



T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DEVLET OPERA VE BALESİ AFİŞLERİNİN BİÇİM VE
İÇERİK YÖNÜNDEN İNCELENMESİ

Emine ALTINSOY

İzmir
2021

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DEVLET OPERA VE BALESİ AFİŞLERİNİN BİÇİM VE
İÇERİK YÖNÜNDEN İNCELENMESİ**

Emine ALTINSOY

Danışman
Doç. Dr. Bahar SOĞUKKUYU

İzmir
2021

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “*Devlet Opera ve Balesi Afişlerinin Biçim ve İçerik Yönünden İncelenmesi*” adlı çalışmanın içerdiği fikri izinsiz başka bir yerden almadığımı; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında ve bölümlerinin yazımında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada kullanılan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yaptığımı ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi, ayrıca bu çalışmanın Dokuz Eylül Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve *intihal içermediğini* beyan ederim. Herhangi bir zamanda aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonuca razı olduğumu bildiririm.

04/01/2021

Emine ALTINSOY



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU



Tarih: 17/01/2021

Tez Başlığı:

Devlet Opera ve Balesi Afişlerinin Biçim ve İçerik Yönünden İncelenmesi

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 169 sayfalık kısmına ilişkin, 17/01/2021 tarihinde **tez danışmanım tarafından** Dokuz Eylül Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın sağladığı İntihal Tespit Programından (Turnitin-Tez İntihal Analiz Programı) aşağıda belirtilen **filtreleme tiplerinden biri** (uygun olanı işaretleyiniz) uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezinin **benzerlik oranı % 9** dur.

- <http://www.kutuphane.deu.edu.tr/tr/turnitin-tez-intihal-analiz-programi/> adresindeki Tez İntihal Analiz Programı Kullanım Kılavuzunu okudum ☒

Filtreleme Tipi 1(Maksimum %15) ☒

Filtreleme Tipi 2(Maksimum %30) ☐

☒ Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç, ☒ Kaynakça hariç, ☒ Alıntılar dâhil, ☒ Altı (6) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç.	☐ Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç, ☐ Kaynakça dâhil, ☐ Alıntılar dâhil.
EK 1- İntihal Tespit Programı Raporu İLK SAYFA Çıktısı. ☒	
EK 2- İntihal Tespit Programı Raporu (Tümü) Cd İçinde. ☒	

Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Uygulama Esasları'nı inceledim ve yukarıda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Adı Soyadı : Emine ALTINSOY
Öğrenci No : 2017950055
Anabilim Dalı : Güzel Sanatlar Eğitimi
Programı : Resim-İş Öğretmenliği
Statüsü : Yüksek Lisans ☒

Doktora ☐

ÖĞRENCİ

DANIŞMAN

Emine ALTINSOY
17/01/2021

Doç. Dr. Bahar SOĞUKKUYU
17/01/2021

Açıklamalar

1: Bu formu teslim etmeden önce sizden istenen bilgileri uygun kutucuğu (☐) işaretleyerek doldurunuz.

Kullanıcı şifre vb. konusunda sorun yaşanması durumunda Üniversitemiz Merkez Kütüphanesinde bulunan Turnitin yetkilisine (Ali Taş Tel: +90 (232) 3018026 veya ali.tas@deu.edu.tr) başvurunuz.

2: Yüksek Lisans/Doktora Tez Çalışması Orijinallik Raporu' formu tezin ciltlenmiş ve elektronik nüshalarının içerisinde ekler kısmında yer alır.

3: Tez savunmasında düzeltme alınması durumunda bu form güncellenerek yeniden hazırlanır.

4: Turnitin-Tez İntihal Analiz Programına yükleme yapılırken Dosya Başlığı (document title) olarak **tez başlığının tamamı**, Yazar Adı (author's first name) olarak **öğrencinin adı**, Yazar Soyadı (author's last name) olarak **öğrencinin soyadı** bilgisini yazınız.

TEŞEKKÜR

Tez yazım sürecimde rehberim olan, bana yol gösteren danışmanım Doç. Dr. Bahar SOĞUKKUYU'ya, lisansüstü eğitimim boyunca bilgi ve deneyimlerini paylaşarak gelişimimde katkısı olan Prof. Arif Ziya TUNÇ'a, hedeflerime doğru ilerlememde her zaman yanımda olan, desteklerini esirgemeyen sevgili annem, babam ve abilerime, sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Emine ALTINSOY

Anneme...

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	i
İÇİNDEKİLER	ii
TABLolar LİSTESİ	v
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ÖZET	ix
ABSTRACT	x
BÖLÜM I	1
GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Amaç ve Önem.....	4
1.3. Problem Cümlesi / Alt Problem Cümleleri	4
1.4. Sınırlılıklar	4
1.5. Varsayımlar.....	5
1.6. Tanımlar	5
1.7. Kısaltmalar	5
BÖLÜM II.....	6
İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	6
2.1. Grafik Tasarım	6
2.2. Afiş Tasarımı	10
2.2.1. Afiş Tasarımının Tarihsel Süreci	12
2.2.2. Afiş Tasarımının Türkiye’deki Gelişimi	22
2.2.3. Konularına Göre Afiş Türleri.....	25
2.2.3.1. Kültürel Afişler	26
2.2.3.2. Reklam Afişleri.....	29
2.2.3.3. Sosyal Afişler.....	31
2.2.4. Bir Afiş Yapıtının Grafik Tasarım Öğeleri	34
2.2.5. Bir Afiş Yapıtının Grafik Tasarım İlkeleri.....	52
2.2.6. Afiş Tasarım Unsurları.....	65

2.2.6.1. İmaj	65
2.2.6.1.1. İllüstrasyon (Resimleme)	66
2.2.6.1.2. Fotoğraf	68
2.2.6.2. Tipografi	70
2.3. Devlet Opera ve Balesi	76
2.4. Devlet Opera ve Balesi Afişlerinin Grafik Tasarım Eğitimi İle İlişkisi	83
2.5. Günümüzde Grafik Tasarım Eğitimi	86
BÖLÜM III	91
YÖNTEM	91
3.1. Araştırmanın Modeli	91
3.2. Evren / Örneklem	91
3.3. Veri Toplama Süreci ve Araçları	91
3.4. Verilerin Analizi	91
3.5. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği	92
3.6. Araştırmacının Rolü	92
BÖLÜM IV	93
BULGULAR	93
4.1. 4 Mevsim	95
4.2. Kamelyalı Kadın	98
4.3. Kanlı Nigar	101
4.4. La Forza Del Destino	104
4.5. Mevlana'nın Çağrısı	107
4.6. Minyatür ve Gece	109
4.7. Romeo ile Jülyet	112
4.8. Don Giovanni	115
4.9. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Konseri	118
4.10. İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi	120

4.11. Requiem	122
4.12. İZDOB Çocuk Korosu Konseri.....	124
4.13. Film Müzikleri Konseri.....	127
4.14. Gala Konser.....	129
4.15. Sihirli Dünya	132
4.16. Yeni Yıl Konseri	135
BÖLÜM V	136
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	136
5.1. Tartışma.....	136
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	138
KAYNAKÇA	142
EK 1.....	152

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. 4 Mevsim	94
Tablo 2. Kamelyalı Kadın	97
Tablo 3. Kanlı Nigar.....	100
Tablo 4. La Forza Del Destino	103
Tablo 5. Mevlana'nın Çağrısı.....	106
Tablo 6. Minyatür ve Gece.....	108
Tablo 7. Romeo ile Jülyet	111
Tablo 8. Don Giovanni.....	114
Tablo 9. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Konseri	117
Tablo 10. İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi.....	119
Tablo 11. Requiem	121
Tablo 12. İZDOB Çocuk Korusu Konseri.....	123
Tablo 13. Film Müzikleri Konseri.....	126
Tablo 14. Gala Konser	128
Tablo 15. Sihirli Dünya.....	131
Tablo 16. Yeni Yıl Konseri	134

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. İlhap Hulusi Görey. Beykoz Kunduracıları, 1930.	9
Şekil 2. Jules Cheret. Opera Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımı, 1892.....	11
Şekil 3. Alphonse Mucha. Job Sigara Kağıtları için Afiş, 1898.	14
Şekil 4. Ludwig Hohlwein. Marco Polo-Tee için afiş, 1910.	15
Şekil 5. Henri de Toulouse Lautrec. La Goulue au Moulin Rouge İçin Afiş Tasarımı, 1897.	16
Şekil 6. Ilya Zdanevitch. Theatre Michel İçin Afiş, Paris, 1923.....	17
Şekil 7. John Heartfield. Blut und Eisen, 1934.....	18
Şekil 8. Otto Lehmann. Kriegsanleihe Savaş Afişi, 1914.....	19
Şekil 9. Alfred Leete. Britons Wants You. Join Your Army! God Save the King, 1915.	20
Şekil 10. El Lissitzky. Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun, 1919.....	20
Şekil 11. İlhap Hulusi Görey. Devlet Hava Yolları Reklam Afişi, 1938.....	22
Şekil 12. Yurdaer Altıntaş. 30. Grafik Ürünler Sergisi Afişi, 2011.....	24
Şekil 13. World Health Organization. Too Late to Stop Driking Afişi.	25
Şekil 14. Jules Cheret, Le Biche au Bois Afiş Tasarımı, 1866.	27
Şekil 15. Leyla Uçansu, Madam Butterfly Opera Afişi, 1979.	28
Şekil 16. Laszlo Moholy-Nagy, Pneumatic havalı lastik için afiş tasarımı, 1923.	30
Şekil 17. Wispa, Its Back.....	31
Şekil 18. MPT - Ministerio Publico do Trabalho, Child labor. If you don't speak up, it doesn't stop, 2016.....	32
Şekil 19. Studio Thirst, Early Morning Opera (EMO) için afiş.....	35
Şekil 20. Jane Lenica, Alban Berg Wozzeck Operası için afiş. 1964.....	38
Şekil 21. Max Huber, Monza otomobil yarışları için afiş. 1948.....	39
Şekil 22. Jan Tschichold, Die Frau Ohne Namen film afişi. 1927.....	41
Şekil 23. Leonardo Sonnoli, Udine kenti için afiş. 2005.	42
Şekil 24. Roman Cieslewicz, Seninle Yılın 365 Günü isimli afiş. 1981.....	43
Şekil 25. Shiego Fukuda, Figaro'nun Düğünü Operası için afiş. 1987.....	47

Şekil 26. Yusaku Kamekura, Osaka’da yapılan EXPO’70 için afiş. 1970.	49
Şekil 27. Grapus, Kırmızı Şapka Tiyatrosu Gevrey-Chambertin için afiş. 1982.....	51
Şekil 28. Roman Cieslewicz, Fete de Paris avec les communistes isimli afiş. 1977.	54
Şekil 29. Neville Brody, Kuralları Boz afişi.....	56
Şekil 30. Neville Brody, Halka açık dersler için afiş. 2012.....	58
Şekil 31. İlovarstritar, Slav film festivali için afiş. 2008.	60
Şekil 32. Stephan Bundi, Georges Bizet’in “Carmen” operası için afiş. 2004.	61
Şekil 33. Yurdaer Altıntaş, 21. Uluslararası İstanbul Film Festivali için afiş. 2002.....	62
Şekil 34. Slovimir Stojanvic, The Seed isimli afiş. 2008.....	64
Şekil 35. Chen Shaouhua, Grafik Tasarım Sergisi için afiş. 1992.....	67
Şekil 36. Rambow/Lienemeyer/Van de Sand, Hamlet Makinası adlı oyun için afiş. 1978...	69
Şekil 37. Grapus, Endüstriyel toplumda çocuk isimli sempozyum için afiş. 1977.....	69
Şekil 38. 3 Deep Design, Çılgın Kral için 8 Şarkı operası için afiş.	73
Şekil 39. Philippe Apeloig, “De La Lorraine” sergisi için afiş. 2004.....	75
Şekil 40. 4 Mevsim için afiş.	94
Şekil 41. Kamelyalı Kadın için afiş.	97
Şekil 42. Kanlı Nigar için afiş.....	100
Şekil 43. La Forza Del Destino için afiş.	103
Şekil 44. Mevlana’nın Çağrısı için afiş.....	106
Şekil 45. Minyatür ve Gece için afiş.....	108
Şekil 46. Romeo ile Jülyet için afiş.....	111
Şekil 47. Don Giovanni için afiş.....	114
Şekil 48. 10 Kasım Atatürk’ü Anma Konseri için afiş.	117
Şekil 49. İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi için afiş.....	119
Şekil 50. Requiem için afiş.	121
Şekil 51. İZDOB Çocuk Korusu Konseri için afiş.....	123
Şekil 52. Film Müzikleri Konseri için afiş.....	126

Şekil 53. Gala Konser için afiş.....	128
Şekil 54. Sihirli Dünya için afiş.	131
Şekil 55. Yeni Yıl Konseri için afiş.	134



ÖZET

Devlet Opera ve Balesi Afişlerinin Biçim ve İçerik Yönünden İncelenmesi

Geçmişten günümüze insanlar birbirleri ile iletişim kurma ihtiyacı içerisinde olmuşlardır. Bunu kimi zaman dil yoluyla kimi zaman ise görsel yolla sağlamışlardır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim yolları da çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Afiş tasarımı görsel iletişim çeşitlerinden biridir ve yer, zaman, tema gibi konularda kişilere sözel-görsel bilgilendirme sağlayan grafik tasarım ürünüdür. Türkiye'deki Devlet Opera ve Balesi'nde duyuru yapmaya ihtiyaç duyulduğunda tercih edilen afiş tasarımları basılı grafik tasarım ürünleri grubuna girer. Afiş tasarımı grafik tasarımı alanında önemli bir yere sahiptir. Belirli bir amaç ve hedef kitle göz önünde bulundurularak tasarlanan afiş tasarımında dikkat edilmesi gereken belirli noktalar vardır. Tasarım aşamasında tasarım öğeleri (nokta, çizgi, yön, ölçü, aralık, doku, renk, değer, biçim), tasarım ilkeleri (denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, zıtlık, bütünlük, vurgu) dikkat edilmesi gereken noktalardandır. Bu noktalar göz önünde bulundurularak bilinçli olarak tasarlanmış afiş örneklerinin ortaya çıkması için afiş tasarım eğitimi gereklidir. Bu araştırma afiş çalışmalarının, grafik tasarımındaki yerini ve grafik tasarım eğitiminin katkısını incelemek amacıyla yapılmıştır.

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda, 2017-2018 yılı İzmir Devlet Opera ve Balesi için tasarlanan afiş tasarımlarının biçim ve içerik yönünden incelenmesi belirlenen yıllar arasında tasarlanan tasarımlar üzerinden yapılacaktır. Araştırmada, Birinci bölümde problem durumu, amaç, önem, sınırlılıklar, varsayımlar ve tanımlardan bahsedilmiştir. İkinci bölümde grafik tasarımdan bahsedilmiş, afiş tasarımı ele alınmış, dikkat edilmesi gereken tasarım öğeleri, dikkat edilmesi gereken tasarım ilkeleri, afiş tasarımının öğeleri, konularına göre afiş türleri, Devlet Opera ve Balesi ve günümüzde grafik tasarım eğitimi incelenmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın modelinden bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde Devlet Opera ve Balesi afiş tasarımları biçim ve içerik yönünden incelenmiştir. Beşinci bölümünde tartışma, sonuç ve öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Afiş, devlet opera ve balesi, grafik tasarım, biçim, içerik.

ABSTRACT

Analysis of the State Opera and Ballet Posters in terms of Form and Content

From past to present, people have always been in need of making contact with each other. They have satisfied this need sometimes with language and sometimes with visuals. With the development of technology, communication ways have started to vary. Poster design is one of the visual communication ways and is a product of graphic design that provides verbal-visual information to people about location, time and theme. When it is needed to make an announcement in the State Opera and Ballet of Turkey, the poster designs that chosen is categorized as printed graphic design products. Poster design has an important place in graphic design. There are certain points that need to be considered in the poster design that designed with a specific purpose and target audience in mind. In designing phase, design elements (dot, line, direction, measure, distance, texture, colour, value, form), design principles (balance, proportion, hierarchy, continuity, contrast, integrity, emphasis) are the points to take into account. Considering these points, poster design education is required for the discover of consciously designed poster samples. This research was done to examine the place of poster products in graphic design and the contribution of graphic design education.

In accordance with the main purpose of this research, the examination of the poster designs that designed for the İzmir State Opera and Ballet of 2017-2018, in terms of form and content will be made over the designs that designed between the specified years. In the first part of this research, problem status, the purpose, importance, limitations, assumptions and definitions are mentioned. In the second part graphic design is mentioned, poster design is addressed, design elements and design principles that need to be considered, elements of poster designing, poster types by subject, State Opera and Ballet and graphic design education today are examined. In the third part, the model of the research is mentioned. In the fourth part, the State Opera and Ballet poster designs are examined in terms of form and content. The fifth part includes discussion, conclusion and recommendations.

Keywords: Poster, state opera and ballet, graphic design, form, content.

BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde problem durumu, probleme dayanarak oluşturan kuramsal çerçeve, araştırmanın amacı ve önemi, problem cümlesi, alt problemler, sayıtlar, sınırlılıklar, tanımlar ve kısaltmalar yer almaktadır. Araştırmanın değişkenleri; afiş tasarımı, Devlet Opera ve Balesidir. Kuramsal çerçeve afiş tasarımı, Devlet Opera ve Balesi afişlerinin biçim ve içeriği olmak üzere iki ana bölümde incelenmektedir.

1.1. Problem Durumu

İnsanlar doğası gereği arkasında ölümsüz izler bırakmak, yaptığı her türlü aktiviteyi tanıtmak, kitlelere duyurmak istemiştir. “Sanatsal ya da grafik pratikler var olduğundan bu yana bir eserin görülmek için yapıldığı kabul edilmektedir” (David ve Lefrere, 2013, s. 38). İnsanlar doğaya iz bırakmayı ve doğayı yorumlamayı, kimi zaman kil tabletlere çizgiler yardımıyla oluşturdukları yazıyla, kimi zaman ise mağara duvarlarına çizdikleri desenlerle yapmışlardır. Çizginin serüveniyle başlayan sanat zamanla dallara ayrılarak gelişim göstermiştir.

İnsanlar kendilerini sözel unsur olan dil ve yazıyla ifade etmektedir, tasarımcı ise kendini ifade etme yöntemi açısından daha şanslıdır. Çünkü onun tasarımı vardır. Kendine özgü kelimeleri, imgeleri ve hayal gücü vardır. Bu nedenle başarılı bir tasarım insanlarla iletişime geçer, onlarla konuşur ve anlaşılacak ister.

Grafik tasarım kavramı yeni gündeme geldiği zamanlarda sanatın bir dalı sayılırken, sanattan oluşturulma amacı bakımından farklı olmuş ve daha sonra tasarım grubunda yer almaya başlamıştır. Grafik tasarımı resim, mimari gibi diğer sanat ve tasarım dallarından ayıran en önemli özellik baskı yoluyla çoğaltılabiliyor olmasıdır.

Grafik tasarımın ortaya çıktığı ilk zamanlarda ürünler tahta, metal ya da taş üzerine değişik tekniklerle baskı alınmasıyla oluşturulmuştur. Diğer yandan tasarımcı kavramı mevcut olmadığı için tasarımı genelde ressamlar oluşturmuştur. Bu nedenle ilk dönem örnekleri tasarımın yanı sıra resimsel özellik taşımaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte tasarımcı kavramı ortaya çıkmış ve tasarımcılar tasarımlarda farklı unsurların birbiri ile birlik içerisinde olması için gerekli unsur, ilke ve öğelerin bilincinde olarak eserler ortaya çıkarmaya başlamıştır. Bu gelişim ve bilinçlenme sayesinde tasarımcı kendini, firmayı ya da bir mesajı

tasarıma yansıtırken amaca yönelik, özgün, özgür ve hızlı bir şekilde tasarımı ortaya çıkarmaya başlamıştır.

Tasarımın söz konusu olduğu yerde bir problem durumu ve amaç vardır. Bir firma kendisine ait logo, bir kurum duyuru yapmak, bir ticari firma ise ürününü satmak istemektedir. Benzer özellikte pek çok talep doğrultusunda amblem, dergi, broşür, afiş vb. tasarım ürünleri ortaya çıkmaktadır. Tasarım ürünü olan afiş tasarımını diğerlerinden ayıran en önemli özellik kolay ulaşılabilir ve çoğunlukla kısa süreli olmasıdır. Yeni teknoloji ve araç-gereçler tasarımcıları daha da kendine yetebilir hale getirmiş, onların kültürel ve küresel sınırların ötesine geçme yetilerini artırmıştır. Tasarımcılar artık sayısız kaynaktan ilham alarak işlerini çözebilmekte ve müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını tatmin edebilecek yaratıcı çalışmalar üretebilmektedirler (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s. 15). Tek tip tasarım olmadığı gibi tek tip tasarımcı da yoktur, ama her tasarımcının göz önünde bulundurması gereken bazı noktalar vardır. Teknoloji ve bilimi anlamak, dili usta bir şekilde kullanmak, insanları anlamak, tasarımın temel kurallarını bilmek, yaratabilmektir. Belirtilen bu noktalar eğitim yolu ile öğrencilere aktarılmalıdır.

İlk zamanlarda duyuru yapmak amacı ile oluşturulan afiş tasarımı matbaanın bulunması ile çoğaltılma imkanına sahip olarak gerçek kimliğine kavuşmuştur. Afiş tasarımının çoğaltılma imkanına sahip olması firma ve kurumlarca tercih edilmesinin sebepleri arasındadır. “Bir sütuna veya bahçe parmaklığına iliştilmiş olan afiş sınırlı bir üründür, çünkü onu sadece yakınından geçerken görürsünüz. Ama onu alıp evinize de götürebilirsiniz. Afişler, dünyanın tamamının sunulabileceği bir alan olarak grafik tasarımcılara meydan okumaya devam edecektir” (Schulz, 2015, s. 1). Afiş tasarımı yaygın kullanım alanıyla grafik tasarım için önemli bir yere sahiptir. “Afişler tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünleridir. Daha çok insana daha az görselle bir şeyle anlatmaya yaradığı için tam bir seyirlik görsel iletişim materyalidir. Az ve öz anlatımın vücut bulduğu bir tanıtım ve duyuru aracıdır” (Parlak, 2012, s. 123). Günlük hayatta sık sık karşımıza çıkan afiş tasarımlarının algılanabilir olması, diğer tasarımlardan farklı olarak ilk bakışta dikkat çekmesi önemli ve hedeflenen bir durumdur.

Tasarım aşamasında en önemli şeylerden biri hayal gücüdür. Afiş tasarımında konu ne olursa olsun aktarım biçimi yaratıcının bakış açısına göre değişkenlik göstermektedir. İnsanlardan yeşili anlatması istenildiğinde aklına doğadaki çim de gelebilir, üzerinde taşıdığı kumaş parçası da gelebilir. Tasarımcının zihninde canlanan ve tasarıma yansıttığı eser

insanlara direkt olarak ürünü göstermeyebilir, fakat ürünü yansıtan farklı bir anlatım yoluyla çağrışım yapmaya olanak sağlaması muhtemeldir.

Grafik tasarım dili ve uygulama tekniği sürekli değişim içerisinde ve bu yenilikleri takip etmek tasarımcının görevidir. Tasarımcı güncel konulara hakim olmalı, teknolojiyi takip etmeli ve hedeflenen ihtiyaçları karşılayabilmelidir. Bir grafik tasarımcının yerine getirdiği ilk görev, tasarım proje özetinin gerekleridir. Bu amaç, temel fikirleri üretmek için araştırma yapmayı da içerebilir. Her proje bir dizi temel eskiz, fikir ve düşünceden meydana gelir (Ambrose ve Harris, 2017, s. 14). Tasarımcının zihnindeki kağıda doğru aktarabilmek için gerekli teknik bilgileri yerine getirmesi gerekmektedir. Afiş eğitiminde kullanılacağı alana göre amaç tüketiciyle iletişime geçmek, estetik haz vermek, duyuru yapmak ya da insanları bilinçlendirmek olabilir. Doğru amacı bulmak için çözümleme yapabilmeli ve fikri uygulamaya geçirirken doğru dil seçilmelidir.

Tasarım eğitiminin önemi tüm dünyada bilinen bir gerçektir. Eğitim için güzel sanatlar eğitimi adı altında tasarım eğitimi verilerek toplum kültürünü yansıtan bir tasarım dili oluşturmak, alanında yeterli bilgiye sahip tasarımcılar yetiştirmek devletin hedeflediği durumdur. Toplumların yapısı, kültürü, ekonomik durumu, sosyal yaşantısı eğitim seviyesi ile ilişkilidir.

Türkiye’de afiş tasarımı ve opera etkinlikleri Cumhuriyet öncesine dayanmaktadır. Sanatsal faaliyetlerin modern anlamda gelişim sağlaması sürecinin Cumhuriyet’in ilanı ile başladığı görülmektedir. Sanatsal faaliyet kapsamında yürütülen Devlet Opera ve Balesi afiş tasarımlarının tasarım ürünü olan afiş tasarımı ile tanıtılıyor olması iki farklı sanat dalını bir araya getirmektedir.

Devlet Opera Balesi afişleri kültürel afiş kapsamında oluşturulmaktadır. Bu nedenle sanatsal yönü ve içerik yönünden daha özgür ve özgün nitelikte olma imkanına sahiptir. Araştırmada Devlet Opera ve Balesinin İzmir’de düzenlediği etkinlik afişlerinin biçim ve içerik bakımından incelenmesi yapılacaktır. Opera ve bale etkinliklerinin duyurulması ihtiyacının afiş tasarımları ile karşılanıyor olması, bu araştırma bakımından opera ve bale afişlerinin hedef kitleyi bilgilendirmek dışında, biçimsel yapısıyla da farklı amaçlara hizmet ettiği düşünülmektedir. Konu ile ilgili kaynakların incelenmesinde yazılı kaynak ve çalışmalara rastlanmadığından İzmir’de düzenlenmiş olan “Devlet Opera ve Balesi Afişlerinin Biçim ve İçerik Yönünden İncelenmesi” tez konusu olarak seçilmiştir.

1.2. Amaç ve Önem

Bu araştırmanın temel amacı Devlet Opera ve Balesi etkinlik programına ait afiş tasarımlarının biçim ve içerik yönünden analizini yapmak ve afiş tasarımı uygulaması konusunda durumu gözlemlemektir. Afiş tasarımının Türkiye'deki mevcut durumu göz önünde bulundurularak Devlet Opera ve Balesi afişlerinden örnekler incelenerek eğitime ve literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Opera ve Bale afişlerinin etkili tasarımı, doğru analiz yöntemleri ile ilgili konularda önemli bir kaynak olması amaçlanıp, aynı zamanda Grafik Tasarım Eğitimi Alan öğrencilere de afiş tasarımının önemi ve teknik özellikleri vurgulanacaktır.

Devlet Opera ve Balesi düzenli olarak programlar düzenlemektedir. Bu nedenle tanıtım yapmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Tanıtımın etkili yöntemlerinden biri olan afiş tasarımı opera ve bale programını kamuoyuna duyurmak, reklam yapmak için sık sık tercih edilmektedir. Afiş tasarımı kısıtlı zamanda gerekli bütün bilgiyi duyurmak için etkili bir yöntemdir ve bu nedenle etkinlik duyurularında devamlı olarak tercih edilmektedir. Opera ve bale etkinlik duyurularının sanatsal bir ürün olan afiş ile tanıtılıyor olması, araştırma açısından opera ve bale afişlerinin; etkinlik konusu, yazarı, tarihi gibi mesajları ileterek bireyleri bilgilendirmesi dışında, biçimsel yapısı ile görsel, estetik, sanatsal amaçlara da hizmet ettiği düşünülmektedir. Bu nedenle, afişte verilmek istenen mesajı iletirken afiş alanında üstlendikleri rol ile orantılı olarak tasarım öğeleri ve ilkelerini bilmek gerekmektedir. Opera ve bale gibi sanatların, afiş tasarımı sanatıyla bütünleşmesi ve birbirine katkı sağlamaları vazgeçilmezdir ve etkili sonuçlar doğurmaktadır.

1.3. Problem Cümlesi / Alt Problem Cümleleri

2017-2018 yılları arasında Devlet Opera ve Balesi afişlerinin biçim ve içerik yönünden incelenmesi nasıldır? Bu afişler biçim ve içerik yönünden incelendiğinde elde edilecek olan bulgular nelerdir? Grafik tasarım dersinde afiş tasarımı eğitiminin öğrencilere katkısı nasıldır?

1.4. Sınırlılıklar

Bu araştırma 2017-2018 yılları arasında tasarlanan İzmir ilinde düzenlenen Devlet Opera ve Balesi etkinlik afişlerinin biçim ve içerik yönünden incelemesi ile sınırlandırılmıştır. Bulgular, örneklem genişliği ve araştırmanın yapıldığı tarih açısından belirli sınırlandırmalar göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmanın ortaya çıkması için veriler; kitap, internet siteleri, dergilerden derlenerek oluşturulmuştur.

1.5. Varsayımlar

Afiş örnekleri seçkisiz yöntem ile belirlenmiştir ve 2017-2018 yıllarını kapsamaktadır.

1.6. Tanımlar

Baton: Orkestrayı yönlendirmek için kullanılan ince ve kısa çubuk.

Libretto: Operanın sözlerinin yazılı bulunduğu kitap.

Monokromatik: Tek renkli.

Swastika: Gamalı Haç.

1.7. Kısaltmalar

DOB: Devlet Opera ve Balesi

GMK: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

İZDOB: İzmir Devlet Opera ve Balesi

TDK: Türk Dil Kurumu

BÖLÜM II

İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Grafik Tasarım

Grafik sözcüğü latince “grafyn”dan gelmektedir, İngilizce’de “graphic” Fransızca’da ise “graphique” olarak adlandırılmaktadır.

Günümüzde sık sık duyduğumuz tasarım sözcüğü zihindeki düşünce ile başlar, tasarımcı tarafından çeşitli kurallar dikkate alınarak eyleme, ürüne dönüştürülür. “Tasarım insanoğlu var olduğundan beri gündemdedir ve yaşamının bir parçası haline gelmiştir. İnsan ihtiyaç duyduğu her şeyi beyinde olgunlaştırarak tasarıma dönüştürüp hayat standardını yükseltmiştir. Tasarım çabasına girerken bunları bazen duygularıyla bazen bilimsel çabalarıyla oluşturmuştur” (Tepecik, 2002, s. 27). Bir tasarım yapılırken tasarımcı hedef kitle, amaç, mesaj gibi birçok noktayı göz önünde bulundurarak tasarımı oluşturmalıdır. Kısaca, bir amaç doğrultusunda gerekli olan unsurlar araştırılarak bir ürün ortaya çıkarmaya tasarım denir ve belirli bir amaca sahiptir. Tasarım yaratıcı güç gerektirir. Ketenci ve Bilgili’ye (2006) göre; tasarım çeşitleri endüstri tasarımı, çevre tasarımı ve grafik tasarım olarak üçe ayrılmaktadır. Endüstri tasarımı, çevremizde gördüğümüz 3 boyutlu nesnelerin tasarımı ile çevre tasarımı iç mekan, bina, peyzaj tasarımı ile grafik tasarım ise karşımıza çıkan okunan ve görsel olarak incelenen bütün iletişim aracının tasarımını kapsamaktadır. “Tasarım bir problemin çözümü demektir. Grafik tasarım problemleri genellikle iki boyutlu yüzeyler üzerinde çözülür. Genel olarak bütün görsel sanatlar, özel olarak ise iki boyut içinde var olan görüntü sanatları hemen hemen aynı dili kullanırlar” (Becer, 2018, s. 34). Tasarım problemi genellikle grafik tasarımın vazgeçilmez unsuru olan iletişim ile ilgilidir ve bu problemin çözümü birçok yolla olabilir. Başlıca iletişim araçları yazı, fotoğraf, piktogram ve resimlerdir.

İnsan, yapısı gereği çevresindeki nesneleri, durumları görme duyusu ile tanımlamaya ve algılamaya çalışmaktadır. “Çevremize ve doğaya ilişkin edinebileceğimiz her konu, çevreden gelen uyarılar, algılamamıza ilişkin bildiriler dizisine bağlıdır. Başka bir deyişle, açık bir sistem olan insan, çevreden kendisine yansıyan mesajlara, uyarılara karşı bütün duyu organlarıyla tam bir alıcı durumundadır. Böyle olunca çevreden gelen mesajların hızı, yoğunluğu, şiddeti, nicelikleri ve etkileşim gücü oldukça önem kazanır” (Uçar, 2017, s. 16). MÖ 15.000 yılında resmedilmiş olan mağara resimleri tarih öncesindeki insanların

gördüklerini algılayabilme, resmetme yeteneğine en büyük örnektir. Bu örnekten yola çıkarak insan için iletişim geçmişten günümüze önemli bir kavram olmuştur. “Grafik tasarım ve tasarımının kökenleri, hissettiklerini, korkularını, mesaj ve beklentilerini çizimlerle anlatmaya çalışan ilkel insana kadar uzanır” (Uçar, 2017, s. 92). Mağara duvarlarına yapılan resimler de görsel iletişime ilk örnek olarak sayılabilir. “Örneğin; MÖ 15.000 Altamira (İspanya) ve MÖ 25.000 Lascaux (Fransa) mağaralarında bulunan hayvan ve insan figürlerinde günlük yaşamın bir kesiti işlenmiştir” (Tepecik, 2002, s. 18). Böylece o dönem günlük yaşantı hakkında bilgiye ulaşmada duvara yapılan görsel kesitler insanlara yardımcı olmuştur. “İnsan bulunduğu çevrede anlamak ve anlatmak zorundadır. Anlama ve anlatma serüveninde ağırlıklı olarak görsel ve işitsel duyularından faydalanır ve tüm bu algı boyutu insan beyninde anlamlandırılarak sonuca ulaşır” (Uçar, 2017, s. 16). İşitsel iletişimden farklı olarak görsel iletişim evrensel bir boyuta sahiptir. Lascaux mağarasındaki çizimler görsel iletişimin ilk örneklerindendir ve günümüze kadar ulaşmış olması buna en güzel örnektir. İşitsel iletişim anlık gerçekleşirken görsel iletişim kalıtsal ve zamansızdır. “Tanıtım veya reklam amacıyla görsel bir malzeme üretmek gereksinimi duyan her kurum, oluşturduğu görsel yapıyla yeni bir iletişim boyutu yaratır” (Uçar, 2017, s. 12). Görsel iletişime örnek olan bu görsel ürün firmanın kimliğini, vizyonunu yansıtmaktadır.

Grafik tasarımın görsel iletişim açısından önemi tüm dünya tarafından kabul edilmektedir. Grafik tasarım iletişimi görsel yolla sağlayarak insanlara tasarım ürünleri aracılığıyla ulaşma özelliğine sahiptir. “Bir tasarım ne kadar çekici olursa olsun, verilmek istenen mesajı iletemiyorsa hiçbir değer taşımaz” (Becer, 2018, s. 35). Grafik tasarım ürünü görmek için bir yere gitmeye gerek yoktur, çünkü grafik tasarım ürünleri ofis ortamında, ihtiyaçların karşılanması için gidilen marketlerde, sinema salonlarında modern insanı kuşatmış durumdadır. Markette insanların karşısına çıkan peynir paketinden, izlenilen televizyon kanalının logosuna, sokakta hareket halindeki bireye yön gösteren tabelalara kadar her şey profesyonelce tasarlanmış görsel iletişim materyalleridir. Firmalar çıkardıkları ürünü tüketiciye duyurmak için grafik tasarım ürünlerine ihtiyaç duymaktadır.

“Grafik tasarım terimi ilk kez 20. Yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır” (Becer, 2018, s. 33). Teknolojik aletlerin insan hayatında daha fazla yer kaplamaya başlamasıyla grafik tasarım ürünleri gelişerek basılı yayın grubunun yanı sıra televizyon, video, bilgisayar ve telefon gibi dijital ürünlerde de yer almaya başlamıştır. “İkinci Dünya Savaşı’nın ardından Batı dünyasında oluşan tüketim ekonomisi, parlak ve çekici

ambalajların rekabeti kızıştırdığı bir dönemi beraberinde getirmiştir” (Ambrose ve Harris, 2017, s. 12). Basılı yayın olan dergilerin sayısı artış göstermiş, seçeneğin çoğalması ve tüketimin artması ile başarılı tasarımlar tercih edilmeye başlanmıştır. Matbaanın gelişimi ile tasarımcıların olanakları gittikçe artmaya başlamıştır. “Grafik tasarım, tarih öncesi insanın haberleşme içgüdüsünden gelişerek zamanımıza dek uzanan ve özde evrimleşen insan kültürünün teknik yapısı içinde yükselen bir görsel plastik sanatlar koludur” (Parlak, 2012, s. 80). Grafik tasarım teknik ve yöntemleri ile teknolojiye bağlı olarak sürekli gelişim halindedir. Geçmişte tasarım ve üretimin her anında olmak durumunda kalan grafik tasarımcı teknolojinin gelişmesi ile teknolojiyi takip ederek ve teknolojiden faydalanarak zamandan tasarruf etmekte, daha yaratıcı ürünler ortaya çıkartarak kendini geliştirmektedir.

“Grafik tasarım, popüler bir sanat ve pratik bir sanattır; uygulamalı bir sanat ve eski zamanlara ait bir sanattır. Basitçe söyleyecek olursak, fikirleri görselleştirme sanatıdır” (Parlak, 2012, s. 81). Grafik tasarım ürünleriyle evde, işte, alışveriş merkezinde ve sokaklarda sık sık karşılaşılmaktadır. Logo, afiş, dergi, broşür, kitap kapağı, gazete ilanı, ambalaj, basın ilanı, sayfa düzenlemesi, kurumsal kimlik, piktogram ve amblem günümüz grafik tasarım ürünlerindendir. “Grafik sanatlar” kavramı, hem basılı sanat eserini (tahta baskı, taş baskı, tahta ve metal gravür), hem de bilgi iletişimini sağlayan basılı eserler (örneğin; basın ilanı, afiş, broşür vb.), tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır” (Parlak, 2012, s. 79). Baskı yoluyla çoğaltılma imkanına sahip olan grafik tasarım ürünleri değişken ve yenilenebilir özelliktedir. Tüketim dünyası çalışma alanı olan grafik tasarım, hizmet ettiği alana göre, amblem, kitap kapağı, kurumsal kimlik vb. süresiz tasarımlar ortaya koymasının yanı sıra afiş, reklam, dergi, broşür gibi çabuk tüketilen tasarımlar da ortaya koymaktadır. Grafik tasarım ürününün en temel özelliğinden biri çoğaltılabilir olmasıdır. “Çoğaltım tekniği grafik sanatların temel prensibi olduğu varsayıldığında, 6000 yıllık tarih sürecinde Anadolu ve Mezopotamya bölgesinde küçük mühür silindirler ve çivi yazısıyla hazırlanmış küçük zarflar grafik çoğaltımların üç boyutlu ürünleri sayılabilir” (Tepecik, 2002, s. 18).

Grafik tasarımın temel amacı insanlara ulaştırılmak istenilen bilgiyi fotoğraf, yazı, resim gibi grafik tasarım iletişim araçlarıyla estetik dil oluşturarak insanlara aktarmaktır. “Kağıt ve benzeri materyaller üzerine çeşitli baskı tekniklerini kullanılarak aktarılan basılı malzemeler, afişler, kitaplar, dergiler, broşürler, bilgi ve uyarı işaretlerinin tasarımı, grafik tasarımın alanı içindedir. Grafik tasarımın amacı da diğer dallarda olduğu gibi estetik kaliteyi en anlamlı şekilde kullanarak iletişim etkinliğini en üst düzeye çıkarmaktır” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 278). İletişim, grafik tasarımı diğer sanat ürünlerinden ayıran bir etkidir.

Diğer sanat dallarında sanatçı çoğu zaman mesaj verme kaygısı gütmekten iç dünyasını yansıtan ürün ortaya koymaktadır ve insanlar sanatçıyı değil sanat ürününü seçmektedir. Fakat grafik tasarımda tasarımcı genellikle müşteri tarafından seçilir ve firma, markalar hedeflerine uygun bir ürün istedikleri için tasarımcılar oluşturdukları tasarımlarında insanlara mesaj ve bilgi verme kaygısı taşırlar. Bu nedenle görsel algı, yanılama, görsel ve sözel iletişimi iyi bilmek, ekonomik, psikolojik ve fiziksel ortamı da göz önünde bulundurmak durumundadırlar.



Şekil 1. İlhap Hulusi Görey. Beykoz Kunduracıları, 1930.

Türkiye’de geçmiş yıllarda tasarımcılar grafik tasarım ürünlerini el çalışmasıyla, insan gücüyle meydana getirirken, teknolojinin ilerlemesi ve bilgisayarların hayatımıza girmesiyle masaüstü yayıncılık terimi gündeme gelmiş ve grafik tasarımcıların işlerini kolaylaştırmasının yanı sıra, daha pratik bir şekilde içerik üretebilmelerine de olanak sağlamıştır. Cumhuriyet’in ilanından bir süre sonra Türkiye bu yenilikleri takip ederek grafik tasarımın gerekliliği konusunda bilinçlenmeye başlamıştır. “Grafik tasarım kavramını baskı sanatı ve teknolojisinden ayrı düşünmek olanaksızdır. Bu nedenle Türkiye’de kurulan basımevinin Türk Grafik Sanatının ilk filizlendiği ortam olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır” (Parlak, 2012, s. 82). “Türkiye’de grafik tasarım alanında uzmanlaşma Cumhuriyet’in ilanından sonra başlamıştır. 1920’lerde Münif Fehim, İlhap Hulusi ve Kenan Temizan, kitap kapağı, basın ilanı ve afiş alanında yaptıkları nitelikli çalışmalarla Türk grafik tasarımına öncülük

etmişlerdir” (Parlak, 2012, s. 83). Afiş tasarımı söz konusu olduğunda ilk akla gelen kişi şüphesiz ki İlhap Hulusi Görey’dir. Türk afiş tasarımına çok katkısı olmuştur. Osmanlı dönemi ve Cumhuriyet dönemi afişlerinde geçişi sağlamıştır. Tasarımında kuzey Avrupa grafik üslubu hakimdir (Şekil 1).

Grafik tasarım eğitimi ise 1933 yılında Mithat Özer liderliğinde Güzel Sanatlar Akademisi’nde afiş atölyesi açılarak başlamıştır. Daha sonra 1957 yılında açılan Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu Türk grafik tasarımının gelişimine katkı sağlamıştır. Bu gelişmeler sonucunda Türkiye’de grafik tasarım iletişim disiplini olarak doğru sınıflandırmayla piyasada yerini almıştır. Teknolojik gelişmelere paralel olarak ilerleyen grafik tasarım matbaanın icadından itibaren teknoloji ilerledikçe gelişimine devam etmektedir.

2.2. Afiş Tasarımı

Afiş dilimize Fransızca “affiche” sözcüğünden türetilerek girmiştir. Afişin Almanca karşılığı “plaket” İngilizce karşılığı ise “poster” dir. Afiş sanat ve tasarım kaygısı güdülerek hazırlanan, topluma görsel yolla mesaj veren bir kitle iletişim aracıdır. Afiş tasarımı insanlara bir konu hakkında bilgi vermek, kampanya duyurmak ve mekan, ürün, şirket, hizmet veya organizasyonları tanıtmak amacıyla kullanılan iki boyutlu, tek sayfalık bir tasarım şeklidir. Türk Dil Kurumu’na (TDK, 2019) göre afiş tasarımı; bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanıdır. “Afişler tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünleridir. Daha çok insana daha az görselle bir şeyle anlatmaya yaradığı için tam bir seyirlik görsel iletişim materyalidir. Az ve öz anlatımın vücut bulduğu bir tanıtım ve duyuru aracıdır” (Parlak, 2012, s. 123). “Bilgilendirme, bilinçlendirme, duyurma, satış artırma vb. amaçlarla hazırlanıp, daha çok kitlesel iletişim aracı olarak değerlendirilen afişler, sanatsal kaygıların da en yoğun olduğu grafik ürünlerdir” (Ertan ve Sansarcı, 2017, s. 162). Afiş tasarımı genel olarak bir markayı, etkinliği duyurmak veya bir ürünü tanıtmak amacı ile iç ve dış mekanlara çeşitli boyutlarda hazırlanan tasarım ürünüdür. Özellikle izlenme süresi kısıtlı olan dış mekan afişlerinin kısa sürede algılanır olması önemlidir. Dış mekan afişleri dikkat çekmek için reklam panoları, billboardlar, işaretler ve diğer görsel materyaller ile rekabet içerisinde. Firmalar kendi ürünlerini tüketiciye tanıtmak için hedef kitleye uygun, net ve dikkat çekici afişlere ihtiyaç duymaktadır. Bir afişin temel amacı hedef kitlenin dikkatini çekmektir, bu nedenle afiş tasarımlarında kullanılan rengin, görselin, biçimlerin, sloganın işlevi önemlidir. Tasarım kuralları göz önünde bulundurularak tasarlanan afiş tasarımında dil sade ve anlaşılır olmalı,

yer, zaman, içerik gibi önemli noktaları içermeli, bilgiler hiyerarşiye uyularak tasarıma yerleştirilmelidir.



Şekil 2. Jules Cheret. Opera Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımı, 1892.

Çağdaş afiş tasarımı Jules Cheret ile başlamaktadır. Cheret, Londra’da opera, sirk ve müzik salonlarına afiş tasarımları hazırlamıştır (Şekil 2). Kullandığı renkler, dikkat çekiciliği ve dekoratif etkisi ile Cheret Afişleri oldukça ilgi görmüştür. Afiş tasarımında rakibi olmayan Cheret’e ilk rakip on yılı aşkın süre sonra gelen Lautrec olmuştur. Çağdaş afiş tasarımı geleneği Henri de Toulouse-Lautrec ve Alphonse Mucha ile devam etmiştir.

“Afiş tasarımı iki grupta ele alınmaktadır. Büyük boyutlu dış mekan afişleri, duvar yüzeylerine ve ilan panolarına asılır. İç mekan afişleri ise lobi, salon ve koridorlarda kullanılmak üzere tasarlanan daha küçük boyutlu afişlerdir. Dış mekan afişlerinin izlenme süresi kısadır. Buna karşın, iç mekan afişleri daha uzun süre incelenebilir. Afişin izlenme süresi, tasarım aşamasında dikkate alınması gereken bir kıstastır” (Becer, 2018, s. 201). İzlenme süresi dış mekan afişlerinde oldukça kısıtlı sürede gerçekleşirken iç mekan afişlerinde ise biraz daha fazla olduğu düşünülmektedir. İzlenme süresinin kısıtlı olduğu afiş tasarımında tasarımcının mesajı en kısa ve en etkili yol ile aktarabilme kaygısı meydana gelmektedir. Bu kaygı, tasarım bilgisi ile en aza indirgenebilir.

İnsanlara duyurmak istenilen bir bilgi, davet edilmesi gereken bir etkinlik ya da açıklama yapmak için dil iletişim aracı kullanılması sözel iletişime örnektir. Basılı yöntem kullanılarak oluşturulan afiş, dergi, gazete, logo vb. ise görsel iletişim ürünlerine örnektir. Afiş tasarımı görsel bir iletişim aracıdır, bu nedenle sözel iletişim aracından farklıdır. Sözel iletişimin sağlanabilmesi için en az iki kişinin olması gerekirken, görsel iletişim aracı olan afiş tasarımında görsel iletişim süreci, bireyin zihninde tek başına yaşanan bir süreçtir. Temelinde yönlendirme ve bilgilendirme bulundurulur. Afiş tasarımının en önemli özelliği üzerinde bilgi barındırmasıdır. Bilgi aktarımı tasarımcının seçtiği yolla tipografi, illüstrasyon veya fotoğraf kullanımı tercihine göre çeşitlilik gösterebilir. Bilginin aktarış biçimi tasarımcı açısından dikkat edilmesi gereken noktalardan biridir.

“Afiş kitlelere, plastik sanatlar yoluyla mesaj veren bir iletişim aracıdır. Sokaktaki insana en yakın sanat olarak onu kabul etmek gerekir. Galerilerde ve müzelerde sergilenen yapıtlar ancak küçük ve eğitilmiş bir grubun beğenisine sunulmuştur. Sokaktaki afiş ister istemez her insanın karşısına her yerde çıkar. Bir yerde afiş sokaktaki sanattır” (İçmeli, 1985, s. 65). Afiş tasarımı her kitleden insanla iletişime geçebilen görsel tasarım ürünüdür. Tasarımcı bir mesajı hedeflenen kitleye ulaştırmak için tasarıma sınırlılıklar getirmek zorundadır. Afiş tasarımında konu sınırlandırmalarına gidilerek kültürel afiş, sosyal afiş ve reklam afişleri olmak üzere üçe ayrılmaktadır. “Reklam afişleri; bir ürün ya da hizmeti tanıtan afişlerdir. Beş sektörde yaygın olarak kullanılırlar bunlar; moda, endüstri, kurumsal reklamcılık, basın-yayın, gıda, turizmdir. Kültürel afişler; festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, tiyatro, sergi ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler bu gruba girer. Sosyal afişler; sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı niteliktedir” (Becer, 2018, s. 201-202). Afiş tasarımının sanat sergisi, opera etkinliği, insanlara bilinç kazandırmak veya bir ürünün tanıtımını yapmak amacıyla oluşturulmasının yanı sıra, insanların evlerinde ve ofislerinde duvarlara asılmış resimlerin, baskıların ya da fotoğrafların yanında afiş tasarımlarının da asılı olduğunu görülmektedir.

2.2.1. Afiş Tasarımının Tarihsel Süreci

İnsanoğlu geçmişten günümüze iletişim kurma ihtiyacı içerisinde olmuştur. Mağara duvarlarına çizilen av sahneleri, semboller, resimli figürler görsel iletişimin ilk izlerine örnek olarak gösterilmektedir. Gelişen teknoloji ile mağara duvarlarına çizilen sembol, sahneler ve resimli yazılar yerini logo, amblem, kitap, dergi, afiş gibi basılı ve dijital ortamda yayınlanan tasarımlara bırakmıştır. “Afiş ilk çağ toplumlarında görülen sanattır, MÖ. 4000 yıllarında Asur ticaret kolonilerinin Anadolu’daki alışverişlerinde mallarını daha iyi tanıtmak ve satmak

amacıyla, kil tabletler üzerine çivi yazıları yazar ve halka duyururlardı” (Tepecik, 2002, s. 72). Halka duyurmak amacı ile yapılan bu ürünler afiş tasarımı ilk örneklerindendir. Roma döneminde afişin ilk örnekleri ise gladyatör savaşları, sirk oyunları gibi gösterilerin halka duyurulmak amacıyla sokaklara asılan tahta panolardır.

15. yüzyıla kadar duvarlara asılan afiş tasarımı Gutenberg’in matbaayı bulması ile gerçek kimliğine kavuşup, basılıp çoğaltılarak geniş kitlelere ulaşma imkanına sahip olmuştur. Halkı bilgilendirmek amacıyla hazırlanan süslenmiş duyurularda ilk afişlere örnek sayılabilir. Dekoratif düzenlemenin ön planda olduğu duyurular zamanla mesaj iletme özelliği ile ön plana çıkan imgelere dönüşmüştür. Tasarımda kullanılan görsellere anlam kazandırılması tasarımda sözel unsurların azaltılmasına neden olarak tasarım görsel ağırlıklı bir hal almıştır. “Bugünkü anlamda bilinen en eski afiş, Fransa’nın başkenti Paris’teki Notre Dame’de Saint Flour Psikoposluğuna bağlı kiliselerin kapılarından yardım toplama izni ile ilgilidir” (Tepecik, 2002, s. 72). Meryem Ana resminin yer aldığı el yazması “Salisbury Banyolarını” tanıtmak amacı ile oluşturulan afişler 15 yüzyıl afiş tasarımı örnekleri ve ilk reklam afişi sayılmaktadır.

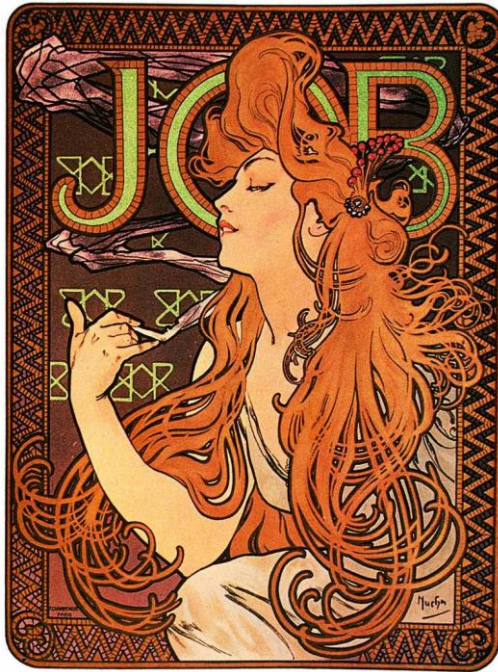
Tasarım olarak sadece yazılardan oluşan 16 - 17. yüzyıl afişleri 18. yüzyılda değişim göstererek sahne gösterilerinin yer aldığı resimsel afiş örnekleri ortaya çıkmıştır. “1798’de Alois Senefelder’in taşbaskı tekniğini buluşundan sonra geliştirilen renkli taşbaskı teknikleri, afişin sanatsal bir yapı kazanmasında önemli rol oynamıştır” (Becer, 2018, s. 201). Bu teknik yardımı ile tondan tona geçiş sorunu çözülmüştür ve ofset baskı sistemini oluşturan litografi afiş tasarımlarında renkliliğin başlamasına neden olmuştur. Taşbaskı sayesinde afiş tasarımı sanatsal özellik kazanmıştır. 18. yüzyıla kadar afiş tasarımı halkın kolaylıkla uğrayabileceği sokaklara, toplu alanlara asmak yasak olduğu için tasarımlar sadece kilise duvarlarında ve iç mekanlarda insanların karşısına çıkmaktaydı. Bu durum afiş tasarımının ve baskı tekniklerinin gelişmesini yavaşlatmıştır. “1881’de çıkan basın özgürlüğü ile ilgili Fransız yasasının birçok sansür hükümlerini kaldırarak, afişlerin resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışında her yere asılabileceğine izin vermesi, afiş endüstrisinde büyük bir gelişmeye yol açmıştır” (Bektaş, 1992, s. 18). Sokaklarda artık her kitleden insanın görebileceği ve ulaşabileceği afiş tasarımlarıyla karşılaşmaya başlanmıştır.

18. yüzyılın ardından 19. yüzyılda endüstri devrimi ile birlikte başlayan ticaret hayatı afiş tasarımı üzerinde de etkili olmuştur. Gelişen teknoloji el sanatlarının öneminin azalmasına ve sanat, işlevsellik kavramlarının birbirinden ayrılmasına neden olmuş ve bu durum tasarımın gerilemesine yol açmıştır. Duruma çözüm arayan dönem sanatçıları sanat ve el sanatlarını bir araya getirme çabasıyla 19. yüzyılın sonuna doğru Arts and Crafts sanat hareketinin

başlatmışlardır. Arts and Crafts hareketi afiş tasarımı için önemli bir yere sahiptir ve tasarım dünyasına yeni bir yön çizmiştir.

Cheret, eserlerinde Arts and Crafts akımının etkisini yansıtan ilk sanatçıdır ve modern afişin babası olarak nitelendirilmektedir. “Afiş sanatının ilk çağdaş temsilcisi, Fransız sanatçı, Jules Cheret’tir. (1836-1933) daha çok kadın figürlerinin yer aldığı Paris’in eğlenceli dünyasını eserlerine taşımıştır. Büyük renkli afişler tasarlamıştır” (Tepecik, 2002, s. 72). 1866 yılında, Sarah Bernhardt’ın oynadığı “Le Biche au Bois” adlı oyun için tasarladığı afiş sanatçının ilk tasarımı olma özelliğine sahiptir. 1884 yılında Paris’in sanatsal yönünü yansıtan eserlerle karşımıza çıkan Jules Cheret afiş tasarımı için ilk çağdaş temsilcisidir. Uzun bir süre duyuru özelliğini taşıyan tipografik baskı afişlerinin yerini resimli litografik afişlerin alması için çabalamıştır. Jules Cheret Zamanla bol figürlü tasarımlardan arınarak daha az figürlü billboard tasarımı anımsatan yaklaşık 1,5 metre büyük boyunda afiş tasarımları oluşturarak afişe yeni bir boyut kazandırmıştır.

Afiş tasarımı için diğer önemli tasarımcı ise Henri de Toulouse Lautrec’tir. Lautrec’de Cheret gibi tasarımlarında Paris’in gece hayatını konu edinmiş ve tasarımda yazıyı çok iyi kullanarak tasarım anlayışına yenilik kazandırmıştır. Laurec afişleri afiş tasarımı için ölçütlerini oluşturmuş ve dönem sanatçıları arasında hiçbir yazı ve resim kullanımında Lautrec’e yetişememiştir.



Şekil 3. Alphonse Mucha. Job Sigara Kağıtları için Afiş, 1898.

Afiş tasarımının gelişiminde önemli yere sahip olan, işlevselliği ve sanatı birleştiren bir diğer akım ise Art Nouveau sanat hareketidir. Tasarımda estetik olgu göz önünde bulundurularak görsel özelliğin gelişmesine olanak sağlanmıştır. Art Nouveau dekoratif bir üsluptur ve tasarımcılar tarafından gelişen teknoloji sayesinde uluslararası benimsenerek kullanılmıştır.

Art Nouveau hareketi ile birlikte afiş tasarımı sanat dalı olarak benimsenerek 1894 yılında İtalya ve İngiltere’de, 1896 yılında ise Almanya’da afiş sergileri düzenlenmiştir. 1900 sonrasında Almanya’nın grafik tasarımına ticari yaklaşımı afiş tasarımı da etkileyerek bu dönemde tüketim ürünleri için afiş tasarımları oluşturulmuştur. İlk zamanlar eğlence, tiyatro, oyun, opera gibi alanlara afiş tasarlayan tasarımcılar, endüstri devrimi ile birlikte afiş konularında değişime giderek deterjan, yiyecek, süt ürünleri gibi hizmet alanlarına tasarım yapmaya başlamışlardır (Şekil 3).

1895-1900 yıllarında Çek sanatçı Alphonse Mucha Art Nouveau sanatının gelişmesine katkı sağlayan önemli isimdir. Çalışmalarında Bizans mozaikleri ve Moravia halk sanatından izler yansıtarak yeni bir tarz oluşturmuştur. Tasarımlarında ana konu büyü, gizem olup bitki ve çiçekleri stilize ederek motiflerin ortasında duran kadın figürü yer almaktadır. 1900 yıllarında Mucha’nın çalışmalarının ün kazanması ve Avrupa’ya yayılması sonucunda “Mucha stili” ortaya çıkmıştır. Cassandre, el Lissitzky, Laszlo Moholy-Nagy, Josef Müller-Brockmann, Herbert Matter, Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Saul Bass ve Milton Glaser 20. yüzyılın önemli afiş tasarımcıları arasında sayılabilir.



Şekil 4. Ludwig Hohlwein. Marco Polo-Tee için afiş, 1910.

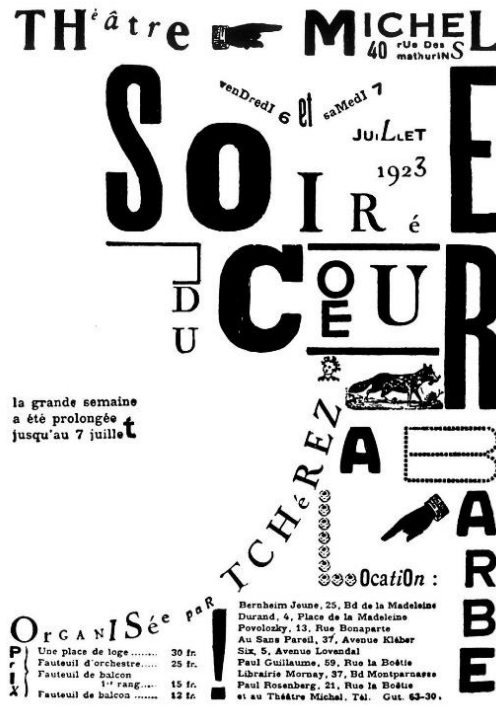
Sanatsal yönü ile insanların karşısına çıkan afiş tasarımları Endüstri devrimi ile birlikte ticari amaç için kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum sanatın reklam ile birleştirilmesine neden olmuştur. Ludwig Holwein reklam psikolojini de göz önünde bulundurarak oluşturduğu afiş tasarımlarında anlatıma farklılık ve yenilik getirmiş ve bu yaklaşımla afişin ekonomik ve sanatsal ilişkilendirmesini yaparak modern anlamda “ürün afişini” meydana getirmiştir (Şekil 4). Bu dönemde Lucian Bernhard ilk sanat değeri yüksek ürün afişlerini tasarlamıştır.



Şekil 5. Henri de Toulouse Lautrec. La Goulue au Moulin Rouge İçin Afiş Tasarımı, 1897.

20. yüzyıl reklamcılık anlayışının ilk örneği olan “Guillot Lait Sterilise” adlı afiş Steinlen tarafından tasarlanmıştır. Zaman zaman Steinlen ile benzer tarzda eserler veren Lautrec “La Goulue au Moulin Rouge” afişiyle afiş tasarımında yeni bir akım başlatmıştır (Şekil 5). Diğer dönem sanatçılarından farklı olarak Lautrec tasarımlarında kadınların güzelliklerini, çekiciliklerini yansıtan eserler meydana getirmekten ziyade Paris’in gece hayatının perde arkasını tasarımında yansıtmıştır. Tasarımlarında derinlemesine insan manzaralarına yer vermiştir. Kendisine has karakteristik bir üslup özelliği yaratmıştır. Lautrec’in afişleri, afiş tasarımının ölçütleri haline gelmiştir. Resim ve yazıyı tasarımda bir araya getirebilme konusunda hiçbir tasarımcı Lautrec kadar başarılı olamamıştır.

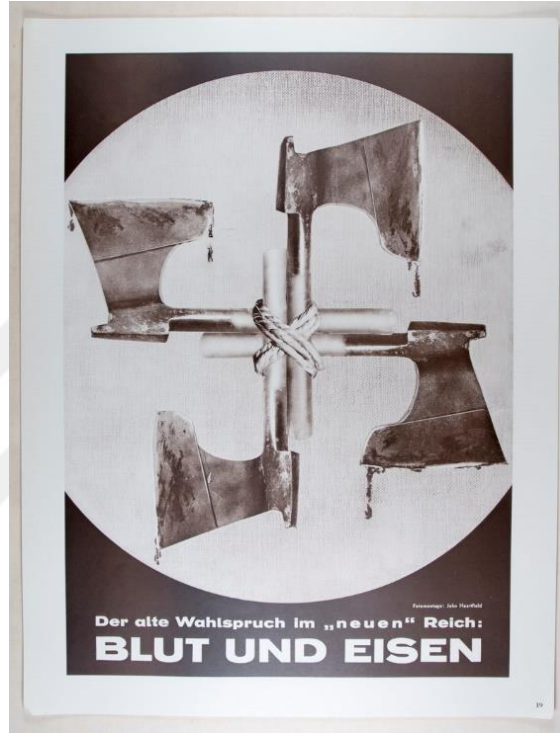
“İngiltere’de ilk sanatsal afişlerin gelişmeye başladığı 1890’lı yıllarda Beggarstaff’lar modern anlamdaki afiş tasarımının örneklerini vererek, özgün tarzlarını duyumsatmışlardır” (Bektaş, 1992, s. 26). Beggarstaff’lar afiş tasarımında sık sık kullanılan montaj tekniğini de tasarımda kullanmışlardır. İngiltere afiş tasarımları ile birlikte Fransa afişlerinde görülen çoklu figür kullanımı, karmaşa ve süslerden arınarak daha sade, anlaşılır, yazı ve resimler düz, derinliği olmayan tasarımlar oluşturulmuştur. Amerika’da resimli afiş üslubu benimsenmiştir. Dergilerin yeni çıkarılan sayılarını duyurmak için bayilerin panolarına asılan afişlerin yanı sıra Amerika’da yeni çıkan kitaplar da afişlerle tanıtılmıştır. Fransız afiş tasarım üslubunda görülen çiçekli motiflerden sıyrılarak afiş tasarımında hızlı bir gelişim gösteren Viyana Secession stili afiş tasarımlarında geometrik şekiller kullanılarak, sıkı bir disiplinle, tekrardan faydalanarak ve iki boyutlu biçimler kullanılmasıyla afiş tasarımları bu dönemde sadeliğe yönelmiştir.



Şekil 6. Ilya Zdanevitch. Theatre Michel İçin Afiş, Paris, 1923.

19. yüzyıl afişlerinde karşımıza çıkan çiçekli motiflerin yerini 20. yüzyılda geometrik, fonksiyonel tasarımlar almıştır. 20. yüzyılda yeni sanat arayışıyla birlikte 400 yıllık Rönesans anlayışı son bulmuş ve Kübizm sayesinde doğadan bağımsız olan tasarım anlayışı oluşmuştur. Afiş tasarımında kullanılan görseller oldukça sadeleşmiş, tipografide de yeni düzenlemeler meydana gelmiştir. Dadaizm ile birlikte tasarımda geleneksel formlarından kurtulmuş tipografik düzenlemeyle oluşturulan afiş tasarımları dikkat çekmektedir (Şekil 6). Afiş

tasarımına devrimci yenilikler getirilmiştir (Şekil 7). Alaycı ve aşağılayıcı tavrıyla toplumsal değerleri kökünden sarsan Dadaizm, 1912 – 1922 yılları arasında resim, edebiyat, tiyatro ve müziği içine alan sanat dallarına olduğu kadar grafik tasarımın da görsel diline devrimci yenilikler getirmiştir” (Bektaş, 1992, s. 49). Kurt Schwitters, John Heartfield ve George Grosz Dadaizm akımının başlıca temsilcileridir.



Şekil 7. John Heartfield. Blut und Eisen, 1934.

Sürrealizm ile birlikte yeni unsurlar geliştirilerek bu durumdan fotoğraf ve illüstrasyon büyük oranda etkilenmiştir. Salvador Dali'nin eserlerinde yansıttığı derinliği yansıtan perspektif görüntüler iki boyutlu sayfaya derinlik getirmiş ve bu yöntem ile afiş tasarımları oluşturulmuştur. Sürrealizm ile birlikte görüntülerin alışlagelmişin dışında kullanımı izleyicide şok etkisi yaratarak dikkati ürüne çekmeyi başarmış, rüya, umut, hayal gücü gibi soyut kavramları ifade etmek sürrealizm ile mümkün olmuştur. Bu şekilde soyut kavramların somut nesnelerle anlatılabilmesi grafik tasarım açısından önemli bir gelişme olmuştur.

Birinci Dünya Savaşı yıllarında devletler için afiş tasarımı önemli bir iletişim aracı olmuştur. “Birinci Dünya Savaşı yıllarında (1914-1918), radyo ve diğer elektronik kitle iletişim araçları henüz yaygınlık kazanacak düzeye erişmemişti, buna karşılık baskı teknolojisi çok büyük aşamalar kaydetmişti. Bu koşullar afişi, savaş döneminin en önemli kitle iletişim

aracı haline getirdi” (Bektaş, 1992, s. 54). Savaşa katılan devletler afişleri kullanarak halk üzerinde görsel yolla etki uyandırma, desteklemelerini sağlama, halkı orduya dahil etmeyi amaçlamışlardır. Bazı ülkelerde ise savaşa son vermek için çağrıda bulunmak amacıyla afiş tasarlanmıştır.



Şekil 8. Otto Lehmann. Kriegsanleihe Savaş Afişi, 1914.

Afişlerin ortaya çıktığı ilk zamanlarda dans, eğlence olan konu 20. Yüzyıl Almanya afişlerinde değişim göstererek, savaşında etkisiyle yurtseverlik, kahramanlık bireysel cesaret, savaşa yapılan askeri destek afiş tasarımının başlıca konuları haline gelmiştir. Afişlerde karşımıza çıkan kadın figürleri ve insanlara savaş afişlerinde yer verilmeyerek, çoğunlukla güç, şiddet ve bayrak konuları ele alınmıştır (Şekil 8).

İngiltere’de ise afiş tasarımları sanatsal anlayıştan uzak ve askerliğe teşvik edici tasarımlar ortaya çıkarmıştır (Şekil 9). Tasarımlarda genelde illüstratif gerçekçi tarz mevcuttur. Amerika ise afiş tasarımında genellikle gerçekçi figürler kullanmıştır. Amerika afişlerinde karşımıza çıkan kadın figürü çekici ve seksi olarak betimlenerek askerlerin dikkatini üzerine çekmeyi amaçlamıştır. Amerika’da savaşın son bulması amacıyla propaganda afişleri tasarlanmıştır.



Şekil 9. Alfred Leete. Britons Wants You. Join Your Army! God Save the King, 1915.



Şekil 10. El Lissitzky. Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun, 1919.

1925 yılında Gutenberg matbaasının geçmişte kaldığını dile getiren El Lissitzky fotomekanik yöntemi ile tasarıma büyük yenilikler geleceğini öne sürmüş ve 20. yüzyıl grafik tasarımının gelişimine katkıda bulunmuştur. Tasarım dilini değiştirerek sayfayı bir bütün

olarak ele almış ve boşluk doluluk dengesine önem vermiştir. Bu dönemde tasarımlarda fotomontaj çalışmaları ön planda olmuştur. Yenilikçi afiş tasarımlarının en önemli örneklerinden biri de “Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun” adlı politik afiştir (Şekil 10). Bu afiş yenilikçi afişlerin önemli örneklerinden biridir. Suprematist tasarım elemanları politik sembollere dönüştürülmüş ve tasarımda kullanılan kırmızı renk ile Bolşevikler beyaz renk ile de Kerenski tanımlanmıştır. Tasarımda görülen kırmızı, üçgen çizgiler, sağ tarafta bulunan beyaz daireye doğru saldırı izlenimi uyandırmaktadır. Sembollerle oluşturulan bu tasarım günümüze kadar anlamını koruyarak gelmiştir.

1919 yılında Almanya’da açılan Devlet Bauhaus Okulu ile birlikte tasarımda kullanılan görsellerin yerini yazı almaya başlamış ve yapılan düzenleme sayesinde yazılar kendi başına görsel bir etki yaratmıştır. 1923 yılında Joost Schmidt’in tasarladığı “Bauhaus sergi afişi” geometrik düzenleme ile yazının birlikteliğini yansıtan başarılı bir örnektir.

II. Dünya Savaşı sonrası Polonya’da açılan Afiş Okulu sayesinde Polonya afişi uluslararası ilgi çekmeye başlamıştır. Polonya, II. Dünya Savaşı’nda en çok zarar gören ülkelerden birisiydi. Baskı sektörü ve grafik tasarım da savaştan nasibini almıştı. Polonya’lı sanatçılar, bu olumsuz koşullara rağmen özellikle afiş alanında özgün bir stil oluşturmayı başarmış, elle çizim ve boyama tekniklerine dayalı bu üslup 1950’lerden sonra uluslararası bir beğeni ve ilgiyle karşılanmıştır” (Becer, 2018, s. 108). 1960 yılı ile birlikte Polonya’da dikkat çekici ve yaratıcı eserler ortaya çıkaran tasarımcılar yetişmiştir.

Tasarımın insan hayatına girdiği ilk zamanlar süsleme ön plandaydı, konu olarak eğlence, gece yaşamı dikkat çekmekte, tasarımda insan figürlerine oldukça fazla yer verilmekteydi. Toplum yapısı değiştikçe ve endüstri dönemi gündeme geldikçe tasarımda da değişim olarak insan figürleri azalmaya başlamış, gittikçe süslemelerden uzak durularak sade tasarımlar oluşturulmaya başlanmıştır. Konu olarak savaş, toplum, çevre bilinci ele alınmış ve zamanla insan figürlerinden ziyade şekil, sembol ve tipografik düzenleme ile afiş tasarımları meydana getirilmeye başlanmıştır. Günümüzde ise görüntüler insan hayatına tamamiyle girerek insanları etkisi altına almıştır. Kelimelerin yerini alan emoji, görseller insan hayatının her anında vardır. Afiş tasarımında da teknolojinin gelişmesi ile birlikte bilgisayar kullanılarak afiş tasarımı oluşturulmaktadır ve fotoğraf, tipografi, dijital görüntüler, artırılmış gerçeklik, illüstrasyon gibi birçok yöntem kullanılmaktadır.

2.2.2. Afiş Tasarımının Türkiye’deki Gelişimi

Afiş tasarımı Türkiye’de Cumhuriyet öncesine dayanmaktadır. O dönemde genellikle toplumu yardıma, orduya, seferberliğe çağıran afiş tasarımlarına rastlanmaktadır. Daha sonra çikolata, giysi, ilaç tanıtımı için yapılan tüketim ürünlerine yönelik afiş tasarımları yer almaya başlamıştır. “Ülkemizde ilk afiş örnekleri matbaanın açılması, tiyatronun yaygınlaşması, sinemanın doğuşu ve gelişmesi ile kendisini göstermiştir. Cumhuriyet Döneminde ise, ticaret ve sanayinin büyümesiyle birlikte afiş sanatı ilerleme göstermiştir” (Tepecik, 2002, s. 73). Cumhuriyet Dönemiyle birlikte afiş tasarımı gelişim göstermiştir. “Ağırlığı metne dayanan tiyatro, sinema, yardım dernekleri ve Türkiye’de üretilmeyen ürünlerin reklamları afiş yapılmıştır. İlk dönem büyük çoğunluğu yurtdışından gelen afişler, yarı - kapalı ortamlarda (tiyatro girişi, dükkân vitrinleri vb.) sergilenmiştir” (Wikipedia, 2020). “Grafik tasarım kavramını baskı sanatı ve teknolojisinden ayrı düşünmek olanaksızdır. Bu nedenle Türkiye’de ilk kurulan basımevinin Türk grafik sanatının ilk filizlendiği ortam olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır” (Becer, 2018, s. 112). 1920 yılında afiş tasarımı konusunda İlhap Hulusi, Münif Fehim ve Kenan Temizan Türk grafik tasarımının öncüsü olmuşlardır.



Şekil 11. İlhap Hulusi Görey. Devlet Hava Yolları Reklam Afişi, 1938.

İlhap Hulusi Görey Cumhuriyet Dönemi Türkiye’de tanınan ve birçok grafik tasarım ürününe imza atan sanatçıdır. Afiş tasarımında kendine özgü üslup geliştiren sanatçı eğitimini Almanya’da görmüştür. 1924 yılından sonra ülkede kurulan milli piyango, tek el ürünleri,

banka, sosyal kurum ve ticari kuruluşlar için afiş tasarlamıştır (Şekil 11). İlhap Hulusi gibi diğer tasarımcılar da kültürel değerler ve geleneksel motifleri tasarıma taşıyarak modern tarzda örnekler vermişler ve özgün çalışmalar ortaya çıkarmışlardır. “Afiş tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, canlı ve estetik bir göstergedir” (Becer, 2018, s. 204). Afişin ilk örnekleri Osmanlının son dönemi ve Cumhuriyetin ilk zamanlarında görülmektedir. Afiş tasarımlarına genellikle tiyatro girişlerinde ve dükkan vitrinlerinde rastlanılmaktadır. Afişler daha çok duyuru niteliğindedir ve tiyatro, sinema sektöründe kullanılmaktadır. Bu dönemde ticari amaçlı afişler genellikle yabancılara tasarlatılarak yurt dışından Türkiye’ye getirilmiştir. Dünyanın diğer ülkelerinde gelişim göstererek sanat amacıyla oluşturulan afiş tasarımı Türkiye’de yavaş gelişim göstermiştir. Ülkenin içinde bulunduğu savaş sonrası oluşan kötü durum nedeniyle batılı anlamda yapılan yenilikler Türkiye’de grafik tasarım alanında yavaş gelişim göstermiştir.

Ülkeye Almanya’dan eğitimini bitirerek dönen ve 1928 yılına kadar eski Türkçe ile tasarımlar ortaya çıkaran İlhap Hulusi 1928’den sonra latin harflerini kullanarak afişler meydana getirmiştir ve latin harfleriyle basılan Türk Alfabesinin kapağını tasarlamıştır.

Türkiye’de 1927’de Güzel Sanatlar Akademisi bünyesinde açılan ilk afiş atölyesi kurulduğu yıldan 1932’ye kadar Avustralyalı Eric Weber tarafından yönetilmiştir. Afiş tasarımının Türkiye’deki gelişimi açısından önemli bir yeri olan Güzel Sanatlar Akademisi afiş atölyesine 1933 yılında Mithat Özer yöneticilik yapmıştır. Açılan afiş atölyesi ile tasarım anlayışı gelişim göstermiştir. 1940 yılına kadar Akademinin başında duran Mithat Özer ilk Türk afiş eğitimcisi ünvanına sahip olmuştur. 1940-1950 yılları arasında atölyenin başkanlığını Zeki Faik Özer yapmıştır. 1950-1988 yıllarında ise atölye başkanlığını Zeki Faik Özer’in asistanı olarak kariyerine başlayan Namık Bayık yürütmüştür. “Emin Barın’ın yazı ve tipografideki başarıları, Mengü Ertel’in reklam ağırlıklı kültürel afişleri, Yurdaer Altıntaş’ın Karagöz ve Hacivat tiplerine dayanan tasarımları ses getiren önemli çalışmalardır. Afişin gelişiminde, endüstrileşmeyle birlikte, sosyal ve kültürel gelişmelerinde önemli paylara sahiplerdir” (Muhammet, 2004, s. 23). Türkiye’de afiş tasarımının gelişim sürecinin olumlu yönde ilerlemesi amaçlanmaktadır.

1960 yılından sonra afiş tasarımları 70x100 boyutunun dışına çıkarak daha büyük tasarımlar oluşturulmaya başlanmıştır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte afiş tasarımlarında oluşan boyut çeşitliliklerinin yanı sıra tasarımda kullanılan malzeme ve teknik de gelişim ve değişim göstermiştir. Bu durum afiş tasarımcısına büyük olanaklar sunmuş ve afiş tasarımının gelişimine katkı sağlamıştır.

1990 yılına kadar tasarımcıların kendi çabalarıyla uluslararası sergilere katılma girişimleri Türk afiş tasarımını tüm dünyaya duyurmaya yetmemiş, bu durum tasarımcıların isimlerinin yayınlarda yer almasıyla sınırlı kalmıştır. Daha sonra Türk sanatçıların yurt dışı ilişkilerini geliştirerek uluslararası yarışma, bienal, sergi, tasarım projelerine katılmaları sonucunda Varşova, Lahti, Osaka, Sofya, Colorado, Meksiko City, Toyama, Paris gibi şehirlerde eserleri yer almıştır. Böylece Türkiye afiş tasarımları ve tasarımcıları uluslararası düzeyde tanınmaya başlanmıştır.

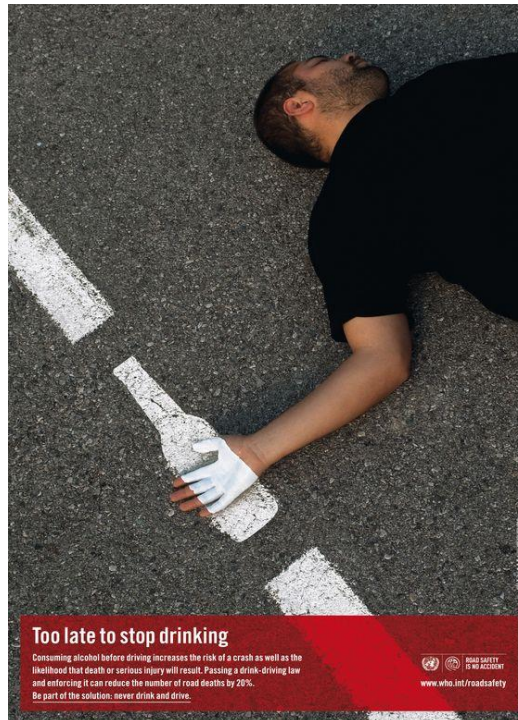


Şekil 12. Yurdaer Altıntaş. 30. Grafik Ürünler Sergisi Afişi, 2011.

İlhap Hulusi, Yurdaer Altıntaş, Bülent Erkmen, Mengü Ertel, Emre Senan, Sadık Karamustafa, Savaş Çekiç, Esen Karol, Yetkin Başarır, Namık Bayık, Cevher Bozkurt, Münif Fehim, Sait Maden, Fikret Akgün, Haluk Tuncay, Mithat Ozar, Kenan Temizan, Atıf Tuna, Emin Barın gibi isimler Türkiye afiş tasarımının gelişmesine katkı sağlayan önemli tasarımcılar arasında yer almaktadır. Yurdaer Altıntaş'ın GMK için tasarladığı 30. Grafik Ürünler Afişinde tasarımcı biçimsellikten ziyade anlatıma önem vermiştir (Şekil 12). Altıntaş tasarımda kullandığı çivilerle insanların kuruluş üzerindeki katkılarını vurgulamaya çalışmıştır. Daha endüstriyel anlama sahip olan çivi tasarımcının yorumu ile yeni bir anlam kazanmıştır. Günümüzde her türlü gelişmeden yararlanarak değişik tarzlarda, etkili eserler veren başarılı tasarımcılar vardır. Türkiye'de afiş tasarımı gelişmeye devam etmektedir.

2.2.3. Konularına Göre Afiş Türleri

İç mekan ve dış mekan afişlerinin insanlarla iletişim kurabilmesi için belirli bir mesajı izleyiciye iletme, hedef kitleyi belirleme ve buna uygun bir tasarım dili geliştirmesine gerek vardır. Afiş tasarımları bu gereklilik sonucunda çeşitli sınırlamalarla kültürel, reklam ve sosyal afişleri olmak üzere üçe ayrılmaktadır. “Afiş sadece üretim ve tüketim ilişkilerinde halka bilgi vermez. Bunun dışında sosyal, siyasal ve kültürel olayların halka ulaştırılmasında da önemli ve etkili rol oynar” (Tepecik, 2002, s. 74). Grafik tasarım açısından önemi olan afiş tasarımları biçim, içerik, renk, tipografi vb. gerekli sınırlamalarla mesajın etkisini artırarak tasarlanabilir. Afiş tasarımının hazırlık sürecinde hedef kitlenin ekonomik, kültürel ve sosyo-kültürel özelliklerinin araştırılması gerekmektedir. Böylece ürün, etkinlik ya da bilgilendirici mesajın doğru kitleye ulaşması mümkün kılınabilir. Hedef kitlenin özelliklerinin bilinmesi tasarımcı ve kitle arasında iletişimi güçlendirmektedir. Ayrıca afişi tasarlanacak olan ürünün veya hizmetin özelliklerinin de iyi araştırılması ve tasarıma yansıtılması gerekmektedir. “Örneğin; bir banka afişi tasarlanacağı zaman, bankanın güvenilirliği, mevduat kaynakları, müşteri kitlesi, geçmişi gibi birtakım özelliklerini ön plana çıkaracak çalışmalar yapması gerekecektir. Kültürel afişlere örnek olacak bir tiyatro afişinde, izleyicinin oyunun içinde kendisini oyuncu gibi hissedeceği ve oyunla özdeşleşebileceği bir tasarım yapılmalıdır” (Tepecik, 2002, s. 75).



Şekil 13. World Health Organization. Too Late to Stop Drinking Afişi.

Afişler insanlara bir ürünü tanıtabilir, mesaj verebilir, bir konu hakkında bilgilendirme yapabilir, uyarabilir ya da kültürel etkinlikleri duyurabilir. Aynı zamanda afiş tasarımı ile pazarlama yapılarak satış artırma hedeflenir veya maddi beklenti olmaksızın afiş tasarımı aracılığıyla herhangi bir konu hakkında kişiler bilinçlendirilebilir, tehlikeli bir duruma karşı önlem almalarını sağlamak tasarımın amacı olabilir (Şekil 13). Bu gibi çeşitli durumlar afiş tasarımlarının türlere ayrılmasında başlıca etkindir.

2.2.3.1. Kültürel Afişler

Etkinlikleri halka duyurmak, tanıtmak amacıyla oluşturulan kültürel afişlerde ticari kaygı alt düzeydedir. Kültürel afiş kapsamında ilk akla gelenler; tiyatrolar, operalar ve sinemalar için tasarlanan afişlerdir. “Festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, tiyatro, sergi ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler kültürel afişlerdir” (Becer, 2018, s. 202). Kültürel afişlerin farklı kitlelerden insanlara ulaşabilme olanağı vardır. Diğer afiş türlerine göre kültürel afişlerde tasarımcı tasarımına kendi yorumunu daha fazla katma imkanına sahiptir. Kültürel afişlerin hedef kitleleri sanatla ilgilenen, sanatı anlamaya çalışan insanlardır, bu nedenle sanatı tanıtmak için özgün, hayal gücünün ürünü olan sanatsal afiş örnekleri ortaya çıkar. Sanatçı alışılmış tasarım dilinin dışına çıkarak izleyicisi ile iletişim kurar ve izleyici üzerinde etki bırakmayı amaçlar. Kültürel afişlerde tasarımcı kullanacağı tasarım dili açısından daha özgürdür. Grafik tasarımcı fotoğraf, illüstrasyon ve tipografiden yararlanarak sanatsal etkinlikler için afiş tasarımı oluştururken hitap edilen kitleye daha özgün tasarımlar ortaya koyabilir. Reklamı yapılan ticari bir üründe daha net ürün görselleri kullanılırken opera afişlerinde illüstrasyonlar kullanılabilir ya da sadece tipografik düzenlemeyle yoruma açık tasarım oluşturulabilir. Bunun nedeni kültürel afişlerde ticari kaygının olmaması ve sanatı anlayan kitleye hizmet verilmesidir.

Ticari kaygı ile oluşturulan afiş tasarımlarına daha çok insana ulaşma imkanına sahip olduğu için dış mekanlarda rastlanırken, kültürel aktivitelerin genellikle iç mekanlarda düzenlenmesi nedeniyle kültürel afiş örneklerine iç mekanlarda rastlanmaktadır. Tasarımcı bu afişlerde insanları bilinçlendirmek ve gerçekleştirilen kültürel etkinliğe dikkat çekmek için yaratıcılığını, hayal gücünü kullanır.

Kullanım amacı bakımından kültürel afişlerin sosyal ve reklam afişlerine göre geçmişi daha eskiye dayanmaktadır. “Afiş olarak üretilen ilk afiş çeşitleri kültürel afişlerdir. 19. yüzyılın Paris ve Londra’sında ilk büyük afiş tasarımcıları kentlerinin kültürel etkinliklerini duyuran afişler tasarlamışlardır. Paris’in Sokak ve caddelerinde sergilenen afişlerin, toplumu

etkileme ve etkinliğe sevk etme konusunda ne derece önemli oldukları o dönemlerde anlaşılmıştır” (Çitçi, 2009, s. 46).

“Afiş sanatının ilk modern temsilcisi, Fransız sanatçı, Jules Chéret’tir” (1836–1933) (Deveci, 2010, s. 75). Jules Cheret 1866 yılında Paris’te Sarah Bernhard’ın oynadığı “La Biche au Bois” adlı oyun için yapmış olduğu afiş tasarımı modern anlamda kültürel afişlere ilk örnek sayılabilir. La Biche au Bois monokromatik hazırlanmış afiş tasarımıdır. Tasarımcı bu eserinde çoklu görüntü formatını kullanmıştır. Jules Cheret “La Biche au Bois” afiş tasarımı ile resimli afişin öncüsü olmuştur (Şekil 14).



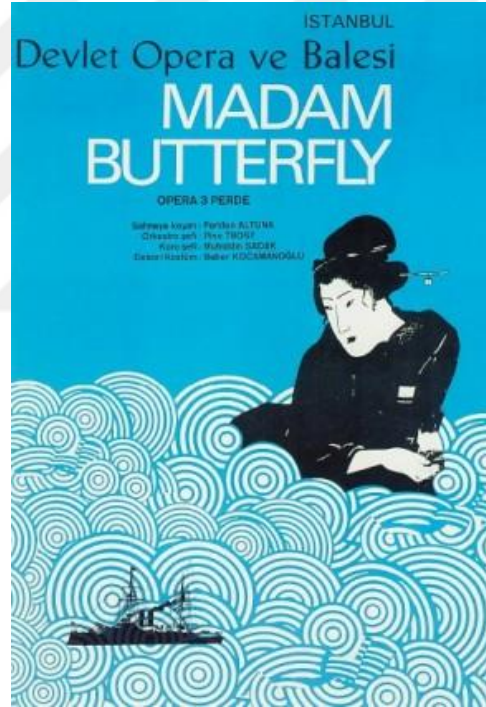
Şekil 14. Jules Cheret, Le Biche au Bois Afiş Tasarımı, 1866.

Kültürel afiş türünde örnek veren diğer sanatçılar; Eugene Grasset, Henri de Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha, Thelophile-Alexandre Steinlen’dir. “Türkiye’de ise, 1960’lı yıllardan itibaren Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel gibi grafik sanatçıların, özel çabaları sonucu ürettikleri tiyatro afişleri ile Türkiye’de kültürel afişlerin gelişimine büyük katkıları olmuştur” (Bingöl, 2010, s. 51). Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş Tiyatro sanatıyla yakından ilgilenerek afiş tasarlamışlardır. Kültürel afişlere örnek olan tiyatro afişleri ilk olarak 1950’lerin sonlarına doğru ortaya çıkmıştır. Ülkemizde kültürel afişlere örnek olarak Leyla Uçansu, Mengü Ertel ve Bülent Erkmen’in tasarlamış olduğu opera ve sergi afişlerini verebiliriz.

Kültürel afişler kapsamında tasarlanan opera afişleri etkinliğin içeriğini, libretto’nun karakteristik yapısını belirtmelidir. Diğer yandan afişler tasarımcının kültürü ve kişiliğinden parçalar içerebilir. Opera sese dayalı bir performans olduğundan dolayı işitsel yapıya sahiptir ve aynı zamanda sahne tasarımı, kıyafet tasarımı, dans performansı, grafik ürünleri kullanımı

gibi yönlerden görsel sanatları bünyesinde barındırmaktadır. Afiş tasarımında kullanılan görseller ve yazı karakteri tasarımı yapılan konuyla ilgili detaylar içermektedir, bundan dolayı yapılan afiş tasarımında operanın ritmi hissedilmeli, görsel unsurlar yardımıyla operanın konusu hakkında tüyo vermelidir. Opera afişlerinin konu ile bütün olarak ve temayı yansıtarak tasarlanması afişe farklı bir hava sağlayarak izleyiciyi kendine çekmektedir.

Leyla Uçansu'nun Devlet Opera ve Balesi için tasarlamış olduğu Madam Butterfly afiş tasarımı taş baskı tekniğini kullanarak oluşturmuş ve 70x100 cm boyutundadır. Tasarıma beyaz, siyah ve mavi olmak üzere üç renk hakimdir (Şekil 15). Kültürel afişlere örnek olarak gösterilen şekil 14 ve şekil 15'e bakıldığında iki afiş tasarımı da taşbaskı tekniği ile oluşturulduğu görülmektedir.



Şekil 15. Leyla Uçansu, Madam Butterfly Opera Afişi, 1979.

Başarılı kültürel afişler toplumun izlerini, kültürel değerleri yansıtan afişlerdir. Toplumun izlerini kültürel değerlerini taşıyan afişler hedef kitleyle başarılı iletişim kurabilmektedir. Grafik tasarımcı yaptığı afiş tasarımında kendi duygularını, kişiliğini, yorumunu katarak, bir bakıma ülkesinin kültürünün izlerini de tasarıma yükleyebilir. Fakat aynı toplumda yetişmiş tasarımcıların eserlerinin birbirinden farklı olmasının nedeni kişilerin farklı hislere, hayal gücüne ve görsel yorumlamaya sahip olmalarıdır. İçinde yaşanan dönemin teknolojik bakımdan özellikleri de afiş tasarımlarının yapısını etkilemektedir.

2.2.3.2. Reklam Afişleri

Reklam afişleri tanıtım amacıyla oluşturulan afişlerdir ve kültür afişlerinden farklı olarak tasarımcı reklam afişlerinde özgür değildir. Tasarım oluşturulurken ekip çalışması gerekmektedir ve metin yazımı, görsel seçimi ve tasarım konusunda belirli sınırlamaları vardır. “Buyurucu bir dil kullanılmadan, hedef kitleyi etkilemek ve yönlendirmek üzere bir ürün ya da hizmeti tanıtmak amacıyla hazırlanırlar” (Ertan ve Sansarcı, 2017, s. 162). Reklam afişleri tasarlanırken hedef kitle belirlenerek firmanın amacı doğrultusunda tasarım örnekleri oluşturulmaktadır. Tasarım ve sanat ürünü oluşturulma amacı bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Tasarım ürününün amacı kitlelere ulaşmak, mesaj iletmek ve sınırlı sürede algılanabilmektir. Sanat ürünü ise estetik duyguya hitap etmek ve duygulara yönelmek için oluşturulmaktadır. Genelde sanat ürününün ticari kaygısı yoktur. Becer’e göre (2018) reklam afişleri; moda, endüstri, kurumsal reklamcılık, basın- yayın, gıda ve turizm olmak üzere beş sektörde yaygın olarak kullanılırlar. Çeşitli sektörler tarafından kullanılan reklam afişlerinde görüntü ikinci planda bırakılarak, asıl amaç ürünü vurgulamaktır. “İlk reklam örnekleri; Salisburg Banyolarını tanıtmak için basılan afiş (1480) ile Fransa da Notre Dame de Paris’in Bağışlanması için basılan renkli afişlerdir (1489)” (Yalur, 2014, s. 32). Reklam afişleri ürünleri ya da hizmetleri tanıtan ve genellikle dış mekanlara asılan afişlerdir. Hedef kitleye ulaşmada reklam afişlerinin etkisi büyüktür. Reklam afişlerinde ilk kural inandırıcı, gerçekçi olmaktır. Abartılı bir slogan ve görselle oluşturulan afiş tasarımı insanlar üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmaz. Hedef kitlenin beklentisini belirleyen ve o beklentiye uygun olarak piyasaya sunulan bir tasarım insanların dikkatini çekerek etki uyandırabilmektedir.

Firmaların reklam yapma ihtiyacı gazetelerin yaygınlaşmaya başlaması ile afiş tasarımını daha önemli kılmış ve gelişimini etkilemiştir. İlk başlarda ressamlar tarafından yapılan reklam afiş tasarımları daha resimsel özelliğe sahiptir ve bu durum afiş tasarımının önemli yapı taşlarından biri olan slogan, metin gibi tipografik unsurların arka planda kalarak izleyici ile etkileşime geçememesine sebep olmuştur. Baskı tekniklerinin ve teknolojinin gelişimi ile birlikte afiş tasarımı resimsel özellikten uzaklaşarak tasarım haline dönüşmüştür. Gelişen teknoloji, tasarım anlayışını da etkilemiş ve daha sade, işlevsel ve anlaşılır tasarım örnekleriyle karşılaşmaya başlanmıştır (Şekil 16). Laszlo Moholy-Nagy’nin 1923 yılında tasarladığı Pneumatic afişi fotoğraf ve tipografinin sentezlenerek kullanımı ile oluşturulmuş yeni bir anlatım biçiminin (tipofoto) başlıca örneğidir. Nagy bu teknikle daha önce resim ve tipografi kullanılarak oluşturulan tasarım bütünlüğü zayıf olan tasarımlardan ziyade fotoğraf ve tipografinin bütünleşmesini ve uyum sağlamasını amaçlamıştır. Teker firması için tasarlanan bu afişte firmanın adının yer aldığı tipografik düzenleme mevcut anlamının dışına

ıkarak, bir markayı temsil etmekle birlikte izleyicide yol izlenimi uyandıran dinamik bir imge halini almıştır. İnsanların alıştığı tekniğin dışında oluşturulan bu afiş tasarımı reklam afişlerinin başarılı örnekleri arasında yer almaktadır.



Şekil 16. Laszlo Moholy-Nagy, Pneumatic havalı lastik için afiş tasarımı, 1923.

Yolda yürürken, arabada giderken, ya da iş esnasında insanların karşısına çıkan afişlerin genellikle çok azı fark edilmektedir. Zamanın kısıtlılığı ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte hızlanan araçlar nedeniyle insanların çoğu zaman durup bir ürünü inceleme fırsatı olmaz. Ticaret sektörüne hizmet eden tasarımcılar bu durumu göz önünde bulundurarak, tüketici ile doğrudan iletişime geçen, dikkati çeken ve kolay algılanabilen, etkili afiş tasarımları oluşturmayı hedeflemektedirler. Wispa çikolatalarının Studio Output firmasına tasarlatmış olduğu afiş tasarımı da hedef kitlenin isteklerini karşılar nitelikte dikkat çekici tasarıma örnektir (Şekil 17). Tasarımda tüketicinin bildiği ve yakından tanıdığı çikolatanın ambalajına yer verilerek vurgulanmak istenen mesaj daha etkili hal almıştır. Belirli bir süre piyasadan kalkan ve halkın isteği doğrultusunda tekrar üretime geçilen çikolata için verilen mesaj oldukça net ve dikkat çekici özelliktedir. Kullanılan kırmızı ve mavi renkler dikkat çekiciliği artıran bir diğer unsurdur.



Şekil 17. Wispa, Its Back.

Etrafta sürekli görülen ve hayatın bir parçası olan afişler reklam uygulamalarının önemli bir parçasıdır. Reklam afişlerinde amaç tüketici ile etkileşime geçebilmek, onlara ürünlerini en iyi şekilde sunmak, satışı artırmak ve hedef kitleyi ürünlerine çekmektir. Ürünleri birbirini ile aynı özelliğe sahip, farklı firmalar, piyasaya sunulan ürünlerini afiş tasarımı ile insanlara daha özel, daha farklı tanıtmaya çalışırlar. Reklam afişleri ürüne tüketicinin yönelmesini sağlamayı amaçlayan bir unsurdur. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen reklam afişleri başlı başına bir sektör haline gelmiş ve reklam ajanslarının sayısı artmıştır. Afiş tasarımının gelişiminde reklam afişlerinin katkısı büyüktür.

2.2.3.3. Sosyal Afişler

İç ve dış mekanlarda yer alan ve toplumu bilinçlendirmek amacıyla oluşturulan afişlere “sosyal afiş” denilmektedir. Sosyal afişler, trafik kuralları, doğal afet, sağlık, eğitim, zararlı madde tüketimi gibi konularda uyarıcı, eğitici ve bilinçlendirici içerikler esas alınarak tasarlanmaktadır. Sosyal afişlerde de tüm afişlerde olduğu gibi esas düşünce belirlenerek ona uygun tasarım yapılması gerekmektedir. “Sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşüncüyü ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler ise sosyal afişler grubunda yer alır” (Becer, 2018, s. 202). Sosyal afişler ticari kaygı ile oluşturulmazlar. Temel kaygı insanlar ile etkileşimi sağlamaktır. “Genel olarak

sosyal afişlerin konuları arasına insan, kadın, çocuk ve tüketici hakları, hayvan hakları, sağlık (toplum sağlığı ve kişisel sağlık), çevre sorunları, dilin yozlaşması gibi kültürel konular, savaşın toplum üzerindeki psikolojik, sosyolojik ve fiziksel etkileri girmektedir” (Tanrıkulu, 2009, s. 54). Sosyal afişler toplum ruhuna, duygusuna dokunmayı amaçlar ve kendini o an tasarıma yakın hissedenden insan durumu daha dikkatli ele alır. Toplumsal konuları ele alan sosyal afişler sosyal statü bakımından her kesimden bireye ulaşmayı amaçlamaktadır.

Televizyonda yayınlanan bir reklam filmi izleyicinin inisiyatifindedir ve seyirci reklamı seyretmek istemezse kanalı değiştirme olanağına sahiptir. Afiş ise her kesimden insana hitap eder. İnsanlar genellikle yolda yürür, alışverişe gider, hastaneye gider, çevresini gözlemlerler ve dolayısıyla dış ve iç mekanlara asılan afiş tasarımlarına maruz kalırlar yani karşılaşmak istedikleri konuları seçme şansları pek yoktur. Sosyal afiş toplumu ya da tüm insanlığı ilgilendiren konularla ilgilidir. Sosyal afişler devlet için önemli bir unsurdur, toplumu ilgilendiren olayları konu edinmektedir. Sosyal afişlerde toplumu bilinçlendirmek, harekete geçirmek konu alındığı için gündemi takip etmek doğru çözümler üretmek tasarımcının görevidir.



Şekil 18. MPT - Ministerio Publico do Trabalho, Child labor. If you don't speak up, it doesn't stop, 2016.

Sosyal afişlerde tasarımcı tüm detayları göz önüne almak durumundadır. Esasında insanları bilgilendirmek, önemli bir durumu duyurmak sosyal afişlerin özelliği olduğu için

mesajları topluma iletme kaygısı en üst seviyededir (Şekil 18). Brezilya’da çocuk işçilerin varlığı ve ağır işlerde çalıştırılmasına dikkat çekmek için tasarlanan afiş tasarımı soruna ses getirmeye yönelik metin ve görsel düşünülmüştür. Brezilya halkının mevcut durum karşısında sesini çıkarmamasından yakınan tasarımda kullanılan dudak fotoğrafı ve üzerinde yer alan tuğla taşıyan çocuk illüstrasyonu mevcut durumun birbiri ile bağlantılı olduğunu vurgulamakta ve sağ alt köşede yer alan metin ile bu durumun çözüme kavuşmasına yönelik etkili bir mesaj içermektedir.

Önemli bir durumu duyurmak demek etkili ve hızlı çözüm üretmekle sorumlu olmak demektir. Etkili ve hızlı dönüş bekleyen olaylarda algılanabilirliği düşük afişlerin tasarlanması amaca ulaşmaz, aksine tasarımcı tasarım aşamasında daha dikkatli düşünerek, toplumla direkt olarak, duygusal anlamda dikkatleri çekmek için doğru dili bulmak durumundadır. Zaman sınırlılıkları içerisinde onlarca afiş arasından fark edilmeyi bekleyen sosyal afişler önemli bir durumu aktardığı için diğer türdeki afişlere nazaran iki kat daha fazla dikkat çekici olmak zorundadır. Sosyal afiş tasarımlarında topluma mesaj kısa ve etkili bir şekilde iletilmektedir. İnsanlarla iletişim kurarak konuyu, mesajı içselleştirmesi beklenerek bunu davranışa dökmesi hedeflenir.

Sosyal afiş tasarımlarının temel amacı insanları psikolojik açıdan etkilemek ve iletişime geçmektir. “Bu afişlerin yazı kısmı, kendine has kullanılan sloganlar ile kolay ve kısa olmalıdır. Bu olmadığı zaman izleyici ile afiş arasındaki bağın kopması durumu oluşabilir. Bazen sosyal afişlerde yazıyı birinci derecede önemli bir unsur olarak görebiliriz. Nedeni ise slogan cümlesi öyle etkili olabilir ki renk ve görsel biçimden daha önemli konuma geçer ve diğerlerini ikinci plana iter” (Köksal, 2014, s. 44). Afiş tasarımının önemli noktası kullanılan nesnelerin tasarımda bütünlük oluşturmalarıdır. Toplumun her kesimine hitap eden sosyal içerikli afişlerin dili oldukça sade, etkili ve dikkat çekici olmak durumundadır. Sosyal afişler genellikle izleyicinin empati kurmasını amaçlamakta ve bu duyguyu yakalayabilmek için tasarımcılar birbiri ile çağrışım yapan görsellerin, tipografik unsurların yer aldığı tasarımlar ortaya çıkarmaktadır. Sosyal içerikli afişlerde özgün ve yaratıcı örnekleri görmek mümkündür.

2.2.4. Bir Afiş Yapıtının Grafik Tasarım Öğeleri

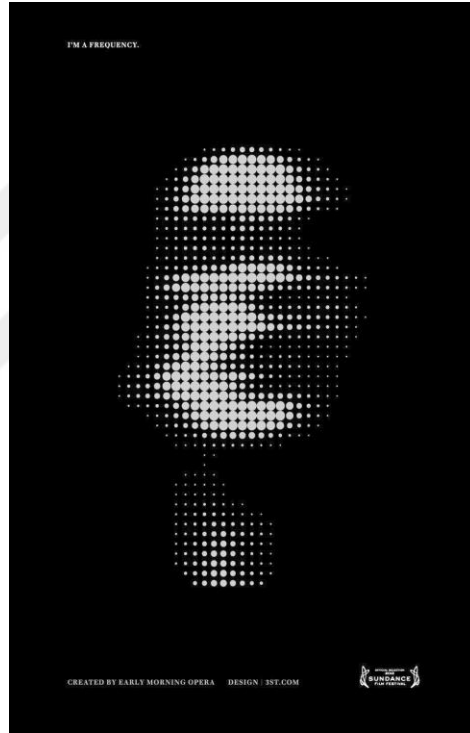
Grafik tasarım öğeleri, tasarımcıya tasarım sürecinde düşüncüyü etkili biçimde aktarmanın yollarını sunmaktadır. “Bir afiş, gazete ilanına, broşüre ya da reklam filmine oranla daha zor fark edilir. Afiş ve ilan panolarına yapıştırılan sayısız görüntü ve mesaj, birbiriyle amansız bir rekabet içine girer. Medya ve Pazar araştırmaları; afişlerin, sokaktaki insanların ancak %25 ya da %30’u tarafından fark edilebildiğini ortaya koymuştur. Bu oranı artırmak, grafik tasarımcının yeteneğine bağlıdır” (Becer, 2018, s. 203). Hedef kitle ile etkili iletişime geçebilen bir tasarım oluşturmak isteyen tasarımcı, tasarım öğelerinden (çizgi, nokta, ölçü, yön, biçim, renk, doku değer, aralık) faydalanmalıdır. “Bir sanat eserine uzun bir süreyle bakmanın tersine, bir afiş ya da billboarddaki tanıtımın kısa zamanda anlaşılması beklenir. Asıl düşüncenin, yürürken ya da bir araçla geçerken bile algılanabilir olması, grafik tasarımın temel işlevinden biridir” (Turgut, 2013, s. 18-19). Afiş tasarımı bir ürünün tanıtımı, etkinlik duyurusu ve mesaj iletme konusunda insanlara kolay ulaşılabilir olması bakımından tercih edilen grafik tasarım ürünüdür.

Afiş tasarımı yapılırken uyumu sağlamak, algılanabilirliği artırmak için dikkat edilmesi gereken unsurlar vardır. “Çizgi, renk ve tipografik ilişkilerin birlik içinde olması afişteki uyumu artıracaktır. Böylece afiş ve izleyici arasında anlamlı bir iletişim sağlamış olacaktır” (Tepecik, 2002, s. 76). Afiş tasarımı yaygın olarak firmalar, kurumlar ve devlet tarafından tercih edilen, insanlarla iletişim kurmayı, etkileşim yaratmayı, ürün tanıtmayı, etkinlik duyurmayı, insanları yönlendirmeyi, fikri benimsetmeyi, halkı uyarmayı amaçlayan bir tasarım ürünüdür. Bu nedenle tasarımcının tasarım aşamasında göz önünde bulundurması gereken noktalar mevcuttur. “Afiş bir yerde sanat olayıdır. O halde sergilenmesine dikkat edilmesi gerekir” (İçmeli, 1985, s. 66). Görsel tasarım incelemesi yapılırken tasarımı meydana getiren öğeler göz önünde bulundurulmalı ve açıklanmalıdır. Her bir öğe tasarıma tarz, anlam yüklemektedir. Bu nedenle tasarımcının başlıca dikkat etmesi gereken şey öğelere hakim olarak bilinçli bir şekilde tasarımı oluşturmaktır. Hakimiyet oranına göre tasarımın başarısı da değişkenlik göstermektedir. Tasarımın öğeleri (nokta, çizgi, renk, yön, aralık, biçim, ölçü, doku, değer) ayrı başlıklarda incelenecektir.

Nokta

Nokta tasarımın en küçük ve temel elemanıdır. “Bir ton değeri olan düzlemsel bir alanın, görsel olarak fark edilebilecek derecede küçültülebilen en küçük birimine “nokta” diyebiliriz” (Özol, 2012, s. 18). Parlak’a göre (2012) nokta; görsel anlatımın temel öğelerinden

biridir ve en basit tasarım elemanıdır. Objektif tanımı ile yer belirleyici bir işarettir. Nokta tek başına durgunluğu ifade etmektedir, çoğaldıkça hareket kazanır, büyür-küçülür. “Noktaların, büyüklük-küçüklük farkları, ışık ve renk değişiklikleri, yan yana gelişlerinde aralık ve sıralanış farklılıkları zengin görsel etkiler elde edilmesine olanak sağlar” (Parlak, 2012, s. 86). Bir noktanın tasarımda etkisi sınırlıdır ama birden fazla nokta noktanın bir araya gelmesi, değer unsurunu ortaya çıkarır. Yakınlık-uzaklık, çokluk-azlık, büyüklük-küçüklük, gruplaşma özelliği, zıt oluşumlar tasarımın kurgusunu belirler. Tasarımda nokta kullanımı ile vurgu, biçim, ölçü, yön, aralık, doku, değer öğeleri meydana getirilebilir.



Şekil 19. Studio Thirst, Early Morning Opera (EMO) için afiş.

Studio Thirst tarafından “Early Morning Opera” için tasarlanan afiş tasarımı nokta kullanılarak oluşturulmuştur (Şekil 19). Tek başına fazla bir anlam ifade etmeyen nokta, tasarımda büyük-küçük olarak düzenlendiğinde birliktelik sağlayarak biçim oluşturmuştur. Nokta kullanımı ile ritim, hareket, ton, form unsurları sağlanmıştır.

Noktanın tek başına kullanımı sınırı temsil eder, yan yana gelen birkaç nokta ise sonsuzluğu temsil edebilir. Tasarımda yalnızca nokta ögesi kullanılarak sanat eseri yaratılabilir. Bu tasarımcının hayal gücüne ve teknik bilgisine bağlıdır.

Çizgi

Tasarımın en temel önemli öğelerinden biri de çizgidir. “Çizgi basit bir ifade ile iki nokta arasındaki hat olarak tanımlanabilir. Resim çalışmalarının temelini oluşturan çizgi, aynı zamanda görsel bir anlatım aracıdır” (S, Buyurgan ve U, Buyurgan, 2012, s. 130). Noktaların belirli aralıklarla yan yana gelmesiyle çizgiler oluşur. Çizgi eni boyundan uzun olan olarak ifade edilmektedir. Parlak’a göre (2012) çizgi; noktaların sık ve art arda gelişi ile oluşmuş bir “dizi” bir “noktasal zincir” gibi görülebilir. “İnsanın en ilkel görsel anlatım aracıdır. Çizgi, grafiksel bir anlatım ögesidir. Çizgi kendi başına bağımsız bir eleman değildir. Noktalara bağlıdır. Noktaların birleşmesinden çizgiler oluşur” (Keser, 2009, s. 79-80). Çizgi hayatımızın her alanında varlığını sürdürmektedir. Bir manzara seyrederken ilerde görünen ufuk çizgisi, bir tarağın her bir dişi çizgi etkisi yaratan unsurlardır. Çizgiler kalın-ince, koyu-açık, kesik-devamlı, grenli-keskin, düz-kıvrımlı gibi özelliklere sahiptir. Aynı zamanda çizgi kullanım yerine ve karakterine göre üzerinde belirli anlam barındırmaktadır.

Anlamlarına göre; yatay çizgi; durgunluğu, dikey çizgi; saygınlık ve keskinliği, eğik çizgi; hareketliliği, koyu ve kalın düz çizgi; çarpıcılık ve baskınlığı, zikzak çizgi; heyecanı ve hızlı hareketi, diyagonal çizgi; canlılığı, kıvrımlı çizgi ise; zarafeti yansıtmak için tasarımda kullanılır. “Çizginin kalınlaşıp incelerek, keskinleşip yumuşayarak koyulaşıp açılarak biçim ve düzene ışık değeri kattığını hissederiz ve onu aynı zamanda bu etkileri elde etmek için de kullanırız” (Parlak, 2012, s. 87). Tasarımın başlıca ögesi noktaların devamıyla oluşan çizgilerdir denilebilir. Çizgilerin varlığıyla desen, tipografi, ritim gibi unsurlar oluşturulabilir. Basit anlamda düşünüldüğünde çizginin yer almadığı afiş tasarım örneğine pek rastlanmamaktadır. Düz ya da kıvrımlı, kalın ya da ince, sürekli ya da kesik, grenli ya da keskin özelliklere sahip olan çizgiler tasarımda; objenin dikkat çekmesi veya iki obje orasına koyularak gözün onları birbirlerinde ayrılmalılarının sağlanması amacıyla, zaman zaman ise bazı mesajların iletilmesi için kullanılırlar” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 281). Çizgi görsel anlatım aracıdır ve kısa ya da kalın çizgi olarak sınırlandırılmamaktadır.

Çizgiler biçim bakımından birbirinden ayrılır ve insanlar üzerindeki anlamları, etkileri de farklıdır. Tasarımda denge arandığında birbirine yakın özellikteki çizgiler tercih edilmelidir, bunun yanı sıra tasarımda aranılan özellik zıtlık ise birbirinden farklı biçimlerdeki çizgiler tercih edilerek zıtlık sağlanmış olur.

Çizgileri biçimlerine göre; dik-yatay, kırık, eğik olarak üç grupta incelenebilir. Dik ve yatay çizgiler, durağanlığı ve hareketsizliği yansıtan çizgilerdir. Kırık çizgiler, dinamik etki uyandırır. Eğik çizgiler, hareketliliği yansıtır, çizgi yoğunluğuna göre etkisi fazlalaşır.

Çizginin gücü ilk çağ çizerleri tarafından fark edilerek mağara duvarlarında çizgiyle oluşturdukları desen örneklerini ortaya çıkarmışlardır. İnsanlık tarihinin geçmişine bakılacak olursa yazı 5000 yıl, resim ise 10000 yıllık geçmişe sahiptir. Görüldüğü gibi insanoğlu yazıyı keşfetmeden çizgilerle anlaşılmıştır. (Erbay, 2013, s. 78). Çizgi yardımıyla kendini ifade etmeye çalışarak mağara duvarına çizdiği desenlerle gelecek topluma izler bırakmıştır. İlkel dönemlerdeki insanların taşlara duvarlara çizdiklerine de bakarak çizginin, sanat ivmesini başlatan ilk öğelerden biri olduğu söylenebilir... Çizgi, plastik sanatlarda biçimin öznel ayrımını sağlayan, belirleyici olduğu gibi aynı zamanda psikolojik değerleri de içinde taşıyan bir dışa vurum ögesidir (Özol, 2012, s. 62). İnsanlık tarihinde iletişim çizgi ile başlamaktadır. “Tarih boyunca çizginin, simgesel anlatımıyla yansıtmacı anlatımı arasındaki değerler hep irdelenmiştir. Mağara resimlerinde, resimleme dili olarak kullanılmıştır. Ayrıca simgesel yapının oluşumunda, görsel gösterge elemanı olarak yazı dili rolünü üstlenmiş ve böylece, insana hep en yakın anlatım aracı olmuştur” (Özol, 2012, s. 63). Mağara duvarlarına çizilen resimler çizgi yardımı ile oluşturulmuştur. Uzun bir süre boyunca mağara duvarlarına resim yapan ustaların hep aynı tarzda çizimler yaptığı görülmektedir. Çizgiler kendinden emin bir şekilde tek seferde tamamlanarak oluşturulmuştur. Resimsel etkiden ziyade grafik etkisi mevcuttur.

“Grafik tasarımda birlik ve dengenin temel unsuru çizgidir. Tasarımın dengesini düzenlemeye veya var olan dengeyi anlamlı olarak bozmaya yarar. Doğada bulunan her varlık, tasarım açısından bir çizgi olarak ele alınırsa, nesnenin ayıklama sadeleştirme ve stilizasyon gibi tasarım elemanlarını üstlenmek çizginin görevleri arasındadır” (Tepecik, 2002, s. 32). Güneşi izleyen bir insana bakıldığında onun sadece çizgiden ibaret olduğu görülecektir. Detaylardan uzak ve oldukça sade olan bu görüntü dış hatlarıyla neye bakıldığını anlamaya yardımcı olur. Siluet adı verilen bu biçim, afiş tasarımında sıklıkla kullanılmaktadır.

Çizgiler düzenli aralıklarla büyük-küçük, eğri-düz, kalın-ince, kısa-uzun olarak kullanılınca ortaya ritim çıkmaktadır. Bir opera afişini tasarlarlarken tasarımda ritim etkisini yakalayarak iki farklı sanat dalına da gönderme yapılabilir. Jane Lenica, Wozzeck Operası için tasarladığı afiş tasarımında çizgisel öğeyi kullanmıştır (Şekil 20). Tasarımda görsel sanat ve işitsel sanatın birlikteliği çizgi ile yansıtılmıştır. İnce-kalın, düz-hareketli çizgi kullanımı bir ritim sağlamıştır. Çizgiler yardımıyla figürün detayları ortadan kaldırılarak, figürün

karakteristik yapısının ön plana çıkmasını sağlamıştır. Tasarımda bilinen gerçekten uzaklaşılarak yeni bir anlatım dili oluşturulmuştur. Tasarıma genel olarak bakıldığında ağızını açarak bir şeyler söylediği anlaşılan figürün ses dalgaları çizgi kullanılarak verilmiştir. Küçük bir alandan başlayarak büyük alana yayılan çizgiler hareketliliğin de göstergesidir. Tasarımı inceleme fırsatı yakalayan insanlar görme duyuları yardımı ile ana fikri kolaylıkla anlamaktadır.



Şekil 20. Jane Lenica, Alban Berg Wozzeck Operası için afiş. 1964.

Çizgi yön belirtme özelliğine sahiptir, bir tasarımda vurgu çizgi yardımı ile sağlanabilir. “Tasarımcı, çevresinde gördüğü, hatta göremediği soyut kavramları bile çizgi ile biçimlendirebilir, sadeleştirip, stilize edebilir ve bu şekilde iletmek istediği mesajını görselleştirebilir” (Yalur, 2014, s. 56). Afiş tasarımında çizginin işlevsel olarak kullanım amacı vardır. Tasarımda çizgi bir alanı sınırlandırma, görseller arasına yerleştirilen çizgi ile tasarımı ikiye bölmenin yanı sıra, çizgi kullanımı ile enerjik ya da ritmik bir his yaratılabilir, doku oluşturulabilir, açık-koyu etkisi verilebilir. Aynı zamanda afişlerde hedef kitlenin ilgisini çekmek ya da ana mesaja yönlendirmek için de çizgiden yararlanılmaktadır.

Çizginin insan psikolojisine etkisi vardır, bilinçli bir tasarımcı biçimlerine göre anlamlandırılan çizgilerde bu etkiyi göz önünde bulundurarak, insanlarla tasarımda çizgi kullanımı yoluyla doğru bir iletişim kurmada önemli rol üstlenmektedir. Tasarımcı çizgi

gruplarını ve ne anlama geldiklerini bilmeli ve bu durumu göz önünde bulundurarak tasarımı oluşturmalıdır.

Yön

Bir tasarımda yer alan bütün unsurlar belirli bir yöne sahiptir. Tasarımda izleyicinin göz hareketlerinin sırasını belirlemek tasarımcının elinde olan bir durumdur. “Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür” (Parlak, 2012, s. 92). İletilmek istenen mesaja göre tasarımda yer alan unsurlar belirli bir sıraya konularak, tasarım üzerinde gözün nasıl hareket edeceği belirlenerek doğru etki sağlanabilir. Görsel sanatlarda, bir nesneyi etkili kılmak için yönlerin, doğrultularının etkileşiminden yararlanılabilir. Örneğin, bir figürün biçimsel yapısındaki doğrultular, diğer öğelerin doğrultularıyla etkileşime girerek, biri, bir diğerini daha da algılanabilir hale getirebilecektir. Çünkü bir kompozisyonu algılanabilir kılan şeylerden biri de, belli yöndeki bir figürün diğerlerine karşıtlık oluşturmasıdır (Turgut, 2013, s. 151). Yön, tasarımda etkiyi sağlamanın bir yöntemidir. Tasarımda kullanılan yön yardımıyla görsel kılavuz oluşturulmakta ve görsel seyir açısından etkili bir tasarım ortaya çıkmaktadır.



Şekil 21. Max Huber, Monza otomobil yarışları için afiş. 1948.

Max Huber tarafından Monza otomobil yarışları için tasarlanan afiş fütürist özellik taşımaktadır (Şekil 21). Tasarımda kullanılan ileri doğru ilerleyen oklar yolu, hızı ve hareketi yansıtmaktadır. Kompozisyon bakımından gözü iki yöne çekmektedir. Ok yardımı ile göz sağ üst köşeden başlayarak sağ alt köşeye doğru devam ederek insan gözünün tüm alanı taramasına yardım etmektedir. Tipografik düzenlemede geriye doğru bir hareket, yön söz konusuysen oklar ileri doğru yönelimi işaretlemektedir.

Yön tasarımı göz takibini sağlayan sanatsal çizgidir. Tasarımda bu çizginin kopmadan ilerlemesi ve öğeler arasındaki geçişi sağlaması gerekir. Göz hareketini sağlayan yön sonucunda hareket meydana gelmektedir. “Hareket genellikle yöne bağlı olarak oluşur. Kompozisyonu oluşturan öğeler karşıtlık düzeni içinde farklı hareket etkisi yaratabilir” (Parlak, 2012, s. 93). Yön yukarı-aşağı, sol-sağ, diyagonal ya da farklı bir biçimde oluşturulmaktadır. “Grafik tasarımda da, bir iletinin aktarılmasında biçimlerin yön doğrultularının etkileşiminden yararlanılabilir. Tasarım düşüncesine göre, kimi zaman, görsel, kimi zaman da tipografik öğelerin kendi aralarında oluşturulan yön etkileşimleriyle devingen ve uyarıcı nitelikte bir çözüm elde edilmiş olur” (Turgut, 2013, s. 152). Tasarımın öğelerinden biri olan yönü başarılı bir şekilde tasarımda uygulamak ustalık gerektirmektedir. Afiş tasarımı için yön unsuru iyice kavranmalı ve tasarım yön unsuru göz önünde bulundurularak oluşturulmalıdır.

Ölçü - Boyut

Bir tasarımda diğer önemli öge ise boyuttur; vurgu, etki ve algılanabilirlik tasarımda kullanılan unsurların boyutlarında farklılık oluşturdukça artar. Aynı boyutlarda birkaç öğenin bir araya getirilmesi ile oluşturulan bir afiş tasarımı dikkat çekiciliği zayıf ve sıradan olacaktır. Önemli olan tasarımda öğelerin amaca uygun, dengeli ve estetik olarak boyutlandırılmasıdır. “Doğadaki tüm nesneler titiz bir boyut ilişkisi içindedirler. Bir formun kalınlığını, derinliğini, uzunluğunu, genişliğini belirleyen ölçüm serileridir. Biçimlerin farklı boyutlarda kullanıldığında farklı etkilerin elde edilmesi nedeni ile ölçü önemli bir tasarım ögesidir” (Parlak, 2012, s. 92). Aynı ya da farklı biçim olması fark etmeksizin tasarım üzerinde gerekli ölçülendirme yapılması gerekmektedir. Ölçü tasarımda farklı boyutlarda kullanıldığında farklı etkiler yaratmaktadır Ölçü tasarımda önemli bir unsurdur.



Şekil 22. Jan Tschichold, Die Frau Ohne Namen film afişi. 1927.

Tschichold'un ilk önemli afiş tasarımı Münih Phoebus-Palast'ta gösterilecek olan filmler için tasarlanmıştır (Şekil 22). Tasarımda ölçülendirme yapılarak film projeksiyon mekaniğine ve perde ışığına çağrışım yapılmıştır. Ölçülendirmeye tipografi de katılarak tasarımı bir bütünlük sağlanmıştır. Tasarımda kullanılan tren vurgu noktası olarak düşünülerek renk yardımıyla dikkat çekiciliği artırılmıştır. Tasarım izleyicide dinamik bir etki uyandırmaktadır ve bu etki ölçü kullanımıyla dikkatli bir şekilde oluşturulmuştur.

Aralık

Tasarımda çoğu zaman şekiller ve tipografi düzeni aynı aralıkta oluşturulmazlar. Bunun nedeni vurgu noktası, boyut problemi, algı kaygısıdır. Hep aynı boşluk ve uzaklıkla olan unsurlarla oluşturulmuş bir tasarım hiyerarşi ve vurgu ilkeleri göz önünde bulundurulmadan oluşturulduğu için hedefine ulaşmakta güçlük çekebilir. Bunun yerine farklı aralıklarla tasarıma yerleştirilmiş unsurlar dikkat çekici ve anlaşılır olacaktır. "Tasarımda birbirine yakın aralıklar uygun, birbirinden uzak olanlar ise birbirleri arasında kopukluğa neden olur ve birliktelik göstermez. Yan yana olan aralıklar tekrar edilirse monotonluğu getirebilir. Bu sebeple form ve mekanlar arasında farklı büyüklükte aralıklar kullanılması

kompozisyona hareket ve dinamizm getirir” (Parlak, 2012, s. 93). Renk, oran farkı, açık-koyu ve ara tonların dağılımı, ışık-gölge ilişkisi aralığı sağlamaya yardımcı olan etkenlerdir.



Şekil 23. Leonardo Sonnoli, Udine kenti için afiş. 2005.

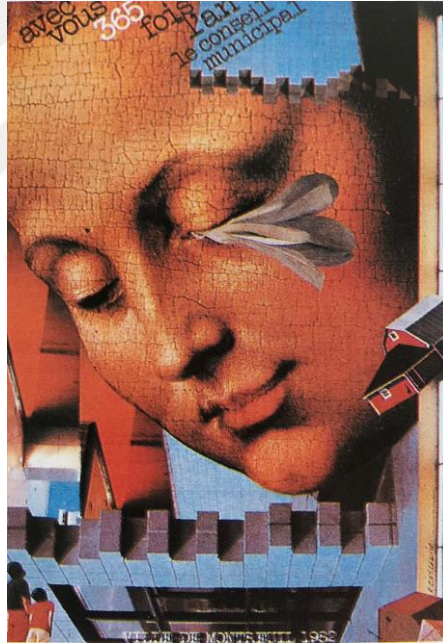
Udine kenti için Leonardo Sonnoli tarafından tasarlanan afiş tasarımında kullanılan aralık kompozisyon genelinde tasarımı etkin ve vurgulu hale getirmiştir (Şekil 23). Aralığın planlanarak oluşturulması tasarımda kullanılan öğelerin birbiri ile bütünleşmesini sağlamıştır. Tasarımda kullanılan heykel ve heykelin siyah üçgen form üzerinde yer alan tipografi ile kesişmesi, udine yazısı ile aynı düzlemde olan kırmızı yazının bütünlüğü tasarımın temeline yayılmış ve aralık ögesi tasarımda etkin kullanılmıştır.

Doku

Doku tasarıma değer katan bir öğedir ve düzenli tekrarın olduğu yüzeyde dokunun varlığından bahsedilebilir. “Sanatsal anlamda doku, maddelerin doğal yapısının dış yüzeyindeki görüntüsüdür” (S, Buyurgan. ve U, Buyurgan. 2012, s. 132). Doku görme ve dokunma olmak üzere iki duyuya hitap eder. Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından söz edilebilir. Grafik tasarımcının vazgeçilmez malzemesi olan kağıtlar da farklı dokularda üretilirler. Sert ve düz, sert ve grenli,

yumuşak ve düz, yumuşak ve grenli vb. dokularda üretilen birçok kağıt türü bulunmaktadır (Parlak, 2012, s. 91). Dokular yapay ve doğal olmak üzere iki farklı gruba ayrılmaktadır.

Doğal dokular: Dokunarak hissedilebilen dokular doğal dokulardır. İnsanın oluşturmadığı, kendiliğinden var olan; taş, bitki, toprak, deri doğal dokulara örnektir. Yapay dokular: Mevcut doğal dokunun insanlar tarafından gözlemlenip ya da teknolojik aletler devreye sokularak iki boyutlu hale getirilmesidir. Örneğin resim içerisinde ağacın gövdesi insanlar tarafından dokunun var olduğunu belirtir ama dokunulduğunda elle hissedilemez. Bunun gibi fotoğraf makinesi tarafından çekilen taş ev üzerinde bulunan doku da el ile hissedilemez ama varlığı bilinmektedir. Ev duvarlarına kaplatılan doğal taş görümlü duvar kağıtları da yapay dokuya bir örnektir. Yapay dokular görsel dokudur, cismin gerçek dokusundaki etki hissedilmez.



Şekil 24. Roman Cieslewicz, Seninle Yılın 365 Günü isimli afiş. 1981.

Cieslewicz'in 1981 yılında tasarlamış olduğu afiş tasarımı yapay doku örneğini yansıtmaktadır (Şekil 24). Kolaj ve fotomontaj yöntemiyle oluşturulan 'Seninle Yılın 365 Günü' afişinde ilk olarak kadının yüzü dikkat çekmektedir. Tenin mevcut dokusunun dışına çıkarak tasarımcı taş, kil dokusunu figüre işlemiştir. Fotografik anlatım gerçeği yansıtan detaylı bir anlatım çeşididir. Tasarımcı tasarımı oluştururken fotoğraftan faydalanmasına rağmen ilk izlenimde insanda resimsel etki uyandırmaktadır. Afiş tasarımının algılanır ve dikkat çekici olması için yalınlığa başvurulmaktadır. Bu tasarımda ise ezber bozan nitelikte

bir örnek görülmektedir. Tasarımda doku o kadar detaylı bir şekilde işlenmiştir ki görsel düzenleme dikkat çekici hale gelmiştir.

Renk

Işık kaynağının insan gözü tarafından algılanarak değişik dalga boylarına verilen isime “renk” denir. Renk mucizesi birçok bilim dalı tarafından araştırılmaktadır. Fizikçiler maddi olmayan doğal kanunları, dokunulmaz olan rengi araştırırken kimyacılar maddesel rengin, örneğin boya maddesinin pigmentlerinin, moleküler kompozisyonunu araştırmaktadır. Rengin kullanımındaki sanatsal uygulamalar fizyolojistleri, psikologları, simgecileri ve teologları da kapsayan bu çeşitli yaklaşımların bir birleşiminden yararlanır” (Keser, 2009, s. 272). Renk kavramının nasıl var olduğunu açıklamak öncelikle fiziğin konusu olmuştur. Renklerin insanlar üzerindeki etkisini açıklamak ise sanat ve psikolojinin alanına girmektedir. “Renk ışıkla birlikte anılabilir. Işık olmadan rengin varlığından söz etmek imkansızdır” (Uçar, 2017, s. 168). Çevremizde gözümüzün algıladığı her şey, ışık kaynağıdır. “Bilindiği gibi, en büyük ışık kaynağı güneştir ve güneşten yansıyan ışınlar ilk olarak gözümüz tarafından beyaz renkli olarak algılanırlar. Ancak güneş ışınlarına bir prizma tutulduğunda, prizmadan geçen beyaz güneş ışığının yedi renge; kırmızı, turuncu, sarı, yeşil, mavi, lacivert ve mora dönüştüğünü rahatlıkla görebilmemiz mümkündür” (Küçükdoğan ve Küçük, 2013, s. 66).

Uçar’a (2017) göre renk; önemli bir tasarım ögesi olduğu gibi, aynı zamanda sembolik bir değeri de vardır. Tek başına renk mesaj verebilir, davranışları yönlendirebilir, insan fizyolojisi üzerinde etkiye sahiptir. Bu fizyolojik etki rengin bir sembol olarak oluşumu ve kullanımında etkin olur.

Renkler 3 kategoride incelenmektedir. Hue; rengin adıdır, kırmızı, mavi ve yeşil gibi, renklerin birbirinden ayrılmasını sağlamaktadır. Value; parlaklık-koyuluk ile ilgilidir, açık kırmızı-koyu kırmızı, açık sarı-koyu sarı gibi farklı tonlar farklı değerleri vermektedir. Işığın farklı dalga boyları ile gelmesiyle ton farklılıkları oluşmaktadır. Saturation; aydınlık-soluklukla ilgilidir, parlak kırmızı-soluk kırmızı, parlak yeşil- soluk yeşil gibi. Bir resimde ya da pigmente bağlı olarak sulu boyalarda, yağlı boyalarda, renkli kalemlerde temel renkler kırmızı, sarı ve mavidir. Başlıca renk denmesinin sebebi ise 3 ana rengin hiçbir renk karışımı ile elde edilemiyor oluşu ve diğer renklerin bu üç ana rengin karışımı ile elde edilebiliyor olmasıdır. Renklerin karışımı ile sayısız ton ortaya çıkmaktadır.

İnsanlar güne gözlerini açtığı andan itibaren renklere maruz kalmaya başlamaktadır. Algılanan renkler insanlar üzerinde bazen umulmadık şekilde huzur hissi verirken bir başka renk ise kişi üzerinde huzursuzluk hissi yaratabilir. Yaşanılan bir olay birey üzerinde olumlu bir duygu uyandıran rengi tam tersine çevirip o rengi gördüğünde huzursuz hissetmesine sebep olabilir. Renkler bireylerin psikolojileri ve duyguları üzerinde doğrudan, büyük bir etkiye sahiptir. “Psikolojide renk, algılanan şeyin bir parçasıdır. Bu kavram en geniş anlamıyla, görsel deneyimlerin zaman ve mekan boyutlarından soyutlanması durumunda, arda kalan şey olarak açıklanabilir” (Genç ve Sipahioğlu, 1990, s. 118). Renkler birey üzerinde huzursuzluk hissetmeye neden olduğu gibi sevgi, neşe, sakinlik gibi duygularını da çağırıştırabilir. Renklerin insanlar üzerinde psikolojik etkilere sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Bazı renklerin psikolojik etkilerine göre anlamlandırılmaları şu şekildedir: Kırmızı; bireyde şiddet, heyecan, enerji ve aşk gibi konuları çağırıştırırken, mavi; huzur, dinginlik, ferahlık, serinlik, siyah; matem, ölüm, sarı; sıcaklık, mutluluk, neşe, enerji gibi duyguları uyandırmaktadır.

Sarı bir alana odaklandığımızda, başka bir ışık kaynağı yoksa göz çevresinde kalan diğer nesneler de sarı tonlarını içermeye başlar. Rengi değiştirerek mavi yaparsak aynı durum söz konusu olmakla birlikte duygu durumunuzda da sakinlik ve rahatlama söz konusu olur, fakat rengi değiştirip kırmızı tercih edersek tam tersi olarak uykunuz kaçır. Sonuç olarak her renk bizi farklı biçimlerde etkilemektedir. Sanat ve tasarım da renkler üzerine kuruludur. Günümüzdeki bazı yapıtlara baktığımız zaman, resim sanatından figürün çıkmaya başladığını ve bu yapıtların izleyiciye, renklerden başka hiçbir şey çağırştırmadığını görmekteyiz. Fakat renk, her zaman olduğu gibi plastik öge olarak kalıyor. Ne kadar çok farklı sanat anlayışı olursa olsun, renk, her zaman duyguların anlatımında vazgeçilmez bir unsur olarak kalacaktır” (Ertan ve Sansarcı, 2017, s. 214). Işık var olduğu sürece renk varlığını sürdürecektir ve psikoloji ile ilişkisi devam edecektir.

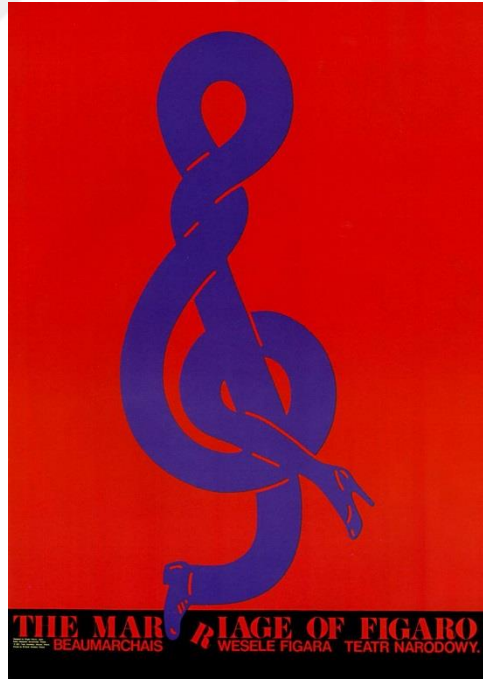
Rengin anlamlandırılması kültüre, duyguya ve tarihsel olguya göre değişkenlik göstermektedir. Bir nesne bazen insan zihninde biçiminden önce rengi ile anımsanabilir. Bu durum rengin insan algısında önemli bir yeri olduğunu göstermektedir. “İnsan gözünün algıladığı 700’den fazla renk nüansını güneş kuşağının yedi temel rengi, yedi müzik notası, yedi uydu, haftanın yedi günü... gibi ilişkilerin farklı sembolik yapıları ile olan bağlantıları, çeşitli kültürlerde farklı şekilde yorumlanmıştır” (Uçar, 2017, s. 45). Kültür ve renk birbiri ile ilişkili kavramlardır. “Renklere gösterilen tepkiler biraz da geçmişteki deneyimlere bağlıdır. Dinler, gelenekler, inançlar, moda, reklam bireyin renklere olan tepkisini şekillendirmektedir. İnsanlar renklerin bilincinde olsa da, olmasa da üzerindeki etkilerini görecekler” (Ketenci ve

Bilgili, 2006, s. 110). Renklerin insanlar üzerinde farklı etkiye sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Farklı psikolojideki, kültürdeki insanlar farklı renklerden hoşlanmaktadır. Kişilerin renk tercihinde kültürün etkisi de önemli bir faktördür. Parlak renkler genellikle geri kalmış ülkelerde tercih edilirken yumuşak renkler yaşlı insanlar ve gelişmiş ülkeler tarafından tercih edilmektedir. Ülkemizdeki bölgelerde kendi içerisinde de renk tercihi değişkenlik göstermektedir bunun nedeni coğrafi koşul, yaşam kalitesi ve eğitim faktörüdür.

Renkler ve kültürler arası anlamlandırılması ile ilgili araştırmalar vardır. Uluslararası Renk Danışmanları Derneği'nin Avrupa ve Amerika'da yaptığı anket çalışmalarına verilen cevaplarda farklılıklar göze çarpmaktadır. Örneğin Avrupa'da yapılan anketlerde sarı ve turuncu renklerinin %100'lük bir oranda mutluluğu sembolize ettiği düşünülürken, aynı renkler Amerika'da deneklerin sadece %63'ü tarafından mutlulukla özdeşleşen renkler olarak tanımlanmıştır" (Uçar, 2017, s. 171). Renkleri anlamlandırma biçimi kültürden kültüre değişen bir olgudur. Her rengin kültüre de bağlı olarak aktardığı bir mesajı vardır.

Grafik tasarım dergisi editörlerinin sayı 52'de renklerin psikolojik anlamları üzerine yaptığı araştırmaya göre; renklerin psikolojik olarak farklı kültürdeki anlamları kırmızı ve tonları için: Çin; köprülerinin rengi, iyi şans, kutlama, çağırma, Çerokiler; zafer, başarı, Güney Afrika; yas/matem rengi, Batılı toplumlar; heyecan, sevgi, aşk, tutku, durmak, Musevilik; fedakarlık, günah, Japonya; hayat, Hristiyanlık; fedakarlık, tutku, sevgidir. Mavi ve tonları: Avrupa Ülkeleri; teskin edici Çerokiler; mağlup etmek, bela, İran; yas, cennetin ve maneviyatın rengi, Çin; ölümsüzlük, Hinduizm; Krishna'nın rengi, Musevilik; kutsallık, Hristiyanlık; İsa'nın rengi, Orta Doğu; korunma, Dünya genelinde; "güvenli" renk olarak anlamlandırılmaktadır. Sarı ve tonları: Avrupa ülkeleri; mutluluk, umut, keyif, korkaklık, tehlike, kuvvetsizlik, Asya; görkemli, kutsal, Çin; asalet, besleyici, Mısır; yas, Japonya; cesaret, Hindistan; tüccarlar, Budizm; bilgelik anlamına gelir. Yeşil ve tonları: Çin; sağlık, refah, uyum, Japonya; hayat, İrlanda; tüm ülkenin sembolü, Abd; para, Batılı toplumlar; bahar, doğum, gitmek, Saint Patrick Günü, Noel'i (kırmızı ile birlikte) çağrıştırmaktadır. Beyaz ve tonları: Avrupa ülkeleri; evlilik, melekler, doktorlar, barış, Japonya; matem, beyaz karanfil ölümü temsil eder, Çin; matem, ölüm Hindistan; mutsuzluk, Doğulu toplumlar; cenaze'yi çağrıştırır. Siyah ve tonları: Avrupa ülkeleri; yas, cenaze, ölüm, başkaldırı, soğukkanlılık, dinlendirecilik, Çin; tarafsız renk Tayland; Kötü şans, kötülük, mutsuzluk, Musevilik; mutsuzluk, kötü şans, kötülük, Avustralyalı aborjinler; halkın rengi, törenlerde sürülen boya anlamına gelmektedir.

Tasarımın temel öğelerinden biri de renktir. “Renk, grafik tasarımın temel bir öğesi, dikkat çekmek için kullanılabilecek bir araçtır. İzleyiciye yol gösterir, yönlendirir ve sunulan bilgiye karşı nasıl tepki vermesi gerektiği konusunda bilgilendirir” (Ambrose ve Harris, 2013, s. 11). Temel öğe olan rengi tasarımcının iyi tanınması ve duruma, beklentiye ve amaca uygun tercih etmesi önemlidir. Grafik tasarım söz konusu olduğunda rengin önemi daha da artmaktadır. “Yaşamın olmazsa olmazı, ışığın oyunları olarak tanımlanabilecek renk, tasarım dendiğinde öncelikli olarak akla gelen öğelerden biridir” (Elden ve Özdem, 2015, s. 87). Renk kullanımı ile tasarımda vurgulanmak istenen nesne ön plana çıkarılabilir, tipografi algılanır kılınır ya da tam tersi daha az dikkat çekmesi istenilen nesneler arka plana itilebilir. Bu sayede görsel hiyerarşi sağlanmasında renk önemli bir unsur haline gelmektedir. “Zira renk, tasarıma bir kimlik ve kişilik kazandıran; ön plana çıkmasını ya da geri planda kalmasını sağlayan; izleyenin ruhsal durumunda etkiler yaratan bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır” (Elden ve Özdem, 2015, s. 87). Rengin grafik tasarım alanında kullanım amacı; algıyı üzerine yönlendirmek, akılda kalmayı sağlamak, etki yaratmak, duygulara dokunmak, bir durumu çağrıştırmak için kullanılan durumlardır.



Şekil 25. Shiego Fukuda, Figaro’nun Düğünü Operası için afiş. 1987.

Shiego Fukuda’nın 1981 yılında “Figaro’nun Düğünü” operası için tasarladığı afiş tasarımında renklerin anlamları librettoya uygunluğuyla dikkat çekmektedir (Şekil 25). Fukuda kırmızı, siyah ve mor rengini kullanarak oluşturduğu afiş tasarımında kadın ve erkeğin

dansını ve müziğin varlığını göstermek amacıyla sol anahtarı kullanmıştır. Orta merkezli bu kompozisyonda İspanya'da karısına ihanet etmek isteyen Almaviva Kontu'nun sarayında geçen bu operette soyluluğun rengi olan mor renk kullanılmıştır. Figaro kocasının sadakatsizliğinden şikayet eden Kontes ile birlik olup Kont'a engel olmak için yaptığı tuzağı tasarımcı, “Evlilik” kelimesine takılıp düşen bir erkek ayağını ifade eden bir tipografik oyunla aktarmaya çalışmıştır” (Yüksel Kirişcan, 2018, s. 64). Renklerin ilettiği anlamlar düşünülerek afiş tasarımında kullanılmalıdır. Renk yardımıyla tasarım görsel bir şölen halini alabilir. Tasarımcının dikkat etmesi gereken, renklerin anlamlarına hakim olmak ve renkleri anlamaktır.

Tasarımcı tasarımını bir renk üzerinden kurabileceği gibi seçtiği renk ile vurgulamayı ve etkiyi de artırabilir. Tasarımda renklilik arttıkça hem fiyat hem de dikkat çekicilik artar. Renk ürüne kişilik kazandırır, mesaj verir ve kimlik oluşturur. Bu yüzden; görsel sanatlarda renkler önemli bir olgudur. Renkler mesaj verir ve sözsüz iletişimin bir parçasıdır. Renk konusu içinde renklerin tek başlarına analizinin yanı sıra, birbirleriyle olan ilişkileri de değerlendirilmelidir. Renkler müzik notalarına benzetilebilir; nasıl her nota tek başına güzel bir ses verirse, her renk de tek başına güzeldir. Notaları birlikte kullanarak birbirlerine uzaklıklarını, şiddetlerini, ritimlerini iyi düzenlediğimiz zaman, armoni içinde güzel bir müzik eseri ile karşılaşırız” (Uçar, 2017, s. 45-46). Tercih edilen renkler dolaylı yoldan ideolojik anlamlar içerdiği için her zaman göz önünde olan insanlar kıyafetlerinde tercih ettikleri renkleri bilinçli olarak seçmektedir. Aynı şekilde hizmet sektörü de renkleri bilinçli olarak kullanmaktadır. Renklerin gücü yadsınamaz şekilde gerçektir. Bu nedenle tasarımcının renkleri yakından tanınması gerekmektedir. “Sanatçı renklere estetik açıdan ilgi duyar ve bilgilerin tümüne, ışığın fiziğine, boya pigmentlerinin kimyasına, dayanıklılığına, görmenin fizyolojisine, psikolojisine gereksinim duyar” (Ketenci ve Bilgili, 2006 s. 117). Grafik tasarımcı tasarımı oluştururken hedef kitleye uygun renk seçimi, kullanılacak olan rengin kültürel çağrışımını ve firmanın kimliğine uygunluğunu göz önünde bulundurmak durumundadır.

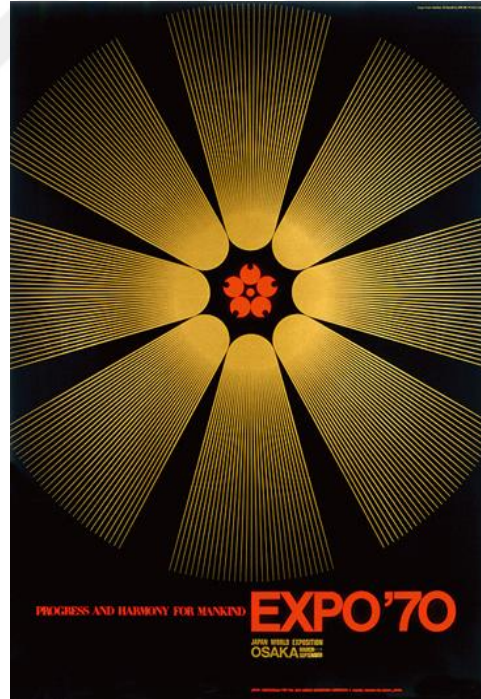
Değer - Ton

Bir tasarımda renk kullanımı kadar önemli bir diğer öge ise değerdir. Rengin değişik değerlerde kullanılması etkiyi farklılaştırdığı için bu tasarım ögesine ton değeri de denilebilir. Renk farklı oranlarda kullanılınca etkisi de farklılaşır bu nedenle ton değeri faktörü ortaya çıkar. Bir rengin açık-koyu, canlı-solgun kullanımına göre etkisi de değişkenlik

göstermektedir. Tasarım tek renkli, çok renkli olabilir ya da tek renk üzerinde farklı değerler kullanılarak etki çeşitlendirilebilir. Bu yolla yapılan tek renkli tasarımlar tek renkli (monokrom), çok renkli tasarımlara ise çok renkli (polikrom) düzenleme adı verilir.

Yüzeyin karanlık ya da aydınlık olmasına ton denir, bir cisme yansıyan ışık miktarı ton değerini belirleyen unsurdur. “Tasarım yüzeyleri üzerinde en çok izlenen tonlar, grinin çeşitlemeleri ve siyah tonlarıdır. Tasarımda kullanılan ton ve çizgiler kontrast oluşturan elemanlardır” (Ketenci ve Bilgili, 2006 s. 281). Ton farklılıklarından faydalanarak vurgu yapılabilir, odak noktası istenilen yere çekilebilir. Ton değerlerinden faydalanarak bir çizimde üç boyutlu etki yaratmak mümkündür.

Açık değer kullanılarak oluşturulan tonlar insanlar tarafından daha uzakta algılanırken daha koyu değerli tonlar daha yakındaymış hissi vermektedir. Bunun bilincinde olan tasarımcılar vurgu noktasını, hiyerarşik düzenlemeye göre koyudan açığa doğru tasarıma yerleştirmektedir.



Şekil 26. Yusaku Kamekura, Osaka’da yapılan EXPO’70 için afiş. 1970.

Kamekura Japon Konstrüktivizm etkisiyle tasarladığı “Expo’70” afişinde değer unsurunu çizgi ile yansıtmıştır (Şekil 26). Merkezden etrafa yayılan ışık izlenimi çizgilerin düzenli sıklıkla yan yana gelmesi ile oluşturulmuştur. Avrupa Konstrüktivizminden farklı olarak merkezi ve simetrik kompozisyon planlanarak oluşturulan tasarım dikkatleri üzerine

çekmektedir. Merkezde sert bir şekilde algılanan ton eksen genişledikçe yumuşamaktadır. Bu tasarımcının dikkat noktasını merkez olarak belirlediğinin göstergesidir. Tasarımcı değer unsurunu kullanarak hiyerarşiyi belirleyebilir, gözün hareket şeklini etkileyebilir.

Biçim - Form

Afiş tasarımının önemli öğelerinden birisi de biçimdir. “Çizgi, renk, renge ilişkin ton derecelendirmesi, kütle ve hacim gibi unsurlar plastik bir sanat eserinde biçimi oluştururlar” (Tansuğ, 1976, s. 47). Biçim cisimlerin çevre çizgileri ile geometrik ya da serbest bir kalıba girmesidir. TDK’ya (2019) göre biçim bir sanatçıya, bir çağa ya da bir ülkeye özgü teknik, renk, biçimlendirme, söyleyiş özelliği ve anlatım biçimi anlamına gelen biçem, stil, tarz, üslup olarak da bilinmektedir. Biçimler değişken ya da sabit olabilir. Farklı boyutlarda iki kare ölçü olarak aynı olmamasına rağmen biçimleri aynıdır. İnsan ayaktayken ve oturur pozisyondayken bedeni farklı biçimde görülmektedir. Çeşmeden hararetli akan bir su madde olarak aynı olsa bile biçim olarak hep farklıdır. “Doğada var olan her cismin bir geometrik forma dayalı bir biçimi vardır. Fakat biçimlerde kendi aralarında büyük farklılıklar gösterir. Bir kısmı geometrik bir düzen içinde oldukları halde pek çokları tamamen serbest görünümlüdürler” (Parlak, 2012, s. 91). Biçim görünür ve hissedilir olan üç boyutlu görünümün ifadesidir. Şişe, top ya da vazo biçime örnektir. “Form daima, yuvarlaklık ya da keskinlik, güçlülük ya da çekimsizlik, uyum ya da uyumsuzluk durumlarının görsel niteliklerini, onların şekillerinde bulmak yoluyla, eşyanın pratik işlevlerinin daha da ötesine uzanır. Böylelikle onları, insan durumunun imgesi olarak, simgesel tarzda gösterir” (Genç ve Sipahioğlu, 1990, s. 55).

“Sanat tek bir biçim yaratışı olduğu kadar biçim olgusunun devamlılığıdır. Paleolitik mağaralardaki hayvan resimlerini yapan sanatçıların bile kayalar üzerindeki doğal, hayvanlara benzer oluşumlardan yararlandığı görülmüştür. Doğadaki oluşumları bir takım figürler ve nesnelere benzetmek biçim duyarlılığının ruhsal bir yanıdır” (Tansuğ, 1976, s. 15). Grapus’un Kırmızı Şapka Tiyatrosu için tasarladığı afiş, grafiti ve kolaj tekniğinden meydana gelmektedir (Şekil 27). Tasarımcı kullandığı şişeyi tüm detaylarından arındırarak silüet halinde tasarıma yerleştirmiştir. Silüet formunda kullanılan şişe detaylardan arınmış olmasına rağmen izleyiciye mevcut biçimini aktarmaktadır.



Şekil 27. Grapus, Kırmızı Şapka Tiyatrosu Gevrey-Chambertin için afiş. 1982.

Doğadaki bir özü ele alarak çarpıcı ve beklenmedik eserler ortaya koymak tasarımcının elindedir. Tasarımda kullanılan görsel öğeler alışılmışın dışında yorumlanarak dikkatleri üzerine çekebilir. “Biçim düşüncenin sözcüklere dökülmesi gibi, bir duyuş ve düşünüyü özünün dökümüdür. Biçim bu özü yazan, tanımlayan, gösteren, anlatan bir unsur olarak her şey demektir. Biçim kendi başına bize getirdiğinin ötesinde hiçbir öz ve anlam spekülasyonuna alet edilemez” (Tansuğ, 1976, s. 56). Tasarımcı yazılı bir metni, sloganı görselleştiren yaratıcıdır. Bunu fotoğraf kullanarak yapabilir. Tasarımda dikkat çekici olmayı amaçlayan bir tasarımcı kullanacağı ürün konusunda yalın fotoğraf kullanımının dışına çıkarak kendi biçim yorumlamasını yaratabilir.

Nokta, çizgi gibi tasarım öğeleri kullanılarak biçim ortaya çıkmaktadır. “Bir yapının sayfa düzeninin aldığı biçim, tasarımın işlevi, iletmek zorunda olduğu fikirler ve bilgi, bunların meydana geleceği ve hedef kitlenin yer aldığı mecra tarafından belirlenir” (Ambrose ve Harris, 2013 s. 103). Tasarımcı oluşturduğu tasarımda mevcut bir biçimden faydalanacağı gibi tasarımda kullandığı biçim, yazı, renk, doku, çizgi, nokta kullanarak da biçimi meydana getirebilir. “Bir tavşan olarak görülen bütün şekiller birbirlerinin aynı değildir. Örneğin Dürer’ in ünlü tavşan karakalem resmi, herhangi bir kişinin görmüş olduğu herhangi bir tavşan değildir. Dürer’in tavşan resmi aslında gerçek bir tavşana o denli benzemektedir ki,

aralarındaki temel farkı ancak eğitilmiş bir gözlemci ayırt edebilir” (Genç ve Sipahioğlu, 1990, s. 55-56). Doğada var olan bir canlı duruşuna göre değişim gösterse de kendine özgü bir biçime sahiptir ve genellikle değişim göstermez, yoruma kapalıdır. Fakat yorum katılarak oluşturulan yapay nesne, tasarım, edebiyat ya da resimde biçim bakımında değişkenlik gösterebilir. Doğada bulunan ağaç kendi formunda da ifade edilebildiği gibi tasarımcının hayal gücüne ve ifade etme yeteneğine bağlı olarak sadece yazıyla betimlenerek ifade edilebildiği gibi tipografi yardımıyla insanların akıllarında canlandırmaları sağlanabilir veya o nesneyi çağrıştıran farklı bir nesne kullanarak insanların ağacı çağrışım yapması sağlanabilir.

Biçimler geometrik ve organik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Üç boyutlu biçimler (küp, prizma, küre) geometrik form olarak, kare, üçgen geometrik şekil olarak sınıflandırılırken, insanlar, hayvanlar, bitkiler organik formlara örnek olarak verilebilir. Doğada ve sanatta form-biçim ailesi vardır. Genelde bunlar; Dörtgen biçimler; açık, kesin, emin ve belirgin bir ifade taşır. Dar açılı ve çapraz biçimler; daha dinamik bir etki taşır. Geometrik eğilimli biçimler; süreklilik ifadesi güçlüdür. Serbest biçimler; yüzeylerin sürekliliğini kütsel bütünlüğü ve biçim yumuşaklığını vurgular” (Parlak, 2012, s. 91). Tasarım öğeleri olan çizgi, renk gibi biçim de farklı anlamlar taşımaktadır. Oval biçimler yumuşak hatlara sahipken kare formları keskin hatlara sahiptir ve bu durum tasarımda etkiyi farklılaştırmaktadır. Tasarımcı bu durumu göz önünde bulundurarak daha algılanır ve kısa sürede izleyici ile iletişime geçmede başarılı olan tasarımlar meydana getirebilir.

2.2.5. Bir Afiş Yapıtının Grafik Tasarım İlkeleri

Tasarım meydana getirirken kullanılan tasarım öğelerinin birbiri ile etkileşime girmesi, birlik olabilmesi için tasarım ilkelerine dikkat edilmesi gerekir. Tasarım öğelerinin bağıntı kurabilmesi için tasarım ilkelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Tasarım ilkeleri tasarım oluşturmada tasarımcıya etkili çözümler sunar. Tasarım düzeni yapmak için ilkelerden birkaçı ya da tamamının kullanılması gerekmektedir. Tasarım üzerinde eleştiri yapılması için tasarım ilkelerinin kullanımı göz önünde bulundurulur.

Afiş tasarımında tasarım öğelerinin yanında tasarım ilkelerinin de önemi büyüktür. Tasarımın beş temel ilkesi bulunmaktadır: 1-Denge, 2-Orantı ve görsel hiyerarşi, 3-Görsel devamlılık, 4-Bütünlük, 5-Vurgulama (Becer, 2018, s. 64). Bir düşüncüyü, fikri tasarıma aktarmak ve düşüncüyü doğru şekilde hedef kitleye iletmek isteyen tasarımcı tasarım öğelerinden faydalanmak durumundadır. Tasarım öğelerini kullanan tasarımcı ikinci olarak bu öğeleri tasarım içerisinde nasıl kullanacağını da bilmesi gerekir. Tasarım içerisinde tasarım

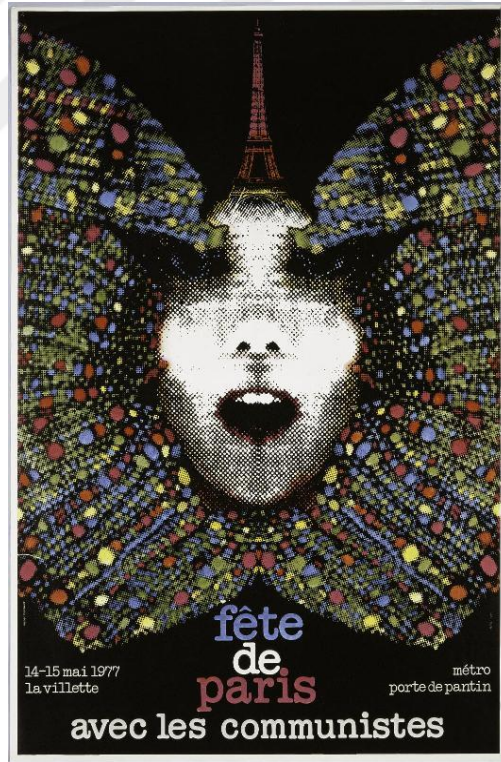
öğelerinin nasıl kullanılacağını belirleyen durumlar vardır bunlara tasarım ilkesi denir. Tasarım ilkeleri tasarım için önemlidir. Tasarımda öğelerin doğru konumlanmasında tasarım ilkeleri yol gösterir.

Denge

İnsanlar var olduğu günden bugüne, doğada, psikolojide, fizikte kısacası ilgi duyduğu her şeyde dengeyi aramıştır veya araştırmıştır. En basit biçimiyle denge, birbirlerini karşı yönlerde çekmeye çalışan iki güç arasında gerçekleşir. Bu tanım, görsel denge için de geçerlidir. Tıpkı bir fizik ögesi gibi, her belirli görsel düzenlemenin bir dayanak noktası ya da çekim merkezi vardır. Düzensiz şekillendirilmiş bir nesnenin parmak ucunda dengede durması gibi, görsel düzenlemelerde de bu merkez, sinama-yanılma yöntemiyle bulunabilir” (Genç ve Sipahioğlu, 1990, s. 69). Doğada mevcut olan denge insanın fiziksel yapısında da vardır. Diğer yandan insan dengeyi fiziksel yapısına göre algılamaktadır. Nesneyi kendi fiziğine ve gözünün konumuna göre algılayarak eşyaları sınıflandırmaktadır. “Örneğin ağırlığını taşıyamayan bir su damlası, simetrik ve dengeli bir biçimde yere düşer, vücudumuzun her iki yanındaki kollarımız hem görsel hem fiziksel bir denge unsurudur” (Uçar, 2017, s. 66). Bu durumun bilincinde olan tasarımcılar da tasarımlarında dengeyi aramaktadır. Denge değişik ölçüler arasında aranmalıdır. Denge salt çizgilerle değil formda, renkte, harekette, açık-koyuda kendini gösterir. Denge; biçim, yön, ölçü, aralık, doku, renk ile sağlanabilir. İki boyutlu düzenlemeye ait dengede daima ifadeyi sağ ve sol olarak ya da alt ve üst olarak iki bölüme ayıran düşey ve yatay eksen aranır. Denge simetrik (bakışık) ve asimetrik denge (bakışısız) olarak ikiye ayrılır” (Parlak, 2012, s. 98). Tasarımda kompozisyonun el verdiği ölçüde nesnelerin düzenlenmesine denge düzenlemesi denir. Görsel nesnelerin kompozisyona bağlı kalınarak düzenlenmesi dengeyi oluşturmaktadır.

Elden ve Özdem’e (2015) göre bir tasarımda temelde iki tür denge bulunmaktadır; simetrik (resmi-bakışık) ve asimetrik (gayrı resmi-bakışısız) denge. Simetrik dengede, sayfa dört eşit parçaya bölündüğünde her bir yatay, dikey ve dairesel düzlemde eşit ağırlıkta imgelerin yer almasıyla gerçekleştirilmektedir. Düz ve resmi bir imaj oluşturması nedeniyle tasarımda simetrik denge daha çok, ciddi ve ağırbaşlı bir mesaj vermesi istenen tasarımlarda tercih edilmelidir. Asimetrik dengeli tasarım yapacak tasarımcı ise belirli bir birikime ve deneyime sahip olmalıdır zira asimetrik tasarımlarda dengeyi kurmak simetrik tasarımlara göre çok daha zordur. Asimetrik dengeli tasarımlar izleyicide dinamik bir etki oluşturmaktadır. Denge sadece çizgisel oluşturulacak diye bir kural yoktur. Açıklık-koyuluk ile de tasarımda

denge yaratılabilmektedir. Simetrik denge; bir tasarımda ürünlerin belirli bir düzene göre yerleştirilmesidir. Bu tür düzenleme karardır, insanlar tarafından ilginin devam ettirilmesi konusunda ise çok başarılı değildir ve insanlar üzerinde sıkıcı etki yaratma sorunu vardır. “Geleneğin, resmiyetin, otoritenin vurgulanacağı tasarımlarda simetrik denge tercih edilir. Diğer yandan simetri, dürüstlük ve saygınlığın psikolojik simgesidir. Simetrik dengeye dayalı kompozisyonlar, daha güvenilir olmaları nedeniyle amatör tasarımcılar tarafından daha çok kullanılırlar” (Becer, 2018, s. 66). Asimetrik denge; tasarımda görsel, tipografi ve serbest tarzda, bir düzen aranmaksızın oluşturulmuşsa buna asimetrik denge denir. Asimetrik denge tasarlamak simetrik dengeden daha zordur. Asimetrik dengede bir hareketlilik söz konusu olduğu için insanlar üzerinde simetrik dengeye göre daha çok etki yaratmaktadır. “Bir kompozisyonun simetrik ya da asimetrik dengeye dayalı olmasının en önemli kriteri, tasarımın konusu ve içeriğidir. Gerek simetrik, gerekse asimetrik düzenlemelerle oldukça etkileyici sonuçlar elde etmek mümkündür” (Becer, 2018, s. 67).



Şekil 28. Roman Cieslewicz, Fete de Paris avec les communistes isimli afiş. 1977.

Cieslewicz’in tasarladığı “Fete de Paris avec les communistes” afiş tasarımında simetrik denge mevcuttur (Şekil 28). Afiş tasarımında genel olarak Fransız bayrağı renkleri olan beyaz, kırmızı ve mavi kullanılmıştır. Tasarımda bir fotoğrafın çok yakınlaştırılarak

meydana gelen nokta görünümü ile tasarımcı, izleyicide gözün hareketini sağlaması bakımından simetrik tasarımlarda görünen tekdüzelik, durağanlık sorununa çözüm getirmiştir.

Tasarımın algılanır olması için denge unsurunun olması gerekmektedir. “Bir tasarımda denge unsuru varsa o tasarım kendisiyle “barışık” demektir. Ancak; dengeli ama bünyesinde hareket unsuru bulundurmeyen bir tasarım gereken etkiyi sağlayamaz” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 282). Tasarımda yer alan renk, tipografi, şekil, görsel, doku, yön, aralık, ölçü birbiri ile kıyaslanmaktadır. Bu kıyaslanma tasarımda tasarımcı tarafından ilk neyin dikkat çekeceğine göre karar verilip sıralanmaya konularak bir denge unsuru yaratmaya çalışılır. Tasarım içerisinde birçok unsur olsa da kendi içlerinde bir denge olmalıdır. Bütün unsurların izleyici tarafından algılanması için dengenin sağlanması önemlidir. Dengesizliğin söz konusu olduğu tasarımlarda bir şeyler eksik demektir ve dengesizliğin nedeni belirlenerek yer, renk, değer, yön, aralık, doku ya da ölçüsü değiştirilmelidir. “Denge, kompozisyondaki devingen ve durağan yapıların karşıtlığına göre de söz konusu olabilir. Bu denge, daha çok, söz gelimi bir resimde, figürlerin yapısı ve kompozisyondaki kullanım yoğunluğuna bağlı olarak gündeme gelir (....) Bir kompozisyonda, yapısal özellikleriyle yoğunluk kazanan biçimleri ancak karşıtı olan dingin, seyrek alanlar ortaya çıkarmaktadır” (Turgut, 2013, s. 141, 142). Denge düzenli olarak tekrarlanırsa tasarım sıradan ve algılanabilirliği düşük olur. Tasarımda denge içerisinde dengesizlik yaratmak, açık-koyu, büyük-küçük gibi zıtlıklardan yararlanmak doğru tercih olacaktır ve tasarım sıradanlığından kurtulmuş olacaktır. Tasarım kompozisyonunda denge sağlamada beyaz boşluk büyük bir öneme sahiptir.

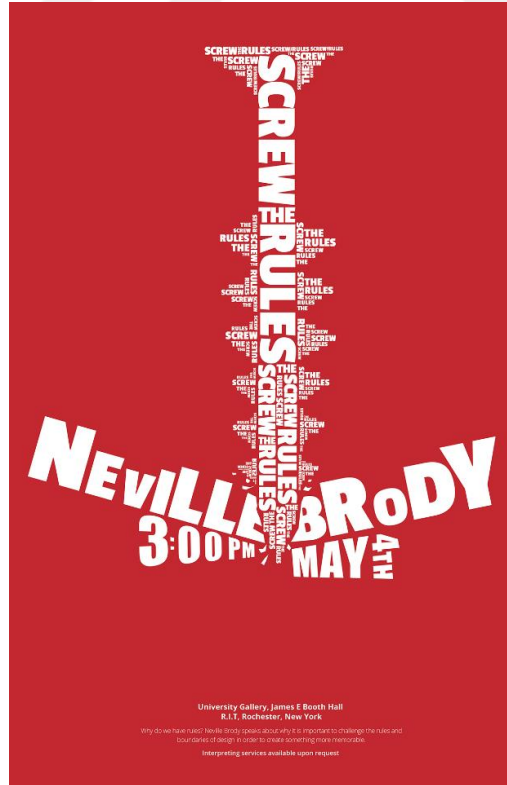
Afiş tasarımının belirli kriterleri vardır. Hedef kitle tarafından algılanmak afiş tasarımının olmazsa olmaz kriterlerinden biridir. Dengenin olmadığı bir tasarımda algılanabilirlik söz konusu olamaz ve tasarım karmaşık görünür. Dengenin tasarımda nasıl sağlanacağı, tasarımcının yeteneği ve bilgisine göre değişmektedir.

Orantı

Belirli bir alan içerisinde birden fazla unsurun birbiri ile boyut, aralık bakımından oluşturduğu ilişkiye “Orantı” denir. Becer’e göre (2018) varlıklarını oluşturan parçalar arasında daima uyumlu orantısal ilişkiler bulunan doğa, tarih boyunca sanatçı ve tasarımcıların esin kaynağı olmuştur. “Orantı, şekillerin boyutlarının ve dağılımının karşılaştırılmasıdır. Bir elemanın diğer bir elemanla, tüm yapıyla ya da onun tek bir parçasıyla bir ölçek içindeki ilişkisidir” (“Tasarım ilke”, 2012, s. 82). Orantıdan bahsedilebilmesi için tasarımda çoğulluğun mevcut olması gerekmektedir. “Orantı biçimlerin birbiriyle açılım ve dağılım

varyasyonudur. Bir elementin büyüyen veya küçülen ölçekli dağılımı ya da elementin parçalarından birinin ölçeksel dağılımı olabilir. Elementler arası orantı oluşturmak kompozisyon geneline perspektif ve derinlik katmak için kullanılır” (Parlak, 2012, s. 99). Orantı iki nesneyle yapılacağı gibi daha fazla nesne ile de karşılaştırılabilir. Kıyaslama yapılan nesnelerin aynı türden olmasına gerek yoktur.

Tasarımda kullanılan görselin tasarımda yer alan diğer unsurlarla kurduğu orantısal ilişki iletişimi ve algılanabilirliği etkilemektedir. Afiş tasarımı birinden fazla nesne bulunuyorsa o tasarımda orantıdan bahsedilebilir. “İki ya da daha fazla sayıda unsuru olan tasarım yüzeyinde bir araya getirdiğinizde, bir orantı sorunu ile karşı karşıya olduğunuzu unutmamalısınız. Bu sorun bazen büyükten küçüğe, bazen ise küçükten büyüğe genel sıralaması ile çözümlenebilir” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 282). Tasarımcı tasarımı tekdüzelikten kurtarmak ve dikkat çekici kılmak için orantısal düzenlemeye başvurması gerekmektedir. Orantısal farklılık tasarımda dikkat çekilmek istenen noktaya göre ayarlanarak daha algılanır bir afiş tasarımı meydana getirilebilir. Bu yolla düzenlenen bir tasarım sıradanlıktan kurtulacaktır. Orantı değişikliği tasarımı dikkat çekici kılabilceği gibi doğru düzenleme yapılmazsa karmaşık görünüme de neden olabilir.



Şekil 29. Neville Brody, Kuralları Boz afişi.

Orantısal düzenlemeye bir örnek de Brody'nin "Kuralları Boz" isimli afiştir (Şekil 29). Tasarım tipografiden yararlanılarak oluşturulmuştur. Birden fazla yazı bir araya getirilerek orantısal düzenleme sonucunda görsel bir etki uyandırmaktadır. Sayfayı üçe bölen tasarımcı vurgu noktasına kendi ismini ve zaman bilgilerini yerleştirmiştir. Üst kısımda bulunan hareketlilik alt kısım boş bırakılarak dengelenmiştir. "Kuralları Boz" sloganı farklı orantılarda kullanılarak biçim ortaya çıkarılmış ve slogandaki gibi bozucu yönde bir hareket ortaya çıkarılmıştır.

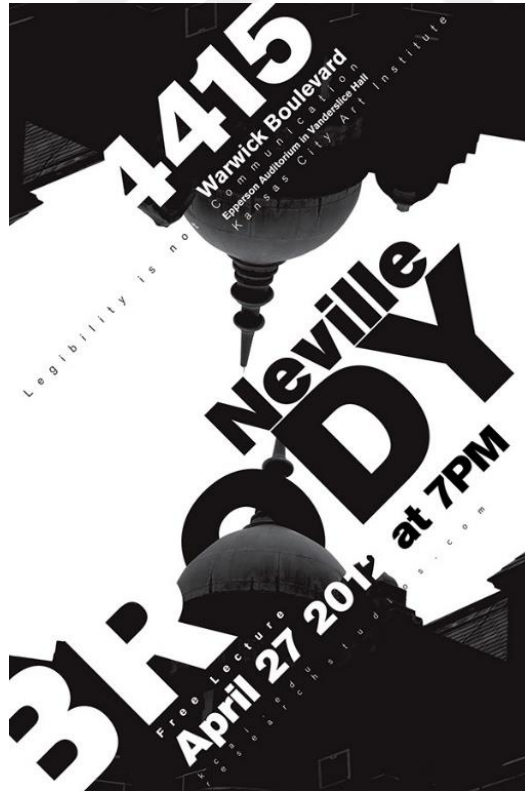
Altın oran kompozisyonda dikkat edilen temel kurallardan biridir. İyi bir tasarımın temeli orantısal açıdan iyi düşünülerek tasarlanmış, algı yönü kuvvetli ve açık, sade bir dile sahip olmasıdır. "Eski Yunanlılar Altın Oran'ın ipuçlarını doğada bulmuşlardır. Bitkiler dünyasında (yapraklar, çiçekler, dallar), kristallerde (kar tanesi) ve birçok canlı organizmada Altın oran ilişkilerine rastlanmaktadır" (Becer, 2018, s. 69). Doğadan ilham alan sanatçılar, tasarımcılar ve mimarlar gözlemleri sonucunda orantıyı eserlerine de aktarmaya başlayarak işlevsel, algılanır ürünler ortaya çıkarmaktadır.

Hiyerarşi

Tasarımda verilmek istenen mesaj görsel ve sözel unsurlarla yapılmaktadır. Mesajın etkili ve kısa sürede izleyiciye aktarılması için tasarımda ölçü, renk, açıklık-koyuluk, konum gibi unsurlarla hiyerarşik düzenleme mümkün olmaktadır. Ketenci ve Bilgili'ye göre; (2006) hiyerarşi tasarım içindeki görsel unsurların vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirilerek konumlandırılması anlamına gelmektedir. Hiyerarşik düzenlemede sadece ölçüden bahsetmek yeterli değildir, hiyerarşik düzenlemede renk, ton, aralık gibi unsurlar da görsel hiyerarşiyi etkilemektedir. "Bir tasarımdaki öğelerin algılanmasındaki öncelik sırası, tasarımdaki hiyerarşiyi ifade etmektedir. Özellikle tasarımda ilk olarak algılanması gereken öğelerin dikkati ilk çeken öğelerden oluşması ve tasarımın odak noktasında yer almaları, tasarımın doğru okunmasındaki kritik noktalardan biridir" (Elden ve Özdem, 2015, s. 102). Tasarımcı afiş tasarımını inceleyen hedef kitlenin göz hareketlerini ve tasarımın vurgu noktasını belirleyebilir. Hiyerarşi aynı zamanda vurgu sıralamasıdır. "Metni bir hiyerarşiye göre düzenlemek, sayfa düzenini daha açık hale getirir ve belirsizlikten kurtararak daha kolay sindirilmesini sağlar. Metin hiyerarşisi değişik font kalınlıkları, boyutları ve tarzlarını kullanarak sağlanır" (Ambrose ve Harris, 2014, s. 103). Afiş tasarımında bir mesajı iletmek için, biçim, çizgi, doku, görsel, renk gibi öğeler belirli bir sıralama ile tasarıma yerleştirilmektedir. Mesajın hedef kitle ile iletişime geçme durumu tasarım öğelerinin

tasarımcı tarafından doğru bir şekilde düzenlenmesi ile doğru orantılıdır. Belirli bir hiyerarşik düzenleme yapılan bir tasarım başarılı bir şekilde kitleyle iletişime geçebilir. “Tasarlanan tüm öğelerin aynı vurgu, etkide olması, görsel karmaşa yaratıp iletinin izleyiciye ulaşmasında aksamalara neden olmaktadır. Çünkü tasarım öğelerinin tamamı aynı anda algılanamayacağından belirli bir öncelik sırası içinde kurgulanması doğru olacaktır. Tasarım öğeleri, birincil, ikincil ve giderek azalan önemde sıralanırken izleme, ilgiye göre, bu düzen içinde yönlendirilmiş olur” (Turgut, 2013 s. 127). Bu düzenlemeyi yapmak grafik tasarımcının görevidir. Tasarımda vurgulanmak istenilen nesne diğer nesnelerden boyut, renk, ton veya doku bakımından farklı kullanılırsa hiyerarşik düzenleme yapılmış olur.

Hiyerarşi sözel hiyerarşi ve görsel hiyerarşi olarak ikiye ayrılmaktadır ve sıralama her ikisinde de mevcuttur. Sözel hiyerarşi, tasarımda yer alan başlık ve alt başlığı önem sırasına göre düzenleyerek hiyerarşik yapı kurulmasıdır. “Metin hiyerarşisi, metin gövdesine eşlik eden başlık için mantıklı, düzenli, görsel bir kılavuzdur. Punto büyüklüğü ve/veya tarzıyla farklı önem derecelerini belirtir” (Ambrose ve Harris, 2013, s. 84). Görsel hiyerarşi, tasarımda vurgulanmak istenen görselin ölçülendirilmesidir. Hiyerarşik düzen yapılarak tasarımda yönlendirme mümkün olabilir.



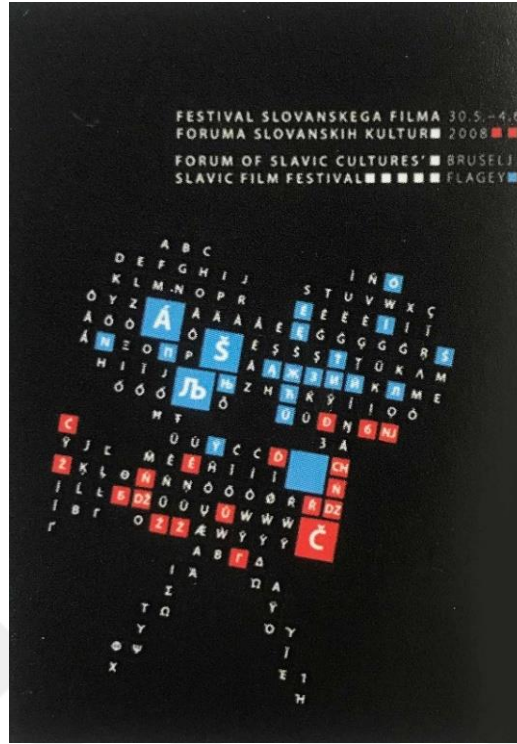
Şekil 30. Neville Brody, Halka açık dersler için afiş. 2012.

Tasarımda bulunan öğelerin aynı etkide olması kopukluğa neden olmaktadır. Bunun için tasarımdaki öğelerin önem derecelendirmesi yapılması gerekmektedir. Brody'nin halka açık dersler için tasarladığı afiş tasarımı hiyerarşinin başarılı örnekleri arasında sayılabilir (Şekil 30). Hiyerarşik düzenin söz konusu olduğu afiş tasarımında ilk olarak siyah beyaz fotoğrafla ilişkilendirilen sayfanın merkez konumunda yer alan “Brody” yazısı dikkat çekmektedir. Dersi veren kişinin ismini en büyük fontla vurgu noktasına yerleştirmiştir. Tasarımda hiyerarşik düzen dersi veren kişi, dersin verileceği yer, tarih olarak önem sırasına göre sıralanmıştır. Brody'nin tasarladığı afiş sözel hiyerarşiye örnektir. Sözel hiyerarşi, tipografi ile sağlanmıştır.

Devamlılık

Bir tasarımda göz, nesneler arasında hiyerarşik düzene göre hareketi sağlayabiliyor ve mesajı algılayabiliyorsa o tasarımda devamlılıktan söz edilebilir. “Okuyucunun, izleyenin gözü, tasarım üzerinde bazen bir çizgi ya da kıvrım boyunca hareket edebilir. Tasarımda göz bir unsurdan diğerine kesintisiz geçebiliyorsa, tasarımda gerekli görsel devamlılık sağlanmış demektir” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 283). Parlak’a göre (2012) devamlılık söz konusu olduğunda; “okuyucunun gözü, tasarım yüzeyinde belli ilkeler doğrultusunda hareket eder. Göz hareketlerinin ustaca değerlendirildiği bir tasarım daima hedefine ulaşır. Göz alışkanlık gereği soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izler. Gözün yatay hareketleri dikey hareketlerine göre daha kıvrak ve hızlıdır. Ayrıca göz; büyükten küçüğe, koyu renkten açık renge, renkliden renksiz, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir yol izler. Göz bir unsurdan diğerine doğru kesintisiz geçişler yapabiliyorsa, devamlılık sağlanmış demektir. Devamlılık görsel unsurları boyutları ve biçimleri arasında oluşturulan benzerlikler, tekrarlamalar ve görsel hiyerarşi ile sağlanabilir.” Afiş tasarımında görsel devamlılığı sağlamak için tasarımcının görevi, unsurların hangi sırada algılanması ve hareketi sağlayan unsurlara karar vermesi gerekmektedir.

Devamlılık ritimle, tekrarlar ve hiyerarşik düzenlemeyle sağlanmaktadır (Şekil 31). Slav film festivali için tasarlanan afiş tasarımında latin harfleri ve slav alfabesinin birlikte kullanılarak tekrar yardımıyla devamlılık sağlanmıştır. Harflerin bir araya gelmesiyle film ikonu oluşturulmuş ve slav harfleri kırmızı-beyaz-mavi renklerle kullanılarak dikkat sağlanmıştır. Devamlılık açısından kullanılan renkler tasarımın üst kısmında da yer alarak uyum oluşturulmuştur.



Şekil 31. İloverstritar, Slav film festivali için afiş. 2008.

“İnsan gözü alışılmış metinlere, şekillere, duruşlara alışıktır ve onları çok kısa sürede algılar. Tabi bu duruşun kendi içinde uyumlu ve devamlılık içinde olması gereklidir” (Parlak, 2012, s. 100). Becer’e göre (2018) devamlılığı sağlamak için üç farklı yöntem vardır, bunlar;

- Görsel unsurlar gözün normal hareketlerine uyacak bir yönde yerleştirilmelidir.
- Algılama yönü, okuyucunun dikkatini dağıtmayacak biçimde düzenlenmelidir.
- Göz, alışkanlık gereği, soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izler. Gözün yatay hareketleri ise dikey hareketlerine göre daha kıvrak ve hızlıdır. Ayrıca göz; büyükten küçüğe, koyu tondan açık tona, renkliden renksiz, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir algılama sırası izler.

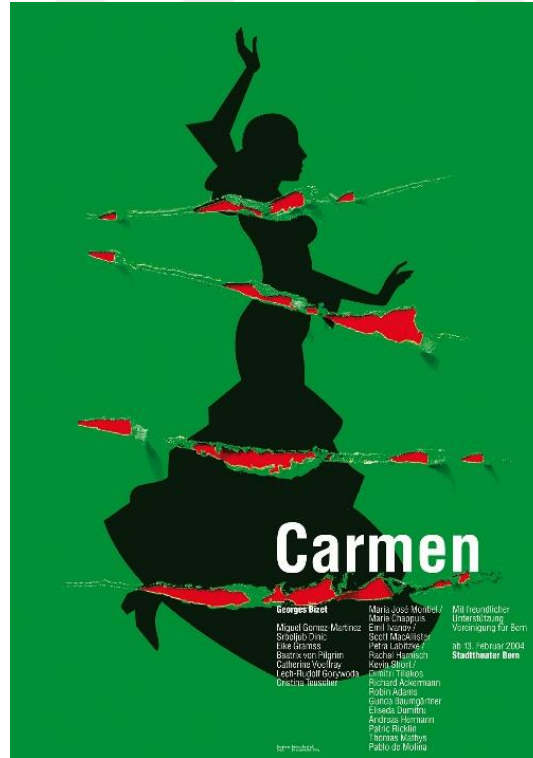
Zıtlık

Tasarımda birliğin olmadığı yerde zıtlık kavramından söz edilmektedir. Zıtlık düzensizliği, karşıtlığı meydana getirdiği gibi diğer yandan da birbirinden farklı ürünlerin bir arada kullanımı uyarıcı etki yaratmakta ve insanların dikkatini çekmektedir. TDK’ya (2020) göre; zıtlık “karşıtlık” anlamına gelmektedir. “Tasarım alanı içinde, görsel ve tipografik öğeler birbirleriyle etkileşime girip, ölçü, konum, renkleriyle bir diğerinin algılanmasında rol oynar. Tasarım alanı içinde, bir öğeyle, diğerleri arasında bu nedenlere bağlı oluşan karşıtlık, algıda

uyarayı arttırarak izlenmeyi sağlamaktadır” (Turgut, 2013, s. 140). Bir afiş tasarımı zıtlık ilkesinin var olması için ölçü, ton, renk, biçim, doku, yön, aralık gibi tasarım öğelerinden faydalanılabilir.

Birbiri ile anlam, biçim ya da yapı bakımından aynı olmayan unsurların kullanımı zıtlık kavramının var olmasına neden olmaktadır. Aralık kullanılarak zıtlık oluşturulması dikkat noktasını belirlemeye yardım eder ve tek düze görüntüyü ortadan kaldırmaktadır. Ton zıtlıkları tasarımda dikkat çekiciliği artıran diğer unsurdur. Renklerin tonlarının (değer) aynı oranda kullanılmaması dikkat çekiciliği artırarak sıradan ve algılama bakımından eksik olan görünümü yok eder. Ölçülerde zıtlıklar yapılarak da hiyerarşi ilkesi sağlanmaktadır. Kompozisyonda diğer nesnelerden boyut olarak farklı olan biçim zıtlığı örnektir.

Zıtlık karşıtlıklar dengesi ile evreni oluşturmaktadır. “Bir şeyin değerlendirilmesinde karşıtlıklar daima ön plandadır. Zıtlıkta denge kurulması birçok şeyi çözümleyecektir. Çünkü görsel anlamda en önemli belirleyici özellik zıtlık kavramındadır. Bu karşıtlığın boyutu bireye göre değişir. Bazılarında şiddetli bazılarında yumuşak olabilir” (Parlak, 2012, s. 95). Tasarımda unsurların benzer nitelikte olması monotonluğa, çok fazla zıt unsur da karmaşaya sebep olmaktadır.

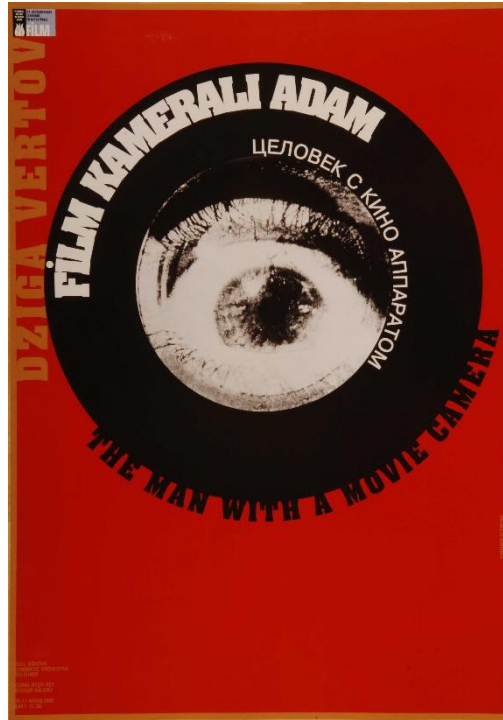


Şekil 32. Stephan Bendi, Georges Bizet'in “Carmen” operası için afiş. 2004.

Stephan Bendi “Carmen” operasına afiş tasarlarlarken biçimi kullanmayı tercih etmiştir (Şekil 32). Dans eden kadın biçimi siluet şeklinde siyah renkte kullanılmıştır. Tasarımda kullanılan kadın figürü tüm detaylarından arınarak algılanabilirliği artırmış ve tasarımcının yorumuyla kendine özgü üsluba sahip olmuştur. Tasarımda zıtlık ilkesi renklerle sağlanmıştır. Kontrast renk olan yeşil içerisinde kırmızı dikkatleri artırarak etkili bir üslup oluşturmuştur.

Bütünlük

Günlük yaşantımızda bir nesne gördüğümüzde beynimiz hemen onu gruplandırır, ilgili yerle bütünleştirir, diğerlerinden farklı özelliğe sahip nesne ise beyin tarafından farklı gruplandırmaya tabi tutulur ve diğerlerinin önüne geçer. Daha dikkat çekici, farklı olan bu nesne diğer nesneler ile doğru konumlandırılırsa bütünlük sağlanır. “Tasarım ilkelerinin en önemlisi kompozisyonda sağlanan bütünlüktür. Tipografik bütünlük, renksel bütünlük, resimsel bütünlük vb. tasarımlarda bordürler, beyaz boşluklar, çizgiler, eksenler ile bütünlük elde edilir. Tasarımda objeleri kuralcı bir havadan uzak ama gruplar halinde, renkler ile etkileyici ve doğru fontlar ile mükemmel hale getirmek bütünlüğü oluşturur” (Parlak, 2012, s. 102). Afiş tasarımında bütünlük sadece görsel unsurlarla sağlanamaz, görselle birlikte tipografik düzenleme de etkileşim halinde olursa bütünlük sağlanabilmektedir.



Şekil 33. Yurdaer Altıntaş, 21. Uluslararası İstanbul Film Festivali için afiş. 2002.

Altınsaş'ın 21. Uluslararası İstanbul Film Festivali için tasarladığı afiş bütünlük ilkesine örnek olarak verilebilir (Şekil 33). Kırmızı zemine yerleştirilmiş afiş tasarımı üzerinde izleyici vakit kaybetmeden bağlantıyı sağlamaktadır. Tasarımda dikkati ilk olarak üzerine çeken insan gözü objektif lensi ile ilişkilendirilmiştir. Dairesel düzene tipografi de katılarak tasarımı bir merkeze toplamıştır. Birbirinden farklı nesnelerin birbiri ile ilişkilendirilerek oluşturulması bütünlüğü mümkün kılmıştır.

Tasarımda kullanılacak unsurların bir araya gelerek dengeli bir bütünlük oluşturulması gerekmektedir. Tasarımda bütünlüğün algılanabilmesi için denge şarttır. Farklı parçaların bir araya getirilmesiyle oluşturulan tasarımda uyum aranmaktadır. Bu nedenle tasarımcı bir araya getirdiği farklı unsurları gruplandırmalı ve birbiri ile uyumlu olacak şekilde tasarıma yerleştirmelidir. Yüzey üzerinde bütünlük font, yön, arka plan, renk, aralık, görsel, ölçü, doku, değer ile oluşturulabilir. “Tasarımcı bütünlük oluşturma yolunda bazı farklı yöntemleri ve unsurları kullanabilir, bunlar; a) Bordürler, b) Beyaz boşluklar, c) Eksen çizgileri, d) Üç nokta yöntemidir” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 283). Tasarım öğelerine uyularak oluşturulan tasarımda bütünlük kurulmamışsa tasarım başarısız olacaktır, çünkü bütünlük afiş tasarımının en önemli ilkesi sayılabilir. “Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluştururlar” (Becer, 2018, s. 72). Bütünlük, insanların görsel parçalar arasındaki ilişkiyi algılamalarını sağlayarak mesajın iletilmesini kolaylaştırmaktadır.

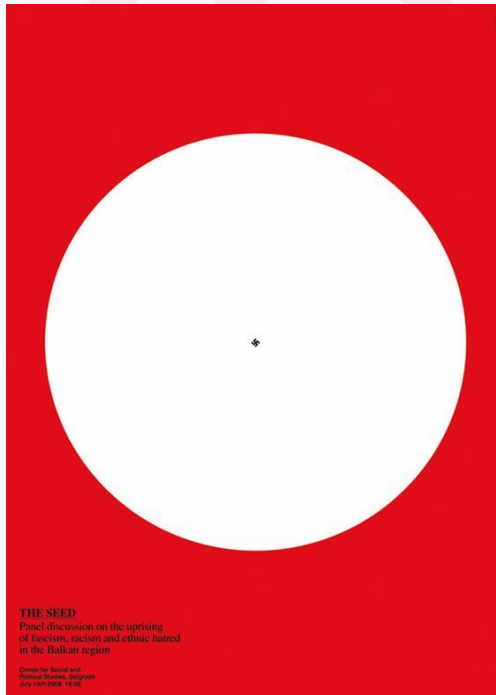
Tasarımın anlatım yöntemi ne olursa olsun kullanılan biçim, unsurların birbiri ile etkileşime geçerek uyumlu bir birliktelik sağlamalı ve görsel bütünlük oluşturmalıdır. Tasarımda birbiri ile uyumlu (gücü yansıtmak için kullanılan görsel ve uygun serifsiz kalın yazı karakteri tercih edilmesi) unsurlar tasarım ürününün başarılı olmasını sağlamaktadır.

Vurgu

Tasarımın önemli ilkelerinden birisi de vurgudur. “Vurgu bir kompozisyonda kullanılan öğelerden birinin ya da bir grubun diğer öğelere göre ölçü, değer, renk, doku bakımından üstünlük sağlamasıdır. Her türlü egemenlik zıtlıkla sağlanır. Tasarımın esas düşmanı tekdüzeliktir” (Parlak, 2012, s. 95-96). Bir tasarımda vurgu olması için öncelikle odak noktasının belirlenmesi gerekir. Belirlenen odak noktasından sonra düşünülmesi gereken bir diğer konu ise verilmek istenen mesaj, hedef kitle ve neyin vurgulanmak istenildiğine karar verilmesidir. Vurgulanmak istenen unsur odak noktasına yerleştirildiğinde mesajı daha çabuk, etkili ve akılda kalıcı olacak şekilde aktaracaktır. Tasarımda vurgu ölçü büyüklüğü, doku

yoğunluğu ya da renk yoğunluğu ile sağlanabilir. “Tasarımcı, hangi görsel unsuru vurgulaması gerektiğine (başlık, metin, fotoğraf, illüstrasyon vb.) önceden karar vermeli ve ardından kullanılan her unsurla ilgili olarak farklı uygulama yöntemlerini (boyut büyütme, yapıyı kalınlaştırma, koyu ton veya canlı renkler veya değişik kompozisyonlar vb.) denemelidir” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 283). Vurgulanmak istenen şey tek olmalıdır, bir tasarımda birden fazla vurgu yapılması tasarımda başarısızlığa ve amaca ulaşamamaya yol açar. Tasarım aşamasında en önemli olan konu belirlenip ana plana çıkarıldıktan sonra diğer konular yönlendirme ile tasarıma yerleştirilebilir.

Tasarımda bir araya getirilen unsurların kendi aralarında birlik içerisinde olmaları gerekmektedir. Tasarım bir amaca hizmet eder, bu nedenle bir araya getirilen unsurlar birbirleri ile birlik olmalarının yanı sıra algılanır olmak tasarımcının temel amacıdır. Amaca yönelik yapılan uygulama vurgulanmak istenilen unsurun konum olarak, boyut olarak, renk olarak diğer unsurlardan ayrışmasını sağlamaktır. Bu ayrışma sağlanırken tasarımda bütünlüğün bozulmaması gerekmektedir. Vurgulanacak olan nokta tasarımda en dikkat çeken kısım olması, aynı zamanda da tasarımın geneliyle bütünlük içerisinde olması gerekir.



Şekil 34. Slovimir Stojanovic, The Seed isimli afiş. 2008.

Balkanlar'daki faşizm konusuna yer verilen bir konferans için tasarlanan afiş tasarımında Nazi Swastikası bir tohuma benzetilerek büyüme potansiyeline vurgu yapılmıştır

(Şekil 34). Tasarımda temel olarak merkeze yerleştirilen nokta dikkat çekmektedir. Çemberin çıkış noktası olarak Nazi Almanyası'nı bayrağı ele alınmıştır. Nazi Swastikası kendi boyutunun dışında oldukça küçük formda kullanılmasına rağmen vurgu swastika üzerine kurgulanmıştır.

Tasarımda vurgu genel olarak zıtlık ile sağlanmaktadır. Tasarımda vurgunun olması için, zayıf ve kuvvetli unsurlar olması gerekir ve vurgulanacak olan unsur tasarımcı tarafından diğer unsurlardan üstün olarak tasarıma yerleştirilmek durumundadır. Ayrıca Vurgu ölçü ile sağlanabilir diğer yandan doku, renk, değer ile de sağlanmaktadır.

2.2.6. Afiş Tasarım Unsurları

Afiş tasarımında dilsel ve görsel öğelerin birlikte kullanımı oldukça önemlidir ve tasarım öğeleri, tasarım ilkelerine dikkat edilmesinin yanı sıra farklı çizim boyama unsurları tasarımda bir arada kullanılabilir. Bir afiş tasarımı tasarımcının zihnindeki düşünce ile başlar ve somut olarak ortaya çıkması için gerekli ön çalışmaların yapılması gerekir. Ön çalışma sırasında afiş tasarımı uygulama unsurlarına karar verilmesi gerekmektedir. “Günümüz afişlerinde fotoğraf, illüstrasyon, naif kolaj, tipografi ve bilgisayar görüntüleri gibi birçok teknikten yararlanılmaktadır. Bazı tasarımlar ise ekip çalışması gerektirir. Fotoğrafçı illüstratör, tipograf ve layout sanatçıları bilgi ve yetenekleriyle bir afişin tasarımına ortak katkıda bulunabilirler” (Becer, 2018, s. 203). Amaca uygun unsurla oluşturulmuş afiş tasarımı başarılı olarak nitelendirilmektedir.

Afiş tasarımında kullanılan unsurlar imaj ve tipografi olarak ikiye ayrılmakta, imajlarda kendi arasında illüstrasyon ve fotoğraf olarak ikiye ayrılmaktadır.

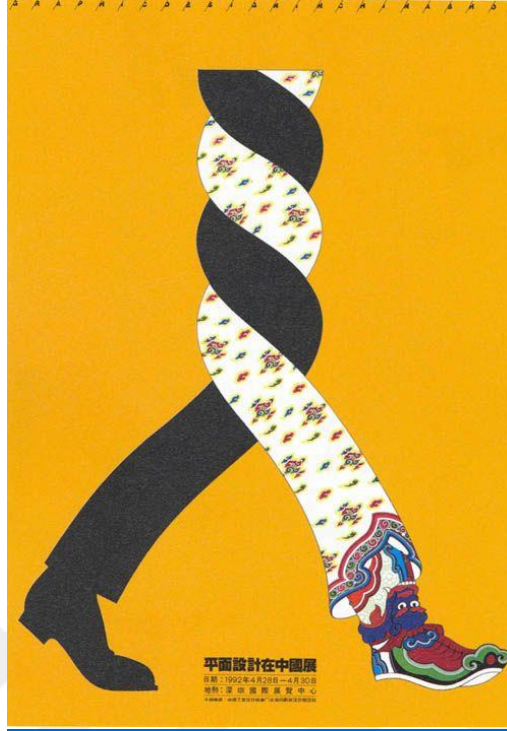
2.2.6.1. İmaj

Afiş tasarımında tasarımı meydana getiren sözel unsurların yanı sıra görsel unsurlar da bulunmaktadır. Tasarımda kullanılan illüstrasyon, fotoğraf, sembol, piktogram gibi unsurların tümü görsel öğeler olarak adlandırılmaktadır. Tasarımın görselleştirilmesi konusu, 19. Yüzyıl sonlarına doğru ortaya çıkmaya başlayan reklam ajanslarının uygulamalarında en önemli eksiklik olarak göze çarpmaya başlaması sonucunda, yeni bir yöntem arayışına girmeleriyle gelişmeye başlamıştır” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 284). Görsel kullanımı tasarımın dikkat çekiciliğine katkı sağlamaktadır ve düzenlemede ilk evre olarak nitelendirilmektedir.

2.2.6.1.1. İllüstrasyon (Resimleme)

Tasarımda anlatılmak istenen temel düşüncenin, konu, iletilmek istenen slogan, metin, başlık gibi sözel unsurların görsel olarak betimlenmesine resimleme “illüstrasyon” adı verilmektedir. “İllüstrasyon tekniği tasarımcının yaratıcı gücünü, kalem ve fırçaya hakimiyetini ortaya çıkaran bir çalışma türüdür. İnsanlara daha ilgi çekici gelen bir özelliği vardır” (Tepecik, 2002, s. 78). Kuru boya, pastel, sulu boya türleri, guaj, akrilik, püskürtme boya çeşitlerinden herhangi biriyle illüstrasyon yapmak mümkündür. “İllüstrasyonların hazırlanmasında geleneksel çizim ve boyama malzemelerinin yanı sıra, fotoğraf kolaj ve bilgisayar tekniklerinden de yararlanılmaktadır” (Becer, 2018, s. 210). İllüstrasyon önemli bir görsel tasarım şeklidir, fotoğraf, diagram grafikleri ile birlikte de kullanılmaktadır. Turgut’a göre; (2013) resimleme genel olarak tanıtımda, çocuk kitaplarında, dergi, gazetelerde bir konu ya da ileti için ele alınabileceği gibi, bağımsız olarak bir kavram/düşünceyi de yansıtabilmektedir. “Gerçeküstü imajların oluşturulması, mizah duygusunun, doğallığın ve samimi bir atmosferin yaratılması aşamalarında illüstrasyonlar önemli rol oynamaktadır” (Uçar, 2017, s. 163). Resimleme unsuru kullanıldığı alanlara göre yayın illüstrasyonları, reklam illüstrasyonları, bilimsel illüstrasyonları, teknik illüstrasyonları, sağlık illüstrasyonları olarak farklı alanlara ayrılmaktadır. İllüstrasyon unsuru tasarımcının hayal gücünü ortaya çıkaran dikkat çekici ve eğlenceli çalışma yöntemidir. İnsanlar tarafından ilgi gösterilen bu tasarım türü yoğun olarak basılı kitaplarda, çocuk hikayelerinde, afişlerde ve betimlemelerde kullanılmaktadır.

15. yüzyılda sözel unsurlarla oluşturulan ve duyuru özelliğine sahip olan afiş tasarımlarında süsleme ögesi olarak kullanılan illüstrasyon; 18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl ile birlikte bir tasarım disiplini ve bütünlük içinde kullanılmaya başlanmıştır. “Sanatlar ve el sanatlarından sonra gelişen Art Nouveau döneminde ise resimleme ile tasarlanan afiş örnekleri görülmeye başlar. Bu afişlerdeki figürler, aynı zamanda, resimden grafik dile geçişin ilk örnekleri olarak görülebilir” (Turgut, 2013 s. 53). Tasarımın söz konusu olduğu ilk zamandan itibaren afiş tasarımı zaman geçtikçe değişim ve gelişim göstererek sadeleşmeye başlamıştır. “19. yüzyılın sonlarında ise fotoğraf tekniğinin bulunması, ofset ve klişelerin teknik olarak ilerlemesi, basım araçlarındaki çoğalma ve sınırsız reproduksiyon olanakları, sanatçının daha da özgürleşmesini, illüstrasyonda sınırsız teknik ve boyama imkânlarını kullanmasını sağlamıştır” (akt. Çıtav, 2015, s. 24).



Şekil 35. Chen Shaouhua, Grafik Tasarım Sergisi için afiş. 1992.

Çin’de düzenlenen ilk grafik tasarım sergisi için tasarlanan afişte illüstrasyondan faydalanılmıştır (Şekil 35). Tasarımda görülen yürümekte olan ayak biçiminin biri modern iş kıyafeti içerisinde diğeri ise geleneksel motiflere bürünmüş, geleneksel Pekin Opera kostümünü barındırmaktadır.

İllüstrasyon ile bir metnin, fikrin somutlaştırılması ve verilmek istenilen mesajın görsel yolla iletilmesi tasarım sırasında özgür ifade bakımından diğeri unsurlara göre daha çok tercih edilmektedir. Diğeri unsurlarda (fotoğraf, piktogram, vs.) mekan, nesne, görsel kompozisyon mevcut şartlarda gerçekleştirildiği için tasarımcı kısıtlanmaktadır. Bu nedenle çeşitli teknik ya da stillerle, daha özgür imkanlarla yapılan resimlemeler tanıtım ve reklam sektörüne görsel çözüm üreten önemli unsurlardandır. Bir metnin görselleştirilmesinde tasarımcının hayal gücü ile birlikte sınırsız, diğeri boyutlarda özgün çalışmalar ortaya çıkmaktadır. Alışılmışın dışında hedef kitleye uygun olarak uygulanan illüstrasyon unsuru sayesinde konu, slogan ya da iletilmek istenen mesaj insanlar tarafından kolayca kavranarak düşüncenin içselleştirilmesinde etkili olmaktadır.

2.2.6.1.2. Fotoğraf

Fotoğraf, afiş tasarımı da kullanılan görsel unsurlardan biridir. “Fotoğraf yalın şekilde afiş olarak kullanılabileceği gibi, çeşitli laboratuvar teknikleriyle fotoğrafın üzerinde sanatsal düzenlemeler yapılarak afiş tasarımı da kullanılabilir” (Tepecik, 2002. s. 78). Afiş tasarımı da yer alan fotoğraflar saf biçimiyle kullanılmak yerine genellikle laboratuvar yöntemleri ya da bilgisayar programları ile üzerinde çeşitli efektler uygulanarak, düzenlemeler yapılarak kullanılmaktadır. “Çıplak gözle görünen biçimiyle, belgeleyici bir fotoğraf nesnel olup öznel yorumlardan uzaktır. Fotoğraf, grafik tasarımı da ise, öznel bir yaklaşımla, konunun taşıdığı kavramları yansıtan bir görüntü haline getirilir” (Turgut, 2013 s. 47). Fotoğrafın tasarımı da iletilmek istenilen mesaj, düşünceye göre; ışık, kadraj, derinlik, denge gibi teknik özellikleri ve kompozisyon değerlerine dikkat edilmeli ve görsel anlatıma uygun fotoğraf seçimi yapılmalıdır. Tasarımda fotoğraf kullanımı sözel unsurlardan (slogan, başlık, metin) daha çok insanların ilgisini çekmekte ve birey üzerinde güçlü etki yaratmaktadır. Bir mesaj fotoğraf yoluyla doğrudan hedef kitleye aktarılabilmektedir. Fotoğraf tercihi afiş tasarımı da üzerinde durulması gereken önemli konudur. Fotoğraf ve sözel unsurların uyumu tasarımı başarıya götüren etkidir. Fotoğrafla ön plana çıkan bir tasarımı da sözel yolla verilen mesaj insanlar tarafından algılanmayabilir ve mesaj geride kalabilir. Fotoğraf ve yazı birbirini dengelemelidir. Afiş tasarımı da kullanılmak istenen ve ana fikre uygun fotoğraf insanlar üzerinde yaratılmak istenilen etkiye göre siyah-beyaz, mat renk ya da canlı renkler tercih edilerek uygulanmaktadır.

Fotoğraf kendi başına sanat eseri sayılmaktadır, bunun yanı sıra grafik tasarımı da fotoğraf bir mesajı yansıtır niteliğe sahiptir. Tasarımda saf bir fotoğraf kullanımından ziyade, içerikle uyumlu ve mesajı yansıtır biçimde fotoğraf oluşturulması tasarımı da etkiyi artıracaktır. Fotoğrafta deneysel yöntemler ile anlatım gücü genişlemektedir. Fotoğraf unsuruna başvurularak tasarlanan afişlere örnek olarak “Hamlet Makinası” adlı oyun için afişi verilebilir (Şekil 36). Fotomontaj tekniği ile oluşturulan afiş tasarımı var olan görüntüye yorum katılarak yeni bir soluk katmıştır. Tuğla duvarının önünde bulunan adam eliyle yüzünü yırtmakta ve yırtılan bölümde tuğla zemini görünmektedir. Anlam bakımından oyuna gönderme yapan afiş tasarımı dikkat çekici niteliktedir.



Şekil 36. Rambow/Lienemeyer/Van de Sand, Hamlet Makinası adlı oyun için afiş. 1978.



Şekil 37. Grapus, Endüstriyel toplumda çocuk isimli sempozyum için afiş. 1977.

Grapus'un Endüstriyel toplumda çocuk isimli sempozyum için tasarladığı afiş fotoğraf, tipografi ve illüstrasyon unsurlarından faydalanılarak oluşturulmuştur (Şekil 37).

Yakın açıdan kullanılan çocuk yüzü fotoğrafı, geniş açıdan ele alınarak illüstrasyon unsuruyla resmedilen evren karşısında önemini vurgulamaktadır. Endüstrinin ciddiyeti çocuk devreye girince palyaço burnu kadar eğlenceli hal almasına gönderme yapılmıştır. “l’enfant dans la societe industrialisee” (sanayileşmiş toplumdaki çocuk) başlığı beyaz renkte ve küçük harflerle sayfanın en üstüne yerleştirilmiştir.

2.2.6.2. Tipografi

İlk insanlar doğası gereği iletişim kurma ihtiyacı içerisinde olmuş ve bu ihtiyacı karşılamak için semboller oluşturmuştur. Yıllar boyunca sembolleri kullanarak iletişimini sağlayan insanlar daha sonra sembolleri geliştirerek işaretlere dönüştürmeye başlamışlardır. Yazı zaman içerisinde basitleşmeye başlayarak Fenike alfabesi ortaya çıkmıştır. Aydın kişilerin, din adamlarının, rahiplerin, keşişlerin bildiği yazı artık tüm insanlığın anlayabileceği düzeye gelmiştir. “On binlerce yıldan beri resimler, göstergeler ve tasvirler aracılığıyla mesaj iletmenin sayısız yolu bulunmuştur. Ama yazının kendisi ancak, kullanıcıların düşündükleri ve hissettikleri ya da ifade edebildikleri her şeyi somutlaştırıp açıkça belirleyebilecekleri düzenli bir gösterge ya da simgeler bütünü oluşturulduktan sonra ortaya çıkmıştır” (Jean, 2018, s. 12). Yazı bir kağıt, taş ya da tablet üzerinde ses olmadan konuşabilmektir. “İşaret ve simgeler ile iletişim kurmaya çalışan insanoğlu, seslere karşılık gelen şekiller yaratarak günümüzdeki alfabenin temellerini atmıştır” (Uçar, 2017, s. 12). Yazının keşfinden sonra tipografi kavramı gündeme gelmiştir. “Tipografi, yazılı bir fikre görsel bir biçim verilmesi anlamına gelir. Tipografi bir tasarıma kişilik ve duygu veren en etkili unsurlardan biridir; aldığı görsel biçim söz konusu fikrin erişilebilirliğini ve okuyucunun tepkisini çarpıcı biçimde değiştirir” (Ambrose ve Harris, 2017, s. 38). Her tipografinin kendine özgü bir tarzı vardır.

Tipografi, orta düzeydeki Türkçe ve yabancı dildeki sözcüklerde “basım, baskı sanatı, matbaa harfleriyle yapılan baskı işi vb.” şekillerde kısaca tanımlanır ve bu tanımlar kelime kökenindeki anlama uymaktadır. Daha kapsamlı sözcük ve ansiklopedilerdeki tanımlarda ise “yazı karakterlerinin seçimi, bir amaç için bunların düzenlenmesi ve sayfadaki duruşlarının belirlenmesi işlemlerini kapsayan uygulamalı bir sanat dalı” olduğu şeklinde açıklamalar yer alır. Örneğin, “Tipografi 17. yy’dan bu yana geniş anlamda kitap baskı sanatı, günümüzde ise bir eserin daha çok sanatsal biçimlendirmesidir ve baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir. Buna harf karakterlerinin ve boyutlarının seçimi, dizgi alanının belirlenmesi ve bunların sayfadaki duruşu da dahildir. Kağıt türü ve cilt de tipografi tarafından belirlenmelidir. Tipografik demek

harfler, çizgiler ve tipografik motiflerle oluşturulmuş demektir. (Parlak, 2012, s. 46)

Yazı ve tipografinin anlamları farklıdır. Yazının temel işlevini, işaretler yardımıyla düşünce ve bilgi aktarımı olarak tanımlayabiliriz. Ancak tipografi bu tanımın bir adım ötesidir, bir anlamda “yazı ile sanat yapma” boyutudur... Artık grafik tasarımda tipografi, bilgi ve mesajın anlaşılabilir bir form diliyle iletilmesinin yanı sıra, bir tarz, kişilik, görsel bir dil, farklı bir imge olarak ortaya konan bir eleman olma iddiasını taşımaktadır” (Uçar, 2017, s. 106). Yazı ile iletişim sağlamak temel amaçken tipografide amaç görsel olarak göze güzel görünmek, iletişimi sağlamak ve imaja uygun tarz oluşturmaktır. Tipografinin kökeninde bile, biçimle içerik arasındaki bir çatışma söz konusudur. Biçim, basılmış kitapta, içerikse kitabın aktardığı düşünce. İki yüzyıl boyunca, bu çatışma basımcılıkla uğraşanların sayısını belli ölçüde azalttı. Daha sonra çözüm yolu bulundu. Geçen yüzyıldan başlayarak tipografi sanatının dinamiği, gösteren ve gösterileni önüne geçilmez bir biçimde birleştirdi” (Jean, 2018, s. 136). Çıkardıkları sesler ile iletişim halinde olan insanlar bu durumu geliştirerek iletişimi işaretlere dönüştürerek yazının ortaya çıkışına olanak sağlamışlardır. Her kültürde, toplumda farklı biçimde karşımıza çıkan yazı genel olarak bir noktada birleşerek görsel estetikten yoksundur. Tasarım yönü ikinci planda kalan yazıya tipografik düzenleme ile yeni bir ruh katmak grafik tasarımcının elindedir.

İnsanların okumak istemesi ve bu nedenle kitap ihtiyacının artması baskı tekniğinin ilkel yöntemden çıkarak, çoğaltım tekniklerinin araştırılmasına neden olmuştur. Gelişen basım teknikleri ve kağıt sanayisi ile seri üretim kolaylaşmaya başlamıştır. “Tipografi terimi ilk kez, Johann Gutenberg’in metal harflerini tanımlamakla kullanılmıştır. Bugün ise; bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir” (Becer, 2018, s. 176). Gutenberg ile birlikte el yazısını taklit edilerek oluşturulan tahta baskı tekniğini değiştirerek, metal harf sisteminin keşfi ve kitapların seri üretime geçmesi sayesinde daha çok insana ulaşarak, insanlığın gelişimine büyük katkı sağlamıştır. “Gutenberg’in düzenlenebilir ya da hareketli hurufat (movable type) tekniğini basım ve çoğaltımda kullanmaya başlamasıyla birlikte “tipografi” terimi iletişim alanında yerini almıştır” (Sarıkavak, 2005, s. 2). Johannes Gutenberg’in oluşturduğu hareketli metal harf ile baskı sistemi basitleşerek kolay hale gelmiştir. Bu durum seri basıma geçişe örnek verilebilir. Frederic Goudy, Eric Gill, Paul Renner, Adrian Frutiger tipografinin gelişiminde ve ön planda olmasına katkı sağlamışlardır.

Bir resmin binden fazla kelimeye eşdeğer olduğu iddia edilir. Ama resimsel olarak göstermenin henüz mümkün olmadığı şeyleri açıklamak için metin gereklidir. Tarih boyunca, hayatımızın her yönünü piktogramlarla tasvir etmek için pek çok girişimler olmuştur. Oysa resimlerde doğru iletmenin imkânsız olduğu, “kavram,” “imkânsız” veya “doğru” gibi özellikle fiziksel olmayan nesne veya eylemlere atıfta bulunan birçok kavram vardır (Blokland, 2017, s. 1). Tipografinin önemi burada ortaya çıkmaktadır. Bir tipografik düzenleme resim etkisi yaratabilirken görsel sadece görseldir, mesajı verme gücü sınırlıdır. “Tipografi, grafik tasarımcının elindeki en önemli grafik elemanlarının başında gelir. Hemen hemen grafik tasarım ile ilgili tüm işlerde tipografinin yeri vardır. Bu önemli elemanı iyi bilmek, onun yapısını, parçalarını, tarihsel gelişimini ve ustalarını tanımak, tasarımcıya sayısız avantajlar sağlar” (Uçar, 2017, s. 124). Tipografi tasarıma kimlik kazandırır, algılanabilirliği etkiler ve okunabilirliği kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle tasarımcının en çok zorlandığı ve dikkat etmek zorunda olduğu konulardan biri de tipografidir. Uçar’a göre (2017) tipografi; sayfa üzerindeki temel elemanların başında gelir. Yazı ve tipografik elemanlar hem içerik hem görsel etkiye sahip tasarım öğeleri olduğu için, mesajı bilgi olarak vermenin yanı sıra, görsel olarak da iletebilme özelliğine sahiptirler (...) Tipografi her grafik tasarımcının üzerinde titizlikle durması gereken son derece önemli ve gerekli bir konudur, zira resim, illüstrasyon, diagram ya da renk kullanmadan grafik tasarımlar oluşturmak mümkündür ancak, yazı ve tipografi tüm grafik tasarım ihtiyaçlarının karşılanmasında temel unsurdur. Salt tipografik elemanlar kullanılarak son derece başarılı, etkin ve akılda kalıcı tasarımlar, afiş ve ilanlar üretmek olasıdır. “Tipografik tasarım söz konusu olduğunda, yaratıcılık ve özgünlüğün yanı sıra; okunaklılık, berraklık, nesnellik, doğru iletişim ve söz dizimi oluşturma gibi kriterler vardır” (Becer, 2016, s. 9). Tipografik düzenleme ile birlikte dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise yazı karakterinin (font) afiş tasarımının üslubuna uygun olmasıdır. Doğru bir tipografik düzenleme ile yanlış bir yazı karakteri tercihi tasarımın başarısını düşürebilir. Her yazı ailesinin kendisine has karakteristik özellikleri ve temsil ettikleri bir alan vardır. “Tasarım, her ürünün ayrı ayrı görünümünü değil, toplam tasarımın şartlarını belirlemelidir” (Blokland, 2017, s. 1). Grafik tasarımında görsel yazıyla ilişkilidir. Birbiriyle bağıntılı olarak düşünülmesi gerekmektedir.

Chamber Made Operanın 3 Deep Design’a “Çılgın Kral için 8 Şarkı” operası için tasarlatmış olduğu afişte dikkat çeken ilk nokta sağa ve sola hizalanarak oluşturulmuş tipografidir (Şekil 38). Tipografik düzenleme hiyerarşik düzene göre sıralanmış ve harfler arasındaki boşluk oldukça az tutularak görsel etkisi artırılmıştır.



Şekil 38. 3 Deep Design, Çılgın Kral için 8 Şarkı operası için afiş.

Bir afiş tasarımı izleyiciye bilgi, etkinlik ve ürün duyurulmak istenilmektedir. Bu duyurular izleyiciye slogan, başlık, gün, saat, adres, yazı ile aktarılmaktadır. Bütün bu bilgileri ve mesajı izleyiciye aktarmak için tipografiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bilgi aktarımı yapılırken ise görsele, mesaja, konuya, kağıt şekline, hedef kitleye uygun tipografinin seçilmesi gerekmektedir. “Günümüzde, tipografik kurguyla çözümlenmiş bir tasarımda, başlık, slogan, metin ve diğerlerinin iletiyi yansıtan öğeler olarak ele alınması daha da yaygınlık kazanmaktadır. Bu yaklaşımla, tipografik öğeler, imgesel nitelikleriyle, içeriğe gönderme yapan görsel kodlara dönüşmektedir” (Turgut, 2013 s. 59). Bir tasarım oluşturulurken grafik tasarımcı kompozisyonun içeriği, vermek istediği mesaj ile tipografinin uyumlu olmasını göz önünde bulundurmak durumundadır.

Her yazı farklı bir sesi, ses tonunu temsil eder. Tıpkı bir müzik çalgısının çıkardığı ritim, ses ile insan duygulanır, heyecanlanır ya da harekete geçebilirse, tipografik düzenlemede insan üzerinde aynı etkiye sahip olabilir. Afiş tasarımının yazı öğeleriyle desteklenme zorunluluğu vardır. Tasarımcının yazı ailesinin çeşitli karakterlerini iyi tanınması gerekmektedir. Afişin mal ve hizmet tanıtımındaki hedef kitle, yazı karakterlerini kendi ruhsal durumların uydurmaya çalışırlar. Örneğin; uzun ve ince bir yazı ile yapılan tasarımda kadınların ilgisini çekecek ve yazıyı kendi görünüşleriyle psikolojik olarak

bütünleştireceklerdir” (Tepecik, 2002, s. 75). Sağlam bir yapıyı anlatan bir tasarım oluştururken kalın bir yazı karakteri kullanmak beraberinde uyumu getirir. Zarafetin göstergesi, ince ve kıvrımlı yazılardır. İstikrarın gücün göstergesi yine kalın yazılar, komediyi anlatanlar ise daha çok oval yazılardır. “Tipografi sanatı, inceden kalına, kısıdan uzuna doğru giden sayısız biçimsel oyun arasında yapılan doğru bir seçimin yardımıyla metnin yorumlanıp düzenlenmesine dayanır” (Jean, 2018, s. 141). Tasarımcı okuyucuya vermek istediği duyguyu kullandığı yazı karakteri ile kendisi belirleyebilir. Zarif bir nesne kaba bir yazı tasarımı ile düşünülemez, bu nedenle tasarımcı yazı karakteri seçiminde doğru kararı vermelidir. “Sözcükler, yazıldığı harf karakterine göre anlam kazanırlar, etkili veya etkisiz görünürler. Algılamanın kolay ya da zor olması, kavramların somutlaştığı bu harf gruplarının yapısına bağlıdır. Her yazı karakterinin bir kimliği vardır. Ona bu kimliği veren, büyük-küçük harf (majiskül-miniskül), tırnaklı-tırnaksız (serifli-serifsiz), dar-geniş (condensed-extended), kalın-ince (bold-italik) olmasıdır” (Parlak, 2012 s. 51). Yazılar form olarak serifli, serifsiz, script (el yazısı) ve dekoratif olarak kullanılmaktadır. Büyük ve küçük harfler işlevsel olarak birbirlerinden ayrılmaktadır. “Yazı tarihini incelediğimizde, küçük harflerin büyük harflere nazaran çok yeni bir buluş olduğunu görürüz” (Uçar, 2017, s. 130). İlk zamanlar büyük taşlara kazınan harfler kağıdın icadı ile daha küçük alana yazılmaya başlanmıştır. Böylece küçük harf ortaya çıkmıştır.

Küçük harfler daha kolay okunabilme özelliğine sahipken büyük harflerin ise daha kolay tanınabilir olması aralarındaki farka bir örnektir. Kısa sürede okunması gereken başlık, alt başlık gibi yerlerde büyük harf tercih edilmektedir, bu sayede yazı daha kolay okunabilir ve algılanabilir. Küçük harfler ise genellikle dergi, gazete, kitap gibi uzun metinlerin yer aldığı tasarım ürünlerinde tercih edilmektedir. Küçük harflerdeki gözün algıladığı ritmik hareketler göze dinamik etki vererek daha kolay algılamayı sağlamaktadır.

Verilmek istenen bir mesajın hedef kitleye doğru aktarılabilmesi için tipografik düzenlemenin dikkatli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Afiş tasarımında görsel ve tipografi uyumu profesyonel tasarımcıların istediği bir durumdur. Afiş tasarımlarında yalnızca tipografinin yer aldığı tasarımlar da mevcuttur.



Şekil 39. Philippe Apeloig, “De La Lorraine” sergisi için afiş. 2004.

Tipografinin belirli bir alanda tek renk olarak yer alması fikrinden uzaklaşarak, tasarım öğeleri kullanılarak yeniden yorumlanan tipografi tasarımları da mevcuttur. (Şekil 39) Bir tasarımda konu, mesaj sadece tipografi ile de yansıtılabilir. Böyle durumlarda ek olarak görsel tercih edilmesi tasarımda fazlalık etkisi uyandırabilir. Örnekte gösterilen tasarımda tipografiden faydalanarak serbest tarzda öznel yaklaşımla konu dile getirilmiştir.

Tipografi oluşturulduğu döneme bağlı olarak, zamanın ihtiyacına, araçlarına bağlı olarak sürekli şekil değiştirmektedir. Kullanım ve görünüm açısından iki farklı amaç için tercih edilen tipografi grafik tasarım için önemli bir unsurdur. “Yazı karakterlerinin sınıflandırılması tasarım ve etkili iletişim açısından büyük önem taşımaktadır çünkü her fontun kendine özgü bir tarihçesi ve kişiliği bulunmaktadır” (Ambrose ve Harris, 2017, s. 38). “Hemen hemen her sanat eseri gibi, tipografik bir yaklaşım, çözümleme veya tasarım, çağının etkilerini taşır” (Uçar, 2017, s. 109). Tipografik tarz, tasarımcının içinde bulunduğu topluma, koşula göre dönem dönem değişiklik göstermekte ve o durumdan izler taşımaktadır. “Modern zamanlarda sürekli olarak, uzmanlaşmış bir edebiyata uygun düşecek tipografik çalışmalar benimsenmiştir” (Jean, 2018, s. 139). İlk yazı baskısından teknolojinin çeşitli olanaklar sunduğu günümüze değin değişim gösteren tipografi gittikçe sadeleşerek algılanır biçime bürünmüştür.

Tipografik bir tasarım hem iletişime hizmet eder hem de biçimsel etkisi ile sanata hizmet etmektedir. Tipografide ritimden faydalanmak mümkündür. Büyük harf, küçük harf, italik, kalın, ince, düz sıralanışı gözde hareketi sağlar, ritme örnek olur. Metinde aralık kullanımı da aynı şekilde ritmi yaratan diğer bir öğedir.

Teknolojinin gelişimi tipografiyi de etkilemiştir. Önceleri elle düzenlenerek geniş zaman diliminde oluşturulan yazı günümüzde sayısallaşarak bilgisayar yardımıyla kısa sürede yapılmaktadır. Sürecin kısılması tipografi ailelerin popülerlik süresinin de kısa sürmesine neden olmaktadır. Teknoloji tipografiyi kolay kılarak yazı karakterlerinin çeşitliliğini artırmıştır. Gün geçtikçe yeni yazı karakterleri ortaya çıkmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile el yazısı yerini makinelerle daha sonra da makinelerden bilgisayarlara devretmiştir. İlk başlarda insan bedeninden esinlenerek yazı tasarımını oluşturan tipograflar tarzlarını sürekli değiştirmiştir.

Grafik tasarımcının tipografik tasarımındaki temel kaygısı aktarmak istenilen mesajı hedef kitleye doğru ve hızlı şekilde aktarmaktır. Diğer yandan tipografi bir mesajı aktardığı gibi izleyicinin gözüne de estetik açıdan güzel görünmelidir. Tipografi grafik tasarımın bir ürünü olan afiş tasarımına hizmet eder ve tasarımın vazgeçilmez tamamlayıcısıdır. “Günümüzde grafik tasarım eğitimi veren tüm kurumlar, öğrencilerine yetkin bir tipografi eğitimi vermeye çalışırlar. Büyük önem taşıyan bu dal, grafik eğitiminde vazgeçilmez bir unsur olmasına karşın, görsel iletişim tasarımcısı kültürünün, ayrılmaz bir parçasıdır” (Uçar, 2017, s. 108). Grafik tasarım eğitiminde tasarımcı adaylarına yazının işlevsel yönlerinin bilincine varmaları sağlanarak tipografiyi doğru kullanmalarına imkan vermek önemlidir.

2.3. Devlet Opera ve Balesi

Opera

Opera güzel sanatların her dalından faydalanan sanat ürünüdür. “İtalyanca sözcük olarak “yapıt” anlamındaki bu kelime, latince opus-eris’in çoğulu olan operadan ortaya çıkmıştır. Bir tür olarak “Opera” opera in musica deyiminden türemiştir ve çeşitli adlar taşıyan birçok müzikli sahne yapıtını içine alır” (Akt. Narin, 2014, s. 3). “Genellikle libretto adı verilen bir tür tiyatro oyunu metni üzerine, sözleri şarkılarca çalgı müziği eşliğinde sahnede oynanmak amacıyla bestelenmiş yapıttır” (Yener, 1983, s. 400). Operada kostüm, sahne tasarımı ve ışık atmosfer için önemli bir faktördür fakat asıl önemli olan orkestra müziğiyle seslendirilen ve hareketlerle seyirciye sunulan librettodur. “Müzikli sahne eseri türlerinin en belli başlısı olan opera müziklenmiş bir dram ya da tragedya’dır” (Hodeir, 2011, s. 57). “Opera,

solo, koro, bale ve orkestra müziğinden oluşan bir bütündür. Perde ve sahne gibi temel bölümlerin dışında: Uvertür, giriş, aria, resitarif, ikili (düet), üçlü (terzet), dördü (kuartet), beşli (kentet), dans, koro ve final, operanın kendine özgü öğeleridir” (Sözer, 2005, s. 517). Opera içerisinde müziğin yer aldığı sahne eseridir.

İtalya’da düğünlerde, şenliklerde, festivallerde oyun sergilemek davetlileri eğlendirmek amacı ile düzenlenen etkinlikler, operanın ortaya çıkışındaki etkidir. “17. yüzyılın müzik olayı, Lirik Dramın yani Operanın yaratılışıdır. Bu müzikli gösteriler, soyluların sarayında doğmuş ve oldukça kısa bir süre içinde ücretle girilen halk tiyatrolarına yerleşmiştir” (Selanik, 1996, s. 69). Böylece bir oyun türü daha sanat dünyasına katılmıştır. “Eski yunan dramı ile orta zaman paskalya oyunları, şimdiki operaların ilk tohumları sayılır” (Koray, 1957, s. 183). 1597 yılında Floransa Karnavalında oynanan “Dafne” tarihteki ilk operadır. Operanın ortaya çıktığı yer İtalya’dır. Operada ilk gelişme Monteverdi’nin 1607 yılında Montava dükünün isteği üzerine bestelediği “Orfeo” adlı operasını ortaya çıkarmasıdır. Orfeo operası İtalya ve Avrupa’da operanın ün kazanmasına neden olmuştur. Tarihte ilk halk operası San Cassiano 1637 yılında Venedik’te açılmıştır. Opera sanatının ortaya çıkışı ile müzik dünyasında bir devrim meydana geldiği söylenebilir. Öncelikle; armoni ilminin doğması, ses virtüözlüğünün önem kazanması, saz müziğinin vokal sanat kadar değer taşıması, sazların ıslahı vb. gibi gelişmeler opera ile başlamıştır. Daha sonraki yıllarda, baleden gelme dans ritimlerinin de önem kazanması ile opera bu değişikliklere paralel olarak giderek gelişmiştir” (Tunbul, 1988, s. 185). Opera çıkış yeri İtalya’dır ve kısa sürede başarıya ulaşarak Avrupa’ya yayılmıştır. “Opera sanatı en üst düzeyine 19. yüzyılda erişmiştir denilebilir. Bir yanda Wagner, öbür yanda tüm besteciler en olgun yapıtlarını bu yüzyılda vermişlerdir” (Sözer, 2005, s. 518).

Opera kimi zaman gündeme gelmiş, bazen de popülerliğinin azalmasına rağmen hep var olmuştur. “Opera, bütün sanat dalları arasında en ‘Komple’ olan bir sanat dalıdır. Çünkü bünyesinde, başta sanatların en etkin müzik, tüm çeşitleriyle edebiyat, resim, heykel, tiyatro, dans, mimari, ışık sanatlarını toplar. Bunlara felsefe, tarih vb. gibi öğeleri de katabiliriz” (Kodallı, 1985, s. 205). Kostümleri ve sahne tasarımı ile ilgiyi üzerine çeken komedyaların halk tarafından sıkıcı bulunması ve bu nedenle ağır havayı dağıtmak amacıyla komedyalara müzik eklenmesiyle operanın ortaya çıkmasına ortam sağlamıştır. “Müzik operanın ana öğesidir. Dolayısıyla temsilin ana fikri, türü ve içeriğinin özünü açığa çıkarmak, rejisöre olduğu kadar şefe de bağlı olmalıdır” (Neimetzade, 2002, s. 36). Opera bir ekip işidir, şefin hayal gücü ve yeteneği opera yorumunu artırmaktadır. “Opera tamamıyla nağmelerle oynanır;

bu oyunu oynayan oyuncuların iyi derecede müzik bilmeleri gerekir, oyuncular müzikte ne kadar usta olursa oyun o kadar temiz ve güzel olacaktır.” (Sevengil, 1969, s. 23). “Müzik operada somut bir karakter kazanırken sahnedeki eylemin içerik ve anlam üzerinde kesin etkide bulunmaktadır. Müzik sözcüklerle ifade edilemeyecek durumları anlatmaktadır” (Neimetzade, 2002, s. 31). Müzik içerisinde duygu barındırır ve opera için önemlidir. Opera sanatı, birçok sanat dalını bünyesinde barındırmasından dolayı, özellikle oluşturulan tekstin içerdiği kodlar ve müzikal leitmotivler, eserin farklı okumalarına da olanak sağlar. 20. Yüzyıl ve günümüz operaları çoğunlukla müzik, libretto, teatral ve sinematik unsurlar, objeler, ışık, mim, dans gibi çoklu ortam içerirler. Bu tür operalardaki çoklu ve değişken faktörler, zaman zaman izleyiciyle sanat ürünü arasındaki iletişim sürecini karmaşıklaştırmakla birlikte, izleyiciye eseri farklı bakış açılarıyla yorumlama olanağı sağlar” (Aktuğ, 2019, s. 14).

Opera sanatının birçok yönünden faydalanmaktadır. Wagner operayı tanımlarken “Tüm sanatlar deyimini kullanır” Opera; Müziğin, tiyatronun, resmin, dansın, mimarının birlikte kaynaştığı bir sanat türüdür der. Bu nedenle Sanatçılardan, irade, sevgi çok çalışma ve hayal gücü ister. Bu güçle yola çıkan sanatçılar seçkin hocalarımızın eğitimi altında Ulusal Operamızı Dünyaya duyurmuş artık kendi ana dilimizden kendi tarihimizden örf, adet ve geleneklerimizden esinlenmişlerdir” (Bartu, 1985, s. 189). Opera müziksel kültürleşme etkileşimi sağlayan sanat türüdür. Devletler operanın gelişmesi ve halka ulaştırmak amacıyla belirli destekler sağlamış ve eğitime teşvik etmiştir.

Bale

500 yıl önce İtalya’da ortaya çıkan bale İtalyanca “ballare” dans etmek anlamındadır. Bale; herhangi bir konunun pantomim ve dansla anlatıldığı bir sahne eseridir (...) Başlangıçları Eski Yunan’a kadar gider. 15. yüzyılda salt bale Fransız ve İtalyan saraylarında oldukça gözdedir. 16. Yüzyılda İngiliz sahne türleri arasında en önemli sayılabilecek “masque” ortaya çıkmıştır” (Hodeir, 2011, s. 26). Bale 16. yüzyılda Avrupa’da gelişmeye başlamıştır ve 18. yüzyılda operadan koparak özgür bir sanat dalı olmuştur.

Bale sahne sanatlarının önemli dallarından biridir. Bale dans tekniği ve diğer sanatsal öğelerin (müzik, dekor, kostüm) birlikteliğiyle sahne gösterisi halini almaktadır. “Bale dans ile birlikte söylenen, madrigal’e benzeyen, bir çeşit halk şarkısıdır” (Yener, 1983, s. 389). Bale dans ve diğer sanatsal öğelerle bir metin anlatabileceği gibi sadece müzik yorumlaması da yapabilir. “19. yüzyılda içine bir iki bale sahnesi konmayan Fransız ve İtalyan operası hemen hemen yok gibidir” (Hodeir, 2011, s. 27). Önceleri opera aralarına iki perde konulan bale

operanın yapılış amacının değişmesiyle farklı bir dal olmuştur. “Bale o dönemlerde bir şenlik kutlaması görünümündeydi; bir soylunun doğumu, düğünü, bir utkunun kutlaması, şölen eğlenceleri ve soylular arası ziyaretler bale gösterileriyle renklendirilir, gösterileri yine soylular düzenler ve kendileri dans ederlerdi” (Deleon, 1990, s. 4). Günümüzde opera eğlendirici olmaktan daha çok ruhsal durumu anlatmak için düzenlenmektedir. Bu nedenle operalarda Fransız ve İtalyan operalarındaki gibi araya konan bale sahneleri ortadan kaldırılmıştır. Bu durum balenin ayrı bir dal olarak düzenlenmesine sebep olmuştur.

Türkiye’de bale okulu ilk olarak 1931 yılında kurulmuştur. Devletin kurduğu bale okulu 1948 yılında Dr. Lütfi Kırdar tarafından resmi açılışı yapılarak İstanbul’da faaliyet göstermeye başlamış ve iki yıl sonra Ankara’ya bulunan Devlet Konservatuvarına bağlanmıştır.

Devlet Opera ve Balesi

Osmanlı döneminde opera kelimesi ilk defa 1670 yılında Eremya Kömürciyan’ın şiirinde geçmiştir. 1675 yılında ise bir saray düğünü için getirilmesi planlanan opera bazı imkanların yetersizliği nedeni ile gerçekleştirilememiştir.

Osmanlı’da operanın farkına varılması ise 1719’a dayanmaktadır. Padişah 3. Ahmet tarafından Paris’e elçi olarak gönderilen Yirmisekiz Mehmet Çelebi seyahatnamesinde opera ile ilgili görüşlerini anlatmıştır. Yirmisekiz Mehmet Çelebi görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir; “Paris şehrine mahsus bir oyun var imiş Opâre derler imiş. Acayip sanatlar gösterir imiş, ol şehre mahsus imiş. Şehrin kibarları varırlar, vasi dahi ekseriya varır, kral bile ara sıra gelir imiş” (“Opera İzleyen”, 2013). Operanın Osmanlıya girişi ise 19. Yüzyılın ilk yarısında görülmektedir. Padişah Abdülmecid tarafından Dolmabahçe sarayına getirilen İtalyan trupları eserleri sergilemiştir. Uzun yıllar sadece saraya hizmet eden opera daha sonra Beyoğlu tiyatrosunda sergilenmeye başlanmıştır. Cumhuriyetin ilanına kadar opera bu şekilde devam etmiştir. “Osmanlı’da Batılılaşmanın en çok yansıması, tiyatro-müzikal-opera ve operet alanında olmuştur. Yöneticilerin desteği bunda önemli rol oynamıştır” (Kaygısız, 2000, s. 167). Cumhuriyetten önce, Osmanlı İmparatorluğu devrinde 1840-1870 yıllarında, sarayın himayesiyle (Donizetti, Guatelli) paşaların yönetiminde İstanbul’da (Naum) opera topluluğunun verdiği temsiller, memleketimizdeki ilk opera faaliyetlerinden sayılır. Solistleri İtalyan, korusu yerli sanatçılardan oluşan bu topluluğa, (Muzikay-ı Humayun) adı verilen sarayın orkestrası eşlik ederdi” (Kalender, 1985, s. 197). Osmanlıya operanın girişiyle Giuseppe Verdi’nin eserleri İstanbul sahnelerinde sergilenmiştir. Verdi operaları dünya

prömiyerinden birkaç yıl sonra İstanbul'da oynandığı bilinmektedir ve bu durum Osmanlının operaya olan ilgisinin göstergesidir.

Opera sanatı devlet desteği almıştır. “İkinci saray tiyatrosu, 1889’da Yıldız Sarayında II. Abdülhamid tarafından yaptırıldı. Ancak yalnızca, yabancı oyunların oynanmasına, opera ve operet temsillerine izin verildi. Adı geçen tiyatrolar, tiyatrodan çok, opera, operet ve konser verilen yerlerdi” (Kaygısız, 2000, s. 122). Osmanlının siyasi bunalıma girmesi opera konusuna da yeterince ilgi göstermemesine neden olmuştur. “Osmanlıda tiyatro ve operanın verimli yılları Tanzimat’la (1839) başlamış, istibdatta kadar sürmüştür (1882-1884). Ondan sonra, II. Meşrutiyet’e kadar suskunluk içine girdi. Ne doğru dürüst eser yaratıldı, ne de oynatıldı. II. Meşrutiyet’le tiyatro alanında belli bir gelişme gözlenmesine karşın, opera-operet giderek kayboldu” (Kaygısız, 2000, s. 171). Bu dönemde operet seviyesi ise iyice düşerek kumpanyalara dönüşmüştür. “Türkiye’de operanın ilk temellerini atan kişi Ermeni asıllı bir Osmanlı vatandaşı olan Dikran Çuhacıyan’dır (1837-1898)” (Alaner, 2000, s.84). Çuhacıyan’dan sonra 1930’lu yıllara kadar kimse opera yazmamıştır. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte Ekrem ve Cemal Reşit Rey kardeşler opereti devam ettirmişlerdir.

Türkiye’de opera ve bale ilk olarak İzmir ve İstanbul’da bulunan tiyatro binalarında gerçekleşmiştir. İstanbul İzmir gibi aydın kesimin ağırlıkta olduğu illerde opera için Türkçe libretto denemeleri de yapılmıştır. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte sanatsal faaliyetler gelişim göstermeye başlamıştır. 1930 yılında “Opera Cemiyeti” kurulmuş, 1934 yılında “Büyük Opera Heyeti” “La Traviata”yı seyirciyle buluşturmuştur. Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulması ile birlikte sanat alanında da gerekli düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Atatürk 1 Kasım 1934 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde yaptığı bir konuşmada; "Güzel sanatların tümünde, ulus gençliğinin ne denli ilerletilmesini istediğinizi bilirim. Bu, yapılmaktadır, Ancak, bunda en çabuk, en önde görülmesi gerekli olan Türk musikisidir. Bir ulusun yeni değişikliğinde ölçü, musikide değişikliği alabilmesi, kavrayabilmesidir" demiştir. Ülkelerin gelişmesinde başta müzik olmak üzere, kültürün gerçek anlamda rolü olduğu bilinmektedir.” sözlerini dile getirmiştir (“Devlet Opera ve Balesi”, 2010). Ülkemizde 1934 yılında Atatürk’ün talebi üzerine metnini Münir Hayri Egeli’nin yazdığı ve Adnan Saygun’un bestelediği “Özsoy” (Feridun) operası hazırlanmıştır. Atatürk “Özsoy” operasının oluşum sürecinde konusu ve librettosunu yakından takip etmiştir. Türkiye’de Cumhuriyet yönetimi, ulusal kültürü, uluslararası çağdaş uygarlık düzeyine ulaştırma ilkesine özellikle önem vermiş ve bunun sonucu olarak da güzel sanatların eğitim öğretimle yenilenmesini mümkün kılacak kurumların oluşturulmasına geniş ölçüde imkan sağlamıştır” (Altar, 1982, s. 217). Cumhuriyetin ilanıyla

birlikte Türk müziği değişim göstererek batıya yönelmeye başlamıştır. “Cumhuriyetin ilanı ile birlikte dikkat edilmesi gereken en önemli hususlardan biri, gerek Osmanlı gerekte batı müziğine yönelik tavrın değişmesidir. İlk Türk orkestra şefi Saffet Bey, 1908 yılında cumhuriyetten yıllar önce Mızıka-i Hümayun’un başına geçmiş olsa da klasik batı müziği anlamında bir ulusallaşma hareketinin cumhuriyete kadar geniş kitlelere yayılmasından söz edilemez” (Tuzlu, 2019, s. 9). Opera sanatı çağdaş sanatın göstergesi olmuş ve yeni kurulan Türk Devletinin toplumsal dönüşümüne katkı sağlaması amaçlanmıştır. Toplumsal kültürün gelişmesi için eğitim planlanarak Devlet tarafından desteklenen kurumların oluşturulmasına yönelik yasalar çıkartılmıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren çoksesli müzik çalışmaları da hız kazanmıştır. Yaklaşık 100 yıllık bir geçmişi olan saray orkestra ve bandosu Mızıka-i Hümayun, 1924'te Ankara'ya aktarılıp Riyaset-i Cumhur Musiki Heyeti'ne (Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası) dönüştürülmüştür. Akademik yaşamda ise; 1924'te Ankara'da Musiki Muallim Mektebi'nin kuruluşu ve Cumhuriyetin Türk Beşleri'nin eğitimleri için yurt dışına gönderilmeleri çok sesli müzik alanında çığır açacak olan gelişmelerdir. Türk Beşleri olarak anılan Hasan Ferit Alnar, Ulvi Cemal Erkin, Cemal Reşit Rey, Necil Kazım Akses ve Ahmet Adnan Saygun, çoksesli müziğin gelişimine büyük katkıda bulunmuşlardır. Bestelerinde halk ezgileri kadar halk masalları, destanlar ve İslam ilahileri de yer alır. "Sibelius Finlandiya için, De Falla İspanya için ve Bartok Macaristan için ne ifade ediyorsa Türk Beşleri de Türkiye için onu ifade ederler. Türk Beşleri'nin ilk bestelerini vermeye başladıkları 1934 yılından sonra en önemli gelişme 1936 yılında Musiki Muallim Mektebi'nin Konservatuvar'a dönüştürülmesi olmuş ve bu okulun ilk mezunlarını 1941-1942 sezonunda vermesiyle Ankara'da Tatbikat Sahnesi'nde ilk opera temsilleri verilmeye başlanmıştır (“Devlet Opera ve Balesi”, 2010).

Atatürk'ün sanat üzerine sözleri şu şekildedir; “Güzel sanatlara da ilginizi yeniden canlandırmak isterim. Ankara'da bir konservatuvar ve bir temsil akademisinin kurulmakta olmasını zikretmek benim için bir hazdır” (Kaygısız, 2000, s. 281). Cumhuriyetin ilanı ile birlikte müzikte devrime ihtiyaç duyulmuş ve bu devrimi yürütecek insanın Türkiye'de bulunmaması nedeniyle yurtdışından Türkiye müzik devrimine yol göstermesi için Paul Hindemith getirtilmiştir. Paul Hidemnith gözlemleri sonucunda bu devrimin gerçekleşmesi için bazı öneriler sunmuştur. Bu önerilerde operaya yönelik bulgu; opera için bina olmalı ve binanın orta büyüklükte olması yeterlidir görüşünü belirtmiştir. Diğer yandan opera için sanatçı gereklidir ve öğrencilerden yararlanılmalıdır demiştir. Bu nedenle opera kurumuna hizmet edecek yeterliliğe sahip kurumların düzenlenmesini uygun görmüştür.

Türkiye’de opera Devlet Konservatuvarının kurulmasıyla başlamıştır. 1936 yılında kurulan Ankara Devlet Konservatuvarı ilk ürünlerini vermeye başlamıştır. Önceleri şan hocalarının büyük bir kısmı yabancı uzmanlardan oluşmaktadır. Karl Ebert ’in rejisörlüğünde, Ernest Praetorius’un şefliğinde, o zamanki Riyaseti Cumhur Orkestrası eşliğinde, dekor ve kostümleri Türkler tarafından gerçekleştirilen Mozart’ın “Bastien ve Bastienne” adlı küçük operası 1941 yılında, çoğu henüz konservatuar öğrencisi olan, ilk kez Türkler tarafından oynanır. Bu olay, gerçek anlamda opera tarihimizin başlangıç noktasıdır” (Kodallı, 1985, s. 205). Madame Butterfly operası Türk operası açısından önemlidir. 12 Haziran 1941 yılında Ankara Halkevi Sahnesinde Madame Butterfly Türk operası topluluğu tarafından oynatılan ilk oyun olma özelliğine sahiptir. Ayrıca bu tarih Devlet Opera ve Balesi’nin doğuş tarihi olarak kabul edilmektedir. 1947 yılında Türk balesinin oluşumları görülmektedir. Türk Hükümeti’nin baleyi Türkiye’ye getirme girişimleri sonucunda Dame Ninette de Valois’in kurmuş olduğu bale bölümü 1955-1957 yıllarında ilk Türk bale sanatçısı mezunlarını vererek Ankara Operasında temsillere başlamıştır.

Çağdaş bilimin uluslararası değerdeki tekniğinden yararlanmanın, memleketimizde de modern dünyadaki benzerlerine eş sanat kuramlarının doğmasına yol açacağı bir gerçektir. Onun içindir ki, 1936 da kurulan Devlet Konservatuvarının feyizli meyvelerini vermeye başlamasından birkaç yıl sonra: Devlet Operası, bir süre sonra da Devlet Balesi kurulup çalışmalarına başladı. Önce Devlet Konservatuvarının Opera Stüdyosu olarak ve 1948 yılından beri de Devlet Tiyatrosunun bir bölümü halinde çalışmalarını geliştirmiş olan Devlet Operası, opera sanatının uluslararası değerdeki örneklerini memlekete tanıtarak sevdirdi ve bir repertuvar operası olma yolundaki çalışmalarını daha da olgunlaştırabilmenin gayretine yöneldi (Altar, 1970, önsöz).

1951 yılında Cevad Memduh Altar’ın Devlet Tiyatroları genel müdürlüğüne getirilmesiyle önemli opera sanatçıları Türkiye’ye davet edilmiştir. 1958 yılında tiyatro ve operanın ayrılmasıyla iki farklı genel müdürlük ortaya çıkmış ve opera Devlet Opera ve Balesi adı altında yer almıştır. Tiyatro, opera ve bale sanat dallarını bünyesinde bulunduran Devlet Tiyatroları 1949 yılında 5441 sayılı yasayla kurulmuş ve Devlet Opera ve Balesi 1970 yılına kadar Devlet Tiyatroları teşkilatında bir Bölüm olarak yer almış ve 1958 yılına kadar aynı yönetim altında idare edilmiştir. 1970 yılında Devlet Opera ve Balesi ‘Kuruluş Kanunu’ gereğince Kültür ve Turizm Bakanlığı’na ‘Bağlı Kuruluş’ olarak atfedilmiş ve Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü adını almıştır. Devlet Opera ve Balesi, 1923’te tamamen yeni bir fikir olarak doğan yeni modern Türk toplumunun kültürel bir yansıması olmuştur (“Devlet Opera ve Balesi”, 2010). 1970 yılında Devlet Opera ve Balesi Devlet Tiyatrolarından

ayrılmıştır. Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak, Ankara ve İstanbul'dan sonra 1983 yılında İzmir Devlet Opera ve Balesi Müdürlüğü, 1992 yılında Mersin Devlet Opera ve Balesi Müdürlüğü, 1999 yılında da Antalya Devlet Opera ve Balesi Müdürlüğü kurulmuştur. En son olarak kuruluş kararı 1992 yılında alınan fakat ancak 2008 yılında kurularak 1 Ekim 2009 tarihinde perdelerini açan Samsun Devlet Opera ve Balesi Müdürlüğü'nün de eklenmesi ile bugün Türkiye'nin Opera ve Balesi olan altı kenti bulunmaktadır ("Türkiye'de Opera ve Bale", t.y.).

Türkiye'de devlet opera balesi kuruluş amacı bakımından gençlerin hayal gücünü yaratıcı yeteneğini ortaya çıkarmak ve artırmak, halkın kültür sanat ile iç içe olması, sanat faaliyetlerinde yer almasını sağlamaktır. Devlet Operaları, her şeyden önce milli müzik akademisi olmanın önemini taşır ve bu kurumlarda yer alan sanatçılar, sahne çalışmalarlarıyla olgunlaşırlar ve milli sanatın, uluslararası planda tanınmasını sağlayan kültür elçileri olabilmenin mutluluğuna ererler" (Altar, 1970, önsöz). Devlet opera ve balesi kurulduğu günden itibaren gelişim çabası içerisinde olmuştur.

2.4. Devlet Opera ve Balesi Afişlerinin Grafik Tasarım Eğitimi İle İlişkisi

Sanat; estetik, beceri ve ustalık işidir. Sanatçı ise bu işi yapan ya da oynayan, yorumlayan kişidir. Yazar, besteci, ressam ile tiyatro oyuncusu, müzik yorumcusu da sanatçıdır (...) Sanat eseri, toplumun genel beğenisinin üstünde ve önünde olmalıdır. Çünkü o, geleceğin sanat eserini yaratmaya yarayan motordur. Sanat eserinin algılanmasının güç olması, onun karmaşık yapısı, dinleyeninin (tüketenin) özel bir eğitim almasını gerektirir" (Kaygısız, 1999, s. 46). Sanat kültürden beslenen bir kavramdır. Sanat eserinin oluşturulması sürecinde yaratıcı içinde bulunduğu toplumdan örnek almaktadır. Sanat eseri öncelikle kültürel bir oluşum olmakta ve gelişerek evrensel kültüre ulaşmayı amaçlamaktadır. "Sanat ürünleri, toplumsal ilişkilerden doğan olgu ya da olaylardır. Toplumsal ilişkilerin değişmesiyle insanların estetik zevkleri ve dolayısıyla sanatçıların eserleri de değişir" (Freville ve Plehanov, 1968, s. 55). Sanatçı ve tasarımcı, estetik yönü kuvvetli yaratıcıdır ya da var olan bir ürünü yorumlayan kişidir. Yaratıcı toplumun en önünde giden kişidir, var olan bir durumu (içerik, üslup, teknik, biçim) önceden algılar ve somutlaştırır. Sanatçı ve tasarımcı geçmiş örneklerini geliştirerek yeni hedeflere yönelir ve yöneltir. Sanatçı ve tasarımcının bilince kavuşması, estetik görüşünün gelişmesi, ustalaşması ve sanat eseri ortaya koyabilmesi için belirli bir eğitimden geçmesi gerekmektedir. "Cumhuriyetin temeli kültür, kültürün temeli eğitimidir. Eğitim; bireyleri bir amaca göre geliştirip yetiştirme işidir. Eğitim; düşünsel, davranışsal,

bedensel, iş ve üretimle ilgili bütün yaşamı kapsadığı gibi, daha dar bir alanla da sınırlı olabilir” (Kaygısız, 2000, s. 246). Görsel kültürün gelişmesi ve üretilmesi için eğitime başvurmalıdır. “Birey ve toplumun vazgeçilmez bir unsuru olan eğitim; içinde bulunduğumuz 21. yüzyılda kültürün gelecek kuşaklara aktarılmasında toplumsal oluşum, değişim ve gelişim süreçlerinin geliştirilmesinde önemli bir unsurdur” (Gül, 2006, s. 692). İnsan hayatında eğitim ailede başlamakta ve okul, çevre, iş ortamında devam etmektedir.

Avrupa ve Amerika’da sanat ve tasarım eğitimi, her zaman birçok tartışmaya yol açmıştır; sanatçı ve tasarımcıların eğitimlerinin içeriği ve doğrultusu, her zaman ateşli tepkilere sebep olmuştur” (Barnard, 2002, s. 123). Sanat ve tasarım eğitiminde eğitilen kişinin toplumsal, kişisel durumu ve yeteneği göz önünde bulundurulmalıdır. “Toplumun sosyal ve kültürel yapısı sanatçının tasarım etkinliklerine doğru orantılı olarak etki eder. Sanatçı tasarımlarında özgür olmasına rağmen, yaşadığı toplumun sosyal ve kültürel değerlerine ilgisiz kalacağı anlamına gelmez” (Tepecik, 2002, s. 30). Bu nedenle sanatçı ya da tasarımcı eserinde kendinden ve kültüründen izler bırakır.

“Müzik, edebiyat, bale, tiyatro, opera gibi sanat dalları ile ilgili eğitim ve öğretim, müzik eğitimi, bale eğitimi diye tanımlanabilir” (Kırıçoğlu, 2002, s. 2). Opera ve bale sanatın birçok dalından faydalanmaktadır. Gerek sanat, gerek eğitim, ister bir olgu olarak düşünülün ister bir süreç, her ikisi de var olabilmelerini ikiye borçludur. Sanattan söz edebilmek için sanatçı kadar alıcının ya da sanatseverin, eğitimden söz edebilmek için de eğitime kadar eğitilenin varlığı kaçınılmazdır. Bu öznelardan biri olmadığında, hatta talep, yani sanatseverle eğitilen olmadığında arz da olmaz” (Erinç, 2004, s. 86). Operada libretto ve müziğin uyumlu bir şekilde izleyiciye aktarılması ve opera sanatçısının izleyiciyi etkisi altına alması için sanatçılar ve çalışanlar defalarca kez prova yapmaktadır. Operada var olan kostüm için terzi, sahne tasarımı için tasarımcı, ışık düzenlemesi için ışık tasarımcısı, librettoyu canlandırmak ve seslendirmek için opera sanatçısı, bestelenen eseri çalmak için orkestra ekibi gerekmektedir. Tüm bunların var olabilmesi ve operanın başarıya ulaşmasının temel yolu eğitimidir. “Sanat eğitimi, sanatsal kalkınma düzeyini ve derecesini saptamada kullanılacak en önemli değişkenlerden biridir. Çünkü sanat eğitimi, sanatsal etkinliklerin ve gelişmelerinin temelidir, sanatsal etkinlikler ve gelişmelerle iç içedir” (Uçan, 1996, s. 182). Sanat sürekli gelişim içerisinde. Sanat eğitiminden geçen bir öğrenci geçmişteki örneklerin üzerine yorum katarak daha iyisini yapma çabasına girer. “Cumhuriyetimizin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk “ulusal temellere dayalı çağdaş Türkiye’yi gerçekleştirmede eğitime büyük önem vermiş, ulusal eğitim işlerini hükümetlerin en önemli görevi olarak nitelendirmiş ve bu

alandanda ne pahasına olursa olsun tam başarıya ulaşmak gerektiğini vurgulamıştır” (Uçan, 1996, s. 186). Atatürk’ün sanata verdiği önem sanat bilincinin gelişmesine olanak sağlamıştır. “Cumhuriyet döneminde ilk yıllar gerçekten sanatsal gelişmenin altın yıllarıdır. Sanat eğitiminde temel arayışlar içine girilmiştir” (Kırıçoğlu, 2002, s. 43).

Opera ve afiş tasarımı sanatın farklı dallarıdır. Tanım olarak; Afiş; tanıtma ya da reklam amacıyla hazırlanmış yazılı ve resimli grafik sanatı ürünüdür. (...) Afişin saygın bir sanat yapıtı olarak onaylanması ise, Bauhaus’un çabaları sayesinde olmuştur” (Sözen ve Tanyeli, 1986, s. 13). Opera ise ritmik sanatlara örnektir. “Harekete biçim veren, genel olarak göze ve kulağa hitap eden, bale, dans, tiyatro ve sinema sanatlarına ritmik sanatlar denir” (Pasin, G. 2004, s. 23). Opera birçok duyuya hitap eder “Bilincimiz müzikteki ritimlere karşı şaşılacak kadar duyarlıdır. Temponun bir an için değişmesi, varlığımızda değişme yaratır. Eugene O’Neill’in İmparator J Jones adlı tiyatro eserinde darbukanın monoton vuruşu, zenci kahramanın sabit fikrini kökleştirir” (Edman, 1977, s. 55). Afiş tasarımı göze hitap ederken opera göze ve kulağa hitap etmesi bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Fakat opera ve afiş tasarımı arasında ortaklık gösteren bazı noktalar vardır; İkisi de görsel etki uyandırma amacına sahiptir. Opera ritmi ses ile aktarırken afiş tasarımı da kullandığı elemanlarla ritmi izleyiciye aktarabilir. İkisi de güzel sanatların dalıdır. Opera ve afiş tasarımında belirli kurallar doğrultusunda oluşum vardır. Müzikte ve tasarımda estetik aranmaktadır. İki sanat türünde de insanlarla iletişim kurma ihtiyacı mevcuttur ve bu ihtiyacın karşılanması için ürünler ortaya konmaktadır. Her iki tür de toplumun kültür ve yaşantısından etkilenmektedir. Tasarım eğitimi ve müzik eğitimi güzel sanatların bir parçasıdır. Opera izleyeni üzerinde duygu yaratmaktadır. Bir afiş tasarımı da izleyeni üzerinde duygu uyandırabilmekte var olan duyguyu tasarım yoluyla insanlara aktarabilmektedir. Operanın içeriği afiş tasarımı ile birleşince daha güçlü bir etki yaratmaktadır ve istenilen mesajı etkili bir şekilde aktarmaya neden olacaktır. Birden fazla duyuya hitap eden opera akılda kalıcılık bakımından fazladır. Opera ve afiş tasarımında ortak özellik olarak her kesimden insan kendisi için bir şey bulmaktadır.

Her iki sanat dalında da etkili bir tasarım oluşturmak veya etkili bir performans sergilemek için yaratıcı güç önemlidir. Yaratıcılık süreçle değil sonuçla ilgili bir kavramdır. Yaratıcılık çok boyutlu düşünen bir ürün türüdür. Tıpkı yetenek gibi, zeka gibi yöneldiği alanlar ve yoğunluk bakımından kişiden kişiye değişir. Kimi insanlar ötekilere göre daha çok ya da daha az yaratıcıdır. Yine kimileri, kimi alanlarda ötekilere göre daha yaratıcı ya da az yaratıcıdır. Kişilerin yaratıcı davranışlarındaki bu ayrılık kalıtıma, kültür ortamına, eğitim ve öğretime bağlıdır” (Kırıçoğlu, 2002, s. 167). Devlet Opera ve Balesi afiş tasarımları içerik

ve tasarım ürünü bakımından sanata hizmet etmektedir. İki sanat unsurunun bilinçli bir şekilde bir araya getirilmesi için eğitim gereklidir. Opera librettonun içeriğini afiş tasarımı izleyen kişiye aktarmak tasarımcının elinde olan bir durumdur. Tasarımcı librettoyu göz önünde bulundurarak izleyiciye ritmi, hüznü, coşkuyu yansıtabilir. Opera da sergilenen bir librettonun duyurulması gerekmekte ve izleyici kitlesini sahneye getirilmesi gerekmektedir.

Opera sanat ürünüdür ve sergilenirken izleyiciye ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyaç doğrultusunda afiş tasarımları devreye girmektedir. Bir sanat ürününü duyurmak estetik görünüşü ön planda olan afiş tasarımlarının görevidir. Kültürel afişler adı altında yer alan opera afişleri tasarım ürünü olmasının yanı sıra sanat ürünü olma özelliğine de sahip olabilmektedir.

2.5. Günümüzde Grafik Tasarım Eğitimi

Tasarım insanın kendini ifade etme yöntemidir. İç dünyanın dış dünyaya yansımasıdır. Gerçek dünyayı kendi gözüyle yeniden yorumlamaktır. Tasarımın ortaya çıkabilmesi için hayal gücü, yetenek önemlidir, diğer yandan düşünülen, kafada tasarlanan fikri somutlaştırmak daha da önemlidir. Bir tasarımcının hayal gücünü kullanarak geliştirdiği fikri kağıda ya da bilgisayara nasıl aktaracağını bilmesi gerekmektedir. Bu durumda da eğitim kavramı ortaya çıkmaktadır.

Grafik tasarım eğitiminin temel amacı; çağdaş tasarım örnekleri ortaya koymak, tasarımın gelişimine katkı sağlamak ve tasarım öğrencilerinin herhangi bir tasarım ürününü anlamalarını, yorumlayabilme yetisini kazandırmayı sağlamaktır.

Eğitim yaşam boyu sürmektedir. “Eğitimin yetenekleri köreltmeye değil bilemeye yarayan bir kavram olduğunu düşünürsek hayatı daha düzenli ve mutlu kılmayı amaçlayan kişisel çabalarla bu sorun arasındaki bağlantıyı daha iyi anlarız” (Tansuğ, 1976, s. 14). Üniversitelerde dört yıl eğitim almış bir öğrenci tam anlamıyla meslekte yeterli donanıma sahip olmayacaktır. Teknik donanımın yanı sıra teorik anlamda da öğrenci kendini sürekli geliştirmek durumundadır. Teknolojinin sürekli gelişmesi ve yöntemlerin çeşitlilik göstermesi gelişmelerin tasarımcı ve öğrenci tarafından detaylı takip edilerek yetkinlik kazanmasına olanak sağlayabilir. Tasarım eğitimi bir yaşam boyu sürer. Çünkü sürekli değişim, sürekli bir yenilenmeyi de beraberinde getirecektir. Bu nedenle grafik tasarım mesleğinin ağırkanlı ve nostaljik bir kişiliğe uygun bir uğraşı alanı olacağını söylemek zordur. Bu meslekte başarılı olabilmek için tasarım ilkelerini ve uygulamalarını bilmek, esnek ve işlek bir zekaya sahip

olmak gerekmektedir” (Becer, 2018, s. 35). Eğitim geçmişten bugüne kadar sarf edilen çabalar sonucunda son halini alan teknikleri öğrenmeyi ve bunun üzerine yeni gelişmeler sağlayarak gelecek nesillere aktarmayı amaçlamaktadır.

Bir işe başlamadan önce o işin nasıl ve neden yapıldığının bilinmesi gerekir. Planlama doğrultusunda kullanılacak yöntemler saptanarak işe koyulur. İnsanlar yaptıkları iş sonucunda alkışlanmak takdir görmek ister. Alkışlanmak için ortaya çıkan ürünün, performansın geçmişteki örneklerden farklı, özgün, dikkat çekici ve anlaşılabilir olması gerekir. Bu maddelerin başarılı bir şekilde yerine gelmesi için işe hakim olmak gerekir. İşe hakim olmak içinse önce öğrenmek gerekir, yani eğitim gerekir. “İnsanın ihtiyaçlar sıralamasında, birinci amaç karnını doyurmak, barınmak ve üremektir, yani hayatta kalmaktır. İkinci kademede, çeşitli eğitim faaliyetleri ve sanat yer alır, bu bilgiler içerisinde sanat önemli bir yer tutar, çünkü çocuğun ileriye dönük ilgi alanı sanat eğitiminde ortaya çıkabilir” (Tepecik, 2002, s. 12). “Tasarımcılar izleyicilerini seçemezler, kullandıkları dili ve çalışmalarının içeriğini izleyicilerin ihtiyaçlarına göre seçmek zorundadırlar” (Min, 2012, s. 3). Bunun için de grafik tasarımcının hedef kitleye uygun tasarım yaratabilmesi eğitim yoluyla sağlanmaktadır.

Tasarım eğitiminin öğrencileri değişime hazırlamasına her zamankinden daha fazla ihtiyaç vardır. Değişim o kadar hızla gerçekleşir ki, öğrencileri yetişkinliğe hazırlamak için başvuru geleneksel yöntemler artık çocuklar büyürken yer alacak olan değişimlere adapte olacak kadar hızlı değildir. Tasarım eğitimi hem gençler, hem de ileri yaşlarda olanlar açısından kıvraklık, esneklik, proaktif düşünce ve çoklu becerilerin gelişimine başka alanlara göre daha fazla katkıda bulunabilir, zira kimse gelecekteki hayatlarının veya işlerinin günümüzdekine benzeyeceğini bekleyemez (Pido, 2012, s. 3).

Sanat ve tasarım kullanılabilirlik açısından birbirinden ayrılmaktadır. Sanat yapıtı kişiseldir, görecelidir ve belirli bir işlev yerine getirmeyi amaçlamaz. Buna karşın kullanılabilirlik amaçlayan tasarım, ölçülebilir kriterler ışığında değerlendirilmek durumundadır. Tasarım eğitimcisi öğrencilerinin projelerini değerlendirirken öznel görüşlerinden çok, sözünü ettiğimiz kriterlerden yola çıkmak durumundadır” (Becer, 2016, s. 9). Grafik tasarım eğitiminde öğrencilere aktarılması gereken önemli bilgiler vardır. Grafik tasarım eğitiminde öğrenciye tasarım bilgisi aktarılır ve bu bilgiler dahilinde kendi hayal güçlerini kullanarak uygulama yapmaya teşvik edilir. Her bireyin hayal gücü farklı olduğu için aynı konudan farklı tasarım örnekleri karşımıza çıkar. Bu durumda grafik tasarım eğitimiyle öğrencilerin bilinçli tasarım oluşturmalarına, düşüncesini ürününe doğru bir şekilde aktarmasına olanak vermektedir.

Grafik tasarım eğitiminde öğrencilere dikkat etmeleri gereken noktalar, tasarım ilke ve öğeleri öğretilerek onlara yalnızca öğrenim hayatları boyunca uygulama yapmaları sağlanmayarak, eğitimleri bittiğinde de araştırmaları ve tasarımlarını gelişmelerinin bilinci aşılanmaktadır. Kavramsal (nokta, çizgi, düzlem, hacim) ve görsel öğelerin (nokta, çizgi, renk, doku, boyut, biçim, yüzey) belirli, bir düzen içinde bir araya gelmeleri kompozisyonu oluşturur. Kompozisyonda en önemli ilke, her şeyin bütüne ait ve uygun olması, hiçbir ögenin birbirine yabancı ve uyumsuz olmamasıdır. Yani bütünlüktür, bütünlük içinde çeşitlilik. Temel sanat eğitiminde, öğrencinin görsel ve duygusal gelişmesini hızlandırmaya katkıda bulunan görsel eğitim yaşam boyu devam edecek bir sürecin başlangıcıdır (Ketenci ve Bilgili, 2006, 279-280). Afiş tasarımcısı tasarımını oluştururken yazıdan, görselden, renkten, dokudan, biçimden, aralıktan, ölçüden vb. yararlanır, bunun yanında içerisinde yaşadığı topluma duyarlı bir birey olarak çevresiyle iletişime geçebilir, estetik ve psikolojik olarak bireylere dokunur.

Grafik tasarım eğitimi alan öğrenciler atölyelerden ve öğretmenlerden yararlanarak, geçmiş dönemdeki sanatçıları tanıma, bilgilere erişme, kendini ve tasarım fikrini daha kolay ifade edebilme ve özgün çalışmalar ortaya çıkarmayı amaçlamaktadırlar. Öğrencilere tasarım ilkeleri ve öğeleri benimsetilerek görmeyi, yaratıcılığı yüksek ve anlaşılır tasarımlar ortaya çıkarmalarına imkan verilmektedir. “Nitelikli bir sanat eğitimi, belirli değerlerin taşıyıcısı, çağın gelişen ve değişen şartlarına göre kendini yenileyebilen bir müfredat (öğretim) programı ile mümkündür” (S. Buyurgan ve U. Buyurgan, 2012, s. 5). Grafik tasarım eğitimi verilecek olan atölye donanımlı olmalıdır. İçerisinde bilgisayar, projeksiyon cihazı, fotoğraf makinesi, yazıcı, çizim tableti olabilir. Eksik bir atölyede tasarım eğitimi vermek öğrencilerin eğitimini etkileyecektir. Görsel sanatlar derslerinde öğrencilere uygun mekan, zaman ve malzeme sunulması, öğrencilerin motive edilmesi, yönlendirme ve alan ile ilgili seviyeye uygun bilginin verilmesi onların yaratıcı düşüncelerini ortaya koyabilme ve geliştirebilmesine imkan sağlayacaktır. Bunun için öğretmen faktörü son derece önemlidir. Bilgi birikimine sahip, araştıran, üreten, yaratıcı öğretmenler böyle öğrencilerin yetişmesinde önemli rol oynar” (S. Buyurgan ve U. Buyurgan, 2012, s. 19). Uygun atölye ortamının sağlanmasının dışında öğrencilerin fiziksel ve ruhsal durumlarına da dikkat edilmesi gerekmektedir. Güzel sanatlar eğitim sisteminde; öğrenci psikolojisi, yeteneği ve hazır bulunuş hali göz önünde bulundurulmadan eğitim verilemez. Öğrencinin fiziksel, ruhsal durumu, onu farklı davranışlara yöneltir. Bazen derse ilgi duymayabilir, sonuçta ders her öğrencide aynı etkiyi bırakmaz” (Erbay, 2013, s. 60-61). “Eğitim esnek olmalı, gelecekte yer alacak değişikliklere uyarlanabilmelidir. Bir sorun üzerinde çalışmanın insanın kendi üzerinde çalışması anlamına

geldiği anlayışı teşvik edilmeli, proje ile öğrenci arasındaki sınırlar kaldırılmalıdır” (Vukic, 2012, s. 3). “Eğitim, toplumsal açıdan bilinçli tasarıma yönelmektedir ve bu durum, tüm akademik disiplinlerin “kullanılabilirlik” açısından inceleme altına alındığı güncel siyasi ortama son derece uygundur” (Triggs, 2012, s. 1).

Grafik tasarım eğitimi öğrencileri tek yönlü eğitmeye yönelik olmamalıdır. Grafik tasarım teknoloji ile iç içedir ve sürekli gelişim halindedir. Teknoloji, günümüz çocuklarının, gençlerinin hayatında vazgeçilmez bir yere sahiptir. Özellikle grafik tasarımlarında teknolojinin olumlu etkilerinden yararlanarak öğrencilerin daha kısa sürede, daha çok üretmelerine ortam hazırlanabilir. Ancak bunun için görsel sanatlar öğretmenlerinin tasarım programlarına hakim olmaları, öğrencilerini bu konuda yönlendirebilmeleri önemlidir” (S. Buyurgan ve U. Buyurgan, 2012, s. 213). Tek düze yetiştirilen bir tasarım öğrencisi kullanılabilir tasarımlar ortaya koymakta güçlük çekecektir. Bunun yerine teknolojiden faydalanarak gelişimi takip eden bir eğitim yöntemi uygulanması doğru olacaktır. Bu sayede gelişen durumlara ayak uydurabilen, kültürel değerleri içinde barındıran, yaratıcı, hayal gücü yüksek, üretken tasarımcılar ortaya çıkacaktır. “Sanatın her alanında etkin olan teknolojik gelişim; kullanılan malzemeden yöntemle kadar her aşamada eğitimi etkilemektedir” (Erbay, 2013, s. 64).

“Çağımızda görsel tasarımcının her ne kadar baskı ve çoğaltım tekniklerini iyi bilmesi gerekse de, belki de bunlardan daha önemli olan niteliği, zengin bir dünya görüşüne sahip, okuyan ve içinde bulunduğu evreni algılamaya ve anlamaya çalışan, yeniliklere açık, duyarlı ve yaratıcı bir mesleğin üyesi olmasıdır” (Uçar, 2017, s. 93). Teknolojinin iyice insan hayatında yer almasıyla birlikte iletişim ağı genişlemiş ve artık insanlar farklı kültürden insanlarla kolayca iletişime geçmeye ve yolculuk yapma sıklıklarını artırmaya başlamışlardır. Bu durum kültürden kültüre farklılaşan tasarım dilini etkilemiş ve iletişim sağlayabilme gücünü azaltmıştır. Bu nedenle evrensel bir iletişim ağı yaratabilme sorunu ortaya çıkmıştır. Grafik tasarım eğitimi verirken öğrencilerin evrensel ihtiyaçlara yanıt verebilmesi ve kültürler arası iletişim kurabilme yeteneğine sahip küresel tasarımcı yetiştirmek amaçlanmalıdır. “Her sanatçının yetiştiği ortam, etkilenişleri ve yaratıcılığı farklıdır. Sanatçı aktif olarak içinde bulunduğu çevreden, zaman ve mekandan etkilenmekte ve bunu eserlerine yansıtmaktadır” (Erbay, 2013, s. 58). Tasarım söz konusu olduğunda aynı konudan farklı onlarca tasarım çıkabilir bunun nedeni her tasarımcının farklı bir sosyal çevreden, aileden gelmesidir. Farklı ortamda yaşayan bireyleri yaratıcılığı da farklıdır. Bu durum kültürden kültüre de değişkenlik göstermektedir. Tasarımda kültürden de izler görülmektedir. Bir tasarımda tasarımcı kendi

kişiliğinden, kültüründen izler bırakır. Önemli olan bu izleri tasarım bilgisi ile harmanlayıp doğru bir şekilde hedef kitleye aktarmaktır. “Kültürün özel bir alanı olan sanat; imgeler aracılığıyla gerçekliğin yeniden üretilmesidir” (Erbay, 2013, s. 77). Tıpkı geçmişte olduğu gibi çağdaş dünyada da sanatın amaç ve uygulama yöntemi değişim ve gelişim göstermektedir. Bu durumda eğitim verme şeklinin de belirli aralıklarla geliştirilmesi şarttır.



BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin çözümlemesinde kullanılan teknikler açıklanmaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın yürütülmesi aşamasında karşılaştırmalı nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kullanılmıştır. Bu çalışmada 2017-2018 yılları arasında tasarlanan Devlet Opera ve Balesi afişlerinin biçim ve içerik yönünden incelenmesi yapılmıştır.

3.2. Evren / Örneklem

Evren: Araştırmanın evrenini, Türkiye’de 2017-2018 yılları arasında tasarlanan Devlet Opera ve Balesi afişleri kapsamaktadır.

Örneklem: İzmir Devlet Opera ve Balesi Afiş Tasarımlarının (2017-2018) biçim ve içerik bakımından incelenmesi bu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Afiş tasarımları konularına göre; kültürel afişler, sosyal afişler ve reklam afişleri olmak üzere üç farklı gruba ayrılmaktadır. Kültürel afiş örneklerinden olan İzmir Devlet Opera ve Balesi afişleri biçim ve içerik bakımından incelenmiştir.

3.3. Veri Toplama Süreci ve Araçları

Araştırmadaki veri toplama araçları bilgisayar donanımları (PC ve Macintosh bilgisayar, printer, scanner, taşınabilir bellek, kart okuyucuları, internet ortamı), yazılımlar (Microsoft Word, Macintosh Pages), tasarım programları (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator), kaynak kitaplar, süreli yayınlar, tezler, makaleler, yayınlanmış röportajlar, dergilerdir. Bu veriler kaynakçada detaylı olarak verilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmada sonuca ulaşmak için, 2017-2018 yılı Devlet Opera ve Balesi Afiş tasarımlarının konusuna göre (kültürel afiş, reklam afişleri, sosyal afiş), tasarım ögesi açısından (nokta, çizgi, yön, ölçü, aralık, doku, renk, değer, biçim), tasarım ilkesi açısından (denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, zıtlık, bütünlük, vurgu) ve tasarım unsurları bakımından (illüstrasyon, fotoğraf, tipografi) kaynaklar paralelinde biçim ve içerik yönünden incelenmiştir.

Araştırmada toplanan verilerin çözümlenmesi için betimsel analiz yöntemi kullanılacaktır. Verilerin çözümlenmesinde temel alınacak boyut amaçlarda belirtilmiştir.

3.5. Araştırmanın Geçerliği ve Güvenirliği

Araştırma 2017-2018 yılları arasında Devlet Opera ve Balesinin İzmir’de düzenlediği etkinlik afişlerini içermektedir. Ulaşılan bilgiler doğrultusunda incelenen afiş tasarımları, araştırmacının teknik bilgisi doğrultusunda objektif bir şekilde analiz edilmiştir. İncelemede kullanılan tablo tasarımların biçim yönünden özelliklerini açıklamaktadır. Tabloda yer alan başlıklar tasarım kitaplarında yer alan bilgilere dayanarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Biçimi açıklayan tabloda: Tasarım ögesi başlığı altında; nokta, çizgi, yön, ölçü, aralık, doku, renk, değer, biçim, tasarım ilkesi başlığında; denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, zıtlık, bütünlük, vurgu, imaj başlığı altında; illüstrasyon ve fotoğraf, tipografi başlığı altında ise; serifli, serifsiz, script ve dekoratif yazı karakteri ele alınarak tasarımlar incelenmiştir. Analiz sadece belirlenen yıllara ait afiş tasarımları için geçerlidir.

3.6. Araştırmacının Rolü

Araştırmada araştırmacının rolü; ilgili literatürleri tarama, örnek toplama, analiz tablosunu oluşturma ve ulaşılan bilgiler sonucunda mevcut afişleri biçim ve içerik yönünden analiz etmektir.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde İzmir Devlet Opera ve Balesi 2017-2018 yılları etkinliklerine ait 16 adet afiş tasarımının biçim ve içerik yönünden incelenmesi yapılmıştır. Afiş tasarımlarının biçimi; tasarım ögesi açısından (nokta, çizgi, yön, ölçü, aralık, doku, renk, değer, biçim), tasarım ilkesi açısından (denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, zıtlık, bütünlük, vurgu) ve tasarım unsurları bakımından (illüstrasyon, fotoğraf, tipografi) ve içerik dikkate alınarak analiz edilmiştir.

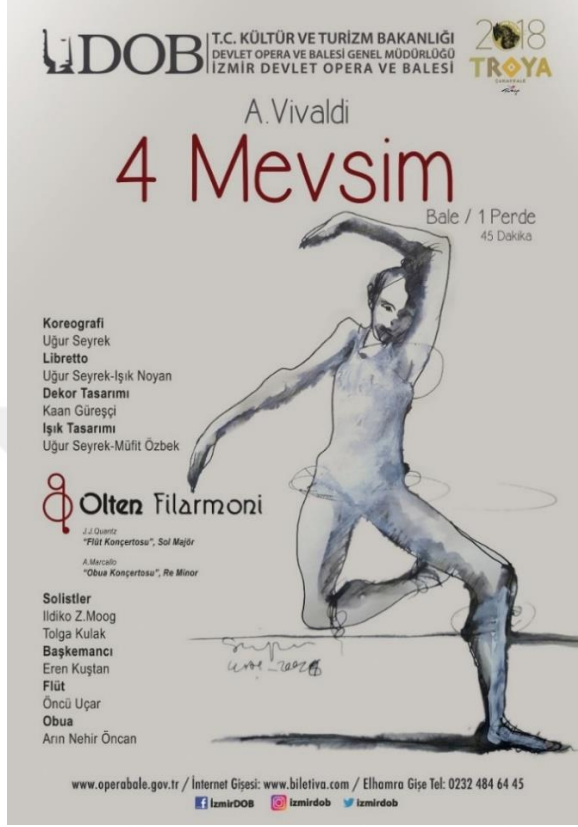


Tablo 1. 4 Mevsim

Tasarım Öğeleri	
Nokta	-
Çizgi	Gerçekçi görüntülerdeki ayrıntılar çizgiyle betimlenmiştir.
Yön	Biçimsel yapıda yön mevcuttur.
Ölçü	Vurgu noktası göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.
Aralık	Boşluk yardımıyla nesneler birbirinden ayrılmıştır.
Doku	Desen üzerinde çizgi ve tonlama yardımıyla doku oluşturulmuştur.
Renk	Renk kullanımı ile tasarımda vurgulanmak istenen başlık ön plana çıkarılmıştır.
Değer	Biçimde açık - koyu değer mevcuttur.
Biçim	İçeriğe uygun, doğal biçim kullanılmıştır.

Tasarım İlkeleri	
Denge	Devingen ve durağan yapıların zıtlığıyla denge oluşturulmuştur.
Orantı	Tipografide boyut farklılığı mevcuttur.
Hiyerarşi	Sözel hiyerarşi mevcuttur.
Devamlılık	Renk ve tipografiyle devamlılık sağlanmıştır.
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.
Bütünlük	Öge ve ilkelerin birlikte kullanımı ile bütünlük oluşturulmuştur.
Vurgu	Kullanılan renk yardımıyla yapılmaktadır.
İmaj	
İllüstrasyon	Tasarım illüstratif bir görselle betimlenmiştir.
Fotoğraf	-
Tipografi	
Serifli	-
Serifsiz	İnce yazı karakteri kullanılmıştır.
Script	-
Dekoratif	-

Şekil 40. 4 Mevsim için afiş.



4.1. 4 Mevsim

Afiş tasarımı Antonio Lucio Vivaldi'nin "4 Mevsim" isimli balesi için tasarlanmıştır. Tasarım illüstrasyon unsurundan faydalanılarak oluşturulmuştur. Görsel imaj, tasarımın sağ kısmında yer almaktadır. Dans eden bir balerin figürü afiş tasarımında kullanılan imajı oluşturmaktadır. Kullanılan imajın hareketli olması tasarımda dikkat çekiciliği artırarak görsel etkiyi uyandırmaktadır. Figürün vücut hareketleri izleyiciyi tipografiye yönlendirir niteliktedir. Bu sayede sözel ve görsel bütünlük sağlanmıştır. Tasarımda görsel, sayfanın sağ kısmına tipografi ise sol kısmına yerleştirilmiştir. Tasarımcının tercih ettiği imajda kullanılan ton farklılıkları ve geçişler doku etkisi yaratmaktadır. Kullanılan imajda resmeden kişinin imzası ve tarih yer almaktadır.

Tasarım yüzeyinde izleyicinin dikkatini ilk olarak imaj, daha sonra bale ismi ve son olarak imajın gösterdiği yöndeki bilgiler çekmektedir. Kullanılan figürün biçimsel yapısındaki doğrultu tipografiyle etkileşime geçmektedir.

Biçimde var olan hareketlilik tasarımın dinamik bir etkiye ulaşmasını sağlamıştır. Kullanılan figürün hareketi tipografinin sayfanın sol kısmına düzenli bir şekilde hizalanmasıyla dengelenmiştir. Renk olarak zemin beyaz tercih edilerek tipografi ve desende bordo, gri ve siyah renkler kullanılmıştır.

Tipografik düzenleme serifsiz, ince font tercih edilerek, majiskül ve miniskül olarak oluşturulmuştur. Bale'nin adı bordo renkte, majiskül ve miniskül olarak yazılmış ve sayfanın üst orta kısmında konumlandırılmıştır.

Tipografide başlık büyük yazılmış ve sözel hiyerarşi göz önünde bulundurularak düzenleme yapılmıştır. Tasarımda başlıktan sonra önem sırasına göre en büyük kısım Antonio Lucio Vivaldi, ardından bale yazısı ve sonrasında "Olten Filarmoni" sonrasında ise Koreografi, libretto, dekor tasarımı vs. şeklinde yer almaktadır. Kompozisyonun üst kısmında Devlet Opera ve Balesinin logosu ve ismi, yanında ise 2018 Troya Çanakkale logosu yer almaktadır. Sayfanın en alt kısmında ise ortaya hizalanmış şekilde iletişim bilgileri konumlandırılmıştır.

Dört Mevsim Vivaldi'nin en ünlü eseridir ve Barok müzik ve klasik müzik repertuarının da bilinen örneklerindendir. Dört Mevsimde doğaya dikkat çekilmektedir. Temsil Olten Filarmoni Orkestrası eşliğinde sunulmuştur. Müziği Antonio Vivaldi'ye ait olan Dört Mevsim'in libretto'su Uğur Seyrek ve Işık Noyan tarafından yazılmıştır. Koreografisi

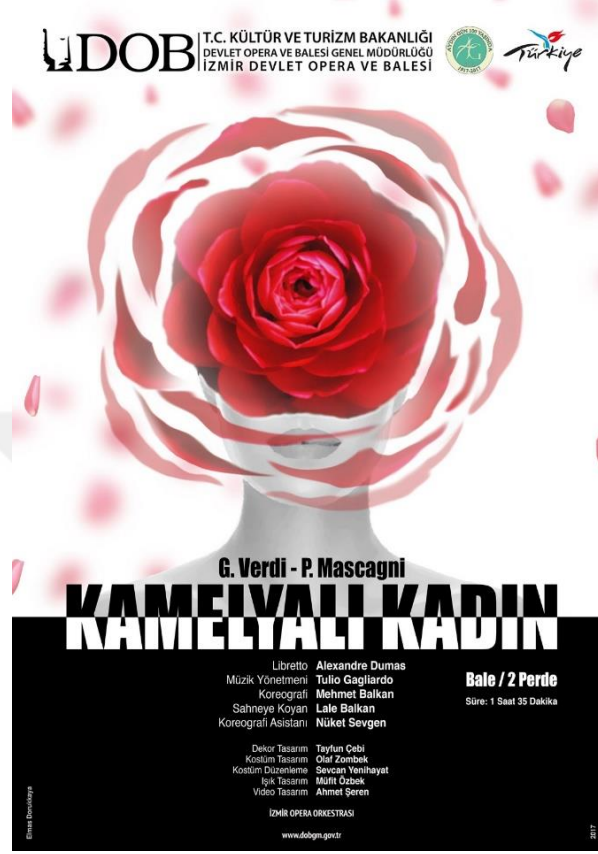
Uğur Seyrek'e aittir. Ildiko Z. Moog ve Tolga Kulak Dört Mevsim'i seslendirmişlerdir. Dekor tasarımını Kaan Güreşçi, ışık tasarımını ise Uğur Seyrek ve Müfit Özbek yapmıştır.

Libretto'da insan ilişkilerindeki neşe, hüzn, sevinç ve ayrılık tıpkı mevsimlere benzetilmiştir. Bir çiftin aşkı dansın estetiğı ile birleştirilerek dört mevsim içerisinde sahneye yansıtılmıştır. Gösterinin merkezini insan ve doğa oluşturmuştur. İnsan yaşamının başlangıç, gelişme, gerileme ve sonuç olarak varsayılmış ve bu durum doğada mevsim olaylarıyla benzetilerek eserde yer almıştır. Libretto'da doğa ve insan ilişkilerle başladığı varsayılarak ilkbaharı flört etmeye, yazı aşka, sonbaharı ayrılığa ve kışı da ölüm olarak yansıtılmıştır.

Tasarımda izleyiciye bale ile ilgili doğrudan bağlantı kurmaları açısından dans eden balerin figürüne yer verilmiştir. Afişte kullanılan figürün ayakları zemine sağlam basmakta ve topraktan ya da doğadan aldığı gücü betimlemektedir.

Tablo 2. Kamelyalı Kadın

Tasarım Ögeleri	
Nokta	Zeminde kullanılan kırmızı renk nokta oluşturmaktadır.
Çizgi	Anlatım biçimi olarak çizgilerden faydalanılmıştır.
Yön	Gül üzerinde içerden dışarı doğru değişken yönelme vardır.
Ölçü	Elemanlar arasında boyut farklılıkları vardır.
Aralık	Kullanılan biçimde aralık yardımıyla dinamizm etkisi sağlanmıştır.
Doku	Işığın sağladığı düz ve parlak doku mevcuttur.
Renk	Görsel hiyerarşi renkle sağlanmıştır.
Değer	İmajda kullanılan açık-koyu renk geçişleri değeri oluşturmaktadır.
Biçim	Doğal formlar ile biçim oluşturulmuştur.
Tasarım İlkeleri	
Denge	Simetrik denge mevcuttur.
Orantı	Birden fazla unsur birbiri ile boyut, aralık bakımından orantılıdır.
Hiyerarşi	Görsel ve sözel hiyerarşi mevcuttur.
Devamlılık	Renk ve aralık ile sağlanmıştır.
Zıtlık	Zıtlık renklerle sağlanmıştır.
Bütünlük	Kullanılan biçim ve tipografi bütünlüğü oluşturmuştur.
Vurgu	Renk ve boyut bağlamında vurgu gül biçimi ile afiş başlığındadır.
İmaj	
İllüstrasyon	-
Fotoğraf	Kadın ve gül fotoğrafı kullanılmıştır.
Tipografi	
Serifli	-
Serifsiz	Kalın ve ince yazı karakteri kullanılmıştır.
Script	-
Dekoratif	-



Şekil 41. Kamelyalı Kadın için afiş.

4.2. Kamelyalı Kadın

Kamelyalı Kadın Bale etkinliğinde kadın ve gül fotoğrafı görsel imaj olarak tercih edilmiştir. Tasarımın dikkat çekici kısmını oluşturan gül, kadının göz ve burun kısmının üstüne yerleştirilmiş ve kırmızı renkte kullanılmıştır. Kırmızı renkte kullanılan dikkat çekiciliği fazla olan gülün zıttı olarak kadın görseli siyah beyaz renkte tercih edilmiştir. Sayfanın beyaz kısmına belirli aralıklarda kullanılan kırmızı biçimler gülün devamlılığı niteliğindedir.

Tasarımda simetrik düzenleme söz konusudur. Kullanılan fotoğraf tasarımın neredeyse ortasında yer almaktadır. Kullanılan fotoğraf odak noktasını oluşturmaktadır. Tasarımcı tüm algının gül üzerinde kalmaması için tipografide de hareketliliğe yer vermiş ve siyah beyaz etki yaratarak algıyı tipografiye yönlendirebilmeyi sağlamıştır. Gül imajında bulunan bölünmeler tipografide de renk denemeleri sayesinde elemanlar arasında bütünlük sağlamıştır. Kadın fotoğrafının siyah beyaz kullanımıyla, tasarımın alt kısmında da aynı renklerin kullanılması devamlılık oluşturmıştır.

Tasarımda kullanılan biçimsel öğeler balenin içeriğini yansıtan bir gösterge oluşturmaktadır. Tasarımcı hiyerarşik düzenlemeyi yaparak izleyicinin tasarımda yer alan başlık, görsel ve diğer sözel bilgiler arasında önem sırasına göre yönlendirerek bir görsel yapı oluşturmuştur. Tasarımın vurgu noktası olan kırmızı gül simetrik kullanılmıştır.

İmajın hemen altında yer alan bale isminde serifsiz, kalın ve majiskül yazı karakteri kullanılmıştır. Yazı aşağı ve yukardan bölünerek iki farklı renkte tercih edilmiştir. Bu deneme sonucunda tasarım fotoğraf ve tipografi olarak ikiye bölünmüş ve bu bölünme renk ve biçim denemeleri ile giderilmeye çalışılarak bütünlük sağlanmıştır.

Ekip bilgileri etkinlik isminin hemen altında beyaz renkte serifsiz yazı karakteriyle kullanılmıştır. Düzenleme merkeze hizalanarak yapılmıştır. Ekip bilgilerinin hemen sağ üst kısmında yer alan bale bilgileri kalın yazı karakteriyle majiskül ve misiniskül olarak yazılmıştır. Siyah zemin üzerine tercih edilen beyaz renk tasarımda algılanabilirliği kolaylaştırmaktadır. Afiş tasarımının sol alt kısmında tasarımcı kendi ismine yer vermiş sağ alt kısmında ise tarihi belirtmiştir.

Zeminin siyah-beyaz kullanılması tipografik düzenlemeyle bütünleştirilmiştir ve denge unsuru sağlanmıştır. Tipografik düzenlemede hiyerarşi göz önünde bulundurulmuştur. Devamlılık kullanılan biçim ve renkle sağlanmıştır. Zıtlık ise renk ile vurguyu artırmıştır. Tasarımda vurgu noktası kırmızı güldür. Gülün etkisi tipografide kullanılan renk denemesiyle

dengelenmiştir. Tasarımda sol üst kısımda DOB logosu yer almaktadır. Logonun hemen yanında Aydın Gün logosu yer almakta ve sağ üst köşede Türkiye logosu bulunmaktadır.

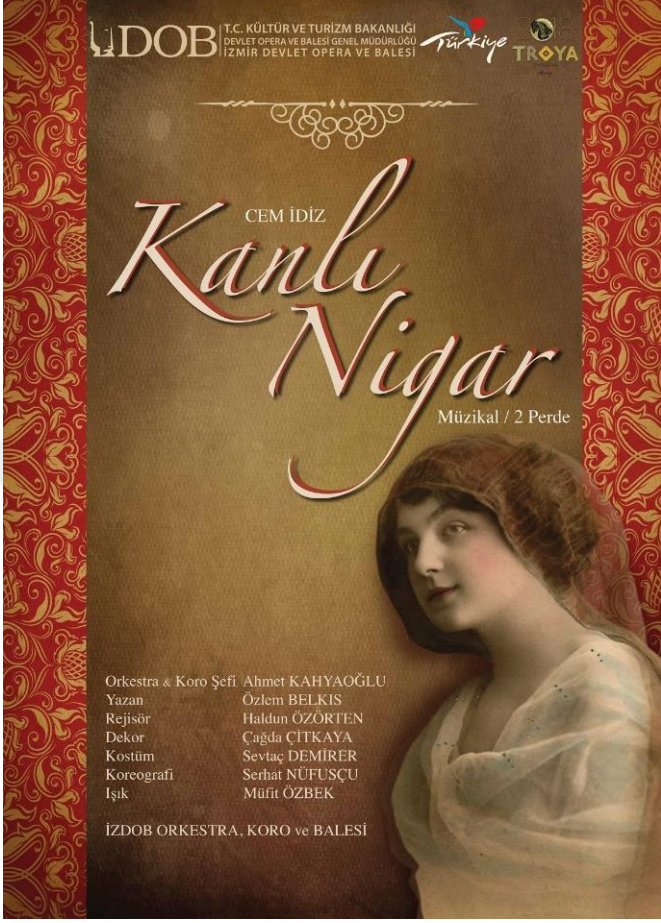
Kamelyalı Kadın Giuseppe Verdi ile Pietro Mascagni'nin çeşitli eserlerinin müzikleri eşliğinde sunulmaktadır. Fransız yazar Alexandre Dumas'ın aynı adı taşıyan romanından baleye uyarlanan Kamelyalı Kadın Dumas gerçek hayattaki sevgilisi Marie Duplessis'ten esinlenerek ortaya çıkarmıştır.

Bale'de güzelliği ve cazibesiyle herkesi etkileyen Violette karakteri ile partide tanıştığı gösterişli bir ailenin oğlu olan Alfredo'nun mutlu sona ulaşamayan aşkını anlatılmaktadır. Geleneksel adetler ve çözümü olmayan hastalığın aşka olan yansımalarını ve Violetta'nın mutsuz sona yaklaşması, ölüm konusu işlenmiştir.

Alexandre Dumas'ın librettosuyla, Mehmet Balkan'ın koreografisi ve Tulio Gagliardo'nun yönettiği orkestrayla izleyiciye sunulmuştur. Kamelyalı Kadın Lale Balkan tarafından sahneye konulmuştur. Dekor tasarımı Tayfun Çebi, kostüm tasarımı Olaf Zombek, ışık tasarımı ise Müfit Özbek tarafından hazırlanmıştır.

Afiş tasarımında kullanılan kadın-gül imajı yaşanan aşkı ve Violetta'nın gün geçtikçe gül gibi solmasıyla ölüme yaklaşmasına gönderme yapmaktadır. Aynı zamanda anlam olarak aşkı simgeleyen kırmızı gül balenin içeriğini yansıtmaktadır. Kullanılan gülün bütün formundan yavaş yavaş ayrılması yaprakların belirli aralıklarla dökülmesi, bir sona yaklaşılmasını simgelemektedir. Kadın figürünün nötr tonlarda kullanımı ve tam üzerinde yer alan gülün kırmızı renkte kullanımı olayın keskinliğine gönderme yapmaktadır.

Tablo 3. Kanlı Nigar

		Tasarım Öğeleri	
Nokta	Grenli görüntü nokta izlenimi oluşturmaktadır.	Çizgi	Yatay, dikey ve eğik çizgiler mevcuttur.
Yön	Tasarımda yer alan bütün unsurlar belirli bir yöne sahiptir.	Ölçü	Tasarımda boyut farklılıkları vardır.
Aralık	Algıyı artırmak için aralıktan faydalanılmıştır.	Doku	Doku etkisi afişin geneline hakimdir.
Renk	Toprak tonları tasarımın genelinde mevcuttur.	Değer	Işık ve ton geçişleri değeri yansıtmaktadır.
Biçim	Biçim etkinliğin özünü yansıtmaktadır.		
Tasarım İlkeleri			
Denge	Denge kullanılan biçim ve renkle sağlanmaktadır.		
Orantı	Birden fazla unsurun birbiri ile boyut, aralık bakımından orantılıdır.		
Hiyerarşi	Sözel ve görsel hiyerarşiye yer verilmiştir.		
Devamlılık	Devamlılık biçimler arası tekrar ve değerle sağlanmaktadır.		
Zıtlık	Görsel ve tipografik öğelerde zıtlık mevcuttur.		
Bütünlük	Bütünlük ton ve biçimle sağlanmıştır.		
Vurgu	Tipografiye vurgu yapılmaktadır.		
İmaj			
İllüstrasyon	Zeminde kullanılan semboller		
Fotoğraf	Kadın fotoğrafı		
Tipografi			
Serifli	“Cem İdiz” ve “Müzikal / 2 Perde” yazısında kullanılmıştır.		
Serifsiz	-		
Script	Başlık script oluşturulmuştur.		
Dekoratif	-		

Şekil 42. Kanlı Nigar için afiş.

4.3. Kanlı Nigar

Kanlı Nigar müzikali için tasarlanan afiş tasarımı fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi kullanılarak oluşturulmuştur. Görsel olarak sayfanın sağ alt kısmında bir kadın fotoğrafı kullanılmıştır. Kadının ten ve kıyafet dokusu oldukça yumuşak etkide kullanılmıştır. Tasarıma toprak tonları hakimdir. Zeminde kırmızı ve sarı motif kullanılmış, onun üzerinde kahverengi zeminde kullanılan ışık ton geçişlerini oluşturan valör ve çizgi afişte görsel doku oluşmasını sağlamıştır. Kullanılan kadın fotoğrafı zeminden gölge yardımıyla ayıştırılarak ön plana çıkarılmıştır. Zeminde kullanılan motifin tasarımın genelinde devamlılık sağlaması bakımından kahverengi alanda da motife yer verilmiştir.

Tipografik düzenlemede müzikal ismi sayfanın ortasına yerleştirilmiş ve yazı karakteri olarak el yazısı (script) tercih edilmiştir. Sayfanın sol altına hizalanan detaylı bilgiler serifli ve ince yazı karakteriyle, sola hizalı şekilde kullanılmıştır.

Arka planda kullanılan kahverengi kağıt fotoğrafı doku etkisi yaratmaktadır ve eskiyi betimler niteliktedir. Kadının teninde ve kıyafetinde de doku mevcuttur. Tasarımın geneline yatay ve dikey çizgi hakimdir. Yönlendirme, kullanılan görsel yardımıyla yapılmaktadır. Tipografide kullanılan açık – koyu ışık etkisi değeri meydana getirmiştir. Afişte denge kullanılan aralık sayesinde sağlanmaktadır. Sözel hiyerarşi vardır. Tasarımda ayrıntılara yer verilmiştir ve doku etkisi fazladır.

Tasarımda yer alan ve müzikal konusunu içeren kavramlar afiş - etkinlik bütünü arasında tamamlayıcı niteliktedir. Konuyu yansıtan kadın figürü içeriğe ilişkin bir gösterge durumundadır.

Afişte Art Nouveau dönemi afişlerinde görülen dekoratif biçimle yorumlanmıştır. Tipografi de imaj gibi dekoratif etkiye sahiptir.

Tasarımda etkinlik konusundan izler bulunmaktadır. Falcılık ve bohçacılık yaparak geçimini sağlayan Nigar, bahtsız besleme Nefaset, kızı Letafet, kalfası Şetaret ve dilsiz Ülfet kendi hallerinde kadınlardır. Nigar diğer kadınlarla birlikte yeni bir eve taşınmıştır. İçinde bulundukları dönem itibarıyla başlarında erkek bulunmadığı için bu durum tüm mahallenin dikkatini çekmiştir.

Haydar bir gece vakti Nigar'ın kapısını çalar, yıllar önce kendi konağına besleme olarak verilen Nigar'ı mahalleden ayrılması için uyarır. Nigar plan yaparak Haydar'ı tüm

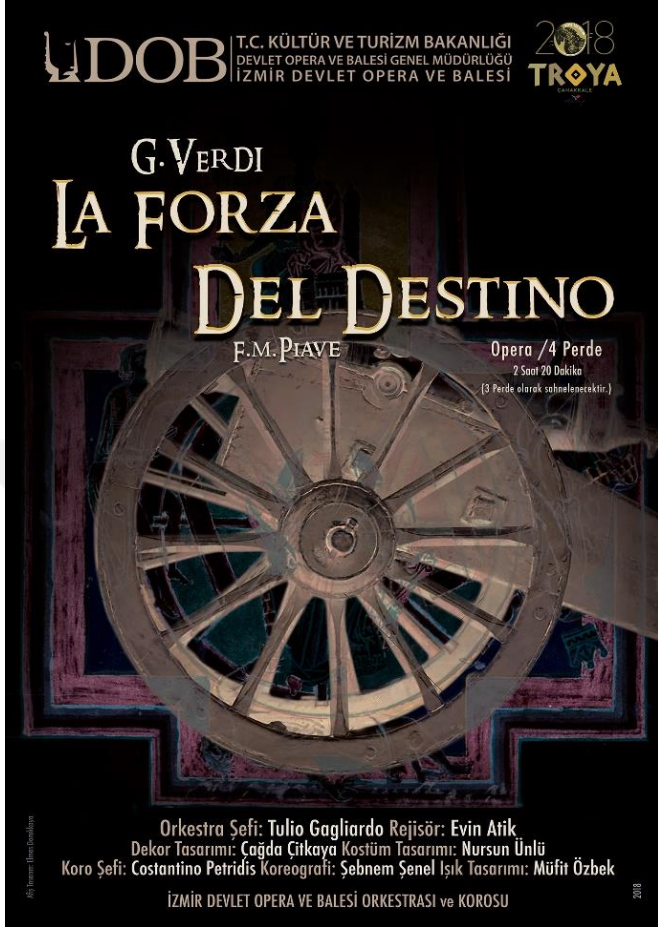
mahalleye rezil eder. Nigar yine başka bir gece evine gelen alacaklısı Nukud, Dursun ve Haydar'ı tekrar mahalleye rezil eder.

Letafet ve Hüsrev, Şetaret ve kalfa, Ülfet ve Nuri, Nigar ve Hamdi aşkı doğar. Gençler aşkın güzelliğinden, diğerleri de aşkın imkansızlığından bahsederler. Sonunda aşıklar kavuşur, aşktan umudunu kesenler yeni bir sayfa açar.

Koreografisi Serhat Nüsufuşu'ya ait Kanlı Nigar Müzikalinde Orkestra ve koro şefliğini Ahmet Kahyaoğlu yapmıştır.



Tablo 4. La Forza Del Destino

		Tasarım Öğeleri	
Nokta	Merkezde yer almaktadır.	Çizgi	Yatay, dikey ve eğik çizgiler mevcuttur.
Yön	Çizgi kullanımıyla yön oluşturulmuştur.	Ölçü	Elemanlar birbirinden farklı ölçülerde yer almaktadır.
Aralık	Hareketlilik ve durağanlık aralıklarla dengelenmektedir.	Doku	Tipografi ve Görsel üzerinde doku mevcuttur.
Renk	Renk ile tipografi algılanır kılınmıştır.	Değer	İllüstrasyon üzerinde ışığın etkisiyle açık-koyu değerler vardır.
Biçim	Geometrik şekiller ve inorganik formlar mevcuttur.		
Tasarım İlkeleri			
Denge	Simetrik denge mevcuttur.		
Orantı	Tasarımı oluşturan varlıklar arasında orantısal ilişki vardır.		
Hiyerarşi	Sözel ve görsel hiyerarşiye yer verilmiştir.		
Devamlılık	Devamlılık yönlendirmeye ve renk ögesiyle sağlanmıştır.		
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.		
Bütünlük	Bütünlük renk yardımıyla oluşturulmuştur.		
Vurgu	Tekerlek biçimi üzerinde yoğunlaşmıştır.		
İmaj			
İllüstrasyon	Görsel unsur olarak illüstrasyon unsurundan faydalanılmıştır.		
Fotoğraf	-		
Tipografi			
Serifli	Başlıkta kullanılmıştır.		
Serifsiz	Detaylı bilgiler kısmında mevcuttur.		
Script	-		
Dekoratif	Başlık ve sanatçıları belirtirken kullanılmıştır.		

Şekil 43. La Forza Del Destino için afiş.

4.4. La Forza Del Destino

La Forza Del Destino operası için tasarlanan afiş tasarımında illüstrasyon unsurundan faydalanılmıştır. İllüstrasyon olarak tasarımın ortasında yer alan tekerlek ve figürler yer almaktadır. Kullanılan figürler çok belli olmamaktadır. Sayfanın üst kısmında opera ismine yer verilmiş ve hemen altında imaj kullanılmıştır. Tasarımın en alt kısmında ise etkinliğe dair detaylı bilgilere yer verilmiştir. Sayfanın en üst kısmında DOB logosu ve 2018 Troya Çanakkale logosu yer almaktadır.

Tasarımda kullanılan başlığın tipografisinde dekoratif yazı karakteri kullanılmıştır. Yazı karakteri majiskül olarak tasarıma yerleştirilmiştir ve sarı renktedir. Detaylı bilgilerin yer aldığı, merkeze hizalı tipografik düzenlemede yazı karakteri serifsiz ve ince tercih edilmiştir. Etkinlik isminde düzenlenen tipografi illüstrasyonun hemen üzerinde konumlandırılmıştır ve zeminden ve diğer tipografik unsurlardan ayrışması bakımından sıcak renklerde kullanılmış ve bu durum izleyicinin dikkatini çekerek tipografiyi ön plana çıkarmıştır.

Tasarımın zeminine siyah renk hakimdir. Durağan bir şekilde merkezde yer alan teker imajı kullanım amacı ve işlevsel anlamı bakımından dinamik etki yaratmaktadır. Mevcut durgunluk izleyicinin algısına göre çizgiler yardımıyla hareket kazanmaktadır. Yer yer kullanılan figürler olay akışına gönderme yapmaktadır. Kenar çizgisinde kullanılan mor renk dikkati artırmaktadır. Tasarımda yönlendirme düzenli aralıklarla oluşturulmuştur ve sayfanın geneline dikkat çekmektedir. Tekerde kullanılan çizgi ritim sağlamıştır. Denge siyah boşluklarla sağlanmıştır. Sözel hiyerarşi vardır. İmajda kullanılan açık – koyu ton farklılıkları dokuyu oluşturmakla birlikte değer oluşturmuştur.

Afiş tasarımında başlık için tercih edilen tipografik düzenleme açık ve okunaklı olmaktan çok, içeriğe uygun eskitme efektiyle oluşturulan dekoratif yazı karakteri tercih edilmiştir. Zeminden ayrılması açısından yazıya siyah gölge eklenmiştir.

La Forza Del Destino'nun konusu Rivas Dükü Don Angel Perez de Saavedra'nın Don Alvaro o La Fuerza del Sino (Don Alvaro ya da Talihin Kudreti) adlı İspanyol tragedyasından alınmıştır. Calatvara Markisinin kızı Leonora, Don Alvora'ya aşiktir. Alvora annesinden dolayı safkan İspanyol ırkına ait değildir. Leonora'nın babası ise kızının safkan İspanyol biri ile evlenmesini istemektedir. Baba Leonora'nın Alvaro ile evlenmemesi için her şeyi yapmaya niyetlidir. Bu nedenle Leonora ve Alvaro kaçış planları yapar. Markinin kaçış planını fark etmesiyle istenmeyen olaylar gelişir. Leonora'nın babasını kazayla öldüren Alvaro, Leonora'nın yaşadığından habersizdir. Leonora'nın kardeşi Don Carlo'nun intikam amacıyla

sevgilileri bulmasıyla olaylar karmaşılaşmaya başlayarak Leonora ve Alvaro'nun ölümüyle mutsuz son gerçekleşmektedir. Tasarımda kullanılan renk ve figür konuyu yansıtır niteliktedir.

Giuseppe Verdi'nin "La Forza del Destino" adlı operasının librettosu Francesco Maria Piave tarafından yazılmıştır. Opera Şef Tulio Gagliardo yönetiminde ve Evin Atık rejisi ile sahnelenmiştir. Koro şefliğini Costantino Petridis üstlenmiştir. Eserin koreografisi Şebnem Şenel'e aittir. Dekor tasarımını Çağla Çitkaya, Kostüm tasarımını Nursun Ünlü, Işık Tasarımını ise Müfit Özbek yapmıştır.

Tablo 5. Mevlana'nın Çağrısı

DOB

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
DEVLET OPERA VE BALESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
İZMİR DEVLET OPERA VE BALESİ

Türkiye

Tasarım Öğeleri

Nokta -

Çizgi Anlatım biçimi olarak çizgilerden faydalanılmıştır.

Yön Yön sayesinde gözün hareketi etkiyi artırmıştır.

Ölçü Ölçü farklılıkları mevcuttur.

Aralık Elemanlar arası aralık vardır.

Doku Görselde çizgi, renk ve değerle oluşan görsel dokular mevcuttur.

Renk Sıcak ve nötr renkler kullanılmıştır.

Değer Görsel üzerinde ışık etkisiyle oluşan açık – koyu etkisi vardır.

Biçim Biçim etkinliğin özünü yansıtmaktadır.

C. Atilla

Mevlana'nın Çağrısı

BALE, 1 PERDE

KOREOGRAFI: MEHMET BALKAN • PROJE VE LIBRETTO: SERİK KAHRAMANKAPTAN

SAHNEYE KOYAN: LALE BALKAN • DEKOR: TAYFUN ÇEBİ • KOSTÜM: AYDAN ÇINAR • IŞIK: TARI DENİZ

VIDEO-PROJEKSİYON: SAFAK TÜRKEL

Şekil 44. Mevlana'nın Çağrısı için afiş.

Tasarım İlkeleri

Denge	Asimetrik denge kullanılmıştır.
Orantı	Elemanlar arası ölçü farklılıkları vardır.
Hiyerarşi	Sözel hiyerarşi mevcuttur.
Devamlılık	Tasarımda kesintisiz geçişler sayesinde devamlılık sağlanmıştır.
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.
Bütünlük	Tasarım ögesi kendi arasında başarılı yerleştirilerek sağlanmıştır.
Vurgu	Algı çizgi yardımıyla başlık üzerinde toplanmaktadır.

İmaj

İllüstrasyon	-
Fotoğraf	Kullanılan figür fotoğraf unsuruyla afişe yerleştirilmiştir.

Tipografi

Serifli	-
Serifsiz	Başlık ve detaylı bilgi serifsiz font ile oluşturulmuştur.
Script	-
Dekoratif	-

Şekil 44. Mevlana'nın Çağrısı için afiş.

4.5. Mevlana'nın Çağrısı

Afiş tasarımımda imaj olarak fotoğraf unsurundan faydalanılmıştır. Sayfanın üst kısmında DOB logosu ve Türkiye logosu yer almaktadır. Tasarımda en dikkat çekici unsur kullanılan fotoğraftır. Fotoğrafın hemen sol altında sola hiza bir şekilde başlığa yer verilmiştir. Başlığın altında ise detaylı bilgiler yer almaktadır.

Tasarımda siyah, beyaz ve sarı renk tercih edilmiştir. Zeminde siyah renk kullanılarak ön plandaki renklerin algılanmasını kolaylaştırmıştır. Tasarım oldukça sade, dikkat çekici ve anlaşılır niteliktedir. Konu ve biçim birbiri ile bağlantılı oluşturulmuştur. Tasarımda yer alan etkinlik ismi çizgi yardımıyla zemin ve görselden ayrıştırılarak dikkat çekiciliği artırılmıştır.

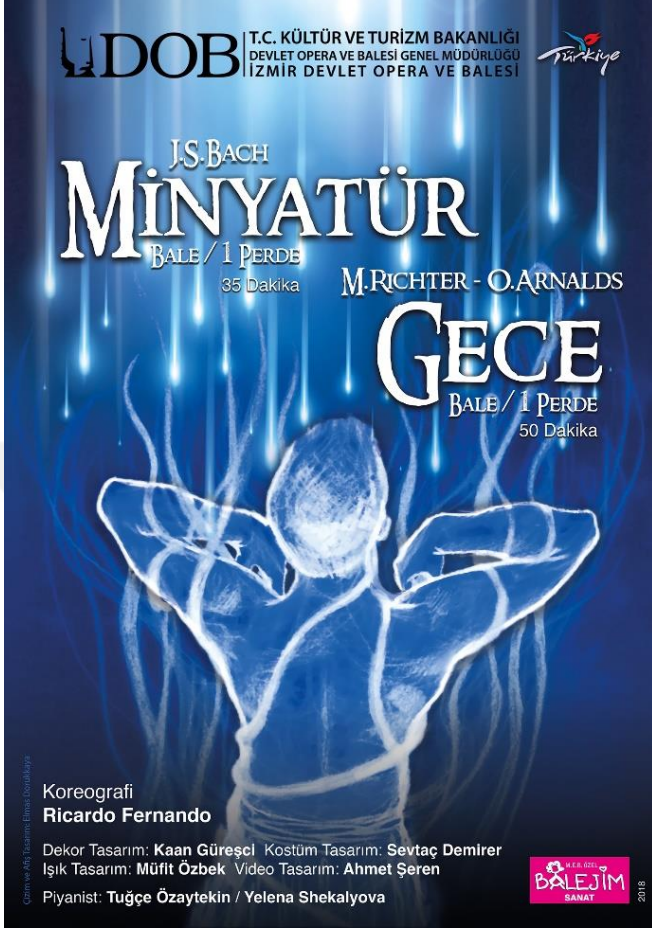
Tipografide serifsiz yazı karakteri tercih edilmiştir. Etkinlik ismi merkeze hizalı konumlandırılmış detaylı bilgi ise sola hizalanmıştır. Yalın bir anlatımla az öge kullanarak konuyu dile getirmiştir. Konusu bakımından tasarımda da Mevlana'yı yansıtan semazen fotoğrafı detaylardan arındırılarak kullanılmıştır. Tasarımda fotoğraf özne yaklaşımıyla konuyu yansıtan görsel kavram haline getirilmiştir. İmajda kullanılan elin duruşu algı bakımından konuyu yansıtmaktadır. Işık denemeleri ile değer sağlanmıştır. Tasarımda grafik dil yönteminden biri olan yatay, dikey ve diyagonal çizgiler mevcuttur.

Mevlana'nın Çağrısı balesi Türk ve dünya tarihinin önemli düşünürlerinden olan Mevlana'nın yaşamı, düşüncesi ve felsefesinin evrenselleşme sürecini dans diliyle anlatmaktadır. Mevlana'nın Çağrısında Mevlana düşüncesinin toplum tarafından kabul görmesi, Şems-i Tebrizi ile karşılaşması, semanın doğuşu ve yaygınlaşması, Şems'in kayboluşu, Mevlana'nın yedi öğüdü ve çağrısı dans ile anlatılmaktadır. Balede evrenin başlıca hareketi olan "dönme" vurgulanmaktadır. Dönme etkisi tasarımda da durdurulmuş bir görüntü olan fotoğraftaki semazenin dış çevresindeki titreşimlerle belirtilmiştir.

Can Atilla Mevlana'nın Çağrısı'nın müziğini yazmış, eserin koreografisini ise Mehmet Balkan gerçekleştirmiştir. İzmir sahnelemesini Lale Balkan'ın üstlendiği Mevlana'nın Çağrısı'nın proje ve librettosu Şefik Kahramankaptan'a aittir.

Balenin konusu ve afiş tasarımı birbiri ile bağlantılı oluşturulmuştur. Afiş tasarımımda baleye dair biçimlere yer verilmiştir.

Tablo 6. Minyatür ve Gece

		Tasarım Öğeleri	
Nokta	Nokta çizgi bitiminde oluşturulmuştur.	Çizgi	Tasarımcı anlatımı çizgilere indirgeyerek anlatım dili yaratmıştır.
Yön	Yön kullanımı görsel kılavuz oluşturmuştur.	Ölçü	Tipografi ve biçimler arası boyut farklılıkları vardır.
Aralık	Ögeler arası boşluklarla oluşturulmuştur.	Doku	Çizgi yardımıyla sağlanmıştır.
Renk	Soğuk renk mevcuttur.	Değer	Işıkla oluşan açık koyu etkisiyle değer sağlanmıştır.
Biçim	Yapay formlar mevcuttur.		
Tasarım İlkeleri			
Denge	Simetrik denge vardır.		
Orantı	Kullanılan öğeler arasında oluşturulan bütünlük orantıyı sağlamıştır		
Hiyerarşi	Sözel ve görsel hiyerarşi vardır.		
Devamlılık	Tasarımda kesintisiz geçişler sayesinde devamlılık sağlanmıştır.		
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.		
Bütünlük	Renk ve çizgi yardımıyla sağlanmıştır.		
Vurgu	Başlığa vurgu yapılmıştır.		
İmaj			
İllüstrasyon	Biçimde illüstrasyon unsuru kullanılmıştır.		
Fotoğraf	-		
Tipografi			
Serifli	Etkinlik ismi ve alt bilgilerde kullanılmıştır.		
Serifsiz	Detaylı bilgilerde kullanılmıştır.		
Script	-		
Dekoratif	Başlıkta kullanılmıştır.		

Şekil 45. Minyatür ve Gece için afiş.

4.6. Minyatür ve Gece

Minyatür ve Gece balelerine ait afiş tasarımı mavi renk hakimdir. Afişte sırtını izleyiciye dönmüş şekilde duran genç erkek figürünün mavi renkten yola çıkılarak gökyüzünü veya seyircileri izlediği anlaşılmaktadır. Çevresinde şekillenen çizgiler tasarıma dinamizm katarak hareketliliği betimlemektedir. Afişte dansın hareketliliği ve estetiği yukardan aşağı doğru uzanan çizgiler yardımıyla anlatılmaktadır. Çizgilerin figürün bedenini sarması ruhsal olarak müzik ve ritimle bütünleştiğinin göstergesidir.

Tasarımda illüstrasyon unsuru kullanılmıştır. Detaylardan arındırılarak betimlenen afiş çizgi yardımıyla oluşturulmuştur. Böylelikle gerçekçi detaylardan arınan figür simgesel yapıya dönüşmüştür. İzleyici ve işlevsellik açısından kendine özgü ve anlaşılır bir tasarım örneğidir.

Tasarımın geneline mavi ve beyaz renkleri hakimdir. Gökyüzünü ya da etkinlik salonunu simgelediği düşünülen mavi renk ışıltı, açık – koyu düzenlemesiyle değer ögesini oluşturmaktadır. Çizgilerin yer yer ışıltı efekti verilerek kullanılması kayan yıldızları anımsatmaktadır.

Tasarımda aşağıdan yukarıya ve yukardan aşağıya doğru sistematik bir yönelme söz konusudur. Afişte elemanlar arası boyut farklılıkları bulunmaktadır ve hiyerarşik düzene uyularak tasarım oluşturulmuştur. Devamlılık kullanılan renk ve yönlendirmeye sağlanmıştır.

Afişte figürün canlı ve detaylı nitelikleri beyaz çizgiler yardımıyla vektörel anlatım özelliği taşımakta ve simgesel bir niteliğe sahiptir. Tasarımcı gerçekçi görüntüyü kendi yorumuyla simgesel hale dönüştürmüştür ve tasarımın özgün niteliğe ulaşmasını sağlamıştır.

Tipografi dekoratif yazı karakteriyle ve majiskül olarak kullanılmıştır. Tasarımın tam merkezine konumlandırılan tipografinin zeminden ayrılması için siyah gölgelerden faydalanmıştır. Figürün konumu dolayısıyla bakış yönü başlığa dikkat çekmektedir ve bu durum göz hareketinin yönünü belirler niteliktedir. Sayfanın sol altına hizalanan detaylı bilgiler kısmı modern yazı karakteriyle serifsiz ve ince tarzda kullanılmıştır.

Minyatür ve Gece'nin koreografisi Ricardo Fernando'ya aittir. Minyatür ve Gece Balejim Sanat Okulu'nun katkısıyla sahnelenmiştir. Afişin üst kısmında DOB logosu ve Türkiye logosu yer almaktadır. Alt kısmında ise Balejim logosu yer almaktadır.

Afişin üst kısmında yukardan aşağı yönde ilerleyen çizginin ışık ayarıyla sonuçlanmasından nokta görünümü doğmuştur. Bu izleyicide algı olarak “yıldız kayması” ya da “sahne ışığı” olarak nitelendirilebilir. Bu yorumlama izleyiciden izleyiciye değişme imkanı bakımından yoruma açıktır.

“Minyatür” Johann Sebastian Bach’ın bestelediği “Goldberg Çeşitlemeleri” adlı eseri eşliğinde, “Gece” ise Olafur Arnalds ile Max Richter’in müziği eşliğinde sunulmuştur. Minyatür klasik bale ve modern dans tekniğiyle harmanlanan bir koreografiden oluşmaktadır. Koreograf Fernando minyatür eserinde Bach müziğinde önemli yere sahip olan “kontrpuan” tekniğini dans ile görselleştirmiştir. Minyatür koreografisinde barok dönemi simgelerine yer verilmiştir.

Gece’de Max Richter ve Olafur Arnalds’ın klasik müziği modernize edilerek baleye uyarlanmıştır. Buradaki temel amaç klasik müziği hiç dinlemeyen insanlara farklı temalar aracılığıyla müziği ulaştırmaktır. Olafur Arnalds, insanların birbirlerine duyduğu aşk, nefret, şüphe, güven ve yalnızlık gibi duyguları vurgulamayı amaçlamıştır. Max Richter çeşitli sanatçılardan ve müzik tekniklerinden etkilenererek klasik müziği modern teknoloji ile birleştirmiştir. Duyguların insanlar üzerinde oluşturduğu karmaşıklık ve hareketlilik tasarımda figür biçimi üzerinde yansıtılmıştır.

Tablo 7. Romeo ile Jülyet

		Tasarım Öğeleri	
Nokta	-		
Çizgi	Yatay, dikey çizgiler mevcuttur.		
Yön	Tasarımda yer alan bütün unsurlar belirli bir yöne sahiptir.		
Ölçü	Sözel unsur arasında ölçü farklılıkları vardır.		
Aralık	Tipografik unsur aralık yardımıyla algılanır kılınmıştır.		
Doku	Kullanılan biçimde mevcuttur.		
Renk	Nötr renkler kullanılmıştır.		
Değer	Biçim üzerinde ton farklılıkları vardır.		
Biçim	Yapay form kullanılmıştır.		
Tasarım İlkeleri			
Denge	Asimetrik dengeyle dinamik etki oluşturulmuştur.		
Orantı	Yazı karakterinde ölçü farklılıkları vardır.		
Hiyerarşi	Sözel hiyerarşi mevcuttur.		
Devamlılık	Tipografi ve renk yardımıyla sağlanmıştır.		
Zıtlık	Ögeler arasında renk açısından zıtlık mevcuttur.		
Bütünlük	Tasarım öğeleri kendi arasında bütünlük oluşturmuştur.		
Vurgu	Boyut farklılığı yardımıyla başlık vurgulanmıştır.		
İmaj			
İllüstrasyon	Kullanılan hançer biçiminde illüstrasyon unsuru kullanılmıştır.		
Fotoğraf	-		
Tipografi			
Serifli	-		
Serifsiz	Tasarımda sözel unsurlar serifsiz yazı karakteriyle oluşturulmuştur.		
Script	-		
Dekoratif	-		

Şekil 46. Romeo ile Jülyet için afiş.

4.7. Romeo ile Jülyet

Afiş tasarımı sözel anlatım olan tipografik düzenleme ile oluşturulmuştur. Yalnızca bilgi veren, alışılmış, basmakalıp bir anlatımın dışına çıkılarak dikkat çekici bir anlatım izleyici karşısına çıkmıştır. Tasarım açık, yalın ve anlaşılır bir tipografiyle düzenlenmiştir. Kullanılan tipografinin işlevsel olmasının yanı sıra, düzenleme bakımından içeriği yansıtan ve öznel bir anlatım diline sahiptir. Afişte tipografi içeriği yansıtan görsel bir kod halini almıştır.

Tasarımda beyaz - siyah alan ve serifsiz yazı tipi ön plana çıkmaktadır. Tipografik düzenleme basit, işlevsel olarak düzenlenmiştir. Tipografide kalın, majiskül ve serifsiz yazı karakteri tercih edilmiştir. Serbest düzenleme tarzıyla oluşturulan başlıkta “t” harfi bir hançer imajıyla belirtilmiştir. Birlikte anlamında yer alan “ile” yazısı ikiye bölünerek yarısı siyah yarısı beyaz renkte kullanılarak librettoya gönderme yapmaktadır. Nötr renklerin yer aldığı tasarımda siyah ve beyaz renk kullanılmıştır. “Romeo” siyah renkle oluşturulurken “Jülyet” beyaz renkte kullanılmıştır. Tasarımcı, bale konusunun taşıdığı anlam ya da içeriği yalın bir dille anlatmıştır.

Sayfanın üst kısmında DOB logosu, 2018 Troya Çanakkale logosu ve Türkiye logosu yer almaktadır. Sayfanın üst bölümü beyaz zeminle alt kısmı ise siyah zeminle oluşturulmuş tipografide de tam zıttı tercih edilmiştir. Sayfaya öznel yorumlama katılarak konumlandırılan başlığın hemen altında etkinliğe dair detaylı bilgilerin yer aldığı tipografik düzenleme mevcuttur. Yazılar majiskül ve ince karakterde serifsiz bir şekilde modern fontla kullanılmıştır. Sayfanın en alt kısmında iletişim bilgileri yer almakta sağ kısımda ise Sab Sanat akademisinin logosu yer almaktadır.

Tasarımın geneli detaylardan arındırılarak modern, işlevsel ve zarif tarzda tercih edilmiştir. Konuyla bütünlük sağlaması açısından ayrılık, bölünme durumu renk yardımıyla betimlenmiştir. Afişin izleyicinin anlaması bakımından boşluk kullanımıyla desteklenmiştir. Temel grafik tasarım teknikleri başarıyla uygulanmıştır.

Çaykovski’nin bestelediği Romeo ile Jülyet Shakespeare’in aynı adlı eserinden esinlenilerek oluşturulmuştur.

Bale’nin konusu öyküye sadık kalınarak anlatılmıştır. Montague ve Capulet’ler Verona’nın yıllardır birbirine düşman olan iki ünlü ailesidir. Romeo Montague, Jülyet ise Capulet ailesinin üyesidir. Romeo gittiği partide Jülyet’i görür ve iki genç birbirine aşık olur. Bir rahip genç aşıkları gizlice nikahlar. İki aile arasındaki kan davasının devam etmesi

nedeniyle Romeo Jülyet'in kuzenini öldürür ve Verona'dan sürgün edilir. Ailesi tarafından zengin, yakışıklı ve aristokrat Paris ile evlendirilmek istenen Jülyet papazın verdiği akılla ilaç alarak ölü taklidi yapar. Romeo gelene kadar ölü olarak görünmek ve Romeo gelince kaçmayı planlamaktadır. Romeo Jülyet'in öldüğü haberini alır ve Jülyet'in bulunduğu mahzene gelir. Son kez veda ederek zehri içer. Jülyet ilacın etkisinin geçmesiyle uyanır ve Romeo'yu ölü görünce kalbine hançer saplayarak kendi yaşamına son verir. Verona'nın genç aşıklarının sonu mutsuzluk ve acı içerisinde sonuçlanmıştır.

Orkestra yönetmenliği ve müzik düzenlemesi Tolga Taviş'e ait olan Romeo ve Jülyet'in koreografi ve librettosu A. Volkan Ersoy ve G. Armağan Davran'a aittir.

Afiş tasarımı görsel imge olarak kullanılan hançer Romeo'nun durum karşısında kabine hançer saplamasını betimlemektedir. Jülyet isminde yer alan "t" harfinin hançer olarak betimlenmesi Romeo'nun ölüm sebebiyle bağıntılı bir gösterge niteliğindedir. Tasarımda bale içeriğine dair göstergeler kullanılarak izleyicinin konuyu anlamlandırması kolaylaştırılmıştır.

Tablo 8. Don Giovanni

Tasarım Öğeleri

Nokta	Fotoğrafta oluşan pikselleşmeler noktayı oluşturmuştur.
Çizgi	Anlatım biçimi olarak çizgilerden faydalanılmıştır.
Yön	Diyagonal bir yönlenme söz konusudur.
Ölçü	Elemanlar arası ölçü farklılıkları vardır.
Aralık	Sözel ve görsel unsurda aralık mevcuttur.
Doku	Doku ıslık, açık – koyu ilişkisiyle sağlanmıştır.
Renk	Soluk renkler kullanılmıştır.
Değer	Kullanılan görsel üzerinde ışığın yarattığı etki değerdir.
Biçim	İnorganik biçime yer verilmiştir.

Şekil 47. Don Giovanni için afiş.

Tasarım İlkeleri

Denge	Nesneler arası uyumla sağlanmıştır.
Orantı	Sözel unsurlarla orantı sağlanmıştır.
Hiyerarşi	Sözel hiyerarşi vardır.
Devamlılık	Görsel ve tipografiyle sağlanmıştır.
Zıtlık	Ögeler arasında yön ve boyut açısından zıtlık vardır.
Bütünlük	Tasarım ögesi kendi arasında bütünlüğü sağlamıştır.
Vurgu	Görselle bütünleşen başlık vurgu noktasıdır.
İmaj	
İllüstrasyon	-
Fotoğraf	Görsel imaj olarak fotoğraf kullanılmıştır.
Tipografi	
Serifli	-
Serifsiz	Tasarımda yer alan tipografi serifsiz oluşturulmuştur.
Script	-
Dekoratif	-

4.8. Don Giovanni

DOB tarafından düzenlenen iki perdelik Don Giovanni operası için tasarlanan afiş imaj unsuru olan fotoğraf kullanılarak oluşturulmuştur. Afişte sayfayı diyagonal olarak bölen iki farklı erkek görseli kullanılmıştır. Tasarım bu bölünme dolayısıyla çapraz bir şekilde alt ve üst olarak ayrılmıştır. Sayfanın üst kısmında DOB logosu ve Türkiye logosu yer almaktadır. Sol alt kısmında ise beyaz olarak tercih edilmiş tipografik düzenleme bulunmaktadır. Alt sağ kısımda küçük bir şekilde tasarımcı ve fotoğraf sanatçısının ismi yer almaktadır. Kullanılan fotoğrafların net olmaması izleyici üzerinde hareketlilik duygusu uyandırmaktadır. Sağ tarafta duran erkeğin gözlerini kısıtması ve hafif gülümsemekte olduğu görülmektedir. Yırtık kısımda ise erkeğin gözlerini açtığı görülmekte ve mimikleri ifadesizdir.

Üst kısımda kullanılan görsel pikseli bir şekilde kullanılarak tasarımda doku etkisi yaratılmıştır. Üst kısımda kullanılan fotoğraf daha sıcak tonlarda oluşturulurken alt kısımda kullanılan fotoğraf daha soluk tonlamayla tercih edilmiştir. Alt kısımda kullanılan fotoğrafın net tercih edilmemesi izleyicide hareket duygusu uyandırmaktadır.

Kullanılan fotoğraf tasarımın 3/2'lik kısmını oluşturmaktadır. Tasarımda iki farklı font kullanılmıştır. Tipografik düzenleme kompozisyonun sol alt kısmında sola hizalı bir şekilde yer almaktadır. Operanın başlığı majiskül bir şekilde serifsiz keskin hatlı yazı karakteri tercih edilmiştir. Opera isminin üst kısmında ise eserin yaratıcısı olan Mozart'ın ismi miniskül ve majiskül olarak hiyerarşik düzene göre ikinci sırada yer almaktadır. Diğer bilgiler en alt kısımda sola hizalı bir şekilde ince font kullanılarak düzenlenmiştir.

Tasarımda kırmızı, sarı, beyaz, siyah tonları kullanılmıştır. Sıcak renk kullanımı izleyici üzerinde etkiyi uyandırmaktadır.

Tasarımın üst köşesinden alt köşeye doğru diyagonal şekilde inen kağıt yırtığı görüntüsü hareketi sağlamakta ve gözün tasarım yüzeyinde gezinmesini kolaylaştırmaktadır. Tipografik düzenlemede operanın başlığı yırtılmış yüzeye bütünleştirilmiş aynı efekt tipografisi de uygulanmıştır.

Hareket unsuru kullanılan fotoğrafla sağlanmıştır. Yırtılmış efektiyle zıtlık yaratılarak tasarım güçlendirilmiştir. Tasarımın katmanlaştırılması derinlik katarak izleyiciyi içerisine çekmektedir. Operada ele alınan konu tasarımda da yansıtılmıştır. Tasarımda manipülasyon uygulanarak karakterin net kimlik belirleyememesi konusu işlenmiştir. Karakterin hayatta yaşadığı keskin dönüşler, sempatiklik ve soğukluk arasında gidip gelen duygu durumu kağıt

yırılmasıyla katmanlaşan hayatını betimlemiştir. Tasarımcı kalıplaşmış anlatım dilinin dışına çıkarak kendine özgü yaklaşımla yaratıcı bir tasarım örneği ortaya koymuştur.

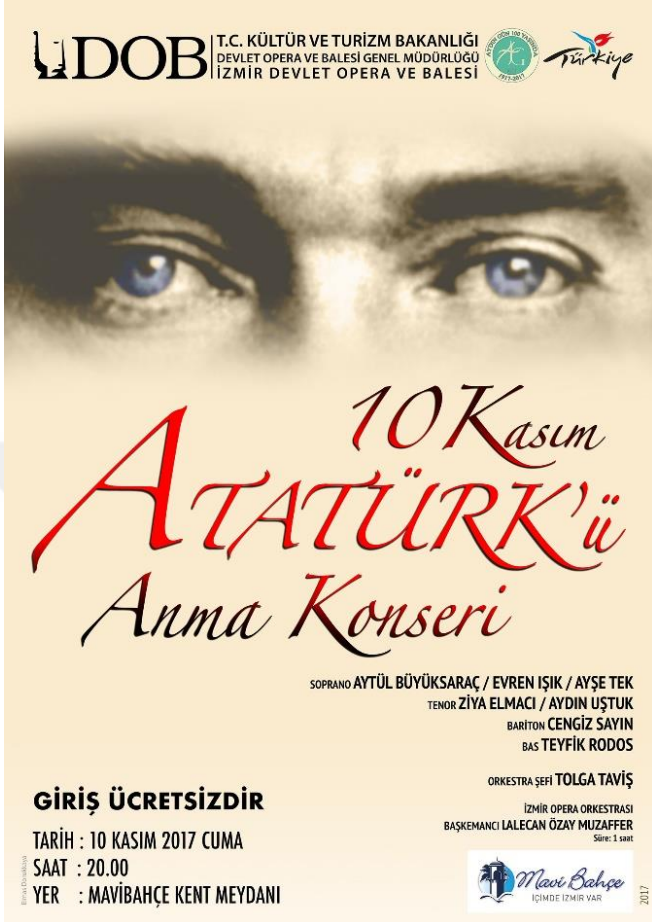
Zeminde kullanılan soğuk renk ön planda kullanılan fotoğrafın dikkat çekmesini sağlamıştır. Zıtlık hem renk hem de imge kullanımında vardır.

Tasarımda kullanılan figür gerçekçi fotoğrafın dışına çıkılarak ayrı bir üslupla kullanılmıştır. Böylece fotoğrafın dışına çıkılarak tasarımcının yorumuyla oluşturulan bir tasarım örneği ortaya koyulmuştur. Tasarımcının yaratıcı gücü fotoğrafın hazır görüntüsünün dışına çıkarak operanın asıl konusuyla örtüşmektedir. Bu sayede tasarım ve opera bağlantılı hale getirilerek bütünlük sağlamıştır.

Tirso de Molina'nın İspanya'nın Sevil kentinde geçen bir halk masalından oyunlaştırdığı "Don Juan" adlı eserinden alınan Mozart'ın Don Giovanni Operası 2 perde olarak koreograf Şebnem Şenel koreografisiyle İzmir Devlet Opera ve Balesi sahnesinde düzenlenmiştir.

Konusu bakımından Don Giovanni, zengin ve asil varlığı dolayısıyla, birden fazla kadına ilgi duymaktadır. Kadınları etkisi altına almak için uşağı Leporello'nun yardımını almaktadır. Sevgilisi Donna Elvira'dan ayrılıp Donna Anna'yı elde etmek için kızın evine giden Don Giovanni Donna Anna'nın çığlık atması üzerine gelen babası Don Pedro'yu öldürerek evden kaçmıştır. Başına gelen olaylardan ders almayarak devam eden Don Giovanni sonunda cezasını almıştır. Don Giovanni Orkestra şefi Naci Öngüç yönetiminde sahnelenmiştir.

Tablo 9. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Konseri

		Tasarım Öğeleri	
Nokta	Kullanılan görsel üzerinde pikselleşme nokta etkisi yapmıştır.	Çizgi	Yatay çizgiler mevcuttur.
Yön	Tasarımda yer alan bütün unsurlar belirli bir yöne sahiptir.	Ölçü	Sözel unsurlar arasında ölçü farklılıkları vardır.
Aralık	Elemanlar arasında aralık oluşturulmuştur.	Doku	Görselde doku işlenmiştir.
Renk	Sıcak ve soğuk renk kullanılmıştır.	Değer	Işık etkisiyle görsel ve tipografi üzerinde değer vardır.
B biçim	İnorganik biçim kullanılmıştır.		
Tasarım İlkeleri			
Denge	Elemanlar arası denge söz konusudur.		
Orantı	Orantısal farklılık vurgu noktasına göre şekillendirilmiştir.		
Hiyerarşi	Sözel hiyerarşi kullanılmıştır		
Devamlılık	Devamlılık hiyerarşik düzenlemeyle sağlanmıştır.		
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.		
Bütünlük	Tasarımda bulunan elemanlar dengeli bir bütünlük oluşturmuştur.		
Vurgu	Ulu önderimiz Mustafa Kemal Atatürk'ün gözleri vurgulanmıştır.		
İmaj			
İllüstrasyon	-		
Fotoğraf	İmaj fotoğraf kullanarak sağlanmıştır.		
Tipografi			
Serifli	-		
Serifsiz	Detaylı bilgiler serifsiz fontla kullanılmıştır.		
Script	Başlıkta script kullanılmıştır.		
Dekoratif	-		

Şekil 48. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Konseri için afiş.

4.9. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Konseri

10 Kasım Atatürk'ü Anma Konseri afişinde imaj olarak fotoğraf unsurundan yararlanılmıştır. Tasarımın üst kısmına yerleştirilen “Mustafa Kemal Atatürk” ün gözleriyle fotografik düzenleme yapılmıştır. Kullanılan fotoğraf zemin ile ilişkilendirilerek geçiş efekti verilmiş ve tasarımda zemin ve görsel bütünlük sağlanmıştır. Siyah beyaz kullanılan fotoğrafta Atatürk'ün gözleri renkli kullanılarak etkiyi artırmıştır. Fotoğraf sayfanın 3/1'lik üst kısmını kaplamaktadır.

Tasarım genel olarak yatay çizgilerden oluşmaktadır. Durağanlık, tasarımda başlığın hareketli yazı ve ton geçişleri tercih edilmesi ile önlenmiştir.

Tipografi tasarımında başlıkta kullanılan ton farklılıkları fotoğraf ile ilişkilendirilmiştir. Tipografi hiyerarşiye göre düzenlenmiştir. İzleyici tasarıma baktığında sırasıyla önce fotoğrafı, başlığı daha sonra tarih, zaman, yer bilgisini ve son olarak soprano, tenor, bariton, bas, orkestra şefi, başkemanı bilgilerini görmektedir. Konser ismi sayfanın tam ortasında geçiş etkili ve majiskül olarak yer almaktadır. Başlıktaki tipografik düzenlemede serifli bir script yazı karakteri tercih edilmiştir. Tasarımda iki farklı yazı karakteri kullanılmıştır. Tipografi sağa ve sola hizalanarak kullanılmıştır.

Zeminde açık renk tercih edilmiştir. Tasarımda kırmızı, pudra, siyah ve mavi olmak üzere dört renk kullanılmıştır. Görsel ve zemin ilişkisi geçişler sayesinde sağlanarak kopukluk olması engellenmiştir. Konserin konusunun Ulu Önderimiz Mustafa Kemal Atatürk olması bakımından tasarımın üst kısmında bir fotoğraftan alıntılanan ve sadece gözlerinin yer aldığı bir fotoğraf kullanılmıştır. Fotoğraf üzerinde yapılan geçiş düzenlemesi başlık kısmında da açık – koyu etkisiyle ışık etkisi yaratılarak tipografi ve görselin bütünleşmesi sağlanmıştır.

Tasarımın sağ alt kısmında yer alan etkinliğin düzenlendiği yer olan mekanın logosu bulunmaktadır. Mustafa Kemal Atatürk'ün ölüm yıl dönümü amacıyla düzenlenen konserde, “Lal”, “Bozkırın Sesi”, “Sarı Zeybek”, Tugay Erdener'in “Sen Sen Sen”, “Ah Bir Atış Ver”, “Köçekçe”, Sayram Akdil'in “Efem” adlı türküsü, “Çanakkale Türküsü”, Muammer Sun'un “Sevdim Seni Diye Kınarlarsa Beni” adlı eseri, “İzmir'in Kavakları”, Tosca Operasından “E Luce Van Le Stelle”, “Bozlak”, “Sabahın Seherinde”, “Demir Kırat”, “Onuncu Yıl Marşı” eserleri seslendirilmiştir.

Baş kemancı Lalecan Özay Muzaffer eşliğinde, soprano Aytül Büyüksaraç, Evren Işık, Ayşe Tek'in yer aldığı konserde orkestra şefliğini Tolga Taviş yapmaktadır. Konser İzmir Opera Orkestrası ve Başkemancı Lalecan Özay Muzaffer eşliğinde yorumlanmıştır.

Tablo 10. İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi



Şekil 49. İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi için afiş.

Tasarım İlkeleri	
Denge	Denge renkle sağlanmıştır.
Orantı	Biçim ve sözel unsurlar arasında boyut farklılıkları vardır.
Hiyerarşi	Sözel ve görsel hiyerarşi kullanılmıştır.
Devamlılık	Devamlılık renkle sağlanmıştır.
Zıtlık	Zıtlık renklerle sağlanmıştır.
Bütünlük	Sözel ve görsel unsurlarda renk yardımıyla sağlanmıştır.
Vurgu	Başlık vurgulanmıştır.
İmaj	
İllüstrasyon	Kullanılan imaj illüstrasyon unsuruyla oluşturulmuştur.
Fotoğraf	-
Tipografi	
Serifli	-
Serifsiz	-
Script	Tasarımda bulunan sözel unsurların tamamı script fonttur.
Dekoratif	-

4.10. İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi

İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi için tasarlanan afişte illüstrasyon unsuru kullanılarak imaj oluşturulmuştur. Çocuk ruhunu yansıtır nitelikte hareketli ve çok renkli bir tasarım örneği izleyiciye sunulmuştur. Tasarımın en üst kısmında Devlet Opera ve Balesinin logosu ve ismi yanında ise 2018 Troya Çanakkale logosu yer almaktadır.

Zeminde kullanılan gökyüzü ve bulutlar alt kısma geldikçe yumuşatılarak beyaz etkisi yaratılmıştır. Çiçeklerin üzerinde dans eden balerin figürü sayfanın sol kısmına yerleştirilmiştir. Zeminde kullanılan çiçek imajı pembe ve kırmızı renkte tercih edilmiştir. Tasarımın geneline hakim olan renklilik zeminde kullanılan çiçekler sayesinde bütünlüğe ulaşmıştır.

Tipografi olarak majiskül ve serifli script yazı karakteri tercih edilmiştir. Sayfanın üst kısmına ortaya hizalanarak yerleştirilen başlık kırmızı renkte kullanılmıştır. Yazı tercihi çocuk etkinliğine uygun nitelikte ve hareketlidir. Tasarımda iki farklı yazı karakteri kullanılmıştır. Başlığın altında yer alan bale bilgileri miniskül olarak serifsiz yazı karakteri ile pembe renkte tercih edilmiştir.

Tasarımda tipografi hiyerarşik düzene göre oluşturulmuştur. Birinci sırada başlık dikkat çekerken, sırasıyla yer-tarih-zaman, sahneye koyanlar, ve bale bilgileri dikkat çekmektedir. Tasarımda kullanılan imaj ve tipografi renk kullanımında ortak tercih yapılarak bütünleştirilmiştir.

Görsel algı bakımından izleyicinin dikkati ilk olarak kırmızı renkle oluşturulmuş olan başlığa, ardından kırmızı kostüm içerisinde dans figürü sergileyen balerine ve balerinin ayakları ile aynı hizada olan çiçeklere yönelerek gerekli bilgilerin de algılanması göz hareketleri ile sağlanmaktadır. Renk vurgusu kırmızı renk üzerinde yoğunlaştırılmıştır.

Zeminde kullanılan bulutlu mavi gökyüzü görseli sayesinde bale isminin kırmızı tercih edilmesinden dolayı zıtlık sağlanmıştır. Tasarımda yatay ve dikey çizgiler mevcuttur.

İzmir Devlet Opera ve Balesi çocuk balesi kursu öğrencilerinin sunduğu 2 perdelik bale gösterisi İZDOB Elhamra Sahnesinde sergilenmiştir. Hülya Şeren Nüfusçu ve Serhat Nüfusçu baleyi sahneye koymuştur. Gösteri bale öğrencilerinin özgüven ve sorumluluklarının gelişimine yardımcı olabilmek için düzenlenmektedir. Çocukların renkli dünyası afiş tasarımında da yansıtılmıştır.

Tablo 11. Requiem

Tasarım Öğeleri	
Nokta	-
Çizgi	Anlatım biçimi olarak çizgilerden faydalanılmıştır.
Yön	Tasarımda yer alan bütün unsurlar belirli bir yöne sahiptir.
Ölçü	Elemanlar arası boyut farklılıkları vardır.
Aralık	Tasarımda birbirine yakın aralıklar mevcuttur.
Doku	Desen üzerinde doku etkisi mevcuttur.
Renk	Renk ile tipografi algılanır kılınmıştır.
Değer	Renk açık-koyu, canlı-solgun kullanımıyla değer oluşturulmuştur.
Biçim	İnorganik biçim ve geometrik formlar kullanılmıştır.

Tasarım İlkeleri	
Denge	Tasarımda görsel ve sözel denge vardır.
Orantı	Elemanlar arası boyut farklılıkları vardır.
Hiyerarşi	Sözel hiyerarşi mevcuttur.
Devamlılık	Devamlılık görsel tekrarı ile sağlanmıştır.
Zıtlık	Zıtlık ölçü ve renkle oluşturulmuştur.
Bütünlük	Tasarımda bulunan elemanlar dengeli bir bütünlük oluşturmuştur.
Vurgu	Doku yoğunluğu vurguyu artırmıştır.
İmaj	
İllüstrasyon	Tasarım illüstrasyon unsuruyla oluşturulmuştur.
Fotoğraf	-
Tipografi	
Serifli	-
Serifsiz	Tasarımdaki sözel unsurlar serifsiz oluşturulmuştur.
Script	-
Dekoratif	-

Şekil 50. Requiem için afiş.

4.11. Requiem

Tasarımın sol kısmını yukarıdan aşağı kapsayan ve illüstrasyon unsuruyla oluşturulmuş bir desen yer almaktadır. Giuseppe Verdi'nin bestelediği eser için oluşturulan tasarımda, ressam Giovanni Boldini'nin resmettiği ve Giuseppe Verdi'ye ait olan portre resim kullanılmıştır. Yaşlı ve entelektüel giyimiyle dikkat çeken ve Boldini'ye ait olan çizimde Verdi'nin sadece yüzünün sol kısmı yer almaktadır. Yüzünün tamamı gri zeminde silik bir şekilde görülmektedir. Zeminde gri renk kullanılarak çizim ve başlık ön plana çıkarılmıştır.

Sayfanın sağ kısmında hizalanarak oluşturulan sözel düzenlemede hiyerarşi söz konusudur. Eser başlığı serifsiz ve majiskül olarak bordo renkte kullanılmıştır. Dış çerçevesi beyaz renkte kullanılan “Requiem” zeminden ayrıştırmıştır. Eser adının hemen altında yer alan eserin yaratıcısı Giuseppe Verdi beyaz renkte serifsiz, ince bir yazı karakteri kullanılarak oluşturulmuştur. “Konser” yazısı başlıkla aynı tarzda daha küçük kullanılmıştır. Detaylı bilgilerin yer aldığı kısım daha küçük boyutta serifsiz ve majiskül olarak kullanılmıştır.

Tasarımın en üst kısmında DOB logosu, Türk opera sanatçısı Aydın Gün'e ait logo ve Türkiye logosu yer almaktadır.

Zeminde kullanılan nötr renk ön planda sıcak renge yer verilmesiyle zıtlık kazanarak izleyicinin tasarımı kolay algılaması sağlanmıştır. Tasarımda serbest çizgiler yer almaktadır ve kullanılan görselde tüm detaylara yer verilmiştir.

Giuseppe Verdi'nin milliyetçi şair ve romancı Alessandro Manzoni'nin ölümü için ağıt olarak bestelediği “Requiem” tüm olumsuz yorumlara rağmen büyük ilgi görmüştür. Requiem opera dışı formda en çok seslendirilen eser ünvanına sahiptir. Requiem Katolik Kilisesinde ölülerin ruhu için, ölüyü toprağa vermeden veya anmak amacıyla sonradan duanın okunduğu bir Missa'dır. Requiem çok yönlü bir eserdir. Requiem'de metin mahşer gününü; ölülerin dirilip Tanrı katında hesap vermesini, üzüntü ve umut hislerini anlatmaktadır.

İzmir Devlet Opera ve Balesinde 2017-2018 sezonu programında var olan Requiem'i Başkemancı Kemal Tören eşliğinde İzmir Opera Orkestrası Korosu seslendirmekte ve koro şefliğini Costantino Petridis yapmaktadır. Konserin Müzik Yönetmenliğini Tulio Gagliardo üstlenmiştir.

Tablo 12. İZDOB Çocuk Korosu Konseri

İZDOB

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
DEVLET OPERA VE BALESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
İZMİR DEVLET OPERA VE BALESİ

2018
TROYA

İZDOB ÇOCUK KOROSU KONSERİ

Çocuk Korosu Şefi: Başar Ünal
Piyano: Tuğçe Özaytekin
Solistler: Melisa Özdemir - Mehmet Alp Özkazanç

2 HAZİRAN 2018 CUMARTESİ, SAAT: 19.00
İZDOB ELHAMRA SAHNESİ

Şekil 51. İZDOB Çocuk Korosu Konseri için afiş.

Tasarım Öğeleri

Nokta	-
Çizgi	Anlatım biçimi olarak çizgilerden faydalanılmıştır.
Yön	Yön kullanımı görsel kılavuz oluşturmuştur.
Ölçü	Elemanlar arası boyut farklılıkları vardır.
Aralık	Aralık kullanımı tasarıma dinamizm etkisi sağlamıştır.
Doku	-
Renk	Tasarımın çok renkli olması dikkati artırmıştır.
Değer	Değer yardımıyla odak noktası istenilen yere çekilmiştir.
Biçim	Yapay form kullanılmıştır.

Tasarım İlkeleri

Denge	Tasarımın elemanları arasında denge vardır.
Orantı	Birden fazla unsurun birbiri ile boyut, aralık bakımından orantılıdır.
Hiyerarşi	Renk, ton, aralık görsel hiyerarşiye göre düzenlenmiştir.
Devamlılık	Biçimler arası tekrarlar devamlılık sağlanmıştır.
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.
Bütünlük	Renksel bütünlük vardır.
Vurgu	Renk yoğunluğu vurguyu artırmıştır.
İmaj	
İllüstrasyon	-
Fotoğraf	Fotoğraf görsel anlatıma ve metne uygun tercih edilmiştir.
Tipografi	
Serifli	-
Serifsiz	Tasarımdaki sözel unsurlar serifsiz oluşturulmuştur.
Script	-
Dekoratif	-

Şekil 51. İZDOB Çocuk Korosu Konseri için afiş.

4.12. İZDOB Çocuk Korosu Konseri

İZDOB Çocuk Korosu Konseri için kullanılan afiş tasarımı siyah arka plan üzerine İZDOB Çocuk korusu fotoğrafı kullanılmıştır. Afiş tasarımı üç kısma bölünmüştür. Kullanılan fotoğrafın üst kısmında etkinlik ismine yer verilmiştir. Afişin sol üst kısmında Devlet Opera ve Balesinin logosu yer almaktadır. Sağ üst kısmında ise 2018 Troya Çanakkale Logosuna yer verilmiştir. Afişin alt kısmında çocuk korusu şefi, piyano, solistler hakkında bilgiler yer almaktadır. Tasarımın en alt kısmında koroya ait yer, tarih ve zaman bilgileri bulunmaktadır. Tasarımda imaj unsuru olan fotoğraf tekniğinden faydalanılmıştır.

Kompozisyonda tasarım öğelerinden; çizgi, renk, ölçü, yön, aralık kullanılmıştır. Tasarımın büyük kısmını zeminde kullanılan mavi renk oluşturmaktadır. En dikkat çekici unsur ise kullanılan konser fotoğrafıdır. Fotoğraf tasarımın orta kısmında yer almaktadır.

Sayfa tasarımında algı olarak bakıldığında tasarım ögesi olan yön izleyicinin göz hareketini sol üst köşeden başlayarak izleyicinin sayfanın geneline hakim olmasını sağlayıp, sağ alt köşeden hareketi sonlandırmaktadır.

Fotoğraf zeminden çizgi kullanılarak ayrıştırılmıştır. Kullanılan çizgide renk geçişleri izleyici üzerinde yansıma etkisi yaratarak dikkat çekiciliği artırmaktadır. Müziğin ritminin çizgilerin hareketli kullanımı ile tasarımda yansıtılmasına olanak vermiştir. Bu sayede sözel unsur olan ses, tasarımda görsel unsur halini almıştır.

Tasarımda mavi, pembe, siyah, sarı ve beyaz renk kullanılmıştır. İmajda ve zeminde kullanılan renkler tipografi de de kullanılarak denge ve bütünlük sağlanmıştır.

Kullanılan tipografi hiyerarşi göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Tasarımda iki farklı yazı karakteri yer almaktadır. Etkinlik ismi majiskül ve serifsiz font tercih edilerek tasarımın hiyerarşiye göre en büyük tipografik düzenlemesidir. Tasarımda etkinlik isminden sonra yer, tarih, zaman bilgisi büyük kullanılmıştır. Yer, tarih, zaman bilgisinin yer aldığı düzenlemede ise majiskül ve serifli yazı karakteri tercih edilmiştir. Son olarak tasarımda kullanılan çocuk korusu şefi, piyano, solistler hakkında bilgiler daha küçük boyutta miniskül ve majiskül olarak serifsiz yazı karakteri ile kullanılmıştır. Tipografik düzenleme ortaya hizalanarak oluşturulmuştur. Tipografide kullanılan renkler imajla bütünlük sağlamaktadır. Dikkat çekilmek istenen kısımlar sarı renkte kullanılmıştır.

Afiş tasarımıında kullanılan tasarım öge, ilke ve unsurlar belirli bir düzen göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Tasarımda simetrik denge mevcuttur. Tasarımın genelinde bütünlük sağlanmıştır.

İzmir Devlet Opera ve Balesi Müdürlüğü tarafından düzenlenen çocuk korusu kursu öğrencilerinin 2017-2018 sezonu için düzenlenen İZDOB Çocuk Korusu Konserinin çocuk koro şefliğini Başar Ünsal yapmıştır. Piyanoda Tuğçe Özaytekin eşliğinde solistler Melisa Özdemir ve Mehmet Alp Özkazanç performanslarını sergilemiştir.



Tablo 13. Film Müzikleri Konseri

	Tasarım Öğeleri
	Nokta Kullanılan geometrik form nokta etkisi uyandırmaktadır.
	Çizgi Yatay, dikey ve eğik çizgiler mevcuttur.
	Yön Çizgi kullanımıyla yön oluşturulmuştur.
	Ölçü Tasarımda tüm nesneler titiz bir boyut ilişkisi içerisinde.
	Aralık Aralık kullanımı tasarıma dinamizm etkisi sağlamıştır.
	Doku Yüzeydeki düzenli tekrar dokuyu oluşturmuştur.
	Renk Renkle vurgulanmak istenen nesne ön plana çıkarılmıştır.
	Değer Ton değerleriyle üç boyutlu etki yaratılmıştır.
	Biçim Biçim etkinliğin özünü yansıtmaktadır.
Şekil 52. Film Müzikleri Konseri için afiş.	
Tasarım İlkeleri	
Denge	Tasarımda görsel ve sözel denge vardır.
Orantı	Orantısız farklılık vurgu noktasına göre şekillendirilmiştir.
Hiyerarşi	Görsel ve sözel hiyerarşi vardır.
Devamlılık	Biçimler arası tekrarlar devamlılık sağlanmıştır.
Zıtlık	Sıcak ve soğuk renk kullanımıyla zıtlık oluşturulmuştur.
Bütünlük	Görsel bütünlük sağlanmıştır.
Vurgu	Ölçüler farklı kullanılarak vurgu sağlanmıştır.
İmaj	
İllüstrasyon	Tasarım illüstrasyon unsuruyla oluşturulmuştur.
Fotoğraf	-
Tipografi	
Serifli	Script yazı seriflidir.
Serifsiz	Serifsiz yazı mevcuttur
Script	Başlık script yazı karakteriyle oluşturulmuştur.
Dekoratif	-

4.13. Film Müzikleri Konseri

Film Müzikleri konseri afişi illüstrasyon unsuruyla oluşturulmuştur. Zeminde mavi renk kullanılmış ve sahne etkisi uyandırmak için kullanılan perde görseli kırmızı renkte sayfanın sağ ve sol iki kısmında yer almaktadır. Tasarımın üst kısmında DOB logosu ve 2018 Troya Çanakkale logosu yer almaktadır. Etkinlik ismi kullanılan film şeridi ile ilişkilendirilerek hareketli bir şekilde düzenlenmiştir. Etkinlik isminin hemen altında film şeridi yer almakta ve hareket unsuru oluşturmaktadır. Film şeridinin alt kısmında ise müzik notaları yerleştirilmiştir. Tasarımda kullanılan tipografi merkeze hizalı bir şekilde düzenlenmiştir. Tasarımın en alt kısmında yer alan tarih, yer, zaman bilgisinin yer aldığı yazı kırmızı renk çizgi ile vurgulanmıştır.

Tasarımda yatay, eğik ve dikey çizgiler mevcuttur. Hareketliliğin hakim olduğu tasarımda alt kısmın daha düz kullanımı ile tasarımda denge sağlanmıştır. Tasarımda hiyerarşik düzenleme söz konusudur. Devamlılık ve derinlik iki farklı görselin (perde ve film şeridi) bütünleştirilerek kullanılmasıyla sağlanmıştır. Tasarımda zemin ve perdenin zıt renklerde kullanımı ile etki artırılmıştır.

Tasarımda film şeridi, müzik notaları, perde biçim olarak kullanılan görsellerdir. Aralık ögesi kullanılarak müzik notalarında hareket sağlanmıştır.

Renk geçişleri ile değer oluşturulmuştur. Tasarımda mavi, kırmızı, siyah ve beyaz renk tercih edilmiştir. Sayfanın üst kısmında daha açık tonlarda kullanılan mavi renk zemine indikçe koyulaştırılarak tipografinin algılanabilirliği artırılmıştır. Kompozisyonun üst kısmında oluşan hareket alt kısımda koyu renk kullanımı ve tipografik unsur sayesinde dengelenmiştir.

Kullanılan tipografik düzenlemede hiyerarşi ilkesi göz önünde bulundurulmuştur. Konser başlığında majiskül ve miniskül olarak serifli font kullanılmıştır. Kullanılan biçim ile bütünleştirilen konser ismi tasarıma hareket katmıştır. Tipografik düzenlemede kullanılan renkler zeminle bütünleştirilmiştir. Tipografik düzenleme merkeze hizalanarak oluşturulmuştur. Tasarımda dikey, yatay ve diyagonal çizgiler kullanılmıştır.

İZDOB Elhamra Sahnesinde sergilenen Film Müzikleri Konserinde soprano Aytül Büyüksaraç'tır. Bariton Altuğ Dilmaç, piyano'da Demet Eytemiz bulunmaktadır.

Tablo 14. Gala Konser

Tasarım Öğeleri	
Nokta	-
Çizgi	Görselle zemin arasına yerleştirilen çizgi tasarımı üçe ayırmıştır.
Yön	Çizgi kullanımıyla yön oluşturulmuştur.
Ölçü	Farklı boyutlandırma ile etki elde edilmiştir.
Aralık	Görsel ve tipografi düzenli aralıkla oluşturulmuştur.
Doku	Doku tasarıma değer katmıştır.
Renk	Renk ile görsel ve tipografi algılanır kılınmıştır.
Değer	Rengin açık-koyu, kullanımıyla değer meydana gelmiştir.
Biçim	Biçim etkinliğin özünü yansıtmaktadır.

Tasarım İlkeleri	
Denge	Denge yatay eksenle düzenlenmiştir.
Orantı	Tasarımı oluşturan varlıklar arasında orantısal ilişki vardır.
Hiyerarşi	Renk, ton, aralık görsel hiyerarşiye göre düzenlenmiştir.
Devamlılık	Tasarımda kesintisiz geçişler sayesinde devamlılık sağlanmıştır.
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.
Bütünlük	Renksel bütünlük vardır.
Vurgu	Renk yoğunluğu vurguyu artırmıştır.
İmaj	
İllüstrasyon	-
Fotoğraf	Fotoğraf görsel anlatıma ve metne uygun tercih edilmiştir.
Tipografi	
Serifli	Tasarımdaki başlık serifli oluşturulmuştur.
Serifsiz	Tasarımdaki sözel unsurlar serifsiz oluşturulmuştur.
Script	-
Dekoratif	-

Şekil 53. Gala Konser için afiş.

4.14. Gala Konser

Gala Konser afişinde fotoğraf unsurundan yararlanılmıştır. Kullanılan görselde koronun uzaktan çekilmiş fotoğrafı yer almaktadır. Fotoğrafta koronun kolay algılanabilmesi açısından geri kalan kısım siyah renkte düzenlenmiştir.

Tasarımda zemin rengi mavi olarak tercih edilmiştir. Dikkat çekmesi açısından tipografi ve fotoğraf çerçevesi altın renginde tonlamalarla kullanılmıştır. Nesnelerin merkeze hizalanarak oluşturulduğu afişte simetrik düzen söz konusudur.

Afişin en üst kısmında DOB logosu ve 2018 Troya Çanakkale logosu yer almaktadır. DOB logosunun hemen altında ise İzmir Büyük Şehir Belediyesi 150. Yıl logosu yer almaktadır. Merkeze hizalı, majiskül yazılan etkinlik adı sayfanın 3/1'lik kısmını oluşturmaktadır. Etkinlik isminin hemen altında detaylı bilgilere yer verilmiştir. Sayfanın alt kısmında ise altın rengi çerçeve içerisine konumlandırılmış fotoğraf bulunmaktadır. Yer, tarih, zaman bilgisi başlıkla bütünleşerek aynı renkte tercih edilmiş ve tasarımın alt kısmına yerleştirilmiştir.

Tipografik düzenlemede, etkinlik ismi sayfanın üst kısmına yerleştirilmiştir. Majiskül olarak tercih edilen başlık, çerçeve ve logoyla bütünleştirilerek, tonlama sayesinde dikkat çekici niteliğe kavuşmuştur. Tasarımda serifli bir yazı kullanılmış ve etkinlik isminin ilk harfleri büyük tercih edilmiştir. Boyutun büyük kullanımı ve renk tercihindan dolayı etkinlik ismi tasarımın en dikkat çekici kısmı olmuştur.

Etkinlik isminin hemen altında yer alan ekibin detaylı bilgileri beyaz renkte ve merkeze hizalı tercih edilmiştir. Majiskül ve miniskül tercih edilen yazı serifsizdir. Başlıklar normal yazı tipinde kullanılırken, isim bilgileri kalın yazı tipinde kullanılmıştır. Bu kısım tasarımın en az dikkat çeken bölümünü oluşturmaktadır.

Fotoğraf altın rengi bir çerçeve içerisinde yerleştirilerek zeminden ayrıştırılmış ve fotoğraf, başlık, logo arasında bütünlük sağlanmıştır. Çerçevenin sağ üst ve sol alt kısmında kullanılan çizgiler tasarıma hareket katarak ritim duygusunu oluşturmuştur. Tasarımda kullanılan altın renkli çizgiler tasarımın üç bölünmesine neden olmuştur. Çizgilerin hareketli kullanımı tasarımdaki durağanlığı engellemiştir. Çizginin varlığı gerçekçi görüntünün dikkat çekmesini sağlamaktadır. Etkinliği izleyiciye taşıyan tasarımda görsel öge olarak kullanılan fotoğraf çizginin varlığıyla ilgiyi doğrudan üzerine çekmektedir. Tasarımın genelinde kullanılan yıldız sezonun son konseri olmasından dolayı konserin DOB için önemli olduğuna vurgu yapmaktadır.

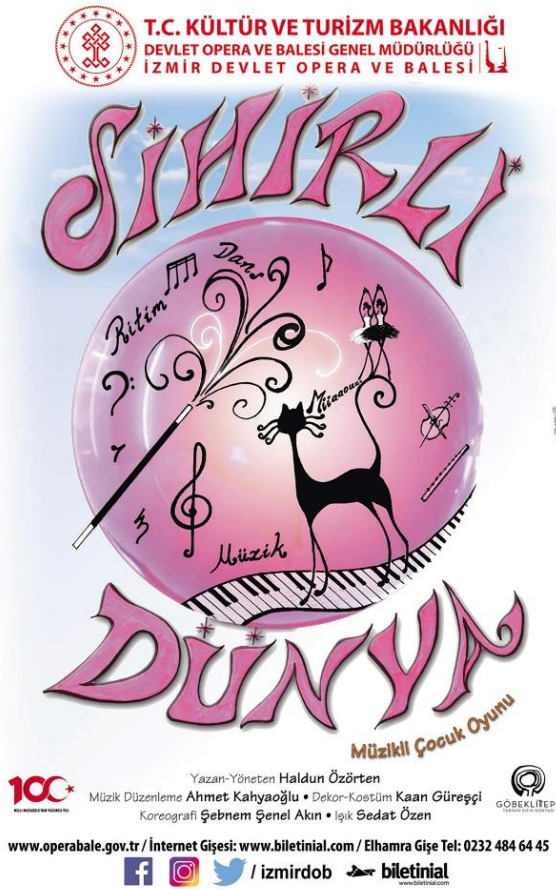
Tasarımın en alt kısmında yer alan tarih, yer, zaman bilgileri başlık, logo ve çerçeve ile ilişkilendirilerek altın renginde kullanılmıştır. Majiskül ve miniskül olarak, serifsiz, kalın yazı fontuyla tercih edilen bu kısım tasarımda dikkat çeken bir diğer noktadır.

Afiş tasarımında tasarım öğelerinden çizgi, renk, değer, ölçüden faydalanılmıştır. Kompozisyon genelinde hiyerarşik düzenleme söz konusudur. Denge renk ile sağlanmıştır. Devamlılık logo, başlık, çerçeve ve yer/tarih/zaman bilgisinde tercih edilen altın rengi tonlama ile sağlanmıştır. Tasarımda hareket çizgi yardımıyla tasarımın durağan olmasını engellemiştir.

İZDOB Gala Konseriyle 2017-2018 sezonunu sonlandırmıştır. Gala Konserini şef Vladimir Lungu yönetmiştir ve konser 250 sanatçıdan oluşmaktadır. İZDOB solistleri, dünya sahnelerini süsleyen ve çok tercih edilen ünlü opera aryaalarını, koral bölümleri, düetlerini, uvertürleri ile çeşitli operet ve müzikallerden bölümlerini seslendirmiştir.

Program akışında R. Leoncavallo'nun Palyaçolar operasından "Tonio" arya ve "Canio" arya, G. Verdi'nin II Trovatore operasından "Demirciler Korosu", La Traviata operasından "Çingeneler Korosu", Rigoletto operasından "Duca" arya ve La Traviata operasından "Brindisi", G. Bizet'in Carmen operasından "Escamillo" arya, "Carmen" arya, Çocuk Korosu, B. Güven – A. Sarman'ın müziği, Ali Hoca'nın düzenlemesiyle "Dersimiz Atatürk" şarkısı, J. Haydn'ın Op. No. 5 "Andante cantabile" müziği eşliğinde çocuk balesi, G. Puccini'nin Tosca operasından "Cavaradossi" arya, La Boheme operasından "Musetta" arya, L. Minkus'un "Don Kişot" balesinden çocuk balesi için düzenlenmiş bir bölüm, J. Offenbach'ın Hoffmann'ın Masalları operasından "Olympia" arya, C. Gpunod'nun Faust operasından "Mephistopheles" arya, F. Lehar'ın Şen Dul operetinden "Danilo-Anna Glavari" düet, Giudetta operetinden "Giudetta" arya, E. Katman'ın Kontes Mariza operetinden "Mariza-Tassilo" düeti sergilenmiştir.

Tablo 15. Sihirli Dünya

 T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI DEVLET OPERA VE BALESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ İZMİR DEVLET OPERA VE BALESİ SİHİRLİ DÜNYA Müzikli Çocuk Oyunu Yazan-Yöneten Haldun Özörtten Müzik Düzenleme Ahmet Kahyaoglu • Dekor-Kostüm Kaan Güreşçi Koreografi Şebnem Şenel Akın • Işık Sedat Özen www.operabale.gov.tr / Internet Gişesi: www.biletinial.com / Elhamra Gişe Tel: 0232 484 64 45 100* MİLLÎ HAYAT GÜNÜ GOBEKLİTEPE f i / izmirdob biletinial	
Tasarım İlkeleri	
Denge	Denge; biçim, yön, ölçü, aralık, doku, renk ile sağlanmıştır.
Orantı	Orantısız farklılık vurgu noktasına göre şekillendirilmiştir.
Hiyerarşi	Renk, ton ve aralık görsel hiyerarşiye göre düzenlenmiştir.
Devamlılık	Tasarımda kesintisiz geçişler sayesinde devamlılık sağlanmıştır.
Zıtlık	Ölçü farklılığıyla zıtlık oluşturulmuştur.
Bütünlük	Tasarımda bulunan elemanlar dengeli bir bütünlük oluşturmuştur.
Vurgu	Renk yoğunluğu vurguyu artırmıştır.
İmaj	
İllüstrasyon	Tasarım illüstrasyon unsuruyla oluşturulmuştur.
Fotoğraf	-
Tipografi	
Serifli	-
Serifsiz	Tasarımdaki sözel unsurlar serifsiz oluşturulmuştur.
Script	Script yazı karakteri mevcuttur.
Dekoratif	Sözel unsur olan başlık dekoratif yazı karakteriyle oluşturulmuştur.
Tasarım Öğeleri	
Nokta	Kullanılan biçim nokta etkisi yaratmaktadır.
Çizgi	Çizgi kullanımı ile enerjik ve ritmik bir his yaratılmıştır.
Yön	Yön sayesinde gözün hareketi etkiyi artırmıştır.
Ölçü	Tasarımda tüm nesneler titiz bir boyut ilişkisi içerisinde.
Aralık	Aralık kullanımı tasarıma dinamizm etkisi sağlamıştır.
Doku	Doku tasarıma değer katmıştır.
Renk	Renkle vurgulanmak istenen nesne ön plana çıkarılmıştır.
Değer	Değer yardımıyla odak noktası istenilen yere çekilmiştir.
Biçim	Yuvarlak biçim kullanılmıştır.

Şekil 54. Sihirli Dünya için afiş.

4.15. Sihirli Dünya

Tasarımda görsel imaj olarak illüstrasyon unsurundan faydalanılmıştır. Zemine beyaz renk hakimdir. Tasarımda zeminin üstünde mavi gökyüzüne yer verilmiştir. Serbest tarzda oluşturulan tasarımın tam ortasında büyük bir daire yer almaktadır. Daire pembe renkte kullanılmıştır. Dairenin dış çevresinde düzenlenen başlık renk ve şekil bakımından forma uygun kullanılmıştır.

Etkinlik başlığı ve “Müzikli Çocuk Oyunu” yazısı daire formunda uygun düzenlenmiştir. Daire Dünya’ya gönderme yaparken içerisinde yer alan biçim ve silüetler konuya gönderme yapmaktadır. Bir silüet şeklinde yer alan kedi biçimi dairenin içerisindeki en dikkat çekici unsurdur. Piyano üzerinde ilerleyen kedinin çıkardığı ses ve ritimle tam kuyruğu üzerinde dans eden biri siyah diğeri ise beyaz kıyafetler içerisinde iki balerin yer almaktadır. Dünyanın içerisinde keman, sol anahtarı, flüt, müzik notaları ve baton biçimleri ve script tarzda tipografi yer almaktadır. İndirgenerek düzenlenen biçimler, hem izleyici için anlaşılır bir tasarım olmuş, hem de tasarımcı için özgün bir tasarım dili oluşturmuştur. Simetrik bir tasarım söz konusudur ve tasarımda hiyerarşik düzenleme vardır.

İllüstrasyonun hemen altında detaylı bilgiler, iletişim bilgileri yer almaktadır. Sayfanın sol alt kısmında 100. Yıl logosu yer almakta sağ alt kısmında ise Göbeklitepe logosu yer almaktadır.

Sihirli Dünya İzmir Devlet Opera ve Balesi’nin müzikli çocuk oyunudur. Oyunun yazarı ve yönetmeni Haldun Özörten’dir. Haldun Özörten’in Sihirli Dünya’yı tarifine göre; *“Çocuklar arasında yapılan bir araştırmaya göre, sihir nedir diye sorulduğunda, çocukların büyük bir bölümü, sihri onlara mutluluk verecek, bilinmeyen bir dünya olarak tarif etmişler. Bu tanımdan yola çıkarak çocukların bilmedikleri onları mutlu edecek sihirli bir dünya anlatmaya karar verdik. Aslında hepimizin gerek neşeli gerek üzgün anlarımızda bazen de hiçbir şey düşünmeden ziyaret ettiğimiz bir sihirli dünya bu. Müzik hepimizin hayatında bir şekilde vardır. Amacımız çocuklarımıza çok sesli müziği tanıtarak, evrensel müziği, operayı, baleyi sevdirmek, operanın, balenin ve klasik müziğin sihirli dünyasını anlatmaya çalışmak, çocuklarımızın o pırıl pırıl beyinlerinde evrensel müziğin ne olduğu ve nasıl sihirli bir güçle bizi sararak mutlu ettiği konusunda küçük bir iz bırakarak yarınlara müzisyenlerinin ve izleyicilerinin yetişmesini sağlamaktır.”* şeklinde açıklamıştır.

Sihirli Dünya'nın müzik düzenlemelerini Ahmet Kahyaoğlu yapmıştır. Eserin koreografisini şebnem şenel Akın, dekor ve kostümleri Kaan Güreşçi, ışık tasarımıını ise Sedat zen yapmıştır.

Tablo 16. Yeni Yıl Konseri

		Tasarım Öğeleri	
Nokta	Işık efekti nokta ögesini yansıtmaktadır.	Çizgi	Tasarım yalın ve temiz çizgilerle oluşturulmuştur.
Yön	Yön sayesinde gözün hareketi etkiyi artırmıştır.	Ölçü	Farklı boyutlandırma ile etki elde edilmiştir.
Aralık	Işık-gölge ilişkisi aralığı sağlamaya yardımcı olmuştur.	Doku	Yapay doku mevcuttur.
Renk	Renk yardımıyla tasarım görsel bir şölen halini almıştır.	Değer	Rengin açık-koyu kullanımıyla değer meydana gelmiştir.
Biçim	Geometrik ve yapay biçimler kullanılmıştır.		
Tasarım İlkeleri			
Denge	Denge; biçim, yön, ölçü, aralık, renk ile sağlanmıştır.		
Orantı	Kullanılan orantı algıyı etkilemiştir.		
Hiyerarşi	Vurgu sıralamasıyla hiyerarşi oluşturulmuştur.		
Devamlılık	Biçimler arası tekrarlar devamlılık sağlanmıştır.		
Zıtlık	Sıcak ve soğuk renk kullanımıyla zıtlık oluşturulmuştur.		
Bütünlük	Görsel bütünlük sağlanmıştır.		
Vurgu	Ton farklılıklarından faydalanarak vurgu yapılmıştır.		
İmaj			
İllüstrasyon	Tasarım illüstrasyon unsuruyla oluşturulmuştur.		
Fotoğraf	-		
Tipografi			
Serifli	Tasarımdaki sözel unsurlar serifli yazı karakteriyle oluşturulmuştur.		
Serifsiz	Detaylı bilgiler serifsiz yazı karakteriyle oluşturulmuştur.		
Script	“konser” script yazı karakteriyle oluşturulmuştur.		
Dekoratif	-		

Şekil 55. Yeni Yıl Konseri için afiş.

4.16. Yeni Yıl Konseri

Tasarımda tipografi merkeze hizalanmıştır. Soğuk renk yapısıyla mavi zemin, ön plandaki tipografinin algılanmasını kolaylaştırmıştır. Zeminde mavi renge yer verilmiş başlıkta da sarı renk kullanılarak algı artırılmıştır.

Yeni yılın tüm parıltısı tipografide ve kullanılan sembollerde görülmektedir. Tasarımda simetri mevcuttur. “Yeni Yıl” ve “konser” yazısı script yazı karakteriyle oluşturulmuş ve tasarımın en dikkat çeken ögesidir. Hiyerarşik düzenleme mevcut olan tasarımda ölçüsel farklılıklar vardır. Detaylı bilgi ve başlık kısmını yatay formda düzenlenerek konumlandırılan semboller ayırmaktadır.

Yılbaşının sembolü haline gelen kar tanesi ve yıldız imajı tasarımda kullanılmıştır. Dikey ve eğik formda sayfanın sağ ve sol kısmında yer alan çizgiler ritmi ve hareketi çağrıştırmaktadır. Tasarım yatay ve dikey formatta oluşturulmuştur. Başlığın başı ve sonundan sarkan çizgi kar tanelerini tutmaktadır ve farklı oranlarda kullanılmıştır. Açık-koyu kullanımıyla değer farklılıkları tasarıma hakimdir. Tasarımda vurgu başlık üzerine şekillendirilmiştir. Sarkan kar taneleri yön unsurunun aşağı doğru olduğunu göstermektedir.

Tasarımın sağ alt kısmında sponsora ait logoya yer verilmiştir. Üst kısımda ise DOB logosu, Türk opera sanatçısı Aydın Gün’e ait logo ve Türkiye logosu yer almaktadır.

Konserin orkestra ve koro şefliğini Constantino Petridis yönetmiş ve İZDOB Orkestrası ve Korosu eşliğinde konser gerçekleştirilmiştir. Yeni Yıl Konserinde Sopranoda Burçin Savigne ve tenorde Levent Gündüz solist olarak yer almaktadır.

Yeni Yıl Konser programında J. Strauss Radetzky Marşı, Verdi’nin II Trovatore operasından Çingeneler Korosu, Don Carlo operasından koral bölüm, Otello operasından Otello-Desdemona düet, Aida operasından Zafer Marşı, Tosca operasından Cavaradossi aria, Nabucco operası uvertürü, Norma operasından Norma aria, Çağdaş Fürstin operetinden Silva aria, Tebessümler Diyarı operetinden Prens Sou-Chong aria, L. Anderson’un Daktilo adlı orkestra eseri, Mesih Oratoryosundan bir bölüm ve J. Pierpont’un Jingle Bells şarkısı yer almıştır.

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Tartışma

1941’den 1970 yılına kadar Devlet Tiyatroları teşkilatında bir bölüm olan Devlet Opera ve Balesi 1970 yılında “Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü” adını alarak opera ve bale temsillerini izleyicilere sunmaya devam etmiştir. Araştırma örneklemini kapsayan ve Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü’ne bağlı olarak kurulan İzmir Devlet Opera ve Balesi Müdürlüğü 1982 yılında kapılarını sanatseverlere açmıştır. Devlet Opera ve Balesi etkinlik duyurularını insanlara iletmek için afiş tasarımlarını kullanmıştır. Çalışma İzmir’de Devlet Opera ve Balesi tarafından 2017-2018 yılları arasında düzenlenen afiş tasarımlarının biçim ve içerik yönünden incelenmesini ve grafik tasarım eğitimiye katkısını araştırmak amacıyla yapılmıştır.

Sözel dilin iletisinin tasarımcı tarafından görsel kodlara dönüştürülmesiyle insanlara sunulan afiş tasarımları bir konu hakkında bilgi verme, insanları bilinçlendirme, ürün tanıtımı yapma ve etkinlik duyurma açısından önemlidir. Grafik tasarımın önemli dallarından biri olan afiş tasarımı sanat ve tasarım kaygısını içinde barındıran iki boyutlu tasarım ürünüdür. Afiş tasarımı az görselle, çok insana mesaj verebilme özelliğine sahiptir. Dış ve iç mekanlara çeşitli boyutlarda asılan afiş tasarımlarının hedef kitleyle iletişim kurabilmesi bakımından net ve dikkat çekici olması önemlidir. Bir afiş tasarımının el ilanı, dergiye göre izlenme süresi daha kısıtlıdır, bu nedenle verilmek istenen mesaj doğrudan ya da dolaylı olarak tasarımda yer almalıdır.

Tasarım ve sanat söz konusu olduğunda eserin üretim yılı üzerinden uzun yıllar geçmiş olmasına rağmen modası geçmemektedir. Günümüzde opera seyretmek isteyen bir izleyici G. Verdi’nin bestelediği 1853 yılında galası yapılan “La Traviata” operasına bilet bulabilir ve üzerinden yıllar geçmiş olmasına rağmen izleyeni çoktur. Aynı zamanda Jules Cheret’in 1892 yılında Opera tiyatrosu için tasarlamış olduğu afişte tasarımcılara örnek olabilir. Sanat ve tasarım geçmişten destek alarak gelişmektedir. Geçmişte üretilen ve başarılı sayılan tasarım unsurları, günümüzde de tasarımcılar tarafından kullanılmaktadır.

Afiş tasarımı ortaya çıktığı günden itibaren duyuru amacıyla kullanılmıştır. Tasarım ve opera, birbiri ile ilişki halinde olan iki farklı alandır. Bir operayı insanlara duyurmak için afiş tasarımına ihtiyaç duyulmaktadır. Devlet Opera ve Balesi de bünyesinde düzenlenen etkinlikleri hedef kitleye iletmek için afiş tasarımlarını kullanmaktadır. Afiş tasarımlarının

kullanım amacı alanlarına göre (reklam, kültürel, sosyal) değişkenlik göstermektedir. Devlet Opera ve Balesi afişleri kültürel afiş kapsamında değerlendirilmektedir. Etkinlik süresi boyunca iç, dış mekanlara asılan ve dijital ortamda insanların görmesi amacıyla paylaşılan DOB afişleri söz konusu olduğunda tasarımın estetik yönü kuvvetli, üzerinde etkinlikten izler barındıran, detaylı bilgileri açıkça belirten, okunaklı, sade ve anlaşılır olması beklenmektedir.

Grafik tasarımcı içeriği tasarıma yansıtmakla görevlidir. Bu nedenle tasarımın nasıl olması gerektiği hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir. Başarılı tasarım ortaya koymak isteyen bir tasarımcı tipografiyi bilmeli, tasarım öge ve ilkelerine hakim olmalı, teknik donanım bilgisini tasarımında kullanmalıdır. Bunları bilen tasarımcı sınırsız tasarımlar oluşturabilir, bu teknik bilgi, hayal gücü ve yaratıcılığına bağlıdır.

Devlet Opera ve Balesi afişleri tasarlanırken metne bağlı kalınmaksızın libretto incelenerek ve etkinlikte yer alan tüm üyeler araştırılarak, gerekirse izlenerek etkinliğin kimliğine uygun tasarım yapılmalıdır. Bu bağlamda tasarlanacak olan afişlerde konu bütünlüğü biçimsel düzende de yansıtılmalıdır. Sanatsal bir eser olan Opera ve Bale'nin tanıtım, duyuru işlevini yapacak olan afiş tasarımı birbirini tamamlayıcı olarak düşünülmelidir. Afiş tasarımında etkinlik içeriğinden izler barındırılmalıdır. Bu doğrultuda tasarımların içeriği dolaylı ya da doğrudan yansıtması, tasarımcının yaratıcı gücüne bağlıdır. İzleyicinin afiş tasarımına bakarak etkinlikten izler bulması tasarımın biçim ve içeriğinin bağdaşmış olmasının göstergesidir.

Afiş tasarımında insanlara bilgi aktarımı görsel ve sözel olarak iki şekilde yapılmaktadır. Görsel bilgiler illüstrasyon ve fotoğraf kullanımıyla, sözel bilgiler ise tipografi yardımıyla yapılmaktadır. Afiş tasarımında kullanılan sözel ileti ve görsel ileti hedef kitleye uygun ve içeriği yansıtır nitelikte olmalıdır. Bilgi aktarım biçimi tasarımcının dikkat etmesi gereken bir konudur. Üzerinde bilgi barındıran afiş tasarımında bilgi aktarımı tasarımcının seçtiği anlatım biçimiyle (görsel ya da tipografik) yapılabilir. Bilgi aktarımı yapılan afiş tasarımında dil sade ve kolay anlaşılır olmalı, yer, zaman, içerik gibi önemli noktaları içermeli, bilgiler hiyerarşiye uyularak tasarıma yerleştirilmelidir.

Tasarımda bütünlüğün var olabilmesi için tasarımcının tasarım ilkeleri ve tasarım öğelerine hakim olması gerekmektedir. Görsel bütünlüğün sağlanmasında tasarım öğeleri; nokta, çizgi, yön, ölçü, aralık, doku, renk, değer, biçim ve tasarım ilkeleri; denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, zıtlık, bütünlük, vurgu dikkate alınarak tasarım oluşturulmalıdır.

Tasarım öncesinde tasarımda hangi unsurun vurgulanacağına karar verilmeli, görsel ve sözel hiyerarşinin nasıl düzenlenmesi gerektiği belirlenmeli, kullanılacak renkler, iletilecek

mesajın ne olacağı gibi belirlenen hedefin izleyiciye ulaşmasına yönelik sınırlılıklar getirilmesi gerekmektedir. Tasarım öğeleri ve ilkeleri bakımından sınırlılıklara sahip bir afiş tasarımı, mesajı daha açık bir şekilde insanlara iletebilir. Aynı zamanda başarılı bir afiş tasarım örneği ortaya koyulması için tasarımcının bilgiyi özümsemiş olması ve içeriğe yönelik bilgileri biçime aktarması gerekir.

Grafik tasarım eğitimiyle tasarım öğrencileri araştırma, yaratma, analiz etme, soyutlama, sadeleştirmenin yanı sıra problem çözen, anlam bütünlüğüne sahip tasarımlar ortaya çıkarabilir. Grafik tasarım eğitiminin temelinde mevcut olan yaratıcı gücü eğitmek, tasarım bilinci oluşturmak, ifade becerisi kazandırmak vardır. Yaratıcı gücün eğitilmesiyle orijinal, eskiyi tekrarlamayan, anlaşılır, etkili tasarım ortaya çıkabilir. Böylelikle afiş tasarımının amacına uygun işlevsel ve özü yansıtan afiş örnekleri tasarlayan tasarımcılar ortaya çıkarılabilir.

Ön araştırmalar doğrultusunda Devlet Opera ve Balesi ile iletişime geçilerek 2017-2018 yılına ait 16 adet afiş tasarımı belirlenerek afişlerin biçim ve içerik yönünden incelenmesi yapılmıştır. DOB'nin 2017-2018 sezonu için kullanmış olduğu afiş tasarımlarında biçim incelenmesi tasarım öğeleri, tasarım ilkeleri, imaj ve tipografi olmak üzere 4 ana başlık göz önünde bulundurularak yapılmıştır.

Araştırmada, grafik tasarım üzerinde durulmuş, grafik tasarımın uygulama tekniklerinden biri olan afiş tasarımına değinilmiştir. Afiş tasarımının tarihsel süreci ve uygulama alanlarında ne şekilde kullanıldığı incelenmiştir. Grafik tasarım unsuru olan afiş tasarımının öğelerinden (nokta, çizgi, doku, biçim, ölçü, yön, renk, aralık, değer), tasarımda olması gereken temel ilkelerden (denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, zıtlık, bütünlük, vurgu) ve tasarım uygulama unsurlarından (imaj, tipografi) bahsedilmiştir. Araştırmada Devlet Opera ve Balesinden bahsedilmiş, Devlet Opera ve Balesi afişlerinin grafik tasarım eğitimine katkısı incelenmiş ve günümüzde grafik tasarım eğitimi araştırılmıştır. Üçüncü bölümde araştırmanın modelinden, evren ve örneklemeden bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde DOB tarafından İzmir'de düzenlenen 2017-2018 yıllarına ait etkinlik afişleri ikinci bölümde bahsedilen kriterler göz önünde bulundurularak, biçim ve içerik yönünden incelenmiştir.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada 2017-2018 yılları arasında Devlet Opera ve Balesinin İzmir'de düzenlediği opera, bale, konser ve müzikallere ait afiş tasarımları biçim ve içerik bakımından nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz ile incelenmiştir. Belirtilen afişlerin her birinde

tasarım öğeleri, tasarım ilkeleri ve tasarım unsurlarını içeren tablolar oluşturulmuş ve araştırmada elde edilen bulgularla ilgili sonuçlara yer verilmiştir. Sonuçlar göz önünde bulundurularak Devlet Opera ve Balesi afişlerinin yapısının nasıl olması gerektiği ve bu afişlerin grafik tasarım eğitimine katkıları üzerine önerilerde bulunulmaktadır.

Araştırma sonucunda Türkiye’de Devlet Opera ve Balesi afiş tasarımlarının genellikle Türk grafik tasarımcıları tarafından yapıldığı gözlemlenmiştir. Afiş tasarımlarında Türk kültüründen izler görüldüğü gibi dünya çapında yerleşmiş belirli tasarım öğelerinin araştırma kapsamında seçilen afiş tasarımlarında da kullanıldığı görülmüştür.

Afiş uygulamalarında yer alan görsellerin genellikle opera, bale, konser, müzikal konusu yansıtması bakımından doğrudan ya da dolaylı olarak görsel – dilsel unsurlardan faydalandığı gözlemlenmiştir. Tasarımlar incelendiğinde tasarımcının içeriği yansıtmaya kaygısı içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda, biçim ve içerik yönünden incelemesi yapılan afiş tasarımlarının tasarım ve içeriğinin birbiriyle bağıntılı olduğu görülmüştür. İçeriği yansıtan tasarımların biçim yönünün zayıf kaldığı gözlemlenmiştir.

Kısıtlı bir zamanda insanların görmesi için tasarlanan afiş tasarımları kullanım amacı göz önünde bulundurularak izleyiciyle doğrudan iletişim kurmalıdır. Bu nedenle izleyici etkinliğe dair genel bilgileri afiş tasarımında da görmelidir. İçeriği yansıtan, etkinliğe dair verilmek istenilen mesajın iki boyutlu alanda yansıtılması tasarımcının görevidir. Konuyu yansıtan afiş tasarımının aynı zamanda da dikkat çekici olması gerekmektedir. Devlet Opera ve Balesi için tasarlanan afişlerde gerekli bilgilere tasarım yüzeyinde yer verilmiştir. Tasarımlarda imaj kullanımının etkinliğin konusu ya da türü göz önünde bulundurularak tercih edildiği görülmektedir.

DOB afişlerinde belirli bir tarzın oluşturulmadığı her bir etkinlik için farklı tasarım üslubu uygulandığı görülmektedir. Yapılan 10 afiş tasarımının aynı tasarımcı elinden çıkmasına karşın tasarımlarda biçim, üslup farklılığı söz konusudur. Üslup farklılığı mevcut olan tasarımlarda logonun konumunda sergilenen kararlılık dikkat çekmektedir.

Araştırmada incelenen afişlerde yer alan sözel ve görsel unsurlar tasarım öğeleri; nokta, çizgi, yön, ölçü, aralık, doku, renk, değer, biçim ile tasarım ilkeleri; denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, zıtlık, bütünlük, vurgu gibi belirli öğe ve ilkeler göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Tasarımların bir kısmı dilsel anlatım olan tipografiyle bir kısmı ise görsel ve tipografi (Şekil 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55), kullanılarak hazırlanmıştır. Görsel uygulama unsurlarından biri olan fotoğrafın sekiz afiş

tasarımında (Şekil 40, 42, 47, 53, 51, 41, 42, 44), kullanıldığı görülmektedir. Kullanılan fotoğrafların bir kısmı dijital ortamda oynanarak gerçekçiliğin dışına çıkarılmış ve tasarımcı kendi yorumuna yer vermiştir. Bazı tasarımlar ise illüstrasyon unsuruyla (Şekil 40, 49, 52, 43, 45, 50, 55), oluşturulmuştur. İllüstrasyon unsuruyla oluşturulan tasarımlarda sadeleşmeden ziyade detaylara önem verilerek hazırlanan tasarımlar ortaya çıkarılmıştır. Yalnızca bir tasarım tipografi unsurundan (Şekil 46), faydalanılarak oluşturulmuştur. Devlet Opera ve Balesi afiş tasarımlarında yapılan incelemeler sonucunda uygulamaların genelinde tasarım unsurları, öğeleri ve ilkeleri bir arada kullanılarak tasarım oluşturulmuştur.

Yeni Yıl konser afişinde tasarımlarda sıklıkla kullanılan kar tanesi sembolü, yıldız ve yaldızlı renk tercih edilmiştir. Yaratıcılık bakımından yeterli olmayan bu tasarım örneğinde tasarımcı klişeye kaçmıştır. “Sihirli Dünya” müzikli çocuk oyununda kullanılan tipografi okunaklı değildir. Afiş tasarımında başlığın uzaktan anlaşılabilir olması gerekmektedir. Okunaklılık açısından başlıkta düz ve kalın font tercih edilmelidir.

Afiş tasarımı tıpkı bir yapboz gibi birbirini tamamlayıcı öge, ilke ve unsurlardan meydana gelmektedir. Tasarım yüzeyinde belirli öğeler ön plana çıkabilir ama başarılı sayılabilecek afiş tasarımında biçim ve içerik kaynaşmalıdır. Afiş tasarımında bir araya getirilen elemanların ya da imajın sayısı fark etmeden tasarımda bütünlük aranmaktadır. Tasarımda kullanılan öğelerden birinin yanlış düzenlenmesi tüm tasarım yüzeyine yansarak tasarımda yer alan öğelerin bütünlüğünün sağlanamamasına neden olacaktır. Bunun olmaması için tasarımcının gerekli tasarım bilgisine hakim olması ve bu bilgiler dahilinde tasarımı oluşturması gerekmektedir. Afiş tasarımında tasarım yüzeyindeki bütünlüğün aranmasının yanı sıra bir kurum ya da ürüne ait tasarımların da belirli bir üsluba sahip olması insanların dikkatini çekmesi açısından önemlidir.

Tasarımlarda genel olarak klişeler mevcuttur. Oluşturulacak yeni tasarımlarda tasarımcılar sadeliğe gitmelidir. Tasarımlarda modern tipografi kullanılmalı ve kompozisyon anlaşılır olmalıdır. Script (el yazısı) ve dekoratif yazı karakterleri daha az tercih edilmeli, tipografik öğelerin okunaklı olması bakımından serifsiz, modern ve kalın font tercih edilmelidir. Yeni tipografi hareketi ile birlikte harfler yalınlaştırılmış ve serifsiz yazı karakteri kullanımı desteklenmiştir. Yeni tipografi hareketinin öncüsü Tschichold ile birlikte Moholy-Nagy, Lissitzky ve birçok tasarımcı serifsiz yazı karakterini desteklemiş ve tasarımlarında tercih etmişlerdir.

Yaratıcılık insanlara alışılmışın dışında bir şey sunarak tasarıma dikkat etmelerini sağlamaktadır. Görsel tasarım bakımından afişlerin kültürel afiş kapsamında yer alması ve

uygulama kriterlerinin daha esnek olması tasarımcının özgürlüğünü ve üslubunu etkilemekte ve bu durumun tasarımlara yansımaları sonucunda sıra dışı, özgün ve yaratıcı özelliğe sahip tasarımlar ortaya çıkarılması tasarımcılara önerilmektedir.

Gelişen teknoloji ile birlikte değişen tasarım uygulama tekniklerine hakim öğrenciler yetiştirmek tasarım eğitiminin amacı olmalıdır. Tasarım sürekli gelişen bir kavramdır bunun için tasarım eğitiminde de gelişimi öğrencilerin takip etmesi sağlanmalıdır. Tasarım farklı disiplinlere hizmet vermektedir. Bu nedenle tasarım eğitiminde öğrencilerin farklı disiplinleri tanımaları sağlanmalı, iş birlik yapma becerisi ve pratik olma alışkanlığı kazandırılmalıdır.

Araştırmanın tasarımcılara, tasarım öğrencilerine ve diğer araştırmacılara afiş inceleme konusunda yardımcı olması ve kaynak olması amaçlanmıştır. İncelenen afiş tasarımlarında dikkat çekilen noktalar grafik tasarım öğrencilerine kılavuz niteliğinde olabilir ve güncel etkinlik afiş tasarımlarında belirtilen noktalara dikkat edilerek tasarım oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Ambrose, G. ve Aono-Billson, N. (2013). *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Renk*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G. ve Harris, P. (2014). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G. ve Harris, P. (2017). *Grafik Tasarımın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Aktuğ, E. (2019). *Göstergebilim ve 21. Yüzyıl Opera Sanatı*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Alaner, A. B. (2000). *Tarihsel Süreçte Müzik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Devlet Konservatuvarı Yayınları.

Altar, C. M. (1970). *Opera Tarihi*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

Altar, C. M. (1982). *Opera Tarihi 4*. Ankara: Ulucan Matbaası.

Barnard, M. (2002). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*, Ankara: Ütopya Yayınları.

Becer, E. (2018). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.

Becer, E. (2016). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost Kitabevi.

Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Buyurgan, S. ve Buyurgan, U. (2012). *Sanat Eğitimi ve Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

David, B. ve Leflere, J-J. (2013). *İnsanlığın En Eski Muamması*. İstanbul: Can Sanat Yayınları.

Deleon, J. (1990). *Cumhuriyet Dönemi Türk Balesi*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.

Edman, I. (1977). *Sanat ve İnsan*. İnkılap ve Aka Kitabevleri.

- Elden, M. ve Özdem, Ö. O. (2015). *Reklamda Görsel Tasarım Yaratıcılık ve Sanat*. İstanbul: Say Yayınları.
- Erbay, M. (2013). *Sanat Eğitimi Üzerine*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Erinç, S. M. (2004). *Kültür Sanat, Sanat Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Ertan G, ve Sansarcı E, (2017). *Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı*. İstanbul: Alternatif Yayıncılık.
- Freville J. ve Plehanov, G. V. (1968). *Sanat ve Toplum*. İstanbul: May Yayınları.
- Genç, A. ve Sipahioğlu, A. (1990). *Görsel Algılama ‘‘Sanatta Yaratıcı Süreç’’*. İzmir: Sergi Yayınları.
- Gül, G. (2006). *Ulusal Müzik Eğitimi Sempozyumu: Müzik Öğretmenliği Programı Öğrenci Kaynağı: Uludağ Üniversitesi Örneği*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi. Anı Yayıncılık.
- Hodeir, A. (2011). *Müzikte Türler ve Biçimler*. İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Jean, G. (2018). *Yazı İnsanlığın Belleği*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kaygısız, M. (1999). *Müzik Tarihi*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Kaygısız, M. (2000). *Türklerde Müzik*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Keser, N. (2009). *Sanat Sözlüğü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Ketenci, H. F. ve Bilgili, C. (2006). *Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı / Görsel İletişim & Grafik Tasarım*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Kırıçoğlu, O. T. (2002). *Sanatta Eğitim, görmek, öğrenmek, yaratmak*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Koray, F. (1957). *Müzik Formları*. İstanbul: Maarif Basımevi.
- Neimetzade, E. (2002). *Opera Sanatı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Özol, A. (2012). *Sanat Eğitimi ve Tasarımda Temel Değerler*. İstanbul: Pastel Yayıncılık.
- Parlak, H. (2012). *Temel Grafik Tasarım Bilgisi*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Pasin, G. (2004). *Sanat Etkinliklerini İzleme*. İstanbul: Devlet Kitapları Müdürlüğü.
- Sarıkavak, N. K. (2005). *Sayısal Tipografi: I*. Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- Selanik, C. (1996). *Müzik Sanatının Tarihsel Serüveni*. Ankara: Doruk Yayıncılık.
- Sevengil, R. A. (1969). *Opera Sanatı ile İlk Temaslarımız*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Sözen, M. ve Tanyeli, U. (1986). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Sözer, V. (2005). *Müzik Ansiklopedik Sözlük*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Tansuğ, S. (1976). *Sanatın Dili*. İstanbul: Koza Yayınları.

Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayınları.

Turgut, E. (2013). *Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Uçan, A. (1996). İnsan ve Müzik İnsan ve Sanat Eğitimi. Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları.

Uçar, T. F. (2017). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Yener, F. (1983). *Müzik Kılavuzu*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Dergi ve Sempozyum

Bartu, F. (1985). Türkiye’de Sanatın Bugünü ve Yarını: Operamız Hakkında. *Ankara: Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, 1* (Hacettepe üniversitesi güzel sanatlar fakültesi)

İçmeli, M. (1985). Türkiye’de Sanatın Bugünü ve Yarını: Çağdaş açıdan Türk Grafik Sanatları. *Ankara: Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları 1* (Hacettepe üniversitesi güzel sanatlar fakültesi)

Kalender, S. (1985). Türkiye’de Sanatın Bugünü ve Yarını: Bugünkü Yarınki Opera. *Ankara: Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları 1* (Hacettepe üniversitesi güzel sanatlar fakültesi)

Kodallı, N. (1985). Türkiye’de Sanatın Bugünü ve Yarını: Türkiye’de Opera. *Ankara: Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları 1* (Hacettepe üniversitesi güzel sanatlar fakültesi)

Küçükerdoğan, R. ve Küçük, B. (2013, Mart-Nisan). Renklerin Dili. *Grafik Tasarım*, 53-66.

“Tasarımın İlkeleri”. (2012, Mayıs-Haziran). *Grafik Tasarım*, 48-82.

Tunbul, Y. (1988). Çağdaş Teknoloji ve Sanat: Opera ve Teknoloji *Ankara: Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları 1* (Hacettepe üniversitesi güzel sanatlar fakültesi)

Yüksel Kirişcan, B. (2018, Nisan). Shiego Fukuda ve Stephan Bundi Afişlerinin Bir Tasarım Elemanı Olarak Renk Bağlamında İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Uluslararası Lisansüstü Eğitimi Sanat ve Tasarım Sempozyumunda sunulan bildiri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.* Erişim Adresi: <http://sanatvetasarimsempozyumu.com/bildiriler-2018.pdf>

Tez

Bingöl, F. Ö. (2010). *Devlet Tiyatrolarında 2003-2007 Yılları Arasında Yapılan Afişlerin Tasarım ve İçerik Açısından İncelenmesi*; Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). <https://www.ulusaltezmerkezi.net/devlet-tiyatrolarinda-20032007-yillari-arasinda-yapilan->

afislerin-tasarim-ve-icerik-acisindan-incelenmesi/182/ veri tabanından erişildi (Erişim No: 257238).

Çıtav, N. (2015) *Kültürler Arası İletişim ve Afişte İllüstrasyon Kullanımı*; İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Erişim Adresi: <https://studylibtr.com/doc/1616801/tc-istanbul-arel-%C3%BCniversitesi-sosyal-bilimler-enstit%C3%BCs%C3%BC-g...> veri tabanından erişildi (Erişim No: 384654).

Muhammet, E. (2004) *Kültür Bakanlığınca Yayımlanan ‘Tiyatro’ Afiş Tasarımında; Boşluk Kavramında Renk İlişkilerinin Grafıksel Yönden İncelenmesi*; Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> veri tabanından erişildi (Erişim No: 145169).

Narin, S. (2014) *Opera Sanatında Türkleri Konu alan Eserler ve Johann Adolph Hasse'nin “Solomano” Operası*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul. (Erişim No: 363244).

Tanrıkulu, M. (2009) *Grafik Tasarım Ürünlerinden Afişin Bir Propaganda Aracı Olarak Kullanılması*; Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). <https://www.ulusaltezmerkezi.net/grafik-tasarim-urunlerinden-afisin-bir-propaganda-araci-olarak-kullanilmasi/1/> veri tabanından erişildi.

Tuzlu, A. (2019) *Türk Operasının Oluşum Süreci ve Ahmet Adnan Saygun'un Özoy Operasının Analizi*; Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü (Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu). <http://www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080/xmlui/handle/11655/11915?locale-attribute=tr> veri tabanından erişildi.

Yalur, R. (2014) *1990-2013 Yılları Arasında Afiş ve Sosyal Afişlerin Grafık Tasarım ve Teknolojik Açıdan İncelenmesi*; İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> veri tabanından erişildi. (Erişim No: 375387)

Online Dergi Yazısı

Bettina, S. (2015, Haziran). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Uwe Loesch: Afişler asla ölmez. *Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu*, 153(1) Erişim adresi: <http://www.gmk.org.tr/>

Blokland, P. V. (2017, Eylül). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Tipografinin geleceği. *Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu*, 180(1) Erişim adresi: <http://www.gmk.org.tr/>

Min, W. (2012, Aralık). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Tasarım Eğitimi Manifestosu. *Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu*, 123(1) Erişim adresi: <http://www.gmk.org.tr/>

Pido, J. O. (2012, Ekim). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Görsel İletişim Tasarımı Yoluyla Büyük Bütünlük. *Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu*, 121(3) Erişim adresi: <http://www.gmk.org.tr/>

Triggs, T. (2012, Aralık). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Tasarım Eğitiminin Geleceği – Grafik Tasarım ve Eleştirel uygulamalar: Müfredatın Temelini Oluşturmak. *Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu*, 123(1) Erişim adresi: <http://www.gmk.org.tr/>

Vukic, F. (2012, Aralık). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Yarının Tasarımı Mı?. *Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu*, 123(3) Erişim adresi: <http://www.gmk.org.tr/>

Web Sitesi

Türk Dil Kurumu. (2019). Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/> (14 Aralık 2019).

Devlet Opera ve Balesi. (2010). Tarihçe. Erişim adresi: <https://www.operabale.gov.tr/tr-tr/kurumsal/genel-mudurluk/Sayfalar/Tarihce.aspx> (25 Şubat 2020).

Opera İzleyen İlk Osmanlı. (2013, 2 Ağustos). Erişim adresi: <https://www.artfulliving.com.tr/video/opera-izleyen-ilk-osmanli-i-701> (29 Nisan 2020).

Afiş. (2020, 4 Nisan). Türkiye’de Afiş. Erişim adresi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Afi%C5%9F> (13 Nisan 2020).

Türkiye’de Opera ve Bale. (t.y.). Erişim adresi: <http://www.akob.org/turkiyede-opera-ve-bale/> (2 Nisan 2020).

Afiş Kaynakçası

[İlhap Hulusi Görey, Beykoz Kunduracıları afiş fotoğrafı]. (1930). Erişim adresi: <http://www.leblebitozu.com/wp-content/uploads/2016/02/ihap-hulusi.jpg> (10 Aralık 2019).

[Jules Cheret, Opera Tiyatrosu afiş fotoğrafı]. (1892). Erişim adresi: https://d7hftxdivxxvm.cloudfront.net/?resize_to=fit&width=449&height=640&quality=80&s

rc=https%3A%2F%2Fd32dm0rphc51dk.cloudfront.net%2F0rl9KnTm_HhV5hvi6eFrdA%2Flarge.jpg (14 Nisan 2020).

[Henri de Toulouse Lautrec, La Goulue au Moulin Rouge afiş fotoğrafı]. (1897). Erişim adresi: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c2/Moulin_Rouge-La_Goulue_MET_DT11780.jpg (23 Ocak 2020).

[Alphonse Mucha, Job Sigara Kağıtları afiş fotoğrafı]. (1898). Erişim adresi: <http://havingalookathistoryofgraphicdesign.blogspot.com/2012/06/art-nouveau-in-france.html> (25 Ocak 2020).

[Ludwig Hohlwein, Marco Polo-Tee afiş fotoğrafı]. (1910). Erişim adresi: <https://www.christies.com/lotfinder/Lot/ludwig-hohlwein-1874-1949-marco-polo-tee-6005070-details.aspx> (25 Ocak 2020).

[Ilya Zdanevitch, Theatre Michel afiş fotoğrafı]. (1923). Erişim adresi: https://www.blogger.com/blogin.g?blogspotURL=http://tia4310.blogspot.com/2009_02_01_archive.html (25 Ocak 2020).

[John Heartfield, Blut und Eisen afiş fotoğrafı]. (1934). Erişim adresi: <https://www.klinebooks.com/pages/books/11406/john-heartfield/john-heartfield-33-fotomontagen> (25 Ocak 2020).

[Otto Lehmann, Kriegsanleihe Savaş afiş fotoğrafı]. (1914). Erişim adresi: <https://www.amazon.fr/G%C3%A9n%C3%A9rique-Posters-Feldgrauen-Encadr%C3%A9-Vintage/dp/B01N904003> (25 Ocak 2020).

[Alfred Leete, Britons Wants You. Join Your Army! God Save The King afiş fotoğrafı]. (1915). Erişim adresi: [https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:30a_Sammlung_Eybl_Gro%C3%9Fbritannien._Alfred_Leete_\(1882%E2%80%931933\)_Britons_\(Kitchener\)_wants_you_\(Britten_Kitchener_braucht_Euch\)._1914_\(Nachdruck\),_74_x_50_cm._\(Slg.Nr._552\).jpg](https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:30a_Sammlung_Eybl_Gro%C3%9Fbritannien._Alfred_Leete_(1882%E2%80%931933)_Britons_(Kitchener)_wants_you_(Britten_Kitchener_braucht_Euch)._1914_(Nachdruck),_74_x_50_cm._(Slg.Nr._552).jpg) (25 Ocak 2020).

[El Lissitzky, Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun afiş fotoğrafı]. (1919). Erişim adresi: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5f/Artwork_by_El_Lissitzky_1919.jpg (23 Ocak 2020).

[İlhap Hulusi Görey, Devlet Hava Yolları afiş fotoğrafı]. (1938). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/originals/eb/9f/74/eb9f74a40771f1d1e22048a6955bef80.jpg> (24 Ocak 2020).

[Yurdaer Altıntaş, 30. Grafik Ürünler Sergisi afiş fotoğrafı]. (2011). Erişim adresi: <https://manifold.press/yurdaer-altintas-in-30-grafik-urunler-sergisi-afisi> (16 Aralık 2019).

[World Health Organization, Too Late to Stop Driking afiş fotoğrafı]. (t.y.). Erişim adresi: <https://cdn.ritely.com/wp-content/uploads/2018/04/20driving.jpg> (26 Ocak 2020).

[Jules Cheret, Le Biche au Bois afiş fotoğrafı]. (1866). Erişim adresi: <https://i0.wp.com/baileystreetdesign.com/wp-content/uploads/2016/08/la-biche-au-bois.jpg?fit=1006%2C733&ssl=1> (14 Nisan 2020).

[Leyla Uçansu, Madam Butterfly Opera afiş fotoğrafı]. (1979). Erişim adresi: <http://gmkg.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/leyla-ucansu> (16 Aralık 2019).

[Laszlo Moholy-Nagy, Pneumatic havalı lastik afiş fotoğrafı]. (1923). Erişim adresi: <https://cs.nga.gov.au/images/lrg/95353.jpg> (4 Şubat 2020).

[Wispa, Its Back afiş fotoğrafı]. (t.y.). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/originals/d0/3f/83/d03f8341b654c94b3308531a471f166e.png> (3 Şubat 2020).

[MPT - Ministerio Publico do Trabalho, Child labor. If you don't speak up, it doesn't stop afiş fotoğrafı]. (2016). Erişim adresi: <https://www.adeevee.com/2016/10/mpt-against-child-labor-lips-print/> (4 Şubat 2020).

[Studio Thirst, Early Morning Opera (EMO) afiş fotoğrafı]. (t.y.). Erişim adresi: <https://3st.com/work/early-morning-opera-identity> (8 Şubat 2020).

[Jane Lenica, Alban Berg Wozzeck Operası afiş fotoğrafı]. (1964). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/originals/aa/57/f2/aa57f241003b06f1e53227d3c26569bb.jpg> (8 Şubat 2020).

[Max Huber, Monza otomobil yarışları afiş fotoğrafı]. (1948). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/736x/6f/4b/0d/6f4b0d303bedede0a4a3087f8fe3bb09.jpg> (8 Şubat 2020).

[Jan Tschichold, Die Frau Ohne Namen film afiş fotoğrafı]. (1927). Kaynak: Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (19 Şubat 2020).

[Leonardo Sonnoli, Udine kenti afiş fotoğrafı]. (2005). Erişim adresi: <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/leonardo-sonnoli-2293/> (21 Şubat 2020).

[Roman Cieslewicz, Seninle Yılın 365 Günü afiş fotoğrafı]. (1981). Kaynak: Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (19 Şubat 2020).

[Shiego Fukuda, Figaro'nun Düğünü Operası afiş fotoğrafı]. (1987). Erişim adresi: <https://gurafiku.tumblr.com/post/5272222208/japanese-poster-the-marriage-of-figaro-shiego> (9 Şubat 2020).

[Yusaku Kamekura, Osaka’da yapılan EXPO’70 afiş fotoğrafı]. (1970). Kaynak: Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (9 Şubat 2020).

[Grapus, Kırmızı Şapka Tiyatrosu Gevrey-Chambertin afiş fotoğrafı]. (1982). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/originals/87/78/cc/8778ccf9e49f85635935cceed00d9252.jpg> (9 Şubat 2020).

[Roman Cieslewicz, Fete de Paris avec les communistes afiş fotoğrafı]. (1977). Erişim adresi: https://www.centrepompidou.fr/media/picture/4c/0a/4c0ac510fe5e9cd5b16e0bc29631a0/thumb_large.jpg (21 Şubat 2020).

[Neville Brody, Kuralları Boz afiş fotoğrafı]. (t.y.). Erişim adresi: <https://rosiephotographyweb.wordpress.com/2018/11/21/graphic-designers/> (21 Şubat 2020).

[Neville Brody, Halka açık dersler afiş fotoğrafı]. (2012). Erişim adresi: <http://www.studentshow.com/gallery/4629687/Lecture-Poster-Neville-Brody> (21 Şubat 2020).

[İllovarstritar, Slav film festivali afiş fotoğrafı]. (2008). Kaynak: Ambrose, G. Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni* (s.138). İstanbul: Literatür Yayınları. (23 Şubat 2020).

[Stephan Bundi, Georges Bizet’in “Carmen” operası afiş fotoğrafı]. (2004). Erişim adresi: <https://a-g-i.org/design/wilhelm-tell> (21 Şubat 2020).

[Yurdaer Altıntaş, 21. Uluslararası İstanbul Film Festivali afiş fotoğrafı]. (2002). Erişim adresi: <https://sadibey.com/2019/07/24/yurdaer-altintasi-kaybettik/#.Xk-pP5UzbIU> (21 Şubat 2020).

[Slovimir Stojanvic, The Seed afiş fotoğrafı]. (2008). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/564x/14/fd/89/14fd89de62333ee0ae061a434fe7f4cb.jpg> (21 Şubat 2020).

[Chen Shaouhua, Grafik Tasarım Sergisi afiş fotoğrafı]. (1992). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/originals/26/30/6e/26306ed3bbdb5395b8a452d0aca9c7ab.jpg> (22 Şubat 2020).

[Rambow/Lienemeyer/ Van de Sand, Hamlet Makinası afiş fotoğrafı]. (1978). Erişim adresi: <https://a-g-i.org/design/die-hamletmaschine> (21 Şubat 2020).

[Grapus, Endüstriyel toplumda çocuk afiş fotoğrafı]. (1977). Erişim adresi: <https://i.pinimg.com/564x/39/24/c0/3924c0146f9c9b377864f76239f129ed.jpg> (21 Şubat 2020).

[3 Deep Design, Çılgın Kral için 8 Şarkı operası afiş fotoğrafı]. (t.y.). Kaynak: Ambrose, G. Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni* (s.78). İstanbul: Literatür Yayınları.

[Philippe Apeloig, “De La Lorraine” sergisi afiş fotoğrafı]. (2004). Erişim adresi: <https://www.pixelcreation.fr/graphismeart-design/graphisme/portfolio-philippe-apeloig/> (23 Şubat 2020).

[4 Mevsim afiş fotoğrafı]. (t.y.). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, Kamelyalı Kadın afiş fotoğrafı]. (2017). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Kanlı Nigar afiş fotoğrafı]. (t.y.). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, La Forza Del Destino afiş fotoğrafı]. (2018). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Ardan Ergüven, Mevlana’nın Çağrısı afiş fotoğrafı]. (2013). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, Minyatür ve Gece afiş fotoğrafı]. (2018). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Romeo ile Jülyet afiş fotoğrafı]. (t.y.). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, Don Giovanni afiş fotoğrafı]. (2018). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, 10 Kasım Atatürk’ü Anma Konseri afiş fotoğrafı]. (2017). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[İZDOB Çocuk Balesi Gösterisi afiş fotoğrafı]. (t.y.). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, Requiem afiş fotoğrafı]. (2017). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, Film Müzikleri Konseri afiş fotoğrafı]. (2018). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, Gala Konser afiş fotoğrafı]. (2018). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Sihirli Dünya afiş fotoğrafı]. (t.y.). kaynak: İZDOB Arşivi 2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, Yeni Yıl Konseri afiş fotoğrafı]. (2017). kaynak: İZDOB Arşivi
2017 – 2018

[Elmas Dorukkaya, İZDOB Çocuk Korosu Konseri afiş fotoğrafı]. (2018). kaynak:
İZDOB Arşivi 2017 – 2018



EKLER

EK 1.

ÖĞRENCİNİN AKADEMİK ÖZGEÇMİŞİ

Kişisel Bilgiler			
Adı ve Soyadı	Emine Altınsoy		
E-postası/Web Sayfası			
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce		
Uzmanlık Alanı	Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı (Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı)		
Öğrenim Bilgileri			
	Üniversite	Bölüm	Yıl
Lisans	Gazi Üniversitesi	Gazi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi, Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı – Grafik Tasarım Ana Sanat	2013-2017
Tez Başlığı	-		
Tez Danışmanı	-		

