.9, 1972.
- [17] ANHEGGER, R., "Sigara Kağıdı Kapakları", Gösteri, S.24, Sf.75, 1982.
- [18] TEMİZAN, K., "Güzel Sanatlarda Süsleme Sanatları", Arkitekt, S.1-2, Sf.19, İstanbul, 1946.
- [19] BAYIK, N., "Grafik Tasarım ve Eğitimi", Sanat ve Sanat Eğitimi, S.1, 1933.
- [20] YONTAN, G., "Grafik Sanatlar Soruşturma Dosyası", Gösteri, S.24, Sf.12, 1989.

- [21] KARAMUSTAFA, S., Şahsi Görüşme, İstanbul, 1989.
- [22] BETİL, T., "Türkiye 74", Yapı, S.4, Sf.8, 1974.
- [23] MADEN, S., Y.A.G.K., Sf.74.
- [25] CEZAR, M., "Güzel Sanatlar Akademisinden 100.Yılda Mimar Sinan Üniversitesine", Güzel Sanatlar Eğitiminde 100 Yıl, S.3,Sf.24, İstanbul, 1983.
- [26] AKAD., "Yüksek Dekoratif Sanatlar Bölümü",S.6, Sf.62, 1962.
- [27] CEZAR, M., y.a.g.k., Sf.33.
- [28] CEZAR, M., "Devlet Güzel Sanatlar Akademisi",Sf.13 İstanbul, Akademi Yayınevi, 1968.
- [29] ORAL, Z., "Kuruluşunun 20. Yıldönümünde T.G.S.Y.O ve Sanat Eğitimi Sorunları", Milliyet Sanat, S.216,Sf.18, 1977.
- [30] ORAL, Z., y.a.g.k., Sf.19.
- [31] CEZAR, M., y.a.g.k., (24), Sf.42.
- [32] KÜÇÜKERMEN, Ö., Şahsi Görüşmeler, İstanbul, 1989.
- [33] U.S.Y.O., U.Y.S.O Tanıtım Broşür'ü, 1972.
- [34] U.S.Y.O., y.a.g.k., Sf.54.
- [35] SEBÜK, A., "Grafik Tasarımında Çağdaş Araç ve Yöntemler", Akademi Mimarlık ve Sanat, S. 9, Sf.81.
- [36] SEBÜK, A., y.a.g.k., Sf.82.
- [37] ERKMEN, B., "Logotayp Üzerine Hızlı Yazılmış Notlar", Grafik Sanatı, S.7, Sf.6, İstanbul, 1986.

ÖZGEÇMİŞ

A.NESRİN AKÖREN

1962 yılında Kocaeli/İzmit'te doğdu. İlk ve orta öğrenimini İstanbul'da tamandıktan sonra 1982 yılında Marmara Üniversitesi Atatürk Fakültesi Resim-İş Bölümü Grafik Ana Sanat Dalı'na yapılan imtihanlar sonucunda girdi. 1986 yılında mezun olduktan sonra, İ.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Ana Bilim Dalı'nda 1986 - 1988 Yüksek Lisans eğitimi aldı. Bu esnada araştırma konusunu güçlendirmek için Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden Ahmet N. Koç'un "Advertising" derslerine devam etti. Araştırma konusu üzerine çalışmalarını sürdürmektedir.