

**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**FİLM AFİŞLERİNDE İMGELER: SAUL BASS FİLM AFİŞLERİNİN
GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Kaan Alp ULUDERE**

**Enstitü Anabilim Dalı: İLETİŞİM SANATLARI
Enstitü Bilim Dalı: İLETİŞİM SANATLARI**

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK

HAZİRAN 2019

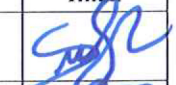
T.C
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**FİLM AFİŞLERİNDE İMGELER: SAUL BASS FİLM AFİŞLERİNİN
GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Kaan Alp ULUDERE (167227004)

Enstitü Anabilim Dalı: İLETİŞİM SANATLARI
Enstitü Bilim Dalı: İLETİŞİM SANATLARI

Bu tez **13 09** / 2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

	Adı SOYADI	Kanaati			İmza
Jüri Başkanı (Danışman)	Doç.Dr.Serkan ÖZTÜRK	☒ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	
Jüri Üyesi	Dr.Öğr.Üyesi Yavuz KÜÇÜKALKAN	☒ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	
Jüri Üyesi	Dr.Öğr.Üyesi Adem YÜCEL	☒ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS / DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

BEYAN BELGESİ

Tez Başlığı: Film Afişlerinde İmgeler: Saul Bass Film Afişlerinin Göstergebilimsel İncelemesi

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın toplam **166** sayfalık kısmına ilişkin aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve **30/07/2019** tarihinde aşağıda ismi yazılı danışman tarafından şahsıma iletilen **Turnitin** intihal tespit programı raporuna göre tezimin benzerlik oranı **%13**'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

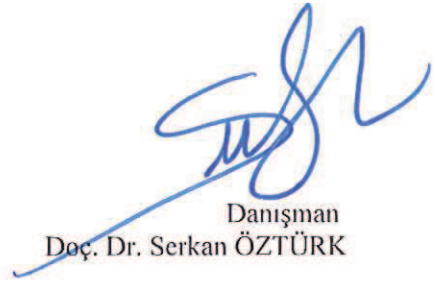
1. Kaynakça hariç,
2. Alıntılar dâhil,
3. 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç.

Bu bilgiler doğrultusunda tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespiti halinde doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.


İmza **Kaan Alp ULUDERE**

Adı Soyadı : Kaan Alp ULUDERE
Öğrenci Numarası : 167227004
Ana Bilim Dalı : İletişim Sanatları
Programı : İletişim Sanatları
Türü : () Proje (X) Yüksek Lisans Tezi () Doktora Tezi


Danışman
Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK

ÖNSÖZ

Sinematografinin icadıyla birlikte çekilen ilk filmin tanıtımı için el baskısı illüstratif afişinden günümüze, bir asır geçmesine rağmen, film afişleri önemlerini hala sürdürmeye devam ettirmektedir. Film afişinin tanımlarına baktığımızda genelde dar bir kalıp içerisinde ele alındıklarını görürüz. Günümüz dijital çağının tasarım yazılımları, fotoğraf ve baskı teknolojileri ile ortaya konan film afişleri ne yazık ki, genelde filmin künye tanıtımını yapma görevini üstlenen, filmde alınmış kareler ile düzenlenmiş biçimsel bir görsel olmaktan öteye geçememektedir. Halbuki, günümüzden 70 yıl önce Amerikan sineması için afiş tasarımı yapan Saul Bass'ın son derece basit el çizimi "ikonik ve illüstratif" afişleri, günümüz gelişmiş teknoloji imkanlarıyla üretilen afişlerine rağmen tasarım değerini korumaktadır. Bunu gerçekleştiren nedir? Burada asıl sorulması gereken; film afişinin sanatsal ve tasarım yönüyle temsil ettiği filme nasıl bir anlamsal katkısı olabilir sorusudur. Bu yönüyle ele alındığında, film afişinin, izleyicinin sadece hangi filmi tercih edeceği hakkında bir dikkat çekme görevi üstlenmesinden öte, afişin izleyici ile kurduğu görsel iletişimde, filmin ana teması ile kurduğu ilişkinin tartışılmasıdır. Bu çalışma öncelikle, film afişinin dar kapsamlı tanımından farklı olacak şekilde onun tüm potansiyelini ortaya koyacak biçimde tanımlamasına yer verir. Film afişinin varlık nedeni olan grafik tasar olarak ele alınması, onun bir tasarım ürünü olarak değerlendirilmesinde ve analiz edilebilmesinde önemli rol oynar. Bu bağlamda dünyada film afiş tasarımının öncülerinden biri olan grafik tasarımcı Saul Bass'ın ikonik ve illüstratif özellikte ürettiği her biri tasarım olarak kabul edilen 10 film afişi üzerinden, biçim ve içerik yapısını ortaya koymak ve tasarım hakkında farkındalık yaratmak, çalışmanın amaçları arasındadır. Film afişlerinin sanat ve tasarım değeri bakımından yaşadığı sorun literatürde de kendisini gösterir. Türkçe kaynak bakımından çok sınırlı olan film afişleri konusu; reklam afişleri ve sosyal afişler ile benzerlik gösterir. Yapılan bu araştırma, grafik tasarımda bahsi geçen alanları kapsamı bakımından bütünleştirici yönüyle literatüre katkısının olumlu olacağı ve film afişleri tasarımında ileride yapılacak çalışmalara ışık tutabileceği düşünülmektedir.

Tez konusunun belirlenmesi aşamasından bitimine kadarki zorlu süreçte, yapıcı tavrını hiçbir zaman benden ve tezimden esirgemeyen, vermiş olduğu pozitif enerjisiyle beni sürekli yüreklendiren tez danışmanım Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK'e, yüksek lisansa beni yüreklendiren Doç. Dr. Nurdan ÇETİN YERLİKAYA'ya, tezimin biçimlenme ve çeviri aşamasında katkılarını benden esirgemeyen Arş.Gör. Cemil KOYUNOĞLU'na, tezim ile her türlü kaynağı bana ulaştıran ve tezim süresince moral desteği olan sevgili babam Öğr.Gör. Alp ULUDERE'ye ve canım annem Birgül YAZICIOĞLU'na sonsuza dek minnettarım.

İÇİNDEKİLER

BEYAN BELGESİ.....	i
ÖNSÖZ	ii
TABLolar LİSTESİ	vi
RESİMLER LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

1.BÖLÜM: TASARIM TÜRÜ OLARAK GRAFİK TASARIM VE AFİŞ

TASARIMI	5
1.1.Tasarım Kavramı.....	5
1.2.Tasarım Sürecinde Adımlar	7
1.2.1.Problemin Tanımı	7
1.2.2.Bilgi Toplama	8
1.2.3.Yaratıcılık ve Buluş Süreci.....	8
1.2.4.Çözüm Bulma.....	9
1.2.5.Uygulama	9
1.3.Temel Tasarım Kuramları	9
1.3.1.Tasarım Öğeleri	9
1.3.1.1.Nokta.....	10
1.3.1.2.Çizgi	13
1.3.1.3.Şekil ve Biçim.....	15
1.3.1.4.Yön.....	18
1.3.1.5.Ölçü.....	19
1.3.1.6.Doku.....	20
1.3.1.7.Değer/Ton	23
1.3.1.8.Renk	24
1.3.2.Tasarım İlkeleri	29
1.3.2.1.Tekrar	29
1.3.2.2.Çeşitlilik.....	31
1.3.2.3.Ritim	32
1.3.2.4.Denge	34
1.3.2.5.Vurgu/Kontrast	37
1.3.2.6.Ekonomi.....	39
1.3.3.Temel Tasarımda Organizasyon Esasları	42
1.3.3.1.Yakınlık.....	43
1.3.3.2.Benzerlik	43
1.3.3.3.Ayırıcı Nitelik (Karakteristik).....	43
1.3.3.4.Saydamlık	44
1.3.3.5.Şekil Zemin Anlatımları	44
1.4.Tasarımda Temel Kavramlar.....	45

1.4.1.Öz	45
1.4.2.İşlev	45
1.4.3.İçerik ve Biçim	45
1.5.İletişim ve Grafik İletişim	48
1.5.1.Grafik Tasarım.....	49
1.5.2.Grafik Tasar: Afiş.....	51
1.5.2.1.Afişlerin Sınıflandırılması	52
1.5.2.2.Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri	53
1.6.Grafik Tasarımda İmge	54
1.6.1.Afiş Tasarımının Görsel İmgeleri.....	55
1.6.1.1.Fotoğraf.....	56
1.6.1.2.İllüstrasyon.....	57
1.6.1.3.Yazı ve Tipografi	61
1.6.2.Afiş Tasarımında Görsel İmgeleri Düzenleme Kuralları	64
1.6.2.1.Yazı ve İmge	65
1.6.2.2.Bitişiklik.....	66
1.6.2.3.Üst Üste Bindirme.....	67
1.6.2.4.Montaj	68
1.6.2.5.Etkileşim	69
1.7.Film Afiş Tasarımında Saul Bass Etkisi	69
1.7.1.Biyografi.....	69
1.7.2.Tasarım Üslubu	70
1.7.3.Film Afiş Tasarımına Getirdiği Yeni Anlayış	71
1.7.4.Saul Bass Film Afişlerinin Genel Özellikleri	71
2. BÖLÜM: FİLM AFİŞİNDE GÖSTERGELER VE GÖSTERGEBİLİM.....	72
2.1.Gösterge	74
2.1.1.Göstergelerin Sınıflandırılması	75
2.1.1.1.Dilsel Gösterge.....	76
2.1.1.2.Görsel Gösterge	78
2.1.2.Görsel Göstergede Dil-Söz.....	79
2.1.2.1.Giyim Dili: Giysi Örneği	79
2.1.2.2.Moda Dili: Moda Fotoğrafı.....	80
2.1.2.3.Besin Dili: Yemek Örneği	80
2.1.3.Görsel Gösterge Üçlüleri	81
2.1.3.1.Birinci Üçlü.....	82
2.1.3.2.İkinci Üçlü: İkon, Belirti, Sembol.....	83
2.1.3.3.Üçüncü Üçlü: Nitel, Tekil, Kural Gösterge	87
2.1.4.Biçim ve Töz	90
2.2.Gösteren	92
2.3.Gösterilen	94
2.3.1.Gösterilenlerin Sınıflandırılması	95
2.4.Dizim ve Dizge.....	97

2.4.1.Dizim	97
2.4.2.Dizge.....	98
2.5.Göstergebilimde Retorik	101
2.5.1.Kapsamlayış/Sinekdok	103
2.5.2.Görsel Metafor/Eğretileme	103
2.5.3.Görsel Metonomi/ Düzdeğişmece	104
2.6.Düzanlam ve Yananlam	106
2.7.Üstdil	108

3.BÖLÜM: SAUL BASS FİLM AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL

ÇÖZÜMLEMESİ.....	114
3.1.Roland Barthes'in Göstergebilimsel Çözümleme Yöntemi	114
3.2.Bulgular	119
3.2.1. "The Man with the Golden Arm"	119
3.2.2. "Storm Center"	122
3.2.3. "Anatomy of A Murder"	126
3.2.4. "Bunny Lake is Missing"	130
3.2.5. "Seconds"	134
3.2.6. "Grand Prix"	138
3.2.7."The Two of Us"	141
3.2.8."The Fixer"	145
3.2.9. "The Shining"	148
3.2.10. "Schindler's List"	152
SONUÇ	157
KAYNAKÇA.....	161
ÖZGEÇMİŞ	166

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Sıcak-Soğuk Renkler ve Etkileri	25
Tablo 2: Renklerin Fiziksel ve Ruhsal Etkileri ile Simgesel Değerleri	26
Tablo 3: İmge Sınıflaması Tablosu	54
Tablo 4: S.O.S Racisme, Afiş Görseli	65
Tablo 5: M&C Saatchi Melbourne, Afiş Görseli	66
Tablo 6: Ogilvy & Mather / Bangkok Afiş Görseli	67
Tablo 7: Be Someone Else, Afiş Görseli	68
Tablo 8: Aspirina, Afiş Görseli	68
Tablo 9: JWT Hong Kong, Afiş Görseli	69
Tablo 10: İletişimde Kullanılan Göstergeler	75
Tablo 11: Dilyetisi (Belirtke)	76
Tablo 12: Dizgesel ve Kurumsal Özellik	77
Tablo 13: Dil Göstergeleri Düzlemi	77
Tablo 14: Anamlama Dizgesi “Giysi”	79
Tablo 15: Anamlama Dizgesi “Moda Dili”	80
Tablo 16: Anamlama Dizgesi “Besin Dili”	81
Tablo 17: Gösterge Sınıflaması	82
Tablo 18: Birinci Üçlü	82
Tablo 19: Görüntüsel Gösterge, Belirti, Simge	83
Tablo 20: Simge/Sembol	85
Tablo 21: Simgeler ve Temsil Ettikleri Anamlar	85
Tablo 22: Rakam Semboller	86
Tablo 23: Geometrik Semboller	87
Tablo 24: Nitel, Tekil, Kural Gösterge	88
Tablo 25: “One and Three Chairs” Joseph Kosuth	89
Tablo 26: Biçim ve Töz	91
Tablo 27: Yemek ve Moda Örneği	91
Tablo 28: Gösteren	92
Tablo 29: Anamlayıcı Birimler	93
Tablo 30: Gösterge	94
Tablo 31: Gösterilen	96
Tablo 32: Dizim-Dizge	99
Tablo 33: Dizim-Dizge, Mimari Sütun Örneği	99
Tablo 34: Dizgisel Düzlem, Dizimsel Düzlem	100
Tablo 35: Dilsel Gösterge Bileşenleri	101
Tablo 36: Dilsel Retorik	102
Tablo 37: Görsel Retorik	102
Tablo 38: Metafor’un İşlevi	104
Tablo 39: Görsel Metonim (Düzdeğişmece)	105
Tablo 40: Düzanlam ve Yananlam	107
Tablo 41: Fotoğraf Çözümlemesi	107
Tablo 42: Üstdil	108
Tablo 43: Sweet Kills Reklam Afiş İncelemesi	109

Tablo 44: Afiş Tasarımı Dil Dizgelerinin Karşılaştırması.....	111
Tablo 45: Tasarım ve Dil Dizgelerinin Gösteren ve Gösterilen Karşıtlıkları ile Karşılaştırılması	111
Tablo 46: Dizisel Sınıflama	112
Tablo 47: Afiş Tasarımında Düzanlam ve Yananlam Karşıtlığı	112
Tablo 48: Çözümleme Tablosu	115
Tablo 49: Panzani Afişi Göstergebilimsel Çözümlemesi	116
Tablo 50: Çalışmada Analiz Edilecek Afişler	118
Tablo 51: “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	119
Tablo 52: “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	120
Tablo 53: “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi	120
Tablo 54: “Storm Center” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	123
Tablo 55: “Storm Center” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	124
Tablo 56: “Storm Center” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi	124
Tablo 57: “Anatomy of A Murder” Film Afişinin Teknik Göstergeleri.....	127
Tablo 58: “Anatomy of A Murder” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri.....	128
Tablo 59: “Anatomy of A Murder” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	128
Tablo 60: “Bunny Lake is Missing” Film Afişi Teknik Göstergeleri.....	131
Tablo 61: “Bunny Lake is Missing” Temel Tasarım Göstergeleri	132
Tablo 62: “Bunny Lake is Missing” Göstergebilimsel Çözümleme.....	132
Tablo 63: “Seconds” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	135
Tablo 64: “Seconds” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	135
Tablo 65: “Seconds” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi	136
Tablo 66: “Grand Prix” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	138
Tablo 67: “Grand Prix” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	139
Tablo 68: “Grand Prix” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	139
Tablo 69: “The Two of Us” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	142
Tablo 70: “The Two of Us” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	143
Tablo 71: “The Two of Us” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi	143
Tablo 72: “The Fixer” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	145
Tablo 73: “The Fixer” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	146
Tablo 74: “The Fixer” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	146
Tablo 75: “The Shining” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	149
Tablo 76: “The Shining” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	150
Tablo 77: “The Shining” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	150
Tablo 78: “Schindler's List” Film Afişinin Teknik Göstergeleri	153
Tablo 79: “Schindler's List” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri	153
Tablo 80: “Schindler's List” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	154

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Noktalama	13
Resim 2: Serbest Çizgi Örneği	15
Resim 3: Ölçü	20
Resim 4: Doku	20
Resim 5: Görsel Doku Örnekleri	22
Resim 6: Fotografik Doku	23
Resim 7: Değer/Ton	23
Resim 8: Çeşitlilik	32
Resim 9: Görsel Ritim	33
Resim 10: Simetrik Denge	35
Resim 11: Afite Asimetrik Denge	37
Resim 12: Minyatürde Vurgu Örneği	39
Resim 13: Pablo Picasso “The Bull”, Çizgili Sentez	40
Resim 14: Turhan Selçuk, Çizgili Sentez	41
Resim 15: Volkswagen, Çizgili Sentez	42
Resim 16: Oliviero Toscani, Afiş Görseli	47
Resim 17: Travel Around The World, Afiş Görseli	49
Resim 18: Francisco de Goya, Afiş Görseli	50
Resim 19: Moulin Rouge–La Goulue (2 Sheet) by Henri de Toulouse-Lautrec, 1891	51
Resim 20: Hizmet ve Kullanım Alanlarına Göre Afişler	53
Resim 21: İllustratif Afiş Türleri	59
Resim 22: İllüstrasyon Teknikleri	61
Resim 23: Font Karakterleri	63
Resim 24: Olimpiyat Logosu (Piktogram)	75
Resim 25: Saul Bass, “Anatomy of a Murder” Afişi	84
Resim 26: United Colors of Benetton	95
Resim 27: Salvador Dali “The Persistence of Memory”	106
Resim 28: Panzani Reklam Afişi	116

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Nokta İfadeleri	10
Şekil 2: Nokta ve Konum	11
Şekil 3: Merkezi ve Merkez Dışı.....	11
Şekil 4: Kapalı Kompozisyon.....	11
Şekil 5: Nokta Çeşitleri	12
Şekil 6: Çizgi Modelleme	14
Şekil 7: Şekil ve Biçim	16
Şekil 8: Asal Geometrik Şekiller	16
Şekil 9: Biçim Kavramı	17
Şekil 10: Biçim ve Şeklin Geometrik Tanımları	18
Şekil 11: Çizgide Yön İfadesi.....	19
Şekil 12: Çizgi Tasar	19
Şekil 13: Tekrar Çeşitleri	30
Şekil 14: Tekrar	31
Şekil 15: Görsel Devamlılık	33
Şekil 16: Görsel Simetri	34
Şekil 17: Simetri	35
Şekil 18: Denge	36
Şekil 19: Asimetrik Denge	36
Şekil 20: Vurgu	38
Şekil 21: Grafik Sadeleştirme.....	40

Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tez Özeti

Tezin Başlığı: Film Afişlerinde İmgeler: Saul Bass Film Afişlerinin Göstergebilimsel İncelemesi	
Tezin Yazarı: Kaan Alp Uludere	Danışman: Doç.Dr. Serkan Öztürk
Kabul Tarihi: 06.12.2017	Sayfa Sayısı: xi (ön kısım) + 166 (tez)
Ana Bilim Dalı: İletişim Sanatları	Bilim Dalı: İletişim Sanatları
Film afişlerinde anlamın yaratılmasındaki bazı değişkenleri ortaya koymak ve buradan hareketle afiş okumaları yapabilmek üzere yapılan bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; bir çalışmaya “tasarım” ve tasarım süreci sonunda ortaya konulan bir ürüne “tasar” diyebilmemiz için gerekli koşullar nelerdir? Sorusundan hareketle; tasarım kavramı; tasarı ve tasar terimlerinin açıklanması, tasarım sürecinde adımlar, temel tasarım kuramları, tasarımda konu-öz-biçim-içerik ilişkisi, grafik tasar olarak afiş ve film afişi, afiş tasarımında tasar’ın yapısal göstergeleri ve film afişi özellikleri ele alınmıştır. Bu bölümde temel tasarım kuramlarında irdelenen, “tasarım öge ve ilkeleri ile organizasyon esasları” ikinci bölümde, “görüntüsel gösterge”ler başlığı olarak ele alınmıştır. İkinci bölümde; bir “tasar” nasıl okunur? Sorusundan hareketle, gösterge kavramı açıklanmış, göstergelerin sınıflaması yapılarak dilsel gösterge ile görüntüsel gösterge arasındaki farklar ortaya konmuştur. Görüntüsel göstergelerin biçim ve içerik anlamında ele alırken kod, mesaj, göstergebilim kavramı açıklanmış, gösteren-gösterilen ve kod, mesaj, anlamlama, düzanlam, yananlam, üstdil başlıkları açıklanmıştır. Çalışmanın çözümleme aşaması olan üçüncü ve son bölümünde; grafik tasarımcı Saul Bass’ın 1955 ile 1993 yılları arasında tasarladığı ve kendi resmi sitesinde yer alan 23 film afiş tasarımından -amaçlı örnekleme yöntemiyle- seçilen 10 ikonik, simgesel ve illüstratif film afişinin teknik çözümlemeleri Güngör’ün “tasarın birleştirici prensipleri”ne göre “biçim” yönüyle, Roland Barthes’in afiş görüntülerini çözümlemeye olanak sağlayan “üç aşamalı göstergebilimsel çözümleme” örneğine uygun olarak, “içerik” yönüyle çözümlemeleri yapılmıştır. Sonuç olarak Saul Bass film afişlerinin, temsil ettiği filmin ana teması olan kavramı, fotoğrafsız, en az tasar ögesi kullanarak, ikon ve simge yardımıyla anlatan basit ve sade tasarılarının üzerindeki anlamsal değeri, sadece içerik yönüyle değil biçimsel unsurlarıyla da sağladığı ortaya konulmuştur.	
Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Film Afişi, Göstergebilim, İmge, Üst dil	

Yalova University Institute of Social Sciences Abstract of Master's Thesis

Title of Thesis: Images on the film posters: The semiotic research of the Saul Bass movie posters	
Author of the Thesis: Kaan Alp Uludere	Adviser: Assoc. Serkan Öztürk
Date of Acceptance: 06.12.2017	The Number of Pages: xi (pre text) + 166 (main body)
Major Field of Study: Communication Arts	Field: Arts of Communication
This study, which aims to show some variables in the creation of meaning in movie posters and to utilize poster readings depend on this, includes of three sections. Firstly; What are the circumstances for us to name a work “design” and design a product announce at the final of the design process? From the question; concept of design; Explanation of design and design terms, steps in design process, primary design theories, subject-essence-form-content relationship in design, poster and film poster as graphic design, architectural signals of design in poster design and film poster aspects are considered. In this part, “design components and assumptions and organizational assumptions emphasized which are investigated in the primary design theories are considered in the following part as visual signals. Secondly; from the question of how to read a “design”? The concept of the indicator is elucidated, the distinction between the linguistic sign and the visual sign are utilized by distributing the signs. While the visual signs are organized with regard to model and subject, the concept of code, message, sign science has been elucidated, the headings of showing-shown and code, message, meaning, design, connotation and metaphor are elucidated. Thirdly (and last part of the study); the technical investigation of 10 iconic, iconic and descriptive film posters designed by graphic designer Saul Bass between 1955 and 1993 and selected from 23 film posters on their official site - purposeful sampling - according to Güngör's unifying principles of “design”, with regard to Roland Barthes's “three-stage semiotic analysis” provided which grants analysis of poster screens, “subject” analysis has been conducted. As a result of this, it has been depicted that Saul Bass movie posters brought the semantic amount on the basic and basic designs that explicit the subject, which is the major theme of the film it presents, with the help of icons and figures, utilizing at least design components, not only with regard to forms of subject but also in its formal components.	
Key Words: Graphic Design, Film Poster, Semiotics, Image, Upper Language	

GİRİŞ

Bu araştırma, “Grafik tasarımcı Saul Bass’ın bir döneme damgasını vuran, yalın ve basit tasarımları; “ikonik ve illüstratif film afişlerinin” günümüz dijital çağında bile hala neden sanat ve tasarım değeri taşıdığı?” sorusundan hareketle ortaya çıkmıştır. Film afişleri, dünya sinema sektöründe önemli bir sanat ve tasarım ürünüdür. Bir çok grafik tasarım okulu film afişlerini önemli bir iletişim tasarım aracı olarak kabul ederek, tasarım projelerine ders programlarında yer vermektedir. Yine, grafik tasarımda uzmanlaşma alanı olarak kabul gören film afiş tasarımı bu konuda bir çok sanat ve tasarımcıya geçmişten günümüze uygulama alanı yaratmıştır. Film afişleriyle ilgili tanımlamalarda genelde filminin bir tanıtım aracı olarak sanatsal ve tasarım yönünden noksan, dar bir kapsamda sadece “film bildirisi” gibi ele alındıkları görülür. Bu tanımlama bu konuda yapılmış bir çok özgün tasar için ne yazık ki yanlış bir tutum olacaktır. Dolayısıyla film afişleriyle ilgili yapılacak tanımlar, onu “sığlaştıracak” biçimde değil tam tersi özelliklerini ortaya koyacak şekilde ele alınmalıdır. Bu bağlamda araştırmanın amaçlarından birisi, film afişinin biçim ve içerik özelliklerini ortaya koyacak ölçüde kapsamlı bir film afiş tanımı yapmaktır. Çalışmanın bir diğer önemli amacı ise araştırmada ele alınan örneklemeler üzerinden film afişinin biçim ve içerik özelliklerini ortaya koymak ve bu sayede film afişinin kültürel iletişimde düşün boyutuna verdiği katkı hakkında farkındalık oluşturmaktadır.

Sinema, bir sanat dalı olarak kabul görülmesine rağmen aynı zamanda bir ideayı da üzerinde taşıyor olması ve toplumları etkilemesi bakımından onu ideolojik bir araç yapar. Varlık nedeni; toplumu bilinçlendirmek ve düşünmeye teşvik ederek toplumsal bir farkındalık yaratmaktır. Bir sanat ve tasarım ürünü olarak ortaya konan film ve afişine “tasar” diyebilmemiz için; “bir amacının olması, bir düşünce ya da fikir ürünü olarak ortaya çıkması, alışlagelenden ve daha önceden yapılmış olanlardan farklılık göstermesi ve en önemlisi kendine has özelliğinin olması” beklenir. O halde her ikisinin de aynı unsurlara ihtiyaç duymasından dolayı, film afişinin tasarım değeri de filmine katma değer sağlar. Dünya sinemasının ürettiği film sayısının gün geçtikçe artması ve bu niceliksel artışın hem film üretiminde hem de onun afişe dönüştürülmesindeki düşün aşamasındaki nitelik sorunları da tartışma alanlarından biridir.

Film afişlerinin, filmleri ile kurdukları anlamsal ilişkinin çözümlenmesi bir okuma edimidir. Kültürel ihtiyacımız, günümüzün tüketim kültüründe sıkça gördüğümüz, reklam afişleri benzeri film afişleri yerine, filmin asıl görevi olan toplumsal bilinç ve eleştirel düşünce üretme görevini afiş olarak tamamlayan, filmiyle sıkı bir anlamsal ilişkiye giren, ama aynı zamanda filminden de bağımsız olarak bir sanat ve tasarım değeri olan sosyal, politik, kültürel kodlara sahip, düşündüren, yeni fikirlere olanak tanıyan, yaratıcı ve en önemlisi tasarımcısının “gizli imzası” nı taşıyan yeni tasarımlarıdır.

Saul Bass film afişleri, her biri birer el çizimi olarak ortaya konması, serigraf ipek baskı ile sınırlı sayıda ve imzalı olarak basılması, döneminin sanat akımlarını yansıtması, tasarımcısının grafik tasarım ekolünü yansıtan bir okuldan mezun olması, döneminde tasarımlarının Amerikan sinema sektörü tarafından kabul görüp uygulanması gibi faktörler,

onun eserlerini bir sanat eserine dönüştürür. Afişlerinde kullandığı tasar elemanı sayısındaki “en az” kuralı, tasar prensiplerindeki “en önemli” olanın doğru seçimi, Gestalt ile algı kurallarını kullanma yeteneği, tasarım yapma becerisinin birer göstergesidir. Tasarları halen günümüzde de bir değer olarak kabul edilen illüstratif, ikonik ve simgesel çalışmalardır.

Bu kapsamda üç bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde; araştırmanın amaç ve yöntemi, varsayımlar, hipotezler, sınırlılıklar, anahtar kavramlar açıklanmıştır. Tasarım kavramı, grafik tasarım, grafik tasarımda süreç, grafik tasarda öz, biçim ve içerik kavramları, grafik tasar: Afiş, grafik tasar öge ve ilkeleri, grafik tasarda Gestalt, afiş tasarımında değerlendirme kriterleri, afişte imgelerin teknik düzenleme ilkeleri, film afişi genel özellikleri ele alınır. Birinci bölüm genel olarak, film afişi tasarımında gerekli olan temel unsurları ortaya koymaya yönelik içeriğe sahiptir. Bu bağlamda film afişinin biçimsel yapısı irdelenir ve tartışılır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise araştırmanın önemli bir eksenini oluşturan film afişlerinin biçim ve içerik olarak çözümlemelerinde kullanılacak göstergebilime ilişkin tanımlar yapılmıştır. Bu bağlamda gösterge, görüntüsel ve dilsel gösterge, göstergelerin üçlük sınıflandırılmaları, gösteren ve gösterilen karşıtlığı, dizim ve dizge karşıtlığı, düzanlam ve yananlam karşıtlığı, üstdil, örneklemeler yardımıyla açıklanmıştır. Bu araştırma çalışmasında, film afişinin biçim ve içerik çözümlemesine aracılık edecek göstergeler ortaya konur ve tartışılır.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde tasarımcı Saul Bass’ın 23 adet fim afişi tasarından amaçlı örneklemeye yöntemiyle seçilen 10 ikonik ve simgesel tasar (afiş) çalışması çözümlemesi yer almaktadır. Çalışmanın özünü oluşturacak şekilde ortaya konulan hipotezler, çalışma kapsamında seçilen 10 film afişi, Roland Barthes’in bir afişin tüm katmanlarını irdeleyecek biçimde, göstergebilim kapsamında ortaya koyduğu dört adımlı incelemesi örnek alınarak çözümlenmiştir.

Çözümleme öncesi film künyesi, afiş künyesi ve film kısa konusu hakkında bilgilendirme yapılmış, sonrası, Barthes’in ortaya koyduğu dört aşamalı incelemesi; “dil-söz karşıtlıkları, gösteren ve gösterilen karşıtlıkları, dizim ve dizge karşıtlıkları, düzanlam ve yananlam karşıtlıkları” başlıkları altında incelenmiş, ortaya konulan veriler sonuç kısmında çalışmanın başında belirlenen soru cümleleri ve hipotezler bağlamında irdelenmiştir.

Çalışmanın geleceğe açıklığı bakımından, hareketli film afişlerinin izleyici üzerindeki etki araştırmaları yapılarak, filmin özünde var olan kültürel mesajın görsele dönüştürülmesi ve görsel kodlamalar irdelenebilir.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırma çalışmasının amacı, bir döneme damgasını vurmuş olan Saul Bass'ın film afişlerini biçim ve içerik yönüyle ele alarak göstergebilimsel incelemektir. Afiş görsellerinin grafik öge ve ilkeleri; biçim yönüyle, göstergelerin ortaya koydukları anlamları ise içerik yönüyle analizidir. İncelemede amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen 10 ikonik ve simgesel tasar (afiş) çalışması çözümlemesi yer almaktadır. Bu genel amaç çerçevesinde araştırma çalışması şu soru cümleleriyle somutlaştırılabilir:

1. Saul Bass film afişlerinin, doğrudan anlatımlı film afişlerinden farkını ortaya koyan özellikleri nelerdir?
2. Saul Bass film afişlerinin “tasarım değeri”ni ortaya koyan özellikleri nelerdir?
3. Saul Bass film afişlerini biçim ve içerik yönüyle diğer film afişlerinden ayıran özellikler nelerdir?

Araştırma sonuçlarının grafik iletişim ve grafik tasarım alanında yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Varsayımlar

Bu araştırma çalışması yapılırken aşağıda belirtilen unsurların varlığı irdelenmeyecek, çalışmaya zemin oluşturacak bu maddelerin doğruluğu sorgusuz kabul edilecektir.

1. Saul Bass, hazırladığı her film afişine ıslak imzasını atarak onların bir tasarım ürünü olarak kabul edilmesini sağlamıştır.
2. Tasar olarak ortaya koyduğu afişlerin -serigraf ipek el baskı yöntemiyle- sınırlı sayıda basılmasını sağlayarak “değer” olmasının yolunu açmıştır.
3. Grafik tasarım alanında bir döneme damga vurmuş fotoğrafsız afiş tasarımları, grafik otoriteleri tarafından kabul görmüştür.

Hipotezler

1. Saul Bass afişleri; fotoğraf imgesi kullanmadan her tür konu ve içeriği ele alarak görselleştirir.
2. Saul Bass afişleri; tasarım değeri olarak ortaya koyduklarıyla, filmine sadece tanıtım amaçlı hizmet vermekten öte, onunla kurduğu anlamsal bağın izleyici/okuyucu üzerindeki afiş okuma, anlama ve anlamlandırma boyutunu da ortaya çıkarır.
3. Saul Bass film afişleri; içeriği ile izleyici/okuyucu üzerindeki anlamsal etkisini tasarım kuramlarına göre ele alınan biçim unsurlarıyla da ortaya koyar.

Ortaya konulan hipotezler, çalışma kapsamında incelenecek olan Saul Bass'ın film afişleri üzerinden, Roland Barthes' in bir afişin tüm katmanlarını irdelenecek şekilde göstergebilimsel analiz kapsamında ortaya koyduğu dört karşıtlıklar bağlamında çözümlenecektir.

Sınırlılıklar

Bu araştırma çalışması, Saul Bass'ın tasarım evreninden seçilen 10 film afişi; Roland Barthes'ın göstergebilimsel çözümlemesine göre; tasarım kuramları olarak “biçim”, anlamsal ve kavramsal olarak “içerik” analiziyle sınırlıdır.

Anahtar Kavramlar

Bu çalışmada; tasarım kavramı, tasarım kuramları: Temel tasarım öğeleri ve temel tasarım ilkeleri ile göstergebilim kavramları ele alınmış olup ilgili bölümlerde ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

Tasarım Kavramı: Tasarlamak, tasar, tasar açıklanırken, ortaya konulan bir çalışmaya tasar ya da tasarım denmesinin şartları açıklanmıştır.

Tasarım Kuramları: Bauhaus okulunun temel tasar ilkeleri doğrultusunda bir tasar'ı ortaya koyan temel öge ve ilkeler ile organizasyon prensiplerini kapsamaktadır.

Göstergebilim: İnsanların birbirleriyle anlaşmalarında kullandıkları sözlü ya da yazılı diller, jest ve mimikler, trafik işaretleri, şehir tabelaları, moda, mimarlık, reklam ve film afişleri gibi bildirişim görevi taşıyan taşımasını, her türlü anlam oluşturan birimlerden oluşan bir dizgedir.

Verilerin Toplanması ve İşlenmesi

Saul Bass film afişleri, kendi isimli resmi sitesinden, diğer görseller ilgili web sitelerinden temin edilmiştir.

1. BÖLÜM: TASARIM TÜRÜ OLARAK GRAFİK TASARIM VE AFİŞ TASARIMI

1.1.Tasarım Kavramı

Tasarım sözcüğü, günlük hayatta; mühendislikten mimarlığa, modadan endüstriyel ürünlere kadar pek çok farklı alanda sıkça kullanılan bir terimdir. Tasarım sözcüğü, hem bir kavramı hem de bir nesneyi tanımlar. Çoğu zaman beğenilen bir ürünün diğerlerine göre farkını işaret etmek anlamında “güzel bir tasarım” ifadesi kullanılır. Tasarım, Türkçeye “dizayn” olarak girmiş eş anlamlı bir sözcüktür. Bu bağlamda Güngör, tasarım terimini mimarlık terminolojisinden açıklamaktadır:

Tasarım sözcüğü; İtalyanca’da *disegno composizione*, İngilizce’de *design*, kelimelerinden gelmektedir. Tasarım kavramı, “bir yapı ya da aygıtın kısımlarının kağıt üzerine çizilmiş biçimi” anlamında kullanılan ve “tasar” kökünden türetilmiş olan “tasarı” ya dayanmaktadır. Tasarı, bir kimsenin yapmayı düşündüğü şey, olması ya da yapılması istenen bir şeyin tasarlama sonucu zihinde aldığı biçim olarak kullanılmaktadır. Tasarım kavramı, Arapça “suret” kökünden gelen “tasavvur” sözcüğüyle eş anlamlı olup, “göz önünde canlandırmak, zihinde canlandırmak (tasavvur etmek), düşünmek” karşılığıdır. Günümüzde tasarım, “zihinde canlandırılan biçim, duyuların ya da belleğin anlığa sunduğu görüntü” olarak tanımlanmaktadır. Tasarım sözcüğünün İngilizce karşılığı olan *design*, Latince *designare*, *dissignare* köklerinden gelmekte olup, “göstermek, işaret etmek, tanımlamak, tayin etmek” anlamlarını taşır (Güngör, 2005:5).

Yukarıdaki açıklamaya göre tasarımın birden fazla anlamı vardır. “Tasavvur” sözcüğü ile zihinsel boyutu, “göstermek” ile de şekilsel, biçimsel, eylemsel boyutuna dikkat çekilmektedir. Tasarım aşamalarını belirtmekte kullanılan sözcükler; tasarlamak ya da tasarımı yapmak, tasarım, tasarı ve tasardır. Bunları sırasıyla tanımlamaya çalışırsak:

- **Tasarlamak:** Türkçede tasarlamak, bir düşüncüyü, bir hareketi gerçekleştirmek için zihinde canlandırmak veya tasavvur etmek anlamına gelir. Diğer bir ifadeyle, hayal etmek suretiyle zihinde oluşturulan bir imge olarak tanımlanır. Tasarlamak eyleminde bir özlem ya da bir ihtiyaç vardır.
- **Tasarım:** Tasavvur edilenin zihinde somutlaşmasıdır. Örneğin, orman evi dendiğinde zihinde canlanan ahşap ya da taştan yapılmış tek katlı orman içinde, çevresinde çiti olan bir yapı canlanmaktadır. Tasarı haline dönüşmeden önce zihindeki netleşmiş biçimi tasarımıdır. Tasarım sözcüğünün mimarlıktaki karşılığı form (şekil, biçim...) sözcüğüdür. Tasarım süreci zihinsel bir eylem olup, fikirlerin yazılı, çizili bir göstergeye dönüşmeden önceki halidir.

Sonuç olarak, tasarım sözcüğü “tasavvur-tasarım-tasarı ve tasar” kavramlarını kapsayıcı bir özelliktedir. “Temel tasarım” ya da “temel tasar” aynı anlamlara geliyor gibi görünse de, aslında temel tasarım, “süreç”in analizini, temel tasar ise “tasar” yani “ürün” olarak en son hali üzerindeki kodlanmış tasarım imgelerinin “biçim” ve “içerik” yönüyle analizini ya da çözümlemesini ifade eder.

Mimari tasarım, endüstri ürünleri tasarımı ya da grafik tasarım dendiğinde aynı zamanda bu alandaki çalışmaların tasarımdan bağımsız düşünülmemeyeceği de anlaşılır.

Bir uğraşa tasarım denilebilmesi için;

- Bir Amaçla Görevli Bulunmak
- Bir Düşünce Ürünü Olarak Bilinçli Olmak
- Alışlagelmişten Ayrıcalıklı ve Özgün Olmak
- Tümüyle Kendine Özgü Bir Nitelik Taşımak (Saldıray, 1973: 34)

Bunlardan biri eksik olduğu takdirde yapılan, sadece bir iş ya da zanaat olur. Sanat ve tasarım değeri taşımaz. Sonuç olarak, tasarım sözcüğü “tasavvur-tasarım-tasarı ve tasar” kavramlarını kapsayıcı bir özelliktedir. “Temel tasarım” ya da “temel tasar” aynı anlamlara geliyor gibi görünse de, aslında temel tasarım, “süreç”in analizini, temel tasar ise “tasar” yani “ürün” olarak en son hali üzerindeki kodlanmış tasarım imgelerinin “biçim” ve “içerik” yönünüyle analizini ya da çözümlemesini ifade eder.

- **Tasarı:** Tasarı, tasavvur edileni, bir kalem ya da başka bir araçla çizerek ortaya koymaktır. Bu çizim; taslak, eskiz, şema gibi genelde kendimize tarif etmek için yapılan ön çizimler şeklinde olup, proje haline gelmeden önceki aşamayı ifade etmektedir. Bu yolla zihinde yapılan tasarım, tasarı vasıtasıyla bir şekle dönüştürülerek zihin-göz bağı kurulmuş olur. Tasarılar tekrarlanarak elde edilen tasarımların son haline getirilmesiyle tasar halini alır.
- **Tasar:** Türkçe sözlükte: 1. Bir iş, düşüncenin sırasını, düzenini gösteren resim, yazı vb. 2. Bir cisim, makine, yapı vb. yatay izdüşümü” (TDK, 1974:677). Bu bağlamda Güngör (2005:5) “herhangi bir tasarım, tasarı haline gelip daha sonra geliştirilerek kesinleştirilse bile ortaya çıkan son şekle her zaman tasar demek kabil değildir” der.

O halde, bir çalışmaya tasar diyebilmek için;

1. Bir amacı olmalı,
2. Bir düşünce ve fikir ürünü olarak ortaya çıkmalı,
3. Alışlagelenden ve daha önceden yapılmış olanlardan farklılık göstermeli,
4. Kendine has özelliği bulunmalıdır. (Saldıray, 1973: 38)

Burada “tasar”a iki önemli görev düşmektedir. Öncelikle tasar, bir amaca hizmet etmeli, işlevi olmalıdır. Bu amaçla tasar için “temel tasarım kuramları”na uygun olacak biçimde tasar’ın temel tasarım öğeleri (nokta, çizgi, şekil vb.), tasar ilkeleri (denge, orantı, vb.) çerçevesinde -bir düşünce ve fikir ürünü olarak ortaya çıkacak şekilde- uyum ve birlik içinde bir araya gelirler. Son olarak, bu çalışmanın, bir tasarım ürünü (tasar) olduğunu söylemek için de bu tasar’ın diğerlerinden olan farkını ve karakteristik özelliklerini ortaya koyması gerekir.

Tasar, tasarım süreci sonunda elde edilen ürünün kendisidir. Uygulamalı tasarım alanına giren grafik tasarımda, tasarım süreci sonunda ortaya konan ürün, örneğin bir afiş ise, buna aynı zamanda “tasar”, ya da “grafik tasar olarak afiş” denir.

Sonuç olarak, tasarım sözcüğü “tasarlama-tasarım-tasarı ve tasar” kavramlarını kapsayıcı bir özelliktedir. “Temel tasarım” ya da “temel tasar” aynı anlamlarda kullanılan sözcüklerdir. Mimari bir tasar, mekanın kendisidir. Duvar, kapı, pencere vb. yapı elamanlarıyla oluşturulmuştur. Bunlar onun biçimsel yönüdür. İçinde yaşayanlar onu kullanırken, eskiyen mobilyalar, duvarda solan boyalar, gıcırdayan döşemenin sesi, doğan ya da ölen aile fertlerinin tüm anı ve duyguları mekana yansır. Mekan, içinde yaşayanlara bir şeyler anlatır. Hatıralar ile anlamlar karışır. Bu yönüyle içerik ortaya çıkar. Artık mekanın bir dili ve sözü vardır. Kullanıcısıyla kurduğu görsel iletişimidir. Tasar her zaman mimari bir amaçla yapılmaz. Bu bağlamda Güngör, tasar sözcüğünü farklı sanat ve tasarım alanlarından örnekler vererek açıklar;

Mimari tasar ilkeleri aynı zamanda resim, heykel, dans, müzik ve hatta edebiyat için de geçerlidir. Mimarlık, resim ve heykel görsel sanatlardır. Bu sanatlara ait tasarılar veya gerçekleşmiş yapıtlar çoğu kez bir bakışta toplu olarak görülebildiklerinden, genellikle bir anda algılanırlar. Fakat bir oyun, bir dans tamamen seyredilmeden, bir müzik tamamen dinlenmeden bir şiir, bir edebi yapıt tamamıyla okunmadan tümüyle anlaşılmaz. Bu gibi sanatlar zamana bağlı olarak algılanırlar (Güngör, 2005:5).

Bu ifadeye göre, örneğin film afişi tasarımında da zamana bağlı bir algılama söz konusudur. Seyirci gözünden film afişinin anlaşılması için, filmin izlenmesi ya da konusu hakkında seyircinin bilgilenmesi gerekecektir. Özellikle simgesel ve ikonik afişlerin algılanması, dolaysız anlatımlı (simgesel olmayan ve fotoğrafı kullanan) afişlere göre daha zordur.

1.2. Tasarım Sürecinde Adımlar

Tasarım süreci, bir tasarım problemini ele alırken izlenecek olan yolu ifade eder. Bu, planlama gerektiren ve son derece zor bir süreçtir. Nedeni ise, tasarımcı-müşteri ilişkisinde bir çok değişkenin ve belirsizliklerin olduğu bir durumdur. Ekonomik, kültürel ve politik sınırlılıklar, beğeni faktörü vb. birçok etken, süreci karmaşık hale getirir. Becer’e göre (2005:40): “Tasarım süreci; planlı ve yöntemsel olabileceği gibi, rastlantısal ve sezgisel özellikler de gösterebilir”.

Tasarım süreci genelde beş adımdan oluşur. Bu adımlardan biri eksik olduğu takdirde planlı bir süreçten bahsetmek mümkün olamaz. Başarılı bir tasarım ortaya koyabilmek için sırasıyla, problemin tanımlanması, bilgi toplama, yaratıcılık ve buluş, çözüm bulma ve uygulama adımlarının doğru olarak planlanması gerekir. Bunları sırasıyla inceleyelim;

1.2.1. Problemin Tanımı

Tasarımcı öncelikle, tasarımın amacını ortaya koyabilmelidir. Problemin tanımlanması çok yönlüdür; müşterinin istekleri, teknolojik gerekler, tasarımcı görüşü gibi etmenler amacın belirlenmesini zorlaştırabilir. Problemin net olarak ortaya konması ancak, parametrelerin ayrıntılı bir şekilde ortaya konmasıyla mümkündür. Tasarımcı, mesaj verilecek hedef kitlenin doğru seçiminden sorumlu olduğu gibi, 5N+1K (ne, neden, nasıl, niçin, nerede ve kim) sorularına da yanıt bulmak durumundadır. Bu aşama, tasarımın

kendinden ziyade, düşün yönüne vurgu yapmaktadır. Grafik tasarda verilmek istenen mesajın net ve anlaşılır olmasının yanı sıra, algılatma hızı da önemlidir. Tasar; görsel iletişimde karmaşaya sebep olmayacak kadar sade bir dile ve görsel bir göstergeye sahip olmalıdır. Bunun için okunur bir yazı, yalınlaştırılmış bir illüstrasyon ya da net bir fotoğraf amaca en doğru hizmet eden göstergeler olabilir.

Amerikalı reklamcı William Bernbach'ın reklamcılık ile ilgili altın değerinde öğütlerinden biri de “amaç” hakkında söylediği sözdür: “Amaç, bir ürünü herkes tarafından bilinir hale getirmek değil, onu talep edilir hale getirmektir. En tanınan bazı markalar bile bunu yapamadığı için yok olmuştur” Kaynak: (Web, marketingturkiye)

1.2.2. Bilgi Toplama

Tasarımcı, müşterisi tarafından verilen siparişi örneğin; bu bir film afişi tasarımıysa, yönetmenin istekleri, yapımcının istekleri, filmin konusu, süresi, oyun karakterleri, roman ve senaryo vb. bilgilere ulaşabilecek soruları sormalıdır. Teknik, biçim ve içerik anlamında bilgilenmelidir. Örneğin, hazırlanacak film afişinde; kaç rengin kullanılacağı, tasarda illüstrasyonun mu, yoksa fotoğrafın mı tercih edileceği, yazı karakteri büyüklüğü gibi teknik bilgiler ile, hazırlanacak tasarımın süre ve bütçesi gibi bilgilere de ihtiyaç olacaktır. Bu aşamadan sonra, grafik tasarımcının; tasarımlarla ilgili olarak ayrıntılı bir maliyet tablosu hazırlaması gerekir.

1.2.3. Yaratıcılık ve Buluş Süreci

Türkçede yaratıcılık kavramı yoktan var etme ya da güzel şeyleri kurmak; doğurmak, olmasına yol açmak anlamlarında kullanılmaktadır. Psikolojide yaratıcılık, her kişide olduğu kabul edilen bir yatkınlıktır. Yaratıcılık kavramı genelde bir sanat yapıtının oluşturulması anlamında kullanılmasına rağmen, bir soruna getirilen çözüm, yenilik, orijinallik, buluş, inovatif düşünce, hayal kurma, fikir üretme vb. anlamlarda kullanılmaktadır.

Beyazıt'a göre yaratıcılık kavramı (1994:224) “Kişiler, ürünler, süreç için durağan olmayan, hayal gücüne dayanan, yeni değişik, standart dışı, yetenekli, dahice, orijinal, yeni fikir anlamlarında kullanılmaktadır”. Yaratıcılığın eylem alanları ise; ürün, süreç ve insan olmak üzere üç düzeyde ele alınır. Üründe yaratıcılık, orijinallik ya da özgünlük ile tanımlanır. Yenilik, biçimsel değişikliklerde aynı şekilde kabul edilir. Tasarım kavramı ürünlerdeki yaratıcılıkla birlikte ele alınabilir. O halde ürün tasarımı için yaratıcı bir süreç söz konusudur. Beyazıt'a göre (1994:224): “Tasarımcının amacı ürün konusunda karşılaşılan problemleri bulmak ve bu problemlere çözüm getirmektir. Bu da doğrudan doğruya yaratıcılığın kendisidir”. Ürün, somut tasarım iken, ürüne giden yol ise soyut tasarımı diğer bir ifadeyle üretim sürecidir. Buna süreç tasarımı denilebilir. Üretim teknolojisindeki değişiklikler için yenilik ve buluşlara ihtiyaç vardır. Bütün bunları yapacak olan insan faktörüdür. Yaratıcı fikirlere sahip, yeniliğe açık, hayal gücü yüksek ve buluşları olan kişilerdir.

Amerika'daki Doyle Dane Bernbach reklam şirketinin ortaklarından reklam şirketinin ortaklarından William Bernbach, yaratıcılığın bir disiplin sorunu olduğunu savunarak, bu disiplinin dört boyutu olduğunu belirtir.

- Ürün ya da hizmetin avantaj yaratacak özelliklerini bulma disiplini,
- Bir düşünsel bir derinliğe ve estetiğe sahip tasarımlar yaratma disiplini,
- Yönetme disiplini: Yaratıcı kişi diğer yaratıcıları özendirmek, onlara rehber olmak ve doğru bilgilerle donatmak için yönetmek zorundadır.
- Toplumsal bilinci geliştirme ve halka karşı sorumlu olma disiplini

Becer yaratıcılığı Ernst'in bir sözü ile açıklar:

Yaratıcı yönetmen Lois Ernst, yaratıcılığın daha önce hiç biraraya gelmemiş iki kavram ya da nesneyi orijinal bir bileşim oluşturan üçüncü bir kavram ya da nesneye dönüştürme becerisi olduğunu belirtir. (Becer, 2011:47).

1.2.4. Çözüm Bulma

Yaratıcılık ve buluş süreci, problemin ortaya konması ve olasılıkların araştırılmasına yönelik çalışmaları içerir. Çözüm bulma ise bu olasılıklar hakkında bir karara varılarak, araştırmanın sona erdirilmesidir. Çözüm olarak seçilen olasılıklar, daha sonra müşteriye sunulmak için ayrıntılı taslaklar halinde hazırlanır. Taslaklar arasından yapılan seçimler üzerinde tartışılır. Genelde müşteri son birkaç ilave isteğini belirtir.

1.2.5. Uygulama

Tasarım sürecinin en son aşamasını oluşturur. Taslaklar üzerinde müşteri isteklerinin ilaveleri ya da çıkarmaları yapılır. Bu düzeltmeler müşteri memnuniyeti ön plana alınarak hazırlanır. Onay aşamasından sonra uygulama için, örneğin bir afiş ise üretilmek üzere baskıya gönderilir.

Sonuç olarak; başarılı bir tasar için, şans faktörünün en aza indirildiği, planlamanın eksiksiz olarak yapıldığı (tanım ve amacın doğru olarak ortaya konduğu), talepte bulunulan ürün ya da görselin; eylem, yöntem, ürün olarak analizinin doğru olarak yapıldığı, ortaya konan yeni fikirlerin tasarıma dönüşmesinde etken faktörlerin ve çözüm önerilerinin sentezinde yeni biçimlere ulaşılır. Bu planlamanın sonucu olan tasar bir üründür.

1.3.Temel Tasarım Kuramları

Afiş tasarımını meydana getiren temel öğelerin bilinmesi, bunların tasarda amaca göre seçilmesi ve seçilenlerin de tasarımın birleştirici prensipleri (ilkeleri) doğrultusunda bir anlamsal bütünlük oluşturacak doğrultuda bir araya gelişlerini sağlamak, oldukça zorlu bir süreçtir. Güngör, bu zorluğu tasarımda parça-bütün örneğinde ele alarak tasar öge ve ilkeleri olarak incelemektedir.

1.3.1. Tasarım Öğeleri

Nasıl ki her şey kendisini meydana getiren birçok şeylerin birleşmesiyle meydana gelirse, tasar da birçok öge ve ilkenin bir arada kullanılması ile meydana gelir. Hangi ilkeler yardımıyla istenilen düzenlemelerin meydana getirileceği konusuna girmeden önce, bir tasarım meydana gelişinde kullanılan öğelerin gözden geçirilmesi lazımdır. Tasar öğeleri güzel sanatlar dallarının özelliğine göre sayıca artıp eksilebilir (Güngör, 2005:38).

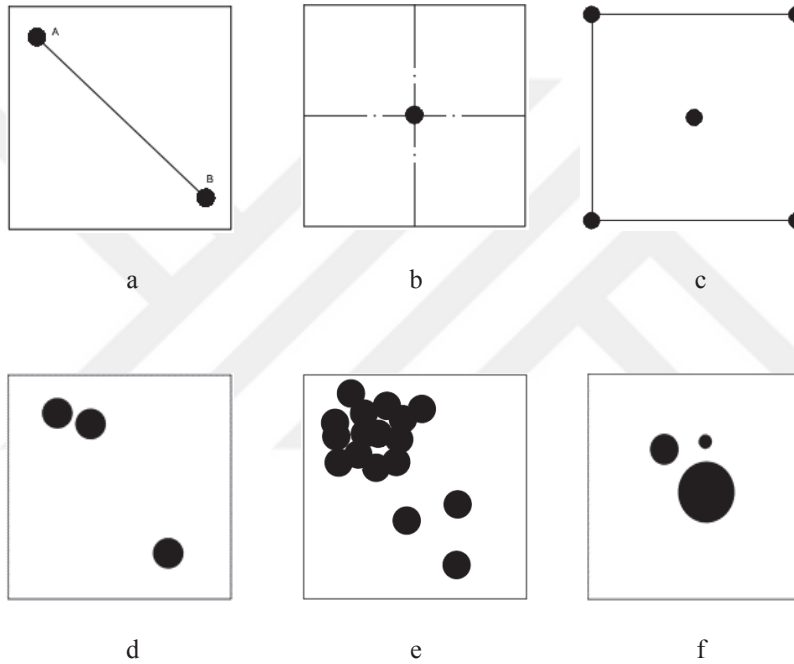
Maitland Graves'e göre tasar öğeleri; çizgi, yön, biçim, ölçü, doku, değer ve renk olmak üzere 7 adettir. Bazı yazarlar tarafından çizginin oluşmasını sağlayan "nokta" ve biçimin

oluşmasını sağlayan “şekil” kavramları da ilave edilerek 9 temel öge irdelenmiştir. (1951: 43)

1.3.1.1. Nokta

Nokta, Türkçede isim olarak; çok küçük boyutlarda işaret, benek, matematikte; hiçbir boyutu olmayan işaret olarak tanımlanır. Fizikte, sert bir yüzey üzerine ucu sivri bir cisimle vurularak elde edilen iz olarak da tarif edilmektedir. Boyutsuz kavramından dolayı, şekilsiz ya da biçimsiz olarak kabul edilir. Noktaların belirli bir biçimleri olmamakla birlikte görselleştirmede genel olarak daire şekli tercih edilirken, kare, üçgen, yıldız vb. şekilleri de kullanılabilir (Şekil 1).

Şekil 1:Nokta İfadeleri

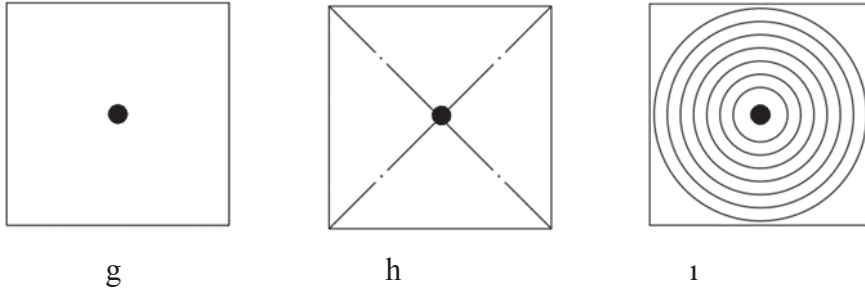


Kaynak: Ching (1996:4)

Noktalar geometride sınır ya da bitim yeri olarak konumlanırlar. Örneğin; bir AB doğru parçasını tanımlarken (a), kesişen iki doğrunun kesim yerini (b), bir geometrik yüzeyin merkezini ve köşelerini belirtmede ya da işaret etmede kullanırız (c). Öklid geometrisinde koordinat düzleminde (X,Y), uzay geometride (X,Y,Z) kesim yeri de noktadır.

Birden fazla nokta bir araya geldiğinde yakınlık-uzaklık (d), sıklık-seyreklilik “yoğunluk” (e), büyüklük-küçüklük (f), kavramlarını çağırıştırır. Noktaların genişlik, derinlik, yüksekliği olmamasından (boyutsuz) dolayı da tek başına kullanıldığında algıda “statik, merkezi ve yönsüz” ifade oluştururlar (Şekil 2).

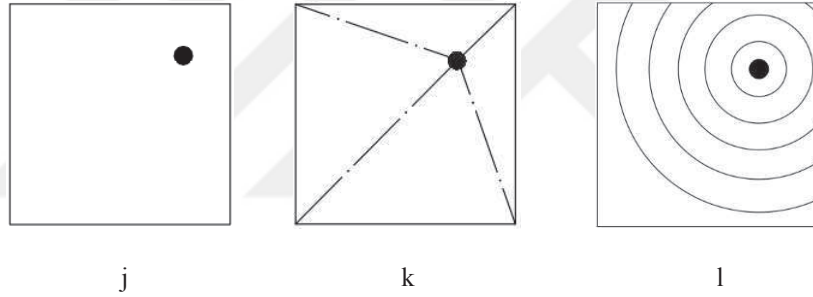
Şekil 2:Nokta ve Konum



Kaynak: Ching (1996:4)

Nokta; bir yüzey üzerinde görsel ve fiziki olmak üzere merkez oluşturur. Görsel olarak, merkeze yakın konumda (g), yüzeyin köşegenlerinin kesim noktası olarak fiziki merkez olup, odak noktasını gösterir (h), nokta bulunduğu yüzey üzerindeki diğer elemanları da kendi konumuna göre düzenleme eğilimindedir. (Şekil 2).

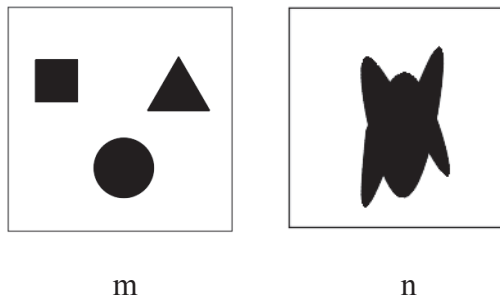
Şekil 3:Merkezi ve Merkez Dışı



Kaynak: Ching (1996:4)

Nokta merkez dışı konumlandığında yüzeyin optik merkezini kaydırır. Bulunduğu yüzeyin çerçevesi ile gerilim oluşturur, hareket algısı yaratır (j). Alanı üçgensel olarak farklı büyüklüklere böler (k). Çevresinde yer alan diğer elemanları da kendi konumuna göre yeniden düzenleme eğiliminde olur, çerçeve dışına taşma durumunda merak algısı yarattığından açık kompozisyon özelliği gösterir. (Şekil 3).

Şekil 4:Kapalı Kompozisyon

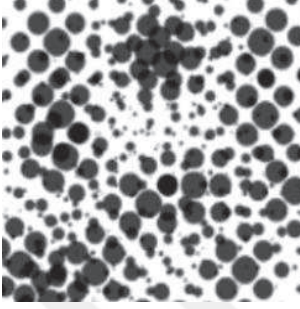


Kaynak: Ching (1996:4)

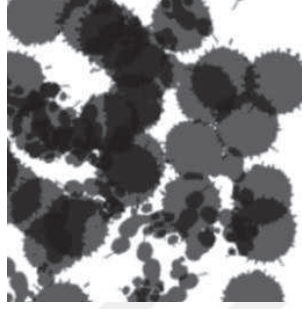
Nokta ifadesi elde etmede farklı kalem uçları kullanılır. Kalem, fırça, trilin, divit ucu gibi farklı yazı araç ve gereçleri kullanılarak bir çok farklı nokta çeşitleri yaratılabilir.

(Şekil 5).

Şekil 5:Nokta Çeşitleri



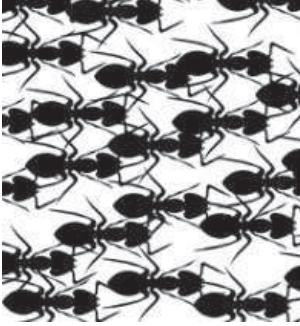
o



p



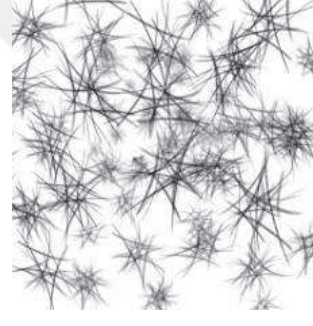
r



s



t

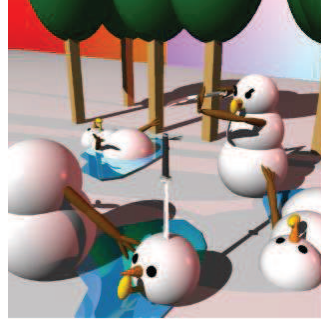


u

Kaynak: Ching (1996:4)

Noktalama ile yapılan çalışmalarda serbest el, mekanik ya da bilgisayar destekli çizim programları kullanılır (Resim 1).

Resim 1:Noktalama



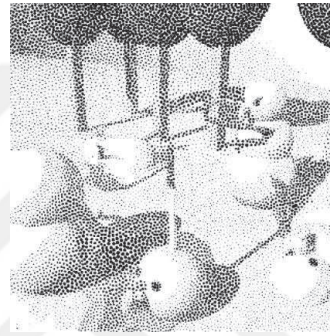
1



2



3



4

Kaynak:(Web.uwaterloo)

Resim 1’de, bilgisayar destekli vektörel çizimin üç farklı büyüklükte noktasal ifadesinde, nokta büyüklüklerindeki değişimin, yoğunluğu değiştirdiğini ve görüntünün anlaşılmasından anlaşılır olmaya dönüştüğünü görebiliriz.

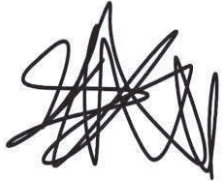
1.3.1.2. Çizgi

Paul Klee’ye göre çizgi; “bir noktanın yürütülmesi ile oluşan iz” olarak tanımlanmaktadır (Web,paulklee) Geometride çizgi, sadece uzunluğu olan tek boyutlu bir tasarım elemanıdır. Çizgi ile çalışmanın zorluğu nesnesini ne ölçüde temsil ettiği ile ilgilidir. Tek çizgi ile anlatım, genelde karikatür ya da teknik resimde kullanılmaktadır. Geometride çizgi tek boyutlu olarak (uzunluk) tanımlanmasına rağmen; grafik ya da mimari tasarımda genişliği ya da kalınlığına göre de değerlendirilmektedir. (Şekil 6).

Serbest çizgiler; çizim uçlarına göre gerek kalınlık gerekse çizgi karakteri bakımından farklılıklar gösterirler. Örneğin fırça ya da kesik uç bir kalemle çizilen bir çizgi, kurşun kalem, trilin veya divit uçlu bir kaleme göre farklı bir iz bırakacaktır. Fırça ya da yazı uçları ile çizgi kalınlıklarında oynayarak yapılan çizgiler el izi ya da maharet ifadesi yaratır (d). Sembol, harf, rakam gibi işaretler kontrollü çizgi yardımıyla çizilir (b). Serbest hareketli çizgiler; rahat ve hareketli ifadeleri destekler (c). Kırık ve kesikli kırık çizgiler; sert ve zıt yönlü hareketiyle, huzursuzluk, öfke, kızgınlık ya da değişkenlik algısı

yaratırlar (d). Karışık çizgiler ya da karalamalar; öfke, karmaşa, sıkıntı ya da kaos ifadesi verirler (e). Yatay ve düz çizgiler, huzur, sakinlik, duygusal dinginlik ifadesi taşırlar. Ufuk çizgisi ile benzerlik gösterirler ve derinlik ya da uzaklık ima ederler. Dikey çizgiler statü ya da simetri ifadesinde, açılı çizgiler hareket ve yön etkilidir (f). Kalın veya geniş çizgiler, sağlamlık, denge, ağırlık ya da dikkat çekmek amacıyla kullanılır (g). Dalgalı ya da eğri çizgi; huzur ya da hüznün ifadesi (h). Kesik çizgiler; şiirsel veya müzikal ifade yaratabilir (Şekil 6).

Şekil 6:Çizgi Modelleme

		
a	b	c
		
d	e	f
		
g	h	i

Resim 2:Serbest Çizgi Örneği



Kaynak: (Web.guggenheim)

Çizginin ifadesi ile algıda yarattığı duygu arasında kesin olan hiçbir şey yoktur, ancak çizginin görünür karakteri her zaman duygusal tepkileri uyandırma potansiyeline sahiptir. László Moholy-Nagy, soyut çalışmasında biçimi anlatırken tasar öğelerinden nokta ve çizgiden yararlanır. Üç boyut ifadesini örtme, şeffaflık ile çevresel bir düzen anlayışı ile ifade ediyor. Endüstriyel çizgi ve nokta öğelerini ekonomik olarak kullanarak aynı zamanda da kıvrımlı ve yassı eğrisel şekillerle organik biçimleri soyutluyor.

1.3.1.3.Şekil ve Biçim

Ching, şeklin ayırıcı özelliğinden bahsederken;

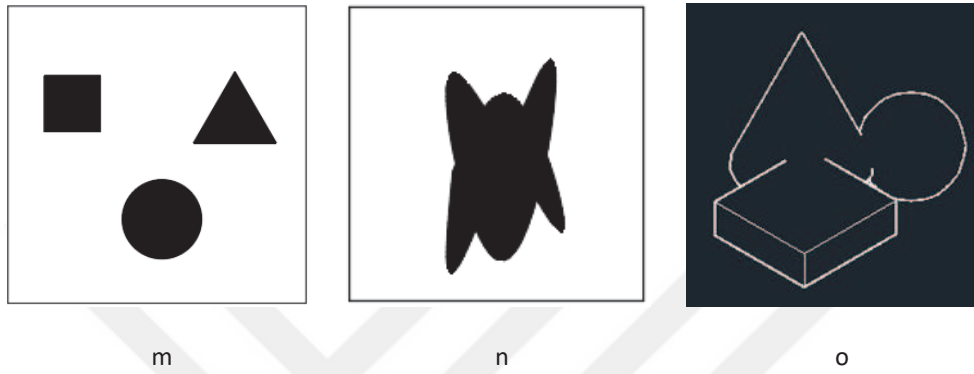
Şekiller bir biçimi diğerinden ayırmak için kullandığımız birincil araçtır; bir çizginin dış hatlarını, bir düzlemin çerçevesini veya üç boyutlu bir kütlenin sınırlarını ifade eder. Her durumda da, şekil, çizgilerin veya düzlemlerin özel dizilimleri ile tanımlanır ve söz konusu biçimi arka alandan veya çevreleyen diğer mekanlardan ayırır (Ching, 2006:102).

Güngör (2005:6) “Bir nesnenin çevre çizgileriyle belirlenmiş haline (iki ya da üç boyutlu olabilir) şekil denir. Her cismin genel halini, genel durumunu gösteren simgesel bir resmi, bir şekli vardır” olarak açıklamaktadır.

Şekiller geometrik ve geometrik olmayan olarak ikiye ayrılır. Bir görsel üzerinde, geometrik ve organik şekiller birlikte kullanıldıklarında birbirlerinin etkilerini dengelerler. Örneğin, asal geometrik sert ifadeli şekilleri yumuşatırlar. Şekil ve biçim kavramları bazen karıştırılabilmektedir. Güngör, bu konuya şu şekilde açıklık getirir:

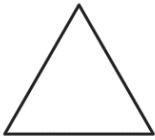
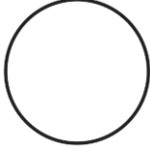
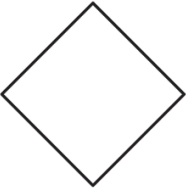
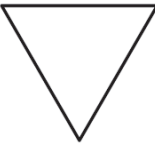
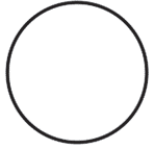
Bir şeklin değişik görünümleri, türleri olabilir. Bunlara ise o şeklin biçimleri denilir. Biçimlerin de çevre çizgileriyle belirli hale gelmesi gerekir. Aslında her cisim herhangi bir anda hudutlarının belirttiği geometrik ya da serbest bir biçim kalıbına girmiş demektir. Bir kare, bir dikdörtgen ayrı ayrı şekillerdir. Büyüklükleri ne olursa olsun bir dik üçgen, bir ikizkenar üçgen ayrı ayrı şekiller değil, bir üçgenin farklı biçimleridir. Buna karşılık büyüklükleri farklı iki dairenin şekilleri de, biçimleri de aynı olup, sadece ölçüleri farklıdır (Şekil 7) (Güngör, 2005: 6).

Şekil 7:Şekil ve Biçim



Asal geometrik şekiller: Kare, daire ve üçgen gibi tanımlanmış iki boyutlu geometrik şekillerdir (Şekil 8).

Şekil 8:Asal Geometrik Şekiller

		
Kare	Üçgen	Daire
		
		

Kare, dört eşit kenarlı ve dört dik açılı rasyonel temel bir şekildir. Plan düzlemde; yönsüz, dengeli ve durağan ifadelidir. 45 Derece açılı döndürüldüğünde; dinamik etkili olur. Karenin statik etkisi yön, konum, boyutları ile oynanarak ya da tasarım elemanları yardımıyla değiştirilebilir.

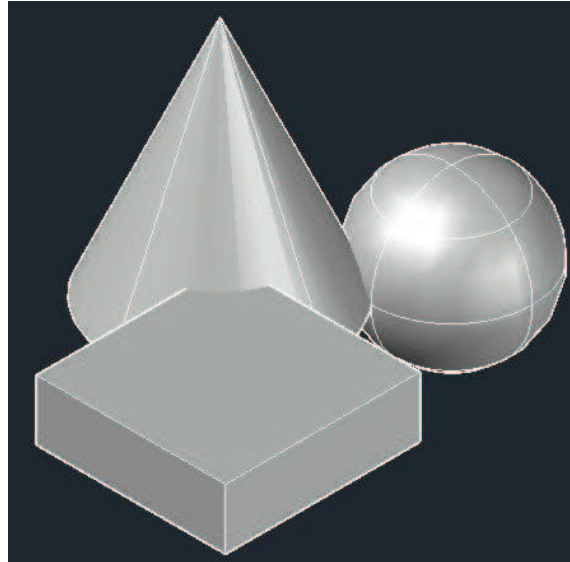
Üçgen, kararlılık ve dengenin temsilidir. Yatay ya da dikey konumlandığında hareket veya yön ifadelidir. Üçgenler bir araya gelerek yeni şekilleri üretmesi bakımından doğurgandır.

Daire, merkezi ve statik etkilidir. Bulunduğu alana göre odak nokta etkisi oluşturur. Çevre öğeleri de kendi merkezine göre düzenleme eğilimindedir. Uyum, süreklilik, bütünlük ve biçim ekonomisinin temsilidir. Parçaları ile yeni şekilleri üretirken doğadan organik şekil ve biçimleri de temsil eder. Her üç geometrik şekil, sembollerin temel şekilleri olmuşlardır.

Biçim kavramını, Güngör (2005:53): “Bir tasarda rol oynayan en önemli öğelerden biri de biçimdir. Her tasarım tasarı haline geçerken yani maddeleşirken çevre çizgileri belirlenir ve kabuğu oluşturur. Hem iki boyutlu hem üç boyutlu cisimler için durum aynıdır. Böylece şekiller ve biçimler oluşur” şeklinde açıklamaktadır.

Biçimlerin oluşmasını sağlayan unsurlar çizgilerin bir araya gelmesi, sıklıkları, koyuluk-açıklıkları, yönleri ve çizgi tip çeşitleridir. Resim düzleminde biçimler iki boyutlu olmasına rağmen perspektif kullanımı ile üç boyutluluk etkisi yaratılabilir. Bu etki ön-arka, uzak-yakın, büyük-küçük gibi görsel algı yardımıyla oluşturulur (Şekil 9).

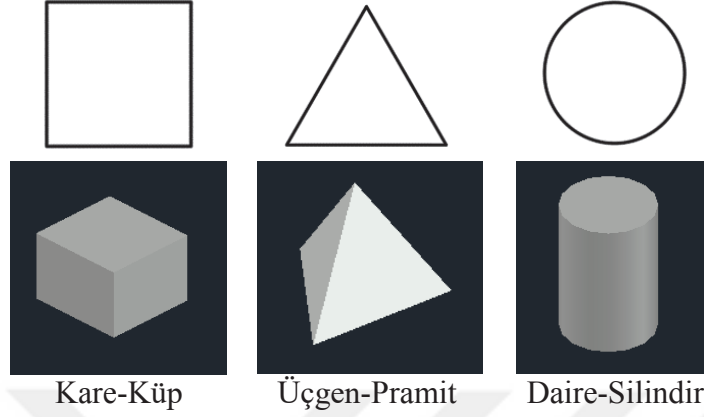
Şekil 9:Biçim Kavramı



Biçim şeklin geometrik tanımı olarak kullanılabilir; örneğin dörtgen için kare biçiminde, ya da yuvarlak için çember biçiminde tanımı kullanıldığı gibi, iki boyutlu geometri için şekil, üç boyutlu içinde, biçim terimi kullanılabilir. Örneğin; silindir biçimi için daire

şeklinin üç boyutlu ifadesi, küp biçimi için kare şeklinin üç boyutlu ifadesi kullanılır (Şekil 10).

Şekil 10:Biçim ve Şeklin Geometrik Tanımları



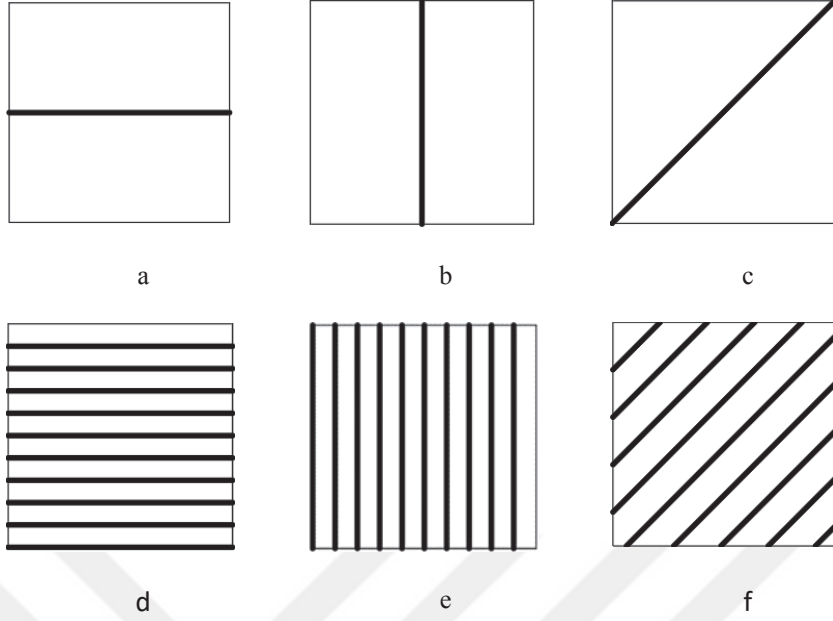
Şekil ya da biçimler asal geometrik ya da asal olmayan olarak sınıflandırılabilirler. Kare, daire ve üçgen asal geometrik iki boyutlu geometrik elemanlardır. Geometrik elemanların da algıda farklı anlamları vardır. Örneğin; üçgen yön ifadesi iken, kare statik, daire ise merkez etkisi yaratır. Bu bağlamda Güngör, algı psikolojisinden örnek verir;

Gestalt psikologları biçimler üzerinde de incelemeler yapmışlardır. Onlar da geometrik biçimlerden eşkenar üçgen, kare, beşgen, altıgen, sekizgen ve daire gibi akılda kolay kalan iki boyutlu biçimler ile, küp, silindir, prizma, piramit, koni, küre gibi kararlı cisimlerin insanlar tarafından kolay kabullenilir olduklarını ifade etmişlerdir.(...) Bu biçimler ister iki boyutlu ister üç boyutlu olsunlar tabanları üzerine oturtulursa “kararlı, güvenli ve sağlam” hissi doğururlar. Tersine köşeleri, ya da tepeleri üzerine oturtulursa, bu defa “kararsız, tehlikeli, heyecan verici” olurlar (Güngör, 2005:53).

1.3.1.4. Yön

Bir tasar üzerindeki nokta ve çizgiler, bir noktaya göre yönelerek çizgisel bir yön kazanırlar. Bu da tasara, bir hareket kazandırır. Tasarımcı vermek istediği mesaj doğrultusunda tasarda, bu yönü kullanır. Çizginin yön ifadesinde olduğu gibi tasar da dik, açılı ya da yatay yönlü olabilir. Genelde yatay ifadeli tasarılar edilgen (pasif) (a, d), düşey yönlü tasarılar etken (aktif) (b,e), eğik yönlü tasarılar ise dinamik (hareketli) etki yaparlar (c,f) (Şekil 11).

Şekil 11:Çizgide Yön İfadesi



Tasarda aynı yönlü planlama bazen tekdüzelik olarak algılanabilir. Bu sebeple farklı yönlü hareketler kullanarak tasara bir çekicilik kazandırılabilir. Bu hareketlerin tekrarlanması ile yeni yönlü ifadeler ortaya konulabilir (Şekil 12).

Şekil 12:Çizgi Tasar

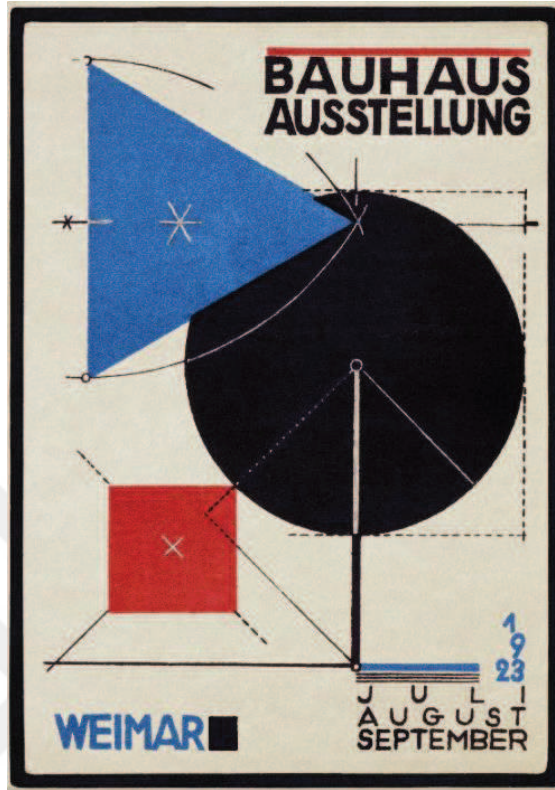


1.3.1.5. Ölçü

Bir grafik tasar, farklı büyüklükte çizgi, şekil, yazı, fotoğraf gibi görsel öğelerin bir araya gelmesinden oluşur. Düzenlemede büyük, orta ve küçük dengesine dikkat edilmelidir. Ölçü, dengenin oluşmasını sağlar. Yakın ölçülü biçimler birlikte algılanırlar. Ölçü, aynı

zamanda afişin boyutlarını da (en-boy) ifade eder. Ölçü büyümesi, görselin görülmesini ve etkisini artırmasını sağlar (Resim 3).

Resim 3: Ölçü

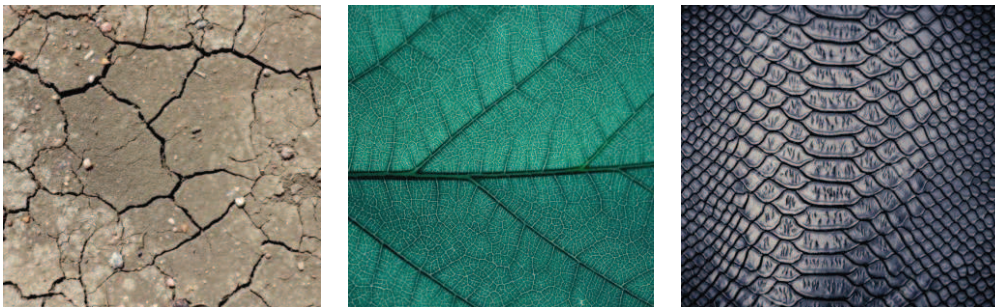


Kaynak: (Web, amazon)

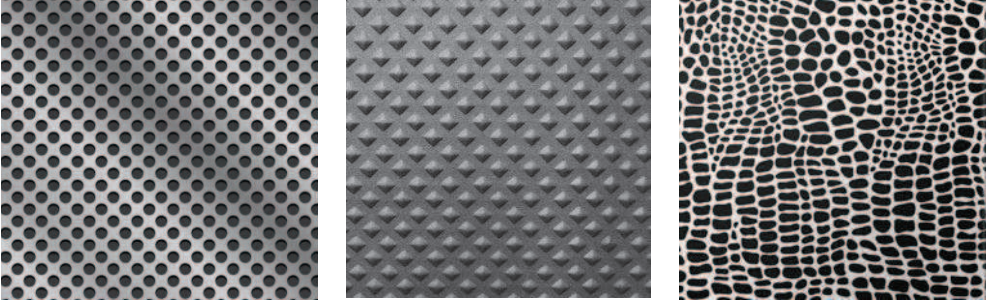
1.3.1.6. Doku

Doku; dokunuşla aldığımız duyular anlamına gelir. Bir nesnenin üzerine el konulduğunda hissettiğimiz yüzey özellikleridir. Bir kumaş örneğinde; yumuşak, sert, tüylü, kaygan, pürüzlü, ince ya da kaba dokulu olması gibi. Bu dokuya fiziksel ya da dokunsal doku denir. Dokunsal dokunun algıda yarattığı etkinin görselleştirilmesine ise görsel doku denir. Sanatta, doku tanımı; genellikle görsel olarak algılanan, ancak dokunsal olarak yorumlanan görsel doku algılarını içerecek şekilde genişletilebilir. Görsel dokunun algıda yarattığı etki ile dokunsal dokunun verdiği his aynı olabileceği gibi tersi de olabilir. Görme, dokunma ve hissetme duyularımız doku ile iç içe geçmiştir (Resim 4).

Resim 4:Doku



Doğal Dokular



Yapay Dokular

Doku aynı zamanda; doğal ve yapay doku olarak da sınıflandırılabilir. Doğal dokular; doğada nesnelerin yüzey özellikleri ya da biçimleri, yapay dokular ise; malzeme özellikleri ya da işleme biçimleri olarak değerlendirilir. Dokuların ölçekleri aynı zamanda uzaklık-yakınlık etkisi yarattıkları gibi doğadan dokularda sıcaklık, doğallık, canlılık ya da bunların karşıtlıklarını yaratabilir.

Grafik tasarımda kullanılan kağıtların malzemesi, ağırlıkları, kalınlıkları, yüzey yapısı gibi özellikleri fiziksel (dokunsal) dokuya örnektir. Örneğin; Sert ve düz, sert ve grenli, yumuşak ve düz, yumuşak ve grenli vb. dokularda üretilen bir çok kağıt türü bulunmaktadır. Görsel doku ise; bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından söz edilebilir (Resim 5)

Resim 5:Görsel Doku Örnekleri



Kaynak: (Web, hesitationwaltz)

Resim 5’te Ryan’a ait kolaj eseri farklı kalınlık ve yüzey özelliğindeki kağıt malzemenin kullanılması ile oluşturan kolaj, doku çalışmasına bir örnek oluşturabilir.

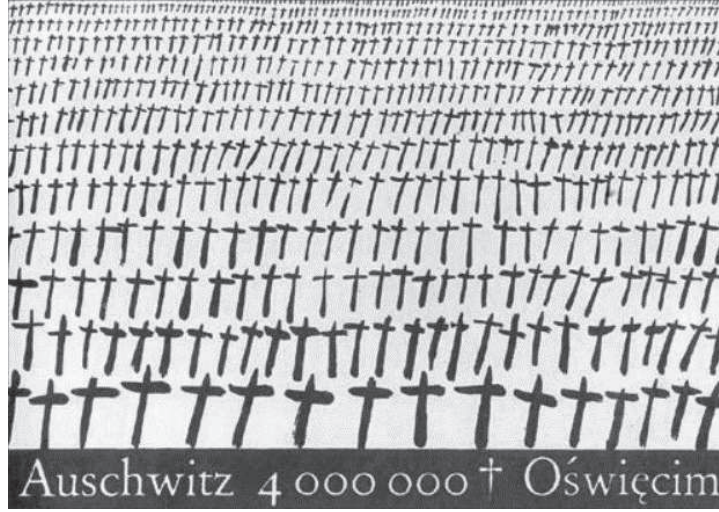
Grafik tasarımda doku ifadeleri farklı tekniklerin kullanılması ile yaratılabilir. Becer, doku tanımını yaparken (2011:62) “tasarım yüzeyinde kullanılan dokular, optik ya da fiziksel olarak duyguları yönlendirici bir işleve sahiptir” sözüyle duygusal uyarıcılığa dikkat çeker. Görsel doku oluşturmada farklı çizim ve tekniklere dikkat çeker.

Yapay dokuların yüzey üzerinde görselleştirilmesi:

- Gölgeleme ve değer farkları (kurşun kalem, boya, tarama) ile,
- Noktalama ile,
- Çizgilerle (yatay, düşey, eğik, çok yönlü),
- Biçimlerle,
- Fotoğraf ve baskı teknikleriyle,
- Kırık ve dalgalı yüzeylerle

Becer’e göre (2011:67); “bunlar düzenli bir görünüm vererek uygulanırsa buna düzenli yapay dokular, doku yoğunlukları farklı ise yani doku oluşturan bu öğeler düzensiz bir biçimde görüş alanına dağılmış olurlarsa bunlara da düzensiz yapay dokular adı verilir” (Resim 6).

Resim 6:Fotografik Doku



Kaynak: (Meinhard, 1988)

1.3.1.7. Değer/Ton

Bir rengin ışık değerine göre koyu ya da açıklık dereceleridir. Genelde gri tonları ya da siyah için koyuluk değerleri olarak kullanılır. Renklere eklenen beyaz, gri ya da siyah renklerle açıklık ya da doygunluk yaratılarak tonlamalar elde edilir. Tonlama bir rengi daha hafif ya da tersi yoğun, kalın ve tok gösterebilir. Tonlama, kullanılarak yüzeyler üzerinde ışık ve gölge etkisi verilebilir. Aynı zamanda yüzeysel özellik olan doku ifadeleri de yine tonlamalar yapılarak gösterilebilir. Cisim ifadelerinde yüzeylere göre renk değerleri kullanılarak üç boyutluluk etkisi kuvvetlendirilir (Resim 7).

Resim 7:Değer/Ton



Kaynak: (Web, guggenheim)

1.3.1.8. Renk

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre; “doğrudan ya da üzerine düştüğü nesnelerde yansıma, kırılma, soğurulma gibi olaylar sonucu göze ulaşan ışığın, dalga boyuna göre bilinçte uyandırdığı imge” olarak açıklanan renk, tasar öğelerinin de en önemli unsurudur. Siyah ve beyaz renk nötr renk olarak kabul edilirler (TDK, 1974:670).

Renkler ışıkla birlikte görünür hale gelirler. Renkler ışık renkleri ve pigment (boya) renkleri olarak ikiye ayrılır. Işık renkleri, doğada beyaz ışığın prizmadan geçirilmesi ile renk tayfına ayrılarak görünür olur. Işık renkleri üç ana renkten oluşur; bunlar, kırmızı, mavi ve yeşildir. Bu üç renk karışımı, beyaz ışığı verir. Pigment ana renkleri ise; kırmızı, mavi ve sarıdır. Bu renklerin karışımı, kahverengi rengi oluşturur. Pigment renklerinin ikişerli karışmaları ile ara renkler elde edilir. Örneğin; sarı+kırmızı=turuncu, sarı+mavi=yeşil, kırmızı+mavi=mor.

Renk diskinde yer alan renkleri gruplandırarak olursak; 1- Sıcak ve soğuk renkler 2- Zıt renkler 3- Armonik renkler, olmak üzere gruplanırlar.

- **Sıcak ve soğuk renkler:** Kırmızı ve sarı renkler, sıcak renklerdir. Yeşil ve mavi renkler soğuktur. Soğuk bir renk olan maviyi, sıcak bir renk olan kırmızı ile karıştırırsak mora yakın bir mavi renk elde ederiz bu da soğuk renk olan maviden daha sıcak bir renktir.
- **Zıt renkler:** Renk çemberinde karşılıklı bulunan renklerdir zıt renkler fakat tamamlayıcı renklerdir. Örneğin; kırmızı-yeşil, sarı-mor, turuncu-mavi. Afiş tasarımı tipografide sıkça kullanılırlar.
- **Armonik renkler:** Diskte yan yana gelen renkler armonik renklerdir. Örneğin; Turuncu-kırmızı, mavi-mor, sarı-yeşil.

Rengin üç boyutu vardır; uzunluk (rengin türü), genişlik (rengin tonu), derinlik (rengin yoğunluğu).

- **Uzunluk (rengin türü):** Renkleri betimlemede kullandığımız terimlerdir: Kırmızı, mavi vb.
- **Genişlik (rengin tonu):** Bir rengin açıklığı ya da koyuluğudur. Bir renge beyaz boya kattıkça tonu açılır, siyah ekledikçe koyulaşır.
- **Derinlik (rengin yoğunluğu):** Rengin parlaklığı ile ilgilidir. Yoğunluğu fazla olan renk, parlak renklerdir. Eşit boyutlardaki iki nesneden birini parlak bir renkle, diğerini ise koyu bir renkle boyadığımızda; parlak renkle boyanmış olanı diğerinden daha büyükmüş gibi algılanır (Becer, 2011:58).

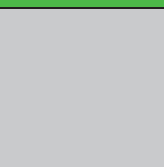
Bu üç boyut, içerisinde en önemlisi rengin tonudur. Nesnelerin üç boyutlu ifadesi, renklerin ton değerleriyle ortaya çıkar.

Renklerin Dinamiği

Renkler tahrik eder, sakinleştirir, depresyon yaratır, iştah açar, iştah kaparlar. Renkler sıcaklık ve yakınlaşma duygusu yaratırlar. Bunlar renklerin dinamiğidir. Bu yüzden sabah uyanıldığında hangi elbisenin giyileceği elbisenin kumaşı, deseni, modeli yanında rengi de rol oynar. Renklerin her birinin ruhsal etkilerini incelemeyi önce renkleri sıcak ve soğuk olarak ikiye ayırarak, bunların grup etkilerini gözden

geçirmekte yarar vardır. Renk çemberinin kırmızı bölgesi sıcak renklerin yoğunlaştığı bölgedir. Yine renk çemberinin mavi-yeşil bölgesi soğuk renklerdir. Bunları bir tabloda (Tablo 1) incelemek gerekirse.

Tablo 1:Sıcak-Soğuk Renkler ve Etkileri

Renk	Grubu	Adı	Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
	Sıcak Renkler	Kırmızı Turuncu Sarı	Aktif ve tahrik edici renklerdir. Kan basıncını artırır ve insanı cesaretlendirir. Çevre ile ilgilenmeye ve samimiyet hissi duymaya yönlendirir. Hareketliliğin, canlılığın ve eğlencenin olduğu yerlerde kullanılır.	İnsanlar kırmızı ışık altında fazla tutulursa riske atılma, bahse girme ve kumar oynama eğilimi artar.
				
				
	Soğuk Renkler	Mavi Yeşil	Pasif ve sükunet vericidir. Tansiyon düşürücü etki yapar.	İçer kapanmaya sevk edicidir.
				
	Nötr Renkler	Griler	Sıcak ve soğuk renkler arasında denge unsurudur. Renkler arası karşıtlık ya da geçiş etkisini sağlamada ara renk olarak kullanılırlar. Bünyesindeki pigmentlere göre renk alırlar.	Üzüntü ve sessizlik etkilidir.
				

Sıcak renkler uyarıcıdır ve neşelendirir. Soğuk renkler ise, yatıştırıcı ve dinlendiricidir. Soğuk renkler, sıcak renklerle dengelenmelidir. Tek başına kullanıldıklarında hüzünlü ya da moral bozucu etki yaratabilirler. Sıcak renklerde tam tersi uyarıcı görevi yapar ve şiddete yönelik eylemleri tetikleyebilir. Sıcak renkler

yakın etkide, soğuk renkler ise uzak etkide bulunurlar. Gri renkler, açık ve soğuk renkler gibi derinlik etkisi yaratırlar.

Renk Psikolojisi

Renk psikolojisi konusunda doğru bilgiler yazmak çok zordur. Çünkü konunun yaş, cins, millet ve kültürle çok sıkı bağıntısı vardır. Bu kadar değişkenlik boyutu olan bir konunun, deneysel psikoloji yoluyla test edilmesi ve sonuçlarının bilimsel kıstaslara göre doğru değerlendirilmesi çok zor olduğundan bu konuda fazla bilimsel çalışma yoktur. Ancak günlük yaşamı ve üretimi bu derece yakından ilgilendiren bir konu bilimsel araştırmaların dışında kalınca yakıştırmalar ortaya çıkar ve deneme-yanılma yöntemiyle bu yakıştırmalar üzerinde düzeltmeler yapılarak uygulama yoluna gidilir.

Renklerin Fiziksel ve Ruhsal Etkileriyle, Simgesel Değerleri

Renklerin insan algısında dalga boylarındaki farklılığın ortaya koyduğu psikolojik yansımaları vardır. Bu etki insan davranışlarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilir.

Bunları bir tabloda (Tablo 2) inceleyelim;

Tablo 2: Renklerin Fiziksel ve Ruhsal Etkileri ile Simgesel Değerleri

Renk	Neyin simgesi olduğu	Fiziksel ve ruhsal etkileri	Özellikle kullanıldığı yerler
Kırmızı	Sıcağı, yangını, yasakları, ölüm tehliklerini hatırlatan, aşkı, ihtirası, canlılığı ve mücadeleyi simgeler	Renklerin en çekici ve güçlü olanıdır. Metabolizmayı harekete geçiren, kan basıncını artıran, iştah açan, eylemi tahrik ve teşvik eden, nefsi kontrol etmeyi güçlendiren bir renktir. Sükunet değil canlılık ve huzursuzluk doğurur. Keza samimiyet ve hoşlanma duygusu oluşturur.	Araç trafiğinde geçişi durdurucu ve uyarıcı levhalarda, zehirli ilaç etiketlerinde, sıcak su ve sıcak hava tesisatının işaretlenmesinde, lokanta, gece klübü ve kumarhanelerin aydınlatılmasında özellikle kullanılan bir renktir. Gizliliği ve ivediliği olan yazıların damga mürekkebinin rengi kırmızı olur.
Pembe	Yumuşak huyluluğu kibarlığı ve dişiliği simgeler	Sükunet veren, gerginliği azaltan bir renktir.	Hapishanelerde azılı mahkûmların sakinleştirilmesinde duvar ve eşya rengi olarak kullanılır. Yatak odalarında, şekerlemelerde, sabun ve deterjanlarda çokça kullanılan bir renktir.

Turuncu	Güneşi, alevi, tehlikeli işleri, direnç ve iktidarı simgeler.	Hareket ve canlılık doğuran, yaşama şevkini ve toplumsal ilişkileri artıran bir renktir.	Tehlikeleri belirten levhalarda, iş makinalarının renginde, çocuk ve gençlerin eşya ve giysilerinde, ameliyat sonrası istirahat edilen odalarda, lokantalarda duvar, eşya ve ışık rengi olarak kullanılır.
Sarı	Simgesel olarak güneş ışığını hatırlatır ve dikkat edilmesi gereken önemli noktalar için uyarıcı rol oynar.	En ışıklısı olduğu için renkler içinde en uzaktan görülebilendir. Dikkati toplamaya yardımcı olur. Metabolizmayı hızlandırır, fikir ve zekayı açar. Kapalı havalarda ışıktaki sarılığın eksikliği insanları sıkır ve tembelleştirir. Parlak güneş ışığı ise canlılık doğurur.	Trafik ışıklarından yeşil ile kırmızının değişimine dikkat çekmek için kullanılır. Metrolarda peron kenarlarındaki son yaklaşım çizgisinin rengi sarı olur. Sisli bölgelerde işaret lambalarında sarı ışık kullanılır. Tarihi eser ve öğren yeri levhaları ile bulaşıcı hastalıkları belirten levhalarda da sarı renk yer alır.
Yeşil	Doğanın yaygın rengi olarak tazelik ve sükunetin simgesidir. Aynı zamanda verimliliğin ve doğurganlığı simgeler.	Gözün en duyarlı olduğu renktir. Gözü dinlendirir ve sükunet verir. İnsan en çok yeşil rengin değerlerini ayırt edebilmektedir. Ümit verici renktir.	Trafikte geçiş serbestliğini belirten ışıklarda, yangın çıkış levhalarında, ameliyathane giysilerinin renginde, hastanelerin duvarlarında, güneşe bakan odalarda açık değerler halinde kullanılır.

Mavi	Suyu, gökyüzünü ve erkekliği simgeleyen renktir. Temizlik ve saflığı simgeler. Altay boyunun atası sayılan Tangri'nin gücünü sembolize eder.	Hüzün, melenkolik ve düşüncelerle özdeşleşmiştir. İngilizcede "I am Blue" veya "I have the Blues" gibi hüznün ve kederi yansıtan, kişinin kendine dönük bir ruh halini ifade eden deyimler mevcuttur. Bir Jazz formu olan "Blues" adını bu renk ve onun çağrıştırdığı derin anlamlardan alır.	Anadolu kültüründe nazarlıklarda, iç mimaride, pastel tonlarda mekan rengi, aydınlatmada ise dinlendirici etkide gece ışığı olarak kullanılır.
Mor	Gücü, lüksü, duygusallığı ve ihtirası simgeler. Tarihte kral ve kraliçe giysilerinde asil renk olarak kullanılmıştır.	Açık değerleri gerginliği azaltır ve romantik duygular oluşturur. Koyu değerleri hüznün verir ve gizemli düşüncelere sevk eder. Geniş yüzeyler halinde kullanılırsa korku ve pişmanlık oluşturur. Aynı zamanda gerçekleşmesi güç olan sabit fikirlerin ve hüznü düşüncelerin doğmasına yardımcı olur.	Romantik giysilerde ve eğlence yerlerinde rastlanan şamatalı giysilerde canlandırıcı bir renk olarak diğer renkler arasında mor renk ve bunun değişik değerleri kullanılır.
Kahverengi	Doğa, toprak ve ahşap ile bütünleşmiş bir renk olarak doğallığı, alçak gönüllülüğü, rahatlığı ve memnunluğu simgeler.	Diğer renklerle uyum gücü olduğu için renklerin dengelenmesinde rol oynar. Açık kahverengi samimiyet hissi doğururken; koyu kahverengi araya mesafe koyar.	Giysilerde, pastalarda en çok yer alan renktir. Koyu değerleri biraz sıkıcı etki yaptığından; bir zamanlar fabrika tuvaletlerinde işçiler fazla kalmasın diye duvar kaplaması rengi olarak kullanılmıştır.

Beyaz	Kış ile bütünleşir. Bazı ülkelerde matem rengi ise de, daha çok saflığın, temizliğin, mikroptan arındırılmışlığın, barışın ve tarafsızlığın simgesidir.	Yüzeydeki dalgalanmaları ve dokulardaki ayrıntıları en iyi gösteren renktir. Kiri en çabuk gösterdiğinden; bir şeyin kirli değil temiz olduğu en iyi beyaz ile belirtilir.	Gelinliklerde, sağlık personeli önlüklerinde, çamaşırlarda ve örtülerde çokça kullanılan bir renktir. Teslim olduğunu bildiren ya da barış görüşmesi isteyen tarafın bayrağı da beyaz renkli olur. Beyaz eşyalarda genellikle beyaz renk kullanılır.
Gri	Grilik, bulanıklık getirir. Kirlenmiş olmayı çağırır.	Yanında yer aldığı renklerin daha iyi belirlenmesine yardımcı olan bir renktir. Olgunluk, rahatlık ve temkin telkin eder. İçine karıştırıldığı renkleri daha olgunlaştırır.	Ofis eşyalarında, mutfak ve banyolarda ve benzeri alanlarda çokça kullanımı olan bir renktir.
Siyah	Törenlerde resmiyeti simgeler. Bir çok ülke için matem rengidir. Korku, ölüm, ve üzüntünün simgesidir. Bazı olumsuz işlerde olumsuzluk sıfatı olarak kullanılır: Kara kalpli, kara borsacı, kara cuma	Ciddiyet ve resmiyet telkin eder. Yanlarında yer aldığı renklerin daha iyi belirlenmesine yardımcı olur. Küçük yüzeylerde kullanıldığında canlılık verirken büyük yüzeyler halinde korku hissi doğurur.	Modası geçmeyen bir renktir. Her zaman çok yaygın bir kullanım alanı vardır. İnsanı zayıf göstermesi yüzünden giysilerde çok tercih edilir.

Kaynak: Güngör (2005:82)

1.3.2. Tasarım İlkeleri

Bir tasar meydana getirmekte kullanılan tasarım öğelerinin bir arada kullanılmasını sağlayan, tasarımın birleştirici prensipleridir. Tasar öğeleri bu prensiplerin ışığında “düzen” ve “birlik” oluşturmak üzere bir araya gelirler.

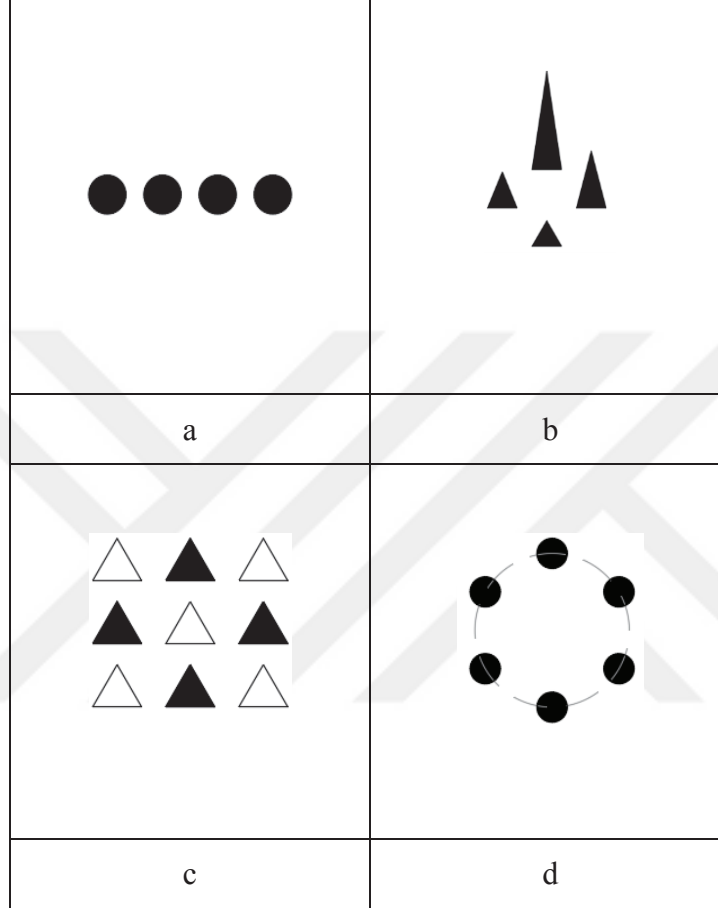
Grafik tasarda, tasarım öğelerini düzenleyen ilkeler: Tekrar, Çeşitlilik, Ritim, Denge, Vurgu, Ekonomi olarak sıralanabilir. Şimdi bunları sırasıyla inceleyelim:

1.3.2.1. Tekrar

Tasarımda birlik oluşturma birinci yolu tekrardır. Becer’e göre; Tekrar (Repetition) (2005:97): “Tamamen aynı ya da bazı bakımlardan az farklı olan iki ya da üç boyutlu öğelerin birden çok sayıda kullanılarak bir düzlemde yer almaları halidir.”

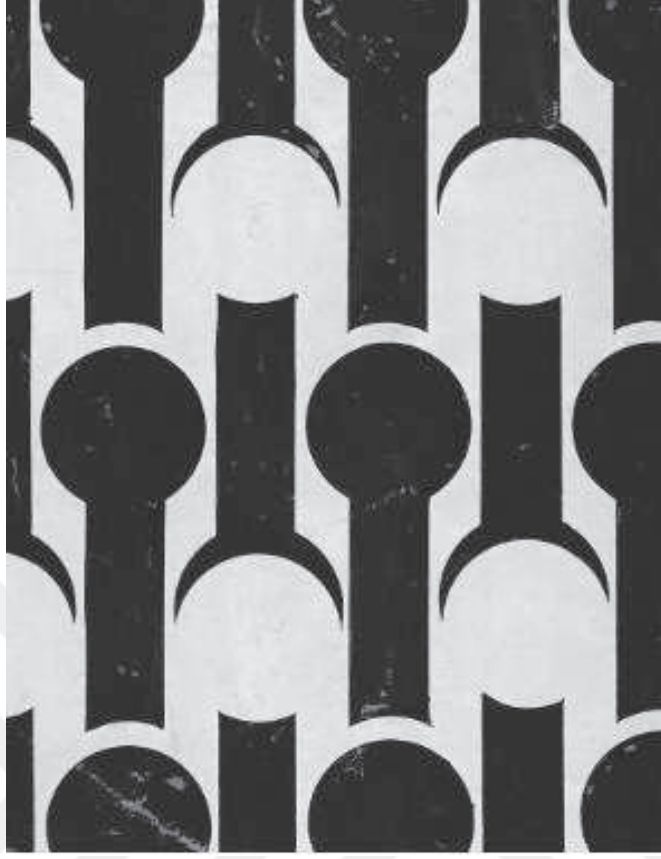
Bir izleyicinin, bir tasarımı kavrayabilmesi için en basit ilişkilerden biri de benzer öğelerin tekrarıdır. Aynı veya benzer şekillerin, formların, dokuların, değerlerin veya renklerin tekrarlanması ile tutarlı bir görsel yapı ya da bir desen oluşabilir. Doğanın tekrarlayan büyüme modellerini yansıtan tasarımları daha çabuk kabul edilir. (Şekil 13).

Şekil 13: Tekrar Çeşitleri



Tekrarlar; çizgisel (a), gridal (b), dairesel (c) ya da orantısal (d) gibi farklı şekillerde olabilir. Çizgisel tekrarlar yatay, dikey ve açılı konumlanabilir. Çizginin verdiği ifadeler ile aynı anlamda olabilirler. Gridal tekrarlar, statik etki yaratırlar. Dairesel tekrarlar merkezi etki yaratırlar. Döngüsel hareket etkili olabilirler. Monotonluk etkisini azaltmak için “çeşitlilik” gerekir. Orantısal tekrarlar, çeşitlendirilmiş tekrarlardır. İki boyutlu tek geometrik şekil tekrarları yüzey ve doku etkisi yaratırken bunların kesişim alanlarından farklı büyüklük ve şekiller oluşacağından monotonluk etkilerini azaltıp, tam tersi dikkat ve hayret duygusu yaratırlar (Şekil 13).

Şekil 14:Tekrar



Kaynak: (Web, kinfolk)

1.3.2.2. Çeşitlilik

Paradoksal olarak, bir tasarım içinde birliği önermenin ikinci yolu, tasarım öğelerinin tekrarında küçük değişiklikler veya güçlü zıtlıklar oluşturarak onları çeşitlendirmektir. Tasarım öğelerinin kullanımında, şekil, büyüklük ve renk karşıtlıkları yaratılarak ya da tekrarlı şekillerin yönleri ve boyutları ile oynanarak çeşitlilik oluşturabilir. Bu sayede hareket, yön, gelişme ve büyüme gibi kavramsal ifadeler yaratılabilir (Resim 8).

Resim 8:Çeşitlilik



Kaynak: (Web, moma)

Yamashiro, orman koruma hareketi posterinde, "Ağaç" (木) ve "Orman" (森) anlamına gelen iki Japon karakter grubunu kullanır. Bu sembollerle Yamashiro, ormandaki küçük ve büyük ağaçlar gibi görünen görsel bir desen oluşturmak için karakterlerin boyutunu değiştirerek tekrarlar. Farklı büyüklükte tekrarları, dikey yönlü hareketle tamamlar.

1.3.2.3. Ritim

Bir tasarımda benzer ya da farklı öğelerin tekrarı ile oluşan hareketi izleyicinin gözü ile takip etmesi ritim duygusu yaratır. Ritim (TDK, 1974:672): “Bir dizede, bir notada vurgu, uzunluk veya ses özelliklerinin, durakların düzenli bir biçimde tekrarlanmasından doğan ses uygunluğu, tartım, ritim” olarak tanımlanırken, tasarımdaki karşılığı ise; tasar öğelerinin yüzey üzerindeki tekrarlı ifadesinin yarattığı etkidir. Kısaca ardışık tekrara, ritim denir.

Ritim sayesinde görsel devamlılık sağlanır. Bu da gözün tasar üzerindeki öğeleri bir devamlılık şeklinde izleme isteğidir. Kültürlere göre okuma eğilimi soldan sağa, sağdan sola, ya da yukarıdan aşağıya gibi farklılıklar gösterse de genelde soldan sağa bir görsel devamlılık tercih edilir. Uçar bu durumu şöyle açıklamaktadır (2016:155): “Seçici bir niteliğe sahip insan gözü kalabalıktan seyreğe, koyudan açığa, kolay algılanabilirden zor algılanabilire, büyükten küçüğe, etkin ve güçlü renklerden solgun ve pastel renklere

doğru bir algılama sırası izler. Bu sıralama tasarımcıya görsel bir yön (direksiyon) oluşturma ve algı yönünü kurgulayabilme konusunda yardımcı olur” (Resim 9).

Resim 9:Görsel Ritim



Kaynak: (Web, kinfolks)

Japon bahçe sanatı, ritim ve görsel devamlılık için mükemmel örnekleri oluşturur. Merdivenler, basamak taşları, küçük köprüler, patikalar ve çiçeklendirmeler sayesinde yürüme temposunun çevresel öğelerin kontrolünde ayarlanması ve duraklamalar sayesinde bahçe detaylarının yarattığı hazzın hissedilmesi sağlanmış olur. Bu sayede dolaşma, ritim duygusuna dönüşen bir görsel devamlılığa dönüşür (Resim 9).

Şekil 15:Görsel Devamlılık



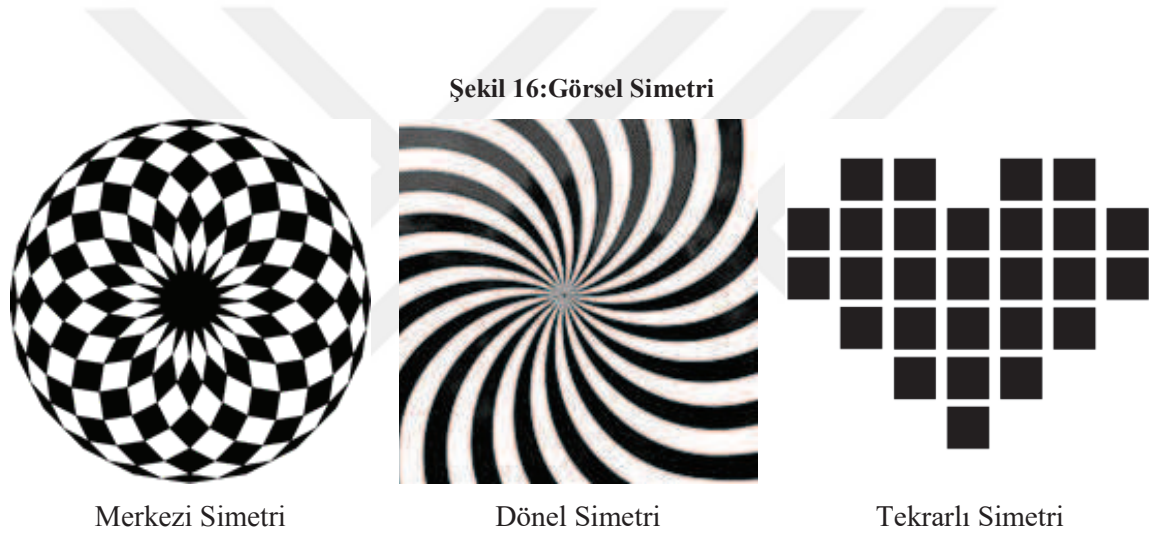
Kaynak: (Web, berggruen)

Al Held'in eserinde, geometrik formlar (prizma, pramit, silindir) uzayda farklı yönlerde hareket ediyormuşçasına yer alır. Göz, biçimlerin hareketini izlerken, kompozisyon ritim ve coşku hissi uyandırır. (Şekil 15).

1.3.2.4. Denge

Bir tasarı meydana getirmek üzere bir araya getirilen tasarı öğelerinin kendi aralarındaki uyumun sağlanması vasıtasıyla oluşturulan görsel uyuma denge denebilir. Denge sayesinde grafik tasar unsurları; fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi, hareket ve canlılık kazanır. Bir tasar simetrik ve asimetrik olmak üzere iki şekilde dengelenir.

Simetrik Denge; bir yüzey üzerinde yer alan farklı büyüklükte şekillerin oransal dengelerini açıkladığı gibi, bir yüzeyi simetrik olarak bölen hayali bir çizginin her iki yönüne yerleştirilen elemanların biçim benzerlikleri de simetri olarak tanımlanabilir. İnsan kendi bedenini simetrik olarak gördüğünden bu dengeye aşinadır. Genelde görsel bir düzenleme yaparken bu dengeye uymaya gayret eder.



Kaynak: (Web, kisspng)

Simetrik denge; merkezi, dönel ya da tekrarlı simetri gibi gösterilebilir. (Şekil 16).

Becer bu dengeyi şu şekilde açıklar (2011:66): “Geleneğin, resmiyetin, otoritenin vurgulanacağı tasarımlarda simetrik denge tercih edilir. Diğer yandan simetri, dürüstlük ve saygınlığın psikolojik simgesidir”

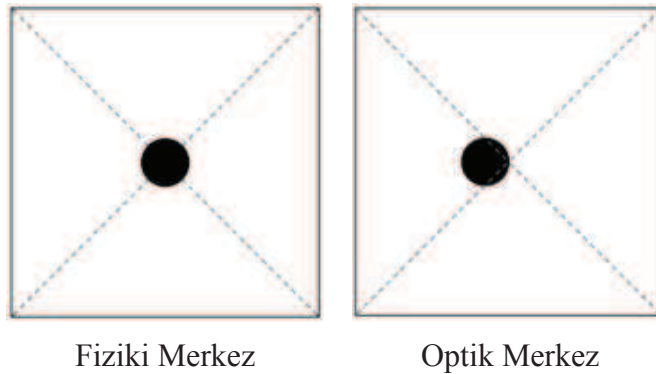
Resim 10: Simetrik Denge



Kaynak: (Web, moma)

Ludwig Hohlwein'in reklam afişi, simetrik denge için iyi bir örnek olabilir. Dikey aksın sağ ve solu neredeyse tam simetrik. Her iki elinde taşıdığı tepsiler ve üzerindeki ile yüz ve üst gövde simetrik olarak yerleştirilmiştir. Tasarım bu haliyle denge ve seçkinliğe atıfta bulunur gibi. Kalite ve titizlik ön plana çıkarılır (Resim 10).

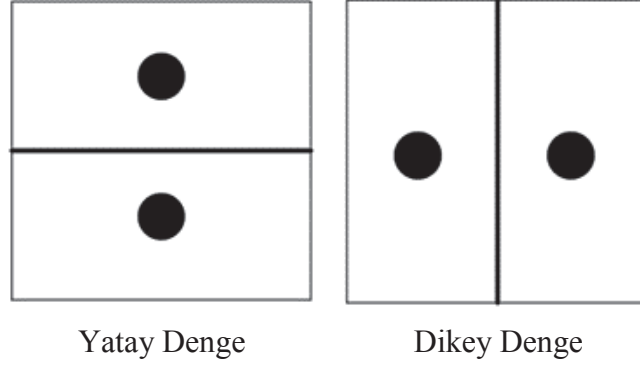
Şekil 17: Simetri



Görselde denge, yüzeyin fiziki merkezinde yer alabileceği gibi, görsel olarak merkeze yakın olarak da konumlanabilir. Sanatçının imgesini yerleştirme tercihinin göre yer aldığı

zeminde odak ya da merkez etkisi yaratır. Odak noktası olduğu için diğer öğeler de ona göre konumlanmak durumunda kalırlar (Şekil 17).

Şekil 18:Denge



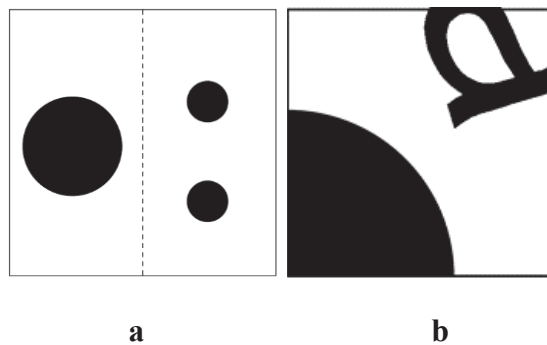
Bir tasarda imgelerin hayali bir yatay çizginin üst ve altında yerleştirilmeleri yatay simetri, dikey bir hattın sağ ve soluna yerleştirilmeleri ise dikey simetrik dengeyi oluşturur. Bir tasarda tasarım öğeleri şekil, büyüklük, renk, değer gibi benzer ya da eş ise simetrik dengeyi sağlar. Genelde statik etki yaratırlar. Tekrarlı ifadelerde monotonluk hissi yaratırlar. (Şekil 18).

Asimetrik Denge; daha dinamik bir yerleşim sunar. Uçar, bunu şöyle açıklar:

Dengeli tasarımlar insanda bir huzur ve dinginlik duygusu oluştursa da, simetrik, mutlak bir denge sıkıcı, statik bir his uyandırır ve uzun süre seyretililemez görsel tasarımlar yaratır. Buna karşın cesur bir şekilde oluşturulmuş asimetrik bir denge daha duygusal, deneysel, akılda kalıcı, eğlenceli ve sürükleyici yönlere sahiptir (Uçar: 2016:154).

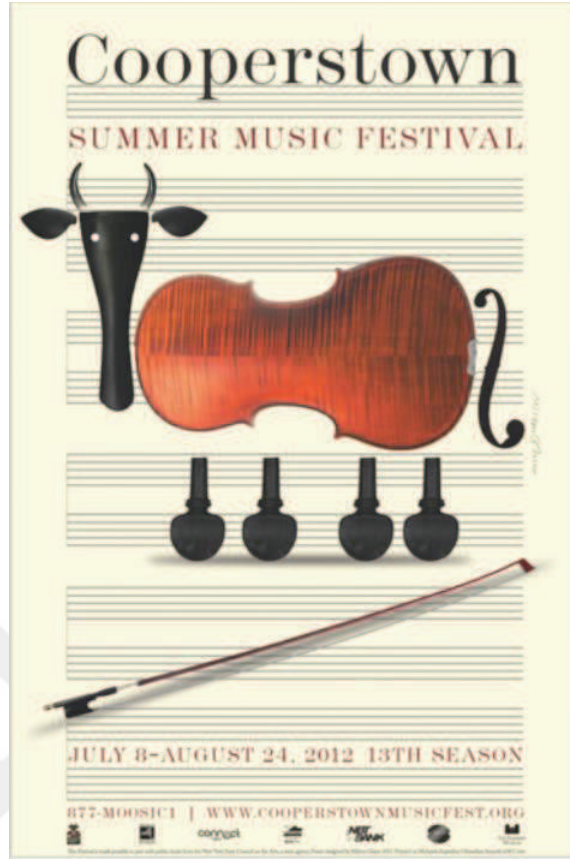
Asimetrik dengede hareket etkisi gözlenir. Sınır ve gerilim fazladır. Aynı zamanda görsel yüzeyin sınırları ve zemin-şekil karşıtlığı da bu dengede ön plana çıkar. (Şekil 19).

Şekil 19:Asimetrik Denge



Görselde, hayali bir aksın sağında ve solundaki öğelerin, şekil, renk, yön vb. karşıtlıklarından faydalanarak denge oluşturulmaya çalışılır (a). Asimetrik denge, bulunduğu yüzeyin sınırlarından çıkarak şekli gözün tamamlaması beklenir. Açık kompozisyon olarak tanımlanır.

Resim 11:Afişte Asimetrik Denge



Kaynak: (Web,Cooperstown Chamber Music Festival, Milton Glaser, 2012)

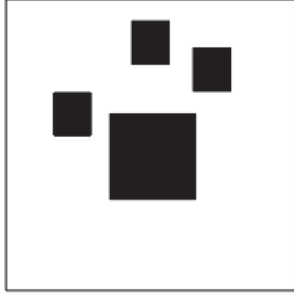
Grafik Tasarımcı Milton Glaser'in bir müzik festivali için tasarladığı afişte koyu-açık alanlar, büyük-orta-küçük şekiller, renkli-renksiz ögeler optik merkezi ortaya koyarlar. (Resim 11).

Asimetrik denge; birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel unsurların oransal, renksel, şekilsel vb. dengesidir. Bütün ile parçaları arasındaki denge ile klasik simetrik dengeyi reddeden tasarım yaklaşımıdır. Simetrik dengede geometrik merkeze yakın düzenleme yapılırken, asimetrik dengede parçaların oransal yerleşiminde optik merkez tercih edilir. Tasarda muhakkak denge oluşturulacak kuralı yoktur. Birçok tasarda optik merkez dengesiz olarak da yer alabilir. Burada tasarımcının ilgi çekmedeki başarısı önemlidir.

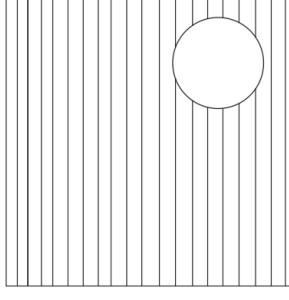
1.3.2.5. Vurgu/Kontrast

Tekrarlama, çeşitlilik, ritim ve dengeye ek olarak, sanatçılar tasarımlarını genellikle tek bir odak noktası oluşturarak birleştirirler bu da tasarım izleyici gözündeki en çekici olduğu haldir. Eğer bir tasarda odak noktası dikkat çekmiyorsa, izleyicinin dikkati dağılabilir. İzleyici verilmek istenen mesajı algılamada zorlanabilir. Bunun nedeni, tasar üzerindeki öğelerin bir araya gelme şekli odak noktası olmamasından dolayı dağılan bir yaklaşım sergilemesidir. Dikkat çekmek, ilgi odağı oluşturmanın farklı yolları vardır. Bunlar; optik merkez vurgusu, zıtlık vurgusu, renk vurgusu, yön vurgusu, şekil vurgusu ve büyüklük vurgusu olarak sıralanabilir (Şekil 20).

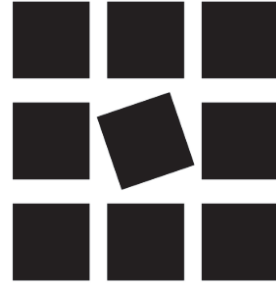
Şekil 20:Vurgu



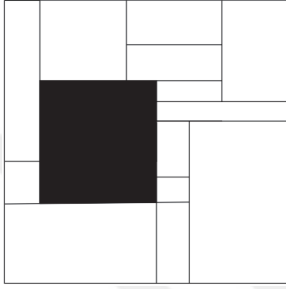
Optik Vurgu



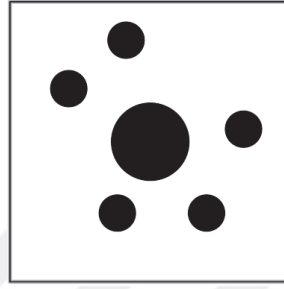
Zıtlık Vurgusu



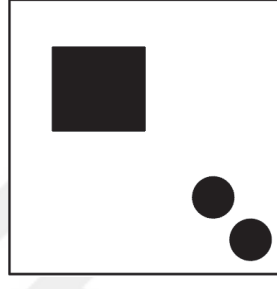
Yön Vurgusu



Renk Vurgusu



Büyüklik Vurgusu



Şekil Vurgusu

Şekli, fiziki merkeze ya da görsel merkeze yerleştirirken büyüklüğünü arttırmak ile “optik” vurgu, farklı geometriler ile karşıtlıklar yaratılarak “zıtlık” vurgusu, öğelerin renk karşıtlıkları ile “renk” vurgusu, farklı büyüklükte şekillerin karşıtlıkları ile “büyüklik” vurgusu, tekrarlı şekillerden birinin yönünü değiştirerek “yön” vurgusu, birden fazla benzer şeklin yanında farklı şekil ile “şekil” vurgusu sağlanabilir.

Vurgulama yapılırken diğer tasar ilkelerine de dikkat etmek gerekir; Becer, bu duruma şöyle açıklık getirir:

Vurgulama konusunda şu önemli kural unutulmamalıdır: Bir tasarım yüzeyinde her şey aynı anda vurgulanmak istenirse, vurgu kavramı yok olur. Bu nedenle, önce algılanması gereken vurgulayıcı unsurun birden fazla olmamasına dikkat edilmelidir. Başka bir deyimle; vurgulanmak istenen unsurun rolünü, başka bir unsur çalmamalıdır. Çok sayıda görsel unsurun eşit düzeyde vurgulandığı bir tasarımda vurgulamadan söz edilemez. Vurgulama; ön plana çıkması gereken unsur ile ikinci planda kalması gereken unsur arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi kontrastı ile sağlanabilir (Becer, 2011:74).

Tasarım ilkeleri, bazen birbirleriyle çelişebilirler. Örneğin vurgu ile birlik ilkeleri buna örnektir. Dolayısıyla tasarımcı “tasar”ı ortaya koymada kullanacağı tasar öğelerini (elemanlar) hangi tasarım ilkeleri ile bir araya getireceğine karar vermelidir (Resim 12).

Resim 12:Minyatürde Vurgu Örneği



Kaynak: (Web, islamansiklopedisi)

Vurgu kavramı; Türk Minyatür Sanatında oldukça belirgin olarak ortaya çıkar. İmgeler, perspektife göre değil önemine göre yerleştirilmiştir: Örneğin padişah, vezir, din alimi, askerler şekilsel “büyüklük” vurgusu yapılarak, padişahın kıyafeti diğer renklerden farklı olarak “renk vurgusu”, Padişah ya da vezir orta ya da ortaya yakın konumlandırılarak “optik” vurgu, şekil-zemin karşıtlıkları ile “zıtlık” vurgusunun yapıldığı görülür.

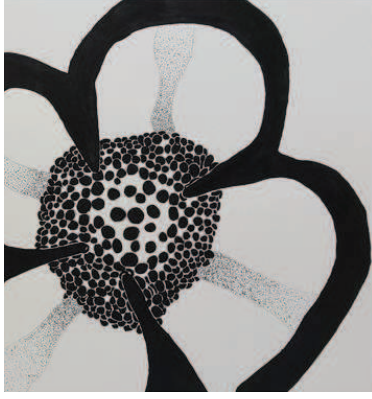
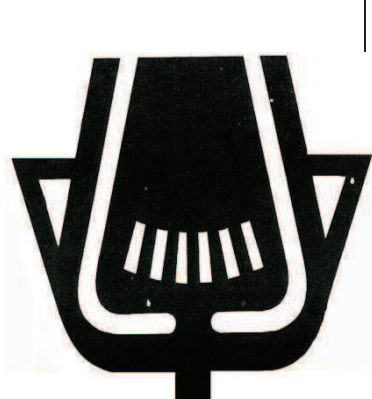
1.3.2.6. Ekonomi

Çizgiyi ekonomik kullanmak ve işlevsel olmayandan ayıklamak bir anlamda soyutlayarak ana fikri koruma çabasıdır. Eliminasyon işlemidir, fiziksel bir nesnenin temel biçimsel özelliklerinin izole edilmesi, soyut sanatın da bir şeklidir. Bu çalışmalarda grafiksel bir ifade vardır. Biçim ve işlevin grafik sadeliğidir. Eklemlerle değil tam tersi eksiltmelerin son sınırına ulaşma çabasıdır. Ekonomiyi elde etmenin farklı yolları vardır bunlar; grafik sadeleştirme, çizgeli sentez yada geometrik karakter gibi yöntemlerdir.

Grafik Sadeleştirme

Gözlenen nesnenin biçimsel ve işlevsel karakteri (görünüş ve kesitler) sırasıyla çizgisel sadeleştirmeye götürülür. Yalınlaştırmada sona gelindiğinde şekilsel karakter biçim olarak grafik ifadeye dönüştürülür (Şekil 21).

Şekil 21:Grafik Sadeleştirme

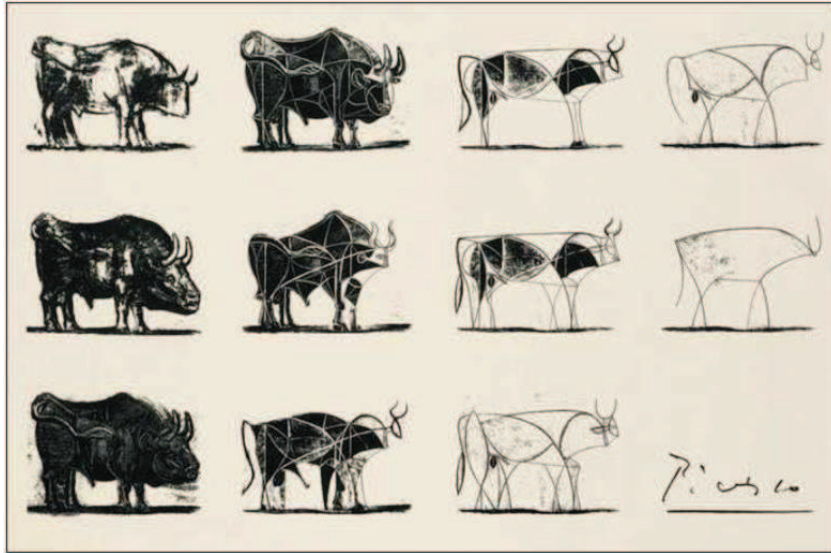
		
Dikey Kesit Sadeleştirme	Yatay Kesit Sadeleştirme	Çizgili İfade

Şekilde kaynak doğadan, dolmalık biberin geometrik sadeleştirme adımlarını görüyoruz. Çizgili anlatımda sınır; özü kaybetmeden biçimsel karakterin grafik ifadesini korumaktır.

Çizgili Sentez

Pablo Picasso'nun "The Bull" eserinde biçimsel yapının ekonomik dönüşümü adım adım izlenir (Resim 13).

Resim 13:Pablo Picasso "The Bull", Çizgili Sentez



Kaynak: (Web, artfactory)

Bu çizimlerde nesneyi gerçekçi olarak tasvir etmekten öte, geometrik karakteri ortaya çıkarmaya yönelik çizgisel ayıklamanın yapıldığı görülebilir. Çizgi, şekil ve geometriye önem verildiği bir çalışmadır. Çizgi ekonomisi ile tasvir bize detaylarından arınmış ama sonunda yine nesnesini temsil eden bir çizgeli senteze dönüşüyor.

Kısmi bir soyutlama da olsa çizginin ortaya koyduğu son biçim yine "The Bull" (boğa) dır.

Resim 14: Turhan Selçuk, Çizgili Sentez



Kaynak: (Web, butdergisi)

Karikatür sanatı, çizginin ekonomik kullanıldığı tasarımları ortaya koyar. Tek çizgi ile çok şeyi anlatmak, üstelik içine duyguları da katmak oldukça zor bir sanattır. Kuvvetli bir gözlem gücüne ihtiyaç vardır. Karikatür sanatçısı Turhan Selçuk'un eserinde kahramanı olan Abdülcanbaz'ı hayatın tüm zorluklarının üstesinden gelen ince bir denge üzerinde (bisiklet) duran adam olarak çizmiştir (Resim 14).

Tasarımda ekonomi sadece çizginin sadeleştirilmesi olmayabilir. Bir geometriyi, ya da bir nesneyi anlatmada, o şeklin ana karakteri olan biçim özelliğinin ana hatlarını ortaya çıkarmakta ekonomi için örnek olabilir. Bu yolla izleyici, eksik görüntünün zihinsel olarak tamamlamasını yaparak ana biçime ya da kavrama ulaşır. Zihinsel deneyimler ve ortak kültürel bilgiler bu deneyimde yardımcı olan etmenlerdir (Resim 15).

Resim 15:Volkswagen, Çizgili Sentez



Kaynak: (Web, lab.tier10)

Volkswagen reklamı, "böceğin" sadece ana hatlarını kullanır, ancak bu, halkın tanıdık otomobili açıkça görmesi için yeterli bilgiyi iletir. Bu şekli tanımlamak çok kolaydır, çünkü 1960'ların görsel kelime hazinesinin erişilebilir bir parçasıdır. Tasar "How much longer can we hand you this line" sorusuyla çizgi ifadesini tamamlamaktadır.

1.3.3. Temel Tasarımda Organizasyon Esasları

Bu konuya başlık olarak; "görsel algılamada bütünleşmeyi sağlayan gereklilikler" adı da verilir. "Artistik Form"a yön veren psikolojik kuvvetler, sürekli olarak birbirlerini etkiler. Görüş, sadece görülen maddenin özellikleri ile açıklanamaz; o anda zihinden geçen şeylere de bağlıdır. Görülen varlık hakkında, bizde uyanan fikir, yani onu algılayış; yalnız o objenin özellikleriyle değil, daha önce edindiğimiz tecrübelerle zihnimize depo ettiğimiz model ve tarzların bileşimi ve bunlara ilave edilen kişisel yeteneğe bağlıdır. Örnek olarak, gri bir zemin üzerinde yer alan kırmızı bir üçgen renk parlaklığı, şekli, yönü vb. özellikleri ile dikkatimizi çekerken aynı zamanda da zeminle olan kontrasta bağlı olarak koyulaşıp yeşil olarak görünecektir.

Her tasarım elemanı görsel alanda (resim düzlemi) kendi içinde bir ilişkiler düzenidir. Bir düzlem üzerindeki iki nokta arasına çizilecek çizgi neredeyse sonsuz olanaklar doğuracaktır. Gürer bunu görsel bir düzen olarak aşağıdaki gibi açıklar:

Görsel alandaki düzen elemanlar arasındaki ilişkiler bütünüdür. Gestalt psikologları bu ilişkilerin devamlı olarak insan beyni tarafından arandığını ve içgüdü olması dolayısıyla gerekli olduğunu da vurgular. Bu arayışı “tahmin etme” yani “bulma olayına” çevirme bir Gestalt teorisi içindedir. (Gürer, 1990:43)

Burada sorulması gereken soru şudur: Genel olarak hangi organizasyonlarda beyin, neye dayanarak düzene varabilmektedir veya beyin hangi kavramlarla düzen arar?

Gestalt psikologları, gördüğümüz nesnelerin bir düzen içerisinde, bir bütün olarak görülmelerini sağlayan dört gereklilik saptamışlardır. Bunlar; yakınlık, benzerlik, ayırıcı nitelik ve saydamlıktır. Bunları sırasıyla inceleyelim:

1.3.3.1. Yakınlık

Birbirinden uzak olan biçimler dağınık görüntüsü verirken, aralarında bir ilişkide kurulamaz. Bu bir yüzey üzerinde yer alan şekiller ya da boşlukta yer alan biçimler için geçerlidir. Bir yüzey kompozisyonu olarak afiş tasarımında, birbirine yakın olarak yer alan imgeler, aralarında bir ilişki varmış gibi algılanırlar. Yakınlık olarak ele alınan şekil ya da biçimler temas edebilir, çakışabilir (bindirme) ya da aralarında diğerlerine göre daha az bir aralık var olarak algılanırlar. Bu görsel bir gerilime de neden olabilir. Bu aralık için bir ölçü vermek mümkün değildir. Şekil ya da biçimlerin, büyüklükleri, renkleri, biçimleri, yönleri gibi özellikleri yakınlık duygusunu etkiler.

1.3.3.2. Benzerlik

Tasarımda, benzer öğeler her zaman birlikteymiş gibi algılanırlar. Benzer olmayan biçimler gelişigüzel bir etki yaratırlar. Kompozisyon oluşturmak zorlaşır. Belirgin olmayan, net olarak ne anlatmak istediği anlaşılamayan bir durum oluşur. Benzer şekiller, renkler, dokular, ortak bir özellik göstermelerinden dolayı benzerlik ilkesine göre bir bütünün parçalarıymış gibi algılanırlar. Benzer şekillerde ortak özellikler aranır. Sonuç olarak, belirliliği sağlamanın bir yolu cisimlerin benzer taraflarının ortaya konmasıdır.

1.3.3.3. Ayırıcı Nitelik (Karakteristik)

Bir biçimi tanımlarken onun ayırt edici özelliklerini belirtir bir tanımlama yapılır. Böylece bir karışıklığında önüne geçilmiş olur. Ayırt edici nitelik, kendisinde olup da başkasında olmayan bir özelliktir. Bu yolla hafızada yer alabilir. Cisimlerin ayırt edici özellikleri şunlardır; iyi devamlılık, kapalılık, öğelerin bağıntısı, simetri.

- **Devamlılık:** Öğeler biçimleri meydana getirirken kesintiye uğramadan iyi bir devamlılık gösterirlerse; meydana getirdikleri biçim daha düzgün ve daha etkili olur.
- **Kapalılık:** Biçimlerin sınırları kesintisiz olduklarında kendilerini tam olarak ifade ederler. Bu aynı zamanda biçimin şekil olarak ifadesini de ortaya çıkarır.
- **Öğeler bağıntısı:** Biçimler sadece dış çizgileri değil iç çizgi, iç öğeleri ile var olurlar. Bu öğeler bir bağıntı içinde oldukları takdirde, biçim daha iyi bir ayırıcı nitelik (karakter) kazanır.
- **Simetri:** Tam simetrik şekiller kararlı ve dengeli duruşlarıyla etkilidirler. Hatırd tutulmaları daha kolaydır. Simetrik şekiller aynı zamanda kendi eksenlerini de oluşturarak yatay, dikey ya da açılı konumlarını da ortaya koyarlar. Simetrik

biçimler aynı zamanda otorite, monotonluk, bıkkınlık gibi duyguları da çağırırlar.

1.3.3.4. Saydamlık

Yüzeylerin birbirini örtmesi neticesinde arkadaki görünmemesi belirsizliği doğurur. Görünmeyen “yok” olarak kabul edilir. Mimari ya da grafik düzenlemeler yapılırken örten elemanın boşluklu olması arkadaki nesneleri, fonu kısmen göstermesi bakımından saydamlığı yaratır. Bu bakımdan örtücü elemanın muhakkak cam gibi saydam bir malzeme olması gerekmez. Diğer bir örtücülük de, örten elemanın altında kalan kısmen kendisini hissettirmesidir. Bunu iki yolla gerçekleştirir. Birincisi, örtenin altında kısmen bir parçasını göstererek, ya da kendi silüetini renk, şekil, biçim olarak hissettirerek. Saydamlık çok katmanlı çalışmalarda, üst üste bindirmelerde önemli bir algı unsurudur.

1.3.3.5. Şekil Zemin Anlatımları

Üç boyutlu geometride, uzayda yer alan şeklin büyüklüğü, hacmi, dokusu vb. özellikleri bakımından zemine göre daha kuvvetli bir etkidir. İki boyutlu grafik yüzey çalışmalarında ise şeklin kendi etkisi kadar zeminle girdiği ilişkinin dengesi de önem kazanır. Buna grafik ifadede şekil-zemin ilişkisi denir. Gestalt psikologları bu ilişkiyi inceleyerek şu sonuçlara varmışlardır.

- Şekilleri, zeminden ayıran en önemli özellik onların kenarlarıdır.
- Şekil bir nesne, bir cisim karakteri taşır.
- Kenar çizgileri zemine değil, şekle ait görünürler.

Şekil anlatımları genel olarak üç yolla meydana gelir. Bunlar; derinlik, çizgisellik ve etkili çevredir. Bu üç hususun neler oldukları izah edilmiştir:

- **Derinlik:** Grafik tasarımda, bir düzlem üzerinde yer alan biçimler üst üste ya da yan yana konduklarında önde, arada, arkada olarak kendilerini hissettiriyorlarsa burada bir derinlik ifadesinden bahsedilir. Resim düzleminde bu ifade; biçimlerin birbirini örtmesiyle, onların saydamlıklarıyla, büyüklük-küçüklük ilişkisiyle, aralarındaki ölçüsel derecelenmeyle, ton değerleriyle, doku, renk, matlık-parlaklık ve perspektif olarak yakın-uzak etkisiyle kendini gösterir. Tasarımcı ya da sanatçı bu unsurları eserinde konuya uygun olarak yerleştirir.
- **Çizgisellik:** Üç boyutluluk etkisi yaratmada çizginin kullanılmasıdır. Düz ya da kıvrımlı çizgilerin meydana getirdikleri bir takım iki boyutlu çizimler üç boyutluymuş gibi bir etki yaratırlar. Bu etki; çizgilerin sayıları, yönleri, sıklıkları, kalınlıkları, renkleri ile sağlanır. Derinlik etkisi ile ifade kuvvetlendirilir.
- **Etkili çevre:** Etkili çevre için öncelikle “kapalılık” esastır. Bir biçimin en doğru ifadesi sınırlarının tam ve belirgin olmasına bağlıdır. Etkili çevre bu sınırı daha kuvvetli olarak ortaya çıkartır. Işık ve gölge etkisi kullanılarak üç boyutluymuş hissi verilir. Bu şekilde, sınır zeminden oyularak çıkartılmış ve kalınlığı olan bir biçime dönüşür. Ortaya konan bu zıtlık sayesinde örneğin grafik tasarımda bir ürünün ya da konunun vurgulanması sağlanmış olur.

Temel tasarımıda organizasyon esasları, tasarımın biçimsel yönü içerisinde yer alan onu görsel algıda bütünleştirme yönüyle destekleyen gerekliliklerdir. Grafik tasarımıda ortaya konulan ürünlerden biri de afiş olduğuna göre, verilmek istenilen mesajın etkisi bu gerekliliklerin ne ölçüde doğru kullanıldığına bağlı olacaktır. Bütünleşme bakımından zayıf kalmış bir anlatım ne yazık ki hem biçimi he de içeriği olumsuz yönde etkileyecektir. Bir afişin biçim yönüyle çözömlenmesinde, bu gerekliliklerin varlığı ile mümkün olacaktır.

1.4. Tasarımda Temel Kavramlar

1.4.1. Öz

Türkçede “bir şeyin temel ögesi” olarak tanımlanan terim (TDK, 1974:634). Tasarım alanında temel fikir ya da kavram olarak kullanılır. Ayla Pakyüz öz’ü tanımlarken aşağıdaki ifadeyi kullanır;

Sanatta tema, konu ve anlam ‘öz’ kavramını meydana getirir. Konu dış olay, tema iç olaydır. Konu temanın somutlaştırılmasıdır, yani konu bir durumu biçimlendirir. Temanın içeriksel değeri ne denli yüksek olursa olsun, tek başına fikirsel ve sanatsal değere sahip değildir. Yani yorumlanışa göre anlam kazanır. Yorumlayışta, öz ile sadece neyin sunulduğu değil, nasıl, hangi biçimde, hangi ortamda, ne derece toplumsal ya da bireysel duyarlılıkla ortaya konduğu da gösterilir. (Web, aylapakyuz.blogspot)

Tasarımın temel sorunlarından biri de öz-biçim ilişkisinin kurulma zorluğudur. Biçim ait olduğu nesnenin (kavram, tema, konu) işlevine bağlı olarak şekillenirken aynı zamanda özünüde korumak zorundadır. Öz yapısında değişmeyen olmakla birlikte çok farklı biçimlerde ortaya konulabilir. Örneğin, kırmızı, renk olarak “öz” iken, ruj, kan izi, isim vb. olarak farklı biçimlerde ifade edilebilir. Bir tasarım problemi, belli bir özü, belirli bir içerikle birleştirip bir biçime dönüştürürken bunu ne ile ve nasıl oluşturacağını da çözmek durumunda kalacaktır. İşlevi ortaya koymadaki en büyük zorlukta budur.

1.4.2. İşlev

Görsel bir tasarımın görevi önceden saptanmış bir içeriği amaca göre seçilmiş görsel öğelerle anlatmaktır. Bu bir dil işlevidir. İşlev terimi örneğin mimarlık ya da endüstri tasarımı alanların da “fonksiyon” olarak kullanılırken, görsel tasarımlarda (resim, grafik vb.) öz’ün biçim’e taşınması görevini yapmaktadır. Örneğin, doğadan bir nesne olarak yer fıstığını ele alacak olursak, onun kabuk ve iç yapısı “öz” ünü, kabuğun içi korumasını da “işlev” olarak değerlendirebiliriz. Biçim işlevin sonucudur. Bir başka örneği, grafik tasarımdan verecek olursak, bir film afişinin işlevi temsil ettiği filmin oyuncularını ve konusu hakkında bilgi vermektir. O halde işlevi; bilgilendirmektir.

1.4.3. İçerik ve Biçim

Tasarımda “biçim” ve “içerik” sorunsalı her zaman kendini göstermiştir. İçeriği eksik biçimler ya da biçim olarak eksik kalmış içerikler anlam yaratmada ya da iletişimde başarısız olurlar. Tasarımcının en büyük zorluğu bu iki kavramı denge içerisinde tasar üzerinde kurgulamasıdır. Çünkü, biçim olarak ön plana geçen bir tasar görsel bir karışıklığa neden olur. Bu bağlamda biçim ve içerik kavramları için Saldıray’ın açıklamaları yönlendiricidir.

Tasarımda, belli bir içeriği belirli bir biçimle uyumlandırmak tüm bir tasarımda ana sorundur. İçerik sorunun tanımlayıcısı iken, biçim sorunun çözümü olmaktadır. Aynı tasarım problemi ve varılacak sonuçta konu konu saptanmış olsa önceden belirlenmiş bulunmayan bir düzen ve biçim ortaya konulabilir. Amaç-araç uygunluğu ise biçimin temel ögesi durumundadır. Tasarımın, bir tasar üzerindeki anlatım araç ve öğeleri ise, biçimlendirme süreci içindeki her aşamayı oluşturan, yönlendiren, denetleyen tüm soyut ve somut veri, bilgi, deneyim birikimi, malzeme gibi değişik fakat sorun çözümlemede zorunlu olan bir öge ve bileşenler kapsamından oluşur. Bunlar, çizgi, biçim, oran, renk, ton, doku, hareket, espas, öz ve bütünlük olarak belirlenen tasarım öğeleridir. (Saldıray, 1975:32)

Tasarımda “içerik”, okuyucu/izleyici için bir mesaj iletme yoludur. Anlam ve duyguları iletirken tasarımın biçim yönünü aracı olarak kullanır. Bu bağlamda Ertan, Sansarcı’nı açıklamaları önemlidir:

İçerik; konunun ya da problemin tasarımın içinde aldığı durumdur. Grafik tasarım o konuyu belirli amaçlar doğrultusunda iletişim kurmak için sorun olarak ele alır ve kendi tasarım disiplini içerisinde fikir olarak çözüme ulaştırır. Bu nedenle bir tasarımın içinde anlatılmak istenilen şey “içerik” denilebilir. Anlatılmak istenilen duygular, olaylar, düşünceler, anlamlar içeriği oluşturur. “Bir sanat yapıtının içeriği; onu oluşturan gösterge sisteminin anlam yüküdür, yapıtın tüm görüntüsel dokusu içinde barınan ve oradan çıkan manevi bildirimdir.” (Ertan, Sansarcı, 2017:196).

Görüntüsel bir gösterge olarak ortaya konmuş bir tasar, okuyucu/izleyici tarafından her zaman bir merak, hayret duygusu ile irdelenir. Örneğin; grafik tasarımda ortaya konmuş bir afişin başarısı onun yarattığı dikkat çekme ve ilgi yaratma gücüdür. Ancak o zaman bir anlam yaratabilirler. Ertan ve Sansarcı içerikte anlamı vurgularken aşağıdaki ifadeyi kullanır;

İçerik, görüntüde ne olduğu sorusunun cevabıdır. Görüntüye giren her şeyin bir anlamı olmalıdır. Bu öğeler ya doğrudan ya da bir takım kodlar aracılığı ile bir şeyler anlatırlar. İçeriğin bir başka tanımı da yapıtın izleyicide uyandırdığı tüm duygu ve düşüncelerdir. Görsel, yazı ile birleştirildiğinde, ifade edilen anlam yani içerik değişebilir (Ertan, Sansarcı, 2017:196).

Tasarımda “biçim”, ortaya konulan tasar üzerinde yer alan görsel öğelerinin düzenidir. Biçim, kompozisyon oluşturma da tasarım öge ve ilkelerinin ne şekilde ele alındığına dair bir yorumlamadır. Biçim olarak yetersiz bir tasarım içerik yönünü de olumsuz olarak etkiler. Ertan ve Sansarcı biçim zayıflığının neticesini şu şekilde vurgular;

Biçim, görüntünün nasıl oluşturulduğu sorusunun yanıtını vermektir. Bunlar; sanatçının nesnesi ile kurduğu ilişki, ışık, renk, kompozisyonudur. Biçim eserin altyapısını oluşturduğundan, biçimsel zayıflıkları ve eksikleri olan yapıtlar, kendilerinden söz ettiremezler. (Ertan, Sansarcı, 2017:196).

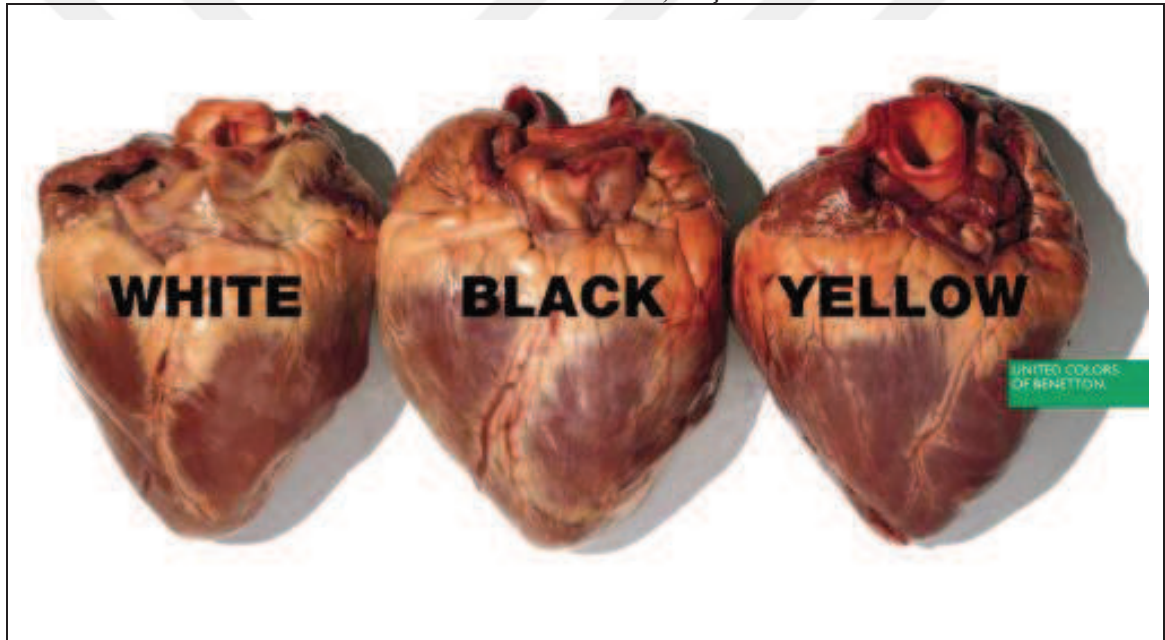
Tasarımın biçimsel öğeleri, tasarım öğeleri ve tasarım ilkeleridir. Tasar’ı ortaya koyarken bu temel öge ve ilkelerin yardımıyla görselleştirme yapma imkanına sahip oluruz. Tasarımın görsel öğeleri olarak da tanımlayabileceğimiz bu temel tasarım elemanları bir araya gelirken, tasarımın düzen oluşturu (ilkeler) ve algıda organizasyon esaslarına uygun planlaması esastır. O halde tasarımda içerik-biçim ikilisi; kodlanmış bir mesajı kültürel referansları kullanarak ileten çok önemli anlam-görüntü aracıdır. Biçim ve içerik

ilişkisi bir tasarımın oluşum sürecinde en önemli unsurlardan biri olmuştur. Yapılan bu tespit aşağıdaki ifade ile aynı yöndedir:

Bir tasarımda görme yoluyla algılanan her şey biçim, biçimin yorumlanması ve ilettiklerinin doğru algılanması sonucunda oluşan anlam ise içeriktir. Tasarım, kendi içerisindeki düzenlemeden, sözden, renkten, tondan, hareketten, ritimden başka bir şey değilmiş gibi algılanabilse de; bir tasarımın biçimsel yapısında içerikle ilgili bir kodlama, dile getirilen bir anlam, iletilmesi amaçlanan bir mesaj vardır. Bu nedenle biçim ve içerik birbiriyle ayrı gibi olsalar da tasarım alanında etkileşim halindedirler (Ertan, Sansarcı, 2017:196).

Grafik tasar'ın bileşenlerinden olan fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi imgeleri bir araya gelirken bu hassas etkileşime önem verilmelidir. Grafik tasarımcı Oliviero Toscani'e ait "Benetton" giyim firması için toplumsal farkındalık yaratma amacıyla yapılan bir tasar' da fotoğrafın yazı ile birleştiğinde nasıl bir anlam (içerik) kazandığını irdeleyelim. (Resim 16).

Resim 16:Oliviero Toscani, Afiş Görseli



Kaynak: (Web, theguardian, Oliviero Toscani)

Görsel İrdeleme

Bir tasarımda ortaya konulan "tasar" üzerinden görsel bir irdeleme yapılacaksa öncelikle görsel öğelerinin ortaya çıkarılması ile "biçim" yönünü ele almak, biçim olarak ortaya konulanların yarattığı anlamı da "içerik" yönüyle ele alarak "anamlama" yapmak mümkündür. Tasarımın başarısı da "öz-işlev-biçim-içerik" ilişkisindeki dengenin ne ölçüde doğru kurulduğuna bağlıdır.

Görsel iki unsurdan oluşur; fotoğraf ve yazı.

- **Fotoğraf:** Üç adet kalp (Benzerlik ilkesine göre, insan kalbi olarak kabul edilebilir).
- **Yazı:** Kalpler üzerinde beyaz, siyah ve sarı sözcükleri ve marka logosu.

- **Biçim yönüyle irdeleme:** Şekil, renk, doku, yön, oran, tekrar ile “tasarım öğeleri” olarak, yakınlık ve benzerlik ile de “organizasyon esasları” bakımından irdelenir. Tasarım öğeleri olarak ortaya konulanlar yakınlık ve benzerlik (şekilsel-biçimsel-dokusal-oransal-yön) bakımından ortak özellik göstermektedirler. “İrkçılık” teması biçimi oluşturan “öz”ü, kalp imgesi yaşamı, insanı yansıtmaları bakımında da “işlev”i ortaya koymaktadır.
- **İçerik yönüyle irdeleme:** Kalp fotoğrafı yazılı dili kullanmasaydı anatomi fotoğrafı için bir örnek teşkil edecekken, üç farklı sözcükle (beyaz, siyah, sarı) birleştğinde kendi görüntüsünün ötesinde yeni bir anlama kapı açar. Benzer ya da eş üç kalp, tek bir kalbe vurgu yapmaktadır artık. Kalp ve yazılı dil ile ırk ve insan kodlaması yapılırken, yakınlık ve benzerlik yönüyle tek kalp tek insan vurgusu yapılmaktadır. O halde, verilmek istenen mesaj da “ırkçılık karşıtlığı” ya da “dünya vatandaşı”dır. Sonuç olarak; görselde yer alan logo bu mesajın temsilcisidir.

1.5. İletişim ve Grafik İletişim

İletişim, Türkçede; duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişimasyon”. Manasında kullanılmakta olup, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu arasında gerçekleşen bilgilerin aktarılması olarak tanımlanır.

İletişim için; konuşma-ışitme söz konusu olsa da, kör ya da sağır bireyler için tasarlanan yöntem ya da araç ve gereçler yardımıyla da iletişim kurulur. Yine sadece insanlar arasında değil diğer canlılarla da bir şekilde iletişim kurulabilir. İletişim becerisi kişisel bir özellik gösterir ve yeteneklere göre öğrenme süresi değişebilir. Okumak ve yazmak doğuştan gelen bir özellik olmadığına göre, iletişimde sonradan öğrenilerek ilerletip geliştirilebilir. Okumak ve eğitim iletişimin bir parçasıdır. İyi yazılmış bir kitap, başarılı bir eğitmen, iyi planlanmış bir sınıf ortamı, vb. etmenler iletişimde hızı ve başarıyı olumlu olarak etkileyeceği varsayılabilir.

İletişim, hata ya da önemsenmemeye asla tahammülü olmayan bir durumdur. Toplumsal sorunların ortaya çıkmasında, çatışma ya da ülkeler arası politik krizlerin temelinde yanlış iletişim kanallarının kullanılması ya da iletişimsizlik rol oynar.

İletişim, 21. Yüzyıl için tanımlanan dijital çağın en önemli unsurudur. Televizyon reklamları, kentin reklam mecraları; afişleri, totemler, billboardlar, bina cephesi hareketli reklam görselleri gibi pek çok görsel bir arada sunulduklarında kavram ve anlam kargaşasından başka bir şey ifade etmezler. Görüntü kirliliği iletişimin önüne geçerek istenenin tam tersi -ürüne ya da hizmete karşı- kayıtsızlık yaratır. Tasarım olarak ortaya konmuş bir çok “ürün” bu kalabalık arasında yok olmaya mahkumdur.

Diğer bir örnek olarak da, tasarım olgusundan yoksun bir üründe de benzer bir iletişim sorunu vardır. Her birisi ayrı olarak bir mana ifade eden birden çok şey bir araya getirildiğinde de iletişim karmaşası yaratabilir.(Resim 17).

Resim 17: Travel Around The World, Afiş Görseli



Kaynak:(Web,tuvall)

İletişimde amaçlanan, mesajı doğru, etkili ve en hızlı biçimde iletmektir. İzleyicinin dikkatini çekmek, yönlendirmek ve harekete geçirmek, onun asıl görevidir.

1.5.1. Grafik Tasarım

Grafik Tasarım, Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisine göre (2:702) “İngilizce’de graphic design: Türkçe’de grafik tasarım olarak kullanılan bu sözcüğe “Görsel iletişim tasarımı”da denir”. Grafik tasarım, bir mesajı görsel iletişim yoluyla hedef kitleye duyurma işlevini, güzel sanatların estetik nitelikleriyle birlikte, resim ve yazıyı birbirini tamamlayan bir düzenleme içinde kullanarak yerine getirir. Farklı dilleri konuşan insanlar arasında ortak bir iletişim dili kurmak açısından çok önemli bir işlevi olan bu tasarım dalı, iletişim medyalarına paralel olarak, her geçen gün daha büyük oranda insanın yaşamında yer almaya başlamış, günümüzde ise dünyayı saran iletişim ağı ortamında artık çağdaş dünyanın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir.

Grafik tasarım terimi ilk kez 20.yy’ın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. Teknoloji geliştikçe, sadece basılı malzemeler değil; film aracılığıyla perdeye yansıtılan, video ile ekrana gönderilen ve bilgisayarlar yardımıyla üretilen görsel malzemeler de grafik tasarım kapsamı içine girmiş ve bu terimin anlamı oldukça genişlemiştir (Becer, 2011:34).

Resim 18: Francisco de Goya, Afiş Görseli



Kaynak: (Web, museodelprado, Francisco de Goya)

Bir grafik tasarım problemi daima iletişim ile ilgilidir. Tasarımcı; uygulama yöntemlerinin yanısıra görsel algılamanın doğasını, görsel yanılsamanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek ve göz önüne almak zorundadır (Becer, 2011:34).

Tasarımcı, sanatın estetik, tasarımın biçim ve işlevsel yönünü kullanarak tasarım problemini çözmeye çalışır. Bunu gerçekleştirebilmek için; biçim-işlev uyumuna, içeriğin görsele yansıma başarısına, anlatım dilinin yalınlığına, görsel imajın doğru seçimine ve akılda kalıcılık gibi unsurlara dikkat eder.

Grafik tasarımcı sözcükleri ve görüntü unsurlarını görsel bir iletişim oluşturacak biçimde bir araya getiren kişidir. Bu unsurlar, izleyicinin çözebileceği sözel-görsel bir denklem içinde sunulur. Grafik tasarımcı hem bir mesaj aktarıcı, hem de biçim düzenleyicisidir. Grafik tasarım ise iletişim sağlayıcı mesajı doğru ve yalın bir biçimde yansıtmaya işlevidir. (Becer, 2011:36)

Tasarımcı bu mesajı doğru bir biçimde verirken aynı zamanda içeriği de zenginleştirici bir yol izleyerek vermesi gerekir. Bir tasar üzerinde yer alan fotoğraf, tipografi, illüstrasyon gibi görsel imgeleri oluşturan, tasarım öğeleri ve tasarım ilkeleri ile grafik ve baskı tekniklerinin tümünde yaratıcı bir tutum sergilemesi gerekir. Bu yolla elde edilen grafik biçimler iki anlamda belirginleşir. Bu bağlamda Becer'in açıklaması aydınlatıcıdır:

Bu biçimler; görsel özelliklere sahip optik fenomenler oldukları kadar, aynı zamanda bir mesaja görsel yapı kazandırmada diğer göstergelerle birlikte var olan iletişim sinyalleridir. Grafik biçimler, optik özelliklerinin ve algılamaya dayalı anlamlarının yanı sıra, izleyiciye mesaj aktaran işaretlerdir. Kültürel bir birikimin sonucunda oluşan bu işareteler, bilgiyi önceden belirlenmiş bir sistem ya da kodlamaya uygun olarak iletirler. Grafik tasarımcı, bu bilgiyi iletmede her türlü görsel iletişim aracından yararlanır (Becer, 2011:37).

Sonuç olarak; grafik tasarım ürünü olarak ortaya konmuş tasar üzerinde yer alan “grafik biçimler” izleyiciyle iletişim kurarken şu özelliklerini kullanırlar;

- Görüntüsel göstergedirler
- Anlam yaratırlar
- Mesaj iletirler

Bu mesajların taşıdıkları kodları ya da sistemi okuyabilmek ya da “anamlama” yapabilmek içinde kültürel bir birikime sahip olmak gerekir.

1.5.2. Grafik Tasar: Afiş

Yaşadığımız kentte, cadde ve sokaklarda, sinema salonlarında, alışveriş merkezlerinde her gün yüzlerce reklam imgeleri görürüz. Bunlar karşımıza çoğu zaman bir ürün veya hizmeti duyurmak amacıyla reklam afişleri olarak ya da bir sinema filmi tanıtmak amacıyla film afişleri olarak çıkar. Adeta imgeler bombardımanı altında kalırız. Çoğunu görmezden gelip unuturuz, ancak ilgimizi çeken birkaç tanesi aklımızda yer edebilir. Bunların verdiği mesajları okuyabiliriz. Berger reklam imgesini şu şekilde açıklar:

Reklam imgesi anlıktır. Onu bir sayfayı çevirirken, bir köşeyi dönerken, yanımızdan hızla geçerken görürüz. Tecimsel reklamların bitmesini beklerken televizyon ekranında çarpar gözümüze. Hiç durmadan yenilenip durmaları, zamana uydurulmaları bakımından da anlıktır reklam imgeleri. Oysa hiçbir zaman o andan söz edilmez reklamlarda. Çoğu zaman geçmişten, her zaman da gelecekte söz edilir (Berger, 2003:130).

İmgeler, kentin cadde ve sokaklarında tabela, totem, poster vb. görsellerinde veya televizyonda ya da film tanıtımı afişlerinde görebiliriz. İmgeler, trafikte ve televizyonda hızlı iletişim kurarlar ya da kurmaya çalışırlar. Fakat televizyonda onlarla olan görsel bağımızı kesmek, durdurmak bizim tercihimizdir. Başka bir ifadeyle ilgimizi çeken bir imgeyi tekrar ve tekrar inceleyebiliriz. Becer’e göre afişler sanatsal unsurlardır.

Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir. Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Stil gibi modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur. 1798’de Alois Senefelder’in taşbaskı tekniğini bulunuşundan sonra geliştirilen renkli taşbaskı teknikleri, afişin sanatsal bir yapı kazanmasında önemli rol oynamıştır. Çağdaş afiş tasarımının ilk temsilcileri; Jules Cheret ve Henri de Toulouse-Lautrec’dir (Becer, 2011:201) (Resim19).

Bu tanıma göre; afişlerin sanatsal bir değer taşımasını sağlayan modern sanat akımlarını da temsil etmeleridir.

Resim 19:Moulin Rouge–La Goulue (2 Sheet) by Henri de Toulouse-Lautrec, 1891



Kaynak: (Web,rossartgroup)

20. yüzyılın önemli afiş sanatçıları arasında: Alphonse Mucha, Cassandre, El Lissitzky, Laszlo Moholy-Nagy, Josef Müller-Brockmann, Herbert Matter, Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Milton Glaser ve Saul Bass'ı saymak mümkündür.

1.5.2.1. Afişlerin Sınıflandırılması

Afişler iki grupta sınıflandırılırlar; 1) Kullanıldıkları mekanlara göre 2) Hizmet alanlarına göre.

1) Mekanlara göre afişler:

- **Dış mekan afişleri;** büyük boyutlu afişlerdir. Bina dış cephelerinde, panolarda, duvar yüzeylerinde yer alırlar. Şehir trafiğinde hareket eden insanların anlık olarak dikkatini çekmesi beklenir. Sabit ya da hareketli görüntü sunabilirler. Afiş, Totem, Raket, Billboard gibi teknik isimlerle adlandırılırlar.
- **İç mekan afişleri;** dış mekan afişlerine göre daha küçük boyutludur. İlan panolarında, iç duvarlarda yer alırlar. İç mekan afişleri, trafikte yer alan şehir afişlerine göre daha fazla görülme ve inceleme imkanı sunarlar.

2) Hizmet alanlarına göre afişler:

- **Reklam Afişleri:** Ürün ya da hizmeti tanıtan afişler.(Sanat-moda, endüstri, kurumsal reklamcılık, turizm vb.)
- **Sosyal Afişler:** Her türlü toplumsal konularda eğitici ve uyarıcı nitelikli afişlerdir. (Sağlık, ulaşım, trafik vb.)
- **Kültürel Afişler:** Kültürel etkinlikleri tanıtan afişlerdir. (Sinema, tiyatro, festivaller, vb.)

Reklam afişleri genelde büyük boy afişler olarak dış mekanlarda yer alırken, sosyal ve kültürel afişler iç mekanlarda ve küçük boyutlu afişler sınıflamasında yer alırlar (Resim 20).

Resim 20:Hizmet ve Kullanım Alanlarına Göre Afişler

1.Reklam Afişleri	2.Sosyal Afişler	3.Kültürel Afişler
		
United Colors of Benetton	Emniyet Kemerini tak. Hayatta Kal!	Le Jazz Fait Son Cirque Jazz Festival Afişi, Julien Morel

Kaynak 1: (Web, babyshop)

Kaynak 2: (Web, guerrillaforngo)

Kaynak 3: (Web, artmanik, Julien Morel)

1.5.2.2. Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri

Hangi gruba girerse girsin afiş tasarımında dört önemli kriter vardır. Becer bunları şu şekilde açıklar;

- **Mesajın dolaysız verilmesi:** Tasarımcı; afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı, verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır.
- **İmge tercihi ve seçimi:** Tasarıma temel oluşturan düşüncenin fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyonla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili biçimde vurgulanacağı

araştırılmalı; mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha da güçlendirdiği belirlenmelidir.

- **Sözel hiyerarşi:** Tasarımcı, afişte yer alan başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında –izleyici mesajdaki önem sırasına göre yönlendirecek- hiyerarşik bir yapı kurmalıdır.
- **Farkedilirlik:** Bazı afişler yukarıda sıraladığımız kriterlere uygun gibi görünselerde, etkisiz ve yavan olabilmektedirler. Böyle bir sonucu engelleyecek tek şey, tasarımcının hayal gücüdür. Yaratıcı düşünce ve buluşun hiçbir kuralı yoktur. Buluş ve yaratıcılık içeren her şey, afiş tasarımına da yansıtılabilir. Çünkü bir afiş için en önemli kriter; farkedilebilmektir. (Becer, 2011:202)

Fark edilebilirliği sağlamada görüntü karmaşasından kaçınmak en temel yoldur. Göstergelerin bir araya gelmesinde basit, sade ve yalın bir yaklaşım tercih edilmelidir. Vurgulanmak istenen mesaj net olmalı ve anlam karmaşasına fırsat vermemelidir. Özellikle afişte yer alacak tasarım öğeleri; fotoğraf, illüstrasyon, tipografi imgeleri bir araya gelip doğru kompozisyonu oluşturmalıdır.

1.6. Grafik Tasarımda İmge

Latince *imago* sözcüğünden türemiş olan imge ya da imaj Türkçe’de;1- Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, düş, hayal, hülya 2- Bir nesneyi doğrudan doğruya yeniden tanıtmaya yarayacak bir biçimde göz önüne seren şey, duyu organları ile algılanmış olan bir şeyin somut ya da düşüncel kopyası anlamlarına gelmektedir. (TDK, 1974:409). Bu bağlamda Ziss, terimi şu şekilde açıklamaktadır:

Terimbilim (terminoloji) açısından imge ile tasarım (representation) kavramlarının sınırlarını da iyice belirtmek gerekir. İmge, gerçekliğin sanatsal çağrışımıdır (evacuation), sanatçının bilincinde saptanmış olan haliyle nesnel dünyasının düşünsel (ideal) bir tablosudur ve bunun sonucu olarak, okur, seyirci ya da dinleyici tarafından algılanır. Tasarım ise, sanatsal düşüncenin nesnelleşmesi olarak kendini gösterir ve onun duyularla algılanmasını sağlar. (Ziss, 2016:58)

İmgeler; görsel, optik, algısal, zihinsel, sözlü imgeler olarak sınıflandırılabilirler.

Tablo 3:İmge Sınıflaması Tablosu

Görsel imge	Optik imge	Algısal imge	Zihinsel imge	Sözlü imge
Resimler	Aynalar	Duyu bilgileri	Rüyalar	Eğretilmeler
Heykeller	Yansıtımlar	Cinsiyet bilgileri	Anılar	Betimlemeler
Tasarımlar		Dış görünüşler	Fikirler	

Kaynak: SYDGM (2011: 91); SYDGM (2010: 106)

Tabloda yer alan görsel imge, diğer algısal imgelere göre farklılık gösterir. Sanat ve tasarımda imgenin tanımı, yukarıda Ziss’in de açıkladığı biçimiyle imge-tasarım arasındaki ince sınıra dayanmaktadır. Şöyle ki; araştırmanın birinci bölümünde açıklanmaya çalışılan tasarım sözcüğünün “zihinde canlandırılan biçim, tasavvur” tanımıyla, imge tanımının “zihinde tasarlanan” tanımına bir yönüyle uyduğu ve her iki

tanımın ortak yönünün zihinsel canlandırma olduğu gerçeğidir. Fakat tasarımın kavram olarak imgeden ayrıldığı ince çizgi şudur: İmge tekil, kavram ise geneldir. Somut bir örnek olarak kalem ile eskiz kalemi arasındaki fark gibi, kalem sözcüğü birçok kalemi işaret ederken geneli, diğeri ise çizim kalemi olarak tekili işaret etmektedir. İmgede, bu örnekte olduğu gibi kavrama göre tekildir, öznelidir. Bir reklam/film afişinde görülen bir yazı ya da resim/fotoğraf, duyular tarafından önceden algılanan bir nesnenin benzeri olarak bilinçte eşleşecek olursa bize bir mana ifade edecek ya da bir anlamı olacaktır. Yani tekilleşecektir. Halbuki afiş tasarımının genele yönelik bir tasarım amacı vardır. İşte burada imgenin izleyici tarafından anlaşılabilirliği ya da tam tersi tasarımcının bu yolla hedef izleyicisini seçmesi söz konusu olmaktadır. Ne de olsa imgelerin olduğu bu tasarımlarda örüntülü ve metaforik bir dil kullanılmaktadır. Bu bağlamda Ziss, sanatsal imgeleri şu şekilde açıklamaktadır:

Sanatsal imge, konuşma dilindeki alışılmış anlamıyla da özdeşleştirilmemeli; bunun gibi, sanattaki imgeler sisteminin çeşitli öğeleriyle ve yöntemleriyle; sanatın anlatımsal ve tasarımsal araçlarıyla da bir tutulmamalıdır. Bu araçlar arasında, sözceliği istiarenenin (eğretileme/metefor) apayrı bir yeri olmasına karşın, çoğun imge olarak nitelenir. Oysa bu iki kavram hiç de özdeş olamaz. İstiare (eğretileme) şiir dilinde bir değişmecedir (mecaz/trope), en geniş anlamıyla yerinel (alegorik) ya da değişmecili (mecazi) dilyetisinin bir yöntemidir, imgenin kendisi değildir. (Ziss, 2016:58)

Sanatın “anlatımsal ve tasarımsal” araçları görsel imgelerdir. Bunlar temel tasarda sözü edilen nokta, çizgi, şekil gibi öğeler olup, bu öğelerin bir araya getirdiği grafik imgeler olan fotoğraf, illüstrasyon ve tipografidir.

1.6.1. Afiş Tasarımının Görsel İmgeleri

Grafik tasar olarak afiş tasarımının üç temel bileşeni vardır. Afişin görselleşmesini sağlayan bu temel bileşenler aynı zamanda afişi oluşturan temel imgeleridir. Bunlar sırasıyla; “fotoğraf, illüstrasyon, tipografi” dir. Ertan, Sansarcı bu üç temel unsuru şu şekilde açıklar;

Tasarıma temel oluşturan düşüncenin; fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyonla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı; mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha güçlendirdiği belirlenmelidir. Bunlar özgün, ilgi çekici, kolay anlaşılır, inandırıcı, harekete geçirici olmalıdır (2017:163).

Bu açıklamaya göre; bir grafik “tasar” dan beklenenler şunlar olmalıdır;

- Kendine has bir özellik taşıyarak sıradan olanlardan farklı “özgün”,
- Diğerlerinin arasından fark edilecek kadar “ilgi çekici”,
- Verdiği mesajın algısı bakımından “kolay anlaşılır”,
- Biçim yönüyle ortaya koyduğu öğelerin doğru seçimiyle “inandırıcı”,
- İçerik ve Biçim yönüyle okuyucu/seyircide istek uyandırmasıyla “harekete geçirici”. Bu özellikler afişin her üç imgesi içinde geçerlidir.

1.6.1.1. Fotoğraf

Türk Dil Kurumu'na göre 1. Çeşitli araç ve malzeme kullanarak görüntüyü özel bir yüzey üzerinde sabitleme. 2. Bu yöntemle aktarılacak çoğaltılan resim, foto; olarak tanımlanmaktadır (TDK,1974:303). Fotoğraf tarihinde ilk örnekler 19.yy'da ortaya çıkmaktadır. Bu konuda Pradel'in açıklamaları şu şekildedir;

Fotoğrafçılıkta ilk olarak heliografiden bahsedebiliriz. Heliografi, 1826 yılı civarında Fransız Joseph Nicéphore Niépce tarafından üretilen ilk kalıcı doğa görüntülerine verilen isimdir. Eserlerine Yunanca “güneş” ve “yazma/çizme” anlamına gelen sözcüklerin birleşimi olan “heliograf” adını vermişti. O zamanlar ışıkla görüntü yaratma yöntemi için kullanılan evrensel bir kelime yoktu. İngiltere’de ise William Henry Fox Talbot bu işleme, kısaca ışıkla oluşturulan çizimlere- Niépce’den ve daha sonra gelecek olan Daguerre’den farklı olarak- fotojenik çizim adını vermişti (Pradel, 2011:13).

20. Yüzyılın başlarından günümüze, fotoğraf makinaları; lensler, fotoğraf yazılım programları, hız ve netleme vb. teknolojik ilerlemeler sayesinde, herkes tarafından kolaylıkla kullanılabilecek bir araç olmuştur. Fotoğrafçılık sanatsal bir kendini ifade biçimidir. “Yaratıcı Fotoğrafçılığın Temelleri” fotoğrafik tekniğin temel ilkelerini ve kompozisyonla tasarımın biçimsel öğelerini bir araya getiren bir süreçtir. Fotoğrafçılığın kendine has bir dili ve grameri vardır. Fotoğrafçılık ürünü olarak ortaya konan tasarım “fotoğraftır”. Fotoğraf bir iletişim aracı olarak bir göstergedir. Fotoğraf aslını göstermesi bakımından aynı zamanda görsel bir imgedir.

Fotoğrafik imgeleri; konularına göre, sanatsal amaçlı, ticari gibi çeşitli başlıklara göre sınıflandırılmaları yapılabilir.

Genel bir sıralama yapılacak olursa;

- **Belgesel fotoğrafçılık:** Belge ve kayıt amaçlı fotoğraflardır.
- **Ticari ve reklam amaçlı fotoğrafçılık:** Üretici tarafından ücreti ödenen fotoğraflardır.
- **Ürün ve Pack shot fotoğrafçılığı:** Reklam amaçlı olarak çekilen ve ürünün “en iyi ışıkta” tam olarak görüldüğü fotoğraflardır.
- **Yemek fotoğrafçılığı:** Yemeğin tazeliğini, sıcaklığını ya da soğuk tüketilmesi gereken gıdaların sınırlı zaman da çekildiği fotoğraflardır.
- **Araba fotoğrafçılığı:** Sanatsal ya da ticari olarak açık alan veya stüdyoda çekilen fotoğraflardır.
- **Endüstri fotoğrafçılığı:** Bilimsel fotoğraflardır.
- **Tanıtım fotoğrafçılığı:** Üründen ziyade bir konsepti anlatan fotoğraflardır.
- **Editöryal fotoğrafçılık:** Fotoğraflar dergi ısmarlar ya da serbest fotoğrafçı tarafından dergiye verilen fotoğraflardır.

Fotoğrafın teknik, tasarım ve sanat olmak üzere üç yönü vardır. Teknik yönüyle makine ve programın kullanılma şeklini, tasarım ile imgelerin temel öğeler ve ilkeler olarak ele alınmasını, sanat ile de teknik ve tasarım olarak ele alınan konuyu anlam kazandıracak biçimde kavramsal bir boyuta taşımaktır.

- **Teknik Yönü:** Bulanıklık, alan derinliği, pozlama, netleme, kroplama vb. teknik terimleri sahip “mekanik” yönüdür.
- **Biçimsel Yönü:** Çizgi, şekil-biçim, renk, vb. gibi temel tasarım öğeleri
- **Düzenleme Yönü:** Çeşitlilik, motif, kontrast, denge, hareket, benzerlik, vb. tasarım ilke ve organizasyon esasları.
- **İçerik Yönü:** Her üç yönün birlikteliğinin ortaya koyduğu anlamsal yöndür.

Fotoğrafın başlıca iki temel görevi vardır. İlki tespit etmek, belgelemek, ikincisi anlam üretmektir. Fotoğraf çeken ve okuyucu arasında bir iletişim ya da mesaj aracıdır. Fotoğrafçı açısından yaratıcı fotoğraflar çekmek için tasarım bilgisi gerekir. Fotoğrafların görülen ve yaratma amacı taşıyan tüm konular için doğru ve başarılı bir şekilde tanımlanmış olması gerekir. Okuyucu/izleyici açısından yaratıcı olan her fotoğraf okunmaya değerdir. Onu anlamak için önce kompozisyonu biçim olarak ele almak, parçalamak -dekonstrükte etmek- gerekir. Bu yolla fotoğrafın gizlediği mesajı açığa çıkarma ve onu anlama imkanına sahip olunur. Fotoğraf, görsel bir kompozisyon yaratma aracıdır. Kompozisyon bir betimleme yoludur. İmgelerin bir yüzey üzerinde algıdan süzülerek ortaya çıkardığı biçimlerdir. Teknik yönü vardır, çizgi, şekil, renk vb. anlatım öğelerini kullanır ama, diğer yönüyle, bir hikayesi vardır. Bu bağlamda Praker aşağıdaki açıklamada bulunur;

Kompozisyon, bütün öğeleri nasıl bir araya getirdiğimizdir. Öznenin yazılı bir metin olduğu durumlarda kompozisyonun bahsedince, insanlar doğal olarak metnin ne ile ilgili olduğunu belirtirler. İnsanların fotoğrafik kompozisyonun bahsederken kadrin içindeki öğelerin kesin geometrik yerlerinden bahsettiklerini ama resmin içeriğinden neredeyse hiç bahsetmediklerini görmek ilginçtir. Bu daha çok bir hikayeyi tartışırken, gramerinden ve kelime dağarcığından bahsetmek ve asla karakterlerle olay örgüsüne değinmemek gibidir (Praker, 2011:33).

Fotoğrafın iletişim gücü nesneyi temsil etmesindeki kuvvetinden gelmektedir. Bu imkan bir bakıma çizgi ya da yazıyla anlatıma göre büyük bir kolaylık sağlayabilir. Fakat bu imkanı eksik teknik, tasarım ve sanatsal bilgi ile gerçekleştirmeye çalışmak fotoğrafı bir değer olmaktan çıkartır. Bu bağlamda Praker’in görüşleri önemlidir.

Fotoğraf, fotoğrafçının amacıyla başlar. Güçlü bir fotoğraf, bir sebep uğruna seçilmiş bir özneye başlar. Ardından bakış açısı ve teknik fotoğrafik hususlar gelir; sonrasında da görüntünün anlamını izleyiciye net ve temiz bir dille iletmeye yarayan “dilbilimsel” hususlar gelir. Kompozisyon bütün bunları bir araya getiren tutarlı görsel bir bütünlük yaratma sürecine denir (Praker, 2011:33).

1.6.1.2. İllüstrasyon

Resim sanatının bir türü olarak adlandırabileceğimiz illüstrasyon, resim ile benzer özellikler gösterir. Resimde kullanılan geleneksel araç ve gereçler yardımıyla “el çizimi” olarak gerçekleştirildiği gibi, dijital ortamda da farklı grafik programları kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Kitap kapakları, afişler, bilimsel amaçlı yayınlar, ambalaj, pul gibi grafik ürünlerde illüstrasyon teknikleri kullanılmaktadır. Bir yönüyle illüstrasyon resimden ayrılır. Bu onun betimleme zorunluluğudur. Bir şeyleri anlatmak, tarif etmek için tasarlanır. İllüstrasyon bu yönüyle yorumlama görevini yerine getirir. Yorumlamanın olması onun anlam yükü taşıdığını gösterir. Bu bağlamda Grünberg şu tanımlamayı yapar:

Tanımlayabildiğimiz bir ifadeyi, nesneyi, durumu, olayı kolaylıkla anlayabiliriz. Fakat anlayabildiklerimizi tanımlayabilmemiz her zaman mümkün olmayabilir (1964, 117-118).

Bu tespite göre tanımladığımız anladığımızdır. O halde illüstrasyon yorumlama görevini yerine getirirken aynı zamanda tanımlamayı da kolaylaştırmaktadır. Tanımlamanın ilk aşaması adlandırma olduğuna göre, illüstrasyon tanımında, “resim” olarak dar bir kapsamdan kurtulması gerekmektedir.

Latince *illustratus*: aydınlatmak tan gelen illüstrasyon Türkçede resimleme manasında ya da “Kitap resmi” olarak da kullanılan bir tekniktir. “Tezhip ve kitap bezeme” den farklı olarak yazılı bir metnin anlamını genişletmek, ona açıklık getirmek ya da metni daha ilginç kılmak için kullanılan resim ya da oymabaskı türü olarak tanımlanabilir. Ayrıca teknik ya da mekanik çizimler, mühendislik ve mimarlık dallarında tasarımları açıklamada kullanılan ve sanat değeri taşımayan çizimler de illüstrasyon kapsamına girer.

Fotoğrafın bulunmasından önce güncel olayları belgelemek amacıyla da yaygın olarak kullanılmıştır. Yirminci yüzyıldaysa, bir metne eşlik etmeyen ama açıklayıcı niteliği olan afişler de illüstrasyon kapsamında değerlendirilmiştir. Görsel sanatlarda biçim niteliklerinin içerikten üstün tutulması ve Soyut Sanat’ın yüceltilmesi sonucu sözel olarak anlatılabilecek olguları resimleyen ve biçimsel içerik açısından bir üslup taşımayan betimlemeci ve görsel uygulamalar için de “illüstrasyon” tanımı kullanılır. Ressamlar, bu anlamıyla illüstrasyonu sanatın biçimsel ve felsefi kapsamının dışında kalan bir resimleme türü olarak değerlendirmişlerdir. Kitap resimleri ve reklam afişleri dışında, sözel anlatıma yönelik resimler, sanat amacıyla yapılmış olsalar da bazı sanatçılar ve eleştirmenler tarafından illüstrasyon olarak değerlendirilir. Bu bağlamda Becer’in illüstrasyon tanımlaması açıklayıcı olur:

Grafik tasarımda; başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurların görsel olarak betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak “illüstrasyon” adı verilir. İllüstrasyonların hazırlanmasında geleneksel çizim ve boyama malzemelerinin yanısıra, fotoğraf, kolaj ve bilgisayar tekniklerinden de yararlanılmaktadır (Becer, 2011:210).

O halde; grafik tasarımda illüstrasyon;

- 1- Bir metne bağlı olması yönüyle; tasvir eder, yorumlar ve açıklar.
- 2- Mesaj taşıması yönüyle; “mecaz” dır.
- 3- Betimleyici yönüyle; “tasarlama” dır.

İllüstrasyonlar, kullanım alanlarına göre üç grupta incelenebilirler:

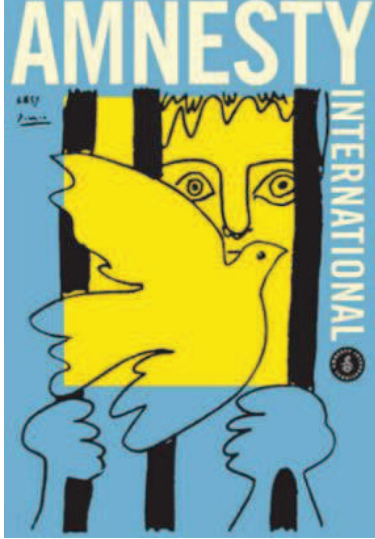
- **Reklam İllüstrasyonları:** Reklam illüstrasyonları bir ürün ya da hizmeti tanıtmak amacıyla tasarlanırlar. Sinema, tiyatro, festival, plak, kaset, cd vb. pek çok alanda kullanılırlar. Tekstil ve moda, tekne tasarımları da reklam illüstrasyonları olarak kabul edilir. Bu alanda özellikle afiş tasarımlarında sanat biçimi olarak özgün çalışmalar yapılmaktadır. Örneğin; festival ve film afişleri.
- **Yayın İllüstrasyonları:** Yayın illüstrasyonları, basılı bilgileri görselleştirmek, açıklamak amacıyla tasarlanırlar. Kitap, katalog, gazete, dergi gibi yayınların, kapak tasarımlarında ya da iç sayfalarında metni açıklamak amacıyla kullanılırlar.

Bu alanda en yaratıcı ve özgün tasarımlar çocuk masal ve/veya hikaye kitapları için yapılan illüstrasyonlar da kendini gösterir.

- **Bilimsel ve Teknik İllüstrasyonlar:** Tıp, mühendislik, mimarlık, jeoloji gibi uzmanlık alanlarında yapılan illüstrasyonlardır. Bir bütünü, parçayı, kesiti, iç ve dış yapıyı detaylı olarak anlatan çizimlerdir. Bu çizimlerde farklı teknikler kullanılır. Günümüzde, bilgisayar programları kullanılarak yapılan illüstrasyon çalışmaları alanında uzman kişilerce gerçekleştirilmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar öğretici ve tanımlayıcı amaçlı olup, önemli olanı vurgulama, detaydan arındırıp sadeleştirme gibi yöntemleri kullanır.

Aşağıda üç farklı alan için yapılmış illüstrasyon çalışması örnek olarak sunulmuştur.

Resim 21:İllustratif Afiş Türleri

1.Reklam İllüstrasyonları	2.Yayın İllüstrasyonları	3.Bilimsel ve Teknik İllüstrasyonlar
		
Uluslararası Dünya Af Örgütü	Emily Carew Woodard	Mark Watkinson

Kaynak 1: (Web, theguardian, Pablo Picasso)

Kaynak 2: (Web, theaoi)

Kaynak 3: (Web, illustrationweb)

İllüstrasyonda Uygulama Teknikleri

İllüstrasyon çalışmalarında farklı çizim ve boyama malzemeleri ile kağıt çeşitleri kullanılır. Genelde kullanılan çizim malzemesine göre teknik olarak isimlendirilir. Bunlar;

- **Kurşunkalem ve kuru boya teknikleri:** Çizimlerde kurşunkalem ve renkli kuru boyalardan faydalanılır. Genelde tonlama yapılarak çalışıldığı takdirde derinlik ve üç boyut etkisi verilebilir. Açıktan koyuya doğru çalışılmalıdır.

- **Mürekkeple çizim teknikleri:** Rapido ve tarama uçları ile noktasal ve çizgisel çalışmalar yapılır. Çizgisel çalışmalarda sık çizgiler ile tarayarak doku ve boyut etkisi verilebilir. Karikatür sanatında bu teknik kullanılır.
- **Keçeli kalem ve Marker Teknikleri;** Genelde reklam ve moda sektöründe uygulanan bu teknikte keçeli ve marker kalemler kullanılır. Yapılan çizimlerde saydamlık, parlama ve yansıma etkileri ile doku etkisi kolaylıkla verilir.
- **Suluboya ve Anilin Boya Teknikleri:** Sulandırılmış boyalarla ya da hazır sıvı boyalarla yapılan illüstrasyonlardır. Transparan etkisi gösteren bir teknik olup kağıdın beyaz alanlarını fon olarak kullanır. Genelde sınırlar belirsizdir. Özellikle, çocuk kitaplarında bu teknik tercih edilir.
- **Guaj Teknikleri;** Boya, su ile karıştırılarak hazırlanır. Guaj boyanın örtücü özelliğinden dolayı suluboya tekniğinden farklılık gösterir. Endüstriyel nesnelerde mekanik parça anlatımlarında gerçekçi olması bakımından bu boya tekniği kullanılır.
- **Akrilik Boya Teknikleri;** İllüstratörler tarafından tercih edilen su bazlı boyalardır. Kurduğunda tekrar üzerine işlem yapılabilir. Suluboya gibi saydam, guaj gibi örtücü, yağlı boya gibi kalın tabakalar halinde kullanılır.
- **Karışık Teknikler;** Birden fazla tekniğin bir arada kullanılmasıdır. Kuru boya, suluboya ya da akrilik boya karıştırılarak kullanılabilir. Karikatür illüstrasyonlarında, mekanik parça çizimlerinde tercih edilir.
- **Püskürtme Teknikleri;** Airbrush tabanca ve kompresör kullanarak püskürtme yapılarak kullanılan bir boyama tekniğidir. Alanlar maskeleme yapılarak boyanır. Gerçekçi çalışmalarda, özellikle teknik, mekanik parçaların kesit çizimleri ile mimari mekan çizimlerinde kullanılır.

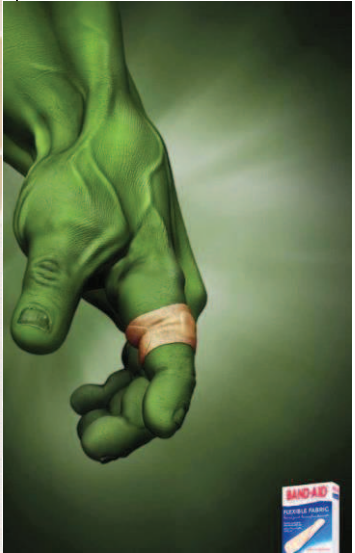
İllüstrasyon çalışmalarında farklı üretim teknikleri de kullanılır. Bunlar; fotoğraf, kolaj ve bilgisayar illüstrasyon teknikleridir.

- **Fotoğraf illüstrasyon:** Bu teknikte fotoğraf üzerinde ekleme ya da çıkarmalar yapılarak gerçeküstü (sürrealist) görüntüler elde edilir. Tasarımlarda hedeflenen okuyucu/izleyiciyi düş dünyasına çekme, hayret uyandırma ve dikkat çekme amaçlanır. Çalışmada gerek duyulursa çizim ve boyayla desteklenebilir. İkonik ve simgesel çalışmalara uygundur.
- **Kolaj illüstrasyon:** Gazete, dergi, broşür vb. basılı her tür evraktan kesilerek, kopartılarak, yırtılarak elde edilen parçalar bir tasar hedefinde bir araya getirilir. Gerek duyulduğunda çizim ve/veya boyalar ile zenginleştirilir. Kolaj tekniği bir araya getirme sanatıdır. Fotoğrafın sürrealist etkisi burada da kendisini gösterir. Parça bütün çalışması olması bakımından bazen öngörülemeyen hayret uyandıran şans faktörlü sonuçlar elde edilir. İkonik ve simgesel çalışmalara uygundur. Afiş tasarımlarında bir dönem sıklıkla kullanılmışlardır.
- **Bilgisayar illüstrasyon:** Afiş, poster, sanal oyun, vb. ürünlerin tasarımında kullanılmak üzere -dijital ortamda grafik programlar yardımıyla- gerçekleştirilen illüstrasyonlardır. Bu tasarımlarda nesneyi büyüterek abartma, oranlarıyla

oyunarak deforme etme, ya da gerçeğe yakın fakat bir yönüyle dikkat çekmeyi sağlayacak vurgulamalar yapılır. Sinema afiş tasarımlarında sıklıkla kullanılır.

Aşağıda konuyla ilgili üç tasarımcının illüstrasyon çalışmaları yer almaktadır.

Resim 22:İllüstrasyon Teknikleri

1.Fotoğraf İllüstrasyon	2.Kolaj İllüstrasyon	3.Bilgisayar İllüstrasyon
		
Rocio Montoya	Ewa Mlinar	J. Walter Thompson

Kaynak 1: (Web, create.adobe)

Kaynak 2: (Web, evamlinar)

Kaynak 3: (Web, canva)

1.6.1.3. Yazı ve Tipografi

Yazı, bir düşüncenin yazılı ve görsel biçim verilmiş halidir. Günümüzde kullanılan pek çok yazı karakteri, kendinden önceki tarihsel çağlarda yaratılmış serbest elle çizilmiş tasarımlara dayanır. Karakterlerin kökenleri ise binlerce yıl öncesine, karakterlerin nesneleri veya kavramları temsil etmesi düşüncesinden etkilenen ilkel insanın, izler yapmasına dayanır.

Tipografi terimi ilk kez, matbaanın mucidi Johannes Gutenberg'in kullandığı metal harfler için kullanılmıştır. Günümüzde baskıda kullanılan yazıyı tarif ederken; yazı tipleri, büyüklükleri, noktalama işaretleri gibi biçim yönünden bahsederken tipografi terimi kullanılır. Bu aynı zamanda onun sanatsal yönünü de ortaya koyar. Tarihte bir kalıba dökülerek hazırlanan harfler, günümüz teknolojisinde bilgisayarların yazılım programları kütüphanesinde yer alan hazır harfler, sayılar, işaretler, simgelerden oluşur. Bunlara tipografik karakterler denir. Erken yirminci yüzyılda Modernizm, De Stijl, Yapısalcılık (Konstruktivizm), Bauhaus ve Dadaizm etkileri yazı karakterlerini de

etkilemiştir. Bauhaus, grafik tasarımda oldukça etkili olmuştur. Bu bağlamda Becer'in tespitleri önemlidir:

Bauhaus'ta ilk grafik tasarım projelerinin Laszlo Moholy- Nagy'nin 1923 yılında okula katılmasıyla başladığı söylene bilinir. Moholy- Nagy, Bauhaus kitapları için hazırladığı basın ilanlarında Konstruktivizm ve De Stijl tasarım ilkelerini bir araya getirmiştir. Bu çalışmalarda; çizgi, nokta, yazı sütunu, renk ve boşluk unsurları çizgisel bir yapı doğrultusunda ve ortadan bloklamayı esas alan geleneksel yaklaşıma zıt asimetrik, ama modüler bir grid yapısı içinde düzenlemiştir. Moholy- Nagy'nin çalışmalarında tipografiyi, konuyu açıklamaya yönelik başka illüstratif unsura ihtiyaç duymadan, başlı başına bir görsel anlatım unsuru olarak kullanmıştır (Becer 2010:195-200)

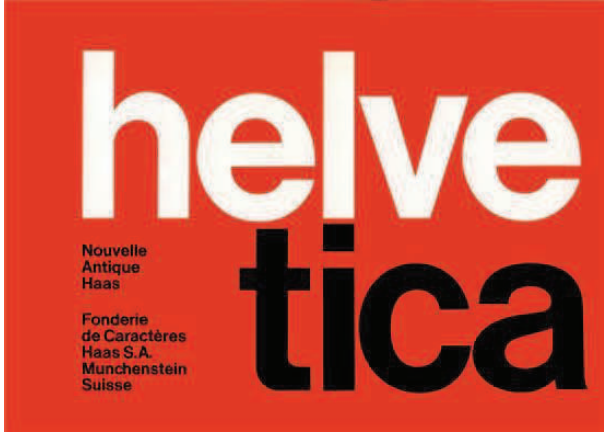
1950'ler den itibaren ABD'de ortaya çıkan yeni iyimserlik dalgasının etkisi yazı karakterlerini de etkilemiştir. Bunların en önemlileri; 1-Helvetica, 2-Univers karakterlerdir.(Resim 22).

- **Helvetica:**Tasarımcı, Max Miedinger tarafından 1957'de tasarlanan "Helvetica", dünyadaki en ünlü ve popüler yazı karakterlerinden biri olmuştur. İsviçre'de 1950'lerde yeni bir grafik tasarım stili ortaya çıktı ve 1970'lere kadar en etkili grafik stili olmayı sürdürdü. Sıkı bir şekilde tipografik unsurlara dayanıyor olmasından dolayı bu yeni stil Uluslararası Tipografik Stil olarak adlandırıldı. Bu stilin belli başlı özellikleri şunlardır: a) Düzenli ve bütünlüklü bir yapı sağlamak için matematiksel bir ızgara kullanımı, b) Tırnaksız yazı tipi ve sola yaslı yazı karakteri, c) Çizili illüstrasyonun yerine siyah ve beyaz fotoğraf kullanımı.

Bu stilin uyandırdığı genel izlenim yalın ve akılcı, sıkı sıkıya yapılanmış, ciddi, açık-seçik, nesnel ve uyumlu olmasıydı.

- **Univers:** Adrian Frutiger tarafından 1957' de tasarlanan "Univers", sade, zarif ve akıcı bir özellik gösterir. Diğer fontlarla da uyumludur.

Resim 23:Font Karakterleri

1. Helvetica	2.Univers
	

Kaynak 1 : (Web, uklanor)

Kaynak 2 : (Web, hypocritedesign)

Tipografinin Temel İşlevi

- **Okunabilirlik:** Tipografinin birincil işlevi kolay okunmasıdır. Grafik tasarımcı, tasarda kullanacağı tipografi karakterine karar verirken tasar ile iletişime geçecek olan okuyucu/izleyici açısından, en çabuk ve kolay okunabilir olmasına dikkat eder.
- **Önem sırası:** Bir görselde (tasar) verilmesi gereken yazılı bilgiler önem sırasına göre sıralanarak bir düzenleme yapılır. Başlık, bölümler, sonuç, alt başlık yazıları, şekil, simge, renk vb. tüm yazılı ve görsel unsurlar bir önem sırasına göre tasar üzerinde yer alır.
- **Mesaj iletimi:** Karışıklığa yer vermeden mesajın net olarak ortaya konmasına gerekir.
- **Teknik unsur:** Tipografide, estetik unsurlar teknik unsurların önüne geçmemelidir. “Güzel” amacı, onun bir süsleme aracına dönüşmesine neden olacağından temel görevi olan -doğru ve hızlı iletişim kurma- hedefinden şaşacaktır.

Kültür: Tipografik karakterler kültürlerin yazma yönüne göre şekil alırlar. Genelde yatay bir hayali çizgi üzerinde yer alan harfler yapısal olarak harfin kalınlığı, yüksekliği, eğimi vb. özelliklerine göre sınıflandırılırlar. Terminolojide, büyük harfler için “Kapital” ya da “Majiskül”, küçük harfler içinde “Minüskül” terimleri kullanılır. Büyük harfler dolu olduğunda daha dikkat çeker.

Tipografik Sözdizimi

Sözdizimi, doğru iletişim kurulmasında en önemli unsurdur. Sözdizimi (syntax); sözcüklerin doğru anlamları oluşturacak biçimde deyimler, maddeler ve cümleler halinde birarada kullanılma yöntemidir. Becer terimi tipografi açısından şu şekilde açıklar;

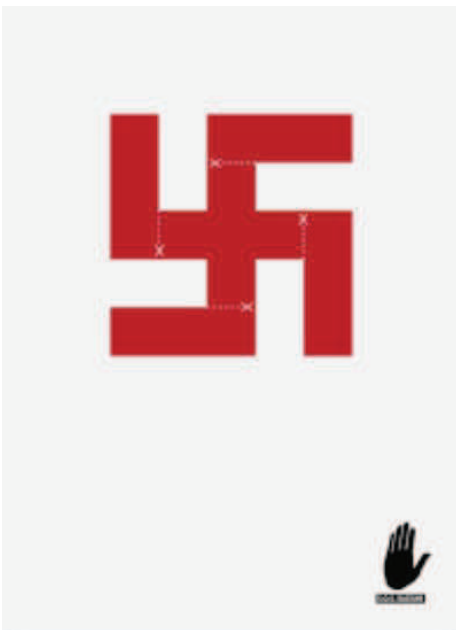
Tipografik söz dizimi ise; tipografik unsurların doğru mesaj oluşturacak biçimde düzenlenmesidir. Tipografik tasarım, iletişim ve sözdizimi üzerine kurulur. Biçimle anlam arasında doğrudan ya da dolaylı olarak kurulan bağlantılar, bir tasarımı yönlendiren en önemli etkidir (Becer, 2011:183)

Sonuç olarak; illüstrasyonlar grafik tasarımın ve grafik tasar olarak afişin en önemli ifade araçlarından biridir. Grafik olarak illüstrasyon bir görsel imgedir. Tekniğin uygulanması bakımından ortaya çıkan ürün her zaman anlam üretmeye yatkındır. Planlama doğru yapıldığı takdirde afiş bu yönüyle bile etkisi yüksek bir sonuç doğurabilecektir. Tasarımcı konuyu saptarken, öz-işlev-biçim-içerik ilişkisini doğru kurmasıyla birlikte anlatım tercihi olan teknik tercihi (fotoğraf, kolaj, bilgisayar illüstrasyon) kendini tasar üzerinde tüm gücüyle gösterecektir.

1.6.2. Afiş Tasarımında Görsel İmgeleri Düzenleme Kuralları

- **İmge Sayısı Sınırı;** afişteki imge sayısı üç, iki, hatta mümkünse bir ile sınırlandırılmalıdır. Başlık ya da slogandan oluşan tipografik unsur, fotoğraf ya da illüstrasyon ve zemin(fon) afiş üzerinde üç farklı imge olarak algılanır.
- **Sözel Sayısı Sınırı;** afişteki sözel unsurlar mümkün olduğunca azaltılmalıdır. Üç, dört, ya da beş sözcükten oluşan başlık ve sloganlar; mesajı daha çabuk iletir. Sözel mesaj on sözcüğün üzerine çıktığında, okuma zorluğu başlar. Amerikan Reklamcılık Enstitüsüne göre; bir dış mekan afişi, ana düşünce ve mesajını en çok altı saniye içinde iletebilmelidir.
- **İmge Büyüklüğü;** fotoğraf ya da illüstrasyon, afiş üzerinde mümkün olduğunca büyük bir ölçekte kullanılmalıdır. İmgeyi bütünüyle göstermek her zaman gerekmeyebilir.
- **Zıtlık;** sözel unsurlar ve imgeler arasında açıklayıcı, destekleyici, yorumlayıcı ya da kontrast oluşturan bir ilişki kurulmalı, yazı ile görüntü birbirini yavan bir biçimde tekrar etmemelidir.
- **Algi Kolaylığı;** süslü ve dekoratif yazılar yerine, okunaklı yazı karakterleri tercih edilmelidir. Yarım siyah (medium) ve siyah (bold) yazılar, uzaktan daha rahat algılanırlar.
- **Renk Etkisi;** Renkler geniş yüzeyler halinde kullanılmalı, parlak ve canlı renkler tercih edilmeli ve renkler arasında güçlü kontrastlar oluşturulmalıdır.

Tablo 4:S.O.S Racisme, Afiş Görseli

Afiş Görseli	İmge Düzenleme Kuralları	Açıklama
	İmge Sayısı	3 (Fotoğraf-İllüstrasyon-Yazı)
	Sözel Sayısı	1 (S.O.S RACISME)
	İmge Büyüklüğü	Büyük- 2/3 Oranı
	Zıtlık	Renk zıtlığı: Kırmızı-Beyaz-Siyah
	Algı Kolaylığı	Yazı ve resim kolay görülüyor
	Renk Etkisi	Beyaz zemin üzerine kırmızı
	Afiş Bilgisi	
Açıklama: Fransa merkezli Anti-Irkçılık Örgütü'nün İsveç ayağı için hazırlanan reklam afişi, mesajını iletmek için güçlü bir duygusal sembolizm kullanılır. Irkçılık sembolü olarak kullanılan gamalı haç'ın artıya dönüşmesi ile ırkçılığa karşılık vurgusu yapılıyor.		

Kaynak: (Web, borjadearteaga)

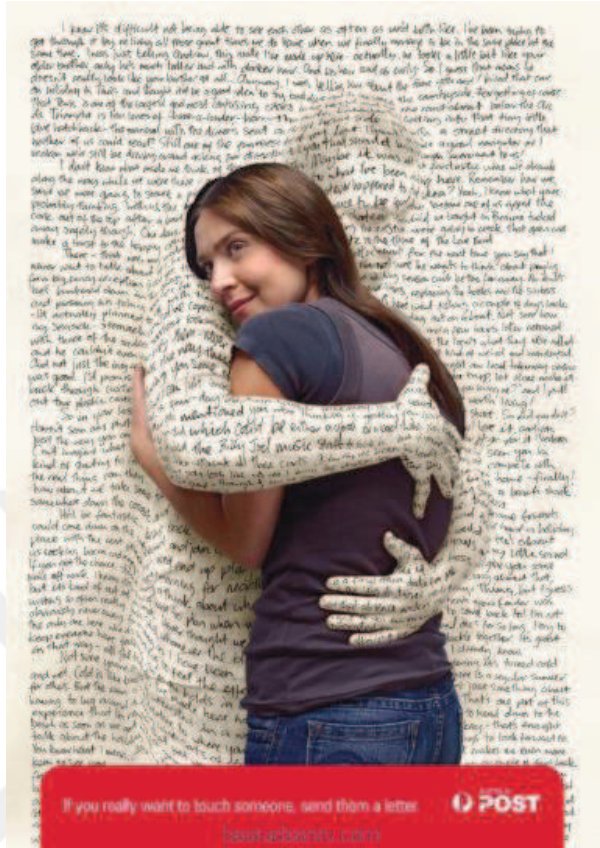
Afiş Tasarımında Görsel İmgeleri Bütünleştirme İlkeleri

Grafik tasarımcılar Ambrose, Billson' ın afiş düzenlemesinde “görsel imgeyi sunma” başlığında beş yaklaşım sunarlar. Bunlar; yazı ve imge, bitişiklik, üst üste bindirme, montaj ve etkileşimdir (Ambrose, Billson, 2013:115) (Tablo 5).

1.6.2.1. Yazı ve İmge

Tipografik yapıya imaj eklendiği hallerde sonuç genellikle ekstra anlam ve mesajlar içerir. Tasarım çalışmasında imgelerin kullanımıyla ilgili yapılacak deneyler tasarımcıya anlamın nasıl oluşturulabileceğine dair engin bir anlayış kazandıracaktır.

Tablo 5:M&C Saatchi Melbourne, Afiş Görseli

İşaret	Afiş Görseli	Açıklama
A + 		Tasarım: M&C Saatchi Melbourne Müşteri: Australia Post Kampanya: Haberleşme ve posta hizmetleri Teknik: Yazı ve İmge Birleşmesi Hizmet ve Kullanım Alanı: Sosyal

Kaynak: (Web, theinspirationroom)

Afiş; mektup kağıdının insan formuna dönüştürüldüğü ve okuyucusu ile sarılarak kucaklaştığı bir anlatım.

Sevdiklerimizden alınan bir mektubun bizlerde yarattığı olumlu duygu.

1.6.2.2. Bitişiklik

Bu, birden çok imgenin birbirine yakın konumlanmasıdır. Bitişiklik, birbiriyle zıtlaşan nesne, imge veya imgelere izleyicinin dikkatini çekmenin kullanışlı bir yolu haline gelebilir. Karşılaştırma veya zıtlık önermenin kullanışlı bir yolu olabilir.

Tablo 6:Ogilvy & Mather / Bangkok Afiş Görseli

İşaret	Afiş Görseli	Açıklama
		Tasarım: Ogilvy & Mather / Bangkok Müşteri: Poly Brite Comp. Kampanya: Temizlik Ürünleri Teknik: Bitişiklik Hizmet ve Kullanım Alanı: Reklam

Kaynak: (Web, behance, Yod Kosol)

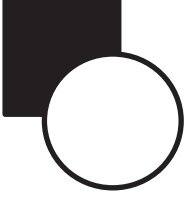
Gösteren: Çay bardağının devrilerek döküldüğü yüzey üzerindeki çay birikintisinin elek şeklini alması.

Gösterilen: Temizlik ürününün (Poly Brite) temizleme gücünün yüksekliğine dikkat çekiliyor.

1.6.2.3. Üst Üste Bindirme

Üst üste bindirme, bir imgenin yerine veya üzerine bir katman halinde başka bir imgenin yerleştirilmesidir. Bu yaklaşım çoğunlukla genel imge etkisini artırmada kullanılır ancak bazen de bir şeyi saklamak için kullanılabilir.

Tablo 7:Be Someone Else, Afiş Görseli

İşaret	Afiş Görseli	Açıklama
		Tasarım: Gediminas Saulis Müşteri: Mint Vinetu Bookstore Kampanya: “Başka Biri Ol” Teknik: Bindirme Hizmet ve Kullanım Alanı: Reklam Gösteren: Kitap okuyan kişinin yüzü kitap kapağının görseli arkasında yüzü kitap kapağında ki imge ile örtüşüyor. Gösterilen: Okuyucu kitap okumaya başladığında, ana kahramanla birlikte yaşamaya başlar ve onunla özdeşleşir. Artık kendi değil bir başkasıdır.

Kaynak: (Web, faithistorment, Gediminas Saulis)

1.6.2.4. Montaj

Montaj imge ya da imgeler, kesme ve/veya birleştirme yoluyla tek bir bileşim haline getirmektir.

Tablo 8:Aspirina, Afiş Görseli

İşaret	Afiş Görseli	Açıklama
		Tasarım: Adolfo Murillo Müşteri: Bayer Asprin Kampanya:İlaç Teknik: Montaj Hizmet ve Kullanım Alanı: Reklam Gösteren: Motor kaskına dönüşmüş aspirin tablet Gösterilen: Aspirinin baş ağrısı yanı sıra, kan basıncına karşı koruyucu özelliğine motosiklet kaskı benzetmesi ile vurgulanıyor.

Kaynak: (Web, behance, Adolfo Murillo)

1.6.2.5. Etkileşim

İmgelerin birbiri veya diğer nesnelerle arasında olması ve etkileşimi.

Tablo 9:JWT Hong Kong, Afiş Görseli

İşaret	Afiş Görseli	Açıklama
Montaj		Tasarım: JWT Hong Kong Müşteri: Kamu Kampanya: Sosyal Sorumluluk Hizmet ve Kullanım Alanı: Sosyal Gösteren: Kapaklı kağıt bardak elde tutuluyor. Bardağın kapağında arkadan görünen bir araba fotoğrafı yer alıyor. Egzozundan çıkan pipet ile içindeki içilmeye hazır. Gösterilen: Trafik kirliliğine veya çevre kirliliğine dikkat çekiliyor. Burada pipet egzoz borusu, bardağın içindeki sıvıda egzoz gazı olarak betimleniyor.

Kaynak: (Web, adsoftheworld)

1.7. Film Afiş Tasarımında Saul Bass Etkisi

1.7.1. Biyografi

Sinema sektöründe Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick, Billy Wilder, Martin Scorsese, Otto Preminger, Steven Spielberg gibi yönetmenlerin film afişlerini, açılış sekanslarını hazırlamış bir grafik tasarımcı ve aynı zamanda Oscar ödüllü bir film yönetmenidir.

Tasarımcı Saul Bass, 8 Mayıs 1920 tarihinde New York, Manhattan'ın kuzeyinde yer alan Bronx semtinde doğu avrupalı göçmen bir ailenin ikinci çocuğu olarak dünyaya gelmiştir. Eğitimini James Monroe lisesinde tamamlayan Bass, tasarım yolunda ilk adımlarını attığı kariyerine 1936 yılında burslu olarak Manhattan'daki Art Student League' de başlamıştır ve Howard Trafton tarafından eğitilmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesine ve hala serbest çalışmasına rağmen, 1944-46 yılları arasında Bauhaus estetik anlayışının başarılı temsilcilerinden modernist György Kepes'in Brooklyn Kolejinde verdiği gece derslerine katılır. Burada aldığı dersler Saul Bass'ın tasarım yönünün gelişmesinde büyük ölçüde yardımcı olmuştur. Çalışmalarını tamamladıktan sonra tasarım kariyerinde gelişmeye ve Warner Bros. dahil olmak üzere

serbest olarak bazı reklam ajansları ve şirketleriyle çalışmalarını sürdüren Bass, kariyerine New York'tan Los Angeles California'ya taşınarak devam etmiştir ve burada Saul Bass ve Ortakları (Saul Bass & Associates) adı altında bir tasarım firması kurmuştur. Burada çeşitli sinema filmleri için poster ve tanıtım ürünleri tasarlayan Saul Bass tasarım prensipleri ve aldığı eğitimlerin meyvesini ünlü yönetmenlerin dikkatini çekerek göstermiştir.

1954 yılında film endüstrisine giren Saul Bass, ilk büyük projesi olan ve sonrasında yine sıklıkla birlikte çalışacağı, Otto Preminger yönetmenliğinde çekilen “Carmen Jones” filmi için tasarladığı poster ve film jeneriği ile dikkatleri üzerine topladı. Hollywood stüdyoları sinema filmlerinin reklamlarını büyük bir oranda film posterleri üzerinden yürütüyordu. Bu dönemde film afişlerinde görsel olarak başrol oyuncusu kullanımı oldukça yaygındı. Film yıldızları kamuoyuna çıkarılıp, hayran dergilerinde film ile ilgili yazıların çıkması amaçlanırdı ve bu yolla sinema filminin gişe hasılatına katkı yapılmak istenirdi. (Güney, 2009: 89). Bu dönemde kullanılan ünlü odaklı, fotoğraflı ve doğrudan anlatım içeren afişler yerine Saul Bass, tasarladığı film afişlerinde kendi deyimiyle anlatılmak istenen öyküyü metaforik ve sembolik bir yolla sade ve etkili şekilde aktarmıştır. Hollywood'daki ilk çalışmalarından sonra saygın yapımcı evleriyle çalışan Saul Bass, Carmen Jones filminin açılış sekansı ve posterini için birlikte çalıştığı Otto Preminger ile 1955 yılında bu sefer hapisten çıktıktan sonra temiz kalmaya çalışan eroin bağımlısı bir adamın hayatını konu edinen ve Frank Sinatra başrolündeki “The Man With the Golden Arm” filmi için bir araya gelir. Yaratıldığı döneme göre dikkat çekiciliği, metaforik ve sembolik anlatımıyla çağının ötesinde olan bu poster ve açılış sekansı tasarımı Saul Bass için film sektöründe ve tasarım kariyerinde önemli bir sıçramaya neden olmuştur. Sonrasında film sektörü içerisinde ünlü yönetmenlerin film afişlerini ve açılış sekanslarını tasarlamıştır.

40 yıllık tasarım kariyeri boyunca Saul Bass, film afişleri ve açılış sekanslarının yanı sıra bugün bile hafızalarda yer edinen önemli firma ve kuruluşların logolarını da tasarlamıştır. Bunlardan bazıları AT&T, Bell, Kleenex, Girl Scout, Continental Airlines gibi kuruluşlardır. 25 Nisan 1996'da Hodgkin'in lenfoması hastalığı yüzünden hayata gözlerini yuman Saul Bass, tasarım dünyasına büyük bir ideolojik ve sanatsal miras bıraktı. (famousgraphicdesigners, 2018)

1.7.2. Tasarım Üslubu

Saul Bass, Bauhaus ekolünün temsilcileri olan Howard Trafton ve modernist György Kepes'in öğrencisi olarak aynı ekolü grafik tasarımlarında da devam ettirmiştir. Temel tasarım problemlerini bu ekolün verdiği bilgilerle çözerken aynı zamanda zamanın sanatsal akımlarından da etkilenen çalışmalar ortaya çıkarmıştır. Tasarımlarında kübizm, pop art ve minimalist ekollerin etkisini de görmek mümkündür. Bauhaus tasarım üslubu işlevcilik üzerine inşa edilmişti. Zanaat ve sanatı birleştirici yönüyle ele alıp uygulamaya ve üretime ağırlık veriyordu. Mimarlık odaklı olan bu akımın Almanya'da ve Amerika'da kurduğu okullarda mimarlık, sanat ve tasarım ve endüstri ürünleri tasarım derslerinde form, oran, ritim, malzeme, renk, mekan gibi konular işlenmekteydi. Saul Bass'ın tüm çalışmalarında bu temel öğeleri görmek mümkündür. Tasarımlarında; nokta, çizgi,

şekil/biçim, renk vb. gibi temel öğeleri, tekrar, zıtlık, egemenlik, denge gibi temel tasarım ilkeleri çerçevesinde ele almış ve minimalist bir yaklaşımla tasarımlarını oluşturmuştur.

1.7.3. Film Afiş Tasarımına Getirdiği Yeni Anlayış

Saul Bass öncesi film afişleri başrol oyuncularının fotoğraflarının olduğu tanıtım görselleriyken, Bass'ın, fotoğrafsız afişleri sinema sektörüne yeni bir bakış açısı kazandırdı. Başrol oyuncusu ya da filmin önemli bir sahnesinin fotoğrafı olmadığı bir afiş tasarımı için cesaret ve onay gerekiyordu. Bass tarafından kararlı bir biçimde uygulanan bu yönetime göre; fotoğrafın kaldırılmasıyla ortaya çıkan biçim ve içerik boşluğunu, illüstrasyon ve serbest el yazı kullanarak, fotoğrafın yerine ikonları, simgeleri ya da işaretleri kullanarak doldururken, filmin ana fikrini bu imgeler yardımıyla, izleyiciye aktarabilmiştir. Bu yaklaşımla film afişi sadece filmini tanıtan ve filminden sonrada işlevini yitiren bir görsel olma durumundan kurtularak film öncesi ve sonrası tekrar tekrar irdelenmesi gereken bir tasarım ürününe dönüşmüştür. Bu yaklaşım afiş tasarıma getirdiği yeni anlayıştır.

1.7.4. Saul Bass Film Afişlerinin Genel Özellikleri

- 25*35 cm boyutlarında, ipek serigraf baskı olup çok az sayıda basılmıştır.
- Tasarımlarda Bauhaus okulu etkisi vardır. Temel tasarım kuramları çerçevesinde çözümlenirler.
- Minimalist bir anlatım dili tercih edilmiştir; en az renk ve en az biçim kullanılmıştır.
- Poster zemini (fon) tek renklidir.
- Biçimler oluşturulurken zeminden de faydalanılır. Şekil-zemin etkilidir.
- Başlık yazısı tasarımın bir parçası olarak el yazısıdır ve biçimle birlikte ele alınmıştır.
- Kolaj tekniği uygulanmıştır. Geometriler parçalıdır.
- Filmin ana temasını vurgularken ikonlardan yararlanılır.
- Simge ve belirtke kullanılır.
- Metaforik bir anlatım dili vardır, kültürel kodlar taşır.
- Afiş, film öncesi merak uyandırıcı niteliktedir. Ne, anlatıyor sorusunu sordurur.
- Afiş, filmi sonuna kadar izlendikten sonra da değerlendirme ihtiyacı gösterir.
- Mesaj verir.
- Tasarımcının imzası afiş üzerinde görünür bir konumda yer alır.

2. BÖLÜM: FİLM AFİŞİNDE GÖSTERGELER VE GÖSTERGEBİLİM

İlk filmle birlikte ortaya çıkan film afişleri, sinemayı tanıtmaya ve duyuru niteliği taşıyan resimli bildirilerdi. Zamanla, filmin yönetmen ve oyuncularını belirten, yapımcı ve teknik bilgilerini gösteren, kullandığı fotoğraf, resim ve başlık yazısıyla da konu hakkında fikir veren ve aynı zamanda sanat ve tasarım değeri taşıyan birer postere dönüştü. Günümüzde afişler filmin basılı bir yüzeyde temsili olmaktan çıkıp hareketli, sesli ya da üç boyutlu görsellerde ifade bulmaktadırlar. Afişler, toplumsal yaşam içerisinde sosyal ve kültürel ihtiyaçlara aracılık eden nitelikte bir iletişim aracı görevi taşırlar. Haber verirler, uyarırlar, bilgilendirirler ve/veya yönlendirirler. Tasarım değeri taşıyan bu afişler aynı zamanda bildiri niteliği kazanmış birer göstergelerdir. Bizlere birşeyleri gösterirken bir şeyleri de anlatma gayreti içinde olan bir bildirişim aracıdırlar.

Toplumsal yaşamda insanın; kendini ifade edebilmek amacıyla kurduğu iletişimde kullandığı dil, en yaygın öğretilen bir bildirişim aracıdır. Konuşmanın dışında insanın, “dil” ile sanatsal ifadeler içerisinde ortaya koyduğu bildirişim niteliği taşıyan tasarım ürünleri de benzerlikler gösterir. Bu benzerlik, dilbilgisini model olarak kurulan yapı içinde tasarımın, dil gibi öğretilen bir sistem haline getirilmesine imkan vermektedir. Tasarım kavramı, “bir anlamı bir biçimle ifade etmede kullanılan dil” olarak ele alındığında, ortaya konulan her tasarım ürünü içinde, yaratıldığı dönemin kültürel değerlerini de aktaran bir anlatım değerine sahip olduğu anlaşılır. Tasarım ile dilin yapısal benzerliğini “biçimlendirme” başlıklı çalışmada açıklayan Aksoy’a göre:

İnsanların duygu, düşünce ve eğilimlerinin karşılıklı olarak iletilmesini ve bu yoldan toplumun yaşam deneyleri birikiminin aktarılmasını sağlayan bir anlatım-iletim aracı olarak dil. (Aksoy, 1977:1)

Olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre, grafik tasarım disiplininde ortaya konulan; resim, fotoğraf, illüstrasyon, tipografi gibi tasarım etkinliğine dayalı biçimler (kitap kapağı, amblaj, reklam afişi, film afişi) onları oluşturan temel öğeleri (nokta, çizgi, şekil, renk vb.) yardımıyla dil yapısı içerisinde çözümlenebilirler. Bu temel öğelerde aynı zamanda bir göstergedir. Bunların tasarım prensipleri yoluyla bir anlam oluşturacak biçimde algıda yarattığı ifadedir. Temel öğeler “dil”, algıda yarattığı ise “söz” dür.

Bu ifade “göstergelerin mantıksal bir düzen içerisinde çözümlenmeleri” olarak tanımlanan göstergebilim alanına girmektedir. Bu bağlamda Rifat şu açıklamayı yapmaktadır:

Gösterge dizgelerini betimlemek, göstergelerin birbirleriyle kurdukları bağıntıları saptamak, anlamların eklemlenerek oluşma biçimlerini bulmak, göstergeleri ve dizgelerini sınıflandırmak ya da insanla insan, insanla doğa arasındaki etkileşimi açıklamak..., (Rifat, 1998:111)

Olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre örneğin; grafik tasarımda “insanla insan” arasındaki etkileşim “tasarımcı ile izleyici” etkileşimine, “insanla doğa” arasındaki etkileşim “izleyici afiş” arasında kurulmaktadır. Afiş yüzeyinin üzerindeki tasarım unsurlarının (fotoğraf, illüstrasyon, tipografi) anlam karşılıklarının sınıflandırmaları, tanımlanacak “gösterge dizgeleri” ni oluşturmaktadır. Bu yaklaşım, tasarımcıya; yüzey

tasarımında vermek istediği ifade ve imayı bir dil işlerliği ile kullanarak, sanatsal bir dilsel metin hazırlar gibi oluşturma imkanı vermektedir. Bu ise göstergebilimin kapsamı içinde gerçekleşebilir. Rifat'ın göstergebilimin kapsamı üzerine açıklaması önemlidir:

Bu amaçla da bilimkuramsal (epistemolojik), yöntembilimsel (metodolojik) ve betimsel (Deskriptif) açıdan tümükapsayıcı, tutarlı ve yalın bir kuram oluşturmak gibi bir birinden farklı bir çok araştırma Türkçe'de göstergebilim diye adlandırılan bir bilim dalının alanına girer. (Rifat, 1998:111).

Yukarıdaki bu açıklamaya göre; göstergebilim kapsamında (afiş tasarımında imgelerin yapısal çözümlenmesi gibi); ilgili bilim dallarına uygun (bilimkuramsal), mantıksal bir düzen içeren (yöntembilimsel) ve insanın algılama süreci içinde tanımlanabilir (betimsel) özellikleri ile genel (tümükapsayıcı), anlaşılır (tutarlı) ve kolay uygulanabilir (yalın) olması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Buna göre; göstergelerin sınıflandırılarak tanımlanmasından oluşan yöntem, ele alınan disiplini (grafik tasarım gibi) destekleyen bilim ve sanat dallarının (fotoğraf, tipografi, illüstrasyon gibi) belirlediği genel (tümükapsayıcı) mantık çerçevesinde kurulmalı; anlaşılır (tutarlı) ve kolay uygulanabilir (yalın) olabilmesi için insanın (kullanıcı) algılama süreci içinde tanımlanmalıdır.

Türkçede göstergebilim tek bir kavram altında ifade edilirken aynı zamanda bir yanılgıda ortaya çıkmaktadır. Batı dillerinde, semiyoloji bilimi (sözcük-kavram) olarak dili konu alırken, biçim-anlam olarak ele alan semiyotik bilimi ayrı kavramlar olarak ele alınmaktadırlar. Bu araştırma çalışmasında göstergebilim kavramı “insanın tasarım etkinliği içinde yarattığı ifadelerin anlamlarının çözümlenerek, yaratıcılık olgusuna dilbilgisel bir yapı kazandırılması amacı ile yöntem kuramları oluşturan semiyotik kavramına eş olarak” kullanıldığını belirtmek gerekmektedir. Böylelikle bu araştırma çalışmasının amacı olan, göstergebilimsel çözümleme kavramına da açıklık getirilmiş olmaktadır.

Göstergebilim, dilbilimin yapısalcı çözümleme yöntemini tüm kültür görünümüne yayarak, bu görünümün taşıdığını varsaydığı anlamları araştırır. Göstergebilim terimini ilk kullanan Ferdinand de Saussure olmuştur. O, anlam dizgelerinden (çizgi, şekil, renk gibi anlam bildiren ifadelerin kurdukları yapılar) bahsederken dili anlam belirten bir dizge olarak tanımlar. Saussure toplumdaki dil göstergelerini (sözcükler) inceleyerek, toplumun tüm göstergelerini çözümlemede bir model oluşturacağına işaret eder. Bu yaklaşımı ile göstergebilimi genel bir bilim dalı olarak ele almaktadır. Diğer bir göstergebilim kuramcısı olan Peirce ise Saussure'ün genel yaklaşımının aksine bir bilim dalı olarak göstergebilimi tanımlamıştır. Bu sayede dil dışında anlam dizgelerinin kurulması ve bu yolla düşüncelerin iletilmesi fikrinin üzerinde durmuştur. Bu ifade tasarımcının, sanatçının ortaya koyduklarıyla kendini ifade etme biçimini açıklamaktadır. Pierce göstergeyi (1978:121) “bir kişinin zihninde başka bir yansımanın yaratılmasını sağlayarak herhangi bir şeyin yerini, herhengi bir sıfatla tutan şey”, olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre, bir anlam dizgesi olarak afiş tasarımında gösterge, kullanıcının algılama sürecinde zihninde belirli kavramları çağrıştıran yüzey öğelerinden oluşmaktadır.

Göstergebilimde, Hjelmslev dili yapısal çözümleme içerisinde ele alarak anlam dizgelerini mantıksal bir düzene sokmuştur. Dilin matematiksel yönünü ortaya

koymuştur. Hjelmslev'in "düzanlam ve yananlam" olarak tanımlamasıyla da göstergeleri anlam bildiren ifadeler olarak belirtmiştir. Bu yaklaşım Barthes tarafından da geliştirilerek günümüz göstergebilimin genel kuramlarını oluşturmıştır. Üstdil olarak tanımlanan bu durum tasarımın ortaya koyduğu anlam-iletişimi de açıklamaktadır. Tasarımcı-kullanıcı/izleyici ilişkisinde göstergebilim bu süreci analiz etmeye ve çözümlemeye imkan veren bir etkinlik alanı olmaktadır. "Dil cebiri" olarak da tanımlanan matematiksel bir model içinde ele alınan anlam dizgeleri öğretiler ya da tersi çözümlenebilir. Buna göre tasarım kavramı da anlam bildiren dizgeler olarak bir sistem içerisinde ele alınabilirler. Tasarımcının dil dışında ortaya koyduğu nesne; resim, fotoğraf, heykel gibi sanat ve tasarım ürünlerinin her birisi birer göstergedir.

2.1. Gösterge

Gösterge sözel ve görsel olmak üzere iki eksenenden oluşur. Gösteren maddesel bir araç iken gösterilen zihinsel bir kavramdır. Gösteren, gösterenin biçim yönüyle ifadesidir. Gösterilen ise gösterenin gönderme yaptığı anlamı ve kavramı taşır. Göstergeler; sözel, yazınsal, işitsel ve görsel olarak sınıflandırılırlar. Yazınsal gösterge aynı zamanda, görsel gösterge kategorisine de dahil olmaktadır. Bu bağlamda, Ertan ve Sansarcı'nın görüşleri önemlidir:

Dilin bir parçası olan sözel, yazınsal ve işitsel göstergeyi oluşturan sözcükler ve cümleler, bir nesne ile yalnızca adı değil, aynı zamanda bir kavramla iletişim imgesini birleştirmektedir. Bunların tümü için gösterge terimini kullandığımıza göre, kavramlar ve anlamlar yerine **gösterileni**, bir anlam ya da kavram ifade eden her imgenin yerine de **göstereni** koymak uygun olmaktadır. Bu ikisi birbirinden ayrılamaz. Aksi halde içerik, göstereni olmadan anlamsız, gösteren ise anlam ya da kavram karşılığı olmadan niteliksiz kalır. Örneğin **e-l-m-a** harflerinin birleşimi ile oluşan "**elma**" sözcüğü, yazınsal, işitsel ve sözel bir gösterge olarak nitelendirilebilmektedir (Ertan, Sansarcı, 2017:23).

Göstergebilimciler, "göstergebilim" (semiyotik) kelimesini "göstergelerin bilimi" olarak tanımlamışlardır. Göstergelerin kelimeler, görüntüler, sesler, kokular, tatlar, hareketler ve nesneler biçimine girebildiğini, ancak onlara bir anlam yüklemeyince hiçbir anlama da sahip olamayacaklarını ifade ederler. Anlam yüklenmesi için bir yorumlayıcı ya da bir okuyucuya ihtiyaç vardır. Bu bağlamda Beyazıt'ın görüşleri açıklayıcıdır:

Juan Bonta'ya göre tasarlanmış bir biçimin anlamını ya da önemini üç kategoride ele alabiliriz. Bir gösterge dolaylı olarak algılanan olgular yardımıyla doğrudan algılanabilen bir olgudur. Örneğin, yeni ve gösterişli giysiler giymek, rock müziğini uzaktan işitmek, garson kızların etrafta içki ve parti yiyecekleri sunmaları doğrudan algılanabilecek olgulardır; ilgili binada bir parti vardır. Önceki yoluyla bir sonrakini öğrenebiliriz; bu nedenle bunlar indeks türü göstergelerdir. Bunlar algılanabilen olgulardır ve dolaylı olarak algılananlar gösterenin anlamını meydana getirirler. Tasarım durumunda biz biçim ve biçimin anlamı konusunda konuşabiliriz. Diğer bir bileşen de yorumlayıcıdır ve o biçimin ne gibi bir anlama geldiğinin göstergesini fark eder. (Bonta'dan aktaran Beyazıt, 2008:329)

Bu partiyi doğrudan değil de duvara asılı afişinden algılasak durum daha farklı olacaktır. Parti öncesi yaşadığımız algı yerine, afiş vesilesiyle partiden dolaylı olarak haberdar oluruz. Afiş bunu göstergeler ve işaretler yardımıyla gerçekleştirdiğinden dolayı, bir yönüyle -biçimi anlamıyla ilişkilendiren yapısından dolayı- doğrudan algılanan olguya göre, yanlış anlaşılmalara da neden olur. Dilin göstergelerini görüntüsel göstergeler üzerinden aktararak iletişim kurmak için "görsel dil" kullanılır. Bu süreci kavrama grafik

tasarımın temelini oluşturmaktadır. Grafik tasarım, bu tür hataları en aza indirgeyecek biçimde ve çoğunluk tarafından anlaşılacak işaretlere dönüştürerek iletir. Örneğin, Münih 1972 Olimpiyatları için tasarlanmış piktogram her ülke vatandaşı tarafından kolaylıkla algılanır. Beş farklı kıtanın insanını bir araya getiren bir “konu” olan spor, “öz” ünde insanlık ve kardeşlik birlikteliğini, asıl işlevi bir oyun ya da spor aracı olan “çevirme halkası” imgesi olarak sunar. (Resim 24).

Resim 24:Olimpiyat Logosu (Piktogram)



Kaynak: (Web, wikipedia)

2.1.1. Göstergelerin Sınıflandırılması

İletişimde kullanılan göstergeler; dilsel göstergeler ve görsel göstergeler olarak ikiye ayrılırlar. Dilsel göstergeler, söz ve yazıyla gerçekleştirilen her eylem bu başlıkta ele alınır. İnsan duygu ve düşüncelerini en iyi şekilde dil ile anlatır. Görsel göstergeler ise; resim, fotoğraf, şekil, işaret, hareket, jest ve mimikler dil dışı göstergeler ya da görsel göstergeler olarak nitelendirilir.

Tablo 10:İletişimde Kullanılan Göstergeler

Dilsel Göstergeleri	Görsel Göstergeler		
(Söz ve yazı)	(Fotoğraf,Çizim,Logo,Tipografi)		
ELMA “E-L-M-A”			
	ELMA		

Kaynak: (Web, freepik)

Yazınsal gösterge aynı zamanda görsel gösterge olarak da kabul edilirler. Örneğin; elma sözcüğünün sesle ifadesi yerine, tipografik yazısı onun görsel göstergesidir. Aynı şekilde fotoğrafı da görsel göstergesidir.

2.1.1.1. Dilsel Gösterge

Modern anlamda dilbilimin kurucusu olarak kabul edilen Ferdinand de Saussure dili, bir sistem olarak ele alıp yapısal yönünü ortaya koymuştur. Yapısalcılık olarak tanımlanan bu yaklaşımda dil (langue) ile söz (parole) ayrımı yapılmaktadır. Dil, Türk dili, İngiliz dili, Fransız dili örneğinde olduğu gibi bir dil sisteminin adıdır. Söz ise bir konuşmacı tarafından sözele dönüştürülmüş halidir. Söz, somut ve bireyseldir: Dil, soyut ve toplumsal bir sistemdir. Saussure’e göre (1916/1998) “olguyu ne biçimde ele alırsak alalım, dil olayının her zaman iki yüzü vardır; bunlar birbirinin karşılığıdır, birbirinin değerini belirler”. Saussure, dilin “çokbiçimli” ve “karmaşık” olma yapısından hareket ederek dil ve söz kavramını oluşturmuştur. Bu bağlamda Barthes bu ikili kavramı Saussure’un çalışmalarına atıf yaparak açıklar:

Dilyetisi ilk bakışta sınıflandıramayacak bir gerçeklik olarak görünür; hem fiziksel, fizyolojik ve zihinsel hem de bireysel ve toplumsal olduğu için bu gerçeklikte birlik sağlanamaz. Oysa, söz konusu karmakarışık yığından bildirişim için gerekli uzlaşmaların dizgeli bütünü olan katışıksız bir toplumsal konu soyutlanırsa, bu düzensizlikte sona erer. Bu bütün, kendisini oluşturan belirtkelerin *özde*kinden bağımsızdır ve **dil** diye adlandırılır; dil karşısında **söz**, dilyetisinin yalnızca bireysel kesimini (sesleme, kuralların uygulanması ve göstergelerin olası birleşimleri) kapsar (...) Demek ki Dil, bir bakıma, **dilyetisi eksi sözdür**: Hem toplumsal bir kurumdur, hem de değerler dizgesidir. (Barthes,2009:30).

Türkçe’de **Dilyetisi**; Dilsel davranış (Resim, jest, yazı ve diğer kodlar), Konuşma yeteneği/beceri, **Dil**: İnsanların düşündüklerini ve duyduklarını bildirmek için kelimelerle veya işaretlerle yaptıkları anlaşma, lisan. **Söz** ise; bir veya birkaç heceden oluşan ve anlamı olan **ses birliği**, kelime, sözcük. Olarak tanımlanmaktadır. (TDK)

Tablo 11:Dilyetisi (Belirtke)

Dilyetisi (Belirtke)	
Dil (Kelime ve İşaretler)	Söz
 GENEL İZLEYİCİ KİTLESİ İÇİNDİR	GE-NEL*İZ-LE-Yİ-Cİ * KİT-LE-Sİ * İ-ÇİN-DİR G-E-N-E-L İ-Z-L-E-Y-İ-C-İ K-İ-T-L-E-S-İ İ-Ç-İ-N-D-İ-R

Kaynak: (Web, rtukisaretler)

Yukarıda; Sinema Filmleri Değerlendirme ve Sınıflandırma İşaretlerinden biri olan “Genel İzleyici Kitlesi İçindir” işareti görülmektedir. İşarete üç farklı büyüklükte

dairesel formlar ile çekirdek aile vurgusu yapılmış ve çerçeve içine alınmıştır. İşaret **dil** göstergesidir. İşaretin anlattığı ya da “söylediği” söz dür.

Barthes dil’i bir benzetmeyle açıklar:

Dil açısından, gösterge madeni bir paraya benzer: Bu para, satın alınmasını sağladığı herhangi bir mal için geçerlidir, ama, aynı zamanda, değeri daha yüksek ya da daha düşük olan başka paralara göre de bir değer taşır. **Kurumsal özellik** ve **dizgesel özellik** birbirine açıkça bağlıdır: Dil sözleşmeye dayanan (bir bölümüyle buyrultusal “keyfi” ya da daha doğrusu nedensiz) bir değerler dizgesi olduğu için bireyin tek başına yol açtığı değişikliklere karşı direnir, bu nedenle de toplumsal kurumdur. (Barthes:2009:3).

Kurumsal yönüyle dizisel, dizgesel yönüyle de anlamsaldır.

Tablo 12:Dizgesel ve Kurumsal Özellik

DİL		
	Dizgesel Özellik	Kurumsal Özellik
	Değer Ölçüsü	Mal ve Hizmet Satınalma

Kaynak: (Web, smyrnacoin)

Göstergebilimciler, dili “anlam” ve “biçim” öğelerinden oluşan bir dizge olarak çiftlekmlilik olarak tanımlamaktadırlar. Dil iletişimde sosyal bir “kurum” olarak aracılık yapar. Çift eklemli dilin dizgesel bir yapısı vardır. Birinci eklemlilik “sözcük”, ikinci eklemlilik “ses” olarak tanımlanır.

Tablo 13:Dil Göstergeleri Düzlemi

Çift Eklemlilik	
Birinci Eklemlilik	İkinci Eklemlilik
Anlambirimler “Sözcükler”	Ayrıcı Birimler “Sesler”

Dil de; **söz dizimi**, **biçim bilgisi** ve **ses bilgisi** öğeleri **biçimi** oluştururken, biçimin algıda oluşturduğu imge ya da kavramlarda anlam yönünü oluşturur. Ekmek tekne yandı cümlesinin öğelerinin dizimi; **söz dizimini** oluşturur. Dizimde yer alan her ögenin cümleden bağımsız anlamları da vardır. Örneğin “ekmek” sözcüğü sadece yenilebilir bir

ürüne işaret etmez, “ekmek teknesi” sözcüğü para kazanma aracı ya da, Anadolu’da kullanılan, hamur yoğurma teknesini de ifade eder. Farklı tamlamalarla sözgelimi, “ekmek parası” ile geçim sağlamayı, “ekmek çarpsın” sözü ile de yemin etmeyi ya da pişmanlığı ifade edebilir. Bu sözcükleri de farklı vurgularda ya da tonlamalarla seslendirebiliriz. “Ekmek tekne yandı” cümlesindeki her öge (gösterge) sözcük anlamından bağımsız olarak imgede yarattığı anlamlarla kavramsal olarak değerlendirilebileceği gibi bunların yer değiştirmeleri ile de farklı anlamlar oluşabilir. Örneğin; “teknem yandı” ya da “teknem ekmek” veya “yandı ekmek” gibi. Sözcük ve yazıyla gerçekleştirilen her türlü eylem bu gruba girer. Her sözcük bir dil göstergesidir. Erdoğan’a göre gösterge bir işarettir. Bunu aşağıda açıklar:

Göstergebilimde kelimeler, imajlar veya anlamın çıkartıldığı her şey işaret olabilir. Her işaret, işaret eden (işaretin materyal biçimi; gösteren; anlamı veren) ve işaret edilenden (işaretin temsil ettiği kavramdan; gösterilenden; anlam verileden) oluşur”. (Erdoğan, 2002:114)

Saussure’e göre de gösterge bir satranç oyunudur:

Nasıl satranç oyunu tümüyle çeşitli taşların birleşiminden başka bir şey değilse, dil de baştan aşağı somut birimlerinin karşıtlığına dayanan bir dizgeden başka bir şey değildir. Ne bu birimleri tanımaktan kaçınabilir, ne de onlara başvurmadan bir tek adım bile atabiliriz (Saussure,1998:158).

Gösterenle gösterilen arasındaki ilişki neden-sonuç ilişkisi olmayıp toplumsal uzlaşıya dayalıdır. Örneğin; Türkçede yenilir meyve anlamında “elma” sözcüğü, İngilizcede “apple”, Almancada “apfel” olarak kullanılmaktadır. Toplumsal uzlaşıya göre sözcüklerin öğrenilmesi mantıksal değil ezbere dayalıdır. Sözcüklerin (göstergeleri) matematiksel bir düzende bir araya gelmesini sağlayan dilbilgisi (gramer) sayesinde o dil için; ses, sözcük yapısı, anlam değişimleri, tümce kuruluşu gibi öğelerini ele alıp bunların kurallarını anlama imkanına sahip olabiliriz. Örneğin, “elma” sözcüğü, nesnesini işaret ederken “somut”, “kızıl elma” sözcüğü ile de “soyut” bir kavramı işaret eder. Yani işaret ile işaret ettiği şey arasındaki ilişki somut olmaktan ziyade soyut bir kavramı çağırıştırır. O halde, dilsel bir işaret bir kavramla ses imajını birleştirir. Bu “dil ve söz”dür.

2.1.1.2. Görsel Gösterge

Göstergeleri; sözel, yazınsal ve işitsel olarak, “dilsel göstergeler” olarak sınıflandıracak olursak, dilsel olmayan her türlü göstergeyi de, görsel ya da “görüntüsel gösterge” olarak sınıflandırabiliriz. Dil dışı göstergeler, örneğin, yaprakların sararması-sonbaharı, havanın bulutlanması-yağmuru vb. akla getirmesi bakımından doğal göstergeler, trafik işaretleri, görgü kuralları gibi sosyal öğelerde sosyal göstergeler olarak görüntüsel göstergelerdir. Grafik tasarımda imgeler; fotoğraf, illüstrasyon, tipografi, görsel göstergelerdir. Görsel göstergeleri anlamak ve anlamlandırmak için -göstergebiliminde yaptığı gibi-dilbilimdeki dil/söz karşıtlıklarından hareket ederek göstergebilimsel çözümlemeler yapılması gerekmektedir.

2.1.2. Görsel Göstergede Dil-Söz

Barthes görsel göstergeleri bu bağlamda dil ile söz arasındaki ayrımı anlamlama dizgelerinden; giyim dilinde, moda fotoğrafında ve besin dizgelerinden örneklemeler yaparak anlatmaktadır. Her alanın kendi içerisindeki farklılıkları ortaya koyarken; dil ve söz arasındaki ayrımın göstergebilimsel geçişte örneğin; “moda giysisi veya moda fotoğrafında betimlenen giyside “söz” neredeyse yoktur” biçiminde açıklamaktadır.

Betimlenen” giysi, hiçbir zaman , Moda kurallarının bireysel bir uygulamasına denk düşmez; dizgeli bir göstergeler ve kurallar bütünüdür: Katıksız bir Dildir bu. Saussure’ün taslağına göre sözsüz bir dil olanaksızdır; burada bunu olanaklı kılan, bir yandan Moda dilinin “konuşan kitle” den değil, kodu isteyerek oluşturan karar verici bir topluluktan kaynaklanması, bir yandan da, her türden Dilin içerdiği soyutlamanın burada yazılı dil biçiminde somutlaşmasıdır (Barthes, 2005:38)

Barthes, görsel göstergeyi giyim, moda ve besin alanlarında dil ve söz üzerinden örnekler:

2.1.2.1. Giyim Dili: Giysi Örneği

Giyim dili, parçaların karşıtlarından oluşur. Aksesuarlar, takılar, giysi öğelerinin tercihi anlamsal değişimlere yol açar. Örneğin; kravat ile papyon, kasket ile melon şapka ya da mokasen ile sandalet arasındaki fark giyim “dil” ile, parçaların aralarında yukarıdan aşağıya ya da üst üste sıralanışı giyinmeyi “söz” ifade eder. Söz toplumsal bir uzlaşısı sonucu ortaya çıkar. Kurallar ya da tercihler giyinmenin kendine özgü göstergelerini oluşturur. Konfeksiyon üretim giyim tercihinin pratikleştirir. Giyim kavramı, giyinme kavramından daha önce gelen bir eyleme dönüşür. Seri üretimin parçalarının bir araya gelme tercihi kişisel bir dil olmasına rağmen bunların birlikteliğinin ortaya koyduğu ifade modayı ya da tarzı yansıtmışından ötürü “giyinme” yani “sözü” oluşturur.

Tablo 14:Anlamlama Dizgesi “Giysi”

Karşıtlıklar: Dil			Kurallar: Söz
Bildirişim Düzlemi			
Gösterge			
			
			
			

Kaynak: (Web, cozzoo)

Parçaların ya da ayrıntıların karşılıkları **Dil**, parçaların, aralarında dikey ya da yatay birleşmesini düzenleyen kurallar **Söz** olarak ifade edilebilir. Karşıtlıklar düzleminden seçilen bir öge kurallar düzleminde anlam kayma ya da sapmalarına neden olacaktır. Örneğin; gemici şapkası ile melon şapkanın arasındaki amaç farkının takım kıyafet (söz) üzerindeki etkisi gibi.

2.1.2.2. Moda Dili: Moda Fotoğrafı

Giyside giyim dil, giyimin bildirdiği ise söz dür. Örneğin; takım kıyafet “dil”i, kıyafetin algıda yarattığı ise “söz” ü ortaya çıkarır.

Barthes, bunu bir fotoğraf üzerinden açıklar:

Yazılı moda giysisi, **giyimsel** bildirişim düzleminde **Dil** dir, **dilsel** bildirişim düzlemindeyse **Söz** dür. Fotoğrafı çekilmiş giysideyse (sorunu yalınlaştırmak için dilsel bir betimlemenin görüntüye eşlik etmediğini varsayıyoruz) Dil her zaman karar verici çevrede (*fashion-group*) oluşturulur, ama bu aşamada bile soyutluğu içinde sunulmaz, çünkü fotoğrafı çekilmiş giysi, her zaman bireysel olarak bir kadın üstündedir. Moda fotoğrafının sunduğu, giysinin yarı dizgeli bir durumudur; çünkü, bir yandan moda Dili, sözde gerçek bir giysiden çıkarsanacaktır ve bir yandan da giysiyi giyen (fotoğrafı çekilmiş manken) neredeyse, kurallara uygun genelliği dolayısıyla seçilmiş, bu nedenle de her türlü birleşimsel özgürlükten yoksun, donmuş bir sözü yansıtan bir kural-birey’dir (Barthes, 2009:39)

Tablo 15: Anlamlama Dizgesi “Moda Dili”

Dilsel Bildirişim Düzlemi		
		

Kaynak: (Web, fashiongonerogue)

Dilsel bildirişim düzleminde bir moda fotoğrafında yer alan manken ve taşıdığı ürün (giysi) arasındaki ilişkide izleyici; mankeni, giysiyi, parçaları, üst parçaları ve aksesuarları birlikte ve bir bütünlük içerisinde gözlemlediğinden artık giyimsel bildirişim düzleminin sunduğu özgürlükten yoksun kalacaktır.

2.1.2.3. Besin Dili: Yemek Örneği

Barthes, anlamlama dizgelerinden bir diğeri; besin dilini ele alarak açıklamaktadır:

1) Yasaklama kuralları (yiyecek yasakları); 2) Belirlenmesi gereken birimlerin anlam aktarıcı karşıtlıkları (sözelimi, tuzlu/şekerli); 3) Zamandaş (tek yemek) ya da ardışık (art arda yenen yemekler dizisi, mönü) birleşim kuralları; 4) Belki de bir tür besinsel söz sanatı işlevi yerine getiren yaygın kurallar”. Besin “Söz” ü ise, bireysel olarak o yemeğin hazırlanma ve

birleştirme yöntemleridir. Burada kişisel beceri ve alışkanlıklar söz konusudur. Sonuçta, besin dili; toplumsal kullanım ya da bireysel “söz” den oluşur. (Becer, 2005:40).

Tablo 16:Anlamlama Dizgesi “Besin Dili”

Dil				Söz
Çorbalar	Etliler	Pilavlar	Salatalar	Menü
				
				
				

Barthes, besin dili örneğini verirken kullanımı ön plana alır:

Kısaca belirtmek gerekirse, besin dilini oluşturan, kullanımdır, yani sözlerin bir tür çökmesidir. Bununla birlikte, bireysel yenileme olguları (yeni oluşturulmuş yemek tarifleri) kuramsal bir değer de kazanabilir; her ne kadar olursa olsun, burada, giysi dizgesine de karşıt olarak, eksik olan şey karar verici çevrenin eylemidir: Besin dili, yalnız ve yalnız geniş ölçüde toplumsal nitelikli bir kullanımdan ya da salt bireysel bir “söz” den kaynaklanarak oluşur. (Barthes, 2009:40)

Besin dilinde dil-söz karşıtlıklarında; menü listesindeki farklı cins ve çeşit yemek fotoğrafları “dil”, günün menüsü ise “söz” dür. Örneğin; açık mutfak “dil”, tabldot “söz” olarak ifadesidir.

2.1.3. Görsel Gösterge Üçlülere

Göstergenin, biçimsel tanımı için gramer, göstergenin nesnesine olan uygunluğunu sorgulamak bakımından mantık, göstergenin yeniden üretilmesi ve çeşitlendirilmesi için de retoriğe ihtiyaç vardır. O halde; Bir şeyin gösterge olarak tanımlanabilmesi için; bir nesneye bağlı olması, nesnenin ortaya koyduğu bir işaret ya da imgeye dönüşmesi ve bir niteliğe sahip olması gerekmektedir. Peirce, göstergeleri mantığın işleyişine göre üçlülükler halinde inceler.

Birincilik, ikincilik ve üçüncülük. Mantığın işleyişi bu üçlüye dayanıyorsa ve mantık da en genel anlamıyla “biçimsel gösterge öğretisiyse” o halde göstergeler de üçe ayrılmalıdır (Peirce, 1984: 227).

Merrel, bu üçlüğü, “Peirce bu kategorileri, hissetmeyi, duyumsamayı, deneyimi ve göstergelerin kavramsallaştırılmasını açıklamak için geliştirmiştir” şeklinde açıklarken aşağıdaki şu örneği verir:

Birincilik, Picasso’nun bir tablosundaki iki boyutlu dikdörtgen biçimindeki renk beneği olabilir. İkincilik ise bu beneğin resimdeki öteki dikdörtgen, üçgen ve düzensiz beneklerle olan karşılıklı ilişkileri olabilir. Üçüncülük ise resme bakan bir kişinin tüm bu benekleri

zihninde üç boyutlu olarak birbirinin önüne arkasına, sağına soluna koymasındır. (Merrell, 2000: 32).

Bu açıklamaya göre göstergeler üçlükler halinde ele alınır: a) birinci üçlü; gösterge, nesne, yorumlayan, b) ikinci üçlü; görüntüsel gösterge (ikon), belirti, simge, 3) üçüncü üçlü; nitel, tekil, kural gösterge.

Tablo 17:Gösterge Sınıflaması

Birinci Üçlü			İkinci Üçlü			Üçüncü Üçlü		
Nesne	Gösterge	Yorumlayan	Görüntüsel Gösterge	Belirti	Simge/Sembol	Nitel	Tekil	Kural

Bunları sırasıyla açıklayalım;

2.1.3.1. Birinci Üçlü

Nesne, Gösterge ve Yorumlayandan oluşur. Örneğin; elmanın kendisi, fotoğrafı ve okuyucu/izleyici olarak yorumlayanı bu üçlüyü oluşturur. Peirce birinci üçlüyü şu şekilde açıklar:

Bir gösterge ya da *representamen*, bir kişi için herhangi bir şeyin yerini, herhangi bir açıdan ya da nitelik bakımından tutan bir şeydir. Birine yöneliktir; yani bir kişinin zihninde, bir eşdeğer gösterge ya da belki daha gelişmiş bir gösterge yaratır. Yarattığı bu göstergeyi ilk göstergenin yorumlayanı olarak adlandırıyorum. Bu gösterge bir şeyin, nesnesinin yerini tutar. Bu gösterge nesnesinin yerini tutarken bunu her açıdan değil, benim *representamen*'in temeli dediğim bir çeşit kavramı iletme açısından tutar (Peirce, 1984:228).

Örneğin; elmanın kendisi nesne, fotoğrafı gösterge, sunum şekli gösteren, okuyucu/izleyici tarafından yorumlanması ise anlamı ortaya koyan bir sonuçtur.

Tablo 18: Birinci Üçlü

Nesne	Gösterge	Yorumlayan
Kendisi	Algıdaki yansıması	Anlamlandırma
	 Çizimi/Fotoğrafı	

Kaynak: (Web, freepik)

2.1.3.2. İkinci Üçlü: İkon, Belirti, Sembol

Pierce'ün ikinci üçlüsü olarak ortaya koyduğu, 1. Görüntüsel gösterge (ikon), 2. Belirti (index), 3. Sembol (symbol) üçlüsüdür (Peirce, 1984: 291).

İkon: Görüntüsel göstergedir. Monaco, ikonu “benzerlik ilişkisinden ötürü nesnesini temsil eden gösterge” olarak açıklar (2000:160). Görüntüsel gösterge sayesinde bir düşünce ürünü olarak ortaya konmuş olan “tasar”ı görme ve anlama/anlamlandırma imkanına sahip oluruz. Örneğin; eskizler, resimler, fotoğraflar, illüstratif çizimler ya da tipografik öğelerin hepsi nesnesinin temsili olan işaret ya da diğer bir ifadeyle görüntüsel gösterge imgeleridir. Ambrose, ikonu benzerlik özelliği üzerinden açıklamaktadır:

Temsil ettiği şeye (görüntü, ses, koku, his veya tat bakımından) fiziksel olarak benzerlik gösteren her gösterge ikon olarak tanımlanır. Örneğin, bir kişinin fotoğrafı fiziksel olarak o kişiyi temsil ettiğinden ikonik bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Grafik tasarımda ikonlar en yalın biçimlerine indirgenebilirler. Bu teknik, umumi tuvaletlerde cinsiyet belirten piktogramlarda da kullanılmıştır (Ambrose, 2013:108)

Yukarıdaki tanıma göre; vesikalık bir fotoğraftaki yüz, çekilen kişinin -bir sureti olarak- “benzerlik” özelliğinden dolayı ikondur. Benzerliği aslı gibi ele almak yanıltır. Grafik sadeleştirme, soyutlamalarda, benzerlik taşıyorsa bunlara da ikon diyebiliriz. Grafik tasarımda örneğin bir afişin görselleşmesini sağlayan üç yapısal unsur olan; fotoğraf, resim ve illüstrasyon, yazı ve tipografi o afişin üç ikonudur.

Belirti: Türkçede, belirt (İng. Index) ya da indeks; “bir olayın veya durumun anlaşılmasına yardım eden şey, alamet, nişan, nişane” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 1974:106). Erdoğan, indeksi işaret olarak şu şekilde açıklar:

Herhangi bir şekilde (varoluşçulukla veya nedensellik) tabiatında işaret edilene bağıntılı olan işaretlerdir. İndeksler, işaret edenin belli bir işaret edilen ile ilişkili olduğunu öğrendiğimiz işarettir”. İşaret edilene doğal olarak bağlıdır (Erdoğan, 2002:116).

Belirtiler, doğal göstergelerdir. Bu bağlamda Kıran'ın açıklaması önemlidir:

Kısacası, indeksler ancak onu yorumlamasını bilen kimseye bir şeyler anlatan doğal bir göstergedir. İndeksler işaret eden ve işaret edilen arasındaki ilişki nedenlidir: Duman aslında ateş demektir, çünkü ateş genellikle dumanın nedenidir (Kıran, 1996:108)

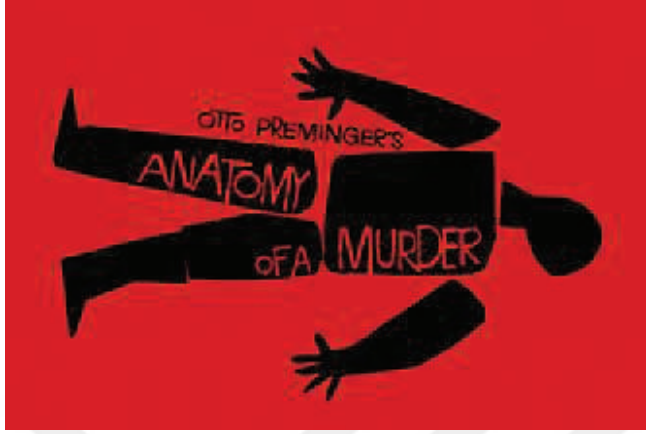
Tablo 19:Görüntüsel Gösterge, Belirti, Simge

Görüntüsel Gösterge	Belirti	Simge
(Icon)	(Index)	(Symbol)
		
a) Temsili “Çizim” Betimlemesi	b) Yenmiş Elma Yaşam belirtisi	c) “Apple Logo” Firma işareti

Kaynak: (Web,vectorstock)

Sonuç olarak indeks, yorumlayıcısı olmasa dahi varlığını devam ettirecek olan bir göstergedir. Grafik tasarımda ikonlara belirtiler eklenerek anlam derinleşmeleri yapılır.

Resim 25:Saul Bass, “Anatomy of a Murder” Afişi



Kaynak: (Web, saulbassposterarchive)

Örneğin; Saul Bass’ın Bir Cinayetin Anatomisi” başlıklı film afişinde yer alan ölü adam imgesi bir ikondur. Ölü adam “belirti” si ise yatay konumlanmış ve parçalanmış ifadeli bedendir. Belirtiyi, yazılı dil olarak başlıktaki “anatomiy” terimi desteklemektedir. (Resim 25).

Simge: Türk Dil Kurumu’na göre; simge ile sembol eş anlamlı sözcük olup; “soyut bir kavramı, örneğin bir ülküyü, amacı ya da düşünceyi gösteren ve anlamı herkesçe bilinen biçim, harf, bitki vb. im” (TDK, 1974:713). olarak tanımlanmaktadır. Semboller bir olayı, olguyu, düşünceyi ya da kavramı biçimsel bir yapıya dönüştürür. Evrensel bir dil oluşturarak iletişimde ortak bir payda oluşturur. Bilim, sanat, din gibi alanlarda sıklıkla kullanılır. Matematikte rakamlar, müzikte notalar, geometrik şekiller, doğadan nesneler gibi pek çok referans sembol için kaynak teşkil eden görsel göstergelerdir. Sembollerin “okunması” için ortak kültürel referanslara ihtiyaç vardır. Sembolün varlığı temsil ettiği ile kurduğu benzerliğe değil kavramsal olarak toplumsal uzlaş ve anlaşmalara bağlıdır. Ambrose, sembolü aşağıda açıklar:

Bir sembolün tarif ettiği şeyle hiçbir mantıksal bağlantısı yoktur. Nesne ve gösterge arasındaki ilişki bu temsili anlayabilmek için öğrenilmiş olmalıdır. Ulusal bayraklar veya bir kuruluş veya şirketi temsil eden logolar sembol örnekleridir. Alfabe, noktalama işaretleri ve Mors alfabesi de...Örneğin gamalı haç (svastika) çok eski zamanlardan kalma bir hayat ve şans sembolüdür. 1920’de Nazi partisi tarafından kullanılması nedeniyle pek çokları için, nefret, antisemitizm, şiddet, ölüm ve katliam kavramlarını temsil eder. İşaretten farklı olarak sembol, bunu konuma aldırılmaksızın temsil etmektedir. (Ambrose, 2013:108)

Semboller ve işaretler bazen birlikte bazen de farklı amaçlı kullanılır. Sembol/simge ile işaret sözcüklerinin anlamları arasında hem benzerlik hem de farklılık vardır. İşaret; bir durumu, eylemi ya da bir olayı işaret eden göstergedir. Örneğin trafik, yangın, gemi bayrakları gibi pek çok farklı alanlarda kullanılan işaretler vardır. İşaretin anlaşılması için öğrenilmesi gerekir. İşaret bir komut verme aracıdır. Gösterge olarak çok az eleman (harf, şekil) ile oluşturulur. Toplumlararası anlaşılabilir olması, hızlı algılanması önemlidir.

Semboller, bir şeyi işaret ediyor olması bakımından işaretlerle benzerlik göstermelerine karşın, işaretlerden en önemli farkı, toplumsal uzlaşıya göre bir olaya, kavrama dayalı bir öyküsünün, diğer bir ifadeyle “derin anlamının” olması gerekmektedir. İşaret bir eylem aracı, sembol ise kavram taşıyıcıdır.

Örneğin matematikte kullanılan “artı” hem işarettir hem de semboldür. Matematikte aynı türden nesneleri bir araya getirme işlemi olarak bir “toplama” işlemi olarak “işaret” tir, ama “bir araya getirme” yönüyle de bir “sembol” dür.

Tablo 20:Simge/Sembol

			
Artı işareti (Matematikte Toplama)	Uluslararası Kızılhaç (İnsani yardım simgesi)	Tıbbi İşaret (Sağlık simgesi)	İsveç Bayrağı (Ülke simgesi)

Kaynak: (Web, redcross)

Simgeler ve Temsil Ettikleri Anlamlar

Simgeler, toplumlara göre farklılıklar gösterse de bazı simgelerin anlamları ortak olarak kabul edilir. Bunlar, toplumsal uzlaşıya göre ortak kültürel ve dinsel simgeler ve işaretlerdir.

Tablo 21:Simgeler ve Temsil Ettikleri Anlamlar

Simge	Görsel Gösterge	Temsil Ettiği Anlam	Simge	Görsel Gösterge	Temsil Ettiği Anlam
Çapa		Umut	Zeytin Dalı		Barış
Daire		Sonsuzluk	Baykuş		Akıl,Bilim, Bilgelik
Taç		Onur,Şöhret	Palmiye		Zafer
Hançer		Ölüm,Bilinme yen biyolojik türler	Kozalak		Bereket
Kalp		Aşk,Sevgi	Gül		Güzellik
Aslan		Güç,Cesaret, Görkem	Orak		Ölüm

Yılan		Kötülük,Bela	Kafatası		Ölüm
Yıldız		Üstünlük,Yücelik	Güneş		Tanrı

Kaynak: (Uçar, 2016:25)

Matematiksel bir işaret olan rakamlar farklı toplumlarda, inanışlara göre sembolik ifadelere dönüştürülmüşlerdir. Din, sanat, anlambilim, felsefede kullanılan rakam ya da sayı semboller bir mesaj taşır. Batıl inançta büyü, tılsım amaçlı kullanılan sayılar kötülüklerden kurtulmak ya da tersi durumlar için kullanılırlar. Örneğin; 13. Gün Cuma uğursuzluğu, ya da “yedi evden iplik toplamak” gibi.

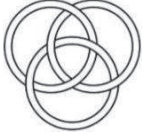
Tablo 22: Rakam Semboller

0	Sıfır, sınırsızlığın ve sonsuzluğun sayısıdır. 1 sayısı var olmayı ve olumsuzluğu ifade ederken, sıfır (0) yokluğu ifade eder. Elektrik düğmelerinde ve bilgisayar programlama dillerinde 1 açık, 0 ise kapalı anlamındadır.
3	3 pek çok dinde kutsal bir sayıdır. Doğum, hayat ve ölümü, Hristiyanlıkta Baba, Oğul ve Kutsal Ruh'u simgeler. Hindistan'da üç, Brahma, Vishnu ve Shiva'nın sembolüdür. Bu üçlü tanrının üç temel gücünü sembolize eder.
7	7 kutsal bir sayı olarak bilinir. İlahi bir sayı olan 3 ve 4'ün bileşiminden oluşur.
13	13 uğursuz bir sayı olarak bilinir. İsa son yemeğini yediğinde yemeğe katılanlar 13 kişiydi.
9/11	On Eylül 2001'de özel hiçbir anlama sahip olmayan bu rakam bileşimi, 11 Eylül'deki terörist saldırı sonrası o günü ve olayı simgeleyen bir yapıya ulaşmıştır.

Kaynak: (Uçar, 2016:25)

Semboller, zaman içerisinde geometrik biçimlere de dönüştürülmüştür. Farklı dinlerin inanç göstergelerinde; dini ve kültürel yapıların döşeme, duvar ya da tavan süslemelerinde, mobilya, tekstil, logo, eşya gibi çok farklı mekan, eşya ya da tasarım ürününde bu simgeler karşımıza -açık ya da gizlenmiş olarak- çıkar.

Tablo 23:Geometrik Semboller

	Triquetra	Kutsal Üçlü (Baba, Oğul, Kutsal Ruh). Geçmiş, Şimdiki, Gelecek Zaman. Kara, Deniz ve Hava Yaşamı. Barış, İnanç, Umut. Akıl, Beden, Ruh
	Yin-Yang	İki, zıtlıkların, karşıtlıkların, bunların yanı sıra bileşke, ahenk, denge, çift, evlilik ve bütünlüğün sembolüdür; yaşam ve ölüm, aydınlık ve karanlık, erkek ve dişi, cennet ve cehennem.(...) İki, aynı zamanda anlaşmazlığın ve ikilemin sayısıdır.
	Pentagram	Üç daire bileşimli geometrik şekil, Hristiyan teslisini (üçlemesini) ifade edebilir; tek tanrının üç kişinin içinde olması gibi; Baba, Oğul ve Kutsal ruh. Ayrıca yonca şekilli pencere ve negatif alanlar, mimari anlamda kiliselerde sıkça bir simge olarak yer alır.
	Menorah	Musevilerin Menorah adını verdikleri şamdanında yedi kol vardır. Haftanın yedi gününü ve güneş, ay ve beş ana gezegeni ifade eder, üç U şeklindeki kol,; bilgeliği, güçlülüğü ve güzelliği temsil eder.
	Odin	Dokuz kutsal bir sayıdır, üçün kendisiyle çarpımı, sonsuzluk, bütünlük ve doluluktur. Norse tanrısı Odin, insanlığın gizli erdemlerini kazanabilmek için Yggdrasil ağacında dokuz gün asılı kalmıştır. Çin’de ilahi gücün sayısıdır, “dokuz katlı pagoda” cennetin sembolüdür.

Kaynak: (Uçar, 2016:25)

Sonuç olarak; semboller bir kavramı; geometrik şekiller, renk, rakam, işaret vb. tasarım öğeleri yardımıyla ifade ederler. Toplumsal uzlaş aracı olarak, taşıdıkları geçmişin tüm kültürel birikimini sadeleştirilmiş temel bir formda bir gösterge olarak sunarlar. Anlaşılması için öğrenilmesi gereken semboller günümüzde de en önemli tasarım unsurlarından biridir.

2.1.3.3. Üçüncü Üçlü: Nitel, Tekil, Kural Gösterge

Nitel Gösterge: Türkçede nitel; bir şeyin nasıl olduğunu belirten, onu başka şeylerden ayıran özellik, vasıf, keyfiyet (TDK, 1974:604), biçiminde açıklanan “nitel gösterge” detay özelliği gösterir. Bir insanın kullandığı kalem, kravat, toka vb. şeyler gösterge olan bir niteliktir. Örneğin, tasarımcı Saul Bass afişlerindeki ikonik, simgesel anlatım dili onun ayırt edici niteliğidir.

Tekil Gösterge: Tekil gösterge, teklik durumudur. Tekil gösterge tek bir varlığa ya da duruma gönderme yapar. Tekil göstergeler niteliklerine göre var olurlar.

Kural Gösterge: Kural gösterge, toplumsal uzlaş neticesinde ortaya çıkan bir göstergedir. Erkman’a göre:

Kural gösterge (kavramsal gösterge) ise, bir genelleme sonucu oluşurlar. Bu anlamda tekil bir nesneyi değil genel bir niteliği belirtmektedir. Doğal dili oluşturan kelimeler tek başlarına incelendiklerinde kural göstergelere örnek olarak gösterilebilirler (Erkman, 2005:113-114), biçiminde açıklar.

Erkman'ın açıklamasın da kural göstergenin kavramsal yönü vardır.

Tablo 24:Nitel, Tekil, Kural Gösterge

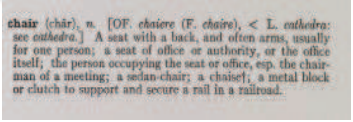
Nitel Gösterge	Tekil Gösterge	Kural Gösterge
		
Dış görünüş, renk, doku	Cinsi/İrki (Granny Smith)	Yasak

Elmanın, dış görünüşü, renk, doku, tat gibi sayısal olarak deyimlenemeyen ya da ölçülemeyen özellikleri “nitel gösterge”, türünü ifade eden, “granny smith” cinsi “tekil gösterge”, niteliğin genellemesi, örneğin, “elma yasak” kural gösterge olarak ifade edilebilir.

Sonuç olarak; bir gösterge “biçimsel gösterge öğretisiyse”, örneğin bir afişin temel görsel imgeleri olan fotoğraf, illüstrasyon ve tipografiyi ortaya koyan temel tasar öge ve ilkeleri de onun biçim unsurlarıdır. Dolayısıyla bir göstergeyi irdelerken onu oluşturan temel unsurlarını da ortaya koymak gerekmektedir.

Pierce'ün gösterge üçlükleri için Joseph Kosuth'un “One and Three Chairs” isimli çalışmasını örnek gösterebiliriz.

Tablo 25: “One and Three Chairs” Joseph Kosuth

Gösterge Sınıflaması		
Gösterge	Nesne	Yorum
		
İkon	Belirti	Simge
		
Nitel	Tekil	Kural

Kaynak: (Web, moma)

Kavramsal Sanat’ın etkileyici örneklerinden biri olan 1965 tarihli Joseph Kosuth’un bu eseri bir sandalye fotoğrafı, üretilmiş, kullanılmaya hazır, işlevsel haliyle bir sandalye ve “sandalye” kelimesinin sözlük tanımlamalarından oluşur. Kosuth’un “Sanat anlam yaratmaktır” sözünden yola çıkarak, “sandalye” kavramını üç farklı algısal boyutunu izleyicilere sunmuş ve onları bu kavramların varsa birbiriyle olan farklarını düşünmeye ve sorgulamaya itmiştir.

- **Fotoğraf olarak:** Nesnenin kendisi değildir fakat nesneyi temsil etmesinden dolayı nesnesi ortadan kalksa dahi- görsel göstergesidir.
- **Nesne olarak:** Belirtilerini (kullanılmışlık, eskilik, boya solması, vb.) belirtisel göstergesidir.

- **Sözlük tanımı olarak:** Dil aracı olarak sözcüklerle sandalyenin betimlemesidir. Bu durumda, “sandalye” (s-a-n-d-a-l-y-e) sözcüğü ve tarifi nesnesinin dilsel ve görsel simgesidir.

2.1.4. Biçim ve Töz

Saussure’ün tanımına göre gösterge; bir gösteren ile bir gösterilenden oluşan ikili bir modeldir. Gösterenler düzlemi; anlatım düzlemini, gösterilenler düzlemiyse içerik düzlemini oluşturmaktadır. Hjelmslev, bu iki düzlemin her biri için hem dilbilimde hem de göstergebilimde kullanılabilecek önemli bir ayrıma işaret etmiştir. Ona göre her düzlemin iki katmanı (strata) vardır: Biçim ve töz. Barthes bu iki modeli aşağıda açıklamaktadır:

Biçim, dilbilim dışı hiçbir öncüle başvurmadan dilbilimin tümükapsayıcı, yalın ve tutarlı bir biçimde (bilimkuramsal ölçütler) betimleyebileceği olgulardır. Töz ise, dilbilim dışı öncüllere başvurmadan betimlenemeyecek dilsel olguların çeşitli özelliklerinin tümüdür (Barthes, 2009:48).

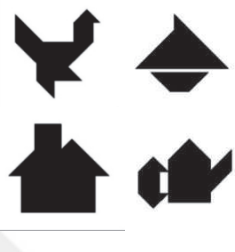
Bu tanımlamada biçim betimlenebilir, töz ise betimlenemez (dilbilimdışı öncüller hariç) olarak tarif edilmektedir. Bu ikili modeli, hem anlatım düzlemine, hem de içerik düzlemine yerleştirilecek olursa, ortaya ikili bir düzen çıkar: Anlatımın tözü: İşlevi olmayan ses, görüntü, anlatımın biçimi: dizi ve dizge olarak düzenlenir (yatay-dikey), İçeriğin tözü: gösterilenin artılı anlamı (kavram), içeriğin biçimi: gösterilenlerin aralarında kurdukları düzen.

Göstergebilimde biçim/töz alt ayrımı göstergelerin okunmasında iki durumda kolaylık sağlar. Bu bağlamda Barthes’in tespiti önemlidir.

- Kendilerine özgü dizgenin içerdiği töz dışında bir töze bürünmüş gösterilenlerden oluşan bir dizge karşısında bulunduğumuzda,
- Bir nesneler dizgesi dolaysız ve işlevsel bir biçimde anlamlayıcı olmayıp belli bir düzeyde yalnızca yarırcı nitelik taşıyabilen bir töz içerdiğinde, göstergelerin okunmasında ve anlamlandırılmasında kolaylık sağlar (Barthes,2009:48).

Biçim ve töz karşıtlığı bir oyun aracı olan “tangram” ile aşağıdaki tabloda örneklenmektedir.

Tablo 26:Biçim ve Töz

Dilsel Gösterge			
Gösteren		Gösterilen	
Anlatım Düzlemi		İçerik Düzlemi	
Anlatımın Tözü	Anlatımın Biçimi	İçeriğin Tözü	İçeriğin Biçimi
Ses (a, o, u, ı, i...)	Kurallar (Dizisel-Dizimsel)	Artılı Anlam (Kavramsal Özellik)	Karşıtlıklar
Görsel Gösterge			
			
Geometri	Birleşme Kuralları	Düşünyapı	Düzen

- **Anlatımın tözü:** Bir karenin yedi alana böldüğü üç farklı geometrik asal şekilden (üçgenler, paralelkenar ve kare) oluşturulan “Tangram”.
- **Anlatımın biçimi:** Geometrik elemanların dizisel ve dizimsel kuralları (köşe-köşe, köşe-kenar, kenar-kenar), parçaların hepsinin kullanılması, teğet kullanım gibi kuralların tümü.
- **İçeriğin tözü:** Yedi parça ile ifade oluşturma, kavramsal ya da düşünyapısal anlamsal düzlemi.
- **İçeriğin biçimi:** Kavram ve anlam karşıtlıkları ile yeni ifadeler (erkek-kadın, eşya-mekan, hayvan-insan) biçimleri.

Bu karşıtlığı moda ve yemek ürünlerinde örnekleyelim:

Tablo 27:Yemek ve Moda Örneği

Biçim/Töz	Yemek Örneği	Moda Örneği
Anlatımın Biçimi	Yemek malzemeleri, menü oluşturma	Kıyafetin parçaları, üst parçaları, aksesuarlar, mankenin makyajı, renkler,
Anlatımın Tözü	Malzemeler ve miktarları, ürün hazırlama teknikleri, pişirme yöntemleri, pişirme süresi	Dikiş tekniği, malzeme seçimi, Parçaların bir araya getirilme yöntemi

İçeriğin Biçimi	Sofra düzenleme,	Moda ürünü ile fikir, sanat ve estetik bilgisi
İçeriğin Tözü	Yemek kültürü	Moda ile ilgi anlamları okuma, kodları çözme, kültür, değerler, ideoloji

2.2. Gösteren

Bir göstergede, gösteren ve gösterilen birbirine çok yakın duran ve ayrılması da oldukça güç olan iki unsurdur. Göstereni gösterilenden ayırmak için ne gördüğümüz ve nasıl gördüğümüz farkını ortaya koymak gerekir. Barthes göstereni, özdek (nesne) ve töz (asıl) olarak şu şekilde açıklar:

Gösterenin özniteliği, gösterileninkiyle hemen hemen aynı türden gözlemler yol açar: Katıksız bir bağlantısal ögedir (relatum) bu ve tanımı, gösterilenin tanımından ayrılmaz. Tek ayrım gösterenin bir aracı olmasıdır: Özdek ona gereklidir. Ne var ki, biryandan bu özdek yeterli değildir, öte yandan da göstergebilimde, gösterilenin kendisi de belli bir özdeğin aracılığıyla gerektirebilir: Sözcüklerin özdeği. Gösterenin bu özdekselliği, bir kez daha *özdek* ile *tözü* birbirinden iyice ayırt etmemizi zorunlu kılar. Töz özdeksel olmayabilir (içeriğin tözü böyledir) (Barthes, 2005:53).

O halde, gösteren, gösterenin nesnel yönünü ortaya koyan töz’e ihtiyaç duymaktadır. Diğer bir ifadeyle, “biçim” öğeleridir: Çizgi, renk, doku, vb. temel tasarım elemanlarıdır. Gösterenin anlam bakımından ifadesidir. Bu bağlamda Barthes’ın açıklaması önemlidir:

Demek ki, yalnızca gösterenin tözünün her zaman özdeksel olduğunu (sesler, nesneler, görüntüler) söyleyebiliriz. Değişik özdeler (ses ve görüntü, nesne ve yazı, vb.) ortaya çıkaran karma dizgelerle karşılaşacağımız göstergebilimde, bütün göstergeleri, aynı ve tek özdek aracılığıyla ortaya konuldukları ölçüde, türsel gösterge kavramı altında toplamak yerinde olur: Dilsel gösterge, yazısal gösterge, görüntüsel gösterge, hareketsel gösterge, birer türsel gösterge oluşturur (Barthes, 2005:53)

“Gösteren” bir nesne üzerinden aşağıdaki tabloda örneklenmiştir.

Tablo 28:Gösteren

Gösterge		Gösteren	
Dilsel Gösterge	Görsel Gösterge	Özdek (Nesne)	Töz (Öznitelik)
“Öküz”		Töz özdekseldir	
		Ses, görüntü, nesne	

Barthes, gösterenleri “dizgenin yapılaştırılması” olarak açıklarken onun ayırt edici yönünü ya da ortaya çıkma durumunu dizimsel yapıda ortaya koyar. Bu bağlamda Barthes’in açıklamaları göstereni anlama imkanı verir:

Gösterenlerin sınıflandırılması, sözcüğünün tam anlamıyla **dizgenin yapılaştırılmasından** başka bir şey değildir. İncelenen **bütüncü düzeyinde** oluşturulmuş bildiriler bütününden kurulu “sonsuz” bildiriye, **değiştirim** sınaması yoluyla en küçük anlam aktarıcı, **anlamlayıcı** birimlere bölmek, bu birimleri birbirine bağlayan dizimsel ilişkileri sınıflandırmak söz konusudur (Barthes, 2005:54).

Dizimsel yapının ortaya konulmasından önce, gösterenin temel öğelerini belirtmesi gerekmektedir. Dizgenin planlanması; aynı zamanda gösterilen bakımından oldukça önemlidir. Nedeni ise; dizgedeki sözcüklerin “anlam” karşıtlıkları gösterilenlerin “kavram” boyutunu ortaya koyacaktır. Bunun için; göstergeyi kendini oluşturan alt birimlere “anlamlayıcı birimler” ayırmak ilk adım olacaktır.

Bu açıklamalar ışığında “gösteren” olarak bir logo tasarımı, “anlamlayıcı birimler” olarak grafik bir ifadeye dönüştürülerek aşağıdaki başlıklarda düzenlenmiştir.

- Gösterge: Arma (Firma logosu)
- Analiz: Anlamlayıcı birimler (simge-ikon-işaret)
- Göstergeler: Birim öğeleri dizgesi

Tablo 29:Anlamlayıcı Birimler

Gösterge	Anlamlayıcı Birimler	Gösteren
Arma (Logo)	Simge	İfade
		Köpek
		Kale
		Su

Kaynak: (Web, cartype)

Volkswagen tarafından 1950’lerde üretilen Beetle modellerin direksiyonu üzerinde yer alan arma, bir çerçeve içine alınmış üç simgenin yer aldığı bir marka göstergesidir. Bu logonun “anlamlayıcı birimleri” olan “gösteren” leri; “kale”, “köpek” ve “su” dur. Bunları kendi aralarında ikili düzende bir araya getirerek örneğin; “köpek-su”, “kale-köpek”, “su-kale” karşıtlıkları ortaya konur. Bu ikililerin anlamlarından hareketle kavramlar belirlenerek “gösterilenler” ortaya çıkartılır: Köpek-sadık, kale-sağlam, su-yol gibi.

Sonuç olarak: Gösteren, aracılık ettiği “gösterge” sinin, nesne olarak “biçim” yönüyle anlamıdır. Bu özelliği de tözünün özdeksel olmasındandır.

Göstergebilimde, biçim ve töz karşıtlıkları, tasarımın işlev-biçim yada öz-biçim, karşıtlıkları gibidir. Bu ikili model göstergebilim sıralamasında ilk sıralarda açıklanması gerekse de göstergenin “biçim” olarak “anlam”, gösterilenin “içerik” olarak “kavram” yapısını ortaya koymadan irdelenmesi “anlaşılabilirliği bakımından” ortaya koyacağı zorluktan dolayı, gösteren ile dizim-dizge arasında yer almasını zorunlu kılar.

2.3. Gösterilen

Göstergebilimde, gösterilen, nesnenin biçimsel özellikleri değildir. Tam tersi onun içerik yönüdür. Barthes’e göre gösterilenin “öz niteliği” onun kavram yönüdür:

Dilbilimde, gösterilenin öz niteliği, özellikle “gerçeklik” derecesine ilişkin tartışmalara yol açmıştır. Ne var ki, bütün bu tartışmalarda, gösterilenin bir “nesne” değil de, “nesne”nin zihinsel bir tasarımı olduğu vurgulanmıştır. (...) Soussure’de, gösterilenin zihinsel özniteliğini, kavram terimini kullanarak iyi belirtmiştir: Öküz sözcüğünün gösterileni, hayvanın kendisi değil, onun zihinsel imgesidir (Barthes, 2005:50).

Gösterilen, gösterge ile gösterenin bağlantısal ögesidir. Gösteren gösterilen için bir araçtır. Ona dizgesel bir yapı hazırlayarak anlamlama için bir zemin oluşturur. Dilin gösterenleri ile gösterilenlerinin birbirinden ayırt edilemez bir biçimde birleştirilmesine “eşleme”, görsel gösterge olarak, gösteren ile gösterilenin eşleme yapılmadan birlikteliğine de “bitiştirme” ya da “eşlemesiz ilişki” denir. Bitiştirme dilde de yapılabilir. Örneğin öküz sözcüğünün göstereni ile gösterileni arasındaki ilişki; cinsi ya da ırkını belirtme anlamında kuruluyorsa hem dil hem de görüntüsel gösterge olarak “eşleme” olur. Öküz sözcüğü ya da görsel göstergesi, “yeteneksiz” anlamında kullanılıyorsa “bitiştirme” olur.

Tablo 30:Gösterge

Gösterge		Gösterilen
Dilsel Gösterge	Görsel Gösterge	
“Öküz”		“Cins” ya da “İrk” anlamında (Eşleme)
		“Yeteneksiz” anlamında (Bitiştirme-Eşlemesiz)
Gerçek Nesne		Bilinç Edimi: Zihinsel Tasarım
Anlamlama		

Gösterilen, göstergiyi kullananın “ne” anladığıdır. Gösterilen, göstergenin iki bağlantısal ögesinden biridir. Gösteren, gösterilene aracılık ederken aynı zamanda karşıtlığı oluşturur. Gösterilen, bilinç edimi olarak zihinsel tasarımdır. Gösterilen, dilsel göstergeler yardımıyla anlatılabilir. Barthes, bu durumu süveter örneği ile açıklar:

“Süveter, ağaçlıklar arasında yapılan uzun sonbahar gezintilerini belirtir. Bu durumda, gösterilene yalnız giysi göstereni (*süveter*) değil, aynı zamanda bir söz parçası da (...) aracılık eder. Dilin, gösterenleri ile gösterilenlerini ayırt edilemez ve ayrılmaz bir biçimde birleştirilmesi olayına *eşleme* adı verilebilir. Böylece, gösterilenin gösterenine yalnızca bitleştirildiği eşlemesiz dizgelerin (bunlar ister istemez karmaşıktır) sunduğu durumda ayrılmış olur (Barthes, 2009:50).

O halde, **eşlemesiz dizgeleri** kullanarak anlamlar üretebiliriz. Gösterilenler, göstergelerde olduğu gibi dile ve görüntüye dayalı olmak üzere ele alınırlar.

2.3.1. Gösterilenlerin Sınıflandırılması

Barthes, yapısal dilbilimin anlambilim oluşturmamasından hareketle, dilsel gösterilenlerin de biçimsel sınıflandırılmasının yapılmadığını söyler. Buna rağmen gösterilenlerin kavramsal olarak üç boyutundan bahsederken gözleme dayalı bir yaklaşımda bulunur. Bunlar; a) gerçekleşme biçimleri b) kapsamına yönelik c) dil olmak üzere üçe ayrılır.

a) Gerçekleşme biçimine göre gösterilen: Barthes’in birinci gözlemi olan “gerçekleşme biçimi” için moda fotoğrafı örneği verir. Gösterilen fotoğrafı tamamlayan alt yazı “dil” aynı “uzunluk”ta olamaz. Bunu sözcük-tümce ile örnekler. Eşlemeli bir dizge olarak moda fotoğrafında gösterilen gösterenle sınırlı olmasından dolayı ancak üstdil kullanılarak anlamlandırılabilir. Barthes, dilselleştirilmiş gösterilen tanımını kullanır ve müzikten örnek verir:

Sözelimi, kimi bireylerde dilselleştirilmiş gösterilenlerden (bunaltıcı, fırtınalı, iç karartıcı, sıkıntılı, vb.) oluşan bir dizge sunularak, bir müzik parçasını nasıl anlamlandırdıkları sorulabilir. Oysa, gerçekte bütün bu dilsel göstergeler, bir tek müziksel gösterilen oluşturur; bu gösterileni, hiçbir dilsel bölünme ve hiçbir eğretilmeli dönüşüm içermeyecek tek işaretle belirtmek gerekir (Barthes, 2005:52)

Resim 26:United Colors of Benetton



Kaynak: (Web, Youtube)

Yukarıdaki, moda fotoğrafında gösterge olarak, insan ve kıyafetler (moda) sunulurken, farklı ırklardan kadın ve erkeklerin bir araya gelmesi, gösterdikleri giysilerin ana renklerden seçilmesi -anlamı oluşturmamasından dolayı- “gösterilen”dir. Fotoğraftaki yazılı dil “Biz Renkliyiz” cümlesinin anlamı ile gösterilenlerin anlamı bu yönüyle eşleme yapmıyor (“aynı uzunlukta” olmuyor). Nedeni ise, “biz renkliyiz” yazılı başlık hem giysiye hem farklı ırklara gönderme yaparken, Amerika’da zenciler için kullanılan “colors” sözcüğünün olumsuzluğunu da çağrıştırmaktadır.

Tablo 31:Gösterilen

Gerçekleşme Biçimi	Kapsamına Yönelik	Dilselleştirilmiş
Eşlemeli-Eşlemesiz Karşıtlığı	Biçim-İşlev Karşıtlığı	Okur-Kültür Karşıtlığı
Moda Fotoğrafı (Fotoğraf+Dil)	Giysi Gösterileni	Sözlükler-Uygulamalar

b) Kapsamına yönelik gösterilen: Gösterilenler karşıtlıkları içerisinde ele alınır. Dizim ve dizge ya da diğer bir ifadeyle satır ve sütun olarak değerlendirilirler. Ortaya konan biçim, kendiliğinden işlevsel yönünü de ortaya çıkartır. Bu durumu Barthes giysi örneği üzerinden açıklar:

Bir dizgedeki gösterilenlerin tümü, bir kez biçimselleştirildi mi, büyük bir işlev oluşturur. Oysa bir dizgeden öbürüne, anlamsal büyük işlevler aralarında yalnız ilişki kurmakla kalmayıp aynı zamanda, yer yer örtüşebilir. Giysi gösterilenlerin biçimi, bir bölümüyle besin dizgesindeki gösterilenlerin biçimiyle özdeşleştirilmez kuşkusuz: Her ikisi de büyük çalışma ve eğlence, etkinlik ve dinlence karşıtlığının üstünde eklemlenir. Bu nedenle, aynı eşsüremlilik içindeki bütün dizgelere özgü tam bir düşünyapısal betimleme öngörmek gerekir (Barthes, 2005:52).

c) Dilselleştirilmiş gösterilen: Kavrama dayalı gösterilenlerdir. Gösterilenlerin “okunabilmesi” için; okurun/izleyicinin, kelime ve gramer bilgisi, kültürel kodlara hakimliği, algılama ve anlama kabiliyetine bağlıdır. Ancak o zaman, bir göstergenin gösterilenini çözümleyebilir ya da anlamlandırabilir. Bu bağlamda Barthes gösterileni şu şekilde açıklar:

Her gösteren dizgesine (sözlükler), gösterilenler düzleminde, bir uygulamalar ve teknikler bütünü denk düşer. Bu gösterilen bütünlüğü dizge tüketicilerinin (bir başka deyişle “okurlar”ın) değişik bilgileri (“kültür” ayrımlarına göre) olmasını içerir. Aynı kesitin (ya da büyük okuma biriminin) bireylere göre değişik biçimlerde çözümünip kavranması, ama yine de belli bir “dil”e bağlanması böyle açıklanır (Barthes, 2005:53)

O halde bireyin sözlük zenginliği ve bunları kullanma biçimleri ile çözümleme yapma yeteneği, dil zenginliğini ortaya koyan gösterilendir.

Dilsel gösterilenlerle ilgili iki tür sınıflandırma yapılabilir: **Biçime** dayalı ya da **töze** dayalı olarak. Gösterilenleri sınıflamak için göstergebilimden hareketle **içeriğin biçimini** belirleyip onu ortaya çıkartmak gerekir. Dilsel gösterilenleri biçimsel ve düşünyapısal (töz) olmak üzere iki şekilde sınıflandırabiliriz. Barthes’e göre:

Bunlardan birincisi **dış niteliklidir** ve kavramların “artılı” (salt ayrımsal olmayan) içeriğine başvurur (...). Gerçek anlamda **biçimsel** bir sınıflama yapabilmek için, gösterilen karşıtlıklarını ortaya koymak ve her birinde belirgin (değiştirilebilir) bir özellik saptamak gerekir (Barthes, 2009:51).

Bunun için, kavramların salt ayrımsal olmayan “artılı” içeriğine başvurur. Anlambirimler ikili karşıtlar olarak düzenlenir ve yeni anlambirimler elde edilir. Örneğin, öküz= inek+ dişi ya da sığır + erkek = boğa. Bunlarda kendi aralarında değiştirim yaparak yeni anlamlar oluşturulabilir. Örneğin, boğa + erkek=sığır.

Diğer sınıflama ise gösterilenlerin biçimine değil **tözüne** (düşünyapısal) bağlı çözümlemelerdir. Gerçek anlamda dilsel bir sınıflama yapılabilmesi için, töz yerine biçime bağlı gösterilenlerin artılı içeriğinden hareket etmek gerekir.

2.4. Dizim ve Dizge

Barthes “Göstergebilimsel Serüven” başlıklı kitabında dilin iki eksenine işaret eder ve dizimsel ve dizgesel (çağrışımsal) kavramlarını; düzlemlerin konumlarına göre, yatay ve dikey olarak sınıflandırır. Barthes, bu sınıflamayı Saussure’ un görüşünden hareketle açıklamaktadır:

Saussure’e göre, dilsel öğeleri birleştiren bağıntılar, her biri kendine özgü değerler üreten iki düzlemde gelişebilir; bu iki düzlem, zihinsel etkinliğin iki biçimine denk düşer. Birinci düzlem, dizilimler düzlemidir; dizim, dayanağı uzam olan bir göstergeler birleşimidir. Eklemlili dilde bu uzam çizgiseldir ve tek yönlüdür (“söz zinciri”dir bu): İki öge aynı anda söylenemez (geri çek, herkese karşı, insan yaşamı): Burada her öge, değerini kendinden önce gelen ve kendini izleyen öğelerle kurduğu karşıtlıktan alır (...). İkinci düzlem yine Saussure’ün terimiyle, çağrışımlar düzlemidir. “Söylem (dizimsel düzlem) dışında, aralarında ortak bir yan bulunan öğeler bellekte birbirini çağrıştırırlar ve böylece çeşitli bağıntıların egemen olduğu öbekler oluştururlar” (Barthes, 2009:61).

Günümüz göstergebilimcileri; Saussure’nin “çağrışım düzlemi” ifadesi yerine “dizisel” (paradigmatik) düzlem terimini kullanmayı tercih etmekte ve her iki terimi de (dizim-dizge) dizgesel (sistematik) düzlem içerisinde ele almaktadırlar. Dizim ve dizge “dil” ile biçim ve içerik bakımından ayrılmaz bir ilişki içerisinde. Dizim; Türkçe’de cümle öğelerinin doğru sıralanışı, dizge ise; anlamsal ya da çağrışımsal yönünü ortaya koymaktadır.

2.4.1. Dizim

Göstergede dizim zincir biçiminde gerçekleşir. Konuşmada cümleyi oluşturan kelimelerin art arda sıralanması gibidir. Kelimelerin bir diğer kelimeyle anlamsal bir bağı yoktur. Anlamı ortaya koyan seçilen kelimelerin düzenidir. Düzeni ortaya koyan işlev ise “karşıtlık” tır. Barthes sözün dizimsel yapısına dikkat çeker:

Sözün (Saussure’ün kullandığı anlamda) dizimsel nitelikli olduğunu gördük; çünkü söz, seslemedeki genlikler dışında, yinelenen göstergelerin çeşitlilik sunan bir bireşimi olarak tanımlanabilir: Sözlü tümce, dizimin en belirgin örneğidir. Demek ki, dizimin söze çok yakın olduğuna kuşku yoktur (Barthes, 2009:65)

Benzer bir yaklaşımda Dyer’in açıklamalarında vardır:

Dizimsel ilişki bir konuşma dizisinde birbirini takip eden veya bir araya gelen öğelerin makul dizilişleridir. Bu öğelerin ortak noktası yoktur ve “bağlamsal (dizim) kuralları” marifetiyle

bir araya getirilmişlerdir. Bir dizim kendinden öncekine veya kendinden sonrakine olan zıtlığı ile tanımlanır. (Dyer,2010:180).

Parsa'nın tanımına göre:

Pek çok göstergebilimci tarafından kullanılan dizisel çözümleme ikili ya da birbirinin zıttı karşıtlıkların ortaya çıkarılmasını içermektedir. Okumaları biçimlendiren bu tür karşıtlıklar, metinlerin yapısındaki derin ve gizli anlam düzlemini ortaya çıkarmaktadır (Parsa, 2004:157).

Bu tanımlamalara, Volkswagen armasındaki, köpek-kale-su anlamlayıcı birimleri (simge) açıklayıcı bir örnek olabilir: Gösterge, dizim bu üç öğeden oluşmaktadır. Her üç öğenin de ortak noktası yoktur: Köpek bir canlı nesnedir, Kale bir taş yapıdır, Su ise bir organizmadır. Buradaki gizli anlamı ortaya çıkartmak verilen mesajı “görmek” için “karşıtlıklar” kuralına göre hareket edilerek dizimi bozup tasar birimlerini açığa çıkartmak ve belirleyici olan öğeyi ortaya koymanın adı: “Dizim çözümlemesi” yapmaktır. Bu bağlamda Dyer'in reklamcılık alanında yaptığı örnekleme önemlidir:

Reklamcılıkta dizim ekranda veya gazetede görüldüğü gibi reklam veya reklam serileri, bir dizi görsel, sözel ve işitsel göstergelerdir. Reklam dizisini ve sonuçta reklamın anlam kurallarını keşfetmek ve anlam kaynağını bulmak için dizimsel zinciri bozup belirleyici bir öğeyi bir kenara koymalıyız (çözümleme için) (Dyer,2010:180).

2.4.2. Dizge

Türkçede, “bir bütün oluşturacak biçimde birbirine bağlı öğelerin bütünü, manzume, sistem” (TDK, 1974:716). Rifat'ın “Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü”nde yer alan tanıma göre; “dizisellik; aynı biçimsel, sözdizimsel ya da anlamsal sınıfa ait ve birbirinin yerini alabilecek çeşitli dil birimleri arasındaki güçlü bağıntıdır” (Rifat, 2000:70). Olarak açıklanan “dizge”; dizimin biçim yapısına kavram olarak etkide bulunur. Dizimdeki temel birimlerin yerini alabilecek anlamsal olarak onları tamamlayacak yapıdadırlar. Dizgeden seçilen öğelerin dizime alınmasıyla yeni karşıtlıklar yaratılır. Tasarımı kolaylaştırıcı alternatif fikirler için, imkan yaratır.

Fiske'ye göre;

Bir dizide seçilen gösterge, dizimde yer alan diğer göstergelerle olan ilişkisinden etkilenebilir; göstergenin anlamı kısmen dizimdeki diğer göstergelerle ilişkisi tarafından belirlenir” (Fiske, 2003, s. 84).

Saussure ve onu izleyen dilbilimcilere göre; göstergeleri anlamlandırmanın yolu göstergelerin başka göstergelerle yapısal ilişkisini anlamaktır. Sonuç olarak; dizisellikte bir seçme, dizisellikte ise seçilen öğeleri yerleştirme söz konusudur. Bu yeni anlamlara ve kavramlara ulaşmamızın bir yoludur.

Barthes'in, dizim ve dizge çözümlemesinde örneklediği; giysi, besin, mobilya, mimarlık alanındaki tanımlamalarına sinema filmi de eklenerek aşağıdaki tabloda gösterilmektedir

Tablo 32:Dizim-Dizge

	Dizge	Dizim
Moda Tasarımı Giysi	Farklı şapkalar, kemerler, pantolonlar, ceketler	Takım elbise ve aksesuarı
Grafik Tasarım Menü	Ana yemekler, ara yemekler, içecekler.	Bir öğün için planlanmış yemek dizisi: Çorba, fasulye-pilav, hoşaf
	Lokantadaki “menü” her iki düzlemi de gerçekleştirir: Sözelimi giriş yemeklerinin yatay okunuşu dizgeye, menünün dikey okunuşuysa dizime denk düşer.	
Mimarlık Mobilya	Farklı üslupta oturma elemanları	Oturma takımı: Üçlü, ikili, iki tekli ve sehpaları
Sinema Film Çekimi	Nasıl sunulacak? Nasıl kurgulanacak?	Neyin çekileceği? Neyin seçileceği?

Görsel göstergede, dizim ve dizge; mimarlık alanından “sütun” örneğinde incelenmiştir.

Tablo 33:Dizim-Dizge, Mimari Sütun Örneği

Dizgesel Düzen (Çağrışımsal Alan)			Dizimsel Düzen		
	Üslupsal Sınıflama	Dor		Tasarım Elemanlarına Göre Sınıflama	Sütun Başlığı
		İon			Sütun Gövdesi
		Korint			Sütun Kaidesi

Kaynak: (Web, arkeopolis)

Sütun, üç yapısal ögeden oluşur: Kaide, gövde ve sütun başı. Bunların bir araya gelme biçimi “dizim”dir. Sütun bu haliyle diğer mimari unsurlarla bir uyum “bitişiklik” halindedir. Sütun başının “ion”, “dor”, “korint” gibi farklı üsluplardan seçimi ise, mimari üslupların karşılaştırılmasına olanak tanınması bakımında da “dizge” dir. Dizim ve dizge

düzlemleri arasındaki ilişki ya da bağ son derece kuvvetlidir. Dizim düzleminin değişmesi, çeşitlendirilmesi ancak dizgesel (çağrışımsal) düzlemden aktarılabacaklarla mümkün olabilir. Dizim ve dizge düzlemleri sayesinde karşıtlıkları ortaya koymak ve yeni anlamlar üretmek mümkündür.

Dizim ve dizge düzlemleri karşıtlıkları ortaya koyarken dildışı bir anlatımında kapılarını açmaktadır. Mimaride olduğu gibi, bir biçimin kendi anlamı ile bu biçimin farklı öğelerle bir araya geldiğinde ortaya çıkan yeni anlamın tartışılması söz konusudur. Barthes bu değişimi “söylemler” olarak niteler ve açıklar:

Saussure dizimsel olgu ile çağrışımsal olgunun (biz buna dizgesel olgu diyoruz) iki zihinsel etkinliğin karşılığı olduğunu sezinlemişti; bu da dilbilimin sınırları dışına çıkmak demektir. Jakobson, artık çok ünlü olan bir yazısında bu kapsam genişlemesini benimsemiş ve **eğretileme** (dizge düzlemi) ile **düzdeğişmece** (dizim düzlemi) karşılığını dildışı anlatım yöntemlerine uygulamıştır. Böylece, bir yandan eğretilemeli “söylemler”, bir yandan düz değişmeceli “söylemler” söz konusu olacaktır. (Barthes, 2009:62)

O halde, dizimsel düzlem dil/söz olarak nesnesinin anlamını ortaya koyarken, dizgesel düzlem ise üstdil olarak nesnel anlamının ötesi kavramları oluşturmaktadır.

Tablo 34:Dizgesel Düzlem, Dizimsel Düzlem

Dizgesel Düzlem	Dizimsel Düzlem
Dil/Üstdil	Dil/Söz
Eğretileme Düzlemi (Metafor)	Düzdeğişmece Düzlemi (Metonomi)

Göstergebilim, düzdeğişmece düzlemden ziyade eğretileme düzlemiyle ilgilenir. Gizli olanı açığa çıkarmanın yollarını dil/söz yoluyla keşfetmemizi sağlar. Bu bağlamda Barthes sinemadan örnek vererek kavramları açıklar:

Dizimsel olgu ile çağrışımsal olgu (dizgesel olgu ya da düzlem) karşıtlığı iki zihinsel olgu olup bunlardan birinin egemenliğini içerir. **Eğretileme** düzlemi için (ornatmalı çağrışımların egemenliği); simgecilik, sürrealizm, sessiz sinemada Charly Chaplin’in filmleri örnek olarak verilebilir. Simgelerin yer değiştirmesi, gerçeküstü öğelerin biçimsel değişiklikleri, sinemada sahne geçişleri (üst üste gelen açılma ya da kararmalar)... **Düzdeğişmece** düzlemindeyse (dizimsel çağrışımların egemenliği) söz konusudur. Sinemada belgesel gerçeklik, kamera kullanma teknikleri, çekim açıları, kurgu gibi unsurlar bu dizimsel çağrışımlara imkan verir. Göstergebilim, düzdeğişmece düzleminden ziyade eğretilemeler üzerinde anlam üretir. Aynı zamanda bu da üstdilin (**Retorik**) tanımıdır (Barthes, 1970: 173-174).

Göstergebilimin dördüncü ve son düzlemi olan üstdil kavramının irdelenmesinde retorik tanımının göstergebilimciler tarafından “üstdil” i tanımlamada kullanılmasından dolayı, bu sözcüğün irdelenmesi gerekmektedir.

2.5. Göstergebilimde Retorik

Göstergebilimciler göstergebilimi, “göstergelerin biçimsel öğretisi” olarak tanımlarken, mantıkla özdeş tutarlar. Dolayısıyla göstergebilim sayesinde her türlü olgu incelenebilir ve sınıflandırılabilir. Bu iki görevi de yerine getirirken üç temelden faydalanır: Dil, mantık ve retorik.

Tablo 35:Dilsel Gösterge Bileşenleri

Temel	Nesne	Yorumlayan
Gramer	Mantık	Retorik
Dilbilgisi	Doğru düşünme	Söz sanatı

Gramer; bir dilin ses, biçim ve cümle yapısı özellikleri bakımından temel bir görev üstlenir. Peirce, bu üç temel dilsel bileşeni aşağıda açıklar.

Peirce’e göre semiotik bilimi üç bölümden oluşur. Çünkü gösterge, temel, nesne ve yorumlayan olmak üzere üç ögeden oluşur. Bunlardan birincisi katıksız **gramerdir**. Bu dilbilgisinde amaçlanan şey kullanılan göstergenin anlam kazanması için gerçeğe uygun olması gereken yanını belirtmektir. Bunlardan ikincisi **mantıktır**. Mantık, göstergelerin nesneye uygun olması için gerekli olan zorunlu doğruluk durumunun bilimidir. Üçüncü ve sonuncusu **retoriktir**. Retoriğin amacı ise, bir göstergenin bir diğer göstergeyi ortaya çıkarmasını ve üretmesini sağlayan kuralları keşfetmektir (Peirce, 1955:99).

Türkçede retorik; dilbilimde, güzel söz söyleme ya da hitabet sanatı olarak kullanılan bir sözcüktür. Einhinger, retoriği; dilsel sembollerle ilişkilendirerek retorik semboller tanımını yapmıştır.

Douglas Enhinger; retoriği “insanların sembolleri stratejik bir biçimde kullanımı yoluyla, başkalarının düşüncelerini ve davranışlarını etkileme biçimleri olarak tanımlamıştır. Bu konuda Einhinger’in retorik sembolleri konusundaki görüşü, en az dilsel semboller kadar önem verilmesinin yerinde olacağı biçimindedir. (Foss, 2005:141-154)

Göstergebilimciler, sembol ve retoriği görüntüsel göstergede biçim ve içerik yönüyle incelerken bu iki imgeyi, “görsel sembol” ve “görsel retorik” olarak ele almışlardır. Reklam çözümlemelerinde sıkça karşılaştığımız retorik için Barthes, “İmge’nin sanatsal dili” adlı makalesinde “yalnızca tanıtım imgesinin göstergebilimini değil, imgenin sanatsal dilini veya imgenin yananamlarının sınıflandırması” olarak açıklar (1964). O halde imgenin sanatsal yönünü ortaya koyan görsel retoriktir. Ama o sanat eserini yorumlarken de dilsel retorikten besleniriz.

Ambrosse, Harris’e göre görsel retorik; a) kapsamlayış (sinekdok), b) eğretileme (metafor), c) düzdeğişmece (metonim), olarak ele alırlar. Yazarlar bu üç kavramı aşağıdaki biçimde açıklarlar:

Sinekdok, metafor ve metonim, bir şeyin başka bir şeyi akla getirmek için kullanıldığı farklı dilbilimsel araçları ifade eder. Bu terimler, birbiriyle yakından ilişkili olduğundan sıklıkla karıştırılır. Aynı araçlar yan anlam, imge ve göstergelerle betimlemeler oluşturmada görsel düzeyde iş görür. Betimleme, asıl konunun ötesinde bir anlama sahip olsun ya da yalnızca görsel bir etki yaratmak için kullanılsın, bu üç araç arasındaki ince ayrımları bilmek önemlidir (Ambrose, Harris,2013:74).

Retorik terimleri bir tablo içerisinde gösterelim:

Tablo 36:Dilsel Retorik

Terim	Açıklama	İlişki	Örnek
Görsel Sinekdok (Kapsamlayış)	Parçanın bütünü temsili ya da tersi	Temsil Etme	Galata Kulesi-İstanbul
Görsel Metafor (Eğretileme)	Anlamın bir imgeden diğerine aktarımı	Karşılaştırma	Lale-Hollanda
Görsel Metonim (Düzdeğişmece)	Atıfta bulunmak	Bağlantı kurma	İzmaritte ruj izi-kadın

Yazılı dilde verilen örneklemeyi görsel göstergede sunumu:

Tablo 37:Görsel Retorik

Sinekdok (Kapsamlayış)	Eğretileme (Metafor)	Düzdeğişmece (Metonim)
		
İSTANBUL	HOLLANDA	KADIN
1	2	3

Kaynak 1: (Web, beltur)

Kaynak 2: (Web, atlaslale)

Kaynak 3 : (Web, depositphotos)

2.5.1. Kapsamlayış/Sinekdok

Bazı kuramcılar kapsamlayış düzdeğişmece düzleminde ele alırlar. Bu durumda anlam değiştirmenin niceliksel yönü kapsamlayış, niteliksel yönü ise düzdeğişmece olarak ele alınır. Kapsamlayış, dizisel (paradigmatic) olup, kapsama ile gerçekleşir. Ambrose ve Harris bu kavramı “temsil” ve “sembol” olarak ele alır:

Bu terim, parçanın bütünü temsil ettiği zaman ya da tam tersi durumlarda kullanılır. Basitçe ana konu, onunla doğal olarak bağlantılı bir şeyle değiştirilir. Bu değiştirme, sinekdokun “temsil” ettiğini sözcük anlamıyla almak yerine, temsil edilenin herkesçe bilindiği ya da anlaşıldığı zaman iş görür. Tasarımcının bir nesne grubuna ya da sınıfına, “görsel” bir araçla dikkati çekmesini, bir düşünceyi temiz ve kısıtlanmamış bir şekilde iletmesini sağlar şeekliyle tanımlamaktadır. Üzerinde uzlaş sağlanmış bir referansa atıf verme görevini üstlenir. Bir bütünün sembolleşmiş bir parçasıdır. (Ambrose, Harris, 2013:75)

Galata kulesi, İstanbul’u “temsil” eden bir “simge/sembol”dür. Tarihsel bir kent olan İstanbul, kendi semboller manzumesiyle sembol olmuş bir kenttir.

2.5.2. Görsel Metafor/Eğretileme

Türkçede eğretileme, bir şeyi anlatmak için, ona benzetilen başka bir şeyin adını eğreti olarak kullanma, istiare. (TDK, 1974:258). Eğretileme, iki şey arasında -bir şekilde- benzerlik kurmak suretiyle ilişki kurmaktır. Örneğin; “hayatının son baharında” sözcüğü o kişi ya da canlının “yaşlılığını” anlatan bir eğretileme olur. Parsa sözcüğü aşağıda açıklar:

Metafor benzetmedir, iki şey arasında benzerlik ilişkisi kurmaktadır; ‘gibi’ ve ‘kadar’ edatlarını sıklıkla kullanır. Örneğin toplumsal, sınıfsal farklılıklardan bahsederken alt sınıf, üst sınıf yerine yukarıdakiler ve aşağıdakiler kelimeleri kullanılabilir. Aslında Metafor bilinmeyen bilinen bir aracın özelliklerine benzeterek anlatmaktır. (Parsa, 2004: 67).

Benzetme kurulan iki şey arasında zihin ve düş gücü kullanılarak anlamlandırma yapılır. Kullanıcının “kuş kadar hafif ayakkabı” benzetmesi, onun fiziki ağırlılığından ziyade, yürümenin ya da koşmanın rahatlığını ortaya koyar. Metaforlar dilsel olabildiği gibi görsel metaforlar olarak da kullanılırlar. Örneğin, grafik tasarımda bir spor ayakkabının rahatlığı ve hafifliğini ifade etmekte; hava ve bulut göstergelerini metafor olarak kullanabiliriz.

Metaforlar görsel bir tasarımda dört yönlü işlev görürler. Bunlar; adlandırma, yönlendirme, paradigmaların çeşitlendirilmesi, iletişim ve eğitsel işlevleridir. Bu bağlamda Ertan ve Sansarcı’nın aşağıdaki tespitleri önem kazanır:

Adlandırma: Yeniden anlamlandırmadır. Soyut kavramları açıklamada maddi gerçekleri içeren metaforların kullanımı.

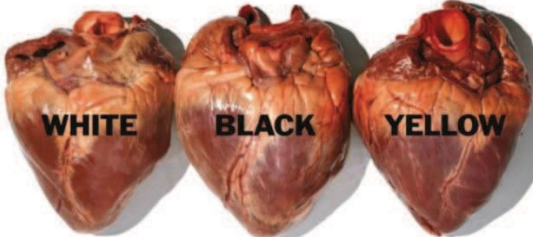
Yönlendirme: Bilinen gerçekler yardımıyla bilinmeyenlerin anlaşılmasını sağlar. Metafor, normal ifadedeki anlama psikolojik bir özellik katar ve muhatabın düşünce ve hayal gücünü zenginleştirir.

Paradigmaların eşitlendirilmesi: Metaforlar, deneyimlerimize farklı bir perspektiften bakmamıza ve böylelikle yeni kavramların oluşmasına katkı sağlar.

İletişimsel ve Eğitsel İşlev: Ortak olmayan bilgi, kültür ve değerleri aydınlatacak metaforlar bulunduğunda iletişim kolaylıkla kurulabilir. Metaforlar, soyut ilkeleri açıklarken somut örneklerle de kullanılabilir (Ertan, Sansarcı,2017:37).

Görsel metaforları bu işlevsel yönleriyle kullanarak anlamı bir imgeden diğer imgeye taşınmasını sağlarız. Fotoğraf sanatçısı Oliviero Toscani'ye ait bir fotoğraf “metaforun işlevsel yönüne” örnek olarak sunulmaktadır:

Tablo 38:Metafor'un İşlevi

Gösterge	İşlev	Anlamlama
	Adlandırma	Benzerlik-Teklik
	Yönlendirme	Renkler-İrklar
	Paradigma	Dünya insanı
	İletişimsel ve Eğitsel	Sınıfsız toplum

Kaynak: (Web, Oliviero Toscani)

Fotoğraftaki üç kalp (insan kalbi olduğu varsayılır); renk, doku, şekil gibi temel öğelerinin benzerliği ile farklı toplumların insanların tek bir yürekte birleştiği, ırkçılık karşıtı bir söylemi olan metafordur.

2.5.3. Görsel Metonomi/ Düzdeğişmece

Metonimi ya da metonim, bir bütünün bir parça ile temsil edilmesidir. Örneğin; ezan sesi duayı, cemaati, nasırlı bir el; toprakla uğraşan emekçiyi çağrıştırmaları metonomidir. Ambrose, Harris, metonomiyi görsel sinekdoktan olan farkına göre açıklar:

Görsel metonim, sözlük anlamına daha yakın bir şeye atıfta bulunmak için kullanılan imgedir. Örneğin haç, kiliseyi belirtmek için kullanılabilir. İzleyici, çağrışım yoluyla, imge ve anlatılmak istenilen konu arasında bir bağlantı kurar. Görsel sinekdoktan farklı olarak, iki imge arasında yakın bir ilişki vardır fakat imgeler arasında doğal bir bağlantı yoktur. Metonimler, görsel metafordan farklı olarak, bir imgenin karakteristiklerini bir diğerine aktarmaz. Görsel sinekdok, tasarımcının bir nesne grubuna ya da sınıfına, görsel bir araçla dikkati çekmesini, bir düşünceyi temiz ve kısıtlanmamış bir şekilde iletmesini sağlar (Ambrose, Harris, 2013:75).

Metonomi ve metafor arasındaki ayrımı belirtmek için Parsa'nın verdiği örnek açıklayıcı olur:

Şaha kalkmış bir at üzerinde anıtlı bir general heykelinde, generalin atı ve silahları onun kontrol ettiği kuvvetlerin metonomisi iken, aynı zamanda onun düzen ve cesaretinin de metaforudur (Parsa, 2004: 65)

Tanıtım fotoğrafçılığında, örneğin bir şehri anlatırken çekilen mekanların, o şehrin tanıtımında olumlu ya da olumsuz etkisi olacaktır. Bu yönüyle şehrin temsili olarak bu fotoğraflar metonomi (düzdeğişmece) görevi yaparlar ve belirtisel gösterge gibi davranırlar. Fakat aralarında ince bir ayrım vardır. Belirti, doğal bir ilişkinin sebep-

sonucudur. Örneğin; “fabrikanın bacası tütüyor” sözcüğü üretimin durduğunu ve işsizliğe vurgu yapan bir “belirti” olurken, “şehrin varoşları” başlıklı fotoğraf sergisinde gösterilenler ise metonomiye örnektir.

Fotoğraf sanatçısı Toscani tarafından “Punkt.” telefon firması için tasarlanmış afişin, görsel metonomi bakımından, dizim ve dizge düzlemlerinde incelemesi aşağıdaki grafik tabloda gösterilmektedir.

Tablo 39:Görsel Metonim (Düzdeğişmece)

Afiş		
	Dizim	Gösteren
		
	Dizge	Gösterilen
		

Kaynak: (Web,vimeo,Oliviero Toscani)

Afişin, metonim düzleminde, dizim ve dizge olarak incelemesini yapalım.

Dizim analizi: Görselde, siyah, gri, beyaz renklerde sağlıklı ve genç bir güvercin imgesi uçmaya hazır pozisyonda afişin merkezinde yer alıyor. Ayağına bağlı mesaj kapsülü ile posta güvercini olduğunu gösteriyor. Afişin dilsel göstergesinde, “Communication simplified” (iletişim kolaylığı/basitliği) sloganı ve “Punkt.” telefon markası görülmektedir. Güvercin-haberleşme, telefon-haberleşme, karşılıkları ana amacının sadece görüşme için fazlasıyla yeterli olduğu vurgulanmış.

Dizge analizi: Geçmişte askeri birliklerde “pratik” haberleşme aracı olarak kullanılan güvercin “Punkt.” telefon için imge olarak kullanılırken geçmişten geleceğe gönderme yapılarak “nostalji kavramı” ile satışta hedeflenenin orta üstü yaş grubu için tasarlandığını ortaya koyuyor. Aynı reklamda dizgedeki güvercini kaldırıp yerine bir uzay aracı fotoğrafı yerleştirilecek olursa dizim “anlam kayması” ile farklı bir “anamlama” düzlemine taşınacaktır.

Salvador Dali'nin "The Persistence of Memory" (1931) sürrealist eseri; görsel düzdeğişmece ve görsel eğretileme olarak "anlam ve kavram" yönüyle incelenmiştir.

Resim 27: Salvador Dali "The Persistence of Memory"



Kaynak: (Web, britannica)

Bilindik katı nesnelerdeki yumuşama, deformasyon gibi ifadenin dizimsel çağrışımları "sıcaklık" olarak düzdeğişmecedir. Malzemenin doğal yapısındaki olağan dışılık bu "anlamı" ortaya koymaktadır. Karşıtlıklar: Katı-yumuşak, sıcak-soğuk, canlı-ölü... Resmin diğer boyutu ise; zamanın insan yaşamındaki acımasız etkisi ile ortaya çıkan değişim-dönüşüm ve hatta başkalaşım (zemindeki yüz sureti) "ölüm" olarak ortaya konmuştur. İnsan yapımı birkaç nesne dışında sıcaklığın yok ettiği bir doğa. Zaman acımasızca akıp giderken geriye tek kalan nesneler. Saatin yediye beş kalayı göstermesindeki "7 sayısı" dizimdeki "ölü doğa", Hz. İsa'nın "7" ekmekle büyük bir kalabalığı doyurduğu Mecdelli Meryem'den "7 şeytan" çıkardığı hurafesini çağrıştırması yönüyle eseri ornatmalı çağrışımların egemenliğine çekiyor. Bu yönüyle "eğretileme" dir.

Görselde "dizim ve dizgeler" bir tasarım ürünü olarak ortaya konan "tasar" ın çözümlenebilmesi için temel bir "şablon" sunar. Tasar'ın gösterdiklerini algılamak, anlamak ve anlamlandırmak ancak dizim ve dizgedeki öğelerin dağıtılıp tekrar bir araya getirilmesiyle ortaya konulacak anlam ve kavramları sorgulamak tasarımcının asıl görevidir.

2.6. Düzanlam ve Yananlam

Göstergebilimciler, düzanlamı gösterenin "anlam" olarak "biçim" yönüyle, yananlamı ise gösterilenin "kavram" olarak "içerik" yönüyle ele alırken aynı zamanda bir üstdil ya da mit oluşturmaktadırlar. Düzanlam; göstergenin gösterdiklerini, tasarım, teknik, yapısal, işlevsel öğelerini "gösterenler" üzerinden ele alır ve üstdil olarak betimleyerek yeni "anlam"lar üretir. Yananlam ise; göstergenin gösterdiklerini "gösterilenler" üzerinden "dizim ve dizge" analizi yaparak alırken dizge yönüyle üstdil olarak betimlemeler yoluyla yeni "kavram" lar üretir. Kavram ve anlamların ortaya konmasında Barthes'in ortaya

koydukları araştırmanın çatısını oluşturması bakımından önemlidir. Barthes, anlatım düzlemi (gösteren) ile içerik düzleminin (gösterilen) birleşerek ortaya koyduğu birinci dizge için düzanlam, birinci dizgeyi kapsayan ikinci dizgeyi de yananlam olarak tanımlamaktadır. Barthes’e göre, anlatım düzlemi (A), içerik düzlemi (İ), her iki düzleminde örtüşerek birleşmesi (B) ile ifade edilirse, düzlemlerin birleşmesi (A B İ) olmaktadır. Barthes dizge ilişkisini “anamlama” yönüyle açıklar.

Her anamlama dizgesinin bir anlatım düzlemi (A) ile bir içerik düzlemi (İ) kapsadığını ve anamlamanın bu iki düzlem arasındaki bağlantıya eşit olduğunu (A B İ) anımsayalım. Şimdi, böyle bir A B İ dizgesinin, kendisini kapsayacak ikinci bir dizgenin ögesi durumuna girdiğini varsayacağız. Böylece karşımıza iç içe geçmiş, ama aynı zamanda da birbirine oranla sapma, kayma gösteren iki anamlama dizgesi çıkar. Bununla birlikte, iki dizge arasındaki “kayma”, birinci dizgenin ikinci dizgeye bağlanma noktasına göre, birbirinden apayrı iki değişik biçimde gerçekleşir ve böylece iki karşıt bütünün ortaya çıkmasına yol açar. Birinci durumda, ilk dizge (A B İ) ikinci dizgenin anlatım düzlemi ya da göstereni olur. (Barthes, 2009:84)

Yukarıdaki ifadeye göre; gösterenlerin “biçim”, gösterilenlerin “içerik” olarak ortaya koydukları anlamların betimlenmesiyle birinci dizge olan düzanlam dizgesi oluşur. Düzanlamı “biçim” yönüyle ve düzanlamı “içerik” yönüyle yeniden yorumlanması ikinci dizgeyi “yananlam”ı oluşturur. Düzanlam; deneyimsel, tutarlı, tümükapsayıcı ve yalın bir betimlemedir. Yananlam, anamlamanın “kayma”sıdır. Diğer bir ifadeyle, düzanlamın yorumlanmasıdır.

Bu ifadeler, tablo vasıtasıyla aşağıda gösterilmektedir:

Tablo 40:Düzanlam ve Yananlam

Gösteren		Gösterilen	
Anlatım Düzlemi (A)		İçerik Düzlemi (İ)	
Biçim	Töz	Biçim	Töz
DÜZANLAM (A B İ)		YANANLAM [(A) B (İ)] B (A) [(A) B (İ)] B (İ)	

Tablo 41:Fotoğraf Çözümlemesi

Gösterge: Fotoğraf			
Gösteren		Gösterilen	
Anlatım Düzlemi (A)		İçerik Düzlemi (İ)	
Biçim	Töz	Biçim	Töz

Nesneler arası dizisel ve dizimsel ilişkiler			
Temel tasarım öge ve ilkeleri	Çeşitli fotoğraf teknikleri bilgisi-kamera, objektifler, alan derinliği vb.	Tema ve kompozisyon	Fotoğrafa özgü alt anlamları okuma, kodları çözme, kültür, değerler ve ideolojiyi okuma vb.
Organizasyon Esasları		Fotoğrafın konusuna ait fikir ve estetik bilgisi	
Düzanlam: Fotoğrafın yüzey üzerindeki ışık olarak bıraktığı görüntünün teknik betimlemesi		Yananlam: Fotoğrafın anlamsal ve kavramsal yönü	

2.7. Üstdil

Göstergebilimsel bir çözümlemede dizgenin karşıtlıklarının analizi düzanlamı, düzanlam da yananlamı ortaya çıkartır. Günlük yaşantıda düzanlamlı dille iletişim kurarız. Göstergebilimci ise yananlamlı dili tercih eder. Diğer bir ifadeyle, toplumlar gösterenleri, göstergebilimciler gösterilenleri konuşur. Gösterilenler, gösterenler üzerine örtülmüştür. Anlamlama dizgesi ile içerik düzleminin birleştiği bu durum bir işlevdir.

Barthes, “**üstdil**”i şu şekilde açıklar

Yananlamsal gösterge dizgesinde, ikinci dizgenin gösterenleri birinci dizgenin göstergelerinden oluşur. Üstdilde bunun tersi görünür: Birinci dizgenin göstergelerinden oluşan, ikinci dizgenin gösterilenleridir.(Barthes, 2009:86)

Tablo 42:Üstdil

	Dizge	1.Dizge	2.Dizge
	Yananlamsal Gösterge	Göstergeler	Gösterenler
İşlem	Üstdil	Göstergeler	Gösterilenler

Üstdil;

- Göstergebilim bir üstdildir.
- Göstergebilim aynı zamanda konu dili incelemesi bu yönüyle anlam aktarıcı olduğundan işlevdir.
- Üstdil yalın, çelişkisiz ve tutarlı betimlemedir.
- Bu yönüyle “bilimsel gösterge dizgesi” olarak “işlem” dir.
- Yananlamsal gösterge dizgesi, birinci dizge “gösterge” ve ikinci dizge “gösteren” örtüşmesinden oluşmaktadır.
- Yananlamsal dizgesi bir işlem değildir.
- Üstdil, birinci dizge “gösterge” ve ikinci dizge “gösterilen” den oluşmaktadır.

Sonuç olarak; bir görselin göstergebilimde “bilimsel gösterge dizgesi” olarak çözümlemesi sonucu ortaya konulan ifade (betimleme) üstdilin kendisidir. İşlemin özü birinci dizgenin göstergeleridir. Anlam ile kavramın birlikte oluşturdıkları bir dildir.

Afiş Çözümleme

Konu: Diyabet (Şeker hastalığı)

Amaç: Farkındalık için kampanya çalışması

Problem: Şekerin vücut üzerindeki yıkıcı etkisi

Analiz: Şeker; sağlık üzerindeki tüm olumsuz etkilerine rağmen, kullanımına devam edilen, bir gıda ürünüdür. Şekere bağlı olarak ortaya çıkan diyabet -kontrol altına alınmadığı takdirde- sonu ölümle neticelenen hastalıklara neden olabilmektedir.

Açıklama: Yeterli diyet yapmama ve egzersiz eksikliği, yüksek şeker tüketimi ile birleştiğinde genetik kırılganlık nedeniyle insan vücudunun şekeri kullanma şeklini etkileyen yaşam boyu süren bir diyabetle sonuçlanabilir. İyileşmeyen yaralar tip 2 diyabetin bir belirtisidir ve enfeksiyonlara ve hatta amputasyonlara neden olmaktadır.

Vurgu ve mesaj: Şekerin sağlık için olumsuz etkisini göstermek.

Tablo 43: Sweet Kills Reklam Afiş İncelemesi

Gösterge		
		
Strawberry cake	Chocolate brownie	Vanilla cake
Dizge		Dizim
Anlamsal Birimler		Biçimsel Birimler

TATLI		
	ÖLÜM	
 SWEET KILLS UNCONTROLLED DIABETES CAUSE WOUNDS TO HEAL, SLOWLY “TATLI ÖLÜMLER”		
Dizgenin Ayrımsal Niteliği (Gösterenler ile Gösterilenler Arasındaki Bağıntılar)		Logo: Tayland Diyabet Derneği İşareti
Anlam Karşıtları: Tatlı-Acı, Ölüm- Yaşam, Hastalık-Sağlık		Dilsel Gösterge: “Tatlı Ölümler”
		Görsel Gösterge: Ayak yarası

Kaynak: (Web,diabete)

Afiş: Farklı ırktan (beyaz, siyah, sarı) diyabet hastası insanların uzuvlarındaki yaralar, çeşitli tatlı gıdaların görselleri ile yara ya da çürüme ifadeli kullanılarak gösterilmektedir.

Gösterge: İnsan

Gösteren: Çeşitli uzuvlardaki derin yaralar.

Bölümün Değerlendirmesi

Bu bölüm, bir dizge olarak dilin yapısal çözümlemesini örnek alan göstergebilim kuramları içinde afiş tasarımının çözümlemesine dayanan bir yöntem önerisi oluşturulabilmektedir. Buna göre; dil ve söz, gösterge-gösteren ve gösterilen, dizim ve dizge, düzanlam ve yananlam, üzere belirlenen ikili kavram karşıtlıklarında grafik tasarım unsurları (fotoğraf, çizim, yazı) göstergebilim kuramları içinde irdelenmiştir. Üstdil, tümü kapsayıcı betimleyici dil/söz olarak ayrı açıklanmıştır.

Yöntem önerisini oluşturan bulgular şunlardır:

- Dilbilim de; dilin yapısal çözümlemesini model alan göstergebilimin birinci kuramın oluşturan dil ve söz kavram karşıtlıklarında dil-grafik tasarım karşılaştırılmaktadır.

Tablo 44:Afiş Tasarımı Dil Dizgelerinin Karşılaştırması

	Toplumsal Kavram	Bireysel Kavram
Bildirişim Dizgesi	Dil	Söz
Anlam Dizgesi	Afiş Tasarımı	Tasar (Afiş)

Bu karşılaştırmaya göre; bir anlam dizgesi olan afiş tasarımının göstergebilimsel çözümlenmesinin; bir tasarım olarak ortaya konulmuş afiş örneklerinin incelenmesi ile yapılan bir analiz çalışması ile gerçekleştirilmesi mümkündür.

Göstergebilimin ikinci kuramı olan gösterge, gösteren-gösterilen kavram karşıtlıkları içinde , birer dizge olarak grafik tasarım unsurları (fotoğraf, yazı, çizim) göstergebilim kuramında açıklanmaktadır.

Tablo 45:Tasarım ve Dil Dizgelerinin Gösteren ve Gösterilen Karşıtlıkları ile Karşılaştırılması

DİZGE	Yapısal	Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Bildirişim Dizgesi	Dil	Sözcük	İşitimsel İmge	Kavram
Anlam Dizgesi	Tasarım Nesnesi	Şekil/Biçim	İfade	Anlam
Anlam Dizgesi	Afiş Tasarımı	Afiş	Görsel İfade	Anlam

Bir anlam dizgesi olarak afiş tasarımında gösterge, tanımlanan imgelerin grafik ifadeleri (gösteren) ve bu ifadelerin okuyucu/izleyici algısında yarattığı karşıtlıkların ortaya çıkardığı anlamlar (gösterilen) olmak üzere iki dizgeden oluşmaktadır.

Dil/Söz karşıtlığında olduğu gibi grafik imgelerinde biçim/içerik yönü, göstergebilimde dizim-dizge karşıtlıklarında açıklanmaktadır.

Tablo 46:Dizisel Sınıflama

	Dizim			Anlam	Dizim
Bildirişim Dizgesi	Dizimsel Sınıflama			Afiş Tasarımı	Tasarım Süreci Tasarım Öğeleri Tasarım İlkeleri
Dizisel Sınıflama	Özne	Tümleç	Yüklem	Dizisel Sınıflama	
	Arı	bal	yaptı		
	Okul	geç	açıldı		
	Palto	büyük	oldu		

Yukarıdaki şemada görüldüğü gibi; grafik imgelerin (dilbilgisine benzer) dizim-dizge olarak sınıflandırılmaları yapılmaktadır. Dizimsel ve dizisel sınıflama içinde yer alan bir sözcüğün gösterge olarak taşıdığı anlatım değeri, göstergebilimin dördüncü ve son kuramı olan düzanlam ve yananlam kavram karşılıkları içinde tanımlanmaktadır. Aşağıda verilen tabloda Türkçe dil yapısı içinde basit bir tümce ele alınarak, belirli bir sözcüğün kavram karşılığı ile taşıdığı anlatım değeri, düzanlam ve yananlam olarak açıklanmakta ve aynı şekilde, afiş imgelerini oluşturan temel öğelerin ifadesinin anlam karşılıklarını oluşturan anlatım değerleri tanımlanmaktadır.

Tablo 47:Afiş Tasarımında Düzanlam ve Yananlam Karşılığı

Örnek Tümce	Örnek Sözcük	Anlam Karşılığı İle Taşıdığı Anlatım Değeri	
		Düzanlam	Yananlam
BABAMIN ÖLDÜĞÜ YAŞTAYIM	ÖLÜM	Doğum Günü	Söyleyen Kişinin Melankolik Durumunda Bir İnsan Olarak Yorumlanması
Örnek Afiş Tasarımı	Grafik İmge	Okuyucu/İzleyicinin Tasarım olarak algılananın “biçim” yönüyle betimlenmesi	Tasarım olarak algılanan çalışmanın retorik yorumu

Grafik tasarımında grafik imgelerin ifadeleri ile gösterge niteliği taşıyan imgelerin anlatım değerini oluşturan öncelikli anlamı (düzanlam), okuyucu/izleyici algılama süreci içinde tanımladığı tasar'ın kimliğini oluşturan sınıflandırmalar içinde, ele alınan grafik imgelerin kimlik özellikleri üzerine yorumsal analizler.

Tüm bu bulgular ışığında araştırma çalışmasının bundan sonraki bölümünde; öncelikle Roland Barthes'in bir reklam afişi üzerine yaptığı dört aşamalı çözümlemesi örnek alınarak; grafik tasarımcı Saul Bass'ın seçilen 10 ikonik ve simgesel film afişinin göstergebilimsel çözümlemeleri yapılmaya çalışılacaktır.



3. BÖLÜM: SAUL BASS FİLM AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

3.1. Roland Barthes'in Göstergebilimsel Çözümleme Yöntemi

Roland Barthes, Sorbonne'da öğrenim gördükten sonra Fransız Bilimsel Araştırma Ulusal Merkezi'nde çalışmış ve Collège de France'ta göstergebilim dersleri vermiştir. Yapısalcı bir yazar ve filozoftur. Barthes sosyoloji, sanat, politika, antropoloji ve popüler medya konularında çalışmalar yürütmüştür. Barthes'in düşünce evrimini sınıflandırmak kolay değildir. Çünkü onun yapısalcılık'tan postyapısalcılık'a uzanan düşünsel serüveni kolayca sınıflandırmaya elverişli değildir. Onu hem postmodern felsefe'nin oluşturucuları arasında saymak, hem de bizzat postmodern düşüncenin en özgün kuramsal uygulayıcılarından biri olarak anmak gerekir. Düşünsel serüvenini anlamak için çalışmalarının seyri izlenebilir.

1950'li yıllar Barthes'in yazın çalışmalarının başlangıç yıllarıdır. Bu yıllardan itibaren, dilbilimle, edebiyatla, müzikle, göstergebilimin bir bilim olarak kuruluşuyla uğraşacak, giderek boyut değiştiren ve derinlik gösteren bir yönde yapıtları ortaya çıkacaktır.

Barthes, dilbilim'in (Saussure'cü Dilbilim) tezlerini göstergebilimine taşımaya çalışır. Çünkü belli bir noktadan sonra onun için her şey gösterge dizgeleri olarak okunabilecek bir görünüm alır. Günlük hayattaki rastgele öğelerden yüksek sanat yapıtlarına her şey bir gösterge olarak analiz edilebilir ve edilmelidir. Onun göstergebilim anlayışı bu noktada bu gösterge dizgelerini anlamak, işleyiş yapılarını çözmek ve dolayısıyla anlam dünyasının yapısını açıklamak çabasından ileri gelir.

Barthes'in görsel göstergeler üzerinden yaptığı çözümlemelerde; “göstergebilim” kavramını “insan-tasarım etkinliği içinde yarattığı ifadelerin anlamlarının çözümlenerek, yaratıcılık olgusuna dilbilgisel bir yapı kazandırılması” olarak ele aldığı görülmektedir.

Birinci bölümde açıklanan “tasarım kavramı” tanım ve amacı ile örtüşen bu ifade, farklı bir açıdan ele alınacak olursa; göstergebilim yardımıyla bir tasarımı açıklayabilir ya da o “şey” in bir “tasarım ürünü” olup olmadığına karar verilebilir. Diğer bir ifadeyle göstergeyi oluşturan temel öğeler açığa çıkartılarak, tasarım ilkeleri ve algı prensipleri açısından; “bir tasar olarak ortaya konmasında izlenen yol” bakımından doğrulukları irdelenip üzerinde bir fikir birliğine varılabilir.

Tasarım olarak ortaya konulan bir ürün (tasar) ister iki boyutlu isterse de üç boyutlu olsun “tasarım” kavramı içerisinde nitelendirildiği takdirde; amaca yönelik ortaya konmasında; “sıradan olmayan” ve “karakteristik özellik” te, düşün ve fikir ürünü olmalıdır. Tersine olan ise sadece görseldir, ifadesiz ve manasızdır. Ya da sözünü yitirmiş “dil” dir.

Roland Barthes göstergebilim kuramlarını, yapısal dilbilime göre oluşturup dil/söz olarak anlam karşıtlıklarından hareketle dört ana başlıkta toplamıştır.

Bunlar sırasıyla;

1. Dil ve Söz Kavram Karşıtlıkları
2. Gösterilen ve Gösteren Kavram Karşıtlıkları

3. Dizim ve Dizge Kavram Karşıtlıkları

4. Düzanlam ve Yananlam Kavram Karşıtlıkları

Yukarıdaki anlam karşıtlıklarının açıklamaları 2. Bölümde ayrıntılı bir şekilde verilmiştir. Barthes bu programa uygun olarak giyim dili, moda dili, besin dili olarak göstergebilimsel çözümlemeler yapmıştır. Bunlardan biri de bir reklam afişi tasarımını göstergebilimde oluşturduğu dört aşamalı çözümleme kuramlarına göre ele aldığı çalışmasıdır. Buna göre; incelemesini sırasıyla üç grubun içerisine alacak biçimde oluşturur.

- **Söylem çözümlemesi:** Afişte saptanan göstergeler hangileridir?
- **Anlatı çözümlemesi:** Temel yapı (mantıksal-anlamsal yapı) çözümlemesi. Bunlar ne anlama geliyor? Gösterilenler hangileri?
- **Mit çözümlemesi:** Kültürel mesaj ya da tema nedir?

Barthes'ın "söylem ve kavram karşıtlıkları" aşağıdaki tabloda örneklendirilmektedir.

Tablo 48:Çözümleme Tablosu		
Söylem Çözümlemesi	Anlatı Çözümlemesi	Mit Çözümlemesi
Tözü Dil		
Tasarımın Temel Öğeleri Nokta-Çizgi-Şekil-Doku- Renk...	Temel Yapı Mantıksal ve Anlamsal	Kültürel
Biçim Yönü	İçerik Yönü	
GÖSTERGE - GÖSTEREN	GÖSTERİLEN	
Göstergeler; 1. Gösterge 2. Gösterge 3.	Gösterilenler 1. Gösterilen 2. Gösterilen 3.	Yananlamanın ortaya koyduğu kültürel kodların oluşturduğu üstdil
Gösterenler; 1. Gösteren 2. Gösteren 3.		
DÜZANLAM (İFADE)	YANANLAM (İMA)	ÜSTDİL

Barthes, göstergebilimsel çözümlemeyi bir reklam afişi üzerinden; "Panzani" markası ile Fransada üretilen prinç, makarna, sos gibi ürünler üzerinden örnekler.

Resim 28:Panzani Reklam Afişi



Kaynak: (Web, wordpress)

Tablo 49:Panzani Afişi Göstergebilimsel Çözümlemesi

SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ		
GÖSTERGE	Saf Görüntü	
Marka etiketi ve alt başlık yazılarını görmeden afiş üzerinde yer alan görsellerin dizimidir. Bu dizim, doğrusal olmayıp, gelişi güzel gibi olduğundan “kesintili gösterge” dir. Buna göre; Kırmızı bir yüzeyin önünde sarı ve yeşil renklerde, ağzı yarı açık plastik tutamaklı bir fileden dışarıya taşan makarna paketleri, bir teneke kutu, bir paket, domatesler, soğanlar, biberlerden oluşan bir görüntüdür.		
GÖSTEREN	Vurgu	
1) File, 2) “Panzani” markalı ürünler, 3) Başlık yazısı, 4) Renk		
TASARIM ÖGELERİ	RENK	İMGE
Şekil/Biçim Organik formlar; daire, küre, silindir	Domates=Sarı Biber=Yeşil Poster=Kırmızı	İkon: Marka Simge: File-Taze Belirti: Organik-Taze Üç renk-Ülke
Organik	Üç Renk	
Tasarım İlkeleri: Tekrar ve Vurgu		
Algı Prensipleri: Yakınlık ve Benzerlik		

Afişte kullanılan üç renk; İtalyan Bayrağının renklerinin “belirti” sidir. Bayrağın kendisi olmadığından simge görevi taşımaz. File; tazelik ya da günlük tüketimin bir sembolü/simgesi dir. İtalyan markası Panzani ise firmasını temsil etmesi nedeniyle ikonudur.	
DİLSEL İLETİ	Yiyeceklerin ‘açılıp’ masanın üzerine saçılmasına yol açan yarı açık filedir. Sahnenin düzenlenişi, marka ve başlık yazısı: Sıralı bir düzen yoktur. Kırmızı bir fon üzerinde file içerisinde yer alan doğal sebzeler, makarna, pirinç ve konserve ile marka etiketi yer almaktadır.
KOD	1. Kod: Alt başlık yazısı; Fransızca, deşifre etmek için Fransızca dili bilgisi. 2. Kod: “Panzani” markası “Şirket” vurgusu 3. Kod: “Panzani”; “İtalyan” ya da İtalyanlık vurgusu
ANLATI ÇÖZÜMLEMESİ	
GÖSTERİLEN (MESAJ) “OKUMA”	Değerlere Gönderme Yapan Gösterilendir. Kültürel Bilgiye İhtiyaç Duyar
1- Ürünlerin tazeliği: Dondurulmuş gıdalara karşılık 2- Evde hazırlanacak olmaları: Hazır gıdalara karşılık Anlam Karşıtıkları: “Dondurulmuş gıda-Taze gıda” ya da “Konserve-Taze”, Stoklama-Stoklamama... Kültürel Mesaj: Kişinin kalabalık bir tüketim gurubuna “stoklama” amaçlı değil “kendisi için” günlük taze tüketim amaçlı alışverişin mesajını verir.	
DÜZANLAM	Afiş; “Panzani” makarna, pirinç ürünlerinin doğal ve günlük tüketim için uygun, konservesinin bile organik ürünlerle eş değer özenle dengelenmiş bir gıda ürünü olduğunun ifade eder. Panzani marka ürünleri güvenerek satınalabilirsiniz mesajını vermektedir.
YANANLAM	File; Fransada bir İtalyan markasının gösterilenine dönüşür. Bu yönüyle dilsel iletinin yananlamını da yinelemektedir. (Panzani markasının yarım İtalyan uyağı). Bu yönüyle bir Fransız markadan dolayı İtalyanlara özgü bir ürün tükettiğini düşünürken, bir İtalyan için, marka ile domates ve biberin İtalyanlığını algılamak oldukça zor olacaktır.
MİT	Afiş, bir ‘natürmort’ ya da diğer dillerdeki ifadesiyle ‘still life’ (Konusu, cansız varlıklar veya nesneler olan resim ya da ölü doğa). Gösterge, kültürel bir bilgi üzerine inşa edilmiştir.

Barthes’in bu çözümleme örneği bulgular olarak ortaya konmuş 10 film afişi çözümlemesine örnek olarak kullanılmıştır. Buna göre;

- 1- Afiş tasarımının göstergebilimsel incelemesinde göstergeler tasarım öğelerine indirgenerek tasarım ilke ve algı prensiplerine göre irdelenmişlerdir. Bu öğelerin düzanlam ve yananlamları göstergebilimsel

çözümlemelerde gösteren ve gösterilenlere veri oluşturmakta kullanılmışlardır. Örneğin; domates=doğal= küre= kırmızı sözcükleri; “domates-kırmızı”, “doğal-taze”, “küre-organik”, “kırmızı-canlı” karşıtlıkları.

- 2- Afiş tasarımında göstergenin üç imgesi; “İkon-Simge-Belirti” ler tanımlanmıştır.
- 3- Afişin dilsel iletisi görüntünün ifadesi olarak ele alınmıştır.
- 4- Dilsel iletinin ortaya koyduğu kod/kodlar belirtilmiştir.
- 5- Dilsel iletinin vurguladığı olarak, gösterilen ya da mesajlar belirtilmiştir.
- 6- Gösteren-gösterilen karşıtlıklarının biçim yönüyle betimlemesi düzanlamı ortaya çıkartmaktadır.
- 7- Yananlam ise düzanlamı içerik yönüyle ele alır.
- 8- Çalışmanın örneklemini ise Saul Bass’ın 1955-1992 yılları arasında tasarladığı 23 film afişinden “amaçlı örnekleme” ile seçilen 10 film afişi oluşturmaktadır.

Amaçlı örneklemede (*purposive sampling*) araştırmacının kota örneklemesinde olduğu gibi, belli bir örnek sayısına gelinceye kadar en yakını, sevdiği, beğendiği, hoşlandığı çevresinden kişileri örnekleme almasıdır. “Uygun örnekleme” yöntemine benzerlik göstermekle birlikte aradaki önemli fark, örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin, araştırmacının amaçlarına en uygun yanıt verebilecek birey ve objeler arasından seçilmesidir. (Aziz, 2013: 55)

Saul Bass film afişlerinin seçiminde amaçlanan; fotoğrafsız, ikonik, simgesel be belirti özellikli olmak üzere yıllara göre sıralı ve üç renk sınırlı, Saul Bass imzalı 10 film afişi seçilmiştir.

Çalışmada analiz edilecek olan afişlere ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 50:Çalışmada Analiz Edilecek Afişler

SIRASI	AFİŞİN ADI	YÖNETMEN	YAYIN YILI	SIRA
01	The Man with the Golden Arm	Otto Preminger	1955	1/23
02	Storm Center	Daniel Taradash	1956	2/23
03	Anatomy Of A Murder	Otto Preminger	1959	7/23
04	Bunny Lake is Missing	Otto Preminger	1965	15/23
05	Seconds	John Frankenheimer	1966	16/23
06	Grand Prix	John Frankenheimer	1966	17/23
07	The Two of Us	Claude Berri	1967	18/23
08	The Fixer	John Frankenheimer	1968	19/23
09	The Shining	Stanley Kubrick	1980	21/23
10	Schindler’s List	Steven Spielberg	1993	22/23

Bu oluşturulan tabloya göre bulgular belirlenmiştir.

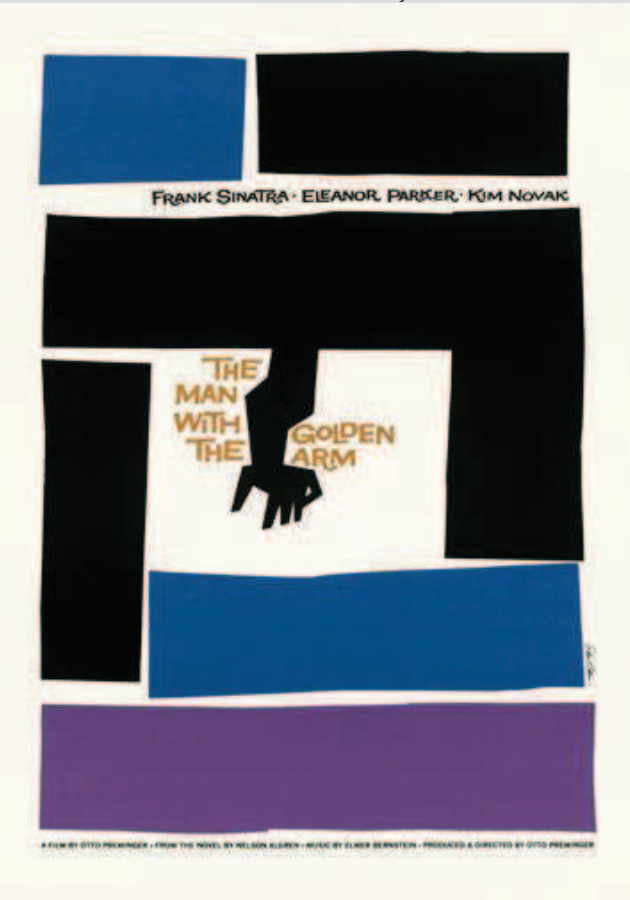
3.2. Bulgular

3.2.1. “The Man with the Golden Arm”

Filmin kısa konusu: Uzun süre kaldığı hapishaneden, uyuşturucu tedavisi sayesinde “temizlenmiş” olarak çıkan “Frankie”, önceki yaşamından farklı bir hayat çizgisi sürmeye kararlıdır; kumardan ve uyuşturucudan uzak kalma gayretiyle bir caz grubunda bateri çalarak hayatını kazanmaya çalışır. Geçmişinden kurtulma mücadelesi, iki kadın arasında kalan bir yaşam ve geçim sıkıntısı peşini bırakmayan sorunlarıdır.

Konunun temel terim ve sözcükleri: Altın Kol, temizlenme, caz davulcusu, uyuşturucu

Tablo 51: “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: The Man with the Golden Arm Yönetmen: Otto Preminger Oyuncular: Frank Sinatra, Eleanor Parker, Kim Novak Roman: Nelson Algren Muzik: Elmer Bernstein Türü: Drama Süre: 119 dk. Yapım Yılı: 1955 (ABD)
	Afiş Künyesi
	Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 4 Renkli Boyut: 25*35 Yıl: 1955 No: 1/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive,1/23)

Afişin Gösterdikleri

Açık gri fon üzerine, siyah, mavi ve mor renkli çizgisel şekiller, kol figürü, “The Man with the Golden Arm” başlık yazısı ve başrol oyuncularının isimleri yer alırken, alt başlıkta da yönetmen, yapımcı ve firma hakkında bilgiler verilmiştir. Afişin ön yüzünde, Tasarımcı Saul Bass’ın imzası dikey konumlanmış biçimde sağ alt hizadadır. Tasarım ögesi olarak “kırık çizgi” kol figürü, siyah, mavi, mor harf şekiller, serbest el yazı kullanılır. Görüntü ilkin tözü dilsel olan bir ileti sunar. Görselde kol figürünün çevresinde yer alan yazı çizgisel öğelerle çerçevelenerek desteklenir.

“Golden Arm”: Değerli kol, altın vuruş (argo) olarak kullanılır. (Redhouse, 1962:454).

Sözcüğün afişte kullanımı: Afişte, davul çalan kol ve uyuşturucu anlamlarında kullanılmaktadır.

Tablo 52: “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız
	İllüstrasyon	Kolaj Çalışması
	Tipografi / Yazı	Serbest El Yazı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	“Çizgi”. İfade: Kırık, Kırık Çizgi
	Tasarım İlkesi	Tekrar ve Vurgu
	Gestalt	Yakınlık, Ayırt Edici Özellik
	Renk	Siyah, Mavi, Mor

Tablo 53: “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	İnsan Kolu Figürü
	Belirti	Kırık çizgi
	Simge	Kol
KOD	Dilsel	“Altın Kollu Adam”
	Görsel	Kol
GÖSTEREN-GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Bıçım	Kırık Çizgi Kol ve Renkli Harf Şekiller
GÖSTERİLEN	İçerik	Bağımlılık Kavramı
	Mesaj	Uyuşturucu ile mücadele
DİZİM-DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Eroin-Kol, Bağımlılık-Sağlık, Yaşam-Ölüm
	Dizge	Eroin-Ölüm, Bağımlılık-Kol, Yaşam-Sağlık
DÜZANLAM-YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Kırık kol, hareket eden kol, davul çalma
YANANLAM	Metonim	Altın vuruş, Uyuşturucu-Kriz, Bağımlılık-Kurtuluş

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: The Man with the Golden Arm
- Üst başlık: Üç başrol oyuncusunun isimleri

1.2. Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Blok şekiller arasında kol figürü
- Mavi, siyah ve mor renkli şekiller

2. Gösteren:

2.1.Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- “Golden Arm” (işaret),
- Serbest el yazı (belirti/işaret),
- Parlak sarı renk (simge)

2.2. Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Blok olarak kesilmiş parçalar (ikon)
- Kırık çizgi ifadeli kol (işaret ve ikon)
- Parçaların renkleri siyah, mavi ve mor (simge)

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1.Yazının gösterilenleri:

- “Golden Arm”: Altın kol, “değerli” anlamında ya da “eroin” ve eroinmanlık olarak argo anlamlarında kullanılır.
- Serbest el yazı: el izi, insan yapısı anlamlarında kullanılır.

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- Kırık çizgi ifadeli kol: Hareket, vurma, kasılma, kırılma
- Şekiller ve harfler: Kol figürü siyah L harfini F harfine dönüştürmektedir.
- F harfi

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Bağımlı-Kurtulmak
- Temiz-Kirli
- Direnmek-Kabul etmek

5. Düzanlam

Kalın, çizgi şekillerin çerçevelediği kırık ya da hareket ifadeli kol, siyah renkte tasarlanmıştır. Kol, siyah çerçeve ile birleştiğinde F harfini oluşturur. Bu ifadeden hareketle Frank’ın “F”si, diğer oyuncuların isimlerinden Elonor’ un “E”si ve Kim’in “İ”si de gösterilmiştir. “F” siyah, “E” siyah ve “İ” siyah ve maviden oluşmaktadır. Siyah ölümü, mavi melankoliyi, mor hüznü çağrıştırmaktadır. Kalın harflerin çerçevesi arasında kalmış kol figürü beyaz yüzeyi davul olarak kullanır. Sarı renkle yazılmış başlık yazısı “Altın Kol” u vurgular. Harfleri oluşturan kalın kopartılmış ifadeli çizgiler, davulun çalınmasında kullanılan bağımlı ifade eder. Harfler kopuk çizgilerden oluşturulurken, çerçeve şekiller labirenti göstermektedir. Düzanlamı ortaya çıkartan metafor; afişin göstereni olan “davul çalan kol” dur.

6. Yananlam

“Altın Kollu Adam” başlık yazısı, eroin bağımlıların kullandığı tabir olan “Altın Vuruş” a atıfta bulunur. Kırık kol davul çalan kola, oradan da bir eroinman’ın koluna dönüşür. Gösterilenler; çerçeve, sıkışmışlık, bağımlılıktan kurtulma mücadelesi kavramlarıdır. Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Düzanlamı belirleyen metafor’un bir üst katmanı olan metonim düzlemidir. Metonim dilsel iletideki “Altın Vuruş” olup afişte onu temsil eden “eroiman” koludur.

Sonuç

Saul Bass, afişi iki varyasyonda hazırlamıştır. Diğer versiyonda üç oyuncunun fotomekanik suretleri(siyah-beyaz) birinci tasarımın içine yerleştirilerek sunulmuştur. Tercih edilen ve uygulanan tasarım da bu olmuştur. Tasarımın genel karakterini oluşturan tasar ögesi çizgi olurken onların “yakınlık” prensibiyle bir araya gelmelerinden harfler ortaya çıkarılmıştır. Şekil-zemin ve benzerlik ilişkileri görsel algı bakımından kullanılmıştır. Tasarım diğer çalışmalarında olduğu gibi üç renk-üç şekil olarak ortaya konmuştur.

3.2.2. “Storm Center”

Filmin kısa konusu: Kendini, çocukları okuma keyfi ile tanıştırmaya adanmış küçük bir kasaba kitapçısının, tartışmalı bir kitabı kitapevinin raflarından indirmeyi reddettiği andan itibaren yerel politikacılar ve kasabanın ileri gelenleri tarafından kara listeye alınıp dışlanması, yanında çalışan çocuk tarafından da işyerinin kundaklanmasını konu eder.

Konunun temel öğeleri: Güç merkezi, Kitap, Kütüphane, Yangın

Tablo 54: “Storm Center” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: Storm Center Yönetmen: Daniel Taradash Senaryo: Daniel Taradash Elick Moll Roman: Daniel Taradash Elick Moll Oyuncular: Bette Davis Muzik: George Duning Türü: Dram Süre: 86 dk. Yapım Yılı: 1956 (ABD)
	Afiş Künyesi
	Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 4 Renkli Boyut: 25*35 Yıl: 1956 No: 2/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 2/23)

Afişin Gösterdikleri

Turuncu zemin üzerinde yer alan iç içe geçmiş iki yüz ifadesi, yanmış bir kitaptan kalmış bir sayfa parçası yer almaktadır. Resmin altında, Thomas Jefferson’ dan bir alıntı; “If the book be false in its facts, disprove them; if false in its reasoning, refute it. But, for God's sake, let us freely hear both sides, if we choose” cümlesi yer almaktadır. Alt başlıkta “Bette Davis in Storm Center” kırmızı ve beyaz renklerle dik ve büyük harflerle yazılmıştır.

Storm Center: Güç merkezi (politik), yönetim anlamlarında kullanılmaktadır.

Sözcüğün afişte kullanımı: Belediye meclisi, yargıç gibi idari ve yönetim mercii.

Tablo 55: “Storm Center” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız afiş
	İllüstrasyon	Elle çizilmiş serigraf baskılı afiş
	Tipografi / Yazı	Dışavurumcu karakterli el yazısı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Çizgi, değer
	Tasarım İlkesi	Ritim, Vurgu
	Gestalt	Yakınlık, Benzerlik Şekil-Zemin anlatım, Tamamlama
	Renk	Siyah-Mavi-Beyaz

Tablo 56: “Storm Center” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Yüzler (Kadın ve çocuk yüzü)
	Belirti	Kadın ve çocuk yüzünün birleştirilmesi
	Simge	Turuncu renk ve yanmış kitaptan bir sayfa
KOD	Dilsel	Merkezi Otorite
	Görsel	Kitap sayfası
GÖSTEREN - GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Bıçım	İki kişi ve tek yüz (iki beden tek ruh)
GÖSTERİLEN	İçerik	Yüzün yarısı yanmış: İhanete uğrama
	Mesaj	Politik baskı
DİZİM - DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Kütüphane her dünya görüşü
	Dizge	Güçlülük-Zayıflık, Komünist-Kapitalist, Halk-Otorite
DÜZANLAM - YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Yanmış kitap sayfası
YANANLAM	Metonim	Merkezi Otorite

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti

- Başlık yazısı: “Storm Center” (Fırtına Merkezi)
- Üst başlık: Yok
- Alt başlık: Thomas Jefferson’ dan alıntı.

1.2. Görsel ileti

- Çizgi ifadeli iç içe geçmiş iki yüz (erkek ve kadın)

2. Gösteren:

2.1. Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- Dik majüskül tırnaksız beyaz renk harf “Storm Center” başlığını “simge” ler.
- Bette Davis in Storm Center, oyuncuyu merkeze çeker.

2.2. Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Yüz “ikon”
- İki yüz birleşimi “işaret”
- Turuncu renk zemin ve mektup “simge”

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1. Yazının gösterilenleri:

- “Storm Center” ; kurumsal, yönetim, otorite, mahkeme
- Bette Davis in Strom Center ile Bette Davis’i “Güç Merkezi”nin öznesi olması
- Kırmızı ve beyaz yazı, dinamik-statik dengesi

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- İki yüzün tek yüzü göstermesi yönüyle; sevgi, birlik, güven gibi kavramları,
- Yüzün kontür şeklinde çizilmesi, belirsizlik,
- Yüzde büyük göz ile çocuk ifadesi,
- Çocuk yüzü altında yer alan yanmış bir kitaptan sayfa ile yangın,
- Metnin kırmızı ve daktilo yazısı olması yönüyle “resmi yazı”, “tebliğ” ya da yasak bir metin/yayın,
- Turuncu renk ile dikkat ya da tehlike

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Kitap okuma- Okumama
- Yanmak-Yanmamak
- Güvenmek – Hayal kırıklığı

5. Düzanlam

Düzanlam, gösteren ve gösterilenin biçim yönüyle metaforudur. Başlık yazısı ve figürle ortaya konan metafor dizimsel karşıtlıkların içindedir. Başlık yazısının sözcük anlamı “Strom Center” ifadesi “güç merkezi” anlamındadır. Afişin göstereni: iki insan bir yüz ve yanık sayfa. Gösterileni: Yanık sayfanın yangını çağrıştırmasıdır. Metafor: Yanmış kitap sayfasıdır. Afiş, okuyucu/izleyiciye düzanlamanın iletisi olarak bu sözcüğün anlamlarını çağrıştırmaktadır.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Yananlamı belirleyen metonimiği ortaya çıkarabilmek için, filmin kısa konusuna başvurulur. Konunun temel dilsel öğeleri; Güç Merkezi, Kitap, kütüphane, yangın olarak saptanmıştır. O halde metonim: merkezi otoritenin yok etme gücüdür. Metafor kitabın yakılması, metonomi ise “merkezi otoritenin gücüdür”.

Sonuç

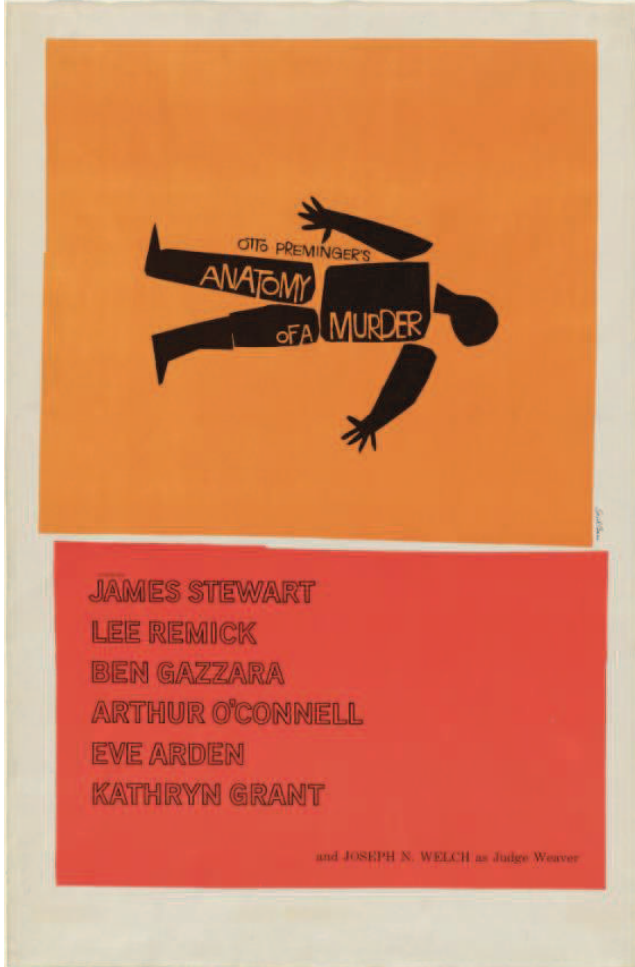
Saul Bass, “Strom Center” başlıklı film afişinde; tasarım ögesi olarak, şekil ve biçimi kullanırken, serbest el kontür çizgiler ile iki insanı bir yüzde birleştirirken üçüncü yüzde profil olarak ortaya çıkar. Birinci yüz, kitapçı sahibi, ikinci yüz çocuk ve üçüncü yüz ise “merkezi otorite” olarak betimler. Yüzün diğer kısmını yanık kağıttan oluşturması, kendisi kadar güvendiği ve sevdiği çocuk tarafından yakılan kitapların verdiği hüznün ve hayal kırıklığının yüzüne yansımaları olarak betimler.

3.2.3. “Anatomy of A Murder”

Filmin kısa konusu: Bir avukatın, eşine tecavüz eden adamı öldürmekle suçlanan ve suçunu da kabul etmiş olan eski bir teğmeni savunmasını anlatır. Avukatın görevi savcılığın sunduğu tüm delillere karşın, müvekkilini en az ceza ile alarak süreci tamamlamaktır. Film bu dava vesilesiyle; Amerika Birleşik Devletleri’nde mahkemelerin işleyişini, adalet ve hukuk kavramlarını ele almaktadır.

Konunun temel terim ve sözcükleri: Adalet, hukuk, mahkeme, suç, ceza, delil.

Tablo 57: “Anatomy of A Murder” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: Anatomy of A Murder Yönetmen: Otto Preminger Oyuncular: James Stewart, Lee Remick Roman: John D. Voelker Muzik: Duke Ellington Türü: Drama Süre: 160 dk. Yapım Yılı: (ABD)
	Afiş Künyesi
	Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 4 Renkli Boyut: 25*35 Yıl: 1959 No:8/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 8/23)

Afişin Gösterdikleri

Afiş, kırmızı ve turuncu fonlar üzerinde yer alan figür ve yazılardan oluşturulmuştur. Kırmızı fon üzerinde yer alan adam yatay konumlandırılmıştır. Bedenin çeşitli uzuvları üzerinde yer alan başlık yazısı “Anatomy of A Murder” (Bir Cinayetin Anatomisi) yer almaktadır. Yazı bedenden oyularak çıkartılmış ve serbest el ile yazılmıştır. Yatay konumlu insan figürü “erkek” olarak kodlanmıştır. Bir kartondan kesilmiş parçalar gibi bir araya getirilmiş eklemli bir görüntüsü vardır. Adam figürünün yatay konumu, baş duruşu ile diğer uzuvlarının pozisyonu başlık yazısındaki iletiyi anlamsal olarak destekler yönde ölü adamı işaret etmektedir. Turuncu fon üzerinde siyah leke olarak oluşturulan imge dikkat çekmektedir. İmgeyi oluşturan uzuv parçaları orantı olarak farklı bedenlerden gelmiş gibi ölçü farkı gösteren 7 parçadan oluşturulmuştur.

Anatomi: 1. İnsan, hayvan ve bitkilerin yapısını ve organlarının birbiriyle olan ilgilerini inceleyen bilim, teşrih 2. Beden yapısı, gövde yapısı, olarak açıklanmaktadır (TDK, 1974:44).

Sözcüğün afişte kullanımı: “Hukuki inceleme” veya “araştırma” anlamlarında kullanılmaktadır.

Tablo 58: “Anatomy of A Murder” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Yok
	İllüstrasyon	Kolaj tekniği ile parça-bütün özellikte
	Tipografi / Yazı	Serbest El. Siyah üzerinde oyulmuş başlık yazısı.
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Biçim ve Yön
	Tasarım İlkesi	Bütünlük ve Yön
	Gestalt	Yakınlık
	Renk	Kırmızı=Kan, Sarı=Dikkat, Vurgu

Tablo 59: “Anatomy of A Murder” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL- SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Ölü Adam
	Belirti	Erkek
	Simge	Renk
KOD	Dilsel	Anatomi=Araştırma, inceleme
	Görsel	“Anatomi” yazısının, tipografik ifadesi
GÖSTEREN-GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	Sarı zeminde farklı kişilere ait uzuvlarla oluşturulmuş erkek imgesi
GÖSTERİLEN	İçerik	Anatomi dilsel iletişiyle birlikte adalet sistemine gönderme
DİZİM-DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Ölüm-Yaşam, Adalet-Adaletsizlik, Hüküm giymek-Özgür olmak,
	Dizge	Adalet+Hukuk, Adalet+Yaşam
DÜZANLAM-YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Anatomi-İnceleme, Anatomi- Soruşturma, Anatomi-Delil
YANANLAM	Metonim	Anatomi-Hukuk, Anatomi- Hukuksuzluk Anatomi-Adalet Sistemi

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1.Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: “Anatomy of A Murder ” (Bir Cinayetin Anatomisi) insan bedeninden oyularak çıkartılmış serbest büyüklükte negatif yazı.
- Alt başlık: Oyucuların isimleri; dik majüskül çerçeveli tırnaksız yazı.

1.2.Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Grimsi altlık üzerine yerleştirilmiş farklı büyüklükte iki fon: Kırmızı ve turuncu.
- Siyah renk fon kartonundan kesilerek elde edilmiş parçalı insan formu

2. Gösteren: Afişin “biçim” yönüyle gösterdikleri

2.1.Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- “Anatomy” ve “Murder”.
- Yazının “oyularak” yazılması, düzensiz büyüklük, (işaret),
- Yazıda “serbest el yazısı” (işaret)

2.2.Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Adam: Siyah yüzeyden kesilen parçaların bir araya getirilmesi (ikon)
- İkonun yatay konumlandırılması ve baş pozisyonu: Ölü adam (ikon)

3. Dizim ve Dizge Karşıtlıkları:

- Cinayet-Anatomi
- Ölüm-Yaşam
- Adalet-Hukuk
- Otopsi-Anatomi
- Katil-Kurban

4. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

4.1. Yazının gösterilenleri:

- “Anatomi” (İnceleme, analiz, vücut yapısı) ve “Cinayet”: Cinayetin analizi.
- Yazının bedenden oyularak çıkartılması: Oyma-öldürme.
- Serbest el tercihi: “el izi”.

4.2. Şeklin gösterilenleri:

- Parçalı beden: Ölüm, analiz, soruşturma
- Yatay konum ve baş pozisyonu: Ölü adam
- Beden genel formu: Cinsiyet “erkek”
- Turuncu-Kırmızı renk fon: Tehlike-Ölüm

5. Düzanlam

Düzanalamı belirleyen metafor “anatomi” terimidir. Cinayetin devamı otopsi olması beklenirken cinayet-anatomi karşıtlığı şaşırtıyor. Dilsel ileti ile görsel iletinin biçim yönüyle birleşmesi, başlığı “Bir Cinayetin Araştırılması” olarak anlamlandırıyor. Metafor cinayet-arastırmadır.

6. Yananlam

Tasarda, vücut yapısının incelemesi anlamındaki “anatomi” ile, bir mahkemede delillerin ortaya konması ya da çıkarılması arasındaki anlamsal paralellik kurulmaktadır. Ölü adam metaforunda her bir uzuv, mahkeme sürecinde sunulan farklı delilleri simgelerken, afiş, gövdeyi oluşturan kopartılmış gibi duran uyumsuz parçaların ortaya koyduğu hukuksal hicve dikkat çeker. Farklı ve uyumsuz parçalardan oluşturulmaya çalışılmış ölü adam metaforunu, metonim olarak ele alacak olursak, adaletsizlik ya da hukuksuzluk yananlamlı olduğu gerçeğini sezebiliriz. Böylece bir imge ile kavram değiş tokuşu gerçekleşmiştir. Ölü bir adamı oluşturan uyumsuz parçalar ve onun üzerindeki oyulmuş başlık yazısı adalet ve hukuk karşıtlığına vurgu yapar. Tıpkı William Gaddis’in Amerikan adaleti için söylediği meşhur sözü gibi; “Adalet mi? Adaleti ahirette bulursun. Bu dünyada sadece hukuk var”.

Sonuç

Saul Bass, “Anatomy of A Murder” film afişinde, kişi, zaman ve mekan unsurlarını anlatısal göstergelerle, renk, ve biçim gibi unsurları ise teknik göstergelerle izleyiciye iletmiştir. Bunu yapmak için kendine özgü tarzıyla, renk ve tipografiyi olabildiğince az kullanarak, kalın çizgili, soyutlaştırılmış imgelerle, kodlar oluşturmuştur. Bu kodlar aracılığıyla, toplumların ya da kültürlerin zihinlerinde var olan Charlie Chaplin ve çiçekçi kız imajına göndermeler yaparak afişin anlamlandırılmasını sağlamıştır. Afişte, anlamlandırmanın birer parçası olan, yananlam, düzanlam ve söz oyunlarından eğretileme gibi göstergebilimsel öğelerden söz etmek olasıdır. Ayrıca, ikili karşıtlıklar ilkesi ile (Ölüm-Yaşam, Cinayet-Adalet, Ölü-Otopsi) afişin dizisel boyutunu, bu karşıtlıkların bir araya gelmesiyle de dizimsel boyutunu oluşturmaktadır.

3.2.4. “Bunny Lake is Missing”

Filmin kısa konusu: Bir annenin, dört yaşındaki kızı "Bunny" yi kreşten almaya gittiğinde, o isimde bir çocuğun orada kayıtlı olmadığı söylenir. Annenin şikayeti üzerine, polis müfettişi soruşturmaya dahil olur. Çok geçmeden çocuğun koruyucu amcası, okulun müdiresinin de dahil olduğu çok sayıda kişi şüpheli durumdadır. Ancak, hiç kimsenin çocuğu görmediği anlaşıldığında tüm şüpheler genç anne üzerine odaklanır.

Konunun temel terim ve sözcükleri: Bunny, kaybolmak, şüphe, cinayet, soruşturma...

Tablo 60: “Bunny Lake is Missing” Film Afişi Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: Bunny Lake is Missing Yönetmen: Otto Preminger Yapımcı: Otto Preminger Senaryo: John Mortimer, Penelope Mortimer Roman: Marryam Modell Oyuncular: Laurence Oliver, Carol Lynley, Keir Dullea Muzik: Paul Glass Türü: Dram/Gerilim Yapım Yılı: 1965 (İngiltere)
	Afiş Künyesi Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Boyut: 25*39 Yıl: 1965 (A.B.D.) No: 15/25

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 15/23)

Afişin Gösterdikleri:

Beyaz zemin üzerine siyah fonda oyularak çıkartılmış kız çocuk imgesi, siyahtan griye dönüşen “Bunny Lake is Missing” (Bunny Lake Kayboldu yazısı, köstekli saat üzerinde çocuk imgesi, saat kapağında “No One Admitted While the Clock is Thicking” (Saat geçiyorken hiç kimse kabul edilmez) yazı uyarısı kırmızı yatay çizgi köstekli saatin altında yer alır.

Missing: Yok, yerinde yok, kayıp, özlem, kaçırma, bulunmayan, anlamlarında kullanılmaktadır. (Redhouse, 1962:670)

Afişteki anlamı: “Kayıp” anlamında kullanılmaktadır.

Tablo 61: “Bunny Lake is Missing” Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız afiş
	İllüstrasyon	Kolaj. Siyah fondan oyularak çıkartılmış küçük kız çocuk imgesi (ikon). Koparma= Parça nerede sorusu,
	Tipografi / Yazı	Dışavurumcu karakterli el yazısı, Yazıda siyahtan griye geçiş=kaybolma, yok olma, belirsizlik.
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Şekil/Biçim, Ölçü
	Tasarım İlkesi	Vurgu/Kontrast
	Gestalt	Şekil-Zemin
	Renk	Üç renkli afiş. Siyah fon = Karanlık, meçhul, kaybolmak,

Tablo 62: “Bunny Lake is Missing” Göstergebilimsel Çözümleme

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Kız çocuk imgesi
	Belirti	Kesik şekil=Kız
	Simge	Oyulan parçanın izi
KOD	Dilsel	Oyulmuş kız şekli
	Görsel	Eksilme-Çıkarma
GÖSTEREN - GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	Beyaz zemin üzerindeki siyah fondan kesilerek çıkartılmış bir kız çocuğunun beyaz şekli. Oyulan şekil tamamlanması gereken yap-boz gibi, hem çocuğun varlığını hem de yokluğunu vurgular.
GÖSTERİLEN	İçerik	Şekildeki eksiklik, kaybolmayı simgeliyor.
	Mesaj	Kayboldu-Kaçırıldı
DİZİM - DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Bunny Lake is Missing (Bunny Lake Kayboldu)
	Dizge	Kaybolmak-Bulunmak, Ölüm-Yaşam, Gizlenmek-Ortaya çıkma
DÜZANLAM - YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Eksik parça
YANANLAM	Metonim	Şüphe

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1.Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: “Bunny Lake is Missing”

- Alt başlık: Oyucuların isimleri
- Üst başlık: “No One Admitte While the Clock is Thicking”

1.2. Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Siyah fon üzerinde kız çocuk şekli (ikon)

2. Gösteren: Afişin “biçim” yönüyle gösterdikleri

2.1. Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- Başlık yazısı: “Missing”
- Yazının siyahtan griye “flulaşma”sı (belirti/işaret),
- Yazıda “el yazısı” tercihi ve “kırmızı” yazı rengi (simge)
- Üst başlıkta yer alan komut “No One Admitte While the Clock is Thicking” yazısı (işaret) ve saat (simge ve işaret).

2.2. Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Siyah yüzeyden oyularak çıkartılmış küçük kızın negatif izi (ikon)
- Üst başlıkta saati gösteren ikon

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1. Yazının gösterilenleri:

- Missing (kaybolma, kaçırılma, özlem)
- Başlık yazısı: Yazının siyahtan griye dönüşmesi (fluleşme): Grileşme belirsizlik olarak algılanır.
- Alt başlık yazısı: Serbest el ve kırmızı renk seçimi “ölüm-cinayet-kaybolma” kavramlarını -fiziksel ve ruhsal yönünü- ortaya koyarken, serbest el yazı “el izi” yönüyle “insan” ı çağrıştırmaktadır.

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- Siyah kartondan oyularak çıkartılmış formun izi küçük bir kız çocuğunu **simgeler**. Bu negatif şekil bir çocuğun yerini alması nedeniyle **ikon** olarak gösterilendir.

4. Dizim-Dizge Karşıtlığı:

- Kaybolma-Bulunma
- Özlem-Öfke
- Kaçırma-Kaçırmamak

5. Düzanlam

Düzanlamanın belirliyen metafor; dilsel dilin ilettiği “kaybolmak” kavramının görsele dönüşmesinde kullanılan tasarım ögesi tercihi ve ifade biçimidir. Tasarımcı başlık yazısının vurgusunu ancak bu yolla doğru, hızlı ve kolay anlaşılır biçimde verebilecektir. Afişin düzanlamanın görseldeki karşılığı “eksik parça” dır. Eksik parçanın nerede olduğu sorusu “kaybolma” nın zıttı “bulunma” yı çağrıştıtır. O halde kaybolmanın metaforu “eksik parça”dır. Seyirci/izleyici bu sorunun cevabını ancak filmi sonuna kadar izledikten sonra verebilir.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Düzanlamı belirleyen metaforun bir üst katmanı olan metonim düzlemidir. Afişin düzanlamı olan “eksik parça” nerede sorusunun ortaya koyduğu anlamı ne, neden, niçin, nasıl, nerede sorularını sorarken film izleyicisi en son soru olan “kim” i görecektir. Afişin kendi yananlamı filmde bağimsız ve sadece öz konu bilgisiyle ilintili olacak kadar dar kapsamda olabilir o halde metonimi “şüphe” dir.

Sonuç

Saul Bass kaybolmayı kolaj tekniğı ile anlatır. Tasarımında, bir kartondan oyarak çıkardığı çocuk formu yerine geride bıraktığı boşluğu kullanmayı tercih eder. Boşluk kaybolmayı simgelerken çıkan parçayı “seyirci/izleyici” den aramasını ister. Kaybolan “bulunup yerine konulmalı” der bir bakıma. Bir oyun aracı olan puzzle gibi tasarlamıştır afişini. Eksik parçanın tamamlanması için onun geometrik şekline uygun formu aramak, bulmak, benzerleri arasından seçim yapmak ve doğru parçayı yerine koyması gerekmektedir. Saul Bass, eksilttiğı parçayı yüzeyin ortasından değil kenara yakın bir yerinden almıştır. Geriye kalan büyük alanı soru işareti olarak okuyucu/izleyicinin kültürel donanımına bırakmıştır. Merak ve heyecan duygusu filmi izlettirmeyi zorunlu kılmaktadır.

3.2.5. “Seconds”

Filmin öz konusu: “Şirket” olarak bilinen gizli bir organizasyon, eski yaşamlarından kaçmak isteyen zengin insanlara “ikinci” yaşamları için, yeni bedenler ve kimlikler sağlarken, dönüşüm programına katılan kişilerden biri, zamanla umut ettiğı yaşamın bu olmadığını ve şirket tarafından sürecin farklı bir boyutuna çekildiğini geç de olsa görecektir.

Konunun temel terim ve sözcükleri: Şirket, gizlilik, yaşam-beden, değişim

Tablo 63: “Seconds” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
 A JOHN FRANKENHEIMER FILM • ROCK HUDSON • SALOME JENS • WILL GEER • JOHN RANDOLPH • JEFF CORY WESLEY ADDY • MURRAY HAMILTON • KARL SWENSON • KHIGH DHIGH • FRANCIS REID • RICHARD ANDERSON SCREENPLAY BY LEWIS JOHN CARLINO • BASED ON A NOVEL BY DAVID ELY • MUSIC BY JERRY GOLDSMITH PRODUCED BY EDWARD LEWIS • DIRECTED BY JOHN FRANKENHEIMER • A JOEL PRODUCTIONS RELEASE	Filmin Orijinal Adı: Seconds Yönetmen: John Frankenheimer Oyuncular: Rock Hudson Roman: David Ely Muzik: Jerry Goldsmith Türü: Drama Süre: 106 dk Yapım Yılı: 1980 (ABD)
	Afiş Künyesi Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 3 Renkli (Beyaz,siyah,kırmızı) Boyut: 25*35 Yıl: 1980 No: 16/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 16/23)

Afişin Gösterdikleri:

Afişte; baskı aleti ile içinde bir insan figürü görünmektedir. Aletin kapağı yarı açık kalıp almak üzere bekler durumdadır. Baskı aleti yarı açık bir kutu olarak, insan ise; derisi kaldırılmış, kas ve sinir yapısı ile gösterilmektedir. Kutu ve figür siyah, yazılar ise kırmızı renkle gösterilmiştir. Yazı karakteri dik ve tırnaksız olup, harfler çift parçadan oluşur.

Seconds: İkinci, ikinci kalite mal, defolu mal, saniyede... anlamlarında kullanılmaktadır (Redhouse, 1962:931).

Sözcüğün afişte kullanımı: Aslı gibi olamayacak insanı oluşturmak, uyumsuzluk anlamlarını çağrıştırmaktadır.

Tablo 64: “Seconds” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız afiş
	İllüstrasyon	Elle çizilmiş serigraf baskılı afiş
	Tipografi / Yazı	Dışavurumcu karakterli serbest çift parçalı el yazısı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Çizgi- Biçim
	Tasarım İlkesi	Simetri -Vurgu
	Gestalt	Şekil-Zemin -Benzerlik
	Renk	Siyah-Beyaz-Kırmızı

Tablo 65: “Seconds” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	İnsan (alt kapaktaki biçim)
	Belirti	İnsan derisi (üst kapaktaki şekil)
	Simge	Kopya makinası (şirket)
KOD	Dilsel	“Seconds” İkinci
	Görsel	Kopyalama
GÖSTEREN - GÖSTERİLEN KARŞITLIĞI		
GÖSTEREN	Biçim	Kopya makinası
GÖSTERİLEN	İçerik	İnsanları kopyalamak
	Mesaj	Yeni kimlik
DİZİM-DİZGE KARŞITLIĞI		
DİZİMSEL	Dizim	Kopyalayarak yeni yaşamlar oluşturmak
	Dizge	Kopya-Kopyalamama, Yeni-Eski, Yaşam-Ölüm
DÜZANLAM-YANANLAM KARŞITLIĞI		
DÜZANLAM	Metafor	Bedensel değişim ile genç ve yakışıklı olmak. Yeniden doğmak. Eskiden kurtulmak, özgür olmak. Değişim-Dönüşüm-Başkalaşım. Metafor: Baskı aleti
YANANLAM	Metonim	Buna aracılık eden “Şirket” in amaçlarından biri haline gelmek. (Film öz konusu). Metafor: Şirket

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1.Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: “Seconds” (İkinci)

- Üst başlık: Yok
- Alt başlık: Yapımcı-Yönetmen. Dik harf

1.2. Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Kopya aleti ve insan

2. Gösteren:

2.1. Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- Serbest el yazı figürü “Seconds” başlığının “simge”si
- Serbest el yazısı tipi ve renk seçimi “belirti”

2.2. Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Kalıbı alınmak üzere bekletilen insan figürü “ikon”
- Kalıp kutusu ve figürün siyah rengi, ölüm, korku olarak “simge”

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1. Yazının gösterilenleri:

- “Seconds” Dik harf karakteri ile statik etki, çiftli harf ile suret ya da yansımayı, kırmızı renkle de, korku, dikkat, kan, ölüm gösterilenleridir.
- Serbest el yazısı. “El izi”, “insan yapısı” olması bakımından “yaşam ifadeli”.

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- Kopya aleti: İnsanı kopyalama
- Derisi kaldırılmış, sinir, et, kas yapısı üzerine yeni bir deri (kılıf) basılacağı

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Kopyalanmak-Kopyalanmamak
- Yaşam-Ölüm
- Eski yaşam-Yeni yaşam
- Aslı-Kopyası

5. Düzanlam

Düzanlam, gösteren ve gösterilenin biçim yönüyle metaforudur. Başlık yazısı ve figürle ortaya konan metafor dizimsel karşıtlıkların içindedir. Başlık yazısı olan “Seconds”; ikinci (kimse/şey), defolu mal anlamlarındadır. O halde, gösteren: Kopyalama aleti, gösterilen: İnsan kopyalama olarak algılandığında, afişin metaforu baskı aletine dönüşmektedir. Afiş, okuyucu/izleyiciye düzanlam’ın iletisi aslı gibi olamayacak ikinci bir kimliğe işaret edilmektedir.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Yananlamı belirleyen metonimiye ortaya çıkarabilmek için, filmin kısa konusuna başvurulur. Konunun temel dilsel öğeleri; şirket, gizlilik, yaşam-beden ve değişim olarak saptanmıştır. Bu terimlerin ortak paydası “Şirketin gizli amaçlarıdır”. O halde metonim “Şirket” dir.

Sonuç

Saul Bass, “Sekonds” başlıklı film afişinde; tasarım ögesi olarak, şekil ve biçimi kullanırken, şekil-zemin ifadeli olarak baskı aletini, afişin vurgusu olarak ortaya koyar.

Başlık yazısını, kırmızı renkte ve harfi iki parçalı düzenleyerek, birleşme, gerilim ve kopya kavramlarını biçimlendirirken, “Seconds”ın sözcük anlamını, baskı aleti ve kopyalanacak insan ile sembolize ederek, “saniyeler” sonra yapılacak işlemin gerilimini afişe yansıtmaktır. “Seconds” Bass’ın en yalın ikonik ve sembolik afişlerinden biri olarak; tek biçim ve tek yazı ile ifade bulur.

3.2.6. “Grand Prix”

Filmin Öz Konusu: Grand Prix yarışlarında; hem rakip hem de yakın arkadaş olan iki pilot arasında ve eşler arasında yaşanan rekabeti ve aşkı anlatan bir filmidir.

Konunun temel öğeleri: Grand Prix, Hız, Arkadaşlık, Kaza, Rekabet, Mücadele, Aşk

Tablo 66: “Grand Prix” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: Grand Prix Yönetmen: John Frankenheimer Oyuncular: James Garner, Eva Marie Saint, Yves Montand Roman: Robert Alan Aurthur, William Hanley Muzik: Maurice Jarre Türü: Klasik/Drama Süre: 176 dk. Yapım Yılı: 1980 (ABD)
	Afiş Künyesi Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Boyut: 25*39 Yıl: (ABD) No: 17/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 17/23)

Afişin Gösterdikleri:

Afişte, “Grand Prix” başlık yazısı ve yarış arabaları görünmektedir. Tasarım yazı başlığından çıkan yönlü çizgilerin yarış arabalarına ve pilotlara dönüşmesi olarak düzenlenmiştir.. Yazılı dil olarak, üst başlık yazısı yapımcıyı, alt başlık yazısı ise film

künyesi hakkında bilgi vermektedir. Resim siyah renkli, yazılar mavi ve siyah olarak basılmıştır. Saul Bass imzası sağ alt köşede dik konumda atılmıştır. Başlık yazısı ve resim birleştirilmiştir.

Grand Prix: Kısaltması F1 olan, Grand Prix Yarışları olarak da bilinen Formula 1; tek kişilik, açık tekerlekli otomobil yarışlarının en yüksek düzeyini oluşturan yarışlar dizisidir. F1; bir yıl boyunca, her birine Grand Prix adı verilen ve değişik ülkelerde özel yollarda koşulan yarışlardan oluşur. Kaynak: (Web,wikipedia)

Sözcüğün afişte kullanımı: Aynı anlamda

Tablo 67: “Grand Prix” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız
	İllüstrasyon	Kolaj Çalışması
	Tipografi / Yazı	Serbest El Yazı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	“Çizgi”. İfade: Kırık, Kırık Çizgi
	Tasarım İlkesi	Tekrar ve Vurgu
	Gestalt	Yakınlık, Ayırt Edici Özellik
	Renk	Zemin: Gri Şekil: Siyah, Mavi

Tablo 68: “Grand Prix” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Yarış arabaları ve pilotlar
	Belirti	Yönlü çizgiler: Hız ve Araba izi
	Simge	“Grand Prix”
KOD	Dilsel	Yarışma
	Görsel	Birbirini takip eden araçlar
GÖSTEREN - GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	Tasar öğe ve ilkeleri: Çizgi, şekil
GÖSTERİLEN	İçerik	Yön, hız, araba
	Mesaj	Yaşam mücadelesi
DİZİMSEL	Dizim	Yarış-Hız-Rekabet
	Dizge	Kazanmak-Kaybetmek, Başarmak-Başarmamak
DÜZANLAM - YANANLAM KARŞITLIKLARI		

DÜZANLAM	Metafor	Hız ve cesaret
YANANLAM	Metonim	Yaşam mücadelesi

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: “Grand Prix”
- Üst başlık: Yapımcı (Siyah, dik majüskül tırnaksız yazı)
- Alt başlık: Oyuncular (Mavi, dik majüskül tırnaksız yazı)

1.2. Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Grand Prix yazısından oluşan dikey sağ açılı daralan siyah çizgiler arabalara ve pilotlara dönüşür. Pilotlar siyah çizgiler arasında beyaz leke olarak ifade edilirler.

2. Gösteren:

2.1. Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- “Grand Prix” (İkon),
- Serbest el yazı (belirti),

2.2.Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Yarış arabaları (ikon)
- Siyah yön ifadeli daralan çizgiler (belirti)

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1.Yazının gösterilenleri:

- “Grand Prix”: Ralli, yarış, kaza, yaralanma, heyecan
- Serbest el yazı: “El izi”, “insan yapısı”

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- Yarış arabaları: Hız, geçme hırısı, motor gücü, pilot, beceri
- Yukarı yönlü siyah çizgiler: Hız, lastik izleri, ilerleme

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Hız-Ölüm
- Hızlı-Yavaş
- Cesur-Korkak

5. Düzanlam

“Grand Prix” başlık yazısının üzerinden geçen yukarı yönlü çizgiler ilerideki bir noktaya doğru daralır. Başlık yazısı kalın puntolu serbest el yazısı formunda ve daralan perspektif ifadelidir. Başlık yazısı ve üzerinden geçen pilotların araçlarının çizgileri tasar’ı oluşturmaktadır. Çizgilerin arasındaki iki yarış arabası art arda büyük bir hızla ilerlemekte ve arkadaki aracın öndekini geçmesi sanki an meselesidir. İki pilotta gözlerini yola dikmişler arabaların motorlarının limitlerini sonuna kadar zorlamaktadırlar. Güçlü motorların lastik izleri çizgileri, çizgilerde yarış arabaları ve pilotlara dönüşmüşlerdir. Düzanlamın dilsel iletisi Grang Prix’in metaforu olan “hız ve cesaret”dir. Hızın anlamı

da; güç, başarılı olmak, şiddet, çabukluktur. Afiş, okuyucu/izleyiciye düzanlamanın iletisi olarak bu sözcüklerin anlamlarını çağrıştırmaktadır.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Yananlamı belirleyen metonimi ortaya çıkarabilmek için, ihtiyacımız olan dilsel ileti filmin kısa konusudur. Konunun temel dilsel ögeleri; Grand Prix, hız, arkadaşlık, kaza, rekabet, mücadele ve “gizli aşk” olduğunda, afişi bu unsurları da ilave ederek kavram bakımından yorumlanacak olursa; hız ve cesaret metaforu düzanlamı oluştururken, cesaret-korkaklık, arkadaşlık-düşmanlık, aşk-gizli aşk, metonimi belirleyici karşıtlıklardır. Afiş tözü düzanlam olan bir ileti sunar: Yaşam mücadelesi.

Sonuç

Saul Bass “Grand Prix” başlıklı film afişinde tasarım ögesi olarak, çizgiyi yön ifadeli kullanarak başlığın dilsel iletisi olan hız sözcüğünün anlamını görsel bir iletiye dönüştürmüştür. Tasarım, hızın ortaya çıkardığı rekabet duygusunu; yarış arabalarının yakınlık, bitişiklik, yön gibi, görsel algı kuralları vasıtasıyla güçlü bir biçimde kendini göstermektedir. Bass, tasarım ögelerini birden fazla fonksiyon ve anlamda kullanmaktadır. Örneğin, çizgi ögesi; hız/sürat ile araba/lastik izi olarak kullanılırken aynı zamanda yazıyı ve biçimleri de oluşturmaktadır. Tasar, mavi, siyah ve beyaz renk olmak üzere üç renkten oluşturulmuştur. Arabalar ikon gerçeğinin temsili olarak ikon, çizgiler hızın ve izlerin belirtisi, başlık yazısı araba yarışlarının sembolüdür. Afişin dilsel kodu rekabet, görsel kodu da yönlü çizgilerin algıda yarattığı hızdır.

3.2.7.“The Two of Us”

Filmin Öz Konusu: Nazi işgali altındaki Fransa'da, Yahudi bir aile çocuklarını Gestapo'dan kurtarabilmek için bir Fransız'ın yanına gönderir. Çocuk dinsel kimliğini gizlemeye çalışırken bir yandan da yaşlı adamın Yahudi düşmanlığı söylemine katlanmak zorunda kalır. Fakat bu durum zamanla aralarında duygusal bir bağın kurulmasına engel olamayacaktır.

Konunun temel ögeleri: Nazi, Yahudi düşmanlığı, Ölüm, Kaçış, Kimlik

Tablo 69: “The Two of Us” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: The Two of Us Yönetmen: Claude Berri Oyuncular: Michel Simon, Alain Cohen, Charles Denner Yapımcı: Muzik: Georges Delerue Süre: 87 dk. Türü: Drama Yapım Yılı: 1967 (Fransa)
	Afiş Künyesi Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 3 renk (beyaz,siyah,mavi) Boyut: 26*35,5 Yıl: 1967 No:18/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 18/23)

Afişin Gösterdikleri:

Afişte , “The Two of Us ”(İkimiz) başlık yazısı ve dans eden adam ve çocuk figürleri görülmektedir. Başlık yazısı figürlerle yan yana yer almıştır. Adam ve çocuk figürleri siyah renkli mürekkeple ve lekesele olarak çalışılmıştır. Analatım biçimi, şekil-zemin ifadelidir. Başlık yazısı açık mavi renkte, serbest el ve farklı büyüklükte dikey ve figürle bitişik konumludur.Adam ve çocuk dikey simetrik olarak posterin merkezine yakın konumlandırılmışlardır. Adam figürü ile çocuk ve yazı dengeyi sağlar. Adam biçim ifadesiyle tombulca ve yaşlı ve orantıya görede çocuk küçüktür. İkimiz sözcüğü tekilliğe işaret eder: Birliktelik, tek vücut olma. Bu yönüyle yaşlı adam ve çocuk arasında duygusal ilişki kurulur.

The Two of Us: İkimiz, biz

Sözcüğün afişte kullanımı: Aynı anlamda kullanılmıştır.

Tablo 70: “The Two of Us” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız afiş
	İllüstrasyon	Elle çizilmiş serigraf baskılı afiş
	Tipografi / Yazı	Dışavurumcu karakterli el yazısı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Çizgi, değer
	Tasarım İlkesi	Ritim, Vurgu
	Gestalt	Yakınlık, Benzerlik Şekil-Zemin anlatım, Tamamlama
	Renk	Siyah-Mavi-Beyaz

Tablo 71: “The Two of Us” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL – SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Yaşlı adam ve küçük çocuk figürleri: İkon
	Belirti	Figürlerin simetrik zıt yönlü konumlandırılması: Dans
	Simge	Yaşlı adamın beresi: Fransızlık, küçük çocuğun şapkası: Musevilik
KOD	Dilsel	İkimiz
	Görsel	Adam ve çocuk kilit formu (ayak tabanı-çocuk yüzü)
GÖSTEREN – GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	Tasar öğe ve ilkeleri: Çizgi, şekil
GÖSTERİLEN	İçerik	Dostluk
	Mesaj	Yaşamak
DİZİM – DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Oyun-Arkadaşlık-Mutluluk
	Dizge	Savaş- Düşmanlık-Mutsuzluk
DÜZANLAM – YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Dans
YANANLAM	Metonim	Yaşam mücadelesi

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: “The Two of Us” (İkimiz)
- Üst başlık: Yok
- Alt başlık: Yapımcı-Yönetmen. Dik harf

1.2. Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Birlikte dans eden yaşlı adam ve küçük çocuk

2. Gösteren:

2.1.Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- Serbest el yazı figürü “The Two of Us” başlığının “simge”si
- Serbest el yazısı doğallık ve el izi bakımından “belirti”

2.2. Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Dans eden yaşlı adam ve küçük çocuk “ikon”
- Elbise reklerinde siyah ölüm, matem, korku anlamında “simge”

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1.Yazının gösterilenleri:

- “The Two of Us” (İkimiz) Dikey konum hareket ifadeli
- Serbest el yazısı. “El izi”, “insan yapısı” olması bakımından “yaşam ifadeli”
- Açık mavi renk temizlik ve saflık temsili

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- Oyun oynamaları: Dostluk
- Siyah kıyafetler matem, korku, ölümü; adamın beresi Fransızlığa, çocuğun şapkası Yahudiliğe göndermedir.

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Oyun-Savaş
- Arkadaşlık-Düşmanlık
- Mutluluk-Mutsuzluk

5. Düzanlam

Düzanlam, gösteren ve gösterilenin biçim yönüyle metaforudur. Başlık yazısı ve figürle ortaya konan metafor dizimsel karşıtlıkların içindedir. Başlık yazısının sözcük anlamı ikimiz ifadesi birlik anlamındadır. Afişin göstereni: Dans. Gösterileni: Birliktelik ve simetri ile “Dostluk” tur. Metafor: Dostluktur. Afiş, okuyucu/izleyiciye düzanlamanın iletisi olarak bu sözcüğün anlamlarını çağrıştırmaktadır.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Yananlamı belirleyen metonimiye ortaya çıkarabilmek için, filmin kısa konusuna başvurulur. Konunun temel dilsel öğeleri; Nazi, Yahudi düşmanlığı, Ölüm, Kaçış, Kimlik olarak saptanmıştır. Bu terimlerin ortak paydası yaşamın kendisidir. O halde metonim:Yaşam mücadelesidir.

Sonuç

Saul Bass, “The Two of Us” (İkimiz) başlıklı film afişinde; tasarım ögesi olarak, şekil ve biçimi kullanırken, tek parça siyah bir karton yüzeyden oyularak elde edilmiş biçim ifadesinde figür ve yazıyı birleştirmektedir. İkimiz ifadesi “birimiz” olarak algılanmasını sağlayan da bu tasarım düşüncesidir. Ayak uçlarında birleşmiş olan figürler esasında tek parçadan ürettiklerini göstermesi bakımından “birimiz”e gönderme yapmaktadır. Serbest

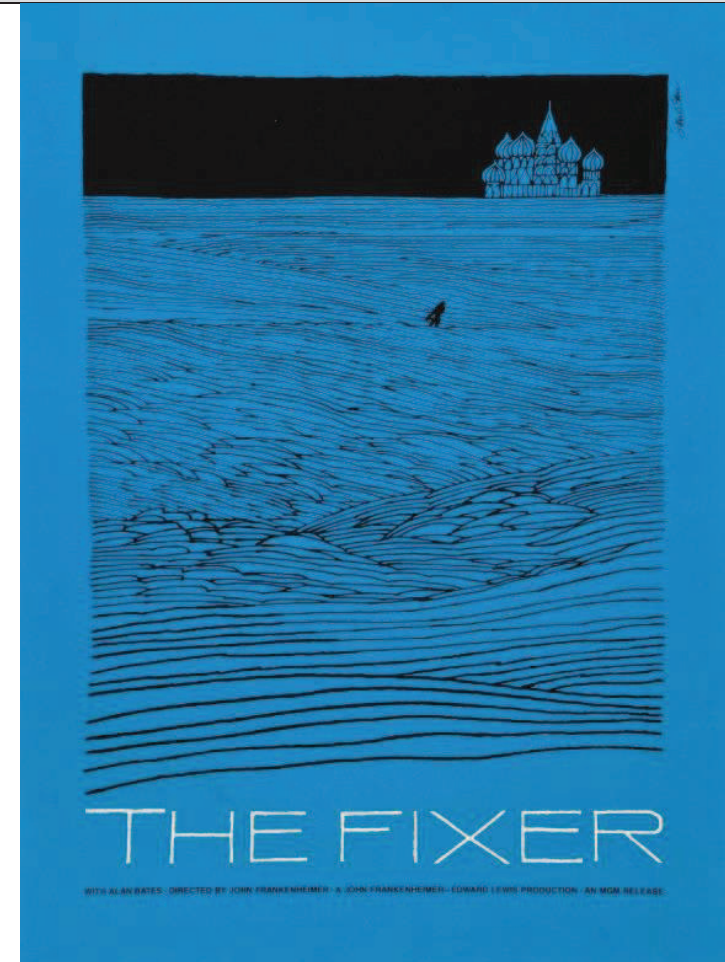
el ve farklı büyüklükte yazı karakterini figürle uyum içerisinde yan yana getiren tasarımcı, yazıyı resme dönüştürerek figüründe bir parçası haline getirmektedir. En yalın tasarımların biri olan “The Two of Us” aynı zamanda en azla en fazlayı anlatma mesajı vermektedir.

3.2.8.“The Fixer”

Filmin Öz Konusu: Çarlık egemenliğinin son yıllarındaki vahşeti ve yaygın antisemitizmi anlatan film; suçlanan ve yargılanmadan uzun yıllar hapsedilen Rus Yahudi bir “tamirci”yle ilgilidir.

Konunun temel öğeleri: Çarlık, Rus Yahudi, antisemitizm, suç, yargılama, hapis

Tablo 72: “The Fixer” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: The Fixer Yönetmen: John Frankenheimer Oyuncular: Alan Bates, Dirk Bogarde Roman: Bernard Malamud Senaryo: Dalton Trumbo Muzik: Maurice Jarre Türü: Politik Süre: 132 dk. Yapım Yılı: 1968 (ABD)
	Afiş Künyesi Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 3 Renkli Boyut: 25*35 Yıl: 1968 No: 19/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 19/23)

Afiş; mavi bir zemin üzerine çapraz çizgilerle oluşturulmuş zemin ile üzerinde bir adam ve mimari yapı ikonunu göstermektedir. Altta başlık yazısı The Fixer “tamirci” yazmaktadır. Şapkalı ve elinde bir çantası olan adamın yürüdüğü alan çok geniş ve oldukça engebeli, ulaşmaya çalıştığı yapıda oldukça uzaktadır. Mimari yapı, siyah bir fon önünde yer alırken, büyüklüğü ve kemer-kubbe gibi, yapı öğeleri bakımından Rus Çarlık

Dönemi'nin dini bir yapı ifadesindedir. Ona doğru yürüyen adamın kıyafetleri siyah olup, şapkalı ve elinde çantası vardır. Afişin göstereni; karanlık, soğuk ve rüzgarlı bir havada engebeler üzerinden zorlukla yürüyen ve oldukça yorgun bir adam betimlemesidir. Bu adam, filmin kısa konusunda sözü edilen “Rus Yahudi”, tamircidir.

Fixer: Torpil, iş bitirici, tamirci, sonucu hile ile saptayan kişi, anlamlarında kullanılmaktadır. Kaynak: (Web,turing)

Sözcüğün afişte kullanımı: Tamirci anlamında kullanılmıştır.

Tablo 73: “The Fixer” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız afiş
	İllüstrasyon	Elle çizilmiş serigraf baskılı afiş
	Tipografi / Yazı	Dışavurumcu karakterli el yazısı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Çizgi, değer: Çapraz çizgiler yolu, biçim yapısı, leke adamı anlatır.
	Tasarım İlkesi	Ritim, Vurgu
	Gestalt	Yakınlık, Benzerlik Şekil-Zemin anlatım, Tamamlama
	Renk	Siyah-Mavi-Beyaz

Tablo 74: “The Fixer” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Adam ve dini yapı (Ayasofya)
	Belirti	Mimari öğelerin dönemi işaret etmesi
	Simge	Ayasofya (Rus Ortodoks Dinsel Yapı)
KOD	Dilsel	Yahudi
	Görsel	Şapka ve çantalı siyah adam ikonu
GÖSTEREN - GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	Yol-Adam-Yapı
GÖSTERİLEN	İçerik	Yol-Çile, Adam-Tamirci , Yapı-Ayasofya
	Mesaj	“Rus Çarlık Dönemi-Yahudi” konusu (Antisemitizm)
DİZİM - DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Yahudi tamircinin tutukluluk yılları
	Dizge	Yahudi-Rus, Tamirci-Fabrikatör, Tutuklu-Özgür, Semitizm-Antisemitizm
DÜZANLAM-YANANLAM KARŞITLIKLARI		

DÜZANLAM	Metafor	The Fixer (Tamirci)
YANANLAM	Metonim	Ayasofya Katedrali (Kiev)

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti:

- Başlık yazısı: The Fixer “tamirci”
- Alt başlık: Yapımcı-Yönetmen. Dik harf

1.2. Görsel ileti:

- Çok geniş bir arazi üzerinde dini yapıya (Ayasofya) doğru yürüyen bir adam

2. Gösteren:

2.1. Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- Serbest el yazı figürü “The Fixer” başlığının “simge”si
- Serbest el yazısı doğallık ve el izi bakımından “belirti”

2.2. Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Adam ve yapı “ikon”
- Ayasofya “simge”
- Zemin zorluğu “belirti”

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1. Yazının gösterilenleri:

- “The Fixer” (tamirci) Dikey konum hareket ifadeli
- Serbest el yazısı. “El izi”, “insan yapısı” olması bakımından “yaşam ifadeli”
- Mavi renk; gece, soğuk

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- Adam kıyafeti; şapka, çanta, elbise
- Siyah kıyafetler matem, korku, ölümü; adamın şapkası Yahudiliğe, elinde tuttuğu çantası yaptığı işi ya da yolculuğunda aldığı eşyaları taşıdığını ifade eder.

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Semitizm-Antisemitizm
- Suçlu-Suçsuz
- Özgürlük-Tutukluluk

5. Düzanlam

Düzanlam, gösteren ve gösterilenin biçim yönüyle metaforudur. Başlık yazısı ve figürle ortaya konan metafor dizimsel karşıtlıkların içindedir. Başlık yazısı “The Fixer” filmin kısa konusunda “tamirci” olarak belirtilmiştir. Afişin göstereni olan imgeler, gösterilende zorlu bir yolda dini bir yapıya ulaşmaya çabalayan tamirciyi betimler. Metafor; gösterilenlerin anlamını tamamlayan başlık yazısındaki “tamirci” dir.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama düzlemidir. Yananlamı belirleyen metonomiyi ortaya çıkarabilmek için, filmin kısa konusuna başvurulur. Konunun temel terim ve sözcükleri; Çarlık, Rus Yahudi, antisemitizm, suç, yargılama, hapis olarak saptanmıştır. Bass'ın afiş tasarımı, haksız yere tutuklanan ve masumiyetini kanıtlamaya çalışan bir Yahudi'nin hiç gelmeyen yargılama anını beklemesini betimler. Geniş ve ıssız manzara karşısında, çok uzaklarındaki Kiev'in ünlü Ayasofya Katedrali'nin kolaylıkla tanınabilen dış hatları bu zorlu yolculuğu, tutukluluk süresi ve ona yol gösteren Katedral olarak temsil eder. O halde metonomi; antisemitizmi simgeleyen "Ayasofya" dır.

Sonuç

Saul Bass, The Fixer başlıklı afişinde; filmin ana fikrini, çizgi ve biçim öğelerini kullanarak betimlemektedir. Tasarımının üç temel unsuru, filmin ana fikrinin üç temel kavramına bağlayarak görselleştirmektedir. Bunlar; Tamirci-Yol-Ayasofya ile Yahudilik-Çile- Ortodoks Yahudiler karşıtlıklarıdır. Saul Bass, filmin ana fikrini ikonlara, belirtilere ve simgelere dönüştürerek, kodlayarak bir yüzey üzerinde görsel bir tasarıma dönüştürmektedir.

3.2.9. "The Shining"

Filmin Öz Konusu: Torrance ailesinin, Rocky Dağı eteklerinde eski bir Kızılderili mezarlığı üzerine kurulmuş olan ve tüm kış ayı kapalı kalacak Overlook Hoteline bekçilik yapmak üzere gitmelerini ve aslen yazar olan baba Jack Torrance' in zamanla gördüğü halüsinasyonların etkisinde kalarak, eşi ve küçük oğluna karşı psikolojik değişiminin olumsuz etkilerini konu etmektedir.

Konunun temel terim ve sözcükleri: Bekçi, Kızılderili mezarlığı, halüsinasyon, şiddet, korku

Tablo 75: “The Shining” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: The Shining Yönetmen: Stanley Kubrick Oyuncular: Jack Nicholson, Shelley Duvall Roman: Stephen King Muzik: John Williams Türü: Drama Yapım Yılı:2007 (ABD)
	Afiş Künyesi
	Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 2 Renkli. Orijinali: Kırmızı-Siyah – Uygulanan: Sarı-Siyah Boyut: 20*27 Yıl: 2007 No: 21/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 21/23)

Afişin Gösterdikleri:

Parlak sarı zemin üzerinde yer alan “The Shining” film başlığı yazısı posterin ortasında ve sola açılı olarak konumlandırılmıştır. Yazının içerisinde noktalardan oluşturulmuş bir insan yüzü alttan bakışa göre görünmektedir. “The Shining” başlığına uygun olarak yüz aydınlatılmıştır. Üst başlıkta yer alan siyah renkli eğik karakterli tırnaksız yazının başlığı “a masterpiece of modern horror” film türü hakkında bilgi vermektedir.

“The Shining”: Parlamak, olağanüstü, ışıltılı anlamlarında kullanılmaktadır. (Redhouse,1962:950)

Sözcüğün afişte kullanımı: “Olağanüstü” anlamında kullanılmıştır.

Tablo 76: “The Shining” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız afiş
	İllüstrasyon	Noktalama tekniği.
	Tipografi / Yazı	Dışavurumcu karakterli el yazısı, Yazıda siyahtan griye geçiş=kaybolma, yok olma, belirsizlik.
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Nokta, Şekil
	Tasarım İlkesi	Vurgu/Kontrast
	Gestalt	Şekil-Zemin, Yakınlık
	Renk	2 Renk. Parlak sarı zemin, siyah yazı

Tablo 77: “The Shining” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	İnsan surati
	Belirti	Noktalama
	Simge	Haç
KOD	Dilsel	Olağanüstü
	Görsel	Yüz
GÖSTEREN - GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	THE
GÖSTERİLEN	İçerik	Korku
	Mesaj	Korku
DİZİM - DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Eski Kızılderili mezarlığı üzerine kurulmuş “Overlook Hoteli”
	Dizge	Yerliler-Beyazlar, Kızılderililer-Katliam
DÜZANLAM - YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Yüz
YANANLAM	Metonim	Kutsal Haç

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1.Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: “The Shining”(Olağanüstü)
- Alt başlık: Oyucuların isimleri
- Üst başlık: “a masterpiece of modern horror” (modern korku başyapıtı)

1.2. Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Tipografi içerisinde insan yüzü (ikon)
- 2. Gösteren:** Afişin “biçim” yönüyle gösterdikleri
- 2.1. Yazının gösterenleri:** Dilsel ileti gösterenleridir.
- “The Shining” (belirti)
 - Yazının sarıdan siyaha dönüşmesi: (belirti/işaret),
 - Kalın blok harf: Otorite, (simge)
 - Serbest yazı: El izi, insan varlığı (simge)
 - Yazı açısı: Eğimli ve aralıklı (işaret)
- 2.2. Şekil gösterenleri:**
- Yüz (ikon)
 - Parlak sarı renk (simge)

- 3. Gösterilen:** Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,
- 3.1. Yazının gösterilenleri:**
- “The Shining”: Ortaya çıkma, birden öfkelenmek
 - Yazının sarıdan siyaha dönüşmesi: Değişim, başkalaşım
 - Eğimli yazı: Dinamik ifadesi
 - Serbest yazı: İfadeci yazı, korku, hiddet, öfke
 - **Şeklin gösterilenleri:**
 - Açılı yüz: Korku, cinnet
 - Yüzün noktalama ile ifadesi: Dağılma, *Halüsinasyon*
 - Parlak sarı renk: Tehlike, uyarı

- 4. Dizim-Dizge Karşıtlıkları:**
- Korku-Korkusuz
 - Saklanma-Bulunma
 - Halüsinasyon-Gerçek
 - Parlamak-Sakinleşmek

5. Düzanlam

Düzanlamın belirliyen metafor; dilsel dilin ilettiği “parlamak” kavramının görsele dönüşmesinde kullanılan tasarım ögesi tercihi ve ifade biçimidir. Tasarımcı başlık yazısının vurgusunu ancak bu yolla doğru, hızlı ve kolay anlaşılır biçimde verebilecektir. Afişin düzanlamının görseldeki karşılığı “yüz” dür. Noktalama tekniği ile alttan bakışa göre çizildiğine göre, halüsinasyon görme, delirme emarelerinin ortaya çıkmasını başlık yazısının sözüne uygun olarak ifade edilmektedir.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Düzanlamı belirleyen metaforun bir üst katmanı olan metonim düzlemidir. Afiş “The” harfinin arkasında kalan yüzü bir çocuğun bakış açısıyla göstermektedir. Torrance ailesinin küçük çocuğunun gözündeki korkudur bu. Yüz “T” harfinin içine alınarak bir

anlamda dinsel bir simgeye de gönderme yapıyor: Kutsal Haç. Kızılderili soykırımını simgeler mezarlık üzerine kurulu motel Hiristiyanlığı ve beyaz gücünü ifade ederken “Kutsal Haç” kötü ruhlardan kurtulmanın dinsel bir simge ve ikon eğretilmesine dönüşmektedir. Metonim: Yüze tutulan “Kutsal Haç” dır.

Sonuç

Saul Bass, posterinde korku ögesini renk ve bakış açısı ile vurgularken, aynı zamanda tasarım ögesi noktayı da bu vurgunun bir anlatım elemanı olarak kullanarak gösterir. Tasarımında rengi, yazı ve resim ile birleştirerek görsel “ekonomi” yapar. Harf ögesi, resim için çerçeve görevi yaparken aynı zamanda dinsel gönderme yapar. “İkon” yüz, “işaret” noktalama, “simge” haç olarak kullanarak derin anlamlar oluşturmaktadır.

3.2.10. “Schindler's List”

Filmin Konusu: 2. Dünya Savaşı yıllarında bir Alman sanayici ve Nazi Partisi üyesi olan Schindler’in Polonya’daki fabrikasında çalışan 1200 Yahudi asıllı işçiyi Gestapo’ya rağmen, toplama kamplarına -yakılmak üzere- gönderilmekten nasıl kurtardığını anlatır. “Schindler's List”; Schindler's Listesine girebilme şansına sahip olanlar yaşayacak diğerleri ölecektir.

Konunun temel terim ve sözcükleri: Gestapo, toplama kampları, yakılmak, ölüm, kaybolmak, ayrılmak, kaybetmek.

Tablo 78: “Schindler's List” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	Filmin Orijinal Adı: Schindler's List Film: Siyah-beyaz Yönetmen: Steven Spielberg Oyuncular: Liam Neeson, Ben Kingsley Yapımcı: Steven Spielberg Muzik: John Williams Türü: Belgesel/Drama Yapım Yılı:1993 (ABD)
	Afiş Künyesi Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afiş Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- İpek Baskı Renk: 2 Renkli Boyut: 25*39 Yıl:1993 No: 22/23

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 22/23)

Afişte, kirli gri-kahve zemin üzerinde dikey konumlu sarmal bir çift dikenli siyah tel yer almaktadır. Dikenlerin birinde eski ve sararmış daktilo edilmiş bir kağıt parçası takılı kalmıştır. Telin 6 dikenli vardır. Filmin başlık yazısı alt satırda “Schindler's List” olarak yer alır. Alman yazı fontudur. Blok yazının harfleri blok ve iki parçadan oluşur. İkili harf ve beyaz renk olarak tercih edilmesinin sebebi, listenin otorite ifadesi ile; insanların birbirlerinden ayrılmasını temsil ederken, aynı zamanda kurtuluş içinde kapı açması yönüyle; özgürlük, barış, kurtuluş gibi kavramları da çağrıştırmaktadır.

List: listeye geçirmek, liste, askere kaydetmek anlamlarında kullanılmaktadır (Redhouse, 1962:615).

Sözcüğün afişte kullanımı: Liste

Tablo 79: “Schindler's List” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız afiş
	İllüstrasyon	Elle çizilmiş serigraf baskılı afiş
	Tipografi / Yazı	Blok yazı, kalın font: Alman yazı fontu, ağır etkili, resmi ifadeli.

TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Çizgi, kalın, dikey, eğrisel
	Tasarım İlkesi	Görsel Devamlılık
	Gestalt	Ayrıcı Nitelik
	Renk	Gri-Kahve-Siyah

Tablo 80: “Schindler's List” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Dikenli tel
	Belirti	Sararmış liste
	Simge	“S” Shoah
KOD	Dilsel	Almanca’da, “Holocaust”, İbranice’de “Shoah” olarak anılan “Soykırım”
	Görsel	Dikenli tel
GÖSTEREN – GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Bîçim	Kirli gri-kahve arka planda “S” formu dikenli tel
GÖSTERİLEN	İçerik	Dikenli tele takılı “Liste”
	Mesaj	Soykırım
DİZİM - DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Yahudi
	Dizge	Liste-Yaşam, Dikenli Tel- Holocaust
DÜZANLAM - YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Dikenli tele takılı liste
YANANLAM	Metonim	Holocaust

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: “Schindler's List” Blok, dik, dolu, çift parçalı, beyaz renk, posterin alt başlığa yakın sağına konumlanmış.
- Alt başlık: Film künyesi (Oyuncular, yönetmen, yapımcı vb.)
- Üst başlık: “A Film by Steven Spielberg” küçük fontta dik yazı

1.2. Görsel ileti: Töze bağı görsel sunar:

- Dikenli tel; Altı dikenli, çiftli sarmal ve dik konumlu merkezi yerleştirilmiştir. Siyah renkli dikenli tel imgesi zemin renginden kopartılması için beyaz kontür çerçeveye alınmıştır. Poster zemin rengi kirli gri-kahve tonundadır.

2. Gösteren: Afişin “biçim” yönüyle gösterdikleri

2.1. Yazının gösterenleri:

- Başlık yazısı: “List” (simge ve işaret)
- İki parçalı yazı (belirti/işaret),
- Yazıda “blok” tercihi ve “beyaz” yazı rengi (simge)
- Üst başlıkta yer alan “Steven Spielberg” (işaret)

2.2. Şekil gösterenleri:

- Liste (ikon)
- Telin çift sarmal şekil anlatımı (sembol)
- Poster rengi “gri-kahve” ve dikenli telin “siyah” (işaret)

3. Dizim-Dizge Karşıtlıkları:

- Kurtulanlar-Kurtulamayanlar
- Kaçma-Yakalanma
- Özgürlük-Esaret
- Ölüm-Yaşam
- Kötü Alman-İyi Alman
- Tren-Ölüm
- Fabrika-Yaşam

4. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

4.1.Yazının gösterilenleri:

- Başlık yazısındaki “List” (liste, cetvel, kayıt etmek)
- Alman yazı fontunda ve çiftli blok dolu: “Alman otoritesi” vurgusu. Beyaz renkle güven vurgusu.

4.2.Şeklin gösterilenleri:

- Kirli gri-kahve zemin; gri belirsizlik, kahverengi resmiyet ve kasvet duyguları yaratır.

5. Düzanlam

Düzanlamı ortaya çıkartan metafor; afişin göstereni olan “liste parçası” dır. Liste kurtuluşu mu yoksa, toplama kampına yakılmak üzere gönderileceklerin listesini mi gösterir? Tele takılı olarak kalmış liste parçasının geriye kalanı nerededir? Metafor: “Liste” dir.

6. Yananlam

Yananlamı ortaya çıkaran düzanlamdan gelen bilginin metonimidir. Schindler'in listesi, kültürel bir mesaj veriyor. “Holocaust” sözcüğü Yunanca holos (bütün) ve kaustos (yanık) kelimelerinden oluşmaktadır. Nazilerin II. Dünya Savaşı'nda, 6 milyon civarında Yahudi'ye yaptığı sistematik soykırımın tercih edilen adı olmuştur. “Shoah” (Şoa) bu felaketin çağdaş Yahudi-İbrani adıdır. Aileler birbirlerinden koparılmışlardır. Eşler, çocuklar bu kopuşun şahitleridirler. Posterdeki ikili sarmal dikenli tel toplama kamplarında birbirlerinden ayrılan eşleri, siyah eğrisel çizgilerle krematoryum'da

kavrulmuş bedenleri, dikenleri ise bedenleri yok eden kurşunlar olarak yananlamlayabiliriz. Alt başlıkta yer alan yazıda bile bu kopuş metafor olarak verilmiştir. Dikenli tele takılı liste parçası ölümden kurtulabilen çok az insanı simgeler. Metonim: “Holocaust” dur.

Sonuç

Saul Bass şanslı bir azınlığın ölümden kurtuluşunu dikenli tele takılı kalmış listede sembolleştirmiştir. Posterlerinde yer verdiği merak duygusu burada da vardır. Listedeki arta kalanların akıbetini okuyucu/izleyicinin filmi sonuna kadar izledikten sonraki kararına bırakmıştır. Afişinde kullandığı ikonlar, işaretler ve semboller onun anlatım dilini oluştururken, kullandığı yazı karakteri, poster rengi, imgelerin düzenlenişi ve vurgu bakımından poster önem kazanmaktadır.



SONUÇ

1895 yılında Lumiere Kardeşler tarafından icat edilen sinematografi sayesinde “görüntülerin kayıt altına alınıp bunların bir yüzey üzerine yansıtılması” yla başlayan sinema serüveni beraberinde filmin tanıtım ihtiyacını doğurmuş ve bu doğrultuda afişler kullanılmaya başlanmıştır. Filmin kendisi bir öykü anlatırken film afişi ise bu öykünün gösterenlerinin toplandığı görsel bir tasarım ürünü olarak ortaya çıkmıştır. İlk film afişleri, temsil ettiği filmde ziyade, “sinema salonunu merak eden kalabalığı” betimyen fotoğrafsız illüstrasyonlardı. Bir asrı geçen sürede analogtan dijital’e geçişle birlikte, bilgisayar ve program dillerindeki olağanüstü değişim hızı, sinema teknolojilerini değiştirirken onun bir ürünü olan film afişlerini de, gerek baskı, gerek sunum yönüyle değişime zorlamıştır. Görsel bir tasarım ürünü olan film afişleri, günümüz çağında sabit bir poster olmaktan çok öte, hareketli, sesli, üç boyutlu gibi çok farklı biçimlerde seyirciye sunulmaktadır. Bütün bu biçimsel değişimlere rağmen, afişin filmini tanıtmaya görevi, ilk basıldığı günden bu zamana hiç değişmeden devam etmektedir. Afiş tasarımı ciddi bir yaratıcılık süreci gerektiren ve milyon dolar bütçe ile çekilen bir filmi, sadece kısıtlı bir yüzey üzerinde temsil edecek bilgi ve belgeleri sunan tasarım aracıdır.

Grafik tasarım alanında görsel bir iletişim aracı olarak tasarlanan film afişlerinin görevi, temsil ettiği film hakkında potansiyel izleyicisine sınırlı ön bilgi aktarmasıdır. Bunlar dilsel gösterge olarak; filmin başlık yazısı, başrol oyuncularının isimleri, yönetmen ve yapımcı şirket bilgileridir. Afiş, görsel gösterge olarak, film karelerinden seçilmiş fotoğraflar ya da illüstrasyonlar ile, dilsel göstergeleri tamamlar mahiyettedir.

Film afişleri, fotoğraf ya da fotoğrafa yakın illüstrasyon kullanımı ile filmin önemli bir sahnesini vurgu olarak kullanmayı tercih ederken, çok azı da yaratıcı bir yaklaşımla, seyirci-film-afiş arasında anlamsal bir bağ kurmayı hedeflemektedir.

Birinci anlatım tercihinde amaç, film hakkında dolaysız ön bilgi vermek iken, ikinci tercihte filmde ziyade afişin anlatmak istediklerine odaklanmak yada anlamaya çalışarak dolaylı -kavramsal- bir anlatım hedeflemektir. Her ikisinde amacı; dikkat çekmek, merak uyandırmak, tanıtmak gibi temel gereksinimlere yanıt oluşturmaktır. Doğrudan anlatımlı afişin görevini, filmin izleyicisi ile buluşmadan önceki süreçte tamamladığı varsayılabilir. Simgesel anlatımı tasarım dili olarak kullanan afiş ise, anlatmak istediklerini film izlendikten sonra da sürdürmeye devam ettirme eğilimindedir. Bunun nedeni filmin ana fikrinin bir ikona, sembole ve belirtiye dönüşmüş olmasındandır. Kodları ve mesajları barındıran bu grafik yüzey, artık seyirci/okuyucu için çözülmesi gereken problem gibidir.

Sembolleri kullanan görsel (afiş), ima yoluyla bir şeyleri anlatma eğilimindedir. Gizli olan ya da keşfedilmeyi bekleyen şeylerdir. Burada izleyicinin kültürü ve değerlendirmesi önem kazanmaktadır. Afişin etkisi film ile kurduğu anlamsal bağın olumlu olmasına bağlıdır. Bir tasarım ürünü olarak ortaya konmuş sinema filmini tek bir görsele “sığdırma” düşüncesinde de önemli bir sadeleştirme çabası gerekmektedir. Bunun yolu

da, düşünce ya da kavramların görsel bir biçime dönüştürülmesinde simge/sembollerin kullanılmasıdır.

Semboller, kavramları ve metaforları çağırır. Gösterilenin ötesinde yan anlamlarıyla değerlendirilmesi gereken kültürel bir bilgi birikimine ihtiyaç vardır. Göstergebilimsel yaklaşımla afiş, bir göstergedir. Grafik öğeleri üzerinde taşıyan, kültürel bir iletişim aracıdır. Kavramsallaştırılması ise gösterilendir. Simge/sembollerle yapılan iletişim, doğrudan yapılan iletişime göre daha derin bir boyutta gerçekleşir.

Bu tür afişlerin, temsil ettiği filme olan katkısı film-afiş ikilisinden belki de daha öte bir anlama doğru evrilebilir. Hatta afişin -filmden bağımsız- tasarımcısının da etkisiyle sanat-afiş döngüsüne taşınabilir. “Estetik ve değer” unsurlarını barındıran bir sanat eserine dönüşebilir.

Sinemanın idealde asıl görevi izleyiciyi toplumsal ve sosyal konularda “düşünmeye ve sorgulamaya teşvik etmek” olduğundan, onun ürün olarak ortaya koyduğu filmin temsilini yapan afişi de, aynı amacı paylaşmak durumundadır. Tasarım hangi alanda ve ne amaçla yapılırsa yapılsın asıl mevcudiyetini iletişimde insan davranışlarını olumlu anlamda biçimlendirme üzerine oluşturur.

Bu anlamda bir tasarım ürünü olan film afişi de iletişimde oldukça önemli bir görev üstlenir. Düşünen ve sorgulayan izleyici/okuyucular için; bir film afişinin salt bir tanıtım görseli olmaktan çıkıp, “okunacak-çözülecek” bir metne dönüşmeleri, filmin konusundan beslenirken onu en yalın şekilde; en az çizgi, şekil, renk ve en az yazı ile ifade edebilir olmaları, bağlam olarak ortak kültürel referanslara atıfta bulunmaları ve en önemlisi taşıdıkları mesajlara bir üstdil katkısı sunmaları beklenir. Bu bağlamda, grafik tasarımın asıl görevi de budur.

Bu araştırma, film afişlerinin filmi ile kurduğu anlamsal bağda, onu sadece bir tanıtım aracı yapmaktan öte, “Grafik Tasarım Değeri” ni oluşturan unsurlar nelerdir? Sorusundan hareketle ortaya çıkmıştır.

Ortaya atılan bu soru, aşağıdaki alt soru cümleleriyle desteklenmektedir.

1. Çalışma evreninde incelenen film afişlerinde hangi temalar ön plana çıkartılmıştır?
2. İncelenen film afişleri, biçim ve içerik yönüyle “Tasarım Kavramı” ile ne ölçüde uyumaktadır?
3. İncelenen film afişleri, temsil ettiği filmden, nasıl bağımsız olarak da bir değer olarak kabul edilmektedir?

Bu çalışmada, Saul Bass’ın 23 film afişi evreninden, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen 10 film afişi analiz edilmiştir. Analiz sırasıyla şu adımlarda yapılmıştır:

1. Filmin kısa konusu belirtilmiş ve başlık içinde yer alan anahtar sözcük açıklanmıştır.

2. Film afişinin ve Saul Bass posterinin künye bilgileri; teknik göstergeler başlığında incelenmiştir.
3. Afişin gösterdikleri (gösterge), yorumsuz betimlenmiştir.
4. Afişin temel unsurları (illüstrasyon, yazı) ve tasarım öge ve ilkeleri; tasarım kuramları başlığında “biçim” yönüyle incelenmiştir.
5. Afişin anlam bakımından “içerik” çözümlemesi Roland Barthes’in göstergebilimsel inceleme yöntemine göre çözümlemeleri yapılmıştır.
6. Saul Bass’ın tasarımında vurgu olarak kullandığı ögeler neler olduğu ortaya konmuştur.

Bu araştırmada tasarımcı Saul Bass’ın afişleri ve göstergebilimci Roland Barthes’in “çözümleme yöntemi” kullanılmıştır. Diğer inceleme alanlarında olduğu gibi göstergebilimsel çözümlemede de bir çok farklı kuramcıya ait farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada Roland Barthes’in geliştirmiş olduğu dört değişken den hareketle “bir reklam afişini tüm yönleriyle” ele aldığı göstergebilimsel çözümleme örneği, Saul Bass film afişleri çözümlemesi için de benimsenmiştir. Barthes’in; fotoğraf, moda, reklam gibi konulara yoğunlaşan bir göstergebilimci olması, bu tercihin en önemli nedenlerinden biridir. Çalışmada ele alınan film afişleri, onun görselleşmesini sağlayan unsurlar olan fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi ile onların temel ögeleri; tasarım kuramları kapsamında, afişi “biçim” yönüyle ele alınmasını sağlarken, anlamı yaratan gösterilenleri de “içerik” yönüyle incelenmiştir. Bu çalışmayla biçim unsurlarının içeriği ortaya koymasındaki belirleyici yönü yukarıda yer alan soru cümleleri bağlamında irdelenmiştir.

Çalışma kapsamında çözümlenen 10 film afişinde kullanılan imgeler ve kodlar; ikon, simge, belirti ve mesaj, “dil-söz” karşıtlıklarında irdelenmiştir. Tasarımcı Saul Bass tarafından kültürel kodların bilinçli bir biçimde yerleştirildikleri varsayılmaktadır. Kültürel kodlar, bir toplumun içinde yer alan bireylerin nesilden nesile aktarılan kavramları imgelere dönüştürerek ifade etmeleridir. Tasarımcı Saul Bass, kültürel kodları, evrensel anlamda kullanarak her kültürün çözebileceği bir mesaja dönüştürmektedir. Örneğin; siyah renk, kırık kol, şapka, hem yerel kültürde hem de toplumlar arası ortak referanslara dönüşebilmektedir.

Çalışmanın başında belirlenen alt soru cümleleri bağlamında;

1. Çalışma evreninde doğrudan ya da dolaylı anlatımlı film afişlerinden, dolaylı anlatımlı Saul Bass film afişleri seçilerek incelenmiştir. Bu afişlerin ortak özellikleri; fotoğraf kullanmadan, anlamı ikon, simge ve belirti imgeleri, kod ve mesajlar yoluyla ortaya koymasındadır. Fotoğrafın yerini alan, ikon ya da simgelerin anlam oluşturabilmesi ve okuyucu/izleyici ile iletişim kurabilmesi için; kültürel bir bilgiye ihtiyaç vardır. Afiş bu yönüyle okuyucu/izleyici için çözümlenmesi gereken bir metin haline dönüşmektedir.

2. Saul Bass film afişlerinin tasarım değerini ortaya koyan etmen; bir “düşünce ürünü” olarak amaca yönelik ortaya çıkan tasarımlarının, döneminde yapılan diğer çalışmalara göre “alışlagelmişlikten uzak” ve “farklı” olmasıdır. Bu aynı zamanda afişlerine; “kendine has bir özellik” de kazandırdığından tasarımcısıyla birlikte “Saul Bass afişleri” olarak anılmaktadır. Bu yönüyle tasarımcı kimliği afişin önüne geçmektedir.
3. Saul Bass film afişleri; ikonik ve simgesel imgeler yoluyla örüntülü bir dil kullanarak kodları ve mesajları verirken ortaya çıkardığı anlam (söz) “içerik” yönüyle kültürel bir okuma gerektirir. Dili, ortaya koyan tasarım öge ve ilkeleri “dil cebiri” gibi afişin “biçim” yönünü ortaya çıkarmaktadır.

Çalışmanın başında belirtilen hipotezler bağlamında filmin;

1. Saul Bass film afişlerinin; fotoğraf imgesi kullanmadan her tür konu ve içeriği ele alarak görselleştirdiği,
2. Saul Bass film afişlerinin; tasarım değeri olarak ortaya koyduklarıyla, filmine sadece tanıtım amaçlı hizmet vermekten öte, onunla kurduğu anlamsal bağın izleyici/okuyucu üzerindeki afiş okuma, anlama ve anlamlandırma boyutunu da ortaya çıkardığı,
3. Saul Bass film afişlerinin; içeriği ile izleyici/okuyucu üzerindeki anlamsal etkisini tasarım kuramlarına göre ele alınan biçim unsurlarıyla da ortaya koyduğu söylenebilir.

Bundan sonraki çalışmalarda, ikonik ve imgesel sinemanın yapısal özelliklerinin biçim ve içerik yönüyle göstergebilimsel incelemesi yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ambrose, G. ve P. Harris. (2013). *Grafik Tasarımda İmge*. İstanbul: Literatür Yay.
- Ambrose, G. ve P.Harris. (2014). *Grafik Tasarımda Tipografi*. İstanbul: Literatür Yay.
- Ambrose, G. ve P.Harris. (2005). *Grafik Tasarımda Renk*. İstanbul: Literatür Yay.
- Ambrose, G. ve N. A. Bilson. (2011). *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*. İstanbul: Literatür Yay.
- Aksoy, Ö. (1977). *Biçimlendirme*. Trabzon: KTÜ Yay.
- Aziz, A. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Ankara: Nobel Yay.
- Artyfactory. *Pablo Picasso. "Bull", 1945 (A Series of Eleven Lithographs)*
http://www.artyfactory.com/art_appreciation/animals_in_art/pablo_picasso.htm. Erişim tarihi: 23.12.2018.
- Artmanik. *Julien Morel., Le jazz Fait Son Cirque*. <http://www.artmanik.com/caz-festivali-afis-tasarimlari/> Erişim Tarihi: 22.05.2019.
- Atlaslale. <https://www.atlaslale.com/lale-uretimi/51/lale/white-dream-lale.html> Erişim Tarihi: 27.05.2019.
- Amazon. *Herbert Bayer., Bauhaus Ausstellung, 1923*. <https://www.amazon.co.uk/Vintage-Bauhaus-BAUHAUS-EXHIBITION-Reproduction/dp/B00DSIRYNM>. Erişim tarihi: 13.05.2019.
- Artmanik. *Julien Morel., Le jazz Fait Son Cirque*. <http://www.artmanik.com/caz-festivali-afis-tasarimlari/> Erişim Tarihi: 22.05.2019.
- Arkeopolis. <http://arkeopolis.com/gecmisten-gunumuze-sutun-basliklari-dor-ion-korinth/> Erişim Tarihi: 16.06.2019.
- Barmich, M. (1988). *Internationaler Plakatwettbewerb Siebdruck / A1*.
- Bass, J. & P. Kirkham. (2011). *Saul Bass: A Life in Film & Design*. London: Laurance King Publishing.
- Barthes, R. (2009). *Göstergebilimsel Serüven*. İstanbul: Yapı Kredi Yay.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Yay.
- Berger, J. (2003). *Görme Biçimleri*. İstanbul: Metis Yay.
- Berker, V. (1980). *Dilbilim ve Dilbilgisi Terimleri Sözlüğü*. Ankara, TDK, 41-34 (17-188).
- Beyazıt, N. (2008). *Tasarımı Anlamak*. İstanbul: İdeal Kültür Yay.
- Borakas, S.K. (2011). *Reklam ve Retorik*. İstanbul: Derin Yay.
- Butdergisi. *Turhan Selçuk., Abdülcanbaz. 1957*. <http://butdergisi.com/uluslararasi-turhan-selcuk-karikatur-yarismasi-sergisi>. Erişim tarihi: 10.11.2018.
- Blogspot. *Ayla Pakyüz., Sanat Yapıtında Biçim, İçerik ve Estetik Değer, 2007*
<http://aylapakyuz.blogspot.com/2007/09/sanat-yapitinda-biim-ierik-ve-estetik.html>
Erişim Tarihi: 13.05.2019.

- Babyshop. United Colors of Benetton. <https://www.babyshop.com/united-colors-of-benetton/s/993> Erişim Tarihi: 22.05.2019.
- Borjadearteaga. *Borja de Aga., Created at Cathedral*. İspanya
<http://www.borjadearteaga.com/poster-against-racism/> Erişim Tarihi: 22.05.2019.
- Behance. *Yod Kosol., Polybrite*, 2012. <https://www.behance.net/gallery/6175293/Polybrite>
Erişim Tarihi: 24.05.2019.
- Behance. *Adolfo Murillo., Aspirina*, 2015.
<https://www.behance.net/gallery/23721335/ASPIRINA-ADS> Erişim Tarihi: 24.05.2019.
- Beltur.istanbul. <http://www.beltur.istanbul/tr/mekan/galata-kulesi> Erişim Tarihi: 27.05.2019.
- Berggruen. *Al Held.*, 1972. <https://www.berggruen.com/artists/al-held> Erişim Tarihi: 29.05.2019.
- Ching, K.D.F. (2006). *İç Mekan Tasarımı Resimli*. İstanbul: Yem Yay.
- Cs.uwaterloo. <https://cs.uwaterloo.ca/~me2thorn/courses/cs791/results.html>. Erişim tarihi: 02.10.2018.
- Cooperstownmusicfest. *Milton Glaser.*, Festival Poster, 2012.
<https://www.cooperstownmusicfest.org/milton-glaser> Erişim Tarihi: 14.05.2019.
- Cozzoo. <https://www.cozzoo.com/home/28050-500111-rz-.html> Erişim Tarihi: 24.05.2019.
- Cartype. The Wolfsburg Crest. https://cartype.com/pages/3680/the_wolfsburg_crest Erişim Tarihi: 26.05.2019.
- Create.adobe. Rocio Montoya. https://create.adobe.com/2016/7/21/trend_collage_art.html Erişim Tarihi: 02.06.2019.
- Canva. J. Walter Thompson., Band – Aid <https://www.canva.com/learn/clever-advertising/>
Erişim Tarihi: 11.06.2019.
- Dyer, G. (2010). *İletişim Olarak Reklamcılık*, İstanbul: Beta Yay.
- Depositphotos. <https://tr.depositphotos.com/65543087/stock-photo-cigarette-butt-with-red-lipstick.html> Erişim Tarihi: 27.05.2019.
- Ertan, G. ve E. Sansarcı. (2017). *Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı*. İstanbul: Alternatif Yay.
- Erdoğan, İ. (2002). *İletişimi Anlamak*. Ankara: Erk Yay.
- Erkman, F. (2005). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Multilingual Yay.
- Eren, H. (1974). *Türkçe Sözlük*. (Cilt: 1, 677). Ankara: Bilgi Basımevi.
- Evamlinar. Evam Linar., Collage illustrations. <https://evamlinar.com/collage-illustration> Erişim Tarihi: 05.06.2019.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Ankara: Bilim ve Sanat Yay.
- Foss, S. K. (2005). *Theory of Visual Rhetoric*. Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Famousgraphicdesigners. <https://www.famousgraphicdesigners.org/saul-bass> Erişim tarihi: 11.05.2019.

- Faithistorment. *Gediminas Saulis*, “*Become Someone Else*” Poster Design, 2011.
<http://www.faithistorment.com/2014/03/become-someone-else-poster-design-by.html>
Erişim Tarihi: 24.05.2019.
- Freepik. https://www.freepik.com/free-icon/apple-logo_748451.htm Erişim Tarihi: 25.05.2019.
- Gürer, L. (1990). *Temel Tasarım*. İstanbul: Teknik Üniversite Matbaası.
- Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim*. Ankara: İmge Yay.
- Graves, M. (1951). *Art of Color and Design*. New York: McGraw-Hill; 2nd Edition edition.
- Grünberg, T. (1964). *Anlam Kavramı Üzerine bir Deneme* (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sistematiik Felsefe Kürsüsü, İstanbul.
- Güngör, İ.H. (2005). *Görsel Sanatlar ve Mimarlık İçin Temel Tasar*. İstanbul: Esen Ofset
- Güney, N. (2009). *Sinema Filmlerinin Reklam ve Tanıtımında Afiş ve Fragmanların Rolü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Guggenheim Museum. *Marcel Duchamp*, *Aprophos of Little Sister*, Oil on canvas.
<https://www.guggenheim.org/artwork/1180> Erişim tarihi: 10.11.2018.
- Guggenheim Museum. *László Moholy-Nagy*, *Ch. Beata*, Oil and graphite on canvas.
<https://www.guggenheim.org/artwork/2988>. Erişim tarihi: 23.12.2018.
- Hypocritdesign. Adrian Frutiger., Univers font. <https://www.hypocritdesign.com/adrian-frutiger/> Erişim Tarihi: 23.07.2019.
- Hesitationwaltz. *Anne Ryan*, No. 334, 1948/1954, from the Walker Art Center collection, Minneapolis, Minnesota <http://www.hesitationwaltz.com/2009/03/hey-hey-hey-its-anne-ryan-appreciation.html> Erişim tarihi: 14.02.2019.
- Illustrationweb. Mark Watkinson.
<https://www.illustrationweb.com/artists/MarkWatkinson/news#.XTshuegzbiU> Erişim Tarihi: 02.06.2019.
- İslamansiklopedisi. *Minyatür*. <https://islamansiklopedisi.org.tr/minyatur> Erişim tarihi: 01.09.2018.
- Kıran, Z. (1996). *Dilbilim Akımları*, Ankara: şahin Matbaası
- Kinkfolk. *Pattern & Repetition*. <https://kinfolk.com/pattern-repetition/> Erişim tarihi: 01.10.2018.
- Kinfolks. Japanese Garden. <https://kinfolks.info/japanese-landscape/japanese-landscape-best-of-japanese-landscape-design-ideas-landscaping-network-2/> Erişim Tarihi: 29.05.2019.
- Kisspng. <https://www.kisspng.com/png-optical-illusion-optics-clip-art-black-and-white-o-160713/>. Erişim tarihi: 04.05.2019.
- Lab. Vintage VW Beetle Ad. http://lab.tier10.com/2013/02/28/throwback-thursday-tbt-how-volkswagen-changed-advertising/volkswagen_beetle_vintage_ad_15/#prettyPhoto Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- Marketing Türkiye. *Reklamcılığın dahi ismi William Bernbach*
<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/reklamciligin-dahi-ismi-william-bernbach/> Erişim tarihi: 11.08.2018.

- Moma. Museum of Modern Art. *Ryuichi Yamashiro., Forest*, Serigrafi, 1954.
www.moma.org/collection/works/8384. Erişim tarihi: 14.02.2019.
- Moma. Museum of Modern Art. *Ludwig Hohlwein., Deutsches Theatre*, 1907.
<https://www.moma.org/collection/works/6685> Erişim tarihi: 18.03.2019.
- Moma. Museum of Modern Art. *Joseph Kosuth., One and Three Chairs*, 1965
<https://www.moma.org/collection/works/81435> Erişim tarihi: 20.03.2019.
- Museodelprado. *Francisco de Goya., The Sleep of Reason Produces Monsters*, 1797-1799.
<https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/the-sleep-of-reason-produces-monsters/e4845219-9365-4b36-8c89-3146dc34f280> Erişim Tarihi: 16.05.2019.
- Merrell, F. (2000). "Charles Sanders Peirce's Concept Of The Sign" *Routledge Critical Dictionary and Linguistics* içinde. Kentucky: Routledge Press
- Monaco, J. (2001). *Bir Film Nasıl Okunur?*. İstanbul: Oğlak Yay.
- Parsa, S. ve Parsa A.F. (2004). *Göstergebilim Çözümlemeleri*, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi
- Peirce, C.S. (1955). *Philosophical Writings of Peirce*. New York: Ed. Justus Buckler, Dover pb.
- Paulklee. Paul Klee., Çizgi Tanımı. <https://www.paulklee.net/paul-klee-quotes.jsp> Erişim Tarihi: 11.06.2019.
- Prakel, D. (2010). *Yaratıcı Fotoğrafçılığın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yay.
- Redhouse, J.W. (1962). Vised Redhouse Dictionary English-Turkish, (Cilt: 1: 454)
- Rona, Z., B. Hasol, B. Özer. (1997). *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, (Cilt: 2: 702)
- Rifat, M. (2014). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yay.
- RTUK. Akıllı İşaretler., Genel İzleyici Kitlesi.
<https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=2&mid=4> Erişim Tarihi: 23.07.2019.
- Redcross. <http://www.redcross.org.cy/tr/about-us/international-red-cross> Erişim Tarihi: 25.05.2019.
- Saldıray, S. (1973-1979). *Gözlemsel Çözümsel Yöntemle Yeni Düzen Yeni Biçim*. İstanbul: İ.D.G.S.A.
- Saussure, F. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri*. İstanbul: Multilingual Yay.
- Saulbassposterarchive. <http://www.saulbassposterarchive.com/gallery/posters-film/> Erişim Tarihi: 25.05.2019.
- Smyrnacoin. P Lincoln Shield Cent 50. https://www.smyrnacoin.com/2018-P-Lincoln-Shield-Cent-50-Roll-Bank-Box-p/cent_2018p_box.htm Erişim Tarihi: 21.07.2019.
- Tuvall. https://www.tuvall.com/kanvas-tablo/macera-gezisi-afisi_005927_yatay_Kanvas_Tablo_Tuvall/yatay-kanvas-tablo Erişim Tarihi: 14.05.2019.
- Theinspirationroom. *M&C Saatchi, "If you really want to touch someone, send them a letter"*
<http://theinspirationroom.com/daily/2007/australia-post-touch/> Erişim Tarihi: 24.05.2019.

- Theguardian. *Pablo Picasso.*, Amnesty International, *La Colombe et le Prisonnier*, 1959
<https://www.theguardian.com/world/gallery/2011/apr/03/amnesty-international-posters-in-pictures> Erişim Tarihi: 29.05.2019.
- Theguardian. *Oliviero Toscani.*, “*Hearts*”, United Colors of Benetton, 1996.
<https://www.theguardian.com/fashion/2017/nov/30/benettons-controversial-art-director-oliviero-toscani-returns> Erişim tarihi: 12.05.2019.
- Theaoi. Emily Carew Woodard. <https://theaoi.com/folios/emily-carew-woodard/?img=emily-carew-woodard-2> Erişim Tarihi: 30.05.2019.
- Tureng. Fixer anlamı. <https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/fixer> Erişim Tarihi: 12.06.2019.
- Ulağı, S. (2006). *İmgebilim “Ötekinin” nin Bilimine Giriş*. Ankara: Sinemis Yay.
- Uçar, T.F. (2016). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yay.
- Vectorstock. <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/apple-fruit-drawing-vintage-clip-art-isolated-on-vector-23243931> Erişim Tarihi: 25.05.2019.
- Vimeo. *Oliviero Toscani.*, *Communication Simplified*, Punkt, 2014. <https://vimeo.com/91398667> Erişim Tarihi: 29.05.2019.
- Wordpress. Helvetica font. <https://uklanor.wordpress.com/2009/12/30/> Erişim Tarihi: 23.07.2019
- Wordpress. *SAAQ Agency.*, *Buckle Up Stay Alive*, 2012.
<https://guerrillaforngo.wordpress.com/portfolio/saaq-buckle-up-stay-alive/> Erişim Tarihi: 22.05.2019.
- Wordpress. *Henri de Toulouse-Lautrec.*, *Moulin Rouge*, 1891
<https://rossartgroup.wordpress.com/2010/07/22/moulin-rouge/> Erişim Tarihi: 22.05.2019.
- Wordpress. Panzani Advert. <https://gemmadesigndiss11.wordpress.com/research-findings/panzani-advert/> Erişim Tarihi: 29.05.2019.
- Wikipedia. Formula 1. https://tr.wikipedia.org/wiki/Formula_1 Erişim Tarihi: 12.06.2019.
- Youtube. United Colors of Benetton. 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=ZR8Q4uR01wg> Erişim Tarihi: 26.05.2019.
- Ziss, A. (2016). *Estetik*. İstanbul: Hayalperest Yay.

ÖZGEÇMİŞ

Kaan Alp Uludere 03.11.1992 tarihinde Adana'nın Seyhan ilçesinde dünyaya gelmiştir. İlk, orta ve lise eğitimini Adana'da tamamlamıştır. 2011 yılında girdiği Adana Çukurova Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik bölümünü, 2016 yılında bölüm üçüncülüğü ve onur belgesi olarak tamamlamıştır. 2016 Eylül ayında Yalova Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İletişim Sanatları Tezli Yüksek Lisans programını kazanmıştır. Yüksek Lisans eğitimi devam ederken İzmir' de bir reklam ajansında Sanat Yönetmeni olarak mesleki kariyerini sürdürmüştür. Reklamcılık dışında sanat, bilim, teknoloji, sinema, müzik gibi alanlara ilgi duymaktadır.

