



Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Grafik Anasanat Dalı

**TİYATRO AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN
İNCELENMESİ ve OYUN ATÖLYESİ TİYATROSU İÇİN
AFİŞ TASARIMLARI**

Şebnem YEŞİLYURT

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2018

TİYATRO AFİŞLERİNİN
GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN İNCELENMESİ ve
OYUN ATÖLYESİ TİYATROSU İÇİN AFİŞ TASARIMLARI

Şebnem YEŞİLYURT



Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Grafik Anasanat Dalı

Yüksek Lisans Tezi

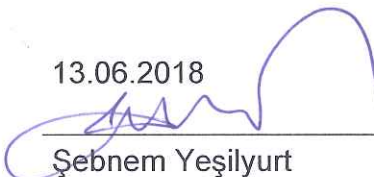
Ankara, 2018

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☒ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

13.06.2018


Şebnem Yeşilyurt

TEŞEKKÜR

Tezimin yazım aşamasında desteği ve ilgisi için tez danışmanım değerli hocam Dr.Öğr. Üyesi Zülfükar Sayın'a,

Hayatımın her alanında koşulsuz yanımda olan çekirdek aileme, özellikle ablam Özlem'e kardeşlerim, Rümeysa, Dilara, Enes Utku, Rabia'ya verdikleri pozitif enerji için teşekkür ederim.

En kıymetlim, yaşam kaynağım Kırpık'a benimle sabahladığı yanımda olduğu için minnettarım.



ÖZET

YEŞİLYURT, Şebnem. *Tiyatro Afişlerinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi ve Oyun Atölyesi Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımları*, Ankara, 2018.

Afiş, grafik tasarım ürünleri arasında en köklü tarihe sahip görsel iletişim araçları arasında yer almaktadır. Afiş tasarımını göstergebilimsel yaklaşımlarla ele alarak irdelenmek grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanına büyük katkılar sağlayabilecektir. Göstergebilim, iletileri anlamlandırma ve yorumlama çalışmalarında önemli bir bilim alanıdır. Bu tez çalışmasında; afiş tasarımlarında yer verilen görsel iletilerin göstergebilimsel açıdan ele alınıp irdelenmesi, çözüm yollarının bulunması, hedef kitleye aktarılacak iletilerin görselleştirilmesi anlamlandırılması ve bu bağlamda tasarlanması süreçleri göstergebilimsel ilkeler ışığında ele alınmıştır.

“Tiyatro Afişlerinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi ve Oyun Atölyesi Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımları” başlıklı bu tezin birinci bölümünde, “afiş” kavramı ele alınmakta, afiş tasarımında ilkeler, öğeler, çeşitleri ve uygulama alanları, afiş tasarımının tarihi gelişim süreci ve önemi anlatılmaktadır. İkinci bölümünde, genel olarak tiyatro ve “Türkiye’de tiyatro afişlerinin gelişim süreci” ele alınmaktadır. Üçüncü bölümünde, “göstergebilim” kavramları ele alınmaktadır. Dördüncü bölümünde, uygulama konusu olarak seçilen “Oyun Atölyesi Tiyatrosu” hakkında bilgiler verilmekte ve söz konusu tiyatro için daha önce tasarlanmış olan afişler göstergebilimsel yaklaşımlarla incelenmektedir. Çalışmanın beşinci ve son bölümünde ise “Oyun Atölyesi Tiyatrosu” için tasarlanan afiş tasarımları, tasarım süreçleri ve açıklamalarıyla irdelenerek verilmektedir.

Tiyatro Afişlerinin göstergebilimsel açıdan ele alındığı ve konu ile ilgili uygulamaların yapıldığı bu tez çalışması ile grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında uğraş veren araştırmacılara kaynak sağlaması da öngörülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Tiyatro, Tiyatro Afişleri, Göstergebilim, Gösterge, Grafik Tasarım, Görsel İletişim Tasarımı, Oyun Atölyesi Tiyatrosu.

ABSTRACT

YEŞİLYURT, Sebnem. *“A semiotic analysis of Theatre posters and poster design for Oyun Atölyesi Theatre*, Post Graduate Thesis, Ankara, 2018.

Poster, has the longest history in between visual communication tools, among graphic design products. Analyzing poster design by semiotic approach will make great contributions to the field of graphic design/ visual communication design. Semantics is an important field of science in interpreting and speculating messages. In this thesis study; the process of designing and visualizing the visual messages given in the poster designs in terms of semiotics, finding the solution ways, visualizing the messages to be conveyed to the target group and designing them in this context are discussed in the light of the semantic principles.

In the first chapter of this thesis study titled as *“A semiotic analysis of Theatre posters and poster design for Oyun Atölyesi Theatre*. the concept of poster is discussed, principles, items, types and application areas in poster design, historical development process and importance of poster design are explained. In the second chapter; mainly theatre and " The development process of theatre posters in Turkey are discussed. In the third chapter; the concept of "Semiotics" are discussed. In the fourth chapter; information about the selected as implementation area "Oyun Atölyesi" is given and posters of "Oyun Atölyesi" are examined with semiotic approaches.

In the fifth and last chapter; the poster designed for "Oyun Atölyesi" are given by considering their design processes and explanations.

With this thesis study, in which the theatre posters are considered in semiotic point of view, its also expected to provide resource to the researchers in the field of graphic design/visual communication.

Key Words

Theatre, Theatre Posters, Semiotics, Legend, Graphic Design, Visual Design, Communication Design, Oyun Atölyesi Theatre.

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

KABUL VE ONAY.....	I
BİLDİRİM.....	II
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	III
ETİK BEYAN.....	IV
TEŞEKKÜR.....	V
ÖZET.....	VI
ABSTRACT.....	VII
İÇİNDEKİLER DİZİNİ.....	VIII
GÖRÜNTÜLER DİZİNİ.....	XII

1. BÖLÜM: TANIM, ÖNEM, GELİŞİM

1.1. AFİŞ.....	1
1.2. AFİŞ TASARIMI.....	3
1.3. TARİHİ GELİŞİM SÜRECİNDE AFİŞ	4
1.4. TİYATRO VE TİYATRO AFİŞLERİNİN TÜRKİYE'DE GELİŞİMİ.....	25
1.5. AFİŞİN ÖNEMİ.....	46

2. BÖLÜM: AFİŞ TASARIMINDA İLKELER, ÖGELER VE AFİŞ TÜRLERİ.....49

2.1. AFİŞ TASARIMINDA İLKELER.....	49
2.2. AFİŞ TASARIMINDA ÖGELER	64
2.3. AFİŞ TÜRLERİ.....	81

2.3.1. Kullanıldıkları Uzama Göre Afişler.....81

2.3.1.1. İç Uzamda Kullanılan Afişler

2.3.1.2. Dış Uzamda Kullanılan Afişler

2.3.2. İçeriklerine Göre Afişler.....	82
2.3.2.1. Kültürel Afişler.....	82
2.3.2.2. Sosyal Afişler.....	83
2.3.2.3. Propaganda Afişleri.....	84
2.3.2.4. Ticari Afişler (Reklam).....	85
 3. BÖLÜM: DEĞERLENDİRME YAKLAŞIMLARI ve TİYATRO AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN İNCELENMESİ.....	86
3.1. DEĞERLENDİRME YAKLAŞIMLARI.....	86
3.1.1. Tasarım Tarihi Açısından Değerlendirme.....	86
3.1.2. Tasarım Sosyolojisi Açısından Değerlendirme.....	87
3.1.3. Tasarım Psikolojisi Açısından Değerlendirme.....	88
3.1.4. Ontolojik Açidan Değerlendirme	88
3.1.5. Göstergebilimsel Yaklaşımlarla Değerlendirme	89
 3.2. TİYATRO AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN İNCELENMESİ.....	90
3.2.1 Göstergebilim.....	90
3.2.1.1. Semantik Açidan Değerlendirme	96
3.2.1.2. Sentaktik Açidan Değerlendirme.....	97
3.2.1.3. Pragmatik Açidan Değerlendirme.....	97
3.2.2 Örnek Afiş İncelemeleri.....	98
3.2.2.1. “Macbeth” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açidan İncelenmesi	99

3.2.2.2. “Othello” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi	103
--	-----

3.2.2.2. “Romeo ve Juliet” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi	108
--	-----

4. BÖLÜM: OYUN ATÖLYESİ İÇİN GEÇMİŞTE KULLANILAN AFİŞLERİN İNCELENMESİ	113
---	-----

4.1. OYUN ATÖLYESİ	113
--------------------------	-----

4.2. GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN “OYUN ATÖLYESİ” TİYATROSU AFİŞLERİ	115
---	-----

4.2.1 “Nehir” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi.....	115
--	-----

4.2.2. “Macbeth” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi.....	120
---	-----

4.2.3. “Don Juan’nın Gecesi” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi.....	124
---	-----

4.2.4. “Antonius Kleopatra” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi.....	128
--	-----

5. BÖLÜM: UYGULAMA ÇALIŞMASI (OYUN ATÖLYESİ İÇİN AFİŞ TASARIMLARI)	133
---	-----

5.1. “ANTONİUS İLE KLEOPATRA” TİYATRO AFİŞİ.....	134
--	-----

5.2. “JEANNE D’ARK’IN ÖTEKİ ÖLÜMÜ” AFİŞİ.....	144
---	-----

5.3. “KİM KORKAR HAIN KURTTAN?” AFİŞİ.....	150
--	-----

5.4. “7 ŞEKSPİR MÜZİKALİ” AFİŞİ.....	154
--------------------------------------	-----

5.5. “HIRÇIN KIZ TİYATRO” AFİŞİ.....	158
--------------------------------------	-----

SONUÇ	162
KAYNAKLAR DİZİNİ	164
ÖZGEÇMİŞ	174
EK 1: TURNİTİN RAPORU	



GÖRÜNTÜLER DİZİNİ

Görüntü 1: Mengü Ertel <i>1. İstanbul Festivali</i> afişi.....	2
Görüntü 2: J. Montgomery Flagg <i>Sam Amca</i> afişi	3
Görüntü 3: Hammurabi Kanunları sütunu.....	5
Görüntü 4: J. Gutenberg <i>Matbaa Makinası</i>	6
Görüntü 5: Alois Senefelder'in <i>Litografi Baskı Portresi</i>	7
Görüntü 6: Litografi Baskı Atolyesi.....	8
Görüntü 7: Alphonse Mucha <i>Job</i> afişi.....	9
Görüntü 8: Jules Cheret'in stüdyosu.....	10
Görüntü 9: Jules Cheret <i>La Reine Indigo</i> oyun afişi.....	11
Görüntü 10: Taş Baskı Matbaası.....	12
Görüntü 11: Henri Toulouse-Lautrec'in <i>Caudieux</i> afişi	13
Görüntü 12: Maxfield Parrish'in <i>Century</i> dergi afişi.....	14
Görüntü 13: Gustav Klimt <i>Secession</i> afişi.....	16
Görüntü 14: Joseph Olbrich <i>Secession Binası</i> nın afişi.....	16
Görüntü 15: Koloman Moser <i>XIII. Ausstellung Secession</i> afişi.....	17
Görüntü 16: Josef Hoffmann <i>Viyana Çalışma Atölyeleri</i> sergi afişi.....	17
Görüntü 17: Emil Rudolf Weiss <i>Die Insel</i> dergi tanıtım afişi.....	18
Görüntü 18: Joost Schmidt <i>Bauhaus Sergi</i> afişi.....	22
Görüntü 19: Jan Lenica <i>Der Soldat</i> afişi.....	24
Görüntü 20: Bosco Tiyatrosu afişi.....	27
Görüntü 21: Osmanlı Tiyatrosu <i>Kızıl Köprü</i> oyun afişi.....	28
Görüntü 22: Gedikpaşa Tiyatrosu amblemi.....	29
Görüntü 23: Darülbedayi Tiyatrosu amblemi	30
Görüntü 24: Mühipzade Celal Efendi <i>İstanbul Efendisi</i> ilanı.....	31
Görüntü 25: Hüseyin Suat <i>Çürük Temel</i> oyunu ilanı.....	31
Görüntü 26: Münif Fehim Özarman Karikatür unsurlu afişi.....	33
Görüntü 27: Darülbedayi'nin amblemin de yer aldığı tiyatro afişi.....	35
Görüntü 28: M.Kemal Atatürk'ün Portresi.....	35
Görüntü 29: Kasımpaşa Tiyatrosu <i>Fahişe</i> tiyatro oyunu afişi.....	36

Görüntü 30: A. Torun <i>Ses Opereti</i> afişi.....	38
Görüntü 31: Mengü Ertel, <i>Androcles ile Aslan</i> tiyatro afişi	41
Görüntü 32: Mengü Ertel, <i>Keşanlı Ali</i> tiyatro afişi.....	42
Görüntü 33: Mengü Ertel, <i>Kapıların dışında</i> tiyatro afişi.....	43
Görüntü 34: Yurdaer Altıntaş <i>Ben Anadolu</i> tiyatro afişi	43
Görüntü 35: Yurdaer Altıntaş <i>Şairin Mektupları</i> tiyatro afişi	44
Görüntü 36: Moda Tiyatrosu <i>Azizname</i> tiyatro afişi	44
Görüntü 37: Moda Sahnesi <i>En Kısa Gecenin Rüyası</i> tiyatro afişi.....	45
Görüntü 38: Bülent Erkmen, <i>Çayhane</i> tiyatro afişi.....	45
Görüntü 39: Bülent Erkmen, <i>Sahte Kimlikler 5</i> tiyatro afişi.....	46
Görüntü 40: F. Macdonald, M. Macdonald ve J. McNair. Sergi afişi.....	51
Görüntü 41: Franciszek Starowieyski <i>As you like it</i> Tiyatro afişi	52
Görüntü 42: Theo H. Ballmer <i>Norm</i> afişi.....	53
Görüntü 43: Alexander Rodchenko <i>Leningrad Yayınevi</i> afişi.....	55
Görüntü 44: Neville Brody <i>Halka Açık Dans</i> afişi.....	56
Görüntü 45: Henri de Toulouse-Lautrec <i>Mademoiselle Eglantine's Troupe</i> afişi.....	58
Görüntü 46: Dimis Yannakoulis tiyatro afişi	60
Görüntü 47: Alexandre Steinlen <i>Le Chat Noir</i> afişi	61
Görüntü 48: Mengü Ertel <i>Jeanne d'Arc'ın Çilesi</i> tiyatro afişi.....	62
Görüntü 49: Jules Cheret <i>La Danse Du Feu</i> afişi	66
Görüntü 50: Henry Tomaszewski <i>Hamlet</i> tiyatro afişi	67
Görüntü 51: Henry Tomaszewski <i>Historia</i> tiyatro afişi	69
Görüntü 52: Jules Cheret <i>Pantomimes Lumineuses</i> afişi tiyatro.....	70
Görüntü 53: Texas Ulaştırma Bakanlığının <i>Don't Drink and Drive</i> afişi.....	72
Görüntü 54: Niklaus Troxler <i>Tekerlekli Sandalye Maratonu</i> için afiş tasarımı.....	74
Görüntü 55: Jan Lenica <i>Wozzeck Operası</i> afişi	75
Görüntü 56: Bülent Erkmen <i>Okçuluk Şampiyonası</i> afiş tasarımı.....	76
Görüntü 57: Alphonse Mucha <i>Biscuit Lefeure</i> afişi	78
Görüntü 58: William Henry Bradley <i>Poster Kitabı</i> kapağı afiş tasarımı	79
Görüntü 59: Paul Colin <i>Champs Elysees</i> Tiyatro afişi	81
Görüntü 60: Troia festivali afişi.....	83
Görüntü 61: Tema Vakfı <i>Buğdayı üzme, kömür santrali dikme</i> afişi	84

Görüntü 62: Continental araba lastiği afişi	85
Görüntü 63: <i>Macbeth</i> oyunu tiyatro afişi	100
Görüntü 64: <i>Macbeth</i> tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek	101
Görüntü 65: <i>Othello</i> oyunu tiyatro afişi	104
Görüntü 66: <i>Othello</i> tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek	105
Görüntü 67: <i>Romeo ve Juliet</i> oyunu tiyatro afişi.....	109
Görüntü 68: <i>Romeo ve Juliet</i> tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek	110
Görüntü 69: Oyun Atölyesi, <i>Nehir</i> tiyatro afişi.....	116
Görüntü 70: <i>Nehir</i> adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek.....	117
Görüntü 71: Oyun Atölyesi, <i>Macbeth</i> tiyatro afişi	121
Görüntü 72: <i>Macbeth</i> adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek.....	122
Görüntü 73: Oyun Atölyesi, <i>Don Juan'ın Gecesi</i> tiyatro afişi	125
Görüntü 74: <i>Don Juan'ın Gecesi</i> adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek.....	126
Görüntü 75: Oyun Atölyesi, <i>Antonius ve Kleopatra</i> tiyatro afişi.....	130
Görüntü 76: <i>Antonius ve Kleopatra</i> adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek.....	131
Görüntü 77: “Oyun Atölyesi” mevcut logo tasarımı.....	135
Görüntü 78: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Oyun Atölyesi” için logo tasarımı.....	136
Görüntü 79: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Antonius ile Kleopatra” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi.....	137
Görüntü 80: Antonius ile Kleopatra adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizenecek.....	142
Görüntü 81: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Antonius ile Kleopatra” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi denemeleri.....	143
Görüntü 82: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Jeanne d’Ark’ın Öteki Ölümü” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi.....	145

Görüntü 83: Jeanne d'Ark'ın Öteki Ölümü adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizeneke.....	148
Görüntü 84: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Jeanne d'Ark'ın Öteki Ölümü” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi eskiz çalışmaları.....	149
Görüntü 85: Kim Korkar Hain Kurttan? adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizeneke.....	151
Görüntü 86: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Kim Korkar Hain Kurttan?” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi.....	152
Görüntü 87: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Kim Korkar Hain Kurttan?” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi eskiz çalışmaları.....	153
Görüntü 88: 7 Şekspir Müzikali adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizeneke.....	155
Görüntü 89: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “7 Şekspir Müzikali” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi.....	156
Görüntü 90: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “7 Şekspir Müzikali” oyunu için oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi eskiz çalışmaları.....	157
Görüntü 91: Hırçın Kız adlı tiyatro afişinin anlam yönünden ele alındığı çizeneke.....	159
Görüntü 92: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Hırçın Kız” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi.....	160
Görüntü 93: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Hırçın Kız” oyunu için tasarlanmış tiyatro afişi eskiz çalışmaları.....	161

1. BÖLÜM:

TANIM, ÖNEM, GELİŞİM

1.1. AFİŞ

Fransızca “affich” kökünden Türkçe’ye geçmiş olan “afiş” sözcüğü Türk Dil Kurumunun sözlüğünde şöyle tanımlanmaktadır: “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı ası” sözleriyle tanımlanmaktadır (Bkz Görüntü 1). Atan’a (2006) göre afiş; tanıtmaya ya da reklam amacıyla hazırlanmış yazılı ve resimli grafik sanatı ürünüdür.

Afiş, işveren tarafından çeşitli görsel yöntemlerle tanıtım ve duyuru aracı olarak istenen hedef kitleye seslenen iletişim aracıdır. Oyun, sergi vb. duyurusu veya reklam ya da propaganda yapmak için kullanılır (Bkz. Görüntü 2). Ülkemizde tipografi ve afiş tasarımı başta olmak üzere araştırma ve çalışmalar yürüten Sarıkavak’ a göre ise *afiş* (1993), basılı afiş mesajı iletmeyi temel alarak öz – biçim – estetik olgularını birleştirir. Görsel iletişim aracı olan afiş tasarımcı ve alımlayıcı arasında oluşan bilgi paylaşımının imgesel dizilim ile yansımasıdır. Her ne kadar tasarımcı sipariş aldığı kaynak tarafından yönlendirici bilgiler edinmekte, estetik kaygı güderek tasarımını ele alır böylece öz, biçim ve estetik bütünlük sağlanarak tasarımda olumlu sonuç almayı hedeflemektedir. “*Afiş*, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, canlı ve estetik bir göstergedir” (Becer, 2009 s. 204). Ülkelerin tasarıma yön veren akımların veya politik duruşların etkisi altına girdikleri için tasarım anlayışının şekillendiği görülmektedir (Bkz Görüntü 2). Kendine özgü yönleri ve dili olan afiş çoğaltılarak sokaklara, duvarlara, direklere, otobüs duraklarına, metroya, mağaza vitrinlerine dağılır (Sarıkavak, 1993, s.149). Afiş sanatı, bilgiyi kamuya en çabuk ve en etkili biçimde ileten sanat dalıdır (Art Academy, 2004, s. 35).

Afiş türleri kullanım ve içerik alanlarına göre çeşitlilik göstermektedir. İçeriklerine göre değerlendirildiğinde Kültürel *Afiş* türü içerisinde yer alan “Tiyatro Afişi” ise, sanatsal faaliyet içerisinde yer alan devlet veya özel tiyatro kurumlarının sahneledikleri tiyatro eserlerinin gösterimlerini, iletiyi ulaştıracağı hedef kitleye belirli tasarım ilke ve elemanlarıyla duyurduğu ilan / ası’dır. Tiyatro *afişinin* ülkemizde gelişim süreci ve sanatçıların yaklaşımları Bölüm 1.4’de geniş bir biçimde anlatılmıştır.

Afiş için herkesin aynı görüşte olduğu bir tanım yapmak mümkün olmasa da, yapılan yorumlarda; *afişin* görselliği ve işlevselliği konusunda ortak bir paydada buluşulduğu söylenebilir.



Görüntü 1: 1973 yılında Mengü Ertel tarafından tasarlanan “1. İstanbul Festivali” afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2KCrQ0G>).



Görüntü 2: 1870 yılında J. Montgomery Flagg tarafından çizilen “Sam Amca” karakteriyle I. ve II. Dünya Savaşına asker çağırma kampanyası için hazırlanan afiştten bir görüntü (<https://bit.ly/2vwhQRI>).

1.2. AFİŞ TASARIMI

Afiş tasarımı, ana konu belirlendikten sonra öncelikle araştırma, geliştirme, analiz etme ve taslak çıkarma süresine tabi olmaktadır. “Tasarım gerekli olanın araştırılması ve biçimlendirecek kişinin yaratıcı özelliklerini de katarak ortaya çıkardığı bir biçim şekil veya modeldir” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 277).

Afiş tasarımı sürecinde tasarımı yapılacak mal, hizmet ya da düşünce hakkında araştırma yapılmalı tasarımda sorun çözümüne yönelik yardımcı tasarım öğeleri

ve d zenceleri bir düzen içerisinde kullanılmalldır. ‘‘Tasarım, çok ‘kesin’ ama aynı zamanda da karmaşık bir niteliğe sahiptir. Ancak bir planlamanın olduğu yerde bir tasarım olgusundan söz edilebilir’’ (Becer, 2009, s. 32).

Bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan  er eve, tasar çizim, dizayn ve daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan kopyasını yapmak (TDK, 2011) olarak da tanımlanmaktadır.

‘‘Problemin  z m  için var olan tüm bilgilerden faydalanarak özgün ve akılcı sonuçlara ulaşmak amacı ile kavramlar arası ilişkileri ve farklı bağlantıları kurmak, çeşitli  z m  nerileri getirmek,  z m  kolaylaştıracak sorgulamayı yapmak tasarım olgusuyla b t nleştirdir’’ (Alakuş ve Aydın, 2013, s. 99).

1.3. TARİHİ GELİşİM SÜRECİNDE AFİş

Antik  a lardan bu yana, iletilecek olan mesajı duyurabilmek amacıyla afiş kullanılmaktadır. Tanıtılacak ya da hakkında bilgilendirme yapılacak olan ürünün mesajının, tapınaklara, kiliselere, belediye binalarının önüne ya da insanların bir araya geldiği pazar meydanlarına koyulduğu bilinmektedir.

Afiş tasarımında söylemi yapılan ileti yazı yoluyla hedef kitleye daha hızlı aktarılabilir. Antik dönemlerden kalan ve bu dönemlere tanıklık eden görsel iletişim araçları vardır. Bunların en eski örneklerinden biri; 225 cm. yüksekliğindeki diyorit taşına yazılmış olan Hammurabi Kanunları’dır. Taşın  zerinde Babil Krallarından Hammurabi’nin rölyefi bulunmaktadır (M.  2067-2025). Krallı ın yasalarını Kral Hammurabi’ye Güneş Tanrı’sının ilettiği söylenmektedir (Bkz. Görüntü 3). Hindistan’da Lauryan Kralı Asoka’nın  nl  Cetvel Fermanı (M.  250). Kamusal alanlarda olan bu tip görüntüler, siyasi ve dini fermanlar diğer medeniyetlerde de görülmektedir (Müller-Brockmann, 2004, s. 25). Ma ara duvarlarında eski Mısır Medeniyetine ait hiyerogliflerde afişe ait izlere rastlanmaktadır.

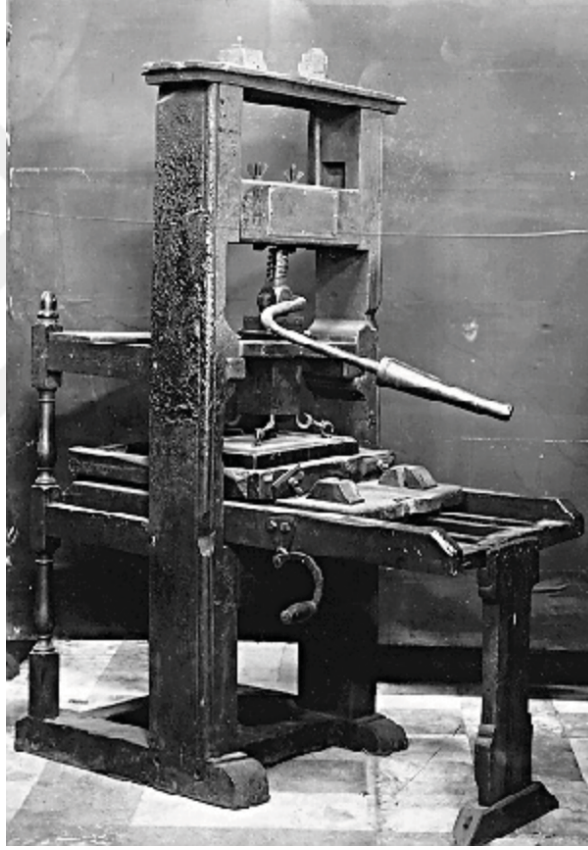
Afişin de; toplumun kültür ortamını, toplumun ekonomik, sosyal ve politik yapısını, dönemin anlayışını, kısaca yaşamı yakından izleme zorunluluğu vardır. Tarih boyunca, dünya üzerinde, kimi zaman yıkıcı, kimi zaman da yapıcı, iz bırakan birçok gelişme ve değişimler yaşanmıştır. Kültürel, politik, ekonomik ve sosyal yapıları bakımından birbirinden ayrılan uluslar, bu gelişme ve değişimlerden farklı boyutlarda etkilenmiştir (Gümüştekin, 2012, s. 64).



Görüntü 3: M.Ö 2067-2025'de Hammurabi Kralı tarafından diktirilen “Hammurabi Kanunları” anıtından bir görüntü (<https://bit.ly/2M36zmk>).

Eski Roma’lılar halka duyurmak istedikleri bilgileri, ürün bedellerini, mermer bloklarına kazıyarak meydan ve alanlara dikeyordlardı. Genelde borsa bilgileri,

ürün ederlerini bu şekilde yazarak ilgilenenlere duyuruyorlardı. Daha ileriki yıllarda çamur tabletlere kazarak yazdıkları duyuruları fırında pişirilerek kalabalık kitlelerin yer aldığı duvarlara çakıyorlardı. “Tarihte kağıda yazılarak yapılan ilk afiş; Fransada XI. yüzyıl’da kağıt üzerine el ile yazılmış, bağışlayıcı Meryem Ana’nın resimlerinin konu edildiği afiştir. Konusu, Notre Dam De Saint-Four Piskopozluğuna bağlı kiliselerin kapılarında yardım toplama ile ilgilidir” (Serin ve diğerleri 2006, s. 116). Afiş, sosyal, ekonomik, siyasi ve kültürel olayların barometrelerini yansıtmasının yanı sıra gündelik hayatımızın aynalarıdır (Müller-Brockman, 2004, s. 12).



Görüntü 4: 1450 yılında Johannes Gutenberg’in icat ettiği “Matbaa” dan bir görüntü (<https://bit.ly/2xCzYgx>).

15.yy.’da Gutenberg’in matbaayı bulmasıyla ve hareket edebilir silindirli tipo baskı tekniğinin ortaya çıkmasıyla (Bkz. Görüntü 4), ilk tanıtım broşüleri ve afiş örnekleri ortaya çıkmıştır. Tarihte bilinen ilk yazılı reklam bildirisi 1477 yılında bu işin öncüsü olarak bilinen William Caxton tarafından gerçekleştirilmiştir (Art Academy, 2004 s. 861).

Tarihsel olarak, 1798 yılında taş baskı yöntemini yaratarak afiş sanatının gelişmesini mümkün kılan teknolojiyi geliştiren isim Aloys Senefelder'dir (Bkz. Görüntü 5). Bu yeniliğe kadar pahalı ve zahmetli olan baskı yöntemiyle, renkler afişlerde yeniden üretileniyordu. Kelimeleri ve resimleri göz alıcı bir şekilde birleştirmenin yeni ve ekonomik şekli, afişlerin, Avrupa ve Amerika'da en büyük toplu iletişim araçları olmalarını sağladı. Yani bugün tanıdığımız bildiğimiz anlamdaki afiş sanatının gelişimi, 1800'lerin başında tahta ya da ağaç baskılarla başlamıştır diyebiliriz (Sağkol, 2014, s. 12).



Görüntü 5: Johann Alois Senefelder'in "Litografi Baskı Portresi"nden bir görüntü (<https://bit.ly/2nj324y>).



Görüntü 6: 1818 yılında Johann Alois Senefelder'in icadı olan "Litografi Baskı Atölyesinden" bir görüntü (<https://bit.ly/2kJvICo>).

İlk olarak Ottmar Mergenthaler tarafından 1886'da yapılan Linotipi dizgi makinesini takiben matbaa teknolojisi gelişmeye başladı. Ancak matbaanın ilk yıllarda bugünkü imkanlardan çok uzak olması ve yalnızca tek renk basması, çok renkli ürünler yapmak isteyen sanatçılar için çok ciddi bir engeldi. Bu sebeple de söz konusu dönemde yapılan çok renkli çalışmalar daha çok litografi yöntemi ile basıldı (Bkz. Görüntü 6). 1798'de Alois Senefelder'in taşbaskı tekniğini buluşundan sonra geliştirilen renkli taşbaskı teknikleri, afişin sanatsal bir yapı kazanmasında önemli bir rol oynamıştır (Becer, 2009, s. 201).

Arts and Crafts akımı mimarlık, mobilya, kitap tasarımı gibi bir çok alanı etkilediği gibi afiş tasarımı da etkilemiştir. Bu akımın öncüleri bitkisel öğeler kullanarak yeni bir anlayış ortaya koymuştur (Bkz. Görüntü 7). Afişe duyulan ilgi 1890 yıllarında Art Nouveau akımının ortaya çıkmasıyla daha da artmıştır. Akımın temel özelliği akıcı, dinamik, fantastik, kıvrımlı çizgiler ve çok zengin karmaşık yapıda simgesel anlatıma sahip olmasıdır (Serin ve diğerleri, 2006, s. 117).



Görüntü 7: 1896 yılında Alphonse Mucha'nın "Job" sigara kağıtları için yaptığı afiş tasarımından bir görüntü (<https://bit.ly/1RfU7a4>).

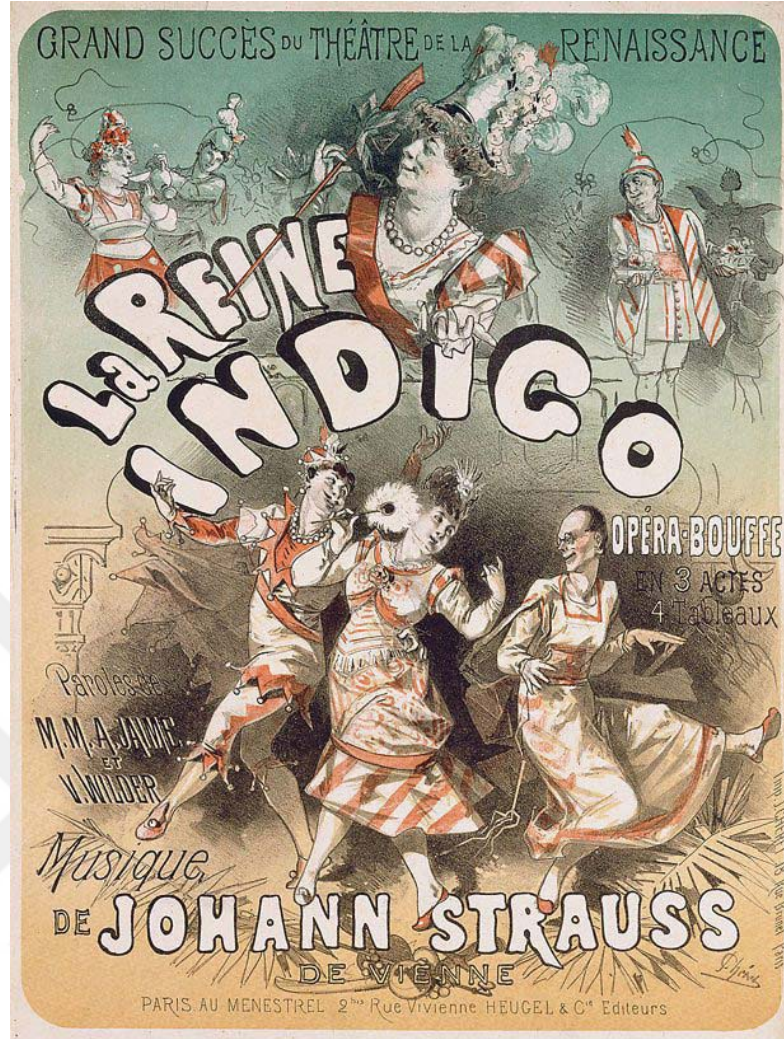
1881 yılında Fransa'da çıkan basın özgürlüğü ile ilgili yasanın, afişlerle ilgili kararında, resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışındaki her yere asılabileceğine izin verilmesidir. Afiş sanatı, sanayi devrimi ile birlikte yeni bir anlayış kazanmış, çok sayıda üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilere sunulmasında etkili bir tanıtım aracı olmuştur. Afiş sanatının ilk çağdaş temsilcisi, Fransız sanatçı, Jules Cheret'tir (1836-1933). Daha çok kadın figürlerinin yer aldığı Paris'in eğlenceli dünyasını eserlerine taşımıştır. Büyük renkli afişler tasarlamıştır (Bkz. Görüntü 8). Bu dönemin önemli sanatçılarından biri de, Henri de Toulouse Lautrec'tir (1864-1901). Paris'in renkli gece hayatını afişlerine konu seçmesi ve yazıyla resmi bir arada kullanması açısından önemli bir yenilik getirmiştir (Tepecik, 2002, s. 72).



Görüntü 8: 1892 yılında Jules Chéret'in stüdyosundan bir görüntü (Henri De Toulouse-Lautrec Mini Sanat Dizisi s. 45).

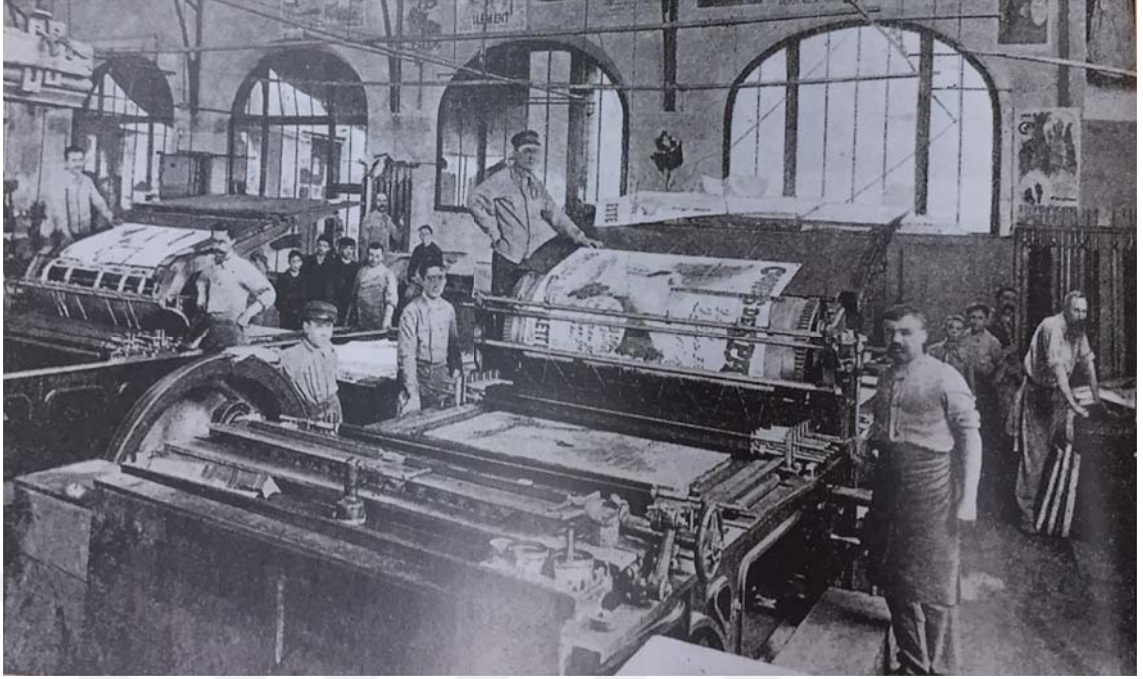
Arts and Crafts hareketi tasarım sanatları için yeni bir yön yaratmış, Jules Chéret bu yönde atılım yapan ilk sanatçı olmuş, modern afişin babası olarak adlandırılmıştır...Yarattığı kadın tipini tüm afişlerinde kullanan Chéret 'kadın özgürlüğünün babası' olarak nitelendirilmiştir (Bektaş, 1992, s. 18-19).

Başlangıçta bir veya iki renk ile çalışan Chéret, 1869'da üç taştan oluşan yeni bir baskı sistemini tanıttı: biri siyah, biri kırmızı diğeri de "fond grade" olarak bilinen teknik Chéret'in renkli posterlerinin temelini oluşturmuştur (Art Academy, 2004, s. 861). Bu baskı tekniği ile ortaya konan afiş tasarımlarına "La Reine Indigo" en iyi örneklerden biri olarak gösterilebilir (Bkz. Görüntü 9).



Görüntü 9: 1875 yılında Jules Cheret'in "La Reine Indigo" opera oyunu afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2vv0cxL>).

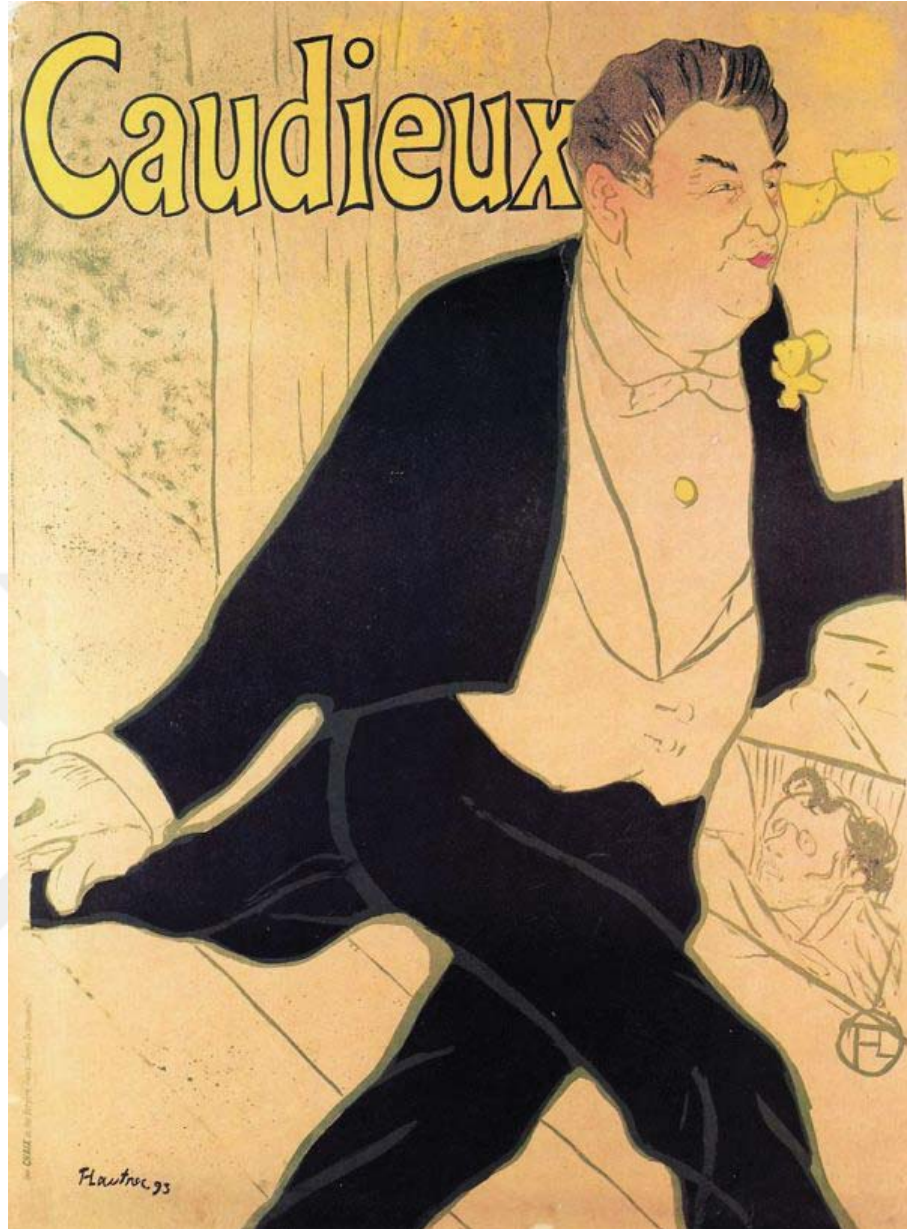
19. yy.'ın geleneksel sanatından sıyrılarak ahlaki ve estetik kaygılar taşıyan yeni, taze ve heyecan verici bir sanat anlayışı getirme arzusundaki sanatçılar için güçlü ilham kaynakları olarak belirdiler. Bu ilham kaynakları, Art Nouveau'nun kadını tasvir biçimlerinde de tam anlamıyla ifadesini buldu denebilir. Kadın figürüne odaklı eserlerde yine, çok geniş bir uygulama yelpazesi vardır. Ancak bu konuda Art Nouveau'daki ortak imaj; desen çizgilerinin odağı olarak görünen tek bir kadın figürüdür. Bu portrelerde figür ya da yüz, desenin doğal bir parçasıdır; desenin kendisinden türeyerek, belirgin bir odak, güç ve yoğunluğa ulaşır. Mucha'nın eserleri de dahil olmak üzere, bugün çok bilinen Art Nouveau resimlerinin çoğu kadın portreleridir (Sağkol, 2014, s. 9-10).



Görüntü 10: 1894 yılında dönemin taşbaskı matbalalarından bir görüntü (Henri De Toulouse-Lautrec Mini Sanat Dizisi s. 46).

1895-1900 yılları arasında Mucha, Art Nouveau'ya en geniş kapsamlı ifadesini kazandırmıştır. 1900'lerde Mucha yapıtlarının büyük yaygınlık kazanması sonucu, L'Art Nouveau yerine 'Mucha stili' deyimini kullanılmıştır (Bektaş, 1992, s. 24). Aynı dönem de Lautrec'in Moulin Rouge için yaptığı sanatsal açıdan yenilikçi afişle Cheret'i geçerek ifadeyi daha da basitleştirmiştir. Loutrec'in poster tasarımına getirdiği yaklaşım sayesinde sanatla reklam arasındaki sınırlar belirsizleşmeye, afiş sanatı ciddi biçimde gelişmeye başlamıştır (Bkz. Görüntü 10-11) (Doğan, 2005, s. 44-45).

Art Nouveau, doğadan esinlenilmiş yaratıcı, özgür formlar için tarihi modeller terk edilmiştir. 20. yy.'ın başında sanatta yeni ifadeyi tanımlayan jenerik bir isme dönüşmüştü. Fransa'da "Art Nouveau", "Fin de Siècle Stili", Almanya'da "Jugendstil", Avusturya'da "Viyana Secession", İngiltere'de "New Art", "Liberty", Türkiye'de "1900'lerin Sanatı", "Yeni Sanat" olarak adlandırılmıştır (Yıldırım, 2011, s. 110).



Görüntü 11: 1893 yılında Henri Toulouse-Lautrec'in "Caudieux" nün afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2xDr5TR>).

"Amerika'da "Harper's", "Century" gibi dergilerin (Bkz. Görüntü 12.) yeni sayılarını tanıtan afişler bayilerin ilan tahtalarına asılırken, yeni çıkan kitap ve afişlerle tanıtılmaya başlanmıştır" (Bektaş, 1992, s. 27-28). Avusturya'da ise Koleman Mosser, Alfred Roller'in düzenlemeleri ve son olarak ta bu uslubu Amerika'da tanıtan afiş ve kitap tasarımcısı Willy Brandley'in çalışmaları sayılabilir (Serin ve diğerleri, 2006, s. 117).



Görüntü 12: 1897 yılında Maxfield Parrish'in "Century" dergisi için yapılan afiştten bir görüntü (<https://bit.ly/2ANjwvr>).

Tipografik yaklaşım konusuna özgür bir yaklaşım getiren Bradley, mevcut kural ve alışkanlıkları yadsımıştır. Bu dönemin diğer ünlüleri Edward Penfield (1866-1925), Ethel Reed (1874-1912) ve William Carqueville (1871-1946) gibi sanatçılardır (Bektaş, 1992, s. 29). Secession 1900'larda Viyana'da, yüksek burjuvanın himayesi ile aristokratik eserlerler veren, Sanatçılar Birliği'nin dağılmasının ardından, 1897 yılında Avusturya Sanatçılar Birliği'nden ayrılan bir grup sanatçı tarafından kurulmuştur. Bu kopuş ve ayrılma eylemi, 'Secession' olarak da harekete adını vermiştir (Yıldırım, 2011, s. 108).

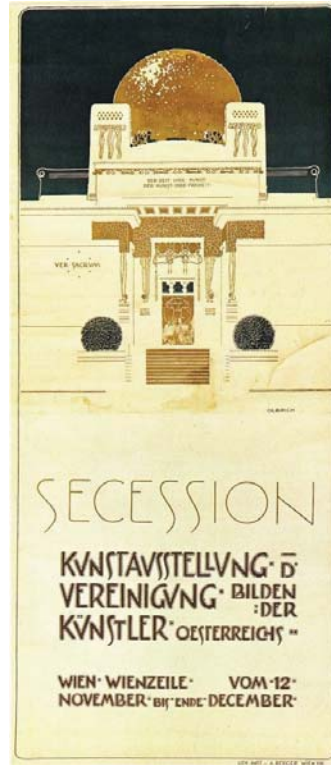
Avrupa dillerinde 'ayrılma' anlamına gelen 'Secessionstil' ... Sanatçılar Birliği Künstlerhaus sergilerinde yer almalarına izin verilmemesi gibi gözüксе de asıl neden geleneksek tutumla, Fransa, İngiltere, ve Almanya'dan gelen yeni düşünceler arasındaki çatışmadan kaynaklanmıştır. Bu başkaldırıyı yöneten ve Secession'a ilk başkan olan sanatçı ressam Gustav Klimt'tir... Art Nouveau'nun Fransa ve Almanya'da gelişen çiçek motifi üslûbuna karşı çıkmıştır. Geliştirdikleri tasarım dili geometrik formların tekrarından meydana gelirken mekanik ve katı olmayıp organik bir nitelik göstermiştir...Julius Klinger, Alfred Roller, Berthold Löffler ve Koloman Moser grafik tasarımına katkıda bulunan sanatçılardır (Bektaş, 1992, s. 29-30) (Bkz. Görüntü 13-17).

Art Nouveau sanatı ve 1896 - 1909 yılları arasında ulusal bir tarz olmayı başaran Judenstil (gençlik tarzı)'in başkenti, Münih'tir. Afiş ve ilanlarda fırça ile yaratılmış, örneği olmayan özgün harfler kullanılmıştır (Sarıkavak, 1993, s. 41). Art Nouveau esintileri tüm alanlarında etki göstermiştir; cam eşyalar, seramik, mücevherat, mimari, resim ve afiş sanatı, kitap illüstrasyonlarında kullanılmıştır. Art Nouveau akımında;

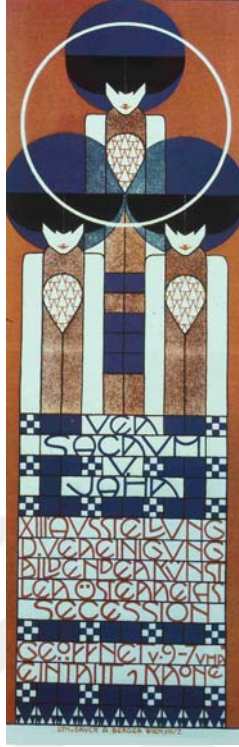
Süsleme aracı olarak çıplak kadın figürü kullanılmıştır. Figürleri, akıcı çizgilere uyum sağlayarak, en vazgeçilmeyen süsleme elemanı halindedir. Örneğin resimlerde sık kullanılan çiçek motiflerinin yanı sıra dalgın bakışlı, ince yapılı genç kadın figürleri sıklıkla ele alınmıştır. Art Nouveau sanatı sahip olduğu özgün üslubu ile günümüze kadar gelebilen görsel değerleri çağdaş sanat dünyasına kazandırmıştır. Bu akımla birlikte süsleme bir araç değil amaç haline gelmiştir. Süsleme yüzeysellikten çıkınca sanatçılar derinlemesine araştırmalara yönelmiş, böylece doğayı incelemeye başlamış ve doğanın bir yansıması olan bitkisel motifler boy göstermeye başlamıştır. Bu motifler grafik sanatına farklı bir kimlik kazandırmanın yanı sıra afiş tasarımına da değişik bir tasarım anlayışı getirmiştir. Bu etkiler belki de grafik sanatının günümüzde sahip olduğu önemin etkili bir basamağıdır. Ayrıca Art Nouveau akımı zanaatı sanatla bir düzeyde tutarak ikisinin de bir dayanışma içinde gelişmesini sağlamıştır (Ayaydın, 2015, s. 68-71).



Görüntü 13: 1898 yılında Gustav Klimt "Secession" afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2vnViTj>).



Görüntü 14: 1898 yılında Joseph Olbrich Secession binasının girişinin resimlendiği afişten bir görüntü (<https://bit.ly/2Jcfoou>).



Görüntü 15: 1902 yılında Koloman Moser “XIII. Ausstellung Secession” afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2M1GtPV>).



Görüntü 16: 1905 yılında Josef Hoffmann “Viyana Çalışma Atölyeleri” sergisi afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2kL2HpU>).



Görüntü 17: 1899 yılında Emil Rudolf Weiss “Die Insel” dergisi tanıtım afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2LVIVrP>).

Bugün bildiğimiz anlamda afiş sanatının gerçek başlangıcı 19. yy.’da teknolojik yenilikler ve basın özgürlüğünün elde edilmesiyle, basının bir sanayi haline geldiği dönemdir (Sağkol, 2014 s. 13). Afiş’in yükselişinde, Sanayi Devrimiyle ortaya çıkan üretim artışıyla birlikte reklam ve ilanlara ihtiyacın artması etkili olmuştur. 20. yy. yeni sanat akımlarının doğduğu bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Afiş tasarımı ortaya çıkan yaklaşım ve dilden etkilenecek gelişimine devam ettirmiştir. Bilimsel, kültürel, politik değişiklikler insanı ve etrafını kapsayan durum ve düşünceleri etkilemiş afiş sanatına da bu durum yansımıştır.

Becer’e göre (2009), Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Stil gibi modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişiminde büyük etkisi olmuştur. XX. yy.’ın başında patlak veren I. Dünya Savaşı, afişlerin propaganda amacıyla kullanılmasına bu yönüyle tanınmasına yol açmıştır. I. Dünya Savaşı boyunca ülkeler propagandalarını afiş yoluyla sürdürmüşlerdir. Savaş sonrası çıkan yeni sanat akımları, afişin anlatım olanaklarına çeşitlilik kazandırmıştır (Gümüşlü, 2008, s. 55-58).

Kübizm, 20. yy.'ın başında doğadan bağımsız bir tasarım kavramı yaratarak, yeni bir sanatsal gelenek ve görme biçimi başlatmıştır. Bu hareketin dahi sanatçısı Pablo Picasso'dur. Figürleri geometrik planlara dönüştürerek soyutlamıştır. İki boyutlu anlatımda perspektifin illüzyonuyla, iki boyutlu planlar, sınırları belirsiz bir değişkenlik vermiştir (Bektaş, 1992, s. 40).

Kübistler geleneksel resim kurallarını da zorluyor tuallerine değişik maddeler (metal, kum vs.) yeni etkiler sağlamaya çalışıyorlar “kolaj” tekniği sanat sahnesine geliyordu. Kübizm 20. yy'da afiş sanatındaki gelişimi de etkileyecekti. Afiş sanatı üzerinde Braque, Picasso ve Leger'in etkisi büyük olmuştur (Karamustafa, 1980, s. 41).

Ortaya çıkan kolaj tekniği, figürlerin iki boyutlu piktografik anlatım dili grafik tasarımın ivme kaydetmesine katkı sağlamıştır.

Yeni yüzyılla birlikte modernizmin yenilikçilik kaygısı dinamiğinde, tüm değerlerin sorgulanıp yeniden oluşturulması olgusu plastik sanatlarda kübizm ile somutlaşmıştır. Kompozisyonun kuruluşunda perspektifin belirliyciliğinin kaldırılması, tek bakış açısının kırılması, rengin işlevinin sorgulanması ve boya dışında başka maddelerin katılması Kübizm'e devrimci niteliği kazandıran unsurlardır. Kübizm'in deneyselliği I. Dünya Savaşı ile birlikte sona erdi ama etkileri savaş sonrası güçlü şekilde devam etti (Erden, 2014, s. 89).

Futurizm, Filippo Tomasso Marinetti'nin 1909'da Fransız gazetesi Le Figaro'da “Le Futurisme”i yayınlamasıyla başlayan bir İtalyan hareketidir. Batı sanatının geleneklerine karşı büyük bir enerjiyle yönelttiği küçümseme hareketidir (Little, 2006, s. 108).

Futurizmin “yeni hız dini” ne sarılan Marinetti ve diğer şairler, ressam ve heykeltıraşlar, makineyi – önce otomobili, daha sonra da uçağı – çağdaş ruhun bir totemi olarak efsaneleştirdiler. Futurist grafikte, makine çağına yakınlık, serbest şiir ve yansıyan sesler (onomatopeler) ile kendisini belli eden bir kinetik tarza dönüşmüştü (Sarıkavak, 1993, s. 86).

Marinetti ve arkadaşları bütün tipografi ve imla kurallarını altüst ederek yenilikçi bir tipografi dili geliştirmişlerdir. Özellikle Futurist şiirlerinde kullandıkları bu dinamik tasarım anlayışına “Özgür Tipografi” adı verilmektedir (Becer, 2009, s. 101). Tipografi Devrimi olarak adından söz ettiren akım, Konstrüktivistler ve De Stijl hareketinin genç sanatçı grubu tarafından benimsenmiştir.

Dada akımı 20. yy'da İsviçre'nin Zürih kentinde başlayan sanatsal ve edebi bir harekettir. I. Dünya Savaşı'na tepki olarak milliyetçilik düşüncesinin savaşıa sebep olduğunu d   nmekteydi. Diğer avangart akımların Kübizm, Fütürizm ve Ekspresyonizmin etkisiyle, performans sanatı, şiir, fotoğraf, heykel, resim ve kolaja kadar çeşitlilik arz etti. Dada'nın materyalist ve milliyetçi tavrı alaycılı ına takılan estetiği, hepsi kendi gruplarını oluşturan Berlin, Hannover, Paris, New York ve Köln'deki bir çok şehirde sanatçılar üzerinde güçlü bir etki yarattı. Hareket, Sürrealizm'in kurulmasıyla ortadan kalktı ancak fikirler, modern ve  a da  sanatın çeşitli koleksiyonlarının temel ta ları haline geldi. Savaşı ve gelenekçi sanatı protesto eden Dada akımı,  air Tristan Tzara  nderili inde bir grup genç sanat i ile birlikte kurulmuştur. Dada sözcüğünün bulunuşu bile rastlantısaldır. Geleneklere karşı çıkararak sınırsız bir özgürlüğü savunmuşlardır. Akımın grafik sanatlar alanındaki sanatçıları Kurt Schwitters, John Heartfield (Helmut Herzfeld) ve George Grosz olmuştur (Becer, 2009, s. 102).

Halkı bilinçlendirmek ve sosyal değişimi sağlamak i ini sanatsal etkinliklerin çoğunu görsel iletişime y neltilmi lerdir. John Heartfield, fotomantajın çarpıcı nitelikteki aykırı unsurlarını biraraya getirme özelliğini, güçlü bir propaganda silahı olarak, Weimer Cumhuriyeti ve büyümekte olan Nazi Partisini, a ı , kitap kapağı, politik illüstrasyon ve karikatürlerinde hedef almıştır. Ressam ve grafik sanatçısı George Grosz da çizdiği karikatür ve hicivleriyle yozla mı  olan toplumu ele tirmi lerdir. Alaycı ve a a ılayıcı tavrıyla toplumsal değerleri kökünden sarsan Dadaizm, 1912-1922 yıllarında resim, edebiyat, tiyatro ve müziği içine alan sanat dallarına olduğu kadar grafik tasarımda da görsel diline devrimci yenilikler getirmiştir (Bektaş, 1992, s. 49).

Dada akımından etkilenerek temellerini bu akıma dayandıran Sürrealizm (ger ek st c l  k) Fransız yazar Andre Breton öncülüğünde 1924 yılında Paris'te kurulmuştur. Dadaizmin  nc s  Breton'un "Manifesto du Surrelisme" (S rralizm'in Manifestosu), yayınlanarak hareketin kurulu u ilan edilmiştir. S rrealizme, bir sanat akımı olarak 1920'lerde ortaya çıkışından çok daha önceleri de rastlanmaktadır.

16. yy.'da Arcimboldo'nun eserlerini veya 19.yy'da Grandville'in fantazilerini aynı dönemde Killinger'in insan formlarından oluşan manzara içeren posta kartlarını örnek olarak gösterebiliriz (Karamustafa, 1980, s. 54).

Sürrealizm grafik tasarım konusunda, hayal gücü, düş, sezgi gibi soyut kavramların somut görsel terimlerle ifade edilmesini kavramların görsel olarak anlatılma sürecini başlatmıştır. Sürrealizm, somut nesnelerin alışlagelmiş mantık zinciri dışında, bambaşka bir bağlamda kullanarak, izleyicide şok etkisi yaratarak akılda kalıcılık açısından çok etkili unsur olması nedeniyle, grafik tasarım tarafından uyarlanmıştır. Sürrealizm...grafik tasarımın görsel dilini zenginleştirmiştir (Bektaş, 1992, s. 52).

1920'lerin başında Rusya'yı etkisi altına alan Süprematizm, Rus sanatçı Kazimir Malevich tarafından ortaya çıkmıştır. Mistizme yaklaşan radikal ve deneysel bir projedir. Soyut geometriciliği benimseyen bir resim anlayışıdır. Maleviç sanatı objeye bağlı olan görüşten kurtarmaya çalışmıştır, bunu Kübizm ışığında yapmıştır. Konstrüktivistler gibi faydacılığı savunmalarına rağmen onlardan farklı ferdiyetçi bir tavır benimsemişlerdir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Süprematizm>). 20. yy'da Rusya'da ortaya çıkan son ve en etkili modern sanat hareketidir. Kübizmi, Süprematizm ve Futürizm'den etkilenmiştir. Bolşevik Devrimiyle Konstrüktivist sanat anlayışı ortaya çıkmıştır. Konstrüktivistler sanatın doğrudan modern endüstriyel dünyayı yansıtmayı gerektiğini düşünüyorlardı. Kurucusu Vladimir Tatlin' dir. 1921 yılında Tatlin ve genç sanatçı arkadaşları "Lef Dergisinde" bir manifesto yayınladılar. Konstrüktivist sanatın temaları çoğunlukla geometrik formlar ve deneysel yaklaşımlar hakimdir. Resim, heykel ve mimari alanlarında etkisini göstermiştir.

1924 yılında Leningrad Kültür Organizyonu Konstrüktivizmi benimsedi. Afiş sanatı bu dönemde etkileyici bir içerik ve biçim kazanmaya ve kitlelere mesajı etkili bir biçimde ileten bir sanat dalı gözüyle bakılmaya başladı. Rodolhenko, Stenberg Kardeşler, Prasakov, Dsiga Vertov, Lissitzky dönemin önemli afiş sanatçılarıdır. Hepsi fotomontaj tekniğinden faydalıyor fakat kendi anlatımları içinde çağdaş ve ilerici anlamda tasarımlarına uyguluyorlardı (Karamustafa, 1980, s. 48).

Konstrüktivizmin etkisiyle ortaya çıkan ve çok ses getiren Lissitzky'nin "İki Karenin Öyküsü" ve "Beyazları Kırmızıya Kamayla Vurun" adlı politik afişi yenilikçi çalışmaların en önemlilerindendir. Konstrüktivizmin en etkin temsilcilerinden Rodschenko, tipografi, montaj ve tasarım yapma konusunda öncü olmuştur (Bektaş, 1992, s. 63).

1919'da Güzel Sanatlar Akademisi ile Weimar Uygulamalı Sanat Okulu'nun birleşmesiyle müdür olarak atanan mimar Gropius ilk iş okulu yeniden yapılandırmaktadır. William Morris'in El Sanatları atölyelerini modelini izleyerek buraya Bauhaus adını verdi (Sarıkavak, 1993, s. 123).

De Bauhaus afişlerinde yazılar resimlerin yerine geçer. Biçim ve yazının beraberliği Bauhaus afişine karmaşık bir zenginlik katar. Başlangıçta Bauhaus afişleri başlangıçta belli bir kitle tarafından kabul edilmesine olanak versen uzun vadede Bauhaus Avrupa afiş sanatı etkilemiştir (Bkz. Görüntü 18). Özellikle Almanya'nın Nazi'ler işgalinden sonra İsviçre'de yayınlanan afişler etkili bir gerçekçiliğe dönüşmüştür. Stijl ve Bauhaus hareketlerinin sanat ve mimaride etkileri uzun sürdü. Hollanda'da başlatılan De Stijl hareketi, basit kare veya dikdörtgen şekillerden yola çıkıyor ve ana renkleri kullanılmasıyla kısıtlamaktadır. Sanatçı Piet Zwart bu biçimci disiplin içinde Tipografik düzenlemeleri özgürce etkileyici bir biçimde sergilemektedir (Karamustafa, 1980, s. 49-50).



Görüntü 18: 1923 yılında Joost Schmidt "Bauhaus Sergisi" afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2OKxFfA>).

Dada, Ekspresyonizm, De Stijl ve Konstrüktivizm etkilenmiş Bauhaus tasarım çalışmaları gösterilmektedir. Bauhaus afiş tasarım da öncü olan sanatçılar; Herbert Bayer, Laszio Monoly- Nagy, Wassily Kandinsky, Joost Schmidt, Hendrik Nicolaas Werkman, Jan Tschichold olarak gösterilmektedir.

I. Dünya savaşıdan sonra, “Modernizm”le makine ve teknolojiye duyulan güven sanat ve tasarıma da yansımıştır. Leger’in mekanik, makine ürünü, endüstriyel biçimleri benisemesi bunların önemli birer tasarım kaynağı haline gelmesini sağlamıştır. Grafik tasarımcılar arasında, E. McKnight Kauffer ve A.M. Cassandre yaratıcılıkta olağanüstü başarı göstermiştir. Kauffer afiş tasarımlarında modern sanat konularını ve ilkelerini kullanmıştır, özellikle Kübizm ve diğer sanat ilkelerinden yararlanarak ürünler ortaya koymuştur (Bektaş, 1992, s. 97). Cassandre, nesneleri yalınlaştırıp ikonografik biçimlere dönüştürerek sentetik kübizme yaklaşmıştır. Reklam grafiğinde sıkça kullanılan tasarım üslupları ve tipografi, Art Deco stiline biçim vermiştir (Becer, 2009, s. 105). Bu biçimde örnekler veren sanatçılar; Paul Colin, Casandre, ve Jean Carlu’dur.

Polonya afiş tasarım sanatçıları, ulusal bağımsızlık espirisini ve ulusal gururu pekiştiren, ülkelerine saygınlık kazandıran uluslararası bir anlatım gücü oluşturmuştur (Bkz. Görüntü 19). Varşova Ulusal müzesi müdürü Prof. Stanislaw Lorentz sanat galerisinin içerisinde bir afiş bölümü tahsis etmiştir. Janima Fijalkowska genel hatlarını geliştirmiştir (Bölükoğlu, 1998, s.48). 1966’da ilk Dünya Afiş Bienali’ni gerçekleştirerek binlerce grafik tasarımcının eserlerini ellerindeki zengin koleksiyonla birleştirerek ilk kez “Afiş Müzesi” kurmayı başarmıştır (Ertel, 1974).



Görüntü 19: 1966 yılında Jan Lenica “Der Soldat” afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2JIXxPj>).

Post Modernizm, II.Dünya Savaşı’ndan sonra “Modernist” eğilimlere karşı tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bu akım tüm tanımlamalarda olduğu gibi, modernliğe karşı bir isyan olarak karakterize edilir.

Postmodernizm, modernizmin “sonrası ve ötesi” anlamında bir tanımlama olarak kullanılmaktadır ve modern düşünceye ve kültüre ait temel kavram ve perspektiflerin sorunsallaştırılmasıyla ve hatta bunların yadsınmasıyla birlikte yürütülmektedir. Modernist sanat biçimleri ve uygulamalarından koptuğu iddia edilen bir dizi kültürel yapıntıyı tanımlayan mimarlık, felsefe, edebiyat, güzel sanatlar gibi alanlarda yeni kültürel biçimlerin işaretleri olarak başlamıştır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Postmodernizm>).

1970’lerde Modernizm’i reddeden Post-modernist felsefe, bireyi temel aldı. Akılcı iletişim ve tasarım ilkeleri kenara itildi. Post-Modernist tasarımların çoğuna öznel bakış açısı hakim oldu. Neville Brody, Duffy Design Group Grapus ve Rudy Vanderlans Post-Modern yaklaşımın başarılı örneklerini verdiler (Becer, 2009, s. 111).

1.4. TİYATRO VE TİYATRO AFİŞLERİNİN TÜRKİYE'DEKİ GELİŞİMİ

Türk tiyatrosu denilince, Türkçe konuşan ulusların tiyatrosu akla gelmektedir. Ancak çağ ve yer bakımından sınırlamalara gidilerek yalnız Türkiye Türklerinin tiyatrosunu bu bölümde incelenmiştir. Bir sahne sanatı olan tiyatronun temeli anlatma ve taklit etmeye dayanmaktadır. Yunanca'da "seyirlik yeri" anlamına gelen theatron'dan türetilmiş olan tiyatro, bir öyküyü, sahne olarak ayrılmış bir yerde, oyuncuların söz ve hareketleriyle canlandırma sanatıdır. Tiyatro da başka sanatlar gibi dinsel törenlerden doğmuş, sonra dinden bağımsızlaşarak sanatlaşmıştır (Boyacıoğlu, 2004, s. 206).

Tiyatronun tarihine ve kaynağına dair çok şey söylene de tiyatronun temel kaynağı esasen yaşamdır. İnsandan beslenen ve insanı doğrudan anlatan bir sanat olması bakımından önemli bir yeri vardır. Aynı zamanda hayatın tüm gerçeklerinin her yönüyle sunulabildiği bir alan olan tiyatro, insanın gerek bireysel, gerekse toplumsal açılardan özeleştiri yapabileceği, empati kurabileceği bir sanattır (Altunbay, 2014, s. 311).

Temel anlamda tiyatro; "oyun, oyuncu, sahne ve izleyici gibi temel öğelerden oluşan bir sanat dalıdır" (Çalışlar, 1995, s. 631). Kültür bakanlığının yayınlamış olduğu tiyatro ansiklopedisi'nde ise tiyatronun gelişim hakkında şu bilgilere rastlanmaktadır;

Dramatik evrimin bu kendine özgü gelişimi Yunan'da açıkça görülür. Doğada doğum ve ölümü simgeleyen bereket tanrısı *Dionysos* adına yapılan törenlerde kendisiyle ilgili bir öykünün ezgisel olarak söylenişinden (iki kez doğan anlamında) *dithyrambos* doğmuş; *dithyrambos* korosuna bir prolog-konuşma (diyalog) eklemesiyle, koroya yanıt veren bir kişinin yer almasıyla ilk oyuncu doğmuştur. Bu anlamda, Dionysos şenlikleriyle birlikte tiyatro kendi oluşum sürecine girmiştir (Çalışlar, 1995, s. 638).

Tiyatro'nun gelişim tarihi ve süreci hakkında çalışmalar yapmış tiyatrobilimci, yazar, yönetmen eleştirmen olarak tanınan Prof. Dr. Özdemir Nutku'ya göre;

Tiyatro, birlikte yaratma ve topluca katılma başarısı ile bir yapıt ortaya çıkarabilir. Burada bir çok güç ve bu güçlerin yeteneği söz konusudur.

Oyun yazarının yapıtını tamamlayabilmesi için çok sayıda sanatçıya ve teknik elemana ihtiyaç vardır. Tiyatro olgusu yalnızca oyun yazarı ile değil, onun yanısıra dramaturgun, yönetmenin, oyuncuların, dekor ve kostüm sanatçılarının, ışıkla uzmanının, bestecilerin, dansçıların, çalgıcıların, fotoğrafçıların, sahne ve sahne gerisi teknik adamlarının birlikte yaratmasıyla varolur. Ancak tiyatro yapıtının tamamlanmasında bunlar da yeterli değildir: tiyatro yapıtının doğması, yaşaması ve soluk alabilmesi için yüzlerce akla, yüzlerce duyuya ve yüzlerce anlayışa ve algılaya yeteneğine seslenebilmesi zorunludur. Tiyatro olgusu ancak seyircinin tepkisi ile gerçekleşebilir (Nutku, 1972, s. 77).

Tiyatro ile ilgili genel incelemenin ardından Türk Tiyatro ve Tiyatro afiş gelişim sürecinde, Türkiye’de afiş sanatı, 1727 yılında Osmanlı Devletinin son dönemlerinde “Darü’t Tıbaati’l Amire” isimli matbaanın İstanbul’un Yavuz Sultan Selim semtinde, İbrahim Müteferrika tarafından kurulmasıyla başlamıştır. Cumhuriyet öncesi dönemde Türk afiş tasarım örneklerinin olduğu bilinmektedir. Özellikle Balkan Savaşından sonra, halkı bilinçlendirmek ve yardım çağrısında bulunmak için (yetimlere yardım için) sadece yazıyla yazılmış taş baskı afişler kahvehanelere asılmıştır. Günümüz de İstanbul Şehir Tiyatroları olarak varlığını sürdüren, Darülbedayi’l, Ferah Tiyatrosu için yapılan afişlerin ülkemiz ilk afiş örnekleri olduğu bilinmektedir.

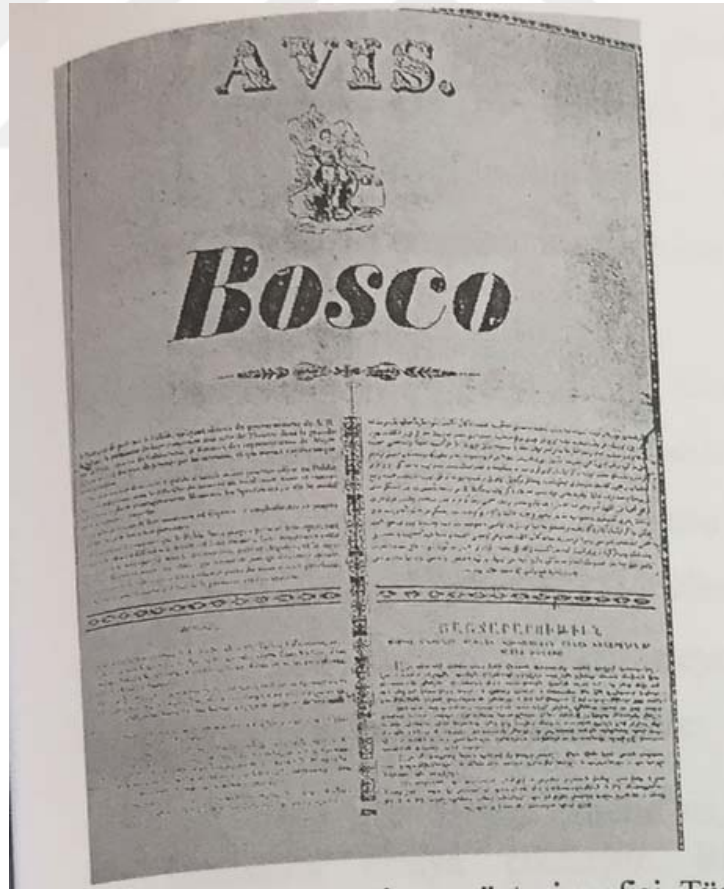
Türkiye’de afiş tasarımı, önceleri yardım dernekleri ve tiyatro gibi konularda arap harfleriyle daha çok yazılı afişler yapılmıştır. Zamanla bunların yerlerini, yurt dışından gelen tüketim ürünlerine yönelik afişler almaya başlamıştır. Bu afişler, ilaç, giyim, çikolata, bisküvi gibi genellikle tüketim ürünlerine yöneliktir. XVIII. yüzyılda ise litografi yani “taşbaskı” tekniğinin ortaya çıkmasıyla afişler renkli hazırlanmaya başlanmıştır. Kısa zamanda resim sanatçılarının ilgisini toplayan bu yeni yöntem ofset baskı sisteminin de temelini atmıştır. Gerek yurt içinde üretilen, gerekse yurt dışından getirilen afişlerin ortak noktası sokaklardan çok, kahveler, tiyatro gişeleri ve dükkan gibi iç mekanlarda kullanılmaktadır. Dış ülkelerde afiş en parlak dönemini yaşadığı yıllarda ülkemiz bu konudan çok uzaktır (Yeraltı, 2005, s. 174-175).

Tepecik’e göre (2002), ülkemizde ilk afiş örnekleri matbaanın kurulması tiyatronun yaygınlaşması, sinemanın doğuşu ve gelişmesi ile kendini göstermiştir. Türk tiyatrosunun gelişim süreci, geleneksel tiyatrodan ayrı Batı etkisinde Türk tiyatrosu 3 döneme ayrılmaktadır: 1839-1908 arası Tanzimat ve İstibdat

Tiyatrosu, 1908-1923 arası Meşrutiyet Tiyatrosu ve 1923'ten günümüze kadar Cumhuriyet Tiyatrosu olarak ayrılmıştır (Gümüslü, 2008, s. 164).

1839 Tanzimat Fermanının öngördüğü ilkeler doğrultusunda Batıya yönelen Osmanlı toplumuna girişi, geleneksel Türk tiyatrosuna olumlu katkıda bulunurken, onun çağdaş doğrultuda gelişimini engellemiştir... yazılı metne geçilmiş, yabancı yazarlardan yapılan çeviri ve uyarlamalar yanında Türk yazarları da oyun yazmaya başlamışlar... Batı modeli tiyatronun Türkiye'ye gelmesi sonucunda çerçeve sahneli yeni tiyatro yapıları kurulmuş, topluluklar bu tiyatrolarda düzenli olarak oyun sergilemeye başlamışlardır. Böylece tiyatroyu kurumsallaştırma yönünde önemli bir adım atılmıştır (Bürge, 2010, s. 159).

1840'da İstanbul'a gelen Bosco adlı bir İtalyan illüzyonistinin dört dilde bastırdığı iki afişle, gösterilerin Galatasaray Lisesi'nin karşısında kurulan tiyatrodan yapıldığı duyurulur (Bkz. Görüntü 20). Türkiye'de ilk tiyatro oyunu İbrahim Şinasi'nin *Şair Evlenmesi*, Naum Tiyatrosunda İstanbul 1859 sahnelenmiştir.



Görüntü 20: 1858 yılında Bosco Tiyatrosunun gösterimi için hazırlanan tiyatro afişinden bir görüntü. Türkiye'de bir tiyatroya asılan ilk afiş (Gümüslü, 2008, s. 167).

Metin And arşivindeki bu afişler, sonraki dönemin diğer örnekleri gibi sadece “duyuru” amacıyla hazırlanmıştır. Afişin sanatsal tadlar da kazanması için daha uzun süre beklememiz gerekmektedir. Yüzyılın ötesinde günümüze ulaşmış olan diğer bir dizi afişin konusu da tiyatrodur. Yine Metin And arşivinde bulunan ve 1880’li yıllarda basılmış bu afişler, Osmanlı Tiyatrosuna aittir. Bugün afiş denildiğinde karşımıza çıkan ebatlara pek de uymayan ve ince uzun bir görünüm taşıyan bu afişlerde, yazı ön plandadır. Zaman zaman da, tiyatronun logosu, veya oyunla ilgili bir desenin afişte yer aldığı görülürdü (Akçura, 1994, s. 28-29) (Bkz. Görüntü 21).

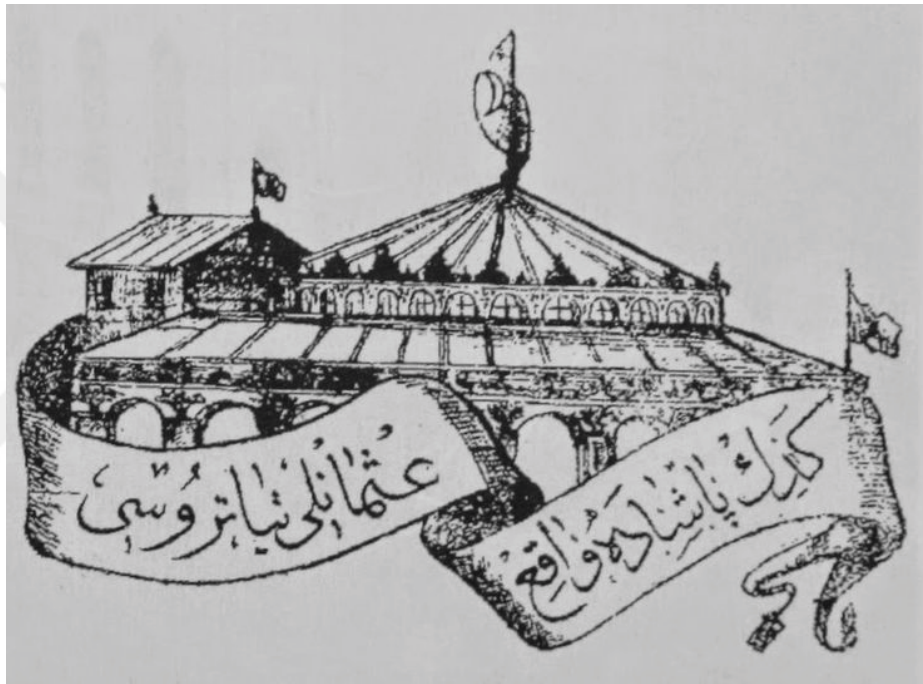
Türkiye’de Tiyatro üzerine yazarlık, eğitmenlik ve araştırmalar yapan Şener’e göre (1999), Tanzimat tiyatrosu, dönemin aydınlarının görüşlerini, ülkülerini, günlük yaşamdan gözlemlerini yansıtmakla beraber, konuların seçilişinde ve işlenişinde Avrupa, özellikle Fransız yazarların etkisi görülmektedir.



Görüntü 21: 1884 yılında Osmanlı Tiyatrosu “Kızıl Köprü” oyunu için hazırlanan tiyatro afişinden bir görüntü (Akçura, 1994, s. 30).

Kasparyan 1863 yılında Gedikpaşa'da Tahta tiyatro kurmuştur (Bkz. Görüntü 22). Güllü Agop'un Osmanlı tiyatrosundan temsiller sunulmuştur. İlk profesyonel topluluk olması bakımından önemli olan bir topluluktur (And, 2015, s. 82)

Ancak, ilk tiyatroların daha çok gayrimüslimler tarafından kurulduğu ve bu sanatın onların tekelinde olduğu bilinmektedir. Daha sonra 1867'de kurulan ve gayriresmî Osmanlı Tiyatrosu önem kazanır. Ancak dönemin anlayışına ters düştüğü gerekçesiyle bir süre sonra kapatılan Osmanlı Tiyatrosu, bu alanda tekrar bir boşluğun meydana gelmesine yol açmıştır (Altunbay, 2014 s. 312).



Görüntü 22: 1863 yılında "Gedikpaşa Tiyatrosu" için hazırlanan amblemden bir görüntü (<https://bit.ly/2nelA4N/>).

Güllü Agop 1892 yılında II. Abdülhamit'in Saray Tiyatrosuna alınır. Bu dönemden sonra Saray Tiyatrosu dışındaki kumpanyalar ihbarlar üzerine baskı altına alınır. II. Abdülhamit'in emriyle *Gedikpaşa Tiyatrosu* yıkılmıştır. 1841'de kurulan ve ismi *Evtepe* olan Ortadoğu'nun halka açık ilk tiyatrosu İzmir'de kurulmuştur. Bunun yanı sıra İstanbul'da Reşat Rıdvan'ın kurduğu (1848) *Sahne-I Heves* Tiyatroları, Ermeni vatandaşların katkıları olmadan kurulan kumpanyalardır (Gümüşlü, 2008, s. 167-168)



Görüntü 23: 1914 yılında Hattat Nuri bey tarafından “Darülbedayi Tiyatrosu” için hazırlanan ambleminden bir görüntü (<https://bit.ly/2M8Zfof>).

Meşrutiyet Tiyatrosu başlangıcı, Meşrutiyet’in ilan tarihi olan 23 Temmuz 1908’dir. İstibdat yönetimi yerine daha özgür bir yönetimin gelmesi demek olan bu başlangıçla beraber Meşrutiyet Tiyatrosu başlangıcı olarakta kabul edebiliriz (Nutku, 2013, s. 85).

28 Haziran 1914’te “*Konservatuvar*” yerine “*Güzellikler Ev*” anlamına gelen “*Darülbedayi*” denmesi kabul edildi. Okulun logosu hattat Nuri Bey’e ısmarlandı (https://tr.wikipedia.org/wiki/Darülbedayi#cite_note-angora-4) (Bkz. Görüntü 23). Tiyatroyu yine Batı formunda ele alan Darülbedayi’nin ilk oyunu *Çürük Temel* adlı tiyatro eseri 20 Ocak 1916 yılında sahnelenmiştir (Bkz. Görüntü 25). Darülbedayi’nin ilk gösterimi Halit Fahri’nin *Baykuş*’adlı oyunudur. Oyunu Muhsin Ertuğrul sahneye koymuştur (Nutku, 1972 s. 746). Türk tiyatro tarihinin ilk yazılı eserlerinin verildiği bu dönemde tiyatro yazarı Muhipzade Celal Efendin Meşrutiyet döneminin önemli yazarlarından olmuştur (Bkz. Görüntü 24).



Görüntü 24: 1914 yılında Mühipzade Celal Efendinin “İstanbul Efendisi” İlk temsili için hazırlanan ilanından bir görüntü (Cumhuriyet dönemi öncesi afiş tasarımına örnek) (Arpad, s. 18)



Görüntü 25: 1916 yılında Hüseyin Suat'ın Fabre'den çevirdiği “Çürük Temel” ilk temsili için hazırlanan ilanından bir görüntü (<https://bit.ly/2vp591r>).

Ülkemizde ilk afiş bu yüzyılın ilk çeyreğine doğru başlamışsa da yapılan ilk örneklerin neler olduğu, kimlerin elinden çıktığı bilinmemektedir. Bu konunun ilk gerçek ustası İhap Hulusi'dir (Türk Grafik Sanatçıları, 1989, s.-). Afişlerinde kullandığı teknik ve uslub hocası Prof. Ludwing Hohwein'in izlerini taşır. Kurgularında fotoğraftan yararlanmıştı. Afişe vermek istediği vurguyu fotoğraf yoluyla hazırladığı mizanselerle vermektedir (Serin ve diğerleri, 2006, s. 118). 1923'te Almanya'dan göndermiş olduğu çalışmalarla İstanbul'da ilk afiş sergisini açmıştır. Bu sergi Türkiye'deki *ilk afiş* sergisidir. Sanatseverler bu yeni imzanın getirdiği usluba hayran olmuştur. Büyük ilgi gören sergisinden iki yıl sonra ülkemize dönmüştür (Yurdakul, 2002, s. 103). 1925 yılından sonra Türkiye'ye dönerek en etkin eserlerini oluşturmaya başlamıştır.

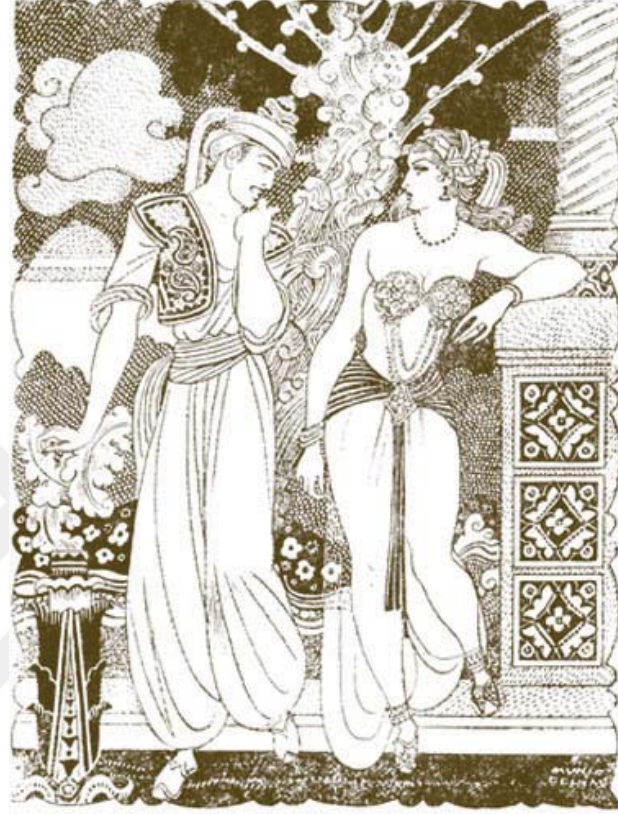
1929'da ilk atölyesini kurduktan sonra Atatürk'ün siparişi üzerine Alfabe'nin kapağını tasarlamıştır. Özel bankalar için çeşitli afiş ve ilanlar tasarlamış Teyyare Piyangosu (Milli Piyango) idaresi için 45, Tekel idaresi için 35 yıl hizmet vermiştir. Yurt dışında da adını duyurarak Bayer, İngiliz viskisi John Haig, İtalyanların Cinzano ve Fernet Branca'sının afiş ve etiketleri İhap Hulusi tarafından yapılmıştır (Merter, 2008, s. 7).

O zamanlar teknolojik olanaklar günümüzdeki gibi gelişmemiş afiş düzenlemeleri el becerisine dayanmaktaydı. Afiş tasarımının yoğun çaba gerektirdiği bu yıllarda İhap Hulusi onbine yakın afiş üretmiştir (Serin ve diğerleri, 2006, s. 121). İhap Hulusi afiş siparişlerinin çoğunu bankalardan almaktaydı.

1926 yılı tiyatro gelişimi açısından canlı geçmiştir, Basında Darülbeydi'ye çeki düzen verilmesi önem ve yer kazanmıştır (And, 2015, s. 186). 1927'de, Darülbeydi'nin başına geçen Muhsin Ertuğrul, izleyiciye sunduğu çağdaş çeviri oyunlarla, sahneleme, oyunculuk ve dekor kullanımıyla bugünkü çağdaş Türk tiyatrosunun temellerini atmıştır (Bürge, 2010, s. 160). Bu yeni dönemde ilk yerli tiyatro oyunu *Baykuş* adlı Halit Fahri'nin eseri sahnelenmiştir.

Ferah tiyatrosu, o dönemde faaliyet yürütmekte olan Direkler arası gibi toplulukların kapılarını ilk grafik ustalardan sayılan Münif Fehim'in (1900-1983) tiyatro dekorlarının yanı sıra fener afişleri yaptığı, bu afişlerde karikatür öğesini kullanarak halk tarafından ilgiyle karşılandığı

bilinmektedir. Tiyatrodaki gelişmelerle birlikte, tiyatronun kapılarına asılan elle yapılmış fener afişleri denilen, çoğunlukla tabelacılara yaptırılan afişlerin yanı sıra, Cumhuriyet öncesi el ilanlarının bir süre devam ettiğini gözlemek mümkündür (Gümüşlü, 2008, s. 169) (Bkz. Görüntü 26).



Vâde-i vasile aldın sabrımız ârâmımız
Olmadı bir gün visâlinde müyesser kâmımız

Görüntü 26: Münif Fehim Özarman'ın karikatür unsurlar taşıyan afiş tasarımı bir görüntü (<https://bit.ly/2OljJN>).

Bugün afiş denildiğinde karşımıza çıkan ebatlara pek de uymayan ve ince uzun bir görünüm taşıyan bu afişlerde, yazı ön plandadır. Zaman zaman da, tiyatronun logosu, veya oyunla ilgili bir desenin afişte yer aldığı görülürdü. Ama afişin sanatsal bir olay olabilmesi için Cumhuriyet'i ve ilk ustayı, yani İhap Hulusi'yi beklememiz gerekmektedir...İhap Hulusi'den sonra birçok başarılı afiş sanatçısının ortaya çıktığı görüldü. Bunlar arasında, 60'lı yıllara kadar uzanan süreç içinde, adı ilk akla gelenler Kenan Temizan, Mithat Özar, Tarık Üzmen, Orhan Omay, Atıf Tuna, Namık Bayık, Selçuk Önal, Mesut Manioğlu ve Sait Maden'dir (Akçura, 1994, s. 29).

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde broşürü anımsatan tanıtım belgelerine rastlamak mümkündür. Bu broşürler genellikle A4 boyutunda ya da 30x42 cm. formundadır (Gümüşlü, 2008, s. 170).

Cumhuriyet dönemi, tiyatro üzerinde de siyasal ve anayasal alt dönemlere ayrılmaktadır. Bunların ilki, 1923-1945 tek partili dönem olmasına karşın tiyatro açısından canlı bir dönemdir (And, 2015, s. 159). 1936 yılında Almanya'dan *Carl Albert* tiyatro bölümünün düzenlenmesi için getirtilmiştir. Devlet Konservatuvar'ının gelişmesinde ve temellerinin atılmasında katkısı çok büyüktür (And, 2015, s. 172). İkinci dönem ise, 1945-1950 çok partili sisteme geçiş döneminde iktidar partisi *Devlet Tiyatrosu Kanunu* gerçekleştirmiştir. 1949 yılında *Devlet Tiyatroları* kurulmuştur (Bürge, 2010, s. 160). Ayrıca 1947 yılında yapımı tamamlanan *İstanbul Açık Hava Tiyatrosu*'nu işlevsel duruma Muhsin Ertuğrul getirmiştir (Nutku, 1972, s. 784). Cumhuriyet döneminde ticaret ve sanayinin büyümesiyle birlikte afiş sanatı ilerleme göstermiştir. Afiş sanatındaki asıl ilerleme Cumhuriyet döneminde söz konusu olmuştur (Tepecik, 2002, s. 73).

Darülbeydi, genellikle gösterimler için afiş hazırlamaya önem vermiştir. Çoğunlukla bu afişler için yazı düzenlemeleri biçimi tercih edilmiş ve boyut olarak 70x100 ölçüsü benimsenmiştir. İlk kez olarak Türkiye'de tiyatro afişleri geleneğinde kurumsal kimlik çağrıştırmayı yapan bu düzenlemelerin sağ üst tarafına her zaman Darülbeydi'nin amblemi yer almıştır. Parça parça kalıplara basılmıştır. Çünkü o dönemde 70x100 tipo kalıbı yapılmamaktadır. Tipo kalıbının tiyatro afişlerinde 30x40 boyutundan büyük kullanımı ancak 1939 'da gerçekleşebilmiştir (Gümüşlü, 2008, s. 171-172) (Bkz. Görüntü 27).



Görüntü 27: Darülbedayi'nin amblemin de yer aldığı tiyatro oyunu afişinden bir görüntü (Gümüşlü, 2008, s. 172).



Görüntü 28: Türkiye Cumhuriyet'inin kurucusu ulu önder Mustafa Kemal Atatürk (<https://bit.ly/2JUoFF2>).

Tiyatro alanında eserleri ve araştırmaları bulunan Buttanrı'ya (2013) göre, Cumhuriyet dönemi tiyatrosunu destekleyen, değer veren öldüğü yıl olan 1938'e kadar desteğini çekmeyen Atatürk,

1923-1946 yıllarında tiyatromuza Atatürk'ün düşünceleri damgasını vurmuştur...Bu dönemde oyuncu yetiştiren okulların açılmasını sağladı. Kadının sahneye çıkmasını ve temsillerin kadınlı erkekli birlikte izlenmesine öncülük etti. Tiyatro sanatçılarına saygı gösteren, masasına davet eden Atatürk, onlara iltifatlar etti...Atatürk'ün 1930'da Ankara'da bulunan Darülbeydi sanatçılarına hitaben yaptığı konuşmadaki şu sözleri meşhurdur: *"Efendiler hepiniz mebus olabilirsiniz, vekil olabilirsiniz hatta reisicumhur olabilirsiniz, fakat sanatkar olamazsınız. Hayatını büyük bir sanata vakfeden çocukları sevelim"* (Buttanrı, 2013, s. 124-125) (Bkz. Görüntü 28).



Görüntü 29: 1930 yılında oyuncu portlerinin kullanıldığı Kasımpaşa Tiyatrosu "Fahişe" adlı tiyatro oyunu afişinden bir görüntü (Akçura, 1994, s. 28).

Cumhuriyetimizin ilk otuz kırk yılı boyunca, afiş sanatımızda önemli gelişmeler oldu...Tiyatromuzda Osmanlı döneminden kalma duyuru-afiş

geleneği sürmekteydi (Bkz Görüntü 29). Estetik bir değer taşıyan tiyatro afişlerinin ortaya çıkması için, tiyatronun, diğer ticari alanlarda olduğu gibi, para kazandırması gerekiyordu. 1943 yılında açılan Ses Opereti böyle bir aşamaya işaret eder. Bu topluluğun afişlerinde, operetin uçucu görünümüne paralel olarak, sinema afişlerini andırır bir illüstrasyon anlayışının egemen olduğu görülüyor (Bkz. Görüntü 30). Söz konusu afişleri A. Torun (Armenak Torunyan) imzasını taşıyordu. Hemen ardından gelen Karaca tiyatrosu da, ticari de olsa belli bir estetik değer taşıyan afişler yaptırdığı gözlenir (Akçura, 1994, s. 30).

1950'lerde tiyatro sahnelerinde toplumsal sorun ve kaynakları irdeleme aşamasına geçilmiştir. Bu dönem Türk tiyatrosu yeni yazarları: Aziz Nesin, Haldun Taner gerçekçi dram alanında yeni biçim denemelerinde bulunmuşlardır (Bürge, 2010, s. 160). 1953 yılında Haldun Taner'in öncülüğünde tiyatro üniversiteye girmiştir. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'ne Tiyatro Tarihi dersi konulmuştur (And, 2015, s. 174).

Bu dönemde Devlet Tiyatrosu'nun bazı afişlerinde Turgut Zaim, Hüseyin Mumcu ve Tarık Levendoğlu'nun imzası vardır. Bu afişler, oyunların sahne tasarımı yapan sanatçıların, afişlere mecburen el atması sonucu oluşmuştur (Akçura, 1994, s. 31). Devlet Tiyatrosu gelişimini sürdürmüş Ankara, İstanbul ayrıca Anadolu'nun çeşitli kentlerine yayılmıştır. Küçük sahne ve özel tiyatrolar bu dönemde kurulmuştur (And, 2015, s. 188-189).



Görüntü 30: 1943 yılında A. Torun (Armenak Torunyan) “Ses Opereti” için yaptığı afişinden bir görüntü (Akçura, 1994, s. 31).

Bu dönemde Devlet Tiyatrosu’nun bazı afişlerinde Turgut Zaim, Hüseyin Mumcu ve Tarık Levendoğlu’nun imzası vardır. Bu afişler, oyunların sahne tasarımını yapan sanatçıların, afişlere mecburen el atması sonucu oluşmuştur (Akçura, 1994, s. 31). Devlet Tiyatrosu gelişimini sürdürmüş Ankara, İstanbul ayrıca Anadolu’nun çeşitli kentlerine yayılmıştır. Küçük sahne ve özel tiyatrolar bu dönemde kurulmuştur (And, 2015, s. 188-189).

1959 yılında Muhsin Ertuğrul, Karaca Tiyatro’da Kenter kardeşlerle “Salıncakta’da İki Kişi”yi sahnelerken, afişi Mengü Ertel’in yapmasını ister. Mergü Ertel’in bile elinde bulunmayan afiş, Tiyatro afişimizin başlangıcını gösterir (Akçura, 1994, s.

31). Döneme damgasını vuran tiyatro toplulukları: bu dönemin en ünlü topluluğu Karaca Tiyatrosu ve Haldun Dormen'in Cep Tiyatrosu'dur. Yeni Ses Opereti, İstanbul Opereti, Şen Ses Operet'leri diğer akla ilk gelen topluluklardır (Akıncı, 2013, s. 137-138).

Bu alana gönül veren grafikerlerin yanısıra, sahneledikleri oyunun sanatsal afişle tanıtılmasını bilinçli olarak tercih eden tiyatro toplulukları da hızla arttı. Kent Oyuncuları, Dormen Tiyatrosu, Gülbriz Sururi-Engin Cezzar Tiyatrosu ve Dostlar Tiyatrosu gibi topluluklar, oyunların yanısıra afişleriyle de tanınır oldular. Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Turgay Betil, Ahmet Gülerüz, Leyla Uçansu ve Erkal Yavi gibi sanatçılar, 1960'lı yıllardan başlayarak, yaptıkları tiyatro afişleriyle öne çıktılar. Daha sonraki yıllarda bunlara Bülent Erkmen, Sadık Karamustafa, Savaş Çekiç, ve Yeşim Demir gibi isimler eklendi (Akçura, 1994, s. 34).

1960'lı yılların başlarında Haldun Taner, göstermecî anlatımı kullanma ve tiyatrodaki açık biçim anlayışını benimseme yolunda oyun denemeleri yazmıştır (Bürge, 2010, s. 161). 1960'lı yıllarda kurulan ünlü, tiyatro toplulukları şu şekilde sıralanabilir:

Yıldız Kenter ve Müşfik Kenter'in Kent Oyuncuları, Gülbriz Sururi- Engin Cezzar Topluluğu, Ulvi Uraz Topluluğu, Genco Erkal'ın kurduğu Dostlar Tiyatrosu, Gazenfer Özcan-Gönül Ülkü Topluluğu, Deveduşu Kabare Tiyatrosu, Muammer Karaca Tiyatrosu, Ali-Nisa Serezli-Tolga Aşkıner Tiyatrosu vb (And, 2015, s. 189).

Tiyatro açısından bu dönemde niceliksel gelişim ortaya çıkmıştır. Yeni tiyatroların kurulması, oyun çeşitliliğinin artması afişin önemini arttırmış, büyük şehirlerin cadde duvarları tiyatro afişleriyle donatılmaya başlamıştır (Gümüşlü, 2008, s. 175).

7.1.1961 tarihli resmi ve dış kaynaklı ilanların alınması ve verilmesinin serbest bırakılmasıyla reklamcılık alanında muazzam bir hareketlilik ve gelişim gözlenmiştir. Faal Ajansın devamı olan Man Ajans, Yeni Ajans, İlançılık, İstanbul Reklam, Reklam Moran, Radar Rektaş, Ankara Reklam, Grafika gibi büyük ajanslar kuruldu (Gümüşlü, 2008, s. 175).

Reklamcılıkta meydana gelen bu gelişmeyle artan ajanslar, çalışmalarında ekip halinde ilerleyerek profesyonel sonuçlara ulaşmayı hedeflemişlerdir. Grafik tasarım yükselen ivme kazanmaya başlamıştır. 1970 yılının ortalarında bir çok özel tiyatro kapanmıştır. 1980'lerin ortalarında ise İstanbul'da özel tiyatrolar yeniden canlanmaya başlamıştır.

Bu Dönemde Refik Erduran, Orhan Asena, Turan Oflazoğlu, Necati Cumalı, Melih Cevdet Anday, Turgut Özakman, Sabahattin Kudret Aksal, Recep Bilginer, Güngör Dilmen, Başar Sabuncu, Dinçer Sümer gibi 1950'lerden ya da 1960'lardan bu yana oyun yazmayı sürdüren yazarlar dışında, 1970'lerde yazmaya başlayan Bilgesu Erenus ve Tuncer Cücenolu'nun yapıtlarıyla 1980'lerde gündeme gelen Murathan Mungan, Ülkü Ayvaz, Ferhan Şensoy ve Mehmet Baydur gibi yeni yazarların oyunları sergilenmiştir (Bürge, 2010, s. 160-161).

Türkiye çağdaş afiş sanatının öncülerinden birkaç ismin olduğu 1960-1980 yılları arasında ürettiği tiyatro afişlerinin önemi büyüktür. Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş bunların içinde ilk öne çıkan isimlerdir (Gümüslü, 2008, s. 179). 1960 yılından sonra Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel afiş sanatına getirdikleri yeni soluk nedeniyle ilgi çekmeye başlamıştır. Bu sanatçılar daha çok tiyatro afişleri üzerine çalışmalarını yoğunlaştırmışlardır. 1964 yılında her iki sanatçının İstanbul Alman Kültür Merkezi'nde açtıkları sergi büyük ilgi görmüştür (Serin ve diğerleri, 2006, s. 119).

Mengü Ertel, tiyatro ve oyuncularıyla yakın ilişkisini plastik sanatları birleştirmesi, tiyatro afişleri alanında öncülük etmesini sağlamıştır. Ertel, çalıştığı her tiyatro eserinde kendi rengini kimliğini yansıtmıştır. Sembolizmin etkisiyle oluşan afişlerinde, bir kahraman daha aramıza katılmıştır. Jan D'arc'ı Çilesi, Keşanlı Ali ve Androcles ile Aslan afişleri bunlara örnektir (Demirel, 2004, s. 42). (Bkz. Görüntü 31-33).

Mengü Ertel eserlerinde yağlı pastel ve çini mürekkepi kullanarak çizgilerle ifade yolunu seçmiştir. Art Nouvea sanatının etkilerini barındıran çizgiler onu tiyatronun içine götürmüştür. Bazı afişlerinde yazıyı ilgi çekici ana öğe olarak kullanırken, bazılarında da yazılarla biçimler arasında uyum sağlamaya çalışmıştır. Mengü Ertel'in yalnızca iki rengi kullanıp şaşırtıcı etkiler elde ettiği afişleri çok başarılıdır. "Jeanne D'arc'ın Çilesi" filmi için yaptığı afiş buna örnek olarak gösterilebilir (Yeraltı, 2005, s. 178).



Görüntü 31: 1969 yılında Mengü Ertel, Tiyatro Afişleri Sergisinde yer alan Bernard Shaw'ın "Androcles ile Arslan" oyunu için yaptığı tiyatro afişinden bir görüntü (uygulanmamıştır) (Tiyatro Afişlerinde Mengü).

Yurdaer Altıntaş, 1957 yılında Güzel Sanatlar Akademisi, Afiş Atölyesi Yüksek Bölüm'ünü bitirerek ardından çeşitli ajanslarda çalışmıştır. Altıntaş, 1964 yılında açtığı ilk kişisel sergisinde kendine özgü renk, leke kullanımı ve oluşturmuş olduğu çağdaş dil bu dönemde adından sıkça söz ettirmiştir. Yurdaer Altıntaş, 1965 yılında "Gebrauchsgraphik" adlı dergi ile iletişim kurmuş, işleri burada yayımlanmıştır. Gebrauchsgraphik'te Türk grafik tasarımcılarını tanıtmıştır. Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Fikret Akgün, Sait Maden ve Ahmet Gülyüz ile görüşerek, grafikerlerin bir dernek çatısı altında bir araya gelmesi düşüncesine öncülük etmiştir (<http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,80297/yurdaer-altintas-ve-kultur-sentezi.html>). Ülkemize kazandırdığı kendine özel tasarım anlayışıyla bir

çok afiş tasarımı yapmıştır (Bkz. Görüntü 34-35). Gelişen teknoloji ve

Uzun yıllar tiyatro afişleri yapmıştır o döneme gelene kadar kendi tarzını oluşturmuştur. Çalışmalarında duyguya ve estetik değerlere yer vererek, mesajı genellikle simgeci anlatımlarla ve yeni bir biçimlemeyle iletmeye çalışmış, kalın konturlarla sınırlamış büyük lekeler ve stilize figürler kullanmıştır. Altıntaş geleneksel konuları çağdaş bir görüş ve kendine özgü renk ve leke anlayışı içinde resmetmiştir...Dormen ve Kent Tiyatroları “Aptal Kız”, “Cinayetin Sesi”, “Ver Elini Yeni Dünya”, “Pembe Kadın” afişlerinde imzasını görüyoruz (Yeraltı, 2005, s. 179).

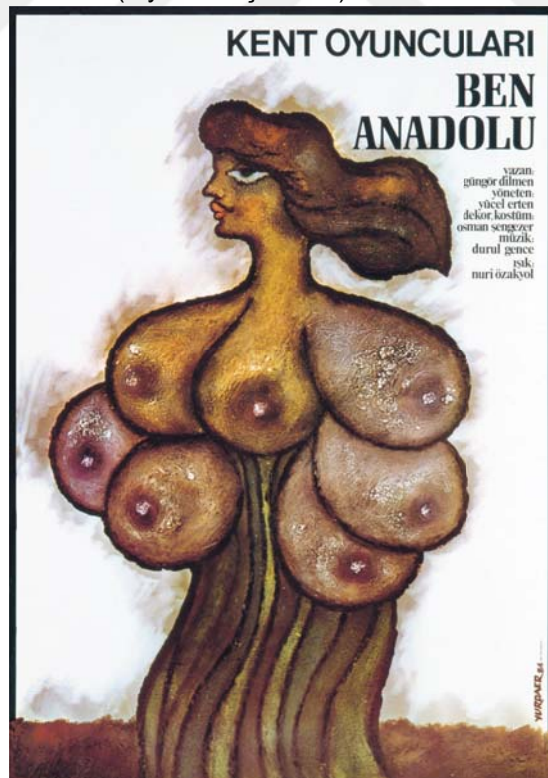
Ülkemizde, gelişen teknoloji ve yeni tasarım arayışları ile ortaya çıkmış bir çok tiyatro afişi görmek mümkün olmuştur (Bkz Görüntü 36-39).



Görüntü 32: 1967 yılında Mergü Ertel tarafından tasarlanan “Keşanlı Ali Destanı” adlı tiyatro afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2vqEjQi>).



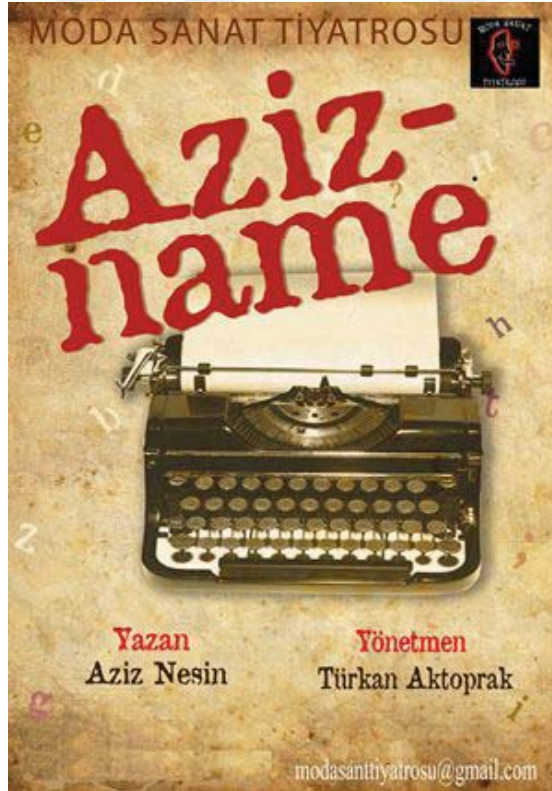
Görüntü 33: Mengü Ertel “Kapıların Dışında” oyun afişinden bir görüntü (Tiyatro Afişlerinde).



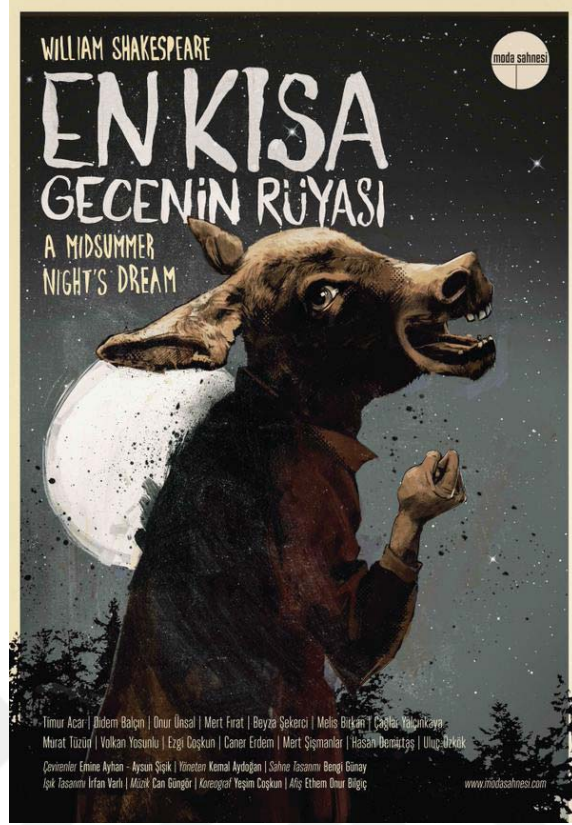
Görüntü 34: 1984 Yurdaer Altıntaş “Ben Anadolu” oyun afişinden bir görüntü (100x70 cm.) (<https://bit.ly/2voEHig>).



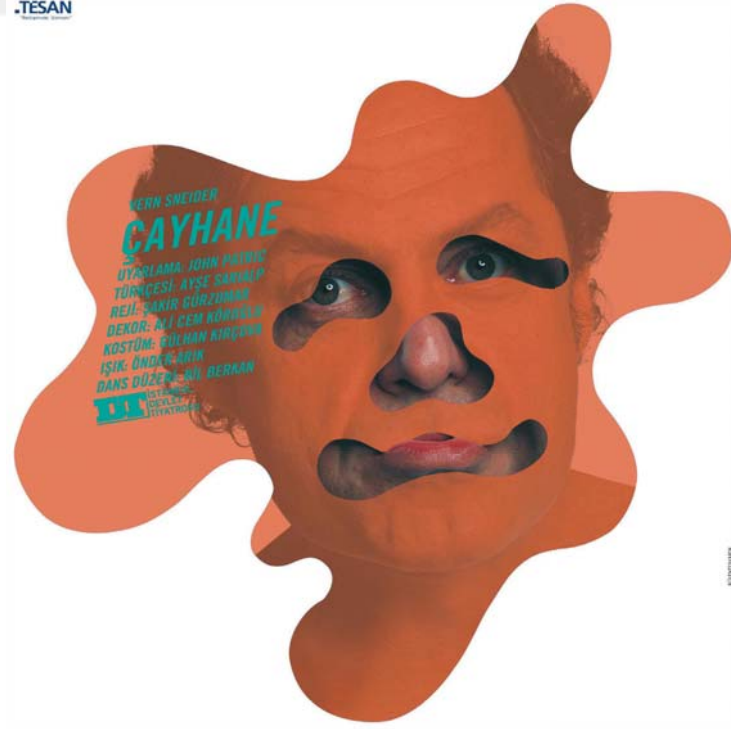
Görüntü 35: 1961 yılında Yurdaer Altıntaş “Şairin Mektupları” oyun afişinden bir görüntü (100x140 cm) (<https://bit.ly/2OjGyvO>).



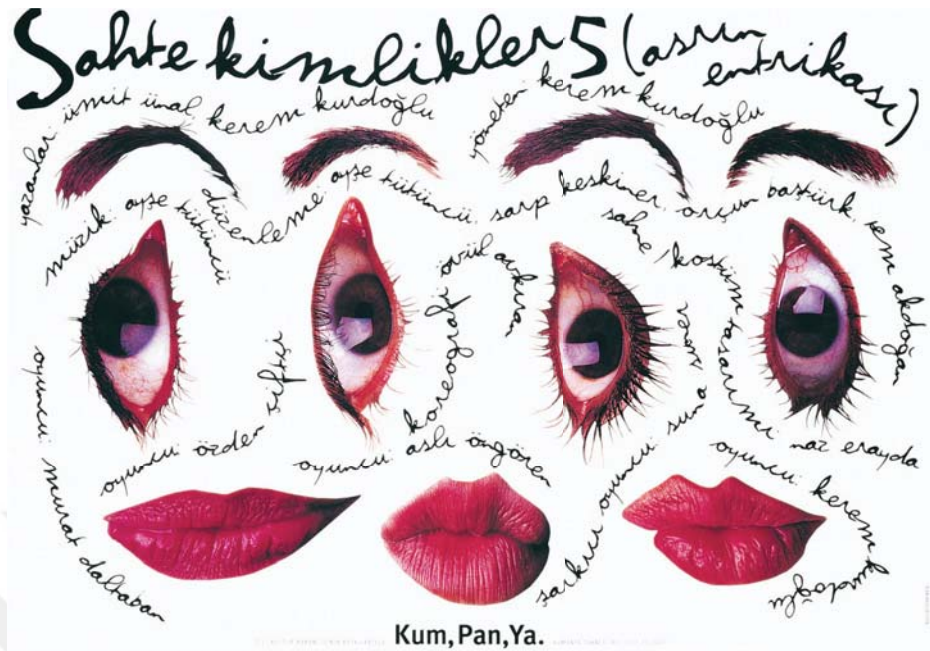
Görüntü 36: 2011’de Moda Sanat Tiyatrosu “Azizname” adlı oyun afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2Kyjbwe>).



Görüntü 37: Ethem Onur Bilgiç, Moda Sahnesi “En Kısa Gecenin Rüyası” oyun afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2OOKwxq>).



Görüntü 38: 2005 yılında Bülent Erkmen’in “Çayhane” oyun afişinden bir görüntü (70x70 cm.) (<https://bit.ly/2AKAz0U>).



Görüntü 39: 1998 yılında Bülent Erkmen'in "Sahte Kimlikler 5 (Askın Entrikası)" oyun afişinden bir görüntü (50x70 cm.) (<https://bit.ly/2vpzUwP>).

1.5. AFİŞİN ÖNEMİ

Grafik tasarım ürünleri arasında çok köklü bir geçmişe sahip olan afiş en etkili görsel iletişim araçlarından biridir. Görme duyumuz konuşmadan önce devreye girmektedir John Berger'e göre (1995), çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir, görme sözcüklerden önce gelmiştir. Bu özellik bakımından karşılaşılabilecek, mesaj veren bir afişin (tanıtım, çağrı vb.) kullanılmasının alıcı tarafından görülüp anlaşılmasında en etkili yollardan biri olduğu ortadadır. Bir fikrin, ürünün bir özelliğinin geniş kitlelere tanıtımı için, reklamın çok büyük önemi vardır. Reklam yapmanın farklı yöntem çaba ve türleri gerekmektedir. En etkileyici reklam aracı olarak yıllar boyu değerini hiç kaybetmeyen afişi sayabiliriz (Serin ve diğerleri, 2006, s. 113).

Kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesaj ileten bir iletişim aracı olarak, o toplumun tüm çağdaş değerlerini sorgulayan bir üründür. Resimsiz de olabilen, bir metin içerebilen, kâğıt, kumaş vb. çeşitli yüzeyler üzerine uygulanabilen afiş... birey ve toplum üzerinde ideolojik bir baskı

yaratarak beğenileri, alışkanlık ve düşünce biçimini yönlendirerek insan davranışlarını etkileme düzleminde önemli bir rol oynar. Bununla birlikte, afişin asıl gücü insanları aydınlatmaya, yönlendirmeye ve ikna etmeye yönelik samimi ve etkili bir sosyal amaçlı iletken görevini yerine getirmesindedir (Gümüştekin, 2013, s. 36).

Afiş tasarımı, politik ve sivil olayları şekillendirmede de aktif bir rol oynamaktadır. Genel halk propaganda dağılımında hükümetlerin olduğu gibi bildirileride de afiş kullanılmıştır (Cooper, 1945). Fransız Devrimi sırasında "Özgürlük, Eşitlik, Kardeşlik" kelimelerinin afişlerde göze çarptığı görülmektedir (Gallo, 1974). Böylece afiş tasarımı sosyal inanç ve değişikliklerin iletişimde de etkin rolü üstlenmektedir.

Afişin gücü, sahip olduğu yalın ve dolaysız anlatımdan kaynaklanır. Kitap veya herhangi bir yazı gibi okurun isteği ve zamanıyla kısıtlanmaz. Afiş, beklemediği bir anda kişinin karşısına çıkar. Kişinin dikkatini çeker ya da çekmez. Eğer dikkat çekmişse, kişinin çevresini kuşatan görüntülerin içinden hemen sıyrılıp, onu etkisi altına alır. Dikkat çektiği anda kişiyle afiş arasında özel bir ilişki başlar ve afiş, işlevini yerine getirmiş olur. Afişin iki yönlü işlevi vardır. Bunlardan biri verdiği mesaj, diğeri estetik değerdir. Grafik tasarım ürünleri arasında yer alan afiş her dönemde toplumların kendilerini ve toplumsal yapılarını ifade etmek için bir araç olmuştur (Gümüştekin, 2012, s. 63-64).

Afiş farkındalığı hızlı bir şekilde arttıran için en iyi iletişim aracıdır. Açık havada afiş geniş kitlelere ulaşabilme özelliğiyle toplu etki yaratmaktadır. Afiş tasarımının çok yönlü anlayışı hedef kitleye göre şekillenmektedir. Afiş tasarımcının hedef kitleye göre doğru renk, kompozisyon ve yazı duyarlılığı gibi özellikler birleşince ortaya nitelikli afişler çıkmaktadır. Böylece görsel iletişim etkili bir şekilde mesajı ileticiye ulaştırarak istenilen geri dönüşüm sağlanmaktadır.

Afiş bir belge, toplumların aynası, ülke kültürünün, ekonomisinin, yaşam biçiminin gelenek ve göreneklerinin yansımasıdır. Afişler yaşamdaki herşey gibi, tüm sanatlar gibi ekonomi kökenlidir. Üstelik üretimin tüketime dönüşmesinde en etkin öğelerden birini oluşturmaktadır (Yeraltı, 2005, s. 185).

Afiş sanatı farklı disiplinlerden yararlanarak çağın gelişen teknolojilerinden istifade ederek disiplinlerarası bir anlatım dili geliştirmiştir.

XX. yüzyılın en önemli sanat akımlardan Bauhaus afiş sanatını etkilemiş sanat ve işlevsellik üzerine önemli önerileri olan bu akım tipografinin afişte sanatsal bir anlatım içinde kullanımında yeni deneyler geliştirmiştir. Bu arada ressamın doğayı taklit etme zorunluluğunu ortadan kaldıran fotoğrafın olanakları çoğalmış resim sanatına ve aynı zamanda afişe yeni katkılarda bulunmuştur. Fotoğraf ilerde afiş sanatının serüveni içinde önemli bir yer kazanacaktır (Karamustafa, 1980, s. 117).



2. BÖLÜM:

AFİŞ TASARIMINDA İLKELER, ÖGELER VE AFİŞ TÜRLERİ

2.1. AFİŞ TASARIMINDA İLKELER

Bir afiş tasarımı yapılırken, tasarımda kullanılacak bir takım öğelerin yanısıra ilkelerinin de titizlikle uygulanması gerekmektedir. Hedef kitle ile uygulayıcı arasındaki görsel iletişimi tasarım sağlamaktadır. Tasarımın temel ilkeleri şunlardır: Denge, sıradüzen, devamlılık, bütünlük, tartım (ritm), vurgu, karşıtlık, odak noktasıdır. Tasarımcı, afiş tasarımı görsel açıdan estetik olan ve doğru düzenlemeyi gerçekleştirirken bu tasarım ilkelerini dikkate alması gerekmektedir. **Denge:** Tasarımda tipografik ve görsel unsurlar konuya uygun bütünlük ilişkisi oluşturulmalı. Bir tasarım ortaya koyarken tekil öğelerin uyumlu bir dengeye sahip olması çok önemlidir. İyi bir dengeye sahip olmak için tasarımın net ve öz bir mesaja sahip olması gerekir (Ambrose ve Billson, 2013, s. 126).

Denge, biçimlerdeki yön ya da ışık, gölgelilik elemanlarının söz sahibi olduğu bütündür. Oluşumunda renk veya gölge elemanının büyük payı vardır (Işingör ve diğerleri, 1986, s. 14). *Denge*, fiziksel anlamda iki varlığın eşitlik durumunu anlatsa da *görsel denge*, terazideki eşitlik durumu değil, birbirine karşıt olan iki öge ya da alanda, nicelik açısından az olanın, çok olan karşısında etkili ve vurgulu olabilmesidir (Turgut, 2013, s. 139).

Bir kompozisyonun sunduğu denge, plastik eseri yaşatan zıtlıkların oluşturduğu bütündür. Değerler, birbirinin zıtları halinde kullanıldıklarında, aranılan denge, hem gerçekleşmiş hem de etkili olmuş olur. Plastik sanat eserinde denge, duygularımızın doğrultusunda geliştirilir (Yolcu, 2009, s. 34).

Görsel tasarımda denge, eşitlik olarak algılanmamalıdır. Çünkü tamamen simetri içinde, adeta aynadan yansımışçasına oluşturulmuş denge, sıkıcı, sığ ve statik bir dengedir. Bu hemen hemen hiçbir görsel tasarımda tercih edilmez sıkıcı bir etki yaratır (Uçar, 2004, s. 66). Tasarım uygulamasında kullanılan her görsel

elemanın öncelikle kendi içinde, sonrasında ise diğer görsel elemanlar ile arasındaki ilişkinin doğru kurulmasıdır (Sansarcı, 2015, s. 27).

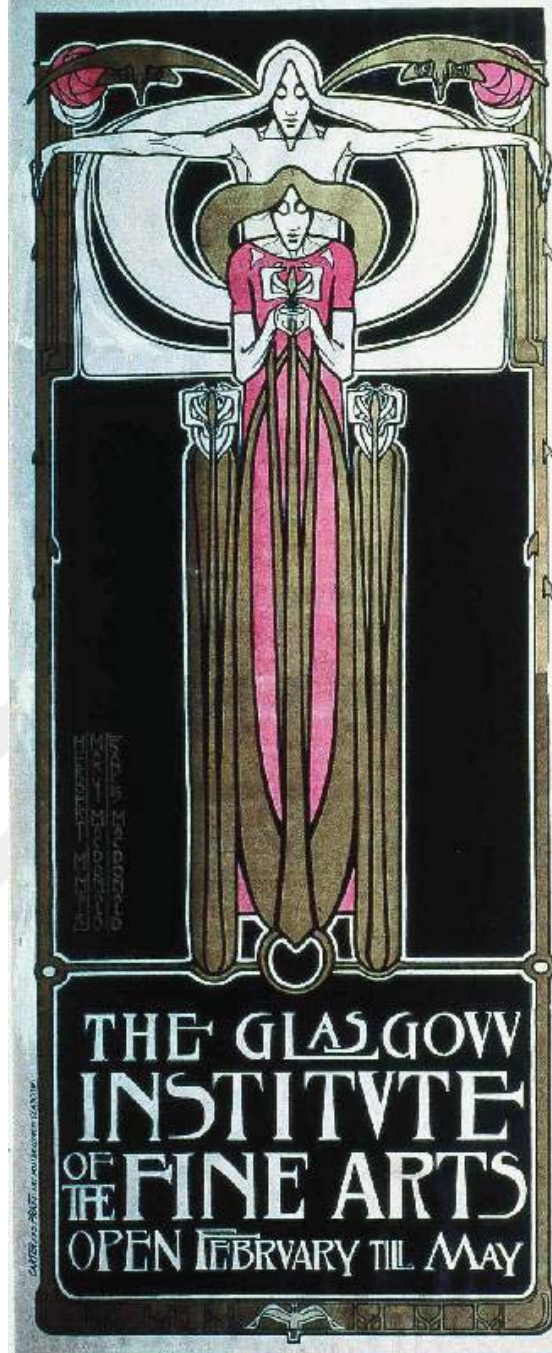
Ketenci ve Bilgili'ye göre (2006, s. 283), bir tasarımda denge unsuru varsa o, tasarım kendisiyle "barışık" demektir. Bir tasarım iki farklı denge sistemi içinde düzenlenebilmektedir bunlar: Simetrik Denge ve Asimetrik Denge'dir.

Simetrik Denge: Bu tür denge, bir eksen etrafındaki değerlerin simetrik olarak yerleştirilmesinden ortaya çıkar. Simetri eksenini, düşey, yatay ya da eğik olabilir. Bu tür dengeler kesin ve kararlıdır (Yolcu, 2009, s. 35).

İlk olarak; iyi orantılanmış ve dengelenmiş parçaların oluşturduğu genel bir yapı akla gelir. Diğer taraftan, hayali bir çizgi ya da düzlemle ayrılmış iki yönlü biçim benzerliği de simetri olarak tanımlanır. Eşit biçimsel özelliklere sahip elemanların bir eksen ile ortadan ayrılmış yüzeyler üzerine yerleşmesiyle sağlanır. Simetrik düzenlemeler günümüzün grafik tasarımında yaygın olarak kullanılmaktadır. Diğer yandan simetri dürüstlük ve saygınlığın psikolojik simgesidir (Becer, 2009, s. 65).

Simetrik bir tasarım dikeydir ve merkezden dengelidir. Bu tasarımlar içerik ve kullanım bakımından genellikle daha resmidir (Ambrose ve Billson, 2013 s. 126). Tasarımda simetrik denge, dürüstlük ve saygınlığın psikolojik simgesidir (Becer, 2009, s. 66).

Görüntü 40'da, Frances Macdonald, Margaret Macdonald ve James Herbert McNair tarafından, 1896 *Glasgow Enstitü Sergisi* için hazırladıkları afiş tasarımını görülmektedir. Afiş tasarımında illüstrasyonları yerleştirme düzeni sayfada sağ ve sol düzeni birbirine benzer şekilde doluluk ve boşluk unsurları bırakılmıştır. Tasarımı ortadan dikey bir çizgiyle böldüğümüz zaman, sağ ve sol (rekto ve verso), sayfaların ayna gibi yansımaları ortaya çıkmaktadır. Afiş tasarımında düzenlemenin, dengeli ve sakin bir etki oluşturmaları *simetrik denge* ilkesinden yararlanılmasıyla sağlanmaktadır.



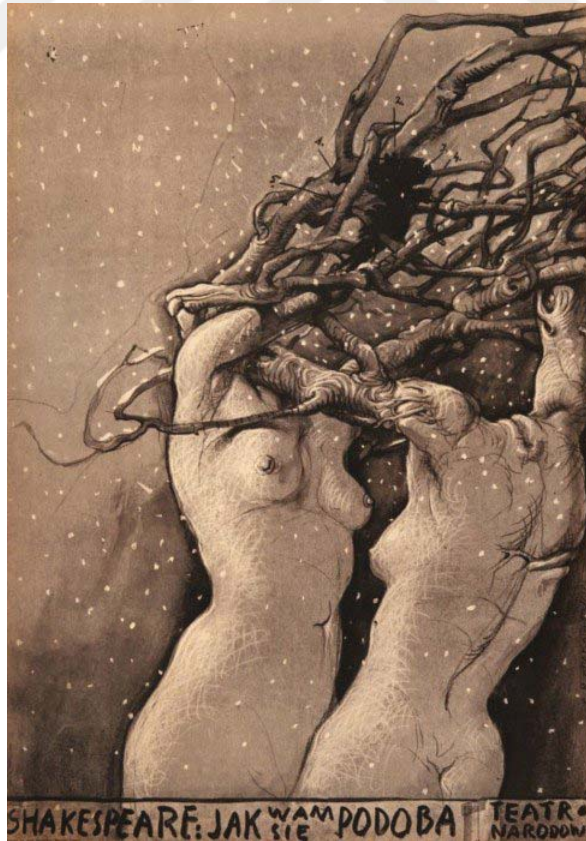
Görüntü 40: 1896 yılında Frances Macdonald, Margaret Macdonald ve James Herbert McNair tarafından “Glasgow Enstitü Sergisi” için hazırlanan afişten bir görüntü (<https://bit.ly/2OgUXZu>).

Asimetrik Denge: Simetri dengesinin zıttı olan asimetrik tasarımlar daha az katı ve genellikle içeriğini kullanılması bakımından daha çeşitlidir (Ambrose ve Billson, 2013 s. 126).

Simetrik dengede olduğu gibi asimetrik denge de ağırlık merkezi vardır. Ama bu merkez, geometrik merkezden farklı bir konumdadır. Asimetrik düzenlemenin başarısı, cesur ve sorgulayıcı olmasına bağlıdır. Başka bir deyişle; asimetrik denge duygu yüklü ve dışavurumcudur (Becer, 2009, s. 66).

Eğer bir kompozisyonda denge simetrik esasa bağlı olarak değil de serbest bir düzenlemeyle yapılırsa, buna “*asimetrik denge*” denir. Bu tür dengeyi sağlamak daha zor olsada, değişkenliği dolayısıyla uyandırdığı güçlü etki bakımından daha ilgi çekicidir (Yolcu, 2009, s. 35).

Polonyalı afiş tasarımcısı Franciszek Starowieyski'nin William Shakespeare'ın *As you like it* oyunu için hazırladığı afişte (Bkz. Görüntü 41), tasarımcı görsel unsuru sayfanın sağ tarafına yerleştirerek sayfa da doluluk, boşluk oranında farklı denge kurmaktadır. Denge, eşitlik yerine eşitsizlik kurularak etkili ve dinamik bir yapı oluşturulmuştur. Afiş *asimetrik kompozisyon* kullanılarak daha etkileyici bir sonuç vermektedir.



Görüntü 41: 1976 yılında Franciszek Starowieyski “As you like it” William Shakespeare oyunu için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2MafLEA>).

Theo H. Ballmer'in Endüstriyel standartlar *Norm* gezici sergi için tasarlanan afişi (Bkz. Görüntü 42) asimetrik denge üzerine kurulmuştur. Zemin 12 kareye bölünmüştür. Siyah beyaz alanların karşıtlığı hakimdir. Siyah alan 7/12, beyaz ise 5/12 oranında denge kurulmuştur. Beyaz alanda yazıyı kullanarak yazılı görsel mesaj burada verilmiş vurgu ve etki burada sağlanarak tekdüze olmayan denge sağlanmıştır. Norm yazısı diğer bilgilerin okunmasına yönlendirmektedir. Renklerin zıt kullanılması yazıdaki etkiyi arttırmaktadır. Fiziksel dengenin tersine zeminde siyah rengin daha fazla kullanılmasıyla *asimetrik denge* düzenlemeyle tasarım çekicilik ve etkisi atmaktadır. Zeminde eşit renk dağılımı olsaydı tasarımda tekdüze ve sıkıcı bir görüntü meydana gelecekti.



Görüntü 42: 1928 yılında Theo H. Ballmer “Norm” Endüstriyel standartlar için hazırladığı gezici sergi afişinden bir görüntü (<https://mo.ma/2MaCNey>).

Sıradüzen (Hiyerarşi): Görsel düzen, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirerek konumlandırma anlamına gelir (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 283). Boyut dışında; renk, açıklık-koyuluk (ton), uzaklık-yakınlık ve konum da görsel hiyerarşiyi etkileyen diğer unsurlar arasında sayılabilir (Becer, 2009, s. 69-70). Öğeler arasında bir hiyerarşi kurarak her bir öğenin önemi dile getirilebilir. Bu hiyerarşiyi kurmak adına gruplama, renk veya benzerlik gibi pek çok yöntem vardır. Her tasarım, izleyicinin bakışını tasarıma doğru çekecek güçlü bir odak noktasına sahip olmalıdır (Ambrose ve Billson, 2009, s. 128).

Amerika’da grafik tasarım üzerine eğitim veren yazar, tasarımcı, Lupton ve Phillips’ e göre (2008) görsel olarak sınıf, derece, renk, aralık, yerleştirme ve diğer işaretler aracılığıyla tanımlanır. Görsel hiyerarşi bir mesajın etkisini ve iletimini kontrol eder. Hiyerarşisiz grafik tasarımı tesirsiz ve seyri zordur. Bir tasarım uygulamasında kullanılmış olan tüm görsel unsurların büyüklük-küçüklük, renk, konum, kontrastlık gibi farklı belirleyici kriterler ile önem sırasının ayarlanması ve doğru uygulanması tasarımda görsel hiyerarşinin doğru kurulması anlamına gelmektedir (Sansarcı, 2015, s. 28).

Ülkemizde grafik tasarım alanında çeşitli projeler yürüten, yurtiçi ve yurtdışında grafik tasarım bölümünde ders veren Uçar’a göre (2004), tasarımcı görsel hiyerarşiyi amacına uygun şekilde kullandığı takdirde, mesajını etkin şekilde kurgular ve okuruna iletir. Tüm bu süreç içinde renk, büyüklük, tipografi, imaj (fotoğraf, illüstrasyon, veya diagram) açıklık, koyuluk, tasarımcının organize etmesi gereken elemanlardır (Uçar, 2004, s. 153-154). Grafik tasarımda bir iletiyi yansıtmak üzere, görsel, tipografik, çizgi, şerit, doku, zemin gibi tüm öğeler belirli bir sıradüzen içinde (hiyerarşi) kurgulanır. İletinin izleyiciye ulaşma başarısı, bir anlamda, bu öğelerin, birbirinin algılanmasını engellemeden, belirli bir öncelik sırasında olmasına bağlıdır (Turgut, 2013, s. 127).

Görüntü 43’de Rus Sanatçı Alexander Rodchenko’nun afişinde, öncelikli vurgu, daire içerisinde yer alan kadın portresi; bir olaydan etraftakileri haberdar etmek istemektedir. Ardından kırmızı yazıyla duyurulacak olayı, kenar çerçeveleri siyah megafon çağrışımı yapan bir imgeyle sunmaktadır. Son olarak, üst sağ ve

soldaki bantlar çizgilerle ses dalgası çağrışımıyla diğer bilgiler *sıradüzen* içerisinde sıralanmaktadır.



Görüntü 43: 1925 yılında Alexander Rodchenko “Leningrad Yayınevi” için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2OQjMN8/>).

Nevilla Brody'nin *Halka Açık Ders* için tasarlamış olduğu afiş (Bkz. Görüntü 44) siyah-beyaz fotoğraf kullanılarak Brody yazısı tasarımda birincil vurgu yapılan unsurdur. Neville yazısı üzerine getirilerek dersi veren kişi ikincil derecede vurgu yapılmış sonraki vurgu 4415 etkinliğin yapılacağı cadde numarasına izleyici yönlendirilmiştir. Önem sırasına göre tasarım öğeleri, önemi ve vurgusuna göre derecelendirilip, etki azalıp dağılmadan daha da belirginleştirilmiştir. Bu açıdan *sıradüzen* açısından örnekleme oluşturmaktadır. Tipografik unsurlarla düzenlenerek, kursu veren yer olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Bilgilendirme tasarımda en küçük ayrıntı atlanmayarak bu sırada karışıklık olmaktan, önem ilgisine göre azalan vurguyla izleyici bilgilendirilmiştir.



Görüntü 44: 2012 yılında Neville Brody'nin "Halka Açık Ders" için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2AJGSSu>).

Devamlılık: Bir grafik uygulamada kullanılan görsel unsurların, amaca hizmet edecek ve tasarımın algılanmasını olumlu yönde etkileyebilecek şekilde tekrar kullanılması ve bu şekilde akıcılığı sağlayabilmesidir (Sansarcı, 2015, s. 27).

Okuyucunun gözü, tasarım yüzeyinde bazen bir çizgi ya da kıvrım boyunca hareket eder. Göz bir unsurdan diğerine doğru kesintisiz geçişler yapabiliyorsa, devamlılık sağlanmış demektir (Becer, 2009, s. 70).

Ketenci ve Bilgili'ye göre (2006) tasarımda devamlılığı sağlamak için;

- Görsel unsurlar gözün normal hareketleri yönünde yerleştirilerek,
- Algılanan yönü okuyucunun dikkatini dağıtmayacak şekilde yerleştirilerek,

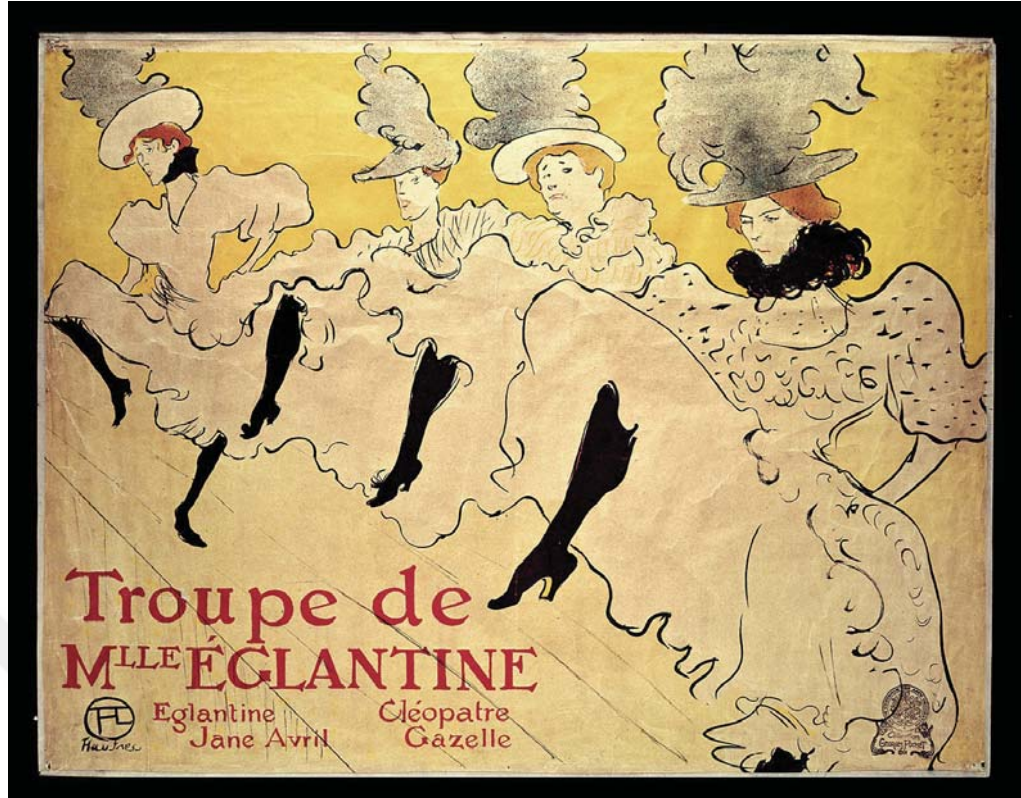
- Göz alışkanlık gereği, soldan sağa veya yukarıdan aşağıya doğru bir yön izler. Gözün yatay ve dikey hareketleri dikey hareketlere göre daha kıvrak ve hızlıdır. Bu nedenledir ki göz, hareketlerin uyumlu bir tasarım algılanma ve etki açısından görevini yerine getirmiş bir unsurdur

Farklı materyallerin tasarımda, aynı kompozisyonun uygulanması, aynı renklerin aynı fontların ya da aynı metinlerin kullanılması ile sağlanabilmektedir. Devamlılık ilkesinin tasarıma rutinlik getirmemesi için dikkat edilmesi gerekli olan noktaları doğru tespitidir.

“İnsan gözünün tasarım yüzeyi üzerinde hareket yönü, yine insan gözünün tasarım yüzeyindeki odak noktası, tasarımın ayrıştırılması ve tasarım unsurlarının anlamlandırılması hususunda önemli kıstaslardır” (Batı, 2013, s. 44).

Tasarımda devamlılık anlayışı, görsel hiyerarşinin sağlanması konusunda önemli bir unsurdur. Örneğin Batı merkezli toplumların geçmiş deneyimleri nedeniyle, gözün bir alışkanlıkla, soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru yön izlemesi; yine gözün büyükten küçüğe, koyu renkten açık renge, renkliden renksiz, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir yol izlemesi tasarımda devamlılığı sağlayan örnekleri ifade eder. Bu durumlar, gözün bir unsurdan diğerine kesintisiz geçişler yapabildiği durumları ifade eder ki, sürecin sonucu devamlılığın sağlanmasıdır. Görsel unsurların boyutları ile biçimleri arasında oluşturulan benzerlikler ve tekrarlamalar da, birer devamlılık unsurudur. Tasarımda görsel hiyerarşi bu şekilde sağlanabilir (Batı, 2013, s. 46).

Görüntü 45'te Henri de Toulouse-Lautrec tarafından, *Mademoiselle Eglantine's Troupe* dans grubunun gösterisi için tasarladığı afiş tasarımında, dans eden dört kadın figürü vardır. Göz alışkanlıklarından yararlanarak tasarlanan bu afişte, göz büyük figürden küçük figüre doğru geçiş sağlamaktadır. Aynı zamanda afişte ton olarak koyu renkten (sağ taraf) açık renge kesintisiz geçiş yapılmaktadır. Figürlerin görsel olarak birbirleriyle olan benzerlikleri ve vücut hareketlerinin birbirlerinin tekrarı görüntüsü oluşturmasıyla *devamlılık* ilkesi kullanılarak afiş daha çekici hale gelmektedir.



Görüntü 45: 1894 yılında Henri de Toulouse-Lautrec “Mademoiselle Eglantine’s Troupe” dans grubu gösterisi için hazırladığı reklam afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2nhDfK0>).

Tartım (Ritm): Tartım, tasarım içerisinde bulunan elmanların birbiriyle düzenli tekrar içerisinde aralık ölçü değişimleridir. Ritim kelimesi Grekçe “rythmos” dan gelen (batı dillerinde, rhythem) olarak nitelendirilmektedir. Genellikle dans ve hareketlerle yapılan yapılan sanatlara ritmik sanatlar diyoruz. Bu tekrarlar periyodik de olabilir (Odabaşı, 2006, s. 130).

Ritim; benzerliği, bütünü uyumu ve ahengi sağlar. Ritmik olmaya hareketler dengesizdir. İnsanlar ritmik olaylarda kolaylık bulurlar, zevk duyarlar. Bu ritmik olaylara sanatta armoni denir. Ritim bir armonidir, bir sezgi biçiminde içimizden taşar. En basit birimlerin toplamından doğar (Odabaşı, 2006, s. 131).

“Ritim, görsel hareketlerin müziksel düzenidir.” Belirli ve tekrarı mümkün olan öğelerin, değişik güçte ve kombinezonların uyum yaratan bir sistemlilikte, bir bütün halinde kullanımıdır. Öğeler arasında uyumlu benzerlikler, tekrarlılıklar,

bağıntılı yoğunlaşma veya açılmalar, ifadeleri güçlendiren zıtlıklar ve geçişler ile yapılan düzenlemelerdir (Atalayer, 1994, s. 115).

Tasarımdaki ritim hissi bazen renkler, bazen kullanılan görsellerin konumu, bazen nicel değerler, bazen de kontrastların uygulanması ile yaratılabilir (Sansarcı, 2015, s. 28).

Turgut'a göre (2013) ritim, aynı ya da benzer öğelerin belirli bir düzen içinde yinelenmesi durumudur. Sesler ya da figürler eşit aralıklı ve mantıklı olarak yerleştirildiğinde kompozisyon tek düzeleşirken tam tersine, ilk başta karmaşık gibi görünen ancak kendine özgü bir düzende yinelenen öğelerle özgün bir düzenleme elde etmiş olur.

Göze hitap eden sanatlarda; şekil, renk, çizgi ve valörün ölçülü ve düzenli tekrarı uyum yaratır. Çizgiler arasında benzer şekildeki boşluklar ve renklerden meydana gelen form tekrarları da ritmik hava yaratır. Plastik eserin dengesi, değeri, kalbe yakınlığı, ritimle hayat bulur (Yolcu, 2009, s. 37).

Ritmik hareketler çoğu kez yatay gelişir, sağa sola doğru ilerler. Hareketteki monotonluğu değiştirmek isteyen sanatçı daha karmaşık ritimlere başvurur. Dikkatli bir planlama sonucu daha zengin etkili ritimler yaratılır (Selçuk, 1994, s. 70).

Birbirine benzeyen biçimler bütünlük oluşturmak üzere bir yüzey üzerinde yinelendiklerinde, meydana getirdikleri doku içinde bir ritm oluşur. Bu ritm, tekdüze olanla alışılmamış olanı bir araya getirmektedir (Becer, 2009, s. 72).

Yunanlı sanatçı Dimis Yannakoulis'un 2011'de hazırladığı tiyatro afişi (Bkz. Görüntü 46) zeminde kullanılan benzer şekiller, renkler ve boşluklardan meydana gelen kompozisyon, tasarımda dinamik ve ritmik bir hava yaratmaktadır. Geometrik üçgen formu kullanılmasıyla afişte düzen sağlanarak tasarımda bütünlük sağlanmaktadır. Böylece afiş güçlendiren bir eleman olmaktadır. Kullanılan renk ve şekillerdeki perspektif birim tekrarıyla eser durağanlık ve sıkıcılıktan kurtularak görsel anlamda zengin ve *ritmik* eser ortaya koymaktadır.



Görüntü 46: 2011 yılında Dimis Yannakoulis “Act Tiyatrosu” için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2LXjc2r>).

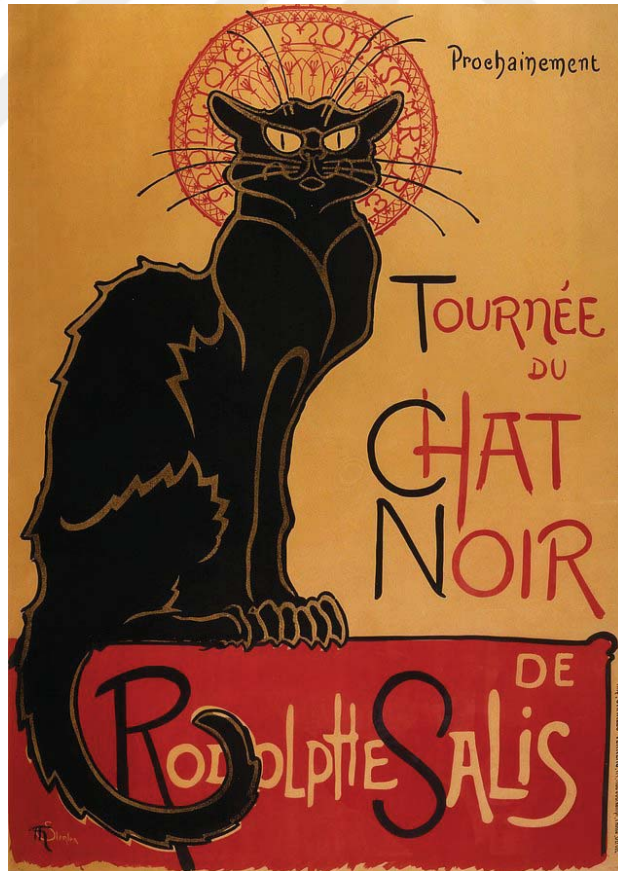
Bütünlük: Bir tasarımda diğer tasarım ilkelerinin bir arada kullanılarak kompozisyonda birbiriyle uyum sağlayacak şekilde düzenlenmesiyle oluşur. Afiş tasarımında mesajın algılanmasını sağlaması bütünlük ilkesi diğer ilkelerin bütünüdür düzeni olarak oluşturulduğunda önem teşkil etmektedir.

Tasarım ilkelerinin belkide en önemlisi ve dikkat edilmesi gerekenidir. Grafik tasarım içindeki görsel unsurlar bir bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde, kompozisyondaki dağınık ve parçalanmada ortadan kalmış olur (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 283).

Becer’e göre (2009 s. 72), tasarımcı kompozisyonunda birarada kullanabileceği unsurları seçerek gruplandırılmalı ve bunları birbiriyle uyum sağlayacak biçimde düzenlemelidir. Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluşturmaktadır.

Bütünlük ilkesi tasarımda etki ise, kullanılmış olan hiçbir görsel unsur, izleyicinin dikkatini dağıtıp, algısını olumsuz yönde etkilemez. Bu nedenle bütünlüğün, tasarımın izleyici tarafından akıcı kıldığını söylemek mümkündür. Tasarımda kullanılan tüm unsurların birbiri ile uyum içinde olmaları, genel olarak ele alındıklarında aynı amaca hizmet edebilecek niteliğe sahip olmaları sonucunda bütünler kurulur (Sansarcı, 2015, s. 27).

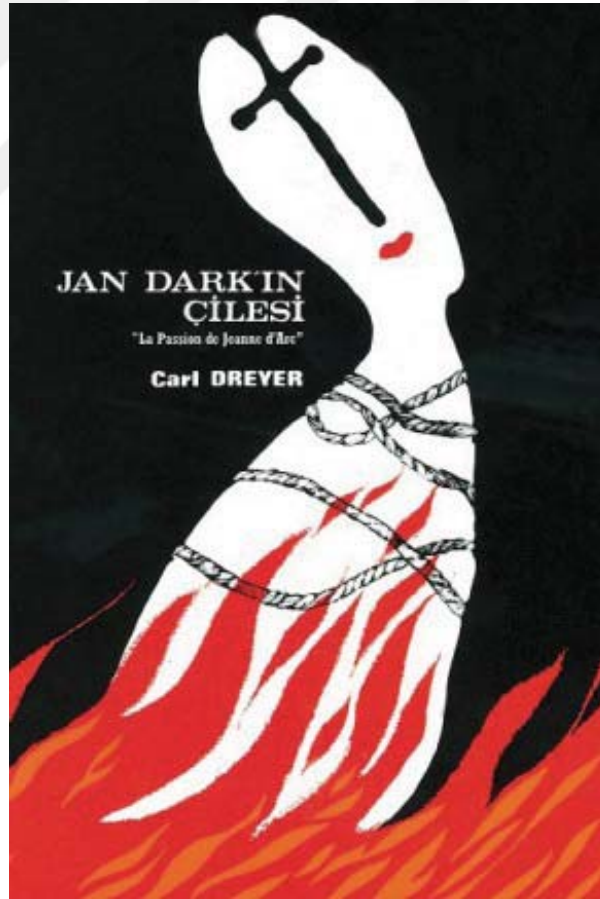
Görüntü 47’de, 1896 yılında Alexandre Steinlen tarafından Fransızca *Kara Kedi* anlamına gelen “Le Chat Noir” mekanında gösterime girecek olan kabarenin tanıtım afişinde, kara kediye optik merkezin sağ tarafına yerleştirilerek asimetrik denge kurmaktadır. Cesur ve dışavurumcu bir yaklaşım hakimdir. Kompozisyonda hiyerarşik düzen arka plan rengi ile ana metin renklerini zıt kullanılarak mesajın okunaklı olması amacıyla kullanılmaktadır. Tipografide kullanılan kıvrımlar kedi kuyruğunun kıvrımıyla benzeştirilerek benzer görsel unsurlar kullanarak devamlılığı sağlamaktadır. Bir çok tasarım ilkesi kullanılarak ideal *bütünlük* yakalanmaktadır.



Görüntü 47: 1896 yılında Alexandre Steinlen tarafından “Le Chat Noir” eğlence mekanı-nda gösterim yapacak olan kabare için hazırlanan afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2JrCwCL>).

Vurgu: Afiş tasarımı vurgu yapılacak özellikle odaklanması istenen öge seçilmelidir. Tasarımcı hangi görsel unsurun vurgulanması gerektiğine önceden karar vermeli ve bu kararı verdikten sonra da, her unsur üzerinde farklı vurgulama yöntemleri denemelidir, çok sayıda görsel unsurun kullanıldığı bir tasarımda vurgudan söz edilemez (Becer, 2009. s. 74).

Uçar'a göre (2004, s. 155) her türlü görsel düzenleme etkin bir vurgu elemanına ihtiyaç duyar. Çekiciliği sağlayan temel etkidir. Afiş tasarımı vurgulayıcı unsur konuya ve mesaja göre belirlenerek etkili bir anlatım sağlar. Vurgulamayı, vurgulayıcı unsuru renk, doku, boyut ve çizgisel farklılıklarla sağlamak mümkündür. Vurgu bir tasarımda odak noktası yaratır (Lauer ve Pentak, 1995, s. 42).



Görüntü 48: 1972 yılında Mengü Ertel tarafından “Jeanne d’Arc’ın Çilesi” oyunu için hazırlanan tiyatro afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2OQ0hnR>).

Görüntü 48’de Mengü Ertel, *Jeanne d’Arc’ın Çilesi* adlı tiyatro oyunu için yaptığı afiş tasarımı, vurgulamak istediği konu olarak Jeanne d’Arc’ın ölüm sahnesini seçmiştir. Bu sahnede figür soyutlama yapılarak tasarımın merkez noktasına büyük beyaz bir lekeyle yerleştirilmiştir. Aşağıdan yukarı doğru gelen ateş kırmızısı alevler *Jeanne d’Arc’ın* acılar içinde ölmesini anlatmaktadır. Tasarımcı, afişte vurguyu, tiyatro eserinin konusundan seçerek renk ve sıradüzen ilkelerinden yararlanarak sağlamıştır.

Karşıtlık (Zıtlık): Doğada ve sanatta herşeyin bir karşıtı / karşıtlığı (zıtlığı) vardır. Kontrast “her türlü sanatsal kompozisyonda renk değeri ya da diğer nitelikler açısından öğeler arasındaki karşıtlık” olarak açıklanabilir (Kafalı, 2000, s. 68). Zıtlık, bir taraftan dağınıklık ve uyuşmazlık meydana getirirken, diğer yandan da ilgiyi toplayıcı ve etkili olur. Biçim, renk, doku, değer, ölçü, yön, aralık gibi elemanlardan biri ya da bir kaçının oluşturacağı zıtlık, bir hareket, bir canlılık oluşturur (Yolcu, 2009, s. 41).

Her türlü sanatsal kompozisyonda renk değeri ya da diğer nitelikler açısından öğeler arasındaki karşıtlık söz konusu olabilmektedir (Sözen ve Tanyeli, 1994, s. 136).

Görsel algıda yaratılacak uyum zıtlıkların dengeli düzeni ile elde edilebilir. Zıtlık kavramının etkin hale getirebilme ise denge, uyum, ritim ve gerilim ilişkileri birarada kullanabilmek ile mümkün olur. Tasarım içerisinde her konu ile ele alınabilen zıtlık etkili anlaşır şekillerde ifade edilebilir (Erim, 2000, s. 338).

Oran/orantı: İki ya da daha fazla benzer şey arasındaki büyüklük, miktar ve derece ilişkisidir (Keser, 2009, s. 240).

Ölçüler arasındaki, uyum-denetim-gereklilik işlerine bağlı ilişkidir. Büyüklük, nicelik, derece bakımından, iki öge veya parça ile bütün arasında bulunan ölçüsel ilişki “nisbet”tir. Oran iki şey arasında özellikle ölçüsel uygunluktur. Oran estetik ifadenin gücünü, etkisini şiddetlendirir veya yok eder. Algı zenginliği oran duygusunu gelişip pekiştirir. Ölçü, görsel sanatlarda, tamamen, “oran” ilişkisiyle varolur. Oransızlık, “nisbetsizlik”, kıyas ve karşılama olarak, ölçüsüz, hesapsız görünümdür. Ölçüsel uyumsuzluktur (Atalayer, 1994, s. 205).

Sanat kuram ve yöntemleri üzerine çalışmalarını yoğunlaştıran eğitimci ve yazar Yolcu'ya göre (2009) oran, bir sanat eserini oluşturan elemanları karşılaştırma ve dengelemedir. Böylesi bir dengenin oluşturulmasında çok değişik yollar denenebilir. Klasik Yunan sanatında ve Rönesans'ta geometri ve matematik yasalarına itibar edilmiş; "altın oran", kompozisyonlarının çıkış noktası olmuştur. Bir tasarım içerdiği görsel elemanların orantısal ilişkilerinde değişken yapılarla iş görmektedir. Bunun nedeni, iyi tasarımın çeşitli orantısal ilişkiler barındıran, tekdüzelikten uzak bir biçim olması gerektiğindendir (Batı, 2013, s. 45).

2.2. AFİŞ TASARIMINDA ÖGELER

Afiş tasarlarırken çeşitli tasarım öğelerinden yararlanılmaktadır. Hedef kitle üzerinde amaçlanan davranış değişikliklerini yaratmak için, tasarım ilkelerinden hareketle grafik tasarım öğelerinden gereğince yararlanmak, etkili bir yapıt ortaya koymak için son derece önemlidir. Bu nedenle, diğer grafik tasarım uygulamalarında olduğu gibi afiş tasarımında da belli bir bilinçle yararlanılması gereken grafik tasarım öğelerini çeşitli boyutlarıyla açıklamakta yarar vardır. Renk, tipografi, görüntü, çizgi, doku, biçim vb. olarak sıralanabilecek grafik tasarım öğelerin aşağıdaki gibi ele alınabilmektedir.

Renk: Afiş tasarımında kullanılacak renkler son derece önemlidir. Çünkü birbirleriyle uyumlarından veya karşıtlıklarından meydana gelen renge dayalı görsel bütünlük ile temaya vurgu yapılır. Tasarımda renk ilişkilerinin yerinde / doğru kullanılması ile daha etkili tasarımlar gerçekleştirmek olasıdır.

Renk bir tasarımda etkiliyiciliği ve vurgulamayı artırır. 1979'da Amerika'da yapılan bir araştırma, dört renkli dergi ilanlarını izleme oranının %38, iki renkli ilanları izleme oranının ise %20 arttığını göstermiştir. Başka bir araştırmada ise; siyah-beyaz bir ilanın çok renkli olarak basıldığında %50 oranında daha fazla izlendiği ortaya çıkmıştır. Bir tasarımda istenilen doğru atmosferi yaratmada en önemli araç, renktir (Becer, 1999, s. 60).

Renkler insan üzerinde farklı duygular uyandırır. Türk ressam ve eğitimci Atan'a göre (2006) renk, görsel olarak algılanan bir çok duygusal etkinliğe sahip olan ve estetik amaçlara hizmet veren bir öğedir. Her rengin insan üzerinde etkisi farklıdır. Göz retinasına çarpan bir rengin hem fizyolojik hem de psikolojik bir etkisi vardır. Bizim herhangi bir renkten kaçınmamız veya hoşlanmamız o rengin dalga boyuyla ilgili olduğu kadar psikolojik yapımızla da ilgilidir (Mülayim, 1994).

Renk fiziksel bir oluşumdur ve ışık ile birlikte var olur. Önemli bir tasarım öğesi olduğu gibi, aynı zamanda sembolik bir değeri de vardır. Tek başına renk mesaj verebilir, davranışları yönlendirebilir, insan fizyolojisi üzerinde etkiye sahiptir (Uçar, 2004, s.45).

Renklerin insan üzerindeki etkisi eski zamanlardan bu yana bilinmektedir. “Akıl hastanelerinin yeşil renge boyanması ruh hastalarının sinirlerini yatıştırıcı etki yapmaktaydı” (Odabaşı, 2006, s. 89). Sıcak renkler daha canlı, etkin izlenim vermektedir. Soğuk renkler de ise sakinlik ve dinginlik etkisi hakimdir. Afişte çok renklilik tercih edilmemelidir. Afiş tasarımında birbirine uygun ve bütünlük etkisi açısından daha çok etki yaratan renkler; sarı, siyah ve turuncu'dur.

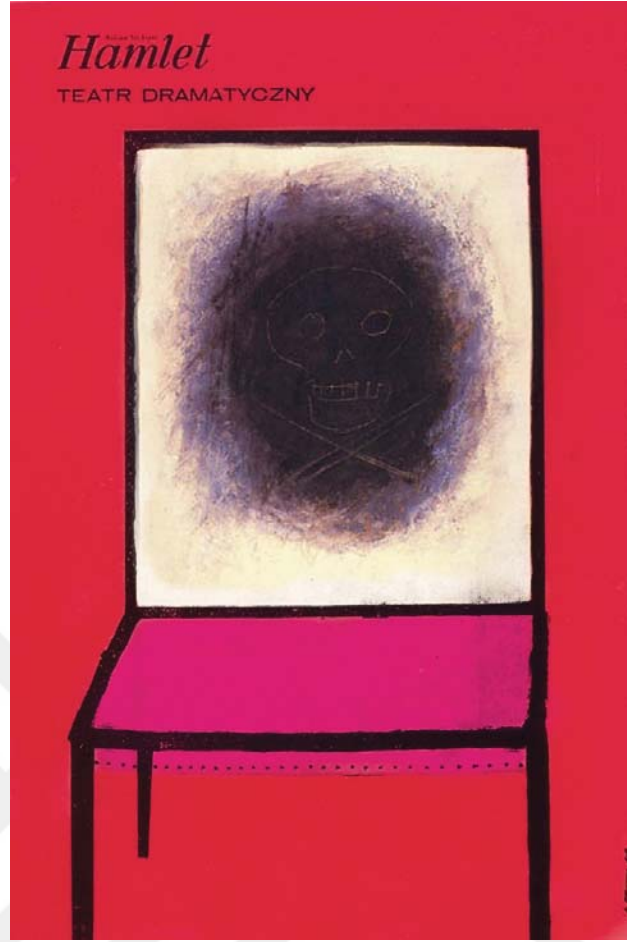
1920'lerde afiş tarihinin başlangıcı olarak kabul edilen, Loie Fuller için Jules Cheret tarafından tasarlanmış olan afiş *La Danse du Feu (Ateş Dansı)* adlı tasarımdır (Bkz. Görüntü 49), Bu afişin zemininde kullanılan siyah renk, üzerine gelen turuncu ve hareketli figüre odaklanılmasını sağlamaktadır. Gereksiz detayları ayıklayıp üst üste basımlarla geniş bir renk yelpazesi elde etmiş: büyük renk alanları kullanarak dikkatin ana figür üzerine yoğunlaştırılmasını sağlamıştır (Gümüştekin, 2013, s. 39). Afişte üst üste baskıyla sağlanan renk geçişleri beyazdan sarıya, sarıdan kırmızıya ve maviye enerjik ve coşkulu havayı yansıtmakta tamamlayıcı etken olmuştur. Yazı biçimi ve kullanılan renk tonuyla da kendi içinde güçlü ve tutarlı etki yaratmaktadır. Afiş tasarımında renk seçimi, tasarlanan görselin etkisini belirlemede önemli bir etkindir.



Görüntü 49: 1893 yılında Jules Cheret tarafından tasarlanmış “La Danse du Feu” (Ateş Dansı) afiş tasarımı bir görüntü (<https://bit.ly/2ONt8ZT>).

Henry Tomaszewski afiş tasarım kompozisyonlarında grafik tasarım öğelerinden rengi en etkili kullanan sanatçılardan biridir. Afişlerinde, fazlalıklarından ayıklanmış yalın bir görsel dil hakimdir. Renk kullanımıyla izleyicinin dikkatini afişe çekmeyi başarmaktadır. Afiş tasarımıındaki ruh ve anlatılmak istenenlerin renk kullanımıyla çekiciliğini arttırdığı söylenebilir (Bkz. Görüntü 50).

“Hamlet” afişinde, tasarımcı, oyunun içeriğini destekleyen renkler olan kırmızı ve siyahı, birbirlerinin etkisini güçlendirici bir şekilde kullanmıştır. Sandalyenin siyah renk ile çizgisel yorumu ve yine sandalyede kullanılan kırmızı rengin, zemin rengi olarak kullanılan kırmızının etkisini yok etmeyen etkide kullanılması anlamı güçlendirmiştir. Ayrıca sandalyenin çizgisel yorumuna karşılık, yine sandalyenin dayanma yerinde siyah rengin leke etkisinde kullanımı, afişte olağanüstü bir denge sağlamıştır (Gümüştakin, 2012, s. 67-68).



Görüntü 50: 1962 yılında Henry Tomaszewski tarafından tasarlanmış “Hamlet” oyunu afişinden görüntü (<https://bit.ly/2J7thZa>).

Tipografi: Tipografi terimi ilk kez, Johann Gutenberg’in metal harfleri tanımlamasında kullanılmıştır. Bugün ise; bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir (Becer, 2009, s. 176). Yazı bir fikrin görsel bir biçim verilmesi anlamına gelir. Tipografi bir tasarıma kişilik ve duygu veren en etkili unsurlardan biridir; aldığı görsel biçim söz konusu fikrin erişilebilirliğini ve okuyucunun tepkisini çarpıcı biçimde değiştirir (Ambrose ve Harris, 2012, s. 38).

Yunanca'da “typo” (form) ve “graphi” (yazmak) sözcüklerinden türemiş olan “typographia” sözcüğünün Türkçe halidir. Kavram; forma uygun yazmak demektir. Yazı tipi, punto büyüklüğü, satır uzunluğu, satır arası boşluk ve benzer etkenlerin kombinasyonları ile yapılır (Türk, a. s[elektronik] 13). Lupton’a göre

(1996), tipografi harf formlarının tasarımı ve onların aralık (espas) organizasyonudur. Neredeyse tüm görsel iletişim ürünlerde, kitap dergi, film televizyon ve elektronik medyada tipografi kullanılmaktadır.

Tipografi görsel tasarımın sözdizim mimarisi olarak değerlendirilebilir. Temel öğeleri, harflerin, sayıların ve sembollerin somut veya soyut olarak iletişimi ile biçimsel imgelemeler oluşturmaktadır. Okuyucuya verilen mesajın mimarisi, görsel bütünlüğü ve mantıksal simgelemeyi estetik bir armonide gerçekleştirebilmesi tipografi sanatının püf noktalarından biri olarak düşünülebilir. Tipografi tasarımı ve kullanımı masaüstü tasarımlardan ve bilgisayar yazılımlarından daha önce el sanatları ile ortaçağdan bu yana amblem, simgesel işaretler, logo ve ticari markaların resimlendirilmesinde yer alır (Tutsal, 2010).

Sarıkavak'a göre (2009), tipografi, harflerin yalnız sözcüklerde, satırlarda ve sayfa düzenlemesinde değil, bir tasarım tavrı sorunudur. Afişte tipografi tasarımı, iletişim ve söz dizimi üzerine kurulmaktadır. Afişte tipografiyi kullanırken imgeyle bir bütünlük oluşturulmasına dikkat edilmelidir. Afişte kullanılacak imge ve yazı karakterleri birbirini desteklemelidir. Seçilen yazı karakteri bir kimliğe sahiptir. Bu karakter içeriğe uygun olmalı ve ürünle bütünleşebilmelidir. Ayrıca izleyici tarafından kabul edilebilir olmalıdır (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2012, s. 16). Yazı stili seçimiyle kolay okunabilir olması gerekmektedir. Tipografi hiçbir zaman bir kozmetik malzemesi gibi kullanılmamalıdır. İyi tipografi, bilginin en doğru, en açık ve en mantıklı sunucusudur. Güzellik ve estetik tipografinin hammaddesi değil, yan üründür. Ana ürün anlaşılır bir iletişimdir (Becer, 1997, s. 176).

Henryk Tomaszewski'nin bu afiş tasarımında (Bkz. Görüntü 51) *tipografik* imgelemenin örneğini sunmaktadır. Polonya'da sansür yürürlükte olduğundan zafer işaretinin yapılmasının yasak olduğu bir dönemde, zafer işaretini el yerine ayağa yüklemesi onun esprili ve mizahi kişiliğini de ortaya koymaktadır. Ayrıca tipografideki çocuksu rahatlık bu etkiyi daha da güçlendirmiştir (Gümüştakin, 2013, s. 68).



Görüntü 51: 1983 yılında Henryk Tomaszewski'nin "Historia" Witold Gombrowicz'in adlı oyunu için hazırlanan afişinden görüntü (<https://bit.ly/2J5pU4R>).

Ülkemizde alanında uzman sayılı afiş tasarımcılarından Yurdaer Altıntaş'a (1991) göre; Jules Cheret, tek başına bir afiş devrimi gerçekleştirerek yazı ile görüntüyü evlendirdi ve Fransız Art Nouveau'su için zemin hazırladı. Modern afişin babası olarak anılan Fransız tasarımcı el ile yazılmış olan başlıkları, afişin arka planlarının parlak ama desensiz renkler kullanmıştır. Böylece okunurluğu sağlamayı hedeflediği düşünülmektedir. Afiş kompozisyonunda hakim olan tipografik hareketlilik etkisi kullanılarak oyunun eğlenceli yönüne vurgu yapmıştır (Bkz. Görüntü 52).



Görüntü 52: 1892 yılında Jules Cheret'in Musee Grevin'de oynanan "Pantomimes Lumineuses" ilk optik tiyatro gösteri afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2kO9xeB>).

Görüntü: Görüntü, belirli bir içeriği aktaran anlatım aracıdır (Büker, 2010, s. 49). Afiş tasarımlarında, fotoğraf, resimleme, çizim vb. kullanılan görüntülerden oluşmaktadır. "Görme sözcüklerden önce gelir" (Yalın, 2012, s. 3). Görüntüler, bilgiyi aktarmada güçlü bir etki yaratmaktadır. İster sinema, televizyon görüntüsü, isterse fotoğraf veya resim olsun, imgeler insan bilincinin bir ürünüdür. İnsan zihni ne kadar direnirse dirensin, az ya da çok bir derecede yaratılan bu imgelerin - aslında kendisine gösterilenlerin - etkisinde kalmaktadır. (Parsa, 2007, s. 4). "Görsel dil, iletişim sürecinde davranışları yönlendirmede gerçek tecrübelerin yerini tutar. Birçok iletişim formunda, izleyicinin duygularını canlandırması konusunda önemli bir yaratıcı güç olarak düşünülür" (Batı, 2013, s. 36). "Sadece metin okuduğumuz zaman, üç gün sonra bilginin yalnızca yüzde 10'unu

hatırlamamız muhtemeldir. Metin, görüntü ile kombine edildiği zaman üç gün bilgilerin yüzde 65'ini hatırlamak muhtemeldir” (Krum, 2014).

Görüntü 53'te Texas Ulaştırma Bakanlığının, trafiğe çıkarken alkol kullanımının ne denli kötü sonuçlar meydana getirdiğini, dikkat çekici görsel bir dil kullanarak anlattığı afiş tasarımı bulunmaktadır. Bu afişte Jackueline Saburido'nun kazadan 20 yıl önceki fotoğrafı sol alt tarafta verilmiş, kazadan sonra ki görüntüsü afiş tasarımının genelini kapsayarak Jackueline Saburido' nun öncesi ve sonrası gösterilmektedir. Afişte kullanılan Saburido'nun şuanki görüntüsü, kampanyanın dikkat çekiciğini negatif duygusal çağrışımla bize anlatmaktadır. Sarhoşluk davranışının sebep olabileceği kazalar üzerinde Saburido'nun yaralarını ve yaralarına sebep olan içkili bir biçimde direksiyona geçme davranışı ilişkilendiriliyor (Lidwell ve diğerleri, 2010, s. 43). Bu örnekten hareketle *görüntüleri* konuyla ilişkilendirip doğru kullanıldığında, afiş tasarımının sosyal sorumluluk kampanyalarında başarılı sonuçlar elde edilebilmektedir.

Görsel dil, söylemi açısından kestirilemeyen manipulatif bir söylemdir. Birey görsel materyalden çoğu kez farkında olmadan etkilenmektedir. Sözlü bir metinde başlangıç ve son mevcutken, görsel dilde zaman odaklı bir yaklaşım söz konusu değildir. Sözlü iletişim kapsamında var olan farklı zamanlar arasında tercih yapılabilirken, görüntüler zamansızdır. Zamandan bağımsız olan görsel dil aynı zamanda, kültürlerarası standardizasyonu sağlama noktasında önemli bir araçtır (Batı, 2013, s. 36).



Görüntü 53: 2002 yılında, Texas Ulaştırma Bakanlığı'nın Jacqueline Saburido'nun yüzünün kullanıldığı "İçmeyin ve araç kullanmayın" afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2JpoNMz>).

Çizgi: Grafik tasarım uygulamalarında çizginin görevi tasarımı detaylardan arındırarak formları sadeleştirmeye, mesajı izleyiciye, daha çarpıcı bir biçimde aktarabilmek olduğu düşünülmektedir. Yalınlaştırılarak oluşturulan tasarım seyirciye anlatım ve aktarmada tasarımcı açısından yeni bir grafik dil oluşturmaktadır.

Ketenci ve Bilgili'ye göre (2006) düz, kıvrımlı, kalın, ince, sürekli, kesik, grenli ya da keskin özelliklere sahip çizgiler tasarımda; objenin dikkat veya iki obje arasına

koyularak gözün onları birbirinden ayırmalarının sağlanması amacıyla, zaman zaman ise bazı mesajların iletilmesi için kullanılmaktadır.

İki nokta arasındaki mesafe çizgidir. Noktanın devamlı hareketinden oluşur ve kütleyi sınırlayan onu boşluktan ayıran, var eden bir araçtır (Üner, 2010). Çizgi hem hareketi, hemde biçimi sağlar. Gereğince ve düzenli kullanımı doğal olarak ritmi yakalar. Çizginin en önemli özelliği, somut bir biçimi anlatırken akıcı, temiz ve keskin olması gerekir. Bu sağlandığında ana fikrin yakalanabilmesi olasılık bulur (Odabaşı, 2006, s. 37).

Temel eleman olan çizginin, sezgi, düş gücü ve yaratıcılığa bağlı değişen yorumları söz konusudur. Bu yorumlarda, çizgiler, kimi zaman figüre yalınlaştırarak bir simge haline getirebilirken, kimi zaman da, ele alınan konunun içeriğini yansıtan bir görsel öge olabilir. Tasarımcı anlatımı çizgilere indirgeyerek yalın bir ileti kodlaması yaparken, bir anlatımda, kendine özgü dil yaratmış olur. Böylelikle, çizgiler hiç bir zaman yüzeysel anlatım aracı olabilmektedir (Turgut, 2013).

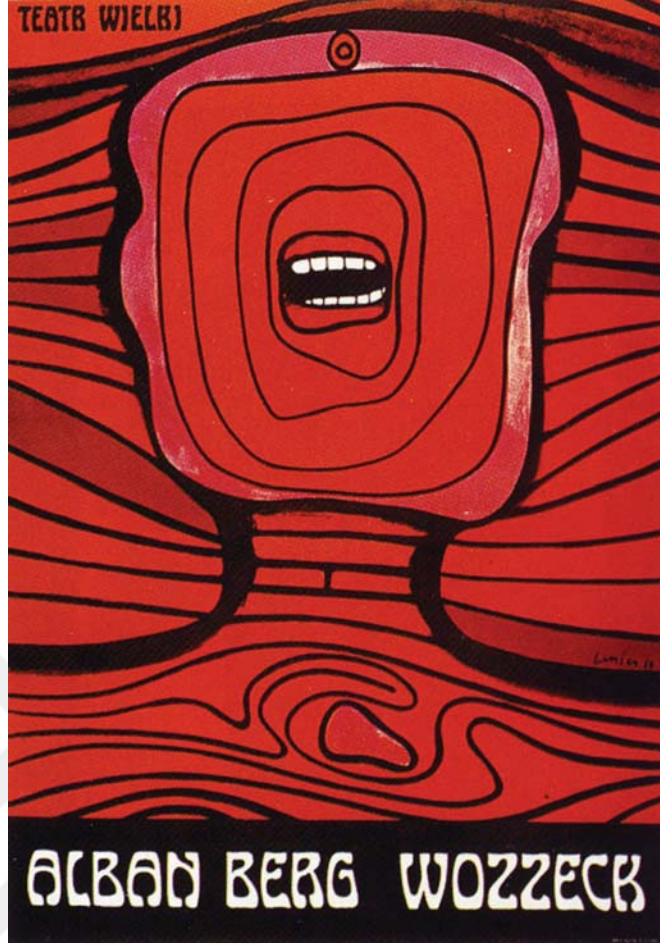
Becer'e göre (2009), iki görsel unsur arasına konulacak bir çizgi, izleyiciye bunları optik olarak ayırması gerektiğini bildirir. Çizgiler, karakterlerine ve konumlarına bağlı olarak bazı mesajlar da iletir. Yatay Çizgi: Durgunluk, Düşey Çizgi: Saygınlık, Diyagonal Çizgi: Canlılık, Kıvrımlı Çizgi: Zarafet. Yuvarlak, eğri çizgiler; "yumuşaklık, hoş ve ritmik bir hareketi, okşamayı" ifade eder. Kırık kalın-kesin, kararlı çizgiler; "sertliği, dinamizmi, güveni" ifade ederler. Düz çizgilerin "static" (durgun - dengeli) etkileri vardır. Nedeni ise, yer düzlemine dik pozda "devinim kazanan" insanın, ufuk çizgisi yataydır (Erim, 1996, s. 15).

Niklous Troxler'in *Tekerlekli sandalye maratonu* için tasarlanan afişinde (Bkz Görüntü 54), figürler, ayrıntıları atılarak, çizgilerle temel yapılara indirgenmiştir. Gerçekçi görüntüden çizgisel dile aşamalı olarak geline bu tasarımın, hazır efekt ya da başka kestirme yaklaşımlar içermediği açıktır (Turgut, 2013, s. 20).



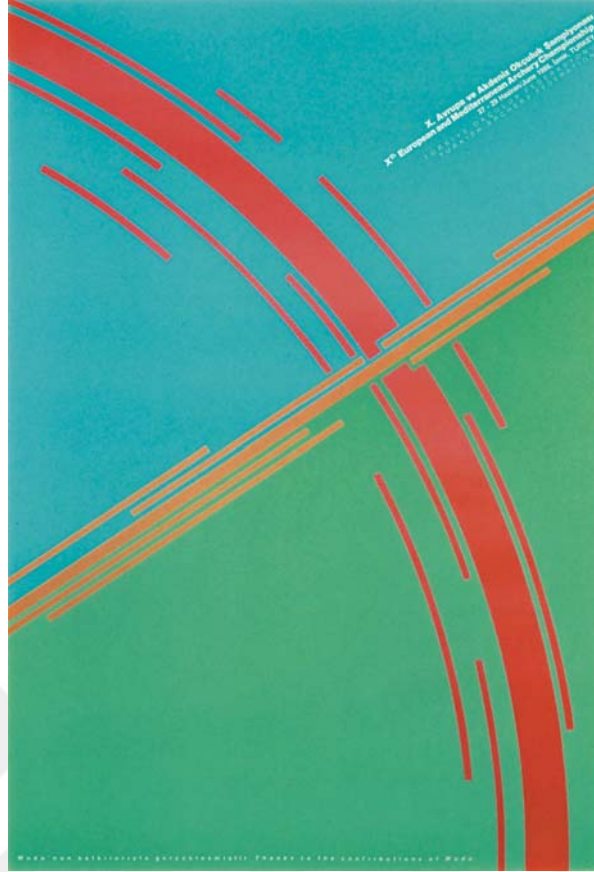
Görüntü 54: 2004 yılında Niklaus Troxler'in "Tekerlekli Sandalye Maratonu" için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2AMu6ma>).

Çizgisel anlatım elemanını opera afişi için kullanan Jane Lenica (Bkz. Görüntü 55), Opera seslendiren bir figürün ses dalgalarını çizgiler kullanıp anlatmıştır. Ön planda ağız ve etrafında çizgiler yayılmaktadır. Böylece çizgisel anlatımla fazlalıkları atarak ana fikri daha çarpıcı bir şekilde anlatmaktadır. Görsel anlamda fazlalıklardan sıyrılarak, ana fikri seyirciye etkili bir şekilde aktarmaktadır. Mesajı izleyiciye *çizgisel* anlatım biçimiyle aktararak, çizginin yalnızca süsleme unsuru olarak kullanılmadığı, konuyu imgesel ve daha güçlü bir anlatım dili oluşturmada önemli rol oynayabildiğini kanıtlamaktadır.



Görüntü 55: 1964 yılında Jan Lenica, Alban Berg'in "Wozzeck Operası" için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2vjBQHe>).

Bülent Erkmén'in *10. Avrupa Okçuluk Şampiyonası* için hazırladığı (Bkz. Görüntü 56) afiş, çizgisel anlatım kullanılarak şampiyonanın ana konusu olan ok ve yay imgesinden oluşmaktadır. Afişte somut bir şekilde ok ve yay yoktur ancak tasarımcı çizgisel anlatım diliyle çizgilerin açıları ve etrafında bulunan küçük çizgilerle yaydan fırlatılmış bir okun hızını vurgulamak istemiştir. Böylece tasarımdaki hareket duygusu *çizgilerle* anlatılmaya çalışılmıştır.



Görüntü 56: 1986 yılında Bülent Erkmen, “10.Avrupa Okçuluk Şampiyonası” için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2M6morE>).

Doku: Tasarım öğelerinden doku, tasarım dilinde dış yüzey anlamına gelen tekstür olarak da kullanılmaktadır. Tanım olarak söylersek, Yolcu’ya göre (2009), doku; doğal veya sanatçı tarafından meydana getirilen bir alanın, gerçek veya taklit edilen ve dokunma duyusuna hitap eden değerlerdir.

Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından sözedilebilir. Tasarımın üzerine kullanılan dokular, optik ya da fiziksel olarak duyguları yönlendirici bir işleve sahiptir (Becer, 1997, s. 61). Üner’e göre (2010), birim motifin ya da desenin tekrarlanarak, tüm yüzeye yayılması ile elde edilir. Farklı bir etki, bir çekicilik ve estetik katan dokular, süs öğesi olması dışında fonda mekansal bir etki yaratmak amacıyla da kullanılır.

Grafik tasarımda doku görsel bir elemandır ve fiziksel bir yanılsama yaratır. Fonksiyonunu ortaya koyduğu zaman görsel etkiyi güçlendirir, huzur verici olur.

Doku, uyum ve zıtlıklarla doğa dışı bir güzellik yarattığı gibi, sanat eserinde de değerli bir eleman olur (Yolcu, 2009, s. 48).

Bigalı'ya göre ise doku (1999), bir objenin yüzeyinin, görme ve dokunma duyularıyla hissedilen özelliğinin temsil edilmesi şeklinde de ifade edilebilir. Böylece doku, alanların düzenledikleri veya insan tarafından değiştirildikleri gibi görülen ve hissedilen dış yapısıdır.

Nesne ve varlıkların dış yapı özellikleri ve bunların objektif tesirleri doku'yu (tekstürü) oluşturur. Başka bir deyişle, yüzeylerin "dokunsal değerleri" ne doku adı verilir. Doku; yüzey, renk, ton gibi iki boyut etkisi yapan öğeleri, üçüncü boyuta götüren bir ögedir. Formu, biçimi, yüzeyi karakterize eden ögedir (Atalayer, 1994, s. 194).

Alphonse Mucha 1896 yılında hazırladığı Litografi baskı afişinde (Bkz. Görüntü 57) elinde bisküvi tutan kadın figürünü güçlü sanatsal detaylar ile işleyerek izleyicide dokunma hissi uyandırmaktadır. Tasarımda kadın figürünün saçlarında bulunan haşhaş ayrıntısı, doğada olduğu gibi canlı renkleriyle fiziksel yanılsama etkisini yaratmaktadır. Üzerindeki akan elbise kumaşı baskıda üst üste renk tonlamalarıyla ustaca işlenerek afişte doku hissini etkin kılmıştır. Böylece afişe estetik anlatım ve çekicilik kazandırmaktadır.



Görüntü 57: 1896 yılında Alphonse Mucha'nın, "Biscuit Lefevre" için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2Mu1Gi8>).

William Henry Bradley Biscuit Lefevre için tasarladığı afişinde doku örneğini sunmaktadır (Bkz .Görüntü 58). Tasarımında tüylü bir kuşu çizgilerle kıvrımlar kullanarak detaylı bir şekilde işlemiştir. Böylece dokunsal duyularımızı harekete geçirmeyi hedeflemiştir. Çizgi doku tekniği kullanılarak sıra sıra kullanılan çizgilerde kabartma etkisi verilmektedir. Görsel anlatımı zenginleştirerek afişte dinamik duygular uyandırılmasını sağlamaktadır.



Görüntü 58: 1895'te William Henry Bradley, Charles Scribner's Sons yayınevinden çıkan "Poster Kitab" kapağı çalışmasından bir görüntü (<https://bit.ly/2Oife0V>).

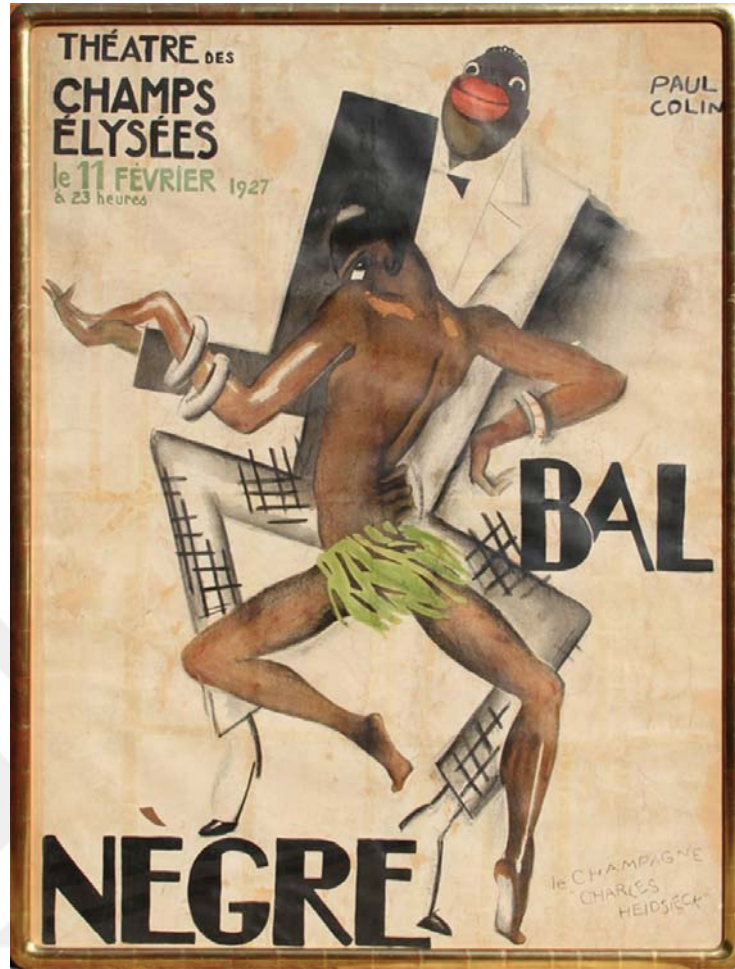
Biçim: Grafik tasarım öğeleri birbirleriyle bağlantılı olarak ilerlemektedir. Biçim farklı disiplinleri bir arada kullanarak oluşmaktadır. İngilizce ve Almanca "Form" da denmektedir. Genel anlamıyla, bir nesnenin algılanan tüm maddi öğelerinin kendine özgü bir düzen oluşturan bütünüdür. Genellikle nesnenin iki boyutlu biçim özelliği Osmanlıca şekil sözcüğüyle karşılanır. Herhangi bir sanat anlatımında renk, ton gibi öğeler dahil, biçimsel öğelerin tümünün biraraya geliş biçimi üslubu oluşturur (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1997, s. 240). Bütün plastik sanatlarda form veya biçim; ortaya konan eserin temelde algılanan maddi yapısı, gözünüzü hareket ettiren çizgiler ve yüzeyler bütünüdür (Odabaşı, 2006, s. 60). Bir çok çizginin bir arada bulunuşu, tek bir çizgi içindeki dönüş ve kıvrımlar

ile değişik tonların oluşturduğu yüzeyler; bir tasarımda biçimi oluşturan unsurlardır (Becer, 2009, s. 62).

Temel tasarım tekniğinde, çizgi, renk ve diğer yüzey elemanlarının birbiriyle ilişkileri sonucu biçim oluşur. Gerek renkler, gerekse biçimler algılanmalarında genişleme ve yayılma özelliği gösteren nesnelerdir. Bu görsel algılamanın fiziksel bir boyutudur, öyleyse biçimin ortaya çıkabilmesi için çizgi ve rengin biçime canlılık kazandırması gerekmektedir (Tepecik, 2002, s. 36-37).

Bütün plastik sanatlarda geçerli olmak üzere, form veya biçim; ortaya konan eserin, temelde algıladığımız maddi yapısı, yani, gözümüzü hareket ettiren çizgiler ve yüzeyler halinde algılanmasıdır (Yolcu, 2009, s. 47). Bir çok çizginin veya objenin bir arada bulunuşu, tek bir çizgi üzerindeki dönüş ve kıvrımlar ile değişik tonların oluşturduğu yüzeyler, bir tasarımda biçimi oluşturan unsurlardır (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 282).

Fransız Tasarımcı Paul Colin (Bkz. Görüntü 59), Bal Negre'de gösterimi yapılacak *Champs Elysees* oyunu için hazırladığı afişinde, renk, boyut, çizgilerle dans eden, dinamik bir çiftin görüntüsünü işlenmektedir. Afişte vurgulanmak istenen ana fikir biçimlenmiştir. Biçim (dış görüntü) ve ana fikir ilişkisiyle iletilmek istenen düşünce biçime dönüşmüştür. Böylece, tasarımda tüm görsel iletiler kullanılarak biçim, işlevselliğe yardım etmektedir.



Görüntü 59: 1927 yılında Paul Colin, “Champs Elysees” tiyatro oyunu için hazırladığı afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2AU3rDY>).

2.3. AFİŞ TÜRLERİ

Grafik tasarım ürünlerinden ve görsel iletişimin en önemli öğelerinden biri olan afişler, kullanıldıkları uzama göre ve içeriklerine göre olmak üzere iki başlık altında sınıflandırılabilir.

2.3.1. Kullanıldıkları Uzama Göre Afişler

Bu öğeler segilendikleri uzama (mekana) göre; iç uzam afişleri ve dış uzam afişleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

2.3.1.1. İç Uzamda Kullanılan Afişler

Sergilendiği alan bakımından dış mekan afişlere oranla uygulandığı alanda varlığını uzun süre sürdüren sinema veya tiyatro salonlarında, çeşitli ufak ölçekli organizasyonların sergileme salonlarında görebileceğimiz afiş türleridir (Deliduman ve Çakmak, 2017, s. 318).

2.3.1.2. Dış Uzamda Kullanılan Afişler

Sergilendiği ölçüler bakımından daha büyük ölçülere sahip olan binaların dış mekanlarında kullanılan afişlerdir.

2.3.2. İçeriklerine Göre Afişler

İçeriklerine göre afişler kültürel afişler, sosyal afişler, propaganda afişleri ve reklam afişleri olarak dörde ayrılmaktadır.

2.3.2.1. Kültürel Afişler

Tiyatro, sinema, sergi, film festivali, konser, konferans, sempozyum, kitap fuarı vb. etkinliklerin duyurulduğu afiş çeşitidir. Kavram olarak afişin konusunu anlatmaktadır. Sanatsal ve kültürel afiş, üretildikleri dönemin toplumsal ve kültürel özelliklerini yansıtan bir ayna niteliğindedir. Kültür ve sanat etkinliklerini topluma duyurma amacını taşıyan afişler, kültürel afiş sınıfına girer (Bürge, 2010, s. 117). (Bkz. Görüntü 60). Aslında her afiş bir kültür ürünüdür. Daha doğrusu zamana - mekana karşı yıpranmayan, bildiri işlevi dışında sanatsal bir ürün olarak kültür ve sanat yaşamına olduğu kadar, sosyal ortama da etkide bulunmuş – ya bir şeyi başlatmış, ya da sürdürmüş olan – tüm afişler kültür afişi ve de kültür ürünüdürler (Sarıkavak, 1993, s. 13).

Genel olarak bir tiyatro afişi, hem oyunun içeriğini, yazarının kişiliğini hissettirmeli hem de afiş tasarımcısının toplumsal konumunu ve tasarımcı kişiliğini yansıtmalıdır. Tiyatro afişlerinde konu ile uyum, oyunun içeriğini en iyi yansıtmaya ve kişiliğin estetik bir unsur olarak kullanılması afişe çekicilik kazandırır. Tiyatro, hem görsel hem de işitsel bir sanattır. Dolayısıyla, bu işitsellik tiyatro afişlerinde de hissedilmelidir. Afiş konuşmalı, oyunun mesajını iletici bir karaktere sahip olmalıdır (Gümüştekin, 2013, s. 65).



Görüntü 60: 53. Uluslararası “Troia Festivali” afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2nlkOnJ>).

2.3.2.2. Sosyal Afişler

Toplumsal olayları konu alan afiş türüdür. Toplumsal bir olay ile ilgili olarak toplumu bilinçlendirme ya da toplumsal bir değişim konusunda uyarıcı niteliği taşıyan afişlerdir (Bürge, 2010, s. 88). Sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin, yanısıra politik bir düşünceyi yada siyasi bir partiyi tanıtan afişler grubunda yer alır (Becer, 2009, s. 202) (Bkz. Görüntü 61).



Görüntü 61: Tema Vakfı'nın "Buğdayı Üzme, Kömür Santrali Dikme" kampanyası afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2OjmoSn>).

2.3.2.3. Propaganda Afişleri

XX. yüzyılın başında patlak veren I. Dünya Savaşı, afişlerin propaganda amacıyla kullanılmasına; afişin daha fazla bu yönüyle tanınmasına yol açmıştır. I. Dünya Savaşı boyunca ülkeler propagandalarını afiş kanalıyla sürdürmüşlerdir. 1917 Ekim Devrimi, politik propagandanın afişlere yansımaya neden olmuştur (Gümüşlü, 2008, s. 55). Dünya üstündeki olaylara tepki göstermek ya da çeşitli durumlara karşı sanatçının duruşuyla da sağlanabilecek belli bir değişimin varlığından söz edilebilir (Kantürk ve diğerleri, 2000, s. 14). Yaşamımızın içerisinde, sosyal ve kültürel olaylara dair ürettiği sanatsal karşı duruşu olan afiş çalışmaları bu grupta yer almaktadır.

2.3.2.4. Ticari Afişler (Reklam)

Bir ürün ya da hizmeti tanıtan afişlerdir. Beş alanda yaygın olarak kullanılmaktadır; endüstri, moda, kurumsal reklamcılık, basın-yayın, gıda, turizm (Becer, 2009, s. 202) (Bkz. Görüntü 62).

Reklam afişlerinin gelişimi Türkiye’de reklamcılığın gelişmesi, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte olmuştur. İlk basılı ticari örnekler 21 Ekim 1860 tarihinde Agah Efendi ve Şinasi tarafından çıkarılan Tercüman-ı Ahval Gazetesi’nde yer almıştır (Bürge, 2010, s. 185).

Ticaret ve sanayide başarılı olan iş adamları ya da politikacılar kendi tarzlarıyla tanıtım yapmayı sürdürürken; birçok özel ya da kamuya ait tiyatro topluluğu da (Ali Poyrazoğlu, Levent Kırca, Ferhan Şensoy tiyatroları, Ankara Üniversitesi DTCF Tiyatro Bölümü, Ankara Büyükşehir Belediyesi Tiyatroları gibi) kendi ekiplerinden “eli yatkın” elemanlara afiş yaptırmaktadır (Gümüşlü, 2008, s. 16)



Görüntü 62: Continental araba lastiği afişinden bir görüntü (<https://bit.ly/2OjmoSn>).

3. BÖLÜM:

DEĞERLENDİRME YAKLAŞIMLARI ve TİYATRO AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN İNCELENMESİ

3.1. DEĞERLENDİRME YAKLAŞIMLARI

Yapıt değerlendirme bağlamında yapılan araştırmalar sürecinde sanat yapıtlarının; tasarım tarihi, tasarım sosyolojisi, tasarım psikolojisi, ontoloji bilimi ve göstergebilim açısından irdelenebileceğine yönelik çeşitli verilere ulaşılmıştır. Elde edilen bu bilgilere kısaca da olsa yer vermekte yarar görülmektedir. Ancak, bu çalışmanın konusu *tiyatro afişlerinin göstergebilimsel açıdan incelenmesi* olduğundan, ayrıntılı irdelemeler bu bağlamda yapılacaktır.

3.1.1 Tasarım Tarihi Açısından Değerlendirme

Görsel iletişim biçimlerinden olan afiş sanatı, kronolojiye bakıldığı zaman savaşlar, ekonomik krizler teknolojik yenilikler ve diğer gelişmelerle birlikte, dönemin izlerini tasarımlarında yansıtarak günümüze kadar önemini korumayı başarabilmiştir. Afiş sanatını değerlendirirken tüm dönemlerle, tüm sanatlarla ilgilenen ve tarihe eşlik eden sanat tarihi, kendine ait yöntemleri, tarihi ve inceleme konusu olan yapıtlarıyla özerk bir disiplindir (Yerguz, 2015, s. 7-110).

Tarihlerinde sanat eserlerinden yoksun toplumlar, egemen devlet olarak devamlı yaşama şansına sahip olamamaktadırlar. Sanat kültürü zengin bir geçmişi olan uluslar ise kendi egemen devletlerine sahip oldukları gibi egemen yaşama gücünü de kaybetmiyorlar. İşte böylesine yaşatıcı bir gücü bünyesinde taşıyan sanat eserlerine çağımızın büyük önem vermesi bundandır. Ve “*sanatsız bir ulusun hayat damarlarından biri kopmuş demektir 1.*” sözü bu gerçeğin bilincine ulusça varılmasını istemektedir. Demek ki, ulusların yaşama potansiyeli, onların sanatsal hayatıyla oratılıdır oluyor... Sanat eserinin içinde doğduğu kültürün oluşmasında başka kültürlerin de payı vardır. Bu açıdan yapılan gözlemler, sanatın sınırlar aşıcı karakterde olduğunu göstermektedir. Komşu, hatta uzak kültürlerin, bir ülke sanatında katkısı çok yönlüdür...Sanat kültürünün sınırlar aşan etki gücüne sahiptir. Sanat

eserinin incelenmesi, hem genişliğine hem derinliğine bir araştırma gerektirmektedir (Turani, 1999, s. 7-8).

Bu yaklaşım açısından sanat yapıtını tasarım tarihi perspektifiyle ele alıp derinlemesine inceleme ve analiz yapmak mümkündür.

3.1.2. Tasarım Sosyolojisi Açısından Değerlendirme

Tasarım sosyolojisi, sosyolojinin alt dallarından biridir. Sanatçı ile yaşadığı toplumla arasındaki bağlantıyı incelemektedir. Sosyolojik açıdan çeşitli araştırmalar ve değerlendirmeler yapan Tezcan'a göre (2011), Sanat sosyolojisi XX. yy'ın başlarında sosyologlar tarafından sanat ile toplumun ilişkilerini inceleyerek sosyolojik bir bakış açısı getirmeye çalışan bir alandır.

Sanat sosyolojisi, toplumdaki, toplumsal kümeleri ve yapısının özelliklerini, sanat etkinliklerinin özelliklerini, toplumun yapısıyla arasındaki ilişkileri güzellik anlayışı ve anlatımlardaki değişimleri incelemeyi amaçlayan sosyolojinin bir alanıdır. Başka bir tanıma göre ise, Sanat Sosyolojisi; sanat yapıtının oluşumunda toplumsal çevre koşullarının rolünü araştıran disiplindir. Sanata yönelik toplumsal yaklaşım kuramını ilk ortaya süren düşünür Platon'dur (Uludağ, 2002, s. 166).

Tasarım toplumsal bir öge olması açısından sosyolojinin ilgi alanın girmektedir. Sanatın gelişimini, uygarlığa meydana getiren fiziksel, ekonomik, tarihsel ve ideolojik koşulların bütünüyle hayati ilişkiler çerçevesinde incelemek gerekmektedir (Karamustafa, 1980, s. 5).

Bir sanat ürünü edebiyat, resim veya müzik yaratıcıları vardır. Sanat olgusunda karşımıza çıkan yapıcı ögesi sanatçı ya da sanatçılardır. Sanat ögesinin ikinci yapıcı ögesi ise sanat ürünüdür. Sanat yapıtı da belli bir toplumda ortaya çıkmış bir üründür. Sanatçı, yapıtın başkaları tarafından dinlenmesi, görülmesi vb. biçimde alımlanmasını bekler. Bunun için yapıtın iletilmesi gerekir. Bu ileti toplumun kullandığı belli araç ve gereçlerle gerçekleşir. Sanat sosyolojisinin araştıracağı üçüncü öge de sanat yapıtının iletilmesi ögesi olacaktır. Sanat yapıtının iletildiği "Alımlayıcı" dediğimiz bu insanlar dördüncü ve sonuncu ögesi olarak kitleyi ve kitlenin sanat olgusuna katılması açısından sosyoloji tarafından incelenir (Soykan, 2009, s. 13-14).

Toplumsal bir ürün olan sanat çeşitli biçimlerde inanışlardan etkilenmiştir. Örneğin Resim sanatı dinsel etkiler içeren bir sanat dalı meydana getirmiştir.

Hristiyanlığın yayılıp güçlenmesine katkı sağlamak amacıyla 18. yy'ın sonuna kadar Hristiyanlıkla güçlü bir ilişki içinde olmuştur. Bu ilişki halen hristiyan ülkelerinde devam etmektedir (Tezcan, 2011, s. 97).

Bu bağlamda sanat yapıtını tasarım sosyolojisi açısından ele alınıp incelemek ve analiz yapmak mümkün görülmektedir.

3.1.3. Tasarım Psikolojisi Açısından Değerlendirme

“Sanat psikolojisi sanatsal üretim-yaratım yaşantısındaki sanatçı davranışları ile sanata tüketici olarak yaklaşanların yaşantı ve davranışlarını inceleyen bilim dalıdır” (Lexion der Kunst, cm II).

Sanatı bir olgu olarak var eden etkileşimler beş başlık altında;

1. Sanatçının iç ve dış dünyasının yani “esinlenme olanakları” ile ilişkisi. Başka bir ifade ile sanatçının “konu” ile ilişkisi.
2. Konunun içerik haline dönüştürülmesi aşamasında sanatçı ve sanat ürünü etkileşimi.
3. Sanat ürününün potansiyel alıcısı imi. Yani kime, niçin gönderme yapılacağıdır.
4. Sanat eserinin alıcının rastlantısal ya da istençli buluşması.
5. Alıcının, sanat eserinden hareketle sanat eseri üzerinde oluşturduğu imgeler, yargılar, düşler vb.

Sanat psikolojisi, önce sanatta olan temel psikolojik sorunları ele alır sonra bu sorunların çözümlenebilmesi için yansız yöntemler bulmak ister. Sanat psikolojisi duyuları ve bu yolla ruhumuzu temel alır (Erinç, 1998, s. 8).

Psikolojik temellerin de ürünü olan sanat yapıtını, tasarım psikolojisi açısından ele alınıp inceleme ve analiz yapmak mümkün görülmektedir.

3.1.4. Ontolojik Açıdan Değerlendirme

Çağdaş felsefe görüşleri arasında en temel ve önemlilerinden biri Ontoloji'dir. XX. yy'da Nicolai Hartmann'ın kurup geliştirdiği bu felsefe anlayışı, *var-olan*'ı ve *varlığın bütününü* inceler (Tunalı, 1965, s. 1). Tasarım Ontolojisi ise, sanat

eserinin ontik yapısını ve sanat eserine yüklediği değeri sorgulayan estetik disiplin anlayışıdır (Tunalı, 1965, s. 49-50).

Estetik varlığın integralitesi bir ana kaynakla beslenir. Bu da sanat yapıtının varlığıdır. Buna göre sanat yapıtının ontolojik olarak araştırılması bizi doğal olarak hem güzel fenomenine hem de estetik değere götürür. Çünkü güzel dediğimiz şey sanat yapıtıdır. Estetik değeri ontolojiye dayanarak açıklanmasına; ontolojik estetik denmektedir (Tunalı, 2002, s. 51).

Hartmann, ontolojinin de yöntem bakımından bir önceliğe sahip olmadığını, ama tüm felsefe disiplinlerinin ontolojinin yardımını gerektiren kimi soruları olduğunu, bu nedenle ontolojinin bunların ilerlemesini olanaklı kılan koşullar hazırladığını söyler (Hartmann, 2010, s. 6).

Hartmann' göre sanat eserinin varlığı real (form almış hali) ve irreal (tinsel hali) olarak açıklanabilmektedir (Tunalı, 2002, s. 57-58).

Yukarıda sözedildiği üzere tasarım yapıtının incelemesi yapılırken, ontolojik (varlıkbilimsel) açıdan da ele alınıp irdelenmesi olasıdır.

3.1.5. Göstergebilimsel Yaklaşımla Değerlendirme

Göstergebilim göstergelerin yorumlanmasını, üretilmesini veya işaretleri anlama süreçlerini içeren bütün faktörlerin sistematik bir şekilde incelenmesine dayanan bir bilim dalıdır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Göstergebilim>).

Tasarım incelemesi yapılırken özellikle göstergebilimsel yaklaşımlardan yararlanılmaktadır. Göstergebilimsel irdelemeler özellikle semantik, sentaktik ve pragmatik yaklaşımlarla yapılmaktadır (Sayın, 2007, s.1018).

3.2. TİYATRO AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN İNCELENMESİ

Araştırmanın konusu tiyatro afişlerinin göstergebilimsel açıdan incelenmesine yönelik olduğundan, bu bölümde göstergebilim hakkında bilgi verilecek ve örnekler üzerinden göstergebilimsel çözümlemeler yapılacaktır.

3.2.1. Göstergebilim

Göstergebilim (semioloji) Yunan dilinde gösterge anlamına gelen “semaion” ile söz ve bilgi anlamına gelen “logos”tan, Ferdinand de Saussure tarafından önerilen bir kavramdır.

Göstergebilim; göstergelerin bilimidir ve insanların sözcüklerden, seslerden ya da resimlerden nasıl anlam çıkardıklarının temelini oluşturan ilkelere sahiptir. Birçok sanat yapıtı, oyun ve roman fazladan bilgi ileten simgesel referanslar ve göstergeler içerir (Ambrose ve Harris, 2013, s. 69). Ülkemizde Fransız dilinden Türkçe’ye çevirileriyle tanınan göstergebilim alanında çalışmalar yürüten Rifat’a göre (1992), Türkçede göstergebilim diye adlandırılan bilim dalı da en yalın tanımıyla, gösterge dizgelerinin izleyişini bilimsel bir yöntemle inceler ve betimler.

Göstergebilim kendisini oluşturan “gösterge” ve “bilim” kavramlarının toplamından farklı bir boyut barındırır. Göstergebilim burada sadece göstergeyle değil anlamla, anlamlamayla, anlamın üretilmesiyle ilgili bir etkinlik olarak düşünülmektedir (Rifat, 1992, s. 29). Göstergebilim, göstergelerin ve imgelerin iletişimde bulunma yolları ile onların kullanımlarındaki kurallar üzerinde durmaktadır. İster sinema ya da televizyon görüntüsü isterse fotoğraf veya resim olsun, imgeler insan bilincinin ürünüdür (Parsa, 2007, s. 1150).

Göstergebilim (semioloji) bir bilim olarak İsviçreli dilbilimci Saussure tarafından ilk kez ortaya konmuştur (Erol, 2007, s. 582). 1930’lu yıllarda mantıktan esinlenerek göstergebilimi geliştirmeye çalışan isimler; Charles Sanders Pierce, Rudolf Carnap ve William Morris olmuştur (Sayın, 2007, s. 1018).

Uluslararası Göstergebilim Derneği’nin Milano’daki 1. Kongresinin (1974) açılışında sunduğu rapor, göstergebilimin doğuşunu, gelişmesini ve o günkü sınırlarını belirlemesi açısından önemlidir... Çek estetikçisi Jan Mukarovsky (1891-1975) dilbilimden bağımsız bir bilim dalı olarak tanımladığını yazın bilimi, estetik ile dilbilimin karşılıklı etkileşimi içine, daha doğrusu çok daha geniş bir göstergeler bilimi içine oturtur. Bu açıdan J. Mukarovsky’nin yaklaşımı (estetik işlev, estetik kural, estetik değer kavramlarını kullanır), F. de Saussure’ün

göstergebilimle ilgili görüşlerine yaklaşır. J. Mukarovsky'nin bir başka özelliği de sanatı göstergesel bir olgu olarak tanımlaması ve sanat incelemelerini göstergebilimin bir bölümü biçiminde ele almasıdır (Rifat, 2009, s. 36).

Göstergebilim tüm gösterge dizgelerindeki anlamsal katmanların yapısını irdelemeye, ortaya çıkarmaya çalışan bir bilimdir (Yıldız, 2007, s. 503).

“Göstergelerin anlamı ve niteliği konusunda ancak göstergebilimsel / semiotik incelemeler yapılarak nesnel bir tartışma yaratılabilir” (Sayın, 2001 s. 84).

Göstergebilimsel çözümleme yaparken göstergebilimin temel ilgi alanının merkezinde gösterge yer almaktadır (Elden ve diğerleri, 2011, s. 468).

Gösterge: Bu kavramla belirtilmek istenen genel anlamda, kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan çeşit, biçim, nesne, olgu, vb. olarak tanımlanmaktadır (Rifat, 2009, s. 11). Batı dillerinde kullanılan ve Türkçede göstergebilim tanımlamasıyla ifade ettiğimiz semiyotik sözcüğü Yunancadaki semiotike (gösterge) ve logia (kuram- söz anlamında logos) sözcüklerinin birleşmesinden meydana gelmiştir (Rifat, 1992, s.17). İmgeleri tarif etmek için kullanılan terimler dilbilimsel çalışmalardan türetilir. Sözcük gösteren ve sözcüğün temsil ettiği nesne de gösterilendir. Bu iki öge birleştiğinde ortaya çıkan sonuç göstergedir (Ambrose ve Harris, 2013, s. 68). Göstergeler, kendi dışında başka bir kavramı düşündürürler, başka bir kavramın yerine geçebilen kelime, nesne, görünüş ve olgular birer göstergedir (Gökçearslan ve Korkmaz, 2015, s. 146). Kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişim sağlayan ve bir başka şeyi temsil eden her şey göstergedir (Parsa, 2012, s. 9). Göstergeler hayatımızı kolaylaştırmakta ve hatta kurtarabilmektedir. Sayın'a göre (2007, s.1016), göstergeler bazı durumlarda hayat da kurtarabilmektedir: örneğin yaşanan evde gaz kaçağı olduğunu belirten kokusal gösterge (gaz kokusu), olası tehlike hakkında uyarıcı olmakta, pencereleri açıp ortamı havalandırıp gereken girişimleri yaptırtarak tehlikenin ortadan kaldırılmasını sağlayabilmektedir.

Gösterge (Belirti=sign) gösteren ve gösterileni bağlayan ortak bir toplamdır. Yani gösterge fiziksel nesne (gösteren) ile zihinsel ürün (gösterilen) arasındaki bağ ve ilişkidir. Bu bağ, toplumun benimseyip,

kabul ettiği kurallar, kodlar tarafından oluşturulur ve göstergenin asıl anlatmak istediği bu kodların açıklanması ve anlaşılmasıdır (Yıldız, 2007, s. 504).

Göstergenin karşısında gösteren bulunmaktadır. Göstergenin birçok farklı göstereni bulunmakta bu gösteregelere farklı anlam aktarımları yapmaktadır.

Gösteren ve Gösterilen: Bizler etrafımızı saran simgeler, biçimler ve imgelerle yaşamaktayız. “Göstergeler duygu, düşünce ve isteklerin başkalarına aktarılmasında kullanılan vazgeçilmez bildirişim öğeleridir” (Sayın, 2007, s. 1016). Göstergeler, gösteren ve gösterilen ilişkisinden doğar. Bir gösterge, gösteren (fiziksel nesne) ile gösterilen (zihinsel ürün) arasındaki bağ ve ilişkidir (Yıldız, 2007, s. 502).

Gösteren; Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre (2018), “gösterilenle birleşerek göstergeyi oluşturan ses veya sesler bütünü” olarak tanımlanmaktadır. Guiraud’a göre (1994, s. 51) “Gösteren, bir aracıdır. Gösteren çoğu kez, bir anlatım aracıyla oluşur. Bu, bir resim veya mimik olabilir. Gösteren hem kendisi, hem de gösterilene aracı edilmiş ve başkalaşmış bir durumdur. Kendi aralarında gösterilenle aynı bağlantıyı taşır (akt. Gökçearslan ve Korkmaz, 2015, s.146-147).

Gösterilen; Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre (2018). “göstergenin kavram yönü, gösterenle birleşerek göstergeyi oluşturan içerik” olarak tanımlanmaktadır. İletişim aracının illa dilsel bi şey söylemesi gerekmez. Gösterilenlerin aynı göstergeyle anlatılması zor olabilmektedir. Bu nedenle gösterilenler farklı türden göstergeler ile gösterilebilmektedir.

Tasarımcı, gösterge tasarlarlarken, bildirimde bulunan (işveren, müşteri) ve alıcı kitle arasındaki bildirişimi sağlamak amacıyla bildirim öğeleri tasarlarlarken, sürekli yenilik arayışı içinde olur ve bu süreçte mükemmel, özgün tasarımlar geliştirirken kaçınılmaz olarak sorunlarla da karşılaşır. Öncelikli amacı bildirişimi sağlamak olan tasarımcının,yarattığı göstergelerle, aynı zamanda toplumun estetik beğeni düzeyini yükselten bir yükümlülüğü de vardır, olmalıdır (Sayın, 2007, s.1016)

Göstergede Anlamlandırma: Göstergebilimin farklı alanlarla olan ilişkisi, sorunun çözümüne yönelik farklı (metinsel, işitsel, görsel) yaklaşımlar önermiştir. Göstergeler tek başına bir ya da birkaç anlam ifade edebilir. Ancak, mesajda amaçlanan anlamı veren, göstergeler bütünüdür. Mesajın yerine ulaşması bütündeki anlamlandırmanın gerçekleşmesine bağlıdır (Gökçearslan ve Kormaz, 2015, s.147). İletişimin gerçekleşmesi için anlam en temel öğedir. Dilsel göstergeleri düz ve bilinen anlamlarıyla tanımlamak kolaydır ancak görsel göstergebilim çözümlemeye dizisel ve dizimsel ilişkilere yönelik çalışmalar yaparak çözümlemenin temelini oluşturan Saussure'ü takip eden göstergebilim alanına büyük katkı sağlayan kişi Roland Barthes'dir (Elden ve diğerleri, 2005, s. 482). Barthes anlamlandırma kuramının temelinde yan anlam ve düz anlamdan oluşan anlamlandırma temeli yer almaktadır. Göstergebilim incelemeleri yapılırken çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bunlardan biri anlambilimsel (semantik) yöntemdir. Anlambilimsel yaklaşımda hem düz anlam hem de yananlam açısından yaklaşımlar söz konusudur. Bir anlamda, düz anlam fotoğrafı çekilendir, yananlam ise onun nasıl fotoğraflandığıdır (Erol, 2007, s. 583).

Düz anlam: Anlamlandırmanın ilk aşamasıdır. Göstergeler düz anlam bakımından değerlendirildiğinde bir mesaj arama endişesi oluşmamaktadır. "Göstergenin göstereni arasındaki ilişkiyi ve gösterenin dışsal gerçeklikteki gönderisiyle ilişkisini betimler" (Elden ve diğerleri, 2005, s. 482). Bir imaj örneğin süt şisesi fotoğrafı düz anlamsaldır. Farklı yorumlara ve hayal gücüyle desteklenmeye gerek duyulmadan yapılan değerlendirmeler düz anlam kapsamında açıklanmaktadır (Gökçearslan ve Korkmaz, 2015, s.147). Düz anlam göstergenin aşikar anlamına gönderme yapmaktadır (Fiske, 2003, s. 116). İletişim alanında uzman Prof. Dr. Elden'e göre (2005, s. 483), aynı sokağın iki fotoğraf çekiminde normal, siyah-beyaz, zoom objektifle farklı filtreler seçilebilir. Düz anlamsal açıdan iki fotoğrafta sokak çekilecektir. Ancak aralarında bazı farklılıklar olacaktır. Bu farklılığı yaratan ise yananlamdır.

Yan anlam: Yananlam, Barthes'in ikinci anlamlandırma kuramını oluşturmaktadır. Yan anlam, göstergenin, kullanıcıların duygularıyla, heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda ortaya çıkan etkileşimi, çağrışımı ifade etmektedir

(Fiske, 2003, s. 116). Göstergenin yan anlamsal incelenmesi kuramında öznel bakış açıları ortaya çıkabilmektedir. Anlamların kişiye göre ya da en azından öznellerarasılığa doğru kaydığı andır. Bu yorum ve yorumlayıcıdan etkilediği kadar nesne veya göstergeden de etkilenir (Elden ve diğerleri, 2005, s. 483). Tasarımının anlamlandırılmasını ve farklılığının ortaya çıkmasını sağlayan yan anlamlardır. Çünkü anlamın kişiye göre değişebilmesi mümkündür. Görsel iletişim sanatları (grafik tasarımı, fotoğrafçılık ve sinema) Barthes'in temelini attığı yananlam ve düzanlam kuramını birlikte kullanan alanlardır.

Düzanlam ile yananlam, anlamının iki temel ve karşıt türleridir. Bildirilerin çoğunda bir araya gelmelerine rağmen, bu bildiriler düzanlam ya da yananlam ağırlıklı olabilir. İlke olarak tekanamlı olan biçimsel düzgüler, biçimsel değişkenler ve yananlam olanaklarını dışlar. Buna karşılık yananlam ağırlıklı olarak sanatsal düzgülerde kullanılır" (Guiraud, 1990, s. 45).

"Düz anlamlar kesinliğini yitirdikçe aynı göstergelere bağlı anlamların sayısı artabilir. İşte bu aşamada ortaya çıkan bu değişik anlamlara yan anlamlar diyoruz" (Erkman, 1987, s. 7)

Kod: Göstergelerin anlatımı içerisinde yer almayan, gösteren ve gösterilen tarafından önceden tanınan anlam çıkarılan her şey kod olarak bilinmektedir. "Göstergelerden anlam çıkarmak ve içinde kültürden alınan ya da öğrenilenler olarak sayılabilir" (Gökçearslan ve Korkmaz, 2015, s. 150). Göstergebilimsel anlamlandırmada kodlar çok önemlidir. Bunun nedeni, göstergebilimin temel ilgi alanlarından biri gösterge ve arasındaki kavram iken, diğeri onların kod haline dönüşmesidir (Yıldız, 2007, s. 502).

Marksist kuram içine eklemlenen İngiliz Kültürel Çalışmaları'nın önemli temsilcilerinden Stuart Hall, ideolojiyi, anlamlar çerçevesinde geçen bir mücadele olarak görür. O'na göre, olaylar kendi başlarına bir anlam iletemezler. Olayların ister gerçek ister kurmaca olsun anlaşılabilir kılınması için sembolik biçimlere dönüşmesi gerekir. Bu işleme kodlama adı verilir (Dağtaş, 2003, s. 25-27).

Gümüştekin'e göre (2007, s. 1136) göstergebilim, görsel araçlar için kullanıldığında, tasarımı anlamlandırmak ve kavrayabilmekle ilgilenmekte, bize doğrudan veya dolaylı olarak ilettiği mesajların kodlarını bulup ortaya koymaya çalışmaktadır.

Göstergebilimin hangi alt türü olursa olsun ‘gösterge’ terimi anahtar kelimedir. Kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişim sağlayan ve bir başka şeyi temsil eden her şey bir göstergedir (Parsa, 2007, s. 1153). Grafik göstergeler de uygar dünyada, bildirişimi sağlamak amacıyla kullanılan, gereksinimlere göre sürekli yenileri tasarlanan dirik ve devingen özelliklere sahip son derece önemli görsel bildirişim öğeleridir (Sayın, 2007, s. 1016).

Göstergebilim bir yöntem olarak oluşturulmuş bir metni ya da anlamlı bir yapıyı çözümlemekle beraber, her durumda anlam üreten bir yapıdaki anlamlandırma ve anlama evrelerini ortaya koymaya çalışmaktadır (Parsa, 2007, s. 1154).

Grafik tasarımın önemli uygulama öğelerinden olan afişlerin, değerlendirilmesi ve incelemesi sürecinde de, diğer tasarımlarda olduğu gibi, belli ilkeler göz önünde bulundurulmalıdır. Bu ilkeler, irdeleme yaklaşımlarında nesnel bakışı gerekli kılar. Göstergebilimsel yaklaşımlarla afiş incelemesi, yaygın olarak, anlamsal (semantik) açıdan, imgedimsel (sentaktik) açıdan ve edimbilimsel (pragmatik) açıdan yapılmaktadır.

3.2.1.1. Semantik (Anlambilim) Açıdan Değerlendirme

Yunancada *anlatmak* anlamına gelen *Semainein* sözcüğünden türetilen semantic (anlambilim) anlamları inceleyen bilim dalıdır. Göstergeler ile yansıttıkları anlamları arasındaki ilişkiler inceler (Rifat, 2008, s. 237). *Anlam*, gösterge, yorumlayıcı ve nesne arasındaki güçlü etkileşimin sonucu ortaya çıkmaktadır. Fransız dil bilimci Micheal Breal “anlamları” ve “bunların değişmesine yol açan yasaları inceleyen bilim” yerine “semantic” terimini kullanmıştır (Guiraud, 1990, s. 15).

Peirce ve Saussure anlam modeli geliştirerek, anlam yapısının özelliklerini incelemişlerdir. Dilbilimci Saussure, göstergenin sistemdeki diğer göstergeyle ilişkisine *değer* adını verir ve Saussure’a göre anlamı belirleyen asıl şey değer’dir (Fiske, 2003, s. 69). Felsefeci ve mantıkçı Pierce ise, felsefeci olarak, deneyimimizi bizi saran dünya ile anlama sorunuyla ilgilenmiştir (Rifat, 2008, s. 234).

Anlam, iletide düzgünce paketlenmiş biçimde bulunabilecek mutlak sabit bir kavram değildir. Anlamlandırma etkin bir süreçtir...Anlam gösterge, yorumlayıcı ve nesne arasındaki güçlü etkileşimin bir sonucudur. Tarihsel olarak konumlandırılmıştır ve zaman içinde değişebilir. Hatta 'anlam' terimini terkedip, Peirce'in çok daha etkin olan "anlamlandırma edimi" (semiosis) terimini kullanmak yararlı olabilir (Fiske, 2003, s. 69).

Becer'e göre (2009) tasarıma temel oluşturan düşüncenin fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyonla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı anlaşılmalı; mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha da güçlendireceği belirlenmelidir. Göstergebilimsel inceleme yaparken anlam açısından göstergeler, anlatıyı yüzeysel olarak değil, derinlerden yüzeye uzanan anlam katmanlarını incelemesi olarak düşünülür (Rifat, 1992, s. 15). Aycan'a göre verilmek istenen mesaj mümkün olduğunca dolaysız ve anlaşılır bir şekilde aktarılacak görsel bir sistem oluşturulmalıdır.

Göstergelerin gösterilenlerle (nesne, anlam, kavram...) olan 'anlamsal' ilişkileri irdelenirken göstergeye şu sorular yöneltilebilir (Sayın, 2001, s. 85):

- 1- Göstergenin anlamı kavranabilmekte midir?
- 2- Göstergenin anlamı güçlkle kavranabilmekte ise; güçlük derecesi nedir; niçin?
- 3- Göstergenin anlamı kavranamamakta ise, nedendir?
- 4- Sözkonusu gösterge daha önce aynı ya da başka anlamlarda (güvercinin barış anlamında kullanılması gibi) kullanılmış mıdır?
- 5- Gösterge, daha önce aynı ya da başka anlamlarda kullanılmış ise; kim/kimler tarafından, ne zaman, niçin kullanılmıştır?
- 6- Göstergenin yeniden kullanılmasının nedeni nedir/ne olabilir?
- 7- Gösterge, -gerekli bildirimde bulunabilmesi için- gerektiğinden fazla öge, (renk, biçim, doku... gibi) içermekte midir? Yani, yalnlık niteliği nedir?

İnsanoğlu sembollerle, imgelerle ve daha çok çeşitli işaretlerle kuşatılmış olduğu için bunları anlamak, kategorize etmek ve iletişim için kullanmak ister. *Anlam* o mesaj ile o mesajı açanın ilişkisinden doğar (Erol, 2007, s. 582).

3.2.1.2. Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan Değerlendirme

Göstergelerin aralarındaki ilişkileri araştırarak bunların, birleşik göstergeler (bildiriler) oluşturmak için nasıl bir araya geldiğini araştırır (Rifat, 2009, s. 34). Tasarımcı, afişte yer alan başlık, alt-başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında -izleyiciyi mesajdaki önem sırasına göre yönlendirecek- hiyerarşik bir yapı kurmalıdır (Becer, 2009, s. 202).

Sayın'a göre (2001, s. 85) imgedizimsel yaklaşımda göstergelerin kendileri ve diğer göstergelerle olan 'biçimdizimsel' ilişkileri araştırılır: Göstergeyi oluşturan tüm birimlerin / göstergelerin birbirleri ve diğer göstergeler ile olan ilişkileri irdelenirken şu sorular yöneltilebilir:

- 1- Gösterge (afiş, metin, resimleme...), genel görünüş yönünden bir tutarlılık içinde midir?
- 2- Göstergeyi (örneğin; bir afişi ya da bir basın ilanını) oluşturan öğelerin (amblem, resimleme, metin, renk.. gibi diğer göstergelerin ya da yönlendirme dizgilerini oluşturan piktogramların..) birbirleri ile olan ilişkileri nasıldır? Bir bütünlük içerisinde midirler; espas ilişkileri ve tasarım içerisindeki yerleri, oranları, karşıtlıkları.. amaçlandığı gibi mi kullanılmıştır?
- 3- Gösterge bilinen bir biçimi ya da tasarımı mı yansıtmaktadır; yani, ne denli özgündür?
- 4- Gösterge var olan kurallar ve alışkanlıklarla (inanç, geçerli beğeni, hukuk kuralları..) mı örtüşmektedir; moda öğeler içermekte midir; neden?
- 5- Göstergeyi (örneğin bir afişi) oluşturan öğelerden ya da göstergelerden (görüntü, yazı, renk..) en etkin olması gereken -öncelikle- algılanabilmekte midir?
- 6- Gösterge ve onu oluşturan öğeler başka bir dizge (sistem) ve farklı bir düzenin oluşturulmasıyla da kullanılabilir mi; neden? (Sayın, 2001)

3.2.1.3. Pragmatik (Edimbilimsel) Açıdan Değerlendirme

Bu yaklaşımda, göstergeler ile göstergeleri kullananlar (hedef kitle) arasındaki ilişki incelenmektedir. "Göstergelerin kaynağını, 'kullanılışını ve etkilerini davranış çevresi içinde ele alır; bir başka deyişle göstergeler ile bunları kullananlar (yani üretenler ve yorumlayanlar) arasındaki ilişkileri inceler" (Rifat, 2000, s. 122).

Tasarımın fayda sağlaması, fark edilip çevredeki diğer görsel uyaranlardan ayrışması gerekmektedir. Bu noktada tasarımcının hayal gücü ortaya çıkar. Tasarımcının kişisel deneyimleri ve birikimleriyle ortaya çıkardığı görselliğin özgün ve farklı olması beklenir. Çünkü; “bir afiş için en önemli kriter; fark edilebilmektir” (Becer, 2009, s. 202).

Sayın’a göre (2001, s. 86) göstergenin ‘hedef tüketici’ ya da ‘algılayıcı’ kitle ile olan ‘edimbilimsel / yararsal’ ilişkileri araştırılırken, göstergenin işlevini ne denli yerine getirdiği ve ne denli uygun bir seçenek olup/olmadığını irdeleyici şu sorular da yöneltilebilir:

- 1- Gösterge duysal olarak algılanabilmekte midir? Sözelimi, görülebilmekte (trafikteki kırmızı ışık, bina numarası, yüz kızarması..), işitilebilmekte (ezan, hakem düdüğü..) midir?
- 2- Göstergede, mesaj –tasarlandığı biçimde- hedef kitleye verilebilmekte midir; hedeflenen davranış değişikliğine neden olabilmekte midir; ne ölçüde?
- 3- Göstergenin çoğaltılabilir niteliği nasıldır? Büyültme ya da küçültme durumunda ne tür kayıplara uğramaktadır?
- 4- Göstergenin güzelduysal (estetik) niteliği nedir; ‘yaratma’ mıdır; beklentisiz haz vermekte midir?..

3.2.2 Örnek Afiş İncelemeleri

Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen veriler çerçevesinde göstergebilimsel açıdan irdelemek amacıyla aşağıdaki afişler değerlendirilmiştir:

Bunlar, “Macbeth” (Bkz. Görüntü 63), “Othello” (Bkz. Görüntü 65) ile “Romeo ve Jüliet” (Bkz. Görüntü 67) Adlı Tiyatro Oyunu Afişleri’dir.

3.2.2.1. “Macbeth” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi:

Afişin özgün adı: Macbeth

Afişin tasarım yılı: -

Afişin tasarımcısı: -

Yazan: W. Sheakspeare

Eserin konusu: İhanet ve güç düşkünlüğü

İlk gösterim (prömiyer) yeri: Teatro della Pergola, Floransa

Eser Hakkında İrdeleme: Görüntü 63'te tasarlanan *Macbeth* isimli tiyatro afişini göstergebilim açısından incelemekten önce oyun hakkında bilgi vermekte ve tasarım üzerindeki göstergeleri incelemekte yarar vardır.

Macbeth, W. Sheakspeare'in dört büyük trajedisinin en kısa olanıdır. Oyunun, bir kısmı Raphael Holinshed'in ve İskoç filozof Hector Boece'nin İskoç Macbeth hakkında yazdıklarına dayanır. Macbeth'in hikâyesi, genellikle güç düşkünlüğü ve arkadaşlara ihanet konularında örnek bir hikâye olarak gösterilir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Macbeth>).



Görüntü 63: Macbeth tiyatro oyunu afişi
(<https://bit.ly/2AO6HAT>).

Afişte ilk dikkati çeken oyunun kahramanları olarak görülen Macbeth'e kehanette bulunan cadıların senaryoya göre illüstrasyon düzeniyle afiş içerisinde yer almalarıdır. Afiş tasarımında kullanılan bir çok gösterge tragedya'yla ilgili bilgiler içermektedir. Kırmızı rengin kullanılması işlenilen kanlı cinayetler ile ilişkilendirilmektedir. Ayrıca Macbeth'in kral olma hırsıyla eşi *Lady Macbet ile Duncan'ı* bıçakla öldürmelerini imgeyen kanlı el önemli göstergelerden birini oluşturmaktadır.

“Macbeth” adlı afiş, bir gösterge olarak, gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam (düz anlam-yan anlam) yönünden ele alındığında aşağıdaki tablo ile irdelenebilir (Bkz. Görüntü 64).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“MACBETH” ADLI TİYATRO AFİŞİ	Macbeth yazısı	İçerisinde Kraliyet kılıcı bulunan macbeth yazısı	Asalet / krallık / güç
	Cadı imgeleri	Doğaüstü güçlere sahip üç kişiden oluşan cadı grubu	Doğaüstü güç / kehanet / yakarış / büyü / karanlık duygular
	Şato imgesi	Olayların geçtiği şato	Merkez / güç / olay döngüsü
	Bıçak imgesi	Elde tutulan kanlı bıçak	Cinayet / korku / hırs
	Damla imgeleri	Kan damlaları	Cinayetler / korku / hırs

Görüntü 64: “Macbeth” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizerek.

Semantik (Anlambilimsel) Açıdan “Macbeth” Afişi:

1. Afişte kullanılan doğaüstü güçlere sahip olduğu bilinen cadılar, tiyatro eseri içerisinde yer alan cadıların kehanet gücünün olayları şekillendirmedeki önemini anlamsal olarak belirtmektedir.
2. Olayların geçtiği güç ve iktidar savaşlarının merkezi olarak imgelenen şatodan kanların akması işlenen cinayete gönderme yapmaktadır.
3. Tasarımın geneline hakim kan kırmızısı renginin aşkın ve ölümün göstergesi olarak imgelediği söylenebilir.

4. Afiş tasarımı içerisinde bulunan kanlı bıçağı tutan el görselinin bulunması, kahramanın güçlü olmak için cinayet işleyebilecek bir adamın ruh halini imgelemektedir.

Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan “Macbeth” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler renk, biçim kullanımı açısından oldukça etkilidir. Kırmızı renk dikkat çekiciliği yüksektir. Tiyatro eserinin perdelerini sol baştan sağa doğru anlatımı afişin etkisini imgedizim açısından güçlendirmektedir.

2. Macbeth yazısını oluşturan tipografi düzeninin içerisinde “t” harfinin kraliyet / kılıc imgesi olarak biçimlendirilmesi ile krallık ve gücün imgesi bağlamındaki etkinin artırılması hedeflemektedir.

3. Afiş tasarımında kullanılan kan kırmızısı ve bej renginin asimetrik dağılımı ve hikaye örgüsünün kan kırmızı rengiyle anlatımı, tasarımı imgedizimsel açıdan daha etkili kılmaktadır.

4. Anlam / biçim ilişkisi açısından, üretilen göstergelerin özgün olduğu düşünülmektedir.

Pragmatik (Edimbilimsel) Açıdan “Macbeth” Afişi:

1. Tasarım içerisinde göstergeler ilk bakışta kolay algılanır görünse de, tasarımcının içerine yerleştirdiği kodlar, afiş içerisinde bulunan bu yapıyı gösterge olarak güçlendirmeyi hedeflemektedir.

2. Tasarımcının görsel kodlarla bu yapıyı gösterge olarak güçlendirmek için, bu anlamda olay örgüsünün görselleştirilmesi ve Macbeth oyunu yazı karakterinin içerisine kodlanan kraliyet kılıcı güç ve hırsı hissettirici anlam yüklemeyi hedeflemektedir

3.Tasarımda kırmızı bej fon üzerine kırmızı renkte illüstrasyon çizim tekniği kullanımıyla hikayleştirilerek görselleştirilmesi dilden oluşması ve Othello'nun gözlerinden kırmızı kanlı yaşlar akması ve kalbinin kırık olması dikkat çekebilecek özelliklere sahip olması ve hedef kitleyi söz konusu tiyatro oyununu yönlendirebilecek nitelikler taşıdığı söylenebilir.

Kodlamaları Açısından “Macbeth” Afişi:

Tasarımda, hikayenin belli bir hiyerarşik düzenle illüstrasyon çizim tekniği kullanılarak görselleştirilmesi göze çarpan önemli göstergesi oluşturmaktadır. Macbeth'in güç ve iktidar sevdasının sonucunun kanlı bitmesiyle ilişkilendirilen kırmızı illüstrasyon düzeni hedef kitlenin zihninde merak duygusu uyandırmaktadır.

Afiş tasarımda kodlamalar sırasıyla ayrı önem taşımaktadır. Tasarımın sol başında bulunan üç cadı vücut dili kullanımlarıyla bir kehanet için uğraştıklarının imgelemektedir. Yan tarafında bulunan şato olayların geçtiği yer anlamı dışında kraliyet, güç, hırs ve iktidar gibi anlamları barındırmaktadır. Ayrıca elinde kanlı bıçak bulunan görselin senaryoda bir trajik sonun ölümün olduğunu iletmektedir. Tiyatro eserinin adının tipografik düzenlemesinde kullanılan kraliyet kılıcı Macbeth'in olmak istediği konuma ilişkin bilgi vermektedir. Tasarımcı arka planda kullandığı eskitme bej renk kağıt formuyla döneme vurdu yapmayı hedeflemektedir.

3.2.2.2. “Othello” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi:

Afişin özgün adı: The Tragedy of Othello, the Moor of Venice

Afişin tasarım yılı: -

Afişin tasarımcısı: -

Yazan: W. Sheakspeare

Eserin konusu: Kıskançlık duygularıyla yok olma, aşk ve ırkçılık

İlk gösterim (prömiyer) yeri: İngiltere 1603

Eser Hakkında İrdeleme: Görüntü 65’de tasarlanan *Othello* isimli tiyatro afişini göstergebilim açısından incelemenden önce oyun hakkında bilgi vermekte ve tasarım üzerindeki göstergeleri incelemekte yarar vardır.



Görüntü 65: “Othello” tiyatro oyunu afişi
(<https://weheartit.com/entry/9150118>).

Bu oyunun ilk gösterimi, 1603 yılında İngiltere’de yapılmıştır. Beş perdeden oluşan tragedyya üç birlik kuralını bozan ilk eser olma özelliğini taşımaktadır. Olay 16. yüzyıl’da geçmektedir. Othello’nun maruz bırakıldığı kin, kötülük, iftira ve hile üzerine kurulu bir oyundur. Türkiye’de oyun 1930 ve 1940 yılları arasında çadır ve halk tiyatrolarında *Arabın İntikamı* adıyla sıkça sahnelenmiştir. 2002 yılında ise İstanbul Şehir Tiyatrolarında yeniden sahneye konmaya başlanmıştır. *Othello*

ilk dram örnekleri arasında yer alması bakımından W. Sheakspeare oyunları arasında önemli bir yere sahiptir.

Afiş tasarımı vurgu, *Othello*'ya ve onun kırılan kalbine verilmiştir. Siyahi olan eserin kahramanı *Othello*'nun üzerine kırmızı renkten oluşan gözyaşı ve kırık kalp dikkat çekici renk frekansı olarak göstergeye dikkati karakterin duygularına yönlendirmeyi başarmaktadır. *Othello*'nun yanında bulunan beyaz renkle göstergelenmiş *Iago*'nun güven telkin eden vücut dili ve beyaz renkte işlenmesi arkadaşını uyaran iyi niyetli olduğuna inandıran sinsi bir karakter olduğuna gönderme yapmaktadır. Afiş tasarımının içerisinde bir çok defa farklı terlerde yer alan *She Lies* yazısı, *Othello*'nun karısının yalancı biri olduğunu ve ona sadakat göstermediğini düşündüğünü imgelemektedir. Kullanılan rahat tipografi içerisinde de yan anlam barındırdığı görülmektedir. “T” harfi haç işareti formunda tasarlanmıştır, üzerine dikdörtgen formu getirilerek tabut imlenmektedir.

“Othello” adlı afiş, bir gösterge olarak, gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam (düz anlam-yan anlam) yönünden ele alındığında aşağıdaki tablo ile irdelenebilir (Bkz. Görüntü 66).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“OTHELLO” ADLI TİYATRO AFİŞİ	Siyah renkli insan imgesi	Gözü yaşlı erkek figürü	İrk / duygu / çaresizlik / siyahi kanlı gözyaşı
	Beyaz renkli insan imgesi	Elini samimiyetle başkasının omzuna atmış erkek figürü	İhtiras / dedikodu / entrika / duygularla oynama / yalan / beyaz adam
	Kalp imgesi	Kırık kalp	Kırılmışlık / duygu incinmesi / hayal kırıklığı /
	Gözyaşları	Kırmızı renkli gözyaşları	Derin üzüntü / keder / hayal kırıklığı / kanlı gözyaşı
	She lies yazısı	Yalancı olduğunu vurgulayan she lies yazısı	Yalan / ihanet / nefret

Görüntü 66: “Macbeth” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizeneke.

Semantik (Anlambilimsel) Açıdan “Othello” Afışı:

1. Afışte kullanılan Othello’nun ten rengine gönderme yapan siyah renkte kullanılan karakter içerisinde çeşitli anlam sızmaları barındırmaktadır. İçerisinde bulunduğu karamsar, sıkıntılı ve umutsuz ruh halini anlamsal olarak belirtmeyi hedeflemektedir.
2. Othello’nun gözlerinden akan kırmızı renkte gözyaşları derin üzüntü ve çaresizliğine gönderme yapmaktadır.
3. Tasarımda, tutkunun ve aşkın göstergesi olarak kullanılan “kalp”in ortadan başkasının eliyle üstüste gelerek kırılması Othello’ya İago’nun söylediği yalanlarının uğrattığı hayal kırıklığını imgelediği söylenebilir. Bunun yanı sıra afişe dağılmış olarak gördüğümüz “she lies” yazısı Othello’nun karısının yalancı olduğuna dair hissettiği iç sesini imgelemektedir.
4. Othello’nun omzuna eline atarak ona güven duygusuyla yaklaşan, beyaz renkte çizilmiş İago, “beyaz” ın barındırdığı saf ve temiz anlamlarla Othello’yu entrikalarıyla zehirlediğini anlatmaktadır.
5. Afışte Macbeth yazısı kolay anlaşılır ve düz anlam barındırdığı görünsede ayrıntılı incelendiğinde yan anlam barındırdığı görülmektedir. Tipografi’nin içerisindeki “T” harfinin hac işaretiyle ilişkilendirilerek üzerine dikdörtgen getirilmesi tabutu ve işlenen cinayetleri imgelemektedir.

Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan “Othello” Afışı:

1. Afiş tasarımında kullanılan göstergeler biçim, renk ve dizilim açısından oldukça etkilidir. Siyah ve beyaz renkler dikkat çekiciliği yüksektir. Çoğunlukta kullanılan kan kırmızı rengi cinayet, aşk ve ihtiras duygusunu imgeleyerek afişin etkisini imgedizim açısından görüntüsünü güçlendirmektedir.

2. Othello yazısını oluşturan tipografik düzenin içerisinde bulunan tabut imgesi ile anlamsal olduğu kadar dizimsel etki de güçlenmektedir.

3. Afiş içerisinde bulunan “she lies” tekrarları imgedizimsel açıdan kırk çizgilere eşlik edecek biçimde ve güçlü siyah lekeye destek atacak şekilde boşlukları doldurmaktadır.

4. Üretilen göstergelerin anlam / biçim ilişkisi açısından özgün olduğu düşünülmektedir.

Pragmatik (Edimbilimsel) Açıdan “Othello” Afişi:

1. Tasarımdaki grafik göstergeler her ne kadar kolay algılanır gibi görünse de tasarımcının onlara yerleştirdiği kodlar, afişteki ana yapıyı gösterge olarak güçlendirmeyi hedeflemektedir.

2. Othello imgesi ilk bakışta kolay algılanabilir gibi görünse de, tasarımcının içerisine yerleştirdiği kodlar bu yapıyı gösterge olarak güçlendirmeyi hedeflemektedir.

3. Afiş tasarımının desen gibi bir görsel dilden oluşması ve Othello’nun gözlerinden kırmızı kanlı yaşlar akması ve kalbinin kırık olması dikkat çekebilecek özelliklere sahip olması ve hedef kitleyi söz konusu tiyatro oyununa yönlendirebilecek nitelikler taşıdığı söylenebilir.

Kodlamaları Açısından “Othello” Afişi:

Afiş tasarımda, ihanet’e uğradığı düşünülen Othello’nun kanlı gözyaşlarıyla kalbi kırık bir şekilde imgelenmesi göze çarpan göstergeyi oluşturmaktadır. Tasarımcı Othello’yu ten renginden dolayı değil de yaşadığı derin üzüntü ve kederden dolayı başı önünde görselleştirerek hedef kitlenin zihninde ihanet ve alınan intikamın acı duygusunu hissettirmeye çalışmıştır.

Afiş tasarımıda en önemli kodlama tiyatro oyunun adının içerisinde bulunan “T” harfi eşliğinde oluşturulan tabut imgesidir. Tabutun, ölüm, acı ve ayrılış anlamlarına geldiği kabul edilmektedir. Afiş tasarımıda tabut görselinin bulunması tiyatro eserinin dramatik sonunu iletmektedir. Tasarımcı ana karakterin yanında beyaz renkte görselleştirilmiş İago karakteri ile insanların kendilerini dost gibi göstererek çevirdikleri entrikalara vurgu yapmayı hedeflemektedir.

3.2.2.3. “Romeo ve Juliet” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi

Afişin özgün adı: Romeo and Juliet

Afişin tasarım yılı: -

Afişin tasarımcısı: -

Yazan: W. Shakespeare

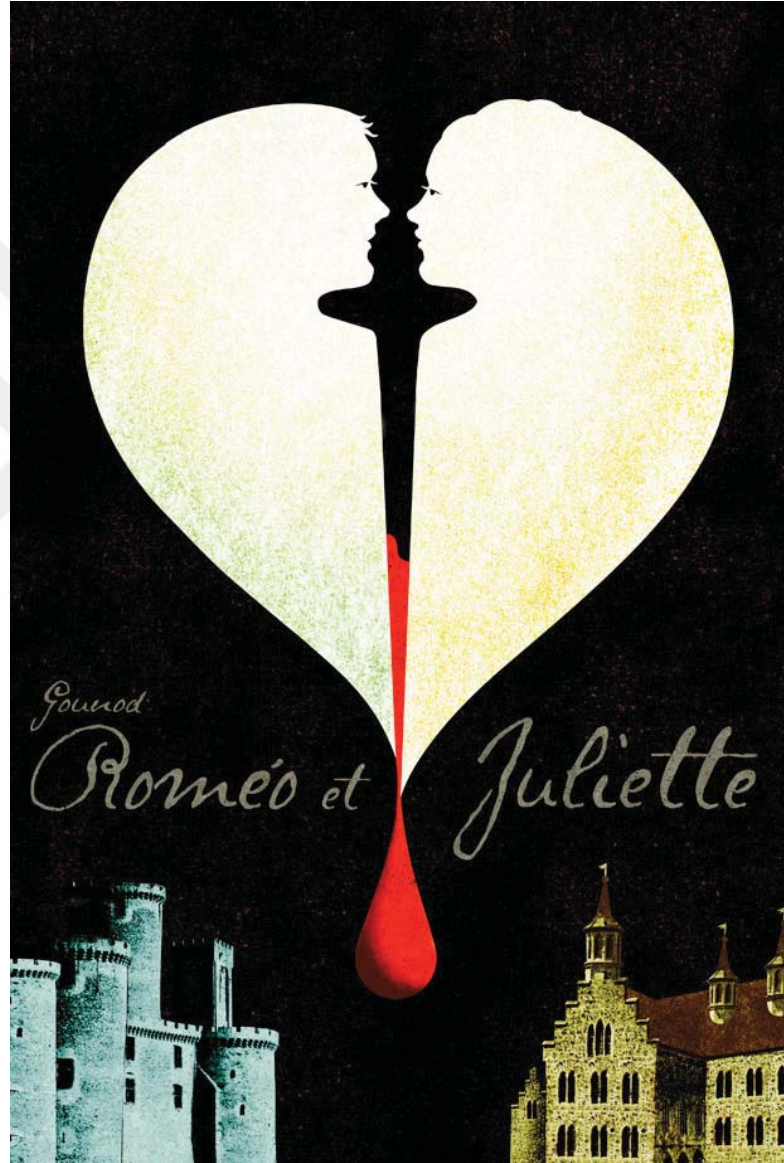
Eserin konusu: Kıskançlık duygularıyla yok olma, aşk ve ırkçılık

İlk gösterim (prömiyer) yeri: İngiltere 1594 – 1596

Eser Hakkında İrdeleme: Görüntü 67’de tasarlanan *Othello* isimli tiyatro afişini göstergebilim açısından incelemenden önce oyun hakkında bilgi vermekte ve tasarım üzerindeki göstergeleri incelemekte yarar vardır.

Doğu edebiyatının *Leyla ile Mecnun*’u gibi dünyaya ün salmış trajik aşk hikayelerinden biridir. Hikayede Montecchi ve Cappeletti ailelerinin siyasi görüş ve farklı din mezheplerinden doğan düşmanlıklarını anlatmaktadır. İki ailenin çocukları birbirlerine ilk görüşte aşık olmuşlardır. Aileler evliliklerine izin vermeyeceğinden bir rahibin yardımıyla gizlice evlenirler. Aşık çift bir plan yaparak Jüliet’in geçici ölü gibi gösteren bir zehir içmesine karar verir ve Juliet gömülür. Fakat Romeo’nun geç gelip Juliet’i çıkarmamasıyla gerçekten ölür. Romeo bu acıya dayanamayıp mezarın başında canına kıyar. Veronda’da bulunan çiftin mezarı turistlerin sıklıkla ziyaretine uğramaktadır.

Bu aşk hikâyesinden ilk önce Dante, “La Divinâ Comedia”nın “Il Purtagori” (Araf) bölümündeki altıncı şarkıda bahsetmiş, olayı ilk defa hikâye şeklinde 1524 yılına doğru Vicentini Luigi Da Porto kaleme almıştır. Manzum halde ilk yazan da, Clizia Da Veronese takma adını kullanan bir şairdir. Hikâyeyi 1554’te Matteo Bandello, 1562’de İngilizce olarak Arthur Brooke yeniden nazım diliyle yazdılar. Bu sonuncusu, belki de Shakespeare’e kaynak olmuştur (<http://www.nkfu.com/romeo-ve-juliet-kisa-ozeti-ve-hakkinda-bilgi/>).



Görüntü 67: “Othello” tiyatro oyunu afişi
(<https://weheartit.com/entry/9150118>).

W.Shakespeare bilinen hikayeyi değiştirerek beş perdelik bir tragedya yazmıştır. Sheakespeare hikâyeyi eklediği pek çok yardımcı karakterle geliştirmiş; konunun işlenişi ve üslubu onu özgün bir eser haline getirmiştir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Romeo_ve_Juliet#cite_note-dilek-2).

Afiş tasarımında vurgu yapılan imge, kalbi karşıya bakan iki beden ile imlenen *Romeo ve Juliet* çiftinden oluşmaktadır. Kalbi negatif ve pozitif değer ilişkisiyle imgelenmiş hançer görseli çeşitli yan anlamlar barındırmaktadır. *Romeo*'nun öldüğünü gören *Juliet*'in kalbine sapladığı hançeri göstergelemektedir. İki ayrı yaşam alanının bulunması hayat tarzları ve yaşam biçimleri ayrı *Montecchi* ve *Cappeletti* ailelerine gönderme yapmaktadır. Afiş tasarımının arka planının siyah renkte işlenmesi olay gecesini imgelediği düşünölmektedir. Ayrıca tasarımda kalbin daha ön plana geçmesinde katkı sağladığı görölmektedir. Kullanılan divit uçlu kalemle yazılmış romantik yazı karakteri hem aşklarına hemde yaşanılan döneme gönderme yapmaktadır.

“Romeo ve Juliet” adlı afiş, bir gösterge olarak, gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam (düz anlam-yan anlam) yönünden ele alındığında aşağıdaki tablo ile irdelenebilir (Bkz. Görüntü 68).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“ROMEO VE JULİET” ADLI TİYATRO AFİŞİ	Kale imgesi	Kale	Statü / farklılık / üstönlük / asalet
	Ev imgeleri	Ev	Sıradanlık / statü / kalabalık ilişkiler
	İki kişiden oluşan kalp imgesi	Yüzyüze bakan iki kişiden kalp	Aşk / ilişki / derin duygular / birbirini tamamlayan beraberlik
	Bıçak imgesi	Ucundan kan damlayan bıçak	Ölüm / üzüntü / hayal kırıklığı / ayrılış / veda
	Kadın imgesi	Kadın	Aşk / değerli görölen / sevgi / huzur
	Erkek imgesi	Erkek	Aşk / değerli görölen / sevgi / güç / huzur

Görüntü 68: “Romeo ve Julliet” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizenek.

Semantik (Anlambilimsel) Açıdan “Romeo ve Juliet” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler incelendiğinde tasarımın büyük çoğunluğunu kaplayan yüzyüze bakan Romeo ve Juliet’ten oluşmuş kalp büyük ve tutkulu aşkı yan anlam olarak göstergelemektedir.
2. Kalbin siyah arkaplan üzerine adeta hem kalp hem ay gibi düşünülerek imgelemesi, olayın geçtiği geceyi göstergelediği görülmektedir. Ayrıca kalbi tam ortadan ikiye bölen ucundan kan damlayan hançer’in Juliet’in canına kıydığı hançeri imgelediği görülmektedir.
3. Tasarımda, yine iki zıt durumu imgeleyen yaşam alanlarının karşılıklı verilmesi ailelerin arasındaki farklılık, nefret ve kini göstergelediği söylenebilir.

Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan “Romeo ve Juliet” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler oldukça etkilidir. Arkaplanın siyah renkten oluşması ve kalbin ayı andıran bir renk tonunda tasarlanması dikkat çekiciliği arttırmaktadır. Divit el yazısı formundan oluşan yazı karakteri aşk, romantizm ve dönemi imgeleyerek afişin etkisini imgedizim açısından güçlendirmektedir.
2. Simetrik denge unsuru kullanılarak tasarlanan afiş, içerisinde ciddi bir hiyerarşik denge barındırarak güçlü bir anlatım dili oluşturacak şekilde gerçekleştirilmiştir.
3. Üretilen göstergelerin biçim ve içerik açısından özgün olduğu söylenebilir.

Pragmatik (Edimbilimsel) Açıdan “Romeo ve Juliet” Afişi:

1. Göstergeler ilk bakışta kolay algılanır gibi görünse de, tasarımcının, yerleştirdiği kodlar ile afiş nitelikli gösterge olarak güçlendirmeyi hedeflediği görülmektedir.

2. Tasarımda dikkati çeken ana unsur iki kişiden oluşan kalp ve kanlı hançer ile hedef kitle üzerinde hikaye hakkında ön bilgi verilmekte ve sonucuyla ilgili merak uyandırılmaktadır. Kullanılan kalp ortadan kanlı haçerle ayrılmış kalp imgesi aşk, tutku ve kavuşamama gibi anlamları hissettirmektedir. Bu nedenle tasarım görsel anlamda estetik değerler taşımaktadır.

3. Afiş tasarımının dikkat çekebilecek özelliklere sahip olması ve hedef kitleyi söz konusu tiyatro oyununu yönlendirebilecek nitelikler taşıdığı söylenebilir.

Göstergelerin bütünü üzerine yüklenen kod ve afişin işlevi ardındaki bağlantı edimbilimsel açıdan etkili bir tasarım oluşturmayı hedeflemektedir.

Kodlamaları Açısından “Romeo ve Juliet” Afişi:

Afişte, kavuşamayan iki aşğın karşılıklı yüzlerinin birbirine baktırılarak kalp formunda verilmesi, aşk duygusunu seyirciye hissettiren en önemli unsur olarak göstergelenmektedir. Kalp formunun negatif – pozitif ilişkisinden oluşan ucundan kan damlayan hançer imgesi hedef kitlenin zihninde ayrılış ve vuslata erememe gibi duyguları canlandırmaktadır.

Afiş tasarımda bulunan diğer kodlamalar ise, tiyatro eserinin isminin divit uçlu kalemle romantic bir formda yazılmış olmasıdır. Böylece hem romantizme hem döneme yönelik vurgu yapıldığı söylenebilir. Afişte, karşılıklı kullanılan yaşam alanlarındaki mimari tarzın, iki düşman ailenin aralarındaki farklılığı açık bir şekilde yansıtmaya yönelik olduğu görülmektedir. Tasarımda Siyah arka plan kullanımı ve kalp formunun renk ve dokusunun dolunaya benzetilmesi olayın geçtiği zamana gece yarısını göstergelediği düşünülmektedir. Böylece kontrast etki yaratılarak hedef kitlenin afişe dikkatinin yönelmesi güçlendirilmektedir.

4.BÖLÜM:

OYUN ATÖLYESİ İÇİN GEÇMİŞTE KULLANILAN AFİŞLERİN İNCELENMESİ

4.1. OYUN ATÖLYESİ

Oyun atölyesi, Zuhall Olcay ve Haluk Bilginer tarafından 1999 yılında kurulmuştur. Steven Berkoff'un "Dolu Düşün Boş Konuş / Kvetch" oyunuyla, 6 Ekim 1999 tarihinde prömiyer yapmıştır. 2000-2001 sezonunda Tom Kempinski'nin "Ayrılış / Separation" oyununu sahnelemiştir. Daha sonra Kemal Aydoğan'ın yazdığı "Son Gülen İyi Gülermiş" çocuk oyununu sahneleyen *Oyun Atölyesi* 2002 yılından itibaren kendi salonunda faaliyet göstermiştir. Anthony Horowitz'in "Ermişler ya da Günahkarlar / Mindgame" oyununu 4 Nisan 2002 tarihinde prömiyer yaparak ilk kez kendi salonunda sahnelemiştir. 17 Nisan 2002 tarihinde de "Siyah Beyaz Dinleti" yi seyirciyle buluşturmuştur. (<http://www.oyunatolyesi.com/hakkimizda/hakkimizda>).

Oyun Atölyesi'nde sahnelenen diğer oyunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

2002-2003 sezonunda Steven Berkoff'un Dolu Düşün Boş Konuş / Kvetch,
2003-2004 sezonunda Murat Taşkent'in Azrail'in Gözyaşları,
2003-2004 sezonunda Micheal Ende'nin Kesmeşeker (Uyarlayan Kemal Aydoğan-çocuk oyunu),
2004-2005 sezonunda W. Shakespeare'in Othello / Othello,
2004-2005 sezonunda Molière'in Cimri / The Miser,
2005-2006 sezonunda Stefan Tsanev'in Jeanne d'Arc'ın öteki ölümü / The Other Death of Joan Of Arc,
2005-2006 sezonunda W. Shakespeare'in Atinalı Timon / Timon of Athens,
2006-2007 sezonunda W. Shakespeare'in Hırçın Kız / The Taming of the Shrew,
2007-2008 sezonunda Èric-Emmanuel Schmitt'in Evlilikte Ufak Tefek Cinayetler / Partners in Crime,
2008-2009 sezonunda Andrzej Saramonowicz'in Testosteron / Testosteron,
2009-2010 sezonunda W. Shakespeare'in "7"(şekspir müzikali) / "7"Shakespeare

Musical,

2010-2011 sezonunda W. Shakespeare'in Macbeth / Macbeth,

2011-2012 sezonunda Èric-Emmanuel Schmitt'in Don Juan'ın Gecesi / Don Juan on Trial,

2011-2012 sezonunda W. Shakespeare'in Antonius ile Kleopatra / Antony and Cleopatra,

2012-2013 sezonunda Matéi Visniec'in Pandaların Hikayesi / The Story Of The Panda Bears Told By A Saxophonist Who Has A Girlfriend In Frankfurt,

2012-2013 sezonunda Andrzej Saramonowicz'in Testosteron / Testosteron,

2013-2014 sezonunda Jez Butterworth'ün Nehir / The River,

2013-2014 sezonunda Ariel Dorfman'in Araf / Purgatorio,

2013-2014 sezonunda Edward Albee'nin Kim Korkar Hain Kurttan? / Who's Afraid of Virginia Woolf?,

2014-2015 sezonunda Steven Berkoff'un Dolu Düşün Boş Konuş / Kvetch,

2015-2016 sezonunda Neil LaBute'un Hansel ve Gretel'in Öteki Hikayesi / In a Forest, Dark and Deep,

2015-2016 sezonunda Arthur Miller'in Köprüden Görünüş / A View from the Bridge,

2015-2016 sezonunda Sam Shepard'ın Aşk Delisi / Fool for Love,

2015-2016 sezonunda David Hare'in Pencere / Skylight.

Oyun Atölyesi kurucusu Haluk Bilginer hakkında kısa bilgi:

Oyun Atölyesi kurucusu Haluk Bilginer, Ankara Devlet Konservatuvarı yüksek bölümünü bitirmiş; Londra Müzik ve Drama Sanatları Akademisi'nde (LAMDA) ileri tiyatro öğrenimi görmüştür.

1980 ile 1991 arasında İngiltere'de çeşitli tiyatrolarda rol aldığı oyun ve müzikallerden başlıcaları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

My Fair Lady, Kafkas Tebeşir Dairesi, Macbeth, Pal Joey, Belami / West End'de Ken Hill'in Phantom of the Opera.

İngiltere'de televizyon ve sinema çalışmaları: (TV dizileri): Eastenders, Glory Boys, Murder of a Moderate Man, Bergerac, Memories of Midnight, The

Bill (Filmler): Half Moon Street, Children`s Crusade, Ishtar, Buffalo Soldiers, Spooks, She`s gone, The International, W.E., The Reluctant Fundamentalist.

1990 yılında Tiyatro Stüdyosu'nun kurucuları arasında yer almıştır. Tiyatro Stüdyosu`nun Aldatma / Harold Pinter, Kan Kardeşleri / Willy Russell, Derin Bir Soluk Al / Ben Elton, Çöplük / Turgay Nar, Histeri / Terry Johnson ve Balkon / Jean Genet oyunlarında başrolleri üstlenmiştir
(<http://www.oyunatolyesi.com/hakkimizda/haluk-bilginer>).

4.2 GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN “OYUN ATÖLYESİ” TİYATROSU AFİŞLERİ

Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen veriler çerçevesinde göstergebilimsel açıdan irdelemek amacıyla aşağıdaki afişler belirlenmiştir:

Bunlar, “Nehir”, “Macbeth”, “Don Juan`nın Gecesi” ve “Antonius ile Kleopatra” Adlı Tiyatro Oyunu Afişleri`dir.

4.2.1 “Nehir” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi

Afişin Özgün adı: The River

Afişin tasarlandığı kurum: Oyun Atölyesi

Afişin tasarım yılı: 2013

Afişin Tasarımcısı: -

Yazan: Jez Butterworth

Çeviren; Hira Tekindor

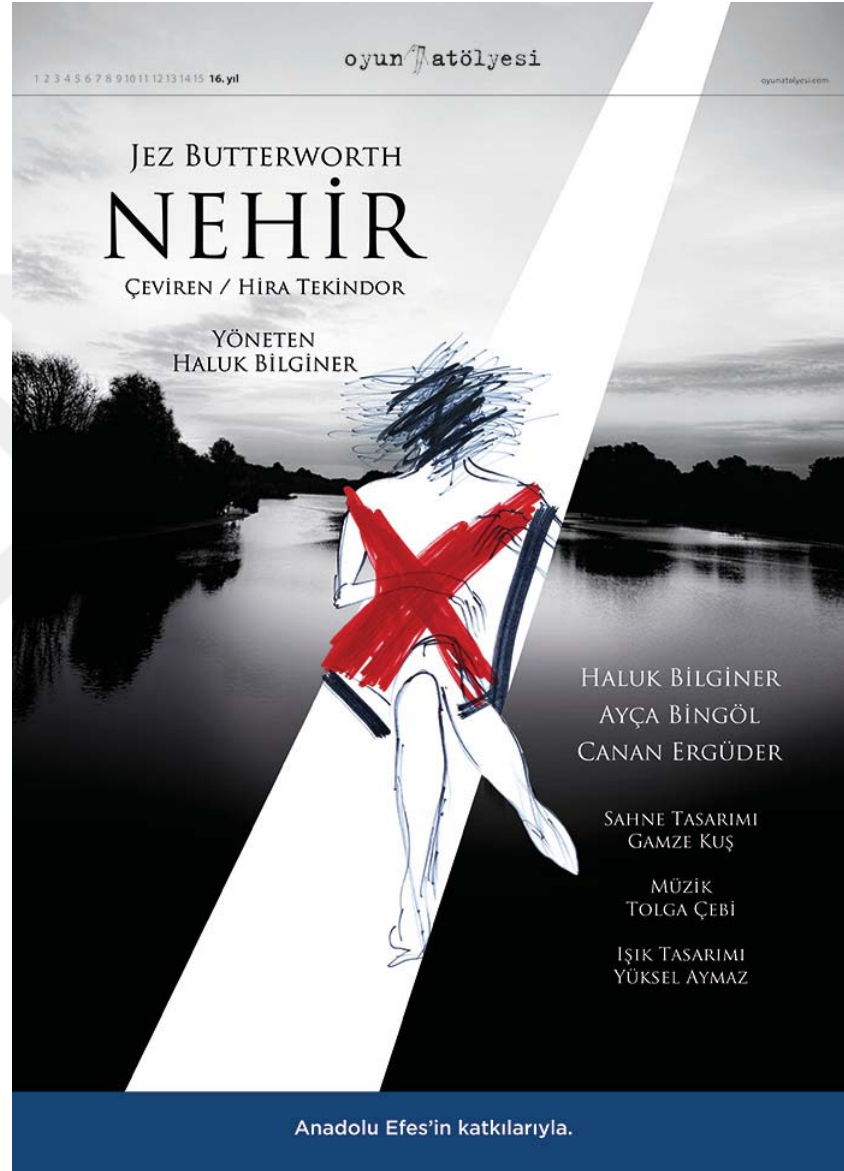
Eserin konusu: Aşk ezbere sıradanlaşmış şekilde yaşayan bir adamın hikayesi

Yönetmen: Haluk Bilginer

İlk gösterim (prömiyer) yeri: Broadway/ABD

2013 yılında Oyun Atölyesi için tasarlanan *Nehir* isimli tiyatro afişini (Bkz. Görüntü 69) göstergebilimsel açıdan incelemenden önce oyun hakkında bilgi vermekte ve tasarım üzerindeki görselleri okumakta / incelemekte yarar vardır:

Nehir, İngiltere’de şehrin karmaşasından kaçarak balıkçılık yapmaya karar veren bir adamın hikayesini anlatmaktadır. Yalnızlığı seçen baş rol karakterinin aşk hayatındaki tutarsızlık aynı zaman diliminde iki kadınla ilişki yaşamasını anlatmaktadır. Sıradanlaşan insanlar nereye gitseler de sıradan olarak kalmaktadır. İnsanların kirlenmişliği konuda geçen *Nehir Alabalığı* yakalama ve temizlemeye çalışmaktadır (<https://bit.ly/2xyF1hG>).



Görüntü 69: 2013 -2014 “Nehir” adlı tiyatro oyunu afişi
(<http://www.oyunatolyesi.com/arsiv/oyun/oyun-atolyesi/nehir-2013-2014>).

Bu oyunun ilk gösterimi, 26 Ekim 2012 yılında Londra’da *Royal Court*’ın üst katında 90 kişilik tiyatro salonunda sahneye konmuştur. Jez Butterworth oyunu yazmış Dominic West, Laura Donnelly başrol olarak karakterleri canlandırmıştır.

Ekim 2014 yılında tiyatro otositesi olarak bilinen ve yıllık 13.31 milyon seyirciye gösterim yapan *Brodway'de* ABD prömiyerini gerçekleştirmiştir. *Ian Rickson'nın* yönettiği eser New York *Circle in the Square Theatre'da* sahnelenmiştir. Bu eserde, *Marvel Comics* kahramanı olarak filme uyarlanan, *The Wolverine'de* başrol oyuncusu olarak tanınan, *Hugh Jackman* başrolü üstlenmiştir. Oyun 2015 yılında Kanada'da *Coal Mine Theatre'da*, Ted Dykstra yönetmenliğinde sahnelenmiştir. Eserin o zamanki afişi *Kostis Petridis* tarafından tasarlanmıştır Türkiye'de oyun 2013 yılında *Haluk Bilginer'in* başrol ve yönetmenliğinde Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenmiştir.

Afiş tasarımında vurgu, afişin ortasında desen biçiminde çizilmiş kadın figürüne yapılmaktadır. Figürün üzerine kırmızı renkle çizilmiş ve afişte tek farklı frekans olarak kullanılan çarpı işareti ana karakterin kadınlar ile ilgili duygusal bakış açısına gönderme yapmaktadır. Görsel ögesi fotoğraf ve desenden oluşan kompozisyon farklı disiplinler bir araya getirilerek tasarlanmıştır. Kullanılan tipografi hiyerarşisi sağ ve sol tarafa eşite yakın bir oranda dağıtılmıştır.

“Nehir” adlı afiş, bir gösterge olarak, gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam (düz anlam-yan anlam) yönünden ele alındığında aşağıdaki tablo ile irdelenebilir (Bkz. Görüntü 70).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“NEHİR” ADLI TİYATRO AFİŞİ	Kadın İmgesi	Bacak bacak üstüne atarak oturan çıplak bir kadın	Bekleyen kadın / ilişki / cinsellik / duygusuzluk / yalnızlık
	Doğa görseli	Hava kararırken gökyüzü, nehir ve ağaçların görüntüsü	Karamsarlık / yalnızlık / melankoli gece
	X işareti	Yasaklı kimlik	Tehlikeli / uzak durulması gereken / zararlı
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	1-16. yıl göstergesi	16. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 16 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi.com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 70: “Nehir” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizenek.

Semantik (Anlamsal) Açıdan “Nehir” Afişi:

1. Göstergelere anlamsal açıdan bakıldığında, her ne kadar kolay ve anlaşılır görünse de detaylara inildiğinde yan anlamlar içerdiği görülmektedir.
2. Afişte kullanılan daha önceleri görsel açıdan zerafet ve estetiğiyle sanat yapıtlarında sıklıkla kullanımına başvurulmuş kadın formu, kadının duygusal ilişkideki önemini anlamsal olarak belirtmektedir.
3. Kadın figürünün arkasında kalan siyah beyaz nehir görseli, karamsar bir ruh haline gönderme yapmaktadır.
4. Tasarımda, tutkunun ve aşkın göstergesi olarak kullanılan “kırmızı” rengin ilişkiyi imgelediği söylenebilir. Bunun yanı sıra kırmızı renk ile oluşturulan çarpı işareti dışlama, yasak, tehlike vb anlamlara gelmektedir.
5. Figürün yüz bölümünün karalanması, kadınlara duygusal eğilimle yaklaşmayan bir karakterin düşünce ve ruh halini imgelemektedir.

Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan “Nehir” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler renk, biçim kullanımı açısından oldukça etkilidir. Siyah beyaz üzerine kullanılan kırmızı rengin dikkat çekiciliği yüksektir. Karalama şeklinde kadın figürü ilişki, tutku ve imgeleyerek afişin etkisini imgedizim açısından güçlendirmektedir.
2. Figürün siyah beyaz nehir görselinin üzerine yerleştirilmesi uyum ve dikkat çekici etki yaratmaktadır. Kadın imgesinin beyaz renk ağırlıklı olarak ele alınmış olması ve arkadaki fotografik imgenin koyu renkli olması, kadın figürünün öne çıkarılması amacıyla tercih edilmiş olduğu anlamında yorumlanabilir.
3. Sayfanın tam ortasına yerleştirilen figürü beyaz bir çizgi bölmektedir. Sağ ve sol boşluklarda oyun hakkında bilginin yer alması, yukarıda tiyatronun adı faaliyet

yılı ve web sitesini yerleştirmesiyle sayfanın dengesi sağlanmaya çalışıldığı düşünülmektedir. Ancak alt kısımda kullanılan koyu lacivert renteki kalın şeritli reklam görsel düzenin bütünüyle uyumlu olmadığından afişin bütünsel etkisini bozmakta, tasarımı sıradanlaştırmaktadır.

Pragmatik (Edimbilimsel) Açından “Nehir” Afişi:

1. Tasarımdaki grafik göstergeler her ne kadar kolay algılanır gibi görünse de edimbilimsel açıdan hemen algılanacak nitelikte değildir.
2. Her ne kadar kadın imgesi ilk bakışta kolay algılanabilir gibi görünse de, tasarımcının içerisine yerleştirdiği kodlar, afiş içerisinde bulunan bu yapıyı gösterge olarak güçlendirmektedir.
3. Fotoğraf ve desen gibi farklı görsel dillerden oluşması ve kafasına çizikler, gövdesine ise çarpı atılan kadın imgesi ile dikkat çekebilecek ve hedef kitleyi söz konusu tiyatro oyununu yönlendirebilecek nitelikler taşıdığı söylenebilir.

Kodlamaları Açısından “Nehir” Afişi:

Kadın, erkek arasındaki duygusal ilişki akla geldiğinde kullanılan temel görsellerden biri kadın olduğu bilinmektedir. Ana karakter olarak seçilen kadın: sevgi, aşk, zerafet ve cinsellik gibi anlamlar ifade etmektedir.

Afiş tasarımında en önemli kodlama, kadın karakterinin üzerindeki kırmızı çarpı işaret ve kafasının karalanmış olmasıdır. Çarpı işaretinin matematik anlamı hariç dünyada yasak ve tehlikeli anlamına geldiği bilinmektedir. Bu afiş tasarımındaki imge ile kadının yasak ve tehlikeli olduğu iletilmektedir denebilir. Başının karalanmış olmasında kim olduğunun önemli olmadığı duygusal bağ kurulmaması gerektiği anlamı vurgulanmaktadır.

Tasarımda arka planda görülen olayın geçtiği nehir görselinde siyah beyaz fotoğraf kullanılırken, ön plandaki kadın imgesinin çizim tekniği oluşturulmuş olması kadın karakteri ile ilgili önemli bir kod olarak öne çıkmaktadır.

4.2.2. “Macbeth” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi

Afişin özgün adı: Macbeth

Afişin tasarlandığı kurum: Oyun Atölyesi

Afişin tasarım yılı: 2010

Afişin tasarımcısı: -

Yazan: W. Sheakspeare

Çeviren: Haluk Bilginer

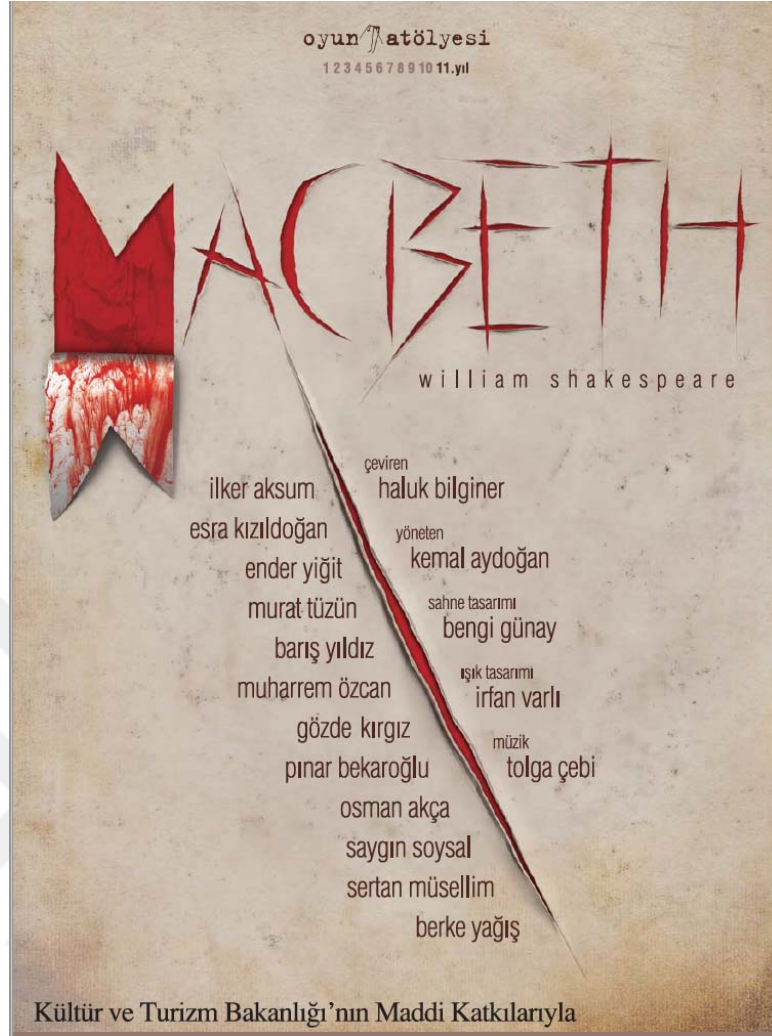
Eserin konusu: İhanet ve güç düşkünlüğü

Yönetmen: Kemal Aydoğan

İlk gösterim (prömiyer) yeri: Teatro della Pergola, Floransa

Eser Hakkında İrdeleme: Görüntü 71’de 2010 yılında Oyun Atölyesi için tasarlanan *Macbeth* isimli tiyatro afişini göstergebilim açısından incelemekten önce oyun hakkında bilgi vermekte ve tasarım üzerindeki göstergeleri incelemekte yarar vardır.

Macbeth, *iskoçlu filozof Hector Boecenin ve Raphael Holinshed’in İskoç Kralı Mac Bethad* ile ilgili yazdıklarına dayanmaktadır. *Macbeth*’in hikâyesi, genellikle güç düşkünlüğü ve arkadaşlara ihanet konularında örnek bir hikâye olarak gösterilir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Macbeth>). Eserin ilk gösterimi 1606 yılında yazıldığı yıl sahnelenmiştir. W. Sheakspeare’in dört büyük trajedisinin en kısa olanıdır. W. Sheakspeare bu eserinde doğaüstü karakterleri *cadıları* ilk kez işlemiştir. “Bir eleştirmene göre, oyunun kahramanları cadılar; çünkü kendilerini şeytanlaştıran kötülük düzenini yıkmayı onlar başarıyor” (Honan, 2003, s. 441). Afiş çalışmasının ilk uygulamalarından biri olduğu düşünülen çalışma 1884 yılında W. J. Morgan ve Co. Lith tarafından tasarlanmıştır.



Görüntü 71: 2010 -2011 “Macbeth” adlı tiyatro oyunu afişi
(<https://bit.ly/2MrbHge>).

Türkiye’de bulunan Oyun Atölyesi tiyatrosu için yapılan bu afişte ilk dikkati çeken afişin başat bir gösterge olarak kullanılmış tipografisinin başarılı sunumudur. Macbeth yazısının M harfinde temsili olarak kral tacı bulunarak tragedya’ya gönderme yapmaktadır. Macbeth İskoç Kral’ıdır ve güç düşkünlüğü, hırs çekişmeler, içerisinde kalan trajik öykünün kahramanıdır. Kahraman Macbeth’in kral olma hırsıyla eşi *Lady Macbet ile Duncan’ı* bıçakla öldürmelerini imgeleyen kanlı tipografi aracılığıyla cinayet hissi verilmektedir.

“Macbeth” adlı afiş, bir gösterge olarak, gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam (düz anlam-yan anlam) yönünden ele alındığında aşağıdaki tablo ile irdelenebilir (Bkz. Görüntü 72).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“MACBETH” ADLI TİYATRO AFİŞİ	Macbeth yazısı	Bıçakla yazılan kesik Macbeth yazısı	İhanet / hazin son
	Taç	Kanlı taç	İktidar / hırs / istek / konum / güç düşkünlüğü
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	1-16. yıl göstergesi	16. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 16 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi.com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 72: “Macbeth” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizeneke.

Semantik (Anlambilimsel) Açıdan “Macbeth” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler incelendiğinde kullanılan bıçak ile kesilerek görselleştirilmiş yazı kullanımı cinayeti yan anlam olarak göstergelemektedir.
2. Kağıdın eskitilmiş etkiyle sunulması dönemi yansıtmayı hedeflediği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra M harfi, kral tacı şeklinde İhtiras ve koltuk sevdasını imgelemektedir.
3. Afişte, tutku, şehvet, hırs ve güç göstergesi olarak kullanılan “kırmızı” rengin ilişkiyi imgelediği söylenebilir.

Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan “Macbeth” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler renk, biçim kullanımı açısından oldukça etkilidir. Kırmızı renk dikkat çekiciliği yüksektir. Bıçak kesiği şeklinde oluşturulan deneysel yazı karakteri tutku, şehvet, hırs, güç imgeleyerek afişin etkisini imgedizim açısından güçlendirmektedir.

2. Macbeth yazısını oluşturan tipografi düzenin baş harfinin kral tacını simgelemesi ve kağıdın altına doğru açılan bıçak kesiği imge üzerinde etkiyi arttırmaya yönelik bir denemedir.

3. Üretilen göstergeler anlam / biçim ilişkisi açısından özgün ve orjinal olduğu düşünülmektedir.

Pragmatik (Edimbilimsel) Açıdan “Macbeth” Afişi:

1. Göstergeler ilk bakışta Macbeth yazısı üzerinde tutularak kolay algılanır görünse de, tasarımcının içerine yerleştirdiği kodlar, afiş içerisinde bulunan bu yapıyı gösterge olarak güçlendirmeyi hedeflemektedir.
2. Bu anlamda kullanılan deneysel yazı karakteri cinayeti, ihaneti, hırsı hissettiricidir. Bu nedenle tasarım görsel anlamda estetik değerler taşımaktadır.
3. Göstergelerin bütünü ve afişin işlevi ardındaki bağlantı edimbilimsel açıdan etkili bir tasarım oluşturmayı hedeflemektedir.

Kodlamaları Açısından “Macbeth” Afişi:

Tasarımda, ihanet’in uğratıldığı bıçak göstergesinin, yazıyla ilişkilendirilerek verilmesi göze çarpan göstergeyi oluşturmaktadır. Macbeth yazısının bıçak kesiği formu oluşturularak verilmesi hedef kitlenin zihninde ihanet ve ölümün acısını canlandırmaktadır.

Afiş tasarımda en önemli kodlama yazının başında bulunan M harfiyle oluşturulan kral tacı formudur. Kral tacının, güç, iktidar ve yöneticilik anlamlarına geldiği kabul edilmektedir. Tasarımda kral tacının kana bulanması senaryonun trajik sonunu iletmektedir. Tasarımcı arka planda kullandığı eskitme kağıt formuyla döneme vurdu yapmayı hedeflemektedir.

4.2.3. “Don Juan’ın Gecesi” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi

Afişin özgün adı: La Nuit de Valognes

Afişin tasarlandığı kurum: Oyun Atölyesi

Afişin tasarım yılı: 2011

Afişin tasarımcısı: -

Yazan: Éric-Emmanuel Schmitt

Çeviren: Şehsuvar Aktaş

Eserin konusu: Aşk

Yönetmen: Kemal Aydoğan

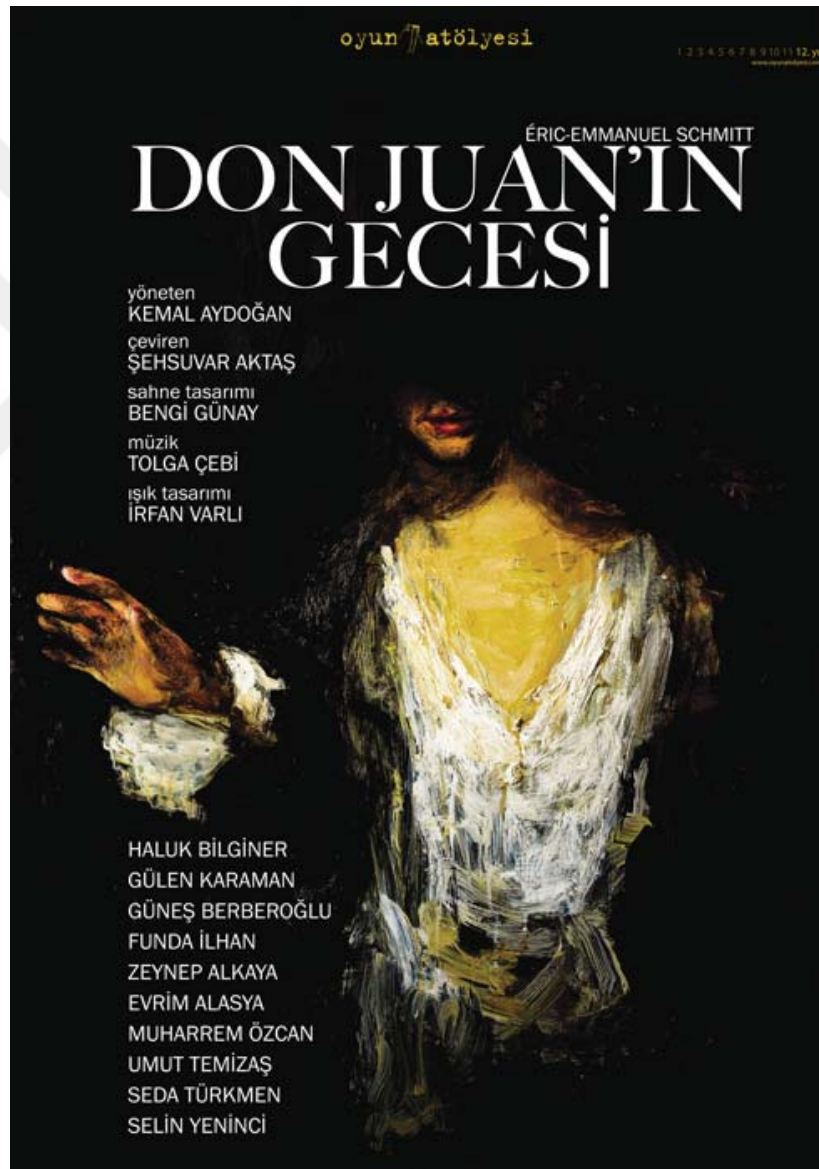
İlk gösterim (prömiyer) yeri: Théâtre des Champs-Élysées

Eser Hakkında İrdeleme: Görüntü 73’de 2011 yılında Oyun Atölyesi için tasarlanan *Don Juan’ın Gecesi* isimli tiyatro afişini göstergebilim açısından incelemenden önce oyun hakkında bilgi vermekte ve tasarım üzerindeki görselleri incelemekte yarar vardır.

Don Juan, karakteri bir çok kez farklı oyun yazarları tarafından yazılmış kurgusal ve hayal ürünü bir karakterdir. 1615 yılında *Tirso de Molina’nın* yazdığı *El burlador de Sevilla y convidado de piedra’nin* ilk kayıtlı Don Juan hikayesi olduğu kabul edilmektedir. 1991 yılında Fransız yazar *Éric-Emmanuel Schmitt* tarafından yeniden kaleme alınmıştır. *Don Juan’ın Gecesi (La Nuit de Valognes)* yazarın uyarlanmış ilk tiyatro oyunudur. İlk gösterimi Eylül 1991 yılında Paris’te *Théâtre des Champs-Élysées* tiyatrosunda sahnelenmiştir. Don Juan’ın Gecesi oyunu profesyonel ve amatör bir çok tiyatro grubu tarafından sahnelenmiştir. Eserin afişlerinden biri 2002 yılında orange tasarım ajansı tarafından yapılmıştır. Oyun Fransa’da ve Fransa dışında oldukça ilgi görmüştür. Türkiye’de 2011 yılında Oyun Atölyesi tiyatrosu tarafından sahnelenmiştir. Kemal Aydoğan yönetmenliğini yapmıştır. Don Juan kadınları evlilik vaadiyle kandıran, pişmalık duymayan cinsellik düşkünü karakterdir. Don Juan kalbini kırdığı kızın babası *Don Gazolo’yu* öldürmektedir. Éric-Emmanuel Schmitt’in yeniden uyarladığı

oyunda ise tatmin edilecek sonraki uyanışı bekleyen yaşamı cinsellik üzerine kuran Don Juan karakterinin bir erkeğe aşık olması işlenmektedir.

Afiş yüzeyinde ilk dikkati çeken yağlı boyayla oluşturulmuş fırça darbelerinden oluşan kadın ve erkek silüetidir. Özellikle arka planda seçilen siyah renk gizemi, geceyi vurgulamaktadır. Siyah rengin üzerine gelen erkek figürünün dudağının kırmızı olması yüksek renk frekansına sahip olduğundan dikkat çekmektedir. Kadın figürünün siyahın kontrast rengi olan beyaz, tipografiyle bütünleşmektedir.



Görüntü 73: 2011 -2012 “Don Juan’nın Gecesi” adlı tiyatro oyunu afişi
(<https://bit.ly/2OQZcvR>).

“Don Juan’ın Gecesi” adlı afiş, bir gösterge olarak, gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam (düz anlam-yan anlam) yönünden ele alındığında aşağıdaki tablo ile irdelenebilir (Bkz. Görüntü 74).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“DON JUAN’IN GECESESİ” ADLI TİYATRO AFİŞİ	Erkek İmgesi	Karanlıkta yüzünün yarısı görülen erkek	Gizem / gece / aşk / şehvet / arzu
	Kadın İmgesi	Erkeğe sarılan kadın	Aşk / birliklilik / şehvet
	Dudak	Kırmızı dudak	Cinsellik / şehvet
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	1-16. yıl göstergesi	16. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 16 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi.com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 74: “Don Juan’ın Gecesi” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizenecek.

Semantik (Anlambilim) Açısından “Don Juan’ın Gecesi” Afişi:

1. Göstergelere anlamsal açıdan bakılarak detaylara inildiğinde farklı yan anlam içerdiği görülmektedir.
2. Afişte kullanılan göstergeler incelendiğinde, birbirine sarılan kadınla, erkek figürünün resmedilmesi konunun aşkla ilgili olduğunu yan anlamsal olarak gösterelemektedir.

3. Jan Duan'ın yer aldığı atmosfer arka planda siyah rengin kullanılmasıyla zamanın gece olduğu havasını yansıtmakta ve dikkati üzerindeki kadın erkek figürüne çekmektedir.

4. Afişte, yoğun olarak kullanılan “siyah” rengin gizemi imgelediği söylenebilir. Şehvet, tutku göstergesi olarak “kırmızı” Don Juan'ın dudaklarıyla ilişkilendirilerek anlamsal açıdan gösterge güçlendirilmektedir.

Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan “Don Juan'ın Gecesi” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler renk, biçim kullanımı açısından oldukça etkilidir. Siyah renk dikkatin figür üzerinde toplanmasını sağlamaktadır. Yağlı boya etkisi yaratılarak vurulmuş fırça darbeleriyle resmedilmiş birbirine sarılan kadın erkek figürü tutku, şehvet ve aşkı imgeleyerek afişin etkisini imgedizim açısından güçlendirmektedir.

2. Erkek figürünün elinin havada olmasından dolayı figürlerin sayfanın hafif sağına yerleştirilmesi biçim kullanımı açısından etkilidir. Kadın, erkek figürünü resmederken oluşturulan fırça darbeleri ve renk geçişleri uyumu sağlamıştır.

3. Tasarımda Don Juan'ın gözlerinin görülmemesi afişe gizem katmaktadır. Karanlık bölümde oluşturan tipografi, imge üzerinde etkiyi arttırmaktadır.

4. Üretilen göstergeler anlam / biçim ilişkisi açısından özgün ve orjinaldir. Afiş yüzeyinde kullanılan yağlı boya fırça darbeleri ile geçmiş döneme yönelik bir atmosfer yaratılmaya çalışılmıştır.

Pragmatik (Edimbilimsel) Açıdan “Don Juan'ın Gecesi” Afişi:

1. Tasarımdaki grafik göstergeler edimbilimsel açıdan düşündürücü yapıdadır.

2. Göstergeler ilk bakışta yağlı boya fırça darbeleri ile resmedilmiş ve kadın, erkek figürü kolay anlaşılmaktadır. Tasarımcının görsel ve yazınsal olarak verilen destekle afiş içerisinde bulunan yapıyı gösterge olarak güçlendirmektedir.

3. Konunun cinsellik düşkünü Don Juan'ın aşk hayatıyla ilgili olması kullanılan baskın rengin kişide gizem, merak duygusu uyandırmaktadır. Bu nedenle tasarım görsel anlamda estetik değerler taşımaktadır.

Kodlamaları Açısından “Don Juan’nın Gecesi” Afişi:

Afiş tasarımı incelendiğinde farklı detay ve yorumlar görmek mümkündür. Tasarımda aşk yaşayan çift en göze çarpan göstegeyi oluşturmaktadır. Fırça darbeleri kullanılarak oluşturulan yağlı boya formunda tasarım eski dönemin izlerini yansıtmaktadır. Tasarımda en önemli kodlama, erkek karakterin yüzünün üst kısmının görünür olmaması fakat kırmızı dudaklarının dikkat çekmesidir. Kırmızı dudak görseli ile karakterin aşk, şehvet ve tutku dolu kimliği yansıtılmaktadır. Kadın karakterinin ise sarılarak arkası dönük ve sırtının açık olması ise gizem, erkek karakterine karşı zaafı ve karşı koyamaz bir durumda olduğunu vurgulamaktadır.

Afiş tasarımında arka planının oluşturduğu siyah renk geceyi ve gizemi imgeleyen önemli bir kodlamadır. Tasarıma ilk bakıldığında dikkatin çifte yönlendirilmesini sağlayan unsur olmaktadır.

4.2.4. “Antonius ile Kleopatra” Adlı Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açısından İncelenmesi

Afişin özgün adı: Antony and Cleopatra

Afişin tasarlandığı kurum: Oyun Atölyesi

Afişin tasarım yılı: 2012

Afişin tasarımcısı: -

Yazan: W. Shakespeare

Çeviren: Bülent Bozkurt

Eserin konusu: Entrikalı bir aşk

Yönetmen: Kemal Aydoğan

İlk gösterim (prömiyer) yeri: Blackfiars Theatre ya da Globe Theatre

Eser Hakkında İrdeleme: Görüntü 75’de 2013 yılında Oyun Atölyesi için tasarlanan *Antonius Kleopatra* isimli tiyatro afişi göstergebilim açısından incelemeden önce oyun hakkında bilgi vermekte ve tasarım üzerindeki görselleri incelemekte yarar vardır.

Antonius ile Kleopatra, *William Shakespeare*’ın kaleme aldığı tragedyadır. 1623 yılında oyunun ilk basımı yayımlanmıştır. İlk gösterim yeri hakkında kesin olmayan iki bilgi vardır. Bunlar, eser 1607 yılında Londra Blackfiars Theatre ya da Globe Theatre sahnелendiği bilinmektedir. 1607 yılından günümüze kadar eser dünyanın bir çok ülkesinde sahnelenmiş yoğun ilgiyle karşılanmıştır. Eserin afişlerinden biri, Theo Wijnsmа tarafından 2013 yılında yapılmıştır.

Oyun, Türkiye’de 2013 yılında Oyun Atölyesi tiyatrosu tarafından sahnelenmiştir. Kemal Aydoğan yönetmenliğini yapmıştır. *Antonius ile Kleopatra* adlı eserde Romalı Antonius ve Mısırlı Kleopatra’nın birbirlerine olan aşklarını, yaşanan savaş ortamında orataya çıkan entrika ve trajedileri konu alması işlenmektedir. Afiş yüzeyinde dikkati sağ tarafa yarım şekilde yerleştirilmiş kırmızı elma görselidir. Özellikle arka planda seçilen beyaz renk ile tüm dikkatin elmaya çevrilmeyi hedeflendiği görülmektedir. Elma yasak aşkı simgelemektedir. Bu kavram insanlığın ortaya çıktığı ilk çağlarda yanlış yaptıkları eylemlerden ötürü kendi yaşantılarını mahvetmeleri ve kendi yaptıkları yüzünden zorlukları bulunan çok kötü bir yaşama sürüklenişini de anlatmaktadır (https://tr.wikipedia.org/wiki/Yasak_meyve). Beyaz arka zemin üzerine, elmanın kırmızı renkte seçilmesi yüksek renk frekansına sahip olduğundan dikkat çekmektedir. (Bkz.Görüntü 75). Aynı zamanda gri renkte kullanılan tipografi düzeni elmaya odaklanmamızı yoğunlaştırmaya çalışmakta fakat özgün değildir. Tipografi döneme aitlik hissini ortadan kaldırmaktadır. Dönemle ilişkilendirilmemiştir.



Görüntü 75: 2012 -2013 “Antonius ve Kleopatra” adlı tiyatro oyunu afişi
(<https://bit.ly/2vppVri>).

“Antonius ile Kleopatra” adlı afiş, bir gösterge olarak, gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam (düz anlam-yan anlam) yönünden ele alındığında aşağıdaki tablo ile irdelenebilir (Bkz. Görüntü 76).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“ANTONIUS İLE KLEOPATRA” ADLI TIYATRO OYUNU AFİŞİ	Yarım Elma	Yarısı görülen kırmızı elma	Aşk / ilişki / tehlikeli / yasak meyve
	Tiyatro oyunu adı	Sahnelenen oyun adı	Yan anlam barındırmamakta
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	1-16. yıl göstergesi	16. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 16 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi.com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 76: “Antonius ile Kleopatra” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizeneğ.

Semantik (Anlambilim) Açısından “Antonius ile Kleopatra” Afişi:

1. Göstergelere anlamsal açıdan bakıldığında farklı anlam sızmalarına yol açtığı görülmektedir.
2. Kullanılan göstergeler incelendiğinde yarım kırmızı elma görseli çiftin, bir elmanın yarısı gibi düşünüldüğü ve konunun aşkla ilgili olduğunu yan anlamsal açıdan göstergelemektedir.
3. Afişte, kullanılan tek imge olan kırmızı elma; şehvet, tutku, aşkın göstergesi yarım elmayla ilişkilendirilerek anlamsal açıdan gösterge güçlendirmeyi hedeflediği düşünülmektedir.
4. Tasarımda sadece yarım kırmızı elma kullanımı başka yan anlam barındırmadığından tasarımın anlaşılabilirliği açısından yeterli görülmemektedir.

Sentaktik (İmgedizimsel) Açıdan “Antonius ile Kleopatra” Afişi:

1. Afişte kullanılan göstergeler kullanım açısından etkili olduğu düşünülmemektedir. Yalnızca yarım kırmızı elma, tutku ve aşkı imgeleyerek afişin etkisini imgedizim açısından güçlendirmeye çalışmakta ve yeterli olamamaktadır.
2. Tasarım genelinde kullanılan beyaz renk nötr etkisi yaratarak aşkın imgesi kırmızı elmaya vurgu yapmaktadır.

Pragmatik (Edimbilimsel) Açıdan “Antonius ile Kleopatra” Afişi:

1. Tasarımda yazı ile sağdan sola doğru okumaya yönelik anlaşılır biçimde bilgilendirme yapmaktadır. Fakat yazı karakteri dönemin havasını yansıtmamaktadır.
2. Konunun tutkulu bir aşkı anlatmasıyla ilgili kullanılan kırmızı rengin kişide uyarıcı etki yaratmakla birlikte tasarımcının içerisinde yerleştirdiği ikonografik kodlar afiş içerisinde bu yapıyı güçlendirmeyi hedeflemekte fakat yeterli olamamaktadır.

Kodlamaları Açısından “Antonius ile Kleopatra” Afişi:

Dünyada aşk / ikili ilişki denildiğinde akla gelen farklı görsellere ulaşmak mümkündür. Tasarımda en önemli kodlamayı oluşturan kırmızı yarım elma görseli, ruh ikizi, birbirini tamamlayıcı, aşk anlamlarını yansıtmaktadır.

Afiş tasarımda kullanılan oyunun gri renk kullanımıyla yazılmış olması yalnızca oyunun adını iletmektedir.

5. BÖLÜM:

UYGULAMA ÇALIŞMASI

Tiyatro tanıtımı alanında afiş kullanımı oldukça yaygındır. Bir oyun gösteriminin nerede, ne zaman yapılacağı, söz konusu tiyatro oyununun oyuncular, yazarları, yönetmenleri vd. kişi ve verileri hakkında bilgiler veren bu duvar, pano vb yüzeylere asılan tanıtım grafikleri aynı zamanda birer estetik öge olarak da oldukça önemli görsel iletişim tasarımı ürünleridir.

Fotografik yöntemlerle uygulanabilecekleri gibi, resimleme (illüstrasyon) ve tipografik yöntemlerle de gerçekleştirilen afişler çeşitli karma yöntemlerle de uygulanabilmektedirler.

Bu tez kapsamında ‘Oyun Atölyesi Tiyatrosu’ için tasarlanan afişler tipografik ve resimleme dili öne çıkan bir yaklaşımla ele alınmıştır. Söz konusu afişler gerçekleştirilirken bu bölümde açıklanmaya çalışılan tasarım süreçlerinden geçilmiştir.

Daha önceki bölümlerde gerçekleştirilen göstergebilimsel irdellemelerde elde edilen verilerden de yararlanılarak tasarlanan *Oyun Atölyesi Tiyatrosu* afişleri aşağıdaki gibidir:

1. “Antonius ile Kleopatra” Yazan: W. Shakespeare, Yöneten: Kemal Aydoğan, Sahne Tasarımı: Bengi Günay, Oyuncular: Haluk Bilginer, Zerrin Tekindor, Mert Fırat, Onur Ünsal. 2012-2013 Moda Oyun Atölyesi Tiyatrosu.
2. “Jane D’ark’ın Öteki Ölümü” Yazan: Stefan Tsanev, Yöneten: Kemal Aydoğan, Sahne Tasarımı: Bengi Günay, Oyuncular: Haluk Bilginer, Güven Kırarç, Esra Kızıldağ Uygur. 2005-2006 Moda Oyun Atölyesi Tiyatrosu.
3. “Kim Korkar Hain Kurttan” Yazan: Edward Albee, Yöneten: Hira Tekindor, Sahne Tasarımı: Ali Cem Köroğlu, Oyuncular: Zerrin Tekindor, Tardu Flordun, Şükrü Özyıldız, Nilperi Şahinkaya. 2013-2014 Moda Oyun

Atölyesi Tiyatrosu.

4. “7 Shakespeare Müzikali” Yazan: W. Shakespeare, Yöneten: Kemal Aydoğan, Sahne Tasarımı: Bengi Günay, Oyuncular: Haluk Bilginer, Evrim Alasya, Selen Öztürk, Zeynep Alkaya. 2009-2011 Moda Oyun Atölyesi Tiyatrosu.
5. “Hırçın Kız” Yazan: W. Shakespeare, Yöneten: Kemal Aydoğan, Sahne Tasarımı: Bengi Günay, Oyuncular: Aybanu Aykut, Fırat Tanış, Timur Acar, Mert Fırat. 2006-2007 Moda Oyun Atölyesi Tiyatrosu.

Uygulama çalışması olarak tasarlanan ve uygulanan afişler ile bu afişlerin tasarım süreçleri ve göstergebilimsel irdemeleri aşağıdaki gibidir:

5.1. “ANTONIUS İLE KLEOPATRA” AFİŞİ

Tasarım Süreci: Tasarımcı hayal dünyasındaki soyutluğu belli metalar kullanarak gerçek hayata aktarmayı hedefler. Yakın’a göre (2015) bu süreçte, tasarımcının düşünme, aktarma ve bilgi türetme eylemlerini zihinde kurguladığından öteye taşır (Yakın, 2015, s.122). Tasarımcının, yaratıcı süreci nitelikli bir şekilde yaşaması için belirli bir çalışma prensibine sahip olması ve bu bağlamda deneyimli olması çok önemlidir. Tasarlama sürecinde yararlanılacak ilkeler ve kullanılacak öğeler tasarımcının yetkinlik niteliğine göre ürüne dönüşür. Tasarım sürecinin en önemli aşaması bilgi ve veri toplanmasıdır. Bu nedenle, Oyun Atölyesi tiyatrosunun “Antonius ve Kleopatra” konulu afiş tasarımı için yapılan araştırmada etkinlikle ilgili veriler okunarak, önceden yapılan çalışmalar tasarımlar incelenerek bilgiler harmanlanmış, ayıklama ve bulma süreci gerçekleştirilmiştir. Bilgi ve verilerden elde edilen bulguların incelenmesindeki amaç, içeriğin fikir ve estetik değerlerle görselleştirilmesi sürecinde yardımcı olacak olmasındandır.

Logo’nun Yeniden Ele Alınması: Tasarım sürecinin başında kurumun mevcut logosundaki sorunların / eksikliklerin olduğu göze çarpmaktadır. Oyun Atölyesi Tiyatrosu’nun logosu tipografik daktilo yazı karakteri ve ortada çizgisel gücü

zayıf, ince formdan oluşan izleyiciyi selamlayan insan figüründen oluştuğu görülmektedir (Bkz. Görüntü 77). Eksiklerin giderilmesi ve kurumun en önemli özelliği olan tiyatro ögesini daha fazla desteklemek, okunurluğu ve anlatım dilini görsel açıdan kuvvetlendirmek için logo tasarımı yeniden ele alınması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu eksiklikler göz önünde bulundurularak logo tasarımında; Dünyada ilk tiyatro geleneği olan Yunan Antik tiyatrolarının kurulmasıyla başladığı bilinmektedir. Şarap tanrısı Dionysus'u onurlandırmak için festivaller yapıldığı bilinmektedir. Antik Yunan Tiyatrosu kentin sosyo-kültürel yaşamında önemli bir olguyken dinsel törenlerin yapıldığı, şarkıların seslendirildiği, dansların edildiği, edebi eserlerin sahnelendiği alan ve mimari yapı olmuştur. Dik bir yamaca yaslanarak inşa edilen Antik Yunan Tiyatrosu aynı zamanda yamacın dibinde kovuk alana (oyulmuş alan) yapılmıştır. Ayrıca güneşin konumu ve hakim rüzgarların yönü de önemli olmuş ve seyircinin soğuk rüzgarlar almaması, güneşin de izleyicileri de fazla rahatsız etmemesi önemsenmiştir (<http://birgunbiryerde.blogspot.com/2013/09/antik-yunan-tiyatrosunda-mimari.html>). Eski antik Yunan tiyatrosunun mimarisinden esinlenerek minimize edilmiş çizgisel yaklaşımla tiyatro sahnesi ve seyirci bölümü çizilmiştir. Oyun Atölyesi'nin baş harfini andırması için ard arda gelen yarım dairelerden oluşturulan kompozisyona Gestalt'ın kapanış kuramı uygulanarak O harfi oluşturularak Oyun Atölyesi'ne gönderme yapmayı hedeflenmiştir. Logo tasarımında kontrastlık yararlanılarak siyah tiyatro sahtesini andıran yarım dairenin üzerine, seyirciyi selamlayan oyuncu figürü yeniden ele alınarak formu değiştirilmiş ve daha kalın bir çizgisel değerle yerleştirilmiştir. Oyun Atölyesi yazı karakteri ise, siyah renkte, uygun espas değerlendirmeler yapılarak yerleştirilmiştir (Bkz. Görüntü 78). Afiş tasarımının bütününde aynı düzende kullanılarak kurumsal bütünlük sağlanması düşünülmüştür.



Görüntü 77: Oyun Atölyesi tiyatrosu mevcut logo tasarımı.



Görüntü 78: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında “Oyun Atölyesi” adlı tiyatro için yeniden düzenlenen logo tasarımı, 2018.

Problem Tanımlanması: Oyun Atölyesi tiyatrosu kurucuları ve oyuncuları Türkiye’nin önde gelen, adını tiyatro tarihine yazdıran yetkin sanatçı kadrosundan oluşmaktadır. Fakat yapılan araştırmalar ve incelemeler göstermektedir ki, kurucu oyuncu kadrosu yönünden bu denli yetkin olan sözkonusu tiyatrodaki sahnelenen oyunların afişleri yeterince nitelikli değildir. Afiş tasarımlarında ciddi tasarım ve gösterge sorunları belirlenmiştir. Oyun için özel tasarlanan afiş tasarımlarının kurumun vizyon ve misyonunu yansıtan görsel iletişim aracı olduğu bir gerçektir

“Antonius ile Kleopatra” adlı tiyatro oyunu için tasarlanmış olan eski afişte (Bkz. Görüntü 79) sanatçı fotografik imge olan kırmızı elmayı ön plana çıkarmıştır. Burada Antonius yada Kleopatra imgesi geri plana atılmaktadır. Tipografik düzenin ve yazı karakterinin dönemin izlerini taşımadığı görülmektedir. Afişlerde tipografi ve sayfa düzeninin farklılık göstermesi kurumsal bir anlatım dilinin yoksunluğu tipografik yerleşim ve öncelikler de yaşanan sorunlar, araştırmanın temel sorunları arasında yer almaktadır. Bu sorunlar üzerinden Oyun Atölyesi afişlerinin görsel anlatım dilinin hedef kitleyle iletişim konusunda doğru gerçekleşmediği sonucuna ulaşılmaktadır. İletilecek ileti detaylandırılmadan geliş güzel duyuru görevini görmektedir. Kurumun yaptığı işle paralel sanatsal ve estetik kaygı taşıyan, özgün / biricik tasarım olarak sunulması öncelik gerektiren konudur.



Görüntü 79: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında tasarlanmış “Antoniüs ile Kleopatira” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen afiş tasarımı, 50 X 70 cm, 2018.

Bilgi Toplama: Konu ile ilgili araştırma ve bilgi toplama soruna ve sorunun çözümüne dair olumlu alt yapı oluşturmaktadır. Oyun Atölyesi tiyatrosunun internet sitelerinden yayınladıkları afiş tasarımları incelenerek oyunlarla ilgili bilgi ve fotoğraflara ulaşılmıştır. Ayrıca Oyun Atölyesi tiyatrosunun kuruluşundan günümüze kadar olan afiş ve oyun arşivinden yararlanılmıştır.

Eserin Tarihçesi: Eserle ilgili detaylı bilgiyi 4. Bölüm, 4.2.4. “Antonius ile Kleopatra” Tiyatro Oyunu Afişinin Göstergebilimsel Açıdan Çözümlemesi’nde anlatılmıştır.

Hedef Kitle: Oyun Atölyesi Tiyatrosu, tiyatro oyunu seyretmeyi seven çeşitli yaş ve eğitim aralığında kültürel ve sosyal aktiviteler içerisinde bulunmaktan haz alan seyirci topluluğuna hitap etmektedir.

Tasarım Süreci ve Yaratıcılık: Her tasarım ürünü yaratıcı bir süreç içerisinde var olmaktadır. Sanat ve tasarım dallarında yaratıcılık; bilinmeyen bulma ve her yeni probleme çözüm getirme uğraşıdır (Becer, 1993, s. 44)

Özgün tasarımlar ortaya koymak göstergelerin tasarlanması ve düzenlenmesi belli bir estetik kaygı gerektirdiğinden ana yapının oluşturulması süreci çok sancılı bir evredir. Tasarımcının göstergeye yüklediği anlamlarla içsel / düşünsel dünyasının yansımasıyla oluşmaktadır. Tasarımda barındırılan yan anlam okunması açısından büyük önem taşımaktadır. Tasarımcının kendinden izler taşıdığı iç dünyasına yüklediği anlamları göstergeye ileti eşliğinde yansıtmaktadır.

Tasarım Sürecinde Tipografi: Resimleme / illüstrasyon ağırlıklı sözkonusu afiş çalışmasında tipografik yönden de çeşitli yaklaşım ve kaygılarla denemeler yapılmıştır. Görsel hiyerarşi sıralamasından tipografi ikinci unsur oluşturmaktadır. Tipografik arayışlar sürecinde oyunun adının öne çıkarılmasına özen gösterilmiştir. Seçilen yazı karakteri ‘Akhenaton’dur. Bu yazı karakterinin küçük harfle yazılması ve yuvarlak formlardan oluşması okunurluğu kolaylaştırmaktadır. Ayrıca seçilen yazı Mısır kültürüne özgü bir karakterdir. Bu karakter nostaljik ve kültürel hava taşımasının yanısıra dönemin izlerini yansıtmaması nedeniyle tercih edilmiştir. 2. planda oluşturulan tipografik düzende,

okunurluğu ve uyumu nedeniyle “Pt Sans” yazı karakterleri tercih edilmiştir.. Serifsiz ve büyük kullanılan yazı karakterleri sağlanan hiyerarşik düzene simetrik denge sağlamaktadır. 3. planda oyunun oynanacağı tarih büyük yazı karakteriyle beyaz renkle vurgulanmaktadır. Sonuç olarak iletilerin, espas düzenlemeleriyle tasarımda önemli olan yatay ve dikey birbirini tamamlayan tipografik kompozisyon oluşturarak iletiyi açık, sade ve net şekilde iletmek ayrıca estetik ve sanatsal açıdan göze hoş gelen tamamlayıcı unsur olması ve anlamın desteklenmesi hedeflenmektedir.

Tasarım Sürecinde Renk: Renk görsel iletişimde en önemli etkileme elemanlarından biridir. Renklerin uyarıcı özelliğinin olması, bireyi etkileyerek görüntüye yönlendirdiği tartışılmaz bir gerçektir (Gümüştekin, 2013, s. 39). Rengin kullanımında barındırdığı anlam kültürel olarak değişkenlik göstermektedir. Bundan dolayı, tasarım sürecinde hedef kitle, kültür, coğrafya vb. özelliklerin tasarımcı tarafından göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Renk kullanımıyla tasarıma bir çok anlam yüklenebilmektedir. Zıt renklerin kullanımıyla çarpıcılık, uyumlu renklerin kullanımıyla bir armoni yaratmak mümkündür. Renk aynı zamanda tanıtıma yapılan ürüne bir kişilik kazandırmaktadır. Örneğin Times ve National Geographic Dergileri’nin kapaklarında kullanılan sarı ve kırmızı bordürlerin grafik kimlik oluşturmada ne kadar etkili oldukları görülmektedir (Becer, 2009, s. 61). Tarihsel süreç içerisinde afiş tasarımında rengin kullanımı dikkati tasarıma çekmede yardımcı unsur olarak kullanıldığı bilinmektedir. Bu bilgiler göz önünde bulundurularak, Oyun Atölyesi tiyatrosu Antonius ile Kleopatra tiyatro oyununun afişi için tasarlanmış afişte suluboya, eskitme ve fırça darbeleriyle renkte barındıran fakat asıl siyah – beyazın zıtlığından yararlanılmış bir kullanım söz konusudur. Tasarımın amacı estetik kaygı barındırmasından ve dikkati ana karakterlere vermesinden dolayı Kleopatra ve kedisinde altın, mor ve turuncu renkleri kullanılmıştır. Kleopatra’nın ihtişamlı zengin yaşantısını görsel anlatacak altın ışıltıları kompozisyona eklenmiştir. Aynı zamanda hedef kitlenin dikkatini tasarıma çekmek ve tipografik öğelerin okunurluğunu yitirmemesini sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.

Tasarım Sürecinde Layout: Yaratıcı süreçte tasarımda istenilen etkinin hedef kitleye doğru sağlanabilmesi için oluşturulan düzenin etkisi oldukça büyüktür.

Duyurulacak olan iletinin başlığın, metnin, görüntü ögesinin, sloganın, markanın, ne şekilde yerleştirileceğinin belirlenmesidir. İletinin basım sonrası görülecek biçiminin taslağıdır. Tasarım, basım ekibi ve müşteriye bilgi verir, yol gösterir (<http://www.hasippektas.com/bas.ila.html>). Tasarım oluşturulmadan önce ön taslakta diyebiliriz. Antonius ile Kleopatra adlı tiyatro oyunu afişinde oluşturan düzen hikayeyi anlatabilme üzerine kurguludur. Bu oluşturulan kurguyla özel bir görsel anlatım dili oluşturulmuştur. Tiyatro oyununda geçen ana karakter üzerinden gidilmiştir. Kleopatra karakterinin ana özellikleri olan asalet, dik oturuş, profilden hiyeroglifi andıran resimleme başında olunan yalnızca kraliçelerin taktığı taç ve kendisiyle bütünleşmiş siyah kedisi belirlenerek bu imgeler üzerine denemeler yapılmıştır. Göstergebilimsel açıdan bir kompozisyon yaratılarak devam edilmiştir. Kleopatra ile bütünleşmiş imgeler denemeler yapılarak layout aşamasında sonuçlandırılmıştır.

İletinin Görsel Tasarımlara Dönüştürülmesi Süreci: Oyun Atölyesi

Tiyarosunun afiş tasarımlarında karşılaşılan grafik tasarım sorunlarına alternatif bir çözüm geliştirmek, yeni bir tasarım yaklaşımıyla ele alma gereği duyulmaktadır. “Antonius ile Kleopatra” adlı tiyatro oyunu afiş tasarlanırken öncelik iletinin ulaşacağı hedef kitleye ana karakter olan Kleopatra ile bütünleşmiş “Asalet”, “Kedi”, “Aksesuarları” ve “Profilden Duruşunu” gibi en önemli özellikleri başta gelmektedir. Sonrasında Oyun Atölyesi Tiyatrosu’nun kullanılacak logo / kurum kuruluş yılı vb. ayrıntıların kurumsal bir bütünlük taşıması adına tüm afiş tasarımlarında ortak dil kullanımı adına aynı yerde kullanılması yoluna gidilmesi gereklidir. Kurumsal dil sorunun çözümü görsel, işitsel bir sanat ürünü olan tiyatro oyununun duyuru ilanında estetik değeri yüksek, sanatsal izler taşıyan bir tasarım ürünü olması gerekliliğinden doğmaktadır. Hedef kitlenin eğitim profili ve yüksek sanat algısı bu tasarım ihtiyaçlarını zorunlu kılmaktadır.

Afiş tasarımı, yukarıda değindiğim gibi Kleopatra’nın özelliklerine vurgu yapacak imgeler; profilden hiyeroglif duruşu ve kedisi kullanılarak döneme ve karaktere vurgu yapılarak ileti anlama dönüştürülmüştür. Karakteri resimlemede kullanılan içerisinde kullanılan sert vuruşlu taba renkli fırça darbeleri dönemde kullanılan papirüs kağıdına gönderme yapmaktadır. Resimlemenin etrafında olan

siyah beyaz fırçayla sağlanan çizgiler resime vurgu yaparak daha güçlü bir kompozisyon yaratmayı hedeflemektedir (Bkz. Görüntü 79).

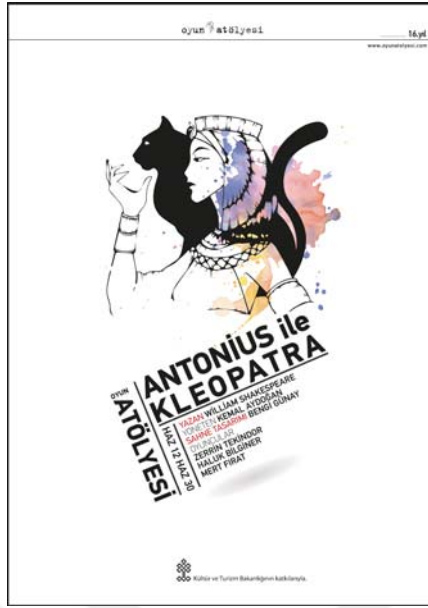
Tipografi kullanımda, oyunun başlığını oluşturan yazı karakteri küçük seçilmiştir. Renk kullanımda beyaz renk kullanımıyla okunurluk arttırılmış ve dikkati resme yöneltmek hedeflenmiştir. Tasarımda yatay tipografik bir düzen kullanılmıştır. Kullanılan tipografik düzenin alanının arka planı koyu olması kontrast bir etki yaratarak vurgunun oyunun adına yönlendirmektedir Yeni tasarlanmış kurum logosu sayfanın alt tarafa ortalanarak daha büyük bir şekilde kullanılmıştır. Kurum için önemli olan faaliyet yılı ve internet adresi sağ tarafa yana hizalı tipografik bir düzenle yerleştirilmiştir. Tasarlanan bu sayfa düzeni tüm afişlerde aynı yerlerde kullanılarak kurumsal bir dil geliştirilmiştir.

Tiyatro oyunu ve tiyatro oyun metinlerinin, görsel iletiye dönüştürülmesi süreci titiz çalışma gerektiren bir durumdur. Tiyatro oyunlarının metinlerinden yararlanılarak oluşturulan resimleme, renk, imge, biçim ve tipografi ile birleşerek oluşturulan göstergeler oyunun tanıtılmasına / izlenmesine hizmet etmektedir. Tasarlanan tüm afişlerde Oyun Atölyesi tiyatro afişleri yeniden ele alınarak kurumsal dil oluşturulması adına çalışılmıştır (Bkz. Görüntü 81). Tasarım araştırma ve çalışmaları ışığında Antonius ile Kleopatra, isimli tiyatro afişinin tasarımının son hali belirlenerek bilgisayar ortamına geçilmiştir.

Antonius ile Kleopatra afişi gösterge-gösteren-gösterilen ve anlam açısından aşağıdaki tabloda olduğu gibi gösterilebilir (Bkz. Görüntü 80).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“ANTONIUS İLE KLEOPATRA” ADLI TİYATRO OYUNU AFİŞİ	Kadın İmgesi	Profilden bir görüntü veren dik ve kendinden emin bir kadın	Kraliçe / kadın / asalet / zarafet / ana karakter / kudret
	Kedi imgesi	Kadının omzunda siyah renkte bir kedi	Asalet / eski mısır kedisi / vamp / soylu duruş / efsaneler
	Takılar	Kadın ve kedi de kullanılan değerli eşya	Mücevher / zenginlik / güzellik sırrı
	Lekeler	Yoğunlukla siyah ve tonları fırça yardımıyla kullanılan leke	Asaletin rengi / ağırlık / yaşanan hikaye örgüsündeki kaos
	Tiyatro oyunu ile ilgili başlık	Tiyatro'da sahnelenecek eserle ilgili bilgi	Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenecek tiyatro eserinin adı, yazarı, oyuncular ve gösterim tarihi ile ilgili bilgi
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	19. yıl göstergesi	19. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 19 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi. com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 80: “Antonius ile Kleopatra” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizeneğe.



Görüntü 81: Bu tez kapsamında tasarlanmış “Antonius ile Kleopatra” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen eskiz çalışmaları, 50 X 70 cm, 2018.

5.2. “JEANNE D’ARK’IN ÖTEKİ ÖLÜMÜ” AFİŞİ

Tasarım Süreci: Stefan Staney’in yazmış olduğu “Jeanne D’Arc’ın Öteki Ölümü” adlı tiyatro oyunu afiş çalışması aynı tasarım araştırma ve değerlendirme kriterleriyle ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Yazar, Jeanne D’Arc 1425 yıllarında Tanrı’nın sesini duyarak Fransa’yı kurtarmasını fakat dinsizlikle suçlanarak diri diri yakılması efsanesinden yola çıkarak, bireyin, din ve milliyetçilik gibi egemen ideolojiler tarafından abluka altına alınmasını anlatmaktadır (<https://www.oyunatolyesi.com/jeanne-darcin-oteki-olumu-2005-2006>). Bu anlatılan efsaneden hareketle, tasarımın görselleştirilmesi yoluna gidilmiştir.

Problemin Tanımlanması: Bulgar yazar Stefan Staney, Jeanne D’Arc’ın hikayesinden esinlenerek yazmış olduğu yapıtta yapılan incelemeler sonucu görsel iletişim sorunu olduğu görülmektedir. Oyun Atölyesi’nin uyguladığı Afiş tasarımında Jeanne D’Arc’ın çektiği acı sembollerle de olsa görülmemekte / anlaşılmamaktadır. İçerik ve görsel birbirini tamamlamamaktadır. Bu sebepten gösterge sorunlarını çözmek adına afişe tasarımcının tarzıyla görsel desteklemeler yapılması doğru bir yaklaşım olacaktır.

“Jeanne D’Arc’ın Öteki Ölümü” tiyatro etkinliğini tasarımıyla yorumlayan sanatçı tasarımının arka plan rengi olarak ateş kırmızısını kullanmıştır. Burada Jeanne D’Arc’ın çektiği acı anlatılmaya çalışılmıştır. kırmızısı kan, ateş veya sadece dikkat çekmek için kullanılan bir renk olduğu konusunda soru işaretleri barındırmaktadır. Afişte kullanılan kılıç ve kanat imgesi ile konu anlatılmaya çalışılmıştır. Tipografi de kullanılan yazı karakteri dönemle ilgili çağrışım yapmadığı görülmektedir. Afiş tasarımı kurumsal bir anlatım dilinden yoksundur.



Görüntü 82: Şebnem Yeşilyurt tarafından bu tez kapsamında tasarlanmış “Jeanne D’ Ark’ın Öteki Ölümü” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen afiş tasarımı, 50 X 70 cm, 2018.

Bilgi Toplama: “Jeanne D’Ark’ın Öteki Ölümü” tiyatro oyunu için tasarlanmış afiş tasarımları incelenmiş, konunun görsel imgelerle anlamlandırılması için oyunun konusuyla ilgili kaynaklar irdelenmiştir. Bu çalışmalar ışığında, toplanılan bilgiler harmanlanarak fikrin tasarım aşamasına geçmesini sağlayacak bilgiler süzgeçten geçirilmiştir.

Eserin Tarihçesi: “Jeanne D’Ark’ın Öteki Ölümü” yazar Stefan Staney tarafından kaleme alınmıştır. Çok sıklıkla çeşitli tiyatrolarda seyirciyle buluşan, efsanenin beyaz perdeye de izleyicisiyle buluşmak üzere aktarıldığı bilinmektedir. Oyunun başlığı gibi oyuna esin kaynağı Jeanne D’Ark’tır. Ana karakterin başına gelen zorluklar ve bu zorlukları mucizevi şekilde göğüslemesi konu alınmaktadır. Bunlara yüklenen ideolojik anlam ve işaretlerle dolu oyunda ideolojilerin karşında insanın zaferini onaylayarak son bulmaktadır (<https://www.oyunatolyesi.com/jeanne-darcin-oteki-olumu-2005-2006>).

Hedef Kitle: İzleyicinin çeşitli yaş grafiğine sahip ve eğitim düzeyi yüksek, akademisyen, tarihçi ve çeşitli sanat dallarıyla ilgilenen kültürel ve sosyal aktiviteler içerisinde bulunmaktan haz alan çeşitlilik gösteren seyirci topluluğuna hitap eden bir oyundur.

Tasarım Süreci ve Yaratıcılık: Tasarım ürününün yaratıcılık aşamasında tarihte efsane olarak anlatılan, anlatımında çeşitlilik ve zenginlik barındırdığı bilinen ana karakter Jeanne D’Ark ve savaşta kendi bedeniyle bütünleşmiş at imgesi üzerinde durulmuştur. Tasarımda yan anlamlar oldukça fazladır. Görsel anlatımda yaratıcı imgelerle oyunla ilgili daha fazla gösteren olmasına dikkat edilmiştir. Tasarımda iki farklı kavram (İnsan ve at) yanyana getirilerek illüstrasyon tekniğiyle birleştirilmiştir. Jeanne D’Ark’ın kendisiyle bütünleşmiş mücadele safhasında bayrağı onunla kaldırmış olan at görsel iletinin ana teması olarak ilham kaynağı olmuştur. Afişte Jeanne D’Ark’ın gözlerinden akan yaş uğradığı haksızlığı imgelemektedir. Kanatlar ise efsanenin devamı niteliğinde melek kanadına gönderme yapmaktadır tamamlanmıştır (Bkz. Görüntü 82). Tipografik düzenlemede kullanılan “Bajern” yazı karakteri, dönemden izler taşıdığı için tercih edilmiştir.

Tasarım Sürecinde Tipografi: Oyun Atölyesi Tiyatrosun için çalışılan afiş tasarımlarında tipografik bir kurgu kullanılmıştır. Dil biriliğini sağlamak, 1 yıl içerisinde oynanacak tiyatro oyunları için tasarlanan bir standartta yakın olarak düşünülmüştür. Tüm afiş çalışmalarında görsel hiyerarşi sıralamasında tipografi ikinci unsuru oluşturmaktadır. Tipografik düzen içerisinde vurgu tiyatro oyununun adına verilmektedir. Başlık için “Bajern” yazı karakteri seçilmiştir. Jeanne D’Ark’ın beyaz renkte kullanılması okunurluğu arttırmayı ve masumluğuna gönderme yapmaktadır. Ayrıca yazı karakterinin kesik uçlu üçgen formdan oluşması olayın geçtiği Batı Fransa’da o dönemlerde kullanılan / anımsatan bir etki yaratmayı hedeflemektedir. Tipografik düzende hiyerarşi okunurluğun ön planda tutulması üzerine çalışılmıştır (Bkz. Görüntü 84).

Tasarım Sürecinde Renk: Oyun Atölyesi Tiyatrosu “Jane D’Ark’ın Öteki Ölümü” oyunu için tasarlanmış çalışmasında afişte fırça darbeleriyle ateşi imgeleyen karmaşık ateş kırmızısı bir kullanım söz konusudur. Jane D’Ark’ın ve atının üzerinde dikkat çekmek için parlak beyaz renkle yerleştirilen hare hem dikkati afişe yöneltmekte hem yan anlam oluşturma açısından etkili bir görev üstlenmektedir. Tasarımcının tarzı, tavrını estetik dille anlatarak sert / net geçiş sağlayacak renkler kullanılmıştır. Hedef kitlenin dikkatini tasarımı çekmek ve tipografik öğelerin okunurluğunu yitirmemesi sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.

Tasarım Sürecinde Layout: Jane D’Ark’ın çektiği acı ve ikonikleşmiş atından yola çıkılarak görsel değerlendirme ve araştırmalar ile nasıl bir kompozisyon tasarlanacağı bu aşamada planlanmıştır (Bkz. Görüntü 84). Jane D’Ark ve atı farklı bir yaklaşımla görselleştirilmiştir. Çeşitli denemeler sonucu vektörel tabanlı çizimler oluşturulmuştur. Tipografik düzenin sayfa içerisine yerleştirilmesiyle süreç sonlanmıştır.

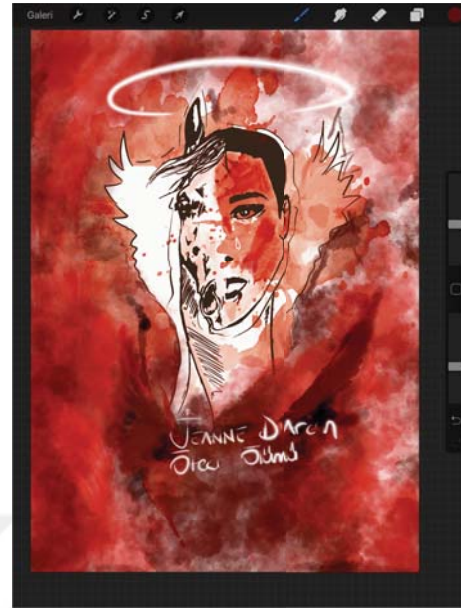
İletinin Görsel Göstergelere Dönüştürülmesi Süreci: Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenen “Jeanne D’Ark’ın Öteki Ölümü” adlı tiyatro oyunu afişi tasarlarken öncelik Jeanne D’Ark ve atına verilmektedir. At ve karakterin birlikte kullanımıyla dikkat çekiciliği arttırarak aynı zamanda esere gönderme yapılması amaçlanmıştır. Oyunun ana karakterden izler taşımasından dolayı görsel imgede

karakter üzerine yoğunlaşmıştır. Güçlü ve estetik unsurlar barındıran bir anlatım dili oluşturulmasına çalışılmıştır. Arka planda kullanılan ateş ve kan kırmızısı renkleri ile anlam sızmaları oluşturularak olayın karmaşasına gönderme yapılmaktadır. Eser acılar ve mucizelerle doludur. Kısaca karakterin acılarından yola çıkılarak kullanılan tüm detaylarda, bakış, gözyaşı, yalnızlık, marurluk ve melek kanatlarıyla birbirine uyumlu imgedizimsel dil oluşturulmak ve deneysel tipografiyle bu etkiyi güçlendirmek amaçlanmıştır.

Jeanne D'Ark'ın Öteki Ölümü afişi gösterge-gösteren-gösterilen ve anlam açısından aşağıdaki tabloda olduğu gibi gösterilebilir (Bkz. Görüntü 83).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“JEANNE D'ARK'IN ÖTEKİ ÖLÜMÜ” ADLI TİYATRO OYUNU AFİŞİ	Kadın İmgesi	Kafasının yarısı görülen kadın figürü	Ana karakter / güç / savaşçı ruh / dünyayı tarihini değiştirme / tanrının sesini duyan kadın
	At imgesi	Kafasının yarısı görülen at figürü	Asalet / yoldaş / savaş / savaşta sahibiyle bir beden oluşturma / efsaneler
	Kanat imgesi	Kadın ve at kafasının arkasında görülen kanatlar	Suçsuzluk / cennete gitme / melek
	Gözyaşı	Beyaz renkte gözyaşı	Suçsuzluk / üzüntü / keder / çaresizlik
	Hare imgesi	Kadın ve at kafasının üzerinde görülen hare	Azize / masumiyet
	Lekeler	Yoğunlukla kırmızı ve tonları fırça yardımıyla kullanılan leke	Yakılarak ölüm / ateş / savaş / kan
	Tiyatro oyunu ile ilgili başlık	Tiyatro'da sahnelenecek eserle ilgili bilgi	Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenecek tiyatro eserinin adı, yazarı, oyuncular ve gösterim tarihi ile ilgili bilgi
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	19. yıl göstergesi	19. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 19 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi. com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 83: “Jeanne D'Ark'ın Öteki Ölümü” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizenecek.



Görüntü 84: Bu tez kapsamında tasarlanmış “Jeanne D’Ark’ın Öteki Ölümü” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen eskiz çalışmaları, 50 X 70 cm, 201

5.3. “KİM KORKAR HAIN KURTTAN?” AFİŞİ

“Kim Korkar Hain Kurttan?” adlı tiyatro eseri 1962 yılında Edward Albee tarafından kaleme alınmıştır. Martha ve George adlı çiftin bir partide tanıştıkları başka bir çifti eve davet etmeleriyle başlayan hikayeyi anlatmaktadır. Oyun sahnelendiği aynı yıl Broadway’de sahnelenmiştir. Sahnelendiğinde sansasyon yaratmış, almış olduğu Pulitzer ödülü iptal edilmiştir. 1966’da sinemaya uyarlandığında sansüre uğramıştır. Amerikan ahlakçılığı, cinsel imalar, küfürler bir oyunda karşılına böyle bir şeyin ilk kez çıkması birçok çevreyi rahatsız etmiştir (<http://www.mimesis-dergi.org/2014/07/kim-korkar-hain-kurttan-2/>). Dünyada en çok izlenen sahnelenen ve izlenen eserlerden biri olması açısından iletinin anlam gücünün yüksek değerler taşıması gerekliliği doğmaktadır. Hedef kitleye mesajı doğru verme ve iletişimi sağlama sürecinde afiş önemli bir görsel iletişim kanalıdır. Kullanılacak imge düzeni, görsel hiyerarşi ve layout çalışmasıyla kullanılan göstergeler anamlanabilmektedir

Oyun Atölyesi Tiyatrosu’nun tasarlamış olduğu “Kim Korkar Hain Kurttan?” adlı afiş çalışmasında; göstergebilimsel açıdan eksiklikler bulunmaktadır. Afiş tasarımı yeniden ele alarak, hedef kitleyle karakterlerin bulunduğu bir fotoğraf ve tipografi düzeniyle anlatım yoluna gidilmiştir tamamlanmıştır (Bkz. Görüntü 86). Oyun Atölyesi’nin afiş tasarımı, merak uyandırıcı ve dikkat çekici özelliği olmadığı görülmektedir. Çözüm yaratma sürecinde imgelerle anlam yaratma yoluna gidilerek vurgu Kurt ve çiftten hareketle sağlanmaya çalışılmıştır. (Bkz. Görüntü 87). Tasarımda yan anlamlar yer almaktadır; çiftin tartışmalarla dolu zaman zaman eğlenceli fakat çekişmenin zorluğu anlatılmaktadır. Afişte kullanılan iç içe geçmiş imgeler bu içsel anlatımı göstergeyle anlatmaktadır. Kullanılan siyah, beyaz, sarı ve mor renkleri ile tasarım daha etkili kılınması hedeflenmiştir. Mor üzerine kullanılan sarı yıldızlar kontrastlık sağlayarak dikkat çekiciliği artırması açısından tercih edilmiştir. Tipografik düzen, yazı karakteri, renk gibi anlamsal öğeler afişte dizgeleştirilmiştir.

Antonius ile Kleopatra afiş gösterge-gösteren-gösterilen ve anlam açısından aşağıdaki tabloda olduğu gibi gösterilebilir (Bkz. Görüntü 85).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“KİM KORKAR HAIN KURTTAN” ADLI TİYATRO OYUNU AFİŞİ	Kurt İmgesi	Profilden görülen siyah renk kurt figürü	Deneyimli / güçlü / kurnaz / sinsi
	Kadın imgesi	Profilden görülen kadın figürü	Dişilik / ilişki /ilişki içerisinde çekişme /
	Erkek imgesi	Profilden görülen erkek figürü	Erkeklik / ilişki /ilişki içerisinde çekişme / güç
	Yıldızlar	Sarı renge sahip yıldızlar	Gece / dikkat çekicilik / ilişki
	Çizgiler	Koyu sarı renge sahip çizgiler	Yaşanılan gecede, zaman zaman yükselip alçalan tansiyon
	Lekeler	Yoğunlukla eflatun ve tonları fırça yardımıyla kullanılan leke	Yaşanılan ilişki örgüsünde çekicilik ve aşk
	Tiyatro oyunu ile ilgili başlık	Tiyatro'da sahnelenecek eserle ilgili bilgi	Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenecek tiyatro eserinin adı, yazarı,oyuncuları ve gösterim tarihi ile ilgili bilgi
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	19. yıl göstergesi	19. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 19 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi. com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 85: “Kim Korkar Hain Kurttan” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizeneek.



Görüntü 86: Bu tez kapsamında tasarlanmış “Kim Korkar Hain Kurttan?” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen afiş tasarımı, 50 X 70 cm, 2018.



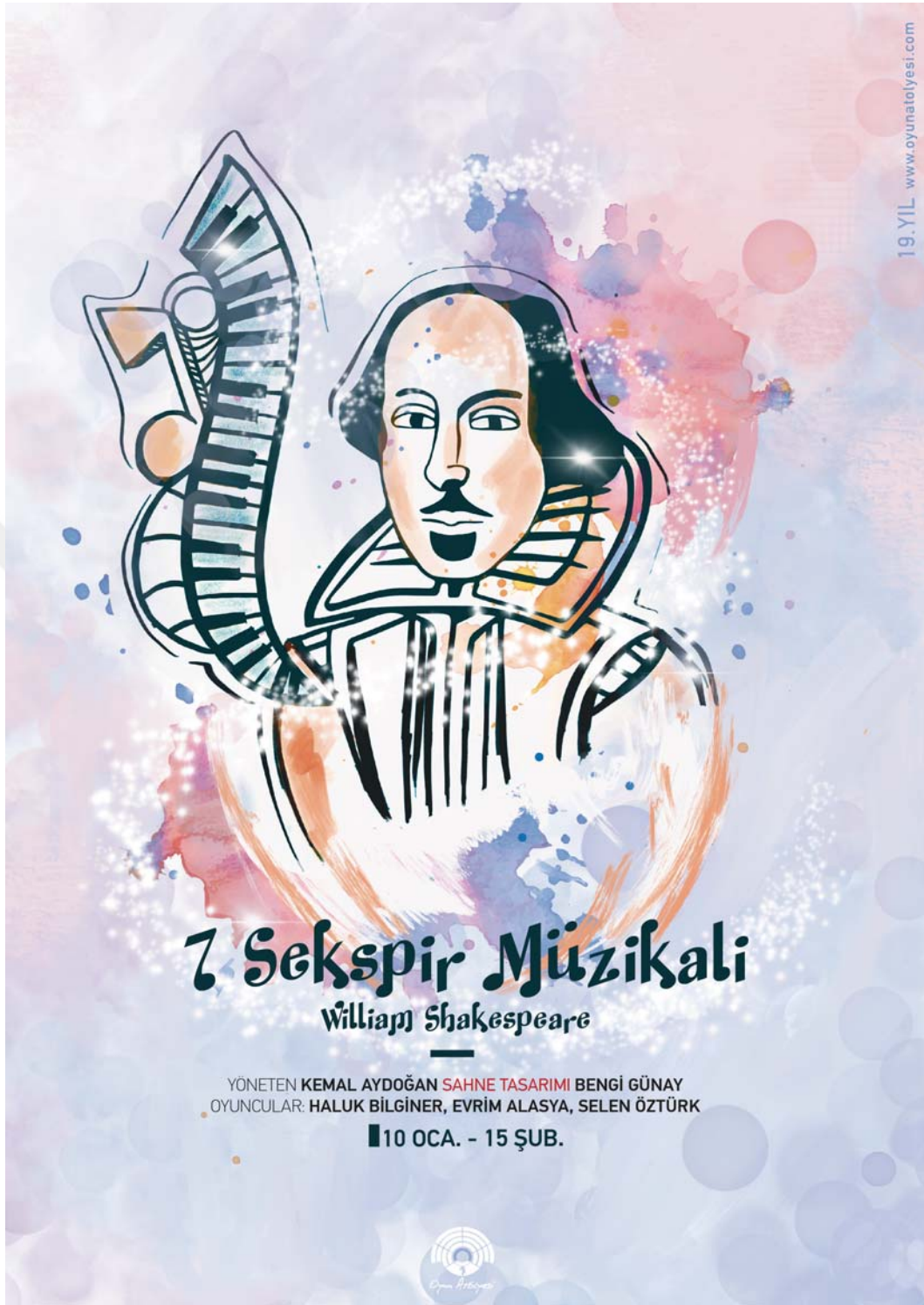
Görüntü 87: Bu tez kapsamında tasarlanmış “Kim Korkar Hain Kurttan?” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen eskiz çalışmaları, 50 X 70 cm, 2018.

5.4. “7 ŞEKSPİR MÜZİKALİ” AFİŞİ

Ünlü yazar, oyuncu ve şair William Shakespeare’in tüm eserlerinin anlatımıyla oluşturulmuş tiyatro eseri “7 Şekspir Müzikali” adıyla sahneye konmuştur. Müzikalin sözleri yazar William Shakespeare’e aittir. Bazı bölümlerde; Sabahattin Eyyüboğlu’nun Hamlet, Talat Sait Halman’ın 59. Sone, 60. Sone, 121. Sone, 129. Sone’si, Sevgi Sanlı’nın, Kuru Gürültü, Zeynep Avcı’nın Hırçın Kız, Can Yücel’in 66. Sone, İrfan Şahinbaş’ın Kral Lear çevirileri kullanılmıştır (<http://www.trendus.com/7--sekspir-muzikali-24497>). Yaşam serüveninde ergenlikten yaşlılığa kadar uzanan süreçte duraklamalar müzikalde işlenmiştir. Oyun Atölyesi tiyatrosu “7 Şekspir Müzikali” etkinliğini klasik William Shakespear’in görüntüsüyle bütünleştirilerek anlatım yoluna gidilmiştir. Bu nedenle tasarım merkezine görsel yerleştirilmiş, dönemin izlerini ve tavrını karakterden anlamamızı mümkün kılacak göstergeler yerleştirilmiştir (Bkz. Görüntü 89). Masalsı müzikali anlatan W. Shakespeare’in etrafını saran ışıltılarla yan anlam oluşturulmuştur. Aynı amaca uygun müzikali çağrıştıracak; nota, piyano tuşları estetik biçimde yorumlanmıştır. Tasarımın genelinde yumuşak renk tonlarıyla renklilik hakim kılınmıştır. Kurumsal dil birliğini sağlamak ve sağlamlaştırmak adına bilgiler, logo, tipografik düzen genel tasarım haline bilgisayar ortamında getirilerek “7 Şekspir Müzikali afiş tasarım denemeleri yaparak hedef kitleye sunulmaya hazır duruma getirilmiştir (Bkz. görüntü 90). 7 Şekspir Müzikali afişi gösterge-gösteren-gösterilen ve anlam açısından aşağıdaki tabloda olduğu gibi gösterilebilir (Bkz. Görüntü 88).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“7 ŞEKSİR MÜZİKALİ” ADLI TİYATRO OYUNU AFİŞİ	Adam İmgesi	Shakespeare karakteri	Sanatçı / yazar / besteci
	Piyano imgesi	Resimleme yoluyla çizilmiş piyano	Müzik / nota / evrensel dil / sanat
	Işıltı imgesi	Beyaz ışıltı	Sanatın sihri / büyülü etki
	Lekeler	Yoğunlukla mor ve tonları fırça yardımıyla kullanılan leke	Müzikalin renkliliği ve heyecanı
	Tiyatro oyunu ile ilgili başlık	Tiyatro’da sahnelenecek eserle ilgili bilgi	Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenecek tiyatro eserinin adı, yazarı, oyuncular ve gösterim tarihi ile ilgili bilgi
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	19. yıl göstergesi	19. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 19 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi. com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 88: “Kim Korkar Hain Kurttan” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizenecek.



Görüntü 89: Bu tez kapsamında tasarlanmış “7 Şekspir Müzikali” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen afiş tasarımı, 50 X 70 cm, 2018.



Görüntü 90: Bu tez kapsamında tasarlanmış "7 Şekspir Müzikali" adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen eskiz, 50 X 70 cm, 2018.

5.5. “HIRÇIN KIZ” AFİŞİ

William Shakespeare tarafından yazılan ilk gösterimi 1593'te yapılan “Hırçın Kız” adlı tiyatro oyunu zengin bir babanın evlilik çağına gelmiş iki kızı olan ve evlenmek isteyen iki kızı konu almaktadır. Bianca görgü ve kibardır fakat Katharina çekilmez ve ağzı bozuktur bu yüzden pek talibi yoktur (https://tr.wikipedia.org/wiki/Hırçın_Kız). Eserin bir çok tiyatro ve film uyarlaması yapılmış en çok sahnelenen ve izlenen oyunların arasında yer almaktadır. Shakespeare'ın yansıttığı eserin ana karakteri Katharina afiş tasarımında vurgulayıcı unsur olarak seçilmiştir (Bkz. Görüntü 92). Katharina'nın asi tavrı ve içindeki kadın anlam sızması yaratılarak, yüzüne baskıladığı duygularını anlatan getiren korse imgesi giydirilerek. Kadınları asi tavrının içerisinde olsalar dahi kırılğan bir yapıya sahip olduğu kalp imgesiyle desteklenmiştir. Kadının ateşli ve asi tavrı karakterin duruşunda yansıtılmıştır. Renk kullanımı olarak dudak, vücut ve kaptaki kullanılan kırmızı rengi afişte dikkati üzerine çeken diğer unsurdur. Renk kullanımıyla kadınlık ve dişilik desteklenmiştir. Tipografi ve karakter tasarımında kullanılan kırmızı rengi birbirini destekleyici nitelik taşıması önemsenmiştir. Genel tasarım yaklaşımlarıyla afişte dil birliği sağlanıp bilgisayar ortamından tasarım sürecine geçilmiştir.

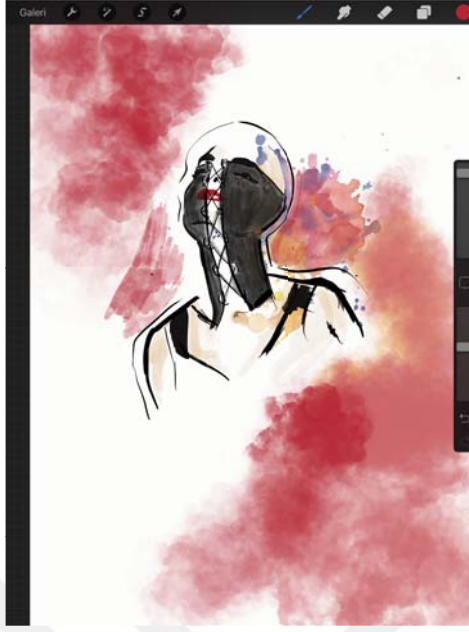
Hırçın Kız afişi gösterge-gösteren-gösterilen ve anlam açısından aşağıdaki tabloda olduğu gibi gösterilebilir (Bkz. Görüntü 91).

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz Anlam	Yan Anlam
“HIRÇIN KIZ” ADLI TİYATRO OYUNU AFİŞİ	Kadın İmgesi	Başını yukarı kaldırmış saçları toplu kadın figürü	Asi / güçlü / çekici / kadın
	Korse imgesi	Kadın figürün yüzünde siyah korse	Bastırılmış duygular / Dişilik / ilişki /
	Kalp imgesi	Siyahlaşmakta olan kalp	Ateşli ve ilişkiye hasret durumu
	Lekeler	Yoğunlukla siyah ve kırmızı fırça yardımıyla kullanılan leke	Kadınlık / gizem / dişilik
	Tiyatro oyunu ile ilgili başlık	Tiyatro'da sahnelenecek eserle ilgili bilgi	Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenecek tiyatro eserinin adı, yazarı, oyuncular ve gösterim tarihi ile ilgili bilgi
	Oyun Atölyesi yazısı	Logo	Oyun Atölyesi tiyatrosu logosu
	19. yıl göstergesi	19. yıl	Oyun Atölyesi tiyatrosu 19 yıldır tiyatro hizmet vermektedir
	www.atolyesi.com	Web adresi	Oyun Atölyesi tiyatrosu web adresi

Görüntü 91: “Hırçın Kız” adlı tiyatro afişinin gösteren-gösterilen ilişkisi ve anlam yönünden ele alındığı çizenek.



Görüntü 92: Bu tez kapsamında tasarlanmış “Hırcın Kız” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen afiş tasarımı, 50 X 70 cm, 2018.



Görüntü 93: Bu tez kapsamında tasarlanmış “Hırçın Kız” adlı tiyatro oyunu için gerçekleştirilen afiş tasarımı, 50 X 70 cm, 2018.

SONUÇ

“Tiyatro Afişlerinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi ve Oyun Atölyesi Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımları” adlı tez çalışması için çeşitli kaynaklar taranmış, yapılan tarama sonucunda afiş kavramı üzerinde durulmuş, afiş tasarımında dikkat edilmesi gereken tasarım ilke ve öğeleri belirlenmiş, tarihsel gelişim sürecinde genelde *afiş* ve özelde *tiyatro afişleri* incelenmiştir. Yurtiçi ve yurt dışında yayınlanmış olan tiyatro afişi uygulamalarına örnekler verilerek genelden özele doğru göstergebilimsel açıdan incelenmiştir. Yapılan araştırmalarda, başta Oyun Atölyesi tiyatrosunun afişleri olmak üzere, genelde tiyatro afişlerinin özgünlük ve nitelikli gösterge yönünden ülkemizde yeterince iyi bir nitelik sergileyemediği gözlenmiştir.

Oyun Atölyesi tiyatrosu için daha önce tasarlanmış olan afişlerin grafik tasarım, dizgesellik, dil birliği ve özgünlük açısından sorunlar taşıdığı belirlenmiştir. Ayrıca, Oyun Atölyesi tiyatrosu için daha önce tasarlanmış afişlerde anlamsal karmaşalar söz konusudur; afişlerde, ön plana çıkarılmak istenen yazı, fotoğraf veya illüstrasyonlar konusunda kararsızlıklar belirlenmiştir. Yazı karakteri seçiminde dil birliği sorunları olduğu gibi, hikayenin dönemi ile ilişkinlik açısından dikkate değer örnek pek görülememiştir. Bütün bu değinilen sorunlardan hareketle, söz konusu sorunların çözümü için öneriler geliştirilmiştir.

Yukarıda açıklanan nedenlerden dolayı yönetim ve oyuncu kadrosu açısından oldukça nitelikli bir potansiyele sahip olan Oyun Atölyesi tiyatrosunda sahnelenen oyunlar için göstergebilimin ilkelerinden hareketle nitelikli afişler tasarlanmaması hedeflenmiş ve bu anlamda önemli afiş örnekleri tasarlanıp göstergebilimsel yaklaşımlarla irdelenerek sunulmuştur. Böylece, gerçekleştirilen afişler özelde Oyun Atölyesi tiyatrosuna yönelik olarak tasarlanmış olsalar da, Türkiye’de özellikle sanat kurum ve kuruluşlarının oyun tanıtımında kullandıkları afişlerin nasıl olması gerektiği konusunda izlekli bir öneri geliştirilmiştir.

Yapılan araştırma ve irdellemeler sonrasında, nitelikli afiş sayısının azlığının nedenleri; tiyatro afişleri başta olmak üzere, genel olarak afişlerin özgünlük sorunları taşıması, afiş tasarımlarında göstergebilimin semantic, sentaktik ve pragmatic yaklaşımlarından gereğince yararlanılmaması, grafik tasarım ilkelerinin pek dikkate alınmaması gibi nedenler olarak gözlenmiştir. Özellikle alanında yetkin, yani nitelikli grafik tasarımcılarla çalışılmaması sorunların temel kaynağı olarak belirlenmiştir.

Yukarıda yapılan açıklamalarda dile getirilmeye çalışılan 'afiş tasarımında karşılaşılan sorunlar'ın çözümü ve nitelikli afiş üretimi için, özgün afiş tasarımlarıyla bilinen, alanında yetkin grafik tasarımcılarla çalışılması sorunu önemli ölçüde çözecek yaklaşımlardan biri olacaktır.

KAYNAKLAR DİZİNİ

Afiş Sanatı. (Ağustos 2004). *Art Academy*, 35, 14.

Akçura, G. (1994). Afişlerde Tiyatro. *Taha Toros arşivi, Tiyatro ve Sinema Dokümanları*, Dosya No: 192, s. 28-34

Alakuş, A.O., Aydın B. (2013). Görsel Kimlik Tasarımının İletişimdeki Gücü. *İletişimde tasarım – Tasarım İletişim Konulu Uluslararası Sempozyum ve Sergi 24-26 Ekim (99)*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.

Altet, X, B, I. (2011). *Sanat Tarihi*. (İ. Yerguz, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.

Altıntaş, Y. (1991). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, Grafik Tarzlar (2). *GMK Yazılar*, 48.

Altunbay, M. (2014). Türk Tiyatro Eserleri 1-5. *ZfWT (Zeitschrift für die Welt der Türken) Journal of World of Turks*. 6, 311-315.

Ambrose, G., Billson, N.O. (2013). *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım* (M. Taşçıoğlu, Çev.). İstanbul: Litaratür Kitabevi.

Ambrose, G., Harris P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri* (M.E. Uslu, Çev.). İstanbul: Litaratür Kitabevi.

And, M. (2015). Başlangıcından 1983'e Türk Tiyatro Tarihi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Arpad, B. (.....). Yurddan Sahne Haberleri. *Taha Toros arşivi*, s. 17-18

Atalayer, F. (1994). Temel Sanat Öğeleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları; No: 769. Eskişehir.

Atan, A. (2006). Resim Sözlüğü. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Atan, A. (2006). Resimli Resim Sözlüğü. Ankara: Asil Yayıncılık.

Ayaydın, A. (2015). Art Nouveau Akımına 21. Yüzyıl Perspektifinden Bir Bakış, *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt (3), 6, 68-71.

- Batı, U. (2013). Reklamın Dili. 3. Baskı. İstanbul: Alfa Yayım ve Basım Dağıtım.
- Becer, E. (1993). Yaratıcılık ve Grafik Tasarım. *Anadolu Sanat. (1)*, 43-49.
- Becer, E. (2009). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi.
- Becer, E. (1997). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi.
- Berger, J. (1995). *Görme Biçimleri*. (Y.Salman, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bigalı, Ş. (1999). Resim Sanatı. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Boyacıoğlu, F. (2004). Geleneksel Tiyatro ve Uyumsuzluk Tiyatrosu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 11*, 205-219.
- Bölükoğlu, H. (1998). Polonya Afiş Sanatı. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (11)*, 45-54.
- Buttanrı, Erkek, H., Tekerek, N., Nutku, Ö., M., Akıncı, U., Belkıs, Ö., Çelenk, S., Yüksel, A. (2013). Türk Tiyatrosu. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2455
- Büker, S. (2010). Sinemada Anlam Yaratma. İstanbul: Hayalbaz Kitap.
- Bürge, Z., E. (2010). 1923'ten Günümüze Türkiye'deki Toplumsal ve Kültürel Değişimlerin Afiş Tasarımına Yansıması. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Çalışlar, A. (1995). Tiyatro Ansiklopedisi. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları (1.Baskı).
- Cooper, A. (1949). Making a Poster. London, England: Edmond Evans, Ltd.
- Dağtaş, B. (2003). Reklamın Okumak. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Deliduman, C., Çakmak, S. (2017). Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon. *İdil Dergisi, 6*, 311-328.
- Demirel, S. (2004). Modern Afiş Tasarım Ustası "Mengü Ertel". *Hacettepe*

Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları, 11,s. 39-45.

Doğan, A. (2005). Henri De Toulouse-Lautrec Mini Sanat Dizisi. İstanbul: Litaratür Yayıncılık.

Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi. (1997). İstanbul: Yem Yayın.

Elden, M., Ulukök, Ö., Yeygel, S. (2011). Şimdi Reklamlar. 5. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Erden, E., O. (2014). Kübizm ve Birinci Dünya Savaşı. *Sanat Dünyamız*. Sayı(143), sayfa numaraları 82-89

Erim, G. (2000). Bilimsel Etkinlikler.

Erinç, S., M. (1998). Sanat Psikolojisine Giriş. Ankara: Ayraç Kitabevi.

Erkman, F. (1987). Göstergebilime Giriş. İstanbul: Alan Yayınları.

Erol, E., G. (2007). Film Afişlerindeki Durağan İmgelerin Göstergebilimsel Yöntemlerle İncelenmesi. Üstünipek, M. (Ed.). VIII. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi AISSV-IAVS "Görünürün Kültürleri" Bildiriler Kitabı. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları. S.579-590.

Ertel, M. (1974). Grafik Sanatların Beşiği Polonya'da Afiş Sanatı. *Milliyet Sanat Dergisi*, 81, 15-16.

Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. (Süleyman İrvan çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Gallo, M. (1974). The Poster in History. N.Y.: American Heritage.

Guiraud, P. (1990). Göstergebilim. (Mehmet Yalçın çev.) Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Gümüşlü, A. (2008). 1980 Sonrası Türkiye'sinde Tiyatro Afişlerinde İmge ve Tipografi Sorunları. Doktora tezi. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Gümüştekin, N. (2007). Göstergelerin İletişimsel Anlamlarının Çözümlemesi Üzerine. Üstünipek, M. (Ed.). VIII. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi AISSV-IAVS "Görünürün Kültürleri" Bildiriler Kitabı. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları. S.1135-.

- Gümüştekin, N. (2012). İki Polonyalı Grafik Tasarımcı Henry Tomaszewski ve Franciszek Starowieyski Örneğinde II. Dünya Savaşı Sonrası Tiyatro Afişleri. *Sanatı Dergisi*, 2, 63-73.
- Gümüştekin, N. (2013). Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afişe Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme. *Yedi: Sanatı Tasarım ve Bilim Dergisi*, 9, 35-50.
- Gökçearslan, A., Korkmaz, S. (2015). Küreşelleşme Sürecinde Çok Uluslu Şirketlerin Afiş Tasarımlarının Göstergebilimsel Açıdan Değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları*, 32, 139-164.
- Hartmann, N. (2010). *Ontolojinin Işığında Bilgi*. (H. Tepe, Çev.). Ankara: Özkan Matbaacılık.
- Işingör, M., Eti, E., Aslıer, M. (1986). *Temel Sanat Eğitimi Resim Teknikleri Grafik Tasarım*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Kafalı, N. (2000) Tasarlama İlkeleri. *Fotoğraf Dergisi*, 29, 68.
- Kantürk, T., Ergüven, M., Baykan, M., Sancar, N. (2000). Gösteren: Savaş Çekiçi!. Evrensel Basım Yayın. İstanbul.
- Karamustafa, G. (1980). Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim – Afiş Etkileşmesi. Asistanlık Yeterlilik tezi. Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu Temel Sanat Eğitimi Grubu (Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi). İstanbul.
- Keser, N. (2009). *Sanat Sözlüğü*. (1. bs). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Ketenci, H. C., Bilgili, C. (2006). Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı. İstanbul: Beta Yayım.
- Krum, R. (2014). *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*. Indianapolis: John Wiley & S
- Lauer, D., Pentak, S. (1995). "Design basics", 4th edition. Ft. Worth, TX: Harcourt Brace College Publishers. *Tasarım Unsurları ve İlkeleri* s.1

- Lexion du Kunst, Architectur - Bildende Kunst - Angewandte Kunst,
Lidwell, W., Holden, K., Butler, J. (2011). Universal Principles of Design.
America: Rockport Publishers.
- Little, S. (2006). *İzmler Sanatı Anlamak* (D, N, Özer, Çev.). İstanbul: Yem
Yayınevi.
- Lupton, E. (1996). *Mixxing Messages*. New York: Princeton Architectural Press.
- Lupton, E., Phillips, J.C. (2008). *Graphic Design The New Basics*. New York:
Princeton Architectural Press.
- Merter, E. (2008). *Cumhuriyeti Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey 110 Yaşında*.
İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2012). *Grafik ve Fotoğraf Afiş Tasarımı* Ankara: Milli
Eğitim Bakanlığı.
- Mülayim, S. (1994). *Sanata Giriş*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Müller-Brockmann, J.S. (2004). *History of the Poster*. London: Phaidon Press
Limited.
- Nutku, Ö. (1972). *Dünya Tiyatrosu Tarihi*. Cilt:II. Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Nutku, Ö. (1972). *Tiyatronun İçeriği ve Seyirciye Yönelişi*. *Tiyatro Araştırma
Dergisi*, 3, 75-86.
- Odabaşı, H. (2006). *Grafikte Temel Tasarım*. İstanbul: Yorum Sanat Yayınları.
- Parsa, A, F. (2007). *İmgenin Gücü ve Görsel Kültürün Yükselişi*. *Fotoğrafya* s. 19
(<http://fotografya.fotografya.gen.tr/cnd/index.php?id=226,329,0,0,1,021.07.2016>). Erişim; 18.06.2017
- Parsa, A., F. (2007). *Göstergenin Gücü / Gücün Göstergesi: İmge Reklam
Bildirilerinde Göstergebilimsel Yaklaşımla Durağan İmgeleri Çözümlmek*.
Üstünipek, M. (Ed.). VIII. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi

AISSV-IAVS “Görünürün Kùltürleri” Bildiriler Kitabı. İstanbul: İstanbul Kùltür Üniversitesi Yayınları. S. 1149-1160.

Parsa, A, F. (2012). Görsel Göstergebilim, İstanbul: Es Yayınları.

Rifat, M. (1992). Göstergebilimin ABC’si. İstanbul: Simavi Yayınları.

Rifat, M. (2008). XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları. 4. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Rifat, M. (2009). Göstergebilimin ABC’si. 3. Baskı. İstanbul: Sav Yayınları.

Sağkol, T. (2014). *Alphonse Mucha- Sarah Bernhardt İşbirliği Bağlamında Mucha’nın Afiş Sanatı*. Doktora tezi. İstanbul Üniversitesi. İstanbul.

Sansarcı, E. (2015). Mesaj Verme Sanatı. *Grafik Tasarım, Görsel İletişim Kùltür Dergisi* 64, 26-29.

Sarıkavak, N.K. (1993). *Kùltürel Afişlerde Tasarım İlkeleri Kùltürel Afiş Çalışmaları*. Doktora tezi. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Sarıkavak, N.K. (2009). *Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Sayın, Z. (2001). Göstergelerin Göstergebilimsel (Semiotik) Açından Değerlendirilmesi: Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin “Ankara Amblemine Bir Yaklaşım” *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanat Fakùltesi Sanat Yazıları*, 8, 83-94.

Selçuk, M. (1994). *Sanata Giriş*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Sayın, Z. (2007). Gösteren Gösterilen İlişkisi Açısından Grafik Göstergeler ve Göstergeleri Algılayış Farklılıkları. .Üstünipek, M. (Ed.). VIII. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi AISSV-IAVS “Görünürün Kùltürleri” Bildiriler Kitabı. İstanbul: İstanbul Kùltür Üniversitesi Yayınları.

Serin, Y., Nalan, E., Yavuz, E. (2006). Çağdaş Dünya ve Türk Afiş Sanatı Bağlamında, Türk Afiş Ustası İhap Hulusi Görey’in Tamamlanmamış Afişlerine Bir Eleştirel Bakış, *Güzel Sanatlar Dergisi*, 17, 113-123.

- Soykan, Ö., N. (2009). Sanat Sosyolojisi Kuram ve Uygulama. İstanbul: Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.
- Sözen, M., Tanyeli, U. (1994). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. (3. Bs). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Şener, S. (1999). Cumhuriyetin 75. Yılında Türk Tiyatrosu. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tepecik, A. (2002). Grafik Sanatlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tezcan, M. (2011). Sanat Sosyolojisi. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tunalı, İ. (1965). *Sanat Ontolojisi. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları*. No.1153 İstanbul: Baha Matbaası.
- Tunalı, İ. (2002). Estetik. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Turani, A. (1999). Dünya Sanat Tarihi. 7. Basım. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Turgut, E. (2013). Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe Sözlük*. (10. Bs.). Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Türk Grafik Sanatçıları. (1989).
- Türk, A. (?). *Afiş*. [Elektronik Sürüm]. İstanbul: Kafekültür Yayıncılık.
- Tutsal, M. (2010). Grafikerlerin El Kitabı. İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Uçar, T., F. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Uludağ, K. (2002). Sanat Sosyolojisi. *Anadolu Üniversitesi*. Sayı(12). sayfa numaraları 166-175
- Üner, Ö. (2010). Resmin Temelleri. İstanbul: Say Yayınları.

- Yakın, B. (2015). Tasarım Sürecinde Eskiz ile Biçim- İçerik Sorgulama ve Çözömllemeleri: Bir Durum Analizi. *Sanat ve Tasarım Dergisi, Haziran*, 121-137
- Yeraltı, G. (2005). Grafik Sanatı İçerisinde Afiş Sanatımızın Gelişimi. *Anadolu Sanat Dergisi. 16*, 171-186
- Yıldırım, L. (2011). Sanat ve Zanaat Buluşması ve Werkstatte Tekstilleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi, Aralık, 8*, 105-122.
- Yıldız, P. (2007). Görsel Göstergebilimsel Eleştiri Kuramları Bağlamında Film Sahnelerine Yaklaşım ve Ülkemizden Seçilen İki Örnek İle Analiz Çalışması. Üstünipek, M. (Ed.). VIII. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi AISSV-IAVS “Görünürün Kùltürleri” Bildiriler Kitabı. İstanbul: İstanbul Kùltür Üniversitesi Yayınları. S. 501-510
- Yolcu, E. (2009). Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yurdakul, İ. (2002). Türkiye Cumhuriyetinin Temeli Kùltürdür. Ankara: II. T.C Kùltür Bakanlığı Güzel Sanatlar Müdürlüğü Yayınları 1. Baskı.

İNTERNET KAYNAKLARI

Bilisimg.wordpress.com. Erişim 29 Haziran 2018

<https://bilisimg.wordpress.com/2012/10/15/tasarim-unsurlari-ve-ilkeleri/#comments>).Eri_im

Edebiyatvesanatakademisi Erişim 28 Haziran 2018

<https://www.edebiyatvesanatakademisi.com/yabanci-roman-ozetleri/othello-ozet-ve-inceleme-william-shakespeare-4273.aspx>

Hasippektas.com. Erişim: 3 Mayıs 2017,

<http://www.hasippektas.com/bas.ila.html>

Kültür ve Turizm. Erişim: 24 Nisan 2017,

<http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,80297/yurdaer-altintas-ve-kultur-sentezi.html>

Mimesis-dergi org. Erişim: 6 Mayıs 2018,

<http://www.mimesis-dergi.org/2014/07/kim-korkar-hain-kurttan-2/>

Nkfu.com Erişim 29 Haziran 2018

<http://www.nkfu.com/romeo-ve-juliet-kisa-ozeti-ve-hakkinda-bilgi/>

Trendus. Erişim: 6 Mayıs 2018,

<http://www.trendus.com/7--sekspir-muzikali-24497>

Türk Dil Kurumu. Erişim 3 Temmuz 2018,

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b3a806c011d89.59384122

Türk Dil Kurumu. Erişim 3 Temmuz 2018,

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b3ab28e6289d5.06889733

Oyunatölyesi.com. Erişim: 5 Mayıs 2018,
<https://www.oyunatolyesi.com/jeanne-darcin-oteki-olumu-2005-2006>

Wikipedia. Erişim: 24 Nisan 2017,
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Postmodernizm>

Wikipedia. Erişim: 24 Nisan 2017,
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Göstergebilim>

Wikipedia. Erişim: 28 Nisan 2017,
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Süprematizm>

Wikipedia. Erişim: 28 Nisan 2017,
https://tr.wikipedia.org/wiki/Dârülbedâyi#cite_note-angora-4

Wikipedia. Erişim: 3 Mayıs 2017,
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Macbeth>

Wikipedia. Erişim 6 Mayıs 2018,
https://tr.wikipedia.org/wiki/Hırçın_Kız

Wikipedia. Erişim 6 Mayıs 2018,
https://tr.wikipedia.org/wiki/Yasak_meyve

Wikipedia. Erişim 29 Haziran 2018,
https://tr.wikipedia.org/wiki/Romeo_ve_Juliet#cite_note-dilek-2

Tiyatro Afişlerinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi ve Oyun Atölyesi Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımları

Yazar Şebnem Yeşilyurt

Gönderim Tarihi: 10-Ağu-2018 06:42PM (UTC+0300)
Gönderim Numarası: 988986855
Dosya adı: sebnem_10082018.compressed.pdf (11.55M)
Kelime sayısı: 30484
Karakter sayısı: 211824

Tiyatro Afişlerinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi ve Oyun Atölyesi Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımları

ORIJINALLIK RAPORU

% 14	% 13	% 2	% 7
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	www.oyunatolyesi.com İnternet Kaynağı	% 2
2	Submitted to TechKnowledge Turkey Öğrenci Ödevi	% 1
3	Submitted to Hacettepe University Öğrenci Ödevi	% 1
4	akademik.maltepe.edu.tr İnternet Kaynağı	% 1
5	Submitted to Kocaeli Üniversitesi Öğrenci Ödevi	% 1
6	sectit.com İnternet Kaynağı	<% 1
7	core.ac.uk İnternet Kaynağı	<% 1
8	acikerisim.deu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1

9	e-dergi.atauni.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
10	Submitted to Selçuk Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
11	hbogm.meb.gov.tr İnternet Kaynağı	<% 1
12	grafikarts.net İnternet Kaynağı	<% 1
13	www.guncelforum.net İnternet Kaynağı	<% 1
14	www.msxlabs.org İnternet Kaynağı	<% 1
15	eprints.sdu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
16	tr.wikipedia.org İnternet Kaynağı	<% 1
17	muzikandart.blogspot.com İnternet Kaynağı	<% 1
18	Submitted to Yeditepe University Öğrenci Ödevi	<% 1
19	docplayer.biz.tr İnternet Kaynağı	<% 1
20	perimasalitadinda.blogspot.com İnternet Kaynağı	<% 1

<% 1

21

[docslide.us](https://www.docslide.us)

İnternet Kaynağı

<% 1

22

[profcats.wordpress.com](https://www.profcats.wordpress.com)

İnternet Kaynağı

<% 1

23

193.255.56.48:8080

İnternet Kaynağı

<% 1

24

[sanatvetasarim.gazi.edu.tr](https://www.sanatvetasarim.gazi.edu.tr)

İnternet Kaynağı

<% 1

25

[edergi.cbu.edu.tr](https://www.edergi.cbu.edu.tr)

İnternet Kaynağı

<% 1

26

[esgici.net](https://www.esgici.net)

İnternet Kaynağı

<% 1

27

[dergipark.gov.tr](https://www.dergipark.gov.tr)

İnternet Kaynağı

<% 1

28

www.mesutcapanoglu.com

İnternet Kaynağı

<% 1

29

[sanatyazilari.hacettepe.edu.tr](https://www.sanatyazilari.hacettepe.edu.tr)

İnternet Kaynağı

<% 1

30

www.acikogretimedebiyat.com

İnternet Kaynağı

<% 1

31

[dergisosyalbil.selcuk.edu.tr](https://www.dergisosyalbil.selcuk.edu.tr)

İnternet Kaynağı

<% 1

32	kitaplar.ankara.edu.tr İnternet Kaynağı	<%1
33	turizm.ege.edu.tr İnternet Kaynağı	<%1
34	Submitted to Beykent Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<%1
35	Submitted to Akdeniz University Öğrenci Ödevi	<%1
36	metinyilmaz.me İnternet Kaynağı	<%1
37	www.scribd.com İnternet Kaynağı	<%1
38	aisv2007.zxq.net İnternet Kaynağı	<%1
39	forum.memurlar.net İnternet Kaynağı	<%1
40	earsiv.arel.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<%1
41	Submitted to Nevşehir Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<%1
42	www.jret.org İnternet Kaynağı	<%1
43	Submitted to Istanbul Gelisim University	

44

www.grafikzade.com

İnternet Kaynağı

<% 1

45

gsf.baskent.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

46

katalog.hacettepe.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

47

Submitted to Trakya University

Öğrenci Ödevi

<% 1

48

dergiler.ankara.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

49

tiyatro21.blogspot.com

İnternet Kaynağı

<% 1

50

prezi.com

İnternet Kaynağı

<% 1

51

acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080

İnternet Kaynağı

<% 1

52

www.ugurbati.com

İnternet Kaynağı

<% 1

53

Submitted to Istanbul University

Öğrenci Ödevi

<% 1

54

www.moma.org

İnternet Kaynağı

<% 1

55

www.insanhali.com

İnternet Kaynağı

<% 1

56

Submitted to Istanbul Aydın University

Öğrenci Ödevi

<% 1

57

www.turkcebilgi.com

İnternet Kaynağı

<% 1

58

www.idildergisi.com

İnternet Kaynağı

<% 1

59

edergi.akdeniz.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

60

Submitted to Nigde University

Öğrenci Ödevi

<% 1

61

dolusozluk.com

İnternet Kaynağı

<% 1

62

tiyatrogunlugu.com

İnternet Kaynağı

<% 1

63

www.izmirmatbaamatbaa.com

İnternet Kaynağı

<% 1

64

Submitted to Haliç Üniversitesi

Öğrenci Ödevi

<% 1

65

www.bunedir.org

İnternet Kaynağı

<% 1

66

www.tiyatronline.com

İnternet Kaynağı

<% 1

67

www.reklammaster.com

İnternet Kaynağı

<% 1

68

documents.tips

İnternet Kaynağı

<% 1

69

staff.neu.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

70

www.aofozetleri.com

İnternet Kaynağı

<% 1

71

betulege.com

İnternet Kaynağı

<% 1

72

hamiozsomar.blogspot.com

İnternet Kaynağı

<% 1

73

www.basittasarim.com

İnternet Kaynağı

<% 1

74

www.ilet.gazi.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

75

dspace.baskent.edu.tr:8080

İnternet Kaynağı

<% 1

76

www.asosjournal.com

İnternet Kaynağı

<% 1

77

megep.meb.gov.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

78

Submitted to TED Ankara College

Öğrenci Ödevi

<% 1

79

GÜMÜŞTEKİN, Nuray. "Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afiş Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme", Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fak., 2013.

Yayın

<% 1

80

egitim.beun.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

81

tekstildershanesi.com.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

82

www.birdunyabilgi.org

İnternet Kaynağı

<% 1

83

es.scribd.com

İnternet Kaynağı

<% 1

84

www.oderece.net

İnternet Kaynağı

<% 1

85

www.habertadinda.com

İnternet Kaynağı

<% 1

86

FUJIWARA, Kitao. "Basic studies on atomic absorption and visible absorption spectrometries.", BUNSEKI KAGAKU, 1985.

Yayın

<% 1

87

artgalerim.com

88

ONURSOY, Sibel. "TÜRK GAZETECİLİK KÜLTÜRÜNDE İLLÜSTRASYON: DERSAADET GAZETESİ İLLÜSTRASYONLARINA GÖSTERGEBİLİMSEL BİR YAKLAŞIM", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2017.

Yayın

<% 1

89

edergi.sdu.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

90

www.karaagac39.net

İnternet Kaynağı

<% 1

91

f9595.blogspot.com

İnternet Kaynağı

<% 1

92

gmkn.org.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

93

www.insanokur.org

İnternet Kaynağı

<% 1

94

ds.anadolu.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

95

www.peyamaazadi.org

İnternet Kaynağı

<% 1

96

Submitted to The Scientific & Technological

<% 1

Research Council of Turkey (TUBITAK)

Öğrenci Ödevi

97

www.egitimkomisyonu.hacettepe.edu.tr

İnternet Kaynağı

<%1

98

Canan Deliduman, Sinan Cakmak.
"ILLUSTRATIONS IN CULTURAL POSTER
APPLICATIONS", Idil Journal of Art and
Language, 2017

Yayın

<%1

99

earsiv.atauni.edu.tr

İnternet Kaynağı

<%1

Alıntıları çıkart

üzerinde

Eşleşmeleri çıkar

Kapat

Bibliyografyayı Çıkart

üzerinde