



T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



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

MICHAEL HANEKE FİLM AFİŞLERİNİN BİÇİM VE İÇERİK
OLARAK İNCELENMESİ

ŞENAY TÜFEKÇİ

İzmir
2022

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

MICHAEL HANEKE FİLM AFİŞLERİNİN BİÇİM VE İÇERİK
OLARAK İNCELENMESİ

Şenay TÜFEKÇİ

Danışman
Doç. Dr. Çınla ŞEKER

İzmir
2022

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

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

06/07/2022

Şenay TÜFEKÇİ

Tarih: 03/08/2022

Tez Başlığı:

Michael Haneke Film Afişlerinin Biçim ve İçerik Olarak İncelenmesi

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam **148** sayfalık kısmına ilişkin, **03/08/2022** tarihinde **tez danışmanım tarafından** Dokuz Eylül Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın sağladığı İntihal Tespit Programından (**Turnitin-Tez İntihal Analiz Programı**) aşağıda belirtilen **filtreleme tiplerinden biri** (uygun olanı işaretleyiniz) uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin **benzerlik oranı % 3'dir**.

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

Filtreleme Tipi 1(Maksimum %15) x

Filtreleme Tipi 2(Maksimum %30) □

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

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

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Adı Soyadı : Şenay TÜFEKÇİ
Öğrenci No : 2020950127
Anabilim Dalı : Güzel Sanatlar Eğitimi
Programı : Resim-İş Öğretmenliği
Statüsü : Yüksek Lisans x ☐ Doktora □

ÖĞRENCİ

DANIŞMAN

Şenay TÜFEKÇİ
03/08/2022

Doç. Dr. Çınla ŞEKER
03/08/2022

Açıklamalar

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

Kullanıcı şifre vb. konusunda sorun yaşanması durumunda Üniversitemiz Merkez Kütüphanesinde bulunan Turnitin yetkilisine (Ali Taş Tel: +90 312 255 11 11) veya turnitin@deu.edu.tr başvurunuz.

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

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

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

TEŞEKKÜR

Tez yazım sürecinde değerli bilgi ve yorumları ile rehberlik eden, destek ve anlayışını esirgemeyen kıymetli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Çınla ŞEKER'e, lisansüstü eğitim sürecinde bilgi ve deneyimlerini paylaşan hocalarıma, sabır ve ilgileri ile her an yanımda olan sevgili annem ve kardeşime, her durum ve koşulda destek ve ilgilerini esirgemeyen Güler ÇİFTÇİ ve Zeki ÇİFTÇİ'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.



Şenay TÜFEKÇİ

İÇİNDEKİLER

ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
BÖLÜM I.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Amaç ve Önem.....	1
1.3. Problem Cümlesi / Alt Problem Cümleleri	1
1.4. Sınırlılıklar (Opsiyonel).....	2
1.5. Varsayımlar	2
1.6. Tanımlar.....	2
BÖLÜM II	4
İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	4
2.1. Görsel İletişim	4
2.2. Grafik İletişim.....	5
2.3. Grafik Tasarım.....	7
2.3.1. Grafik Tasarımın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	8
2.3.2. Grafik Tasarımda İmge	16
2.3.3. Grafik Tasarımda Tipografi	18
2.4. Temel Tasarım.....	20
2.4.1. Temel Tasarım Elemanları	21
2.4.1.1. Nokta.....	21
2.4.1.2. Çizgi.....	21
2.4.1.3. Doku.....	22
2.4.1.4. Renk	22
2.4.1.5. Ton	23
2.4.1.6. Biçim.....	24
2.4.2. Temel Tasarım İlkeleri	24
2.4.2.1. Denge	24
2.4.2.2. Birlik Bütünlük	26
2.4.2.3. Hiyerarşi.....	26

2.4.2.4. Oran Orantı	27
2.4.2.5. Uyum	28
2.4.2.6. Zıtlık.....	28
2.4.2.7. Baskınlık (Vurgu)	28
2.5. Afiş Tanımı ve Türleri	29
2.5.1. Afişin Tarihçesi	33
2.5.2. Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri	58
2.5.2.1. Mesaj.....	58
2.5.2.2. Mesaj-İmge Bütünlüğü	58
2.5.2.3. Hiyerarşi.....	59
2.5.2.4. Fark Edilirlik.....	59
2.5.2.5. Yazı Karakteri Tercihi	59
2.5.2.6. Renk Tercihi.....	60
2.5.3. Afiş Tasarımında Uygulanan Teknikler	60
2.5.3.1. Tipografi Tekniği	60
2.5.3.2. İllüstrasyon Tekniği	62
2.5.3.3. Fotoğraf Tekniği	63
2.5.3.4. Karışık Teknik	64
2.6. Sinema	65
2.6.1. Sinema Filmi Afişleri	66
BÖLÜM III	69
YÖNTEM	69
3.1. Araştırmanın Modeli.....	69
3.2. Evren / Örneklem.....	69
3.3. Veri Toplama Süreci ve Araçları.....	69
3.4. Verilerin Analizi	69
BÖLÜM IV	70
BULGULAR.....	70
4.1. Michael Haneke Biyografisi	70
4.2. Michael Haneke Film Afişlerinin Biçim ve İçerik Olarak İncelenmesi	71
4.2.1. Der Siebente Kontinent	71
4.2.2. Benny's Video.....	75

4.2.3. 71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls	79
4.2.4. Funny Games (1997).....	83
4.2.5. Funny Games (2007).....	87
4.2.6. Code Inconnu	90
4.2.7. La Pianiste	94
4.2.8. Le Temps du Loup	98
4.2.9. Caché.....	103
4.2.10. Das Weisse Band.....	107
4.2.11. Amour	112
4.2.12. Happy End.....	116
BÖLÜM V	121
TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	121
5.1. Tartışma.....	121
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	122
KAYNAKÇA.....	126
EK 1.....	135

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Altamira Mağarası, İspanya	5
Şekil 2. Harf döküm sistemi	11
Şekil 3. Jules Chéret. Camille Stéfani, 1896.	13
Şekil 4. Henri de Toulouse-Lautrec. Divan Japonais, 1892-93.....	14
Şekil 5. Sony Markasına Ait Reklam Afişi.	31
Şekil 6. Cannes Film Festivali Afişi, 2014.	32
Şekil 7. Farkındalık Oluşturma Amaçlı Afiş Tasarımı.	32
Şekil 8. Eugène Grasset. Salon des Cent, 1894.....	34
Şekil 9. Théophile Alexandre Steinlen. Chat Noir, 1896.	35
Şekil 10. Alphonse Mucha. Job, 1896.....	36
Şekil 11. Jules Chéret. Le Biche au Bois, 1866.	36
Şekil 12. Jules Chéret. Orphée aux Enfers, 1858.	37
Şekil 13. The Beggarstaff's. Rowntree's Elect Cocoa, 1896.	38
Şekil 14. Dudley Hardy. A Gaiety Girl, 1893.	39
Şekil 15. Pierre Bonnard. France-Champagne, 1891.	42
Şekil 16. Henri de Toulouse-Lautrec. Moulin Rouge: La Goulue, 1891.	43
Şekil 17. Will Bradley. The Chap Book, 1895.....	43
Şekil 18. O'Galop. Nunc est Bibendum, 1898.	44
Şekil 19. Henry Clemens van de Velde. Tropon, 1897.	45
Şekil 20. Lucian Bernhard. Priester, 1906.....	46
Şekil 21. Ludwig Hohlwein. Hermann Scherrer, 1907.	47
Şekil 22. Julius Klinger. Kronleuchter-Fabrik Möhring, 1909.	47
Şekil 23. Peter Behrens. A.E.G. Metallfadenlampe, 1907.	48
Şekil 24. Lucian Bernhard. Kriegsanleihe, Das ist der Weg zum Frieden, 1915.	49
Şekil 25. El Lissitzky. Beat the Whites with the Red Wedge, 1919.	50
Şekil 26. Joost Schmidt. Staatliches Bauhaus Ausstellung, 1923.	51
Şekil 27. László Moholy-Nagy. Pneumatik, 1924.....	52
Şekil 28. Jan Tschichold. Die Frau Ohne Namen, 1927.....	53
Şekil 29. Adolphe Mouron Cassandre. Étoile du Nord, 1927.	54

Şekil 30. Lester Beall. Rural Electrification-Radio, 1937.....	55
Şekil 31. Saul Bass. Anatomy of a Murder Film Afişi, 1959.....	56
Şekil 32. Henryk Tomaszewski. Historia, 1983.	57
Şekil 33. Milton Glaser. Dylan, 1966.....	57
Şekil 34. Tipografi tekniği kullanılarak hazırlanmış “The Shining” filmi afişi	61
Şekil 35. İllüstrasyon tekniği kullanılarak hazırlanmış “Metropolis” filmi afişi	63
Şekil 36. Fotoğraf tekniği kullanılarak hazırlanmış “Midsommar” filmi afişi.....	64
Şekil 37. Saul Bass. “Seconds” Film Afiş Tasarımı, 1980.....	67
Şekil 38. “Der Siebente Kontinent” Film Afişi. 1989.....	72
Şekil 39. “Benny's Video” Film Afişi. 1992.	77
Şekil 40. “71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” Film Afişi. 1994.	81
Şekil 41. “Funny Games” Film Afişi. 1997.....	84
Şekil 42. “Funny Games” Film Afişi. 2007.....	87
Şekil 43. “Code Inconnu” Film Afişi. 2000.	91
Şekil 44. "La Pianiste" Film Afişi. 2001.	95
Şekil 46. “Le Temps du Loup” Film Afişi. 2002.	100
Şekil 47. “Caché” Film Afişi. 2005.....	104
Şekil 48. “Das Weisse Band” Film Afişi. 2009.....	108
Şekil 49. “Amour” Film Afişi. 2012.....	113
Şekil 50. “Happy End” Film Afişi. 2017.....	118

ÖZET

MICHAEL HANEKE FİLM AFİŞLERİNİN BİÇİM VE İÇERİK OLARAK İNCELENMESİ

Grafik tasarımın bir ürünü olan afişler, her bireyin erişimine sunulmuş alanlarda sergilenmek üzere sözcüklerin ve resimli materyallerin birleşimi olarak geliştirilmektedir. Belirli bir bilgiyi, kavramı ya da mesajı aktarmak için tasarlandığı düşünüldüğünde afiş sanatı, kasıtlı bir sanat olarak nitelendirilebilir. Mesaj veya bilgi iletimi sağlaması sebebiyle bir tür iletişim aracı işlevine dönüşen afişin, izleyici ile etkileşim halinde olması sanatsal yönüne ağırlık verilmesi durumunu anlamlı hale getirmektedir. Bir bakışta anlaşılabilir, izleyiciye duyuru veya reklam iletebilir yeterlilikte tasarlanarak üretim-tüketim konularının yanı sıra, içeriğinde sosyal, siyasal ve kültürel temalar da barındırabilen afişler, kişilerin bilinçaltına birtakım mesajlar yerleştirme konusunda elverişli araçlardır. Kişisel ve kolektif tarihin kapsamında olan kültürel olguların kayıt altına alınmasını sağlayan film afişleri, kültürel afişler dahilinde incelenmektedir.

Film afişleri, filme dair bilgilere görsel olarak erişilmesini sağlayarak zaman ve mekân bağlamında hatırlatma yaparken filmleri tarihsel, estetik ve kültürel bir çerçeveye yerleştirmeye olanak tanımaktadır. Film afişleri, ortaya çıktıkları dönemin sanat anlayışını yansıtırken değişken anlamlar da barındırması ile dikkat gerektiren kültürel eserlerdir. Michael Haneke'nin yönetmenliğini yaptığı sinema filmlerinin afişlerine ait tipografik ve görsel unsurlar arasındaki uyumu temel tasarım ilke ve elemanları doğrultusunda inceleyen bir nitel araştırma yapılmıştır. Haneke'nin sinema filmlerine ait olan afiş tasarımlarına ilişkin tipografik ve görsel düzenlemelerin birbiriyle ve filmin konusu, anlatım biçimi ve atmosferiyle biçim ve içerik yönünden uyum içinde olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Michael Haneke, Afiş Tasarımı, Film Afişleri, Grafik Tasarım, Tipografi, İmge.

ABSTRACT

THE FORMAL AND CONTEXTUAL ANALYSIS OF MICHAEL HANEKE MOVIE POSTERS

Banners, a product of graphic design, are developed as a combination of words and illustrated materials to be displayed in spaces accessible to each individual. When it is thought that it is designed to convey a certain information, concept or message, poster art can be described as an intentional art. The fact that the poster, which has turned into a kind of communication tool function because it provides message or information transmission, interacts with the audience makes it meaningful to focus on its artistic aspect. Posters, which can be understood at a glance, can convey announcements or advertisements to the audience and contain social, political and cultural themes as well as production-consumption issues, are convenient tools for placing certain messages in people's subconscious. Movie posters, which enable the recording of cultural phenomena within the scope of personal and collective history, are examined within the scope of cultural posters.

Movie posters provide visual access to information about the movie, while reminding them in the context of time and space, they allow to place movies in a historical, aesthetic and cultural framework. Movie posters are cultural artifacts that require attention as they reflect the understanding of art of the period in which they emerged, and also contain variable meanings. A qualitative research has been conducted that examines the harmony between typographic and visual elements of the posters of motion pictures directed by Michael Haneke in line with the basic design principles and elements. It has been seen that the typographic and visual arrangements of the poster designs of Haneke's movies are in harmony with each other and with the subject, expression style and atmosphere of the film in terms of form and content.

Keywords: Michael Haneke, Poster Design, Movie Posters, Graphic Design, Typography, Image.

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Afiş, bir bilgi veya mesajın iletimi ya da belirli bir ürünün tanıtımı amacıyla halka açık alanlar için tasarlanmaktadır. Afişler; geniş bir etki alanına ve etkin bir iletişim potansiyeline sahip olan ve izleyicilere görsel bir deneyim sunan grafik tasarım ürünleridir. Görsel ve tipografik unsurların birleşimi ile ilgi çekici bir odak merkezi konumunda olan afişlerin, tanıtım ile kurduğu ilişki bakımından ticari amacının yanı sıra sanatsal yönü de zaman içinde ortaya çıkarak etkin hale gelmiştir.

Tasarım yüzeyinde ikon, metafor ya da film anlatısının özünü aktaran bir sahnenin ele alınmasıyla, temel tasarım teknikleri uygulanması dahilinde “biçim”, anlamsal bakımdan incelenerek “içerik” bağlamında sinema filmi ile ilişki kuran film afişleri, kültürel afiş kapsamında değerlendirilen grafik tasarım disiplindir.

Bu çalışmada, Michael Haneke filmi afişlerindeki tipografik ve görsel unsurlar arasındaki ilişki incelenerek, afiş tasarımları biçim ve içerik yönünden değerlendirilecektir.

1.2. Amaç ve Önem

Bu çalışmanın amacı; yönetmen ve senarist Michael Haneke’nin sinema filmlerine ait afiş tasarımlarının biçim ve içerik yönünden incelenmesidir. Anlatı, tema ve konu bakımından değerlendirilen sinema filmleri ile görsel ve tipografik unsurların temel tasarım ilkelerine göre biçim ve içerik bakımından incelendiği sinema filmi afişleri arasında etkili bir bağlantı kurulduğu görülmektedir. Yönetmen ve yönetmene ait sinema filmleri hakkında yazılmış olan yayınlar değerlendirilerek, yönetmenin bakış açısını yansıttığı filmlerinin, biçim ve imgeler yoluyla afiş tasarımlarında karşılık bulduğu ifadeyi vurgulamak amaçlanmıştır.

1.3. Problem Cümlesi / Alt Problem Cümleleri

Michael Haneke’nin yönettiği sinema filmlerinin afişleri, temel tasarım ilke ve elemanları göz önüne alınarak tasarımda yer alan görsel ve tipografik düzenlemeler incelendiğinde biçim ve içerik yönünden nasıl bir anlatım sağlamaktadır?

Afiş nedir?

Afişin tarihsel gelişimi nasıldır?

Grafik iletişim ve tasarım nedir?

Temel tasarım ilke ve elemanları nelerdir?

Tipografi ve imge nedir?

Sinema ve sinema filmi afişi nedir?

Michael Haneke'ye ait filmlerin afişlerindeki tipografik ve görsel tasarım ilke ve elemanlarının biçim ve içerik yönünden kullanımı nasıldır?

1.4. Sınırlılıklar

Araştırma, sinema afişi tasarımlarında görsel ve tipografik elemanların biçim ve içerik bakımından değerlendirilmesiyle sınırlıdır.

Araştırma; kullanılan yerli ve yabancı kitap, tez, makale, dijital kaynaklar ve ilgili literatür ile sınırlıdır.

1.5. Varsayımlar

Bu araştırmada literatür taranarak elde edilen bilgilerin doğru olduğu varsayılmıştır. Araştırmada kullanılan verilerin tamamı, konu ile ilgili yayınlanan yerli ve yabancı kaynaklar ve görseller incelenerek, bu kaynaklar arasında güvenilir, geçerli ve tutarlı olanları değerlendirilmiştir.

1.6. Tanımlar

Auteur: Yönetmenin aynı zamanda filmin yazarı olarak yaratıcılığını, film üzerindeki kontrolünü ve ayırt edici yaklaşımını tanımlayan kavramdır.

Biçim: Grafik tasarımda bütünlüğü geliştirecek ilkelere göre tüm unsurların genel görünümü, organizasyonu veya yaratıcı bir şekilde düzenlenmesi; kompozisyon. Tasarımın biçimi, yapısal bir dışavurum yoludur.

Font: Sayfa üzerinde her birinin ağırlığı ve stili birbirinden farklı olan belli bir yazı karakteri (Garfield, 2021, s. 39).

Jugendstil: Art Nouveau'nun bir başka formu olan, 19. yüzyılda Alman sanatının bir hareketini ifade eden terimdir.

Kromolitografi: 19. yüzyılda ortaya çıkan renkli taşbaskı.

Sans Serif: Harf formuna ait yapısal uzantıların bulunmaması durumudur. Sans, 'yok' anlamına gelen Fransızca bir kelimedir (Bosler, 2012, s. 11).

Serif: Bir harf formunun ana gövdesinden çıkan yapısal uzantı.

Tipografi: Dili sistematik olarak görselleştirirken harflerin ve kelimelerin diğer görsel unsurlarla birlikte düzenlenmesine, iletilecek olanın (içerik) taleplerinin gerektirdiği kadar yeniden birleştirilmesine ve çoğaltılmasına izin veren yazı tasarım tekniğidir (Harkins, 2010, s. 14).



BÖLÜM II

İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Görsel İletişim

Görsel sanat konusunda günümüze ulaşan en eski veriler, insanın görsel algısının ve bunu aktarma becerisinin de en eski izlerinden olan İspanya ve Güney Fransa'da mağara duvarları ve kayaların yüzeyinde keşfedilen resimlerdir. Başlangıçta, Buzul Çağı insanlarınca yapılmış olduğuna Arkeologlar tarafından inanılmasa da bizon, mamut ve ren geyiği resimlerinin, onları avlayan ve çok iyi tanıyan kimseler tarafından resmedildiği ya da kazındığı düşüncesini, bölgede bulunan kemik ve taştan elde edilmiş kaba araçların varlığı kesinleştirmiştir (Gombrich, 2016, s. 39). Erken Paleolitik'ten Neolitik döneme (MÖ 35.000-4000) kadar, erken Afrikalılar ve Avrupalılar, Lascaux (Güney Fransa) ve Altamira (İspanya) mağaralarının duvarları ve kayalar yüzeyine yapılan resimlerde siyah, kömürden; açık sarılardan kırmızı-kahverengilere kadar bir dizi sıcak ton, kırmızı ve sarı demir oksitlerden elde edilmiştir.

Tarih öncesi insanların sığınağı olarak kullanılan eski yeraltı su kanallarının duvarlarına çizilen ve boyanan, hayatta kalmak için faydacı ve törensel amaçlar ile yapılan bu ilk resimler, bilinen anlamda sanatın başlangıcı olmaktan ziyade, görsel iletişimin doğuşu olarak nitelendirilmiştir. Bu hayvan resimlerinin bazılarının yanlarında mızrağa ait gibi görünen izlerin varlığı, bunların hayvanlar üzerinde güç kazanmak ve avda başarı elde etmek için tasarlanmış büyülü ayinlerde kullanılması dolayısıyla işlevsellik bağlamında değerlendirmek konusunda önemli bir kanıt sunmaktadır (Meggs ve Purvis, 2011, s. 7).

Arkeologlar, toplumbilimciler ve davranışbilimciler tarafından yaklaşık olarak MÖ 15.000'e tarihlenen mağara resimleri araştırıldığında resimlerin yapılma nedenleri ve ortaya çıkışına dair kesin bilgilere ulaşılamamış olsa da Lascaux Mağarası'ndaki görsel imgelerde olağan çizimlerin ötesinde başarılı bir sadeleştirme ve stilizasyon gözlemlenmiştir. Hayvan figürlerinin en basit algı biçimiyle betimlendiği, formun siluet biçiminde çizgisel bir dil kullanılarak yüzey üzerine aktarıldığı görülmüştür. Soyut elemanların, leke ve tonlamaların da kullanıldığı bu görsel imgeler, insanlığın imaj ile doğrudan iletişiminin kanıtı olarak değerlendirilirken, ulaşılabilen en eski belgeler olma özelliğini taşımaktadır (Uçar, 2019, s. 20).



Şekil 1. Altamira Mağarası, İspanya

Afrika'dan Kuzey Amerika'ya ve Yeni Zelanda Adaları'na kadar dünyanın her yerinde, tarih öncesi insanlar petroglif adı verilen kaya üzerine oyularak veya çizilerek elde edilen işaret ya da basit figürlerden oluşan görüntüler bırakmıştır. Petrogliflerin çoğu resim yazılar olmakla birlikte, bazıları fikir veya kavramları temsil eden ideograflar veya semboller olduğu düşünülmektedir (Meggs ve Purvis, 2011, s. 7). Homo erectus'un ve erken Homo sapiens'in tüm yazıların dayanağı durumundaki grafik işaretlerini düşüncelerle ilişkilendirme, yani simgeleştirme yeteneği konusunda temel kapasiteye sahip olması mümkün görünmektedir. Sembollerin doğrudan kullanıldığı bir anlatım yolunu seçmesi, sözü geçen her iki türün günümüz insanı ile anatomik olarak benzerliğini gösterirken, iletişimsel bakımdan da bir noktada birleşmesini sağlamaktadır (Poe, 2011, s. 63).

İnsanın zihinsel ve fiziksel becerisini eşgüdüm içinde kullanabilme düzeyi ile ilgili bilgi sunan kaynaklardan biri olan mağara duvarlarında bulunan resimler, aynı zamanda görsel iletişim alanına da temel oluşturmaktadır.

2.2. Grafik İletişim

Fransız dilinde 14. yüzyıldan, İngiliz dilinde 15. yüzyıldan itibaren bilinen “iletişim” (communication) sözcüğü semantik bakımından katılmak ve paylaşmak olarak birbirini tamamlayıcı iki kavram arasında gelişmektedir. Kökeni Latince “communicare” olan sözcük, katılmak ifadesi “communier” (fiziksel anlamda da katılmak) algısıyla bağdaştırılırken, paylaşım düşüncesi bireyler arası ya da toplulukla kurulan ilişki tekniklerinin (telefon, basın) gelişimiyle aktarım sağlama düşüncesi yararına giderek silinmektedir (Maigret, 2011, s. 40).

İletişim; bulundukları ortamda nesne, olay ya da olgulara ilişkin bilgileri birbirine aktaran, aynı olgu, olay ya da durumlar karşısında kaynağını benzer yaşam deneyimlerinden alan, benzer duygu ve düşünceleri taşıyarak bunları ifade eden insanların oluşturduğu topluluk içinde duygu, düşünce, yargı ve tutumların karşılıklı olarak bildirilmesidir. Türkçe karşılığı iletişim olan “communication” sözcüğünün kökeni, Latince’de birbiri ile benzerlik kuranlardan oluşan, kolektif anlamına gelen “communis” sözcüğüdür (Oskay, 2020, s. 23). İletişim, herkesin tanıdığı ancak çok azının tatmin edici bir şekilde tanımladığı insan aktivitelerinden biridir. İletişim; insanların birbiriyle konuşması, bilgi yayması, saç biçimi ya da edebi eleştiridir: Listeye sonsuz sayıda ekleme yapmak mümkündür. Araştırılmaya elverişli bir yapısı bulunan iletişim olgusu, kapsamlı bir araştırma söz konusu olduğunda bir dizi disipliner yaklaşıma gereksinim duymaktadır. İletişimin içeriğinde anlamlandırma yapıları olarak tanımlanan “işaretler”; işaretlerin düzenlendiği ve birbirleri ile ilişkilendirilme durumunu belirleyerek aralarında bağlantı sağlayan sistemler olarak tanımlanan “kodlar” bulunmaktadır. İşaret ve kodların başkalarına iletilmesi veya erişilebilir kılınması sosyal ilişkilerin pratiği olarak varsayılmaktadır (Fiske, 2014, s. 71).

Görsel kültüre dahil olan sembol ve işaretler, bir kültürü var eden ve kültürün algılanabilmesine imkân tanıyan olgulardan en yaygın ve erişilebilir durumda bulunanlar içinde değerlendirilmektedir. Kültürler; görünür olmak için birtakım göstergeler ve araçlar yoluyla, inanç ve değerlerini ortaya koyarken diğer kültürlerden de farklılaşarak kendini temsil edebilir hale dönüşmektedir (Barnard, 2010, s. 138).

Grafik kavramında görsel bir algılama söz konusudur. İletişim; kişiler arasındaki duygu, düşünce, bilgi ve haber aktarımı anlamına gelmektedir. Bu durumda, grafik iletişim kavramı görsel bakımdan algılanan bilgilerin alışverişi olarak tanımlanırken yazılar, resimler ve fotoğraflar başlıca grafik iletişim araçlarındandır.

Günlük hayatta gerçekleştirilen eylemler çevre ile iletişim halinde olmayı da beraberinde getirmektedir. Bu bilgi aktarımına dayanan iletişim sisteminin varlığı, insanı diğer canlılardan ayıran özelliklerden biridir. İletişim yöntemleri arasında ilk aklımıza gelen sözlü iletişim olsa da yanlış anlaşılmalara yol açması ya da görüş ve düşüncelerin kolay unutulma durumu gibi kendi içinde bazı sınırlılıklar barındırması göz ardı edilemez. Bir düşünce, kavram ya da verilmek istenen mesaj, grafik imgeler desteğiyle kaydedilerek değerli ve kalıcı bir konuma sahip olabilmektedir (Becer, 2019, s. 28).

2.3. Grafik Tasarım

“Grafik” kelimesi, eski Yunanca'da “işaretleme” anlamına gelen ve yazılı ve çizilmiş işaretleri kapsayan “grafein” kelimesinden türemiştir. “Tasarım” kelimesi İngilizce'ye Rönesans Fransızcasına ait olan “dessiner” kelimesinden ve daha sonra çizim, planlama, eskiz ve tasarım anlamına gelen İtalyanca “disegno” kelimesinden girmiştir. Kök, “işaret” anlamına gelen Latince “signum”dur. Açıkça “grafik” ve “tasarım” arasında bir miktar örtüşmenin varlığından söz edilebilmektedir. “Tasarım” tanımında bir miktar tekrar veya içeriğinde bulunan önermelerden bağımsız olarak her zaman kendini doğrulayan bir biçim de vardır. Grafik tasarımın yalnızca marka oluşturmada daha fazlasını içerdiğine dair kanıtlar bulunmaktadır; “planlama” ve “tasarlama”nın varlığı, düşünce ve yansımanın yazılı ve çizili işaretler üretme sürecine zaten dahil olduğu anlaşılmaktadır. Bu tanımlar, grafik tasarım olarak adlandırılabilir çok geniş bir etkinlik yelpazesi meydana getirmektedir (Barnard, 2005, s. 10).

1950’li yıllardan itibaren kullanılmaya başlanmış olan grafik tasarım terimi; sanat araştırma ve yönetimi, tipografi, enformasyon teknolojileri ve çok sayıda yaratıcı disiplini kapsayan matbaacılık ve yayıncılık endüstrisinde meydana gelen gelişmeler sonucu ortaya çıkan bir görsel sanat disiplini (Ambrose ve Harris, 2017, s. 24). Bir fikri iletmek amacıyla; işaretler, tasarlama veya tercih etme ve bunları bir yüzey üzerinde belirli bir kompozisyon haline getirme işi olan (Hollis, 1994, s. 7) grafik tasarım, daha geniş kitleleri kapsayacak şekilde fikir ve bilgi aktarımı sağlamak için fark edirlilik düzeyi yüksek imgeler üretmesinin yanında birçok kaynaktan beslenen disiplinlerarası bir süreçtir. Bu süreç içerisinde, yeni teknolojileri de bünyesine katarak ivme kazanırken daha çok sayıda kişiye ulaşarak gelişmiş ve evrimleşmiştir. Yaratıcı düşüncenin ön planında yer alan tasarım disiplini geniş entelektüel araç yelpazesinden yararlanarak görsel medya aracılığıyla etkin iletişim oluşturma kuramını geliştirmiştir.

Tasarım konusunda dünya görüşünü etkileyen alanlara yönelik cevaplar üretebilen Modernizm, Postmodernizm ve Yapısöküm gibi akımlar grafik tasarımın gelişimini ve dönüşümünü biçimlendirerek, farklı yaratıcı ve gelişim odaklı olanaklara kapı aralamakta ve tasarım uğraşlarına yönelik araçları var etmektedir. Bu durumda, tasarımcıların kişisel ifadesini ön planda tutan grafik tasarım, ortaya konan ürünleri etkileyen ve toplumun önemli bir kısmını kapsayan entelektüel ve estetik yönelimlere bağlı bulunmaktadır (Ambrose ve Harris, 2017, s. 24).

Bir mesajı iletmek veya bir izleyici için bir deneyim yaratmak amacıyla; görsel materyali, metni ve diğer unsurları birleştirme süreci olan grafik tasarım, tasarımcının kişisel vizyonunu ortaya koyarken, daha kontrollü bir ortamda görsel malzeme üretmektedir. Güçlü görsellerin ve özlü mesajların birleşimi ile ortaya çıkan akılcı ve düşündürücü bir grafik tasarım sayesinde, karmaşık fikirler basit ve etkili bir şekilde izleyiciye iletilir. Karmaşık olguları anlamayı ve kullanmayı kolaylaştıran, etkili iletişim yoluyla toplumu geliştirme yöntemi olarak hizmet eden grafik tasarım, bireyleri ikna eder, bilgilendirir ve etkiler; bir şeyin nasıl yönlendirileceği veya bir araya getirileceği konusunda talimat verir (Hembree, 2011, s. 11). İletişim veya görsel iletişim tasarımı olarak da tanımlanabilen grafik tasarım, uygulayıcıların hedef kitleye bir mesaj ifade etmeye, kullanıcıya içerik sunmaya veya kullanıcıyla etkileşim kurmaya odaklandığı, profesyonel müşteri tabanlı bir faaliyet şeklinde de açıklanabilmektedir (Sherin, 2017, s. 10).

Grafik tasarım, formu manipüle etmeye odaklanır. Bu durum, iyi görünmesi ve insanların ne gördüklerine odaklanmak yanında görmenin ne anlama geldiğini anlamalarına yardımcı olacak şekilde bakabilmeleri için çözümler üretme ve düzenleme meselesi düzeyinde değerlendirilmektedir.

Şekiller, çizgiler, dokular, kelimeler ve resimleri içine alan bütünsel bir olgu durumunda bulunan “form”, soyutluğunun ya da görünüşte basitliğinin derecesi fark etmeksizin bir anlam içermesi bakımından mümkün olduğunca eksiksiz tasarlanması gerekmektedir. Her form bir mesaj olarak algılanmaktadır. Bu durumda doğru mesajı iletmek için form seçimi oldukça önem taşımaktadır. Üç boyutluluğu tanımlayan form terimi, çoğunlukla iki boyutlu yüzeye sahip olanlar için de geçerlidir. Bu yüzey; kartvizit, poster, web sayfası, broşür, bir ambalaj tasarımı veya bir mağazanın vitrini olabilir. Yüzey ne olursa olsun, iki boyutlu bir alan halinden, form ile birlikte, görünüşte belirgin bir üç boyutlu uzay haline dönüşmektedir (Samara, 2014, s. 28).

2.3.1. Grafik Tasarımın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Binlerce yıl önce yazının icadıyla başlayan grafik tasarım zaman içinde artık doğal kabul ettiğimiz bazı tekniklerin geliştirilmesi ile günümüzdeki durumuna ulaşmıştır. Yazılı bir dilin yaratılması, metinleri ve resimleri birleştirmeye olanak sağlamıştır. Kayıt tutma ihtiyacının artması ile bilinçli olarak bir sistem arayışına giren Sümerler, MÖ 3000 civarında yazılı dili icat ederek medeniyetlerin gelişimine büyük ölçüde katkı sağlamıştır. Yazı dilinin

icat edilmesi ile bilgilerin kalıcı hale ulaşması devletin düzen ve istikrarının sürekliliği bakımından da önem taşımaktadır.

Süreç içerisinde Sümer yazısının grafik biçimi değişirken, bilgiyi kaydetme yeteneği de gelişmiştir. Resim-semboller ilk aşamada canlı ve cansız nesneleri ifade ederken, işaretler ideograflar haline dönüşerek soyut fikirleri temsil etmeye başlamıştır. Karmaşık yapısı sebebiyle erken dönem yazı sistemleri konusu, ustalaşmanın zor olduğu bir alan durumundayken yazı diline zaman içinde büyüme ve törensel nitelikler de atfedilmiştir (Meggs ve Purvis, 2012, s. 9).

Mısırlılar, hiyeroglif adı verilen her sembolün, bir ögenin temsili olduğu resimli yazı sistemlerini kullanmışlardır. Bilinen en eski hiyeroglifler yaklaşık MÖ 3100'e tarihlenmektedir. Görsel sembollerin Mısırlılardan geldiği bilinmektedir. El yazmaları için kâğıt benzeri bir alt tabaka olan papirüsün geliştirilmesi, Mısırlıların görsel iletişimde önemli bir adım sayılmaktadır. Mısırlılar kraliyet bildirilerinden günlük muhasebeye kadar her şey için papirüs bitkisinden elde ederek kullandıkları yüzeyler ile yazma konusunda önemli bir ilerleme kaydetmişlerdir. Sümer ve Mısır toplumunda yazıcılık mesleği ile ilgilenen kişilere büyük saygı duyulurken, başta vergiden muafiyet olmak üzere birçok ayrıcalık tanınmıştır. Yazıcı olarak seçilen ve ciddi bir eğitimden geçen gençler, toplumdaki önemli pozisyonların ayrıldığı seçkin bir azınlığı oluşturmuştur (Meggs ve Purvis, 2012, s. 16).

Çin'de dönemin hanedan kayıtları, grafik iletişimin vazgeçilmez bir malzemesi olan kâğıdın icadını, MS 105'te Ts'ai Lun'a atfetmektedir. Yazım ve çizimi olanaklı kılan tüm malzemeler kaligrafi sanatçıları ve ressamlar tarafından özgür bir şekilde kullanılması ve görsel anlatıya dayalı olanakların çoğalması ile tarihsel olayların kayıt altına alınarak belgelenmesi kolaylaşmıştır. İnsanlık tarihinde büyük bir atılım olan baskı tekniği de Çinliler tarafından icat edilmiştir. Çin'e ait geleneksel sanatlar arasında değerlendirilen mühür oymacılığı, baskı teknikleri buluşuna zemin hazırlamıştır. Dönemin entelektüel seviyesi yüksek çevreleri tarafından mühür, bir güven simgesi olarak görülmüştür. Erken dönemlerde mühürlere alçak rölyef uygulanarak oyulan imgeler, baskı işlemi sonucunda yüzeyde negatif halde belirmiştir. MS 500 yılından itibaren mühürler, imge izlerinin pozitifinde elde edilecek şekilde yüksek rölyef olarak oyulmaya başlanmıştır. Mühürlerin yüzeyinde bulunan imgelerdeki bu değişim, bir kalıpla uygulanan baskı teknikleri açısından kayda değer bir aşama olarak kabul edilmektedir (Becer, 2019, s. 89).

Rönesans dönemi ile Avrupa’da büyük değişimler meydana gelmiştir. Kâğıdın mevcudiyeti ile; Almanya, Hollanda, Fransa ve İtalya’da kabartma baskı ve kitaplara talep artarken grafik tasarım da bu dönemde değişimlerden etkilenen alanlardan biri olmuştur. Geç Roma İmparatorluğu’ndan 1400’lü yılların ortalarına kadar, hayvan derilerinin işlenmesiyle oluşturulan parşömen üzerine süslenmiş ve resimlenmiş halde, dönemde oldukça rağbet gören el yazısı kitaplar üretilmiştir (Meggs ve Purvis, 2016, s. 269).

Çinliler tarafından el ile dizilen harfler yüzyıllardır bilinirken, baskı makinesi de daha önceki dönemlerden beri tanınmaktadır. Kullandıkları yöntem ve sonuçları yeterince sağlıklı görülmesi de baskının ilk örnekleri Çinliler tarafından verilmiştir (Jean, 2006, s. 95). Bu gelişmelerden bağımsız olarak Almanya’da, 14. yüzyılda tahta levha baskısı icat edilmiştir. Rölyef baskı ve hareketli tip kavramı bir süredir bilinmesine rağmen, yazı yazmak için gerekli metal işleme ve gravür becerilerini geliştirmiş olan Almanya’nın Mainz kentinde yaşayan zengin bir soylunun oğlu olan Johannes Gutenberg, 14. yüzyılın sonlarında bir tipografi kitabı basmak için gerekli olan tüm karmaşık sistemleri ilk kez bir araya getirmiştir. Baskıyı mekanikleştiren ilk kişi olan Gutenberg’den önce yapılan baskı işlemleri, kâğıdın arka yüzünün tahtaya sürtülmesi ile elde edilmiştir. Rönesans’ın entelektüel gelişim talebini karşılayabilecek bir gelişme olan Gutenberg’in matbaasının yaratılması ile grafik tasarım alanında bir ilerleme sağlanmıştır (Meggs ve Purvis, 2016, s. 269). Tahta levhaların baskısını kolay bir hale getirmek ve el kuvveti uygulanarak yalnızca tek yüzeyli basımı sağlanabilen sayfaları çift yüzeyli olarak da basabilmek amacıyla, vidalı presi icat eden Gutenberg, hareketli matbaa harfleri geliştirmeyi düşünmüştür. Maliyeti yüksek olan bu denemeyi karşılayabilecek bir Mainz’lı olan Johann Fust’un katkı sağladığı, yüksek kazanç elde edilebilecek bir işe girişmiştir. Kırk iki satır uzunluğunda, dökümünü kendisinin yaptığı harflerle bastığı İncil, 1452 tarihine aittir. Matbaacılık sanatının erken dönemlerinde, yalnızca metinsel ifadeler basılabilmekte ve süslü olan inisiyaller kaligraflar tarafından çizilmekteydi. Zanaatın inceliklerini ve buluşun önemini hemen kavrayarak eksiklikleri düzeltmeyi başaran bir kaligraf olan Peter Schöffer Von Gernheim, dayanıklı matrisler için çelikten yapılmış mühürleri bakırın içine yerleştirmiştir. Böylelikle baskı rengini düzeltmesinin yanı sıra keskin harfler elde etmiştir (Faulmann, 2001, s. 202).

Gutenberg’in, Çin ve Kore gibi ülkelerde daha erken dönemlere tarihlenen baskı yöntemleri konusunda bilgisi bulunduğu düşünülmesi de Avrupa’da toplu üretim ilkelerine kesinlikle hâkim olduğu ve hurufatla ilgili icatlarının, sonraki beş yüzyıl boyunca kullanılacak olan matbaa yöntemlerinin temelini attığı bilinmektedir (Garfield, 2021, s. 34).



Şekil 2. Harf döküm sistemi

18. yüzyılda gerçekleşen sanayileşme hamlesi, grafik tasarımın gelişimine katkı sağlayan yeni icatları da beraberinde getirmiştir. Sanayi devrimi ile el aletlerinin yerini makinelerin aldığı, İngiltere’de başlayıp diğer ülkeleri etkisi altında alan hızlı bir büyüme dönemi gerçekleşmiştir. Matbaacılığın da makineleşmesini sağlayarak daha yüksek tiraj oranları ve üretim miktarlarına erişilmesini mümkün kılmıştır. Yeni ve süratli basım teknikleri, basılan yazılardan kullanılan kâğıda ve tüm bası içeriğinin hazırlanmasına kadar pek çok sürecin yeni taleplere cevap verebilecek hale gelmesine olanak tanırken, sanayi devrimi sonucunda, matbaa makineleri de büyük değişikliğe uğramıştır. Ahşap yerine dökme demir kullanılmasıyla daha yüksek baskı basıncı ve daha geniş basım alanı gibi imkanlar ortaya çıkmıştır. 1814 yılında Friedrich Koenig tarafından üretilen buharlı matbaa, saatte bin adet baskı yapımını ve çift taraflı baskı üretimini mümkün kılmıştır. Richard Hoe tarafından 1833 yılında üretilen litografik rotatif matbaa makinesi, günlük olarak milyonlara varan baskı sayısına erişmiştir (Ambrose ve Harris, 2017, s. 28).

Litografi, 18. yüzyılın sonlarında, tiyatro metinlerini yeniden üretmenin ekonomik bir yolunu arayan Alman oyun yazarı olan Alois Senefelder tarafından icat edilmişti. Tipo baskıda kullanılan kabartma baskı teknikleri ile karşılaştırıldığında, litografik taşların dayanıklı olması sonucu litografi zamanla ticari baskının temel dayanağı haline gelmiştir. Tasarladığı kimyasal süreç, bir görüntünün doğrudan bir kireçtaşı bloğuna çizilmesine ve daha sonra düşük maliyetle büyük miktarlarda yeniden üretilmesine izin vermiştir. Bununla birlikte, görüntünün taşa zahmetli bir şekilde aktarılması, süreci önemli ölçüde yavaşlatmıştır (Eskilson, 2012, s. 29). 1799 yılında Senefelder’in litografiyi geliştirmesi matbaacılık alanının ivmelenmesini sağlamıştır. Dönemin rekabet ortamı; matbaacılık işiyle uğraşanları basılan ürünlere estetik, yaratıcılık ve zarafet katmaya yöneltirken, çeşitli grafiksel disiplinlerin bir araya getirilmesiyle

de yapıtlarda faydalanılabilecek, gravür sanatı ve stereotip gibi yeni türlerin geliştirilmesine olanak sağlamıştır (Faulmann, 2001, s. 202). Orta Çağ döneminde kitaplar için basılan imgeleri renklendirmek yavaş ilerleyen maliyetli bir süreç olmuştur. 1800'lerin başında Senefelder tarafından üzerinde deneyler yapılan ve Alman matbaacıların öncülük ettiği kromolitografi tekniğinin patenti 1837 yılında litograf Godefroy Engelmann tarafından elde edilmiştir. Orijinal görüntüde bulunan renkleri analiz ettikten sonra yazıcı, bir dizi baskı plakasına ayırarak bu bileşen renklerini birer birer yazdırmaktadır. Ayrı plakalar halinde diğer renkler üst üste basıldıktan sonra görüntü oluşturulmaktadır. Renkli baskı, kısa zaman içinde büyük sosyal ve ekonomik sonuçlar doğuracak bir teknik haline gelmiştir (Meggs ve Purvis, 2012, s. 163). Süreç olgunlaştıkça, farklı ülkelerden bir dizi rakip mucit, kromolitografik teknoloji için patent başvurusunda bulunmuştur. Basım endüstrisinin geliştiği ve yeni teknolojiye yönelik bağımlılığının arttığı 19. yüzyılın ikinci yarısında, uzmanlık gerektiren bir alan olarak başlayan kromolitografi, sonraları ticari bir dayanak noktası haline gelmiştir (Eskilson, 2012, s. 29).

İngiltere'de Kraliçe Victoria'nın iktidarda olduğu 1837-1901 tarihleri arasındaki dönem, güçlü bir imparatorluk ile karakterize edilmektedir. Ahlaki ve dini inançların gücünün yükseldiği, sanayileşme etkilerinin hissedildiği bir dönem olan Victoria döneminde karmaşık ve süslü objelere duyulan ilgi; mimarlık, mobilya, dekorasyon, moda, tipografi gibi odak noktanın tasarım olduğu farklı alanlarda da kendini göstermiştir (Bektaş, 1992, s. 7).

19. yüzyılda süregelen sanayi devrimi ve kentleşmenin yükselişi, toplumu yeni ölçekte kitle iletişim araçlarına ve reklamlara yönelik bir talebe teşvik etmiştir. Bu talebi karşılamak için, buharla çalışan presler, mekanize tipo baskı, litografi ve kromolitografi gibi yeni teknolojiler, basılı malzemelerin seri üretimi için olasılıkları genişletmiştir. Grafik tasarım için yüzyılın belki de en önemli icadı olan fotoğraf, bu dönemde yayılmaya başlamıştır. 19. yüzyıl yayıncılığının en etkili türlerinden biri olan resimli gazete, buharla çalışan tipo baskı teknolojisinden tam olarak yararlanarak yüz binin üzerindeki tirajlarda ekonomik bir maliyetle, seri olarak üretilebilir durumdaydı. Resimli gazeteler haber, eğlence, kurgu ve şiir karışımıyla dolu oldukları için toplu olarak kentsel kitle kültürünün üretimi ve tüketimi için önemli bir kanal sağlamıştır. Resimli gazete ve dergi pazarı büyük ölçüde genişlemeye devam ettikçe yeni talebi karşılayan görüntüleri sağlayan binlerce profesyonel sanatçı ortaya çıkmıştır (Eskilson, 2012, s. 29).

El aletlerinin yerini makinelerin ve büyük ölçekli üretimin aldığı hızlı bir endüstriyel büyüme dönemi olarak tanımlanan sanayi devrimi, grafik tasarımın ani büyümesine katkıda bulunan yeni tutumlar ve icatlar getirmiştir. İngiltere'de başlayan bu süreçte yenilikçilik ve ilerleme ruhu, yalnızca varlıklı seçkinlere hitap etmekle sınırlı kalmayarak, tüm bir kültüre bilgi sağlamaya yönelik yeni bir ilginin doğmasına yol açmıştır. Nüfus artışı, endüstrinin ve paraya dayalı bir ekonominin büyümesi, bilginin yayılması ihtiyacını artırmıştır. Heyecan verici olarak değerlendirilebilen bu dönemde reklamcılık gelişirken matbaacılıkta da büyük ilerlemeler kaydedilmiştir.

1880'lerde renkli litografi konusunda gerçekleşen ilerleme, sanatçıları büyük ölçekli posterlerin çoklu reproduksiyonları için doğrudan taş üzerinde çalışmaya teşvik etmiştir. Litografi, yağlı siyah bir litografik kalem kullanarak görüntünün bir taş üzerine çizilmesini içermektedir. Böylelikle tipo baskının katı, geometrik sınırlarından kurtulmuşlardır (Arntson, 2006, s. 20).



Şekil 3. Jules Chéret. Camille Stéfani, 1896.

Alois Senefelder tarafından 1798 yılında bulunan litografinin afiş sanatına olan katkısı yadsınamaz ölçüdedir. 1866'da Paris'te Jules Chéret, afişleri için renkli litografi kullanmıştır. Günümüzdeki afişlerin ilk oluşumu bu döneme rastlamaktadır. Bu durumun iki önemli sebebi:

litografi tekniğinin gelişimi, mükemmelliğe ulaşması ve Chéret'in varlığı olarak görülmektedir (Barnicoat, 1997, s. 12).

Dönemin reklam afişlerinde ortaya çıkan şehvetli ve dekoratif görüntüler Art Nouveau olarak sınıflandırılmaktadır. Fransa'da başlayan ve zaman içinde başka ülkelere de yayılan bu hareketin gelişimiyle yakından ilişkili olan isimler Fransız Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec ve Çek Alphonse Mucha'dır. Toulouse-Lautrec, otuz iki posterin yanı sıra müzik ve kitap kapağı tasarımları üreten bir ressam ve matbaacıdır.

Mucha, ünlü aktris Sarah Bernhardt için tasarladığı mobilyalar, halılar, mücevherler ve posterler ile tanınmaktadır. Modern posterin babası olarak anılan Jules Chéret, bazılarının boyu bir buçuk metreye yakın olan binden fazla renkli ya da siyah beyaz poster üretmiştir. Bu boyut, duvarlara monte edilen bölümlerin birleştirilmesiyle elde edilmiştir. Posterler, sanatı galerilerden sokaklara ve işçi sınıfının evlerine taşımıştır (Arntson, 2006, s. 20).



Şekil 4. Henri de Toulouse-Lautrec. Divan Japonais, 1892-93.

19. yüzyılın sonlarında, sanayi devriminin getirdiği sosyal, kültürel ve sanatsal kaos ortamına karşı bir duruş olarak “Arts and Crafts” hareketi doğmuştur (Bektaş, 1992, s. 14). Victoria dönemi tasarım reformcusu, teorisyen, uygulayıcı olan ve harekete önderlik eden William Morris, grafik tasarım mesleğinin kurulmasına temel katkılarda bulunmuştur. Sanayi devrinde meydana gelen ilerlemeler üretilen malların çoğunlukla sanatsal değerden yoksun olduğunu savunmuştur. Morris'in sanata karşı tutumu üzerinde önemli bir etki İngiliz yazar

John Ruskin'in eseri olmuştur. ‘Seven Lamps of Architecture’ (1849) ve ‘The Stones of Venice’ (1853) isimli iki kitapta Ruskin endüstriyel toplumun işçilerin yaratıcılığını ortadan kaldırdığını ileri sürerek yaratıcı çalışmanın altın çağını temsil etmiştir (Eskilson, 2012, s. 50).

Morris, endüstrinin zanaatkarın yaptığı nesneyi ve onun güzellik garantisini ortadan kaldıracığından endişe etmiştir. Gotik sanatı model olarak toplumun ahlaki çöküşüne karşı savaşmak amacıyla ilki, bir sanat eleştirmeni John Ruskin tarafından 1872'de kurulan Saint George Loncası olmak üzere farklı zanaatkar loncaları kurulmuştur. Ruskin, bir eserin soyut bir varlık olduğuna, ekonomik ve sosyal koşullardan, müşterilerle ilişkilerden ve ürünü belirleyen uygulama yöntemlerinden elde edilen karmaşık bir sürecin sonucu ortaya çıktığına inanmaktadır. William Morris, üretimi otomatikleştirilmiş olsa da biçim, işlev ve dekorasyonu birleştiren eserler meydana getirme isteğini yansıttığı bir iş alanı açarak hareketin temel ilkelerini uygulamaya koymuştur. Süslemenin yeni unsuru; zamanının kültürüyle ilişkili olarak sanatçının ve zanaatkarın özgür ifadesini temsil ettiği için süslemenin neredeyse bir ihtiyaç düzeyine ulaştığı Arts and Crafts hareketinin kökenidir (Borja de Mozota, 2003, s. 22). William Morris, 1890'da seri üretime; aşağılık, insanlık dışı makine ürünü olarak gördüğü her şeye karşı Kelmscott Press'i kurmuştur. Sanat okullarında ve fabrikalarda kaliteden çok nicelik ön planda tutularak geçmiş dönemlerin tarzları kopyalanmaktaydı. İngiliz sanat ve zanaat hareketinde önemli bir figür olan William Morris ve John Ruskin, yoğun emek harcanan, el yapımı olan benzersiz ürünlere vurgu yapmıştır. Stilistik yüzey işlemleri yanında, malzemelerin, süreçlerin ve felsefenin birbirleriyle olan ilişkisiyle de ilgilenen Art Nouveau, 1890'dan 1910'a kadar olan dönemi kapsayan organik, dekoratif kalitesi, genellikle doğadan ilham alan orijinal formların icadını vurgulayan uluslararası bir tarz haline gelmiştir. Bu formlar ve şekiller, yalnızca grafik tasarıma değil, aynı zamanda ürün tasarımına ve el sanatlarına da uygulanmıştır. Etkisi, dönemin resmi tarihlerinden çok daha uzun sürmüştür. İşlevsel sanatların tümü bu süre zarfında gelişmiştir (Arntson, 2006, s. 20).

Grafik tasarımın etkin bir alan haline dönüşmesi, tanıtımı için Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nin liderlik etmesi ile sağlanmıştır. 1914'te grafik sanatlar faaliyetlerini teşvik etmek için, ilgili en eski organizasyonlardan biri olan Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü (AIGA) New York'ta kurulmuştur. Ivan Chermayeff, Seymour Chwast ve Massimo Vignelli'nin de içinde bulunduğu bazı tasarımcılar AIGA'nın yüksek profilli üyeleri ve altın madalyalarının sahipleri olmuştur (Aynsley, 2005, s. 7).

Amerika Birleşik Devletleri'nde kartvizitlerin erken dönem biçimleri olan ve işletmeler tarafından potansiyel müşterilere verilen ticari kartlar reklam tasarımının ilk

örneklerindendir. İskoç mimar, tasarımcı ve ressam Charles Rennie Mackintosh mobilya ve çatal-bıçak tasarımlarının yanı sıra doğanın organik biçimlerini kutsayan grafik tasarımları geliştirmiştir. Eserleri Art Nouveau tarzının önemli örnekleri olarak görülen İngiliz sanatçı Aubrey Beardsley'e ait illüstrasyonlarda, figür ve arka plan arasındaki kıvrımlı, şehvetli çizgiler ve zorlayıcı gerilim karakterize edilmektedir. 20. yüzyılın ilk dönemlerinde Art Nouveau'dan ilham alan kitap, dergi ve reklam illüstrasyonları yaratan Maxfield Parrish, Harper's ve Life dergilerinin yanı sıra birçok müşteri için illüstrasyonlar hazırlamıştır (Arntson, 2006, s. 22).

Kumaş, kilim, duvar kâğıdı, mobilya ve tipografi dahil olmak üzere birçok farklı alanda çalışmış olan Morris sayesinde sıradan bir insanın evi ve mobilyaları sanatçının tasarımlarıyla dikkat çekici hale gelmiştir. Son derece stilize el baskısı kitapları ve el dokuması duvar halıları, İngiliz Art Nouveau hareketinin en güzel örnekleri arasındadır. 19. yüzyılın ortalarında İngiltere'de ortaya çıkan iyi zanaatkarlık ve temiz tasarıma önem vererek Victoria tarzının ağır süslemesini reddeden bu sanat hareketinin etkisi Avrupa kıtasına ve Amerika Birleşik Devletleri'ne yayılmıştır.

Bauhaus ile birlikte, zanaatkarlık standartlarının yenilenmesini sağlamakla tanınan ve çalışmaları 20. yüzyılın Amerikan sanatını önemli ölçüde etkilerken Avrupalı modernistlere ilham kaynağı olan Morris, sanat etiğiyle derinden ilgilenmiştir (Arntson, 2006, s. 23).

2.3.2. Grafik Tasarımda İmge

İmge, gerçeğin bir kopyası ya da artık etkisini yitirmiş bir yansıması olarak kabul edilmektedir. Bu duruma, bireyin çevresindeki dünyanın, bireyin zihninde bağdaşım bulmuş hali de denilebilir. Ruhsal yaşama dair tüm dışavurumlar birer imge olarak nitelendirilebilir. Sanatsal imgeler, gerçeğin yansımasının özel bir biçimi olduğu sürece nesnel bir kuşatılma içinde, öznel bir tasarım durumunda varlığını ortaya koyabilmektedir.

Terminolojik açıdan imge ile tasarım (représentation) kavramlarının sınırlarını da belirtmek gerekmektedir. İmge, sanatçının bilincinde bulunan okur, dinleyici ya da seyirci tarafından farklı etkiler altında ve farklı açılardan ele alınarak algılanan gerçekliğin idealleştirilerek sanatsal ve yaratımsal bir çağrışımla izleyiciye aktarımıdır. Tasarım ise, sanatsal düşüncenin nesnelleşerek ve imgenin sanatsal bir gereç çerçevesinde belirerek duyularla algılanmasını sağlamaktadır (Ziss, 1984, s. 73).

Görünüm, bir imgenin, yeniden yaratılarak ya da üretilerek var edilmiş halidir. İmge, zaman sınırlaması olmaksızın bir görünüm ya da düzenli halde bulunan görünümün bütünüdür. İlk kez var olduğu yerden ayrılarak gizlenmesi durumudur. Fotoğraflar da dahil olmak üzere her imgede -kendi varlığından ayrı olarak- bir görme biçimi saklıdır. Fotoğraflar, mekanik kayıtlar olarak düşünülmemelidir. Bakılan her fotoğraf -konusu rastgele bir çekim tarafından belirlenmiş olsa bile- fotoğrafı çeken kişinin sonsuz görüntü olanakları arasından tercih ettiği, odaklandığı bir karedir. Fotoğrafçının görme biçimi dolayısıyla bakış açısı, tercih ettiği konu üzerinden izleyiciye bir okuma sağlamaktadır. Ressam, herhangi bir yüzeyde ortaya koyduğu imgelerle görme biçimini canlandırır. Her imgenin temelinde bir görme biçimi olsa da bir imgenin algılanışı ya da değerlendirilişi görme biçimi ile bağlantılıdır (Berger, 1986, s. 3).

İmgeler, orada bulunmayan kavramları ya da olguları görsel duyu ile canlandırmak amacıyla yapılmıştır. İmgenin zaman içinde canlandığı şeyden daha kuvvetli bir hale dönüştüğü, kalıcılık bakımından da etkinliğinin arttığı söylenebilir. İmge, bir varlığın bir zamanlar nasıl görüldüğü ya da görüldüğü hakkında da bilgi vermektedir. İmgeyi yaratan kişinin fikri ya da düşüncesi de bilgi toplamının bir bölümü, imgeyi bütünleyen bir araç olarak kabul edilmektedir (Berger, 1986, s. 4).

İmgeler, bir fikri ya da bilgiyi hızlıca aktarma yetisine sahiptir. Çok yönlü olması ile imgeler, farklı yönlerde kurulacak iletişime imkân sağlarken, farklı kültürel ve sosyal ifadelendirmeye sahip olabilir ve kullanıldıkları bağlamda şekillendirilebilmektedir (Ambrose ve Harris, 2019, s. 84). İmge, bir yapının görsel kimliğinin oluşturulmasında önemli bir parçadır. Bir tasarımda sayfanın odağı ya da yardımcı öğesi olarak tasarımı etkili kılan imge, her iki durumda da bir mesajın iletilmesinde temel bir rol oynamaktadır. Bu durum, imgelerin tasarıma canlılık getiren ve tasarımda ifadeyi güçlü kılan grafik öğeler olduğunu göstermektedir. Bir anlatının dramını ortaya koymaktan, bir metinde aktarılan düşüncüyü özetlemeye ve desteklemeye ya da metnin geniş alanında görsel bir ara yaratmaya kadar çeşitli işlevleri yerine getiren imgeler, aynı zamanda bir tasarımın nasıl anlaşılması ve tasarıma nasıl tepki verilmesi gerektiğine yardımcı olan “kodlanmış” bilgileri de içermektedir. İmgeler, detaylı bilgi vermelerinden, anlatılanın hızlı bir biçimde kavranabileceğine ve kalıcı olabileceğine dair bir his uyandırmalarından dolayı etkilidir (Ambrose ve Harris, 2013, s. 5).

İmgeler, gösterilenlerin kendisi değil temsilidir. Dolayısıyla yeniden-sunum olarak adlandırılabilir. Temsil ettikleri gerçek dünyaya bir şekilde dahil olsalar da imgelerin; bir muhayyile, kuruntu, arzu, rüya ya da fantezi dünyasındaki varlığı da söz konusudur. Bir fotoğraf, film ya da resimde bulunan imgeler ve duyumsanan kavramların yorumu, kültür ve

tarihin bütünleyicisi niteliğine sahip olan insan bilincini yansıtmaktadır. Bu durumda imgeler, belirli bir sosyokültürel ortamı yansıtmakta ve bu ortam içinde belli bir fonksiyona sahip olarak yapılandırılmaktadır (Leppert, 2002, s. 16).

John Berger “Görme Biçimleri” isimli kitabında imgenin kuvvetine dair şunları söylemektedir: “İmgelerin yeni dili değişik bir biçimde kullanılsaydı, bu kullanım yoluyla yeni bir tür güç kazanacaktı. Bu imgeler dili içinde, yaşantılarımızı sözcüklerin yetersiz kaldığı yerlere daha iyi bütünleyebilecektik. Görme, sözcüklerden önce gelir” (Berger, 1986, s. 33).

Resimsel unsurlar olan imgeler, tasarıma dinamik bir etki konusunda katkıda bulunmasının yanında izleyici tarafından olayların kişisel olarak değerlendirilmesini ve nesnelerin anlamlandırılmasını sağlamaktadır. Bir imgenin akılda canlanması, düşünülmesi, tasarlanması o imge ile ilişkilendirilen başka imgeleri de beraberinde getirmektedir. Aralarında anlamsal bir bağ kurulan imgeler birbirini tamamlar halde var olmaktadır. Duyularla algılanan dışsal dünyaya ilişkin tüm olguların insanın bilincine yansımaları yeniden tasarlanarak içselleştirilen imge, var olduğu andan itibaren yeni bir gerçek yaratmaktadır. İmgeler metnin ifadesini güçlendirirken, duygu ve düşüncenin izleyiciye görsel olarak etkileyici bir biçimde aktarımı konusunda önemli bir işleve sahip durumdadır.

2.3.3. Grafik Tasarımda Tipografi

Grafik tasarım, görsel bir iletişim aracıdır. İnsanlar ayrıca jestler, yüz ifadesi, vücut duruşu, görüntüler ve yazılı kelimeler yoluyla iletişim kurarlar. Sözcükler, insanlığa özgü olan sözlü dili oluşturur. Bir arının veya yılanın renkli çizgili deseni tehlikeyi işaret eder ve bu tür desenler az çok temel mesajları iletebilen grafik işaretleri meydana getirmektedir.

Grafik veya ideogramatik sistemlerin esnekliği her zaman mevcut işaretlerin sayısı ile sınırlıdır. İnsan toplumlarında paylaşılan karmaşık mesajlar, kelimeler ve yazı gibi karmaşık araçları zorunlu kılmaktadır. Sözlü diller, farklı düzenlemelerle sonsuz sayıda anlama izin veren kelimeler ve harflerden oluşur. Uygar toplumların yazı dilleri olmadan gelişmeleri ve kelimeler olmadan, medeni bir dünyada yaşamın organize edilmesi pek mümkün görülmemektedir. Antik Çağ ve Orta Çağ döneminde ikonik imgeler, okuma-yazma bilmeyen insanlara gerektiğinde dini ve politik konuları iletmek için kullanılmıştır (Hilner, 2009, s. 7).

Gutenberg’in 15. yüzyılda hareketli yazı tipiyle baskı yöntemi, soldan sağa doğru düz çizgilerle yazma geleneğini pekiştirmiştir. Sanatçılar 19. yüzyılın başına kadar bu tür kurallara karşı çıkmamışlardır. Christian Morgenstern ve Stéphane Mallarmé gibilerinin yanı sıra Guillaume Apollinaire, şiirsel yazıyı görselleştirmenin devrim niteliğindeki fikrini tanıtmıştır.

Metni ve görüntüyü görsel biçimde zorlu tipografik kompozisyonlarda birleştirme girişimi, fütürizm, dadaizm ve hatta yapılandırmacılık dahil olmak üzere birçok tipografik sanat formuna ilham vermiştir (Hilner, 2009, s. 12). Gutenberg tarafından hareketli matbaanın geliştirilmesiyle büyük ilerleme kaydetmiş olan tipografi, teknolojiye bağlı durumda gelişen ve değişen bir alan olarak değerlendirilebilir. İletişim kuramlarına önemli eserleri ile katkı sağlayan McLuhan, “Gutenberg’in Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu” isimli kitabında matbaanın Gutenberg tarafından kitlelerin yaygın kullanımına sunulmasıyla batı dünyasına kazandırıldığı tarihten günümüze kadar olan gelişimini ele almaktadır. “...Tipografinin icadı, bir örnek yinelenebilir nitelikteki ilk metaı, ilk üretim bandını ve ilk kitlesele üretimi yaratarak, uygulamalı bilginin yeni görsel vurgusunu pekiştirdi ve genişletti” (McLuhan, 1999, s. 107).

Tipografi, genellikle baskı amacıyla yapılmış tasarım içindeki harflerin düzenlenmesiyle ilgili bir kavramdır. Yazı karakterlerinin çeşitliliği ve bir tasarım içinde kullanılabilme biçimleri yazının oluşturduğu sözcüklerin anlamını iyileştirebilir veya farklılaştırabilir. Belirli bir şekilde düzenlenen harflerin her biri, konuşulan dilin sesinin temsildir. Harfler, düşünceleri görsel duyunun algılayabileceği biçimde ifade ederken, başkaları tarafından amaçlandığı gibi anlaşılmasına da olanak sağlamaktadır. Harflerin oluşturulma ve sunulma tarzı, temsil ettikleri anlamı kullanarak tasvir ettikleri fikirlere ilişkin algılarımızı değiştirebilmektedir (Ambrose ve Harris, 2020, s. 14).

Amerikalı grafik tasarımcı Milton Glaser, tipografi ile ilgili olarak şöyle söylemiştir: “Tipografi pratiği, hem formun sezgisel bir şekilde kavranmasını hem de ustalığa ulaşmak için hatırı sayılır bir çalışmayı gerektiren bir iştir. Tipografi, ifade potansiyelini yavaş yavaş ortaya çıkarır” (White, 2011, s. 552).

Bir metinde kullanılan fontun okunabilirliği için birkaç özellik bulunmaktadır. Alfabenin her harfi karışıklığı önlemek sebebiyle birbirinden ayrı olmalıdır. Bağlam -cümle ya da paragraf- harflerin izleyici üzerinde bıraktığı etkinin yargıcı durumundadır. Sadece bir arada bulunan harflerin bu bütünsel hali okunabilirliği etkilemektedir. Okunabilirlik; doğru ölçüde olan kenar boşlukları, satır uzunluğu, fontun büyüklüğü ve satır arası boşlukları ile elde edilebilir. Harfler arasındaki orantılı boşluk (kerning), satırlar arası boşluk (leading ya da pointing) kadar önemlidir (Garfield, 2021, s. 61). Tipografi; metin bilgilerinin, harfler ve görsel iletişimi sağlayan işaret, sembol, kod gibi unsurların, estetik kaygısı ile ve ihtiyacı karşılamaya yönelik bir biçimde bir araya gelerek düzenlenmesi ile oluşan bir tasarım anlayışını temsil etmektedir. Bu görüntü ne kadar soyut olursa olsun, her tipografik düzenlemenin bir metnin görüntüsünü oluşturduğu iddia edilebilir.

Öncesinde el yazması olan kitaplar teknolojik yöntemlerin ortaya konulması ile birlikte ivme kazanırken sadece seçkin bir azınlığın ulaşabildiği bir ürün durumundan çıkarak kitlesel bir kullanım seviyesine erişmiştir. Zaman içerisinde farklı akımlardan etkilenerek değişimlere uğrayan ve bu süreçte görsel olarak okuyucunun ilgisini çekecek şekilde düzenlemeyi olanaklı kılan tipografi, anlatılmak istenenle bir bağ kurarak tasarıma ait içeriğin daha kolay algılanmasını sağlamaktadır. Tipografi, yazılı olanı görselleştirerek etkin bir hale getirirken, metne kişilik katarak izleyici tarafından duyumsanmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca tasarım ve içerik kavramlarının bütünleşik bir yapıda bulunması sonucu bu iki kavramın birbirini anımsatması verilen mesajın ya da bilginin izleyicinin zihninde kalıcı olmasına katkı sağlamaktadır. Tasarımın bütünlüğünü destekleyen ve içeriğe uygun imgelerle birleşen etkili tipografik formlar, izleyici için anlamlı bir görsel deneyim yaratmaktadır.

2.4. Temel Tasarım

Afiş tasarımında mesajın net ve anlaşılır olarak ifade edilebilmesi tasarım unsurlarının doğru ve etkili bir şekilde kullanılmasına bağlıdır. Grafik tasarımcı bu durumda tasarım elemanları arasında isabetli tercihler yapabilmeli ve izleyiciye en doğru aktarımı sağlayabilmelidir. Görüntülerin; nokta, çizgi, şekil ve hacmin yanı sıra renk, şeffaflık ve diğer özellikler ile tamamlanabilmesi, her unsurun birbiriyle olan ilişkisi, etkileşimi ve birbirine göre konumlandırılması iki boyutlu bir tasarımın temel öğelerini denemenin sayısız yoluna işaret etmektedir. İmgeler ve metin, tasarımın önemli birleşenlerindendir. Temel tasarım ilke ve elemanları, etkili iletişimi sağlayacak bir şekilde düzenlenmelidir. Tasarımda iletişim; metnin konumu, imgelerin kendi arasında etkileşimi, tipografik ve imgesel unsurların tasarımın bütünüyle ilişkisi, beyaz alanların nasıl işlendiği, tasarımın odak noktası ve genel düzeni gibi faktörlerden etkilenmektedir.

Tasarımda yer alacak olan unsurlar mesajın etkinliğini azaltmayacak şekilde kullanılmalıdır. Genel olarak “özgünlük” kavramı, tasarımın belirli bir soruna işaret eden biçimiyle tutarlı, belirli bir işlevi yerine getiren tüm tasarım öğelerinin başarılı bir şekilde bütünleşmesine ve uygun kullanımlarına bağlıdır. Aktarılabilecek olan mesajın ya da bilginin etkisini zayıflatan kullanımlar tasarım hakkında bayağı ve yapmacık bir izlenim uyandırırken, tasarımcının temel tasarım unsurlarını ve tasarımda kullanılacak olan görüntüleri yorumlama, toplama, çıkarma, yan yana getirme, uzaklaştırma, değiştirme, ayarlama, ilişkilendirme, yoğunlaştırma ve netleştirme yoluyla katkıda bulunma kapasitesi, “orijinal” olarak tanımlanan niteliklerle paralel bir durumda değerlendirilmektedir (Rand, 2003, s. 62).

2.4.1. Temel Tasarım Elemanları

2.4.1.1. Nokta

Nokta; kendi başına bir işaret veya bir çizginin başlangıcını oluşturabilir. Birden fazla sayıda nokta birlikte; sıralılık haline, tekrara, ölçeğe veya nicelik durumuna bağlı olarak düzenlilik ya da çeşitlilik önerebilen ve gergin/gevşemiş duyarlılıkları ifade edebilen bir ritim veya kalıp oluşturabilmektedir (Dabner vd., 2013, s. 110).

Bir nokta uzayda bir konumu işaretler. Saf geometrik terimlerle, bir nokta bir çift x, y koordinatıdır. Hiç kütlesi yoktur. Ancak grafiksel olarak bir nokta, görünür bir işaret olarak şekillenmektedir. Bir nokta; bir mermi gibi nüfuz edebilmekte, bir çivi gibi delebilmekte, bir öpücük gibi büzülebilmekte ve sonuç olarak önemsiz bir parça veya sağlam bir güç odağı haline gelebilmektedir. Bir nokta, kompozisyonda konumu ve etrafındaki unsurlarla olan ilişkisi ile duruşunu ifade edebilirken çoğunluk içinde de eriyebilmektedir. Noktaların meydana getirdiği bir kütle, doku veya düzlem durumuna dönüşebilir ya da bir form meydana getirebilir. Bir metin alanındaki her karakter tekil bir öğedir. Nokta, bir dizideki sonlu öğedir. Tipografide nokta bir satırın kesin sonunu işaret etmektedir (Lupton ve Phillips, 2015, s. 81).

2.4.1.2. Çizgi

Doğru, sonsuz bir nokta dizilimidir. Geometrik bakımdan, bir çizgi genişliği olmayan belli bir uzunluğa sahiptir. Doğru, iki nokta arasında bulunan bağlantıdır. Grafiksel bakımdan, farklı ağırlıklara sahip olan çizgilerin; kalınlık ve doku görsel varlığını belirlemektedir. Çizgiler; düz, kalın, ince, yatay, dikey, çapraz, kavisli, sürekli veya kırık olabilir. Hacimleri, düzlemleri ve dokuları ifade etmek için kullanılan bir çizgi, belirli bir kalınlığa ulaştığında düzlem olur. Grafik, bir dalga biçiminde ya da yükselen ve alçalan bir çizgiden meydana gelmektedir. Tipografik düzenlemelerde çizgiler, tam anlamıyla varlığının yanı sıra bir imadan ibaret de olabilmektedir (Lupton ve Phillips, 2015, s. 88).

Yumuşak çizgiler durağanlık ve ahenk anlamına gelirken, keskin çizgiler gerilim ve uyumsuzluğu çağrıştırmaktadır. Çizgilerin yatay konumu açık düzlemleri gösterirken; çizgilerin dikey halde olması güç ve kuvvete dikkat çekmektedir. Çizgiler; devinimi, ritmi ve canlılığı ifade eden araçlardır. Görsel hiyerarşi oluşturmada birincil yardımcılardandır (Dabner vd., 2013, s. 111).

2.4.1.3. Doku

Bir yüzeyin görüntüsü ve hissi olarak ifade edilebilen doku, pürüzsüz, pürüzlü, yumuşak veya sert olsun, bir nesnenin yüzey kalitesini bildiren doku herhangi bir görsel kompozisyona zenginlik ve boyut katan görsel bir efekttir. İnsan dokunuşuyla görülebilir ve deneyimlenebilir veya görsel yollarla dokunsal olarak yorumlanabilir. Dokular; düz, parlak, mat, ışıltılı, kadifemsi, ıslak, tüylü, yapışkan, kumlu, çatlak, dikenli, aşındırıcı, kabarık, engebeli, oluklu, paslı, sümüksü vb. adlandırılabilir (Poulin, 2018, s. 229).

Noktaların, çizgilerin ve düzlemlerin yüzey görünümü sadece renkli olmakla kalmaz, aynı zamanda doku da alırlar. Ölçü, tekrarlama, yoğunluk, değer ve şekil değişkenlerini kontrol etmek düz bir yüzeyin boyut kazanmasını sağlarken, üç boyutlu bir yüzey üzerindeki doku, dokunsal algıyı harekete geçirmektedir. Dokular, bir yüzeyin görsel ve/veya dokunsal kalitesidir. Genellikle, yüksek yoğunluklu düzenli veya düzensiz birimler dokuları oluşturmaktadır (Puhalla, 2011, s. 66). Sonsuz bir dokunsal veya görsel deneyim yelpazesine sahip olan doku; tasarımın içeriğinin ifade edilmesi, uyumun vurgulanması ve ruhunun ortaya çıkarılması bağlamında önem taşımaktadır. Birbirini destekleyen doku ve renk iletişimi, yaratıcı bir tasarıma ait özellikler olarak değerlendirilmektedir (Vignelli, 2010, s. 76).

Bir kompozisyonda doku, çeşitli duygu ve mesajların aktarımını sağlayabilir. Pürüzlü dokular görsel olarak aktif ve kinetikken, pürüzsüz dokular pasif ve sakin. Doku, renge benzer özelliklere sahiptir. Renk ile benzer olarak doku da çizgi ve biçim gibi diğer tasarım öğeleriyle bütünleşmeden bağımsız durumda işlev göremez. Şekil ve mekâna bağlı olarak diğer unsurları geliştirmek için kullanılmaktadır. Görsel iletişimde doku, herhangi bir nesnenin yüzey karakteridir. Zımpara kâğıdı gibi dokunsal bir yüzeye sahip olan bir doku fiziksel biçimde deneyimlenebilir; ancak görsel doku insan gözüyle yorumlanabilir ve algılanabilir özellik taşımaktadır (Poulin, 2018, s. 231).

2.4.1.4. Renk

Renk, görsel iletişimin doğrudan sağlandığı araçlardan biridir. Birey, renklerle ilgili belirli bir kavrama duyusuna sahip bir halde evrimleşmemiştir. Sonucunda da renklere doğal tepki vermektedir. Bu durum, bireyin ataları tarafından ilkel dönemlerde tüketilen ya da uzak kalınanlarla da ilişkilendirilmektedir. Renkler anlamlarıyla birlikte bir bütündür. Renklere verilen tepki de kültürel çağrışımları, içsel yönelimleri, deneyimleri, yaş ve bireysel tercihleri temel almaktadır. Grafik tasarımın temel bir öğesi olan ve uyarıcı niteliği ile bir araç

durumunda kullanılan renk; izleyiciye yol gösterme, izleyiciyi yönlendirme ve bilgilendirme gibi işlevlere sahiptir (Ambrose ve Harris, 2020, s. 6). Bir renk neredeyse her zaman diğer renklerle ilişkili olarak algılanmaktadır. Bu durum, rengin etkileşimi yani renkler arasında ne olduğu konusunu önemli hale getiren bir etkidir. Her bir renk kendisini, yakınında ve yanında yer alan, değişen renklere ve koşullara bağlı bir durumda kalarak sürekli bir akış içinde sunmaktadır. Kandinsky'nin sanatı okumak konusunda söylediği, renk için de geçerlidir. Önemli olan “ne?” değil “nasıl?” olduğudur (Albers, 2020, s. 19).

Bir tasarıma ait olan çizgiler veya metinler yansıtıldığında veya yazdırıldığında, her rengin etki boyutunun farklı olması sebebiyle çizgilerin derinlikleri de birbirinden farklı algılanacaktır. Bir renk, daha girintili halde görünebilirken, bir başka renk daha çıkıntılı bir halde izlenebilmektedir. Bu etkiye “kromostreopsis” adı verilmektedir. Bu durumda, bazı renk kombinasyonlarının bakma veya okuma eylemlerini yorucu bir hale getirmesi sebebiyle tasarımda kullanılan renklerin birbiriyle olan etkileşimini değerlendirmek önem kazanmaktadır (Weinscheng, 202, s. 24).

İzleyicinin psikolojisi üzerine direkt olarak etki gücü olan renk, tasarımları görsel olarak daha ilginç ve estetik bir hale dönüştürürken, tasarımdaki öğelerin organizasyonunu ve anlamını da daha etkileyici kılmaktadır. Bununla birlikte, yanlış uygulandığında, renk bir tasarımın biçimine, işlevine ve içeriğine ciddi bir zarar verme riskini de taşımaktadır (Lidwell vd., 2003, s. 48).

2.4.1.5. Ton

Ton, bir ışık ışını içindeki rengin belirli dalga boyu ile belirlenir. Ton bir rengin spektrumdaki konumunu belirtir. Her ton, birçok ince varyasyon içinde bulunmaktadır. Dalga boylarındaki farklılıklar oldukça küçük olsa da aynı basit renk adını taşıyabilirler. Örneğin birçok kırmızı, karakter olarak tayfın teorik kırmızısından farklıdır, ancak hepsinde "kırmızı" tonu tanınmaktadır. Bir rengin tonu, başka bir renk tonuna eklenerek değiştirilebilir; bu durum aslında ışığın dalga boyunu değiştirmektedir. Herhangi iki ton karıştırılarak sınırsız sayıda adım (varyasyon) oluşturulabilir. Örneğin; sarı ve yeşil arasında birçok adım bulunmaktadır. Yine de netlik adına, tonlar on iki adımlı renk çarkında tanımlananlar olarak bilinmektedirler (Ocvirk vd., 2013, s. 190).

Bir rengin genel aile adı ton olarak isimlendirilmektedir. Mavi bir renk tonu, açık, koyu, parlak veya donuk görünen tüm mavilerin köküdür. Bir rengin değeri, göreceli açıklığı veya koyuluğu ile karakterize edilir. Bir renk, daha koyu olan bir renk bağlamında yerleşim

sağlarsa açık renkte görünür. Genellikle beyaz gibi görünen açık renklere ton, siyah gibi görünen renklere gölge denmektedir (Puhalla, 2011, s. 62).

2.4.1.6. Biçim

Yaratım sürecinde başarılı tasarım çözümleri iyi fikirlere bağlıdır. Sanatta bir fikir, belirli bir görsel efektten belirli bir mesajın entelektüel iletişimine kadar değişen birçok biçim alabilir. Fikirler hem içeriği hem biçimi kapsamaktadır. Tasarımcı tarafından “ne sunulacak?” ve “nasıl sunulacak” soruları, biçim ve içerik konusuna vurgu yapmaktadır. Tasarım süreci düşünsel açıdan biçim ve içerik konusundaki ilişkinin de tanımlanması bağlamında önem taşımaktadır (Pentak ve Lauer, 2015, s. 10).

Form, dışsal anlamıyla birbirinden farklı renk yüzeylerini birbirinden ayıran sınırlardır. Farklı ağırlık ve etkisellik alanı barındıran içsel bir anlamı da söz konusudur. Bu durumda form, bu içsel anlamın dışsal bir ifadesidir (Kandinsky, 2010, s. 72).

Tasarım, özünde görsel öğelerin fiziksel ya da sanal bir mekâna yerleştirilmesiyle üretilmektedir. Tasarımdaki temel öğeler "biçimsel öğeler" olarak adlandırılmaktadır. Noktalar, çizgiler, desenler ve şekiller içeren biçimsel öğeler, sonsuz sayıda görsel düzenleme oluşturmak için bir araya getirilmektedir. Ayrıca resimler ve yazı tipi gibi daha karmaşık görsellerle eşleştirilebilirler. Tasarımdaki öğelerin birbirine daha yakın ya da birbirinden daha uzağa konumlandırılması ve kontrast, ölçek, doku ve değer gibi görsel değişkenlerin de uygulanması ile kompozisyonda farklı izlenimler yaratmak mümkündür. Biçimsel öğelerin ve görsel değişkenlerin birleşimi bir tasarımda genel içeriğin ruhunu oluşturmak, vurguyu belirtmek ve alanı düzenlemek için kullanılabilir (Sherin, 2017, s. 56).

2.4.2. Temel Tasarım İlkeleri

2.4.2.1. Denge

Görsel bir kompozisyonda, tasarım elemanlarının estetik açıdan hoş bir entegrasyonu veya uyumlu, tatmin edici bir düzenleme içinde parça ve elemanların birbirine ve bütüne oranı anlamına gelmektedir. Denge, bir kompozisyon içindeki görsel öğeler eşit olarak dağıtıldığında bir istikrar ve uyum hissi iletmek üzere düzenlendiğinde ortaya çıkmaktadır. Bu görsel ilke, biçimsel ve simetrik, dinamik ve asimetrik veya radyal olarak tanımlanabilir. Bir kompozisyonda denge, farklı görsel özelliklere sahip birbirine benzemeyen öğelerin düzenlenmesiyle sağlanmaktadır (Poulin, 2018, s. 362). Denge, tasarımsal birlik için o kadar temeldir ki, onsuz tasarım ilkelerinin bütünlüğünü sağlamak imkansızdır denilebilir. Denge,

bir kompozisyon içindeki ağırlık veya kuvvet dağılımını ifade etmektedir. Grafik kompozisyonunda denge olgusu, kuvvetlerin yatay, dikey ve çapraz olarak tüm yönlerde ve konumlarda uygun bir dağılımla tasarlanması, işin tüm bölümleri arasında hissedilen optik dengeye işaret etmektedir (Ocvirk vd., 2013, s. 68).

Denge; tasarımda, form için bir katalizör görevi görür; uzaydaki unsurları sabitler ve harekete geçirir. Çözülmemiş bir tasarıma bakarken gözün belirli bir yere takılı kalmasının sebebi, öğelerin birbiriyle ve negatif boşlukla orantısı ve bulunduğu konumun hatalı olması; çok büyük, çok sıkı, çok düz, yanlış hizalanmış vb. uyumsuzluklardır. Görsel denge, bir veya daha fazla şeyin ağırlığı uzayda eşit veya orantılı olarak dağıtıldığında oluşmaktadır. Ortak bir eksen boyunca en az iki tarafta aynı elemanlara sahip simetrik bir tasarım, doğası gereği karardır. Tasarımcılar, bir nesnenin ağırlığını dengelemek veya vurgulamak ve dinamik bir denge hissini elde etmek için zıt boyut, doku, değer, renk ve şekil gibi tasarım elemanlarını kullanmaktadır (Lupton ve Phillips, 2015, s. 121).

Bir düzende kompozisyonu yöneten iki temel tür vardır: Simetri ve Asimetri

Simetri: Formların düzenlenmesinin, formatın merkezi eksenine (dikey veya yatay konumlu) yanıt verdiği bir kompozisyon durumudur. Formlar ayrıca bireysel merkezi eksenlerine göre yönlendirilebilmektedir. Simetrik düzenlemeler bir yansıtma efekti yaratmaktadır. Organizasyon ekseninin her iki tarafında kalan boşluklar veya konturlar aynılığa sahiptir

Asimetri: Zıt bir mantık olarak tanımlamak mümkündür. Her formun düzenlenmesi, herhangi bir merkezi eksenle veya formların kendi aralarındaki ilişkiye meydan okumaktadır. Doğası gereği birbirinden farklı seyreden uzamsal oranların bir koleksiyonu olarak değerlendirilebilir.

Simetri ve asimetri, izleyicide farklı görsel deneyimler üretmektedir. Simetrik yapıdaki boşlukların ve şekillerin benzerliği doğrudan ve etkilidir. Ancak basit veya statik durumda kalabilmektedir. Bu durum, izleyicilerin bilgileri gözden kaçırmasına neden olabilir. Asimetrik düzenlemeler katı bir katılımı teşvik etmektedir. Gözü daha büyük harekete yönlendirerek, mekandaki farklılıkların sürekli olarak değerlendirilmesini gerektirir. İçerik olarak asimetri, ayırt etme, sınıflandırma ve hatırlatma yeteneğini geliştirmektedir (Samara, 2011, s. 19). Tasarımda zıtlıklardan beslenen asimetrik denge, hareketli ve daha özgür bir görsellik sunmaktadır. Asimetrik denge, yüzey sınırlamalarının dışında tasarımın devam ettiği izlenimi uyandırabilmektedir. Böyle durumlarda açık kompozisyon özelliği taşımaktadır.

Simetrik denge, dikey bir eksenle merkezlenir. Asimetrik dengede farklı yarılar, eşit gerilim veya “dengeli asimetri” durumundadır. Simetride, benzerlik yoluyla denge elde edilirken; asimetride denge, kontrast yoluyla sağlanmaktadır (White, 2011, s. 133).

2.4.2.2. Birlik Bütünlük

Bütünleşik bir görüntünün sunumu olan birlik, sanatın bir kurala yaklaşabileceği kadar yakındır denilebilir. Tasarımdaki öğelerin tesadüfün de ötesinde görsel bir bağlantı ile bir arada bulunuyor olduğu hissini veren birlik kavramı; bir tasarımın öğeleri arasında uyum veya anlaşmanın varlığına vurgu yapmaktadır.

Tasarımın bütünlüğü bir sanatçı tarafından planlanır ve kontrol edilir. Bazen doğal olarak seçilen unsurlardan kaynaklanmaktadır. Ancak daha sık olarak, tasarımcının çeşitli unsurlardan birleşik bir desen oluşturma becerisini yansıtmaktadır. Tasarım için başka bir terim olan kompozisyon, aynı organizasyon hissini ima eden bir kavramdır. Nasıl ki bir yazı sınıfındaki bir kompozisyon, kelimelerin ve noktalama işaretlerinin gelişigüzel bir koleksiyonu demek değilse, aynı şekilde görsel bir kompozisyon da bir format etrafında rastgele öğelerin dikkatsizce dağılması demek değildir (Lauer ve Pentak, 2007, s. 28). Tasarımda bütünlük, tüm unsurların uyum içinde olmasıyla ilişkilidir. Birlik, tüm tasarımın herhangi bir alt grup veya bireysel parçadan daha önemli olmasını gerektirir. Bu nedenle bütünlük tüm tasarımın amacıdır. Birlik kavramı olmadan bir tasarım kaotik, çeşitlilik olmadan da hareketsiz, cansız ve sıradan bir hale dönüşmektedir (White, 2011, s. 312).

Tasarımın entelektüel okumasıyla birlikte önem kazanan görsel bütünlük işlevi, tasarıma ait unsurlar arasındaki uyumsuzluk, kompozisyonun dağılması ve bütünlükten yoksun olması anlamına gelmektedir. Bütünün, parçalara hâkim olduğu durumda görsel birlikten söz edilebilir. Öğeler ayrı ayrı fark edilmeden önce kompozisyon bütün olarak değerlendirilmeye olanak sağlamalıdır. Her öğe toplam etkiye katkıda bulunabilir ancak koleksiyonun parçalı bir biçimde algılanması söz konusu olduğunda görsel birlik yoktur denilebilir (Lauer ve Pentak, 2007, s. 30).

2.4.2.3. Hiyerarşi

Tasarıma ait unsurların birbirine göre önem derecelerini rasyonel bir yöntemle ifade edebilmeyi sağlayan hiyerarşi, görsel bir kılavuz gibi algılanabilecek bir düzenleme yapmayı da mümkün kılmaktadır. Hiyerarşi ayrıca tasarımdaki düzeni daha açık hale getirerek belirsizlikten kurtarırken, izleyici tarafından daha kolay sindirilmesini sağlamaktadır (Ambrose ve Harris, 2019, s. 103). Hiyerarşi; bir formun boyutu, şekli veya diğer formlara

göre kompozisyondaki yerleşimi bakımından öneminin ifade edilmesi olarak da tanımlanabilir. Çizgi, şekil ve renk gibi grafik faktörlerin yanı sıra bir metnin kendi içindeki tasarımında da hiyerarşik bir düzenden söz etmek mümkündür. Metnin görünümünde tamamlayıcı ve zıt ilişkiler yoluyla hiyerarşi oluşturulmaktadır. Tasarım, hiyerarşi olmadan odak ve görsel ilgiden yoksundur. Bu durumda hiyerarşi dizginin doğasında vardır denilebilir. Tipografi; yazı boyutu farklılıkları, stil kontrastları (duruş, ağırlık ve genişlik), yazı tipi kombinasyonları, yazının kendine özgü stili, büyük/küçük harf ayrımları ve satır taban çizgisi değişiklikleri gibi faktörleri içermektedir (Cullen, 2012, s. 104).

Görsel hiyerarşi; renk, boyut, konumlandırma ve doku gibi bazı unsurların bir araya gelmesi ile oluşturulmaktadır. Tasarımda yer alan her unsur, tasarımın genel durumunda bir öneme sahiptir. Unsurlar arasında önem derecesine göre sıralama yaparak kompozisyonu oluşturmak mesajın aktarımını kolaylaştırırken, kalıcılığını arttırmak konusunda önem taşımaktadır.

2.4.2.4. Oran Orantı

Oran, parçaların birbirine veya bütüne oranı ile ilgilenmektedir. Sanat eserlerinde, uygun oranların belirlenmesi ve orantı kavramının genellikle kişisel bir yargı meselesi olması dolayısı ile, parçalar arası ilişkilerin doğrulukla karşılaştırılması zordur. Parçaların bütüne oranı mantıksal olarak ilişkili görüldüğünde, orantılar uyum ve denge yaratmaktadır (Ocvirk vd., 2013, s. 76). Tasarımda öğelerin birbiriyle olan büyüklük ilişkisi izleyicide oran ve orantıya dair bir beklenti meydana getirir. Bu beklenti, öğeler arasında bir "standart" ilişkiyi ima etmektedir. Öğelerden biri "norm"dan veya standarttan farklıysa, bu durumda öğe-bütün ilişkisinde bir değişiklik meydana gelir. Oran orantı öğesinin doğru bir şekilde kullanıldığı aynı zamanda da izleyicinin beklentilerine kasıtlı olarak meydan okunduğu bir tasarımda görsel bir sürpriz, muhtemelen gerçeküstü bir çözüm ortaya konmaktadır (Landa, 2011, s. 35).

Form, orantı olmadan anlamsızdır. Oran; bir yüzey alanının diğeriyle karşılaştırılmasıdır. Tasarımda düzen, yapısal bir uyum sağlar ve görüntü alanını biçimlendirirken, alan içinde bir görsel denge kurar. Orantısal ilişkiler, doğa da dahil olmak üzere tüm nesnelerin kaynağına doğal bir biçimde entegre edilmiştir (Puhalla, 2011, s. 112).

2.4.2.5. Uyum

Uyum, bir kompozisyonun farklı bölümleri arasındaki hoş bir ilişki olarak tanımlanır. Uyum, tasarıma ait kompozisyonun öğeler veya bağımsız parçalar, tekrarlanan renkler, benzer dokular, paylaşılan kenarlar vb. gibi ortak özelliklere sahip olması ile gerçekleşmektedir. Kompozisyonadaki alanlar önemli ölçüde bağlantılı hale gelir; ortak olmaları onları görsel bakımdan ilişkili kılarak bir araya getirmektedir. O halde uyum, bir bileşimin çeşitli parçalarını birbiriyle ilişkilendiren faktör olarak düşünülebilir (Ocvirk vd., 2013, s. 49). Tasarımın renk, değer ve ölçü gibi bileşenlerin aralarında ve tasarımın geneliyle uygunluk göstermesi, belirli bir düzen içinde olması uyumu meydana getirir. Tasarımın birimler arasındaki yakınlık, boyut ve şekil benzerliği gibi çeşitli faktörler, nesnelerin görsel bakımdan ilişkilendirmesine destek olmaktadır.

2.4.2.6. Zıtlık

Birbirine uymayan formların, uygulamaların ve fikirlerin yan yana (bir araya) getirilmesi görsel veya entelektüel gerilim yarattığında kontrast ortaya çıkar. Sonuç, eşleştirilmiş veya gruplanmış öğeler arasındaki farklılıkların gelişmiş bir algısıdır. Bu ikili işlev, zıtlık kavramını oldukça kullanışlı ve zorlu bir tasarım aracı yapar. Zıt unsurların dengesiz ilişkisine dayanan görsel gerginlik, enerji yaratır ve bu da hem tasarım yüzeyinde hem de zihinde güç ve etki yaratabilme potansiyelini taşımaktadır. Tasarımcılar, ilettikleri mesajı güçlendirmek için karışıklık içeren ve beklenmedik olan yan yana yerleştirmeyi kullanmaktadır. Örneğin, bir inşaat zincirinin ağırlığına karşı süslü bir dekoratif çatal kullanarak oluşturulan iki nesnenin bir araya getirildiği görüntü tek başına iletebileceğinden daha karmaşık bir fikir gönderirken eşleşmenin tuhaflığı nedeniyle ilgi çekecektir. Mesajın etkisi, görsel kontrast artırılarak geliştirilebilir ve böylelikle daha güçlü bir mesaj iletimi sağlanır duruma getirilebilir (Santoro, 2013, s. 169).

2.4.2.7. Baskınlık (Vurgu)

Görsel olarak vurguyu meydana getirmek için tasarımın bileşen parçaları olan grafik öğelerin önem sırası konusunda karar verilmelidir. Kompozisyonunda en fazla önem taşıyan öğeden en az öneme sahip olan öğeye doğru bir bilgi akışı yaratılabilir (Landa, 2011, s. 29). Tasarımcı bir imajı geliştirirken, tasarıma ait parçaların önem derecelerini vurgulayan ve bileşimsel değerlendirme kaynaklı olan farklılıkları ortaya koyarak ilgi çekmeye çalışmaktadır. Birtakım özellikler vurgulanırken geri kalanlar ikincildir. Bu durum, kompozisyonunda gözü hareket ettirmeye yardımcı olan birincil odak noktaları ve ikincil ilgi

alanları yaratmaktadır. Alanlar, onları diğerlerinden ayıran kontrastlarla vurgulandığında baskın bir hale gelmektedir. Kontrast; dramatik bir prodüksiyondaki spot ışığı veya bir müzik parçasındaki kreşendo gibi dikkat çekicidir. Genel durumda, kontrast ne kadar büyük olursa vurgu ölçüsü artar ve bir alan o kadar baskın hale gelir (Ocvirk vd., 2013, s. 82).

Farklı egemenlik derecelerini ihmal eden sanat eseri, izleyiciye her unsurun eşit derecede öneme sahip olduğunu alt mesaj halinde iletirken, hiçbir yön ile ilişkisi bulunmayan ve iletişim kuramayan kafa karıştırıcı bir görüntü sunmaktadır. Bu durum, ikincil hakimiyet alanlarının genel bir kompozisyon için önemsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Bu bağımlı alanlar, baskın kısımların vurgulandığı arka planı meydana getirdikleri için aslında aynı derecede hayati olarak görülmelidir (Ocvirk vd., 2013, s. 83).

2.5. Afiş Tanımı ve Türleri

Fransızca "affiche" sözcüğünün İngilizce karşılığı "poster" Almanca karşılığı "plâket" olurken Türkçe'deki karşılığı ise afiştir (Sözer ve Tanyeli, 1986, s. 13).

Afişler; bir bilgi, ideoloji ya da mesajın alıcı tarafından bir bakışta anlaşılması keskin bir biçimde analiz edilmesi amaçlanarak tipografik ve görsel unsurların estetik kaygılarla birleşimi sonucu oluşturulan grafik tasarım ürünleridir.

Afiş, belirli bir konu hakkında izleyiciye etkili bir biçimde haber aktarılması amacıyla kullanılan bir grafik tasarım ürünüdür. Kent içinde çeşitli alanlara asılarak, insanlara aktarma kaygısı güttüğü iletiyi sürekli hatırlatması bakımından yoğun bir şekilde tercih edilen kitle iletişim aracıdır. Afişin, temelinde üretim-tüketim olan ilişkilerde bilgi vermesinin yanı sıra sosyal, siyasal ve kültürel olayların bireylere ulaştırılmasında da etkili bir rolü bulunmaktadır. Ayrıca afişin sürekli hatırlatıcı özelliği bulunması kalıcı bir aktarım sağlamasına olanak tanımaktadır (Tepecik, 2002, s. 59). Tasarımın yüksek bir formu olarak nitelendirilebilen afiş, sunulan yüzeyin oldukça büyük tercih edilmesine de olanak sağlamaktadır. Birbirinden oldukça farklı konularda tasarlanabilen afişler birey üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır.

Afiş tasarımı; sinema, festival, sergi, konferans veya spor etkinliği duyurularına, isterse aktivist amaçlara, kamu bilinci oluşturmaya ya da ürün tanıtımlarına hizmet etsin, bilgi iletmek için faydalı bir araç, harekete geçirmek için kışkırtıcı bir ses veya belirli bir ürün veya hizmeti seçmek için ilgi çekici bir odak merkezi konumundadır. Müzelerin kalıcı koleksiyonlarında yer alan, galerilerde ve dünya çapında düzenlenen bienallerde gösterilen afişler, grafik tasarımın sunduğu yaratıcı ve iletişimsel potansiyelin izleyicilere açık işaretleridir (Gomez-Palacio ve Vit, 2011, s. 40). Afiş, dikkat çekerek ve beğeni kazanarak,

kişilerin bilinçaltına mesajlar yerleştirmektedir. Böylelikle izleyiciler, afişin aktarmak istediği mesaja farkında olarak ya da olmayarak odaklanmakta ve aktarılanla ilişkin olumlu bir tutum geliştirmeye yönelmektedir (Muller-Brockmann, 2010, s. 12).

Teknolojinin ilerlemesi, iletişim kurma ve haber alma olanaklarının da gelişmesi ile insanlar, reklam imgeleri her geçen gün artarak daha da yoğun bir şekilde karşı karşıya kalmaktadır. Reklam imgelerinin verdiği mesajlar bazen zihinde bir anlam kazanırken bazen de sadece bir görsel unsur olarak değerlendirilmektedir. Mesajlar akılda kalıcı olabilir ya da zamanla etkisini kaybedebilir; fakat her durumda görme duyusu tarafından algılanmaktadır. Mesajlar; imgeleme, hatırlama ya da beklentiler yoluyla kısa bir süreliğine de olsa belleğin uyarılmasını sağlamaktadır. Günlük yaşamlarında durmadan yenilenen, güncellenen bu sebeple anlık bir mesaj olarak değerlendirilen reklam imgesi ile karşı karşıya kalan ve yaşadığı süreçte imgeler tarafından kuşatılmaya alışan insan, bu mesajların ve imgelerin yaptığı etkiye tümüyle dikkat edememektedir (Berger, 1986, s. 129).

Afiş, Art Nouveau sanatçıları tarafından geniş kapsamda ve başarılı bir biçimde gerçekleştirilmiştir. İngiltere’de William Blake ve prerafaelit sanatçılar, Fransa’da Gauguin, Van Gogh, Henri de Toulouse-Lautrec afiş olarak sınıflandırılmaya uygun, dekoratif görünümlü resimler yapmışlardır. Nabilerin Japon estamplarından ilham aldıkları bilinmektedir. Modern stil sanatçıları afişi bir sanat dalı, bir disiplin olarak özellikle işlemişlerdir. İngiliz dekoratör-mimar Arthur Macmurdo ve Çek asıllı ressam dekoratör Alphonse Mucha, bu sanat dalının ünlü temsilcilerindendir (Kınay, 1993, s. 223). Afiş, halka açık bir yerde sergilenmek üzere sözcüklerin ve resimli materyallerin birleşimi olarak değerlendirilebilir. Belirli bir düşünceyi, fikri, kavramı ya da mesajı iletmek için tasarlandığı düşünüldüğünde afiş sanatı kasıtlı bir sanat olarak nitelendirilebilir. Afişin izleyici ile etkileşim halinde ve kolay ulaşılabilen bir tasarım ürünü olması afişin sanatsal yanını da oldukça önemli hale getirmektedir. Afiş bir araçtır. İletiyi aktarmak isteyen ile alıcı arasında, iletinin taşıyıcısı görevindedir (Barnicoat, 1972, s. 82). Bir afiş popüler semboller ve deyimleri kullanarak bir mesajı hızlı ve inandırıcı bir şekilde izleyiciye iletmeye çalışmaktadır. Afiş tasarımcıları genellikle imajlarını, abartılı ve tek bir bakıştan sonra hafızada kalacak olan tek bir öğeye indirgemektedirler. Afiş, izleyicinin dikkatini bir süreliğine üzerine çekerken, o süreyi hedef kitleye bir mesaj iletmek için kullanan ve halka açık alanlar için tasarlanmış metin ve resimli görüntünün birleşimidir. Afiş, bugün de görsel iletişim araçlarının da desteği ile, kullanışlı ve düşük maliyetli etkili bir iletişim aracı olmaya devam etmektedir (Rodney, 1994, s. 52).

Tanıtım işlevini sanatsal bir bakış açısıyla birleştiren grafik tasarımın bir ürünü olan ve gündelik yaşamın içerisinde yer alan afişlerin, izleyiciye mesajı ya da bilgiyi etkili ve anlaşılır şekilde aktarması beklenmektedir. Afişler tasarlanırken sergileneceği alan konusu da önem kazanmaktadır.

Afişler sergilendikleri mekâna göre isimlendirilebilir. Büyük boyutlu olan dış mekân afişleri; dış cephe duvarları veya ilan panoları gibi geniş yüzeylere asılır. Küçük boyutlu olarak tasarlanan iç mekân afişleri, salon, koridor gibi bölümler ve yapılara ait girişe yakın alanlarda kullanılmaktadır. İç mekân afişleri uzun süre incelenebilen ve detaylı bilgi edinmeye olanak sağlayan tasarımlar olurken, dış mekân afişlerinde izlenme süresi kısadır. Afişin izlenme süresi, tasarım sürecinde etkili bir kriterdir. İzleyiciye verilmek istenen mesajın konusu afişin türünü belirlemektedir.

Afişler; içerik bakımından reklam afişleri, kültürel afişler ve sosyal afişler olarak üç temel gruba ayrılrsa da her birinin hedefi daha geniş kitlelere ulaşarak mesaj aktarımının etkili ve kalıcı bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktır.

Reklam afişleri; bir ürün ya da hizmetin tanıtımının yapıldığı afişlerdir. Moda, endüstri, kurumsal reklamcılık, basın-yayın, gıda, turizm gibi sektörlerde kullanımı yaygındır.



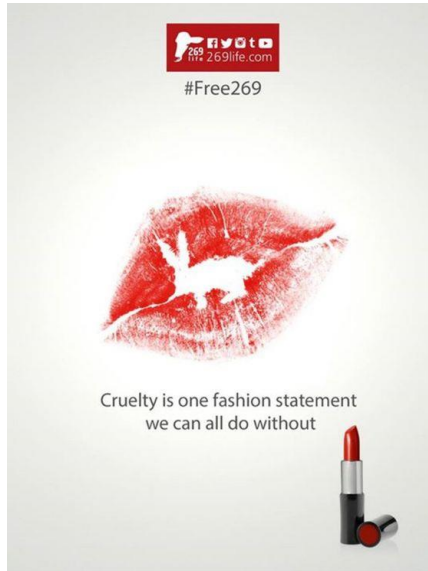
Şekil 5. Sony Markasına Ait Reklam Afişi.

Kültürel afişler; Sinema, tiyatro, festival, balo, sempozyum, seminer gibi kültürel etkinliklerle ilgili bilgi veren afişlerdir (Becer, 2019, s. 201).



Şekil 6. Cannes Film Festivali Afişi, 2014.

Sosyal afişler; İzleyicilerin bilincine rehberlik edebilen ve bireylerin doğru değerler oluşturması sonucunda doğru eylemi gerçekleştirmesini sağlamaya yönelik güçlü bir ideolojik ve sanatsal karaktere sahip afişlerdir.



Şekil 7. Farkındalık Oluşturma Amaçlı Afiş Tasarımı.

2.5.1. Afişin Tarihçesi

Afiş, en erken İlk Çağ'a tarihlenmektedir. MÖ 4000'li yıllarda Asur ticaret kolonilerinin, Anadolu ile yaptığı alışverişlerde kil tabletler üzerine çivi yazısı yazdıkları ve böylelikle mallarını daha iyi tanıtmayı ve satmayı amaçladıkları bilinmektedir. Günümüze kalan bu eserler afişin ilk örneklerindendir (Tepecik, 2002, s. 72).

MÖ 1453'te düzenlenen Olimpiyat oyunlarına ait posterlerin var olduğu düşünülmektedir. Atina pazar yerlerinde ve Roma Forumu'nda çok sayıda afiş bulunduğu bilinmektedir. Romalılar, oyunlarını ve bayramlarını, savaş ilanlarını ve yasama kararlarını tabela ve afişlerle halka duyurmaktaydı. Antik dönemlere ait poster sanatının kanıtı, arkeologların bulgularıyla doğrulanmıştır. Ayrıca erken dönem ile ilgili olarak Kuzey Amerika Kızılderilileri, posterlerini hayvan derileri üzerine çizerken; Alaska Kızılderilileri, posterini alışılmadık bir totem direği biçiminde yarattıkları bilinmektedir. Japonlar ve Çinliler yüzyıllar boyunca posterleri kullanmışlardır. Hristiyanlığın ilk günlerinden beri kilise ve hükümetler afiş sanatının büyük patronları olmuştur. Çoğunluğu okuma-yazma bilmeyen, yalnızca gördüklerini anlayabilen kitleler daha eğitilmiş hale gelince dini afiş yapımından vazgeçilmiştir (Bush, 2014, s. 14).

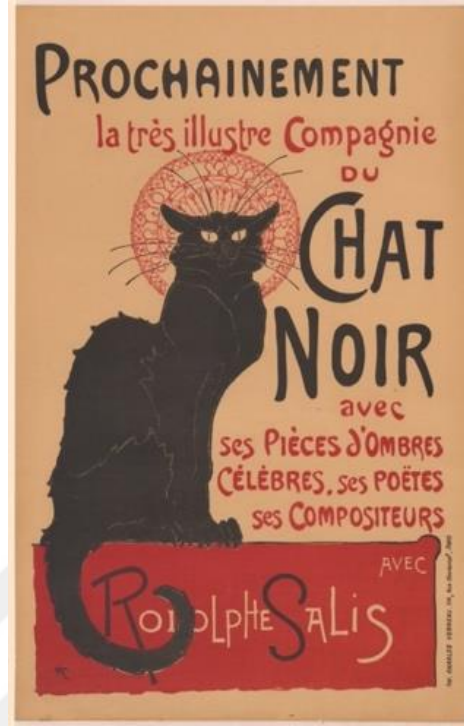
Günümüzde bilinen anlamıyla afişler, Avrupa ve Kuzey Amerika'nın başkentlerinde seri üretimin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Tarihlerinin bu erken evresinde kâğıt üzerine basım yapılarak kamusal alanlara asılan posterler, metin ve/veya görsel iletişimin biraz daha fazlası olarak değerlendirilebilir. Poster, sanayi devrimi ile birlikte başlangıçta Paris, Londra ve New York'un ara sokaklarında görülmeye başlanmıştır. Matbaanın zaten değerli olduğu bir kültürde ortaya çıkmış olan posterlerin yerleştiği alanlar, insanlık tarihinin görsel ve sözlü olarak en doygun ortamlarından biri haline gelmiştir. 19. yüzyıl boyunca, kentsel alanların hemen hemen her yüzeyi yoğun bir el ilanı ve reklam kakofonisi ile dolup taşmıştır. Posterler, sadece boyutları ve fiziksel varlıklarıyla tipografik görüntüyü yeniden şekillendirmekle kalmayarak okuma alışkanlığı ve iletişimin doğasını da dönüştürmüşlerdir. Victoria Dönemi'ne ait küstah ve kaba olarak değerlendirilen posterler ve el ilanları, sınıf çizgisini kırarak okuma alışkanlığını bir hobi ya da kişisel biçimde icra edilebilen bir eylem olmaktan çıkarak özel dikkat gerektirmeyen kamusal bir eyleme dönüştürmüştür (Guffey, 2015, s. 14). Fransa'da Victoria Dönemi grafiklerinden Art Nouveau'ya geçiş, kademeli bir şekilde gerçekleşmiştir. Bu geçişte Paris'te çalışan iki grafik sanatçısı, Jules Chéret ve Eugène Grasset önemli rol oynamışlardır.



Şekil 8. Eugène Grasset. Salon des Cent, 1894.

1881'de basın özgürlüğü gelmesi ile resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışında geriye kalan yerlere afişlerin asılabilmesine izin verilmesi afiş endüstrisine ivme kazandırmıştır. Sokaklar, geniş kitlelerce izlenilebilen bir sanat galerisi haline dönüşmüş, afiş endüstrisinin tanınması ile saygın ressamalar reklam afişleri tasarlamayı küçültücü bir davranış olarak görmekten vazgeçmişlerdir. Arts and Crafts hareketi, tasarım sanatları için yeni bir yön yaratmış ve Jules Chéret bu yönde atılım yapan ilk sanatçı olmuştur. Modern afişin babası olarak görülen bu ünlü tasarımcı, uzun yıllar resimli litografik afişlerin sadece duyuru niteliği taşıyan tipografik harf baskısı afişlerin yerini alması için çaba göstermiştir (Bektaş, 1992, s. 18).

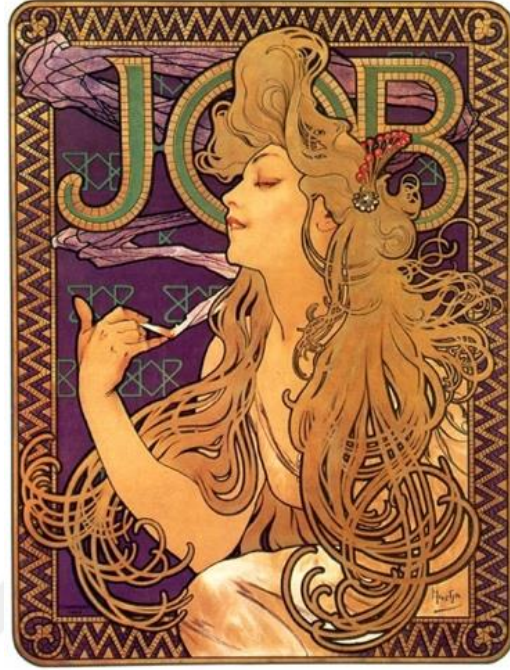
Zarif ve cürekâr kompozisyonları ile Henri de Toulouse-Lautrec, Théophile Alexandre Steinlen ve Alphonse Mucha'nın tasarımları günümüzün sanatsal avangardını yansıtırken aynı zamanda tüketicilerin satın alma gücünün ölçüsünü de belgelemektedir. Seri üretilen sigaraların, sabunların ve diğer tüketim mallarının hızla yayılması, posterin Paris'te oldukça etkili olduğunun bir göstergesidir. 19. yüzyıl, tüm Avrupa'ya yayılan posterin altın çağı olarak görülmektedir (Guffey, 2015, s. 16).



Şekil 9. Théophile Alexandre Steinlen. Chat Noir, 1896.

Chéret, afişlerinde dinamik kompozisyonu ve bolca kullandığı renkleri ile Paris'in atmosferini yansıtırken, Grasset, doğu sanatına olan eğilimini tarihselci bir yakınsama ile yapıtlarına taşımıştır. Lautrec ise, yüksek düzeydeki gözlem yeteneğiyle Paris'in gece yaşamını, günlük deneyimlerini yansıtmıştır. Tasarımlarında yazı ile resmi birbirini bütünleyici iki unsur biçiminde kullanabilme konusundaki üstünlüğü kabul edilen Lautrec'in afişleri, sanatsal bakımdan geçerli ve güzel sanatlarla güçlü bir ilişkisi olduğu izlenimini yaratmıştır. Kendine özgü bir stil geliştiren Mucha, Art Nouvea'ya geniş bağlamda bir ifade kazandırmıştır (Eskilson, 2012, s. 70).

Fransız Art Nouveau hareketini yüksek bir noktaya taşıyan ve Sarah Bernhardt tarafından üne kavuşturulan Alphonse Mucha'nın afişlerinde saçlardaki aşırılık ve dekoratif süslemelerdeki yaklaşımları ile büyük bir ustalık sergilediği görülmektedir (Weill, 2021, s. 21).



Şekil 10. Alphonse Mucha. Job, 1896.

Fransa’da, romantizm döneminin edebi eserlerinin yayımlanacağını duyurmak amaçlı tasarlanan afişler, sanatsal nitelik bakımından dikkate değer ürünlerdir. Jules Chéret’in 1866 tarihinde bir oyunun reklamını yaptığı “Le Biche au Bois” isimli afiş, modern afiş tasarımının ilk örneği olarak gösterilebilir (Şekil 11).

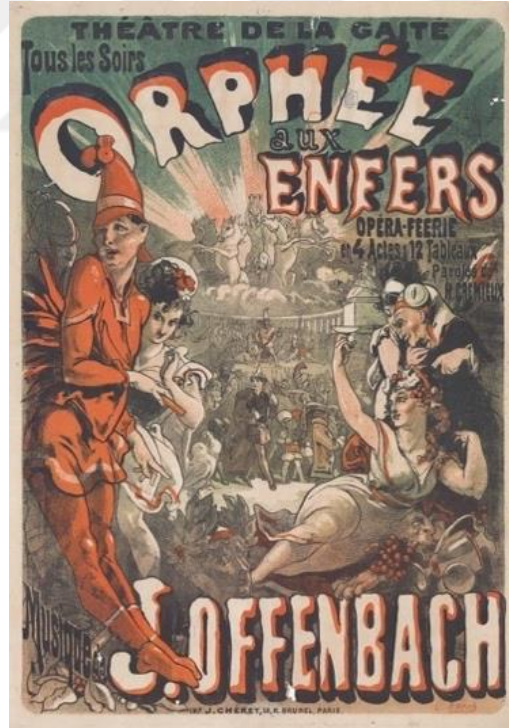


Şekil 11. Jules Chéret. Le Biche au Bois, 1866.

Reklam sanatına dolayısıyla da afişe değer veren Jules Chéret, “Orpheus Cehennemde” (1858) opereti için yaptığı denemelerden sonra, siyah ile birlikte üç ana renk kullanarak renkli litografi uygulamalarını geliştirmiştir (Şekil 12).

Chéret ürünün etkisini arttırmak için genellikle afişlerinde kadın -Chérette- kullanmaktadır. Yıldan yıla aynı imgenin farklı biçimlerde tasarımını yaptığı bir lamba yakıtı kaynağı (parafin yağı) reklamı olan “Saxoléine”, bu konuda dayanak olarak alınabilecek bir örnektir (Weill, 2021, s. 19).

Avrupa ve Amerika'nın kentsel alanlarında resimli afişlerin varlığı, halkın algılarını değiştirmiştir. Büyük, renkli afişler halka açık sokakların, pazarların ve meydanların alanlarında varlığı daha geniş yer buldukça ve daha önemli bir anlam teşkil ettikçe, formatın kendisi Victoria el ilanlarının ulaşamadığı bir saygınlık kazanmıştır. İster sivil ister kamusal sanat olarak algılsın, 19. yüzyıl resimli posterleri tüketilirken bile tüketimi teşvik etmesi bakımından kapitalist olarak değerlendirilebilir.



Şekil 12. Jules Chéret. Orphée aux Enfers, 1858.

Popüler bir çekicilik kazandıkça özel koleksiyoncular tarafından biriktirilmeye, ticareti yapılmaya ve sürekli artan meblağlar karşılığında satın alınmaya başlanmış olan afişler, mevcut görsel düzeni değiştirmekle kalmayarak metruk binaların duvarları da dahil

olmak üzere daha önce göz ardı edilen alanları görünür hale getirirken, yük arabalarının, vagonların ve teknelerin kenarlarını bile birdenbire satılmaya hazır, gelir getirici alanlar olarak görülmesini ve popülaritesi ile yerel yönetimler ve mülk sahipleri tarafından, geniş düz alanların potansiyel bir rant kaynağı olarak algılanmasını sağlamıştır. Böylelikle şehir ve kasabaların büyük ölçekli haritası çıkarılmıştır (Guffey, 2015, s. 22).

The Beggarstaff's (J.&W. Beggarstaffs) ismi ile ortaya çıkan Japon etkisini eserlerine taşıyan İngiliz iki tasarımcı; modern, sade, özgün tarzları ve ekonomik çizgi kullanımları ile dikkat çekmiştir. İki sanatçı poster tasarım sürecinde özel bir kolaj tekniği geliştirmiştir. Sanatçıların, Rowntree's kakao ürününün tanıtılması amacıyla tasarladığı, siyah giyimli figür ve düz arka planın kontrast oluşturduğu poster sade tarzlarını yansıtan örneklerden biridir (Şekil 13).



Şekil 13. The Beggarstaff's. Rowntree's Elect Cocoa, 1896.

Fransa'da Toulouse-Lautrec ve Steinlen ve Kuzey Amerika'da Edward Penfield veya Will Bradley kimilerine göre kamusal dekorasyon, kimilerince sanat olarak görülen ticari reklam afişleri tasarlamışlardır. Resimli olarak tasarlanan posterlerin iç mekâna taşınmasıyla daha evcil bir hale evrildiği gözlemlenmektedir. Çekiciliğinin bir parçasını da temelindeki kabalıktan alan posterler saf boyutları, keskin renk kontrastları, agresif tipografileri ve kitlesel

pazar reklamcılığının ısrarlı mesajları ile bohem salonlara ve terbiyeli misafir odalarına sokağın kokusunu taşımışlardır (Guffey, 2015, s. 15).

Ressam Dudley Hardy de afiş tasarımıyla yönelerek Fransız afiş tasarımlarının yapısal özellikleri ve sahip olduğu değerleri kullanarak İngiliz afiş tasarımının etki alanını genişletmiştir (Eskilson, 2012, s. 80). Bu etki "A Gaiety Girl" isimli müzikal-komedi oyunu için tasarladığı afişte tipik olarak izlenebilmektedir (Şekil 14).

1890'ların başlıca sanatsal gelişmelerine ilişkin sanat tarihi araştırmaları poster, modernist bir estetik ve pratiğin icadı için bir alan olarak görmezlikten gelme eğiliminde olmuştur. Afişlerin sanat olarak statüsü, reklam olarak ticari işlevleri nedeniyle daha da karmaşık bir hale dönüşmüştür. İngiliz afiş eleştirmeni Charles Hiatt, "Estetik niteliklerin ticari niteliklere tabi kılınması zorunludur." diyerek afişte, sanatçının her şeyden önce sokaktaki kişinin dikkatini çekmesi gerektiğine değinmiştir (Iskin, 2014, s. 39).



Şekil 14. Dudley Hardy. A Gaiety Girl, 1893.

Afişler, alt seviye olarak görülen bir kültür ortamında sergilenen de toplumdaki farklı kültür düzeylerine mensup insanların da dikkatini çekmeyi başarması afişin esnek üslubunun, devrim halindeki ruhunun ve özgür doğasının bir sonucudur. Posterin bir reklam aracı olarak etkin durumdaki işlevselliği, görüldüğü an dikkat çekmesine de bağlıdır denilebilir.

Posterin, sanatsal bir anlatıyı ve kitle kültürünü bir araya getirmesi işlevinin yanı sıra kendine özgü modern bir dil icat ederken modernitenin bir temsili olarak kullanılması da önem taşımaktadır. Bazı eleştirmenler için başlangıçta poster kendini beğenmiş, görgüsüz bir tasarım ürünü olarak eleştirilmiştir. Paris, New York ve Londra sokaklarını yetersiz gelire sahip insanların resim galerisi olarak düşünen bazı eleştirmenler tarafından ise kamusal alanda bir tür açık eğitim atmosferini sağlayabilen poster, halka zevk vermesinin yanında birçok konuda estetik bir bakış açısı sunabilen bir eğitimci gibi değerlendirilmiştir (Guffey, 2015, s. 22).

Poster, modernist sanat için benzersiz bir deney alanı olmuştur. 1890'ların başında, Paris'te Toulouse-Lautrec ve Pierre Bonnard, Londra'da Beardsley ve Beggarstaff Brothers gibi sanatçılar afişlerini reklam işlevi görecektir şekilde tasarlarırken aynı zamanda onları yeni bir görsel ifade biçimi için bir platform olarak ele almışlardır. Jules Chéret, renkli litografik posterler üretmeye başladıktan yirmi yıldan fazla bir süre sonra posterin; koleksiyonerler tarafından giderek daha fazla talep görmesi, kısa bir ömre sahip olması, salonlar ve galerilerin özel sanat alanlarında saklanmak yerine ucuz kâğıda basılarak sokaklarda sergilenmek üzere tasarlanması ve yaratıcılarını yüksek sanat yapmanın tutku ve kısıtlamalarından kurtarması sebebiyle genç bir sanatçı kuşağının poster tasarımı yapmaya karşı ilgisi artmıştır. Anarşist bir dergi olan Le Père Peinard'da yazan Félix Fénéon, afişler hakkında şu yorumu yapmıştır: “Tanınmış bir sanatçı tarafından tasarlanmış afişler olsa bile değerli şeylermiş gibi davranmazlar; bir süre sonra indirilecekler ve yerine diğerleri konulacaktır, vesaire: bu durum kimsenin umurunda olmaz! Bu harikadır! Bu Tanrı tarafından yapılmış bir sanattır. Sanatın en iyi türüdür. Yaşamla karışıktır. Blöf yapmaz ve övünmez. Sıradan insanların kolayca erişebileceği bir sanattır” (Iskin, 2014, s. 41).

Gazeteci ve sanat eleştirmeni Gustave Geffroy, La Justice'te Chéret üzerine yazmış olduğu makalesinde, eserleri sokakta görmenin basit zevkini büyük sanat üslubunun üst düzey kutlamasıyla karşılaştırmıştır. Sokakta poster görme deneyimini müze ve galeri sergilerinden farklı kılanın; kapalı bir sergiye, basılı bir davetiyeye veya özel gösterimlere gerek duymadan, toplantılara ve öğle yemeklerine katılmadan herkes tarafından gözlemlenebilme, kayıt dışılık ve ulaşılabilirlik gibi özellikler olduğuna yer vermiştir.

Eleştirmenler sıklıkla posterin altın bir çerçeveye sahip olmamasına dikkat çekmiştir. Bu durumun değerli sanat eserlerinin çerçevelenmesinin sembolik gücü yerine, hoş karşılanan bir özgürlüğü temsil ettiğini görmüşlerdir. Fénéon, bu konudaki düşüncesini şu cümleyle özetlemiştir: “Altın çerçeveli kirli çarşaflar yerine, renkli afişler gerçek hayattaki bir sanattır,

bütün yıl boyunca ve nereye giderseniz gidin bir açık hava sergisiydi.” Posterin hafif karakterine dikkat çeken İngiliz illüstratör Aubrey Vincent Beardsley ise, posteri akademik resimden ayıran çerçeve ve üç boyutlu modelleme eksikliğini vurgulamıştır. Ayrıca posteri, hava koşullarına ve diğer çevresel koşullara karşı savunmasızlığı nedeniyle İtalyan freskine benzetmiştir. 1890'ların afişlerini kentsel dış mekanlarda sergileyen sanatçılar, farklı bir özgürlük düzeyi yaşamışlardır. Sokağın, resmi ya da bağımsız, sanat alanlarındaki yaptırımlardan en uzak alan olduğu görüşü benimsenmiştir. İngiliz afiş sanatçısı Dudley Hardy, çerçeveyle veya müzeyle sınırlı olmayan sanat yapmasını sağladığı için afişlere değer verdiğini belirterek şunları söylemiştir: “Neden [sanatçı] dikkatini, hayal bile edemediğim bir çerçeve için resim yapmakla sınırlandırmalı; Londra duvarlarından daha iyi bir tuval olamaz ve Londra sokaklarından daha eleştirel bir izleyici kitlesine sahip olamayacağından oldukça eminim” (Iskin, 2014, s. 43).

Dekoratif kıvrımlara mesafeli kalarak Japon grafik tasarım anlayışının Batı sanatında yer bulmasını sağlayan Bonnard, Jean-Edouard Vuillard, Henri-Gabriel Ibels, Félix Vallotton ve Toulouse-Lautrec gibi sanatçılar, La Revue Blanche ve La Plume isimli dergiler için tasarladıkları afişlerle önemli bir etki yaratmışlardır. Lautrec'in tasarımsal düzeni, uyguladığı renkler ve renklerin lokal kullanımı büyük bir etki uyandırmıştır (Weill, 2021, s. 22). Toulouse-Lautrec, bir jürinin müdahalesi olmadan sergileme özgürlüğüne değer vererek jürili sergilere katılmayı reddetmiştir. Yine de sokak izleyicilerinin yorumlarını memnuniyetle karşılayan Hardy'nin aksine Lautrec, giriş ücreti ödemedikleri için, sokak gösterilerinin, kendisini izleyicilerin görüşlerini dikkate alma zorunluluğundan kurtardığını mizahi bir şekilde ilan etmiştir: “Kamuya gelince, eğer ödüyor olsaydı, eleştirmeye (hiç dikkat etmesem de) hakkı olurdu. Ancak ödemediği için...”

Birkaç bin adet olmak üzere basılan posterler, sadece reklamı yapılan ürünün değil, sanatçının da yüksek bir tanınırlık kazanmasını sağlaması bakımından genç sanatçılar için çekici bir olasılık olarak görülmektedir. Devrimci bir posterin sokaklarda görünmesi Bonnard, Lautrec, Mucha ve Beardsley'e bir gecede ün kazandırmıştır.

Bonnard'ın 1891 tarihli “France-Champagne” posterinin Paris sokaklarında sergilenmesinden bir ay sonra, Fénéon posterden “bu ünlü poster” olarak söz etmiştir (Şekil 15). Eleştirmenler Bonnard'ın çarpıcı yeniliğini hemen fark etmiştir. Francis Jourdain, bu posterin “yenilik ve gücü” karşısında şaşkınlığını bildirmiştir (Guffey, 2015, s. 24).



Şekil 15. Pierre Bonnard. France-Champagne, 1891.

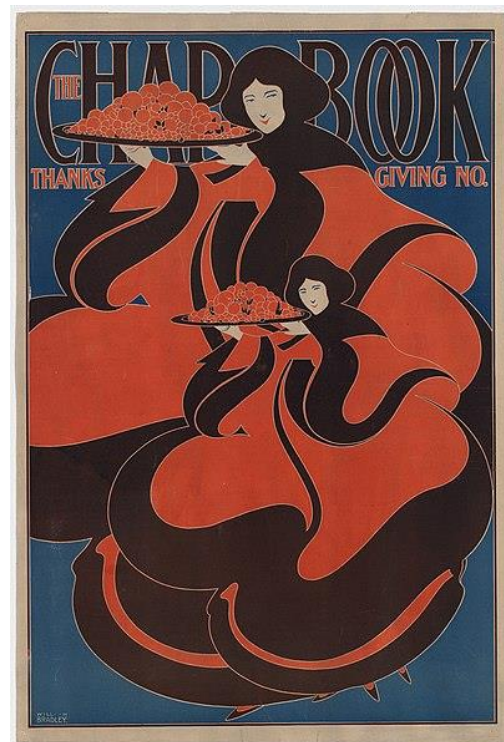
Lautrec'in 1891 tarihli afişi "La Goulue", Moulin Rouge sanatçısını neredeyse doğrudan tanıtan bir afişin iyi belgelenmiş örneğidir (Şekil 16). Ernest Maindron'a göre, afiş: "O kadar yeni ve tamamen beklenmedikti ki, hemen fark edildi." Lautrec'in arkadaşı olan Francis Jourdain, posterle ilk karşılaşmasını: "Moulin Rouge" posterini ilk gördüğümde yaşadığım şoku hala hatırlıyorum. Bu dikkat çekici ve son derece orijinal poster, hatırladığım kadarıyla Avenue de l'Opéra boyunca küçük bir arabada taşınıyordu ve o kadar büyülendim ki, kaldırımda onunla birlikte yürüdüm." şeklinde anlatmıştır (Iskin, 2014, s. 44).

Resimli afiş, Amerika'da başlangıçta yayın endüstrisi tarafından kabul görmüştür. 'Harper's' ve 'Century' isimli dergiler için aylık tanıtım afişleri tasarlanmıştır. 1980'lerde önde gelen Amerikan grafik tasarımcılarından olan Will Bradley, Art Nouveau tarzında eserler vermiştir.

Tipografi konusunda özgür bir yaklaşım sergileyen sanatçı, "The Chap Book" isimli dergi için 1895'te yaptığı tasarımda, Japon stilini Art Nouveau'nun etkileyici çizgisiyle bütünleştirmiştir (Şekil 17). Bilinen kuralların dışına çıkan Bradley, tipografiyi bir tasarım elemanı haline dönüştürmüştür (Bektaş, 1992, s. 29).



Şekil 16. Henri de Toulouse-Lautrec. Moulin Rouge: La Goulue, 1891.



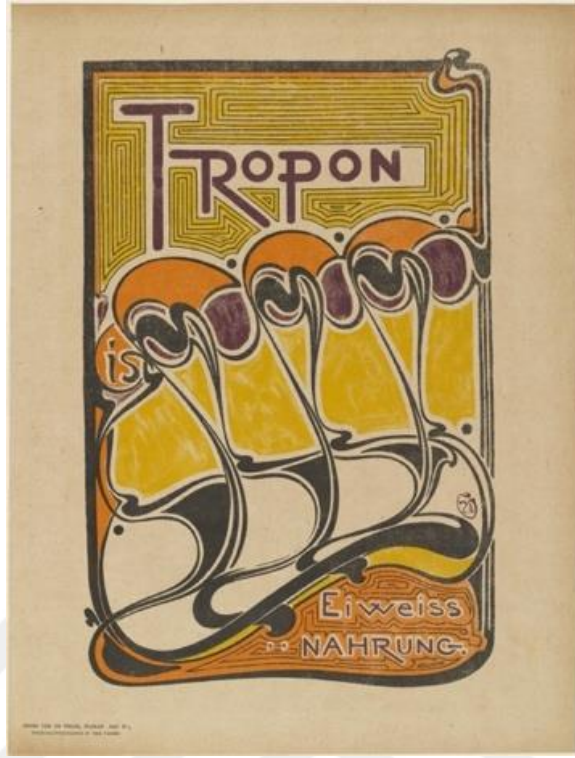
Şekil 17. Will Bradley. The Chap Book, 1895.

Paris, afişlerde sanatsal yaratıcılığın üst düzeye taşındığı yer olmuştur. Aralarında Théophile Steinlen, Jules-Alexandre Grün, Adolphe Willette gibi isimlerin bulunduğu her alandan illüstrasyoncular ve Menier çikolatasının, marka ortadan kaybolana değin, biçimsel açıdan dönüşüm gösteren küçük kızını çizen Firmin Bouisset ve Michelin adamı Bibendum'un yaratıcısı O'Galop (Marius Rossillon) gibi öncüler, reklam alanına dair imgeleri ile büyük bir etki uyandırmıştır (Şekil 18).

1898'de Van de Velde, Köln'de bulunan besin ürünleri şirketi olan "Tropon" için bir grafik çizgi geliştirmiştir (Şekil 19). Alman gıda üreticisi Tropon, Van de Velde'den protein olarak üretilen ürünler için ticari bir poster tasarlamasını istemiştir. Art Nouveau stilinde kuş tasarımlı poster ile tasarımcı, geleneksel bir görünüm yerine, cesur formlar, çizgi ve renklerden oluşan soyut ve sofistike bir kompozisyon ortaya koymuştur. Almanya, bu dönemde gotikten sans serif karakterlere uzanarak tipografi konusunda önemli bir gelişme kaydetmiştir (Weill, 2021, s. 23).



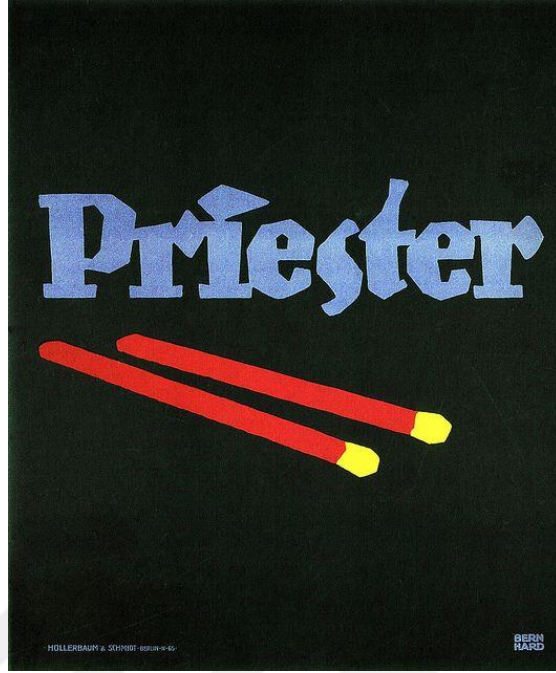
Şekil 18. O'Galop. Nunc est Bibendum, 1898.



Şekil 19. Henry Clemens van de Velde. Tropon, 1897.

Serbest bir üslup geliştiren tasarımcıların ardından karmaşıklığa tepki olarak sade bir üslup ortaya çıkmıştır. Lucian Bernhard, 1906’da Berlin’de sponsorluğu “Priester Kibrit Şirketi” tarafından yapılan afiş yarışmasına katılarak “nesne poster” de denilen Sachplakat üslupsal hareketini yaratmıştır (Şekil 20).

Karmaşıklığı doğrudan reddeden stil kurumsal müşterilere bir alternatif sunmuştur. Afiş tasarımı için erken bir stil olarak ortaya çıkan Sachplakat, modern bir görünümü hedeflemektedir. Sachplakat stilin özellikleri; düz renklere sahip harfler, basitleştirilmiş şekiller ve merkezi nesneye odaklanan kompozisyondur. Priester Kibrit Şirketi tarafından desteklenen yarışmaya katılan Bernhard tarafından, iki kibrit çöpü dışında tasarımdan diğer unsurların çıkarıldığı ve kibrit çöplerinin boyutunun büyütülerek dikkat çekiciliğinin artırıldığı görülmektedir. Bernhard, “Priester” markasını kalın bir yazı tipi ile kendisi yazmıştır. Nesne afişi, Birinci Dünya Savaşı ticarileşmeyi durdurana kadar popülerliğini devam ettirmiştir (Heller ve Vienne, 2016, s. 52).



Şekil 20. Lucian Bernhard. Priester, 1906.

Bernhard dışında Sachplakat stiline en başarılı temsilcilerinden biri de Alman tasarımcı Ludwig Hohlwein'dir. Bir giyim firması için canlı renkler kullanarak tasarlamış olduğu afişlerinde Beggarstaffs gibi sadeleştirme tutkusunu sergilemiştir (Şekil 21). Stilin bir unsuru olan görüntü bölümlerinde hacimsel formlar oluşturmuştur. Tasarımları Sachplakat stiline sadeliğini taşımaktadır (Eskilson, 2012, s. 114).

Julius Klinger, Julius Gipkens, Hans Rudi Erdt, Thomas Theodor Heine, Helmut Ehmcke ve Peter Behrens dönemin diğer ünlü sanatçıları arasındadır. Julius Klinger'a ait 1909 tarihli Bernhard'ın başlattığı Sachplakat üslubunun etkisindeki, "Möhring Avize Şirketi" için tasarladığı poster, Sachplakat stiline ikonları arasında yer almaktadır (Şekil 22).

Afiş tasarımı fazladan anlatım araçlarına ihtiyaç duymaksızın gözü yalnızca ürüne odaklamaktadır Tasarımda tipografik hiyerarşi görülmektedir. Nesnenin düz bir arka planın oluşturduğu yüzey üzerine konumlanması nesneyi dikkat çekici kılmaktadır. Sachplakat, modern ticari markaların üreticilere kimlik kazandırma gücünün önemini kavrayarak şirketlerin görünümünü şekillendirmek konusunda önemli bir stil olmuştur.



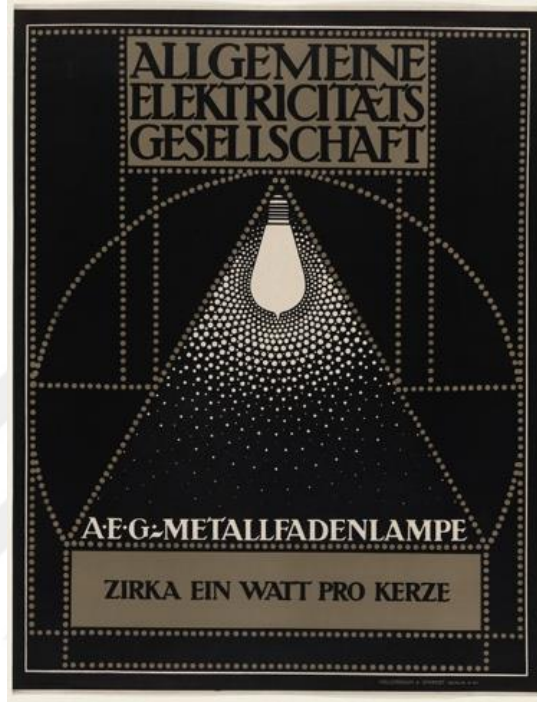
Şekil 21. Ludwig Hohlwein. Hermann Scherrer, 1907.



Şekil 22. Julius Klinger. Kronleuchter-Fabrik Möhring, 1909.

Almanya’da yenilikçi tasarımcılar yeni çağı belirleyen çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Peter Behrens, organik Jugendstil tarzından daha sade ve geometrik formlarla ilişkili bir stile kademeli olarak geçmiştir. 1910’da Behrens, teknolojik olarak

gelişmiş bir lambanın reklam posterini tasarlamıştır. Ortogonal tasarımda, lambayı ve parlak ışınları temsil eden soyut bir desen içeren eşkenar üçgen görülmektedir (Şekil 23). İlk endüstriyel tasarımcılardan biri olarak kabul edilen sanatçı, AEG için görsel bir kimlik yaratmıştır (Eskilson, 2012, s. 104).



Şekil 23. Peter Behrens. A.E.G. Metallfadenlampe, 1907.

Birinci Dünya Savaşı yıllarında kitle iletişim araçları henüz yaygın değildir. Baskı teknolojisinin gelişmiş düzeyde olması, afişi dönemin en yaygın ve işlevsel kitle iletişim aracına dönüştürmüştür. Afiş, bu dönemde propaganda aracı işlevi görmüştür.

Almanya'da Julius Klinger, savaşı piktografik sembollerle ifade ederken Lucian Bernhard, gotik bir yaklaşımla antik Alman ruhuna atıfta bulunmuştur (Bektaş, 1992, s. 56). Alman afiş tasarımcıları soyut biçim basitleştirmeleri Alman propagandasının temel unsuru haline gelmiştir. Lucian Bernhard gibi Sachplakat sanatçıları savaş konulu afişlerin yaratılmasında ön plana çıkmışlardır. Zırlı yumruk, Bernhard'ın tarzında herhangi bir süsleme içermeksizin basitleştirilmiş bir biçimde işlenmiştir. Posterin yazısı Sachplakat hareketi ile popüler olan sade stilden uzaktır (Şekil 24). Ulusal kimliğin bir göstergesi durumundaki yazı stili ağırlık kazanmıştır (Eskilson, 2012, s. 126).



Şekil 24. Lucian Bernhard. Kriegsanleihe, Das ist der Weg zum Frieden, 1915.

Askerlik hizmetine çağrıda bulunan İngiliz afişlerinde ise manevi bir baskı söz konusudur. Amerikan savaş afişlerinde insan figürü gerçekçi bir biçimde tasvir edilmiştir. Yumuşatılmış ve dengelenmiş bir cinsellik teması ile sağlıklı görünen genç kadınlara yer verilmiştir (Bektaş, 1992, s. 56).

El Lissitzky, Bolşevik davasına adanmış bir grup Suprematist sanatçıdan biriydi. Rus Devrimi'ni izleyen tarihlerde iç savaş yıllarından kalma "Beat the Whites with the Red Wedge" isimli politik afişi ile yeni tipografinin temellerini saptayan El Lissitzky, kırmızı ile siyahın uyarıcı gücünden yararlanmıştır (Şekil 25).

Tasarım, Suprematist ilkelerin devrimin hizmetinde propaganda olarak başarılı bir biçimde kullanıldığını göstermektedir. Kızıl ordu, tasarımda karşı devrimci güçlerin yumuşak çemberini delen bir kama görünümünü almaktadır. El Lissitzky, Suprematist soyutlamanın etkisini önemli ölçüde artıran doku unsurları ve üç boyutlu gölgeleme eklemiştir (Eskilson, 2012, s. 194).

Sade görünen poster, keskin açılar ve çeşitli geometrik formları ile dikkat çekmektedir. Posterde görülen birbirinden farklı bileşenler, birlik oluşturmaya zorlanmış bir bütünün parçaları durumundadır. Parçalar bir mekanizmayı oluşturur gibi görünmektedir. Köşeli parçalar, dairesel parça içinde yer alan Bauhaus logosu için izleyicinin gözünü yönlendirmektedir. Tasarım modern bir görünümüdür. Formlar ritmik bir ifadeyi meydana getirmiştir.



Şekil 26. Joost Schmidt. Staatliches Bauhaus Ausstellung, 1923.

Bauhaus öğretimi ve felsefesinin gelişimine önemli katkılar sağlayan László Moholy-Nagy, tipografi ve fotografiyi bütünleştirerek ortaya çıkardığı tasarımlarla görsel iletişim konularına dikkat çekmiştir. Afişin, yazı ve fotoğrafın nesnel bütünleşmesi olan tipofotoya yönelik bir gelişim içerisinde olduğunu görmüştür. 1923 yılında havalı otomobil lastiği için tasarladığı “Pneumatik” afişi bir tipofoto örneğidir (Şekil 27).

Moholy-Nagy, güçlü zıtlıklar ve cesur renk kullanımını önemseyerek tipografiyi bir iletişim aracı olarak kullanmıştır. Bauhaus ile birlikte tasarım anlayışında birtakım farklılıkların meydana gelmesiyle tipografik unsurların önemi artmaya başladığı görülmektedir (Bektaş, 1992, s. 73).



Şekil 27. László Moholy-Nagy. Pneumatik, 1924.

Bu dönemde Moholy-Nagy, Lissitzky, Kurt Schwitters ve Jan Tschichold gibi isimlerin çalışmaları, fikirleri ve yayımları ile tipografi anlayışı kökten bir değişime uğramıştır. Tipografi eğitimi alan kuramcı ve eğitimci Tschichold, 1920’li yılların sonunda bir sinema için -Münih’teki Phoebus Palast- geleneksel kurallardan tümüyle bağımsız bir dizi afiş tasarlamıştır (Şekil 28). Sanatçı, Lissitzky ve Moholy-Nagy etkisiyle fotoğraf ve montaj kullanımına başvurarak dikkat çekici örnekler ortaya koymuştur (Weill, 2021, s. 53).

Anlamdan çok biçime önem verilen simetrik düzenlemeyi doğal bulmayan Jan Tschichold için zıt unsurların asimetrik olarak tasarlanması dinamizmi, dolayısı ile makine çağını ifade etmektedir. Konstrüktivist etkiyi tipografiye uyarlayan ve yeni tipografiyi kitlelere tanıtan Jan Tschichold olmuştur (Bektaş, 1992, s. 87). Bu anlayış sessiz bir devrime işaret ederek asimetrik kompozisyon ve fazla süslemeden yoksun küçük harf ve serifsiz yazının belirgin özelliklerinin olduğu; ekonomik ve işlevsel bir yaklaşımla tasarımda modern estetiğin altını çizmiştir (Heller ve Vienne, 2016, s. 66).



Şekil 28. Jan Tschichold. Die Frau Ohne Namen, 1927.

Avrupa'nın hemen her yerinde iletişim ve grafik tasarımın gelişmesiyle biçim kazandırma, kısaltımlar, yeni tipografi anlayışı sayesinde Art Deco ismi verilen geniş bir alan doğmuştur. Grafik tasarım ve reklama yönelik sanatlar da dahil olmak üzere her şey plastik bir boyut kazanmaktadır. Kuramlar yerine disiplini göz ardı etmeyen bir renk cümbüşü olarak betimlenen Avangardların soğukluğunun karşıtı bir sıcaklığın egemen olduğu tasarımlar ortaya çıkmıştır (Weill, 2021, s. 53).

Sade bir anlatımla görsel unsur ve tipografiyi ayrılmaz bir biçimde bütünleştiren Adolphe Mouron Cassandre, tasarımlarında sentetizm ve lirizmi bir araya getirirken fütürizm ve konstrüktivizme kompozisyon anlayışına da yer vermektedir (Bektaş, 1992, s. 99). Dekoratif çekiciliği ve figüratif imajı vurgulayan tasarımı ile Art Deco sanatçısı Cassandre, güçlü imgeler kullanarak tasarladığı afişleri kübizm etkisini göstermektedir.

Cassandre'nin Paris-Amsterdam Ekspresi'nden ismini alan tasarımı; tren yolculuğunun duygusal hissini, rayların sonsuzlukta birleşen perspektifini, sade bir konsepti temel alan kompozisyon ile yansıtmaktadır (Şekil 29). Tipografi konusunda da resmin sadeliğini bozmayacak bir çözüm olarak tipografik unsurları tasarımın alt kısmında toplamıştır.



Şekil 29. Adolphe Mouron Cassandre. Étoile du Nord, 1927.

Art Deco stiline en iyi örneklerini veren tasarımcılar arasında Cassandre'nin yanı sıra Paul Colin ve Jean Carlu gibi isimler bulunmaktadır. 1920 sonrası tasarımlarda serifsiz karakterler tercih edilmeye başlanmıştır. Eric Gill "Gill Sans" adı verilen yazı dizisini tasarlamıştır. Almanya'da ise geometrik konstrüksiyona dayalı serifsiz yazı karakterleri benimsenmiştir. Paul Renner tarafından tasarlanan "Futura" en bilinenler arasında yer almaktadır (Becer, 2019, s. 105).

1930'larda Avrupa tarzını benimseyen Amerikalı tasarımcılardan olan Lester Beall, afişlerinde basit ve soyut şemalar kullanmıştır. İlk çalışmaları arasında kırsal kesimde elektrik kullanımını teşvik eden bir hükümet kuruluşu olan "Kırsal Elektrifikasyon İdaresi" için tasarlamış olduğu bir dizi afiş yer almaktadır. 1937 tarihli afiş çalışmasında yeni radyo teknolojisinin tanıtımını yaptığı görülmektedir (Şekil 30).

Üç beyaz ok bir düzlemde eğik olarak konumlandırılmıştır. Yüzeye eklenen "Radio" kelimesi iki boyutluluğu teyit etmektedir. Sayfanın ortasından sağ alt köşesine uzanan kırmızı kontur çizgisiyle beyaz oklar dengelenmiştir.

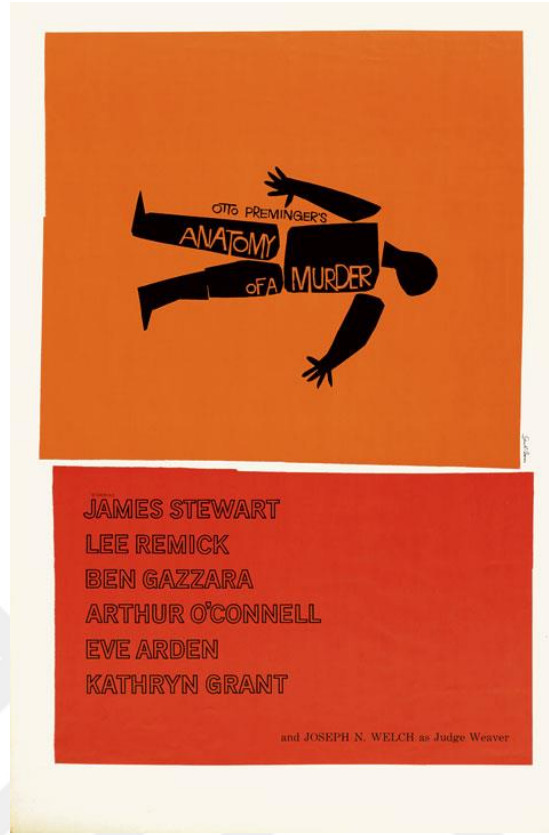
Beall'in çalışmalarını çağdaşlarından ayıran, Art Deco'nun dekoratif aşırılıklarından kaçınarak basitleştirilmiş bir stile sahip olmasıdır. Konstruktivizmi benimseyen tasarımcının

afişleri, Amerika Birleşik Devletleri’nde tercih edilen Art Deco karşısında dikkat çekmiştir (Eskilson, 2012, s. 256).



Şekil 30. Lester Beall. Rural Electrification-Radio, 1937.

1950’lerde İsviçre’de görsel imgeler ve serifsiz yazılardan oluşan kompozisyonların asimetrik bir biçimde sağ ya da sola bloklandığı ve nesnel anlaşılabilirliğin ön planda olduğu bir tasarım stili hâkim olmuştur. Bu dönemde, evrensel ve bilimsel tasarım anlayışı tercih edilmiştir. Ernst Keller, Max Huber ve Josef Muller-Brockmann gibi tasarımcılar “Uluslararası Tipografik Stil” olarak adlandırılan akımın önemli temsilcilerindendir (Becer, 2019, s. 105). Avrupa’da tasarım anlayışı kuramsal temellere dayalı özellikler gösterirken, Amerikan grafik tasarımı pragmatik bir anlayışı benimsemiştir. Herb Lubalin’in içinde bulunduğu bazı tasarımcılar Amerikan grafik tasarımına “Amerikan Dışavurumcu Okulu” adını vermişlerdir. Paul Rand, görüntüye dayalı kontrastları yalın bir biçimde ele almıştır. Saul Bass, organik biçimlerden oluşan yalın bir grafik anlatımı geliştirerek film grafiği altında tasarımlar yapmıştır (Şekil 31).



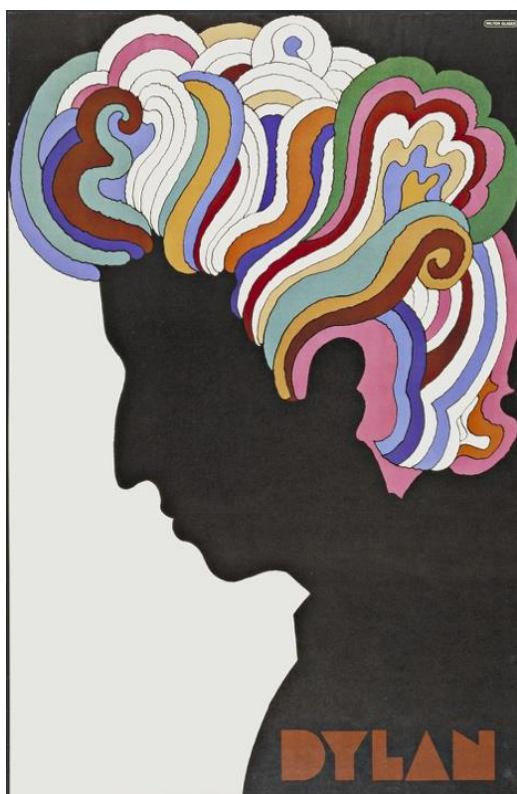
Şekil 31. Saul Bass. Anatomy of a Murder Film Afişi, 1959.

İkinci Dünya Savaşı'ndan zararlı çıkan ülkelerden biri olan Polonya'nın grafik tasarım anlayışı da yaşananlardan etkilenmiştir. Tadeusz Trepkowski, Henryk Tomaszewski, Jerzy Flisak, Jan Lenica ve Roman Ciesiewicz Polonya afiş ekolünün önemli isimleri arasında yer almaktadır. Afiş alanında özgün bir stil oluşturmayı başaran sanatçıların el çizimi ve boyama teknikleri ilgiyle karşılanmıştır (Şekil 32).

1950'ler Amerikan illüstrasyonunun altın çağı olarak görülmektedir. Bu dönemde iletişim endüstrisinde gerçekçi ve ayrıntılı resimler yaygınlaşmıştır. 50'lerden sonra Milton Glaser, Seymour Chwast, Reynolds Ruffins ve Edward Sorel gibi tasarımcılar illüstrasyona daha kavramsal açıdan yaklaşmışlardır (Becer, 2019, s. 108). Glaser, 1966'da Bob Dylan müziği ile ilgili dinleyenlerin hissettiklerinin özünü yakalayan yaratıcı bir afiş tasarlamıştır (Şekil 33). Amerikan grafik tasarım stiline bir örneği olan afiş, rock sahnesinin bir simgesi haline gelmiştir (Eskilson, 2012, s. 332).



Şekil 32. Henryk Tomaszewski. Historia, 1983.



Şekil 33. Milton Glaser. Dylan, 1966.

Önce Paris'te ve daha sonra Viyana, Berlin, Prag, Londra ve New York gibi şehirlerde kendini gösteren afiş sanatı, görsel kültür konusunda önemli bir rol oynamıştır. Birtakım eleştirmenlerin, koleksiyonerlerin, tarihçilerin ilgilendiği bir alan haline gelmesiyle afişin bir sanat eserine dönüştürülmesi desteklenmiştir. Afiş, gelişmekte olan grafik tasarım ve reklam alanları ile popüler kültür arasındaki etkileşimi destekleyen önemli bir konumda yer almaktadır. Temel ilkeler aynı kalırken farklı akımların ve fikirlerin etkisinde süreç içerisinde yeniden yorumlanmıştır.

2.5.2. Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri

Afişte yer alan ve birbirini destekleyen görseller ve tipografik unsurların alıcıya sunumu ve işlenişi alıcının tepkisinde de değişikliğe yol açmaktadır. Barındırdığı ve çağrıştırdığı kavramlar aracılığıyla iletişim kuran afişler, bireylerin algılama, değerlendirme ve yorumlama düzeylerinin birbirinden farklılık göstermesi sebebiyle afişin alıcı ile kurduğu iletişimin seviyesi ve niteliği, bireyin zamana bağlı olarak değişen beğeni ve ihtiyaçlarına göre şekillenen tercihleri önem kazanmaktadır.

2.5.2.1. Mesaj

Mesaj, anlam ve bilgi birbirinden farklı kavramlardır. Mesajları algılayışımız, mesajlara dair anlamlara ve çağrışım yaptığı algı ve kültürel yorumlamalara, içinde bulundukları sistem ve durumlara bağlılık göstermektedir. Mesajın algılanması ve değerlendirilmesi ile ilgili olan bu süreci kavramak grafik tasarımın temelini oluşturmaktadır. 19. yüzyılda Amerikalı filozof Charles Sanders Peirce “göstergebilim” kelimesini “göstergelerin bilimi” olarak tanımlamıştır. Peirce, göstergelerin; sözcük, görüntü, ses, koku, tat, hareket ve nesne gibi kavramlara dönüşebildiğini ancak onlara herhangi bir anlam yüklenmedikçe bir anlama sahip olamadıklarını savunmuştur (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s. 103).

2.5.2.2. Mesaj-İmge Bütünlüğü

Yapıtın görsel kimliğinin oluşturulmasına önemli ölçüde etki eden imgeler, belirli bir kültürün içerdiği unsurların dayanak sağladığı farklı bilişsel ve düz anlamlara sahip olabilir. Tasarımcılar çoğu zaman bilinçli bir şekilde simgesel içeriği tasarıma dahil ederek, onun üstü kapalı bir şekilde iletişim kurmasına imkân tanımaktadır. Belirli bir anlamı, belirli bir grup insana en doğru yorumlamalara imkân sağlayacak şekilde aktarabilmeleri için kısa bir süreye sahip olan imgeler dikkatli bir biçimde seçilerek sunulmaktadır. Ayrıca kastedilen mesajın

daha hızlı ve etkin bir biçimde izleyiciye aktarılması sembolizm, metafor, anakronizm, tipogram gibi yöntemlerin izlenmesiyle gerçekleştirilmektedir (Ambrose ve Harris, 2013, s. 67).

Fotoğraf, illüstrasyon ya da tipografi tekniklerinden tasarıma dayanak sağlayan düşüncenin ifadesini daha belirgin ve anlaşılır kılacak olanı tercih edilmelidir. İmgeler arasından; mizahi, trajik veya soyut kavramların ifadesini sunarak anlatımı destekleyeni ve uygunlaştıracak olanı belirlenmelidir (Becer, 2019, s. 202).

2.5.2.3. Hiyerarşi

Afiş tasarımında hiyerarşi genel bir kavram olarak ele alındığında her bir ögenin tasarımda sahip olduğu önemin birbiri ile kıyaslanması sonucu elde edilen veri olarak değerlendirilebilmektedir. Kompozisyona dahil olan her bir unsur önemi bağlamında konumlandırabilmek, izleyicinin tasarımı okumasına yardımcı olurken izleyiciye aktarılması istenen mesajın ulaşmasında da kolaylık sağlamaktadır. Hiyerarşinin kurulmasında gruplama, renk veya benzerlik gibi yöntemler kullanılabilir (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s. 128).

Sözel hiyerarşi; punto büyüklüğü ve/veya yazı stili üzerinden farklı düzeylerde öneme işaret eden mantıklı ve görsel bir kılavuzdur. Karmaşık bir hiyerarşi kullanımı odaklanmayı zorlaştırırken görsel harmoniyi ve tasarımın etkisini de azaltabileceği konusu dikkate alınmalıdır (Ambrose ve Harris, 2020, s. 68).

2.5.2.4. Fark Edilirlik

Afiş tasarımında fikirler, kavramlar, sözel ve görsel unsurlar bir bütün halinde ele alınarak çarpıcı bir biçimde tasarlanması mesajın izleyiciye en kısa yoldan aktarılması ve izleyicinin zihninde kalıcı olabilmesi bağlamında önem kazanmaktadır. Afiş ve izleyen arasındaki kurulan iletişimin etkili olabilmesi, tasarımın diğerlerinden ayrılan bir düzlemde yol almasına bağlı bulunmaktadır. Bir afişin fark edirliliği, afişin izleyici üzerindeki etkisini belirleyen en önemli kriterlerden biridir.

2.5.2.5. Yazı Karakteri Tercihi

Afiş tasarımında kullanılan yazı tipi etkileyici bir tasarım olma bağlamında belirleyici özelliklerin başında gelen unsurlardandır. Her biri farklı kişiliğe sahip olan çok çeşitli yazı karakterleri bulunmaktadır. Bazı yazı karakterleri resmi bir yapıya bürünerek otorite duygusu iletirken, bazı yazı tipleri rahat bir görünümü benimsemektedir. Bir tasarım içinde yazı

karakterlerini farklı kullanma yolları, mesajın okunuşuna etki ederken yazının oluşturduğu kelimelerin anlamında dolayısıyla da resmettikleri düşünceler hakkında algımız üzerinde değişiklik yaratabilme gücüne sahiptir (Ambrose ve Harris, 2020, s. 12).

2.5.2.6. Renk Tercihi

Grafik renkler boyanmış çizilmiş basılmış veya sadece ekran üzerindeki gibi pek çok farklı düzlemde görülen renklerdir. Grafik sanatı, konuşmayı temel almayan iletişimin güçlü bir şekli olarak değerlendirilebilir. Grafik tasarımın bir ürünü olan afişler de bir duygu iletebilirken, bir bilgi ya da mesaj aktarımı sağlayabilir.

Tasarım mesajı izleyiciye aktarırken renkler, bu aktarım bütünselliğinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Grafik sanatlarının renkleri eş zamanlı olarak; bilinçli ya da bilinçsiz, duyumsal ya da entelektüel olarak deneyimlenebilmektedir. Burada izleyicinin sahip olduğu kişisel deneyim, birikim ve beğenileri, görsel duyarlılık düzeyi, algıda seçicilik durumları ve bilinçdışı süreçleri gibi durumlar da renklerin kişi üzerindeki etkisini belirleyen olgular arasındadır. İnsan duyguları üzerinde önemli bir etkiye sahip olan görsel bir olgu durumundaki renkler; kışkırtıcı, sakinleştirici, dışavurumcu, izlenimci, kültürel, coşkun veya semboliktir (Holtzschue, 2009, s. 3).

2.5.3. Afiş Tasarımında Uygulanan Teknikler

Değişen koşullara ve beğenilere uyum sağlayabilmek amacıyla afişlerin yaratıcı unsurlarla ve çağrışımlarla donatılması için gereken özgün tasarım arayışı farklı tasarım tekniklerine olan ihtiyacı doğurmuştur. Tekniklerin çeşitlenmesi ile afişler, izleyiciler ile güçlü etkileşim kurmasının yanında daha farklı kitlelerin de dikkatini çekmeyi başarmaktadır.

Teknikler, iletilmek istenen bilgi ile alıcı arasında kurulacak olan bağlantıyı sağlamlaştırırken daha doğrudan ve etkin bir veri akışı sağlamayı da imkanı hale getirmektedir. Verilmek istenen mesajın doğasına uygun bir teknik seçimi bu durumda kilit nokta olmaktadır.

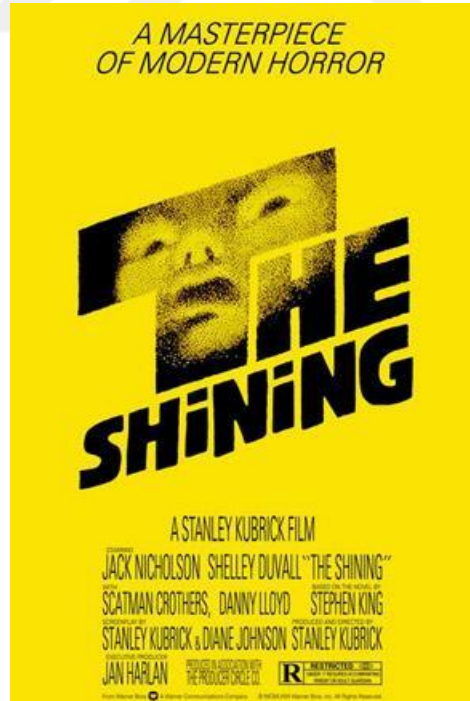
2.5.3.1. Tipografi Tekniği

Tipografik çalışmaların estetiği, duygusal tepkileri kışkırtarak iletişim kurmasıyla bağlantılıdır. Tipografi tekniği, duygusal yönden uyarımın sağlandığı iletişim süreciyle ilgili bir kavramdır. Tipografik unsurların etkin kullanımı, ifade edilmesi istenen düşünceler ile uyumlu ve tutarlı bir şekilde tasarlanan bir kompozisyonu olanaklı kılmaktadır. Bir posterin

temel unsuru bakımından tipografiye odaklanıldığında okunaklı olması ve sanatsal bir ifade bulması gerekmektedir.

Metnin görünümü, tasarımcının düşünceleriyle tutarlı bir biçimde duyguyu yoğunlaştırarak iletilmesini sağlamak konusunda aracılık etmektedir. Tipografi tekniği, kullanılacağı ortamın tonuna, atmosferine ve temasına bağlı olmasının yanı sıra minimalist bir tasarım söz konusu olduğunda da büyük etki bırakma potansiyeli taşıyan ve bununla birlikte tasarımın kalitesini ve tasarımcının stilini doğrudan yansıtırken, tasarım hakkında belirli bir izlenim yaratmak ve bu izlenimi sürdürmek konusunda etkisi yüksek olan bir tekniktir.

Tipografi tekniği; mesajı güçlendirerek ikna edici bir biçimde anında karşı tarafa iletilmesini sağlamaktadır. Biçim, ses ve anlam yazıyı oluşturan üç unsurdur. Biçim, görsel anlamda estetik bir duygu veren kavramdır. Kelimeler, tasarım alanındaki gelişmelerle birlikte grafiksel bir düzenlemede ele alınmaya, böylelikle tipografi, poster oluşturma için bir anlatım tekniği olarak kullanılmaya başlanmıştır. Tipografi, özgün anlatıma, biçimsel özelliklerin zengin kullanımına ve derin çağrışımlar yapmaya olanak tanınması ile tercih edilen tekniklerdendir.



Şekil 34. Tipografi tekniği kullanılarak hazırlanmış “The Shining” filmi afişi

“The Shining” filminin afişine bakıldığında tipografi tekniği ile tasarlandığı görülmektedir (Şekil 34). Sade ve etkileyici bir tasarım olanağı sağlayan tipografi tekniğinde kullanılan renk paleti de önemlidir. Afiş tasarımında görsel ve anlamsal bağ tipografik unsurlarla sağlanmaktadır. Filmin afiş tasarımında filmin türüne uygun özel bir font tasarlandığı ve merkeze konumlandırıldığı görülmektedir. Tipografi tekniği, tasarımcının özgün stilini izleyiciye doğrudan aktaran bir işleve sahiptir.

2.5.3.2. İllüstrasyon Tekniği

İllüstrasyon, görsel bir açıklama yapmak amacıyla genellikle temsili veya dışavurumcu görüntüleri kullanan özel bir sanat dalıdır. Bir disiplin olarak, sanat ve grafik tasarım arasında bir yerde konumlanmaktadır. Ancak illüstrasyon; her şeyi kapsayan açıklayıcı bir terim ifadesi ile grafik sanatı içinde değerlendirilmektedir. Sürekli olarak disiplinlerarası sınırları aşarak gelişen illüstrasyon, görsel iletişimin en doğrudan biçimlerinden biri durumundadır. İllüstrasyon tekniği ile görülmesi zor olan küçük detaylar büyütülebilir ya da görüntüyü karıştıran yanıltıcı ya da gereksiz detaylar ortadan kaldırılabilir. Böylelikle daha kolay odaklanma sağlanmaktadır. Doğru bir biçimde uygulanan karışımlar ve gölgelerin tutarlı kombinasyonu ile farklı etkiler yaratmak mümkündür.

Gerçeküstü ve duygusal görüntüler yaratma konusunda oldukça esnek bir alan sağlayan illüstrasyonlar; çizim, kolaj yoluyla ya da bilgisayar yardımıyla oluşturulabilmektedir. İllüstratörün tarzına ve illüstrasyonun amacına bağlı olarak çeşitli görünümler sunan teknikte belirli bir stile odaklanılarak genellikle dramatik vurgu ve dokularla zenginleştirilen tasarımlar tercih edilmektedir.

“Metropolis” filminin afiş tasarımı Alman dışavurumculuğu etkisindedir. Art Deco stilinin belirgin unsurlarına yer verilmiştir (Şekil 35). Harflerden bazılarının bitimlerinin aşağı yöne keskin ve sivri bir biçimde uzanarak ışın görünümü sunan unsurlarla bir bütünlük oluşturduğu izlenmektedir. Yazı karakterleri de tasarımın genel atmosferine uyum gösterecek şekilde köşegenli olarak tasarlanmıştır. İllüstrasyon tekniği etkisi ile sade ve sanatsal bir afiş tasarımı ortaya konmuştur. Ayrıca illüstrasyon özgün bir görsel anlatım stiline ulaşmaya da olanak sağlayan bir tekniktir.



Şekil 35. İllüstrasyon tekniği kullanılarak hazırlanmış “Metropolis” filmi afişi

2.5.3.3. Fotoğraf Tekniği

Her resimsel unsur gerçek veya temsili ile soyut arasında bir sürekliliğe düşer. Bir şeklin fotoğrafı ya da stilize, geometrik çizimi temsildir. Ancak fotoğraf çarpıcı biçimde aydınlatılır ve çizimin tarafsız sunumunun aksine figür, yapay bir konumda ele alınırsa fotoğrafın çizimden daha dolaylı olduğu düşünülebilir. Fotoğrafik görüntüler deneyselliğin bir tasviri olduğu için daha gerçekçi algılanma eğilimindedir. Açıklayıcı görseller son derece natüralist özellikte olsa bile fotoğraflardan daha az inandırıcı bulunmaktadır. Fotoğrafın baskı kalitesi, tasarım kalitesi ve iletişim yeteneği göz önünde bulundurulmalıdır. Kullanım alanının kavramsal ve bilgisel gereksinimlerine göre soyutlama derecesi ve görüntü modu seçilerek elde edilen fotoğraf, tasarımda yerini almaktadır (Samara, 2011, s. 20). Metinler iletilmek istenen mesajı desteklese de semboller, fotoğraflar ve çizimler izleyiciye etkili bir biçimde hitap eden unsurlardır. İllüstrasyon kullanımı iletişimi kişiselleştirirken, fotoğraf ilk bakışta izleyicinin dikkatini çeken bir derinlik ve güvenilirlik sunmaktadır. Bilgiyi hızlı bir şekilde edinmek veya daha keskin bir hissin gerekli olduğu durumlarda, en sade kompozisyonlara ayrıntı ve derinlik katmak, yaratıcı ve dinamik bir görsel iletişim yaratmak amaçlandığında fotoğraf tercih edilen bir tekniktir.

Bir gerilim-korku türünde olan “Midsommar” filminin afiş tasarımı filmin ana karakterinin olduğu bir sahneden alınan fotoğraf oluşturmaktadır (Şekil 36). Afiş, açık bir kompozisyon olarak tasarlanmıştır. Afiş tasarımında fotoğraf kullanılması sebebiyle karakterin başına yerleştirilmiş çiçeklerden oluşan çelenk üzerindeki detaylar kolaylıkla algılanabilmektedir. Fotoğraf tekniği ile karakterin içinde bulunduğu ruh halinin de en dolaysız olarak anlatımı sağlanmaktadır.



Şekil 36. Fotoğraf tekniği kullanılarak hazırlanmış “Midsommar” filmi afişi

2.5.3.4. Karışık Teknik

Tasarımda farklı malzemelerin bir arada kullanılmasıyla veya farklı tekniklerin bir arada uygulanmasıyla oluşturulur. Her tasarımın farklı etkiler uyandırması bağlamında önem kazanan farklı teknik ya da malzemelerin ortak bir kompozisyon içinde yarattığı uyumdur. Tasarımların aktarmak istediği mesajlar, etki altına almak istediği kitle ve yaratmak istediği izlenim birbirinden farklı özellikler içermektedir. Bu durumda karmaşık teknik birbirinden farklı beğeni kriterlerini karşılayabilen ve beklentilere uyumlanabilen bir uygulama olarak değerlendirilmektedir.

2.6. Sinema

Fransızca “cinématographie” kelimesinin kısaltılması ile oluşan “cinéma” kavramı anlatımı hareket halindeki görüntülerle sağlama sanatı olarak tanımlanmaktadır (Onaran, 2012, s. 7). Lumière Kardeşler, bir kamerayı yazıcı ve projeksiyonla birleştiren sinema filmlerinin gösterimini sağlamak için aralıklı hareket üretme işlevine sahip bir cihaz olan cinématographe’ı icat etmişlerdir. Yunanca 'kinema, -atos = devinim (hareket)' ile 'graphein = yazmak' sözcüklerinden türetilen kelime, ‘devinimi kaydeden, saptayan’; sinematografi de ‘devinimi yazma, kaydetme, saptama’ anlamına gelmektedir. Sinemanın icatlar çağında alıcıları (kameraları) ortaya koyanlar da genellikle devinim, canlılık, yaşam kavramlarıyla ilgili isimler vermişlerdir. Cinématographe buluşunun en önemli özelliği, devinimi, yaşamı birebir aktarabilmesidir. Günümüzde sinema sözcüğünün yanı sıra Amerika’da kullanımı yaygın olan; motion picture, moving picture (kısaltması ‘movie’) devinimli resim de yine benzer bir tanımın yansımasıdır (Özön, 2008, s. 3).

Sinema, özünde tamamen uyarlamayla, olmaya yönlendirildiği ve gelecek yıllarda ne olabileceği ile ilgilidir. İnsanın varoluşu ve özgürlük gibi evrensel değerlerin hizmetine sunularak biçimsel anlamda bir destek sağlayan sinema, bir kültür olarak değerlendirildiğinde insan deneyiminin tanığı olarak görülen bir olgudur (Badiou, 2013, s. 6). Sinema sözcüğü, zaman içerisinde, filmlerin gösterildiği yapı, alan; sinemaya dair yapılan çalışmalar, sinema işleyimi (endüstrisi) kavramlarını içine alacak biçimde kapsayıcı bir anlama ulaşmıştır. Öncelikli ve temel kavram; devinimi yazıya dökme, saptamadır. Sinema, herhangi bir devinimi, her bir parçanın resimlerini saptamak üzere belirli aralıklarla bölümlere ayırarak ve ardından gösterici desteğiyle söz konusu resimleri karanlık bir salonda görüntüleyici yüzeyine yansıtarak devinimi tekrar yaratma sürecidir (Özön, 2008, s. 4).

Çeşitli milletler hareketli görüntülerin icadı üzerinde hak iddia etseler de sinemaya dair kesin bir başlangıç anından söz edilememektedir. Sinemanın doğuşu da belirli bir ülkeye ve kişiye ait görülmemektedir. Sinemanın kökenleri, 16. yüzyıl İtalyan obscura deneyleri, 19. yüzyılın başlarındaki çeşitli optik oyuncaklar, dioramalar, panoramalar ve bir dizi görsel temsil uygulaması gibi çeşitli kaynaklara kadar götürülmektedir. 19. yüzyılın son yıllarında, hareket halindeki görüntüleri bir ekrana yansıtma çabaları yoğunlaşmış ve çeşitli ülkelerdeki mucitler/girişimciler, halka “ilk” hareketli resimleri sunmuştur. Bu alanın öncüleri Birleşik Devletler’de Edison; Fransa’daki Lumière Kardeşler; Almanya’da Max Skladanowsky; ve Büyük Britanya’da William Friese-Greene olsa da hiçbiri film ortamının birincil yaratıcısı

olarak nitelendirilememektedir. Bu durumun sebebinin teknik koşulların elverişli bir birleşiminin böyle bir icadı mümkün kılması olduğu düşünülmektedir (Pearson, 1996, s. 13).

2.6.1. Sinema Filmi Afişleri

Hareketli ya da hareketsiz olarak bir hikâye ya da fikri şekillendiren görüntülerin bir araya gelmesi olarak tanımlanan filmler, fotoğrafik görüntülerin kameralarla kaydedilmesi veya görsel efektler gibi animasyon teknikleriyle yaratılan imgeler aracılığıyla meydana gelmektedir. Film yapımındaki gelişmeler sadece bir sanat dalını değil aynı zamanda tüm endüstriyi etkilemiştir. Filmler, kültürel eser ya da etkin bir sanat biçimi olmanın yanı sıra popüler bir eğlence kaynağı ve iletişim ile eğitimin güçlü bir aracı konumunda değerlendirilmektedir (Ambrose ve Harris, 2016, s. 176).

Amerikalı yazar ve film yapımcısı Gary Don Rhodes’a göre: “Sessiz film günlerinden günümüze film afişi, sinema filmi pazarlamasının merkezinde yer aldı. Afiş tasarımları, reklamlarını yaptıkları filmlerle silinmez bir şekilde bağlantılı hale geldi, çoğu zaman görüntüleri kolektif hafıza için filmlerinin somutlaşmış hali olarak hareket ediyor. İlk pazarlama sorumluluklarının sona ermesinden çok sonra, afişler film tarihinde ve genel olarak kültürde ikonik görüntüler olmaya devam ediyor” (Rhodes, 2007, s. 230).

Film afişleri, film yapımcılarının seçtiği konuları veya yarattıkları dünyalarda yaşayan karakterler hakkındaki fikirlerini vurgulamanın bir yolu, filmi daha geniş bir bakış açısı ile izleme deneyiminin bir parçası olabilirler. Bunun nedeni, film afişlerinin bir mesajı hızlı ve ikna edici bir şekilde iletmeleri, popüler sembol ve deyimler kullanmaları ve görüntülerini genellikle abartılı seçerek, bir süre sonra bellekte sabitlenecek olan tek bir öğeye indirgemeleridir.



Şekil 37. Saul Bass. “Seconds” Filmi Afiş Tasarımı, 1980.

Sinema filmi afişleri, tek bakışta zaman ve mekân duygusunu, belirli bir karakterin doğasını veya belirli bir film yapımcısının duyarlılığını aktarmanın bir aracı olarak çok etkili bir şekilde kullanılabilir niteliğe sahiptir.

20. yüzyılın başında ve sonrasında film afişleri erken dönem sinema gösterilerinin reklamını yapmak için kullanılsa da bunlar genellikle sadece metin halinde olan, gösterinin türü ve yeri hakkında bilgi içeren tasarımlardı. 1910 ile 1915 yılları arasında filmlerin popüler bir çekiciliğe kavuşmasının ardından ve sergilenmeleri finansal açıdan uygun hale geldiğinde, belirli bir film için özel olarak tasarlanmış ve bu filmdeki karakterleri, oyuncularını ve olayları betimleyen afişler görünmeye başlamıştır (Parmelee, 2009, s. 183).

Filmin içeriğine dair fikir veren film afişleri, filme ait belirli sınırlar çerçevesinde filmin nasıl yansıtılacağı konusunda bir özgürlük alanı sunmaktadır. İçerik bakımından kültürel afiş türüne işaret eden film afişleri doğası gereği ticaridir denilebilir. Olay örgüsünün, karakterlerin veya filmin kendisinin yön verdiği ve kapsadığı film afişleri, filmi temsil eden eserlerdir. Bu durumda film afişlerinin bir sinema filmi hakkında ön bilgi edinmek konusunda önem taşıdığını söylemek mümkündür. Filmin hikayesinin ilgi çekici görünmesini sağlamak için uygun renk ve yazı tiplerinin bir araya getirildiği tasarım yüzeyleri olan film afişleri

hazırlanırken; filmin türü, anlatım tarzı, genel atmosferi, yönetmenin bakış açısı, oyuncular, öykünün geçtiği zaman ve mekân gibi unsurlar belirleyici olmaktadır.

Film afişleri, filmlerin estetik bileşenlerinin bir parçası olarak önem kazanmaktadır. Bir afişin yaratılmasının temelinde mali sebepler bulunsa da grafik tasarımın bir ürünü olması dolayısıyla elde ettiği sanatsal değer yadsınamaz. Afiş, izleyicinin geçmiş filmlere dair hafızasındakilerin ve buna bağlı olarak da kişisel ya da kolektif tarih ve kültüre dair geçmişte kalan anıların tetikleyicisi durumunda işlev görebilmektedir. Film afişleri, filme dair olan her bir detay gibi izleyiciye belirli bir dönemi ve yaşam biçimini çağrıştırmaktadır. Film afişleri, filmlerin izleyici tarafından zihinde canlandırılmasına tarihsel, kültürel, sosyal, sanatsal ve estetik bağlamda bir çerçeveye yerleştirilmesine olanak tanımaktadır. Üzerinden zaman geçtikçe film afişleri, yapılma amaçlarının önüne geçerek reklam ve pazarlama kavramlarının da ötesinde daha büyük bir anlam ifade etmeye başlamıştır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Michael Haneke film afişlerinin biçim ve içerik bakımından incelemesi yapılmıştır. Konuyla ilgili kaynaklar taranarak elde edilen veriler doğrultusunda olgular tanımlanmış ve tasvir edilmiştir.

3.2. Evren / Örneklem

Araştırmanın evrenini, sinema afiş tasarımlarının, grafik tasarımın temel unsurları dahilinde tasarımsal özellikleri, biçim ve içerik bakımından çözümlemeleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak alınan Michael Haneke'nin sinema filmlerine ait afiş tasarımları betimsel araştırma modeli kullanılarak biçim ve içerik yönünden çözümlenmiştir.

3.3. Veri Toplama Süreci ve Araçları

Araştırma ile ilgili olan yerli ve yabancı kaynak ve belgeler incelenerek alan-yazın taraması yapılmıştır. Araştırma dahilinde; süreli yayınlar, mevcut literatür, kayıtlar ve görsel kaynaklar araştırma için kullanılan kaynakların temelini oluşturmuştur.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmada veri çözümleme tekniği olarak betimsel içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Michael Haneke'ye ait filmlerin afişleri biçim ve içerik bakımından incelenerek tasarım dahilinde tipografi ve imge kavramları, görsel elemanların birbiriyle ve genel tasarım ile uyumu değerlendirilmiştir.

BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1. Michael Haneke Biyografisi

Avusturyalı bir yönetmen ve senarist olan Michael Haneke, 23 Mart 1942'de Almanya'nın Münih kentinde doğmuştur. Babası Fritz Haneke, bir aktör ve tiyatro yönetmeni, annesi Beatrix von Degenschild, bir aktristtir. Haneke, liseden mezun olduğunda Viyana Üniversitesi'nde psikoloji, felsefe ve tiyatro eğitimi aldığı başkente taşınmıştır. Viyana Üniversitesi'ne katıldıktan sonra 1967'de Almanya'ya dönen ve sonraki dört yılını Bavyera'da BBC'ye eşdeğer bir yapımcı olarak geçiren Haneke, ardından serbest senaryo yazarı ve yönetmen olmuştur (Speck, 2010, s. 18). Almanya ve Avusturya'da tiyatro yönetmenliği, ardından da 1973'te televizyon programları yapmaya başlamıştır (McCann ve Sorfa Ed., 2011, s. 1). İlk uzun metrajlı filmi “Der Siebente Kontinent”, bir Alman televizyon kanalı tarafından reddedildikten sonra beyaz perdede gösterime girmiştir.

Haneke'nin orta sınıfa odaklanması, temsil sorunları üzerine gerçekten önemli uğraş veren bir auteur olduğunu göstermektedir. Kendisini bir filmin aynasında gören izleyici, tarafsız bir gözlemci değil, zaten orta sınıfın bir temsilidir (Speck, 2010, s. 18). Yönetmenin filmleri, bireysel ve toplumsal açıdan sosyal, siyasi ve kültürel katmanlarda anlam bulan, entelektüel kurgulara sahip kültürel eleştiri ve didaktik yönü kuvvetli, ölçülü bir anlatı ile ele alınan eserler olarak değerlendirilebilir. Yönetmenin filmlerinin çoğunda, burjuva sınıfından aileler istilaya açık bir durumda ve sürekli bir çözülme tehdidi altındadır. Çokkültürlü karşılaşmaları şekillendiren toplumsal dinamikleri inceleyen yönetmen, marjinal grupların gücünün yükselişini ve bu durumu burjuvazinin travmatik bir biçimde hak ve ayrıcalıkların kaybı olarak deneyimlemesini yapıtlarında tekrarlamaktadır.

Yönetmen, filmlerinde yer alan şiddet unsurlarını perde arkasında sergilenmesini tercih ederek şiddet sahnelerini izleyicinin hayal gücüne bırakmaktadır. Aynı zamanda eserlerinde dramatize etmeden sunduğu anlatı, filmlerinin ortak özelliği olurken yönetmenin de sanat anlayışına dair fikir vermektedir. Filmlerinin genelinde ritüel bir kalıp şeklinde ifade etme eğiliminde olduğu aile içi sıkıntı ve yoksunluklar gözlemlenmektedir. Aileleri perişan eden güçler ise; apokaliptik bir felaket, açıklanamayan intihar dürtüleri, geçmişte yaşanan ihlallerin gündeme gelmesi gibi doğası gereği farklılıklar göstermektedir. Bireysel ve toplumsal çözümlerin temel alınarak işlendiği filmlerinde burjuva eleştirisi, kapitalizm eleştirisi gibi konulara ağırlık verirken iletişimsizlik, yabancılaşma, sınıfsal farklılıklar,

göçmen sorunu, yaşlılık, ölüm gibi kavramlara değinmektedir. Eserlerinin çoğunda, toplumsal yabancılaşma ve vahşete yönelik eğilimler incelenmektedir.

4.2. Michael Haneke Film Afişlerinin Biçim ve İçerik Olarak İncelenmesi

4.2.1. Der Siebente Kontinent

Michael Haneke'nin sinemada gösterime giren ilk filmi olma özelliğini taşıyan 1989 tarihli film “Duygusal Buzlaşma” olarak adlandırılan, “Benny's Video” ve “71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” filmleri ile devam eden üçlemenin de ilkidir. Film, günümüzün yabancılaşmış dünyasına devam etmek yerine toplu intiharı tercih eden bir ailenin haberine dayanmaktadır (Grundmann Ed., 2010, s. 610).

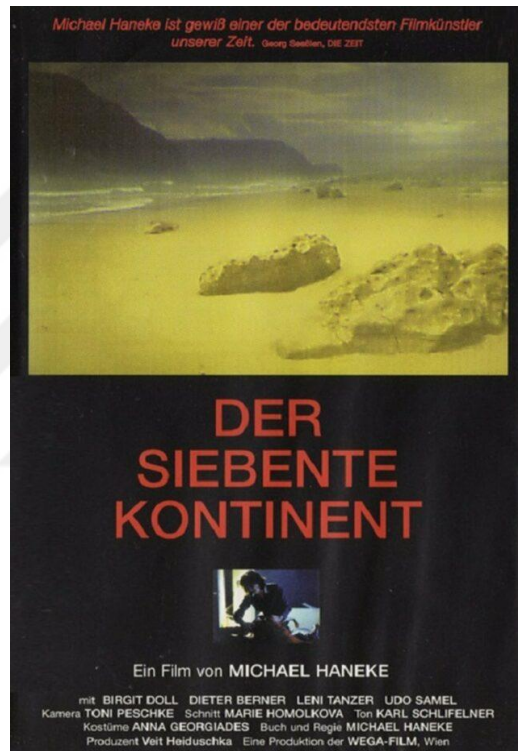
Dram türündeki film, başlangıç tarihi olarak 1987 yılını göstermektedir. Sessizlik ve karanlık bir atmosfer çerçevesinde başlayan filmde bir arabanın içinde oturan, araba yıkama makinesinin spreyleyin, yıkayıcıların ve dönen fırçaların mekanize anlarına sakince baktığını düşündüğümüz yüzleri görünmeyen aile üyeleri bulunmaktadır. Araba, monoton yıkama döngüsünden uzaklaşırken, bir reklam panosunda seyahat acentesinin reklamı olarak Avustralya'ya ait bir sahil yeri görüntüsü ailenin dikkatini çekmektedir. “Yedinci Kıta” olarak düşünülen bu görsel ailenin otomatikleştirilmiş kentsel varlığıyla karşılaştırıldığında yeni ve iyi olanı temsil ve vaat etmektedir.

Küçük kızları Eva ile birlikte konforlu bir ev ortamında sosyoekonomik bakımdan iyi bir düzeyde yaşantılarını sürdüren Anna ve Georg için varoluş, bir dizi günlük ritüele indirgenmiştir. Hayatlarının ritmi üzerinde bir mekaniklik hakimdir. Tanık oldukları ölümcül bir kazaya duygusal hiçbir tepki göstermeyen aile üyeleri, bu kazanın ardından bir karar almıştır. Anna'ya dergi aboneliklerine son verme teklifi sunan Georg'un, işinden istifa etmesi ve ardından Anna'nın iş yerini kardeşine devretmesiyle süreç başlamaktadır (Cieutat ve Rouyer, 2014, s. 171).

Bir ritüeli andıran yok oluş sürecinin eyleme geçirilmesinden önce ev aletleriyle çevrili halde ve nesnelerin uzantısı işlevine sahip bir şekilde yalnızca hareket halindeki vücut kısımlarının gösterilmesi mekanik bir yaşam tarzına göndermedir. Haneke'nin filme yerleştirdiği epistemolojik kısıtlamalar modern bir yabancılaşma ve filmdeki karakterler arasında olduğu gibi karakterler ile seyirci arasında da bir bariyer yaratmaktadır (Wheatley, 2009, s. 59). Boğucu bir etkisi olan filmde hayatın maddileştirilmesi halini yakalamak, hayatı nesnelere, eşyalara yapışarak yaşamak gösterilmek istenmiştir. Gerçek anlamlarını yitirerek

hayatın üzerinde tahakküm kurar hale gelen nesnelerin, yönetmen tarafından yakın planda görüntülenmesinin ve hızlı bir tempo tercih edilmesinin sebebi budur (Cieutat ve Rouyer, 2014, s. 172).

Filmde, bireylerin hayatta kalma motivasyonunun belirli boyutları aşamaması anlatılmaktadır. Rutinlerine yabancılaşarak kendi içinde bir anlam arayışı başlatan ve bir kırılma anı yaşayarak sonucunda bir karar alan Georg ve Anna, Eva'nın da bu karara katılmak konusundaki fikrini almalarının ardından hayatlarını sonlandırma yolunu seçmektedir.



Şekil 38. “Der Siebente Kontinent” Film Afişi. 1989.

Afiş tasarımında kullanılan görsel, Der Siebente Kontinent'in açılış sahnesinde görülen Avustralya'yı temsil eden reklam panosudur. Filmin bazı önemli anlarından sonra aynı motif metin olmadan gösterilir ve seslerle birlikte hareket eden dalgalar tarafından canlandırılır. Bu durum, görüntüye daha fazla ağırlık ve ulaşılması imkânsız bir statü kazandırmaktadır. Bu görünümün bağlamı belirsizliğe işaret eden kavramlar olan rüya ve ölümdür. Görsel, film karakterlerinin monoton, sıradan ve soğuk yaşam tarzından ve toplumun dayattığı sorumluluklardan kaçabilecekleri, özgürlüğe ve huzura işaret eden bir metafor olarak kullanılmıştır. Filmde, ailenin kendi varoluşsal durumları ile ilgili olarak bir anlam kaybı yaşadığı anlaşılmaktadır. Yaşamış oldukları kırılmalar ile birlikte farkındalıkları artan

karakterler için anlamsızlık kavramı anlam kazanmaya başlarken hayatlarının akış yönünü yedinci kıtaya çevirdikleri görülmektedir. Afişte kullanılan görselin önemi, Avustralya'nın bir olgu olarak aile üyelerinin karanlık planını maskeleyen işlevi görmesinden kaynaklanmaktadır.

Filmde ilk kez bir reklam panosunda görülen Avustralya manzarası, ailenin kaçmak istediği her şeyi simgelemektedir. Gündelik hayatlarındaki mekanik eylemlerinin anlamsızlığı nedeniyle aile bu imgeyi düşleyerek bir motivasyon oluşturmaktadır. Bilişsel bir farkındalık yaşayarak bir başka kıtaya gitmek isteyen karakterler, sonrasında karmaşayı çözebilmek için daha radikal bir değişim tercih edeceklerdir. Eva karakterinin uyumadan hemen önce, iyi bir çocuk olup cennete gitmeyi dilemesinin ardından görülen “Yedinci Kıta görseli” ulaşılmak istenen bir imaj olarak aile bireylerinin kaçtıkları her şeyin antitezinin temsilidir. Filmde önce gelecekleri ile bağlantısını kesen karakterler, ardından geçmiş ile bağlantısını kesme yoluna gitmişlerdir. En sonunda da kendi hayatlarına son vererek içinde bulundukları anı yok etmişlerdir. Burada zamansallık kavramına bağlı bir ortadan kaldırma eylemi yaşanmaktadır. Filmin afişindeki görsel ise zamandan tamamen bağımsız, tüm kesinliklerden ve dayatmalardan uzak ve tüm kanıların anlamsızlaştığı bir olguyu düşündürmektedir. Sahilde duran kayalar evrenin gerçekliğine, okyanus sonsuzluğa, dalgalar değişime dair umuda işaret etmektedir. Bu durumda, filmde sahne aralarına giren bu statik görselde aşındırıcı gücü olan hareket halindeki dalgalardan söz etmek gerekmektedir. Görsele dair, dalgalar tarafından aşındırılmış, eritilmiş kayalar ile gerçekliğin zamanla yontularak şekil değiştirmesi yorumu da yapılabilir. Kayaların bir kısmının artık dalgaların ulaşamayacağı bir yerde ve tüm yontulma aşamalarından geçmiş bir halde, zamansal bir bağlayıcılıktan uzak var olmaya devam ettikleri görülmektedir. Görselde, zihinde huzurla bağdaşan imgeler kullanılsa da tasarımının genel atmosferine karamsarlık hakimdir. Filmin özünü oluşturan, karakterler tarafından anlam yüklenen ve tüm kavramların devre dışı bırakılmasına ve sorgulanmasına olanak sağlayan bir zemin niteliğindeki tasvirin afiş tasarımında kullanılması, film ile film afişinin arasındaki bağlantıyı kuvvetlendirmektedir. Film boyunca çoğunlukla kapalı mekanlarda görülen aile bireylerinin yaşantıları ile sonsuzluğun vurgulandığı afiş görseli tezat durumdadır.

Yedinci Kıta olarak Avustralya'yı temsil eden görselin afiş tasarımının üst bölümünde ve tasarım yüzeyinin yarısını kaplayacak büyüklükte kullanımı tasarıma yoğunluk katmaktadır. Görselin üst kısmında Türkçe karşılığı “Michael Haneke kesinlikle zamanımızın en önemli film sanatçılarından biridir.” olan Georg Seesslen isimli Alman bir yazar ve sinema eleştirmeninin filmle ilgili kendi dilinde bir yorumu bulunmaktadır. Yorum cümlesinde kırmızı renkte, italik ve ince bir yazı stili kullanılmıştır.

Görselin altında sayfaya sağ ve sol taraftan ortalanarak konumlandırılan majiskül bir dizilim gösteren “Der Siebente Kontinent” yazısında her kelime alt alta olacak bir biçimde yer almaktadır. Majiskül dizilim dolayısıyla tek bir hat üzerinde ve eşit yükseklik düzeyine sahip olan harfler tasarıma durağan bir görünüm vermektedir. Tipografik unsurların kullanımında hissedilen genel durağanlık filmin atmosferi ile bağdaşmaktadır. “Der Siebente Kontinent” yazısı sıcak bir tonda kullanılan rengi, boyutunun büyüklüğü ve afiş tasarımındaki konumu bakımından tasarımda dikkat çekmektedir. Afiş tasarımında yer alan tüm tipografik unsurlar için sade ve modern bir görünüm sunan sans serif font tercih edilmiştir. Modern, keskin ve net bir yapıya sahip olan sans serif fontun, filmdeki karakterlerin yeniden başlama arzusu, yenilikçi bir duruş sergilemeleri, yaşadıkları önemli dönüşüm ve aldıkları kararın keskinliği ile uyumlandığı söylenebilir.

Görselin üst kısmında bulunan yazının yanı sıra filmin isminde kullanılan kırmızı renk kararlılığın, tehlikenin ve yıkımın göstergesi olarak tercih edilmiştir. Afişte zemin rengi olarak siyah kullanılmıştır. Siyah renk bilinmeyene, kararlılığa, karamsarlığa, ölüme ve ölüm korkusuna vurgu yapmaktadır. Bu kavramların da filmin genel içeriği ile bağdaşması dolayısıyla afiş tasarımında kullanılan siyah ve kırmızı renk doğru bir tercih olarak değerlendirilebilir. Siyah ve kırmızı rengin kombinasyonu ise uyarı anlamı taşımaktadır. Soluk tonlarda ve bulanık bir görünümdeki imgesel unsur belirsiz, durağan ve geçmişte kalmış olan bir izlenim vermektedir.

Tasarımda büyük görsel dışında filmin isminin altında filmin bir sahnesinden alınan başka bir kare, küçük bir boyutta, yatay eksende afişi ortalayacak biçimde kullanılmıştır. Bu küçük görsel; Eva'yı uyutması ve zehir dolu şırınganın koluna girdiğini hissetmemesi için biraz içki veren Anna karakterinin, sonrasında Eva'nın yatağın üzerinde bulunan cansız bedenini ağlayarak kendine doğru sürüklediği sahneden alınmıştır. Duygusal buzlaşma durumunun filmde kırıldığı nadir anlardan biri olma özelliğini de taşıyan bu hassasiyetin yükseldiği sahne ile afiş tasarımında kullanılan filmin temel görsel unsuru birbiriyle bağlantılıdır. Eva karakteri, ölmeden önce de uyumadan önce olduğu gibi, iyi bir kız olup cennete gitmeyi dilediği cümlesini tekrarlamıştır. Avustralya'nın tanıtıldığı görsel cennet kavramının izdüşümüdür. Bu görüntü, filmdeki karakterlerin gitmeyi diledikleri yeri temsil etmektedir. Aynı zamanda küçük karede yer alan ölüm teması ile afiş tasarımında yaşamın bir temsili olan büyük görsel karşıtlık içindedir. Küçük görselin altında Türkçe karşılığı “Michael Haneke'nin bir filmi” olan Almanca “Ein Film von Michael Haneke” yazısı bulunmaktadır.

Bu cümlede yönetmenin isim ve soy ismi majiskül geri kalanlar miniskül dizilimdedir. Afişin en alt kısmında ilk üç satırda oyuncuların ve filmin teknik ekibinin isim ve soy isimleri vurgusuz ve majiskül dizilimli olarak yer almaktadır. Üçüncü satırda “yazan ve yöneten” nitelemesi ile “Michael Haneke” ismi bir kez daha görülmektedir. Son satırda ise yapım şirketinin bilgileri bulunmaktadır.

Afiş tasarımının alt kısmındaki yazılarda beyaz rengin kullanımı siyah zemin ile kontrast bir denge oluşturmaktadır. Afiş tasarımında yer alan tipografik unsurların boyutlarının önem sırasına göre düzenlenmesi metin hiyerarşisinin doğru bir biçimde uygulandığını göstermektedir. Afişte yer alan tüm tipografik unsurlarda aynı fontun tercih edilmesiyle tasarımda bir bütünlük ve uyum sağlanmıştır. “Der Siebente Kontinent” filminin afiş tasarımının kompozisyonu simetrik bir denge kullanılarak düzenlenmiştir. Simetrik kompozisyon afiş tasarımının durağan bir görünüm kazanmasına ve böylelikle filmin anlatısı ile kurduğu ilişkiye katkı sağlamaktadır. Zamanlaması önemsenerek filmde birden çok kez yer alan metaforik görsel, temsil ettikleri ve anlatıya temel bir dayanak oluşturması ile filmin içeriğinde önemli bir yere sahiptir. Görselin afiş tasarımında kullanılması ile film ve film afişi arasında güçlü bir bağlantı kurulmuştur.

4.2.2. Benny's Video

Michael Haneke tarafından yönetilen “Glaciation Trilogy”, Türkçe’de “Duygusal Buzlaşma Üçlemesi” şeklinde isimlendirilen filmlerin ikincisidir. Film, 1992 yılında gösterime girmiştir (McCann ve Sorfa Ed., 2011, s. 268).

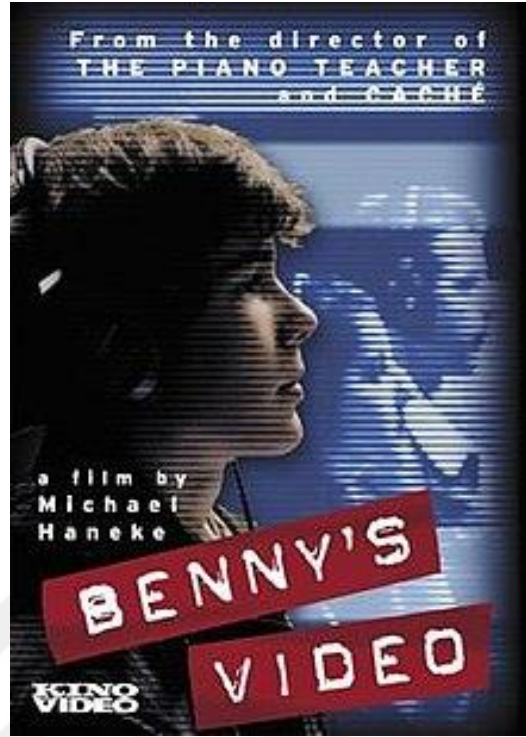
Psikolojik-korku türünde olan filmin konusu Viyana’da geçmektedir. Burjuva bir ailede yetişen Benny on beş yaşındadır. Anne ve babasının işleri sebebiyle sosyal bakımdan ihmal edilmektedir. Odasının her tarafı video ekipmanları ile dolu olan Benny, vaktini video dükkanlarını ziyaret ederek ve kiraladığı katliam filmlerini izleyerek geçirmektedir. Pencere önünde konumlandığı kamera düzeneği ile gerek odasının içini gerekse dışarıyı gün boyu kaydetmektedir.

Haneke, psikolojik gerçekçilik ve karakter öznelliğinden kaçınsa da film, Benny’e, algının nasıl aracılık ettiğini önermek için etrafını saran teknoloji ile zengin bir sosyolojik ayrıntı sağlar. Görsel ayırt etme esas olarak bir video kamera aracılığıyla gerçekleşirken tüm bu sesler onu saran işitsel bir alan oluşturur. Benny, zamanını aksiyon filmlerinin koreografisi yapılmış şiddet olaylarını ve Bosna’daki ölüm sahnelerinin ölçülü, "normalleştirici" haberlerini izleyerek geçirmektedir. Bu haber programlarında, katliam görüntülerine, tüm

duyguları dışlamak için dikkatle eğitilmiş yorumcuların sesleri eşlik etmekte, böylece izleyicinin dolaysızlığına eriştiğine inandığı yerde gerçeğin sterilize edilmiş bir versiyonu sunulmaktadır (Wheatley, 2009, s. 62).

Yedinci Kıt'a'nın parlak renklerine ve havalı kompozisyonlarına canlı bir tezat oluşturan Haneke'nin ikinci uzun metrajlı filmi olan Benny's Video, özellikle hayvanları katletmek için tasarlanmış bir silahın cıvatasıyla kafasından vurulan bir domuzun ölüm ağılına sürüklendiği sarsıntılı, grenli, odak dışı bir "ev videosu" ile başlamaktadır (Brunette, 2010, s. 22). Bu video ile domuzun çırpınan videosunu yavaşlatarak, durdurarak, geri sararak tekrar tekrar izleyen Benny, kendi videosunu yapma kararı alır. Anne ve babasının evde olmadığı bir gün sokakta kendi yaşlarında bir kızla tanışan Benny kızı eve getirir. Domuzu katletmek için kullandığı silahla genç kızı vurarak olayı odasında sürekli çalışır durumda görünen video kamera ile kayıt altına alır. Bu olayı gerçekleştirirken herhangi bir duygusal ya da ahlaki tepki göstermeyen Benny'nin video kaydı, anne ve babası tarafından izlenir. İş adamı baba ve sanat tüccarı anne, Benny'i korumak için olduğu kadar kariyerleri için de cinayeti örtbas edecektir. Benny ve annesi Mısır'da tatilde olduğu sırada Benny'nin babası tarafından tüm deliller yok edilecektir. Bu egzotik atmosfer Benny'nin işlediği cinayetin içsel bakımdan bastırılmaya çalışıldığı yer olacaktır. Video kamerasını yanından ayırmayan ve Mısır gezisinde de çekimlerine devam eden Benny'nin sergilediği tutum ve davranışlarından gözlemlendiği kadarı ile işlemiş olduğu cinayete kayıtsız kaldığı, bu süreçte otel odasında annesinin, tetikleyici hiçbir unsur olmaksızın, geçirdiği sinir krizine de anlam veremediği fark edilmektedir.

Filmin sonuna doğru, ebeveynler tarafından, genç kızın cesedinin en iyi nasıl yok edileceğinin tartışıldığı kaydedilmiş olan sakin konuşma Benny ve polisler tarafından izlendiği anlaşılmaktadır. Benny teslim olmuştur. Babası ve annesi tutuklanır. Filmin kapanış sahnesinde nezaketle anne ve babasından özür dileyen Benny'nin eyleminin etik boyutuyla mı değerlendirilmesi gerektiği yoksa yalnızca ebeveynlerine karşı bir şiddet eylemi mi olduğu konusu belirsiz bırakılmıştır.



Şekil 39. “Benny's Video” Film Afişi. 1992.

“Benny’s Video” afiş tasarımı filmde filmin ana karakteri olan Benny yer almaktadır. Fotoğrafta profilden yansıtılan karakterin, başı ve göğsünün üstüne kadar olan bölümü görülmektedir. Tasarımda kullanılan fotoğraf, Benny’nin video dükkanında video izlediği sahneden alınmıştır. Görselden yola çıkılarak Benny’nin odaklanmış bakışları dikkate alındığında izleme eyleminin bir ekran üzerinden gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Kulak üstü kulaklık kullandığı görülen Benny için video sesleri, onu saran işitsel bir alan oluştururken, kimseyle, filmde bir sahnede anlatılana göre -kendisiyle bile- ilişki kurmaktan kaçındığının bir yansıması gibidir.

Afiş tasarımı Benny’nin yüzünün profilden görünüşü izleyici ile direkt bir temas halinde bulunmaktan, dış dünyaya kulağını kapatması ise iletişim kurmaktan kaçındığı izlenimini vermektedir. Bu durum hem filmdeki davranış şeklini ve aldığı kararları kendi içsel sürecinde oluşturduğunun, hem de aldığı kararlardan ve eylemlerden sonra eleştiri ya da yorum kabul etmediğinin, herhangi bir çağrıya, yönlendirme ya da telkine kapalı/kayıtsız olduğunun göstergesidir. Filmde bağımsız olarak ele alındığında da figürün başının açısı, duruşu ve yüzünün genel ifadesini soğukkanlı, ilgisiz ve kararlı bir karakterin yansıması olarak değerlendirmek mümkündür. Benny karakterinin tasarımı arka plandan koparılmış gibi görünmesi, filmde gerçeklikle temasını yitirmiş olmasının izdüşümü gibidir. Aynı zamanda

zemin ve karakterin mekânsal bakımdan ayrılmış gibi duran görüntüsü, Benny için etrafındaki her şeyin bir kurgudan ibaret olması ve bu kurgu içinde her hatanın geri sardırılarak telafi edilebilir izlenimi Benny'nin rahat ve sakin doğasına kaynaklık edebilir. Böylelikle karakterin kendi dünyasında birbirine karışan sanal ve gerçeklik durumuna, karşı bir duruş sergilemeden soğukkanlılıkla kabullenmesi görsel boyutta bir ifade kazanmaktadır.

Benny'nin sakin görünümü, duygusal veya ahlaki herhangi bir tepki göstermekten uzak tarzının bir yansıması olarak yorumlanabilir. Figürün yüzünde ışık ve gölge etkin bir şekilde görülmektedir. Arka planındaki karakterlerin belirsiz görünümü Benny'nin yalnızlığına, yabancılaşmasına bir gönderme niteliği taşımaktadır. Benny ile birlikte arkada belli belirsiz görünen iki figürün de kulaklık kullanması genel bir iletişimsizlik durumuna vurgu yapmaktadır. Tasarımda kullanılan fotoğraf üzerine eşit aralıklarla, alt alta yatay çizgilerin basıldığı görülmektedir. Bu çizgisel görüntü grafiksel bir etki oluşturmuştur. Çizgilerin, bir çekimin görüntü kalitesinden kaynaklanan teknik durumla ilgili olduğu düşünülebilir. Görüntü kalitesindeki yetersizlik ise Benny'nin kullandığı ekipmana işaret etmektedir. Bu durum, filmde Benny'nin en sevdiği ve sıklıkla izlediği domuzun öldürülme süreci videosu başta olmak üzere, çekimi Benny'e ait olan videolarda görülen yatay çizgilerin afiş tasarımına bir yansıması olarak değerlendirilebilir. İzleyici Benny'i, Benny'nin çerçevesinden izlemektedir. Kamera, karakterin gördüğünü göstermek için karakterin uzamsallığını üstlenirken duysal algımızı da onun algısı ile sınırlandırmaktadır. Kamera merceği bu durumda karakterin gözü yerine geçmektedir. Renk tonlarının azaltılarak karşıtlığın artırıldığı yüksek bir kontrastın kullanıldığı afiş tasarım yüzeyinin genelinde karartılı bir görünüm tercih edilmesi ve kenar kısımlarından içe doğru dağılan siyah renk esrareniz ve kasvetli bir etki meydana getirmektedir. Tasarımda soğuk ve sakin bir etki yaratan mavi tonu ile, Benny karakterinin doğası arasında bir uyum yakalandığı düşünülebilir. Tasarımda tercih edilen soluk tonlamalar, izleyici üzerinde karamsarlık hissi, karaktere karşı mesafeli kalma etkisi uyandırmaktadır.

Afiş tasarımının en üst kısmında İngilizce olarak "The Piano Teacher ve Caché'nin yönetmeninden" yazısı bulunmaktadır. Afiş tasarımının sağ tarafına yaslanmış ve üç satır halinde tasarlanmış yazı için beyaz renk ve sans serif bir font tercih edilmiştir. Burada Haneke'nin "Benny's Video" filminden önce yönetmenliğini üstlendiği iki filmin ismi geçmektedir. Film isimlerinin majiskül dizilimi, bu filmin de yönetmenin bir auteur olmasının etki ve derinliğini taşıması ve izleyiciye sözü geçen filmler gibi beklentiye karşılama yeterliliği konusunda bir alt mesaj verilmesi olarak değerlendirilebilir. Afişin alt yarısının başlangıç

kısmına yakın konumlandırılmış ve sol tarafa yaslanmış üç satır halinde, sadece yönetmenin isim ve soy isminin baş harfi büyük olacak şekilde ve alt alta tasarlandığı, “a film by Michael Haneke” ibaresi görülmektedir. Sans serif bir font kullanılan bu yazıda da afişin üst kısmında yer alan yazıda olduğu gibi harfler arası geniş ve dengeli espaslar tercih edilmiştir. Film afişinde oyuncu isim soy isimleri ve film yapım ekibine dair herhangi bir bilgi bulunmamaktadır.

Afişin alt kısmına konumlandırılan “Benny’s Video” yazısında her kelime koyu kırmızı renkte, birbirinden ayrı dar ve uzun bir alan üzerine yazılmıştır. Konum bakımından birbirine yakın ve birbirinden farklı açılarda uzanan kırmızı alanlar biçim bakımından ikaz şeritlerini çağrıştırmaktadır. Bu durumda üzerindeki yazı ile birlikte değerlendirildiğinde şeritlerin Benny’nin videolarına karşı bir uyarı olarak algılanması mümkündür. Kırmızı renk; şiddetin, heyecanın, tehlike ve tahribatın bir göstergesi olarak tercih edilmiştir. Filmin ismi olan “Benny’s Video” yazısı beyaz renkte ve majiskül dizilimdedir. Filmin ismi için kalın, yapısal bakımdan girinti ve çıkıntıların bulunduğu, mekanik ve yerleşik bir görünüm sunan özel olarak tasarlanmış bir font tercih edilmiştir. Yer yer harflere verilen gölge etkisi yazı ile zeminin birbirinden ayrı görünmesini sağlamaktadır. Filmin isminin yerleşiminde görülen asimetrik denge tasarımın genel statik kompozisyonuna hareket katmıştır.

Tipografik unsurların yoğun olarak kullanılmadığı afişte, filmin ismi olan “Benny’s Video”, afiş tasarımında boyutunun büyüklüğü, konumu, tasarımı ve kırmızı bir yüzey üzerinde yer alması sebebiyle en dikkat çeken yazıdır. Afişte tipografik unsurların önem sırasına uygun olarak boyutlandırıldığı ve böylelikle metin hiyerarşisinin doğru bir şekilde uygulandığı görülmektedir. Tipografik unsurların yalın kullanımı afiş tasarımı için seçilen görseli ön plana çıkarırken, görsel üzerinde yapılan tasarımsal yorumlamaların filmin genel atmosferi, konusu ve aktarmak istediği mesajla uyum içinde olduğu görülmektedir.

4.2.3. 71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls

1994 Avusturya yapımı olan film Michael Haneke tarafından yönetilmiştir. Film, Michael Haneke'nin Cannes'da gösterilen iki filmi “Der Siebente Kontinent” ile başlayan ve “Benny's Video” ile devam eden “Duygusal Buzlaşma” adı verilen üçlemesinin üçüncüsüdür (Grundmann Ed., 2010, s. 612).

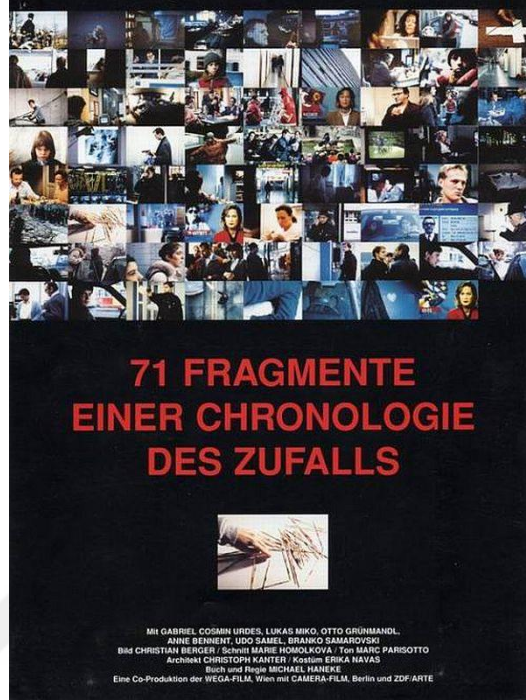
Yönetmen filmin konusunu, 1993 yılında on dokuz yaşındaki bir askeri öğrenci tarafından Viyana’da bir bankada gerçekleşen "açıklanamaz" bir cinayet saldırısından esinlenerek oluşturmuştur. Haneke’ye ait "deneysel" bir çalışma olarak değerlendirilen film,

bazıları uzun, bazıları kısa ve bazıları orta uzunlukta veya sahneler arasında geçiş amacıyla oluşturulan 71 fragmandan meydana gelmiştir (Brunette, 2010, s. 40). 71 parçadan oluşan bölümler böylece beş farklı güne bölünmüştür

Filmin başlangıç sahnelerinde gece vaktinde Viyana'ya çamaşır makinesi taşıyan kamyonu gizlice kendisini yerleştirerek Avusturya'ya yasadışı bir şekilde geçen bir çocuk karakter görülmektedir. Film, isminden de anlaşılacağı gibi rastgele bir şiddet olayıyla sonuçlanan sıradan anların kırık bir mozaığı olarak tanımlanabilir. Haneke, bir öykü aracılığıyla boyamsal bir kesit vermek yerine, eylemleri toplumun genel yapısı üzerinden bir kesitler bütünü bağlamında sunmaktadır. İnsanların belirli bir hayatı yaşadıklarına dair günlük görüntüler güçlü bir şekilde yan yana getirilmektedir. Filmde birbirini tanımayan ve farklı gündemleri olan insanların yaşantıları paralel bir biçimde sürmektedir. Filmin sonunda bu kişilerin hayatları bir bankada kesişir. Birbiriyle alakası olmayan kişilerin hayatlarının kolaj halinde gösterildiği film, modern bir kentsel yabancılaşma durumunu anlatan örüntü halindedir.

Yönetmen filmde hayatlarının bir kesitine şahit olunan insanların, grotesk, şiddet içerikli görüntülere karşı duyarsızlaştırıldıkları ve televizyon ekranlarında ölüm olgusu ile karşılaştıklarında etkilenmediklerini, yemek yerken savaş, isyan ve ölüm haberlerini izleyen insanların artık şiddeti kanıksadığını yalın bir dille ifade etmektedir. Parçalardan oluşan filmde, parçaların her birinde karakterlerin eylemleri temelde önemsizdir. Bu parçalardan bazıları, toplumun maruz kaldığı korkunç şiddet eylemleriyle dolu haberleri içermektedir

Film, genç öğrencinin, bankadan parasını çekemediğinde yanında taşıdığı silahla bankada bulunan insanları katletmesinden çeşitli şekillerde etkilenecek olan sayısız karakterin hayatındaki anları bölümlemektedir. Film, bankadan çıkarak arabasına giden gencin intihar etmesiyle sona ermektedir.



Şekil 40. “71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” Film Afişi. 1994.

“71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” filminin afiş tasarımı mozaik halinde bir görsel ve tipografik unsurlardan oluşmaktadır. Yönetmenin diğer filmlerine ait afişlerinden farklı olarak filmde bir sahne yerine birden çok sahneden alınan kareler görselin bütünü oluşturulmaktadır. Karelerden bazıları filmdeki karakterlerin içinde bulunduğu sahnelerden alınırken, bazı karelerin de karakterlerin kayıtsızca izlediği savaş, isyan ve ölümleri konu edinen haberlerden oluştuğu görülmektedir. Afiş tasarımının görsel unsurunu oluşturan yetmiş bir karenin her biri farklı bir fragmana ait herhangi bir sahneden alınarak filmde işlenen “tesadüfîlik” kavramına gönderme yapılmıştır. Sekiz sıra ve dokuz sütun ile toplamda birbirine eşit yetmiş iki karenin oluşturduğu bir mozaik görünümünde olan görsel, afiş tasarımının üst kısmına, sağ ve sol taraftan boşluk kalmayacak şekilde konumlandırılmıştır. Tüm sahneler birbirinin devamı niteliğinde olmayan anlatım içerse de birbiriyle etkileşim halinde ve ortak bir anlam ve anlatıma hizmet eden yap-boz parçaları olarak değerlendirilebilir. En alt satırın son karesinde sahne olmadığı sadece siyah renkte bırakıldığı görülmektedir. Son karenin siyah renkte bırakılması; filmin isminde geçen ‘71’ sayısına gönderme yapılması durumunda son karenin fazla olması bakımından zemin rengini aldığı görülmektedir. Bu durumun yanı sıra, filmde her fragmanın ardından siyah ekranın devreye girmesi sonucu son karenin siyah renkte tercih edilmesinin anlamsal bir bütünlük sağlaması ile ilgili olduğu yorumu da yapılabilmektedir. Fragman değişimlerinin habercisi olan siyah

ekrana, afişteki görselin son parçasında yer verildiği düşünölebilir. Afiş tasarımında mozaik görünümü meydana getiren parçalardan biri olan ve aynı zamanda görseli tamamlayan siyah kare, diğer parçalarla eşit büyüklükte dolayısı ile eşit öneme sahip bir durumdadır. Karanlığı, ölümlü ve matemati anlatan siyah renk, sahnelerin en sonunda ölüme bağlandığının da göstergesi konumundadır. Afiş tasarımının zemin rengi olan siyah renkten yola çıkılacak olursa son kare; boşluk, yokluk, hiçlik ve anlamsızlık gibi kavramların karşılığı olarak da değeriendirilebilir. Bu boşluk -boş kare- kavramı Maximilian B. karakterinin eyleminin sebepsizliği, anlamsızlığı ve açıklanamaz oluşu ile bağdaşır bir sembol durumundadır. Siyah zemin üzerinde yer alan kırmızı renk uyarı anlamı taşımaktadır.

Görselin altında filmin ismi olan “71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” yazısı yer almaktadır. Filmin ismi, üç satır halinde ve başlık tasarımı için uygun olan ortalı yazı biçiminde konumlandırılmıştır. Filmin isminde sans serif bir font majisköl dizilimde tercih edilmiştir. Filmin isminde kullanılan kırmızı renk şiddet, kan ve tehlikeye vurgu yapmaktadır. “71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” yazısı üstünde yer alan ve karelerden oluşan görsele ve altında bulunan küçük boyutlu görsele eşit mesafede olduğu görölmektedir. Filmin ismi dışında kalan diğer tipografik unsurlarda beyaz renk kullanılmış ve siyah zemin ile bir kontrast oluşturması sağlanmıştır.

Filmin isminin altında küçük bir karede filme ait olan bir sahnenin fotoğrafı görölmektedir. Bu fotoğraf da afişi sağ ve sol taraftan ortalayacak biçimde konumlandırılmıştır. Karede dağınık bir halde duran mikado çubuklarının üzerine bir el uzanmış bulunmaktadır. Bu karenin alındığı sahnede Maximilian B. ve arkadaşı, çubukları bir tür soyut sanat görüntüsü olarak vurgulayacak bir biçimde tepeden çekimde izlediğimiz mikado oyununu oynamaktadırlar. Arkadaşı, Maximilian B.'ye bunun “şansa” karşı bir “beceri” örneği olduğunu açıklamaktadır. Mikado oyununda çubuklar bir demet halinde oyuncularından biri tarafından masada dik tutulup bırakılır ve çubuklar rastgele bir şekilde yayılır. Mikado oyununda sırası gelen oyuncu, rastgele seçtiği bir çubuğu, geri kalan hiçbir çubuğu kıpırdatmamak şartıyla alabilir.

Filmin konusu dikkate alındığında çubukların rastgele düşüşü ve her birinin birbiriyle düzensiz bir şekilde bağlantılı hali ile görselleştirilen mikado oyununun fotoğrafı, bir metafor gibi kullanılarak anlam kazanmaktadır. Bu kare, filmin sonunda bir genç tarafından, tesadüfi olarak bankada bir araya gelen insanların rastgele seçilerek öldüröldüğu duruma bir gönderme niteliği taşımaktadır. Küçük boyutlu olan fotoğrafın altındaki ilk beş satırda, filmin oyuncuları ve film yapım ekibinin isim ve soy isimleri majisköl dizilimde, afiş tasarımını sağ ve sol

tarafından ortalar bir biçimde yer almaktadır. Beşinci satırda Türkçe karşılığı “Yazan ve Yöneten Michael Haneke” olan Almanca “Büch und Regie Michael Haneke” yazısı görülmektedir. Yazı, diğer film afişlerinden farklı olarak afişin en alt tarafında, göze çarpmayan bir şekilde oyuncu ve film yapım ekibine ait bilgiler arasında yer almaktadır. Filmde yalın bir anlatım yoluyla sıradan hayatları anlatan yönetmenin isim ve soy isminin diğer tipografik unsurlar arasına dikkat çekiciliği olmadan konumlandırılması kompozisyonun sadeliğine katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra afiş tasarımının genelinde görülen sadelik, düzen ve kendiliğindenlik, filmin anlatısının kendi içinde ulaştığı bir düzen, sadelik ve dinginlik ile uyum içindedir. En alt satırda filmin yapım şirketine ait bilgilere yer verilmiştir.

Tasarıma ait görselin eşit karelerden meydana gelmesi ve tasarımda geriye kalan görsel ve tipografik unsurların ortalı bir şekilde kompozisyona dahil edilmesiyle simetrik bir denge sağlandığı görülmektedir. Simetrik denge ile tasarımda sade ve durağan bir görüntü elde edilmiştir. Afiş tasarımı, son sahnesine kadar yavaş tempo ile süren filmle uyumludur. Filmin ismi, konusu, anlatım üslubu, atmosferi ve afiş tasarımı bir bütünlük içerisinde.

4.2.4. Funny Games (1997)

Michael Haneke tarafından yazılıp yönetilen “Funny Games” 1997 yılında gösterime girmiştir (Price ve Rhodes Ed., 2010, s. 45). Film gerçekçilik üzerine kurulu bir temele postmodern bir bakış açısı yöneltmektedir.

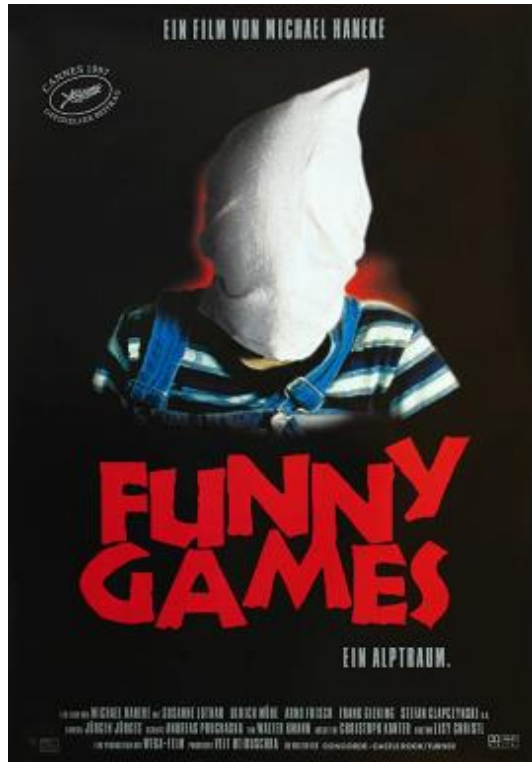
Gerilim-dram türünde çekilen filmin konusu Avusturya’da geçmektedir. Güzel bir yaz gününde küçük bir çocuk olan Georgie ve ebeveynleri Anna - Georg Schöber’in tatil için göl kenarında bulunan evlerine arabaları ile gittikleri görülmektedir. Burjuva sınıftan olan aile, yazlık evlerine varmak üzereyken, komşularının iki genç erkekle sohbet ettiğini fark ederler. Bu iki genç, aile ile sadist oyunlar oynayan söz konusu davetsiz misafirler olacaktır.

Yolculuk sonrasında evlerine ulaşan aile yemek hazırlıklarına başlar. Bembeyaz eldivenleri ve sahte gülümsemesi ile kapıya gelen gençlerden biri, kendisini yan komşuları olan Fred ve Eva’nın misafiri olarak tanıtmaktadır ve biraz yumurta ödünç almak istemektedir. Aldığı yumurtaları "yanlışlıkla" kıran Peter evden ayrılmayı reddeder. Olayın uzaması ile Paul, Peter'a katılır. Görünüşte samimi ve kibar olmalarına rağmen, aile üzerinde rahatsız edici bir his uyandırır. Sonunda gitmeleri istenildiğinde, esir alınan aile üyelerinin her biri iki kibar, psikotik, genç ev işgalcisinin sebepsiz ve anlamsız fiziksel ve zihinsel işkence biçimlerini içeren acımasız “oyunlarına” maruz kalırlar. Ailenin köpeği olan Rolfi’nin cesedinin Paul’ün “sıcak-soğuk” yönlendirmesiyle Anna’ya aratılması oyunların

başlangıcıdır. Saldırganlar, ertesi güne kadar tüm aileyi öldürecekleri üzerine aile bireyleri ile bir iddiaya girer. Tüm aile üyeleri, Paul ve Peter tarafından, filmin kapanış sahnesinde Anna karakterinin de etkisiz hale getirilerek denize atılıp boğulmasıyla, on iki saat geçmeden öldürülmüş olur. Paul, Anna ve Georg tarafından daha önce tanıştırılmış olduğu bir komşusunun evine gider kapıyı tıklatır. Kendini tanıtan Paul, komşularının yumurta istediğini söyler. Kadının yumurta almak üzere içeri gitmesinin ardından, son sahnede kameraya bakarak gülümser.

Görünürde sistematik olarak manipüle edilen ve öldürülen aile bireylerine odaklanan Haneke, röntgencilik konusundan yola çıkarak izleyicilerin şiddet içerikli gösteriye duydukları arzusunun ve filmde suç ortaklarının ve kurbanların ayırdına varılmasını eleştirel bir tutumla sağlamaktadır. Yönetmen, üst kurmaca olarak değerlendirilen, filmin kendi yapaylığına dikkat çekmektedir.

Filmde dördüncü duvarın yıkılması olarak adlandırılan, seyirciye olayın bir kurmaca olduğunun hatırlatılması ve tekrardan inşası konusunda teknik bir işleniş söz konusudur. Bu teknikle yönetmen izleyenleri, filmdeki baskın karakterlerle düşünce düzeyinde özdeşleşme gerçeğiyle yüzleştirirken akışa dahil ederek postmodern bir anlatı kurmaktadır.



Şekil 41. “Funny Games” Film Afişi. 1997.

Funny Games filminin afişinde filmin bir sahnesinden alınan bir kare görülmektedir. Görsel, aileyi esir alan iki işgalciden biri olan Paul'un, "Torbadaki Kedicik" oyununu oynamak üzere yanında bulunan küçük bir yastığı beyaz kılıfından çıkararak kılıfı ailenin küçük çocuğu olan Georgie'nin kafasına geçirdiği ve onu etkisiz hale getirdiği sahneden alınmıştır.

Afiş tasarımında üzerinde çizgili bir tişört ve pantolonunun askıları görülen Georgie'nin, başı ve omzunun altına kadar olan kısmı yer almaktadır. Görselden yola çıkılarak figürün kıyafetinin duruşu ve başında bir kılıf bulunması tehdit altında olduğunu göstermektedir. Başına geçirilmiş halde olan yastık kılıfı çocuğun insani özelliklerinin bir açıdan perdelenmesi anlamına gelir. Böylelikle çocuğun insanlığı gizlenmekte, karartılarak belirsizleştirilmektedir. Aynı zamanda etrafi algılama ve anlamlandırmanın araçlarından biri olan görme yetisi de ortadan kaldırılmış durumdadır. Böylelikle, katillerin oynamakta ısrar ettiği bu keyfi oyunlar tarafından tüm ailenin insanlığının tahribatlar sonucu yıkıma uğratılması ve metaforik olarak ortadan kaldırılması ile benzer bir durumu meydana getirmektedir.

Afiş tasarımında, karanlığın sardığı savunmasız durumda bulunan figürün arkasından yansıyan sıcak renk tonlarındaki ışık ve görselin alt kısmındaki yumuşak ve sisli bitiş, kâbusu, gerçek olamayacak kadar korkutucu olanı çağrıştıran bir tehlike durumunun göstergesidir. Afiş tasarımının merkezine konumlanan figürün etrafının karartılması ile dikkat çekiciliği artırılmıştır. Yalnızlık ve çaresizlik kavramlarını aklı getiren karakterin görsel ifadesine olan vurgu izleyici üzerinde yakınlık yanılsaması sağlamaktadır. Bununla birlikte, figürün etrafının karanlığa boğulması, görülemez bir alanı ifade etmektedir. Görme duyusu devre dışı bırakılan figür ile izleyici arasında bir özdeşim ya da ortak bir bakış açısı kurularak izleyicinin empati duygusunu tetikleyen bir durum meydana getirmektedir. Siyah renk ile ifade edilen sınırsız, belirsiz ve gizemli bir alan ifadesinde, figürün varlığı dışında tüm görüntüler görsel alanın dışında kalmaktadır. Siyah renk burada sonsuzluk kavramı ile ilişkilendirilebilir. Afiş tasarımındaki negatif alan izleyiciye filmin hikayesini hayal etme/merak etme alanı sunmaktadır. Ayrıca zemin rengi olarak kullanılan ve filmin senaryosu ile oldukça bağdaşan siyah renk karamsarlık, ölüm korkusu ve ölüm gibi filmin genel atmosferine hâkim durumda olan kavramlara vurgu yapmaktadır.

Afiş tasarımının en üst kısmında, sağ ve sol taraftan ortalanmış bir şekilde sans serif ve condensed yazı karakterinin kullanıldığı majiskül dizilimi ile Türkçe karşılığı "Michael Haneke'den Bir Film" olan, Almanca "Ein Film von Michael Haneke" yazısı bulunmaktadır.

Bu yazının altında afiş tasarımının sol tarafına, üzerinde “Cannes 1997” yazısıyla Cannes Film Festivali logosu konumlandırılmıştır. Görselin altında kırmızı rengin canlı bir tonunun kullanıldığı, büyük boyutta ve majiskül dizilim ile tasarlanan filmin ismi olan “Funny Games” yazısı bulunmaktadır. Filmin isminde kullanılan kırmızı renk tonu tehlikenin, şiddetin ve tahribatın bir göstergesidir. Siyah zemin üzerine kırmızı renk kombinasyonu uyarı anlamına gelmektedir. “Funny Games” yazısı için et kalınlığı fazla olan bir font tasarlanmış, “Funny” ve “Games” kelimeleri alt alta, hizalı ve eşit alanı kaplayacak bir şekilde konumlandırılmıştır. Aynı zamanda filmin ismi, afiş tasarımının görseli ile sağ ve sol taraftan hizalı haldedir. “Funny” kelimesinin ikinci ‘n’ harfi ile “Games” kelimesine ait ‘m’ harfi bütünleşmiş gibidir. Harflerin diziliminde belli bir düzene bağlı kalınmaması, aynı hat üzerinde dizilim göstermeyen harflerin bazı kısımlarda birbirine çok yakın, bazı kısımlarda bütünleşiyor gibi hareketli bir etki yaratması, Paul ve Peter karakterlerinin özel alana bir bahane ile sızarak kural ve sınır tanımayan taşkın davranışları ile özdeşleşirken, tasarımında sahte bir eğlence iması bulunan özel tasarım fontun rengi ve keskin kenarları ile gerilim ve tehlike kavramları sembolik bir ifade bularak biçimlenmektedir.

Filmin isminde tematik özelliklere sahip olan bir fontun kullanımı ile görsel iletişim gücünden yararlanıldığı görülmektedir. Harflerde renk ve manipülasyonun etkin kullanımı ile anlamın daha etkili bir şekilde iletilmesi sağlanmıştır. “Funny Games” yazısının tasarım ve rengiyle uyum içinde bütünleşmiş bir biçimde başına yastık kılıfı geçirilmiş figür, psikolojik şiddetin işaretleri olarak tasarıma yansıtılmaktadır. Afişte yer alan; filmin ismi, filmin isminin tasarımı ile imgesel unsur arasında benzer alaycı bir ifade, bir tür dokundurma sezilenmektedir. Bu durum, film boyunca aile bireylerinin, küçümseyici ve alaycı bir tavır içinde olan Paul ve Peter tarafından işkenceye maruz kalması ile benzerlik göstermektedir.

Filmin isminin sağ altında majiskül dizilimli, Türkçesi “Bir Kâbus” olan Almanca “Ein Alptraum” yazısı görülmektedir. “Bir kâbus” yazısının sonunda bulunan ‘nokta’ yargıya kesinlik katan bir gösterge olarak düşünülebilir. Afişin en altında bulunan üç satırda yönetmen başta olacak şekilde oyuncuların isim ve soy isimleri görülmektedir. “Funny Games” yazısı dışında tüm tipografik unsurlarda beyaz rengin kullanılmasıyla zemin ile kontrast oluşturulmuştur. Majiskül dizilim, ince bir yazı stili ve harflerin yatay bir eksenle daraltılması ile elde edilen condensed yazı karakteri tasarımda filmin ismi dışında kalan tipografik unsurların tümünde uygulanması bir bütünlük ve uyum meydana getirmiştir. “Funny Games” yazısının boyutunun büyüklüğü ve renginin çarpıcılığı yanı sıra fontun tasarımda yer alan diğer tipografik düzenlemelerden farklı olması sebebiyle dikkat çekiciliği yüksektir.

Tipografik unsurların önem sırasına uygun olacak şekilde konumlandırılması ve boyutlandırılması tasarımda hiyerarşinin sağlandığının göstergesidir. Afiş tasarımında dikey bir eksenle merkezlenen simetrik denge kullanılmıştır.

Sade bir kompozisyon ile oluşturulan ve ismiyle ironik bir bağlantıda görsel bir gerilim sunan afiş tasarımının, filmin postmodern duruşu ile uyum içinde bulunduğu, anlatısı ve atmosferi ile etkili bir biçimde bağdaştığı görülmektedir.

4.2.5. Funny Games (2007)



Şekil 42. “Funny Games” Film Afişi. 2007.

Haneke’nin yazıp yönettiği 1997 tarihinde gösterime giren “Funny Games” filmi, 2007 tarihinde farklı oyuncular ile filmin her planı 1997 versiyonuna sadık kalınarak yeniden çekilmiştir.

Afiş tasarımında görülen kadın portresi Anna’ya aittir. Tasarımın görseli, saldırganlar tarafından Georgie’nin kafasına yastık kılıfı geçirildikten sonra Anna’nın soyunmaya zorlandığı sahneden alınmıştır.

Afiş tasarım, yatay eksenli olarak ortasından bir çizgi çekildiği varsayıldığında tipografik unsurlar bu çizginin hemen üstüne konumlanmıştır. Tasarım, dikey eksenli olarak ortasından bir çizgi çekildiği varsayıldığında ise tasarımın sol tarafında “Funny Games” yazısı tek satır halinde, sağ tarafında filmin ismi ile karşılıklı, filmin ana karakterlerinin isim ve soy isim bilgisi iki satıra konumlandırıldığı görülmektedir. Film karakterleri bilgisinin üst tarafında; “you must admit, you brought this on yourself” cümlesi yer almaktadır. Bu cümle afiş tasarımında portrenin sahibi olması dolayısıyla Anna karakterinin hissettiklerinin metinsel ifadesidir. Cümlede kullanılan yazı stilinde agresif bir etki bulunmamasından, karakterin kendisi tarafından yine kendisine söylendiği dolayısıyla bir pişmanlık ve olanları kabullenme ifadesi olduğu çıkarılabilir. Filmde hassasiyetin yükseldiği sahnede Anna karakterinin hissettiği çaresizlik ve suçluluk “itiraf etmelisin ki/kabul etmelisin ki, olanların sorumlusu sensin” cümlesiyle tasarımda ifade bulduğu yorumu yapılabilir. Cümlemin alt tarafında ise yönetmenin isim ve soy isminin filmin ana karakterlerinin isim ve soy ismi ile eşit boyutta tasarlandığı, Türkçe karşılığı “Michael Haneke’den bir film” olan “a film by Michael Haneke” yazısı tek satırda yer almaktadır. Bu cümlemin altında ince karakterde ve condensed yazı stiline kullanıldığı ilk dört satırda, filmin geri kalan oyuncularının ve film teknik ekibinin bilgileri bulunmaktadır. Beşinci satırda filmin sponsor bilgilerinin, en altta da bir adres satırının yer aldığı metin alanı yer almaktadır.

Metin alanının en alt satırındaki adres dışında kalan tüm tipografik unsurların majiskül bir dizilime sahip olduğu görülmektedir. Filmin ismi, oyuncuların ve yönetmenin isim ve soy isimleri dışında kalan tüm tipografik unsurlarda küçük boyut tercih edilmiştir. Tüm tipografik unsurlarda modern görünümlü bir font olan sans serif kullanılmıştır. Afiş tasarımında yer alan tipografik unsurlar, beyaz renkte ve sol tarafa hizalı halde tasarlanmıştır. Tasarımın sağ ve sol tarafında bulunan yazı alanları birbiriyle dengeli durumdadır. Sağ ve sol kenar boşlukları birbiriyle eşit olarak düzenlenmiştir.

Afiş tasarımının tamamını oluşturan görsel, filminden alınan bir karenin illüstrasyonudur. Görselin illüstrasyonu tasarımın estetik ifadesine katkı sağlamaktadır. Tasarım, karaktere ait olan portrenin çene kısmını yarıda kesmektedir. Böylelikle, yüzey sınırlamalarının dışında tasarımın devam ettiği izlenimini uyandırmakta ve açık kompozisyon özelliği taşımaktadır. Afişin tamamını kaplayacak bir biçimde yer alan karakter, kendi başına güçlü bir görsel ifadeye sahiptir. Tasarımın görsel unsurunun, ait olduğu filmin sahnesine tamamen sadık kaldığı görülmektedir.

Karakterin yüzünün bir kısmını kapatan dağınık saçları ve gözyaşı sebebiyle henüz ıslanmış kısımları, yarı açık haldeki dudakları, donuk bakışları anın etkisini iletirken görüntü asılı kalmış gibidir. Bu durum izleyiciye statik bir görünüm hissi iletmektedir. Görselin yakın plan kullanımı ile figürün yüz ifadesine yansıyan ruh halinin en ince detayına kadar yansıtılmak istendiği yorumu yapılabilir. İzleyicinin, tasarımda yer alan yüz ifadesinden karakterin ruh haline odaklanması sağlanmaktadır. Bakışlarda; şaşkınlık, hayal kırıklığı, endişe ile birlikte bitkinlik ve ümitsizlik; dudakların yarı açık duruşu şaşkınlık ve bir şeyler söyleme isteği; yüz hattının genelinde herhangi bir kasılma görülmemesi teslimiyet, kontrolü bırakmak şeklinde yorumlanabilir. Tipografik unsurlar bakımından minimal bir düzenlemeye sahip olan afiş tasarımı, genel kompozisyon bakımından da sade bir görünüm sunmaktadır. Afiş tasarımında kullanılan görsele ait renk paletinde kahverengi tonların ağırlıklı bir şekilde bulunduğu görülmektedir. Toprak tonları güven ile ilişkilendirilmektedir. Filmde Anna karakteri, içinde bulunduğu durumda savunmasız ve dolayısıyla güven ihtiyacındadır. Gerilim dozu yüksek bir sahneden alınan görsele ait renk tonları, tasarıma sakin, samimi ve gerçekçi bir etki vermektedir.

Portre, afiş tasarımının tamamını kaplayacak bir şekilde düzenlendiği görülüyor olsa da portrenin üst kısmında kalan boş alan zemin rengi olarak siyah kullanıldığını göstermektedir. Tasarımın sadeliğine katkı sağlayan, boş alanda kullanılan siyah renk görsel unsura dikkat çekmektedir. Alt kısımdan yapılan görselin kesintiye uğraması ise üst taraftan gelen siyaha bir sonraki an için gittikçe artan bir alan tanımaktadır. Tasarımda kullanılan açık kompozisyon kadrajın yukarı yönlü hareket etmesiyle portrenin aşağı doğru kayıyor olduğu algısı yaratmaktadır. Bu durum, görselin bir sonraki anda karanlık sahneye düşeceği hissini vermektedir. Siyah renk; ölüm, ölüm korkusu, karamsarlık gibi kavramları karşılamaktadır. Aynı zamanda siyah görsel düzeyde sonsuzluğun ifadesidir. Görselde ışık ve gölgenin etkin kullanımı ile kontrast yoğunlaştırılmıştır. Böylelikle, karakterin yüzündeki gizemli, hüznü ve karamsar ifadeye katkı sağlamaktadır. Afişin genelinde, karakterin ruh halinin yansımasının yanı sıra renklerin kullanımı, fotoğrafın açısı ve kompozisyon özellikleri göz önüne alındığında duygusal görünümlü bir tasarımsal ifade elde edildiği yorumu yapılabilir.

Afiş tasarımı, Anna karakteri üzerinden film karakterlerinin yaşadıkları olaylar karşısında hislerinin ifadesini yansıtırken, filmin anlatısından bağımsız olarak değerlendirildiğinde de yoğun hissedilen bir pişmanlık ve çaresizliğin görsel düzeyde etkileyici bir biçimde aktarıldığı bir anlatım sunmaktadır.

4.2.6. Code Inconnu

Michael Haneke tarafından yönetilen filmin tam adı “Code inconnu: Récit Incomplet de Divers Voyage” olan film 2000 yılında gösterime girmiştir (McCann ve Sorfa Ed., 2011, s. 270). “71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” gibi parçalı bir anlatım stiline sahip olan bu filmde de yönetmen, toplumsal durumlardan bir kesit ele alarak çeşitli alt anlatılarla birlikte bir örüntü meydana getirmektedir.

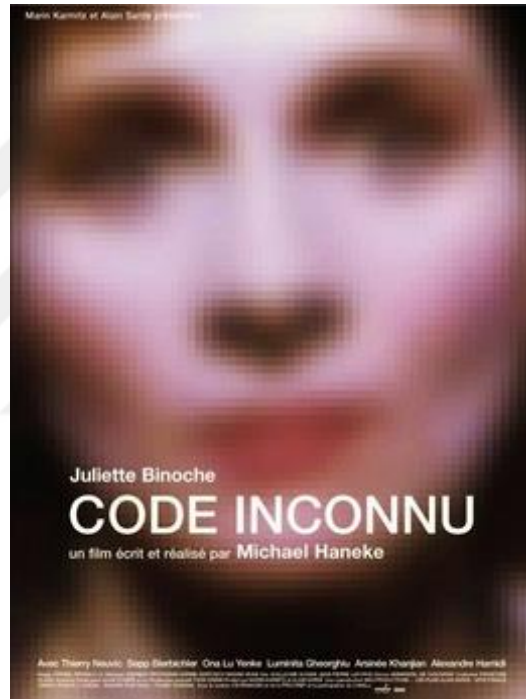
Paralel bir kurguyla, birkaç karakterin hayatlarının kesiştiği ve birkaç farklı hikâyenin aktarıldığı film Paris'te geçmektedir. Olayların sade bir şekilde gerçekleştiği farklı etnik kökenlere sahip insanların hayatlarından kesitlerin olduğu gibi sunulduğu filmde, aksiyonun başlangıcı, ırk, sınıf ve cinsiyet temelli sorunların karışımından meydana gelen bir kaos örüntüsünden oluşmakta ve “iletişimsizlik” kavramı içsel rahatsızlıklar eşliğinde ön planda işlenmektedir. Filmde karakterlerin çoğunluğu ile bağlantısı olan Anne, erkek arkadaşı Georges ile yaşamaktadır. Georges, tehlikeli bir meslek olan savaş fotoğrafçılığını seçmekte özgür bırakılırken, küçük kardeşi Jean ise, aile çiftliğini devralmasını isteyen babasının etkisinden kurtulmaya çalışmaktadır.

Başlangıçta Paris'in Saint Germain Bulvarı'nda bulunan binasından çıkan Anne, erkek arkadaşının kardeşi Fransız bir genç olan Jean tarafından durdurulur. Eve geri dönmek istemediğini söyleyen Jean, Anne'in yaşadığı apartmana ait dış kapının kodunu bilmediği için giremediğini açıklamaktadır. Anne biraz hamur işi almak için durmadan önce kaldırımda yürümektedirler. Toplantıya geç kaldığını belirten Anne, Jean'a bir süreliğine dairesinde kalabileceğini söyleyerek veda eder. Jean, sokakta yürürken gördüğü Rumen dilenci Maria'nın kucağına elinde kalan hamur işi ambalajını buruşturarak sebepsizce fırlatır. Olaya şahit olan Afrika kökenli bir genç, Jean'ın dilenciden özür dilemesini mecbur kılar. Adaleti ve etik değerleri simgeleyen Afrika kökenli Amadou'nun bu tutumu, olayın büyümesi ile kendisine ve Maria'ya zarar olarak geri dönecektir. Amadou tutuklanırken, Maria sınır dışı edilecektir.

Yönetmen, Amadou'nun adaletsizliğe karşı olan duygusal tepkisini ve hassasiyetini, bir azınlığın üyesi olarak büyüme deneyiminden kaynaklandığı mesajını vermektedir. Anne, metroda biri Afrikalı diğeri Arap iki göçmenin antisosyal davranışlarının hedefi olur. Metroda bulunanların duruma müdahale etmeyerek seyirci kalması da yine iletişimsizliğin ifadesi olarak aktarılmaktadır. Savaş fotoğrafçılığı yapmakta olan George, temelde, yıkım yaşanan bölgelerde bu yıkıma dikkat çekerek, insanlığa katkı sağladığına inanmaktadır. Anne ve George'un evinin üst katında yaşayan, istismara uğrayan ve sonradan öldürülecek olan küçük

bir kız, mektup aracılığı ile Anne'den yardım istediğinde endişe eden ve ne yapacağını bilemeyen Anne, durumu George ile paylaştığında, George'un “senin meselen bu” diyerek kendisi ile çelişmesi ve samimiyetsizliği vurgulanmaktadır.

Filmin başlangıç sahnesinde, bir kodu olan görüntü ve harflerin bir kombinasyonu ve pantomimli eylemlerin birleşimi ile iletişim kuran işitme engelli çocuklar görülürken, son sahnelerinde de gösteri yapan işitme engelli çocuklar trampet çalmaktadır. Böylelikle işitme engelli çocukların işitme duyusu yoluyla fark edilebilecek bir eylemde bulunması ile iletişim konusuna dikkat çekilmektedir.



Şekil 43. “Code Inconnu” Film Afişi. 2000.

Code Inconnu film afişi, bir görsel ile tipografik unsurların birleşiminden meydana gelmektedir. Filmin ana karakterinin yüzü, tasarım yüzeyini bütünüyle kaplayacak biçimde afişin görsel unsuru olarak kullanılmıştır. Karakterin yüz çizgisi ile afiş tasarımının sağ ve sol taraftan bitimi aynı hat üzerindedir.

Gerçeklik algılamasının kendisi bir kodlama sürecidir. Algılama, verilerin anlamlı hale gelmesini, belirlenmesini içermektedir. Kodlama sürecinde birimler arasındaki ilişkiler algılanırken birimlerin bir bütün olarak görülmesi de mümkün hale gelir. Bu süreç paradigma ve dizilimlerin yaratılmasını kapsamaktadır. Gerçek kavramında toplumsal anlamda bir yapılandırma söz konusudur. Gerçekliğin algılanışı ve anlaşılması dile olduğu kadar kültüre

de karakteristik bir bağıllık göstermektedir. Sözsüz iletişim; jestler, yüz ifadesi, mimikler, bakışlar ya da sesin yapısal durumu gibi sunumsal kodlar aracılığıyla gerçekleştirilir. Bu kodlar, içinde bulunulan an ve duruma ilişkin iletiler vermektedir. Kodların iki işlevi vardır. Birincisi; kimliğe, duygu ve tutumlara, toplumsal konuma yönelik olan belirtisel enformasyon taşımasıdır. İkinci işlevi; etkileşimi yönetmektir (Fiske, 2014, s. 156-157).

Kod, bir bilginin sembolüdür. Simgeler ve aralarındaki ilişkilerin belirli bir kurala göre düzenlenmesidir. İnsanların kendi özelliklerine dair bilgileri karşı tarafa ilettikleri işaretler bütünüdür. İletişim kurulan kişiyi zihinde konumlandırmak konusunda yardım eden sözcükler de “kod” olarak değerlendirilebilir. Mesaj içeriğinde kullanılan unsurlar simgeler haline dönüştürülerek aktarım sağlanabilir. Algılanabilir bir kod olmadığı sürece mesaj aktarımı yapılamamakta dolayısıyla iletişim de kurulamamaktadır. “Code Inconnu” filminde karakterlerin iletişim kurmak konusundaki başarısızlıkları ilk sahneden itibaren yoğun olarak işlenmektedir. Filmin afiş tasarımı da fotoğrafı kullanılan karakterin yüzünün belli kısımları çıkarım yapmaya olanak tanısa da genel görünümde blurlanarak gizlenmeye çalışılmış olduğu yargısına varılmaktadır. Afiş tasarımı kullanılan görseldeki figürle ilgili görünüş, kişilik, toplumsal statü konusunda herhangi bir ileti aktarımı yapılmamaktadır.

Filmde temel yapıyı oluşturan; kökenlerinden koparıma, sosyal bakımdan yabancılaşma, kimlik kaybı ve iletişim, etkileşim, bağ kurma konularındaki kırılmalık motifleri ile bireyin özgün yapısının deformasyona uğradığı çıkarımı yapılabilmektedir. Görselde yer alan yüzün genel yapısından filmdeki “Anne” isimli karaktere ait olduğunu anlaşılmaktadır. Anne, filmdeki karakterlerden bazılarının hayatında bulunan kişi, bir tür ortak bağlantı durumundadır. Afiş tasarımının görsel unsurunu oluşturan fotoğrafta, yüz ifadesi anlaşılamayan kişinin ruh hali de herhangi bir yoruma açık değildir. Bakışları hakkında fikir edinilemeyen görseldeki figürün nereye ve hangi hisle baktığına dair herhangi bir ipucu bulunamaması iletişimsizliği ve belirsizliği vurgulamaktadır. Detaylara yer verilmeyen fotoğrafta, sadece renkler yoluyla yüzeysel bir anlatım sağlanması ile figür sıradanlaştırılmıştır. İfadesel bakımdan bir anlama dönüşemeyen işaretsiz görselde belli belirsiz bir göz çukurunun ve burnun gölge yardımıyla vurgulanması ve renk yönlendirmesi bir tür koda işaret etmekte ve bir insan yüzü algısı oluşmaktadır.

Afiş tasarımının ifade etmek istedikleri, görselle herhangi bir bağ ya da iletişim kurulamaması noktasında başlamaktadır. Haneke’nin ırksal durumlar üzerinden iletişimsizlik kavramını ön planda irdedelediği filmin afişinde yer alan görüntü hakkında tasarımsal düzenleme özelliklerinin etkisiyle ırk, sınıf, cinsiyet gibi bilgiler konusunda yapılabilecek çıkarımların

dayanağı bulunmamaktadır. Afiş tasarımında bağ kurulamayan figüre karşı belli bir sebebe dayanarak herhangi bir yakınlık ya da uzaklık hissi ile yaklaşım gösterilememektedir. Figürün özelliklerine dair kişisel bir yoruma kapalı olan görsel, belli bir mesafede kalarak izleyiciyi objektif bir değerlendirme yapmak durumunda bırakmaktadır. Tasarım, izleyiciyi yargılarını bir kenara bırakmaya yöneltmektedir. Afiş tasarımının yüzeyini kaplayarak izleyicinin bir yargıya varmasını sağlayan tüm unsurları perdeleyen katman, filmde anlatılan iletişim engellerinin metaforu gibidir. Görselin ortak bir simge, bir tür temsil niteliğinde olduğu düşünülebilir. Böylelikle özgün bir nitelik kazanması sağlanmıştır. Sade bir anlatımın yapıldığı, olayların yönetmen tarafından doğrudan aktarıldığı filmin afiş tasarımı da oldukça sadedir. Tasarım yüzeyinin tamamında piksellerin sağladığı dokusal etki ve rengin yoğun kullanımı ile vurgu sağlanmıştır. Tasarım, yüzey sınırlamalarının dışında da devam ettiği izlenimi vermesi sebebiyle açık kompozisyon özelliği taşımaktadır. Simetrik denge dikey bir eksenle merkezlenerek oluşmaktadır. Tasarımda simetrik bir denge mevcuttur.

Afiş tasarımının sol üst tarafına küçük boyutlu tek satır halinde filmin yapım şirketine ait bilgi bulunmaktadır. Afiş yatay çizgilerle üç eşit bölüme ayrılırsa tipografik unsurların en altta kalan bölümde bulunduğu görülmektedir. Tipografik unsurların bulunduğu alanın en üstünde filmde oyuncuların etrafında toplandığı ana karakter olan Fransız oyuncu “Juliette Binoche” ismi kelimelerin ilk harfi dışında miniskül dizilimli olarak yer almaktadır. Oyuncu isim ve soy isminin hemen altında filmin ismi olan “Code Inconnu” yazısı bulunmaktadır.

Majiskül dizilimin tercih edildiği filmin isminin altında Türkçe karşılığı “Michael Haneke'nin yazıp yönettiği bir film” olan Fransızca “un film écrit et realise par Michael Haneke” yazısı bulunmaktadır. “Michael Haneke” yazısının baş harfleri dışında miniskül dizilimli olmak üzere isim ve soy ismin tamamı cümlelerin geri kalanına oranla vurgulu ve büyük boyutlu tercih edilmiştir. “Juliette Binoche” yazısı ile “Michael Haneke” yazısı vurgu ve boyut bakımından birbirine eşittir. “Juliette Binoche” ve “un film écrit et realise par Michael Haneke” afiş tasarımında sol tarafa hizalanarak her biri bir satır halinde yazılmıştır. “Code Inconnu” yazısı yüzeye yatay eksenle ortalanmıştır.

Satır arası boşluklar birbirine eşittir. Afiş tasarımının en altında filmdeki altı oyuncunun isim ve soy isimleri tek satır halinde yazılmıştır. Oyunculara ait isim ve soy isimlerin altında üç satır halinde oldukça küçük bir boyutun tercih edildiği yazıda filmin yapım ekibine dair bilgiler yer almaktadır. Tasarımda yer alan tipografik unsurların tümünde sans serif fontun ve beyaz rengin tercih edildiği görülmektedir. Nötr bir renk olan beyaz, tasarımın yalınlığına uyumlanmaktadır.

Filmin afiş tasarımı görsel ve tipografik unsurlar bakımından dengeli bir düzenlemeye sahiptir. Filmin afişi, konusu ve ismi ile uyum içindedir. Sade bir şekilde düzenlenen afişte etkili bir görsel tercih edilmesiyle dikkat çekici ve akılda kalıcılığı yüksek bir tasarım meydana getirilmiştir. Tasarıma ait tipografik unsurların da yönetmenin modern bir bakış açısını ve özgün tarzını ortaya koyduğu filmin anlatısı ile sadelik yönünden uyumlu olduğu yorumu yapılabilir.

4.2.7. La Pianiste

“La Pianiste” Michael Haneke tarafından yönetilen 2001 yılında gösterime giren filmidir. 2004 yılında Nobel Edebiyat Ödülü’nü alan Elfriede Jelinek isimli yazarın Almanca “Die Klavierspieler” isimli 1983 tarihinde yazmış olduğu romanından uyarlanmıştır (Price ve Rhodes Ed., 2010, s. 145).

Erotik-psikolojik dram türündeki film, Avusturya’nın Viyana kentinde geçmektedir. Filmde, Viyana Konservatuarı’nda kırklı yaşlarında bir piyano öğretmeni olan Erika Kohut’un hikâyesi anlatılmaktadır. Özünde nevrotik olan Erika, yaşlı annesiyle eski bir apartman dairesinde bekar bir hayat sürmektedir. Erika’nın verdiği dersler ve giyimi gibi özel hayatına dair konulara müdahale eden ve Erika’nın iş arkadaşlarını arayarak takibini yapan annesi, filmde mükemmel olmasını isteyerek yetiştirdiği Erika’ya karşı baskıcı ve sahiplenici bir tutum izlemektedir. Erika’nın annesinin baskıcı tahakkümü, eve geç geldiği için kızdığı ve Erika’ya tokat attığı bir sahnede doğrudan gözlemlenebilmektedir. Müzisyen dizginleyemediği cinselliğini skopofilik dürtülerini harekete geçirerek özgür bırakırken buzul kişiliği altındaki psikolojik acılarını da mazoşist eğilimlerinin etkisi altındaki fiziksel eylemlerle seyreltmeye çalışmaktadır. Cinsel fetişlerini ifade etmek ya da bastırmaya devam etmek arasında kalan Erika, bir iç çatışma tarafından yönlendirilmektedir. Filmde saygı duyulan bir piyano öğretmeni olan Erika, dış mekanlarda nadiren bulunmaktadır. Erika; kendi dairesi, Viyana Konservatuarı, sanat performans binası, Blonsky’nin dairesi, Margot’un dairesi ve seks dükkanında görülmektedir.

Erika’nın bir resital sırasında yirmili yaşlarında bir genç ile tanışması günlük hayatında değişmelere sebep olacaktır. Walter Klemmer isimli bu genç ona daha yakın olmak amacıyla konservatuarı kazanarak Erika’nın öğrencisi olmayı başarır. İlk başta öğretmenine âşık olan Walter, bu süreçte Erika’nın empati ve sevgi eksikliğinin farkına varır. Sonunda Erika ve Walter arasında rahatsız edici, olaylı ve sapkın bir ilişki doğmuştur. Walter’la birlikte olmak isteyen Erika, kontrol altında tuttuğu ve kurallarını kendisinin belirlediği içerisinde sadomazoşistik unsurlar barındıran bir ilişki biçimi beklentisindedir. Walter’la olan ilişkisi ve

ona olan tutkusu, Erika'nın kişiliğini değiştirmekte ve onu daha cesur bir hale dönüştürerek annesinin egemenliğine karşı savaşmak için ona bir şans tanımaktadır. Olduğu gibi sevlmeyi ve kabul edilmeyi bekleyen psikolojik çatışmalar içindeki Erika, cinselliğe bakış açısını ve arzularını detaylı olarak ifade ettiği mektubu Walter'ın okumasını ister. Mektubu okuyan Walter'ın tepkisi Erika'yı aşağılamak ve onun dokunulmaya değmeyecek bir çöp olduğunu söylemek olur. Duygusal bir karmaşa yaşayan Walter, Erika'nın taleplerine boyun eğerken kibirli ve dikkatsiz bir adama dönüşecektir. Erika için yaşananlar bir yıkım olacaktır. Filmin sonunda öğrencisinin yerine resitale çıkmaktan vazgeçen Erika, içindeki tüm öfkeyi kendisine yönlendirir. Çantasından bir bıçak çıkararak hissizce kendini omzundan bıçaklayan Erika, resitalin yapılacağı binayı terk eder. Filmde sıkıntı içindeki Erika'nın psikolojik analizi yapılmaktadır. Yönetmen, arzular ile gerçeklik, fanteziler ile uygulamalar arasındaki bu uyumsuzluğu bir ilişkideki güç, kontrol ve cinsiyet dinamikleri üzerinden izleyenlere sunmaktadır.



Şekil 44. "La Pianiste" Film Afişi. 2001.

La Pianiste filmine ait afiş tasarımının tamamında filmin bir sahnesinden alınmış olan bir fotoğrafın görsel olarak kullanıldığı görülmektedir. Tamamen soğuk bir yaklaşım içinde olan ve artık duygularını bastırmakta zorlanan Erika, bir konser provası sırasında endişeli olan Anna'yı teselli eden Walter'ı, kıskançlıkla gözlemlemekte ve bir sonraki sahnede bir bardağı

kırarak kırılan parçaları Anna'nın ceketinin cebine yerleştirmektedir. Anna'nın çılgılığı duyulur. Görsel; olayın ardından lavabo bölümüne geçen Erika'yı bulan Walter'ın onu öpmeye başladığı sahneden alınmıştır. Afişte kullanılan görselde Erika, izleyiciye yüzü dönük olarak, Walter'ın kollarında bir dizinin üzerinde ve elbise kumaşının kapatmadığı diğer bacağı zarif bir şekilde arkaya doğru uzanmış şekilde, Walter dizlerinin üzerinde ve sırtı izleyiciye dönük bir halde görülmektedir.

Afiş tasarımının görselinde bulunan kadın figürü olan Erika'nın kıyafeti ve saçlarının modeli bulunduğu konuma ve diğer insanlara yansıtmak istediği karaktere uygun durumda klasik ve resmi bir tarzıdır. Karakterlerin yaş ve görünüm itibarı ile uçarılık zamanlarını geride bıraktıkları düşünülebilir. Görselde resmi bir kıyafet içinde ve duruşu ile otoriter bir görünüm yansıtan Erika figürünün içinde bulunduğu mekân ile tutkulu eylemin öznesi konumunda olması kendi içinde çelişki barındırmaktadır. Afiş tasarımında kullanılan görselin önemi ise soğuk tutumundan hiçbir şekilde taviz vermeyen Erika karakterinin içsel bir kırılma anını dışavurduğu, özdenetim mekanizmasının kısa süre de olsa etkisiz kaldığı sahneden alınmış olmasıdır. Mekân olarak kullanılan lavaboda zemin, duvarlar ve içeride bulunan üç kapı da beyaz renktedir. Afiş tasarımında görseli oluşturan sahnenin doğal bir ışıqla aydınlatılması mekândaki karakterlerin kasvetli renklerine soğuk bir hava vererek içinde bulundukları duygusal girdabı öne çıkarmakta, minimalist bir etki yaratan beyaz rengin ağırlıklı kullanımı görseldeki iki karaktere odaklanmayı sağlamaktadır.

Görselin sol tarafında üç tane açık, art arda duran kapılar bütünlük prensibine, bir tür görsel kararlılık oluşumuna ve mekânda derinlik algısına katkı yaparken tekrarlayan formu ile ritmik bir düzen meydana getirmektedir. Bu biçimsel düzenlilik Erika'nın disiplin altına aldığı karakterinin ve dışarıdan görünen hayatının temsili gibidir. Kapıların dikey çizgilerden oluşturduğu arka plan dikkati çerçevenin üst ve alt sınırlarına ve bunların ötesinde uzanan alana çekmektedir. Yarı oturur pozisyonundaki Erika'nın geriye doğru uzanmış bacağı ve zeminde kullanılan sade desenli karolar da mekânda derinlik algısını güçlendirmektedir. Aynı zamanda sıralı duran kapılar ve zemin deseni görsel devamlılık sağlamaktadır.

Erika için değişimlerin başladığı sahneden alınan fotoğrafta ağırlıklı olarak görülen, anlam bakımından yeniliği ve başlangıcı vurgulayan beyaz renk, sahnenin verdiği mesajla bağdaşmaktadır. Renklerin etkisiyle afiş tasarımının geneline sadelik ve dinginliğin hâkim olduğu görülmektedir. Karakterlerin içinde bulundukları mekânın hâkim rengi ve tipografik unsurların zeminini oluşturan nötr bir renk olan beyaz ile filmin isminin yazımında tercih edilen siyah renk kontrast bir denge sağlamaktadır. Bu kontrast, beyaz rengin yoğun olarak

kullanılması sonucu görsel bakımdan parlaklık sunan afiş tasarımı ile filmin karanlık iklimi arasında da kurulmuştur. Tasarımda, filmin isminde ve fotoğraftaki mekânın zemin döşemesinin deseninde bulunan siyah rengin kullanımı ile bir uyum yakalandığı görülmektedir. Tasarımda tercih edilen siyah ve beyaz renkler Erika için soyut anlamıyla güvenli bir alanın ifadesi olan piyano enstrümanına çağrışım yapmaktadır.

Afiş tasarımının odak noktasında birbirine sarılmış halde gördüğümüz Erika ve Walter'ın başlarının kesiştiği nokta afişin merkezinde yer almaktadır. Afişin tam orta noktasından dikey ekseninde bir çizgi çekildiğinde tipografik unsurların afişin sağ üst yarısına konumlandırıldığı görülmektedir. Afişin en üst kısmında sağa yaslanmış halde ince, siyah ve kenarları keskin bir çerçeve içinde, çerçeveye ortalanmış şekilde iki satır halinde ince ve serifli bir fontun kullanıldığı, “La Pianiste” filminin 2001 yılında Cannes Film Festivali’nde Altın Palmiye’den sonraki en büyük ödülü aldığını belirten “Selection Officielle En Competition Cannes 2001” yazısı görülmektedir. Bu çerçevenin altında başroldeki oyuncuların isim ve soy ismi yer almaktadır. Filmde piyanist karakterindeki oyuncu en üstte ve ortada olacak şekilde diğer iki oyuncunun ismi ve soy ismi iki yanda birbiriyle aynı hizada fakat başrol oyuncu isim ve soy isminin aşağısında kalacak şekilde, baş harfler dışında miniskül bir dizilimde tasarlanmıştır.

Başrol oyuncu isimlerinin altında filmin ismi olan ve afiş tasarımındaki en büyük boyutlu yazı olarak tasarlanan sağa yaslanmış halde kelime başındaki harfler dışında miniskül dizilime sahip “La Pianiste” yazısı dikkat çekmektedir. Küçük harfler, harflerin yapısal özelliklerini ön plana çıkararak harfler arası farklılıkları belirgin kılmaktadır. Bu durumda filmin isminde durağan olmayan etkin bir tasarım tercih edildiği görülmektedir. “La Pianiste” yazısında destekli, serifli bir font kullanılmıştır. Serifli font eski bir tür olmasına rağmen günümüzde de tercih edilmesi ile klasik olana çağrışım yapar niteliktedir. “La Pianiste” olarak sözü edilen kişi Erika karakteridir. Hayatını belli kurallar dahilinde sürdüren Erika’nın görünürdeki ölçülü tutumu ve benimsediği klasik tarzı ile afiş tasarımında kullanılan serifli fontun uyum içinde olduğu, bir bütünlük taşıdığı görülmektedir. Aynı zamanda beyaz renk zemin üzerine, “La Pianiste” yazısı ile siyah renk kullanılması da yine klasik tarzı yansıtan bir diğer özellik olarak görülmektedir. Afişte filmin ismi olan “La Pianiste” ve filmin aldığı ödül bilgisi dışındaki tüm yazılarda kırmızı renk kullanılmıştır. Kırmızı renk filmdeki tutku, cinsellik, hırs barındıran sahnelerin göstergesi olarak yorumlanabilmektedir. Nötr bir zemin rengi üzerinde bulunan sıcak tonlar karşıtlık meydana getirerek tasarımın ifadesini etkili kılmaktadır.

“La Pianiste” yazısının hemen altında Fransızca olarak “Michael Haneke’nin yazıp yönettiği film” cümlesi bulunmaktadır. Cümlede yönetmenin ismi ve soy isminin baş harfleri dışında miniskül dizilim tercih edilmiştir. “Michael Haneke” isminde vurgulu bir yazı stili görülmektedir. Yönetmenin ve diğer oyuncuların isim ve soy isimlerinin yazımında soy isimler, isimlere göre daha büyük boyutta ve vurguludur. Cümlede geçen “yazmak” sözcüğü, konuyu romandan filme uyarlayan Haneke’nin uyarlama sürecinde konuya ve konunun işlenişine önemli katkılar yaptığı ve kendi tarzını ortaya koyduğu mesajını iletmektedir. Afişin en altında en küçük boyutta ve ince bir yazı tipinin kullanıldığı dört satır yazıda film yapım ekibinin isim ve soy isimleri bulunmaktadır. En alt kısımda sponsor bilgilerine yer verilmiştir. Afiş tasarımında tipografik unsurların önem durumuna uygun olarak düzenlenmesi görsel hiyerarşinin sağlandığını göstermektedir.

Film afişinde kullanılan görselin filmin önemli bir sahnesine ait olması, filmdeki anlatının ve afiş için seçilen görselin birbiri ile bağdaşan sadeliği ve yazıların birbiriyle ve filmin hikâyesi ile uyum içinde olması afiş tasarımının etkili olmasını sağlamaktadır.

4.2.8. Le Temps du Loup

Yönetmenliğini Michael Haneke’nin yaptığı film 2003 yılında gösterime girmiştir (Grundmann Ed., 2010, s. 616). “Le Temps du Loup”, bilim kurgu sinemasının bir alt başlığı olan post apokaliptik türündedir. Büyük çaplı bir felaket sonrası kurgusal bir zemin üzerine yapılandırılan post apokaliptik filmler, insanların olanaklar çerçevesinde hayatta kalma mücadelesini anlatmaktadır.

Filmin hikâyesi Fransa’da geçtiği düşünülse de filmde ülke ya da şehir adından bahsedilmemektedir. Filmin ilk sahnelerinde Georges ve Anne, iki çocuğu Eva ve Ben ile ekolojik olduğu düşünülen bir felaket sebebiyle şehirden kaçarak ormanda bulunan kulübelere doğru araba ile yolculuk yapmaktadırlar. Ancak içeri girdiklerinde kendi ailesini korumaya niyetli, silahlı, yarı çılgın bir adam tarafından karşılanırlar. Georges, barışçıl bir yol izlemesine rağmen işgalci tarafından vurularak öldürülür. Anne, çocuklar ile birlikte vahşi doğaya terk edilir. “Le Temps du Loup” kaynakların yetersiz olduğu, insanların hayatta kalmak için değerlerinden vazgeçmek ve göçebe bir yaşamı kabullenmek, cesetlerden giysi ve erzak bulmak zorunda kaldığı bir distopya filmidir.

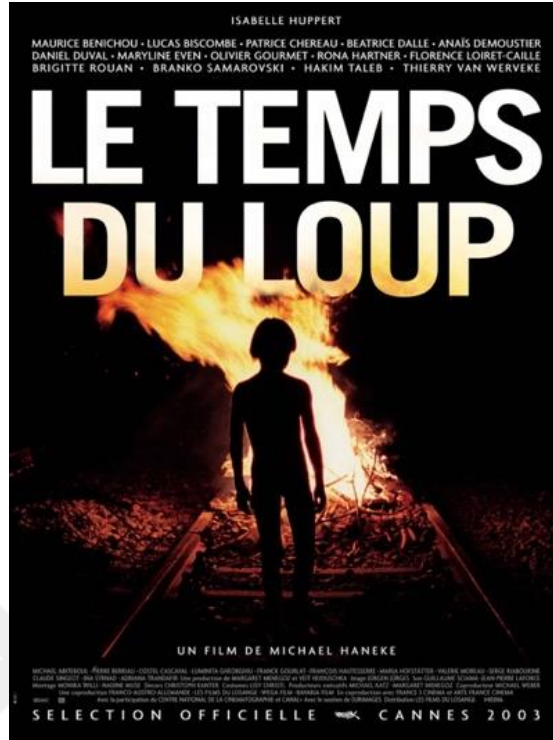
Bir anne ve iki çocuğundan -Eva ve Ben- oluşan bir aile, görünüşte kıyamet olan ama açıklanamayan bir olayın ardından hayatta kalmak için mücadele etmektedir. Aile yolda karşılaştığı şüpheli, kendine güvenen, biraz vahşi genç bir çocuğun da onlara katılmayı kabul

etmesiyle birlikte dört kişilik grup halinde boş bir tren istasyonundaki bir depoda yaşayan, bir trenin gelip onları kurtarmasını umarak bekleyen bir topluluk bularak aralarına katılır. Bu topluluk, kendi kendini atamış bir lider tarafından organize edilmiştir. Burada her şey, kalan malları takas ederek veya kadınlardan cinsel iyilik de dahil olmak üzere hizmetlerle kazanılmalıdır. Zorlukla kontrol edilen şiddet atmosferi içinde, takas edilmeden bir kâse süt verilmesi ya da bir adamın, Eva'nın bir parça klasik müzik duymasına izin vermesi gibi basit şefkat ve insani paylaşım eylemleri nadiren görülmektedir.

Bir gece dışarıdaki tren yolunda, rayların üzerinde yakılmış olan şenlik ateşinden gelen ışık etrafı aydınlatmaktadır. Ben, gecenin bir yarısı uyanır, korkuları ve gerginlikleri bir burun kanaması şeklinde ortaya çıkar. Yüzü kan içinde, dışarıdaki tren yoluna giderek ateşi körükler, soyunmaya başlar ve çıplak bir şekilde ateşe doğru eğilir. Alevlere atlamaya hazırlanmaktadır. Bilinmeyen bir adam ona bağırır ve yaklaşmaya başlar, ancak çocuk alevlere daha da yaklaşır. Sonunda adam, intiharı önlemek için zamanında onu yakalamıştır.

Filmin son sahnesinde bir trenin içinden, sadece doğayı gösteren uzun bir çekim yapılmaktadır. İnsan belirtisi yoktur. Raylardaki trenin ritmik sesinden başka bir ses işitilmemektedir. Bunun, tanıştığımız karakterlerin kurtarılabileceği geleceğe yönelik bir bakış mı, yoksa beklentilerin gerçekleşeceğine dair umudun bir ifadesi mi olduğu bilinmemektedir.

Film seyrinde giden bir hayattan sıra dışı olan bir hayata geçiş yapan insanların değişimini konu alan film, karakterler üzerinden bireylerin, bir kaos içinde ortak bir yaşamın getirdiği sorumlulukların zorluğu sebebiyle kuralları ihlal ederken insani değerlerden de ödün vermek durumunda kalmalarını anlatmaktadır. Filmin konusu filmin ismiyle ifade bulunmaktadır. Karakterlerin, tehlikenin her yerde pusuya yattığı, insanların vahşi bir hayvan varlığına indirgendiği ve kurt olarak yansıma bulduğu bir dönemin içinde olduğu yargısına varılabilmektedir (Brunette, 2010, s. 104).



Şekil 45. “Le Temps du Loup” Film Afişi. 2002.

Film için tercih edilen afiş tasarımının tamamında filmin sonunda duygusal gerilimin yükseldiği sahneden bir karenin alındığı görülmektedir. Afiş tasarımında görsel unsur olarak kullanılan fotoğraf, Ben’in tüm kıyafetlerini çıkartıp alevlere daha da yaklaştığı sahneden alınmıştır. Pastoral unsurların ağırlıklı olarak kullanıldığı filmde alınan bu karede arkadan ve boydan görülen Ben, ayakta ve tren raylarının üzerinde, çıplak ve ateşe yüzünü dönmüş, elleri iki yana inmiş duruşu serbest bir haldedir. Karanlık bir ortamda yanan ateş arka planı oluştururken Ben, bir silüet halinde görülmektedir.

Afiş tasarımının tamamında tercih edilen görselin bir gece çekimi sahnesinden seçilmiş olması, filmin kasvetli olan genel atmosferine uygundur. Afiş tasarımının tam merkezinde bulunan ateşten yayılan sıcak renk tonları ve aydınlatma ile birlikte halihazırda anlamsal bakımdan duygusal bir derinlik taşıyan tasarıma güçlü ve etkili bir görsellik de katmaktadır. Afişteki görselde doğal bir imge olan ateş tek ışık kaynağıdır. Tasarımda kullanılan görselin alındığı sahnede Ben karakterinin ateşle olan ilişkisi tanrılara ait olan ateşi çalarak insanlara veren ve sonunda tanrılara karşı gelmesi nedeniyle tanrılar tarafından cezalandırılan ve mitolojide ateş olgusu ile bütünleşen Prometheus’a çağrışım yapmaktadır.

Başından beri insanlardan yana olan Olymposlular yerine insanların egemenliğini getirmek istemektedir. Yeni bir devrimin hazırlayıcısıdır. Ateşi çalarak insanlara götürür.

Egemenliği gerçek bir güce dayanmaz, çünkü akıl gücü tanrılardan insanlara geçmiştir. Prometheus savunmasında değer olarak benimsediği iki kavram üzerinde direnmektedir. Bu iki kavram: Bilinç ve özgürlüktür. İnsana özgü değişmez niteliklerden olan bilinç ve özgürlük, medeni olan her toplum tarafından benimsenmesi beklenmektedir. Prometheus eylemini uzun bir düşünme süreci sonucu gurur ve katlanma hissini ortaya çıkaran bir bilinçle ve istemli bir şekilde gerçekleştirdiğini ileri sürmektedir (Erhat, 2003, s. 255). Bu durumda, Ben karakterinin filmin son sahnelerine doğru bir kurtarıcı gibi, dönüşüm adına içinde bulunduğu düzene ve otoriteye meydan okuması ve içgüdüsel olan bu eylemi ölümü pahasına kararlı bir şekilde gerçekleştirme istenci, olayı Prometheus ve ateş bağlantısında incelemeyi mümkün kılmaktadır. Aynı zamanda ateş olgusu, insanlık tarihi açısından bir dönüm noktası olarak kabul görmektedir. Bu durumda ilkeliliği geride bırakarak ateşe yürüyen Ben karakteri için medeniyet sembolü bağlamında da değerlendirilebilir.

Afiş tasarımı görülen ateş olgusu tekil olarak ele alındığında ilkelilik, doğallık ve tanrısallık gibi kavramları düşündürmesinin yanı sıra törensel bir ima da içermektedir. Ateş kıyamet, yıkım gibi kavramlarla ilişkilendirilebilirken, sembolik olarak da bir tür görsel şiddet anlamı taşımaktadır. Afiş tasarımının ortasına konumlanan ateşin aydınlatığı tren rayları perspektif derinliğe katkı sağlarken dikkatleri odak noktasında bulunan ateşe yoğunlaştırmaktadır.

Afiş tasarımı görülen yoğun ve canlı kontrastlı turuncu alevler duygusal anın aktarılmasına katkı sağlamaktadır. Afişin en üstünde ve sağ ve sol taraftan ortalanmış şekilde filmdeki Anne karakterini canlandıran ve Haneke'nin "La Pianiste" ve "Amour" filmlerinde de yer alan bir oyuncu olan "Isabelle Huppert" ismi görülmektedir. Isabelle Huppert isminin altında üç satır halinde filmdeki geri kalan oyuncuların isim ve soy isimleri yer almaktadır. Oyuncu isimlerinin altında filmin ismi olan tasarımı büyük boyutlu harflerin tercih edildiği "Le Temps du Loup" yazısı konumlandırılmıştır. İki satır halinde, yatay eksende alanı kaplayacak şekilde ve afişi sağ ve sol taraftan ortalayarak tasarlanan "Le Temps du Loup" yazısında, afiş tasarımıdaki diğer tüm yazılarda olduğu gibi majiskül ve sans serif harfler kullanılmıştır. Sans serif yazı karakteri daha doğal görünen, resmiyet kaygısından uzak bir anlatıyı destekler niteliktedir. Bu özelliklerden yola çıkılarak pastoral unsurların ağırlıklı olarak kullanıldığı ve toplumsal kaygılardan sıyrılan insanların hayatta kalma mücadelesi vererek doğallıklarını ortaya koyduğu filmin konusu ile afiş tasarımı yer alan tipografik unsurların tamamında tercih edilen sans serif font uyum içindedir. Filmin ismi "Le Temps" ve "du Loup" olarak iki satır halinde yazılmıştır. "Le Temps" yazısında tamamen beyaz renk

kullanılırken, ateş görselinin hemen üzerine konumlanmış olan “du Loup” yazısında yer yer ateşin yaydığı renklere dönüşmüş olan tonlar tercih edilmiştir.

Filmin isminin bold olan dizgisi, tasarımda yazının varlığını artırmıştır. Afiş tasarımına ait görselin alındığı sahnede, Ben alevlere yürüdüğü sırada arkasından bilinmeyen bir adam yaklaşmaktadır. Bilinmeyen adam Ben’e teselli edici bir şekilde, "Yapmaya hazırдын, bu kadarı yeter. Bunu yapmaya hazır olman yeterli” cümlelerini kurarken “Endişelenme. Herkese bunu anlatacağım" cümleleri ile Ben’i temin etmekte ve onun için önemli olanın bir tür erkek onuru olduğuna inandığı görülmektedir (Brunette, 2010, s. 112). Burada Ben tarafından eril bir bakış açısı ile olay gerçekleştirilmekte ve eril bir dil kullanılarak Ben ikna edilmektedir. Fontlar bazı otomatik çağrışımları da beraberinde getirmektedir. Bunlardan biri de fontların cinsiyetinin olmasıdır. Çok etli ve çıkıntılı fontların eril olduğu düşünülebilir (Garfield, 2021, s. 33). Filmde tren istasyonundaki bir depoda yaşayan topluluğu organize eden kuralları belirleyen karakterin de erkek olması dolayısıyla ataerkillik kavramından bahsetmek mümkündür. Bunun yanı sıra ateş olgusu eril enerjinin bir temsilidir. Bu durumda filmin kilit noktasını içeren bir sahneden alınan görselin içeriği ve ateş olgusunun varlığı “Le Temps du Loup” yazısı için kullanılan eril özellik gösteren font ile uyum ve bütünlük içindedir denilebilir.

Afiş tasarımında kullanılan metinler bölüm halinde ele alınırsa art arda gelen her bir bölüm arasındaki boşluklar birbirine eşittir. Afiş tasarımının alt kısmına konumlandırılmış ve afişi sağ ve sol taraftan ortalayacak şekilde Türkçe karşılığı “Michael Haneke’nin Bir Filmi” olan “Un Film de Michael Haneke” cümlesi majiskül dizilimli ve küçük boyutlu olarak tasarlanmıştır. Cümlenin altında filmde yer alan diğer oyuncuların ve film ekibinin isim ve soy isimleri beş satır halinde ve küçük boyutlu olarak yer almaktadır. Filmin ismi dışındaki tüm yazılarda beyaz renk kullanılmıştır. Siyah renk bir zemin üzerine konumlanan tipografik unsurlarda beyaz renk kullanılarak kontrast meydana getirilmiştir. Bu durum, yazıların dikkat çekici olması ve kolay algılanmasına katkı sağlamaktadır. “Le Temps du Loup” yazısı; boyutunun büyüklüğü, harflerin et kalınlığı fazla olması, konumu ve parlak renk düzenlemesi sebebiyle afiş tasarımında yer alan en dikkat çekici tipografik unsurdur.

“Le Temps du Loup” filminin afiş tasarımı simetrik bir dengeyle oluşturulmuştur. Afiş tasarımında yer alan tipografik unsurların boyutları, önem derecelerine göre tasarlanması ile metin hiyerarşisinin doğru bir şekilde kullanıldığını göstermektedir. Filmin özünü yansıtan görsel ile tipografik unsurların uyum içinde olduğu afiş tasarımı, filmin felsefi derinliği, sade anlatısı ve etkileyici atmosferi ile birbirini tamamlamaktadır.

4.2.9. Caché

“Caché” Michael Haneke tarafından yazılıp yönetilen 2005 yılında gösterime giren filmidir (McCann ve Sorfa Ed., 2011, s. 271). Film, psikolojik-gerilim türündedir.

Paris’te geçen filmde, Georges ve Anne Laurent’in burjuva yaşamı gizemli videokasetlerle kesintiye uğramaktadır. Georges ve Anne Laurent evlerinin kapısına bırakılan gizemli videokasetlerin kaynağını ve arkasındaki nedenleri araştırmaktadır. İlk videokaset, Laurent ailesine ait evin dış cephesinin görüldüğü statik konumlu kayıtlardır. Eve ulaşan kasetlerin sayısı arttıkça, bir zamanlar tanıyor olduğu Majid isimli Cezayirli bir adamın sorumlu olabileceği kanısına varan Georges, bu konu hakkında konuşmakta isteksiz görünmektedir.

Majid’in ailesi Paris’te Cezayir Savaşı’nı protesto ettiğinde, katledilen yüzlerce insan arasındadır. Georges’un ailesi, Majid’i evlat edinme kararı almıştır. Karardan rahatsız olan ve Majid ile aynı odayı paylaşmak istemeyen beş yaşındaki George, bu durumu önlemek için maksatlı olarak yalan söylemiştir. Yalanlardan biri Majid’i kan kusarken gördüğünü söylemesidir. Bu tüberkülozun endişe verici bir işareti olarak görülmektedir. Georges Majid’e, ailenin sahip olduğu bir horozu babasının isteği üzerine öldürmesi gerektiğini, bunun Majid’in lehine olacağını söyler. Majid’in kuşu öldürmesinin ardından Georges, ailesine, Majid’in bu eylemi bir tehdit olarak gerçekleştirdiğini öne sürer. Bu yalanlar, Georges’un ebeveynlerini evlat edinme kararından vazgeçirir. Majid bir yetimhaneye gönderilerek uzaklaştırılır. Böylelikle Majid’in hayatı bu yalanlarla sonsuza kadar değişmiştir. Stilleri kasıtlı olarak beş yaşındaki bir çocuğa ait görünen kasetlerin sarılı olduğu resimler; ağzından ve boynundan kan fışkıran çocuk ve Georges’un Majid’in horozun kafasını kesmesiyle ilgili anısıyla da bağlantılı olabilecek, travmatik bir olayı çağrıştırmak için tasarlanmış konuları içermektedir.

İkinci bant, Georges’un hafızasından kısa bir görüntüyü karikatürize eden, ağzından ve boynundan kan fışkıran figür çizimine sarılı olarak gelmiştir. Giderek daha rahatsız edici hale gelen, evliliklerinde uyumsuzluk yaratan kasetler sebebiyle kendisini gergin hisseden Anne, Georges’un bir şeyler sakladığından şüphelenmektedir. Georges tarafından suçlamalar ile karşı karşıya kalan Majid, Georges evine geldiği bir anda kendi boğazını keserek intihar eder ve Georges’un görmezden gelemeyeceği ve inkâr edemeyeceği bir travma anı yaşatır. Yaşadığı travmanın arkasından eve gelen Georges perdeleri kapatıp iki tablet uyku ilacı alarak bir gündüz uykusuna dalar.

Filmin kapanış sahnesinde, durağan görüntüde, Laurent'in on iki yaşındaki oğlu Pierrot'un okulunun merdivenlerinde Majid'in oğlu sohbet ederken görülmektedir. İki çocuğun tanışıyor olduklarına dair film boyunca hiçbir bilgi verilmemiştir. Saklandıklarından emin olmak için etrafa bakındıktan sonra, aralarında duyulamayan kısa bir tartışma olur ve sonra ayrılırlar. Bazı soruları cevapsız bırakan yönetmen bu sahnenin de ne anlama geldiğini izleyicinin yorumuna bırakmaktadır.

Yönetmen, Georges'un geçmişteki eylemlerin sorumluluğunu kabul etmeyi reddetmesini, Fransa'nın Cezayir Savaşı'na ilişkin benzer reddi için bir metafor olarak kullanmaktadır. Film; kişisel, aile, sosyal ve siyasi seviyesi göz önünde bulundurularak çok katmanlı bir anlatı olarak değerlendirilebilir.



Şekil 46. “Caché” Film Afişi. 2005.

Filmin afiş tasarımı tipografik unsurların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Afiş tasarımının en üstünde afişi sağ ve sol taraftan ortalayacak şekilde konumlanmış olan Palme D’or logosu dikkat çekmektedir. Logonun altında “Festival de Cannes 2005” yazısı ile festivalin ismi ve gerçekleştiği tarihin bilgisi verilmektedir. Bu yazının altındaki üç satırda filmin aldığı ödüllerin bilgisi bulunmaktadır. Sırasıyla 1. Satırda; Türkçe karşılığı “en iyi

yönetmen ödülü” olan Fransızca “prix de la meilleure mise en scène” yazısı, 2. Satırda Türkçe karşılığı “uluslararası basın ödülü” olan Fransızca “prix de la presse internationale” yazısı, 3. satırda da Türkçe karşılığı “ekümenik juri ödülü” olan Fransızca “prix du jury œcuménique” yazısı bulunmaktadır. Logo ve ödül bilgilerinin olduğu kısmın altında yer aldığı görülen Georges ve Anne karakterlerini canlandıran oyuncuların isim ve soy isimlerinde keskin kenarlı, bold ve sans serif bir font tercih edilmiştir. Majiskül dizilim kullanılarak alt alta yazılan iki oyuncunun isim ve soy ismi afiş tasarımını sağ ve sol taraftan ortalarak düzenlenmiştir.

Filmin ismi olan “Caché”, oyuncu bilgilerinin altına afişin orta kısmına gelecek şekilde konumlanmıştır. Kalın ve keskin kenarlı bir sans serif fontun kullanıldığı “Caché” yazısında majiskül bir dizilim görülmektedir. Afiş tasarımının zemininde sadece beyaz rengin tercih edilmesi sade bir görüntü meydana getirmektedir. “Caché” yazısının rengi ve tonunun da afiş tasarımın zemin rengiyle aynı olduğu görülmektedir. Yazıyı zeminden ayırmak amacıyla her harfin altında harfi çerçeve içine alacak şekilde ince ve yumuşak bir gölgeleme yapıldığı görülmektedir. Bu düzenleme afiş tasarımın sadeliğine katkı sağlarken gölgelendirilen harflerin daha ön planda algılanması ile görsel etkiyi artırarak yazıya dikkat çekicilik kazandırmıştır.

Filmin Fransızca özgün ismi olan “Caché” kelimesinin Türkçe karşılığı “Saklı”dır. Dilsel bir iletiye sahip olan “Caché” sözcüğü zeminden ayırt edilemeyecek şekilde tasarlanmasıyla bir metafor oluşturulmuş ve anlam bakımından görsel bir iletiye dönüştürülmüştür. Metin-görüntü ilişkisinin doğru bir biçimde kullanılarak tasarımı dikkat çekici kıldığı ayrıca başlık kompozisyonunun ve anlamının filmin özünü aktarmada başarılı olduğu görülmektedir. Gerçeklik yüzeyinin altında gizli bir şey’in varlığı imasında bulunan filmin ismi ve biçimsel ifadesi arasında oluşan metafor birbiriyle uyum içindedir. Yazının altına uygulanan yumuşak gölgeleme yazının zemin üzerinde fark edilir olması için yeterli olmakla birlikte, daha da dikkat çekici bir hale dönüşmüştür. Yapılan gölgeleme de metaforu destekler niteliktedir. Afiş tasarımında, saklamaya çalışmak, bastırmak, yok saymak kavramları dilsel kodu oluştururken, görsel kod olarak da şiddet kavramı ortaya konmaktadır. Filmin isminin yazımında Fransızca alfabesinde yer alan aksanlı bir harf olan “É” kullanılmıştır. Afişte “É” harfi üzerindeki işaret, yatay bir çizgi formunda tasarlanmıştır. Bu düz ve ince çizgi filmde önemli bir unsur olan, yatay halde duran bir videokaset ya da videokaset oynatıcıda kasetin yerleştirildiği aksama çağrışım yapmaktadır.

“Caché” yazısının altında oldukça küçük puntolu olarak “Un Film de” yazısı, oyuncu isim ve soy isimleri ile aynı boyutta olan “Michael Haneke” yazısının üzerinde konumlanmaktadır. Böylelikle “Michael Haneke” yazısı üstündeki “Un Film de” yazısı ile birlikte okunduğunda “Michael Haneke’den bir film” cümlesi bulunduğu görülmektedir. Bu cümlede majiskül dizilim tercih edilmiştir.

İki ana karakter ismi ile birlikte yönetmenin ismi açık renk zemin üzerine koyu renkle yazılarak tonal kontrast aracılığıyla görsel zenginlik sağlanırken, bu üç ismin de aynı renk ve boyutta olan aynı yazı stili kullanılarak düzenlenmesiyle kendi içinde bir uyum ve denge yakalanmıştır. Afişin alt kısmında üç satır halinde ve her satırda iki kişi olmak üzere oyuncu bilgisine yer verilmiştir. Bu kısımda, majiskül harf diziliminde, ince sans serif özelliğe sahip zemini kullanarak kamufle olmaya çalışan yazılarla filmin ismi uyumu güçlendirmektedir. En altta sponsor bilgileri tek sıra halinde konumlandırılmıştır. Afiş tasarımında önem sırası gözetilerek hiyerarşik bir düzene göre oluşturulduğu görülen tipografik öğelerin tamamında kullanılan majiskül dizilim tasarımda bir bütünlük ve uyum meydana getirmiştir. Nötr bir ton olan beyaz renk üzerine bazı tipografik unsurların siyah renkte kullanımı keskin bir kontrast yaratmakta ve sembolik olarak afiş tasarımında yer bulan film sahnesinin keskinliği ile de bağdaşmaktadır.

Afiş tasarımında zemin rengi olarak beyaz renk tercih edilmiştir. Beyaz renk saflık, masumiyet, tarafsızlık, farkındalık, eşitlik, adalet, bağımsızlık ve umut gibi kavramları temsil etmektedir. Tipografik unsurların yoğun olarak kullanıldığı sade bir şekilde oluşturulan afiş tasarımında beyaz zemin rengi üzerinde görülen kan filmin çarpıcı bir sahnesine aittir. Tipografik öğelerin arka planına konumlandırılmış olan kan izi iki ana karakterler isim ve soy isimlerinin bulunduğu kısmın altından, -tasarımın sağ tarafından- sol alt kısmına doğru diyagonal bir şekilde uzanarak bir hareket meydana getirirken tasarım yüzeyinde gözü yönlendirmektedir.

Afiş tasarımında kullanılan kan izinin görüldüğü sahnede videokasetlerin Majid tarafından gönderildiğine inanan George, Majid’in evine gitmiştir. Kendisine yöneltilen bu suçlamaları artık kabullenemeyerek cebinden çıkardığı bıçakla kendi boğazını kestiği anda bu travmatik sahneye George’u da ortak eden Majid’in kanı duvara sıçrar. Sahne kanlı ve rahatsız edicidir. Duvara sıçrayan kan görsel bir imge olarak filmin afiş tasarımına da taşınmış ve şekil-zemin ifadesi içeren bir anlatım biçimi meydana getirilmiştir. Aynı zamanda kan izi, sahneye

ait doğal biçimini kaybetmemesi ile afişin genel tasarımına yoğun bir dramatik ve gerçekçi etki katmaktadır. Filmde yönetmen tarafından toplumsal seviyede değerlendirilen ve bireysel çatışmalar üzerinden gelişerek şiddet unsurunun bir sonucu durumunda ortaya çıkan böylelikle kişisel, sosyal ve siyasi katmanlarda da karşılık bulan görsel unsur -kan izi-, afiş tasarımında sembolik bir ifadeyle karşılık bulmakta ve bellekte kendi başına yer edebilen bir sembol potansiyeli taşıması bakımından da etkisi artmaktadır

Beyaz üzerinde bulunan koyu kırmızı, renklerin ve duyguların karşıtlığını sunmaktadır. Filmde derin ve yoğun olarak işlenen konu, sade ve etkileyici bir şekilde afiş tasarımına yansıtılmıştır.

4.2.10. Das Weisse Band

Michael Haneke tarafından yazılıp yönetilen ve 2009'da gösterime giren film, aynı yıl Cannes Film Festivali Uluslararası Yarışma: "Altın Palmiye", 2010'da Altın Küre: "En İyi Yabancı Film Ödülü" almıştır (Assheuer, 2013, s. 198).

Toplumu kültürel eylemleri ile sorgulayan dram türündeki filmin hikâyesi, Birinci Dünya Savaşı'nın başlamasından bir süre önce, 1912 dolaylarında, Almanya'nın kuzeydoğusundaki Eichwald isimli izole bir Protestan köyünde geçmektedir. Siyah bir ekranla açılan filmde, öğretmen olan anlatıcı, bu hikâyedeki tüm olaylara tanık olmadığını ve olanlarla ilgili de bir açıklama bulamadığını belirtmektedir. Anlatıcı "ülkedeki bazı olaylara ışık tutabileceğine" inandığı hikâyesine şiddet olaylarının ilkinin hatırlatarak giriş yapmaktadır (Speck, 2010, s. 223).

Kişisel bir bakış açısıyla sözel bir aktarımın yapıldığı zaman düzlemi ile olayların görüntüler yoluyla objektif olarak ele alındığı zaman düzlemi birbirinden ayrılmaktadır. Bireysel kişiliklerle ilgisi olmayan sosyal yapıya da vurgu yapan yönetmen, yüzeyde, Almanya'da bir muhafazakâr topluluğunun kişilerarası dinamiklerinin hikâyesini işlemektedir. Filmin ilk yarısına kadar, köy sakinlerinin katı bir hiyerarşi tarafından yönetilen yaşamları anlatılmaktadır.

Hikâyede, öğretmen olan anlatıcının yanı sıra, köydeki diğer karakterler, bu karakterlerin bazılarının eşleri ve çocukları bulunmaktadır. Eichwald isimli yerde birtakım esrarengiz ve şiddet içerikli olaylar yaşanmaktadır. Doktor atı ile evine dönerken gizli bir tele takılarak düşer. Çiftçinin karısı kereste fabrikasında yaşanan bir kazada ölür. Baron'un oğlu Sigi, kimliği belirsiz kişiler tarafından kaçırılarak kırbaçlanır. Baron'un sahibi olduğu çiftliğe ait binada yangın çıkar. Çiftliğin kahyasının yeni doğmuş olan bebeği pencerelerin,

bilinmeyen kişiler tarafından, açık bırakılması ile ağır bir şekilde hastalanır. Ebenin "mongoloid" olan gayri meşru oğlu Karli, ölümüne dövülür. Otoriter ve kontrolcü bir figür olan Papaz, Martin'in mastürbasyon eğilimine öfkelendiği için, ellerini yatağa bağlar. Klara ve Martin henüz başaramadıkları masumiyeti simgeleyen "beyaz kurdele"yi takmaya zorlanır. Olağandışı gelişmelerin yaşandığı filmin arka planı ise hikâyenin anlatıcısı olan öğretmenin akıl yürütmesi ve gerçeği öğrenme çabaları sonucunda seyircinin gözünde bir bütün haline gelmektedir.

Açıklanamayan vahşetlerin, “iyi disiplin” adına zorbalığa ve istismara uğrayan, katlanmak zorunda kaldıkları katı disipline rağmen ya da bu nedenle, Protestan papazın çocukları olan Klara ve Martin tarafından önderlik edilen okul çocuklarının sorumlu olduğunu düşünmekte olan öğretmen, Birinci Dünya Savaşı’nın başlamasının ardından köyü terk eder. Fiziksel ve psikolojik baskı altında tutulan çocukların masumiyetini kaybedişleri ve aile içi ilişkileri anlatan film, dönemin ahlaki yapısına da ışık tutmaktadır.



Şekil 47. “Das Weisse Band” Film Afişi. 2009.

Filmin afiş tasarımı filmin bir sahnesine ait olan fotoğraf görülmektedir. Afiş tasarımının tamamını kaplayan fotoğraf ve tipografik unsurlarla kompozisyon oluşturulmuştur. Siyah-beyaz olarak izleyiciye sunulan “Das Weisse Band” filminin afiş tasarımında kullanılan görselde siyahtan beyaza doğru uzanan gri tonları hakimdir. Tasarımda, filmin çocuk karakterlerinden biri olan papazın oğlu Martin görülmektedir. Filmde olaylar aydınlığa kavuşmasa da filmdeki çocuk karakterlerin masum olmadığı konusunda izleyici ikna olmaktadır.

Afiş tasarımında kullanılan görseldeki açık tonlarda ve kısa kesim saçlara sahip çocuk karakterin üzerinde hâkim yaka bir gömlek, yelek ve ceketten oluşan çizgili, koyu renkte bir kıyafet bulunmaktadır. Yeleğin ve üzerinde bulunan gömleğin yaka kısmındakiler de dahil olmak üzere tüm düğmeleri kapalı durumdadır. Afiş tasarımı için tercih edilen fotoğrafta, filmin geçtiği döneme tematik bakımdan uygun olarak seçilen kostüm henüz ailesinin himayesinde olan çocuk figürün yetiştiği resmiyet ve ciddiyet ortamına dair çıkarım yapılmasına olanak sağlamaktadır. Karakterin genel ifade ve tarzı belli sorumluluklar taşımak durumunda olduğu izlenimi uyandırmaktadır.

Afiş tasarımında kullanılan dramatik görselde başını öne doğru hafif bir biçimde eğmiş durumda ağladığı görülen çocuk karakterin, biri ile sözsüz bir iletişim içinde olduğu anlaşılmaktadır. Karakterin tam hedefe odaklandığı anlaşılan keskin bakışları ve genel yüz ifadesi soğuk, tehditkâr ve cesur görünmektedir. Aynı zamanda duruşundan ve yüz ifadesinden, içinde biriktirdiği ve bastırmak zorunda olduğu öfkesi anlaşılmaktadır. Genel duruşuna bakıldığında psikolojik türden bir baskıya boyun eğdiği ve çaresiz durumda olduğu yansıtılmaktadır. Burada duruş olarak otoriteye itaat eden figürün kolundaki otorite tarafından takılan bant da bu itaatin göstergesidir. Görsel, çocuk figürün, çalışma odasında papaz olan babasının karşısında ve babası tarafından yargılandığı sahneden alınmıştır. Afiş tasarımında yer alan figürün özel bir karakterden çok, o dönem Almanya’sındaki bir nesli temsil eden figür olarak kullanılması, afiş tasarımı karakteri soyutlaştırırken sembolik bir hale getirme etkisine sahiptir.

Afişteki karakter, tasarımının sol kısmının tamamına konumlanmaktadır. Afişin tasarımında dikey ekseninde, çocuk karakterin başının üzerinden göğüs kısmının alt tarafına kadar olan kısım görülmektedir. Yatay ekseninde karakterin sol gözünün bitimi hizasından itibaren geri kalan kısmı -sol omzu da dahil olmak üzere- kompozisyona dahil edilmemiştir. Yüzey sınırlamaların dışında tasarımın devamının bulunduğu algısını uyandıran açık kompozisyon kullanılmıştır. Görselde figürün bir kısmının görünmüyor olması temsil ettiği

karakterde güven, uyum, iletişim, paylaşım konularındaki yetersizliğe ve yetiştirme sürecinde duygusal bakımdan eksik bırakıldığı deneyimlere işaret etmektedir. Tema bakımından kasvetli olan filmin afişinde de siyah-beyaz renk tercih edilerek yapay bir natüralizmden kaçınılması daha nesnel değerlendirebilme imkânı tanınması yanında, yaşananların esrarengiz yanına vurgu yapması ve bu etkinin afişe de yansıtılması bakımından önemlidir. Yönetmen film ile izleyen arasına tarafsız anlatım aracılığıyla bir mesafe koyarken, afiş tasarımında bu işlevi yerine getiren siyah-beyaz renk etkisi olmuştur.

Filmin hikayesinde sona ermekte olan 19. yüzyıl, fotoğrafın keşfiyle toplumsal bellekte siyah beyazı akla getirmektedir. Siyah beyaz, renklerin kimyasal sınırlılığından sıyrılarak bir başka atmosfer yaratımı ile izleyiciyi hikâyenin geçtiği dönemde hissettirmektedir. Renk, natüralist bir biçimde yansıtılan gerçekliğin sahte aldanmasına kışkırtmaktadır. Siyah beyaz, insan elinden çıkmış olma özelliğinin altını çizmektedir (Assheuer, 2013, s. 135).

Görseldeki karakterin sağ kolunda, kıyafetinin üzerinde bağlı bulunan beyaz kurdele filmde de anlatıldığı üzere masumiyetin aynı zamanda da cezanın sembolü olarak kullanılmaktadır. Klara ve Martin özellikle şüphelidir çünkü babaları tarafından çocukların koluna bağlanan beyaz kurdele, normatif bir anakronizmdir. Bir zamanlar çocuksu masumiyet anlamına gelirken şimdi çocukları günahlardan arındırarak o duruma getirmeyi istemektedir. Böylece papaz bu gerilemenin çocuklarının gelişimine zarar verebileceğini düşünmeden psikolojik olarak daha erken bir gelişim aşamasını eski haline getirmeyi amaçlamaktadır (Preusser Ed., 2014, s. 343).

Afiş tasarımında figürün kolunda görülen “beyaz bant” ile, İkinci dünya savaşı sırasında Almanlar tarafından Yahudilerin teşhir edilmesi için, ayrıştırma amaçlı takılan beyaz kol bandı arasındaki benzeşim durumundan bahsedilebilir. Filmin ismini de aldığı beyaz bant, afiş tasarımında figürün koyu renk kıyafeti üzerinde parlak tonda beyazlığı ile oldukça dikkat çekici bir durumdadır. Afiş tasarımının görselinde parlak beyaz rengin kullanıldığı tek yer kol bandı olmakla birlikte filmin isminde ve filmin sloganında aynı ton tercih edilmiştir. Burada filmin ismi figürün kolundaki beyaz bant ile simgeye dönüşerek görsel bakımdan ifade bulmasının yanı sıra, beyaz bant filmin ismi ve sloganı ile renk bakımından uyum içinde olduğu görülmektedir.

Görselin sağ tarafında bulunan perdeden ve belli belirsiz görünen eşyalardan figürün içinde bulunduğu mekânın ev olduğu anlaşılmaktadır. Valör ve ışık-gölge değerlerin etkin

kullanımı afişte pürüzsüz bir yüzey dokusu hissi uyandırmaktadır. Arka planı hafif düzeyde belirsizleştirilmesi figüre odaklanmayı sağlamaktadır. Bu belirsizleştirme, figürü mekândan bağımsızlaştırarak izleyiciyi figürün gerçekliğine yönlendirmektedir. Afiş tasarımının tam ortadan yatay olarak ikiye böldüğü varsayılan çizginin altında sağ tarafa konumlanmış, sola hizalanmış şekilde iki satır halinde Türkçesi “Michael Haneke’den bir film” olan Almanca “Ein Film Von Michael Haneke” yazısı görülmektedir. Birinci satırda bulunan “Ein Film Von” yazısı ikinci satırda bulunan “Michael” yazısı ile sağ ve sol taraftan hizalanmaktadır. İkinci satırda bulunan “Michael Haneke” yazısı birinci satırda bulunan “Ein Film Von” yazısının boyut olarak iki katıdır. Buradan “Ein Film Von” yazısının küçük boyut tercih edilmesi ile geleneksel olduğu için yazıldığını, cümlede yönetmenin isminin dikkat çekmesinin yeterli görüldüğü anlaşılmaktadır.

Majiskül ve serifli fontun kullanıldığı düz bir hat üzerine sıralanan karakterleri ile “Das Weisse Band” yazısı konumlandırılmıştır. Yazı, sol ve sağ marjlarına hizalı bir durumdadır. Filmin ismindeki “Band” kelimesinin görseldeki beyaz perde üzerine bulunması sebebiyle kelimenin öne çıkarılması ve zeminden ayrılması için kelimenin altında yumuşak tonda bir karartma yapıldığı görülmektedir. Filmin isminin düz bir hat üzerinde bulunması durağanlığa, klasik olanı vurgulayan serifli font kullanımı ile kuralcılığa çağrışım yapmaktadır. Almanca script stili kullanılarak açılı bir eksenle tasarlanan “eine deutsche kindergeschichte” yazısı, bloklanmış haldeki filmin isminin altında olacak şekilde kompozisyona dahil edilmiştir. Arka planını afiş tasarımında yer alan figürün koyu renk kıyafetinin oluşturduğu cümlede, beyaz renk ve küçük boyutlu, miniskül bir dizilim tercih edilmiştir. Filmin isminin hemen altında konumlanan -filmin giriş kısmında da görülen- ve filmin bir özeti niteliğinde olan cümlenin Türkçe karşılığı “Bir Alman Çocuk Hikâyesi”dir.

O dönemde Alman dilinin standart bir biçimi olan Gotik fontun script versiyonunun tasarıma dahil edilmesiyle, Alman tarihi ile ilgili olan filmin afiş tasarımında, Alman stilini yansıtan fontun kullanımı film ile filme ait afiş tasarımı arasında güçlü ve etkili bir bağlantı kurulduğunu göstermektedir. Cümlede kullanılan font, afiş tasarımının statik atmosferini hafifletirken resmiyetten uzak, daha samimi, aynı zamanda zarif ve yumuşak bir ifadeyi yansıtmaktadır. Afiş tasarımında iki farklı fontun kullanılması görsel etkiyi arttırmıştır.

Başta sırasıyla filmin yapım ekibi isim ve soy isimleri, ardından oyuncu isim ve soy isimleri afişin sağ tarafında sola yaslanmış olan, majiskül dizilim ve ince bir fontun kullanıldığı yazı alanı “Das Weisse Band” cümlesinde bulunan “Band” kelimesinin altında ve kelime ile sağ ve sol taraftan hizalandırılmış bir şekilde yerleştirilmiştir. Afiş tasarımının sağ

üst köşesinde “Palme D’Or” logosu ve yazısı alt alta bulunmaktadır. Palme D’Or yazısının altında büyük harflerle ve küçük ve ince bir fontla “Festival de Cannes” yazısı görülmektedir. Afişin en alt kısmında tek satır halinde sponsor bilgileri yer almaktadır. Afiş tasarımındaki tipografik unsurlar önem sırasına göre boyutlandırılarak metin hiyerarşisi etkin bir şekilde kullanılmıştır. Afiş tasarımında iki farklı font kullanılmıştır. Bu iki tip arasındaki karşıtlık birinin elle yazılmış görünüm sunması sebebiyle doğal bir ifadesinin bulunması, diğerinin resmi bir stile sahip olması ile ilgilidir. Afiş tasarımının genelinde nötr tonlar tercih edilmiştir.

Nazi Almanyası’nın yapılandırılmasının arka planındaki Alman idealizmine eleştiriler yönelten film, şiddetin kökenlerinin altında yatan sebepleri Nazi döneminin gençlerinin yetiştirilmesinde aramak gerektiği konusuna değinmektedir. Objektif bir bakış açısıyla ele alınarak baskıcı, iletişimsel yönden zayıf ve depresif bir topluluğun tasvirinin yapıldığı belgesel etkisi uyandıran filmin afiş tasarımında Alman bir çocuk figürün kullanılması filmin konusu, vermek istediği mesaj ve teması ile bir bütünlük içindedir.

4.2.11. Amour

Yönetmenliğini ve senaristliğini Michael Haneke’nin üstlendiği film, 2012 yılında gösterime girmiştir. Yönetmen “Amour” filmi ile ikinci kez Altın Palmiye ödülünü kazanmıştır (Walker, 2018, s. 6).

Romantik-drama türünde olan filmin hikâyesi Paris’te geçmektedir. Filmin baş karakterleri olan Anne ve Georges Laurent 80’li yaşlarda, müzik öğretmenliğinden emekli olmuş yaşamlarını birlikte geçirmiş evli bir çifttir. Birlikte bağımsız, hoş ve korunaklı bir yaşam sürdürmektedirler. Müzisyen olan tek çocukları Eva, yurtdışında yaşamaktadır. Anne ve Georges’un dünyasında dış unsurların bir temsili durumundaki Eva, geçici ziyaretlerde bulunsada sürekli olarak dışlanmaktadır. Filmde geniş bir kitap kütüphanesi, kuyruklu bir piyano bulunan alan, karakterlerin sınıf ve kültürünün bir yansımasıdır.

Filmin ilk sahnelerinde ihbar üzerine gelen sağlık görevlileri ve polis ekibi Laurent çiftine ait olan dairenin kapısını kırarak açar. Sonraki sahnede bu durumun sebebinin - burunlarını tutmaları ve havayı temizlemek için pencereleri açmaları ile- apartman dairesinden yayılan koku olduğu anlaşılmaktadır. Ekipler bantla kapatılmış yatak odası kapılarının arkasında yatağa yatırılmış halde, kurumuş çiçeklerle çevrelenmiş yaşlı bir kadının cesedini bulurlar.

Bir başlık sekansından sonra geriye dönük olarak hikâye işlenmeye başlanmaktadır. Anne ve Georges Laurent öğrencilerinden birinin verdiği bir piyano resitaline katılırlar.

Duygusal bir yoğunlukta eve dönen Georges, ne kadar güzel görüldüğü konusunda Anne'e iltifatta bulunması filmde, çiftin birbirlerine yaklaşımları ile ilgili genel tutumları konusunda fikir veren sahnelerden biridir. Ertesi sabah kahvaltı masasında Georges, Anne'nin duvara anlamsız bir ifade ile bakmakta olduğunu ve cevap vermediğini fark eder. Anne donup kalmıştır. Georges bir süre bu duruma anlam veremez. Georges ile birlikte bir doktora giden Anne testler için hastaneye kabul edilir. Anne, vasküler bunama gibi görünen bir durumla komplike olan iki felçten ilkinin geçirmiştir. Henüz konuşabiliyor ve akıl yürütebiliyor olan Anne, Georges'a onu asla bir hastaneye kapatmayacağına dair söz verir; böylece Georges, durumu gittikçe kötüleşecek olan Anne'e son saatine kadar dairede bakmak sorumluluğunu üstlenmiştir. Anne'nin hayatı yok olurken, kimliği de yok olmaktadır.

Film, içinde bulunduğu durumla baş edemeyerek bir kırılma anı yaşayan Georges'un Anne'i yastıkla nefessiz bırakarak öldürmesinin ardından evi terk etmesiyle sona ermektedir.



Şekil 48. “Amour” Film Afişi. 2012.

Filme ait afiş tasarımı bir görsel ve tipografik unsurlarının birleşiminden meydana gelmiştir. Tasarımı oluşturan görsel, filmin bir sahnesinden alınmıştır. Görselde yer alan iki figür, filmin ana karakterleri olan Anne Laurent ve Georges Laurent'tır. Afiş tasarımı için seçilen bu fotoğraf filmin hikâyesinde sonun başlangıcı olan bir an'ı gösteriyor olması

bakımından önem taşımaktadır. Amour film afişinde, Anne Laurent'ın yüzünün tamamı, Georges Laurent'ın ise Anne'e bakıyor olması dolayısı ile başının bir kısmı ve sağ omzu arkadan görülmektedir. İki kişi üzerinden ilerleyen filmde, Anne ve Georges'un apartman dairesinde kurulu olan hayatlarını ziyarete gelenlere karşı yansıttıkları tavırlarından birbirlerine ve kendilerine odaklı yaşadıkları anlaşılmaktadır. Film afişinde de Georges karakteri bütünüyle görünmese de Georges'a odaklanmış halde Anne ve bakışlarını Anne'e kilitlemiş olduğu anlaşılan ve arka çaprazdan görülen Georges bulunmaktadır.

Sahnelerin çoğunluğunun ev ortamında geçtiği filmin afişinde de Anne ve Georges'un evin içinde ve en doğal halleri ile olduğu görülmektedir. Bu durum onların korunaklı bir yaşam içinde günlük rutinlerini sürdürürken, yaşadıkları olayın beklenmedik olduğunu da hatırlatmaktadır. Fotoğraf, Anne Laurent'ın ilk geçirdiği felç anında Georges Laurent'ın duruma anlam veremediği ve elleri ile Anne'in başını iki eliyle kavradığı ana aittir. Bu sahne, Georges için bilişsel, Anne için hem fiziksel hem de bilişsel bir değişimin başlangıcı olan sahnedir denilebilir. Kaçınılmaz durumdaki bir olayın içinde, Georges'un Anne'in yüzüne olanları anlamlandırmak için dikkatle baktığı sahnede izleyici de Georges'un bulunduğu yerden Anne'e bakmaktadır. Böylelikle Georges'un Anne'e baktığı açıdan izleyicinin de bakması sağlanarak, Georges'un tüm yaşayacaklarına, onun penceresinden ve bakış açısıyla bakılması istenmektedir.

Anne'in yüzü ve bakışlarının ifadesinde genel duruma dair önemli bilgiler vermesi sebebiyle afiş tasarımıyla yakın plandan çekilen bir sahneden alınan görsel tercih edilmiştir. Başroldeki kadın oyuncunun yaşlılığın verdiği yorgunluğu doğrudan yansıtan yüzünde, geçirdiği değişimin etkisiyle dinginlik, bakışlarında yabancılaşma ve anlamsızlığın birleşimi olan bir ifade sezilmektedir. Birbirlerini kaybetme sürecinin başladığını hisseden Georges'un yaşlılığını yansıtan elleri ile Anne'in başını kavrayış şekli korumacı tutumunun bir ifadesi durumundadır. Birbirlerine olan duruşları aralarındaki şefkatin, güvenin ve saygının göstergesidir. Anne'in afişte yeşil renkte bir kıyafeti olduğunu görmekteyiz. Yeşil renk hayat, sevgi, güven, doğa ve uyum gibi konularla ilişkilendirilen bir renktir. Doğallıkla ilişkili olan bu renk, Anne'in içinde bulunduğu, Haneke tarafından da doğal ve kaçınılmaz bir biçimde yansıtılan döneme vurgu yaparken aynı zamanda, Anne ve Georges'un birlikteliklerinde etkin olan huzur, ahenk ve düzen gibi kavramlarla uyum içindedir. Afiş tasarımıyla kullanılan görsele ait renk paletinde, sıcak tonların ağırlıklı bir şekilde bulunması Georges ve Anne'in birbirlerine şefkat ve samimiyet içeren yaklaşımları ile ilişkilendirilebilir.

Afiş yatay ekseninde iki kısma ayrıldığında, ikinci kısmın ortalarına filmin ismi olan “Amour” yazısı konumlandırılmıştır. Tasarımda sol ve sağa bloklu halde tasarlanması dolayısıyla resmi ve kontrollü bir görünüm oluşturan “Amour” boyutunun büyüklüğü ve kompozisyondaki konumu ile en dikkat çeken yazıdır. İki ana karakter arasındaki bağın dilsel ifadesi olan “Amour” kelimesinin majiskül bir dizilim oluşturduğu görülmektedir. Majiskül dizilim ile harflere ait farklı yapısal boyutların yerini eşit yükseklikte olan harflere bırakmasıyla durağan bir hat oluşumu sağlanmaktadır. “Amour” kelimesinin tasarımındaki bu durağanlık filmin genel atmosferi ve filmdeki karakterlerin yaşam stili ile bağdaşmaktadır.

“Amour” yazısının hemen üzerinde filmin ismi ile aynı yazı tipi ve aynı renk kullanılarak filmin iki ana karakteri Georges ve Anne’i canlandıran oyuncuların isim ve soy isimleri ardından da filmde ana karakterlerin kızı olan Eva karakterini canlandıran oyuncunun isim ve soy ismi yan yana olacak şekilde tasarıma yerleştirilmiştir. Filmde iki ana karakter dışında olan üçüncü karakteri canlandıran oyuncunun isminin hemen üzerinde oldukça küçük boyutta sağ tarafa hizalanmış Türkçe karşılığı “katılımı ile” olan Fransızca “avec la participation de” yazısı bulunmaktadır. Bu durum, hikâyenin ağırlıklı olarak iki ana karakter üzerinden anlatıldığı, üçüncü karakterin belli sahnelerde dahil edildiği izlenimini uyandırmaktadır. “Amour” yazısının hemen altında Türkçe karşılığı “Bir Michael Haneke Filmi” olan “Un film de Michael Haneke” yazısı bulunmaktadır. Yönetmenin isim ve soy ismi, cümlelerin geri kalanına göre büyük boyutlu harflerle yazılarak vurgulanmak istenmiştir. Bu yazının altında ise tasarımdaki en küçük boyuta ve en ince fonta sahip olan altı satırlık yazıda yan karakterler ve film yapım ekibinin isim ve soy isimlerine yer verilmiştir. Sponsor isim ve logoları afiş tasarımının en alt kısmına tek satır halinde konumlandırılmıştır. Film Cannes Film Festivali’nde yarışarak Türkçe karşılığı “Altın Palmiye” olan “Palme D’Or” ödülünü kazanmıştır. “Palme D’Or” logosu afişte kullanılan yazıların en üstünde sol kenara hizalandırılmış şekilde bulunmaktadır.

Afiş tasarımına dahil olan tüm yazılar beyaz renkte ve seriflidir. Bu durum, tasarımda yer alan tipografik unsurların birbiriyle uyumunu güçlendirmektedir. Tasarım algısı bakımından afişte tercih edilen fontun serifli olması filmde de üzerinde durulan ve filmin temsili niteliğinde olan görselde de yansıtılmak istenen zarafet, güven, ölçülülük gibi kavramlarla tutarlılık içindedir. “Amour” yazısında da kullanılan serifli fontun eski yazım türlerinden biri olması ve her zaman etkisini koruyan klasik görünümü aşk kavramının zamansızlığı -tüm zamanlarda geçerli olması- ve hayatın farklı dönemlerinde farklı boyutlarda yaşanılabilir olma haliyle örtüşmektedir denilebilir.

“Amour” yazısında güven kavramı ile ilişkili olan beyaz renk kullanımı aşkın güvenle ilişkisini ya da iki karakterin arasında güven odaklı bir şekilde devam eden aşka bir gönderme olarak düşünülebilir. Afişte yalnızca Palme D’Or logosuna ait olan yazı sans seriftir. Afişte filmin adı en büyük boyuta sahip olmakla birlikte sonrasında, yönetmen ve başrol oyuncu bilgisi birbiriyle eşit ve küçük boyutta, diğer oyuncuların ve film yapım ekibinin isim ve soy isimleri ise en küçük boyutta olmak üzere tasarımda metin hiyerarşisinin doğru bir şekilde uygulandığı görülmektedir. Afiş tasarımında tipografik unsurlar için Georges Laurent’in koyu renkli kıyafeti zemin olarak kullanılmıştır. Böylelikle beyaz renkte tipografi düzenlemesi, koyu renkli bir zemin üzerine konumlandırılarak kontrast sağlanmış ve dikkat çekici bir tasarım oluşturulmuştur. Tasarım, afişin yüzey sınırlamaların dışında da devam ettiği izlenimini uyandırmaktadır.

Afiş tasarımında kullanılan tipografik unsurların filmin konusu ile ve birbiriyle uyum içinde olduğu görülmektedir. Filmin hikâyesinde kırılma anının yaşandığı bir sahneden alınan ve duygusallığı yoğun olarak barındıran fotoğraf ile afiş tasarımının etkisi arttırılmıştır.

4.2.12. Happy End

Yönetmenliğini ve senaristliğini Michael Haneke’nin üstlendiği 2017 yılında gösterime giren filmidir. Hikayesi bakımından yer yer 2012 gösterim tarihli Haneke’ye ait “Amour” filmi ile bir bağlantı sağlanabilirliği sebebiyle devam filmi olarak da nitelendirilebilir. Film, Fransız sahil kenti Calais’te yaşayan Laurents ailesinin birkaç kuşak üzerinden zamana yayılan döngüsel bir yıkım sürecini ele almaktadır.

Filmin açılışı bir cep telefonu ekranında Eve’in çekiyor olduğu canlı yayın videosu ile gerçekleşirken izleyici, Eve ile birlikte Eve’in annesini gözetlemektedir. Anne ve babası küçükken boşanmış olan, annesi ile birlikte yaşayan ve babasını uzun bir süredir görmeyen Eve on üç yaşındadır. Yalnızlık hissini azaltmak için bir hamster beslemektedir. Teknolojiye ilgisi olan Eve, canlı yayın videoları çekerek zamanını geçirmektedir. Üzerinde annesinin antidepresanlarını denediği hamsterin uyuşma anını da soğukkanlı bir şekilde video ile kayıt altına alır. Amacı annesini zehirlemek olan Eve, annesinin fenalaşma anını da bir video ile kaydeder.

Laurent şirketinin sahibi olan babası Georges Laurent’tan işleri devralan Anne, şirkette işleri birlikte yönettiği oğlu Pierre’i yetersiz bulmakta ve sürekli eleştirdiği Pierre’e değersizlik duygusu aşılamaktadır. Pierre’in alkolizmi ve ihmali sonucu, şantiyede çalışma sahasına bir duvarın çökmesi ve bir işçinin hastanelik olması ile ilgili yasal ve mali sorunlar

Pierre ve durumu çözümlmeye uğraşan Anne arasında gerilimi yükseltmektedir. Georges, Georges'un çocukları Anne ve Thomas, Thomas ile evli olan Anais ve bebekleri bir arada Laurent malikanesinde hayatlarını sürdürmektedir. Thomas, annesi ölen Eve'i malikaneye getirir. Thomas'ın çellist olan Claire ile özel yazışmalarına ulaşmasının ardından babası tarafından terk edileceği hissine kapılan ve gidecek yeri olmayan Eve, Georges'un ilaçlarını alarak intihar etse de sonuca ulaşamaz. Hayattan sıkılan ve daha önce intihar girişimlerinde bulunan Georges, bu konuda Eve'de kendisine yardım edebilecek bir kişilik yapısı sezinlemektedir. Burjuva çevresinin davet edildiği Anne'in avukatı Lawrence ile gerçekleştirdiği nişana ait olan yemekte, Pierre davetliler ile aralarında sınıfsal farkın özellikle vurgulandığı siyahî arkadaşlarını getirmiştir. Tekerlekli sandalyede olan Georges, bu kaos ortamında fark edilmeden planını gerçekleştirmeyi ummaktadır. Eve'den yardım alarak deniz kıyısına kadar giden Georges, ilerleyerek kendini denize bırakır. Eve, telefonunu eline alarak gittikçe sulara gömülür halde olan Georges'u kaydetmeye başlamakta vakit kaybetmemiştir. Son sahnede Eve'in kadrına endişeli bir halde Georges Laurent'ı kurtarmak için koşan Anne ve Thomas girmiştir. Film karakterlerinin duygusuz kayıtsızlıklarının filmin son sahnesinde kırıldığı görülmektedir.

Teknolojinin kullanımı ve kişilikte yıkıcılığı teşvik etmesinin ön planda işlendiği filmde yönetmen, etik değerlere aykırı olan durumlar, ölüm ve yıkımın belgelenerek dijital dokunun bir parçası haline dönüşmesi ile paylaşmak konusunda cesaret verici bir etki alan bireylere eleştiriler yöneltmektedir. Teknolojinin körüklediği bir yabancılaşmanın yanı sıra yaşlılık ve ölüm gibi konular ele alınmaktadır. Filmin arka planında ayrıca Avrupa göçmen krizini Haneke, Laurent ailesinin hikayedeki rolleri aracılığıyla göçmenlerin içinde bulunduğu olumsuz durumu, günümüz Fransa kültürünü de ince bir şekilde eleştirerek işlemektedir.



Şekil 49. “Happy End” Film Afişi. 2017.

Afiş tasarımında filmin bir sahnesine ait olan görsel kullanılmıştır. Deniz kenarında, yarı kapalı bir mekânda ve bir yemek masası etrafında toplanmış altı kişi görülmektedir. Karakterlerin giyim tarzı özel bir günde bir araya gelmiş oldukları hakkında bir ipucu vermektedir. Gökyüzünün açık mavi, parlak görüntüsünden ilkbahar-yaz mevsimi içinde oldukları çıkarımı yapılabilir.

Üç kuşağın bir araya geldiğinin anlaşıldığı görselde her bir karakterin aynı yere odaklanmış olduğu görülmektedir. Görselde; Laurent ailesinin en yaşlı üyesi olan Georges Laurent’ın sağında kızı Anne ve Anne ile erkek kardeşi Thomas arasında Lawrence, Thomas’ın solunda eşi Anais, Anais ile Georges Laurent arasında ise annesinin ölümü sonrasında babası Thomas tarafından malikaneye getirilen Eve yer almaktadır. Aile üyeleri Anne ve Lawrence’ın nişan yemeği için bir araya gelmiştir.

Filme ait bu sahnede Pierre’in Anne tarafından yetersizlik hissi ile büyütülmesi, aralarındaki mesafeli ilişki ve iş yerinde kazaya neden olmasının verdiği suçluluk duygusu filmin son sahnelerinde doruğa ulaşarak annesinin nişan davetinde bir kaosun gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır. Göçmenlerin her birini davetlilere yüksek sesle tanıştıran Pierre, ailesini çöküşü fark etmeye zorlayarak nişan yemeğini yarıda kesmiştir. Yönetmenin, askıda kalan bir hikâye anlatım biçimi ve bir süreksizlikle görüntülere yaklaşımını yansıttığı filmin afiş tasarımında yer alan karakterlerin yaşanan olaya tepkisi bu görselde asılı kalmış durumdadır.

Karakterlerin mimiklerinden anlaşılan bu asılı kalma, kesinti hali izleyicide merak duygusunu tetiklemekte ve görsel etkiyi arttırmaktadır.

Filme dair bir seçilen bu karenin önemi, aile içi gerilimlerin burjuva sınıfından insanların bulunduğu bir nişan toplantısında ortaya döküldüğü ve bu sırada Georges'un bir intihar girişim için daha fırsat yakaladığı bir durumda filmin ismi ile ironik bir bağlantı içinde olmasından kaynaklanmaktadır. Görselin, film sürecinde yalnızca yemek masasında bir araya geldiği gözlemlenen Laurent ailesi için sembolik bir anlamı da bulunmaktadır.

Afiş tasarımına bakıldığında açık mavi bir deniz ve yine açık mavi tonlarındaki gökyüzü görselin dolayısı ile tasarımın hâkim renklerini oluşturmaktadır. Masa örtüsü ve sandalyeler beyaz renktedir. Burjuva sınıfına mensup olan aile üyelerinin her birine ait kıyafetin bu davet için özenli ve sade olduğu görülmektedir.

Afiş tasarımında görülen manzaranın ufuk çizgisi tasarımın alt yarısının ortasından geçmektedir. Geri kalan üst alanda gökyüzü tipografik unsurlara bir zemin oluşturmaktadır. Filmin ismi olan "Happy End" yazısı için majiskül harf dizilimi ve maviye dönük koyu yeşil tonlarında bir renk tercih edilmiştir. Majiskül seçim dolayısıyla tek bir hat üzerinde dizilim gösteren harfler ile statik bir görsel etki sağlanmıştır. Sans serif ve ince bir fontun kullanıldığı filmin isminde, kelimeler alt alta ve tasarımı ortalayacak biçimde konumlandırılmıştır. Modern dünyanın durumu ile ilgili politik ve etkili bir ifade sunan filmin anlatısı ile modern bir stile sahip olan sans serif fontun birbiri ile bütünleştiği görülmektedir. Filmin ismini oluşturan harfler arası espaslar normalden geniş ve dengeli bir biçimde tasarlanmıştır. "Happy End" yazısının hemen üzerinde, filmin ana karakterlerinin her birinin alt alta yer aldığı, isim ve soy isimlerinde koyu mavi bir renk tonu ve sans serif bir font ile majiskül dizilimin tercih edildiği görülmektedir. Filmin isminin altında ise "a film by Michael Haneke" yazısı yer almaktadır. Filmin yönetmenine vurgu yapılan bu yazının altında "Director of Amour, The White Ribbon and Hidden" ibaresi bulunmaktadır. Burada yönetmenin daha önce çekmiş olduğu filmlere atıf yapılırken izleyici tarafından ismi geçen üç film bir referans olarak değerlendirilebilir. Oyuncu ve yönetmenin isim ve soy isimler ve bahsedilen üç filmin isimleri aynı boyutta tasarlanarak bütünlük oluşturması sağlanmıştır. Bu yazının altında ise filme dair sosyopatinin kara komedisi yorumu başta olmak üzere sağ ve sol kısımda üçer tane birer cümlelik yorum alıntıları alt alta dizilim göstermektedir.

Yer yer açık mavi-beyaz tonlarında bir zemin üzerine mavi ve yeşil rengin koyu tonlarında tipografik unsurların seçilmesi bir uyum ve bütünlük meydana getirmiştir. Görselde gökyüzü ve deniz olmak üzere doğal bir biçimde yer alan mavi; huzur, dürüstlük, güven,

sadakat, beyaz ise; barış, masumiyet gibi kavramlar ile bağdaştırılan bir renktir. Görselde ağırlıklı bir şekilde yer alan mavi ve beyaz rengin birleşiminin oluşturduğu berrak görüntü, filmin konusu ile örtüşmeyen filmin ismi “Happy End” ile yüksek düzeyde uyum gösteren bir ifadeye sahiptir. Filmin ismi, tasarımda fontunun boyutu ve bulunduğu konum sebebiyle en dikkat çeken tipografik unsurdur. Bu yazı için yeşil rengin bir tonu tercih edilmiştir. Yeşil renk ile; huzur, güven ve umut gibi kavramlara bir kez daha vurgu yapılmıştır. “Happy End” ile ifade edilen ve bu yazı için tercih edilen renk birbirini desteklerken bu iki unsur filmin konusu ile kendi içinde tezatlık oluşturmaktadır. Bu durumda hem görsel hem de anlamsal düzeyde bir ironi yapıldığı görülmektedir. Tasarımda kullanılan soğuk renkler, yapısı itibariyle tipografik unsurların daha ön planda algılanmasını sağlamaktadır. Tipografik unsurların boyut bakımından önem sırasına uygun olarak tasarlanması sonucu metin hiyerarşisinin etkili bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Afiş tasarımının kompozisyonunda simetrik bir denge söz konusudur.

Görselin, filmdeki karakterlerin kayıtsız halinin kırılma anı olan bir sahneden alınması dolayısı ile afiş tasarımı ve film arasında bağlantı sağlanmıştır. Filmin hikayesi ve ismi arasındaki ironik ilişkiye, tasarımında kullanılan renklerin filmin ismini desteklemesi ile katkı sağlanmıştır. Afiş tasarımında kullanılan görsel ve tipografik unsurlar birbiri ile uyumludur.

BÖLÜM V

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Tartışma

1895 yılında Fransız Lumière Kardeşler (Auguste ve Louis Lumière) tarafından icat edilen ‘sinematograf’ isimli aletin Paris’te halka açık gösterilerde kullanılması, yirmi yıl içinde endüstri haline dönüşecek olan sinema için bir başlangıçtır (Pearson, 1996, s. 13). Bu büyüme süreci içinde, kültürel afiş kapsamında değerlendirilen sinema afiş tasarımları, filmlerin tanıtımında kullanılmak amacıyla geliştirilmiştir. Sinema filmi afişi, filmin isminin, içeriğinin, motifinin ve anlatı planının vurgulandığı filme özgü sembol ve ifadelerin bir düzlem üzerinde izleyiciye aktarıldığı tasarımlardır. Sinema filmi afişleri, güzel sanatlar ile grafik tasarım ve reklamcılık alanlarının kesiştikleri düzlemde konumlanması bakımından farklı sanat akımlarının, sosyo-kültürel bağlam ve teknoloji gibi çeşitli faktörlerin etkisi altında gelişmiştir. İçinde bulunduğu döneme ve ortama tepki veren grafik tasarım ürünleri olan afişlerin gelişim sürecinde meydana gelen değişiklikleri form, stil, doku, renk, kompozisyon, perspektif ve yazı tipi aracılığıyla kademeli olarak izlemek mümkündür.

Film afiş tasarımlarında imge ve tipografik unsurların estetik bir şekilde bir arada kullanımı ve gerekli bileşenlerin öne çıkarılarak potansiyel izleyici kitlesinin ilgisi ile bağdaştır şekilde ve duyuşsal alıcı deneyimiyle uyumlu olarak yapılandırılması görsel kompozisyonun etkinliğini artırmaktadır. Önemli tanıtım araçlarından biri olan sinema filmi afişleri, izleyici ile film arasında bir iletişim kurma görevi üstlenen filmin görsel bir temsili konumundadır. Tasarımsal özellikler, afişe yönelik bilişsel ve duyuşsal tepkilerin yoğunlaşmasını sağlarken film hakkında ön bilgi aktarımı yaparak potansiyel izleyici kitlesini filmi izlemek konusunda motive eden aracılık işlevini yerine getirmektedir.

Afişin verimli, ekonomik ve yeniden üretilmeye yönelik olmasının yanı sıra ölçeği, dekoratifliği, dilsel ve resimsel araçların bütünleşerek tasarlanması özelliklerinin kaynağı afişlerin modern kamusal alanlardaki işlevselliğinden gelmektedir. Kentsel alanların stratejik konumları, afiş tasarımların sergilenmesi konusunda önem taşıırken estetik özelliklerinin ön planda tutulması ile kentsel bir ikon olarak algılanmasını beraberinde getirmektedir.

Sinema filmi afiş tasarımlarının, reklamını yaptıkları filmlerle olan bağının zaman içinde tutarlı bir hale gelmesi ve güçlenmesiyle, tasarımlarda yer alan sembollerin kolektif hafızada filmlerin somutlaşmış bir hali olarak yer etmesine sağlamıştır. Estetik kaygının ticari

sorumluluklar ile eşit bir değere yükselmesiyle afişler, film tarihinde ve kültürel bağlamda ikonik imajlar olarak görülmeye başlanmıştır. Sinema filmi afişlerinin; sinematik, sanatsal ve tarihsel yönünün ağırlık kazanması tasarımı estetik kaygısını tetiklemiştir.

Araştırmada görsel iletişim, grafik iletişim ve grafik tasarım konularına değinilmiştir. Temel tasarım ilke ve elemanları konusunun ardından grafik tasarımın önemli bir disiplini olan afiş tasarım konusu dahilinde, afiş tasarımın ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi ele alınmıştır. Sinemanın ortaya çıkışı hakkında bilgiler sunularak sinema filmi afiş kavramına değinilmiştir. Grafik tasarımda tipografi ve grafik tasarımda imge konularının tanımlamaları ve açıklamaları yapılarak bu konular ayrı başlıklar altında ele alınmıştır. Bulgular kısmında ise Michael Haneke'nin biyografisine ve sanat anlayışına kısaca değinilmiştir. Ardından da yönetmenin sinemada gösterime girmiş olan filmlerine ait afiş tasarımları biçim ve içerik bakımından incelenmiştir.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada Michael Haneke'ye ait olan sinema filmi afiş tasarımlarının nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kullanılarak biçim ve içerik bakımından incelemesi yapılmıştır.

Michael Haneke'nin sinema filmlerinde karakterlerin yaşadığı deneyimlerin orijinal ve objektif bir anlatı aracılığıyla doğrudan iletildiği, felsefi olarak varoluşçuluk veya nihilizm, politik bakımdan yabancılaşma ve kültür eleştirisinin evrensel boyutta işlendiği görülmektedir. Haneke, batı kültürünün açmazlarını eleştirel mesafeyi koruduğu bir üslupla anlatı yapısına işlerken estetik bir yaklaşım sergilemektedir. Filmde kırılma anının yaşandığı, duygusal hassasiyetin yükseldiği sahnelerden alınan görseller ve tipografik unsurların birleşimi ile tasarlanan afişlerin her birinin analizinde filmin konusu ile ilgili bilgiler verilmiştir. Afişin analiz çerçevesinde afiş görselinin ait olduğu sahne hakkında detay bilgi verilmesinin ardından bir auteur olan Haneke'nin üslubu da afiş tasarım görseli dahilinde değerlendirilerek görselin kullanım amacı ve tasarıma nasıl yansıtıldığı hakkında yorumlamalar yapılmıştır. Tipografik ve görsel unsurların birleşiminden oluşan kompozisyon, biçim ve içerik yönünden değerlendirilmiştir. Değerlendirmede temel tasarım ilke ve elemanlarına uygun doğrultuda bir kompozisyon oluşturulması, tasarımın film anlatısı ile kurduğu bağ, görsel ve tipografik unsurların doğru bir biçimde kullanımı, yerleşimi ve birbirleriyle olan ilişkisi gibi durumlar dikkate alınmıştır.

Michael Haneke filmlerinin afiş tasarımları biçim ve içerik bakımından incelendiğinde tasarımlarda kullanılan görsellerin genellikle filmin bir sahnesine ait olduğu görülmektedir. Tasarımın odağında bulunan görselin filmdeki bir kırılma anına ya da filmin genel temasına işaret eden veya filmde yer alan önemli bir karakterin genel kişilik özelliğine vurgu yapan bir sahnedan alındığı görülmektedir.

Yönetmenin ilk filmi olan “Der Siebente Kontinent” filminin tasarımına bakıldığında filmin anlatısında önemli bir tasvir olan görsel tercih edilmiştir. Filmin ismiyle de önemli bir bağ kuran görsel, afişin odağındadır. Afişte temel görseli destekler nitelikte ikinci bir görsel kullanımı da görülmektedir. Temel görsele destek niteliğinde ikinci bir görsel kullanımı “71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls” filminin afişinde de görülmektedir. Bu filmin odağındaki görsel ise filmin ismine ve anlatısına da oldukça uyumlu bir şekilde tasarlanan 71 farklı parçaya ait sahnelerden alınan 71 görselin birleşiminden meydana gelmiştir. Tasarlanan görsel örüntü, afiş yönetmene ait diğer filmin afişlerinden ayıran bir özelliktir. Yönetmenin 1992 yılında gösterime giren ikinci sinema filmi olan “Benny’s Video” filminin afiş tasarımında kullanılan görsel, karakterin kişiliği hakkında birtakım yargılara varabilmeyi olanaklı kılmaktadır. Tasarımın statik görünümünün yanı sıra soğuk renkler ve ışık-gölge etkisi filmin mesafeli ve gizemli atmosferi ile örtüşmektedir. “Funny Games (1997)” filminin afişine bakıldığında filmin bir sahnesinden alınan görselde yer alan figürün belirgin bir hale dönüştürülmesi amacıyla etrafının karartıldığı görülmektedir. Bu karartma karanlık, yalnızlık çağrışımı yaptırarak izleyiciyi görme duyusunu kullanamayan figürle empati kurmaya da itmektedir. Filmin isminde kullanılan özel font afişin etkisinin artmasını sağlamıştır. Tasarımda kullanılan font ve görsel, bir gerilim filmi olduğunun habercisidir. “Funny Games (2007)” filminin afiş görseli filmde hassasiyetin yükseldiği bir sahnedan alınmıştır. Görsel sahnedan alınan karenin illüstrasyonudur. Duygusal derinliği yüksek bir görsel ve sade bir şekilde düzenlenmiş tipografik unsurlar kullanılmıştır. Tasarımda kullanılan renk tonları samimi ve gerçekçi bir etki meydana getirmektedir. “Code Inconnu” filminin afiş tasarımında kullanılan görselin filmin konusu ve ismi ile kurduğu bağ oldukça kuvvetlidir. Afiş kompozisyonunun sadeliği, zarif ve etkili bir tasarımı da beraberinde getirmiştir. “La Pianiste”, “Le Temps du Loup”, “Das Weisse Band” ve “Amour” filmlerinin afiş tasarımlarının her birinde ait olduğu filmin kilit bir sahnesinden alınmış olan görsellerin kullanıldığı görülmektedir. “La Pianiste” filminde karakterin içsel bir çözülme yaşamaya başladığı sahnenin görseli afiş tasarımda yer alırken, “Le Temps du Loup” filminde yaşananlar sonrası karakterin içsel sürecinde sınıra dayanarak tepkisini dışavurduğu sahnenin görseli kullanılmıştır. “Le Temps du Loup” filmi irdelendiğinde felsefi bakımdan birtakım

sonuçlara ulaşmayı olanaklı kılan bir filmidir. Filmin afiş tasarımının görsel ve tipografik unsurları da felsefi bakımdan yoruma açık bir özellik taşımasıyla film ve film afişi arasında derinlikli bir bağ kurulduğu görülmektedir. “Das Weisse Band” filminin afiş tasarımında kullanılan ve filmin bir sahnesinden alınan görseli önemli yapan durum ise görseldeki figürün ortaya koyduğu tüm özelliklerin bir temsil niteliğinde olmasından kaynaklanmaktadır. Görsel tipografik unsurların da desteği ile izleyiciyi, filmin bütününe götüren bir ifade sunmaktadır. Film afişinin siyah beyaz tasarlanması ise bir döneme ait olan bir hikâye anlatısının göstergesi olarak yorumlanabilir. “Amour” filminin afiş tasarımında kullanılan görsel ise sonun başlangıcı olan bir durumun ve iki kişiye odaklanan bir anlatının görsel bir temsili niteliğindedir. Serifli yazı stili tasarımın geneli ile uyumludur. “Happy End” filminin afiş tasarımının görsel unsurunu oluşturan kare film karakterleri arasında bir gerilimin yaşandığı sahneden alınmıştır. Mavi tonları tasarımın hâkim rengidir. Tipografik unsurlar renk ve stil bakımından görsel unsurla uyum içindedir. “Caché” film afişinin tipografi tekniği kullanılarak tasarlandığı görülmektedir. Font özelliği ve metnin tasarımı filmde etkileyicilik düzeyi yüksek bir sahneden alınan sembolik görsel ile birleşmiştir. Filmin ismindeki anlamın, yazının biçimi ile bağdaşan ifadesi tasarımı dikkat çekici kılmaktadır. Sembol, tipografik düzenlemeye bir zemin oluşturmuş ve yaşanan travmatik olayın dehşetini sembolleştirerek görsel düzeyde kayıt altına almıştır.

Afiş tasarımları incelendiğinde genelinde nötr tonların ağırlıklı olarak kullanıldığı görülmektedir. Tasarımların durağan ve yerleşik kompozisyonu, filmlerin durağanlığı ile bağdaşır durumdadır. Afişlerin genel kompozisyonunun dinamizmden uzak, sade tipografik unsurlardan meydana gelecek şekilde tasarlanmasının yanı sıra tasarımda kullanılan görsellerdeki karakterlerin de görünümü ile uyumlu bir biçimde statik bir ruh hali içinde olduğu izlenimi vermektedir.

Yönetmene ait olan sinema filmlerinin afiş tasarımlarında kullanılan tipografik düzenlemeler, ait oldukları filmin atmosferi ve yapısı ile bir uyum içindedir. Filmin ritmine ve ruhuna uygun olarak seçilen fontlar tasarımda kullanılan görsel unsurlarla bir bütünlük oluşturmaktadır. Afişlerin genelinde tercih edilen fotoğrafların filmi özetler niteliğe sahip olması ve tasarımsal detayların da özenli bir şekilde ele alınması, afişler ve filmler arasında doğrudan ve güçlü bir bağlantı kurulduğunun göstergesidir. Afişlerde temel tasarım ilke ve elemanları doğru bir biçimde kullanılmıştır.

Afiş tasarımında biçim ve içerik birbiriyle uyum içinde olmalıdır. Gereksiz detaylardan ve bilgilerden arındırılmış olan afişin izleyiciler üzerinde etkisi ve izleyicilerin zihninde kalıcılık düzeyi daha yüksek olmaktadır. Sinema filmi afişi tasarlarlarken, filmin yönetmeninin stili hakkında derin bir bilgiye sahip olmak tasarımın etkileyicilik düzeyini belirlemektedir. Filmin genel ve teknik işleyişi, teması, konusu, vermek istediği mesaj da bu bağlamda dikkate değer unsurlardandır. Aynı zamanda yönetmenin mekânsal ve zamansal bakımdan kullandığı kalıp ya da kavramlar da afişin genel içeriğine katkı sağlayabilecek bilgilerdir. Afiş tasarımıda temel tasarım ilke ve elemanlarının etkili bir biçimde kullanılmasına özen gösterilmelidir. Tasarımda kullanılacak renk tonları, birbiriyle ve afişin genel kompozisyonu ile uyum içinde olmalıdır. Tasarımda kullanılacak denge unsuru belirlenmelidir. Hareketli bir tasarım için asimetrik, dinginlik içeren bir tasarım için simetrik denge önerilmektedir. Tasarımda birbirini tamamlayan görsel ve tipografik unsurlar daha etkili bir kompozisyonu meydana getirmektedir. Yazı karakterleri seçimi, tasarımın konusu ve aktarılacak istenen mesaj ile tutarlı olmalıdır. Genel kompozisyonundan ayrılmış izlenimi verebilecek, okunaklı bir yapısı bulunmayan yazı karakterleri tercih edilmemelidir.

Yeni Tipografinin öncülerinden olan tasarımcılar serifsiz yazı karakterlerini benimsemişlerdir. Jan Tschichold ve Herbert Bayer serifsiz yazı karakterleri tasarlayarak serifsiz karakterlerin işlevsel güzellik anlayışını doğrudan yansıttığını ve ton değerleri elde etmek konusunda da elverişli olduğunu savunmuşlardır (Becer, 2020, s. 206). Farklı akımların etkisiyle zaman içinde gelişen ve yenilikler ile farklı düşünceler için özgürlük alanı sunan afiş tasarımı, görsel ve tipografik unsurların bütünleştiği bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Tasarımın temel kuralları dikkate alınarak, farklı tekniklerin kullanımı ile etkili tasarımlar ortaya koymak için elverişli bir disiplin olan afiş, günümüzde de geçerliliğini sürdürmektedir.

KAYNAKÇA

- Albers, J. (2020). *Rengin Etkileşimi*. (G. Rastgeldi, Çev.). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda İmge*. (M. K. İz, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2016). *Grafik Tasarımda Format*. (A. Siretli, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2017). *Grafik Tasarımın Temelleri*. (M. E. Uslu, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2019). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. (A. G. Taşçıoğlu ve M. Taşçıoğlu, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2019). *Yaratıcı Tasarımın Temelleri*. (A. Tepecik ve M. D. Atılgan, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2020). *Grafik Tasarımda Tipografi*. (B. Bayrak, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2020). *Grafik Tasarımda Renk*. (B. Bayrak, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2020). *Grafik Tasarımda Baskı ve Sonlandırma*. (B. Bayrak, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Aono-Billson, N. (2020). *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*. (M. Taşçıoğlu, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Arntson, A.E. (2006). *Graphic Design Basics*. California: Wadsworth Publishing.
- Assheuer, T. (2013). *Yakın Plan Haneke*. (N. Pakkan, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Aynsley, J. (2005). *Pioneers Of Modern Graphic Design: A Complete History*. London: Mitchell Beazley Art and Design.
- Badiou, A. (2013). *Cinema*. USA: Polity Press.
- Barnard, M. (2010). *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür*. (G. Korkmaz, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Barnard, M. (2005). *Graphic Design As Communication*. New York: Routledge.
- Barnicoat, J. (1997). *Posters: A Concise History*. Londra: Thames&Hudson.
- Becer, E. (2019). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.

- Becer, E. (2020). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berger, J. (1986). *Görme Biçimleri*. (Y. Salman, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Borja de Mozota, B. (2003). *Design Management*. New York: Allworth Press.
- Bosler, D. (2012). *Mastering Type: The Essential Guide to Typography for Print and Web Design*. USA: How Books.
- Brunette, P. (2010). *Michael Haneke*. USA: University of Illinois Press.
- Bush, H. F. (2014). *An Analysis of the Development of American Poster Art Since 1900*. USA: ProQuest.
- Cieutat, M ve Rouyer, P. (2014). *Haneke, Haneke'yi Anlatıyor*. (S. İdemen, Çev.). İstanbul: Everest Yayınları.
- Cullen, K. (2012). *Design Elements Typography Fundamentals*. USA: Rockport Publishers.
- Dabner, D., Stewart, S. ve Zempol, E. (2013). *Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design*. 5th edition. London: Wiley.
- Erhat, A. (2003). *Mitoloji Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Eskilson, S. J. (2012). *Graphic Design: A New History*. USA: Yale University Press.
- Faulmann, C. (2001). *Yazı Kitabı*. (I. Arda, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Pharmakon.
- Garfield, S. (2021). *Tam Benim Tipim*. (S. Gürses, Çev.). İstanbul: Domingo.
- Gombrich, E. H. (2016). *Sanatın Öyküsü*. (E. Erduran ve Ö. Erduran, Çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gomez-Palacio, B. ve Vit, A. (2011). *Graphic Design, Referenced: A Visual Guide to the Language, Applications, and History of Graphic Design*. Massachusetts: Rockport Publishers.
- Grundmann, R. (Ed.). (2010). *A Companion to Michael Haneke*. USA: Blackwell Publishing.
- Guffey, E. E. (2015). *Posters: A Global History*. London: Reaktion Books.
- Harkins, M. (2011). *Basics Typography 02: Using Type*. UK: Ava Publishing.
- Heller, S. ve Vienne, V. (2016). *Grafik Tasarımı Değiştiren 100 Fikir*. (B. Bayrak, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Hembree, R. (2011). *The Complete Graphic Designer*. Massachusetts: Rockport Publishers.

- Hilner, M. (2009). *Basics Typography 01: Virtual Typography*. USA: Ava Academia.
- Hollis, R. (1994). *Graphic Design: A Concise History*. London: Thames & Hudson.
- Iskin, R. E. (2014). *The Poster*. Hanover: Dartmouth College Press.
- Jean, G. (2006). *Yazı İnsanlığın Belleği*. (N. Başer, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kandinsky, W. (2010). *Sanatta Ruhsallık Üzerine*. (G. Ekin, Çev.). İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları.
- Kınay, C. (1993). *Sanat tarihi*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions*. 4th Edition. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Lauer, D. A. ve Pentak, S. (2007). *Design Basics*. Seventh Edition. Boston: Wadsworth Publishing.
- Leppert, R. (2002). *Sanatta Anlamların Görüntüsü*. (İ. Türkmen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Lidwell, W., Holden, K. ve Butler, J. (2003). *Universal Principles of Design*. Massachusetts: Rockport Publishers.
- Lupton, E ve Phillips, J. C. (2015). *Graphic Design The New Basics*. New York: Princeton Architectural Press.
- Maigret, E. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. (H. Yücel, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- McCann, B. ve Sorfa, D. (Ed.). (2011). *The Cinema of Michael Haneke*. USA: Wallflower Press.
- McLuhan, M. (1999). *Gutenberg Galaksisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Meggs, P. B. ve Purvis A. W. (2012). *Meggs' History of Graphic Design*. 5th edition. New York: Wiley.
- Meggs, P. B. (2016). *Meggs' History of Graphic Design*. New York: Wiley.
- Muller-Brockmann, J.ve S. (2010). *History of The Poster*. Chicago: Phaidon.
- Ocvirk, O.G., Stinson, R.E., Wigg, P.R., Bone, R.O. ve Cayton, D.L. (2013). *Art Fundamentals Theory and Practice*. 12th edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Onaran, A. Ş. (2012). *Sinemaya Giriş*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Oskay, Ü. (2020). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.

- Özön, N. (2008). *Sinema Sanatına Giriş*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Öztuna H. Y. (2007). *Görsel İletişimde Temel Tasarım*. İstanbul: Tibyan Yayıncılık.
- Parmelee, S. (2009). Remembrance of Films Past: Film Posters on Film. *Historical Journal of Film, Radio and Television*. 29(2): 181-195.
- Pearson, R. (1996). *The Oxford History of World Cinema*. Edited by: Geoffrey Nowell-Smith, USA: Oxford University Press.
- Pentak, S. ve Lauer, D. A. (2015). *Design Basics*. Boston: Cengage Learning; 9th Edition.
- Poe, M. T. (2011). *A History of Communications*. New York: Cambridge University Press.
- Poulin, R. (2018). *The Language of Graphic Design*. USA: Rockport Publishers.
- Preusser, H. P. (Ed.). (2014). *Anschauen und Vorstellen: Gelenkte Imagination im Kino*. Germany: Schüren.
- Price, B. ve Rhodes, J. D. (Ed.). (2010). *On Michael Haneke*. USA: Wayne State University Press.
- Puhalla, D. M. (2011). *Design Elements: Form & Space*. Massachusetts: Rockport Publishers.
- Rand, P. (2003). *Thoughts on Design*. USA: Abrams & Chronicle Books.
- Rhodes, G. D. (2007). The Origin and Development of the American Moving Picture Poster. *Film History*. 19(3): 228–246.
- Rodney, F. A. (1994). Posters as Historical Documents. *Social Studies*. 85(2): 52.
- Samara, T. (2014). *Design Elements A Graphic Style Manual*. USA: Rockport Publishers.
- Samara, T. (2011). *Graphic Designer's Essential Reference*. USA: Rockport Publishers.
- Santoro, S. W. (2014). *Guide to Graphic Design*. USA: Prentice Hall.
- Sherin, A. (2017). *Introduction to Graphic Design*. London: Bloomsbury Visual Arts.
- Sözer, M. ve Tanyeli, U. (1986). *Sanat Kavramı ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Speck, O. C. (2010). *Funny Frames: The Filmic Concepts of Michael Haneke*. London: The Continuum International Publishing Group Ltd.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay & Sistem Yayınları.

- Uçar, T. F. (2019). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Vignelli, M. (2010). *The Vignelli Canon*. Prestel Publishers.
- Walker, E. (2018). *Hearing Haneke: The Sound Tracks of a Radical Auteur*. USA: Oxford University Press.
- Weill, A. (2021). *Grafik Tasarım*. (O. Türkay, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Weinscheng, S. M. (2020). *100 Things Every Designer Needs to Know About People*. Second Edition. USA: Pearson Education.
- Wheatley, C. (2009). *Michael Haneke's Cinema*. USA: Berghahn Books.
- White, A. W. (2011). *The Elements of Graphic Design*. Second Edition. New York: Allworth Press.
- Ziss, A. (1984). *Estetik*. (Y. Şahan, Çev.). İstanbul: De Yayınevi.

Görsel Kaynakça

- Altamira Mağarası. Erişim Adresi: <https://www.ice-age-europe.eu/visit-us/network-members/museum-of-altamira.html> (18 Kasım 2021).
- Harf Döküm Sistemi. Erişim Tarihi: <https://archinect.com/jfbautista/project/1967-the-typesetting-and-heidelberg-press> (18 Kasım 2021).
- Jules Chéret, “Camille Stéfani”. (1896). Erişim Adresi: <https://artvee.com/dl/camille-stefani/> (18 Kasım 2021).
- Henri de Toulouse-Lautrec, “Divan Japonais” Afiş Görseli. (1892-93). Erişim Adresi: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/334197> (18 Kasım 2021).
- Sony Markasına Ait Reklam Afişi Görseli. Erişim Adresi: <http://www.adeevee.com/2012/02/sony-earphone-jimi-hendrix-elvis-presley-wolfgang-amadeus-mozart-michael-jackson-print/> (18 Kasım 2021).
- Cannes Film Festivali Afişi. (2014). Erişim Adresi: <https://collider.com/wp-content/uploads/cannes-2014-poster.jpg> (21 Kasım 2021).

Farkındalık Oluşturma Amaçlı Afiş Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.behance.net/gallery/23490491/Ecological-advertising-print> (21 Kasım 2021).

Eugène Grasset, “Salon des Cent” Afiş Görseli. (1894). Erişim Adresi: <http://www.artnet.com/artists/eugène-grasset/salon-des-cent-TPaCMabtC6Z6wuZ6gdtkfw2> (28 Kasım 2021).

Théophile Alexandre Steinlen, “Chat Noir” Afiş Görseli. (1896). Erişim Adresi: <https://www.nga.gov/collection/art-object-page.166147.html> (28 Kasım 2021).

Jules Chéret, “Orphée aux Enfers” Afiş Görseli. (1874). Erişim Adresi: <https://artvee.com/dl/orphee-aux-enfers/> (9 Aralık 2021)

The Beggarstaff’s (J.&W. Beggarstaffs), “Rowntree’s Elect Cocoa” Afiş Görseli. (1894). Erişim Adresi: <http://www.artnet.com/artists/beggarstaff-brothers/rowntrees-elect-cocoa-M6e9ib1TlRd25cb6rXLoYQ2> (9 Aralık 2021).

Dudley Hardy, “A Gaiety Girl” Afiş Görseli. (1893). Erişim Adresi: <https://collections.vam.ac.uk/item/O568414/a-gaiety-girl-poster-hardy-dudley/> (9 Aralık 2021).

Alphonse Mucha, “Job” Afiş Görseli. (1896). Erişim Adresi: <https://www.myddoa.com/job-cigarettes-alphonse-mucha/> (15 Aralık 2021).

Pierre Bonnard, “France-Champagne” Afiş Görseli. (1891). Erişim Adresi: <https://www.vangoghmuseum.nl/en/prints/collection/p0909N1996> (15 Aralık 2021).

Henri de Toulouse-Lautrec, “Moulin Rouge: La Goulue” Afiş Görseli. (1891). Erişim Adresi: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/333990> (18 Aralık 2021).

Will Bradley, “The Chap Book” Afiş Görseli. (1895). Erişim Adresi: <https://www.loc.gov/resource/ppmsca.05938/> (18 Aralık 2021).

O’Galop, “Nunc est Bibendum” Afiş Görseli. (1898). Erişim adresi: http://www.artnet.com/artists/marius-rossillon-ogallop/michelin-nunc-est-bibendum-QVqeS_jjPHjAk4CvFzcPQQ2 (18 Aralık 2021).

Henry Clemens van de Velde, “Tropon” Afiş Görseli. (1897). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/collection/works/70366> (20 Aralık 2022).

Lucian Bernhard, “Priester” Afiş Görseli. (1906). Erişim Adresi: <https://tr.pinterest.com/pin/284149057712100500/> (5 Ocak 2022).

Julius Klinger, “Kronleuchter, Fabrik Möhring” Afiş Görseli. (1909). Erişim Adresi: <https://www.timetoast.com/timelines/sachplakat-poster-style> (8 Ocak 2022).

Ludwig Hohlwein, “Hermann Scherrer” Afiş Görseli. (1907). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/collection/works/7531> (8 Ocak 2022).

Peter Behrens, “A.E.G. Metallfadenlampe” Afiş Görseli. (1907). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/collection/works/5490> (11 Ocak 2022).

Lucian Bernhard, “Kriegsanleihe, Das ist der Weg zum Frieden” Afiş Görseli. (1915). Erişim Adresi: <http://www.artnet.de/künstler/lucian-bernhard/kriegsanleihe-WOdB7HFRN4dlciuGsixVcw2> (11 Ocak 2022).

El Lissitzky, “Beat the Whites with the Red Wedge” Afiş Görseli. (1919). Erişim Adresi: <https://smarthistory.org/suprematism-part-ii-el-lissitzky/> (9 Şubat 2022).

Joost Schmidt, “Staatliches Bauhaus Ausstellung” Afiş Görseli (1923). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/collection/works/6235> (9 Şubat 2022)

Laszlo Moholy-Nagy, “Pneumatik” Afiş Görseli. (1924). Erişim Adresi: <https://www.wikiart.org/en/laszlo-moholy-nagy/pneumatik-1924> (9 Şubat 2022).

Jan Tschichold, “Die Frau Ohne Namen” Afiş Görseli. (1927). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/collection/works/5754> (9 Şubat 2022).

Adolphe Mouron Cassandre, “Étoile du Nord” Afiş Görseli. (1927). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/artists/1015> (19 Şubat 2022).

Lester Beall, “Rural Electrification-Radio” Afiş Görseli. (1937). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/collection/works/5724> (20 Şubat 2022).

Saul Bass, “Anatomy of a Murder” Film Afiş Görseli. (1959). Erişim Adresi: <https://annyas.com/saul-bass-design-anatomy-of-a-murder/> (20 Şubat 2022).

Henryk Tomaszewski. “Historia” Afiş Görseli. (1983). Erişim Adresi: <https://artsandculture.google.com/asset/„the-history”-by-witold-gombrowicz-the-new-theatre-warsaw-henryk-tomaszewski-1914–2005/ wG-eBMN9j6CgQ?hl=pl> (20 Şubat 2022).

Milton Glaser. “Dylan” Afiş Görseli. (1966). Erişim Adresi: <https://www.moma.org/collection/works/8108> (25 Şubat 2022).

Saul Bass, “The Shining” Filmi Afiş Görseli. Tipografi tekniği kullanılarak hazırlanmış afiş. Erişim Adresi: <https://www.itsnicethat.com/articles/saul-bass-the-shining> (25 Şubat 2022).

“Metropolis” Filmi Afiş Görseli. İllüstrasyon tekniği kullanılarak hazırlanmış afiş. Erişim Adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Metropolis_\(film\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Metropolis_(film)) (26 Şubat 2022).

“Midsommar” Filmi Afiş Görseli. Fotoğraf tekniği kullanılarak hazırlanmış afiş. Erişim Adresi: <https://en.wikipedia.org/wiki/Midsommar> (26 Şubat 2022).

Saul Bass, “Seconds” Filmi Afiş Görseli. (1980). Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2011/feb/19/saul-bass-posters-in-pictures> (26 Şubat 2022).

“Der Siebente Kontinent” Film Afişi Görseli. (1989). Erişim Adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Der_siebente_Kontinent#/media/Dosya:Yedinci_kıta.jpg (2 Mart 2022).

“Benny's Video” Film Afişi Görseli. (1992). Erişim Adresi: https://en.wikipedia.org/wiki/Benny%27s_Video#/media/File:BennysVideo.jpg (2 Mart 2022).

71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls Film Afişi Görseli. (1994). Erişim Adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Tesadüf_Bir_Kronolojinin_71_Parçası#/media/Dosya:Tesadüf_Bir_Kronolojinin_71_Parçası.jpg (4 Mart 2022).

“Funny Games” Film Afişi Görseli. (1997). Erişim Adresi: [https://en.wikipedia.org/wiki/Funny_Games_\(1997_film\)#/media/File:Funny_Games1997.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Funny_Games_(1997_film)#/media/File:Funny_Games1997.jpg) (8 Mart 2022).

“Funny Games” Film Afişi Görseli. (2007). Erişim Adresi: [https://en.wikipedia.org/wiki/Funny_Games_\(2007_film\)#/media/File:Mpafunnygamesposter.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Funny_Games_(2007_film)#/media/File:Mpafunnygamesposter.jpg) (8 Mart 2022).

“Code Inconnu” Film Afişı Görseli. (2000). Erişim Adresi:

https://en.wikipedia.org/wiki/Code_Unknown#/media/File:Code_unknown_poster.jpeg (8 Mart 2022).

“La Pianiste” Film Afişı Görseli. (2001). Erişim Adresi:

[https://en.wikipedia.org/wiki/The_Piano_Teacher_\(film\)#/media/File:The_Piano_Teacher_film.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Piano_Teacher_(film)#/media/File:The_Piano_Teacher_film.jpg) (10 Nisan 2022).

“Le Temps du Loup” Film Afişı Görseli. (2002). Erişim Adresi:

https://en.wikipedia.org/wiki/Time_of_the_Wolf#/media/File:Letempsduloup.jpg (10 Nisan 2022).

“Caché” Film Afişı Görseli. (2005). Erişim Adresi:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Caché_\(film\)#/media/File:Cache_Haneke.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Caché_(film)#/media/File:Cache_Haneke.jpg) (14 Nisan 2022).

“Das Weisse Band” Film Afişı Görseli. (2009). Erişim Adresi:

https://en.wikipedia.org/wiki/The_White_Ribbon#/media/File:White_ribbon.jpg (14 Nisan 2022).

“Amour” Film Afişı Görseli. (2012). Erişim Adresi:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Amour_\(2012_film\)#/media/File:Amour-poster-french.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Amour_(2012_film)#/media/File:Amour-poster-french.jpg) (14 Nisan 2022).

“Happy End” Film Afişı Görseli. (2017). Erişim Adresi:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Happy_End_\(2017_film\)#/media/File:Happy_End_\(2017_film\).png](https://en.wikipedia.org/wiki/Happy_End_(2017_film)#/media/File:Happy_End_(2017_film).png) (14 Nisan 2022).

EKLER

EK 1.

ÖĞRENCİNİN AKADEMİK ÖZGEÇMİŞİ

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

