

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM VE TASARIM ANASANAT DALI
İLETİŞİM SANATLARI VE TASARIM SANAT DALI

**ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI'NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan
Önder YILMAZ

İSTANBUL, 2018

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM VE TASARIM ANASANAT DALI
İLETİŞİM SANATLARI VE TASARIM SANAT DALI

**ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI'NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:
Önder YILMAZ

Öğrenci No:
165584010

Danışman:
Dr. Öğr. Üyesi Yüksel BALABAN

İSTANBUL, 2018

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Uluslararası Troia Festivali Afış Tasarım Yarışması’nda Ödöl Kazanan Eserlerin Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklerine uygun şekilde tarafımdan yazıldığı, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım 18/10 /2018

Aday: **Önder YILMAZ**

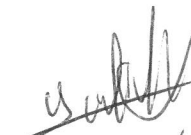


T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

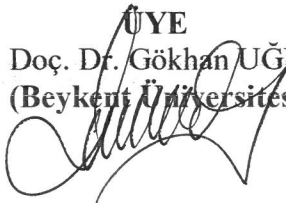
78.170.2018

Enstitümüz *İletişim ve Tasarım* Anasanat Dalı *İletişim Sanatları ve Tasarım* Programı yüksek lisans öğrencilerinden 165584010 numaralı **Önder YILMAZ**'ın "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim – Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışmasında Ödül Kazanan Eserlerin Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 25.09.2018 tarih ve 2018/38 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin (c) bendi gereğince (60) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oyçokluğu/oybirliği~~ ile **Kabul/Red veya Düzeltme** kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.


DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi Yüksel BALABAN
(İstanbul Üniversitesi)


ÜYE

Doç. Dr. Gökhan UĞUR
(Beykent Üniversitesi)


ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi Dide AKDAĞ SATIR
(İstanbul Kültür Üniversitesi)

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam süresince bilimsel katkıları ile bana rehber olan, yardımlarını esirgemeyen, bana yol gösteren ve destek veren değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Yüksel BALABAN'a, teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Yine çalışmamda kaynak, grafik sanatı kapsamında mesleki bilgi ve eğitimci arkadaş çevresi açısından bana yardımlarda bulunan, yol gösteren ve gelecekteki meslek hayatımda çok başarılı olacağımı dile getiren değerli hocam Prof. Dr. Âdem GENÇ'e, yüksek lisans eğitimim boyunca her zaman yanımda olan, fikirlerini benimle paylaşan değerli arkadaşım Gizem YETİMLER'e, yöntem kısmında mülakat yapmak için beni kabul eden değerli hocalarım; Prof. Dr. Selahattin GANİZ'e, Dr. Öğr. Üyesi Ali KILIÇ'a, Dr. Öğr. Üyesi Erkan ÖZDİLEK'e, Öğr. Gör. Ömür MERT'e, Sadık ÖZKEFELİ ve sektörde deneyimli grafik tasarımcı arkadaşlara teşekkür ederim. Teşekkürlerin az kalacağı beni bu günlere kadar sevgi, saygı ve başarı hedefi ile yetiştiren, benden hiçbir zaman desteğini esirgemeyen, her anımda varlıklarını hissettiğim, hayattaki en büyük şansım olan aileme ve bu çalışma süresi boyunca her an yanımda olan ve desteğini esirgemeyen kız arkadaşıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Önder YILMAZ
İSTANBUL, 2018

Adı ve Soyadı : Önder YILMAZ
Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Yüksel BALABAN
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans/Tez, 2018
Alanı : İletişim Sanatları ve Tasarım
Anahtar Kelimeler : Tasarım, Grafik Tasarım, Afiş, Afiş Türleri
Uluslararası Troia Festivali, Uluslararası Troia Festivali
Afiş Tasarım Yarışması

ÖZ

ULUSLARARASI TROIA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI'NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE İNCELENMESİ

Bu Tez, 2008-2017 yılları arasında “Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda Ödül Kazanan Eserleri” kapsamaktadır.

Çalışmanın amacı, Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda son on yılda ödül kazanan eserleri, grafik tasarım ilkelerine göre incelemek ve afiş tasarım uygulamalarında grafik tasarım ilkelerinin önemine değinmektir. Ek olarak araştırma afişte grafik tasarım ilkelerinin öneminin yanı sıra, bundan sonraki yarışmacı tasarımcılara katkıda bulunmak için de hazırlanmıştır. Bu bağlamda Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda son on yılda ödül kazanan eserler derinlemesine mülakat yöntemiyle incelenmiş, eserlerle ilgili olarak “grafik tasarım alanındaki akademisyenlere ve grafik tasarım sektöründe çalışan tasarımcılara, grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde belirli sorular sorularak eserler hakkındaki görüş ve düşünceleri kaydedilmiştir.

Tezin birinci bölümünde; Grafik tasarım, tasarım, tasarım özellikleri, iletişim, görsel iletişim, grafik tasarım ilkeleri ve grafik tasarım elemanları gibi konulara değinilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise; Afiş tasarımı, afiş ’in gerekliliği, iletişim ve afiş, afiş sanatının tarihsel gelişimi, Dünyada ve Türkiye’de afiş sanatının gelişimi, afiş tasarımında kullanılan görsel unsurlar, afiş yapıtının öğeleri, afiş türleri ve afiş tasarımında kullanılan teknikler vs. konulardan bahsedilmiştir. Üçüncü ve son bölümünün kapsamı biraz daha geniştir. Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, kapsam ve sınırlıkları, genel tanımları, yöntemi, Uluslararası Troia Festivali ve Yarışma hakkındaki genel bilgilere ve ödül kazanan afiş tasarımlarına yer verilmiştir. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda Ödül Kazanan Eserler hakkında akademisyenlerin ve grafik tasarımcıların görüşlerini içeren son bölümde yarışmanın genel kritiği yapılmakta görüş ve önerilere yer verilmektedir.

Araştırma sonucunda akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel ve ortak görüşleri sonucunda, incelenen afiş tasarımlarının çoğunluğunun grafik tasarım ilke ve elemanlarına uygun olmadığı görülmektedir. İkelere uygun olmayan çalışmaların afiş işlevini yerine getirmemesi büyük problemlere yol açmaktadır. Afişlerde genel olarak kompozisyon, tipografi, illüstrasyon ve renk gibi birçok imge uluslararası anlamda yetersiz ve etkisiz kullanılmıştır.

Name and Surname : Önder YILMAZ
Supervisor : Dr. Öğr. Üyesi Yüksel BALABAN
Degree and Date : Master /Thesis., 2018
Major : Communication Arts and Design
Key Words : Graphic Design, Design, Poster, Poster Types, International Troia Festival, International Troia Festival Poster Design Contest According.

ABSTRACT

ANALYSIS OF AWARD WINNING IN THE INTERNATIONAL TROIA FESTIVAL POSTER DESIGN CONTEST ACCORDING TO GRAPHIC

This thesis covers the “Award Winning Works of the International Troia Festival Poster Design Competition” between 2008-2017.

The aim of the study is to examine the winning works of the International Troia Festival Poster Design Competition in the last ten years according to the principles of graphic design and to emphasize the importance of graphic design principles in poster design applications. In addition, research has been prepared to contribute to the next contestant designers as well as the importance of graphic design principles in the poster. In this context, the works that have been awarded in the International Troia Festival Poster Design Competition in the last ten years were examined through in depth interview method.

In the first part of the thesis; Graphic design, design, design features, communication, visual communication, graphic design principles and graphic design elements are mentioned. In the second part of the study; Poster design, poster 's requirements, communication and banners, historical development of poster art, the development of poster art in the world and Turkey, visual elements used in the poster design, elements of posters work, posters species and poster design techniques used, etc. subjects have been mentioned. The scope of the third and last part is a bit wider. In this section, the problem, purpose, importance, scope and limitations of the research, general definitions, method, general information about International Troia Festival and Competition and award winning poster designs are included. In the final section of the International Troia Festival Poster Design Competition, including the opinions of academicians and graphic designers about the award-winning works, the general critique of the competition is made and the opinions and suggestions are made.

As a result of the research, it is seen that the majority of the poster designs examined are not suitable for graphic design principles and elements as a result of the general and common opinions of the academicians and designers from the sector. Failure to comply with the principles of the work of the poster does not function as a big problem. In general, many images such as composition, typography, illustration and color have been used inadequately and inefficiently.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
RESİMLER DİZİNİ	ix
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GRAFİK TASARIM

1. TASARIM, İLETİŞİM VE GÖRSEL İLETİŞİM.....	2
1.1. Tasarım	2
1.1.1. Tasarım Özellikleri	4
1.1.1.1. Birbirine Uymak	4
1.1.1.2. Tamamlılık İlkesi.....	4
1.1.1.3. Şekil Zaman Bütünlüğü	4
1.2. İletişim	5
1.3. Görsel İletişim	7
2. GRAFİK VE İLETİŞİM.....	8
3. GRAFİK TASARIM	8
3.1. Grafik Tasarım İlke ve Elemanları	11
3.1.1. Grafik Tasarım Elemanları	11
3.1.1.1. Çizgi.....	12
3.1.1.2. Ton.....	13
3.1.1.3. Renk.....	13
3.1.1.4. Doku	17
3.1.1.5. Biçim	18
3.1.1.6. Ölçü	19
3.1.1.7. Yön	19

3.1.2. Grafik Tasarım İlkeleri	20
3.1.2.1. Denge.....	21
3.1.2.2. Oran-Orantı.....	26
3.1.2.3. Tekrar ve Devamlılık	27
3.1.2.4. Bütünlük	29
3.1.2.5. Vurgulama	32
3.1.2.6. Fonksiyon	34
3.1.2.7. Estetik	34

İKİNCİ BÖLÜM

AFİŞ TASARIM

1. AFİŞ TASARIM	36
1.1. Afîş'in Tanımı	36
1.2. Afîş'in Gerekliliği.....	39
1.3. İletişim ve Afîş	39
1.4. Afîş Sanatının Tarihçesi	40
1.4.1. Dünyada Afîş Sanatının Gelişimi	40
1.4.2. Türkiye'de Afîş Sanatının Gelişimi.....	49
2. AFİŞ TASARIMINDA KULLANILAN GÖRSEL UNSURLAR.....	61
2.1. Amblem	62
2.2. Logo (Logotype).....	63
2.3. Piktogram (Görsel Bilgi İşaretleri)	64
2.4. İllüstrasyon (Resimleme).....	64
2.5. Tipografi Tasarımı.....	65
3. AFİŞ YAPITININ ÖGELERİ	66
3.1. Kompozisyon.....	66
3.2. Mekân	68
3.3. Aralık	69
3.4. İçerik	70
3.5. Renk Etkileşimi	71
3.6. Boşluk/Doluluk.....	73

4. AFİŞ TASARIMINDA KULLANILAN TEKNİKLER.....	73
4.1. İllüstrasyon Tekniği İle Tasarım.....	74
4.2. Fotoğraf Tekniği İle Tasarım.....	77
4.3. Bilgisayar Destekli Tasarım	79
4.4. Serigrafi Baskı Tekniği İle Tasarım	81
4.5. Karışık Teknik İle Tasarım.....	83
5. AFİŞ TÜRLERİ.....	84
5.1. Kültürel Afişler.....	86
5.1.1. Tiyatro Afişleri	88
5.1.2. Sinema (Film) Afişleri	90
5.1.3. Müzik (Konser) Afişleri	92
5.1.4. Sergi Afişleri	94
5.1.5. Festival Afişleri	96
5.2. Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri)	98
5.2.1. Moda Afişleri.....	101
5.2.2. Yemek Afişleri	103
5.2.3. Turizm Afişleri	104
5.2.4. Kurumsal Afişler	106
5.3. Sosyal Afişler	108
5.3.1. Uyarıcı ve Eğitici Afişler.....	111
5.3.2. Eğitim Afişleri	113
5.3.3. Çevre ve Ekoloji Afişleri.....	115
5.4. Siyasi Amaçlı Ajitasyon ve Propaganda (agit_prop) Afişleri	117

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ VE ULUSLARARASI TROİA FESİTVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI

1. ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ VE ULUSLARARASI TROİA FESİTVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI	120
1.1. Problem.....	120
1.2. Araştırmanın Amacı	120
1.3. Araştırmanın Önemi	120
1.4. Kapsam ve Sınırlıklar	120

1.5. Tanımlar.....	121
1.6. Yöntem	121
1.6.1. Derinlemesine Mülakat Tekniği	121
1.6.2. Derinlemesine Mülakat Tekniği Türleri	122
1.6.3. Görüşme Formunun Hazırlanması.....	123
2. ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ	123
2.1. Festival Tarihçesi.....	123
2.2. Festivalin Amacı.....	124
2.2.1. Festivalin Amacını Özetleyen Temaları	124
2.3. Festival Mekanları	124
3. ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI	124
3.1. Yarışmanın Konusu	124
3.2. Yarışmanın Amacı	125
3.3. Yarışma Ortakları	125
3.4. Yarışma Şartnamesi	125
4. ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI'NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE İNCELENMESİ	128
4.1. 2008 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	128
4.1.1. 2008 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	134
4.2. 2009 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	136
4.2.1. 2009 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	141
4.3. 2010 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	144
4.3.1. 2010 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	149
4.4. 2011 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	151
4.4.1. 2011 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	155

4.5. 2012 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	158
4.5.1. 2012 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	162
4.6. 2013 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	165
4.6.1. 2013 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	169
4.7. 2014 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	172
4.7.1. 2014 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	177
4.8. 2015 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	180
4.8.1. 2015 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	185
4.9. 2016 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	188
4.9.1. 2016 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	193
4.10. 2017 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi.....	197
4.10.1. 2017 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri	203
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	207
KAYNAKÇA	211
EKLER.....	232
Ek-1: Görüşme Formu Örneği.....	232
Ek-2: Akademisyen Görüşme Formu Örnekleri	233
Ek-3: Sektörden Tasarımcı Görüşme Formu Örnekleri	238
Ek-4: Derinlemesine Mülakat Görüşmesi Örneği	243
Ek-5: Katılımcı Listesi	246
Ek-6: Derinlemesine Mülakat Tekniği Soruları	247
ÖZGEÇMİŞ.....	248

RESİMLER DİZİNİ

Resim-1: Denge Örneği, (2018) 127 Hours” Film Afiş Tasarımı	22
Resim-2: Levent Duranlı, (2018) Simetrik Denge	23
Resim-3: Emre Becer, (2015) Simetrik Biçimlere En Somut Örnek, İnsan Gövdesi	23
Resim-4: Emre Becer, (2015) Kuran-ı Kerim’den, Simetrik Sayfa Düzeni	24
Resim-5: Levent Duranlı, (2018) Asimetrik Denge	25
Resim-6: Emre Becer, (2015) R.F. Müller, Asimetrik Denge, Afiş Tasarım	25
Resim-7: www.fastcodesign.com, (2018) Partenon Tapınağı Altın Oran	27
Resim-8: www.fastcodesign.com, (2018) Son Yemek, 1955, Salvador Dali	27
Resim-9: M.C. Escher, (2018) Regular Division Of The Plane,1938	28
Resim-10: M.C. Escher, (2018) Regular Division Of The Plane With Bird,1949.....	28
Resim-11: Levent Duranlı, (2018) Bütünlük	29
Resim-12: Erdal Bölükbaşı, (2007) Karpuzlu Natürmort	30
Resim-13: Emre Becer, (2015) Sayfalar Arasında Bütünlük, Yatay/Dikey Eksenler	31
Resim-14: Emre Becer, (2015) Paul Rand. “B” Harfi” Üç Vurgulama Noktası	32
Resim-15: Vladimir Vascalup, (2014) Domates Afiş Tasarımı	33
Resim-16: Manfred Mohr, (2018) Space Color Motion,2002.....	35
Resim-17: www.arkedifili.com, (2018) Magura Mağarası Bulgaristan	37
Resim-18: www.ilkkimbuldu.com, (2018) Matbaa Makinası J.Gutenberg, 1450	41
Resim-19: William Caxton, (1477) The Pyes Of Salisbury Use	42
Resim-20: Emre Becer, (2015) William Morris, Canterbury Efsaneleri, 1896	43
Resim-21: Emre Becer, (2015) Frederick Goudy, Goudy Yazı Ailesi	43
Resim-22: Emre Becer, (2015) Jules Cheret	44
Resim-23: Emre Becer, (2015) Henri de Toulouse Lautrec, Divan Japonaris	44
Resim-24: www.bauhaus100.de, (2018) Joost Schmidt, 1923, Bauhaus- Archiv	46
Resim-25: www.pinterest.co.uk, (2018) Nagy Drawing and Collage on Paper	47
Resim-26: www.pinterest.co.uk, (2018) Cover of the Revue Foto- QUALITAT	47
Resim-27: www.iconofgraphics.com, (2018) Gran Premio Dell, Monza 1948.....	48
Resim-28: www.iconofgraphics.com, (2018) 500 Miglia Di Monza 1957.....	48
Resim-29: www.idownloadblog.com, (2018) Apple Macintosh 1984.....	48
Resim-30: www.turkpress.co, (2018) İbrahim Müteferrika, İlk Türk Basımevi	51
Resim-31: www.1000kitap.com, (2018) Kâtip Çelebi, Cihannüma 1609-1657	51

Resim-32: www.grafikerler.org, (2018) Ferah Tiyatrosu Afiş Tasarımı, 1872	52
Resim-33: Mengü Ertel, (1973) İstanbul Festivali Afişi	55
Resim-34: Mengü Ertel, (1980) 22.Moskova Olimpiyat Oyunları Afiş Tasarımı	55
Resim-35: Mengü Ertel, (1967) Keşanlı Ali Destanı Tiyatro Afişi	55
Resim-36: Mengü Ertel, (1966) Arslan Asker Şvayk Tiyatro Afişi	55
Resim-37: İhap Hulusi Görey, Sümerbank Afiş Tasarımı	57
Resim-38: İhap Hulusi Görey, Beykoz Kundura Afiş Tasarımı	57
Resim-39: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Afiş Tasarımı	57
Resim-40: İhap Hulusi Görey, Saygısızlıkla Savaş Derneği Afiş Tasarımı	57
Resim-41: Yurdaer Altıntaş, (1984) Ben Anadolu Tiyatro Afişi	58
Resim-42: Yurdaer Altıntaş, (2000) Şehir Işıkları Konser Afişi	58
Resim-43: Yurdaer Altıntaş, (1965) Aşk Zinciri Tiyatro Afişi	59
Resim-44: Yurdaer Altıntaş, (2003) Şafak Konser Afiş Tasarımı	59
Resim-45: Bülent Erkmen, (1986) 10. Avrupa ve Akdeniz Okçuluk Afiş Tasarımı	60
Resim-46: Bülent Erkmen, (1999) Dolap, Dans Gösterisi Afiş Tasarımı	60
Resim-47: Bülent Erkmen, (2003) Yaban, Tiyatro Afişi	61
Resim-48: Bülent Erkmen, (2007) Bir Şehnaz Oyun, Tiyatro Afişi	61
Resim-49: İhap Hulusi Görey, (2018) Sümer Bank İllüstrasyon Afiş Tasarımı	75
Resim-50: Bülent Erkmen, Fotoğraf Tekniği İle Kral Lear Tiyatro Afiş Tasarımı	78
Resim-51: Y&R Ajans, (2010) Bilgisayar Destekli, Barilla Mutlu Yıllar Afişi	80
Resim-52: www.lisoni.com, (2018) Serigrafi Baskı Tekniği	82
Resim-53: Özer Arslan, (2018) Karışık Teknik İle Başka Sinema Afiş Tasarımı	84
Resim-54: Mengü Ertel, (1973) Tiyatro Afişleri, Sergi Afişi	87
Resim-55: Yurdaer Altıntaş, (1961) Şairin Mektupları Tiyatro Afişi	87
Resim-56: Bülent Erkmen, (2001) Efrasiyab'ın Hikayeleri Tiyatro Afişi	88
Resim-57: Emrah Yücel, (2013) Kill Bill Film Afişi	91
Resim-58: Emrah Yücel, (2013) New York'ta Beş Minare Film Afişi	91
Resim-59: Haluk Tuncay, (2018) Uluslararası İstanbul Film Festivali Afiş Tasarımı	93
Resim-60: www.odabasimuzik.com, (2018) Türk Sanat Müziği Korosu Afiş Tasarımı	93
Resim-61: www.danzon2008.blogspot.com.tr, (2018) Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş Tasarımı.....	94
Resim-62: www.gsf.nku.edu.tr, (2018) İstanbul Devlet Türk Müziği Araştırma ve Uygulama Topluluğu Konseri Afiş Tasarımı	94
Resim-63: www.gmk.org.tr, (2015) 34. Grafik Tasarım Sergisi Afiş Tasarımı	96

Resim-64: www.grafikerler.org, (2018) Geçmiş ve Gelecek Koleksiyon Sergisi Afişi	96
Resim-65: www.canakkale.bel.tr,(2013) 50.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	98
Resim-66: www.filmfestankara.org.tr, (2018) 29. Ankara Uluslararası Film Festivali Afiş Tasarımı	98
Resim-67: www.dijitalajanslar.com, (2018) Faber-Castell Reklam Afiş Tasarımı	100
Resim-68: Irving Penn, (1917-2009) Vogue Dergisi Moda Çekimleri ve Afişleri	102
Resim-69: www.behance.net, (2018) Ricardo Ventura, Qutback Steakhouse İçin Hazırlanan Yemek Afiş Tasarımı	104
Resim-70: www.behance.net, (2018) Pluz + Agencia, MChicken Yemek Afişi	104
Resim-71: Lim Kim Keong, (2017) Türkiye Sınırsız İsimli Turizm Afiş Tasarımı	105
Resim-72: Alican Kılıçoğlu, (2018) Ziraat Bankası için Hazırlanan Afiş Tasarımı	107
Resim-73: İhap Hulusi Görey, Ziraat Bankası İçin Hazırlanan Afiş Tasarımı	107
Resim-74: Alfred Leete, (1914) Tanrı Kralı Korusun, Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı	110
Resim-75: James Montgomery Flagg, (1917) Seni İstiyorum, Sosyal Afiş Tasarımı	110
Resim-76: Önder Yılmaz, (2017) Çocuk Gelin, Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı	110
Resim-77: Önder Yılmaz, (2016) Çocuk İşçi, Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı	110
Resim-78: www.yesilay.org.tr, (2018) Madde Bağımlılığı, Afiş Tasarımı	112
Resim-79: www.yesilay.org.tr, (2018) Sigara Bağımlılığı, Afiş Tasarımı	112
Resim-80: www.togomeetings.com, (2018) Dünya AIDS Günü Afiş Tasarımı	112
Resim-81: www.togomeetings.com, (2018) Dünya AIDS Günü Afiş Tasarımı	112
Resim-82: www.akasyakultursanat.com, (2018) “Akasya Kültür Sanat Afiş Tasarımı	114
Resim-83: Erbay Kücet, (2018) Kariyer ve Kişisel Gelişim Eğitimi Afiş Tasarımı	114
Resim-84: www.egitimsen.boun.edu.tr, (2018) Panel Etkinliği Afiş Tasarımı	114
Resim-85: www.tpocg.org, (2016) Beykent Üniversitesi VI. Psikoloji Günleri Afişi	114
Resim-86: www.cekultakfi.org.tr, (2012) 7 Ağaç Ormanları Projesi Afiş Tasarımı	116
Resim-87: TEMA Vakfı, (2018) Türkiye Çöl Olmasın Projesi Afiş Tasarımı	116
Resim-88: www.greenpeace.org, (2018) Less Boats More Fish, Afiş Tasarımı	116
Resim-89: WWF, (2018) Hayvanları Koruma Projesi Afiş Tasarımı	116
Resim-90: www.olive-drap.com, (2018) Your YES for the Führer Propaganda Afişi	119
Resim-91: www.americanhistory.si.edu, (2018) We Can Do it 1942 Propaganda Afişi	119
Resim-92: Cemile Demir, (2008) 45.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	128
Resim-93: Mustafa Ödkem, (2009) 46.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	136
Resim-94: Refik Yalur, (2010) 47.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	144
Resim-95: Serkan Çağlayan, (2011) 48.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	151

Resim-96: Refik Yalur, (2012) 49.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	158
Resim-97: Erhan Yalur, (2013) 50.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	165
Resim-98: İdil Dilan Soyer, (2014) 51.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	172
Resim-99: Murat Bektaş, (2015) 52.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı 4	180
Resim-100: Alper Zeki, (2016) 53.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	188
Resim-101: Doğukan Karapınar, (2017) 54.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı	197



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo-1: Martel, C. (1995) “Renk Türlerinin Psikolojik Etkileri”	16
Tablo-2: Özdemir, T. (2005) “Farklı Toplumların Değer Yargılarına Göre Renklerin Anlamları”	17



KISALTMALAR

A.	: Akademisyen
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.G.E	: Adı Geçen Eser
ÇEV.	: Çeviri
ÇOMÜ	: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
E.T.	: Erişim Tarihi
GMK	: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
İ.Ö.	: İsa'dan Önce
İKSV.	: İstanbul Kültür Sanat Vakfı
S.T.	: Sektörden Tasarımcı
VB.	: Ve benzeri
TNR	: Times New Roman
TV	: Televizyon
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
YKY	: Yapı Kredi Yayınları
WWF	: World Wide Fund for Nature

GİRİŞ

Bu Araştırma, 2008-2017 yılına kadar gerçekleşen “Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda Ödül Kazanan Eserleri kapsamaktadır. Ödül kazanan eserleri derinlemesine mülakat tekniği ile grafik tasarım ilkeleri kapsamında, uzman kişilere belirli sorular sorarak, grafik tasarım ilkelerine uygunluğunu ortaya koymak için hazırlanmıştır.

Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması 1992 yılından bu yana ağustos ayına denk gelecek şekilde düzenlenmekte; her yıl, Uluslararası Çanakkale Troia Festivali’nin o yıl ki temasına en uygun bir afiş jüri kararı ile seçilmektedir. Yarışmada dereceye giren tasarımcılara birincilik ve mansiyon ödülleri verilmektedir. Yarışma şartnamesi gereği sadece Güzel Sanatlar Öğrencileri ve GMK (Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu) üyelerine açık bir şekilde düzenlenmektedir. “Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması” ülkemizde büyük yenilikler ve yönelimler ortaya koyan afiş tasarım yarışmaları arasında tarihsel süreç ve gelenekselleşme yönüyle de en eski yarışmalardan biri olduğu görülmektedir. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda son on yılda ödül kazanan eserlerin, Çanakkale Belediyesi resmî web sitesi (www.canakkale.bel.tr)’de bulunan belgeler doğrultusunda öğrenciye ait olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Uluslararası Troia Festivali Afiş Yarışması’nda ödül kazanan eserlerin amatör tasarımcılar tarafından yapıldığı düşünülmektedir.

Çalışmanın amacı, Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda son on yılda ödül kazanan eserleri, grafik tasarım ilkelerine göre incelemek ve afiş tasarım uygulamalarında grafik tasarım ilkelerinin önemine değinmektir. Ek olarak araştırma afişte grafik tasarım ilkelerinin öneminin yanı sıra, bundan sonraki yarışmacı tasarımcılara katkıda bulunmak için de hazırlanmıştır. Bu bağlamda Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda son on yılda ödül kazanan eserler derinlemesine mülakat yöntemiyle incelenmiş, eserlerle ilgili olarak “grafik tasarım alanındaki akademisyenlere ve grafik tasarım sektöründe çalışan tasarımcılara, grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde belirli sorular sorularak eserler hakkındaki görüş ve düşünceleri kaydedilmiştir.

Tezin birinci bölümünde; Grafik tasarım, tasarım, tasarım özellikleri, iletişim, görsel iletişim, grafik tasarım ilkeleri ve grafik tasarım elemanları gibi konulara değinilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise; Afiş tasarımı, afiş ’in gerekliliği, iletişim ve afiş, afiş sanatının tarihsel gelişimi, Dünyada ve Türkiye’de afiş sanatının gelişimi, afiş tasarımında kullanılan görsel unsurlar, afiş yapının öğeleri, afiş türleri ve afiş tasarımında kullanılan teknikler vs. konulardan bahsedilmiştir. Üçüncü ve son bölümünün kapsamı biraz daha geniştir. Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı önemi, kapsam ve sınırlıkları, genel tanımları, yöntemi, Uluslararası Troia Festivali ve Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması hakkındaki genel bilgilere ve ödül kazanan afiş tasarımlarına yer verilmiştir. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nda Ödül Kazanan Eserler hakkında akademisyenlerin ve grafik tasarımcıların görüşlerini içeren son bölümde yarışmanın genel kritiği yapılmakta görüş ve önerilere yer verilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GRAFİK TASARIM

1. TASARIM, İLETİŞİM VE GÖRSEL İLETİŞİM

1.1.Tasarım

Tasarımla ilgili çeşitli kaynaklardan çeşitli tanımlamalar bulunmaktadır. Tasarım kelimesinin sözlük anlamına baktığımızda; Dizayn/Tasarım kelimesi Latince Belirtmek/Göstermek hem de çizmek olarak tercüme edilen Designare 'nin yan anlamıdır. Tasarım sözcüğü kullanıldığı alana göre değişime uğramaktadır Bir proje, bir plan, tasarım süreci ya da bir eskiz olarak da tanımlanabilir. (Mozota, 2005, s. 14). *“Tasarım sürecinin üç belirgin aşaması bulunmaktadır. Bu üç aşama tasarı, tasar ve tasarımıdır. Tasarı; olması veya yapılması istenilen bir şeyin zihinde aldığı biçimdir. Tasar; bir iş, bir düşünce sırasını, düzeyini gösteren resim, yazı, plandır. Tasarım ise; daha önceden algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan kopyasıdır. Sanat eğitimindeki en önemli öğreti özgün olmaktır”* (Genç, 2012, s. 2).

Becer'e göre (2015) Tasarım bir model, kalıp veya süsleme yapmak değil, tasarım belirli bir amaç gözetken yaratıcı bir buluş, eylem olarak tasarımın genel yapısını tanımlamaktadır (Becer, 2015, s. 32-33). Değişik sanat dallarında değişik iş ortamlarında, disiplinlerde çalışan tasarımcılar, yaratıcı sanatçılar olarak tanımlanmaktadır. Tasarımın tüm karmaşıklığı ve belirsizliği yanında, mutlaka planlamanın olduğu ortamda tasarımdan söz edileceği gözden uzak tutulmamalıdır. Günlük yaşamımızın her alanında ihtiyaç duyduğumuz uygulamalı tasarım dallarını üç ana gruba ayrılmaktadır. Bunlar; 1- Endüstri Tasarımı, 2- Çevre Tasarımı ve 3- Grafik Tasarımıdır.

Endüstri Tasarımı: Sosyal yaşamımızı kolaylaştıran, çevremizde hep olması gereken üç boyutlu nesneler; makineler, araç-gereçler, mutfak malzemeleri, otomobiller, sanayide, üretimde kullanılan birçok teçhizat vb. gibi çoğu ürün, endüstri tasarımcıları tarafından biçimlendirilmektedir. Endüstri tasarımcıları tarafından dizayn edilen bu araç ve gereçlerin ambalajında kullanılan malzemelerin ve koruyucularının tasarım işlemi genel olarak grafik tasarım alanı içerisine girmektedir. Çevre Tasarımı; Bina, peyzaj ve iç mekân tasarımını gibi birçok alanı içerisinde barındırmaktadır. Bu alanda çalışan tasarımcının en önemli görevlerinden biri dayanıklı, işlevsel ve estetik olanı bulmak ve tasarlamaktır (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 278). Grafik Tasarımı; görsel bir iletişim aracı olarak bilinmektedir. Kâğıt veya benzeri materyaller üzerine çeşitli baskı tekniği ve makinaları kullanılarak hazırlanan basılı malzemeler; el ilanları, afişler, kitaplar, dergiler, broşürler, uyarı işaretleri vb. birçok tasarım grafik tasarım alanı içine girmektedir. Grafik tasarımın amacı diğer tasarım dallarında olduğu gibi estetik ve

kaliteyi en etkili şekilde kullanarak iletişimi en üst düzeye çıkarmak ve aynı zamanda her tür iletişim aracı üzerinde okunan ve izlenen görüntülerin tasarımını kapsamaktadır (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 278).

Genel olarak tasarımlar belirli bir program ve düzen doğrultusunda gerçekleşmektedir. “Düzen, belli bir bilgi temeline dayanıp, belli bir amaç doğrultusunda birtakım şeyler üzerine gerçekleştirilen kurallı bir durumu ifade etmektedir”. Genç’e göre (1983) düzen kavramının algısal ve kognitif (zihinsel/bilişçi) boyutları vardır. Duyularla fark edilen sıra ve takım anlamındaki düzenler ilk bakışta fark edilirler. Oysa, sanat ve tasarım ürünlerindeki “uyum” anlamındaki düzenler oldukça karmaşıktır. Bu tür düzenlerin “kapalı düzen” olarak tanımlana bileceğini ileri süren Genç bunu bir makine örneğiyle daha somut ve anlaşılır kılmaktadır: *“Bir makinanın parçaları arasında işlevsel bir uyum varsa o makine düzenli çalışır. Ancak çalışan bir makinanın düzenli ya da düzensiz çalıştığının fark edilebilmesi için oldukça üst düzeyde bir kinestetik (kinaesthetic) duyumsamaya gerek duyulur”* (Genç, 1983, s. 139). Güzel sanatlar alanında tasarım, yaratıcı bir fikrin veya yaratıcı bir projenin kendisi olup, uygulama için gerekli olan eskiz ve planlamaların hazırlanması sürecini kapsamaktadır (Eti, 1995, s. 25). Bir başka deyişle tasarım insanın kullandığı nesneler ile yaşadığı çevreyi, fiziksel ve ruhsal gereksinimlerine göre çağın estetik ve teknik değerleri ile yeniden üretmesi ya da düzenlemesi olarak tanımlanmaktadır (Ergür, 1997, s. 387).

Afiş tasarımının en önemli sorunsallarından biri de hedef kitledir. Tasarım sürecinde hedef kitlenin istekleri ve sınırlıkları tasarımcılar için birer kısa yol işlevi görmektedir. Bu doğrultuda tasarımcı tasarımın bütün aşamaları göz önünde bulundurarak tasarlama sürecine geçer. Projenin genel yapısını, maddi yönlerini göz önünde bulundurarak genel süreci başlatır. Vanderbilt Üniversitesi İletişim Uzmanı “David Salisbury” tasarım sürecini maddeler halinde şu şekilde sıralamaktadır (Salisbury, 1996, s. 57):

- 1- Tasarım amacım tanımlama
- 2- Tasarım oluşturma nedenlerini açıklama
- 3- Tasarımın sınırlarını belirleme
- 4- Tasarlama sürecine rehber olacak ana düşünceyi ve tanımlamalarını ortaya koyma
- 5- Tasarlanacak sistemin tasarlanma amacı doğrultusundaki beklentileri, istekleri, önerileri ve gereklilikleri belirleme
- 6- Alternatif tasarım önerileri yaratma
- 7- Yaratılan alternatifleri geliştiren kriterler oluşturma
- 8- Geliştirilen kriterleri kullanarak alternatifini seçme
- 9- Tasarımın gelişim ve sonuçlandırma aşamalarını tanımlama
- 10- Tasarımın tanımına bağlı olarak gelişimi için plan yapma ((Salisbury, 1996, s. 57).

Yukarıdaki genel sıralama tasarımın, fikrin ortaya konulduğu ilk andan tasarımın son aşamasına kadar olan süreci belirtmektedir. Bu aşamalar şu şekilde açıklanabilir: İlk olarak tasarım sürecinin ilk aşaması olarak bilinen tasarımın ne amaçla yapıldığının kesin cevabını bulmaktır. Amaç, ne tür bir tasarıma ihtiyaç olduğunun sorusuna cevap aramaktır. İkinci aşamada ise tasarıma neden ihtiyaç duyulduğu ve var olanlar yerine neden yeni bir alternatif geliştirilmesi gerektiği sorularının yanıtı aranmaktadır (Salisbury, 1996, s. 57).

1.1.1. Tasarım Özellikleri

Bir tasarımın hedef kitleye uygun bir görüntü oluşturması için, bir çözüm olarak algılatırılması gerekli görüntü alanının sağlanması gerekir. Bu nedenle tasarımın hedef kitleye ve tasarım diline uygunluğu için gerekli düzenin kurulmasında şu ilkeler geçerlidir;

1.1.1.1. Birbirine Uymak

Genel olarak tasarım alanında kullanılacak görsel öğelerin, bir bütün oluşturması gerekmektedir. Birbirine uyan ve birbirini tamamlayan benzer bir bütün oluşturmak için, tasarımda bulunan bütün parçaların birbirini tamamlaması gerekmektedir. Bu bağlamda tasarımın temelinde öğeler arası bir uyum aranmaktadır.

1.1.1.2. Tamamlılık İlkesi

Bir tasarıma ait bütün parçaların birbirini tamamlaması için öğeler arası bir ilişki kurması gerekmektedir. Yani tasarımı oluşturan görsel elemanlar arasındaki ilişkilerin belli bir oransal bütünlük ve gerilim duygusu ortaya koyması gerekir. İyi ve etkileyici bir tasarıma, fazladan bir öğe eklenemez, çıkartılamaz ve gerekli boşluğa ek yapılamaz. Yapılabiliyorsa tasarım olgunlaşmamış ya da istenilen etkiyi ortaya koyamamıştır. Başka bir deyişle bitmemiştir. Bu durum “tamamlılık” ya da “bütünsellik” ilkesi olarak nitelendirilmektedir.

1.1.1.3. Şekil Zemin Bütünlüğü

Bir tasarım, kendini genel olarak bir zeminle (ton, renk, arka plan) oluşturmaktadır. Öğeler arası bütünlüğü sağlayan ve bütünlüğü oluşturan her tasarım başarıya açılır. Bu ilişki; sonucunda kurallara uygun bir tasarım oluşturmak mümkündür. (Turani, 1980, s. 109).

1.2. İletişim

Türk Dil Kurumu (TDK)' nun Toplum Bilimleri Terimleri Sözlüğünde iletişim; “Düşünce ve duyguların, bireyler, toplumsal kümeler, toplumlar arasında söz, el-kol devimini, yazı, görüntü ve her tür görsel malzemeler, simgeler, işaretler vb. aracılığı ile değiş-tokuş edilmesini sağlayan toplumsal iletişim süreci” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2018).

İletişim sözcüğü Latince kökenli “communicaiton” sözcüğünün karşılığıdır. Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran; aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce ve duygu bildirimlerine iletişim diyoruz (Oskay, 2016, s. 23).

Batı dillerinde “communicaiton” olarak kullanılan iletişim sözcüğünün kökeni ise, Latince “comminis” ve “communica” sözcüklerinden türetilmiş olup “ortak olma”, “bir şeye ortak etme”, “haberdar etme” anlamında kullanılmaktadır (Teker, 2009, s. 25). Özelliği itibarı ile iletişim “gönderici” ve “alıcı” olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanmaktadır.

Enver Özkalp 'in “Davranış Bilimlerine Giriş-1” adlı kitabında iki kişi arasında kurulan bir iletişim sürecinde en az dört öge bulunmaktadır;

- 1- Kaynak (Gönderici): Karşısındaki kişiye mesaj gönderen kişidir.
- 2- Mesaj: Kaynak kişinin karşısındaki kişiye bir şey iletebilmek için söyledikleri ve yaptıklarıdır.
- 3- Hedef (Alıcı): Kaynak kişinin gönderdiği mesaja hedef olan kişidir.
- 4- Kanal (Bağlam): İletişim sürecinin içinde yer aldığı ortamdır. Bu ortam iletişim sürecine genel bir çerçeve sağlayarak, mesajların anlamının bu çerçeve içinde anlaşılmasını sağlar (Özkalp, 2001, s. 246).

İletişim kısaca; insanlar, toplumlar, örgütler ve gruplar arasında duygu düşünce, tavır ve bilgi alışverişi olarak da tanımlanmaktadır. Bu alışveriş, ortak simgeler (sözlü, yazılı ve görsel) aracılığıyla gerçekleşir. Bu sürecin ve işleyişin amacı; iki ya da daha çok kişiden oluşan topluluklar arasında bir şeyi ortak kılmak, anlaşma ve uzlaşma sağlamaktır. İletişimin bir sanat veya beceri alanı olarak bilinmesi ve işlenmesi İ.Ö. 5. ve 4. yüzyıllara, Platon ile Aristo'ya dek uzanmaktadır. Aristo “Rhetoric” adlı eserinde iletişimi bir konuşmacının dinleyicilere sunacağı konuşmanın oluşturulması veya biçimlendirilmesi olarak tanımlamaktadır (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 255).

Aristo Modeli'nde İletişim Aşağıdaki Öğeleri İçerir;

Konuşmacı ----- Konu (Tartışma) ----- Dinleyiciler

Model tek yönlü sözel bir etkinliktir:

Konuşmacı ----- İleti (Mesaj) ----- Alıcı (Dinleyiciler)

Bu klasik bakışta iletişim inandırıcı olma (ikna etme) sanatı anlamını taşıyor; burada konuşmacının iletilerini (mesajlarını) alıcılarla (dinleyicilerde) istediği tepkileri yaratmak üzere düzenleme becerisi söz konusudur. Fizik ve sosyal çevreden kişiye, gruba, topluluğa ulaşan her yansıma bir algılama kavramını birlikte taşımakta, bu yansıma ile ilgili her düşüncenin, her davranışın güncel yaşama, yaşam biçimine, fizik ve sosyal çevreye yansması olmaktadır. Bu durumda ortaya çıkan karşılıklı yansıma ise temel iletişim olgusunu oluşturmaktadır. Adına iletişim denen bu etkin yansımalar, genelde her zaman etkisinde kaldığımız duygularımız yardımıyla meydana gelir, bu duygularımızdan en etkili olanlarını iki grupta toplayabiliriz; 1- *Görsel İletişim*, 2- *İşitsel İletişim* (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 255).

İletişim kapsamında tarih boyunca uzmanlar teorik yaklaşımlar ve iletişim kavramının yapısı ve içeriği üzerine bilimsel açıklamalarda bulunmuşlardır. II. Dünya savaşında, kitle iletişim araçlarından Basının ve Radyo'nun kitleler üzerindeki etkilerinin sonuçlarından sonra başlamışlardır. Savaşta özellikle Alman propagandasının gücü açık seçik belirginleşen savaş sonrasında Birleşik Amerika'da başlayan çalışmalar, televizyonun da devreye girmesiyle birdenbire yoğunlaşmıştır (Brown Roger, 1983, s. 25). İletişim araçları ve onların etkileri üzerine araştırmalar, iletişim konusunun bilimsel yaklaşımlarla ele alınmasından daha öncedir. İletişim araçları tarihçilerinin, birdenbire bir patlama halinde ortaya çıkan bu dönemi “iletişim inkılâbı” olarak değerlendirmeleri bundandır (Evliyaoğlu, 1987, s. 132).

İletişimin en önemli özelliklerinden biri ise; kişiyi yakın ya da uzak çevresi ile bir bütün haline getirmektir. Bir diğer önemli özelliği ise iletişim konusunda bilgi ve becerilerinin sonradan farkına varmasıdır. Örneğin iletişimin en önemli aracı olan konuşma dilinin birey tarafından içinde yaşadığı toplumun da etkisi ile sonradan öğrenip, benimsemedir (Teker, 2009, s. 26). Kişi kavramının algılama konusunda sosyal çevrenin yansması, farklı davranış biçimleri, farklı düşünceler gibi birçok etkenin kişi üzerinde etkileri ve bu karşılıklı yansımaların temelini ise iletişim olgusunu oluşturması ve iletişim olarak tanımladığımız bu yansımaların da genel olarak duygularımız yardımıyla da meydana geldiği görülmektedir. Bunların en etkili olanları ise; Görsel İletişim ve İşitsel İletişim'dir (Uçar, 2014, s. 16).

1.3. Görsel İletişim

Yaşamımızın vazgeçilmezlerinden biridir görme duygusu. Yaşamın gerçeklerini görerek yaşamak ve görerek kurulan iletişimle hem etrafımızda yaşananları daha kolay anlayabiliriz, hem de bu olaylara tepkimizi kolayca şekillendirerek kendimizi anlatabiliriz. Çevremizde yaşananları, olayları öncelikle görerek tanımlar ve anlamaya çalışır ve sonra tepki veririz ve bu sebeple görme duygusu insanoğlunun en önemli duyularından biri olarak kabul edilmektedir. İnsanoğlu bu en önemli özelliğini geliştirmek ve etkin kılabilmek için on binlerce yıl harcadığı bilinmektedir. İnsanlık tarihi ile ilgili olarak günümüzde halen etkisini sürdüren en önemli kültür kalıntıları, ilkel mağara devri insanlarına dayanan, görsel iletişimin başlangıcı olarak bilinen simgeler, mağarada taşlar üzerine işlenen görsel motifler ve resimler ile bir şeyleri anlatma, iletişim kurma ve gördüklerini paylaşma gereçleri olarak kabul edilmektedirler (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 265).

Görsel iletişim, sembolik şekiller ve işaretler ile insanlar arasında sözlü diyaloga gerek duymadan iletişimi sağlayan bir kavram olarak bilinmektedir. Görsel iletişimin temelini oluşturan görme yeteneği algılamada önemli bir rol oynar. Çünkü tarih içinde görme yeteneği konuşmadan önce gelişmiştir. Görme duygusu insanoğlunun en önemli duyularından biridir. Çevremizdeki nesneleri, olayları, durumları önce görerek tanımlar ve anlamaya çalışırız. İnsanoğlu, bu özelliğini geliştirmek için on binlerce yıl uğraşmış, konuşmayı bilmedikleri için çok eski zamanlarda görsel olarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Yeni doğmuş bir çocuk konuşmayı öğrenmeden önce ilk olarak çevresine bakıp tanımayı daha sonrada sözcükleri öğrenerek sözlü iletişim kurmayı öğrenmektedir (Kaplan, 2015, s. 9-10). “Görsel iletişim, iki kişi arasındaki bilgi, düşünce, duygu ve beceri alışverişinin işaret, sembol, resim gibi görsel öğelerle gerçekleştirilmesidir. Görsel iletişim görme organının etkin olarak işe koşulduğu bir iletişim biçimidir” (Alpan, 2005, s.17).

Ernst Gombrich 'in “Sanatın Öyküsü” adlı kitabında şöyle bir saptamada bulunur, “mağaraların duvarındaki ve tavanlarındaki resimler düzenlice yapılmamışlar, tersine, belirli bir düzen anlayışından çok uzak olarak, bazen birbirleri üzerine boyanmış ya da çizmişlerdir. Bu kalıntıları daha iyi şöyle açıklayabiliriz: Bunlar, imgelerin etkisine ilişkin evrensel inanışın en eski örnekleridir. Başka bir deyişle bu ilkel avcılar, belki de oklarını ve taş baltalarını kullanarak elde ettikleri avlarının yalnızca resmini yapmakla, gerçek hayvanların da kendi güçlerine boyun eğeceğine inanıyorlardı” (Uçar, 2018, s. 17-18).

Görüşümüz her zaman canlıdır, hareketlidir ve içinde bulunduğumuz çevre de olabilecek her şeyi bizim görmemizi sağlar (Berger, 1988, s. 7). Bu bağlamda sözlü iletişimin yeterli ya da mümkün olmadığı alanlarda çevremiz ile bağlantı kurmamızı sağlayan tek iletişim şekli görsel iletişim'dir diyebiliriz. Örneğin konuşmanın yasak olduğu bir ortamda el, kol hareketleri ile karşımızdaki biriyle iletişim kurabiliriz. İngiliz filozof ve araştırmacı John Locke'a göre insan; %1

deneyerek, %2 dokunarak, %4 koklayarak, %10 duyarak, %83 ise çevresini gözlemleyerek öğrenmektedir (Saner ve Ünver, 1945, s. 61).

2. GRAFİK VE İLETİŞİM

İletişim sistemleri yalnız konuşma ve yazma ile sınırlanmış değildir. Sosyal etkileşim el, kol, yüz ifadeleri ve vücut dili ile de desteklenir. Ekonomik faaliyetlerde kullanılan sistemde ise iletişim, para, kredi kartları vb. ile sağlanır. Diğer iletişim sistemleri ise görgü kuralları, trafik kuralları gibi genel kurallar ile belli bir topluluğa özgü üyelik kuralları, kurum ve aile içi kurallar gibi özel kurallardan oluşur. Bununla birlikte, günümüzde iletişim, büyük ölçüde telefon, televizyon, radyo ve basın gibi teknolojik araçlarla sağlanmaktadır. Bu nedenden ki, iletişimin boyutları ve biçimi hem değişime uğramış hem de gelişmiştir (Güney, 2013, s. 41).

E. Becer ‘in *İletişim ve Grafik Tasarım* adlı eserinde grafik tasarım ve iletişim hakkında şu açıklamalarda bulunmaktadır;

“Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu bağlamda grafik iletişim, görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuş olarak tanımlanabilir. Bütün insanlar bir ileti işlevi görmektedirler. Yürüdüğümüz, mektuplaştığımız, televizyon izlediğimiz, telefon ettiğimiz, mesaj attığımız, uyarı levhalarını ya da trafik lambalarını algıladığımız sırada çevre ile bir mesaj alış-verişi içine girmekteyiz. Bu bilgi değiş-tokuşu insanları diğer canlılardan ayıran en önemli farklılıklardan biridir” (Becer, 2015, s. 28).

Grafik tasarım bir kuruluşun veya kurumun hedef kitle ile iletişimi kurmakta yardımcı olan araç ve gereçlerin genelini kapsamaktadır. Bu araç ve gereçler kuruluşun veya kurumun renginden tutunda, yazı fontuna kadar uzanmaktadır. Tasarımcı, kuruluşun içinde bulunduğu müşteri gruplarıyla ilgili bütün görsel iletişim de yardımcı bir rol oynamaktadır. Kuruluşa ait ürünlerin müşteri tarafından tanınması, farklılığı, rekabet konusunda diğer kuruluşlardan bir adım önde olması, hafızada kalıcı olması ve müşteriler tarafından tercih edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Teker, 2009, s. 175).

3. GRAFİK TASARIM

Grafik kavramının ilk olarak Almanya’da ortaya çıktığı bilinmektedir. Van de Velde 1898’den başlayarak, afişlerden ambalajlara ve Tropon’un tanıtma ilanına kadar, kamçı hareketleri biçiminde dekoratif bir çizgi geliştirmiş ve Berlin’de Lucian Bernhard, Manoli sigaraları için eksiksiz bir grafik çizgi ortaya koymuştur. Grafik tasarımının doğuşu dekoratif sanatlar devrimine kazan

uzanmaktadır. 19. yüzyılın sonuna kadar üretimin sınırlı bir talebe yanıt verdiği bir ekonomide işportacılığın yeterli olacağını ifade etmektedir (Weill, 2015, s. 11-12).

Aynı hızda grafik tasarım alanında da kendini gösteren bir diğer etken basımın gelişimidir. 1796'da Alois Senefelder tarafından bulunup George Engelmann tarafından geliştirilen litografi yıldan yıla daha da ilerlemektedir. Resimlerin büyük boyutlarda üretilmesini kolaylaştırır. Hammadde, yani lifleri çıkartılıp gitgide daha etkili olan işlemlerde, özellikle klor kullanımıyla uygun hale getirilmiştir (Voelter 1846) ağaç hamuru bazlı kâğıt, devasa tomarlar halinde ucuza satılmaya başlar. Kâğıt bu şekilde Andreas Bauer'le birlikte saatte binlerce yaprak elde etmeyi sağlayacak birçok buluşa imza atan Koenig'in keşfettiği tam otomatik baskı aletlerini besleyebilir hale gelir. 1860'lı yılların başında, Firmin Gillot fototipi ve fotogravür çalışmaları yapar, 1886'da Amerikalı Mergenthaler harfleri bir klavye üstünde bir araya getirmeyi sağlayan linotipi bulur, bu basım ve kitap adına bir devrimdir. 1905'te Ira Rubel mürekkepten tasarruf edilmesini sağlayan kauçuk ruloyu, ofset baskıyı icat eder (Weill, 2015, s. 11-13).

Grafik tasarım görsel dille etkisini gösteren bir iletişim aracıdır. Günümüzde etkili bir iletişim aracı olarak kabul edilen grafik tasarım daha etkin ve çeşitli fonksiyonları içerisinde barındırmaktadır. Grafik tasarımın görsel dili söze dayalı iletişim gücünün önüne geçmektedir. Örneğin; aynı dili konuşamayan, yazamayan insanların grafik tasarımın ortak dilini kullanarak iletişim sağlayabilmeleri bunun en açık örneğidir (İşingör, 1996, s. 152). Grafik tasarım, bir mesajı iletmek, bir ürünü tanıtmak için görselleri ve metinleri anlaşılabilir ve ayırt edilebilir bir şekilde ifade edebilmektir. Aynı zamanda hedef kitle ile görsel araçlarla iletişim kurma yolunu tercih eden bir görsel iletişim sanatı olarak grafik tasarımının öncelikli işlevi, bir ürün, hizmet ya da fikir hakkında bir mesaj üreterek söz konusu ürün, hizmet ya da fikri tanıtmaktır.

Grafik tasarım terimi ilk kez 20.yüzyılın ilk yarısında metal kalıplarla oyularak yazılan, çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzeme için kullanılmıştır. Gelişen teknolojiyle paralel olarak sadece basılı malzemelerde değil, film ile perdeye yansıtılan, video ve diğer manyetik kaydedicilerle ekrana, yansıtıcılara gönderilen ve son olarak iki binli yıllarla tüm yaşamımıza giren bilgisayarlar yardımıyla üretilen tüm görsel malzemeler de grafik tasarım kapısına girmiştir. Grafik tasarım tanımlanması ve kullandığı, etkin olduğu alan olabildiğince genişlemiştir. Bugünün grafik sanatçısı, tasarımcısı; yıllarca bu görevi üstlenen kaligrafi sanatçıların, baskı ustalarının ve zanaatçıların geleneğini devam ettiren bir meslek adamıdır. Tasarımı bir problem çözümü olarak tanımlarsak, grafik tasarımının yaptığı iş problem çözümünün iki boyutlu bir düzlem üzerinde gerçekleştirilmesidir (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 278).

Grafik tasarımcı belirli bir amaç için çalışır. Tasarımcı yaratıcı yönü ile problem çözmeye meyillidir, grafik tasarım alanında yaratıcılık son derece önemli bir yer tutar. Tasarımcı için tek bir çözüm yolu yoktur, birçok çözüm yolu ve çözüm yöntemi vardır. Bir grafik tasarım problemini çözmeden önce farklı yollarla farklı tekniklerle çözüme ulaşmaya çalışır. Grafik tasarım, esnek alanı ile yazı ve görselleri bir arada kullanarak mesajı hedef kitleye iletme işlevini üstlenir. Bu bir tür görsel iletişimdir. Grafik tasarımın içeriğinde tasarım bilgi ve beceri üst düzeyde bir iletişim kurma kabiliyeti de gerekmektedir. Bu bağlamda grafik tasarımın amacı, bir iletiyi bir kitleye görsel temalarla bir düzen içerisinde iletme (Kaplan, 2015, s. 2-3).

Grafik tasarım ve tasarımcının kökenleri, hissettiklerini, korkularını, mesaj ve beklentilerini çizimlerle anlatmaya çalışan ilkel insana kadar uzanır. Bu iletişim boyutunu yüzyıllar önce mağaralarda yaşayan insanlar taşların üzerine gördükleri canlıları çizerek ve onlara benzeterek keşfetmişlerdir. Zamanla bu yönünü geliştiren insanlar kendileri için anlam ifade eden işaretler, semboller yaratmışlardır. İnsanoğlu uzun yıllar resim yazı, kavram yazı diye adlandırabileceğimiz bu iletişim biçimini kullanmışlardır. Zor olan bu yöntem, yazabilen ve okuyabilen kişinin değerini arttırmıştır. Sembolleri iletişim için kullanabilmek için onlardan anlam çıkarabilmek, bunları kâğıda dökebilmek, teknik bir altyapıdan çok, felsefi bir bakış ve anlayışı da gerektiriyordu. Mısır uygarlığında ki katiplere verilen özel statü, değer ve önem, bu kişilerin eğitim düzeyleri, toplum ve ülke yönetimindeki saygınlığı buna en güzel örneklerdendir (Uçar, 2014, s. 92-93).

Grafik tasarım sanatını diğer sanat dallarından ayıran en önemli özelliği, yapılan işin bir baskı malzemesi olarak hazırlanmış olmasıdır. Afiş, amblem, logo, reklam ilanı, billboard, broşür, katalog, etiket, dergi, kitap ve ambalaj tasarımları, çeşitli reklamcılık ve sanayi tasarım ürünlerinin tümü grafik tasarımının konusudur. Çok geniş bir alanı kapsayan bu sanat dalı, temelde güzel sanatların uygulamalı sanatlarla ve yeni teknolojilerle buluştuğu bir alandır. Bir başka deyişle grafik sanatlar teknolojik olanakları kullanarak görsel öğelerden bir iletişim dili yaratır (Odabaşı, 2006, s. 17). Bugün çoğu grafik tasarımcı, mesleklerinin erken dönemlerinin vazgeçilmez bir parçası olan nesnellik ve tarafsızlık ideallerini savunmayı sürdürüyorlar. Bu tarz tasarımcılar, müşterilerinin mesajını çalışmalarının merkezî bileşeni olarak görüyorlar. Artık gözleri post modern sonrası dönemde tarafsızlık ve nesnelliğin imkânsızlığına açılmış olsa da bu tasarımcılar, bu mesajın net biçimde aktarılmasına çaba gösteriyorlar (Armstrong, 2012, s. 10).

Grafik tasarım kavramını, baskı sanatı ve teknolojilerinden ayrı düşünmek değerlendirmek olanaksızdır. Bu nedenle Türkiye’de ilk kurulan basımevini, grafik sanatının ilk filizlendiği ortam olarak gösterebiliriz. Kayıtlarda Türkiye’de ilk Türk basımevinin 1727 yılında kurulduğu (bazı kayıtlar Türk topraklarında

basımevinin kuruluşunu daha eskilere dayandırıyor olmasına karşın) yer almaktadır. Bu yıldan sonra aralıklı olarak devam eden yıllarda basım sanayi, baskı teknikleri, matbaa ve kitap basımı ile ilgili olarak birçok gelişme olmuştur. Türkiye’ de grafik tasarım konusunda uzmanlaşma Cumhuriyet’in ilanından sonra başlamıştır. 1920’lerde; Münif Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan kitap kapağı, afiş ve basın ilanı alanında yaptıkları nitelikli çalışmalarla Türk grafik tasarımına öncülük etmişlerdir (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 286).

3.1. Grafik Tasarım İlke ve Elemanları

Bir grafik tasarım ürününün amaca uygun, yenilikçi ve kaliteli bir tasarım olması için uyulması gereken belli başlı kuralları vardır. Bu kurallara uyulduğu zaman tasarımın kötü olma olasılığı içten bile değildir. Becer’e göre grafik tasarım ilkelerinin genel tanımı şu şekildedir; bir grafik tasarım ürününün, oluşumunda yardımcı olan hammaddelelerin bütünü olarak tanımlanabilir (Becer, 2015, s. 56). Bu bağlamda tasarımda olması düşünülen tasarım öğeleri; metinler ve görsellerin bir kompozisyon içinde kullanılan: “çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü ve yön” tasarım amacına yönelik bir arada kullanıldığında; bütünlük, görsellik çekicilik ve özgünlük gibi bir takım önemli formları ortaya çıkarmaktadır.

Tasarım içerisinde kullanılan her türlü kavram, görsel, yazılı ya da işitsel öğeler, hedef kitlenin algılayacağı türde ve onların amacına uygun nitelikte olmalıdır. Tasarımın başarılı bir sonuç elde edebilmesi için tasarımın içerisindeki renk, tipografi, biçim ve görsel öğelerin hedef kitlenin yaş cinsiyet, eğitim ve ekonomik durumları ile uyum sağlaması gerekmektedir (Kaplan, 2015, s. 11).

3.1.1. Grafik Tasarım Elemanları

Tasarım öğeleri, tüm görsel sanatlar alanları için geçerlidir. Bir grafik tasarım ürününün oluşturulmasında kullanılan öğeleri; çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü ve yön şeklinde gruplandırılmaktadır. Bu bağlamda grafikte temel tasarım ilkeleri ve elemanları bir grafik tasarım ürününün hammaddeleleri olarak adlandırılır (Becer, 2009, s. 56). Grafik tasarım ilke ve elemanları, zihnimizde tasarladığımız ve grafik ürünün gelişimine katkı sağlayan kurallar bütünüdür. Hedef kitleye iletilmek istenilen mesajı aktarma sürecinde, kullanılan görsellerin tasarlanmasında grafik tasarım elemanlarının önemli bir yere sahip olduğu düşünülmektedir (Atalayer, 1994, s. 66).

3.1.1.1. Çizgi

Görsel ifadenin ilk ve temel unsuru çizgidir, doğada çizgi yoktur. Bu bağlamda çizgi soyut ve geometrik bir ögedir. İki nokta arasındaki mesafe çizgidir, noktanın devamlı hareketinden oluşur, sanatçının duygularını doğrudan ve dolaylı yoldan aktarabileceği bir eleman olduğu düşünülmektedir (Üner, 2010, s. 60). Görsel ifade isteğinin temel ve ilkel aracı çizgidir ve sanat çizgiyle başlamıştır. Nokta başlangıç kabul edildiğinde belirli bir aralık boyutunda uzadığı zaman çizgi meydana gelir (Genç, 2012, s.13).

Çizgi grafik tasarımın yapısında yer alan en önemli elemandır. Noktaların birleşmesinden çizgiler oluşmaktadır. Bilim ve sanat açısından değişik biçimlerde yorumlanmıştır. Birbirleriyle bağıntıları, ilişkileri çoğalan gerilim noktalarının birleşmesinden çizgi doğar (Gill, 1984, s. 10). Çizgi hareket eden bir nokta olup, iki ya da daha fazla noktanın birleşmesinden oluşur. Çizgi böylece dinamik bir sanatsal eylemin aracı olmaktadır (Balcı, 2013, s. 69).

Çizgiler oluşum biçimlerine ve anlamlarına göre, insanda bir takım anlam ve duygular uyandırır. Üç grupta incelenebilirler;

- 1- Yatay ve Doğru Çizgiler: Sakinlik, durgunluk, sağlamlık ve sürekliliği yansıtmaktadır,
- 2- Dikey Çizgiler: Saygınlık, hayat, canlılık ve hareketliliği temsil etmektedir,
- 3- Düşey Çizgiler: Bitkinlik, cansızlık, korku, düşüş duygularını uyandırır (Buyurgan, 2001, s. 53).

Eğik doğru çizgiler: Sağlamlık duygusunun yanında hareket sağlar. Gözden uzaklaşan tren raylarına, yol kenarında uzayıp giden telefon telleri eğik doğru çizgilere örneklerdendir. Bir de eğri doğru çizgiler vardır bunlar: kıpırdama, kaynaşma, hareketlenme duygusu uyandırır. Rüzgâr, fırtına, ağaç dallarının boşlukta sallanması gibi (Kılıçkan, 2002, s. 35). Sanatçıların ve sanat eleştirmenlerinin ortak noktası çizgilerin aldıkları konuma göre bir anlam ifade etmeleridir, bu bağlamda tasarımcıların çizginin dilini çok iyi bilmeleri gerekmektedir. Söz edilen tasarımlarda düz çizgiler sağlamlığı, sakinliği ve sürekliliği temsil ederler. Dikey çizgiler hayat, canlılık, hareketliliği yansıtırken, eğri çizgiler dinamizmi ve enerjiyi yansıtmaktadırlar (Larcher, 1980, s. 33).

Tasarım formunun vazgeçilmez elemanlarından biridir çizgi, en basit ve yaygın noktaların birleşmesinden veya yüzeylerin kesişmesinden oluşur. Çizgiyi bir tasarım elemanı olarak ele aldığımız zaman; düz ya da

kıvrımlı, kalın ya da ince özelliklere sahip çizgiler tasarımı; objenin dikkat çekmesi, iki obje arasındaki ayrımı kolaylaştırmak için zaman zaman da belirli mesajların iletilmesinde kullanılmaktadır (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 208). Çizgiler kendi güzelliğini yansıtma özelliği taşırlar, alanı böler veya sınırlar, sembol oluşturabilir, kontur oluşturabilir, yönlendirme yapabilir, ton oluşturabilir, düzey ve desen oluşturabilirler (Gökaydın, 2002, s. 76).

3.1.1.2. Ton

Ton temel tasarım elemanlarından olup, bir sanat eserinde bir parçayı, alanı, öğeyi öne çıkarmak için, kompozisyon parçaları içinde hiyerarşi yaratmak için, ilgiyi bir yere toplamak için, derinlik yanılsaması yaratmak için, üç boyut izlenimi yaratmak için (yaratmak, ilgiyi bir yere toplamak, derinlik yanılsaması ya da üç boyut izlenimi yaratmak için; düzeltme bana aittir) kullanılan sanat elemanıdır (Balcı, 2013, s. 68). Ton, herhangi bir rengin siyah ve beyaz renk ile karıştırılmasıyla elde edilen o rengin değeridir. Açıklık koyuluk ilişkisi, ışığın yoğun olduğu yerde rengin beyazla karışımı renk değerini düşürür, ışığın az olduğu yerlerde siyahla karıştırıldığında değeri yükseltilebilir (Yılmaz, 2015, s. 89).

Ton yüzeylerin açıklık ve koyuluğu ile ilgilidir, vurguyu arttırmak, ilgili merkezi yaratmak ve üç boyutluluk etkisi vermek için kullanılmaktadır. Ton değeri yüzeyde kullanıldığı gibi tasarım elemanları ile birlikte de kullanılabilir (Öztuna, 2007, s. 88). Resim dilinde ton bir rengin açıklık ve koyuluk derecesini ifade eder-müzikte bir sesin inceliği ve kalınlığı gibi (Üner, 2010, s. 72). Tasarım yüzeyleri üzerinde en fazla görülen tonlar; grinin çeşitleri ve siyahtır, gri tonlar genellikle görsel imgenin yarım ton reproduksiyon tekniğiyle elde edilmektedir. Çizgi ve ton tasarımın genel kontrastını oluşturan elemanlardır (Becer, 2015, s. 57). Bu bağlamda tasarımda tonun kendine has önemli bir görevi vardır, bir rengin tonlarıyla yapılan tasarımda ya da sadece siyah-beyaz arasındaki ton değerleriyle bile pek çok düzenleme yapılabilir. Böyle çalışmalara tek renkli (monokrom) düzenlemeler denilmektedir (Güngör, 1983, s. 37).

3.1.1.3. Renk

Renk Farsça bir sözcük olan “Reng” sözcüğünden türeyerek dilimize girdiği bilinmektedir. Renk ışığın gözün retinasına ulaşması ile birlikte cisimler tarafından yansıyan çeşitli olarak gözde oluşan duyum olarak tanımlanabilir. Fizyoloji bilimi, göz ve beyinde yer alan sinir sisteminin elektro-kimyasal aktivitelerini, psikoloji ise, görsel deneyimlerin bir ögesi olarak rengin fark edilmesini inceler. Bu alanlarda birbirlerinden farklı renk kavramlarının kullanılması, konuyu biraz daha

anlaşılması güç hale getirmektedir. Ancak, tüm yaklaşımların ortak bir yönü rengin sanatsal bağlamdaki sorunları kapsamasıdır” (Genç ve Sipahioğlu, 1990, s.118). Renkler kullanım alanlarına göre farklılık göstermektedirler bunlardan bazıları; *Film Renkleri*, Durgun bir havada gökyüzünün maviliği gibi, ışık renkleridir; izleyiciye olan uzaklığı belirsizdir. Belirli bir dokuyu olmayıp saydam, süngerimsi bir niteliği de bulunmaktadır. Ayrıca film renkleri TV ekranı ya da bilgisayar monitörü gibi belli bir yüzeyi belirleyemezler; her halükârda, boşluk ve derinlik izlenimi yaratırlar. *Yüzey Renkleri*; Nesnelerin yüzeylerindeymiş gibi görünürler. İzleyiciyle aralarındaki uzaklık belirgindir. Örtücü olmakla birlikte normal olarak nesnelerin dokunabilir/maddi bir niteliğiymiş gibi algılanmaktadırlar. Yüzey Renkleri arada sırada, nesne olarak kabul etmediğimiz amorf imgelerin bir kalitesi olarak da algılanabilmektedirler. Örneğin; saydam olmayan bulut veya duman gibi (A.g.e., s. 118).

Renk konusu hakkında teknik, fiziksel ve psikolojik anlamlarıyla birlikişiler aşağıdaki açıklamalarda ki gibi renk konusunu ele almışlardır; Renk üzerine birden çok tanım yapmak mümkündür. Renk, ışığın cisimlere çarptıktan sonra yansıyarak görme duygumuzda bıraktığı etkidir (Kılıçkan, 2002, s. 75). Teknik bir ifadeyle renk; “*ışığın, kendi öz yapısına veya cisimler tarafından yayılma şekline bağlı olarak göz üzerinde yaptığı etkidir.*” (Meydan Larousse, 1992, s. 486). Bu bağlam da renk ve ışık arasında kuvvetli bir bağ bulunmaktadır. Diğer bir tanıma göre renk; kaynaktan ya da cisimden yansıyan ışığın, gözdeki ağ tabaka üzerine düştüğünde uyandırdığı duyumdur (Grolier International Americana, 1993, s. 202). Fizik bakımından renk ise, ışık demeti içinde enerjinin spektral dağılımı yani çeşitli dalgaların frekansları ve şiddetleriyle belirlidir (Yaman ve Anadol, 2003, s. 229). Psikolojik tanıma göre ise renk; “*ışığın dalga uzunluğuna göre, göz vasıtası ile insanda uyandırdığı bir duygudur. İnsanların ise bu hisse dayanarak sarı, yeşil, lila gibi solar spektrumunu teşkil eden bölümlerin karakter ve hüviyetini ayırt etmek üzere kullandığı terimlerin genel adıdır*” (Kalmık, 1950, s. 10).

Her rengin bir tonu vardır, görsel sanatlarda renk kadar tonlamaya önem verilmektedir. Herhangi bir rengin içerisine az da olsa gri renk bulunmaktadır, grilik değeri o rengin üst ve alt tonlarının da olduğunu göstermektedir. İçerisinde gri renk bulunduran renklere “tonal” renkler denilmektedir (Sun ve Sun, 1994, s. 222). Renk pigmentleri, boya, tekstil, kozmetik gibi maddeleri renklendirmeye kullanılan bileşiklerdir. Bu maddeler ince toz haline getirildikten sonra kullanılmak istenen madde ile karıştırılarak kullanıma hazır hale getirilir. Renk pigmentler doğada bulunan farklı bitki türlerinden elde edilebilir. Üç ana renk pigmenti vardır; kırmızı, yeşil ve mavi (RGB). Ana renkleri kendi aralarında ikili gruplar halinde ve eşit oranlarda karıştırıldığında ara renkler elde edilir.

Ara renkler ise; kırmızı +mavi (mor), mavi + sarı (yeşil) ve kırmızı + sarı (turuncu) ara renklerini oluşturur. Ana ve ara renkler bir arada olunca standart renk dizisini oluşturur. Rengi oluşturan iki önemli unsur vardır: 1- Işık, 2- Pigment (Boyar Madde)

1667 yılında Sir Isaac Newton Işık ışınlarını bir prizmadan geçirerek, rengin ışığın içinde yer aldığını kanıtlamıştır. Rengin üç boyutu bulunmaktadır: 1- Uzunluk (Rengin Türü), 2- Genişlik (Rengin Tonu), 3- Derinlik (Rengin Yoğunluğu),

Olarak üç grupta incelenmektedir. Renk, bir tasarımı meydana getiren temel yapı taşlarından biridir. Bu bağlamda bir tasarımcının insanların renk tercihlerini göz önünde bulundurması gerekmektedir. Amerika’da yapılan bir araştırmaya göre erkeklerin ilgisini mavi renk çekerken, kadınların ise kırmızı renge ilgili oldukları belirlenmiştir. Her renk, psikolojik bir mesaj ve duygu iletmektedir (Becer, 2015, s. 57-61). Renk türlerinin insanlar üzerindeki psikolojik etkilerine aşağıdaki tabloda yer verilmiştir. (Tablo, 1). Grafik tasarımcı, renk seçiminde dört önemli unsuru dikkate almalıdır;

- 1- Rengin kültürel çağrışımı,
- 2- Hedef kitlenin renk tercihi,
- 3- Firma, marka ya da ürünün karakteri ve kişiliği,
- 4- Tasarımdaki yaklaşım biçimi (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 282).

Mavi bütün insanların favori rengidir. Doğanın su ve gökyüzüne verdiği renktir buna karşın sebze ve meyvelerde nadiren bulunur. Günümüzde, mavi renk cennetin ve otoritenin, ticari işletmelerin rengidir. Kırmızı rengin sıcaklığına, ateşine ve yoğunluğuna kıyasla soğuk, ıslak ve dingindir. Küresel anlamda mavi renk, ülke bayraklarının %53’ü mavi renk içerir. Mavi en çok kullanılan kurumsal kimlik rengidir. Koyu mavi (lacivert) elbise rengi, resmi ve profesyonel iş adamı kılığı olarak bilinmektedir. Farklı kültürlerde mavi rengin anlamı; Yunan kültüründe mavi göz nazarı anlamı taşırken, Almancada “mavi olmak” sarhoş olmak anlamını taşımaktadır. Yeşil rengin anlamı, yeşil renk doğayı, yeniden doğuşu temsil eder. İslam ülkelerinde yeşil kutsal renk olarak kabul edilir.

RENK TÜRLERİNİN PSİKOLOJİK ETKİLERİ	
RENK TÜRÜ	RENK TÜRÜNÜN ETKİLERİ
KIRMIZI	Tutkunun rengi olan kırmızı, dikkat artırıcı, ilgi çekici, hareketlilik sağlayıcı, beyni çalıştırıcı, heyecan verici, sağlık, canlılık, aşk, zafer hissi, enerji, cömertlik, fedakârlık, ihsan, acıma, cesaret, güç, hayat dolu, ısıtıcı etkiler taşır. Abartılması halinde sertlik ve şiddet, tehlike, rahatsız edicilik, zulüm, günah ifade edebilir.
UÇUK PEMBE	Nezaket, yumuşaklık, tatlılık, çekingenlik, mahcubiyet, muhafazakarlık duygusu telkin eden bir renktir.
TURUNCU	Neşe verici, ısıtıcı, birlik olmaya yönlendirici, çok kullanıldığı durumlarda huzursuz edici, zenginlik, ılık ve verimliliği temsil eden bir renktir. Önsezinin, duru sevincin, dengeli gücün sembolü turuncu, iyimserlik yayar.
SARI	En ışıklı, hareketli, parlak ve neşeli renk olan sarı, zenginlik, bolluk, şeref ve sadakati hatırlatır. Sarı entelektüel olma, yöneticilik, hırs, iddia ve özgürlüktür. Canlı sarı, kişiyi aktif yapar, solgun sarıysa, dinlendirir ve gevşetir. Renk terapistlerine göre bu renk, tüm renkler arasında genel kas sinirlerinin gücünü arttıran tek renktir. Ağırkanlıları canlandıracak ve sinirleri uyaracaktır. Zihin uyarıcı etkisi olan ve iletişim kurmayı kolaylaştıran bu rengin aşırıya kaçılması halinde vandalizm, kıskançlık, hastalık, mantıksızlık, şüphe ve güvensizlik, sorumsuzluk, uçukluk getirir.
KAHVERENGİ	Toprak ana ve ağaçların rengi olan kahverengi, yeşil gibi yaşamın yeşermesini değil, olgunluğu temsil eden yatıştırıcı bir renktir. Ayağı yere basan, kararlı, ketum bir davranışa yönelticidir ve ciddiyet simgeleri
TABA	Kahverenginin içerisinde sarı da içeren hali olduğunu düşünecek olursak, kahverenginin olgunluk ve ciddiyetinin içerisine biraz daha neşe katılarak yumuşatılmış hali olduğunu söyleyebiliriz. Gerçekçi, yönlendirici, ısrar ettirici, kararlılık, evcillik ve aile çekirdeğinin ideal güvenliğini temsil eder.
YEŞİL	Genel olarak yeşil ağaçların yapraklarının, çimenlerin rengi olduğundan serinletici ve sakinleştirici bir etkiye sahiptir. Sessizlik, verimlilik, hayat, büyüme, doğa, bilgelik ve inancı çağırır. Her renkte olduğu gibi yeşilin de farklı tür ve tonları farklı duygular uyandırabilir. Yeşil kendine saygı, adalet ve güveni temsil edebilirken, abartılması megaloman, otoriter ama küstah, alaycı bir ifade yayabilir.
MOR	Mor, asalet, mistizm, utanç, hüznün, aşk ve aklın birleşimi, itibarın rengidir. Orta çağ Avrupa'sında aristokratların rengiydi ve saray itibarını temsil eden bir renk oldu. Mor, büyük alanlarda görüldüğü taktirde korkutucu ve huzursuzluk veren bir renk olabilir. Erguvan, haklılık, ihtişam, egemenlik ve asillik duygusu doğuran kişiler arasında ciddiyet ve mesafe duygusu telkin eder. Menekşe moru, dini otorite, kaos, ölüm, kendini adama, ilahi aşkı temsil eden bir renktir. Leylak rengiyse melankolik duygular telkin eder.
SİYAH	Beyazın zıttı olan siyah, iyi-kötü, gündüz-gece, yin-yang, yaşam-ölüm gibi var olan doğal ikilemlerin diğer' rengidir. Siyah her birimizin doğasında bulunan derin uyumsuzluğun sembolüdür. Bu renk, yas pişmanlık, suçluluğu sembolize edebileceği gibi, derin dinlendirici sessizlik ve sonsuzluk ya da yapısal kuvveti sembolize eder.
BEYAZ	Beyaz, bütün renkleri içinde barındırdığından birliğin ve saflığın sembolü olmuştur. Bir açıklık ve şeffaflık idealini yansıtır.

Tablo.1: Renk Türlerinin Psikolojik Etkileri (Martel, 1995, s. 85).
Aktaran: Özdemir, T. (2005, s. 391-402). “*Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Faktörler*” Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 14, Sayı 2, Adana. (E.T/09.02.2018).

Kırmızı renk, tutkulu aşk, şiddet ve baştan çıkarmanın, tehlike ve öfkenin rengidir. Küresel olarak kırmızı tüm ülkelerin %77 sinin bayraklarında yer alan renklerdenidir. Amerika borsasında düşüş anlamı taşımaktadır. Sarı rengin anlamı, prizma renklerinin içinde yer alan en parlak, en aydınlık, en ışıldayan renktir. Sarı renk doğada, ay çiçeği, yumurta sarısı, limon, kanarya ve arının rengidir. Mutluluğu ifade eder, korkaklık ve salgın gibi anlamlarda taşımaktadır. Küresel olarak tüm ülkelerde, güneş ışığı, mutluluk ve sıcaklığı temsil eder. Sarı renk ayrıca trafik ışıkları ve işaretlerinde uyarı anlamında kullanılmaktadır. Farklı kültürlerde sarı, Japonya’da cesaretin rengidir. Çin’de yetişkinler için yapılan filmleri (sarı filmler) ve Rusya da akıl hastanelerinde kullanılmaktadır. Aşağıdaki tabloda farklı kültürlerle göre renklerin anlamları yer almaktadır;

FARKLI TOPLUMLARIN DEĞER YARGILARINA GÖRE RENKLERİN ANLAMLARI					
KÜLTÜR	Kırmızı	Mavi	Yeşil	Sarı	Beyaz
ABD Avrupa	Tehlike	Yiğitlik Tatlı Sakin Otorite	Emniyet Güven Ekşi	Uyarı Korkaklık	Saflık
Fransa	Asalet	Özgürlük Barış	Suçluluk	Hazırlayıcı	Tarafsızlık
Mısır Arap Ulusları	Ölüm	Erdem, İnanç Gerçek	Verimlilik Güç	Mutluluk Refah Varlık	Sevinç
Hindistan	Yaşam Yaratıcılık		Refah Varlık Verimlilik	Başarı	Ölüm, Temizlik
Japonya	Öfke Tehlike	Utanc Aşağılık	Gelecek, Gençlik, Enerji	Zarafet, İtibar, Asalet, Çocuksu, Neşeli	Ölüm
Çin	Mutluluk, Keyif, Kutlama	Gökyüzü, Bulut	Hanedan, Krala Ait Onur	Doğum, Zenginlik Güç	

Tablo.2: Farklı Toplamların Değer Yargılarına Göre Renklerin Anlamları (Özdemir, 2005, s. 397).

3.1.1.4. Doku

Nesne ve varlıkların dış yapı özellikleri, yüzeylerinin dokunsal değerleri dokuyu oluşturmaktadır. Doğal ve yapay dokular ait oldukları nesnenin yapısıyla ilişkili olarak oluşur ve bu yapının özelliklerini yansıtmaktadırlar. Tasarımda kullanılan dokunun, yoğunluğu, azlığı, bölgeselliği ve derinliği tasarımcının ifade etmek istediği konu ile ilişkilidir (Genç, 2012, s. 19). Doku insanların görme ve hissetme

duyularına hitap eden, doğal veya yapay nesnelerin yüzey nitelikleri şeklinde tanımlanmaktadır. *“Grafik tasarımcının vazgeçilmez malzemesi olan kağıtlar da farklı dokularda üretilirler: sert ve düz, sert ve grenli, yumuşak ve düz, yumuşak ve grenli vb. Dokularda üretilen birçok kâğıt türü bulunmaktadır”* (Becer, 2015, s. 61).

Temel olarak dokular iki çeşit olarak bilinmektedir. Gerçek dokular ve görsel dokulardır. Gerçek dokular üç boyutlu iken, görsel dokular iki boyutludur. Gerçek dokular, ağaç, yaprak, tahta vb. nesnelerin yüzeylerinde var olan dokulardır. Kübizmden itibaren icat edilen görsel dokular sanat tarihinde yerini almaktadır. Günümüz resim sanatında neredeyse görsel doku kullanılmayan sanat eseri bulmak imkansızdır (Öztuna, 2007, s. 88). Yüzeyleri oluşturan yapı taşıdır doku, oluşan yüzeyler sayesinde biz bu yüzeyleri hem gözlemleyebilir hem dokunarak hissedebiliriz. Sanatsal anlamda doku hem görme hem dokunma duygusuna hitap eden bir elemandır. Tasarımın hem dış yapısı hem de içyapısı hakkında bilgi verir (Odabaşı, 2006, s. 69-70). *“Sanatsal anlamda doku, maddelerin doğal yapısının dış yüzeyindeki görüntüsüdür”* (Buyurgan, 2012, s. 55).

3.1.1.5. Biçim

Dünyada var olan bütün cisimlerin geometrik bir biçimi bulunmaktadır. Biçim genel olarak çizgi, renk ve renk tonlarından oluşan yüzeylerdir. Tasarımcının biçimleri doğaya dayalı tasarım kurallarını göz önüne bulundurarak iki boyutlu bir yüzeylerin üzerine, çizgi, renk, doku ve hareket ekleyerek farklı bir biçim oluşturabilir. Tasarımcılar geometrik şekilleri ya da parçalarını ortaya çıkararak yaşadıkları ortamı yakından inceleyerek özgün şekiller ortaya çıkarabilirler. Doğada var olan en yaygın şekiller; esnek, yumuşak, kavisli ve düzensiz olan organik şekillerdir. *“Biçim, çizgi ile sınırlandırılmış veya renk, ton gibi farklı değerlerle belirlenmiş bir alan olarak tanımlanmaktadır”* (Tepecik ve Toktaş, 2014, s. 43). Bu bağlamda tasarımcının görevi, hedef kitleye verilmek istenilen mesajı her ne koşulda olursa olsun, mümkün olduğunca çok sayıda kişiye aynı etkiyi uyandıracak şekilde biçimlendirmesi gerekmektedir (Erhan, 1978, s. 111). Biçim, valör, çizgi, renk, doku, boşluk gibi elemanların tanımladığı veya belirlendiği gerçek ya da hayali bir alanı işaret etmektedir. Resim sanatında biçim üç boyutlu bir görünüş kazana bilir, biçimin iki boyutlu görünümü onu formdan ayırmaktadır (Balcı, 2013, s.71).

Bu etkiyi yaratması için tasarımcının biçim psikolojisini iyi bilmesi gerekmektedir. Biçim tasarım bilgilerinin genel olarak değerlendirilmesi doğada olduğu gibi bütünü oluşturan formlara aynı potansiyel ile yaklaşılmalıdır. Bu bağlamda işlev, biçim ve estetik birliği içerisinde olan

formları elde etmek mümkündür (Yurtsever, 1988, s. 93). Form genel olarak üç boyutlu biçimler için kullanılır. Şekil ise bir anlamda formların dış konturlarının oluşturduğu iki boyutlu (yüzeysel) biçimler olarak algılanabilmektedir (Buyurgan, 2001, s. 58). Form ve şekil ilişkisi geometrik ve organik olarak iki grupta incelenir; form ve şekiller simetrik, asimetrik, durgun ve hareketli yapılarda bulunabilirler. 1- *Geometrik formlar; küp küre, prizma, dikdörtgenler prizması.* 2- *Geometrik şekiller; kare, daire, üçgen vs.* 3- *Organik formlar; insan, hayvan ve bitkiler olarak sınıflandırılmaktadır* (Buyurgan, 2001, s. 58).

3.1.1.6. Ölçü

Ölçünün tanımını yapacak olursak bir yapıyı oluşturan elemanların boyutları arasındaki sayısal ilişki veya bütünü oluşturan parçalar arasındaki sayısal değer olarak tanımlanabilir. Tasarım programlarında kullanılan ölçü boyutları ve tasarım ürünlerinde kullanılan ölçüler genel olarak aynıdır, örneğin; bir kartvizit tasarımı dünyanın neresinde olursanız olun hemen hemen aynı boyuttadır. Matbaa da kullanılan kağıtlarda bunlara örneklerdendir. Tasarımdaki biçimlerin ölçüsü, birbirlerine, tasarımın sınırlarına ve perspektifi algıya göre düzenlenmektedir, görsel ve fiziksel dengenin doğru kurulabilmesi için ölçü en önemli elemanlardan biridir (Genç, 2012, s. 32).

Görsel algı bağlamında nesnelerin ölçüsü bazı fiziki ve psikolojik etkenlerce etkilenebilir. Nesnenin durumu, uzaklığı, derinliği, konumu, parlaklığı gibi etmenler ölçünün algılanmasını etkileyebilir (Gül ve Latife, 2004, s. 53). “*Bir grafik tasarım ürünü, daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların bir araya gelmesiyle oluşur. Ölçüler büyüdükçe, etkileycilik ve algılanırlık da artar*” (Becer, 2015, s. 62). İki büyüklük arasındaki nitelik ve nicelik yönünden ilişkiyi ifade etmektedir. Nesnelerin ölçüsü önceki bilgilerimiz, büyüklüğü, parlaklığı, diğer nesnelerle ilişkisi ve düzenlenişi açısından değerlendirilip değişkenlik gösterebilmektedir (Tepecik ve Toktaş, 2014, s. 43).

3.1.1.7. Yön

Tasarımı oluşturan görsel formların, bir çizgi üzerindeki dizilimi ve yerleşim planı olarak tanımlayabiliriz. Tasarımda kullanılan görsellerin sağ-sol veya alt-üst de olması bazı durumlarda tasarımda dengeyi de sağlayabilir. Tasarımcı hedef kitleye vermek istediği mesaja göre tasarımda farklı yönlendirmeler yapabilir. Yön belli bir noktaya göre olan taraf, yer, istikamet (T.D.K. Türkçe Sözlük, 2018). Bir tasarımda öğelerin grup ya da tek olarak belli bir iç-dış noktaya, zıt yönler veya karışık yönler doğru yönelişleri ile elde edilen hareket algısıdır (Genç, 2012, s. 20). Bu bağlamda tasarım elemanlarından olan yön birçok faktör

tarafından etkilenebilir ve tasarımda kullanılan nesnelerin yapısal özellikleri yön duygusu yaratabilir. Aynı boyuttaki eşit iki unsur konumlama olarak sağ ve sol taraftaki yerleri değiştirilecek olsa sağdaki daha büyük algılanabilmektedir. Bu durumda dengenin sağlanması için iki eşit unsurdan sol taraftakinin biraz büyütülmesi gerekebileceğini tasarımcı dikkate almak zorundadır (Arıkan, 2008, s. 16). Bir tasarım yüzeyi üzerinde bulunan çizgiler, tipografi ve görsellerin yönü önemlidir. Örneğin; bir dergi kapağı tasarımında yer alan insan fotoğrafı, kişi ilk olarak dergiye baktığında direk olarak görsele odaklanmalı ya da tasarımda hareket eden görsel unsurlara. Bir başka örnek olarak gazetelerde dizgi dediğimiz “düzen” formu da tasarımda yöne örneklerdendir.

3.1.2. Grafik Tasarım İlkeleri

Yukarıda bahsi geçen tasarım elemanları bir tasarımın içinde nasıl kullanılacağını belirleyen bazı kesin ilkeler bulunmaktadır. Bunlar aslında bütün görsel sanat ve tasarım dallarında geçerli olan ortak ilkelerdir. Başarılı bir tasarımcı olabilmek için tasarımın genel ilke ve elemanlarını çok iyi bilmek ve ihtiyaç duyulan bütün tasarım alanlarında kullanması gerekmektedir. Örneğin; İyi bir aşçı yaptığı yemekte kullandığı malzemeleri, baharatları ve pişme süresini nasıl ezbere biliyor ve uyguluyor ise tasarımcıda tasarımın ilke ve elemanlarını bilmekle ve kullanmakla yükümlüdür. Tasarımcı yaptığı tasarım ürünüde konuya göre bilgili bir şekilde tasarım ilkelerini devreye sokar. Bütün tasarım ilkeleri, tasarımda eşit ölçüde yer almalıdır, çünkü ilkelerin asıl amacı tasarıma bir boyut kazandırmak olduğu için ilkelerin abartılı veya fazla kullanılması tasarımın yapısını bozabilir ve bunun sonucunda ilkeler işlevini kaybedebilir. Tasarım ilkeleri tasarımcıya bir pusula gibi yol gösterme aracı işlevi görmektedir. Tasarımcı tasarım yapmaya başlamadan önce muhakkak duygusunu, sezgisini, tasarıma bakış açısını ve hedef kitlenin görüşünü tasarımına yansıtmakla yükümlüdür. Bu unsurlardan uzak bir tasarım tuzsuz yemek gibi yavan bir hal alacaktır.

Tasarım ilkeleri, tasarımın oluşmasında kullanılan temel görsel etki kurallarıdır (Genç, 2012, s. 2). Grafik tasarım ilkeleri, bir tasarımda fikrin, planın, eskiz çalışmasının görselleşmesinde kullanılan tüm parçaların düzenlenmesinde, yani bir bütünü oluşmasında yardımcı olur ve aynı zamanda etkili bir tasarım için rehberlik eder. Grafik tasarım ilkeleri sanatsal çalışmaların planlanmasına yardımcı olduğu gibi sanat eserlerinin nasıl düzeltileceğine de yol gösterir ve katkıda bulunur (Öztuna, 2006, s. 67). “Görselleşen tasarım insanlara hızlı ve kolay ulaşır. Yazılar, fotoğraflar ve resimler grafik iletişimin vazgeçilmez elemanlarıdır. Bu elemanların doğru yerleştirilmesi tasarımın gücünü artırır” (İstek, 2005, s. 55). Becer’e göre tasarımın beş temel ilkesi bulunmaktadır bunlar: 1-

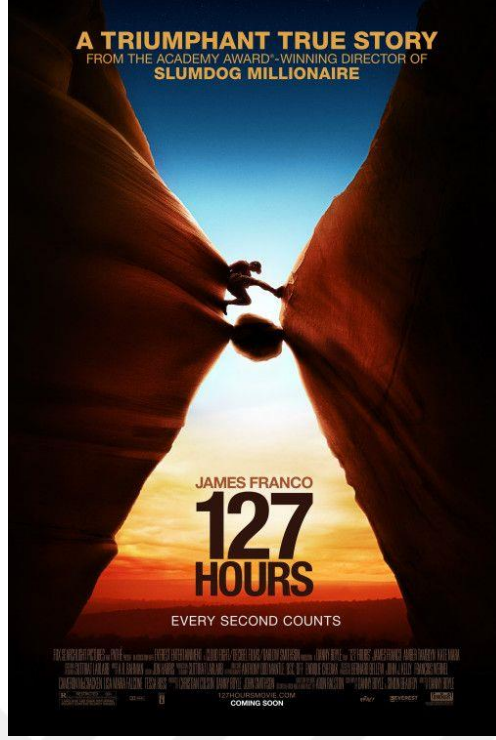
Denge, 2-Orantı ve Görsel Hiyerarşi, 3-Görsel Devamlılık, 4-Bütünlük, 5-Vurgulama'dır (Becer, 2015, s. 64). Ayrıca fonksiyon ve estetik diğer sayılabilecek ilkelere de sahiptir.

3.1.2.1.Denge

Denge doğada kendiliğinden var olan bir unsurdur. Örneğin; insanlar, hayvanlar, bitkiler, bütün nesneler, renkler bir denge içindedir, dengeyi oluşturan her bir harekete karşılık başka bir hareket vardır (Üner, 2010, s. 134). Bir düzlem üzerinde yer alan öğelerin, biçim, değer, doku, renk, yön ölçü veya aralıklarının birbirleri arasında bir denge oluşturması gerekmektedir. Şöyle ki düzlem üzerinde yer alan öğelerin birbirlerine ne kadar uygun, uyumlu ya da orantılı olursa denge oluşturmak kolaylaşır. Karşılaştırma söz konusu olduğu için düzlem üzerindeki öğeler bir bütünlük oluştururken birbirini tartarak dengeyi meydana getirir. Öğelerden biri diğerinden baskın olursa denge bozulur, bütün öğelerin birbirine eşit ve orantılı olması gerekir. Ağırlık merkezi birden fazla olmamalıdır, eğer tam tersi bir durum söz konusu olursa ağırlık merkezinde bir mücadele ortaya çıkar. Dengenin bozulduğu durumlarda dengeyi sağlayacak öğeler düzenlemeye eklenir ya da çıkartılır (Genç, 2012, s. 8).

Tasarımda denge, kullanılan görsellerin ağırlığının eşit olarak tasarıma dağıtılmasıdır. Bir tasarımda denge unsuru varsa o tasarım kendi içinde bir bütün oluşturmuş demektir. *“Tasarımı oluşturan parçaların tanımlı ve estetik bir biçimde yerleştirilmesidir”* (Duranlı, 2018, s. 5). Tasarımda dengeyi oluşturmak için kullanılan görsellerin tasarıma eşit olarak dağıtılması, gözü yoran unsurlarda daha dikkatli olunması gerekmektedir, çünkü tasarımda dengeyi sağlamak için bütün parçaların eşit olarak dağıtılması gerekmektedir. *“Denge, aynı ya da farklı nesneler arasındaki uyumlu ilişkidir”* (Buyurgan, 2012, s. 67).

Örneğin; bir aşçı yaptığı yemekte kullandığı baharatları fazla kullanırsa ya da pişme süresinde oynama yaparsa, yemeğin tadını ve görünüşünü bozabilir. Bu bağlamda aşçının yemeği lezzetli ve tarife uygun yapması için bütün malzemeleri dengeli kullanılması gerekmektedir. Afiş tasarım çalışmalarında dengeyi oluşturmak için görsel elemanları gözü yormayacak şekilde ortak bir noktada buluşturmak gerekir. Geometrik olarak ortak nokta sayfanın orta kısmının üzerine düşmektedir (Bingöl, 2010, s. 31). Bir tasarım ürününde bütünlüğü sağlayan en iyi yol dengedir. Denge, tek başına etkili bir ilkedir, tasarımda denge yok ise elemanlar ortada kalır. Dengeyi sağlamanın en iyi yolu elemanları ortak bir noktada birleştirmektir (İstek, 2004, s. 92) *“Denge, görüntü alanı içindeki görsel estetik öğelerin, nesnelerin ya da olayların birbirini tartacak şekilde düzenlenmesidir”* (Kılıç, 2003, s. 90). (Resim:1) Bir tasarım çalışması üzerinde dengeyi bozan unsurlar var ise dengeyi bozan parçaların; ölçüsü, rengi, dokusu, yönü, aralığı değiştirilmelidir ya da tasarımda bulunan boşluklarla yeniden biçimlendirmek gerekmektedir (Güngör, 1983, s. 96).



Resim 1. “127 Hours” Afiş Tasarımı

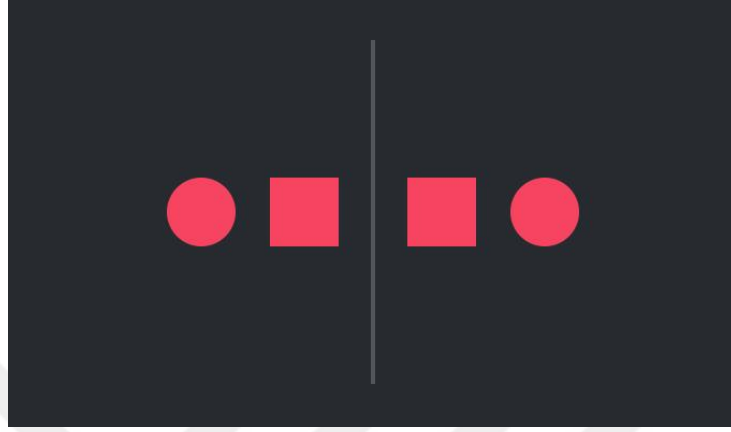
Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/318137161152713484/> E.T. 06.03.2018

Yukarıdaki örnekteki gibi iki tarafta eşit büyüklükte ve birbirine hemen hemen aynı mesafede bulunan kayaların, ortasındaki insan figürü ve tipografinin afişin tam ortasında olacak şekilde yerleştirilmesi dengeli bir tasarım ortaya çıkarmıştır. Tasarım anlamında hem dengeli hem de eşit parçalar ve boşluk dengesi oluşturmaktadır. *“Bir tasarım iki farklı denge sistemi içinde düzenlenebilir: a) Simetrik denge b) Asimetrik denge”* (Becer, 2009, s. 65).

a) *Simetrik Denge*

Simetrik denge, simetri denildiğinde ilk akla gelen orantılanmış ve dengeli parçaların oluşturduğu genel bir form akla gelmektedir. Bir diğer anlamı ise bir bütünün ortadan ikiye bölündüğünde öğelerin simetrik olarak iki tarafa da birbirinin aynı eşit şekilde düşmesine simetrik denge denilmektedir. *“Simetri sözcüğünün iki anlamı vardır. Simetri denildiğinde ilk 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”* (Becer, 2009: 65).

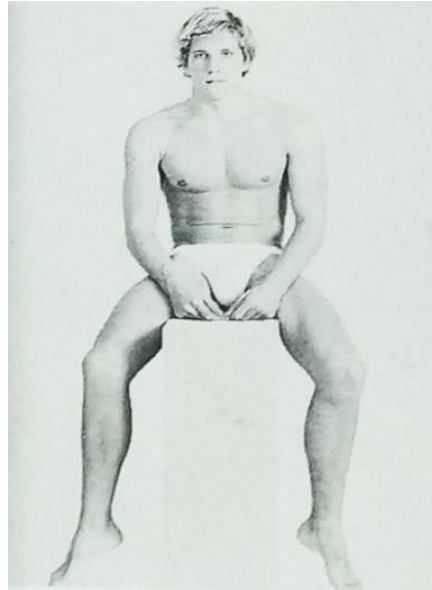
Doğada ki varlıkların hepsinde bir denge söz konusudur, insan gövdesi ve insan yüzü simetrisinin en yakınımızdaki örneklerindendir. *“Simetrik denge, bir eksene göre öğelerin aynı durumda tekrar etmesiyle oluşur, kesin kararlı oturmuş bir kompozisyon oluşturur, ancak fazla ilgi uyandırmaz”* (Atan, 2006, s. 35). (Resim:2)



Resim 2.Simetrik Denge

Kaynak: (Duranlı, 2018, s. 9)

Yukarıdaki örnekte olduğu gibi simetrik bir form, aynı ya da birbirine benzeyen iki farklı görüntüyü merkezin iki tarafına eşit olarak konumlandırılıp, aslında bir aynı görünümü elde edilir. Sıradan ve basit bir görünüm oluşturur. İlgi çekici değildir.



Resim 3.Simetrik Biçimlerin En Somut Örneği İnsan Gövdesidir

Kaynak: (Becer, 2015, s. 65)



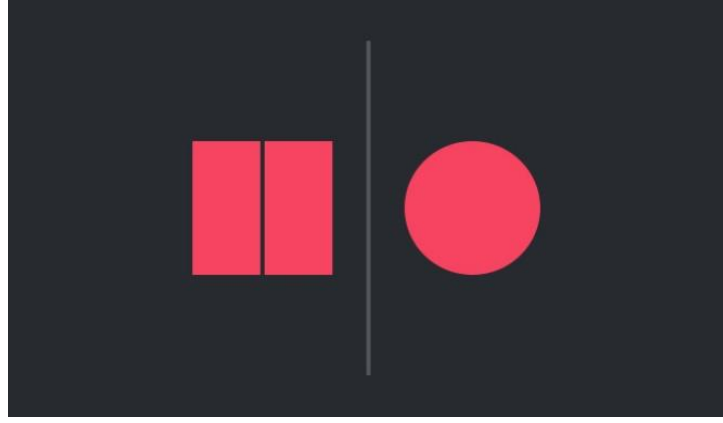
Resim 4. İran’da Yazılmış Bir Kur’an-ı Kerim’den Simetrik Sayfa Düzeni (1336-1375)

Kaynak: (Becer, 2015, s. 65)

b) Asimetrik Denge

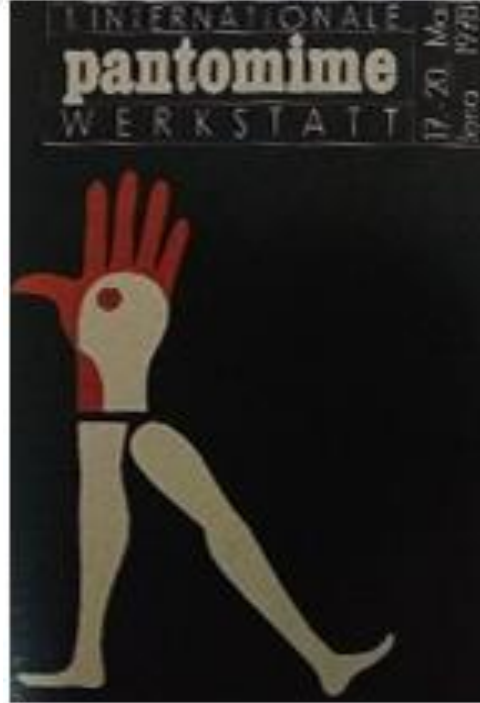
Asimetrik denge, her iki tarafta eşit, yalnız görüntü olarak farklı biçimlerde öğeler bulunduran bir denge türüdür. Dengenin hareket kazanmış versiyonudur. Asimetrik denge daha fazla görsel farklılık gösterir, simetrik dengeye göre daha ilgi çekici ve aynı zamanda daha karmaşık, anlaşılması güçtür. Demirel’e göre asimetrik denge; “birbirine eşit olmayan ağırlıkta ve mesafede, sıra dışı bir biçimde düzenleme yapılmasıyla oluşur. Göz simetrik denge düzenine aşınadır. Asimetrik denge, dikkati çekip şaşırtarak hemen fark edilir (Demirel, 2005, s. 151). Asimetrik denge, eşit ya da eşit olmayan görsel ağırlıktaki ve çekicilikteki öğelerin düzenlenmesiyle oluşturulan bir bütündür. Tasarımda anlatımı oluşturan elemanların birbirine olan, benzerliği, zıtlığı, üslûp ve uygunluk ilişkileriyle renk, biçim, hareket, kontrast ile oluşan denge, asimetrik dengeyi oluşturur (Atan, 2006, s. 35). (Resim:5)

Asimetrik denge, tasarımda kullanılan görsellerin ortak noktadan farklı yerlerde düzenlenmesiyle sağlanır, yazı, fotoğraf ve resimlerin büyük ve küçük olarak düzenlenmesinde asimetrik denge oluşumunda beyaz boşluk önem kazanmaktadır. Durağan ve hareketli bir asimetrik düzlemde beyaz boşluğun etkili kullanılması gerekmektedir, tersi bir durumda görsel elemanlar arasında bütünlük kaybolur ve iletişim sağlamada probleme yol açabilir (Pehlivan, 2009, s. 65).



Resim 5.Asimetrik Denge
Kaynak: (Duranlı, 2018, s. 10)

Yukarıdaki örnekte iki tarafında eşit olamayan öğelerin bulunduğunu görüyoruz, bu durumda asimetrik denge sağlanmış oluyor. Asimetrik denge, daha fazla görsel farklılık göstermesiyle birlikte simetrik dengeye göre daha hareketli, ilgi çekici ve aynı zamanda da daha karmaşıktır. Bu bağlamda simetrik denge anlaşılır ve basitken, asimetrik denge hareketli, karmaşık ve iletişimde probleme yol açmaktadır.



Resim 6.R.F. Müller Afişteki Görsel Unsurlar Arasında Asimetrik Bir Denge Söz konusudur
Kaynak: (Becer, 2015, s. 66)

3.1.2.2.Oran-Orantı

Bir tasarımdaki farklı elemanların görüntüsel boyut ve ölçeklerinin kendi aralarında ve parçalar arasında bulunan oranlarıdır. Tasarımcı görsel hiyerarşiyi amacına uygun şekilde kullandığında, mesajını etkili bir şekilde kurgular ve hedef kitleye iletir. Tüm bu süreç içinde renk, büyüklük, tipografi, görsel, açıklık-koyuluk, tasarımcının organize etmesi gereken elemanlardandır. İnsan gözü görsel algı konusunda formların birbirleri arasında olma ilişkilerinde orantısal bir bağ arar. Bu görsel orantısal bağ arayışı insanın kendinden ve doğadan gelen ilişki ile açıklanabilmektedir.

Bir tasarım yüzeyinde kullanılan, görsel unsurların farklı boyutlarını ve renklerini kullanarak değişken yapılar sağlamak mümkündür. Eğer yükseklik genişliğe, uzunluk kısalığa, renkli olan renksiz olana, dokulu olan dokusuz olana eşit gibi görünüyorsa tasarımda tekdüzelik ve hareketsizlik vardır (İstek, 2004, s. 91). *“Bütünün parçaları ve parçaların birbiri ile olan boyutsal açısı karşılaştırılması orantı olarak tanımlanabilir”* (Uçar, 2004, s. 151).

Becer'e göre (2015); Tasarımcının görsel açısından oran ve orantı, boyutlar arası ilişkilerdir. Bir görsel unsurun tasarım içindeki diğer unsurlarla kurduğu orantısal ilişkiler, algı ve iletişimi doğrudan etkilemektedir. Tasarımcı yaptığı tasarımda görsel unsurların birbirleri ile ilişkilerinde orantısal bir bağ kurmaya çalışmalıdır. Bir tasarımda uyumlu orantılar kurmak için matematiksel verilerden yararlanması gerekmektedir. Bu bağlamda simetrik yapı ilk bakışta göze çarpmayacak biçimde, ustalıkla tasarım içinde gizlenmesi gerekmektedir (Becer, 2015, s. 68-69).

Oran-orantı, sanat eserindeki öğelerin ya da elemanların birbirleriyle veya bütünle ilişkisini işaret etmektedir. Bir objenin kendi büyüklüğünün yalnız başına bir anlamı olmadığı gibi, bir nesneyi, başka bir nesne ile karşılaştırmadıkça onun ne kadar büyük ya da küçük olduğunu anlayamayız (Balcı, 2013, s. 81).

Görsel hiyerarşi, tasarımın içindeki görselleri vurgulamak için verilmek istenilen mesaja göre tasarımın ölçülendirilmesi anlamı taşımaktadır. Aşağıdaki örnekte; Yunanistan'daki Parthenon tapınağı Mimari elemanların ölçülendirilmesinde “Altın Oran Altın Oran, (Golden Ratio)” kullanılmıştır. (Resim:7) Altın oran Eski Yunanlıların doğayı (yaprak, çiçek, dallar) gözlemlemesi sonucunda bulunmuştur. Resim sanatında, Kübist ressamalar Altın oran ilkelerini kullanmışlardır (Becer, 2015, s. 69).



Resim 7. Partenon Tapınağı Altın Oranı
Le Corbusier “Fransız Mimar”

Kaynak: <https://www.fastcodesign.com/3044877/the-golden-ratio-designs-biggest-myth> E.T.07.03.2018



Resim 8. Son Yemek, 1955, Salvador Dali

Kaynak: <https://www.fastcodesign.com/3044877/the-golden-ratio-designs-biggest-myth> E.T.07.03.2018

150 yılı aşkın süredir Altın Oran (Golden Ratio), mimarların, tasarımcıların ve sanatçıların nesiller hakkında bilgi veren tasarımın ana ilkelerinden biri olmuştur. Fransız mimar “Le Cobusier” için Apple, “Marcus Vitruvius Pollio” için de Da Vinci Son Akşam Yemeği tablosu altın orana örneklerdendir. (Resim:8) Arkansas Üniversitesi Matematik Bölümü'nden Edmund Harrissen basit şekilde: "*Kesinlikle, estetik güzelliğin arkasındaki evrensel formül değildir*".

3.1.2.3. Tekrar ve Devamlılık

Görsel devamlılık tasarımıda yer alan temel unsurların (yazı, imaj, şekil, resim, fotoğraf) vb. aynı şekilde ara yüze dağılımı, fakat farklı farklı eşit aralıklarla ve aynı yönde kullanılması, boyutlandırılması tekrarı yani devamlılığı oluşturmaktadır. Bu tekrar tasarımıda dengeyi sağlamaya yardımcı olmaktadır. Tasarımın bir bölümünde veya tamamında, birbirinin

benzeri veya aynısı olan birim biçimin, eşit aralıklarla, azalan ya da artan aralıklarla, aralıksız, simetrik- asimetrik, eksende döndürerek, büyüterek-küçülerek veya pozitif-negatif olarak yan yana getirilip sayısının artmasıyla elde edilen örüntüdür (Genç, 2012, s.3). (Resim:9,10)

Uçar'ın tanımına göre görsel devamlılık; insan gözü kalabalıktan seyreğe, koyudan açığa, kolay algılamaya bilirden zor algılanabilere, büyüktan küçüğe, etkin ve güçlü renklerden solgun ve pastel renklere doğru bir algılama sırası izler. Bu sıralamanın tasarımcıya görsel bir yön oluşturma ve algılama yönünü kurgulayabilme konusunda yardımcı olduğunu belirtmektedir (Uçar, 2004, s. 155). Seylan'ın görsel devamlılık konusunda verdiği örnekler şunlardır; “Benzer objeleri grup olarak algılamak da bir devamlılık örneğidir. Örneğin binlerce çeşit otomobil, tek bir otomobil olarak algılanır, binlerce çeşit ağaç ise tek bir ağaç kavramı altında gruplanarak algılanabilir” (Seylan, 2005, s. 88).



Resim 9: M.C. Escher Regular Division Of The Plane,1938
Kaynak: <http://www.mcescher.com/> E.T.07.03.2018



Resim 10: M.C. Escher Regular Division Of The Plane With Bird,1949
Kaynak: <http://www.mcescher.com/> E.T.07.03.2018

Tasarım yüzeyinde izleyicinin gözünü dikkat çekmek istenen noktaya odaklamak gerekir. Öztuna'ya göre devamlılık yaratmak için, tasarımda ritmik ve sıralı hareketler, çizgiyle, renkle, şekilleri tekrarlayarak yapmak mümkündür (Öztuna, 2006, s. 64). İnsan gözü, tasarım yüzeyinde görsel elemanlar arasında, bazen de bir çizgi boyunca devam eder. Göz bir formdan diğer bir forma doğru kesintisiz geçişler yapabiliyor ise tasarımda devamlılık sağlanmış demektir. Becer'e göre tasarımda devamlılığı sağlamak için aşağıdaki yöntemlerden yararlanılabilir;

- 1- Görsel unsurlar gözün normal hareketlerine uyacak bir yönde yerleşmelidir.
- 2- Algılama yönü, okuyucunun dikkatini dağıtmayacak biçimde yerleştirilmelidir.
- 3- Göz, alışkanlık gereği, soldan sağa ve yukarıdan aşağı doğru bir yön izler. Gözün yatay hareketleri ise dikey hareketlerine göre daha kıvrak ve hızlıdır. Ayrıca göz; büyükten küçüğe, koyu tondan açık tona, renkliden renksiz, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir algılama sırası izlemektedir (Becer, 2015, s. 70).

3.1.2.4. Bütünlük

Grafik tasarımda bütünlük görsel bütünlük, birlik olarak da tanımlanabilir. Tasarımda bütünlük ilkesi en önemli etkenlerdendir, genellikle ortak noktaları olan bir şekilde birbirini tamamlayan formlar birlik, bütünlük oluşturur. Aynı rengin veya o rengin farklı tonlarının kullanılması ya da illüstrasyonlar için benzer bir grafik stili kullanmakta tasarımda bütünlüğü oluşturmaktadır. “Birlik, çalışma yüzeyi üzerinde, tasarım (düzenleme) elemanlarının (çizgi, doku, renk, leke, biçim, form, boşluk, değer) tümünün, tasarım ilkeleri (hareket, denge, ritim, vurgu, kontrast, tekrar ve çeşitlilik) doğrultusunda estetik bir bütünlük oluşturmalarıdır” (Buyurgan, 2001, s. 70). (Resim:11)



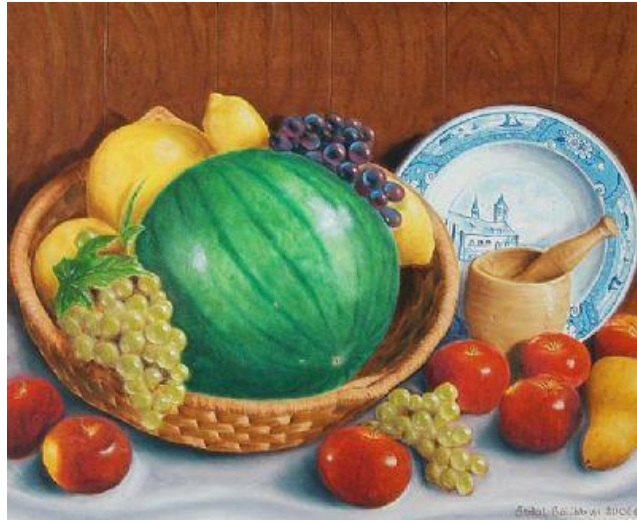
Resim 11: Bütünlük

Kaynak: (Duranlı, 2018, s. 5)

Tasarımda bütünlüğü korumak için formlar arasındaki boşlukları iyi kullanmak gerekir, örneğin kitap kapağı tasarımlarında alıcının gözü ilk olarak kitabın mesajına yöneleceği için görselin merkezi bir yerde olması gerekmektedir. *“Beyaz boşluğu kötü kullanırsak boşa giden, anlamı olmayan boşlukla (negatif alan) karşılaşırız. Bos bırakılan alan özel ve kaliteli olmalıdır”* (İstek, 2004, s. 67).

Grafik tasarımda gerektiğinde tasarımın bir parçası olarak kullanılan beyaz boşluk, sadeliğin ve bütünlüğün oluşturulmasında büyük rol oynamaktadır (Kaptan, 2008, s. 16). *Özel bir sayfa ya da seri hazırlanıldığında hepsini birleştirmek önemlidir. Tasarımcılar, okurun yazının ertesi gün tekrarının ya da iç sayfada devamının farkında olmasını sağlamalıdır”* (Seçim, 1997, s. 191).

Görsel bütünlük ilkesi, grafik tasarımda dengeyi sağlayan en önemli ve vazgeçilmez olandır, nedeni ise bütünlük tasarımda kullanılan tüm elemanları birbirine uyumlu hale getiren güçlü bir etken olmasıdır. Tasarımcı yaptığı tasarımda bütünlüğü oluşturmak için tasarım elemanları ile bütünlük ilkesi arasında bir bağ kurması gerekmektedir. (Resim:12) *“Bütünlük, insanın parçaları değil bütünü görmesini ve gördüğünü anlamlandırmasını sağlamaktadır. Gestalt psikolojisine göre bütünlük, kolay hatırlama, bütün etkisi ve başarılı bir iletişim sağlamaktadır”* (Yücebaş, 2006, s. 159).

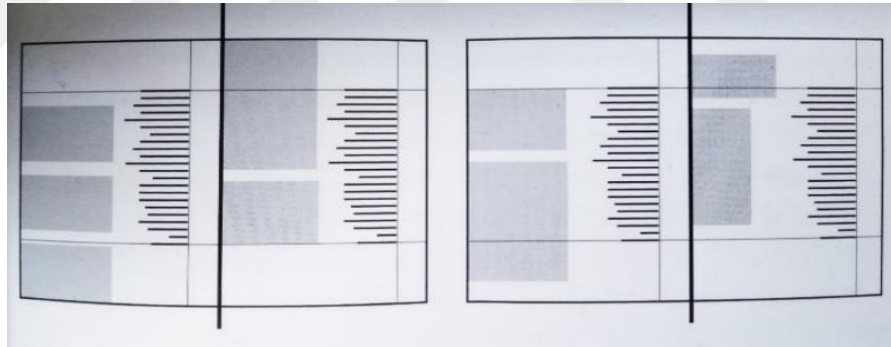


Resim 12: Bölükbaşı Erdal, 2007 “Karpuzlu Natürmort”

Kaynak: <http://www.artacademy.com.tr/ResimDetay.aspx?lk=DC601E16-969E-4C25-9344-042BC34137B8> / E.T. 08.03.2018

Becer'e göre; Tasarımcı bütünlük oluşturmada aşağıdaki yöntemlerden yararlanılabilir:

- 1- Bordür; Tasarımlarda kenarlara verilen boşluk ve kenar süsleri bordür olarak bilinmektedir. *“Tasarım yüzeyini çevreleyen bordürler bütünlük sağlamada kullanabilir. Bordürler arasındaki ölçü, ton, üslup gibi benzerlikler, bir tasarımı bütünlüğe ulaştırabilir”* (Becer, 2009, s. 72).
- 2- Beyaz Boşluk; Tasarımda beyaz boşluk bütünlüğü saylayan en önemli unsurlardan bir tanesidir. Tasarımda dengeyi sağlamak içinde beyaz boşluklara başvurulur.
- 3- Eksen; Daha çok dergi veya sayfa tasarımlarında eksenlere rastlanır, bazen görülür, bazen de gizli çizgilerdir. Genellikle grafik tasarımı programlarında (InDesign, Illustrator, Photoshop) gibi programlarda cetvel veya programın sayfa açarken görülen yatay ve dikey çizgilerdir. Becer'e göre; *“Bir tasarımdaki görsel unsurları bütünlük içinde toplamada en yaygın olarak kullanılan araçlardan biri de: gizli ya da görülen eksenlerdir. Bir grafik tasarım yüzeyinin çatısı; en az iki olmak üzere üç ya da daha fazla sayıda yatay ve dikey eksenin bir araya gelmesiyle kurulur”* (Becer, 2009, s. 73). (Resim:13)



Resim 13: Sayfalar Arasında Bütünlük Oluşturmak İçin Çoğunlukla Yatay ve Dikey Eksenlerden Yararlanılır
Kaynak: (Becer, 2015, s.73)

4- Üç Nokta Yöntemi

“Tasarımcı, kompozisyon yüzeyinde belirleyeceği üç odak noktasını tasarımın bağımsız birimlerini birbirine bağlayan unsurlar olarak kullanabilir” (Becer, 2009, s. 72). (Resim:14)



Resim 14: Paul Rand. “B” Harfî, Metin ve Fotoğraf Tasarımda Üç Vurgulama Noktası Oluşturmaktadır.
Kaynak: (Becer, 2015, s.73)

3.1.2.5. Vurgulama

Tasarımda vurgu, tasarımın odak noktasını oluşturan bir etkidir. Hedef kitle tasarıma baktığında gözüne ilk çarpan şey tasarımdaki vurgulanmış formdur. Bir tasarımda vurgulama yapmak tasarımın dengesini değiştirebilir, örneğin hedef kitleye hitaben bir resim, bir fotoğraf, bir tipografi hedef kitleyi tasarıma çekmeye yeterli olacaktır. Vurguyu elde etmek için tasarımın odak noktasındaki rengi, dokuyu, tipografi veya görsel formlarda oynama yaparak vurgulama yapabiliriz. Örneğin; bir afiş tasarımdaki görsel bütüne ek olarak farklı bir renk, doku veya şekil ekleyerek vurgu yapmak mümkündür. (Resim:15)

Vurgulama genel olarak tasarım ürünlerinin genelinde vardır, örnek olarak açıklayacak olursak, marketten aldığımız bisküvi paketinde krema dolgusu veya bisküvinin genel yapısının büyük kullanılması ürüne dikkat çekici bir hava katar buna vurgulama diyebiliriz. Web sitelerinde ilk göze çarpan bannerlar, gazete tasarımlarında büyük yazılarla yazılan manşetler, ilan tasarımları, teknoloji marketlerindeki indirim giren ürünlere dikkat çekmek için ürüne yapılan indirim gibi birçok alanda vurgulamadan faydalanılmaktadır. Becer’e göre vurgulama; “*ön plana çıkması gereken unsur ile ikinci planda kalması gereken unsur arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi kontrastı ile sağlanabilir*” (Becer, 2015, s. 74). Grafik tasarım sanatçıları eserlerinde baskın olan unsura ilgi çekmek için vurgulamaya

başvurmaktadırlar. Tasarımda okurun dikkatini çekmek ve sayfanın başlangıç noktasını hedef kitleye göre belirlemek için mutlaka vurgu alanı ya da odak noktası oluşturmak gerekmektedir. Ancak birden fazla oluşturulan odak noktası okurun dikkatini dağıtabilir ve vurgulama yaparken bütünlüğü bozabiliriz, bu bağlamda her sayfanın bir odak noktası olmalıdır (White, 2002, s. 63). Eğer birden fazla görsel forma dikkat çekmek istiyorsanız, ön planda tuttuğunuz görsel unsur ile diğer formlar arasında zıtlık yaratmak gerekmektedir. Odak noktası ile görsel etki alanı oluşturur ve hedef kitleyi tasarıma çekmekte başarılı oluruz (Tiryakioğlu, 2012, s. 20).

Bir tasarımda hedef kitlenin yani izleyicinin tasarımda yer alan elemanlar arasında en önemli olanı ve ön planda tutulanı tasarımcı tarafından farklı yöntemlerle odaklaması ancak ve ancak vurgu ilkesi ile sağlayabilir. Tasarımda bir öğeyi vurgulamak onu odak noktası yani ana merkez haline getirmek demektir. Bir elemanı odak noktası haline getiren sayfadaki konumu diğer elemanlar arasındaki büyüklük, biçim, renk, ton, parlaklık ve doku kontrastıdır (Yücebaş, 2006, s. 117). Öztuna tasarımda vurgulama konusu hakkında şu açıklamayı yapmaktadır; *“Tasarımcılar genellikle sıkıcı olmaktan korkarlar ve tasarımlarıyla ilgi çekebilmek, izleyiciyi aktif bir konuma getirebilmek için, vurgu noktasını kullanırlar. Vurgu aracılığıyla dikkati çekerek izleyiciyi tasarımı çözümlemeye yönlendirir”* (Öztuna, 2006, s. 65).



Resim 15: “Domates” Afiş Tasarımı

Kaynak: Vladimir Vascalup (2014)

https://www.adsoftheworld.com/media/print/followfish_tomato E.T.14.03.2018

3.1.2.6. Fonksiyon

Grafik tasarımda fonksiyonellik kavramına çok rastlanılmaktadır. Fonksiyon kelimesi Türk Dil Kurumu'nda şu anlamı taşımaktadır; *“Bir birleşikteki herhangi bir madde grubunun kimyasal görevi, bu görevi nitelendiren özelliklerin tamamı”*. Türkçe anlamı olarak fonksiyon kullanışlı, faydalı formlar için geçerlidir. Tasarımda fonksiyon sanatçının duygularına, iç dünyasına ve konuya bakış açısına göre değişebilir. *“Fonksiyonellik işleyiş bakımından amaca uygunluğunun ve belirli bir amaçla ilgili eylem türü uğruna yapılm görevinin ifadesidir”* (Turgut, 1989, s. 34).

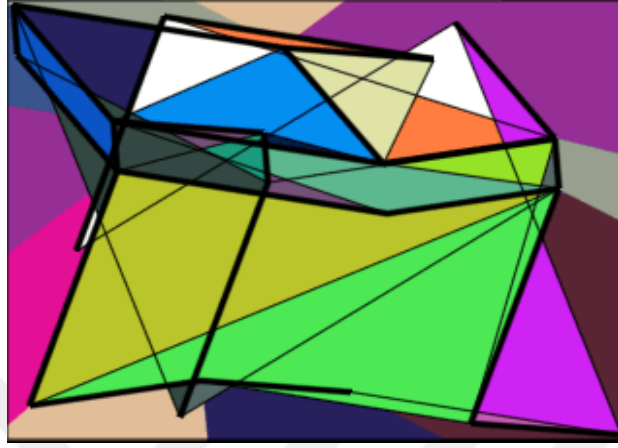
Bir sanat eserinde, yararlılık aramak yanlış bir davranıştır. Çünkü, sanatta zevkin yararlılıkla ilgisi yoktur. Sanat akımlarını yaptığı eserlere yansıtan ünlü grafik sanatçıları eserlerinde bir iç güzellik, tasarıma farklı bir yorum olarak fonksiyon yaratabilirler. Örnek verecek olursak; afiş tasarımları, kitap kapağı tasarımları, ambalaj, etiket, davetiye vb. gibi grafik tasarım ürünlerinde fonksiyonellik ve güzellik birlikte ele alınan öğelerdir. Hedef kitlenin alıcı gözüne hoş görünen, tasarım ürünleri güzellik ve fonksiyonelliğe bağlı bir şeydir. Grafik tasarımcılar fonksiyonelliği müşteri tarafından istenilen tasarımın, kullanılabilirlik, yararlılık, güzellik ya da standartın dışına çıkarak müşterinin memnuniyetini sağlamakla yükümlüdür. *“Eğer fonksiyonellik güzelliğin şartı olsaydı, bir eşya kullanışlı olduğunda güzel, olmadığında çirkinleşecekti”* (Turgut, 1989, s. 12).

3.1.2.7. Estetik

Estetik, sanatla özdeş tarih boyunca çoğu kez dinsel ve parasal güçlere araç olmuş töresel değerler çerçevesinde baskı altında bırakılmıştır. Bu durumun yansıması mimarlık ürünlerinde özellikle de konut tasarımlarında etkin bir biçimde görülmüş ve bugün bile görülmektedir. Teknolojinin Estetik ve Sanat alanında 1960'lar sonrası etkisi çok fazla olmuştur. Bu dönemin öncü sanat araştırmacılarının genel ilkesi gerçeğe, nesnele maddesele yönelmesi ve buna karşılık derinlik, figür ve madde aldatmacasına karşı cephe almasıdır (Öztürk, 1978, s. 383).

Yeni Gerçekçilik, Pop-Art, Minimal Sanat, Yoksul Sanat, Land-Art Süreç Sanat, Kavramsal Sanat, Gövdesel Sanat, Aşırı Gerçekçilik bu temel ilkeye bağlı, teknolojiyle iç içe çağdaş sanat alt kümeleri ve akımlarıdır. Teknoloji sanat alanında olduğu gibi tasarlama alanında da anlatım araç ve gereçlerini yenilemiştir. Bilgisayarla çalışan sanatçı/tasarımcı renk lekelerini ya da yalın biçimler gibi gösterge ve üst göstergeleri önceden belirlediği dizimsel birleştirme kurallarına göre bir

araya getirir, sonra bu yapıları dizgeli ya da rastlantısal bir biçimde geliştirerek tüm olasılıkları denemeye çalışır. Estetik duygusunu okşayan dolayısıyla yapıtını meydana getirecek olan sonuçları alıkoyar. (Öztürk, 1978, s. 384). (Manfred Mohr'ın çalışmaları buna örnektir). (Resim:16)



Resim 16: Manfred Mohr “Space Color Motion, 2002”

Kaynak: http://www.emohr.com/www_m1/movies_777.html / E.T.14.03.2018

Manfred Mohr algoritmalarla dayanan dijital sanatın öncüsü sayılır. 1960'lı yılların başında Prof. Max Bense' nin bilgi estetiğini keşfettikten sonra, Manfred Mohr'ın sanatsal düşüncesi kökten değişti. Birkaç yıl içinde sanatı soyut dışavurumculuğundan bilgisayarla oluşturulan algoritmik geometriye dönüştü. Ayrıca 1967 yılında tanıştığı bilgisayar müzik bestecisi Pierre Barbaud tarafından cesaretlendirilen Manfred Mohr, ilk çizimlerini 1969'da programladı (Mohr, E., 2018).

Temsil ettiği koleksiyonlardan bazıları: Centre Pompidou, Paris; Joseph Albers Müzesi, Bottrop; Mary ve Leigh Block Sanat Müzesi, Chicago Victoria ve Albert Müzesi, Londra; Ludwig Müzesi, Köln; Wilhelm-Hack Müzesi, Ludwigshafen; Kunstmuseum Stuttgart, Stuttgart; Stedelijk Müzesi Amsterdam; Museum im Kulturspeicher, Würzburg; Kunsthalle Bremen, Bremen; Musée d'Art Moderne et Contemporain, Strazburg; Daimler Contemporary, Berlin; Musée d'Art Contemporain, Montreal; Borusan Sanat Koleksiyonu, İstanbul; McCrory Koleksiyonu, New York; Esther Grether Koleksiyonu, Basel; Thoma Sanat Vakfı Chicago (Mohr, E., 2018).

İKİNCİ BÖLÜM

AFİŞ TASARIM

1. AFİŞ TASARIM

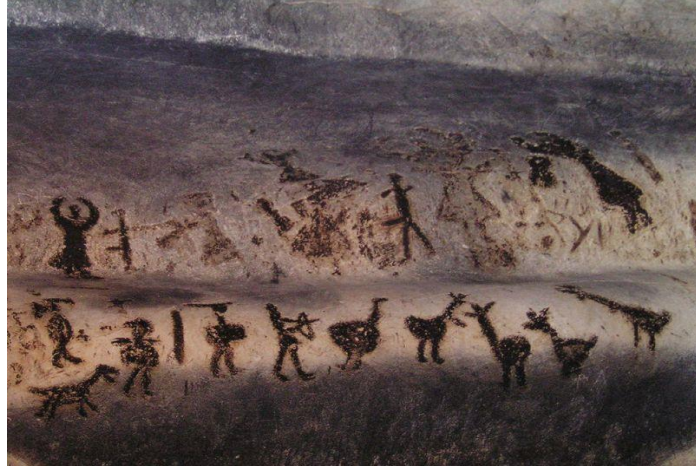
1.1. Afiş'in Tanımı

Afiş Fransızca bir sözcük olan “Affiche” sözcüğünden türetilerek dilimize girmiştir. İngilizce karşılığı “Poster”, Almanca karşılığı ise “Plakat” olarak tanımlanmaktadır. Afişin anlamı ise; bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış genellikle resimli duvar ilanı şeklinde ifade edilebilir.

Afiş, bir ürün ya da hizmetin tanıtımı için açık mekanlarda yer alan en önemli açık hava reklam araçlarından biridir. Aynı zamanda televizyon, radyo ve basın ilanlarını desteklemesi bakımından da önemli bir yere sahiptir. Günümüzde dijital baskı teknolojisinin gelişmesi ile birlikte afiş tasarımı dış mekanlarda hava şartlarına daha uzun süre dayanır hale getirilmektedir. Afiş, yalın tipografik ve görsel tasarımı ile reklam mesajını hedef kitleye en etkili ve en hızlı ileten reklam araçlarından biridir. Afiş denince aklımıza ilk gelen şey, genel olarak dış mekanlarda yer alan basılı reklam ürünü olarak bilinmektedir. Afişin ana amacı enformasyon vermek yerine, mesajı çarpıcı bir şekilde iletmek olmalıdır (Teker, 2009, s. 139- 141).

Grafik tasarım sanatının görsel bir iletişim ürünü olan afiş tasarımları teknolojinin ilerlemesi ile her geçen yıl daha farklı tasarımlarla karşımıza çıkmaktadır. Grafik tasarım ürünlerinin teknoloji sayesinde çoğalan bir ürün dağarcığı mevcuttur bunlar: Tanıtım broşürleri, kataloglar, ilan tasarımları, web site tasarımları, amblemler, logo tasarımları ve afiş tasarımları birer görsel tasarım ürünüdür. Bunların içerisinde, en eski tarihe sahip olan afiş tasarımları hayatımızda önemli bir yere sahiptir. Afişler, dil bilimsel öğeleri ve görsel içerikleri ile iletişimi gerçekleştiren basılı grafik tasarım ürünleridir (Kaplan, 2015, s. 36). “*Afiş, yalın tipografik ve görsel tasarımı ile reklam mesajını hedef kitleye en etkileyici ve hızlı bir şekilde ilettiği en önemli reklam araçlarından biridir*” (Teker, 2009, s. 139).

Afiş tasarımları basılı iletişimin en basit şeklidir: düz bir kâğıdın bir tarafına basılmış tek bir mesaj oluşturmak için birleştirilen resim ve kelimeler. Mağara duvarındaki en eski insani işaretler aslında afişlerdir: sanatçı topluluğu tarafından görülmesi gereken mesajlardı. Bu tür çalışmalar bugün duvar resimleri veya duvar yazısı olarak adlandırılmaktadır. Afiş tasarımlarının şu an bile duvarlarda olması aslında geçmişe dönük bir mesaj ifade etmektedir. Yüzyıllar evvel mağara duvarlarına yapılan figürler ve resimler aslında insanların gördüğü yaşadığı olayları anlatan formlardır. (Resim:17)



Resim 17: “Magura Mağarası Bulgaristan”

Kaynak: <http://arkeofili.com/tarih-oncesi-donemden-11-magara-sanati/> E.T.14.03.2018

Ulufar Teker’in “Grafik Tasarım ve Reklam” adlı eserinde afiş tasarımı dikkat edilmesi gereken hususlar şu şekilde ele alınmaktadır;

- 1- İlk bakışta algılanabilir olmalı,
- 2- Mesaj çarpıcı ve hızlı iletilmeli,
- 3- Mesaj duygusal ve uyarıcı olmalı,
- 4- Sözcükler kısa, ilginç ve anlaşılır olmalı,
- 5- Mesaj bilgilendirmekten ziyade eyleme geçirici olmalı,
- 6- Mesaj iletme görevi özgün imgelere yüklenerek, sözcüklerin sayısı azaltılmalı,
- 7- Görsel düzenlemesi çarpıcı, basit ve yalın olmalı,
- 8- Özgün tasarlanmalı ve benzer kuruluşların afişlerinden ayırt edilebilmeli,
- 9- Tasarım ve tipografi gereksiz detaydan arındırılmalı,
- 10- Alışılmışın dışında dikkat çekici tasarım unsurları içermelidir,
- 11- Görüntü karmaşası yaratacak kadar çok resim ve yazıya yer verilmemeli,
- 12- Kullanılan imge (görüntü) tek olmalı, birden çok imge kullanılmamalı,
- 13- Resim de ayrıntı azaltılarak etki artırılmalı,
- 14- Kolay algı için imgeler büyük kullanılmalı,
- 15- Tipografi en az on metreden okunacak büyüklükte ve sade olmalı,
- 16- Tipografik düzen tasarımın bir parçası olarak algılanmalı,
- 17- Renkler, sembolik, kimlikli ve dikkat çekici olmalı
- 18- Zemin rengi kontrast olmalı imgeyi öne çıkarmalı,
- 19- Etrafındaki afişlerden az etkilenecek şekilde tasarlanmalı,
- 20- Birlikte yan yana asıldıklarında oluşturulacakları görüntü dikkate alınmalı
- 21- Günün her saatinde ve her mevsim koşulunda (yağmur, kar, sis gibi.) algılanmalı,
- 22- TV ve diğer basın ilanları ile birlikte bütünlük sağlamalıdır (Teker, 2009, s. 141-142).

Alex W. White afiş tasarımı konusunu şu şekilde ele almıştır: Baskının icadı ile afişler, yüzlerce yıl boyunca, beyaz kâğıt üzerine siyah mürekkep ile basılmıştır. Daha sonraki standartlara göre basit olsa da baskı çok daha büyük bir kitle için birden fazla konumda bir mesaj yayınlardı. Renkli litografinin gelişimi, rakip firmaların yoldan geçenleri çekmeye yönelik çabalarına bir avantaj sağladığından, afişler 1800'lerin sonrasında "yayın" yöntemiyle. Sanatçılar, eski estetiklerini büyük ölçüde faydacı işçiliğe sahip olanlara taşıdılar: yazıcılar tasarımcılardı. Posterlerin etkinliği, sadelik (hem mesajın hem de tasarımın), geniş katı alanlar ve mektup formlarının anlamlı kullanımıyla ilişkilendirilebilir. Bir mesajın öne çıkması zorluğun yarısıdır, diğer yarısı da değerli bir şey söylüyor olmasıdır (White, 2011, s. 62).

Becer'e göre (2015) afiş tasarımı; tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünleri olarak tanımlamaktadır. Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus gibi sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük katkısı olmuştur (Becer, 2015, s. 201). Afiş tasarımı günümüzde bir ürün ve hizmeti tanıtmada kullanılan en yaygın iletişim aracıdır. İnsanların kalabalık olduğu yerlerde sıkça rastlarız, otobüs duraklarında, alışveriş merkezlerinde, cadde ve sokaklarda insanların dikkatini bir ürüne veya hizmete çeken basılı iletişim araçlarıdır. Richard Hollis'e göre grafik tasarım ürünü olarak afişler; *"görüntü ve sözün mümkün olduğunca tek anlama ve hatırlanma değerine sahip olmak zorunda olduğu, sunum ve tanıtım kategorilerine aittirler"* (Hollis, 2005, s. 11). Afiş tasarımlarına açık hava reklamları veya ev dışı reklamlar denir. Afiş tasarımları görsel bir medyadır ve televizyondaki reklamlarla karşılaştırıldığında bir avantajı bulunmaktadır, afiş tasarımları okuyucuya kaçınılmaz olma fırsatı sunarken, televizyon reklamları karşımıza çıktığında kanalı değiştirme, yani bize seçim hakkı tanımaktadır (Sezer, 2009, s. 37).

Bu bağlamda açık hava reklamcılığı hedef kitleye kişisel yorumlama imkânı sunmaktadır. *"Afiş, bir haberi, bir olayı, siyasal, sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan, topluma duyurmak amacıyla, değişik yüzeyler üzerine yapılan ve belirli boyutlarda insanların kalabalık olduğu alanlara; hastane, okul, mağaza önleri, köy, kasaba ve şehirlerin çeşitli yerlerine asılan duyurulardır"* (Bektaş, 1992, s. 14). Örneğin otobüs yolculuğu yaparken şoförün arkasında yer alan reklam afişine gözümüz takılabilir ve o esnada etrafta herhangi bir görsel ürün olmadığında afiş tasarım yüzeyinde ne varsa bir göz gezdirir ilgimizi çeken bir şey ise ona ilgi duyabiliriz. Afiş tasarımları genel olarak, reklam ürünleri olarak kullanılmaktadır. Bu tasarımlar her an değişebilir bir dünyanın serbest rekabete dayalı pazarlama mekanizması içerisinde yer alabilmenin birinci şartıdır. Rekabetçi firmaları canlandıran ürün ve hizmetlerinin kalitesini yükselten, fiyatı düşüren böylelikle ekonomilerini güçlendirmeye yardımcı olan şey yayındır. Mal veya hizmeti tanıtan reklam ürünlerini etkili bir mesaja dönüştürerek hedef kitleye iletmek yararlı bir pazarlama stratejisidir (Çivirilli, 1993, s. 11).

1.2. Afiş'in Gerekliliği

Afiş tasarımları kısa ömürlü bir reklam ürünüdür, herhangi bir mesajı iletme, bir ürünü tanıtmak veya bir haberi duyurmak için en etkili grafik tasarım ürünlerindendir. Gazeteler de haberleri tanıtabilir, gazete ilanları da aynı işlevi görebilir ama afiş tasarımları ücretsiz ve insanların kalabalık olduğu yerlere asılır, duvarlara yapıştırılır böylelikle büyük bir kitleye verilmek istenilen mesajı iletir. Afiş tasarımlarını genel olarak günümüzde teknoloji marketlerin düşük bütçeli reklam ürünü olarak kullanırlar, örneğin; haftanın herhangi bir günü indirimine giren ürününü web sitelerinde, markanın farklı şubelerinin girişlerinde, otobüs duraklarında, sosyal medya mecralarında veya sokaklarda uygulayıp, kullanarak o an ki ürünü satmaya yönelik kısa süreli bir reklam çalışması yaparlar.

Başka bir örnek verecek olursak hastaneler 'de bir hastalığı, bir sosyal mesaj taşıyan haberi veya ailelere yönelik bir yardım için hastane içerisinde insanların görebileceği şekilde farklı alanlarda afiş tasarımları kullanılır. Afiş tasarımlarının şehir içindeki kalabalık yerlere asılması insanlara olayları sürekli hatırlatmaya çalışması açısından önemli bir kitle iletişim medyasıdır. Afiş tasarımları hedef kitleye üretim veya tüketim konusunda bilgi vermezler, bunun dışında sosyal ve siyasal olayların halka anlatılmasında önemli bir rol oynarlar. Bu bağlamda afiş tasarımları hayatımızın her anında bize yardımcı bir iletişim aracıdır, günümüzde televizyon kadar etkili bir iletişim ürünüdür. Çünkü afişin sürekli hedef kitlenin karşılaşabileceği yerlerde olması, sürekli bir hatırlatma özelliği taşıması hayatımızda önemli bir yer tutar.

1.3. İletişim ve Afiş

Grafik tasarım ürünlerini birer iletişim aracıdır. Bu iletişim araçlarının tasarlanmasında, iletişim kuralları ürünün başarıya ulaşması açısından önemli bir yere sahiptir. İletişim kuralları ile ürün amaca uygun bir şekilde tasarlanabilir. Tasarımcının grafik tasarım ilkelerini bilmesi gibi, iletişim kurallarını bilmesi gerekmektedir. Grafik tasarım ilkeleri kadar, iletişimin kuralları da önemli bir yer tutar. Afiş tasarımlarını iletişim aracı olarak düşünüldüğünde, amaca uygun bir tasarım ve etkili bir mesaj taşıması için iletişim kuralları vardır. İletişim kuramları tasarımcıya iletişimin doğru ve etkili olabilmesi için bize aşağıdaki yararlı bilgileri sunuyor;

- 1- İletişim süresince iletinin, hedef kitlenin dikkatini çekecek biçimde düzenlenmesi ve tasarlanması gerekmektedir,
- 2- İletenin oluşturulmasında kullanılan sembol ve simgelerin, iletiyi gönderen kadar, iletiyi alacak, algılayacak hedef kitle tarafından da bilinmesi gerekmektedir,

- 3- Hedef kitleye yöneltilen iletişimin etkili olabilmesi için, ileti insanların bireysel gereksinimlerine, ihtiyaçlarına seslenmeli veya bu gereksinimleri ve ihtiyaçları gidermeli, onları bilgilendirmelidir,
- 4- İletimizin ulaştığı hedef kitlenin, grup ilişkilerinden soyutlanmış bir durumda bulunmayacağını bilmemiz ve hedef kitlenin temel değerlerini, tutumlarını, grup standartlarını da bilmemiz gerekmektedir,
- 5- İletimizin hedef kitleye erişebilmesi için en uygun medya türünü bilmemiz gerekmektedir,
- 6- Hedef kitleye sunacağımız ileti ve iletilerdeki yeni bilgilerin ilgi çekebilmesi, öğrenilmek istenilmesi, bu konuda hiç veya hiç denecek kadar az bilgiye sahip olan hedef kitlenin söz konusu olduğunda, onlara yeni bir şey gibi göstermekten kaçınmamız gerekmektedir,
- 7- Görecelik kuramı gibi iletilmesi zor konuları anlatabilecek bir iletişim sürecini oluşturmadan önce, hazırlayıcı iletişim süreci ile hedef kitlenin algılama düzeyini yükseltmemiz gerekmektedir,
- 8- İletişimde hazırlayıcı iletişimin kampanyasına rağmen kıramadığımız dirençlerin de olacağını unutmamalıyız. Dindar bir Müslümana ya da dindar bir Musevi'ye domuz eti yediremeyiz,
- 9- İletimiz, başlangıçta hedef kitlenin değer, tutum, beklenti ve davranış kalıplarına kesinkes ters düşmemeli; hedef kitleyi başlangıçta, o an nasılsa öyle yakalamalı, sonra onu yoğura yoğura alıp asıl iletimizi kabule hazır duruma getirmeliyiz (Oskay, 2016, s. 46-51).

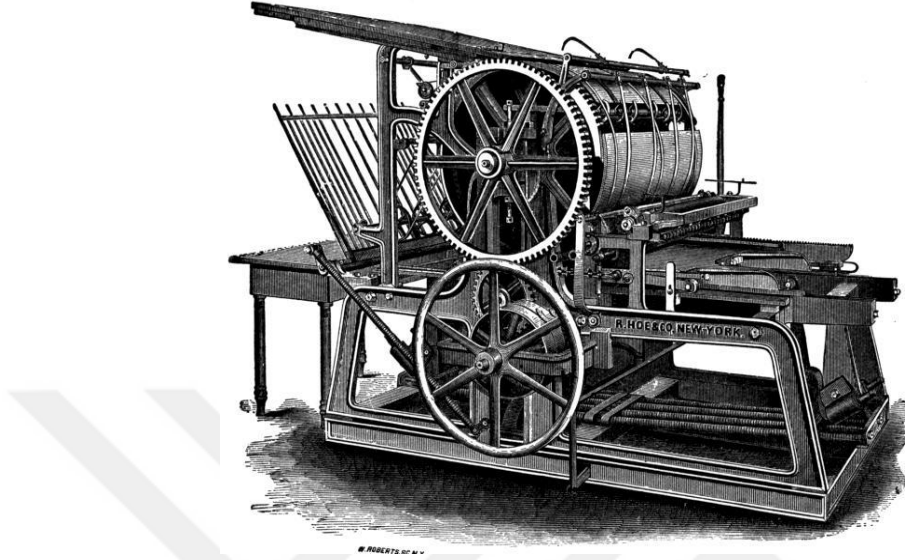
Afiş tasarımlarına iletişimi bozmayacak şekilde eklenen her unsur, afiş tasarımında farklı bir mesajla yükümlüdür. Tasarımcı afiş ürününü ortaya koyarken yukarıda bahsi geçen kurallar bütününe uyması gerekmektedir, aksi bir durumda afiş amacına uzak kalıp, hedef kitlenin beklentilerine hitap etmeyecektir. Görsel bir iletişim aracı olan afiş tasarımları görsel yönden güçlü bir mesaj iletebilmesi için; sadeliği, anlaşılabilirliği, çekiciliği, bilgilendirmesi ve akılda kalıcılığı arttıkça iletilmek istenilen mesaj etkili olacaktır.

1.4. Afiş Sanatının Tarihçesi

1.4.1. Dünyada Afiş Sanatının Gelişimi

1450'de Gutenberg'in matbaa makinasını icat etmesiyle birlikte reklamcılıkta yeni bir çağ başlamış oldu. Bu çağın başlaması ile birlikte el ilanları daha geniş halk kitlelerine hitap etmeye ve ulaşmaya imkân sağlamıştır. (Resim:18) 17. ve 18.yüzyılda tiyatro oyunlarının afişleri ve yaşını dolduran kişilerin askere çağırılma afişleri yapılmaya başlanmış, bu dönemde sokak ilanları yasak edildiğinden dolayı afişler ancak dükkân, kilise veya meyhane içlerine asılmaktaydı.1700'lü yılların son çeyreğinde, taş baskının gelişmesiyle birlikte afişler, siyasi propaganda ve reklam alanında yaygın kullanılırken, herkesin afiş hakkında bilgi sahibi olmasına da imkân

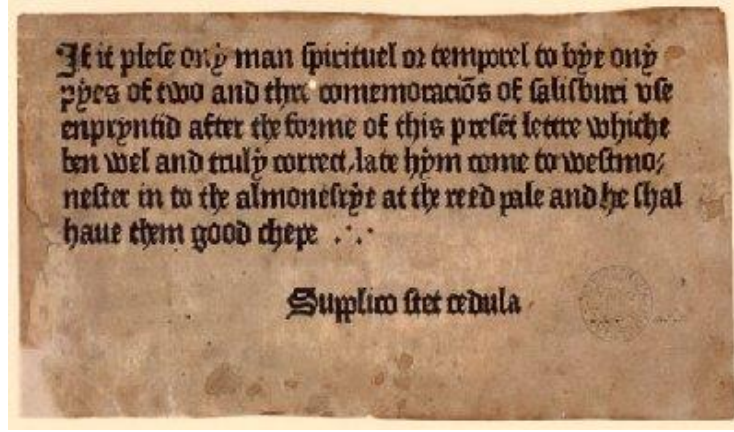
tanımıştır. Bu dönemde afiş tasarımları büyük çoğunlukla Amerikan sömürgecileri tarafından ihtilal savaşları zamanında kullanılmış ve etkili bir propaganda aracı işlevi görmüşlerdir. (Sezer, 2009, s. 22)



Resim 18: 1450 yılında Alman “Johannes Gutenberg” in İcat etmiş olduğu matbaa makinesi.

Kaynak: <http://www.ilkkimbuldu.com/matbaanin-icadi/>
E.T. 16.03.2018

İngiltere’de ticari faaliyetlerin dramatik gelişimi reklamların doğuşunu desteklemektedir. William Caxton en eski İngilizce basılı reklamlardan birini 1477’de kullandı ve el değirmeni şeklindeydi ve Londra Gazetesi, 1666’da ilk kez “reklam” kelimesini kullandı. Reklam, 19. yüzyılın ikinci yarısında özellikle önemli oldu. Perakendeciler reklam kullanmaya başladı. Yaklaşık 500 yıllık gelişimden sonra, reklamların toplumda önemli bir yeri vardır. Morris Goodman’ e göre “İnsan ortalama bir günde; internette, televizyonda, ilan panosunda ve dergilerde 3000’den fazla reklamı görüyor”. Reklamlar müşterilerin kararlarını vermelerine, diğer ülkelerden daha fazla ürün almasına ve çocukların davranışlarını etkilemesine izin vererek insanların hayatını yavaş yavaş değiştirdi. 1480 yılında ilk duvar afişi Londra’da bir kilisenin kapısına asılmıştır. Bu afiş tasarımı rahipler için hazırlanan bir kitabın ilanıdır. İngiltere’de Salisbury banyolarını tanıtmak amacıyla hazırlanan bu afiş, William Caxton ’un rahipler için hazırladığı “The Pyes Of Salisbury Use” adlı kitabın ilanını ile Fransa’da Notre Dame de Paris’in bağışlanması için basılan ilk renkli reklam afişi olmuştur (Ergenel, 1993, s. 8). (Resim:19)



Resim 19: William Caxton “The Pyes Of Salisbury Use” 1477

Kaynak: <http://infoacrs.com/a/adhistory.html> / E.T.14.03.2018

1798’de Alois Senefelder’in taşbaskı tekniği buluşundan sonra geliştirilen renkli taş baskı teknikleri, afişin sanatsal bir yapı kazanmasında önemli bir rol oynamıştır. “Çağdaş afiş tasarımının ilk temsilcileri; Jules Chéret ve Henri de Toulouse-Lautrec’dir. 20.yüzyılın önemli afiş sanatçıları arasında; Alphonse Mucha, Cassandre, El Lissitzky, Laszlo Moholy-Nagy, Josef Müller-Brockmann, Herbert Matter, Henryk Tomaszewski, Jan Lanica, Saul Bass ve Milton Glaser’i saymak mümkündür” (Becer, 2015, s. 201).

1881’de çıkan Fransız basın özgürlüğü ile birçok sansür hükümlerini kaldırmış, bu yasa ile afişlerin resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışında her yere asılabileceğine izin verilmiştir. Bu bağlamda afiş tasarımı endüstrisinde büyük gelişmeler olmuştur. Arts and Crafts Hareketi tasarım sanatları için bir yön yaratmış, Jules Chéret modern afişin öncüsü ilk atılım yapan sanatçı olmuştur. “Chéret, resimli afiş öncüsü olarak afişlerinde güzel kadın figürlerine yer vermiş, yarattığı kadın tipiyle “kadın özgürlüğünü” vurgulamıştır” (Bektaş, 1992, s. 18-19).

Endüstri Devrimi’nin sanat ve tasarım üzerindeki ticari belirleyiciliğine karşı, İngiltere’den yayılan bir tepki oluşmaya başladı. Bu tepki, zamanla “Arts and Crafts” adını alan bir tasarım akımına dönüşmüştür. Akımın öncülerinden William Morris, ucuz ve kalitesiz kitlesel üretime karşı çıkıyor; daha özgün, kişisel ve elle üretilen bir tasarım anlayışını savunuyordu. (Resim:20) Bu sanat akımının felsefesini oluşturan kişi İngiliz yazar, sanat ve toplum eleştirmeni, yayıncılıkla uğraşan “John Ruskin’dır. Ruskin’e göre; “teknoloji endüstrileşme sanatı toplumdan koparmış, tasarım, estetik, özgünlük ve yaratıcılıktan nasibini almamış birtakım mühendislerin uğraşı alanı haline gelmiştir” (Becer, 2015, s. 99).

Art and Crafts ilkelerine yaygınlık kazandıran başka bir isim ise İngiliz mimar, tasarımcı ve el sanatlarının öncüsü “Arthur Heygate Mackmurdo” idi.

1884 yılında yayınlanmaya başladığı “Hobby Horse” adlı dergide sanat ve tasarım bir Orta çağ anlayışı içinde ele alınıyordu. Mackmurdo’nun yarattığı organik biçimler “Art Nouveau” akımının habercisiydi. William Morris’in kurduğu Kelmscott Basımevi baskı sanatı ve tipografiye yeni bir boyut getirdi. Kelmscott’dan etkilenen Amerikalı yazar tasarımcısı Frederick Goudy, İtalyan ve Fransız Rönesans’ı döneminin tipografi tasarımından esinlenen ve günümüzde yaygın olarak kullanılan “Goudy” adındaki yazı karakterini tasarladı (Becer, 2015, s. 100). (Resim:21)



Resim 20: William Morris
“Canterbury Efsaneleri”
Kitabından Tasarımı 1896.
Kaynak: (Becer, 2015, s. 100)



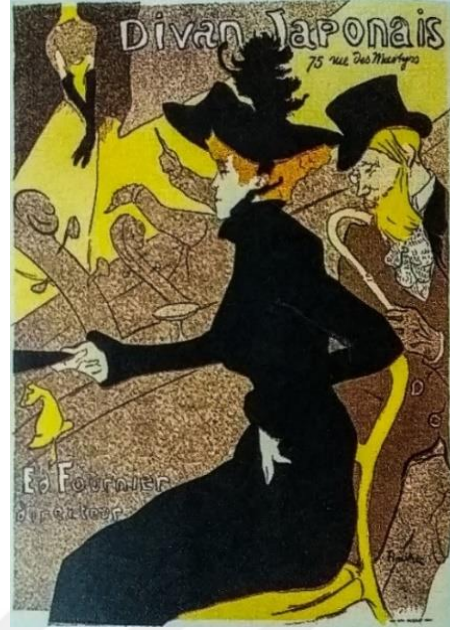
Resim 21: Frederick Goudy
“Goudy” Yazı Ailesi.
Kaynak: (Becer, 2015, s. 100)

19.yüzyıl sonlarına doğru büyük ölçüde artış gösteren sanayi üretimiyle birlikte reklamcılık da gelişim göstermiştir. İlgiyi ürünlere ve hizmetlere çekmenin en iyi yolunun renkleri ve tasarımlarıyla afiler olduğu ortaya çıkmıştır. Taşbaskı teknolojisi kaliteyi, çok sayıda baskı yapma imkânı ve “sokak sanatının geniş çapta yayılmasını sağlamıştır (Felbinger, 2005, s. 44). Art Nouveau sanat akımı, dekoratif bir sanat ve tasarım stilidir. 1890-1910 yılları arasında bütün dünyayı etkilemiştir. Özellikle illüstrasyon, kitap kapağı ve afiş tasarım alanlarında oldukça başarılı örnekler verildi. Jules Chéret ile başlayan sanat afişi geleneği, “Henri de Toulouse-Lautrec” ve “Alphonse Mucha” ile sürmüştür (Becer, 2015, s. 100) (Resim:22)



Resim 22: “Jules Chéret”

Kaynak: (Becer, 2015, s. 100)



Resim23: Henri de Toulouse

Lautrec “Divan Japonais”.

Kaynak: (Becer, 2015, s. 100)

Art Nouveau sanat akımı, dekoratif bir sanat ve tasarım stilidir. 1890-1910 yılları arasında bütün dünyayı etkilemiştir. Özellikle illüstrasyon, kitap kapağı ve afiş tasarım alanlarında oldukça başarılı örnekler verildi. Jules Chéret ile başlayan sanat afişi geleneği, “Henri de Toulouse-Lautrec” ve “Alphonse Mucha” ile sürmüştür (Becer, 2015, s. 100). Mucha’nın afişleri ve grafik çalışmaları saçlardaki aşırılık, dekoratif süslemelerdeki gözü peklikle genelde büyük bir ustalık sergilerler: Gösteriler için olduğu kadar önemli ilanlar içinde topu topu beş yıl boyunca ustalığını konuşturur, ama yayımladıklarıyla bütün bir kuşağı derinden etkiler (Dekoratif Belgeler vb.). Bunlara ek olarak kitaplar, resimler (Ilsee, Le Pater), mücevherler çizer ve Fouquet’nin mücevher dükkanını dekore eder (Weill, 2015, s. 20,21).

Art Nouveau sanat tasarım anlayışının 1915’lere doğru izlerinin sanat dünyasında silinmesiyle birlikte dünyada ortaya çıkan en önemli göstergelerden biri de I. Dünya Savaşı’dır. Savaş dünyayı, ekonomi, politik ve sanat anlayışları açısından derinden etkileyen bir dönemi temsil etmektedir. Afiş tasarımlarının popüler kullanıma girmesiyle birlikte, reklamlar toplumun her kesimine hitap eden bir yapıya bürünmüş, adeta bir kitle iletişim silahı haline gelmiştir. Bu bağlamda dünyanın yaşadığı en önemli kitlesel imha durumlarından biri olan I. Dünya Savaşı’nda reklamın formunun değiştirilerek kullanıma girdiği görülmektedir. Öyle ki reklamın temelinde yer alan ikna etme, yönlendirme ve inandırma felsefesi kitlelerin kendilerini kontrol eden iktidarlara güven duymaları ve destek oldukları konusunda gün yüzüne çıkmaktadır. Reklam propagandanın bir formu olarak bilinir, sloganlarda kullanılan tekrar ve yinelemeler hatırlanan birkaç kelime ile birlikte toplumun

duyguları ile oynayan reklamların anahtar kelimesini oluşturmaktadır (Seidman, 2008, s. 15).

Almanya savaştan yenik, güçsüz, topraklarının bir bölümü işgal edilmiş, borca batmış halde çıkar. Üstüne üstlük genç Weimar Cumhuriyeti sıkı bir komünist devrimi de bastırmak durumundadır, ama bu karanlık sahne 1914 öncesi ortaya çıkan fikirleri geliştirirler. Savaş bir şekilde Modernist düşünürlerinin yararına bir kopma sağlar. 1919'da Weimar'da Bauhaus ve Bund Deutscher Gebrauchsgestalter (Alman Reklam Grafikçileri Birliği) kurulur. 1903'ten beri Weimar'da bulunan Van de Velde'nin çalışmalarının izinde, mimar Walter Gropius yönetiminde doğar Bauhaus (Weill, 2015, s. 46). Bauhaus'un kurucusu Walter Gropius'un 1919'daki açılış konuşmasında, sanatta öğretilenlerle öğretilemeyenler arasındaki farkı somut örneklerle açıklıyordu: *"Tüm sanat mimarlıkta birleşip bütünleşir. Sanat, el becerisi ve el sanatlarına dayanır. Sanatların bu el sanatlarına dayalı bölümü öğretilir. Her sanatsal öğretim, el sanatlarını, desen çizimini ve resim boyamayı ve bu arada bilimsellik ve kuramsallığı kapsar"* (San, 2010, s. 99).

1920 ve 1922 yılları arasında afiş tasarımları ikiye ayrılmıştır. Birincisi afişin kitleler için yapıldığını savunurken, ikincisi ise seçkinler için yapıldığını savunmaktadır. Bu ayrımın nedenleri arasında üç ana etken rol oynamaktadır. Birinci etken; 1916'da Zürih'de ve 1918'de Paris'de oluşan "Dada" hareketi, ikinci etken; Rus sanatçı Kasimir Malevich'in çıplak tuval üzerine boyanmış iri geometrik biçimlerden oluşan ve nesnel olmayan Süprematizm'i ile mimarların, afişçilerin ve diğer grafik sanatçılarının strukturalizmi üçüncü ve son etken ise Weimar'da 1919'da kurulan Paul Klee ve Kandinsky'nin fantastik ve mitsel eserlerini birleştiren Bauhaus hareketi olmuştur. Bauhaus'un amacı; bugünün sanatçısına aynı zamanda üst düzeyde bir zanaatçı niteliği kazandırmaktır. Bauhaus kötü formu makine üretimine sanatçı kişiliğini ve buluşunu getirmek için kullanılan her türlü yeni araştırmalara bir yön vermek üzere Walter Gropius ve Van de Velde tarafından kurulan araştırıcı bir sanat okulu olarak kurulmuştur. Bauhaus afiş tasarımlarında, Dadaistlerin fotomontaj tekniği ve yazı tipleri ile kendi stillerini kullanmış, yazılar resim yerine geçmiştir (Boztaş, 2004, s. 25-26).

Siyah, beyaz, kırmızı ve tonları Bauhaus afiş tasarımcılarının kullandıkları en ayırtıcı renkleri oluşturmaktadır. Dolayısıyla özgür bir dil olarak kullanılan bu renkler tasarımlardaki ana temaları vurgulamaktadır. Bu bağlamda Bauhaus'un benimsediği yeni tipografinin en büyük esin kaynağı ise Konstruktivizm akımının kurallarını bilen ve bu kuralları Bauhaus tasarımlarına uyarlayan, grafik tasarımcı László Moholy-Nagy'dir. László teknoloji ve sanayinin, sanata yansımaları savunmaktadır (Droste, 2012, s. 109). (Resim:24)



Resim 24: Joost Schmidt, 1923. “Bauhaus-Archiv Berlin”

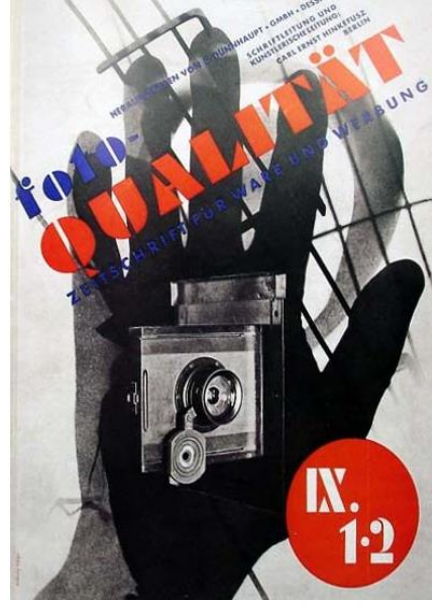
Kaynak: [https://www.bauhaus100.de/en/past/works/ graphics-typography/plakat-zur-bauhaus-ausstellung-in-weimar-1923/](https://www.bauhaus100.de/en/past/works/graphics-typography/plakat-zur-bauhaus-ausstellung-in-weimar-1923/)
E.T.16.03.2018

Doğu Avrupa'dan gelen László Moholy-Nagy (1894-1946), özellikle Malevich ve El Lissitsky tarafından sanatın ilgisini çekti. Rodchenko, Tatlin ve Kandinsky'nin eserlerini ayrıntılı olarak incelediler ve Rus Devrimi'nin kültürel yönlerini öğrendiler. Bu fikirler gelecekteki çalışmalarını belirleyecekti. Kendi tarzı, Suprematizm, Rus Yapısalcılık ve Dada tarafından değil, sadece onun biçiminde etkilenecekti, diğer yandan ise Dadaizm, ahlak ve topluma karşı kritik bir araç olabilir. László Moholy-Nagy'nin 1923'te Moholy-Nagy'e Walter Gropius'un, ön dersin kontrolünü aldığı, mimarlık ve endüstriyel tasarımın etkili bir okulu olan Bauhaus'da eğitimine devam ederken, konstrüktivizm konusundaki bilgisiyle tipografi ve fotoğrafı birleştirerek “Typofoto” tasarım kavramını ortaya çıkarmıştır. (Resim:25)

Tipografinin bir iletişim aracı olduğunu ve mümkün olduğu kadar açık ve etkili olması gerektiği fikrini savunan bir de makale yayınladı. Typofoto üretim tekniğinden etkilenecek bunu bir sanatsal tasarım anlayışı olarak kabul eden bir diğer tasarımcı ise İsviçreli Max Huber'dir. Huber'in sanata yaklaşımı kişilerle olan bağlantıları yapısalcı bir bakış açısı ve doğrudan tasarımlarında sürekli düz figürler kullanması onun tasarımlarını Moholy-Nagy, Piet Zwart ve Max Bill'den etkilendiğinin açık göstergesidir. Huber, avangartların ütöpik estetiğini ticari bağlamda kullanarak; Fütüristlerin ilgi alanları olan makineler ve hareket gibi unsurları spor etkinlikleri için tasarladığı afişlerde kullanarak kendi tasarım estetiğini ortaya koymaktadır (www.iconographics.com). E.T.16.03.2018).



Resim 25: Pneumatik Laszlo Moholy-Nagy Drawing and Collage on Paper
Kaynak: www.pinterest.co.uk/pin/496873771373916263/
 E.T.16.03.2018



Resim 26: Cover of the Revue Foto-QUALITAT Attributed to Laszlo
Kaynak: www.pinterest.co.uk/pin/496873771368935202/
 E.T.16.03.2018

Max Huber' in etkilerini izlemek, çeşitli disiplinlerin ve dalların hem kişisel hem de profesyonel olarak, entelektüel figürleri olan, hiç bitmeyen bir bağlantısı bulunmaktadır. Düz figürleri genellikle tasarımlarında sürekli kullanımı dikkat çeken Huber'i ilham kaynağı ve orijinal kaynaklarına bağlayabiliriz; Moholy-Nagy, Piet Zwart ve Max Bill tarafından temsil edilen erken avangartlar, ütöpik estetiğini, hayatı boyunca kurumsal ve ticari bir çevreye uygulamıştır. Görünen bir Fütürist mirasın olmamasına rağmen, Huber fikirlerinde ilham kaynağı bulmuştur. Fütürist sanatın ana uğraşları, makineler ve hareketler spor etkinliklerine yönelik afiş tasarımlarının çoğunda gördüğümüz formlardı. (Resim:27)

Monza yarışları için ünlü afiş tasarımlarını, caz albümü, Einaudi ve Etas gibi büyük yayıncılar için kitap serileri, günümüz tasarım çağında bile öncü çalışmalar olarak devam etmektedir. (Resim:28) Bu bağlamda Huber 'in en kalıcı başarıları tamamen farklı bir ölçekte ve kuşakların kolektif hafızasında kalır. Görevlendirildikten yarım yüzyıl sonra bile, Max Huber 'in logo tasarımları bugün kullanılmaya devam ediyor.1950'de tasarlanan La Rinascente mağazasının logosu, aynı zamanda 1955'te Coin giyim mağazası ve 1958'de Essalunga Süpermarketinin Logosu bile kullanılmaya devam etmektedir. Max Huber 16 Kasım 1992'de İsviçre'nin Mendrisio şehrinde vefat etti, hayatının sonuna kadar çalışmaya devam etmiştir.



Resim 27: “Gran Premio Dell”
Autodromo Monza 1948
Kaynak: www.iconofgraphics.com /Max-Huber/ E.T.17.03.2018



Resim28: 500 Miglia Di monza 1957
Kaynak: www.iconofgraphics.com /Max-Huber/ E.T.17.03.2018

Apple Macintosh bilgisayarların 1984 yılında piyasaya sürülmesiyle birlikte bilgisayar yazılımları doğrudan iletişim endüstrisini hedef almış ve etkilemiştir. Bilgisayar yazılımlarının zamanla grafik tasarımcılar tarafından yaygın olarak kullanılan bir araç haline gelmesiyle yeni bir tasarım dönemi başlamıştır. Yaşadığımız dönem içerisinde tasarımcılar arasında adeta bir yarış başlamış, grafik tasarım ürünlerinde esprili yaklaşımlar yapılarak dikkat çekiciliği arttırmış ve başarının yolunu açmıştır. 1990'lı yıllara gelindiğinde afişin rolünün 100 yıl öncesine göre daha az öneme sahip olduğu görülmektedir (Çeliker, 2014, s. 80-81). (Resim:29)



Resim 29: “1984 Apple Macintosh”
Kaynak: <http://www.idownloadblog.com/2017/04/19/classic-macintosh-emulator-internet-archive/> E.T. 17.03.2018

Dempsey'e göre; 1990 yıllarında yepyeni bir sanat akımının ortaya çıktığını iddia etmektedir, bu sanat akımının adı internettir. İnternet sanatının en önemli özelliği ise demokratik ve interaktif olmasıdır. İngiliz bilim adamı Berners-Lee tarafından, parçacık fizik laboratuvarında çalışan fizikçilere yardım sağlamak için yaratılmış olan internet; teknolojinin sınırlarını zorlayan biçimde gelişim göstermesiyle birlikte 1990'ların ortalarında sanatsal uygulamalar için yeni bir form yenine dönüşmüştür. Bu ortamda egemen medyada yer bulamayan ifadeler ve alternatif sanatsal düşüncelere yer verilmektedir (Dempsey, 2010, s. 286). *“Teknolojinin gelişmesi ile grafik tasarımı dil ve biçim yönünden etkilenmiştir. Post-Modernist tasarımlarda izlenen, görsel etkilere yüklü imge kalabalığının en önemli nedeni; bilgisayar teknolojisi dir. 1980 ve 1990'ların grafik ürünlerini dijital bilgisayarlar ve lazer teknolojisi biçimlendirmektedir. Buna karşın; günümüzde bazı tasarımcılar, bilgisayarların tasarım işlevini sıradanlaştırdığını ve bu yüzden tasarımcının bir yaratıcı olarak kendi rolünü yeniden tanımlaması gerektiğini savunmaktadırlar”* (Becer, 2015, s. 111-112).

1.4.2. Türkiye’de Afiş Sanatının Gelişimi

Tarihe bakıldığında, afiş tasarım sanatının ortaya çıkması eski çağlara uzanmaktadır. Mağara resimleri, resmi yazılar ve insanlara bilgi vermek adına oluşturulan örneklerdendir. Gladyatörlerin savaş gösterilerini duyurmak ve sirk gösterilerinin haberini insanlara iletmek adına tahta veya taş üzerine çivi yazıları yazılmıştır bunlar en eski afiş tasarım örneklerindendir. İletişim kurmak adına geliştirilen, uygulanan bütün bu yöntemler, afiş sanatını biraz daha etkin hale getirerek, afiş tasarımının önemini attırmaktadır. Özellikle, 1450’li yıllarda Gutenberg’in Matbaasının ortaya çıkışı bu gelişimi daha da kolay hale getirerek bilinirliği arttırmıştır. Gutenberg’in tipografi tekniğini geliştirmesi ile birlikte kitap basımının sayısında artış görülmüştür (Merter, 2008, s. 11). *“Türkiye afiş tasarım tarihi 19.yüzyılda var olan afiş sanatı biçim olarak batıda üç yüzyıl önce gelişim göstermiş ve Osmanlı Devleti’nin son dönemleri, Cumhuriyet’in ilk yılları, Türkiye’de afiş tasarımının dikkat çekmeye başladığı görülmektedir. Osmanlı Devleti’nde iç piyasayı denetleme görevine sahip olan İhtisap Kurumu, tüccarların reklam yapması yasaklamıştır”* (Doğan, 1999, s. 61).

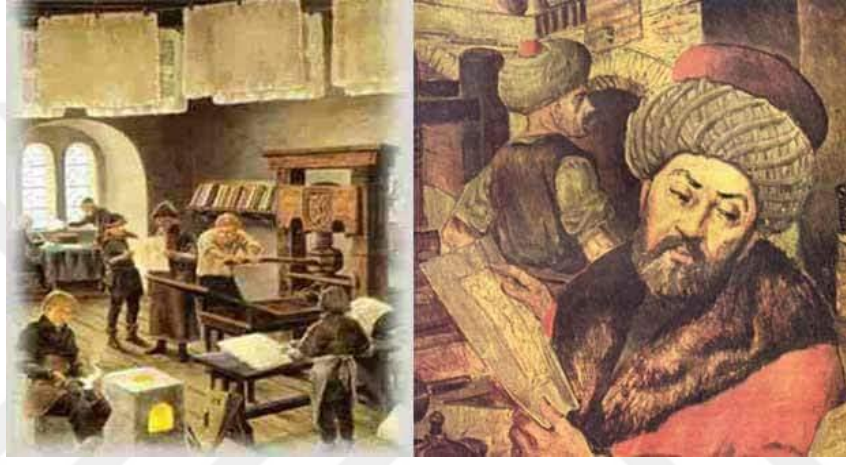
Avrupa’da basımevlerinin hızla yaygınlaşmaya başladığı yıllarda, Osmanlı tahtında, II. Mehmed oturmaktaydı (saltanat dönemi 1451-1481). Uzun bir geçmişi olan Bizans’a son vererek İstanbul’u fetheden II. Mehmed, bilimin gelişmesine önem veren, Avrupa’dan kendi portresini yapmak üzere ressam getirecek kadar yeniliğe açık bir hükümdardı. Matbaa olgusunun bilgisi dışında kalabileceği düşünülmeyeceğine göre, bu yeniliğin ülkeye getirilmesini sakıncalı bulduğundan dolayı herhangi bir girişime yönelmediği sonucuna ulaşır. Onu izleyen padişahlar da hangi nedenle olursa olsun

matbaa kurulması yolunda girişimde bulunmamışlardır. Ta 1727'ye İbrahim Müteferrika'nın ilk matbaayı açma hazırlıklarını başlayıncaya kadar. İbrahim Müteferrika'nın hayatı ve kimliği üzerine söylenenler şu şekilde özetlenebilir; Macaristan'da (bugünkü Romanya'da Cluj adını taşıyan) Kolozsvar şehrinde, muhtemel olarak 1674'te doğmuş, Calvinist olduğu iddia edilen Hristiyan, fakir bir Macar ailesindendir. Asıl adı, ailesi bilinmemektedir, Şehrin Calvinist kolejinde rahip olmak üzere okurken 1692 ya da 1693'te Thököly İmre'nin o zaman bu şehri elde eden Habsburglara karşı ayaklanması sırasında Osmanlı askerlerinin eline esir düşmüş, İstanbul'a getirilerek köle olarak satılmış. Kendisini kurtarmak için Macarlardan kimse "fidye-yi necat" vermediğinden, efendisi de çok zalim bir adam olduğundan kölelik hayatına dayanamayarak zor altında Müslüman olmuş, İbrahim adını almış. Türkçeyi, İslam bilimlerini çabuk öğrenerek yükselmiş, 1705-1711 yılları arasında Müslümanlığı savunmak için Risale-i İslamiye adında bir kitap da yazmıştır. İbrahim Müteferrika 1716 yılından itibaren Avrupa'da birçok ülkeyi gezer, o ülkelerde birçok matbaayı dikkatle ve ciddiyetle inceler, gözden geçirir ve 1726 yılında İstanbul'a dönen Müteferrika "Vesiletü't Tıbaa" adlı matbaanın faydalarını anlatan bir rapor hazırlar ve sunar. Bu rapor ile basım sanatının ülkeye katkı sağlayacağını, faydalı olacağını güçlü bir dille anlatmaktadır (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 59-63).

Grafik tasarım kavramını baskı sanatı ve teknolojisinden ayrı düşünmek yanlıştır, çünkü Türkiye'de ilk kurulan basımevinin Türk grafik sanatının ilk filizlendiği ortam olduğunu söylemek doğru bir söz olacaktır. Rönesans'ın Avrupa'nın kültür yaşantısına kazandırdığı değerler, 18.yüzyıl başlarından itibaren Osmanlı toplumunu da etkilemeye başlamış, bazı Osmanlı aydınları Batı'daki bir uyanışın farkındaydı. Buna göre Avrupa'daki toplumsal ve düşünsel yenilikler Osmanlı toplumuna da aktarılmalı ve bu yeniliklerin ilki, savaş ve savunma bilimi konularında uygulanmaya başlanmıştır. Osmanlı toplumu, Batı'da iki yüz yıl önce başlayan aydınlanma sürecine yeni yeni giriyordu. Dönemin simgesi olan lale bu devrin "Lale Devri" (1718-1730) olarak anılmasına yol açmaktadır. Bu yenilikçi ortam içinde ilk Türk basımevi 'de 1727 yılında Sait Çelebi ve İbrahim Müteferrika tarafından kurulmuştur ancak Türk topraklarında ilk basımevinin kuruluşu çok daha eskilere uzanmaktadır.1493 yılında, yani Gutenberg'den 43 yıl sonra Türkiye'ye yerleşen Museviler İstanbul'da ilk basımevini faaliyete sokmuşlardır (Becer, 2015, s. 112-113). (Resim:30)

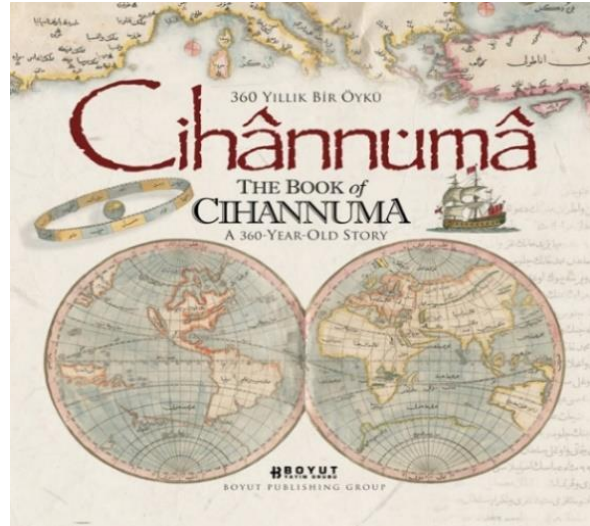
Türkiye'de ilk kâğıt fabrikası İstanbul'un Kağıthane köyünde 1453 yılında kurulmuştur. İbrahim Müteferrika, basımevi kurulduktan sonra bir kâğıt fabrikasının kurulması için girişimde bulunarak, 1746 yılında Yalova'nın Elmalık köyü yakınında Yalakabat Kâğıt Fabrikası'nı faaliyete geçirmiştir. Bu fabrika kâğıt üretimini 19.yüzyıl ortalarına kadar sürdürmüştür. İstanbul'da 1139 zilkade ortalarında (1727 temmuz başları)

İbrahim Müteferrika'nın Yavuz Sultan Selim semtindeki konağında açılan ilk matbaada, Ocak 1729'da "Vankulu Lugatı" adlı eser basılır. Sonrasında aralarında Kâtip Çelebi'nin "Cihannüma"sında bulunduğu 17 kitap bu matbaada basılarak yayınlanır. (Resim:31) Bu eserlerin birçoğunun çevirilerini, eklerini, ön sözlerini veya tasarımlarını İbrahim Müteferrika hazırlamıştır. Latin harfleri ilk kez "Grammaire Turque" (Türkçe'nin Grameri) adlı kitabın basımında kullanmışlardır. İbrahim Müteferrika'nın 1745'te ölümünden sonra Türk Basım Sanatı uzun süren bir krize girmiş, Müteferrika'nın çoğaltma yoluyla kitap fiyatlarını ucuzlatma ideali, ne yazık ki daha sonraki yıllarda da gerçekleşmemiş, bilgi, yönetici azınlığın tekelinde kalmıştır (Becer, 2015, s. 113).



Resim 30: İbrahim Müteferrika "İlk Türk Basımevi"

Kaynak: <https://www.turkpress.co/node/43195/E.T.17.03.2018>

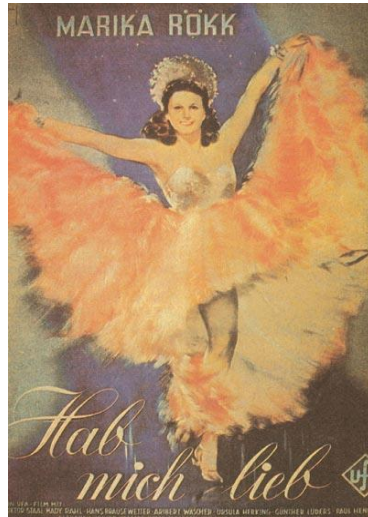


Resim 31: Kâtip Çelebi "Cihannüma" (Şubat 1609-6 Ekim 1657)

Kaynak: www.1000kitap.com/kitap/cihannüma-102439/E.T.18.03.2018

1784’de Fransa’nın Türkiye elçiliğine atanan 1752 Fransa doğumlu Diplomat Choiseul Gouffier de kendi kişisel çabaları ile İstanbul’da bir basımevi kurdurarak, üç adet Türkçe kitabın basımını gerçekleştirmiştir. 1830’lu yıllarda İstanbul’da bir litografi atölyesi kuran Jacques ve Henri Caillol, çok sayıda resim ve çizimi taşbaskı yoluyla çoğaltmışlardır. 1850’lerden sonra dergi yayıncılığına ve posta pulu basımına başlayan ve o yıllarda grafik tasarım konusunda uzmanlaşmış sanatçılar bulunmadığından, bu işler ressam, hattat ya da kaligrafi sanatçıları tarafından yapılıyordu (Becer, 2015, s. 114). “*Sanat alanında grafik tasarım dalının Türkiye’deki önemini arttıran diğer bir sebep ise; kültürümüzün geleneksel uzantısı olan, büyük kaligrafi (hat) sanatı ustalarını yetiştirmiş olmasıdır. Gerektiği zaman resimlenebilen hat düzeyinin yerini; özgün resimsel biçim göstergelerine dönüşen grafik dizaynın yeni harf değerleriyle uzlaşımı almıştır*” (Tansuğ, 1982, s. 236-237).

Ülkemizde reklamcılık Avrupa’daki gibi basın ilanlarıyla başlamıştır. İlk ilanlar 1860 yılında Tercüman-ı Ahval gazetesinde yayınlanan satılık ev, arsa ve kitap ilanları olmuştur (Taş ve Şahin, 1996, s.11). İlk ticari amaçlı reklam ise yine aynı gazetede 1864 yılında çıkmış ve reklamcılığın yayılmasında büyük bir etkisi olmuştur. 1908 yılında meşrutiyetin ilanı ile birlikte özgürlük ortamının sonucu yayınlanan gazete ve dergi sayısındaki artışa paralel olarak okuyucu sayısında da hızlı bir artış olmuştur. İlk reklam ajansı olan “İlancılık Kolektif Şirketi” 1909 yılında kurulmuştur. Bu ajans ile birlikte gerçek anlamda profesyonel reklamcılık da ülkemizde başlamıştır. Bilinen ilk sanatsal grafik uygulaması Ferah Tiyatrosu için hazırlanan afiş çalışmasıdır. (Resim:32)



Resim 32: Ferah Tiyatrosu Afiş Tasarımı (1872)

Bilinen İlk Sanatsal Grafik Uygulaması

Kaynak: www.grafikerler.org/forum/konu/duyunden-bugune-turk-grafik-tasarim-tarihi-bolum-1.31098/ E.T. 18.03.2018

1910 yılına gelindiğinde ise sektörün ilk dergisi olan Reklam yayımlanmaya başlamıştır. Balkan Savaşı ve peşinden gelen I. Dünya Savaşı'nın ekonomi üzerindeki olumsuz etkileri kendini reklamcılık sektöründe de hissettirmiştir (Taş ve Şahim, 1996, s. 11-12). Türkiye'de grafik tasarım alanında uzmanlaşma Cumhuriyet'in ilanından sonra başlamıştır. 1920'lerde Münif Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan; Kitap kapağı, Basın ilanı ve Afiş tasarım alanında yaptıkları nitelikli çalışmalar ile Türk grafik tasarımına öncülük etmişlerdir. Almanya'da grafik sanatlar eğitimi görmüş olan İhap Hulusi ve Kenan Temizan'ın bütün yapıtlarında Kuzey Avrupa grafik üslubu egemendir. *“Zorlu bir mücadelenin ardından, Kurtuluş Savaşı'nı kazanmış, ulusuna özgüvenini kazandırmış olan Atatürk'ün, yepyeni bir toplum kurma çabasında, bir sanatçı, İhap Hulusi Görey görsel anlamda bir mimar gibidir. İhap Hulusi cumhuriyet döneminin en çok tanınan grafik tasarım sanatçısıdır”* (Bahar, 2006, s. 32).

Kullandığı farklı renk ve tonları ile dikkat çeken Kenan Temizan tasarımları gerçekçi figürleriyle dikkat çekerken, Münif Fehim de Akbaba, Yenigün, Cumhuriyet gibi çeşitli dergi ve gazetelerde çalışarak birçok tasarım yapmışlardır. Siyah beyaz taramaları ve anlatım üslubu ile o dönemin Oryantalizm temsilcisi olmuştur (Yıldırım, 2012:169). Türkiye'de grafik tasarım konusunda uzmanlaşma Cumhuriyet'in ilanından sonra başlamış, 1920'lerde Münif Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan kitap kapağı, afiş ve basın ilanı alanında yaptıkları nitelikli çalışmalarla Türk grafik tasarımına öncülük etmişlerdir. Türkiye'de grafik tasarım eğitimine ilk kez, 1933 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Mithat Özer öncülüğünde açılan afiş tasarım atölyesinde başlanmıştır. Sanat eğitimi resim, heykel ve mimarlık gibi geleneksel sanat dallarında yoğunlaşan Güzel Sanatlar Akademisi'ne bir alternatif olarak 1957 yılında İstanbul'da açılan Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nun amacı, endüstriyel sanatlar ve tasarım alanında öğrenim görmüş uzmanlar yetiştirmek olmuştur. Okulun kuruluşu aşamasında birçok Alman öğretim üyesi görev almış ve Türkiye'nin ihtiyaçları doğrultusunda; grafik, iç mimari, tekstil, seramik ve dekoratif resim olmak üzere beş ayrı alanda eğitim ve öğretime başlamıştır. Güzel Sanatlar Akademisi de eğitim vermek amacıyla 1970'li yıllarda Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulu'nu açmıştı. Eğitim ve öğretim faaliyetlerine bir süre devam eden bu okul; daha sonra kapatılarak akademi bünyesine alınmıştır (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 286).

1982 yılında uygulamaya konulan Yüksek Öğretim Kanunu ile güzel sanatlar ve tasarım dallarında eğitim veren Güzel Sanatlar Akademisi ve Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu üniversite statüsü içine alınmıştır. Güzel Sanatlar Akademisi; fen, edebiyat, müzik ve sahne sanatları gibi değişik alanlarda eğitim veren bazı kurumları da bünyesine toplayarak “Mimar Sinan Üniversitesi” adını almış, Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu ise Marmara

Üniversitesi'ne bağlı bir Güzel Sanatlar Fakültesi haline dönüşmüştür. Bu bağlamda 1982'ye kadar lisans düzeyinde eğitim veren bu kurumlarda lisansüstü düzeyde (yüksek lisans ve sanatta yeterlilik) öğrenim görme ve akademik kariyer yapma şansları olmuştur. İstanbul'daki bu iki okulun dışında Ankara'da Hacettepe Üniversitesi'ne; İzmir'de Dokuz Eylül Üniversitesi'ne, Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi'ne; bağlı Güzel Sanatlar Fakülteleri bünyesinde grafik bölümleri açılmış ve bu alanda eğitim vermeye başlamışlardır. Grafik tasarım eğitiminin yaygınlaşmasıyla Türkiye'de yaratıcı özelliklere sahip, nitelikli tasarımcılar yetismeye başlamış; afiş, amblem, broşür, kapak tasarımı, etiket, basın ilanı, TV grafiği gibi alanlarda başarılı çalışmalar yapılmıştır. Tasarımcı, bir ressam gibi yapıtının altına imza atma şansına sahip değildir, buna rağmen, 1960'lı yıllardan başlayarak, ülkemizde grafik tasarım alanında isim yapmayı başaran birçok tasarımcımız bulunmaktadır. Türk grafik tasarımcıları 1978 yılından başlayarak, Grafikerler Meslek Kuruluşu (GMK) adı altında mesleki bir örgütlenmeye gitmişler; tasarımcı haklarının korunması, ücret belirlenmesi sergi düzenlemesi gibi önemli çalışmalar yapmışlardır (Becer, 2015, s. 115-116).

Cumhuriyet'in ilanından sonra başlayan hareketlenmeler grafik sanatlar ve afiş sanatında, 1960'lı yıllardan sonra "Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel, Bülent Erkmen" gibi tasarımcılarla da etkili bir hal almıştır. O güne kadar sadece birkaç işletmenin, ürünün tanıtımını üstlenen afişler, kısa sürede; ekonomik, kültürel, sosyal, ticari ve endüstriyel alanların vazgeçilmez bir tanıtım ürünü olmuştur. Bu alanlara ek olarak tiyatrolar, sinemalar, siyasi parti grupları vb. kurumlar ve kuruluşlar bu iletişim aracını aktif bir şekilde kullanmışlardır. 1950'ye kadar afiş sanatında sivrilen sanatçılar arasında Orhan Omay, Mazhar Resmor, Tarık Uzman, Yusuf Karaca, Faruk Morel, Natic Soyeren gibi sanatçı isimler yer almaktadır (Boztaş, 2004, s. 30-31).

Türkiye grafik sanat tarihinde, afiş sanatımızın ilk temellerinin yüzyılımızın ortalarında atıldığı düşünülmektedir, bu yıllarda, tasarımcıların başarılı çalışmalarıyla birlikte afiş sanatı kısa bir sürede gelişim göstermiş ve hatta; İhap Hulusi'yi izleyen o dönemin boşluğunu, yarım yüzyıla varan bir aradan sonra Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş'ın kişisel çabalarıyla kapatmaya çalışmışlardır. Bu iki tasarımcı, afiş saygın bir sanatsal ifade aracına dönüştüren kişilerin başında gelirler. O yıllarda sinema endüstrisi için çok sayıda afiş üretilmesine karşılık zor koşullardaki tiyatroların yaptırdığı afişler dikkat çekmektedir. Bu bağlamda tarihte yapılan bu çalışmalar Türk grafik sanatı tarihi kapsamında önemli bir rol oynamaktadır (Yeraltı, 2005, s. 8).



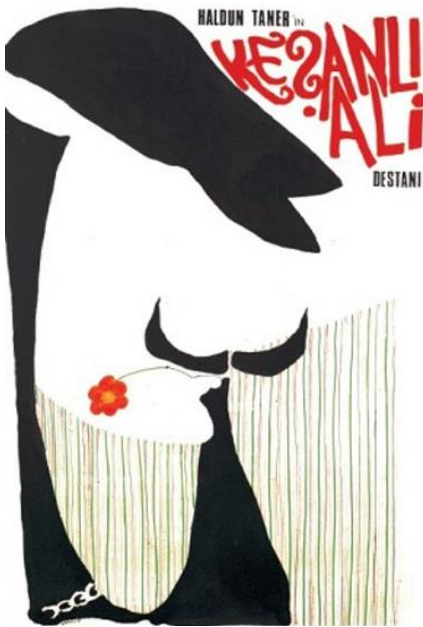
Resim 33: Mengü Ertel “İstanbul Festivali Afişi, 1973

Kaynak: gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-ertel-5 /E.T.18.03.2018



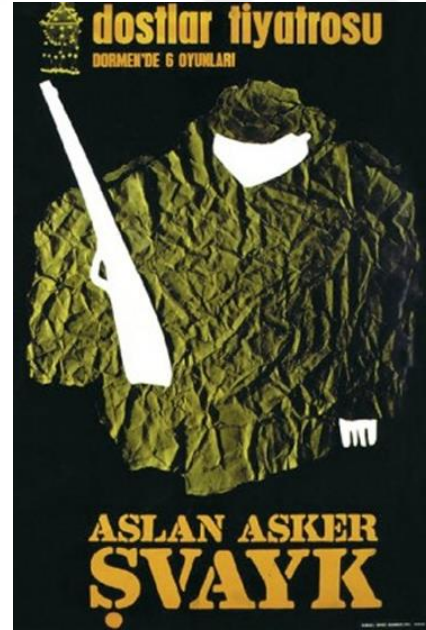
Resim 34: Mengü Ertel “22.Moskova Olimpiyat Oyunları “Afiş Yarışması Mansiyon Ödülü, 1980

Kaynak: gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-Ertel-3 /E.T.18.03.2018



Resim 35: Mengü Ertel “Keşanlı Ali Destanı, Tiyatro Afişi -1967

Kaynak: gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-ertel-2 E.T.18.03.2018



Resim 36: Mengü Ertel “Arslan Asker Şvayk” Tiyatro Afişi -1966

Kaynak: gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-ertel-4/ E.T.18.03.2018

Mengü Ertel; eserlerinde genel olarak anlatmak istediği şeyleri simgeler kullanarak aktarmaya çalışmış ve simgelere önem vermiştir. Yağlı pastel, sulandırılmış mürekkeple çalışarak kendini çizgilere vermiş, Art Nouveau sanat akımına dayanan bir akıcılık ile çizgiler onu tiyatronun içine kadar götürmüştür. Tiyatro afişleri alanında, mesajı çizgilerle aktarmaya çalışan adam olmuş, sokak reklamcılığında yozlaşmaya yol açan tekdüzeliği aşmada çevresine ışık tutacak bir adım atmıştır. Çalışmalarında tiyatro oyunlarını yorumlayarak, afiş tekniği içinde sunar, Mengü Ertel 'in yalnızca iki rengi kullanıp farklı etkiler elde ettiği eserleri göze çarpmaktadır. Kırmızı ve beyazı çok iyi kullanan Ertel çözümleyici yapısı ile siyah ve beyazı da iyi kullanmıştır ki; izleyicileri eski dönemlerde oynanan karagöze, minyatüre, hattatlara, kadar götürmüştür. Afişin ana kuralı olan basım ve basılma ilkelerine karşı olarak Mengü Ertel 'in sergilediği afişlerin büyük bir bölümü basılmamış, sadece sergilenmek için hazırlanmıştır (Yeraltı, 2005, s. 8-9).

Yurt dışında birçok sanat yarışmalarında ödül alarak ülkemizi tanıtan Mengü Ertel'i bilinçli bir grafik tasarımcı olarak tanımlamak yerinde olur. Çünkü grafik sanatı ülkemizde tanınmadığı dönemlerde, Mengü Ertel çalışmalarıyla önemli katkılarda bulunmuştur. (Resim:33,34,35,36) “*Mengü Ertel, kendi kurduğu San Grafiği ve San Reklam Ajansını yaklaşık kırk yıl boyunca çalıştırmıştır. Aradan geçen zaman Mengü Ertel'e afiş ve dekorasyon konusunda derinliğine bir uzmanlık kazandırmıştır. Shakespeare, Moliere, Buhner, Shaw, Gogol, Çehov, İbsen, Brecht, Borchert, Arthur Miller, Anouilh, Beckett, Geret, İonesco ve ayrıca Türk tiyatrosunun belli başlı yazarlarının oyunları için afişler hazırlamıştır*” (Boztaş, 2004, s. 41).

Türk afiş sanatının gerçek temelleri 1925 yılından sonra, İhap Hulusi Görey 'in Çalışmalarıyla atılmaya başlandı. Almanya'da öğrenim gördükten sonra 1925'te Türkiye'ye dönen İhap Hulusi, Türk afiş sanatının kurucusu sayılır. Günümüzde Cumhuriyet'i Afişleyen adam olarak bilinmektedir. Milli Piyango, Sümerbank, Kurukahveci Mehmet Efendi, Beykoz Kundura, Saygısızlıkla Savaş Derneği gibi birçok afiş tasarım çalışması bulunmaktadır (Resim:37,38,39,40). “*1928'e kadar eski Türkçe ile grafik tasarımlar gerçekleştirdi; 1928'den başlayarak yeni bir alfabe gündeme geliyordu. Bu nedenle grafik ile kaligrafi arasındaki o çok yakın ilişkiye yabancı kalmadı; çok çabuk adapte oldu. Latin harfleriyle basılan ilk Türk Alfabesi 'nin kapağını da o gerçekleştirdi*” (Çeviker, 1993, s. 10). Ludwig Hohlwein'in etkisi görülen afişlerinde, genellikle fotoğraflardan yararlanarak, bir iki rengin tonlarıyla gerçekçi anlayışta çalışmış ve uzun yıllar bu sanat dalının tek kişisi olmuş, ayrıca Türkiye'de ilk kişisel afiş sergisini de açmıştır. Ludwig Hohlwein'in etkisinde kalarak benimsediği, “kesin çizgilerle belirlenmemiş gölgelerle” yaptığı resimler, Yusuf Ziya Ortaç'ın ifadesi ile ne resim karikatür ne karikatür resimdir. 1925'lerde daha Türkiye'de, grafik konusunda basın ilanları dışında özgün bir çalışma da pek bulunmamaktaydı. İhap Hulusi

Görey, Türkiye’de grafik sanatının ilklerinden ve öncülerinden olmuştur. O yıllarda Osmanlı topraklarında, 34 ilde nüfus 20 milyona yaklaşmasına rağmen, gazete ve dergi baskı sayısı birkaç yüzlük rakamlarla ifade edilmekteydi (Sakızlı, 1992, s. 70).



Resim 37: İhap Hulusi Görey
“Sümerbank Afişi”

Kaynak: www.pinterest.co.uk/pin/819725569647838235/
E.T. 18.03.2018



Resim 38: İhap Hulusi Görey
“Beykoz Kundura Afişi”

Kaynak: www.pinterest.co.uk/pin/561683384752951850/
E.T. 18.03.2018



Resim 39: İhap Hulusi Görey
“Milli Piyango Afişi”

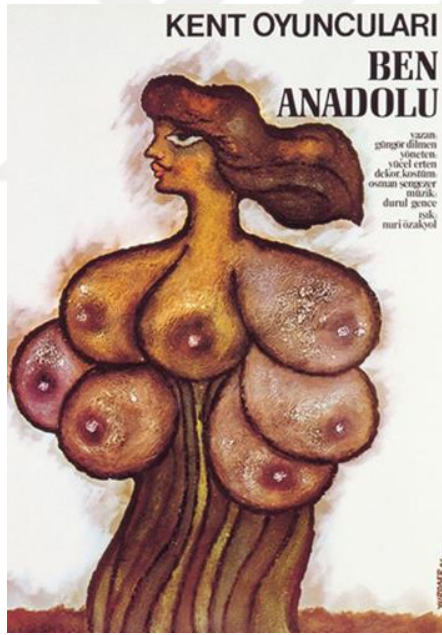
Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/378795018652038057>
/E.T. 18.03.2018



Resim 40: İhap Hulusi Görey
“Saygısızlıkla Savaş Derneği Afişi”

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/383509724497098422>
/E.T. 18.03.2018

Türkiye’de afiş tasarım alanında en çok ürün veren tasarımcılardan biri de Yurdaer Altıntaş’tır. Grafik tasarımın afiş dalını saygın bir sanatsal ifade aracına dönüştüren Yurdaer Altıntaş uzun yıllar tiyatro afişleri yapmış ve o döneme kadar gelen afiş anlayışına ve Fransız etkisine karşın kendi kişiliğini, kendi tarzını oluşturmaya çalışmıştır. (Boztaş, 2004, s. 37-40). Yurdaer Altıntaş; Türk ve Alman Kültür Merkezi’nde açtığı sergiyle büyük bir ilgi görmüş, sergi kapsamında, İhap Hulusi Görey ’den bu yana açılan profesyonel anlamda açılan ilk kişisel sergiydi. Yurdaer Altıntaş; uzun yıllar boyunca tiyatro afişleri yapmış ve o döneme kadar gelişen afiş anlayışına rağmen kendi tarzını bozmamış ve özgün kalmıştır. Çalışmalarında genel olarak duygu ve estetik formlara yer vererek, mesajı genel olarak simgeleyici anlatımlarla, yeni bir biçimle aktarmaya çalışmış ve kalın konturlarla sınırlayarak çağdaş bir görüş ile kendine özgü bir tarz oluşturmuştur. Geleneksel hikayelerimizden; Karagöz, Nasrettin Hoca, Dede Korkut, Anadolu Efsaneleri vb. eserler onun afişlerinde yerini almıştır. Bunların yanı sıra; çeşitli yabancı dergilerde yer alan Yurdaer Altıntaş çeşitli fakültelerde öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. Grafikerler Meslek Kuruluşu (GMK)’da başkan olarak görev yapmıştır (Yeraltı, 2005, s. 8-9). (Resim:41,42,43,44)



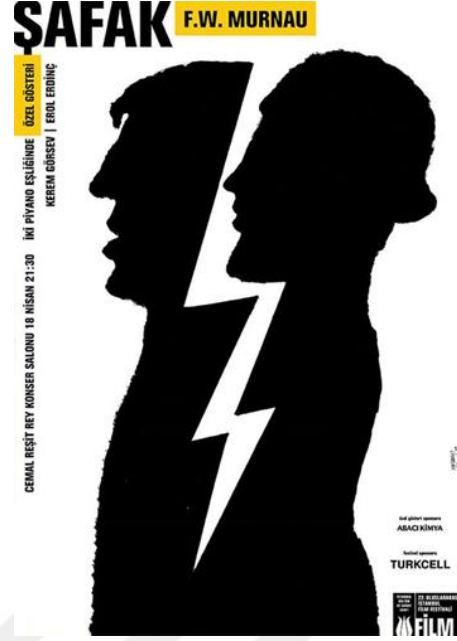
Resim 41: Yurdaer Altıntaş
“Ben Anadolu Tiyatro Afişi” 1984
Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/361413938822970548/>
E.T. 18.03.2018



Resim 42: Yurdaer Altıntaş
“Şehir Işıkları Konser Afişi” 2000
Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/361413938822969519/>
E.T. 18.03.2018



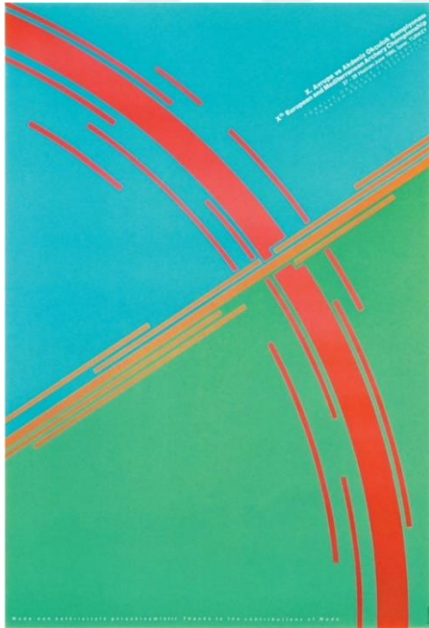
Resim 43: Yurdaer Altıntaş
“Aşk Zinciri Tiyatro Afişi” 1965
Kaynak: gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/yurdaer-altintas/ E.T. 18.03.2018



Resim 44: Yurdaer Altıntaş
“Şafak Konser Afişi” 2003
Kaynak: https://tr.pinterest.com/pin/361413938822969569/ E.T. 18.03.2018

Grafik tasarım alanında farklı dallarda birçok çalışması olan bir diğer sanatçı ise Bülent Erkmen'dir. Bülent Erkmen; amblem, logo, afiş, broşür, kitap kapağı, posta pulu tasarımı, ambalaj, üç boyutlu tasarım, çevre tasarımı, dergi, illüstrasyon, gazete, basın ilanı (gazete ilanı) gibi farklı alanlarda çalışmaları vardır. Ülkemizde grafik tasarım olgusunu gündemde tutan, tartışan farklı bir eleştirme yaklaşımı vardır. Erkmen' e göre eserlerinin insanlar tarafından bu kadar etkileyici bulunmasının sebebi, ürünlerinin kaçınılmaz olarak insanlara çarpıcı yaklaşım gerektiğini benimsemektedir. 1972 yılında Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Grafik Bölümünü bitirmiştir. Tasarımlarında Pop Art, Art Deco, kimi zamanda Minimalist yaklaşımlar görülmektedir. İlk başarısı Alpres Logotype Yarışması'nda birincilik ödülüdür. 1976-1979 yılları arasında DGSA UEYO Grafik Sanatlar Bölümünde öğretim görevlisi olarak çalışan Bülent Erkmen, 1980'de bölümünde doçent ve bölüm başkanı olmuştur. 1981'de "Reklamevi" adlı reklam ajansını kurmuş, 1982'de GMK yönetim kurulu üyeliğine seçilmiştir. Cumhuriyet Gazetesi'nin yeniden tasarımını yaparak, 3.GMK Grafik Ürünleri Sergisi'nde dokuz ödül kazanmıştır ve böylelikle 1985-1987 yılları arasında "Yılın En İyi Grafik Sanatçısı" seçilmiştir. 1992 yıllarında "Dünya Bayrağı" ile Expo, 1992'de Polonya Pavyonunda yer almış, 1995-1996 yıllarında, Devlet Tiyatrolarının afiş tasarımlarını yapmıştır (Boztaş, 2004, s. 43-46).

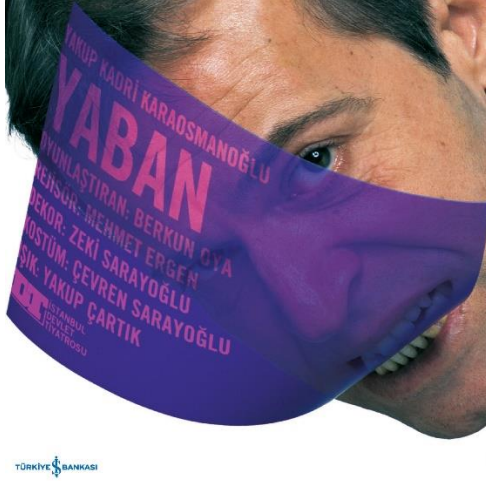
Tipografi bir düzlemde oluşan afiş tasarımları son derece başarılı bulunmaktadır, son yıllarda yaptığı çalışmalarda ise; insan bedenine dair öğeleri kullandığını görmekteyiz, “İnsan yüzü bildiğiniz gibi çok imkânî bir obje hem söylemek istedikleriniz hem de izleyicinin çabuk dikkat çekmesi açısından. Sanatçı, oyuncu veya tanınmış bir kişiden söz edilecekse o kişiye ait kullanılacak “yüz” Erkmen için çok güçlü bir malzeme olarak kabul edilmektedir. Eser üzerinde ek olarak hareket kabiliyeti yüksek başka malzemeler, kaş, göz, dil, ağız gibi beden dilini de kullanmaktadır. Farklı bir mesaj vermek, ifade ve anlatım tarzı tasarıma zenginlik kazandırmaktadır. Bülent Erkmen; yurtdışındaki önemli grafik tasarım dergilerinde işlerinin çok ve sık sayılabilecek miktarda yayımlandığını söylemektedir ve bunun yanı sıra Bienaller, toplu ve kişisel sergiler özel yayınlar, çok sayıda özel proje, konuşma, gösterilere katılan Erkmen, "Türkiye'de grafik tasarım olgusunun çağdaş ortamda yer almasını sağlamıştır. Ülkemizde diğer görsel sanatlar alanları içerisinde grafik tasarımının ayrıcalıklılığının tanınması, önemsenmesi, popülerliği ve bunların kabul edilmesini sağlayan üretken bir tasarımcıdır. Erkmen, kavramsal, kültürel ve teknolojik düzeyde hâkim olduğu için tek bir anlatım biçimi ve üslupta karar kılmak yerine konseptin, ürünün, hedef kitlenin, mesajın gerektirdiği çözümleri yaratmaktadır (Yeraltı, 2005, s. 10). (Resim:45,46,47,48)



Resim 45: Bülent Erkmen, 1986
“10. Avrupa ve Akdeniz Okçuluk
Şampiyonası İçin Afiş ”
Kaynak: gmk.org.tr/uploads/news
file-1446644501564076730.pdf
/E.T. 18.03.2018



Resim 46: Bülent Erkmen, 1999
“Dolap” Dans Gösterisi İçin Afiş”
Kaynak: didemeriskin.blogspot.
com.tr/2013/10/ E.T. 18.03.2018



Resim 47: Bülent Erkmen
“Yaban”, Tiyatro Afişi, 2003

Kaynak: <http://gmkn.org.tr/uploads/news/file-1446662701307327629.pdf>
E.T.28.03.2018



Resim 48: Bülent Erkmen
“Bir Şehnaz Oyun”, Tiyatro Afişi, 2007

Kaynak: <http://gmkn.org.tr/uploads/news/file-1446662843331438570.pdf>
E.T.28.03.2018

2. AFİŞ TASARIMINDA KULLANILAN GÖRSEL UNSURLAR

Bir mesajı açık ve ekonomik bir şekilde hedef kitleye iletmek, tasarım ürünü ya da hizmetlerini rakipleri arasında görünür kılmak için grafik tasarım ürünleri kullanılır. Grafik tasarım ürünleri iletişimde, iletilmek istenen mesajı taşıyan bir iletim aracı olarak görev yaparlar. İletişimin başarılı ve etkili olabilmesi için iletilmek istenen mesajı, iletmeye kullanılan araçlar ve yöntemlerde önemlidir. İletim kanalının önemi düşünülerek iletişimde kullanılan sözlü, yazılı ve diğer iletişim ürünlerinin başarılı bir sonuç alması gerekmektedir. Kitap, gazete, dergi, broşür, afiş, ilan, tabela ve levha gibi grafik tasarım ürünleri başlıca basılı iletişim ürünleridir.

Grafik tasarım ürünleri gönderici ve alıcı arasındaki iletişim alış-verişinde, iletilen mesaj hakkında alıcı kişinin duygu, düşünce, bilgi ve tutumunu değiştirebilmeli ve yeniden oluşturabilmelidir. Herhangi bir ürünün satışında grafik tasarım ürünlerinin rolü büyüktür, hedef kitleye hitap eden bir proje, fikir ve mesaj ile müşteriyi ürüne çekebilme yeteneği vardır. Alıcının bütün bu kavramlara daha ilgili ve olumlu bakmasını, bilgi sahibi olmasını sağlar (Tepecik, 2002, s. 75). Afiş tasarımları hedef kitleye mesaj iletmekle birlikte alıcı kişinin davranışı, ürüne karşı olan tutumunu değişiklik yapması için baskı oluşturabilmektedir. Reklam afişlerinin izleyicinin ürünü satın almaya ikna etmesi ve baskı kurması örnek olarak düşünülebilir. Örneğin; bir diş macunu reklamı afişinde gülen bir kişinin parlak gülüşler kazanmanız için bu ürünü kullanmalısınız gibi bir mesaj ve bir görsel ile alıcı kişinin kafasında bir alım isteği

uyandırması mümkündür. Afiş tasarımlarında mesajı iletmek için; logo, amblem, illüstrasyon, piktogram, tipografi ve bir ambalaj tasarımı sıklıkla kullanılmaktadır. Bu bağlamda aşağıda yapılan sıralamada, afiş tasarımlarında mesajı iletmek için sıklıkla kullanılan ve görülen grafik tasarım ürünlerine yer verilmektedir. Genel olarak afiş tasarımlarında kullanılan, grafik tasarım ürünleri; Amblem, Logo, Piktogram, İllüstrasyon, Tipografidir (Kaplan, 2015, s. 4).

2.1. Amblem

Amblem tasarımları bir düşüncüyü, fikri, bir kuruluşu, bir kurumu, bir hareketi, bir inancı, bir birliği çizgi ya da görüntülerle oluşturan formlar olarak tanımlanmaktadır. Amblemin tarihi sürecinin, insan varlığını gösterdiği gün kadar eski olduğu düşünülmektedir. Adnan Tepecik “*Grafik Sanatlar*” adlı eserinde amblem konusunu şu şekilde ifade etmiştir; günlük yaşantımızda alışveriş, haberleşme, sesli iletişim ya da bir takım görsel iletişim ürünlerine ihtiyaç duyduğumuz anlarda doğada bulunan formları ayıklayıp görsel kimliklere bürüyerek bir takım görsel kimlik ürünleri ortaya çıkarmışlardır. Bu görsel kimliklerden bir tanesi olan amblemler yapı olarak bir nesneyi, somut veya soyut, doğrudan veya dolaylı olarak anlatma özelliği taşımaktadırlar. Bir markanın, ürünün ya da hizmetin içerisinde barındırdığı mesajı, yani fikri amblemin temel yapısını oluşturmakta kullanılmaktadırlar (Tepecik, 2002, s. 61).

Emre Becer’e göre amblem; bir ürüne, hizmete, kuruma ya da kuruluşa görsel kimlik kazandıran, sözcük özelliği taşımayan; soyut veya nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan sembolik simgelerdir (Becer, 2015, s. 194). Bir kuruluşu nesnel ya da düşsel ürünü simgeleyen amblemler, harfler ve şekillerden meydana gelmektedir, ancak bu görüntünün sade, anlaşılır ve özgün olması gerekmektedir (İşingör ve Diğerleri, 1986, s. 152).

Amblem, bir kurumun karakteristik duruşunu, felsefesini basit bir görünüm altında toplayan bir imkân sağlamaktadırlar. Kurumların kendisini dış dünyaya yani ilgili kitlelere tanıtması, duyurması ya da dış dünya ile görsel iletişim kurmasında önemli bir yere sahiptirler. Kurumsallaşmanın ana formu olan amblemler, kurum imajının oluşmasına imkân sağlamaktadırlar. Ayrıca amblem tasarımları kurum felsefesinin ve kurumsal kimliğin kurum içi personel ve kurum dışındakiler tarafından görsel olarak algılanmasını ve kurum imajının kalıcı olmasını sağlamaktadır (Teker, 2009, s. 88). Amblemin birincil görevi, ait olduğu kurum hakkında amblemi gören kişide olumlu bir kurum imajı oluşturması gerekmektedir. Bu özelliğinin yanı sıra bir amblemin, kurum felsefesinin ve kurumsal kimliğin kurum içi personel ve kurum dışındaki müşteriler tarafından görsel olarak algılanmasında ve görsel kimliğin oluşturulmasında çok önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir (Teker, 2002, s. 111).

2.2. Logo (Logotype)

Logolar amblemlerden farklı olarak firmanın ismine de yer verirler. Logo tasarımı için bazı kurallar vardır bunlar; özgünlük, sadelik ve az sayıda renk içermesi belli başlı kurallarındandır. Logo küçüldüğünde de kendini belli edebilmelidir. Her çeşit baskı ve kesim tekniği ile sorunsuz kullanılabilirdir. Grafik tasarım da önemli olan bir görsel kimlik yaratmaktır, marka için özel bir amblem ve isimden oluşan logo formunun, kolay hatırlanabilir olması, somut bir takım grafik tasarım unsurundan oluşması gerekmektedir (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 287).

Logotype, 1881 yılında Avrupa’da başlayan sanayileşme sonucu bir grafik tasarım ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Makineleşmenin gücü ile üretimde artış da ortaya çıkmaktadır. Üretim fazlası ürünler meydana gelmiş ve bu ürünlerin satışını kolaylaştırmak amacı ile belli başlı reklam çalışmaları ortaya çıkmıştır. Müşteriyi ürüne çekecek fikirler ile markalaşma ortaya çıkmış ve kaliteli ürün reklamı yaparak markalar kendilerini göstermeye başlamışlardır. Logotype nin kullanımı bu dönemde yaygınlaşmış, mal ve hizmetlerin kendilerini ifade etmeleri için halkın okuyan kısmına hitap edecek şekilde kalıcı ve alıcı bir etki yaratmak amacı ile amblemin yanı sıra, kuruma özgün tipografi de ön planda tutulmuştur. Günümüzde yoğun olarak kurum kimliği tanıtımlarında logotype kullanılmaktadır (Tepecik, 2002, s. 61).

Logo tasarımı yani “Logotype” iki veya daha çok karakterin sözcük halinde okunacak şekilde bir araya getirilmesi ile oluşturulan ve bir kurum, kuruluş, ürün ya da hizmeti tanıtan amblem özelliği taşıyan harflerle yapılan formlardır. Logo tasarımları bir kitleye seslendiği için tarihsel olarak amblem diğer işaret türlerinden sonra ortaya çıkmış ve her logo tasarımını bir tipografik deneyim olarak adlandırabiliriz (Becer, 2015, s. 195).

Ulufer Teker’in “*Grafik Tasarım ve Reklam*” adlı kitabında başarılı bir logonun özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır;

- 1- Tasarımı özgün olmalı,
- 2- Kuruma özgü, orijinal ve yeni olmalı,
- 3- Bakış yakalayıcı ve dikkat çekici olmalı,
- 4- Algılamada kargaşaya yol açmamalı,
- 5- Estetik olmalı, okunabilmeli,
- 6- Çağrışım yapabilmeli,
- 7- Kolay anlaşılmalı ve hatırlana bilmeli,
- 8- Temsil ettiği firmaya, ürüne ya da hizmete özel olmalı,
- 9- Firma ya da hizmet hakkında bilgi vermeli
- 10- Görsel kimliğini oluşturan öğeleri içermeli,
- 11- Kuruma duyulan güveni pekiştirici olmalı,
- 12- Her türlü medyada ve dijital ortam da kullanıma uygun olmalı,

- 13- Benzer kurumlar tarafından kullanılan tipografik karakterlerden ayırt edilebilmelidir (Teker, 2009, s. 91).

2.3. Piktogram (Görsel Bilgi İşaretleri)

Piktogram sözcüğü Latince “pictus” ve “gram” sözcüklerinden türetilmiş bir sözcük olup yazısız resim anlamı ifade etmektedir. Piktogram yazılı ifadenin kolaylaştırılması amacı ile resimsel anlatım olan simgesel işaretlerin bir sistem içinde toplanmasıdır (Teker, 2009, s. 84). Uluslararası iletişimleri kolaylaştıran, bir nesne ve bu nesnelerin anlamını ifade eden, grafik sembollere verilen genel isimdir (Tepecik, 2002, s. 66). Simgesel işaretler, bir ürün, hizmet ya da nesneyi göstermeye yarayan formlardır. Topluma yaygın bir şekilde hizmet veren çeşitli mekanlarda, tren istasyonları, metrolar, çarşı ve eğlence yerleri, otogarlar ve hava meydanları gibi farklı unsurlara mensup insanların da toplu bulunabileceği yerlerde “evrensel bir dil” oluşturma amacıyla kullanılmaktadır. İnsanın var oluş süreciyle birlikte ortaya çıkmıştır ve günümüzde de işlevini devam ettirmektedir (Becer, 2015, s. 194-195).

Ulufer Teker’in “*Grafik Tasarım ve Reklam*” adlı eserinde piktogramlar da bulunması gereken özellikler şu şekilde sıralanmaktadır;

- 1- Evrensel olarak anlaşılabilmesi,
- 2- Farklı yaş ve sosyal gruba ait insanlar tarafından aynı şekilde algılanmalı ve anlaşılmalı,
- 3- Hiçbir tabuyu zedelememeli,
- 4- Yalın grafiksel çizim ile tasarlanmalı,
- 5- İllüstrasyon tarzında tasarlanmamalı,
- 6- Tek bir grafik sisteme göre düzenlenmeli,
- 7- Simgesel işaretler sistemi olarak geliştirebilmeye uygun olmalı,
- 8- Uluslararası düzeyde anlaşılır olmak için, standart renkler kullanılmalı
- 9- Tasarım öğeleri estetik kurallara uygun olmalı,
- 10- Farklı mekanlarda, farklı boyutlarda ya da farklı iletişim araçlarında kullanıma uygun olmalı,
- 11- Tek renk basıldıklarında da özelliklerini yitirmemelidir (Teker, 2009, s. 84).

2.4. İllüstrasyon (Resimleme)

İllüstrasyon genel olarak bir görüntüyü, bir haberi veya verilmek istenilen bir mesajı izah edici resim anlamında kullanılmaktadır. Günümüzde herhangi bir olay esnasında o an ki görüntüyü kaydedecek bir cihazın bulunmadığı durumlarda, görgü tanıklarından alınan bilgiler doğrultusunda yapılan görsellemeye de illüstrasyon denmektedir (Atan, 2013, s. 25).

İllüstrasyonlar, güçlü bir anlatım aracıdır, çoğu alanda ve her konuda başarılı bir şekilde uygulanabilir. En önemli özelliği, gerçekte olmayan şeyleri varmış gibi gösterebilmesidir. Sözcük anlamı izah edici resim demektir. Daha çok kitap içi metinlerde geçen olayları güçlendirmek ve daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla konuya uygun yapılan resimlerdir (Tepecik, 2002, s. 78).

İllüstrasyon Latince "lustrare" kökünden gelir, anlamı "anlaşılır yapmak" tır. Bir metin veya konunun içinde geçen olayları anlatmakla yükümlü görsellerin tümüne verilen isimdir. Asıl amacı bir fikri daha etkili ve verimli açıklamaktır. Bir illüstrasyonun başarısı ve başarısızlığı onun bildiriye iletmesine bağlıdır (Gikonv, 1991, s. 10). Becer'e göre illüstrasyon; başlık slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak yorumlayan bütün unsurlara genel olarak "illüstrasyon" adı verilmektedir (Becer, 2015, s. 210). Farklı teknikler ile hazırlanabilir; geleneksel çizim ve boyama malzemelerinin yanı sıra, fotoğraf, kolaj ve bilgisayar tekniklerinden de yararlanılmaktadır. İllüstrasyonlar kullanım alanları açısından üç grupta toplanabilir bunlar:

- 1- Reklâm illüstrasyonları,
- 2- Yayın illüstrasyonları,
- 3- Bilimsel ve Teknik illüstrasyonlardır (Becer, 2015, s. 210-211).

2.5. Tipografi Tasarımı

Tipografi, insanlığın formuna, biçimlerine ve diline yansımış, şekillenmiş ve şekillendirilmiş önemli bir anlatım biçimi olarak tanımlanabilir. Yazı ise tipografinin ana ögesidir. Tipografide net olarak bilinen ve günümüze yansıyan bir anlatımı vardır ki o da "yazı tarihi Sümerlerle başlar" deyişinin ışığında, Sümer kültüründe rastlanan, hızlı diğer kültürlerle yayılan, yazı alanındaki önemli değişimler, reformlar ve buluşlardır.

Tipografi terimi ilk kez John Gutenberg'in metal harflerini tanımlamakta kullanılmış ve bugün basım sanayisinde, grafik tasarım alanında, bütün baskı alanlarında ve tasarıma dayalı alanlarda kullanılmaktadır. Tipografi tasarımı üretim teknolojisini benimseyen profesyonel bir alan olarak kabul edilmektedir (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s. 235-243). Tipografinin tanımını yapacak olursak, tipografi harf ve sembolleri kullanılarak yapılan bir tür yazı sanatıdır. Tipografi, Yunancadan gelen "tipo" işaret, "graph" ise yazmak ve çizmek anlamını içermektedir. Türkçedeki karşılığı yazı düzenleme sanatı anlamına gelmektedir (Tepecik, 2002, s. 85).

Bir tasarımcı tipografide yer alan kelimeleri okutmak için yetenekli olmalı ve tasarımın merkezi noktasını iyi ayarlaması gerekir. Logo tasarımlarında font seçiminin önemi, yerleşim düzeni, şekil ve renk unsurlarının uyumu tasarımcıya ait olup bu seçimler logo tasarımlarının "iyi

veya kötü” olmasını belirleyen temel faktörlerdendir (Sarıkavak, 2014, s. 15-17). Tipografi terimi ilk olarak, Johann Gutenberg’in metal harflerini tanımlamakta kullanıldı. 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, 2015, s. 176).

3. AFİŞ YAPITININ ÖGELERİ

3.1. Kompozisyon

Latince Componare’den üretilen kompozisyon sözcüğü dilimizde “bütünleşme, düzenleme, yerleştirme” anlamlarını taşımaktadır. Bir sanat dalını oluşturan temel öğelerin belli bir sistem ve ahenk içinde kurgulanarak düzenlenmesine kompozisyon adı verilmektedir. Gündelik yaşamımızda birçok durumda ahenk kargısı taşırız, eşyalarımızı, giysilerimizi seçerken, onları kullanırken bir beğeni oluşturmaya çalışırız. Bazı şeyleri nedenini bilmeden beğeniriz, bu kişilik ve bakış açısı olarak farklı bir duygudur. Kompozisyon bu bağlamda yaşamımızda doğal olarak işlevi olan bir olgu olarak kabul edilmektedir. Resim sanatında kompozisyon genel olarak, konunun ve resimsel elemanların resim yüzeyinde düzenleniş biçimidir. Resim öğelerinin ve resmin konusunu oluşturan elemanların resim yüzeyine ne şekilde yerleştirileceği ise kompozisyonun temel sorunudur. Bu açıdan bir tablonun inşasında hareket noktası konu değil kompozisyon fikri olmalıdır. Bazı ressamlar yaptıkları eserlerde kompozisyonu duygularına göre oluştururlar, sezgisel ve içlerinden geldiği gibi bir düzenleme gerçekleştirirler. Bazıları ise göze en hoş gelen ideal düzeni oluşturmak için birtakım matematiksel ve geometrik ölçütlerden yararlanırlar. Bu ölçütlerin en bilinen ve yaygın olanı Antik Yunan sanatında geliştirilmiş olan ‘Altın Oran’dır. Altın oran parçalar arasındaki en ideal uyumu sağlayan bir sistem olarak kullanılmaktadır (Üner, 2010, s.114).

Biçimin ve özün karşılıklı etkisini ilk ortaya atan isim Aristoteles’tir. Aristo’ya göre sanatın ana ögesi biçimdir, yardımcı ögesi ise özür. Gerçekliğin esasının biçimden ibaret olduğunu kabul etmektedir. Çünkü yeryüzünde her şeyin bir biçimi ve özü vardır. Biçimin olduğu her form, maddenin düzgün bir şekle girmesinde katkı sağlayacaktır. Sanat dalları arasında, en üstün olan kavram müziktir, bilimlerde ise matematik olarak kabul edilmektedir. İlkel dönemlerde önce biçim hazırlanıp, sonrasında şekilsiz madde o biçimin içine aktarılarak şekillenmesi sağlanmaktaydı, bu görüş ile bütün ilk ve orta çağa hâkim olan düşünce biçim olarak kabul edilir (Ersoy, 2004, s. 134). “*Bir figürün biçimsel yapısındaki doğrultular, diğer öğelerin doğrultularıyla etkileşime girerek diğerini daha algılanabilir hale getirecektir. Çünkü bir kompozisyonu algılanabilir kılan şeylerden biri de belli*

yöndeki bir figürün diğerlerine karşıtlık oluşturmastır” (Turgut, 2013, s. 151).

Doğada var olan her cismin bir geometrik bir biçimi vardır, biçim çizgi, renk ve renk tonlarından oluşan yüzeylerdir. Tasarımcının biçimleri doğaya dayalı tasarım kurallarını göz önüne bulundurarak iki boyutlu bir yüzeylerin üzerine, çizgi, renk, doku ve hareket ekleyerek farklı bir biçim oluşturabilir. Tasarımcılar geometrik şekilleri ya da parçalarını ortaya çıkararak yaşadıkları ortamı yakından inceleyerek özgün şekiller ortaya çıkarabilirler. Doğada var olan en yaygın şekiller; esnek, yumuşak, kavisli ve düzensiz olan organik şekillerdir. *“Biçim temel tasarım tekniğinde, çizgi renk ve diğer yüzey elemanlarının birbirleriyle ilişkileri sonucu biçim oluşur”* (Tepecik, 2002, s. 58). Bu bağlamda tasarımcının görevi, hedef kitleye verilmek istenilen mesajı her ne koşulda olursa olsun, mümkün olduğunca çok sayıda kişiye aynı etkiyi uyandıracak şekilde biçimlendirmesi gerekmektedir (Erhan, 1978, s. 111). Biçim, valör, çizgi, renk, doku, boşluk gibi elemanların tanımladığı veya belirlendiği gerçek ya da hayali bir alanı işaret etmektedir. Resim sanatında biçim üç boyutlu bir görünüş kazana bilir, biçimin iki boyutlu görünümünü onu formdan ayırmaktadır (Balcı, 2013, s.71).

Afiş tasarımı kompozisyon ilkesi, tasarımda yer alan bütün görsel formların belirli bir düzen içerisinde bir araya gelerek tasarımda bir bütün oluşturmastır. Tasarımcının hedef kitleye iletmek istediği mesajı, tasarımlarında kullanacakları öğeleri, tasarım ilke ve elemanları ile birlikte görsel bir bütün oluşturularak düzenli hale getirmesi tasarımda kompozisyonu oluşturmaktadır. Afiş sanatının sürekli gelişme gösterdiği yüzyıllar boyunca sanat tarihçileri kompozisyonun evrelerini incelemişler ve bu evrelerin genel olarak iki temel üsluba dayandığını saptamışlardır. Açık ve kapalı kompozisyon olarak adlandırılan bu iki üslup, genel olarak afiş elemanlarının tasarıma geometrik ya da dağınık düzenlenişine dayanmaktadır (Üner, 2010, s.116).

1- Açık Kompozisyon (Sınırsız Görüntü)

Afişin konusunu oluşturan elemanların tasarım yüzeyinin dışında da devam ediyormuşçasına sınırsız hareket ettiği kompozisyon türüdür. Bazı tasarım elemanlarının yüzeyden dışarı taşması, çok yönlü hareketlilik ve simetrisizlik bu türün niteliğidir. Bu özelliğinden dolayı açık kompozisyonlar dağınık duygusu yansıtmaktadır. Bu üslubun temsilcisi Rönesans sonrası gelişen “Barok” akımı olarak bilinmektedir.

2- Kapalı Kompozisyon (Sınırlı Görüntü)

Afiş tasarımında işlenen konunun tasarımın merkezinde odaklanması ve tasarımın çerçevesi içinde sınırlandırılarak oluşturulması kapalı kompozisyonu oluşturmaktadır. Bu üslupta konu genel olarak açık ve net bir biçimde okuyucuya yansıtılmaktadır. Yapıt yatay ve dikey hareketlerin egemen olduğu geometrik bir şekle sahiptir. Bu nedenle de tasarımda bir denge, düzen ve simetri oluşturulmaktadır. Rönesans tablolarında yer alan kompozisyonlarda geometrik şema görmemek olanaksızdır. En tipik Rönesans kompozisyon şemaları üçgen ve pramidal olarak bilinmektedir (Üner, 2010, s. 116-118).

3.2. Mekân

Afiş, broşür ve ilan gibi grafik tasarım ürünleri ve resim sanatı için fiziksel anlamda bir mekân yoktur. Bu bağlamda her iki sanat dalı için vurgulanabilecek formlar iki boyutlu oluşlardır. Uygulanan kompozisyon düzeni bir bütün olarak kendi içinde biçimsel bir mekân oluşturabilir. Bu biçimsel mekân görsel bir nitelik taşımaktadır. Kullanılan renk, doku, çizgi, biçim ve leke gibi değerleri kendi aralarında kurulan bir uyum ve bağ ile tasarımın ya da resmin üç boyutluymuş gibi algılanmasına yardımcı olmaktadır. Ortaya koyulan mekân olgusu sanatçının kişisel ifadesine bağlanmaktadır. Afiş tasarımlarında kullanılan tipografi, renk, doku ve leke gibi değerler de tasarımda mekân formunu oluşturmaktadır. Tasarımda kullanılan boşluk- doluluk da mekânın vurgulanmasına katkı sağlamaktadır. Afiş tasarımı üzerinde yer alan iletinin amacına uygun hazırlanan tasarımın içeriğine uygun tipografi karakterleri ve lekeler mekâna tasarım içinde bir derinlik kazandırmaktadır. Mekâna hareketlilik kazandıran formlarda aynı şekilde tipografinin ve rengin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda mekânı oluşturan bu olanaklardan üç boyutlu mekânı kompozisyon anlamında güzelleştirmek afiş tasarımlarında asıl amaçlardandır (Kaplan, 2015, s. 87).

Boşluk, mekân veya espas nesnelerin içinde, altında, etrafında, arasında veya üstündeki alan olarak tanımlanmaktadır. Sanatta mekân iki boyutlu olduğu kadar üç boyutluda olabilmektedir. İki boyutlu mekân ile üç boyutlu mekân arasındaki fark şudur; Üç boyutlu biçimlendirmede çalışmaları algılayabilmek için çevresinde hareket etmemiz gerekmektedir. Yüzeysel sanatlarda ise mekân bir yanılsama yaratmak için kullanılmaktadır. Mekân daha çok bir araç, bir ürün olarak düşünülmektedir. İki boyutlu mekân, resim, desen ve baskı gibi türlerde kullanılan yüzey üzerinde yer alan mekanlardır. Bu tür mekânın, sadece yüksekliği ve genişliği vardır, gerçek bir derinliği yoktur. Üç boyutlu mekânın gerçek bir derinliği, genişliği ve yüksekliği bulunmaktadır. Üç boyutlu mekanların kullanıldığı yerlerden biri de heykel sanatıdır (Balcı, 2013, s. 72).

Afiş tasarımında soyut veya somut biçimlerin bir mekân içinde gösterilerek yüzeyde bir üçüncü boyut izleniminin oluşturulması derinlik kavramını ortaya çıkarmaktadır. Biçimlerin içinde bulundukları mekânın yüzeyine yapışmış gibi görünmemesi, hacim ve derinliğin oluşturulması afişin temel sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü afiş sanatını diğer sanat dallarından ayıran en önemli noktası mekân ve derinlik kavramlarıdır. Resim sanatında da mekân düşüncesiyle özdeşleştirilen derinlik kavramı 18.yy’ a kadar somut dünyamıza ait bir derinlik olarak betimlenmiş ve her şey gerçekte olduğu gibi gösterilmiştir. Doğayı taklit eden bu tür derinlik anlayışı perspektifle ilişkilidir ve resim dilinde “klasik espas” olarak adlandırılmaktadır. Fransızca kökenli bir sözcük olan espas (espace) dilimizde boşluk, mesafe, mekân, uzay, uzam, aralık gibi anlamlar içermektedir. Biçimlerin resim yüzeyinde herhangi bir şekilde düzenlenmesi ile aralarında oluşan boşluk ve mesafe espas olarak ifade edilmektedir (Üner, 2010, s.122). Üner’e göre; Biçimler resim yüzeyinde düzenlenmiş şekline göre iki türlü espas oluştururlar;

1- Klasik Espas

Görünen gerçekliğin resim yüzeyine olduğu gibi yansıtılmasıyla elde edilen derinlik, klasik espas olarak adlandırılır; buna perspektival espas da denilmektedir (Üner, 2010, s.123).

2- Soyut Espas

Somut ya da soyut formların yan yana veya arka arkaya sıralanmasıyla bunların aralarında oluşan boşluk ve mesafelerden yararlanılarak oluşturulmaktadır (Üner, 2010, s.127).

3.3. Aralık

Türk Dil Kurumu (TDK)’na göre; “*Basımcılıkta harfler veya satırlar arasındaki açıklık, espas aralık olarak adlandırılmaktadır.* Afiş tasarımında yer alan formlardan daha açık ve değişim gösteren kalınlığı farklı olan öge olarak da adlandırılan bu kavram ışığın etkisiyle formlar arasındaki uzaklığa göre değişim gösteren koyulukları ve nesnelerin birbirleriyle bağlantıları oluşturan bir unsur olarak adlandırılmaktadır. Kompozisyonda kullanılan gölge, renk, doku, oran, açıklık koyuluk değerleri, gölge ve tonların dağılımı tasarımda aralığı oluşturmaktadır. Aynı zamanda afiş tasarımlarında alanı olan boşlukta kullanılan degradeli ve düz zeminler, yazı karakteri ve tasarımda kullanılan leke değerleri arasındaki kontrast renkleri, tipografi karakterlerinde koyudan açık renge doğru geçişler, ışık-gölge bir bölüm olarak aralığı oluşturmaktadır. (Kaplan, 2015, s. 87-88).

Afiş tasarımında çizgi ile soyut hale getirilen nesneler, ışığın etkisi ile açıklığı ile değişen görünümler kazanmaktadır. Işık en çok beyaz ve koyu siyah arasındaki bir derecelendirme ile gösterilmektedir. Işığın kullanım biçimi çeşitli şekillerde olabilir, tek renk ve kütle üzerinde gölgeden ışığa geçiş sağlayabileceği gibi, çeşitli renklerin uzaklıklarına göre koyuluk ve açıklığında derecelendirilmesi tasarımın tamamına göre değerlendirilmektedir (Ersoy, 2004, s. 148). *“Tasarımda görsel biçimlerin birbirine olan aralığı hareketi ve yönlerini etkiler ve gruplaşmayı sağlayabilir. Afiş tasarımlarında görsel biçimlerin arasındaki aralıkların düzenlenmesi ile mesaj daha net iletilir”* (Gedik, 2017, s. 81).

Afiş bir kitle iletişim aracı olduğundan hem birey hem de toplum tarafından fark edilebilir nitelikte tasarlanmalıdır. Afişin dikkat çekmesini mesajın hedef kitle tarafından algılanması için ilk kural diyebiliriz. Afişin kendini öne çıkarması, fark ettirmesi, afişte bulunan tasarım öğelerinin etkili bir şekilde kullanılması ile mümkün hale gelecektir. Afiş tasarımında bulunan; renk, doku, çizgi, aralık, ton, gölge, ışık, benzerlik, zıtlık, bütünlük, tekrar ve yön gibi elemanlar doğru kullanıldığında hedef kitle ile etkili bir iletişim kurulacaktır (Tanrıkulu, 2009, s. 60-61). Bir tasarım içerisinde yer alan elemanların birbirine olan uzaklıklarına aralık adı verilmektedir. Birbirine yakın aralıklar uygun, birbirinden farklı aralıklar ise zıtlık oluşturmaktadır. Bir afiş tasarımında en büyük aralık, en küçük aralığa göre zıt olarak kabul edilmektedir (Divanlıoğlu, 1997, s. 54).

Aralığın oluşumunda ölçü, oran ve mekân tasarımda yer alan parçaların birbirlerine olan mesafe ile birbirleriyle olan ilişkilerinde de ön plandadır. Herhangi bir görüş alanındaki aralık, çok büyük veya çok küçük başka bir alanda, uyumsuz, dengesiz ve belirsizlik oluşturmaktadır. Dolayısıyla formların görsel etkilerinin net, kuvvetli, anlaşılır ve anlamlı olmasında aralık önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Atalayer, 1994, s. 208). Tasarımda tipografinin kullanıldığı beyaz alan, bu sanatın ele alındığı “Evren”i tasarımcıya sunmaktadır. Tasarlanan sanatsal ve kavramsal ürünler bu evrende yer almaktadır. “Aralıklar, vurgusu az veya çok değişen, farklı zamanlarda noktalanmış müzikal bir cümle gibi satırlara ve farklı uzunluklardaki sözcüklere bir düzen sunmaktadır (Çakır, 2008, s. 28).

3.4. İçerik

Afiş tasarımlarında genel olarak içeriğin önemi büyüktür. Çünkü bir afiş tasarımının ne için yapıldığı, hangi kitleye hitap ettiği önemli bir husustur. İçerik konusunda afiş tasarımlarını dört ana grupta inceleyebiliriz;

- 1- Kültürel Afişler
- 2- Sosyal Afişler

- 3- Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri)
- 4- Siyasi Afişler (Propaganda Afişleri)

Afiş tasarımlarında yer alan görsel öğelerden hangi kitleye yönelik bir çalışma olduğunu anlayabiliriz. Örneğin; Bebek maması üreten bir firmanın, reklam afişinde kullandığı, annenin çocuğuna mama yedirirken ki fotoğrafı, çocuğu olan ailelere ürünü satmaya yönelik bir ticari amaçlı çalışmadır. Başka bir örnek verecek olursak; bir yöreye ait festivalin duyurusunu yapmak için kültürel afiş tasarımlarına başvurulur, o festivalin içeriğine yönelik görseller, yöreye ait renk ve tarihi dokular festival afişinde yer alabilir.

İyi bir afiş tasarımı içerik olarak hedef kitleye yönelik tutarlı ve aynı zamanda mantığa dayalı olmalıdır. Yanlış bir görsel formun kullanılması bütün çalışmayı etkisiz kılacaktır. Tasarımcı neyi, nerede ve ne şekilde kullanacağına karar vermeli, net olmalı, günlük ve yüzeysel olanları aşarak tasarımını düzgün bir içeriğe oturtmalıdır. Bir afiş tasarımının öncelikle içerik yani konunun, sonra da bu içeriğe uygun kendi yorumunu katarak biçimlendirmesi ve etkili bir görüntü kazandırması ve hedef kitleye yönelik bir tasarım olması tasarımı etkili kılacaktır (Kaplan, 2015, s. 88).

Amaca uygun bir afiş tasarımı için okuyucuyu, izleyiciyi, yazının ve görsel elemanların anlamına göre kompoze edilip, yönlendirilmesi tamamen içerikle ilgilidir. En önemliden daha az önemliye doğru sıralanması gibi. Grafik tasarım elemanlarının vurgulamak istenilen mesaja göre ölçülendirecek olursak bunu, beyaz boşluklar, küçüklük-büyükük ile ve renkle yapabiliriz. Bu bağlamda tasarımda hiyerarşik düzen kendiliğinden oluşmuş olacaktır (İstek, 2005, s. 91). *“Grafik tasarımda içeriğin bütününi meydana getiren unsurlar, bir iletişim yöntemi olarak bildirişim görevini yerine getiren detayların temel alınması gerekmektedir”*. Bu detaylar ise; yazı, renk, görüntü, imge, imge ve diğer tasarım elemanlarının bir araya gelmesi ile oluşmaktadır (Özderin, 2007, s. 54). Afiş tasarımlarında genel olarak içerik kavramı, tasarımın konusunu ele almaktadır (Bingöl, 2010, s. 48).

3.5. Renk Etkileşimi

Renk tekniği geçmişten günümüze sürekli bir gelişim göstermiştir. Renk tasarımda çizgiden veya diğer tasarım elemanlarından daha etkili bir öğedir. İnsanın duyularına hitap eden ve heyecanlandıran bir kaynak olduğundan hedef kitleyi çabuk etkisine altına alan bir eleman olarak tanımlanmaktadır (Kaplan, 2015, s. 89). *Renkler geniş yüzeyler halinde kullanılmalı, parlak ve canlı renkler tercih edilmeli ve renkler arasında güçlü kontrastlar oluşturulmalıdır* (Becer, 2015, s. 203). Bir grafik tasarım ürününün başarısı, iletilmek istenilen mesajın hedef kitleye aktarılabilmesine

bağlı olduğu ve ileti aktarımında rengi doğru kullanmanın tasarım ürününde fark edilirliliği arttırarak, görsel bütünlüğü de desteklediği düşünülmektedir. Renk, tasarım sürecinde geniş kapsamlı bir çerçeveye kapsamında ele alınması gereken; birbirinden farklı gruplarını ayırmayı, vurgulamayı, dikkat çekmeyi ve aynı zamanda göstergelere anlam yükleme amacı ile kullanılan bir tasarım elemanı olarak bilinmektedir (Ambrose ve Harris, 2013, s. 24).

Görsel algılamada renk, anlat üretme, anlamın algılanması ve bilinçaltını etkilemede önemli rol oynamaktadır. Grafik tasarım uygulamalarında renk bir tasarım elemanı olarak önem taşımaktadır. Görsel hiyerarşiyi organize etme aşamasında önemli bir etmendir. Renk; çizimleri, tipografiyi görünür hale getirebileceği gibi, etkisiyle onların önüne de geçebilmektedir. Renk ve ton değerlerinin bilinçli olarak kullanımı, tipografiyi kolay okunur hale getirerek; biçimleri ön ve arka planda algılatıp farklı uzaklık, yakınlık ve derinlik duyguları yaratmaktadırlar. Görsel iletişim açısından; marka, logo, ambalaj, web tasarımı gibi kullanım alanlarında tasarımcılar renk davranışları motive etmek, çağrışım yaratmak, yönlendirmek, uyarmak, süreklilik sağlamak ve bir duyguyu dışa vurmak için kullanılmaktadırlar (Teker, 2009, s. 63-64). *“Yapılan bir araştırma göre rengin satın alma ve seçme sürecindeki rolünü ortaya koymuş, sadece ambalaj üzerinde etkin renk değiştirilerek, şaşırtıcı sonuçlar elde edilmiştir”* (Uçar, 2014, s. 45).

Emre Becer 'in *İletişim ve Grafik Tasarım* adlı kitabında grafik tasarımcılara tasarımlarında kullanacakları renk seçiminde, aşağıda yer alan dört unsuru dikkat etmeleri söylenmektedir;

- 1- Rengin kültürel çağrışımı,
- 2- Hedef kitlenin renk tercihi,
- 3- Firma ya da ürünün karakteri ve kişiliği,
- 4- Tasarımdaki yaklaşım biçimi (Becer, 2015, s. 60).

Ulufer Teker'in *Grafik Tasarım ve Reklam* adlı kitabında; renklerin reklam uygulamaları açısından önemli etkileri konusu şu şekilde ele alınmıştır;

- 1- Markanın fark edilme ve tanınmasını sağlar,
- 2- Renkler, kelimelerin, amblemlerin, logo ve diğer yazılı metinlerin okunaklılığını arttırarak, ilgi ve dikkat çekiciliği arttırır,
- 3- Markaya kişilik kazandırır,
- 4- İkna gücünü arttırır, renkler uyandırdıkları psikolojik etkiler nedeniyle bir ürünün daha taze, daha canlı görünmesini ya da hoşagitmesini sağlayabilir,

- 5- Ürünün fark edilirliliğini arttır, özellikle raflarda kolaylıkla bulunmaları açısından önem taşımaktadır (Teker, 2009, s. 65-66).

3.6. Boşluk/Doluluk

Görsel tasarım için en önemli elemanlardan biri de boşluk ve doluluktur. İki boyutlu bir tasarımda boşluğa negatif alan adı verilmektedir. Boşluk dikkatli bir şekilde kullanıldığında, sayfada yer alan elemanlar düzenli bir görünüm kazanmaktadır. Tasarımda yer alan boş ve dolu alanları doğru kullandığımız zaman tasarıma bütünlük kazandırabiliriz. *“Boşluk/Doluluk, tasarım sürecinde varlığını gösteren, yani mekânın ve nesne sınırlayışı ve onlara kazandırışıyla olduğu kadar tasarımın diğer öğelerinin değerlerini vurgulayıcı özellikleriyle, tasarımın vazgeçilmezi olarak kabul edilmektedir”* (Kaplan, 2015, s. 89).

Varlık ve yokluk gibi dolu ve boş kavramları da birbirini bütünleyen kavramlar olarak bilinmektedir. Birinin varlığı diğerinin var olma nedenidir. Birini diğerinden bağımsız düşünemeyiz. Bu bağlamda resim sanatında dolu-boş kavramı bütünlüğü sağlayan bir olgudur. Bir tabloda yer alan formların kapladığı alan dolu alanlardır. Boş alanlar ise dolu alanların dışında kalan, mekân ya da çevreyi oluşturan, boşluk duygusu veren alan olarak kabul edilmektedir. Bir formun kendi sınırları içindeki alan ile etrafında bırakılmış olduğu oran, denge, mesafe gibi ilişkilerine dolu-boş ilişkisi denir. Dolu-boş alanların düzenlenmesinde alanların geometrisinin, azlık, çokluk, genişlik gibi miktarının kompozisyonun kuruluş aşamasında hesaplanması gerekir. Ayrıca denge oran gibi sorunları çözümlmek için dolu olarak adlandırdığımız alanı boş alan, boş olarak adlandırdığımız alanı da dolu alan olarak kabul ederiz (Üner, 2010, s. 144). *“Boş ve dolu alanların doğru düzenlendiği afiş tasarımlarında hedef kitleye iletilmek istenilen mesajları sırayla ve doğru bir şekilde aktarabiliriz”* (Çakır, 2008, s. 64-65).

4. AFİŞ TASARIMINDA KULLANILAN TEKNİKLER

Grafik sanatının bütün ürünlerinde olduğu gibi, afiş tasarımını yapılırken de birçok teknik kullanılmaktadır. Geçmişten günümüze matbaanın icadından sonraki dönemlerde, resim, illüstrasyon ve yazı ile harmanlanarak hazırlanan afiş tasarımları bulunmaktadır. Dünya’da ve Türkiye’de matbaanın gelişimi ile birlikte birçok baskı tekniği de beraberinde gelmektedir. Baskı teknikleri ilk olarak, kitap kapağı, afiş tasarımı, ilan ve reklam alanlarında kullanılmıştır. Günümüz teknolojisinin gelişimi ile birlikte bütün alanlarda olduğu gibi afiş tasarımı alanında da birden fazla baskı tekniği kullanılmaktadır bunlar;

- 1- İllüstrasyon Tekniği İle Tasarım
- 2- Fotoğraf Tekniği İle Tasarım
- 3- Bilgisayar Destekli Tasarım
- 4- Serigrafi Baskı Tekniği İle Tasarım
- 5- Karışık Teknik İle Tasarım

4.1. İllüstrasyon Tekniği İle Tasarım

İllüstrasyon tekniği grafik tasarımcının özgün gücünü ve yaratıcı düşüncesini kâğıt üzerine boya türleri, kalem türleri ve fırça ile aktararak yaptığı bir tasarım tekniğidir. Hedef kitle üzerinde renkleri ve görsel formu ile ilgi çekicilik özelliği taşıyan bir tasarım tekniğidir. İllüstrasyon hazırlarken genel olarak geleneksel çizim ve boyama tekniğinin yanı sıra teknoloji ile birlikte; fotoğraf, kolaj ve bilgisayar tekniklerinden de yararlanılmaktadır. Kullanım alanları açısından üç ana grupta incelenebilir bunlar;

- 1- Reklam İllüstrasyonları,
- 2- Yayın İllüstrasyonları,
- 3- Bilimsel ve Teknik İllüstrasyonlar

İllüstrasyon türlerinin yanı sıra illüstrasyon tekniklerine de değinmekte fayda olacaktır. Grafik tasarımda kullanılan bütün teknikler, illüstrasyon hazırlanırken de kullanılabilir. İllüstrasyon tekniklerini şu şekilde sıralayabiliriz;

- 1- Kara kalem tekniği
- 2- Renkli kuru boya tekniği
- 3- Lavı tekniği
- 4- Çini Mürekkeple tarama tekniği
- 5- Pastel boya tekniği
- 6- Sulu boya tekniği
- 7- Karışık teknik
- 8- Air- Brush (Püskürtme) tekniği
- 9- Bilgisayar destekli illüstrasyon tasarımı (Tepecik, 2002, s. 81).
(Resim:49).



Resim 49: İhap Hulusi Görey

“Sümer Bank İllüstrasyon Afiş Tasarımı”

Kaynak www.tasarimdelisi.com/tasarimlar/

sanat/turk-grafik- sanatinkurucusu-
ihap-hulusi-gorey/ E.T. 22.04.2018

İllüstrasyon hazırlanırken kullanılan temel araçlar şunlardır; kâğıt, fırça, maket bıçağı, cetvel, gönye, pergel, makas, büyüteç, kopya kâğıdı, slayt projektörü, orantı cetveli, seloteyp, silgi, yapıştırıcı ve sabitleştirici sprej illüstrasyon çalışmalarında kullanılan temel malzemelerdir. Taslak çalışmalarında çoğunlukla yarı saydam, ince ve düz yüzeyli kağıtlar tercih edilmektedir. Ucuz olan pelür ve eskiz kağıtlarının yanı sıra, özellikle maker çalışmalarına yönelik olarak üretilen ve bloklar halinde satılan kağıtlar taslak aşamasında yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. İllüstrasyon çalışmalarında genel olarak 150 ile 300 gr/m² arasında değişen kalın resim kağıtları kullanılmaktadır. Resim kağıtları üç ana grupta toplanmaktadır;

- 1- Kalın grenli kağıtlar (suluboya ve gravür kağıtları)
- 2- Düz düzeyli sıcak preslenmiş kağıtlar
- 3- İnce grenli soğuk preslenmiş kağıtlar (Becer, 2015, s. 211-212).

Bir illüstrasyon hazırlanırken farklı aşamalardan geçmektedir;

- 1- Gerekli eskizin hazırlanması ve temize çekilmesi,
- 2- Eskize göre hazırlanacak olan afiş tasarımının boyutlarının belirlenmesi,
- 3- Bir çalışma alanı olarak illüstrasyonda kullanılan kâğıdın sağlam bir zemin üzerine alınması ve sabitlenmesi
- 4- İstenilen kalem ve boya türlerinin seçilmesi ve hazırlanması
- 5- Eskizin çalışma alanına doğru bir şekilde aktarılması.

Bir illüstrasyon çalışması uygulama anında farklı aşamalardan geçmektedir;

- 1- Gerekli eskiz çalışmasından sonra hazırlanacak afiş tasarımının, eninden ve boyundan biraz daha büyük kesilen kaliteli bir karton üzerine aktarılır,
- 2- İstenilen boya suyla inceltir ve en açık renklerden, en koyu renge doğru boyama işlemi yapılır,
- 3- Afişlerde yazı ve metin bilgi vermesi açısından önem taşımaktadır, bu metinler elle yazıldığı gibi belirli bir hazır metin de kullanılabilir,
- 4- Hazırlanan illüstrasyon baskıya girmeden önce tasarım ve uygulama anında baskı tekniği ve ortaya çıkabilecek problemler göz önünde tutulmalıdır (Kaplan, 2015, s. 89-90).

Tanıtım ve reklam alanında çoğu zaman fotoğraf yerine illüstrasyonlara ve çizimlere ihtiyaç duyulmuş, reklam ve tanıtım alanında fotoğraf yerine illüstrasyon türüne ihtiyaç duyulmasının pek çok nedeni bulunmaktadır. Bunlar;

- 1- Tanıtımda, fotoğrafın gösteremeyeceği nitelikte bir konunun sergilenmesi sırasında,
- 2- Fotoğrafta görünmesi mümkün olmayan küçük parçaların sergilenmek isteniyor olmasında,
- 3- Sadece hayal gücü ile oluşturulmuş imgeler sergilenmek isteniyor olmasında (Elden ve Özdem, 2015: 121).

İllüstrasyon tekniği ile hazırlanan afiş tasarımlarında sözel unsurların yanı sıra görsel olarak vurgulanan, yorumlanan ve desteklenen, dikkat çekici özeliği bulunan bu tür çalışmalar da illüstrasyon olarak tanımlanmaktadır. Kullanım alanlarına göre illüstrasyonlar; reklam, bilimsel, ticari, endüstriyel, sağlık vb. alanlarda kullanılmaktadır. Örneğin; Hastane koridorlarında halkı bilgilendirmek ve bilinçlendirmek için hazırlanan bilgisayar destekli illüstrasyon çalışmaları bulunmaktadır (Arıkan, 2009, s. 149).

4.2. Fotoğraf Tekniğı İle Tasarım

Fotoğrafın bulunuşuna kadar geçen süre içerisinde bütün görsel imgeler baskı yüzeylerine elle çizilerek ya da oyularak aktarılıyordu. 19.yüzyılda fotoğrafın bulunuşu ile görsel imgelerin reproduksiyon yoluyla kopyalama süreci başlamış oldu, fotoğraf emülsiyonu (duyarkat) ilk bulan kişi Fransız Joseph Niepce'dir (1822). Niepce, ürettiğı bu ışığa duyarlı yüzeyi karanlık bir oda (camera obscura) içine yerleştirerek, 1826'da doğadan ilk fotoğrafı çekmiştir. Bu bağlamda fotoğrafın buluşunu grafik tasarım alanında imge üretiminde köklü değişimlere neden olmuştur (Becer, 2015, s. 97). *“Fotoğraf yalın bir şekilde afiş olarak kullanılabileceğı gibi, çeşitli laboratuvar teknikleriyle fotoğrafın üzerinde sanatsal düzenlemeler yapılarak afiş tasarımında da kullanılabilmektedir”* (Tepecik, 2002, s.78).

Fotoğrafın buluşundan bu yana fotoğrafçılık da aynı şekilde değişim yaşamıştır. Fotoğraflarla yapılan farklı tasarım tekniklerinden biri de fotomontajdır. Alain Weill' in *“Grafik Tasarım”* adlı eserinde fotoğrafçılık ve tipofoto konularında şu açıklamalarda bulunmaktadır; Fotoğrafçılık ve fotomontaj konularına ilişkin farklı düşüncelerde bulunmaktadır. Fotoğrafçılığın temelinde iki isim yer almaktadır; Lissitzky-Zwart ve Moholy-Nagy. Moholy-Nagy tipofoto yöntemi adı altında bir teknik geliştirir, bu teknik üç ana madde ile açıklanmaktadır;

- 1- Tipofoto tipografi temelli bir oluşumdur,
- 2- Fotoğraf optik açıdan yakalanıla bilinenin görsel yansımasıdır,
- 3- Tipofoto görsel anlamda iletişimin en doğru biçimidir (Weill, 2015, s. 53).

Fotoğraf genel olarak yalnız başına da bir afiş tasarımı olarak kullanılabilmektedir. Örneğın; bir giyim mağazasının ürününün, bir model üzerinde çekilmiş fotoğrafı ve sadece firmaya ait bir logo tasarımı ile mümkündür. Bunun yanı sıra çeşitli tekniklerle fotoğrafın üzerinde grafiksel anlamda değişiklikler (Rötuş, montaj, dekupe, renk ayarı vb.) yapılarak da afiş tasarımı olarak kullanılabilmektedir. Çekilen fotoğrafın, dijital ortamda üzerine genel bilgilerin işlenmesi buna bir örnektir. Çekilen fotoğraf bilgisayar programları aracılığı ile gerekli boyutta biçimlendirilerek amaca uygun bir hale getirilerek, baskı ortamında çoğaltılarak kullanılabilmektedir. (Resim:50).



Resim 50: Bülent Erkmen “Kral Lear Tiyatro Afişi”
“Fotoğraf Tekniği İle Tasarım”

Kaynak <http://gmkn.org.tr/uploads/news/file-1446662775101630085.pdf> / E.T. 22.04.2018

Fotoğraf, özellikle basılı reklam alanında vazgeçilmez bir öğedir. Bir ürün ya da hizmetin tanıtılması amacıyla yapılan çalışmalar için fotoğraf oldukça önemli bir yere sahiptir. Reklamalarda ve tanıtımlarda fotoğraf kullanımındaki en temel amaç, tanıtımı yapılan ürünü daha cazip hale getirmektir. Bir gıda firmasındaki ürünlerin ve üretim alanının temiz bir şekilde fotoğraflanması kullanıcı üzerinde daha etkili bir izlenim bırakacaktır. Bu bağlamda fotoğraf sanatının, ustalıkla kullanılan bütün alanlarda, kullanılması faydalı olacaktır (Elden, Özdem, 2015: 118).

Afiş tasarımlarının çoğunda fotoğraf tekniği kullanılmaktadır. Bunun en iyi örnekleri; tiyatro afişleri, festival afişleri, film afişleri, sosyal ve kültürel afiş tasarımları türlerinden birçok örneğini görmekteyiz. Fotoğraf tekniğinin en çok kullanım alanlarından biride film afişleridir, çünkü vizyona girecek bir filmi en iyi şekilde izleyiciye sunmak için, filmde yer alan ana karakterlerin görselleri, filmin geçtiği mekanlardan, görüntülerin olması hedef kitleye olumlu yönde filme çekecektir. Grafik tasarımda font, resim, fotoğraf, illüstrasyon vb. unsurlar bir bütün olarak sunulduğunda afişin etkisi artacaktır (Bilirdönmez, 2016, s. 44). “Tasarım sürecinde bir kanaat, duygu, düşünce, tartışma ve ortak anlayış yaratmak için renk, doku, çizim, tipografi, fotoğraf tasarım olgusu, iletişim, estetik ve tasarım temelinde şekillenmektedir” (Arıkan, 2009, s. 26).

4.3. Bilgisayar Destekli Tasarım

1980’li yıllarda grafik tasarımcılığın seçkinliklerini temsil eden bütün sanatçılar desen ve fotoğraf alanlarında ustadırlar; hepsi bilgisayarı işlerini tamamlamak için kullanılacak bir araç olarak görmektedirler. 1980’li yıllarda Mac’in ortaya çıkışıyla, bunu yaratımın, özellikle de tipografinin doğal aracı olarak gören bir kuşak doğmaktadır. Bu genç grafikçilerin çoğu ister punk olsun isterse techno, müzik dünyası için çalışmaktadırlar. Bununla birlikte, müzikle video, grafik sanatlarla aynı teknolojik devrimi izler. Kısa bir süre içerisinde teknoloji her şeye karşın inanılmaz ilerlemelerin kaydedildiği bir önceki yüzyıldan daha hızlı geliştiği görülmektedir. Ofset baskının, foto-kompozisyonun kusursuzlaştırılması, 1960’ta Letraset’in buluşu, bütün bunlar grafikçilikte köklü değişimlere yol açar. Ama yaratım aracı olarak bilgisayarın gelişi gerçek bir devrim niteliğinde olduğu düşünülmektedir. Kısa sürede, Aldus Pagemaker, Quark X-Press, Adobe, Illüstrator, Photoshop, InDesign gibi programların ve gitgide daha güçlenen makinelerin ortaya çıkışıyla her yerde bilgisayara rastlanmaya başlar. Yavaş yavaş, verilerin aktarımından baskısına, bütün grafik zincirini altüst etmektedir (Weill, 2015, s. 118-120).

Her bilgisayar, grafik tasarım için uygun özelliklere sahip olmayabilir. Çünkü grafik tasarım alanında çalışan tasarımcıların yüksek kaliteli tasarımlar yaparak, tasarım boyutlarının büyük olması, bilgisayarın yavaşlamasına, aksamasına ve hata vermesine yol açmaktadır. Bu bağlamda bilgisayarın tasarım amaçlı olarak gerekli yazılım ve kapasiteye sahip olmaları büyük bir önem taşımaktadır (Tepecik, 2002, s. 52). Günümüzde son teknoloji bilgisayarlarla birlikte, her geçen gün gelişen bilgisayar programları ve yüksek kaliteli fotoğrafların üretilmesi ve geliştirilmesi grafik tasarım alanında oldukça olumlu sonuçlara yol açmaktadır. Profesyonel grafik sanatçıları eski dönemlerin kaligrafi ustaları, resimleri kâğıda çizen, şablon oluşturan, boyayan, resmeden, metinleri daktilo eden bir anlayış ile devam ettiren kişilerin olduğu düşünülmemektedir. Çünkü grafik tasarım ve afiş sanatının teknoloji den uzak kalmaması ve teknolojiye ayak uydurması reklamcılık anlamında daha etkili sonuçlar doğuracaktır (Artut, 1997, s. 53). *“Bilgisayarlar da birçok olasılığı oldukça hızlı bir biçimde tasarımcının önüne sererek yaratıcılığa ayrılacak süreyi uzatır. Resimlerin, tipografinin ve diğer görsel unsurların boyutları, yerleri ve renkleri bilgisayar ekranında çabuk değiştirilebilmekte, böylelikle el işçiliğine ayrılan zaman azalmaktadır”* (Becer, 1997, s. 53).

Bilgisayar destekli tasarım tekniğinde tasarımcı istediği sonucu baskı öncesi anında görebilmesi ve hatalarının düzeltilebileceğini bilmesi ve görmesi geri bildirim alabilmesi açısından avantaj sağlamaktadır. Ayrıca bilgisayar destekli tasarım tekniğinde çok kısa bir zaman da çok fazla alternatif tasarım yapma olanağı da bulunmaktadır. Yalnız bir şeyi

unutmamak gerekir bütün bunları yapan bilgisayar aracı değil bizzat tasarımcıdır. Bilgisayara ne yapması gerektiğine yönlendiren, özgün çalışmayı biçimlendiren kişi de tasarımcıdır. Bütün eskizler sonucunda sadece uygulama anında bilgisayara başvurulmaktadır (Kaplan, 2015, s. 92). (Resim:51).



Resim 51: Y&R Ajans, İtalya, 2010

“Barilla Mutlu Yıllar Afişi”

“Bilgisayar Destekli Tasarım”

Kaynak: https://www.adsoftheworld.com/media/print/barilla_happy_new_year/ E.T. 22.04.2018

Bilgisayar destekli tasarım tekniğini kullanan tasarımcıların dikkat etmesi gereken bazı kriterler vardır;

- 1- Bilgisayar programlarını etkin bir şekilde kullanabilmesi,
- 2- Resim, fotoğraf ve çizim gibi formların çözünürlüğünün bozulmaması, deforme edilmemesi,
- 3- Baskı öncesi program içerisinde gerekli düzenlemelerin yapılması,
- 4- Baskı öncesi gerekli renk ayarı ve kesim paylarının bırakılması,
- 5- Çözünürlük anlamında baskıya uygun ve kaliteli bir tasarım hazırlanması,
- 6- Baskı anında basılacak olan tasarıma uygun, kâğıt türünün seçilmesi,

- 7- Baskıya uygun bir formatta tasarımı kayıt altına alması, bilgisayar destekli tasarım tekniği kullanan tasarımcıların dikkat etmesi gereken kriterlerden bazılarıdır.

4.4. Serigrafi Baskı Tekniği İle Tasarım

Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre; “*Fransızca bir sözcük olan “sérigraphie” sözcüğünden türeyen, Serigrafiye, ipek baskı adı verilmektedir* (Türk Dil Kurumu, 2018). Serigrafi adından da anlaşılacağı üzere, seri olarak yapılan baskı anlamına gelmektedir. Adnan Tepecik'in *Grafik Sanatlar* adlı kitabında serigrafi tekniği şu şekilde ele alınmıştır; Serigrafi 20.yüzyılın en önemli baskı tekniklerinden biri olup, aslında serigrafiye benzeyen ilk baskı tekniklerinin, 8.yüzyılda Çin ve Japonya'da at kılından yapılan elek kalıplarla baskı yaptıkları bilinmektedir. Kalıpların ilk biçimi değişim göstermemesine rağmen, zaman içerisinde elekte kullanılan malzemeler değişim göstererek günümüz baskı türleri arasında yerini korumaktadır. Sanayi devriminden sonra, İngiltere'de duvar kâğıdı yapımında kullanılan serigrafi tekniği, bugünkü gelişimini özellikle II. Dünya savaşında askeri malzemelerin üzerine baskı yapılması işleminde kullanılmasına dayanmaktadır. Serigrafi tekniğini diğer baskı türlerinden ayıran en önemli özelliği, her yüzeye uygun ve her malzeme üzerine baskı yapılabilmesidir (Tepecik, 2002, s. 130).

Serigrafi, şablona dayalı bir baskı tekniği olup, basılacak olan imgeyi oluşturan şablonlar elle kesilerek ya da fotoğrafı tekniği ile hazırlanmaktadır. İpek, naylon, polyester kumaş (dacron) ya da ince dokulu tel yüzeyler tahta veya çelik çerçeveler üzerine gerilir, bu çerçevenin içine konulan mürekkep, rakle adı verilen kauçuktan yapılmış yaycılarla açık gözenekli bölgelerden geçirilerek kâğıda aktarılmaktadır. Serigrafi tekniğinde kalın ve örtücü mürekkepler kullanılabildiği için metal, cam, seramik, tahta, plastik, kumaş, mukavva ve kâğıt gibi değişik yüzeyler üzerinde oldukça kusursuz baskı sonuçları elde edilebilmektedir. Bu mürekkepler üst üste kullanıldıklarında birbirlerinin rengini etkilemezler, serigrafi tekniğinin bu özelliği nedeniyle trafik işaretlerinin, afişlerin ve duvar kağıtlarının üretiminde yaygın olarak kullanılmaktadır. Serigrafide kullanılan mürekkepler; metalik renklere fosforlu renklere kadar uzanan geniş bir renk dizisine sahip olduğu bilinmektedir. Serigrafi tekniği diğer baskı teknikleriyle karşılaştırılmayacak kadar yavaştır, ama çok yönlü kullanımı nedeniyle baskı endüstrisinde önemli bir yere sahiptir (Becer, 2015, s.140-142). (Resim: 52).



Resim 52: “Serigrafi Baskı Tekniği”

Kaynak: <https://www.lisoni.com/What-is-Screenprinting/> E.T. 22.04.2018

Serigrafi tekniğinde kullanılan en önemli malzeme ipektir. Bu nedenle, baskıda kullanılan ipeğin dokusu baskı kalitesini direkt olarak etkilemektedir. Ticari amaçla hazırlanan serigrafi şablonları genel olarak fotoğrafik yöntemlerle hazırlanmaktadır. Tasarımı yapılan görsellerden elde edilen kontrast film (pozitif film) daha sonraki aşamada özel olarak hızlanmış, üzeri ışığa duyarlı emilasyonla sıvanmış, ipek baskı kalıbına aktarılmaktadır. Üzerine özel bir emilasyon sürülmüş olan ipek, vakumlu bir şase üzerinde pozitif filmle çakıştırılır, (pozitif film üstte olmak üzere) ve ardından güçlü bir ışık kaynağıyla pozlandırılır. Filmin üzerinde görsel olmayan yerlerinden (baskısı yapılamayacak alanlar) emilasyonlu ipek sathına ulaşan ışık, bu bölümlerdeki emilyonu etkileyerek sertleştirilir ve ışıktan etkilenerek sertleşen emilyon bu bölgeye rastlayan ipek gözeneklerini tıkar. Pozitif film üzerinde siyah olarak görünen görsellerin yer aldığı bölümler, pozlama sırasında ışığın geçmesini engelledikleri için emilasyonlu ipek üzerinde ışıktan etkilenmeyen bölümler oluşturur ve ışık almayan bu bölümlerdeki emilyon ise yumuşak kalır. Ardından bu hazırlanan pozlanmış serigrafi kalıbı özel bir banyo içine sokulur, banyo işlemi aşamasında ışıktan etkilenmeyen bölümlerdeki emilyon çözülür ve ipek kalıp üzerinde çözülen emilysyondan arta kalan gözenekler ortaya çıkar. Bu bölüm serigrafi baskısı yapılacak görsellerden oluşmaktadır, açık kalan bu gözenekler mürekkebi geçireceklerinden serigrafi ipek kalıbı üzerindeki görseller kâğıda aktarılmış olacaktır (Ketenci, F. ve Bilgili, 2006, s.168-169).

F. Soner Mazlum'un *Masaüstü Yayıncılık / Tasarım ve Basım Teknolojisine Giriş* adlı kitabında serigrafi konusu şu şekilde ele alınmıştır; Serigrafi baskı tekniği grafik sanatlarda ve endüstriyel amaçla yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Her türlü materyale baskı yapılabilmesi açısından avantajlı bir baskı türüdür. Tampon baskı sistemi hariç diğer hiçbir teknik ile baskı yapılmayan ağaç, cam gibi materyallere serigrafi baskı tekniği ile baskı yapılabilmektedir. Serigrafide en önemli malzeme ipektir. Mürekkebin kalıptaki eleğin deliklerinden geçirilerek baskı materyaline aktarılmasına serigrafi baskı adı verilmektedir (Mazlum, 2006, s. 129).

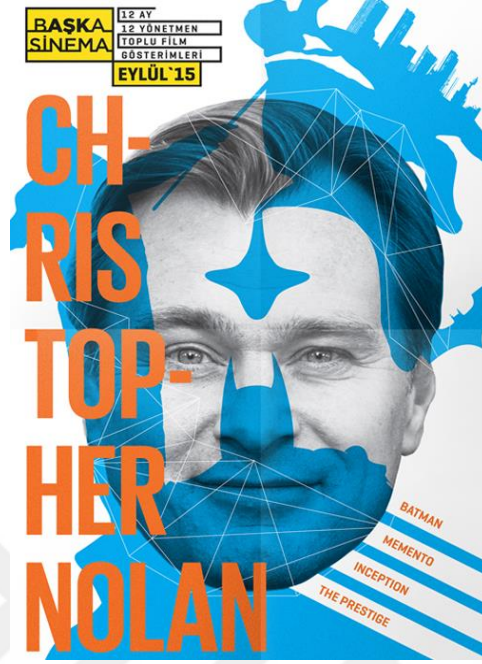
Baskıda kullanılacak her renk için ayrı bir şablon (kalıp) hazırlanmalıdır. Baskı sırasında kâğıdın ipeğe yapışmasını önlemek için, kâğıdın yerleştirildiği düzlem üzerine vakum ile yapıştıran özel serigrafi tezgâhları üretilmektedir. Tramlı ve dört renk baskılarda ince dokunmuş ipek ve uygun kalitede mürekkep kullanarak başarılı sonuçlar elde etmek mümkündür. Günümüzün birçok basılı ürününde renkten yararlanılmaktadır. Doğru kullanılan renk; dikkat çekiciliği ve satışı arttırır, karmaşık bir tasarımı açıklayabilir ya da tasarımdaki önemli noktaları vurgulayabilir. Bütün bu özellikleriyle renk, tasarımcının en önemli anlatım araçlarından birisidir. Renkli baskı teknolojisinin iki temel kategoriye ayırmak mümkündür; 1- *Özel karışımlarla renklendirme*, 2- *Dört renkli baskı* (Becer, 2015, s. 141-142).

4.5. Karışık Teknik İle Tasarım

Yukarıda bahsi geçen tekniklerden farklı olarak, karışık teknik ile tasarım, fotoğraf, illüstrasyon, tipografi ve farklı tasarım malzemelerinin bütünlüğü bozmadan mesajın net iletildiği, bir tasarım tekniğidir. Bu teknikte her türlü malzeme bir arada kullanılırken bütünlüğün bozulması, fazla öğenin eklenmesi, uyumun sağlanamaması gibi durumlarda afiş tasarımında estetik anlamda bir karmaşa söz konusu olacaktır. Karışık tasarım tekniğinin tasarımcıya katkılarında biri, özgür olduğunu hissettiği için özgün bir çalışma ortaya koyabilmesidir. Çünkü tasarımcının ruh haline bağlı olarak, farklı teknikleri ve malzemeleri harmanlayarak bir tasarım yapması özgün bir çalışma ortaya koymasına yardımcı olacaktır.

Grafik tasarımda, afiş sanatının; fotoğraf, illüstrasyon, yazı ve çizimin tasarımda bir arada kullanılabileceği gibi bunlardan bir tanesinin veya birkaçının da tasarımda kullanılması söz konusu olabilir. Tasarımcı illüstrasyon çalışması yaparken koyutu soyutlayabilir, ekleme ve çıkarmalar yaparak formunu değiştirebilir. Tasarımda en önemli kurallardan biri olan özgünlük illüstrasyon çalışmalarında oldukça önemli bir yere sahiptir. Kolaj tekniği denilen bu karışık teknik, birçok tekniğin içinde barındıran bir illüstrasyondur (Arıkan, 2009, s. 149). *“Karışık teknik ile tasarımda her türlü malzeme bir arada kullanılarak uygulama oluşturulur. Ön eskizler ortaya*

çıktıktan sonra kolaj, suluboya, pastel boya, püskürtme, fotoğraf, kuru renkli kalem ve grafik tasarımda kullanılan diğer tüm teknikler hep bir arada kullanılabilir” (Tepecik, 2002, s. 78). (Resim:53).



Resim 53: Özer Arslan “Başka Sinema Afiş Tasarımı”
“Karışık Teknik İle Tasarım”

Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/32187209/Baska-Sinema/> E.T. 22.04.2018

5. AFİŞ TÜRLERİ

Afiş Fransızca bir sözcük olan “Affiche” sözcüğünden türetilerek dilimize girmiştir. İngilizce karşılığı “Poster”, Almanca karşılığı ise “Plakat” olarak tanımlanmaktadır. Afişin anlamı ise; bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış genellikle resimli duvar ilanı şeklinde ifade edilebilir. Afişler içerisinde yer alan mesajı hedef kitleye iletmeyi hedefleyen ve her ne amaçla olursa olsunlar kitleleri etkilemeye veya harekete geçirmeye yarayan etkili bir grafik tasarım ürünüdür. Tanıtma işlevini yerine getiren, en iyi kitle iletişim araçlarından biri olan afişler konu ve amaçlarına göre gruplara ayrılmaktadırlar (Kaplan, 2015, s. 96). Afişler sadece üretim ve tüketim alanlarında kullanılmazlar. Afiş tasarımları içeriğinin konusuna göre; sosyal, siyasal ve kültürel olayları da hedef kitleye ulaştırmaya yarayan en önemli iletişim araçları arasında yer almaktadır (Bahar, 2006, s. 54).

İletişim yönünden kuvvetli bir grafik tasarım ürünü olan afişler, hedef kitlenin etkilenmesi ve aynı zamanda bilgi alması açısından toplumsal boyutta önemli bir yere sahiptirler. Bu bağlamda insanların yaşadığı ve kalabalık olduğu mekanlarda, sergilenen

afiş tasarımları grafik tasarım eğitimini almış, özgün içerik oluşturabilen kişiler tarafından oluşturulması durumunda kent ve şehir mimarisinde görsel açıdan değer kattığı düşünülmektedir. Afiş tasarımları, kitlelere sanatın ve tasarım dilinin kullanımı ile iletişimin estetik bir şekilde gösterilmesine ve aktarılmasına olanak sağlamaktadır (Kaptan, 2017, s. 40).

İletişim araçlarının kullanımının en yoğun olduğu günümüzde, insanların bir çeşit teknik gelişmelerin ortasında kalarak farklı alanlara da ilgi duymaktadırlar; sanat, eğitim, bilim, ticaret ile uğraşma olanağı bulabilmektedirler. Bu bağlamda da iletişimin olanaklarından yararlanan toplum bir gelişme göstererek, endüstri, sanat, bilim, eğitim ve ticaret gibi alanlarda da sınırlarını genişletme imkânı bulabilmektedirler. Bu gelişim sonucunda en etkili reklam ürünlerinden olan afiş tasarımları da kendi içinde konu çeşitliliği olarak artış göstermektedir (Boztaş, 2004, s. 64). Afiş tasarımlarında, rengin, biçimin, ölçünün ve diğer tasarım elemanlarının etkili bir biçimde kullanılması, hedef kitleye belirli bir mesajı iletmek zorunda olan reklamcılar büyük ölçüde ilgilendirilerek, etkisi altına almaktadır. İletişimde etkisinin büyük olduğu afiş tasarımları, üzerinde yapılan geliştirme arayışlarına yol açmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte insanların gereksinimleri değişim göstermiştir. Günümüz marka sahibi iş adamları, politikacılar, sanatçılar vs. çağın gereklerine uyabilen işlerini planlı bir şekilde yaparak geliştirme olanakları arayan kişilerdir. İş adamları; ürettikleri ürünü tanıtmak ve satmak için, politikacılar fikirlerini aktarmak veya duruşunu belli etmek için, sanatçılar ise yeteneklerini göstererek alanında isim kazanmak ve kitlelere duyurmak için bir tanıtma isteği içindedirler (Lynton, 1982, s. 310).

“Hangi amaçla yapılmış olursa olsun afişler, toplum yapısıyla ilgili mesajları haykırmaktadır”. Bu açıdan bakıldığında afişleri amaçlarına göre dört ana grupta sınıflandırabiliriz;

- 1- Kültürel Afişler
- 2- Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri)
- 3- Sosyal Afişler
- 4- Siyasi Amaçlı Ajitasyon ve Propaganda (agit_prop) Afişleri (Ergenel, 1993, s. 21-22).

Afiş tasarımlarını her ne kadar amaçlarına göre dört ana grupta ele alsak da bu dört ana grubu da kendi içerisinde farklı kullanım alanlarına göre sınıflandıra biliriz;

- 1- Kültürel afişler
 - a) Tiyatro Afişleri, b) Sinema (film) afişleri, c) Müzik (Konser) Afişleri, d) Sergi Afişleri, e) Festival Afişleri.
- 2- Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri)
 - a) Moda Afişleri, b) Yemek (Gıda) Afişleri, c) Turizm Afişleri, d) Kurumsal Afişler.

3- Sosyal Afişler

a) Uyarıcı ve Eğitici Afişler, b) Eğitim Afişleri, c) Çevre ve Ekoloji Afişleri.

4- Siyasi Amaçlı Ajitasyon ve Propaganda (agit_prop) Afişleri olarak sınıflandırabiliriz.

5.1. Kültürel Afişler

Kültür kavramını bir yaşam biçimi olarak kabul edersek, afiş tasarımları insanların ihtiyaçlarına karşılık veren bir ürün olarak kültürel boyutta yerini almaktadır. Kültürel afişler, ticari kaygıların en alt düzeyde olduğu, kültür ve sanat etkinliklerini bireylere duyuran grafik tasarım ürünleridir. Kültürel afişler sanatsal ve estetik kaygılar ile tasarlanırken, bünyesinde barındırdığı mesajlar ile hedef kitleyi bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Kültüre ait, tiyatro, sinema, festival vb. gibi kültürel faaliyetlerin bireylere duyurulmasında yardımcı olmaktadır (Kaplan, 2015, s. 96-97).

Ticari anlamda, maddiyatın yok denecek kadar az olduğu kültürel afişler, içeriğinde daha çok; Tiyatro, sinema, müzik, opera, bale, sergi ve festival konularını kapsamaktadır. Bu bağlamda hedef kitleye bilgi verirken, aynı zamanda bu alanları izleyiciye sevdirek toplumun kültürel seviyesini yükseltme amacı da taşımaktadır. Eğitim seviyesinin yüksek olduğu uygar bir toplumun vazgeçilmez bir parçasını oluşturan, kültürel çalışmaları duyuran, toplumla bütünleşen basılı birer tarih kalıntılarıdır kültürel afişler (Akıncı, 1992, s. 31). Nermi Uygur'un "*Kültür Kuramı*" adlı kitabında kültür kavramı şu şekilde ele alınmıştır: "*Kültür, insanın ortaya koyduğu, içinde insanın var olduğu tüm gerçeklik anlamına gelmektedir. İnsanlar arasında her çeşit karşılıklı etkileşimlere, her türlü yapıt yaratma alışkanlıklarına, bütün manevi ve maddesel yapıt ve ürünlere kültür denmektedir*" (Uygur, 1996, s. 18). Afiş sanatının geçmiş tarihine baktığımız zaman tür olarak üretilen ilk afiş kültürel afişlerdir. "*19. yüzyılın Paris ve Londra'sında ilk büyük afiş tasarımcıları kentlerinin kültürel etkinliklerini duyuran afişler tasarlamışlardır. Paris'in sokak ve caddelerinde sergilenen afişlerin, toplumu etkileme ve etkinliğe sevk etme konusunda ne derece önemli oldukları o dönemlerde anlaşılmıştır*" (Çitçi, 2009, s. 46).

Kültürel afişler kullanım alanlarına göre; Festival, sergi, sempozyum, balo, opera, müzik, sinema, tiyatro ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtmak ve bunları halka ilân etmek için hazırlanan ve hiçbir ticari kaygısı olmayan afiş tasarımlarıdır. Hedef kitleyi (izleyiciyi) kültürel aktiviteye davet eden, çağıran ve gerçekleşecek olan etkinliğin tanıtımını üstelenen ucuz ve etkili bir grafik tasarım ürünüdür. Kültürel afiş tasarımlarının kullanıldığı hedef kitleye hitap etmesi için, o kitlenin kültürel seviyesi, etkinlikten beklentisi, görsel imaj ve anlaşılır bir dilde metin kullanılması gerekmektedir. Bu afiş türünde tasarımcı kendi üslubunu yansıttığı için diğer afiş türlerine göre daha özgür çalışmalar yapması konusunda avantajlı durumdadır. Tasarımcının bu avantaj çerçevesinde gerçekleşecek olan etkinliğin içeriğine yönelik

kendi yorumunu katarak, özgün bir tasarım ile hedef kitleye mesajı en uygun şekilde iletmesi olumlu sonuçlar doğuracaktır (Güvenilir, 2013, s. 33-34).

Sanatsal boyutta etkisinin fazla olduğu, kültürel afiş tasarımları, izleyicinin görsel beğeni seviyesini arttırmasında yardımcı bir rol oynamaktadır. Türkiye’de kültürel afiş olgusunun tarihine değindiğimizde, akla ilk gelen yapıtlar tiyatro ve festival afişleri olduğu görülmektedir. Kültürel afişlerinin tarihine baktığımızda, Türkiye afiş tasarımı tarihinin öncüleri olan 1960’lı yıllardan itibaren; Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel, Bülent Erkmən gibi grafik sanatçıların eserleri sonucu ürettikleri tiyatro ve festival afişleri ile afiş tasarımının gelişimine büyük katkıları olmuştur. Kültürel etkilerin, sanat eserlerine yansması sonucunda kendini özgür hisseden tasarımcılar, fotoğraflardan, illüstrasyonlardan, tipografiden yardım alarak amaca uygun özgün ve yaratıcı sanat eserleri ortaya koymuşlardır. (Resim: 54,55,56).



Resim 54: Mengü Ertel, 1973
“Mengü: Tiyatro Afişleri”, Sergi Afişi
Kaynak: <http://gmkn.org.tr/uploads/news/file-1446643075900465611.pdf> /E.T. 23.04.2018



Resim 55: Yurdaer Altıntaş, 1961
“Şairin Mektupları”, Tiyatro Afişi,
Kaynak: <http://gmkn.org.tr/uploads/news/file-1446644933268800821.pdf> /E.T. 23.04.2018



Resim 56: Bülent Erkmen, 2001

“Efrasiyab’ın Hikayeleri” Tiyatro Afişi

Kaynak: <http://gmh.org.tr/uploads/news/file-14466630151608668423.pdf> E.T. 22.04.2018

Günümüzde en çok rastlanan afiş türlerinden biri olan kültürel afişlerin kullanım alanlarının en sık görüldüğü örnekleri; festival, sinema, tiyatro, müzik ve sergi afişleridir. Sinemalarda hemen hemen her hafta çıkan bir filmin gösterilmesi, devlet tiyatrolarında ve özel tiyatrolarda her hafta oynanan oyunlar, belirli tarih ve mekanlarda yapılan festivaller ve müzik konserleri, gibi birçok örneği bu türün önemini ve etkin kullanımı arttırmaktadır.

5.1.1. Tiyatro Afişleri

Tahsin Konur’un “Devlet- Tiyatro İlişkisi” adlı eserinde tiyatro konusu şu şekilde ele alınmıştır; “Tiyatroyu üç temel ögeden oluşmuş bir eylem olarak tanımlamaktadır: Yazar, seyirci ve yazar ile seyirci arasında bir bağ oluşturan yapımcı, oyuncu, yönetmen ve teknik içerikli yardımcı ögeler. Bu üç ögeden her biri tek başına tiyatroyu oluşturmaz, tek başlarına tiyatro eylemi açısından da anlam taşımazlar. İzleyici tiyatronun başlıca bileşken ögesinden biridir” (Konur, 2001, s. 11). Diğer afiş türlerinden farklı olarak tiyatro afişlerinde bir sanatsal değer söz konusudur. Sanatçı kültürel değer taşıyan tiyatro afişlerinde kendini daha iyi ortaya koyar, oynanacak oyundaki ince ayrıntıları görebildiği için daha özgür ve kendine özgün yorumu ile sanatını ortaya koymaktadır. Çünkü, tiyatro afişlerinde maddi bir beklenti söz konusu değildir (Güney, 2013, s. 92).

Tiyatro afişlerinde bir estetik değer söz konusudur, bu afiş türünün ortaya çıkması ve Türkiye’deki tiyatro afişlerinin sanatsal açıdan değer kazanması, 1958’li yılların sonuna dayanmaktadır. Bu yıllarda devlet tiyatrolarının bazı afişlerinde Turgut Zaim, Hüseyin Mumcu ve Tarık Levendoğlu gibi isimler yer almaktadır. Tiyatro oyunlarının sahne tasarımlarını yapan bu sanatçılar, kendi yorumlarına yakın afiş çalışmaları bulamadıklarından, oyunların afiş tasarımlarını da kendileri tasarlamak zorunda kalmışlardır. Bunların yanısıra “Çizginin Şairi” adlı lakabı ile bilinen Mengü Ertel, tiyatro afişlerinde tarihe ışık tutacak çalışmalar yapmıştır. Türkiye’de ki afiş tasarım tarihinde Cumhuriyeti Afişleyen adam olarak bilinen İhap Hulusi Görey ’den sonra grafiğin afişe dönüşü eserlerine yansıtan kişi olarak Mengü Ertel örnek gösterilmiştir. O yıllarda Mengü Ertel’ in yaptığı afiş tasarımları büyük ilgi görmüş ve tiyatro afiş tarihinin önem kazanmasına katkıda bulunduğu görülmektedir (Yalur, 2014, s. 39-41). *“Türkiye’de grafik sanatlar tarihinin en önemli aşamalarından biri de Osmanlı Devleti’nde tiyatro sanatının kurulması ve gelişim göstermesidir. Tiyatro afişlerinin bu dönemde çalışıldığı görülmektedir”* (Tepecik, 2002, s. 23).

Bir tiyatro afişi çağdaş anlamda duvara asılmış oyunun bir özeti olarak adlandırılmaktadır. Eleştirmenler nasıl bir oyunu en ince ayrıntısına kadar inceleyip ele yazarın senaryo içerisinde yer verdiği o ince anlamları, ana düşünceyi ortaya çıkarıyor ise, bir afiş tasarımcısı da o oyunda gördüğü, bulduğu ana düşünceyi, özel içeriği, ince mesajları tasarımına yansıtarak çizgiler ve görsellerle ortaya koymaktadır (Ertuğrul, 1972, s. 9). Tiyatro afişi tasarlayan sanatçılar, seyircinin oyundan iki-üç saatte çıkaracağı ana düşünceyi, bir bakışta anlatabilmeli ve aktarabilmelidir. Tasarımcılar afiş tasarımlarında çok fazla görsel öğe kullanmazlar, çizgilerin az ve öz olması, oyunun özet halini sunabilmesi, oyundaki espriyi yakalayabilmesi bir profesyonel tasarımcının işidir. Bu bağlamda tiyatro afişini diğer türlerinden ayıran en önemli özelliği, estetik olmasının yanında, fikir, buluş, yaratıcılık özellikleri bu afiş türünü diğer türlerinden ayırmaktadır (Ergenel, 1993, s. 23-24).

Genel olarak özetleyecek olursak tiyatro afişlerinde, bir özgünlük, sanatçının bakış açısı söz konusudur. Bir afiş tasarımının; biçimi, dokusu, içeriği ve duruşu tasarımı başarıya ulaştıran etkenlerdendir. Ticari kaygının olmamasının yanında, tasarımcının özgür olması ve düşüncelerini eserine özgürce yansıtması bu afiş türünü diğerlerinden ayıran en büyük özelliğidir. Türkiye’de bu etkenleri etkili şekilde kullanan sanatçılar; Mengü Ertel, Bülent Erkmen, Sadık Karamustafa, Yurdaer Altıntaş, Kenan Temizan olarak bilinmektedir.

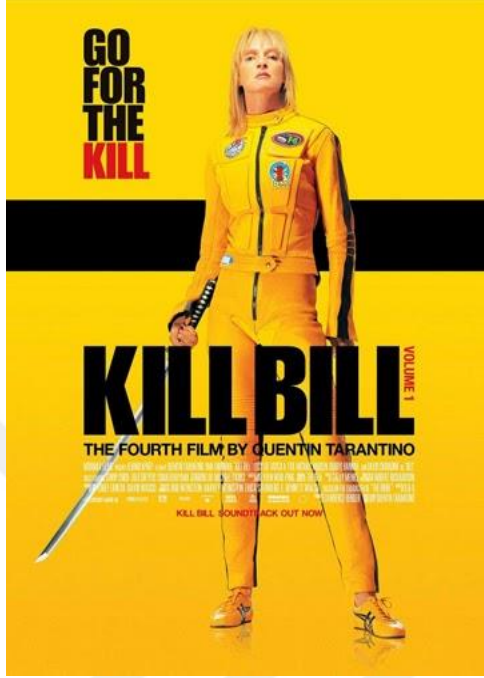
5.1.2. Sinema (Film) Afişleri

Türkiye sinema tarihinde ilk film gösterimi, Bertrand adlı bir Fransız'ın II. Abdülhamit zamanında, 1896'da Saray'da yaptığı gösterimler ile başlamış, daha sonralarda Fransız firması Pathe'nin temsilcisi Romanya uyruklu Sigmund Weinberg'in yardımlarıyla Beyoğlu yakınlarında halka filmler izleyiciye gösterilmiştir. Bu filmler genel olarak kısa metrajlı belge, güldürü filmleri olarak bilinmektedir. Sigmund Weinberg'in halkın sinemaya gösterdiği ilgi ve alakadan dolayı, 1908 yılında Türkiye'de ilk sinema filmi olan Pathe Sinemasını yaptırmıştır. Türkiye sinema tarihinde, ilk Türk sinema gösterimi Cevat Boyer ve Murat Bey'in Şehzadebaşı'nda 19 Mart 1908'de başlattığı gösterim olarak bilinmektedir. Daha sonraki dönemlerde Şakir Seden ile Fuat Uzkınay, Türk sinemasının açılışı olarak bilinen 6 Temmuz 1910'da gerçekleştirmişlerdir. I.Dünya Savaşı'nda yedek subay olarak görev yapan Fuat Uzkınay, 14 Kasım 1914 yılında Türk sinema tarihinin ilk belgesel filmi olan "Ayastefanos'taki Rus Abidesinin Yıkılışı" adı verilen belgesel film 150 metre uzunluğunda ve İstanbul Teknik Üniversitesi arşivinde yer almaktadır. Film gösterimlerinin o dönemlerdeki tek adresi Beyoğlu'nda 1908 yılında Sigmund Weinberg tarafından kurulan Cinema Pathe'dir. Türk sinema tarihinde bir ilk de afişi basılarak 1919 yılında Yurtdışına satılan ilk Türk filmi Binnaz olarak bilinmektedir (Hayaletik, 2018).

Türk sinema tarihinde, ilk uzun metrajlı filmler, 1917 yılında Sedat Simavi tarafından çekilen, "Pençe ve Casus" adlı filmler olarak bilinmektedir. Türkiye'deki ilk özel yapım şirketleri; 1922 yılında kurulan Kemal Film ve 1928 yılında kurulan İpek Film yapım şirketlerinden oluşmaktadır. Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen "İstanbul Sokaklarında" adlı film, 1928 yılında çekilen ilk sesli Türk filmi ve 1953 yılında Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen "Halıcı Kız" filmi ilk renkli Türk filmi olarak bilinmektedir. 1964 yılında ilk Uluslararası ödülü Metin Erksan'ın yönettiği "Susuz Yaz" adlı film olarak, Berlin Film Festivali'nde Altın Ayı büyük ödülüne layık görülmüştür. O dönemlerin yansımalarını üzerinde bulunduran sinema afiş tasarımları, manevi değerinin oldukça büyük olduğundan Milli Kütüphane de korunmaktadır. Türk sinema filmleri ve afişleri denince ilk akla gelen Yeşilçam Filmleri'dir. Yeşilçam film afiş tasarımlarında, aşkı, acıyı ve hayatı anlatan tasarımlar yer almaktadır. Türk afiş sanatçıları arasında dünyaca tanınan Türk afiş sanatçısı "Emrah Yücel" in afiş tasarımları en başarılı sinema afişi örneklerindendir. Afiş tasarımlarında genel olarak teknolojiye ayak uyduran Emrah Yücel bütün teknolojik imkanlardan yararlanarak bunları tasarımlarına yansıtmaktadır (Yalur, 2014, s. 41-45).

Hollywood'daki başarılı Türk olarak bilinen tasarımcı Emrah Yücel Hollywood sinemasının film posterlerini tasarlamasıyla bilinmektedir. Avatar, American Horror Story, Kill Bill, Kingdom of Heaven, 007 James Bond, 28 Days, Enigma gibi birçok filmin afiş tasarımını yapmıştır. Ayrıca dünyanın tanıdığı ve hayran olduğu Hollywood starları; Brad Pitt, Angelina Houston, Mel Gibson, Tom

Hanks gibi birçok ünlünün kişisel web site tasarımlarını yaptığı söylenmektedir. Türk sinemasında ise Mumya Firarda, Asmalı Konak, New York'ta Beş Minare, Vizonte Tuuba filmlerinin afiş tasarımlarını yapmıştır (Yüksel, 2018). (Resim:57,58).



Resim 57: Emrah Yücel
“Kill Bill Film Afişi”

Kaynak: <http://malieryuksel.blogspot.com.tr/2013/11/hollywooddaki-basarl-turk-emrah-yucel.html> E.T. 26.04.2018



Resim 58: Emrah Yücel
“New York'ta Beş Minare Film Afişi”

Kaynak: <http://malieryuksel.blogspot.com.tr/2013/11/hollywooddaki-basarl-turk-emrah-yucel.html> E.T. 26.04.2018

Sinema afişlerinin tasarlanmasında birçok tasarım tekniği kullanılmaktadır. Geçmiş dönemlere baktığımız zaman genel olarak fotoğraf tekniği ile yapılan afiş tasarımlarını karşımıza çıkmaktadır. Sinema afişlerinin genelinde filmin en güzel sahneleri veya oyuncularını afiş tasarım üzerinde yer almaktadır. İllüstrasyon sanatının kullanıldığı sinema afişi uygulamalarının diğer uygulamalara göre daha özgün olduğu düşünülmektedir. Çünkü izleyicinin afiş tasarımına baktığında bir film karesi veya sanatçı fotoğrafı değil, illüstrasyon çizim görmektedir, buda izleyicide merak uyandırarak hedef kitlenin dikkatini afiş tasarıma çekmektedir. Sinema afiş tasarımları açısından geldiğimiz döneme baktığımız zaman gelişen teknoloji ile birlikte sinema afişleri dijital ortamlarda daha kolay tasarlanmakta ve hedef kitleye iletimi kısa sürede yapılmaktadır. Günümüz afiş tasarımcıları bu olanaklardan aktif şekilde yararlanarak tasarımlarına teknolojinin izlerini yansıtmaktadırlar (Deliduman ve Çakmak, 2017, s. 319- 321). “Sinema gerek işlev gerekse yeterlilik bakımından bir anlatım

biçimi olarak kendini göstermektedir. Ayrıca sinemanın bağımsız bir anlatım türü ve dili olduğunun vurgulanması oldukça önemlidir” (Rotha, 2000: 52-54).

Tiyatro afişlerinden sonra sıra sinema yani film afişleri de kültürel afişler kapsamında önemli bir yere sahiptirler. Film afişleri grafik sanatının olanaklarının sinema sanatı adına kullandığı, işlevsel yönünün ağır bastığı bir iletişim aracı olduğu düşünülmektedir. Sinema afişlerinin görevi gösterimi yapılacak olan filmin tanıtımını üstlenerek, izleyiciyi filme çekmektir. Grafik tasarım açısından afiş tasarımının görüntüsünün her ne kadar iyi olursa olsun mesajı net bir şekilde ifade edemediği durumda, o afiş tasarımı amaca uygun bir tasarım olmamış demektir. Teknolojinin gelişimi ile beraber yeni tasarım teknikleri ortaya çıkmış; ofset, bilgisayar vb. yaygınlaşarak afiş tasarım tekniklerinde yeni bir dönem başlamıştır (Boztaş, 2004, s. 66).

Grafik tasarım sanatında kullanılan birçok anlatım türü bulunmaktadır, bunlardan bazıları sinema, fotoğraf ve animasyon temelli anlatım biçimleridir. Gündelik yaşamımızda birçok alanda karşımıza çıkan afişler gerek animasyon gerek fotoğraf ve gerekse illüstrasyon gibi görseller kullanılarak hazırlanan kültürel tasarımlardır. Tasarımın vazgeçilmezi haline gelen fotoğraflar birçok tasarım ürününde ve afişte yaygın bir şekilde kullanılmıştır. Fotoğrafın gelişmesiyle birlikte, günümüzde fotoğraf sanatı çeşitlilik göstererek; reklam, stüdyo, sualtı ve doğa fotoğrafçılığı gibi birçok fotoğrafçılık türü ortaya çıkmıştır. Sinemanın ve teknolojinin gelişim göstermesiyle birlikte animasyon filmleri ortaya çıkmış özellikle 2010-2015’li yılları arasında oldukça başarılı animasyon filmleri ve afişleri izleyiciye aktarılmıştır (Bilirdönmez, 2016, s. 51-52).

5.1.3. Müzik (Konser) Afişleri

Müzik afişlerinde yine aynı şekilde tiyatro ve film afişleri gibi ticari kaygının olmadığı, kültürel afişler içerisinde yer almaktadır. Sanatçının veya müzik gruplarının vereceği konsere izleyiciyi davet etmek, onların katılımını sağlamak gibi hedefleri vardır. Konser afişlerini diğer afiş türlerinden ayıran özelliği, afiş tasarım üzerinde yer alan sesi, müziği, duyguyu, müzik türünü andıran görsellerin, tipografinin ve renklerin kullanılmasıdır. Türk müzik sanatının tarihine baktığımız zaman, Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği ve Popüler (pop) Müzik, afiş tasarımları karşımıza çıkmaktadır.

Pop müzik, toplumca sevilen, herkes tarafından kabul edilen, klasik kalıplar dışında kalan müzik türüdür. Türk Halk Müziği, yüzyıllardan beri yöresel müzik aletleri ve şivesiyle mutluluğunu, üzüntüsünü seslendirdiği, kendi duyguları ile ürettiği, dinleyenlere de aynı duyguları yansıttığı müzik türüdür. 1950’li yıllarda Karacaoğlan, Köroğlu, Pir Sultan Abdal, Aşık Veysel, Neşet Ertaş, Aşık Mahsuni Şerif gibi ozanların seslendirdiği, yazdığı türküler, deyişlerle can bulmuş, 1950’lerden sonra devlet koroları, TRT halk eğitim merkezi, özel

kurslar ve dernekler ile müzik eēitimi veren okullarda gelişim göstererek bugünlere kadar devam etmiştir (Yurga, 2002, s.13).

Geçmiş dönemlere baktığımız zaman Türk Halk Müziēi, Türk Sanat Müziēi ve Popüler Müzik, sanatçıların katıldığı konserler, festivaller, müzik mekanları ve halka açık kültür merkezlerinde ücretli veya ücretsiz yapılan bu gösterilere, halkı davet etmek, onların katılımını saēlamak için birçok afiş tasarımı yapılmıştır. Yapılan afiş tasarımları genel olarak, fotoğraf tekniēi, karışık teknik ve illüstrasyon tekniēi ile hazırlanmıştır. Sanatçı ve sanatçı gruplarının fotoēraflarının, karikatürlerinin, müzik türünün tasarımsal yorumunun, müzik türüne uygun tipografik tasarımların yer aldığı bu afiş tasarımları müzik (konser) afişleri olarak bilinmektedir. Türkiye’de müzik konserlerinin ve festivallerinin duyuruları genel olarak “İstanbul Kültür Sanat Vakfı” (İKS) Müzik bölümü tarafından yapılmaktadır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKS), maddi anlamda kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olarak bilinmektedir. Vakfın birinci hedefi kültür ve sanat çalışmalarının seçkin örneklerini izleyiciye, halka sunmak ve aynı zamanda sanat yoluyla bir platform oluşturunarak Türkiye’nin kültürel deēerini attırmaktır. Cumhuriyet’in kuruşunun 50. Yılında 1973 yılında düzenlenen ilk İstanbul Festivali, programında klasik müziklere yer vererek, bir süre sonra alanını genişleterek, film gösterimleri, tiyatro, caz, bale performansları ve tarihi mekanlarda gerçekteştirilen sergilere de yer vermiştir. İzleyicilerin giderek artan ilgisi karşısında farklı etkinlikler düzenleyerek halka hizmet vermeye devam etmiştir. (Resim: 59,60,61,62).



Resim 59: “23. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: www.haluktuncay. com/ detail.aspx?P=122 /E.T.27.04.2018



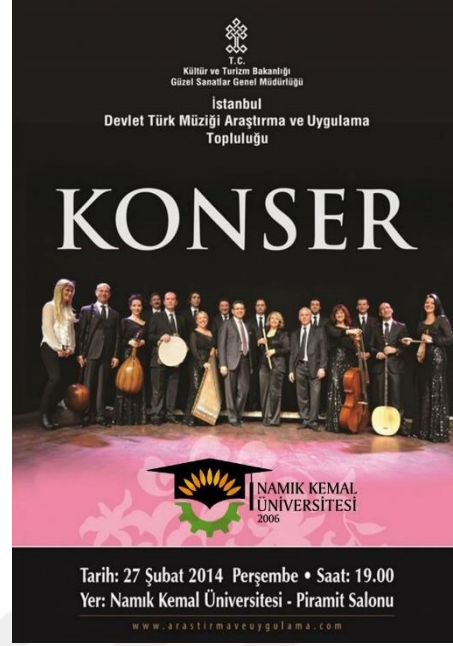
Resim 60: “Türk Sanat Müziēi Korosu Konseri Afiş Tasarımı”

Kaynak: www.odabasimuzik.com /E.T.27.04.2018



Resim 61: “38. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: www.danzon2008.blogspot.com.tr/2010/06/muzik-festivali-38-bilanco.html /E.T. 27.04.2018



Resim 62: “İstanbul Devlet Türk Müziği Araştırma ve Uygulama Topluluğu Konseri Afiş Tasarımı”

Kaynak: www.gsf.nku.edu.tr/logo/aramaayrinti/m/0/7092/3 /E.T. 27.04.2018

5.1.4. Sergi Afişleri

Ülkemizde birçok sergi türü bulunmaktadır, bunlardan bazıları; Fotoğraf sergileri, modern sanat sergileri, afiş sergileri, sanat akımlarına özgü sergiler, ürün tanıtım sergileri, resim sergileri vb. pek çok sergi türü bulunmaktadır. Türkiye’de sergilerin düzenlenmesinde katkıda bulunan, sergi ortamı oluşturan, sanatçılara destek olan birçok sanat kuruluşu vardır bunlar; Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (GMK), İstanbul Modern, İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSÜ) gibi birçok sanat kuruluşu vardır, bunlardan bazıları bu işi ücretli yaparken, bazıları ise üyelerine destek amaçlı gerekli ortamın hazırlanmasında yardımcı olmaktadır.

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu’nun (GMK) tarihine baktığımız zaman, 1978 yılında Grafikerler Meslek Kuruluşu adı altında İstanbul’da kurulduğu bilinmektedir. Reklam ajanslarının ve tasarım stüdyolarının yaratıcı tasarımcılarından, akademisyen ve öğrencilerinden oluşan bu kuruluş; Türkiye’de grafik tasarımın gelişmesi, bu alanda üretim yapan ve hizmet veren kişilerin bir araya toplanması, mesleki haklarının korunması amacını taşımaktadır. Her yıl kendi içinde düzenlediği Grafik Tasarım Sergisi’nde, o yıl içinde üretilen, tasarlanan grafik tasarım ürünlerinin yer aldığı ve bu ürünlerin ödüllendirildiği

sergiler düzenlemektedir. Ek olarak tasarımcıların sergi açmasında, GMK'nun gerekli ortamı sağladığı ve tasarımcıya destek oldukları belirtilmektedir (<http://gmk.org.tr/about>).

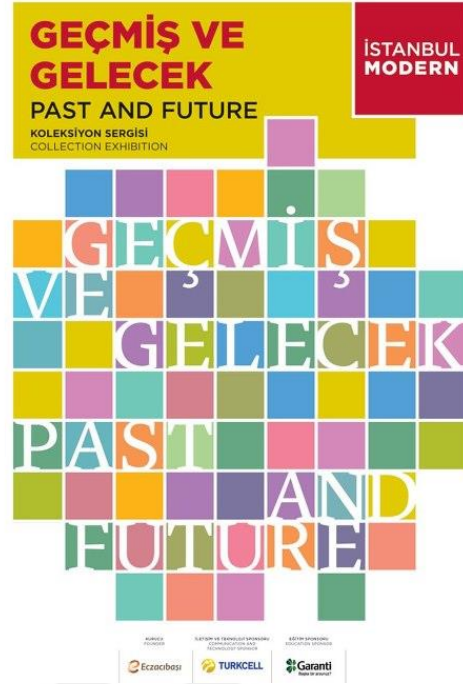
İstanbul Modern Sanat Müzesi, Beyoğlu'nda yer alan, her iki kata yayılmış süreli veya sürekli şekilde sergi alanları oluşturan, yenilikçi bir anlayış ile Türkiye ve Dünyadan Modern ve Çağdaş Sanat sergileri düzenlemektedir. İstanbul Modern'in giriş katında yer alan Sürekli sergi salonunda müzenin koleksiyonları sergilenmektedir. Türkiye'de 20.yüzyılın başından günümüze kadar gelen pek çok resim, heykel, yerleştirme, video, yeni medya ve fotoğraf gibi farklı çalışmalar eserlerin tarihi ve açıklamaları ile birlikte ziyaretçilere sunulmaktadır. İstanbul Modern'in zemin katında yer alan süreli sergi salonunda, fotoğraf galerisi yer almaktadır. Fotoğraf galerisinde Türkiye ve dünyada fotoğrafların başlangıcından günümüze geçirdiği, değişim, süreç ve dünyadaki sanat akımlarının fotoğraf alanındaki yansımaları yer almaktadır. Kısa süreli sergi alanında ise, mimarlık, tasarım, video ve yeni medya gibi görsel kültürün farklı alanlarındaki sergi ve programlara yer verilmektedir (<http://www.istanbulmodern.org>).

Kısacası Türkiye'de sergi anlamında hizmet veren birçok kurum yer almaktadır. Bunlar fotoğraf, illüstrasyon, video, mimarlık, çağdaş ve modern sanat eserleri gibi birçok alanda sergiye ev sahipliği etmektedirler. Bu sergilerin tanıtımlarının yapılması, halkı davet etmesi, ilgi çekmesi ve katılımın sağlanması için afiş tasarımları yapılmaktadır. Bu afiş tasarımları TV kanallarında gazetelerde sokaklarda ve insanların kalabalık olduğu mekanlarda sergilenmektedir. Kültürel afişlerin içerisinde yer alan sergi afişlerinin herhangi bir maddi beklentisi yoktur, genel olarak ücretsiz ve belirli şartlarla katılımın istendiği sergiler, halka açık ve farklı kültürlerden insanların katılım sağladığı sergiler olduğundan kültürel bir önem taşımaktadır (Resim:63,64).



Resim 63: “34. Grafik Tasarım Sergisi Afiş Tasarımı”

Kaynak: www.gmk.org.tr/events/grafik-urunler-sergisi/34-gmk-sergisi-2015/ E.T.27.04.2018



Resim 64: “Geçmiş ve Gelecek Koleksiyon Sergisi Afiş Tasarımı”

Kaynak: www.grafikerler.org/portal/istanbul-modernde-gecmis-ve-gelecek-sergisi.html / E.T.27.04.2018

5.1.5. Festival Afişleri

Türkiye’de her yıl yüzlerce festival düzenlenmektedir, bunlardan bazıları; Şenlikler, Şehir Festivalleri, Hasat Festivalleri, Müzik Festivalleri, Kısa Film Festivalleri, Film Festivalleri, Dans Festivalleri, Doğa Festivalleri, Kültür ve Sanat Festivalleri gibi birçok festival türü içerisinde yüzlerce festival düzenlenmektedir. Başta İstanbul olmak üzere, Çanakkale, İzmir, Antalya, Bursa gibi büyük şehirlerde ulusal veya uluslararası başlık altında yüzlerce festivale ev sahipliği edilmektedir. Bu festivallere her yıl yüzbinlerce katılımcı eşlik etmektedir, festivallerin çoğunda yarışmalar düzenlenerek katılımcılara ödülleri verilmektedir. Festivaller yöre halkının kaynaşması, farklı kültürlerden gelen turistlerin o kültüre ait gelenekleri, görenekleri tanıması, eğlenmesi, o yörenin insanını tanıması yönünden kültürel anlamda büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda festivaller genel olarak kültürel değerler çerçevesinde büyük bir öneme sahiptirler. Festival afişleri geçmiş dönemlerde, illüstrasyon, karışık teknik, serigrafî ve fotoğraf tekniği ile tasarlandığı görülmektedir. Günümüz teknoloji gelişimleri ile birlikte artık afiş tasarımları kolaylığı, çeşitliliğinin çok olması, renk türünün kolay değiştirilebilir olması yönünden artık bilgisayar destekli tasarımlarla

yapılmaktadır. Her yıl düzenlenen afiş yarışmalarında binlerce katılımcının yaptığı tasarımlar seçilerek tasarımcılara belirli ödüller verilmektedir. Kültür ve Sanat Vakıflarının, Güzel Sanatlar Kuruluşlarının, Üniversitelerin vb. birçok kuruluşun ev sahipliği ettiği afiş tasarım yarışmaları Türkiye genelinde aktif olarak her yıl düzenlenmektedir.

Türkiye’de düzenlenen festivallerin genelinde, o yıl düzenlenecek olan festivale ait afiş tasarımları ya o şehirden bir reklam ajansına, tasarımcıya ya da bir tasarım yarışması düzenlenerek o yıla ait sloganı veya festival konusunu en iyi anlatan afiş tasarımı yarışma ile seçilmektedir. Örnek verecek olarak; “Uluslararası Çanakkale Troia Festivali” o yıl düzenlenecek olan festivalin afiş tasarımını yarışma eşliğinde jüri kararı ile seçmektedir. Düzenlenecek olan festivalin afiş tasarımı, Türkiye genelinde Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım bölümü okuyan öğrencilerin ve Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (GMK) üyelerinin katılımları ile birlikte, belirli kurallar çerçevesinde tasarımlar jüri kararı ile seçilerek, birinciye, ikinciye ve üçüncüye ödüller verilerek o yıl düzenlenecek olan festivali temsil edecek olan afiş tasarımı seçilmektedir.

Yarışma sonucunda seçilen afiş ile birlikte yöreye ait web sitesinden kazanan açıklanarak kültürel değerleri ve tasarıma verilen önemi arttırmaktadırlar. Bunlara ek olarak Ankara Uluslararası Film Festivali’nin afiş tasarımları da yarışma yapılarak seçilmektedir. Ankara Uluslararası Film festivali, kâr amacı gütmeyen Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı (DKIAV)’nın çalışmaları ile gerçekleştirilmektedir. En büyük destekçisi, Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere, kültür ve sanat alanında hizmet veren kamu kurumlarının desteğini de almaktadır. Festivalin amacı doğrultusunda, sinema sektörü ile uğraşan kişilerin bir araya gelmesini sağlamak, Türkiye ve Dünya genelinde Türk sinemasını izleyiciye sunmak, beğenisini toplamak, sinema severleri bir araya getirmek ve eğitime katkı sağlamak festivalin amaçları arasında yer almaktadır. (Resim:65,66).



Resim 65: “50. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: www.canakkale.bel.tr/50uluslararasi-troia-festivali12-16-agustos-2013-352 /E.T. 28.04.2018



Resim 66: “29. Ankara Uluslararası Film Festivali Afiş Tasarımı ”

Kaynak: www.filmfestankara.org.tr/tr/ /E.T. 28.04.2018

5.2. Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri)

Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri), bir ürünü veya hizmeti tanıtmak ve ürünün satışını arttırmak için kullanılan afiş türüdür. Bu genel tanıma göre; ticari amaçlı afişler, insanların kalabalık olduğu yerlerde yani dış mekanlarda karşılaştığımız, gıda firması afişleri, turizm ve otelcilik, moda, teknoloji gibi geniş bir ürün yelpazesini kapsayan reklam ürünleridir. Ticari afişlerin amacı doğrultusunda, ürünü veya hizmeti hedef kitleye sunarken, onları ürüne alma konusunda ikna edecek ve onları güven duymalarını sağlayacak şekilde tasarlanması, marka çerçevesinde profesyonel anlamda sunulması amacıyla tasarlanmaktadır. Ticaret afişlerinde genel olarak ürün fotoğrafının kullanıldığı afiş tasarımları yapılır, yani fotoğraf tekniği tasarımı ile bilgisayar destekli tasarım bir arada kullanılarak hedef kitlenin beğenisine sunulur. Tasarımcılar, ticari afişleri hazırlarken kişisel yorumunu afişlere yansıtamazlar, özgür değildirler çünkü ürün üzerinde oynama söz konusu değildir. Hedef kitleye net bir şekilde o ürünü tanıtarak, tüketiciyi ürüne yönlendirmelidir. Çünkü aynı sektörde hizmet veren onlarca markanın ürünlerinden farklı olarak, görsel bütünlük, anlatım biçimi ürünü en iyi şekilde anlatma konusunda önemli bir husustur. Diğer markalardan farklı olarak ürünü daha iyi şekilde tüketiciye sunmak hem maddi

anlamda kazan demek hem de bir rekabet yarışından galip ayrılma konusunda olumlu sonuçlar doğuracaktır. Bu bağlamda teknolojinin gelişiminin de ticari amaçlı afiş tasarımları üzerinde de büyük etkileri bulunmaktadır. Ticari Amaçlı Afişler (Reklam Afişleri) ‘de kendi içerisinde farklı sektör ve gruplara ayrılmaktadır;

- 1- Moda Afişleri
- 2- Yemek (Gıda) Afişleri
- 3- Turizm Afişleri
- 4- Kurumsal Afişler, olmak üzere dört ana grupta incelenmektedir.

Ticari rekabet ortamında, yer alan ürün veya hizmetin tanıtımını yapan afiş tasarımları da kendi içerisinde bir rekabet ortamı oluşturmaktadır. Aynı sektörde hizmet veren reklam ajansları, aynı ürünü farklı yorumla daha etkili ürünü tüketiciye sunabilir. Bu bağlamda, tanıtım görevini üstlenen afiş tasarımları, yenilik, teknolojik ve farklılık yaratmak konusunda etkili bir biçimde hazırlanmalı, tüketicinin duyu ve düşünceleri göz önünde bulunarak, arzu ve tutkularına hitap etmesi gerekmektedir. Tüketiciler, bir ürünü alırken, kendi ihtiyaçlarına çok yakın bir imaja sahip olana yönelir ve onu almak isteyebilir. Bu imaj oluşturulurken, markanın çekiciliği duruşu ve görünüşü etkili bir etken olarak tüketiciyi kendine çekmektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak reklamın ve dolayısı ile reklam afişlerinin amaçlarından biride ürünü markalaştırabilmektir (Kaplan, 2015, s. 100-101). Steven Heller ve Teresa Fernandes’in “*Becoming A Graphic Designer: A Guide To Careers In Design*” adlı kitabında reklam afişleri konusunda şunları söylemektedir; “*Reklam afişlerinin başarılı bir biçimde potansiyel tüketiciye mesajını aktarması için, reklam bilgilerinin afiş üzerine iyi bir şekilde uygulanması önemli bir husustur. Etkili bir reklamcılık için; reklamcılığın işlevinin iyi bilinmesi, hedeflerin nasıl elde edileceğini bilmekten geçtiğini ifade etmektedir*” (Heller ve Fernandes, 2002, s. 113).

Halk üzerindeki etkiyi arttırmak ve onları tanıtımı yapılan ürüne yönlendirmek için hazırlanan ticari afiş tasarımları; Kurumsal reklamcılık, Endüstri, Basın-Yayın, Moda, Turizm gibi farklı sektörlerde yaygın olarak kullanılan afişlerdir. Ticari afişleri, diğer türlerinden ayıran en belirgin özelliği; üzerlerinde taşıdıkları bilgiyle, hedef kitleyi ürüne çekecek onları alıcı hale getirmek amaçlanmaktadır. Ticari afişler tasarım kaygısı olmayan, mesajı en çabuk iletebilen afiş türleridir. Ticaret sektöründe sıkça kullanılan bu afiş türü, hayatın temek dayanaklarından ve vazgeçilmez unsurlarından biri olarak bilinmektedir. Günümüz teknoloji döneminde, afiş sanatı bir meslek haline gelmiş olup, bir sanat dalı olarak sanayileştiği görülmektedir. İnsan oğlunun yaratılışında var olan merak, yenilik ve tüketim duygusuna hitap eden yeni ürünler için ticari afişler bulunmak bir nimettir (Köksal, 2014, s. 56). Jim Aitchison’ın “*Basın İlanı Böyle Yapılır!*” adlı kitabında yer alan Reklamcı Steffan Postaer’in afiş tasarımı konusunda yaptığı tanım şu şekildedir; “*Birisinin, bir şeyi satın almaya veya yapmaya devam etmek ya da onu baştan çıkarmak için gereken bir satış aracıdır*” olarak tanımlamaktadır (Aitchison, 2006, s. 18).

Ticari afiş tasarımlarının hazırlanması, kültürel afişlerde olduğu gibi tasarımcı çalışmasını tek başına değil, bir ekiple bir arada çalışarak hazırlamaktadır. Afiş tasarımı üzerinde yer alacak metnin yazarı, fotoğrafçısı, illüstrasyon, tasarımcı, endüstri mühendisi gibi farklı alanda bilgiye sahip kişiler tarafından ortak bir şekilde yapılmaktadır. Bir ticari afiş tasarımının güzel olması yeterli olmayabilir çünkü reklam afişinin etkileyici ve tüketiciyi göz önünde bulundurularak etkili bir şekilde hazırlanması gerekmektedir. Örnek olarak bir turizm afişinin, tanıtımını yaptığı ülkenin, şehrin veya tarihi bir mekânın, en belirgin özellikleri etkili bir şekilde yansıttığı zaman amaca uygun bir afiş tasarımı yapılmış olacaktır. Afiş tasarım tarihinde de adını sürekli dile getirdiğimiz grafik sanatçılarından “Bülent Erkmen” ticari afişler konusunda şunları söylemektedir; *“Ticari kelimesinden anladığım, her ne konuda olursa olsun, bir hizmetin ya da bir ürünün duyuru, tanıtım yoluyla ilgili o hizmet ya da ürüne yöneltmek, o hizmet ya da ürünün "satışını" artırmaktır. Bu tiyatro içinde, sinema içinde, bir caz konseri için de böyledir; bir hazır giyim ürünü, bir meşrubat, bir beyaz eşya için de böyledir. Bu nedenle bu ortamda, bu pazarda afişin yeri, iletilmek istenen mesaj hedeflenen kitleye giderken, "afise bir yer" olup olmadığı ile ilgilidir”* (Bahar, 2006, s. 55-56). (Resim:67).



Resim 67: “Faber-Castell Reklam Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.dijitalajanslar.com/yaratici-reklam-afisleri/> /E.T. 30.04.2018

Yukarıda yer alan Almanya, Münih’in en büyük reklam ajansı olan Serviceplan Reklam Ajansı’nın “Faber-Castell” markası için hazırladığı reklam afişi yer almaktadır. Afiş tasarımında, renkli kalemlerin gerçek canlı objelerle aynı tonda olduğuna vurgu yapılmıştır. Afiş tasarımında genel olarak bir ürünün belli bir özelliği gösterilmek istenilmiş ve köpek üzerinde aynı ton bir kuru boya ile bir illüstrasyon tasarımı yapılarak afiş tasarımı oluşturulmuştur.

5.2.1. Moda Afişleri

Moda kelimesi Latince “hemen şimdi” kelimesinin karşılığı olan “modo” sözcüğünden türeyerek günümüze kadar gelmiştir. İtalyanca ise değişiklik gereksinimi ve geçici yenilik anlamı taşımaktadır. Moda kelimesi günümüzde çok rastlanan bir kelime olup, aklımıza genel olarak stil veya giyim türlerini getirir. Yalnız moda yaşamın çoğu alanında görülebilecek kadar geniş bir kavram olduğu düşünülerek, sanat, mimari, edebiyat gibi alanları da kapsamaktadır. Ünlü yazar; Ahmet Hamdi Tanpınar’ın moda konusunda şöyle bir tanımı vardır; “Moda sandığımız birçok şeylerin hayatın kendi bünyesinden geldiği anlaşılır” demektedir (Şevketoğlu, 2018).

Ticari afişlerde genel olarak vurgunun yapılması gereken kısım, markanın ta kendisidir. Moda, gıda, turizm ve endüstri tasarımı gibi birçok alanda reklam afişlerinde markanın ön planda tutulması amaçlanmaktadır. Tüketici ürünü tercih ederken ya da satın alırken buna tüketiciyi iten şey ürünün en etkili biçimde hedef kitleye sunulması, tanıtılması ve o markanın popülerliğidir (Yalur, 2014, s. 54).

Markayı popüler kılan, onu moda olarak ele alınmasını sağlayan ve o markayı tüketiciyle buluşturan şey ise marka için yapılan reklam afişleridir. Marka popülerliğini sağlayan afiş tasarımları, markanın en etkili ve en sade bir şekilde tanınmasını ve o markanın ürünlerinin kullanıcı üzerinde etkileri, modayı oluşturan en büyük etkidir. Bu tür etkili fikirler ve tasarımlar tüketicilere hatırlanmayı, kullanım rahatlığını, memnuniyeti ve tanınmayı hedeflemektedir. Tüketicinin reklam afişlerindeki, logoyu, sloganı, rengi, tasarımı görmesi onu hatırlaması o markanın popülerliğini oluşturan ve moda denilen akımı meydana getiren en büyük etken olarak bilinmektedir. Moda afişlerinin diğer tür afişlerde olduğu gibi farklı yapılaş teknikleri de bulunmaktadır. Genel olarak, afiş tarihinde bahsi geçen fotoğraf ve illüstrasyon tekniğine dayalı bir afiş tasarım türüdür. Ürünlerin model üzerinde fotoğraflarından oluşan afişler veya markaya ait bir illüstrasyon tasarım ile ürünün tanıtılması bunlara örnektir.

Moda tasarım illüstrasyonları gerek ürünün reklamı gerekse de tekstil tasarımlarında karşımıza çıkmaktadır. Moda illüstrasyonlarının reklam alanında kullanımları da marka adına tüketici üzerinde güçlü ve etkili izler bırakacak biçimde tüketiciye cesaret vermek adına kullanılmaktadır. Günümüzde modası halen devam eden ve gençlere hitap eden markalar arasında; Adidas, Nike, Levi’s, Lacoste, Puma gibi birçok bağımsız marka, ticaret konusunda illüstrasyonlardan faydalanmaktadır (Zeegen ve Crush, 2005, s. 97). Örnek verecek olursak Dünya genelinde en güncel moda ürünlerinin tanıtımını yapan, modayı ve farklı konseptleri içinde barındıran “VOGUE” dergisi, yardımcı bir reklam ürünü olarak yayınlamaktadır. Vogue dergisinin tarihine baktığımız zaman 1892 yılında ortaya çıkan sosyete gazetesi olarak Amerika’da ortaya çıktığı bilinmektedir. Sonraki dönemlerinde daha çok çizgisini modaya yöneltmiş ve yıllar içinde moda dünyası

için önemli bir mecra haline gelmiştir. Irving Penn gibi dünyaca ünlü fotoğrafçılar Vogue için büyük işlere imza atmışlardır. Günümüz de Türkiye modasında da oldukça aktif kullanılan, herkese hizmet veren ilk ve en kapsamlı mecra olarak bilinmektedir. Genel olarak çerçevesinde modaya yön veren; Türk tasarımcılar, saç ve makyaj artistleri, modeller, stilistler, fotoğrafçılar ve önemli kişileri içinde barındırmaktadır. Güncelliğinden dolayı her geçen gün gelişim göstermektedir. Aşağıda yer alan görselde, Vogue dergisine ait Irving Penn'in moda çekimlerini yaptığı, illüstrasyon ve fotoğraf tekniğine dayalı afiş tasarımları yer almaktadır. (Resim:68)



Resim 68: “Irving Penn, 1917-2009” Vogue Dergisi İçin Yaptığı Moda Çekimleri ve Afiş Tasarımları”

Kaynak: Irving Penn Kariyer Sergisi

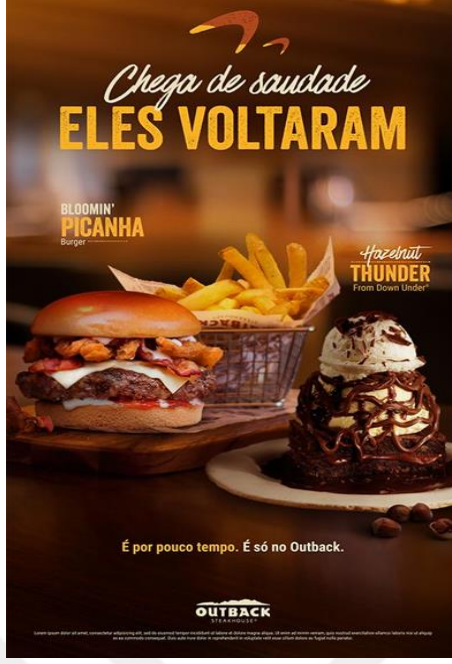
<https://collectordaily.com/irving-penn-centennial-met/>
/E.T. 01.05.2018

5.2.2. Yemek (Gıda) Afişleri

Ticari ve tüketiciyi teşvik amaçlı afişler içerisinde yer alan, Yemek Afişleri bir diğer adıyla Gıda Afişleri insanların gün içerisinde gerekli beslenme ihtiyaçlarını gidermesi konusunda onlara yol gösteren afiş türüdür. Genel olarak Yemek Afişleri; Gıda, Yemek, Meyve, İçecek vb. firmalarının ürünlerinin satışını arttırmak, tanıtımını yapmak ve farklı kültürlerde bilinirliğini sağlamak için Yemek Afişi türünü tercih etmektedirler. Farklı kültürlerle ait lezzetlerin bilinirliğinin artması, gıda konusunda markalaşmış firmaların ürünlerinin tanıtımı, farklı lezzet arayışları gibi konularda tercih edilen bu afiş türü geçmişten günümüze gelişim göstererek devam etmektedir. Örnek verecek olursak; Hayvansal Ürünler, Bitkisel Ürünler ve Madensel Ürünler olmak üzere üç ana gruba ayırabiliriz. Bunların içerisinde yer alan; etler, süt ürünleri, sebze ve meyveler, içecek türleri, baharatlar gibi birçok çeşidi bulunmaktadır. Günümüzde besin ihtiyaçlarını insanlar genel olarak; Steakhouse, Face Food, Dondurulmuş Hazır Gıdalar, Organik Sebze ve Meyveler'den karşılamaktadırlar. Yemek afişleri konusu kapsamında bahsi geçen besin türleri içerisinde yer alan bütün bu ürünler birer yemek afişi konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bütün ticari alanda olduğu gibi yemek afişlerinde de bir rekabet söz konusudur. Aynı ürünü üreten farklı firmaların birbiri ile rekabeti reklam konusu ile kendini bir adım daha öne çıkarmaktadır. Çünkü günümüz teknoloji çağı olduğundan almak istediğimiz ürünün yüzlerce farklı markadan ve farklı çeşidini bulmamız oldukça kolaydır. Bu ürünlerin aralarındaki kalite ve fiyat farklarından dolayı insanlara seçenek sunulması, tüketici için büyük bir avantajdır. Bu konuda yine popüler olan markaların, reklam konusunda öne geçmesi ürünlerinin satışını arttırarak sektörde ismini üst sıralara çıkarmaktadır. Günümüzde reklam konusu işte bu kadar önemlidir, önemli olan ürünün aynı olması değil onun tüketiciye nasıl sunulduğudur. İşte tamda bu konuda ortaya çıkan şey afiş tasarımlarıdır, aynı ürünü farklı yorumla tanıtmak onun reklamını yapmak firma için önemli bir husustur.

Yemek yani gıda afişlerinde de bu konu oldukça önemli olup, satılmak istenilen ürünün kaliteli bir reklamının yapılması tüketiciyi ürüne çekecektir. Örnek verecek olursak; günümüz beslenme alışkanlıkları konusunda oldukça fazla tercih edilen Face Food markalarının bir rekabet içerisinde olduğunu görmekteyiz, aynı ürünü tüketiciye farklı bir yorum ile sunması o firmayı tercih sebepleri arasına ilk sıraya sokacaktır. Örneğin Face Food ürünü olan hamburgeri ele alalım hamburgerin reklam afişlerinde büyük kullanılmasının sebebi, dikkat çekmesi ve insanı teşvik etmesi konusunda başarılı bir harekettir. Çünkü insanlar görünüşe önem verdikleri için, lezzetten çok popüler olanı tercih etmektedirler, mesela hamburgerin bir menü olarak satışa sunulması, yanında verilen patates, cola veya soslar ile birlikte sadece bir hamburger fiyatına tüketiciye satılması tercih konusunda popülerliği arttırarak rekabeti ortadan kaldırmaktadır. (Resim:69,70).



Resim 69: Ricardo Ventura 2018
 “Outback Steakhouse İçin Hazırlanan Yemek Afiş Tasarımı”
Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/61915453/Redes-Outback/E.T.02.05.2018>



Resim 70: Pluz+ Agência 2018
 “MChicken İçin Hazırlanan Yemek Afiş Tasarımı”
Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/62125123/MCHICKEN-Social-Media-2017/E.T.02.05.2018>

5.2.3. Turizm Afişleri

Turizm afişleri; turistik bir bölgenin, tarihi dokularını olan bir ülkenin, tatil için seçilen mekanların tanıtımında kullanılan afiş türüdür. Genel olarak ticari olan bu afişler, aslında kapsamlı bakıldığında kültürel kavramını da içinde barındırmaktadır. Çünkü ekonomik olarak ülkeye verdiği maddi destek, kazanç ve kültürel değerler de göz önünde bulundurulmaktadır. Örnek verecek olursak; Türkiye’ye her yıl gelen binlerce turist genel olarak eğlenmek için, tarihi dokusunu öğrenmek için, tatil yapmak ve farklı lezzetler tatmak için ülkemizi ziyaret etmektedirler. Ülkeye gelen turistlerin genel olarak işletmelere katkıda bulunmaları, bıraktıkları dövizler, ülke ekonomisi kapsamında oldukça olumlu etkiler bırakmaktadır. Farklı kültürlerdeki insanların birbirleri arasındaki ilişki, kültürel bağın güçlenmesi, dostlukların kurulması ve ülkeye bakış açısı konusunda büyük bir önem taşımaktadır. Turistik mekanlara sahip olan ülkeler ve turistik beldeler, kendilerini ziyaret edecek kitlelere ulaşmak için turizm reklam ürünlerinden olan afiş tasarımlarını oldukça yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar. Teknoloji ve internetin gelişimi ile birlikte ülkelere ait web siteleri, tarihi mekanların tanıtılması ve turist çekme isteği her geçen gün artış göstermektedir.

İşletmelerin bu konuda ki çalışmaları genel olarak reklama dayalı olup hedef olarak hep aynı şey düşünülmektedir; daha çok turist, daha fazla kazanç.

Bu genel sonuçtan yola çıkacak olursak genel olarak ülkelerin Kültür ve Turizm kurumlarının bu konu üzerinde ki çalışmaları sonuca dayalı olarak, farklı kültürlerdeki insanları ülkeye çekmek, kültürel bağları sağlamlaştırmak ve ülke ekonomisine katkıda bulunmalarını sağlamak asıl amaçtır. Ülkemizde genel turizm işletmelerini içinde barındıran kurum; “Kültür ve Turizm Bakanlığı”dır. Tarihi mekanların, sanat ve kültürel değerlerin tanıtımlarını yapmak için genel olarak reklam ürünlerinden olan afiş tasarımlarından yararlanılmaktadır. Ticari amaçlı olup, kar gütmeye hedefi olan turizm afişleri, diğer ticari afişler gibi olup amaç genel olarak kazancı arttırmaktır. Bu bağlamda ülkemizde turizm konusunda genel olarak; otelcilik, tatil mekanları, tarihi mekanlar ve gezi turları yoğun istek görmektedir. Bunlara örnek verecek olursak; Ülkemizde Kapadokya Gezisi turizm konusunda oldukça yoğun istek gören tarihi mekanlardandır. Peri bacalarının tarihi ve görünüşü farklı kültürlerdeki insanların ilgisini çekmektedir, ulan balon turları ve birçok tarihi mekânı ile turizm konusunda önemli değerlerimizdendir. (Resim:71).



Resim 71: “Lim Kim Kong 2017 ”

“Türkiye Sınırsız” İsimli Turizm Afiş Tasarımı

Kaynak: <https://www.limkimkeong.com/index.php/2017/11/19/turkey-unlimited/>

E.T. 02.05.2018

5.2.4. Kurumsal Afişler

Kurumsal reklam; kurumla ilgili bir gelişmenin, bir haberin, hedef kitleye farklı kitle iletişim araçları ile aktarılması anlamına gelmektedir. Kurumsal reklam çerçevesinde yapılan reklam çalışmalarında herhangi bir ürüne yer verilmez, sadece kurum tanıtımı yapılır. Kurumsal reklam mal veya hizmet alınımına teşvik etmez, çünkü ortada bir ürün söz konusu değildir. Her ne kadar ticari boyutta çalışmalar olsa da kurumun politikasını, imajını, duruşunu, gücünü ve yenilikçi çalışmaları ile hedef kitle ile olan ilişkilerini göstermektedir. Diğer afiş türlerinde olduğu gibi kurumsal reklam afişlerinin de farklı çeşitleri bulunmaktadır. Bu çeşitler arasında en çok tercih edilen ve uygulanan tasarım türü, imaj reklamı afiş tasarımlarıdır. İmaj reklam afişleri, adından da anlayacağımız üzere kurumun imajı yani, kurumun saygınlığı, dürüstlüğü ve güvenilirliği ön planda tutarak tasarlanmaktadır (Yalur, 2014, s. 53).

Bir ürünün ya da hizmetin satışına ya da tanıtımına yardımcı olan ticari afişlerin aksine kurumsal afişler kurum ile alakalı bazı değerleri içerisinde barındırmaktadır. Eğer düşünceleri olumlu olarak nitelendirecek olursak kurumsal reklamın, reklamcının yeteneği ile birlikte, kurumun ürünlerinin kalitesi gibi konuları kamuoyuna ilettiği görülmektedir. Kurumsal reklam bu işlevinin yanı sıra kurumun adı ve prestijini ön planda tutmaya çalışarak, bilgilendirme, ikna etme ve anımsatma amacı gütmektedirler (Karpas, 1999, s. 69).

Kurumlar yapmış oldukları afiş tasarım çalışmalarında, hedef kitleye başarılarını, yenilikçi olduklarını ve güvenilir oldukları konusunda bir etki bırakmayı hedeflemektedirler. Çevre konulu kurumsal afiş tasarımlarında, kurumun içerisinde bulunduğu çevreyi koruduğunu, önemseydiğini vurgulayan tasarımlar sergilenmektedir. Bu tür afiş tasarımlarında ürün tanıtımı bulunabilir, kurumsal reklam çalışmaları kapsamında kurumun logolarını, tasarımlarını, mimari yapısını yansıtan tasarım unsurları göz önünde bulundurulmaktadır. Kurumun imajını ve saygınlığını geliştirmek kurum afişlerinin en önemli amaçları arasında yer almaktadır (Kuyumcu, 2011, s. 97). Kısaca tanımlayacak olursak kurumsal afişler bir marka imajı yaratma amacı güderek, kurumsal bir reklamın sahip olması gereken özellikleri içerisinde barındıran ve kurumsal nitelik kazanmış bir afiş tasarım türü olarak tanımlayabiliriz (Demirçeviren, 2009, s. 95).

Örnek verecek olursak; Türkiye Devlet Bankalardan Ziraat Bankası'nı ele alalım. Ziraat Bankası yılın belirli dönemlerinde haftalık, aylık veya yıllık olarak bazı maddi ve manevi konularda tüketiciye kolaylık sağlayacak şekilde reklam kampanyaları yapmaktadır bunlar; halkın bilgilenebilmesi, onlara sundukları kolaylıklar, güven konusunda yaptıkları çalışmalar, yeniliğe açık olduğunu gösteren teknolojik çalışmalar ve kurumsal çerçevede hedef kitleye verilen önemi anlatan afiş tasarımları bunlara örneklerdendir. Tarihe baktığımız zaman Türkiye'de en eski bankalardan biri olan Ziraat Bankası reklam konusunda genel

olarak; halka kredi fırsatlarında sunduğu kolaylıklar, halkın banka teknolojileri karşısında bilgiye sahip olması, belirli yaş ve meslek gruplarındaki kişilere tanınan ayrıcalıklar gibi birçok reklam çalışması bulunmaktadır. Kurumsal afiş tasarımlarının ticari kapsamdaki boyutu ise yine diğer ticari afişlerde olduğu gibi rekabet yarışı, halka verilen değer dille getirilmesi, güven konusu, müşteri çerçevesini genişletmek, yenilikçi olduklarını hedef kitleye iletmek gibi birçok reklam örneği bulunmaktadır. Diğer afiş tasarım türlerinde olduğu gibi Kurumsal afiş tasarımlarında da farklı tasarım teknikleri kullanılmaktadır. Tarihe baktığımız zaman kurumsal afişler fotoğrafa dayalı ve illüstrasyon ağırlıklı tasarımlar olduğu görülmektedir. Teknolojinin gelişimi ile birlikte yeniliğe açık olan reklam sektörü, afiş tasarım konusunda da artık bilgisayar destekli tasarımları aktif bir şekilde kullanmaktadırlar. (Resim:72,73).



Resim 72: Alican Kılıçoğlu
“Ziraat Bankası İçin Hazırlanan Kurumsal Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://alicankilicoglu.com/ziraat-bank-works> /E.T.04.05.2018



Resim 73: İhap Hulusi Görey
“Ziraat Bankası İçin Hazırlanan Kurumsal Afiş Tasarımı”

Kaynak: <https://alchetron.com/%C4%B0hap-Hulusi-G%C3%B6rey#/> /E.T.04.05.2018

5.3. Sosyal Afişler

Sosyal afişler eğitici ve uyarıcı işlevi görmektedirler. Sosyal afişler bir konu hakkında bilgi verirken, o konu hakkında uyarıcıda olabilmektedirler. Kısa bir örnek verecek olursak, uyuşturucu kullanımı konusunda yapılan afiş tasarımları, üzerinde yer alan açıklama metni ile bilgi verirken, illüstrasyon veya görsel ile hedef kitle üzerinde uyarıcı bir etki oluşturmaktadırlar. Sosyal afişlerin kapsamı genel olarak; sağlık, ulaşım, çevre, sivil savunma ve trafik gibi konuları içerisinde barındırmaktadır. Biraz evvel bahsedildiği üzere bu konu başlıkları adı altında hem sağlık hem diğer başlıklar çerçevesinde yapılan afiş tasarımları eğitici ve uyarıcı etkiye sahiptirler. Afiş tasarımı gören izleyici veya hedef kitle her kim olursa olsun aynı etkiyi aldığı sürece afiş tasarım amaca uygun tasarlanmış demektir.

Bir sosyal afiş tasarımı hazırlanırken, afişin amacına yönelik ileteceği mesaj kamuoyunun ve gerekli yayın kuruluşlarının ilgisini çekmeli ve toplum çerçevesinde bir farkındalık yaratmalıdır. Toplumun konu hakkındaki görüşleri, düşünceleri, fikirleri veya çözümleri paylaşılarak etkileşimi arttırmalıdır. Sosyal içerikli afiş tasarımlarının genel amacı; insanların psikolojik yönlerine dokunup, kişiyi ruhen ve fiziken harekete geçirerek, sağlam ve etkili bir iletişim kurmak olmalıdır. Sosyal afiş tasarımlarında kullanılacak sloganlar oldukça net ve samimi olmalıdır, çünkü bahsettiğimiz bu şartlar afiş tasarımda yer almazsa, hedef kitle ile afiş tasarımı arasında bir etkileşim, bir bağ söz konusu olamaz. Sosyal afiş tasarımlarında bu genel şartlar düzgün ve anlaşılır bir şekilde kullanılırsa, afişin etkisi daha fazla olur, amaca uygunluğu artar ve hedef kitle arasında etkili bir iletişim sağlanmış olacaktır (Kuyumcu, 2011, s. 75). Sosyal içerikli afiş tasarımlarının, sosyal içerikli grafik tasarım uygulama alanları içerisinde en çok kullanılan ve medyadan sonra, en büyük etkiyi veren grafik tasarım ürünleri olduğu düşünülmektedir. Sosyal afişlerin genel olarak toplumu ilgilendirecek konularda olabileceği gibi, sadece belirli bir kitleyi de konu olarak ele alabilirler. Bunlara örnek verecek olursak, çevre sorunları, ekoloji, eğitim veya alkol ya da tütün ürünü kullanan kitlelere yönelik sosyal afiş tasarımları da hazırlanmaktadır. Hazırlanan bu afiş tasarımları bireylerden yola çıkarak genel topluma da seslenmektedir, aynı zamanda bu afiş türü evrensel, ulusal veya uluslararası kapsamda yerel konuları duyurduğu gibi farklı kültürlerle de aktararak duyarlılığı, farkındalığı ve etkiyi sağlamak için farklı semboller, farklı renkler ve dikkat çekici görseller kullanılmaktadırlar (Tanrıkulu, 2009, s. 67-69).

Bülent Erkmen'in *Milliyet Sanat Dergisi*'nde (1991), kaleme aldığı sosyal afişlerin ideolojik yönü konusunda yaptığı açıklama şu şekildedir; *"afiste farklı bir özelliğe sahip olan ideolojik afişler, toplumun yönlendirilmesinde önemli rol oynarlar. Eğitim, politika ve savaş afişleri bu gruba koyulabilir. İletişim olanaklarının artmasıyla ortaya çıkan sorunlardan biri, toplumda küçük bir grubun iletişim araç ve gereçlerini elinde bulundurarak toplumun tümüne egemen olabilme çabasıdır. Örneğin günümüzde reklamcılığın tüm olanakları politikanın hizmetindedir. Oysa yakın geçmişe kadar, politikanın yararlandığı tanıtım yöntemleri*

afişler ve el ilanlarıyla sınırlıydı. Bu kampanyaların ne denli etkili olduğu tartışılır ancak, meydanlarda geliştirilen parti ve lider imajlarının kalıcılığı yönünde katkı umulur” şeklinde açıklamada bulunmaktadır (Erkmen, 1991, s. 8).

Sosyal içerikli afiş tasarımları diğer afiş türlerinden ayıran en büyük özelliği ticari bir kaygının olmamasıdır. Yani toplumu eğitme, bilgilendirme ve uyarma yolunda yapılan bu tasarımların herhangi bir ticari beklentisi yoktur. Çünkü insanların sağlık, trafik, çevre vb. konularda bilgi sahibi olması farkındalığı artırarak, topluma katkıda bulunmayı sağlayacaktır. Sosyal afiş tasarımları kapsamında içinde barındırdığı kitle; insan hakları, çocuk ve kadın hakları, hayvan hakları, tüketici hakları, toplum sağlığı, kişisel sağlık, çevre ve ekoloji sorunları, savaşın etkileri gibi önemli konuları içermektedir. Kısacası bu konu başlıkları altında insanlığı ilgilendiren her şey sosyal konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda sorunlar karşısında halka bilgi vermek, onların harekete geçmesini sağlamak, farkındalık yaratmak, konu hakkındaki görüşlerini ve duruşlarını belli etmelerini sağlamak, sosyal içerikli afiş tasarımlarının temelini oluşturmaktadır.

Wendell C. Crow’ un “*Communication Graphics*” (İletişim Grafikleri) adlı eserinde sosyal içerikli afiş tasarımları konusu hakkında şu tanıımı yapmaktadır;

“Sosyal içerikli afiş tasarımları insanları; Şiddetin ve savaşların önüne geçilmesi, doğal felaketler ve çevrenin korunmasına yönelik bilgilendirilmesi; alkol, uyuşturucu ve sigara gibi insan hayatını riske atan madde alışkanlıkları gibi konularda uyarılması ve bilgilendirilmesi, AIDS ve Hepatit gibi hastalıkların zararlarını ve korunma yolları hakkında bilgi verilmesi, trafik kurallarına ne şekilde uyulacağını, ölüm tehlikesine karşı nasıl önlen alacağını gösterilmesi ve enerji tasarrufunun nasıl yapılacağını öğretilmesi” gibi konulara değinerek sosyal afiş tasarımlarının yararlarını dile getirmektedir (Wendell, 1986, s. 93).

Toplumun bu tür konularda yönlendirilmesinde sosyal afişlerin büyük bir etkisi bulunmaktadır. Bu konuda verilebilecek en iyi örnekler 1914’de I. Dünya Savaşının patlak vermesi sonucunda, İngiliz hükümetinin tutuşması sonucunda, geçlerin milliyetçi damarlarına baskı kurarak onları vatani göreve çağırmaktadır. Dönemin Savaş Bakanı, afili bıyıklı Lord Kitchener, Britanyalıları istiyor zira memleketin onlara ihtiyacı vardır. (Resim:74). Çok değil üç yıl aradan sonra I. Dünya savaşının ilerleyen yıllarında 1917, savaşa asker yetiştiremeyen meşhur Sam Amca “Seni İstiyorum” der Amerikan geçlerine ve böylelikle gariban toplum dünyanın diğer ucundaki savaşa, adını bile duymadıkları ülkelere kolayca satılacaklardır. (Resim:75). Bunlar ek olarak savaş haricinde, sosyal afiş tasarımı konusu içerisinde yer alan, eğitici ve uyarıcı afişlere örnek olarak çocuk gelin ve çocuk işçi afiş tasarımı örnekleri yer alacaktır. (Resim:76,77).



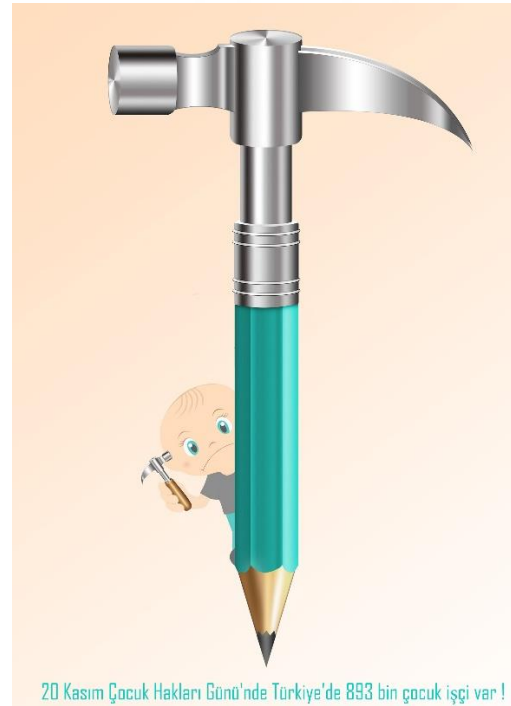
Resim 74: Alfred Leete 1914
“Tanrı Kralı Korusun”
Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı
Kaynak: <http://tr.pinterest.com/pin/258534834834427124/>
/E.T. 04.05.2018



Resim 75: James Montgomery Flagg 1917 “Seni İstiyorum”
Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı
Kaynak: <http://tr.pinterest.com/pin/421086633882152924/>
/E.T. 04.05.2018



Resim 76: “Çocuk Gelin”2017
Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı
Kaynak: Önder Yılmaz



Resim 77: “Çocuk İşçi” 2016
Sosyal İçerikli Afiş Tasarımı
Kaynak: Önder Yılmaz

Diğer afiş türlerinde olduğu gibi sosyal afiş türünün de alt başlıkları bulunmaktadır. Bunlar;

- 1- Uyarıcı ve Eğitici Afişler
- 2- Eğitim Afişleri
- 3- Çevre ve Ekoloji Afişleri

5.3.1. Uyarıcı ve Eğitici Afişler

Günlük yaşantımızın her anında (sokaklarda, hastanelerde, meydanlarda, kısacası her yerde) karşımıza çıkan afiş tasarımlardan bir tanesi olup, toplumu eğiten ve uyarıcı bir etkisi bulunmaktadır. Sosyal afiş tasarımları kapsamında ortaya çıkabilecek olumlu sonuçlar kısaca şu şekildedir; halkın bilinçlenmesini sağlamak, onların konu hakkında bilgi sahibi olmasını ve önlem almasını sağlamak ve hastalık veya sağlığa zararlı olan her şey hakkında topluma farkındalık yaratmak gibi birçok olumlu etkisi bulunmaktadır. Afiş tasarım üzerinde yer alan Sloganın önemi görsele göre daha fazla etki uyandırmaktadır, çünkü sloganda yer alan vurucu mesaj izleyiciyi, toplumu veya hedef kitleyi sloganı okuduğu andan itibaren etki altına alabilmektedir. Örnek verecek olursak; sigaranın zararlı ile ilgili bir afiş tasarımında, afişte yer alan sloganı ele alalım “Hayatınızı Karartmayın” sloganda verilmek istenilen mesaj kısaca sigaranın dumanına dikkat çekerek sağlığa zararlı olduğu vurgulanmaktadır. Görsel olarak bir yanık sigaradan çıkan duman veya bir illüstrasyon slogan kadar etkili olmaya bilir. Sosyal afiş tasarımlarda tipografinin önemi oldukça fazladır. Seçilen yazı fontu, boyutu ve rengi etkiyi daha fazla arttırabilmektedir.

Uyarıcı ve eğitici afişler çerçevesinde yapılan afiş tasarımları genel olarak halkı bilgilendirerek, onlara konu hakkında bilgi verip, gerekli önlemleri almaya teşvik etmektedir. Sosyal afiş tasarımlarının bütün türlerinde olduğu gibi herhangi bir ticari beklenti söz konusu değildir. Çünkü sağlık kuruluşları, sivil toplum kuruluşları gibi birçok kuruluş topluma hizmet etmek, topluma bilgi vermek ve toplumu sosyal konular kapsamında uyarmak gibi amaçlar için çalışmaktadırlar. Bu bağlamda sosyal afiş tasarımlarının topluma katkısı büyüktür, halka verilen önem, toplumdaki bütün bireylerin sağlıklı ve temiz bir yaşam sürmesi gibi büyük amaçlar hedeflenmektedir. Uyarıcı ve eğitici afişler konusunu birkaç örnek ile açıklayacak olursak aşağıda yer alan “Dünya AIDS Günü” afiş tasarımları ve “Yeşilay” tarafından hazırlanmış olan Madde ve Sigara Bağımlılığı afiş tasarım örnekleri, hedef kitle tarafından izlendiğinde AIDS afişleri sağlık konusunda dikkat etmeleri ve korunmaları gerektiğini anlatırken, bağımlılık afişleri bu tür zararlı maddeleri kullandıklarında karşılaşabilecekleri sağlık sorunlarını ve sonuçlarını net bir şekilde anlamış olacaklardır. Aşağıdaki uyarıcı ve eğitici afiş tasarım örneklerinin bilgi vermesinin yanı sıra, konu hakkında farkındalık uyandırması, kişiyi etkisi altına alması, uyarıcı ve eğitici afiş tasarımlarının amaca uygun tasarlandığını net bir şekilde ifade etmektedir. (Resim: 78,79,80,81).



Resim 78: Yeşilay

“Madde Bağımlılığı Afişi”

Uyarıcı ve Eğitici Afiş Tasarımı

Kaynak: <https://www.yesilay.org.tr/tr/yayinlar/afisler>

/E.T. 04.05.2018



Resim 79: Yeşilay

“Sigara Bağımlılığı Afişi”

Uyarıcı ve Eğitici Afiş Tasarımı

Kaynak: <https://www.yesilay.org.tr/tr/yayinlar/afisler>

/E.T. 04.05.2018



Resim 80: Dünya AIDS Günü

Uyarıcı ve Eğitici Afiş Tasarımı

Kaynak: www.togomeetings.com/80945/hiv-posters.html/

awesome-hiv-posters-and-ideas-of-world-aids-day-poster-contest-haart-5/ E.T.05.05.2018



Resim 81: Dünya AIDS Günü

Uyarıcı ve Eğitici Afiş Tasarımı

Kaynak: www.togomeetings.com/80945/hiv-posters.html/

contemporary-hiv-posters-and-incredible-ideas-of-infographics-1 /E.T.05.05.2018

5.3.2. Eğitim Afişleri

Eğitim afişleri; insanlara veya topluma yararlı konularda bir şeyler kazandıracak onları eğitecek ve bilgilendirecek, konuşmaların toplantıların, sempozyumların, söyleşilerin vb. türde yapılan bilgi içerikli etkinliklerin tanıtımını yapan afiş tasarımlarıdır. Örnek verecek olursak bilim, sanat, tarih, sağlık, doğa vb. konularda geçmişten günümüze eserler üretmiş, topluma ve alanı ile alakalı yararlı işler başarmış, gerekli bilgi ve beceriye sahip olan bir sanatçının, tarihçinin, bilim adamının, çevrecinin veya sağlıkçının katılacağı bir etkinliğin tanıtımını yapan afiş tasarımları olarak tanımlayabiliriz.

Eğitim afişlerinin topluma ve insanlara katkıları oldukça fazladır. Bu konuda örnek verecek olursak eğer; Bir grafik tasarım sanatçısının yapacağı bir söyleşi, katılım gösteren öğrencilere, eğitimcilere veya ilgi gösterip katılan izleyiciye katkıları şu şekilde sıralanabilir; Mesleğin geçmişten günümüze gelişimi hakkında bilgi edinmesi, piyasada bu sektörde çalışan bir kişinin aldığı ücret, iş olanakları veya yapılan işe verilen önem, mesleğin geleceği gibi birçok konuda kitleye bilgi vererek yıllarca edindiği o bilgi birikimini aktarmak gibi faydaları bulunmaktadır. (Resim 82). Eğitim afişleri kapsamında vereceğimiz örnekler sadece bunlarla sınırlı değildir, çocukların, gençlerin veya gelişmiş bireylerin ilgi gösterdikleri ya da toplumca önem arz eden konularda bilgi edinmeleri için düzenlenen sempozyumlar, söyleşiler gibi birçok örneği de bulunmaktadır. (Resim:83,84).

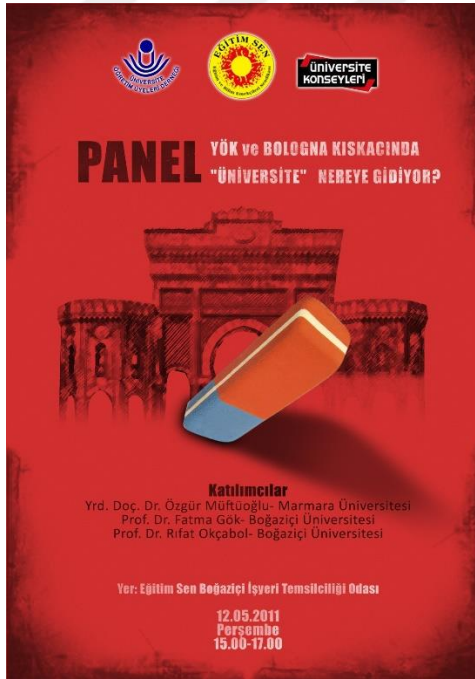
Eğitim afişlerinin kullanım alanlarının en çok görüldüğü yerler; okullar, eğitim kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları gibi pek çok alanda kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Örnek verecek olursak; Üniversitelerde eğitim amaçlı düzenlenen, bir mesleğin geleceği ya da o meslekle alakalı bir eğitimcinin katıldığı etkinlik bunlara örneklerdendir. Aşağıda yer alan afiş tasarımlarında sanat, kariyer, kadın hakları ve iletişim bölümü ile bilgilendirici, eğitici etkinliklerin afiş tasarımları yer almaktadır. Farklı alanlarda seçilen bu afiş tasarımları eğitim afişlerinin birçok alanda kullanıldığını örneklerle açıklamak için kullanılmıştır. İlk olarak sanat dünyasının sayılı isimlerinden oluşan bir serginin ve söyleşinin afiş tasarımı yer almaktadır. İkinci afiş ise kişisel gelişim ve kariyer üzerine eğitici bir etkinliğin afiş tasarımıdır. Üçüncü sırada yer alan afiş tasarımı Eğitim Sen kuruluşunun düzenlemiş olduğu üniversitelerin geleceği hakkında eğitici bir söyleşinin afiş tasarımı yer almaktadır, dördüncü ve son afiş tasarımında ise okulum olan Beykent Üniversitesi'nin Psikoloji Günleri kapsamında eğitici bir etkinliğin afiş tasarımına yer verilmiştir.



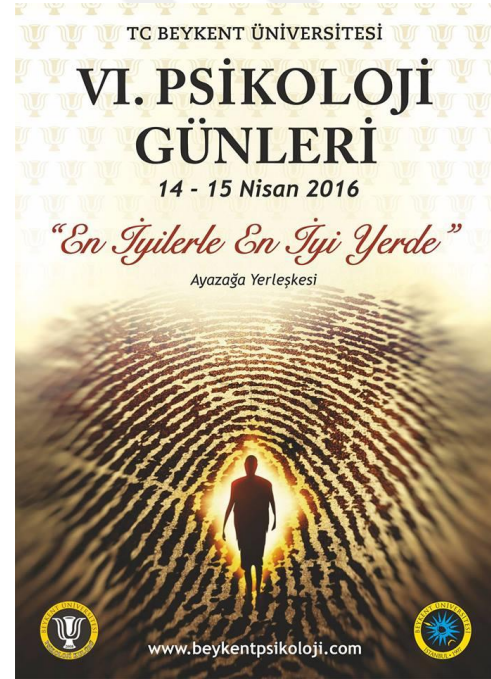
Resim 82: Akasya Kültür Sanat
“Sanatçı Sergi ve Söyleşi”
Eğitim Afiş Tasarımı
Kaynak: www.akasyakultursanat.com/events/49 /E.T. 05.05.2018



Resim 83: Erbay Kücet
“Kariyer ve Kişisel Gelişim”
Eğitim Afiş Tasarımı
Kaynak: www.erbaykucet.com/?page_id=1129 /E.T. 05.05.2018



Resim 84: Eğitim Sen
“Panel Etkinliği Afişi”
Eğitim Afiş Tasarımı
Kaynak: www.egitimsen.boun.edu.tr/site/?page_id=95/
E.T. 05.05.2018

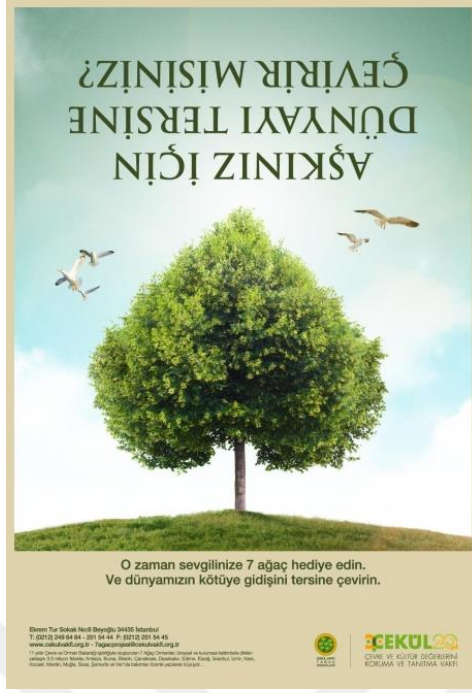


Resim 85: Beykent Üniversitesi
“Psikoloji Günleri Etkinliği”
Eğitim Afiş Tasarımı
Kaynak: www.tpocg.org/beykent-universitesi-psikoloji-gunleri/
E.T. 05.05.2018

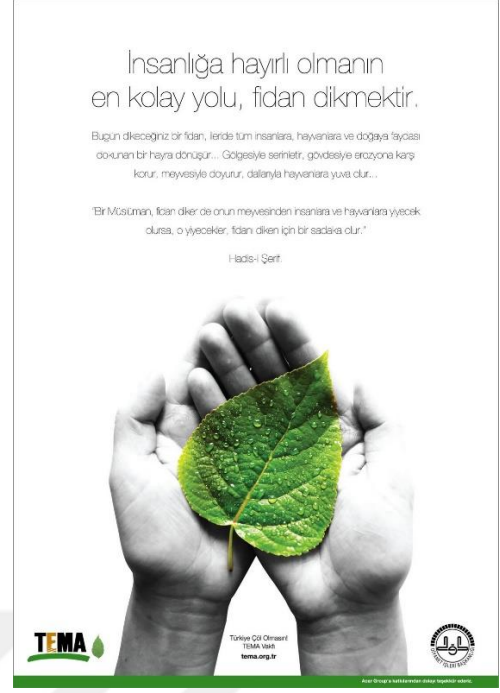
5.3.3. Çevre ve Ekoloji Afişleri

Çevre ve ekoloji kavramları insanın içinde bulunduğu, yaşadığı veya yaşamını sürdürdüğü ortam olarak tanımlayabiliriz. Çevre ve Ekoloji Afişleri ise bu insanların ve diğer canlıların yaşamını sürdürdüğü ortamı, çevreyi, ekolojiyi ve doğal yaşamı riske atacak türde konularda halkı bilgilendirmek, bilinçlendirmek ve onlara çevreyi, doğayı nasıl koruyacaklarına dair önlemler alınmasında yardımcı olacak türde tasarlanan afiş tasarımlarıdır. Çevre ve ekoloji demişken, kuralık, yeşil alan, su, çevre kirliliği, plastik atıklar vb. birçok konuda halkın bilinçlenmesi konusunda onları uyaran bu afişler genel olarak, Doğa, Çevre, Eğitim, Enerji, Sağlık vb. Kurum ve Kuruluşlar tarafından kullanılmaktadır. Çevre ve ekoloji içerikli afiş tasarımlarını kullanan bu kurum ve kuruluşların genel amacı, insanları, toplumları, ülkeleri veya dünyayı, doğayı koruyup kollamaları konusunda farkındalık yaratmak ve onları bilinçlendirmek amacı ile doğal yaşama teşvik edici projeler gerçekleştirmeleridir. Çevre ve ekoloji afişleri de diğer sosyal afiş tasarımlarında olduğu gibi ticari bir beklentisi bulunmayan afiş tasarımları olup, kullanan kişilerin, kurum ve kuruluşlarının hiçbir ticari çıkarları söz konusu değildir. Bu bağlamda çevre ve ekoloji içerikli afiş tasarımlarının genel amacı doğayı korumak ve insanları bilgilendirmek ve bilinçlendirmektir.

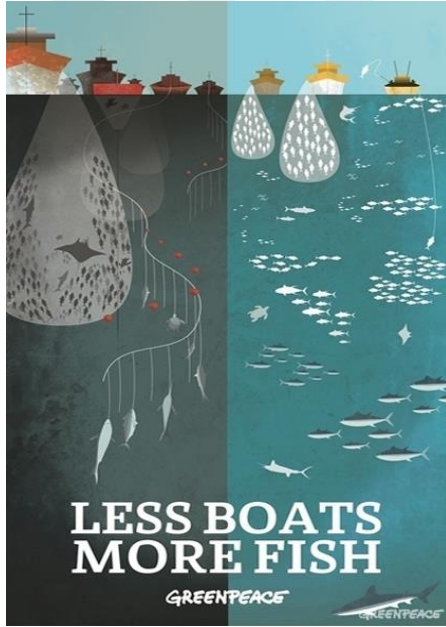
Çevre ve Ekoloji konusunda Türkiye’de faaliyet gösteren başlıca çevreci ve doğa kuruluşları şunlardır; Greenpeace, Dünya Doğayı Koruma Vakfı (WWF), Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA), Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL), Doğa Derneği, Çevre Kuruluşları Dayanışma Derneği (ÇEKUD), Çevre Koruma ve Ambalaj Atıkları Değerlendirme Vakfı (ÇEVKO), Deniz Temiz Derneği (TURMEPA), Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV), Doğa ile Barış Derneği, Türkiye Deniz Araştırmaları Vakfı (TÜDAV), Türkiye Çevre Koruma ve Yeşillendirme Kurumu (TÜRÇEK), Eco-Schools, Çevreci Eczacılar Kooperatifi (ÇEKOOP), Ege Orman Vakfı, Doğa ve Çevre Vakfı (DOÇEV), T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı vb. birçok kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Bütün bu kurum ve kuruluşların genel amacı doğa ve çevreyi koruyup, kollamak ve topluma bu konular hakkında bilgilendirmektir. Aşağıda yer alan afiş tasarımları genel olarak çevre, doğa ve ekoloji ile ilgili olup çevre ve ekoloji konulu afiş tasarımlarına birer örnektir. (Resim:86,87,88,89).



Resim 86: “ÇEKÜL” 2012
“7 Ağaç Ormanları Projesi”
 Çevre ve Ekoloji Afiş Tasarımı
Kaynak: www.cekulvakfi.org.tr
 /E.T. 05.05.2018



Resim 87: “TEMA Vakfı”
“Türkiye Çöl Olmasın Projesi”
 Çevre ve Ekoloji Afiş Tasarımı
Kaynak: [www.buharahukuk.com](http://www.buharahukuk.com/gallery/tema-vakfi/E.T.05.05.2018)
 /gallery/tema-vakfi/E.T.05.05.2018



Resim 88: “Greenpeace”
“Less Boats More Fish”
 Çevre ve Ekoloji Afiş Tasarımı
Kaynak: www.greenpeace.org
 /E.T. 05.05.2018



Resim 89: “WWF”
“Hayvanları Koruma Projesi”
 Çevre ve Ekoloji Afiş Tasarımı
Kaynak: [www.pinterest.co.uk](http://www.pinterest.co.uk/pin/176836722841879216)
 /pin/176836722841879216
 /E.T.05.05.2018

5.4. Siyasi Amaçlı Ajitasyon ve Propaganda (agit_prop) Afişleri

Siyasi afişler; bir siyasi partinin, adayın, seçmenin, kurumun veya kuruluşun benimsediği tarafı, görüşü, mesajı vb. siyasi içerikli her şeyi topluma aktarma, tanıtmak, onları kendi tarafına çekme, rekabetten galip çıkma, vaatlerini ve görüşünü topluma aktarmak, iletmek için kullandığı reklam ürünüdür. Siyasi afişleri kitle iletişim araçları (gazete, radyo, televizyon, dergi, basın) ile çeşitli olanaklara sahip siyasi veya politik gruplar ya da kişiler tarafından aktif bir şekilde kullanılarak savunduğu partiyi, adayı veya görüşü topluma tanıtmaktadır. Siyasi afiş tasarımlarının amaçlarından biri olan “ikna etme” çabası için hazırlanan afiş tasarımları genel olarak seçim dönemlerinde kullanılmaktadır. Afiş bu ikna etme çabasını bir illüstrasyonla, çizimle, görselle veya bir mesajla topluma aktarabilmektedir. Afiş tasarımlarının kime seslendiği, hangi sınıfa, meslek grubundaki kişilere, hangi yaş grubuna hitap ettiği önemli bir husustur. Çünkü toplumun içinde barındırdığı farklı meslekte grupların, yaş, cinsiyet veya farklı dine inanan kişilerin o adaydan, partiden beklentileri bu konuda büyük önem taşımaktadır. Örnek verecek olursak; Herhangi bir öğrenci grubuna yönelik hazırlanan afiş tasarımları, seçmen kitlesinin bir parçası olduğunu onlara aktarmak ve sadece onlara yönelik, ilgisini ve beklentilerinin yer aldığı bir afiş tasarımının hazırlanması o gruba ait seçmeni kendi tarafına çekme konusunda olumlu sonuçlar doğuracaktır. Siyasi afişlerin amaçlarından biride hedef kitleye bir şeyi haber vermek, tanıtmak ya da katılımını sağlamaktır. Bir mitingi, yürüyüşe, konuşmaya, toplantıya, protestoya vb. kalabalık katılımı gerçekleştiren siyasi olayları topluma aktarmasıdır. Örnek ile açıklayacak olursak; 1 Mayıs İşçi Bayramı, Kadına Şiddet vb. olaylar bunlara örnektir.

İletişim araçlarının maddi anlamda en uygun ve kolay hazırlanabilen türü olması sebebi ile seçim kampanyalarının ve medya uzmanlarının vazgeçilmez olarak gördüğü önemli reklam ürünleridir. Siyasi partiler bir gıda üreticisinden oldukça farklı bir yapıya sahiptirler, şöyle ki; gıda üreticisi bir ürün, bir hizmet satarken, siyasi partiler bir inanç satmaktadırlar. Parti yönetiminin reklam ile uğraşan bölümü bu inancı topluma nasıl satacaklarını düşünür ve bu konu kapsamında uzmanlarla iş birliği yapıp reklam ajanslarında çözüm üretirler. Siyasi afiş tasarımların genel amaçları arasında, ikna etme çabası, yüceltme, haber verme gibi birçok amacı bulunmaktadır. Bunların yanı sıra siyasi afişlerin içerikleri arasında, karşı görüşlü liderleri eleştirme, yenme duygusu, karşı görüşleri zayıflatmak gibi mesajlar taşıyan afiş tasarımları da bulunmaktadır (Ergenel, 1993, s. 40-43).

Afiş tasarımlarının genel yapısı geniş kitlelere ulaşmak, onları etkilemek, bir ürünü, hizmeti veya kültürü tanıtmak, duyurma özelliğine sahiptirler. Afiş tasarımlarının kitleleri etkisi altına alma gücünden faydalanmak isteyen siyasi topluluklar, siyasal reklam olgusundan yola çıkarak, İnternet, TV, Radyo gibi kitle iletişim araçlarından yararlanarak propaganda ve parti tanıtımını yapmaktadırlar. Bu kitle iletişim araçlarının yanı sıra afiş tasarımları da siyasi partilerin sık kullandığı reklam ürünleri arasında yer almaktadır. İnsanların kalabalık olduğu alanlara, meydanlara, sokaklara vb. kitlenin görebileceği yerlere asılan veya yapıştırılan bu afiş tasarımları, izleyicinin bilinç altına

işleyerek onları etkisi altına alma gücüne sahiptirler. Çünkü afiş tasarımları sık sık görüldüğü zaman izleyiciyi afiş üzerinde yer alan, mesaja, ürüne veya hizmete teşvik ettiği görülmektedir. Siyasi partilerin bu alanda yaptığı çalışmalar parti tanıtımını, seçmen tanıtımını, partinin kitleye sunduğu vaatleri vb. birçok mesajı üstünde barındırmaktadırlar (Bingöl, 2010, s. 37-38).

Siyasi afiş tasarımlarının genel yapısında, toplumun içinde bulunduğu sorunlar, hayat şartları gibi birçok konu yer almaktadır. Siyasi afişler kapsamında en çok ele alınan konular ise; işsizlik, pahalılık, açlık, enflasyon, can güvenliği gibi konular yer almaktadır. Siyasi afişlerin başka bir açıdan hedefi ise, iktidar, bozuk toplum, yönetilemeyen devlet veya ülkenin içinde bulunduğu bozuk düzen gibi konular hedef alınmaktadır. Siyasi afişlerin görevi kısaca, partiye karşı ilginin artması, güven vermesi, inandırması, kendi tarafına çekmesi, oy toplaması gibi amaçları bulunmaktadır. Genel olarak bu tür afiş tasarımları seçim dönemlerinde siyasi partiler tarafından kullanılmaktadır. Bunların yanı sıra siyasi afiş tasarımlarının bir özelliği de topluma haber vermektir. Örnek verecek olursak, 1 Mayıs İşçi Bayramı, Savaş Karşıtı Yürüyüş, Mitingler gibi haber verici pek çok örneği bulunmaktadır (Yayla, 2014, s. 56-56). Günümüz siyasetinde, partiler, adaylar, kurum ve kuruluşların reklam kapsamında yaptığı bütün çalışmalar bir siyasi içeriğe sahiptirler. Siyasi afişler kampanyayı, adayı, partiyi, halka sunulan vaatleri gibi pek çok siyasi içerikli mesajları taşımaktadırlar. Siyasi afişlerin mesajı topluma en hızlı şekilde ileten araç olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda siyasi afiş tasarımları, siyasetin vazgeçilmezi olup, seçim dönemlerinde oldukça yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Siyasi afişlerin bir başka kullanım alanı ise partiyi, adayları veya görüşü destekleyen kurumlar tarafından propaganda aracı olarak kullanılması, toplumu görüşe ve partiye yönlendirme konusunda büyük önem taşımaktadır (Işık, 2010, s. 57).

Siyasi afişlerin gelişim göstermesinin sebepleri arsanda ülkenin sosyolojik, ekonomik ve kültürel değişiklikler sonucunda, günümüzün teknolojik ve toplumun beklentilerini karşılayan şartlar gereği amaca uygun düzenlenmesi, yenilikçi olması siyasi afişlerin gelişiminde etkili bir rol oynamaktadır. Siyasi afişlerin içerisinde yer alan savaş afişlerinde dramatik objeler (fotoğraflar, illüstrasyonlar, çizimler) vb. birçok öğeye yer verilmiştir. Bunun sebebi ise toplum dayanışmasına önem vermeyenlerin dikkatini çekmektir. Bu tür tasarlanan afişler, insanları daha az tüketmeye, yemeye, içmeye, satın almaya, tasarrufa, israf etmemeye teşvik etmek için hazırlandığı görülmektedir (Kuyumcu, 2011, s. 65-69). *“Siyasi afişler, I. Dünya ve II. Dünya Savaşı sırasında ortaya çıkmış, gelişerek yaygınlık kazanmış, I. Dünya Savaşı’nda İngiltere’deki siyasi afişler topluma milliyetçiliği ve vatanseverliği aşılarmaya çalışırken, II. Dünya Savaşı’nda Hitler, siyasi afişleri bir savaş silahı olarak kullandığı düşünülmektedir. Sonraki dönemlerde dünyada meydana gelen bütün siyasi olaylar, siyasi afiş tasarımlarının kullanımının ve yapımının arttırdığını göstermektedir”* (Çevik, 1993, s. 28).

Ferruh Uztuğ'un “Siyasal İletişim Yönetimi” adlı eserinde, bir siyasi afiş tasarımının işlevlerini ve etkilerini şu şekilde sıralamaktadır;

- 1- Parti ya da aday sempatisanları ve destekleyicilerinin moralini artırır,
- 2- İsim tanınırlığını geliştirmede etkili olur,
- 3- Henüz adaya ya da partiye bağlanmamış seçmeni, katılıma itmede ve bilgilendirme de etkin bir görsel yardım sağlar,
- 4- Kitle iletişim araçları ile yapılan reklamcılığa oranla ucuz ve akılcı araçlardır,
- 5- Pekiştirici ve hatırlatıcı işlevleri ile diğer iletişim kanallarındaki mesajları destekler, diyerek konu hakkındaki görüşlerini dile getirmektedir (Uztuğ, 2004, s. 344).

Siyasi afişler konusunu dünyadan örneklerle açıklayacak olursak, aşağıda yer alan siyasi ve propaganda içerikli afiş tasarımları, tarihe damga vuran ve etkisinin dünya genelinde hissedildiği örneklere yer verilmiştir. (Resim: 90,91).



Resim 90: “Your YES for the Führer”
4 Aralık’ta Hitler’e Oy Verin Mesajlı
Nazi / Alman Propaganda Afişi
Kaynak: <https://olive-drab.com/>
/E.T. 06.05.2018



Resim 91: “We Can Do It” 1942
II. Dünya Savaşı Kadınların Gücü
Üretime Destek / Propaganda Afişi
Kaynak: <http://americanhistory.si.edu/>
/E.T. 06.05.2018

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ VE ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI

1. ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ VE ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI

1.1. Problem

Uluslararası Troia Festivali Afış Tasarım Yarışması'nda son 10 yıl içinde ödöl kazanan eserlerin öğrencilere ait olduğu görölmektedir. Festival de ödöl alan çalışmalar amatör tasarımcılar (öğrenciler) tarafından yapıldığı için bu çalışmaların grafik tasarım ilkelerine uygun olup olmadığı incelenecektir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, Uluslararası Troia Festivali Afış Tasarım Yarışması'nda son on yılda ödöl kazanan eserleri, grafik tasarım ilkelerine göre incelemek ve afış tasarım uygulamalarında grafik tasarım ilkelerinin önemine değinmektir. Ek olarak araştırma afışte grafik tasarım ilkelerinin öneminin yanı sıra, bundan sonraki yarışmacı tasarımcılara katkıda bulunmak için de hazırlanmıştır. Bu bağlamda Uluslararası Troia Festivali Afış Tasarım Yarışması'nda son on yılda ödöl kazanan eserler derinlemesine mülakat yöntemiyle incelenmiş, eserlerle ilgili olarak “grafik tasarım alanındaki akademisyenlere ve grafik tasarım sektöründe çalışan tasarımcılara, grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde belirli sorular sorularak eserler hakkındaki görüş ve düşünceleri kaydedilmiştir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Araştırmanın önemi: Araştırmanın önemi Uluslararası Troia Festivali Afış Tasarım Yarışması'nda son 10 yılda ödöl kazanan eserlerin Grafik Tasarım İlkelerine uygunluğu ve Güzel Sanatlar Öğrencilerinin bu yarışmalara katılırken bu ilkeleri göz önünde bulundurup, bulundurmadıkları konusunda farkındalık yaratmak ve bilgi vermek amacı ile mesleki açıdan önem taşımaktadır.

1.4. Kapsam ve Sınırlıklar

2008-2017 Uluslararası Troia Festivali Afış Tasarım Yarışması kapsamında ödöl kazanan eserler ile sınırlandırılmıştır. Troia Festivali'nin seçilme nedeni ise Uluslararası olup 55.si düzenlenecek bir yarışma olmasından kaynaklanmaktadır. 2008 – 2017 arası on yıllık bir süre içerisinde farklı ödülleriyle tasarımcıların kendini göstermesine fırsat tanıyan bu yarışma sadece GMK üyeleri ve Güzel Sanatlar Öğrencilerine açıktır. Son “10” yılda ödöl alan eserlerin incelenmesinin nedeni ise; son “10” yılda düzenlenen afış tasarım yarışmasında ödöl kazanan eserlerin öğrencilere ait olduğu görölmektedir ve bu

sebepten dolayı çalışmaları yapan kişilerin öğrenci olduğu göz önünde bulundurularak, yapılan bu araştırma son “10” yılda ödül alan çalışmalar ile sınırlıdır.

1.5. Tanımlar

Tasarım, Grafik Tasarım, Afiş, Afiş Türleri, Uluslararası Troia Festivali, Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması.

1.6. Yöntem

Araştırma kapsamında yöntem olarak “Derinlemesine Mülakat Tekniği” yöntemine başvurulmuştur. Derinlemesine mülakat tekniği hakkında detaylı bilgilere aşağıda yer verilmiştir. Derinlemesine mülakat tekniği ile grafik tasarım konusunda eğitim veren akademisyenlere ve grafik tasarım sektöründe çalışan deneyimli tasarımcılara, grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde sorular sorularak, birebir mülakat yapılacaktır. Akademisyen görüşleri ve sektörden tasarımcı görüşlerine başvurularak son on yılda ödül alan eserler incelenecek ve grafik tasarım ilkelerine uygunluğu ortaya koyulacaktır. Yöntem içerisinde yıllara göre başlıklar yer almaktadır, 2008 yılından itibaren ödül kazanan tasarımcıların çalışmalarına yer verilmektedir. Eserlerin incelendiği son bölümde, Akademisyenler (A) ve Sektörden Tasarımcılar (S.T) olarak kodlanmıştır. Kodlamanın amacı mülakat tekniğinde yer alan gizlilik ve güven kuralına sadık kalmaktır.

1.6.1. Derinlemesine Mülakat Tekniği

Derinlemesine mülakat, araştırılan konunun bütün boyutlarını çerçevesi altına alan, genel olarak açık uçlu soruların sorulduğu ve detaylı cevapların alınmasına imkân veren bir veri toplama tekniği olarak bilinmektedir. Mülakat yapılacak kişinin duygu, düşünce, bilgi, tecrübe ve gözlemlerine mülakat yoluyla ulaşılmaktadır. Derinlemesine mülakat, nitel yöntem kapsamında özel bir yere sahip olduğu düşünülerek, nitel yöntemin en güçlü tekniklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Derinlemesine mülakat, araştırmacının görüşme yaptığı kişiden aldığı cevapları sınıflandırarak ve o cevaplardan yola çıkarak yeni sorularla konuyu mümkün olduğunca kapsamlı ve detaylı bir şekilde incelemeye çalıştığı esnek ve keşfedici bir veri toplama tekniği olarak kullanılmaktadır. Derinlemesine mülakat yönteminin türü genel olarak karşılıklı, birebir görüşme şeklinde olup, görüşmeciye belirli sorular sorarak tecrübelerini detaylı olarak anlatmaya imkân verecek tarzda çoğu zaman açık uçlu soruların sorulduğu bir görüşme türüdür. Derinlemesine mülakat tekniğini diğer yöntemlerden ayıran en önemli ve en belirgin özelliği budur (Tekin, 2006, s. 101- 103).

“Bu tarz görüşmeler doğrudan, genel, objektif gerçekleri ortaya koymak ya da hipotezi test etmek gibi bir amaç taşımamakla birlikte, araştırmacıya görüşme

yapılan kişinin tecrübelerini anlaması yoluyla, çalışması için gerekli sonuçları ortaya çıkarmasına yardımcı olmaktadır” (A.g.e., 2006, s. 103-104).

“Görüşme, sosyal bilimlerin bütün araştırma alanları başta olmak üzere, gazetecilik, hukuk, iş dünyası, tıp gibi birçok alanda profesyonel bir teknik veya yardımcı bir başvuru aracı olarak kullanılmaktadır. Görüşmeye birçok açıdan bakılabilir. Genel olarak görüşmeyi, görüşmeci ile görüşme yapılan kişi arasında zihinsel bir mücadele şeklinde tanımlamak mümkündür. Görüşmeci görüşülen kişinin zihninde var olan ve almayı umut ettiği düşüncelere, gerektiğinde bazı hileler de katılmış çeşitli görüşme teknikleriyle düzenlenmiş sorular yardımıyla ulaşmaya çalışır. Konu ile ilgili literatürde var olan bilgiler çerçevesinde özellikle sosyal bilim araştırmalarında bu kavramsallaştırmanın yanlış anlaşılmalara neden olacağı şeklinde açıklamalar vardır” (Kahn ve Cannel, 1983, s. 5-6).

“Nitel araştırmalarda çok sık başvurulanan veri toplama tekniği olarak kullanılan görüşme, görüşülen kişilere kendilerini birinci elden ifade edebilme fırsatı verirken, araştırmacıya da görüşme yaptığı kişilerin anlam dünyalarını, bakış açılarını, içinde bulundukları özel durumlara ait duygu, düşünce ve tecrübelerini yine onların ifadeleri yardımıyla derinlemesine anlama imkânı sunmaktadır” (McCracken, 1988, s. 9).

1.6.2. Derinlemesine Mülakat Tekniği Türleri

Prof. Dr. Ali Yıldırım ve Prof. Dr. Hasan Şimşek’in “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri” adlı kitabında, derinlemesine görüşme ve görüşme türleri konusu aşağıdaki gibi ele alınmıştır;

Derinlemesine görüşme türleri genel olarak üç ana grupta incelenmektedir bunlar:

- 1- Sohbet tarzı görüşme,
- 2- Görüşme formu yaklaşımı,
- 3- Standartlaştırılmış açık uçlu görüşme tarzı (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

1- Sohbet Tarzı Görüşme

- 1- Önceden belirlenmiş soru yoktur,
- 2- Görüşmenin gideceği yön kestirilemez,
- 3- Sorular kendiliğinden gelişir,
- 4- Esneklik sağlar,
- 5- Uzun zaman gerektirebilir,
- 6- Aynı kişiyle birden fazla görüşme gerekebilir,
- 7- Araştırmacının kişiliğine bağlı olarak başarılı olamayabilir,
- 8- Verilerin düzenlenmesi, analizi zordur,
- 9- Deneyimli araştırmacılar için uygundur (A.g.e., 2016).

2- Görüşme Formu Yaklaşımı

- 1- Görüşme sırasında keşfedilecek bir sorular ya da konular listesini kapsar,
- 2- Görüşmeci ek sorular sorabilir,
- 3- Zaman esnekliği sağlar,
- 4- Verilerin düzenlenmesi ve analizi daha kolaydır (A.g.e., 2016).

3- Standartlaştırılmış Açık Uçlu Görüşme

- 1- Dikkatlice yazılmış, belli bir sırası olan sorulardır,
- 2- Her bireye bu sorular aynı sıra ve tarzda sorulur,
- 3- Esneklik sınırlandırılmıştır,
- 4- Görüşmeci öznelliğini azaltır,
- 5- Verilerin karşılaştırılması ve analizi kolaydır,
- 6- Öngörülmemiş boyutların ortaya çıkarılması ve irdelenmesini önlediği için bu anlamda zayıftır (A.g.e., 2016).

1.6.3. Görüşme Formunun Hazırlanması

Görüşmeyi yapacak kişinin, araştırmasında görüşme yapılacak kişilere yönlendireceği soruların, konuya uygun hazırlanması, kargaşayı önlemesi ve akıcı bir görüşmenin oluşması için bazı ilkelere uyması gerekmektedir. Bunlar;

- 1- Kolay anlaşılabilir sorular yazma,
- 2- Odaklı sorular hazırlama,
- 3- Açık uçlu sorular sorma,
- 4- Yönlendirmekten kaçınma,
- 5- Çok boyutlu soru sormaktan kaçınma,
- 6- Alternatif sorular ve sondalar hazırlama,
- 7- Farklı türden sorular yazma,
- 8- Soruları mantıklı bir biçimde düzenleme,
- 9- Soruları geliştirme (A.g.e., 2016).

2. ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ

2.1. Festival Tarihçesi

“Uluslararası Çanakkale Troia Festivali, Çanakkale’de 1963’ten itibaren her yıl düzenli olarak organize edilen bir festivaldir. İzzet Melih Dilmaç festival projesi ile Çanakkale Valisi ve Belediye Başkanı’nın desteğini almaktadır. İzzet Melih Dilmaç, Burhan Cahit Altan, Jak Molinas, Hüseyin Uluarslan’ın katılımı ile bir dernek kurulur. Belediye Başkanı Sayın; Hakkı Nevzat Baykal’ın döneminde I.

Çanakkale Troia Festivali düzenlenerek, 1992 yılında adı “Uluslararası Çanakkale Troia Festivali” olarak değiştirilir” (Biçer, 2018).

2.2. Festivalin Amacı

- 1- Kültürel ve sanatsal etkinlikleri yoğunlaştırmak,
- 2- UNESCO tarafından Dünya mirası olarak gösterilen Troia Antik Kenti kültürünü ve bağımsızlığın simgesi “Çanakkale Zaferi’ni Kültürel ve Sanatsal etkinlikler ile kaynaştırmak,
- 3- Dünya barışına katkı için kültürel değerleri buluşturmak (www.canakkale.bel.tr, 2018).

2.2.1. Festivalin Amacını Özetleyen Temaları

- 1- Tarihle Uzlaşma, Gelecekle Barış,
- 2- Kültürlerin Dansı,
- 3- Barış Kültürümüz Olsun (www.canakkale.bel.tr, 2018).

2.3. Festival Mekanları

- 1- İlk olarak “Halk Bahçesi” uzun yıllar festival alanı olarak kullanılmıştır,
- 2- Daha sonraları Halk Bahçesi’nin yanı sıra; Açık Hava Tiyatrosu, Cumhuriyet Meydanı, Çimenlik Kalesi, Kordon Boyu ve Mahalleler festival alanları olarak tercih edilmiştir,
- 3- Son yıllarda festivalin açılış alanı “Troia Antik Kenti” olarak kabul edilmiştir (www.canakkale.bel.tr, 2018).

3. ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI

3.1. Yarışmanın Konusu

“Kent; tarihi, doğa, kültürel zenginlikleri ile dünya üzerinde önemli nokta oluşturmaktadır. Tüm zenginliklerinin getirdiği “Tarih, Arkeoloji, Mitoloji, Seramik, Düşünce” kenti olgularını doğal olarak üstlenmesinin yanı sıra bugün ve günümüze dek yaşayanlarının sahip olduğu hoşgörü ve paylaşımcılık kültürü aslında en önemli misyonu yüklemiştir kente. Artık ulusal ve uluslararası arenada kent “Barışın Kenti” olarak bilinmekte, yaşam kültürü Barış’ı ele almaktadır. Dolayısıyla kentin ve ketlinin yaşam süreci ve geleceğe aktarım olgusu içinde, kentin öğeleri dikkate alınarak yarışmacılardan tasarımlarında “BARIŞ” temasının biçimlendirilmesi beklenmektedir” (www.canakkale.bel.tr, 2018).

3.2. Yarışmanın Amacı

Her yıl Çanakkale’de düzenlenmekte olan ve en son 54.sü düzenlenen “Uluslararası Troia Festivali” etkinliğini duyurma amaçlı bir afiş yarışması düzenlenmesi, seçici kurul tarafından ödül almaya hak kazanan ya da jüri tarafından onaylanan afişin bastırılması, sergilenmeye değer bulunan afiş tasarımlarının festival kapsamında sergilenmesi olarak belirlenmiştir (www.canakkale.bel.tr, 2018).

3.3. Yarışma Ortakları

- 1- Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (GMK),
- 2- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (ÇOMÜ) Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Bölümü,
- 3- Troia – Tübingen Vakfı (www.canakkale.bel.tr, 2018).

3.4. Yarışma Şartnamesi

- 1- Yarışma, Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu üyelerine, grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı bölümü mezunlarına ve öğrencilerine açıktır.
- 2- Yarışmaya, bir tasarımcı farklı rumuzla en fazla üç afişle katılabilir. Aynı zamanda birden fazla yarışmacı ortak çalışmayla katılabilir.
- 3- Yarışmaya katılanlar Çanakkale Belediyesi’ne vermekle yükümlü oldukları imzalı katılım formunda; afişlerinin özgün ve kendilerine ait olduğunu, herhangi bir yerden aynen veya kısmen alıntı veya kopya yapmadıklarını, bu eser ya da eserlerle daha önce hiçbir yarışmaya katılmadığını ve hiçbir yerde sergilenmediğini ve bu şartname hükümlerini aynen kabul ettiklerini belirteceklerdir. Katılım formu bulunmayan afişler değerlendirmeye alınmayacaktır. (Bu şartları taşıyan afişler, ödüle veya sergilenmeye değer görülmüş olsalar bile yarışma dışı bırakılır).
- 4- Yarışmaya katılan, ödül ve sergilenmeye değer bulunan tüm afişler bedelsiz ve süresiz olarak Çanakkale Belediyesi’ne ait olacak, iade edilmeyecektir. Çanakkale Belediyesi yarışma yolu ile elde ettiği bu afişleri televizyon, internet ve diğer her türlü ortamda yayınlama; katalog, broşür, afiş, kitap, CD, video ve diğer ortamlara alarak yayını ve dağıtımını yapma, ayrıca yurt içi ve yurt dışındaki eğitim ve kültür kurumlarına gönderme, ulusal ve uluslararası haber yapma hakkına sahip olacaktır.

- 5- Seçici kurul, gerek gördüğünde afiş sahibinden afiş üzerinde değişiklik yapmasını ve festival programını tasarımı üzerine çalışma yapmasını isteyebilir. Bunun için Çanakkale Belediyesi tarafından ödül tutarı dışında bir ödeme yapılmaz.
- 6- Bir yarışmacı yarışmaya en fazla üç afişle katılabildiği gibi, birden fazla ödüle de layık görülebilir.
- 7- Yarışmacılar, yarışma şartlarını ve Seçici Kurul (Jüri) kararlarını önceden kabul etmiş sayılacaklardır.
- 8- Afiş çalışmalarında renk ve teknik kullanımında herhangi bir sınırlama yoktur. Ancak dört renkli (CMYK) ofset baskı teknolojisi ile elde edilebilen renklerin dışına çıkılmamalıdır. Çalışmalar 300 dpi çözünürlükte olacaktır.
- 9- Afişler, 50x70 cm. Boyutunda dikey olarak çalışılacaktır. Afişlerde görsel tasarımı destekleyen sözel mesajlar olacak “54.Uluslararası Troia Festivali”, “Barış Kültürümüz Olsun”, “Let Peace Be Our Culture” ve festival etkinlik başlıkları olan; Konser / Consert, Tiyatro / Theater, Söyleşi / Talks, Sergi / Exhibition, Dans / Dance, Çocuk Etkinlikleri / Children’s Events ibareleri yer alacaktır. Belirtilen ibarelerin yer almadığı afişler değerlendirmeye alınmayacaktır. Şehir dışından posta veya kargo yolu ile gelen teslimler kabul edilecektir. Ancak kargo teslimini belirlenen başvuru tarihi ve saatini geçtiğinde değerlendirmeye alınmaz. Postada deforme olan ürünler değerlendirmeye alınmayacaktır.
- 10- Ayrıca afişlerin, baskı hazırlığı da düşünülerek afişin dijital orijinali, Adobe Illüstratör (.ai) veya FreeHand (.fh) veya Photoshop (.eps) veya Photoshop (.psd) veya Photoshop (.tiff) versiyonlarından biri ile program uzantısı belli olacak şekilde çalışılmalıdır. (50x70 cm. Afiş için net bir baskı alanı, 48x68 cm. olmalıdır). Orijinaler CMYK modunda en az 300 dpi çözünürlükte olmalıdır. Yapılan çalışma orijinali herhangi bir sıkıştırma yapılmadan, fontlar convertlenerek CD veya DVD kaydı yapıp teslim edilmesi gerekmektedir.
- 11- Afiş üzerinde uygun bir yerde Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale Belediyesi, Çanakkale–Tübingen Troia Vakfı ve Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu’nun logoları / amblemleri yer alacaktır. İlgili logolar / amblemler “www.canakkale.bel.tr” adresinden temin edilebilir.
- 12- Çanakkale Belediyesi Kültür Birimi’ne elden teslim edilecek afişler, hafta içi her gün saat 17:00’ye kadar imza karşılığında alınacaktır. Ürünler posta veya kargo yolu ile de kabul edilecek olup, deforme olan

ürünler değerlendirmeye alınmayacaktır. Belirlenen tarih ve saatten sonra getirilen afişler yarışmaya dahil edilmeyecektir. Teslim adresi: Çanakkale Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü, İsmetpaşa Mahallesi, Demircioğlu Caddesi, No: 132/5, 17 100 ÇANAKKALE

- 13- Yarışmaya gönderilen afişler üzerinde ve kargo ile ulaştırıldıysa kargo paketinde yarışmacının kimliğini belirten ad, imza vb. işaretler bulunmaz.
- 14- Her afişe yarışmacı tarafından altı rakamdan oluşan bir rumuz verilecektir. Rumuz; paket üzerine ve afişin arkasına yazılacaktır. Yarışmaya birden çok afişle katılan yarışmacılar, her afiş için ayrı ve kapalı bir kimlik zarfı düzenleyecektir. Kapalı kimlik zarfının üzerinde, katılımcının afişi için kullandığı “RUMUZ” ile “54. Uluslararası Troia Festivali Afiş Yarışması” ibaresi bulunacaktır. Bu zarf üzerinde katılımcının kimliğini belirtecek herhangi bir işaret ya da yazı bulunmayacaktır. Kimlik zarfının içinde afişin rumuzu, katılımcının adı, soyadı, doğum yeri ve yılı, eğitim aldığı veya mezun olduğu kurumun adı, öğrenci kimlik fotokopisi, kısa öz geçmişi, adres, telefon, mobil telefon, varsa faks ve e-posta adresini içeren katılımcı formu konulacaktır.
- 15- Kapalı kimlik zarfının içinde yarışmacı gerek görürse katıldığı afiş teması hakkında bir paragraf açıklama yazabilir (www.canakkale.bel.tr, 2018).

4. ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM YARIŞMASI'NDA
ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ

4.1. 2008 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım
İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 92: “45. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkale.bel.tr/45uluslararasi-troia-festivali-9-16-agustos-2008-357/> / E.T. 21.05.2018

45. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Cemile DEMİR

Okulu: Eskişehir Anadolu Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi

Sınıfı: İkinci Sınıf

SEÇİCİ KURUL

- 1- Dr. Öğr. Üyesi Ali KILIÇ (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi/Grafik Tasarım Bölüm Başkanı
- 2- İhsan DOĞRUSÖZ (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi /Öğretim Üyesi)
- 3- Zerrin GÜZEL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi /Öğretim Görevlisi)
- 4- Enver YILMAZ (Troia Vakfı Başkanı)
- 5- Remzi YİĞİT (Çanakkale Belediye Başkan Yardımcısı)

45. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Afiş tasarımı genel olarak okunmuyor, şöyle ki; Truva atı afiş tasarımı zor algılanıyor, afiş tasarımının genel özelliklerinden biri olan yalınlık ilkesi bu çalışma da pek uygun olduğu söylenemez. Yalınlık az görsel olacak anlamı taşıyor ve bütünsel bir gönümü yok, akılda kalıcılık söz konusu değil bu afiş tasarımı için. Afiş tasarımına baktığımız zaman direk olarak mesajı algılayabiliyorsa yalın bir çalışma demektir. Yok eğer okunma zorluğu yaşıyorsa, verilmek istenilen mesaj kısa ve anlaşılır değilse o afiş tasarımı amacının dışına çıkmış demektir. Afişte genel olarak bir renk problemi görünmekte, bir “Degrade” oluşturulmaya çalışılmış ama, başarısız bir renk tonu geçişi kullanılmış. Renkler arası bir uyum söz konusu değil, neye göre bu renk tercihi yapılmış açıkçası belli değil, Uluslararası anlamda bu renkler aynı anlamları mı taşıyor açıkçası bilinmiyor. Barış ve özgürlük kapsamında, amaca uygunluğu biraz problemlidir bir afiş tasarımı. Hedef kitle kapsamında bu afiş tasarımı Uluslararası kapsamda Türkiye’yi ve Troia Festivalini yansıtmıyor eksik bir çalışma sadece renk ve hareketliliğinden dolayı dikkat çekebilir. Afiş tasarımı genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun değil. Çünkü; İmgemi ön plana çıkıyor yoksa yazı mı ön plana çıkıyor açıkçası belli olmuyor, hiyerarşik düzeni hatalı bir çalışma olmuş. İmgeler genel olarak birbirine karışmış, amblem çok büyük görünüyor. Tipografisi hatalı, Troia Festivali ve Çanakkale Belediyesi logosu birbirine uymuyor, font kullanımı amacın dışında. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında uygunluğu yok, düzen yok, dengeli bir çalışma değil. Renk uyumu ve bütünlüğü sağlanamamış.

A.2: Afiş tasarımına baktığımız zaman leke değerinin güzel olduğunu görüyoruz, barış simgeleyen güvercinler var, Troia atını çağrıştıran bir imge söz konusu yalnız zor algılanıyor daha belirgin olabilirdi. Amaca uygun bir şekilde tasarlanmış bir çalışma ama tipografik olarak eksiklikleri var. Mesaj dikkatli bakıldığında anlaşılabilir ama yazı değeri, tipografi anlamında etkisiz kalmış. Hedef kitle kapsamında okunma zorluğu yaşatabilir. Tipografide seçilen yazı fontu daha yenilikçi veya eski Yunan tarihi fontlarından geometrik ya da antik formulu Latin yazılarından biri olabilirdi. Afiş tasarımında yer alan görsel öğeler genel anlamda yeterli sayılabilir, Troia atı imgesi daha belirgin olabilirdi. Dikkat çekici bir çalışma olmuş, renklerinden dolayı biraz ilgi çekici, merak uyandırıcı bir çalışma olmuş. Festivali kısmen yansıtıyor renkler ve hareketlilik anlamında. Hiyerarşik düzeni genel olarak yanlış bir yerleşim içerisinde, okunma sırası yanlış. Grafik tasarım ilkelerine uygunluğu konusunda, Leke değerlendirmesi iyi ama daha belirgin olabilirdi, güvercinler daha yavaş ya da degrade bir geçişle dağılabilirdi. Troia Festivalinin altında yer alan yazılar çok sıkışık espaslar hatalı, harf aralıkları afişin genel denge ve hiyerarşik düzenini bozuyor. Renkler genel olarak göğü ve denizi çağrıştırıyor, kırmızı renk heyecan, macera ya da savaş anlamı taşıyor. Festivali kısmen yansıtıyor ama fikrin uygulanması, renk tercihleri, tipografisi daha iyi olabilirdi. Estetik kaygısı ile yapılmış, yakından bakıldığında anlaşılabilir ama uzaktan bakıldığında algılanma zorluğu yaşıyor, ilkeler kapsamında uygun görünmüyor.

A.3: Afiş tasarımı festival kapsamında amacına uygun tasarlanmamış, tipografisi Troia kültürü ve felsefesi ile ilişkilendirilmemiş, sadece güvercin imgesini öne çıkararak bir istifleme, ilk akla gelen istifleme ve karalama gibi amacın dışında bir çalışma olmuş. Görsel öğeler yetersiz kalmış daha iyi olabilirdi. Fikir olarak sıradan bir afiş tasarımı olmuş, daha etkili bir tasarım olabilirdi. Tipografisi ve görsel form genel olarak, Uluslararası bir festival kapsamında etkisiz ve uyumsuz bir düzende oluşturulmuş. Renk tonu olarak sıcaktan soğuğa bir geçiş yapılmış ama zayıf renk tonları seçilmiş, daha iyi olabilirdi. Afiş mesaj ileme konusunda etkisiz kalabilir, festivali yansıtmada konusunda festivale dair herhangi görsel bir imge, form afiş tasarımında yer almıyor. Renk tonlarının festivale yönelik seçilmemesi, amaca uygunluğunun dışında bir tonlamada olması afişi etkisiz kılmaktadır. Estetik kavramı konusunda ele aldığımız zaman, estetik denince akla ilk gelen tanımlardan birkaçı; uyaran, açığa çıkaran, biçimlendiren, forma sokan ve dışarı aktaran davranış biçimidir bu tanımlara göre afiş tasarımı bu tanımların dışında kalarak estetik bir çalışma olmadığını ortaya koymaktadır. Grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde baktığımız zaman afiş tasarımın da genel olarak algılanma problemi var, form ve imgelerde bir etkileycilik, bir heyecan veya renk anlamında bir çekicilik yok. Hiyerarşik düzen dediğimiz, algılanma, okunma sırası bu afiş tasarımında hatalı durumda. Renk olarak kuvvetli bir renk tonu ve daha renkli tonlar seçilerek fikir az da olsa festivali ön plana çıkarılabilirdi. Kuşlardan oluşan bir at formu ilk akla gelen tasarım fikirlerden olduğu için afiş tasarımı bana göre basit bir tasarım olmuş. Fikir olarak basit olsa da anlatım biçimi olarak renk, vurgu ve

tipografi daha kuvvetli ve etkili bir çalışma yapılarak net ve ilgi çekici bir iş ortaya çıkabilirdi. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında bir bütünlük, denge, uyum ya da bir renk uyumu afiş tasarımında yer almıyor, amacın dışında bir tasarım olmuş.

A.4: Afiş tasarımı festivali tanıtmada amacına uygun bir çalışma olmuş, okunma ve algılanma konusunda başarılı bir çalışma, belki yazı fontu farklı olup biraz daha bilgiler ön planda tutulabilirdi. Çünkü mesaj iletirken hedef kitlenin asıl merak ettiği, tarih, festival konusu, içeriği vs. bilgilerin kitleye net bir şekilde aktarılması gerekir yoksa afiş tasarımı etkisiz bir hal alır. Dikkat çekici ve hareketli bir çalışma olmuş, bir savaş unsurunu kuş figürleri kullanılarak, onlarca kuştan bir Troia atı formu ortaya çıkarılmış, bu at formu da renkleri ile Troia Festivalini hem de barışı çağrıştırmaktadır. Renk olarak bir festival çağrışımı oluşturulmuş, mavi ve sıcak bir renk arasında bir degrade renk skalası kullanılmış buda festivalin heyecanı, çeşitliliğini ve farklı kültürleri ifade etmektedir. Grafik tasarım anlamında hiyerarşik olarak öne çıkması gereken bir şeyin Troia Festivali yazısıyken Çanakkale Belediyesinin amblemi devasa büyüklükte, yarı yarıya küçük olabilirdi. Öncelik sırası hatalı bir çalışma olmuş, hiyerarşik düzeni problemli. İletişim açısından tipografi ve genel bilgilerin sağ köşede olması Çanakkale Belediyesinden sonra algılanmasını ön planda tutuyor buda algılanma sırasını, dengeyi bozuyor. Bütünlük anlamında bir renk uyumu ve oran orantı söz konusu.

A.5: Mavi renkler ve kuş figüründen dolayı amacına uygunluğu bulunmakta ama genel olarak afiş tasarımında dikkat edilmesi gereken hizalama, ölçeklendirme espaslar, simetri, asimetri ve harf aralıklarına dikkat edilmediğini görüyorum. Troia Festivali kapsamında Troia tarihine gönderme yapan, tarihi Troia atını andıran bir şey göremiyorum, sadece kuşların birleşiminden oluşan bir at kafası görünüyor ama dikkatli bakıldığında anlaşılıyor, zor algılanabilir bir afiş tasarımı olmuş. Mesaja baktığımız zaman simgeler ve figürlerden oluşan bir mesaj var tipografik anlamda bir mesaj söz konusu değil, figür olarak amaca uygun tasarlanmış, tipografi olarak yetersiz bir çalışma olmuş. Görsel öğeler yeterli kullanılmış Troia ve özgürlük kavramlarına değinilmiş, hedef kitleye mesajı iletme ve festivale çekebilme konusunda renkli ve hareketli bir illüstrasyon söz konusu buda ilgi çekici bir çalışma olmasını sağlamaktadır. Grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun bir çalışma olmuş, anlatması gereken mesajı anlatmış, renk kullanmış ve illüstrasyon oluşturmuş bu bağlamda afiş işlevini yerine getirmiş. Tipografi anlamında etkisiz olsa da ilkeler kapsamında uygun bir çalışma. Öne çıkan grafik tasarım ilkeleri kapsamında Troia atına yani festivalin mesajına vurgu yapılmış, bunu da renk ve imgelerle sağlamış. Göze hitap ediyor estetik bir çalışma olmuş. Renk olarak özgürlüğe, Çanakkale'ye gönderme yapmak için kullanılmış, kırmızı renk ise troia savaş dönemlerini çağrıştırmakta.

S.T.1: Esasında afiş tasarımı hem vektör hem tipografisi ile belli bir noktada başarılı bir çalışma olmuş. Okunma biçimi olarak da verilmek istenilen mesajı özellikle vektör çizimi yani imajı ile ortaya çıkarmış bu bağlamda amacına uygun bir çalışma olmuş. Tipografi anlamında biraz zayıf kalmış ama sonuç olarak belli

bir değerlendirmenin içerisinde kalabilecek sadece espaslar açısından ve mesajın iletilmesi konusunda zayıf yanları bulunmakta. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekici renkleri veya görsel öğeleri ile bunu sağlayabilir. Heyecanlı ve hareketli bir alışma. Grafik tasarım ilkelerine uygunluğu tartışılır, bütünlüğü zayıf çünkü afiş üzerinde yer alan imgeler belirli bir hiyerarşik düzende olması gerekiyor yani okunma sırasının doğru ve algılanma açısından net ve sıralı olması gerekiyor bu afiş tasarımında hiyerarşik düzen sağlanmamış. Görsel imgelerle mesaja yani özgürlüğü bir vurgu yapılmış ama bu özgürlük vurgusu başka değerlerle desteklenebilecek şekilde daha da güçlü yapılabilirdi. Estetik görsel olarak göze hitap ediyor. Renk değerleri açısından bakacak olursak belki daha farklı bir renk skalası tercih edilebilirdi çünkü renk değerleri açısından birbirine çok yakın sıcak ve soğuk renklerin geçişleri bulunmakta bu sebepten dolayı farklı bir renk tercihi yapılabilirdi. Afiş genel anlamda göze hitap ediyor ama estetik anlamında tipografi, imajın i içe olması, sıralaması ve espas boşlukları yanlış olmuş. Daha iyi kompoze edilebilirdi.

S.T.2: Afiş tasarımında kuş imgelerinden oluşan bir troia atı görüyorum konu olarak Troia Festivali ve özgürlük kapsamında fikir ve tasarım açısından güzel bir çalışma olmuş. Renk kullanımları gözü yoruyor, afişte denge ve bütünlüğü bozuyor. Görsel öğeler yeterli ama etkili kullanılmamış, karmaşık bir çalışma olmuş, mesaj vermek adına konsept olarak güzel yeterli olmuş. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekici olmuş fakat fikrin üzerinde biraz daha çalışılması gerekiyor, çünkü algılanma zorluğu yaşatıyor. Afişte genel olarak kullanılan grafik tasarım ilkeleri şöyle ki bir bütünlük söz konusu, simetrik bir denge var, hiyerarşik sıralama, düzen sağlanmış ve ilkelere uygun sayılacak derecede bir çalışma olmuş. Afişte ne çıkan ilkeler kapsamında mesaja yönelik bir vurgu yapılmış bu vurgu da görsel forma renk ve hareketlilik verilerek sağlanmış. Renk anlamında özgürlüğü doğru bir yöneliş var canlı ve sıcak renklerden deniz ve kuşlarla btnleişip deniz ve gökyüzünü anımsatıyor renk olarak doğru tercihler yapılmış. Göze hitap ediyor, estetik bir çalışma ama eksiklikleri tamamlanırsa daha amaca uygun bir çalışma olabilir.

S.T.3: Afiş tasarımında genel olarak, birçok metaforu içerisinde barındıran özgürlüğü temsil eden güvercin fiğr var ve güvercin fiğrlerinden oluşan bir Troia atı fiğr oluşturulmuş. Troia atı fiğr afişin yaklaşık yarısını kapsamakta diğer yarısını ise tipografi yani bilgiler ve mesaj doldurmakta, afişte zorunlu olması gereken şeylere genel olarak öncelik verilmiş. Bence afişin ilk amacı şu bir şeyleri ilan etmek ve sade olması. Afişin genel bütünlüğüne baktığımızda sade bir çalışma olmamış, okunma zorluğu görünüyor. Bakan bir kişi okunma zorluğu yaşayabilir. Afişteki genel bilgilerin okunurluk anlamında hedef kitleye yönelik yapılması gerekmektedir. Festival afişi olarak değerlendirilebilir, genel olarak troia ve özgürlüğü yansıtıyor. Afişte yer alan görsel öğeler genel olarak yeterli olmuş şöyle ki; özgürlük anlamında güvercin ve Troia 'nın simgesi olan Troia atı kullanılarak, Çanakkale ve özgürlük mesajına yönelik bir çalışma olmuş. Hedef kitlenin dikkatini

çekebilir, ama festivali anımsatan pek bir şey yok. Grafik tasarım ilkelerine uygunluğu söz konusu, vurgu açısından troia atı ve özgürlüğü görsel imgeye yapılmış. Alan kullanımı açısından daha rahat bırakılabilirdi, çok dolu görünüyor boşluk doluluk anlamında oran orantıda hatalar bulunmakta. Renk olarak kırmızı tonlar olarak savaşa gönderme yapmış, savaştan özgürlüğe doğru bir ilerleyiş özgürlüğe ulaşma olarak ifade edilmiş. Renk olarak güzel amaca uygun. Estetik kaygılar içerisinde yapılmış bir çalışma olmuş.

S.T.4: Afiş tasarımı genel olarak 10 yıl öncesine baktığımız zaman bütünlük açısından genel tasarım öğelerini kullanması, amacına uygun bir çalışma olmuş. Bir öğrenci açısından baktığımız zaman fena sayılmayan bir afiş tasarımı. Tipografik açısından yerleşimi uygulaması hatalı görünüyor. Verilmek istenilen mesaj özgürlük doğrudan kuşlarla verilmiş, kuşların oluşturduğu form troia gönderme yapıyor. Görsel öğeler yeterli kullanılmış, ama hatalar bulunmakta. Tipografi olarak hataları bulunmakta. Hedef kitleyi harekete geçirme konusunda dikkat çekici bir çalışma olmuş renkler konusunda dikkat çekici. Festival konusu az da olsa renklerle yansıtılmış. İlkelere uygunluğu var ama hatalar da bulunmakta. Dengeli bir çalışma diyebiliriz, genel olarak imgeler birbirini dengeliyor. Kuşların dağılımı vs. bütünlüğü korumuş. Öne çıkan ilkelere baktığımız zaman Gestalt havasını içerisinde barındırıyor, bir görsel form söz konusu içerisinde bir mesaj barındırıyor. Birbirini tamamlayan ilkeler konusunda vurgu ve bütünlük söz konusu ön planda. Renkler genel olarak gökyüzünü, denizi, festivalin içeriğine yönelik heyecanı, canlılığı ve hareketliliği yansıtıyor. Çanakkale kapsamında yöreye uygun mavi renk, özgürlük ve festivale uygun sıcak renk tonları tercih edilmiş.

S.T.5 Amacına uygun bir çalışma, zeminde beyaz kullanımı, kuşların özgürlüğü yansıtması, kuşların bir at formu oluşturması festivalin konusuna adına yönelik bir çalışma olmuş. Mesaj net bir tasarımda anlatılmış, şöyle ki; afiş tasarımı üzerinde göz geziyor okunaklı sıralı bir çalışma olmuş. Hiyerarşik düzen dediğimiz, okunma sırası ve tasarım anlamında öncelik sıralaması doğru kullanılmış. Görsel öğeler genel olarak yeterli olmuş, özgürlüğü, barışı yansıtan kuş ve Troia Festivalini, tarihini yansıtan Troia atı figürünün oluşumu ve bunun kuşlarla sağlanması gayet güzel bir izlenim bırakıyor. Kuşların Troia Festivali yazısına doğru dağılımı ve hareketliliği de mesaja yönelik bir izlenim bırakıyor. Hedef kitleyi festivale çekebilir, renk anlamında ilgi çekici olduğu için başarılı bir çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkeleri konusunda dengeli bir çalışma olmuş. Oran orantılı dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Renkler genel olarak özgürlüğü troia savaşını geçişler vs. festivale yönelik bir çalışma olmuş. Nüans oluşturmak için kullanılmış, daha iyi renkler kullanılabilirdi. Sadece mavi renginin tonları da kullanılabilirdi. Estetik kaygılar ile yapılmış, akılda kalıcı bir çalışma olmuş.

4.1.1. 2008 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

45. Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel olarak ortak görüşleri şu şekildedir; A1 Afiş tasarımı hakkında imgenin mi yoksa yazının mı ön plana çıkarılmaya çalışıldığı konusunda kararsız olduğunu belirtiyor, çünkü afiş tasarımında hiyerarşik düzenin hatalı olduğunu düşmektedir. İmgelerin genel olarak birbirine karışmış, amblemlerin büyük ve tipografinin genel anlamda hatalı, Troia Festivali ve Çanakkale Belediyesi kapsamında logo ile uyumsuz bir yazı fontunun kullanıldığını düşünmekte, aynı şekilde ortak düşünce olarak ST1, A3 ve A4'ün de hiyerarşik düzen hakkında, okuma sırasının bu afiş tasarımında hatalı olduğunu düşünmektedir. A2 ise afiş hakkında leke değerinin iyi olduğunu ama daha belirgin olabileceğini söyleyerek, afişte yer alan güvercinlerin daha yavaş ya da daha degrade bir geçişle dağılabilmesi sonucunda dengenin sağlanabileceğini düşünmektedir. A1, A2 ve A3'ün afişte genel olarak tipografik problemlerin olduğunu düşünmektedirler, şöyle ki; harf aralıklarının espasların hatalı olması, tipografide kullanılan fontun amacın dışında olması, mesajı iletme konusunda etkisiz kaldığını düşünceleri genel ortak görüşlerindendir. A2 afişte yer alan mavi rengin göğü ve denizi çağrıştırdığını, kırmızı rengin heyecan, macera ve savaş anlamı taşıdığını düşünürken. A1 ve A3 renk hakkında birbiri ile alakasız, uyumsuz renk tonlarının amacın dışında kullanıldığını düşünmektedirler, festival kapsamında renklerin etkisiz kalması ve renklerin birbiri arasındaki ilişkileri Uluslararası kapsamda etkisiz kalabileceğini düşünmektedirler.

A1, A2, A3 ve ST1 Afiş tasarımının genel olarak ilkelere uygun olmadığını bunun en büyük nedeninin hiyerarşik düzen ve tipografinin hatalı olmasından kaynaklandığını düşünmektedirler. A4 ve A5 afişin grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu düşünmektedirler, buna neden olanlar arasında mesajın iletildiğini düşünerek, renk tonlarının birbirini destekleyip amaca uygun olduğunu düşünmektedirler. A4 afiş tasarımı hakkında hiyerarşik düzenin problemli olduğunu savunurken, A5 ise genel olarak okunma sırasının doğru olduğunu, gereken mesajın iletildiğini sadece tipografik anlamda eksikliklerinin olduğunu düşünmektedir. A4 ve A5 afişin genel olarak ilkelere uygun olduğunu bütünlük, denge ve renk uyumunun sağlandığını, renklerin savaştan arınan özgürlüğe yolculuk olarak ifade ederken ve mesaja yönelik bir vurgunun yapıldığını da dile getirmektedirler.

ST2, ST3, ST4 ve ST5 Afişin genel olarak ilkelere uygun olduğunu savunmaktadır, şöyle ki; afiş genel olarak bütünlüğün oluşturulduğu ve bunun renk ve görsel imgelerin birbiri ile uyumu ve oran orantısının oluşturduğunu düşünmektedirler. Simetrik ve asimetrik bir dengenin sağlanması, mesaja yönelik bir vurgunun oluşturulması ve bu vurgunun renk ve görsel form ile sağlanması ortak düşüncelerdendir. ST4 ilkeler kapsamında afişte bir Gestalt havasının yani içerisinde bir mesajın barındırdığını düşünmektedir. ST2 ve ST4 afiş tasarımında

yer alan kuşların dağılımını özgürlüğe yönelik bir mesaj taşıdığını düşünmektedirler. ST2, ST3 ve ST5 afişte kullanılan renkler hakkında sıcaktan, soğuğa renk geçişini savaştan, özgürlüğe doğru bir yöneliş olarak tanımlamaktadırlar. Gökyüzü, Çanakkale, deniz gibi anlamları da mavi ve sıcak tonların amaca uygun olduğunu düşünmektedirler. ST5 renk konusunda daha farklı festival havasında, canlı, hareketli ve çekici renk tercihlerinin olması gerektiğini düşünürken, ST4 afişteki renkleri festivalin içeriğine yönelik heyecanlı, hareketli, dikkat çekici ve festivalin yapıldığı yöreni Çanakkale'yi anlatan renkler olduğunu ve bu renklerin amaca uygun seçildiğini savunmaktadır.

45. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında genel görüşler yukarıda yer almaktadır buradan çıkaracağımız genel sonuç ise afişin genel olarak Uluslararası düzeyde mesajın iletilmesi konusunda etkisiz kalabileceği ama yöresel olarak yapıldığı bölgeye uygun bir afiş tasarımı olduğu düşünülmektedir. Festivalin yapıldığı döneme ait bir çalışma olabilir ama, genel olarak afiş tasarımı büyük bir hiyerarşik ve grafik tasarım problemlerinin olduğu genel olarak ortak düşüncelerdendir. Afişte yer alan renklerin her ne kadar amaca uygun olduğu düşünülse de festival ve Uluslararası düzeyde farklı anlamlar taşıyacağı ve festivali konu alacak renk tonlarının da bulunması gerektiği genel düşüncelerdendir. Afişte yer alan tipografinin daha yenilikçi veya eski Yunan ya da Latin fontlarından olması Troia ve festival kapsamında daha doğru tercih olabileceği ortak düşüncelerdendir. Bu bağlamda afişte tipografik bir problemin olduğu düşünülerek, bilgilerin ve verilmek istenilen mesajın iletilmesi konusunda eksikliklerin olduğu düşünülmektedir. Afişte yer alan grafik tasarım ilkeleri kapsamında afişin hiyerarşik anlamda okunma sırasının hatalı olması, öncelik sırasında problemlerin olması bir kargaşaya neden olmaktadır. Bu kargaşa mesajı iletme konusunda problemler ortaya çıkarmaktadır. Fikir olarak her ne kadar öğrenciye ait olsa da fikrin işlenme biçimi, uygulanma biçimi daha farklı yapılsaydı, daha etkili ve amaca uygun bir tasarım ortaya çıkabilirdi.

4.2. 2009 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 93: “46. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://docplayer.biz.tr/7720408-Yil-4-sayi-23-agustos-2009.html> / E.T. 21.05.2018

46. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Mustafa ÖDKEM

Okulu: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (ÇOMÜ)

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: 2009 Yılı Mezunu

SEÇİCİ KURUL

- 1- Dr. Öğr. Üyesi Ali KILIÇ (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü Başkanı)
- 2- Dr. Öğr. Üyesi Didem ÇATAL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü/ Öğretim Üyesi)
- 3- Dr. Öğr. Üyesi Fatih BALCI (ÇOMÜ / Eğitim Fakültesi / Güzel Sanatlar Eğitim Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 4- Bülent BİNGÖL (Başkent Üniversitesi / İletişim Fakültesi / İletişim Tasarım Bölümü / Öğretim Görevlisi)
- 5- Enver YILMAZ (Troia Tübingen Vakfı Başkanı)
- 6- Serap Handan ÖZYAYLA (Çanakkale Belediye Başkan Yardımcısı)
- 7- Eyüp GÖRGÜLER (Sanat Danışmanı)

46. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Afiş tasarımı genel olarak uçan kuş çok bilinen bir şey olduğu için özgürlüğü yansıttığını düşünmüyorum ve buradaki kuş da güvercin bile değil. Özgürlük, barış gibi konuları üzerinde barındıran kuş figürü Mengü Ertel'in döneminden bu günlere kadar geldi. O dönem kuş figürü kullanıldığı için şu an Türkiye genelinde de halen aynı şekilde devam etmektedir. Daha farklı bir yaklaşım olabilirdi. Kuş formu genel olarak çok karmaşık, arkasındaki renk ve genel olarak afişteki boşluk doluluk oranı büyük bir problem yaratmakta. Tipografi de Türkçe ve İngilizce metin birbirine girmiş durumda, çok karmaşık görünüyor. Grafik ilklerine göre uygunluğu var biraz, durgun bir denge var, boşluk doluluğu yani oran orantısı hatalı olmuş. Görsel öğeler genel olarak çok iç içe ve karmaşa yaratmış. Renklerin kontrastlık yaratma haricinde hiçbir şeyi ifade etmiyor. Afişte genel olarak her şeyin fonksiyonel olması gerekir yalnız bu afiş tasarımı genel olarak ilkeler çerçevesinde çok hatalı tasarlanmış. Afiş genel olarak hem estetik hem de fonksiyonel olmalı hem göze hem de akla hitap etmeli afiş tasarımı, bu yüzden çok estetik bir çalışma diyemeyeceğim.

A.2: 46. Okunuyor yalnız, Uluslararası Troia Festivali derken çok etkili bir yazı değil, yazısının yazı aralığı biraz problemli görünüyor, eksiklikleri var gözü yoruyor. Troiayı öne çıkarması gerekirken burada geri planda kalmış tipografi, bir önceki afiş tasarımı Troia Festivali olduğu daha baskındı, bu bağlamda tipografi genel olarak çok zayıf kalmış tasarımı. Afişte heyecan yaratan bir imge yok, festivali pek fazla çağrıştırmıyor, festival afişinde bir duygu, hareketlilik ya da bir canlılık olması gerekir bu afiş tasarımı bu özelliklerin herhangi bir tanesi söz konusu değil. Güvercin değil ama, kırlangıç kullanılmış sanırım kuş formu anlaşılmıyor, güvercin barış anlamında daha uygun bir kuş türüdür, kuşun sola dönük olması da olumsuz bir izlenim bırakmış. Sıradan bir görünümü var farklı bir fikir ortada yok. Algılanmıyor, okunma zorluğu yaşatan bir afiş tasarımı. 46. Yazısını çok önde tutmanın bir anlamı yok, hedef kitleye yönelik bir çalışma olmamış, heyecan merak uyandıran bir yönü yok. Renkler durağan siyah ve kırmızı tonları savaşa gönderme yapıyor çok karamsar bir renk olmuş, katı bir grafik disiplini var bu da festival kapsamında yanlış bir tercih olmuş. Grafik tasarım ilkelerine uygunluğu konusunda, durağan bir simetrik denge söz konusu, yine çok fazla hatalar var. Estetik bir çalışma olmamış, göze açıkçası hitap etmiyor ve amacın dışında bir çalışma olmuş.

A.3: Tasarım anlamında amacına uygun tasarlanmamış, Tipografi olarak yazı ve tipografi öğeleri çok öne çıkarılmış. Görsel imge geri planda kalmış, biraz karmaşıklık söz konusu, Troia kapsamında çok ufak imgeler kullanılmış algılanmıyor. Çok fazla küçük parça parça detaya girilmiş, okunurluğu zor, insan gözü 3 saniyede eğer algılayamıyorsa, mesajın kısa ve anlaşılır olmadığını buradan anlayabilirsiniz. Bu afiş tasarımı da bu problem var, zor algılanıyor. Ödev proje gibi bir çalışma olmuş. İletişimin simgesel yanını ortaya koyarken dikkat edilmesi gereken bazı şeyler var, bu afiş tasarımı simgesel anlamda iletişim sorunu var. Görsel öğeler yeterli ama etkisiz kalmış biraz dikkat çekmiyor, daha zengin bir fon ve renk tercihleri yapılabilirdi. Nötr bir zemin üzerine yapılmış, arka fonda bir sonsuz renk ile daha başarılı olabilirdi. Hedef kitle tarafından zor algılanabilir, iletişim kapsamında sorunları olan bir çalışma. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında uygunluğu hatalı, kompozisyon olarak bize sunulan o pencerenin içerisinde yerleşimin bir estetiği ve kaygıları olmalıydı, bu tasarımı o kaygılar yok her şey düz bir şekilde yerleştirilmiş. Klasik bir kompozisyon olmuş buda festival kapsamında yetersiz ve etkisiz bir çalışma olmuş. 46 rakımından başka bir şey görünmüyor afiş tasarımı baktığımız zaman, festival anlamında yetersiz kalmış, Karadeniz de yapılan bir kuş izleme etkinliği gibi bir çalışma olmuş.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma olmuş, çünkü genelde biz baktığımız zaman barış sembolü olarak sıkça kullanılan güvercin vardır, barışın sembolüdür. Troia atı olduğu gibi kullanılır genelde, bunlar genel olarak klasik yaklaşımlar olduğu için, tasarımcı burada kuş olarak kırlangıcı kullanılmış, kuşun kanadını da 46 ile birleştirerek bir yazı bloğu oluşturulmuş. Kuşun arka kısmında dünya imgesinin, etrafında Troia atının yelelerine, grafik

unsur olarak yer vermesi tasarım fikri olarak orijinal bir yaklaşım olmuş. Renk olarak kırmızıya dönük bir turuncu leke rengin etkili olması için tasarımdaki boşluğun amacına uygun olması da güzel bir yaklaşım olmuş. Afişte kullanılan boşluğun yazının okunurluğunu arttırması ve görsel öğeleri algılamada kolaylık sağlaması etkiyi arttırmış. Mesaj kısa ve anlaşılır, kalabalık bir şehirde renk olarak ve boyut olarak büyük kullanılması dikkat çekebilir. Hedef kitleyi festivale yönlendirebilir ve ilgisini çekebilir. Grafik tasarım ilkelerine uygun, dengeli bir çalışma, yazı ve görseller bir bütünlük oluşturulmuş. Hiyerarşik sıralama olarak da iletişim açısından mesajların öncelik sırası doğru dizilmiş. Festival afişi olduğu ilk bakışta algılanıyor. Renk olarak daha renkli olabilirdi, festival kapsamında renkler yetersiz kalmış. Çünkü bir festival afişi, genelde siyah ağırlıklı savaşa yönelik bir afiş olmuş, sade bir çalışma olmuş. Afiş estetik ama daha iyi olabilirdi.

A.5: Afiş tasarımı, amacına uygun sayılabilir ama hatalar bulunmakta. Troia, özgürlük ve festival kapsamında her şeyi üzerinde barındıran bir çalışma, imgeler ve görsel öğeler genel anlamda yeterli kullanılmış ama boyut, oran ve orantı anlamında abartı seviyelere çıkmış. Yazılar anlaşılır, tasarım kapsamında etkisiz kısımları bulunmakta. Barış anlamında yine kuş kullanılmış, dünya figürünün etrafında Troia atı klişesinden öte atın yeleleri kullanılmış. İllüstrasyonlar yeterli ama hedef kitlenin dikkatini çekmeyebilir, çünkü vurucu bir özelliği yok, sıradan bir çalışma olmuş. Fikir olarak ilk akla gelen tasarımlardan bir tanesi de bu afiş tasarımı olmuş. Festivali pek yansıtmıyor, renkler çok karamsar. Grafik tasarım ilkelerine uygun, yalnız mesaj kapsamında net olduğu için genel olarak uygun. Çünkü çok sade bir tasarım gereksiz öğeler yok ama, tipografi imgelerin önüne geçmiş, neyle alakalı bir afiş olduğu anlaşılmayabilir. Oran orantılı bir çalışma, simetrik bir denge var, bütünlük var afişte, boşluk doluluk kapsamında mesajın okunurluğu arttırmak için kullanılmış. Mesaja bir vurgu söz konusu. 46. Yazısına kuş ve renk ile yönlendirme yapılmış. Sıcak bir renk tonu var, şiddeti ve savaşı andırıyor, siyah renk nötr olarak kullanılmış, zıtlık yaratmak için kullanılmış. Festival kapsamında yetersiz kalıyor, estetik bir çalışma ama daha iyi olabilirdi.

S.T.1: Afiş tasarımı amacına uygunluğu var, ama zayıf kalmış bir çalışma, eksik kaldığı değerler var. Bir defa Troia'yı yansıtan hiçbir şey göremiyoruz. Vurgu açısından güzel bir çalışma ama, Troia ve özgürlük kapsamında biraz başarısız kalmış. Mesaj kısa ve anlaşılır değil, barışı, kültürü yansıtacak bir ikon yok, imajlar yetersiz kalmış. Tipografi olarak da etkisiz bir çalışma olmuş. Merak uyandırabilir ama, hedef kitleyi uyarma konusunda başarısız bir çalışma, renklerinden dolayı pek iç açıcı değil. Renk uyumu açısından zayıf bir çalışma, grafik tasarım ilkeleri kapsamında zayıf bir çalışma, bütünlük yok okunurluğu zayıf, çarpıcı veya etkili grafik öğeleri yok. Barışa dikkat çekilmeye çalışılmış, bu renklerle sağlanmış ama etkisiz bir çalışma olmuş. Mesajı derli toplu okutuyor ama, tipografi olarak eksiklikleri var, savaşa, şiddete yönelik renkler var ama, barışa özgürlüğe yönelik bir gönderme yok, festival kapsamında eksiklikleri bulunmakta, daha hareketli ve renkli olabilirdi. Genel anlamda göze hitap etmiyor, estetik değil.

S.T.2: Afiş amacına uygun, barış, özgürlük ve Troia kapsamında, güvercine benzer bir kuş kullanılmış, arkada ki dünya var Troia atının yeleleri dünya etrafını sarmış gayet fikir olarak güzel net bir çalışma. Mesaj kısa ve anlaşılır, fakat daha iyi bir tipografi kullanılabildi. Özellikle Troia Festivali kısmı mesajın netliği açısından biraz daha ön plana çıkarılabildi. Görsel öğeler yeterli kullanılmış, hedef kitleye verilmek istenilen mesaj görsellerle sağlanmış, rahatsız edici bir tarafı var bütün imgeler iç içe geçmiş, yani bunaltıcı bir görünümü var. Kırmızıya dönük bir rengin ve siyahın kullanımı festivali yansıtmıyor ama, Troia tarihine gönderme yapıyor. Tipografi kapsamında gruplama söz konusu fakat bu gruplama yapılırken, simetri pek doğru kullanılmamış. Bütünlük ve mesaj okutma kapsamında problemler var. Afişte birbirini destekleyen ilkelere bulunmakta, devamlılık, denge ve bütünlük birbirini tamamlayarak afişin estetik açıdan kolay algılanabilir olmasını kolaylaştırmış. Estetik kaygılar içerisinde yapılmaya çalışılmış ama problemler görünüyor, daha iyi olabilirdi.

S.T.3: Afiş tasarımı festival anlamında pek fazla amacına uygun görünmüyor, troia festivalini çok algılatmıyor. Algısal olarak zayıf bir çalışma. Yazı ve imge vurgu anlamında blok olarak değerlendirilmiş, tipografi imgeden daha baskın geliyor bu anlamda biraz görsel öğeler geri planda kalmış. Troiayı yansıtan pek bir şey göremedim. Arkada yer alan dünya, uluslararası kapsamında bir anlam taşıyor sadece genel yerleşim olarak problemler var. Afiş festivalin genel içeriğine yönelik pek bir şey ifade etmiyor. Gelenekselleşen bir festival olduğu için, afiş hedef kitleye festivali duyurma için kullanılabilir, onun dışında Troia ve festival kapsamında afişte eksiklikler var. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında bir alan derinliği kapsamında bir denge oluşturulmuş ama hiyerarşik açıdan eksiklikleri var imgenin kullanımı çok karışık görünüyor, dünya ve kuş okunmuyor algılama ve vurgu etkisiz kalmış, dengeyi bozan formlar var. İlkeler kapsamında bir vurgu söz konusu ama genel olarak denge daha baskın kullanılmış. En baskın ilke olarak negatif alanlar var, kontrast ile birbirini tamamlamış, etkiyi arttırmak için kullanılmış. Festivali yansıtmıyor, daha çok savaşa şiddeti andıran renkler var bu yüzden festivale uygun bir çalışma değil. Sıcak rengin kullanımı kuşun savaş üzerine özgürlüğün gelmesini anımsatıyor, bu yüzden estetik bir kaygı içerisinde hazırlanmış, genel olarak bakarsak afiş daha iyi olabilirdi.

S.T.4: Afiş tasarımı, amacına uygun yapılmaya çalışılmış ama bunu pek sağlayamamış. Festivali yansıtan bir imge yok, 46. Yazısından başka bir şey okunmuyor baktığımız zaman diğer görsel öğeler çok arka planda duruyor. Boşluklar dengeli olmamış, ilkelere uygunluğu söz konusunda etkisiz bir çalışma olmuş. Mesaj net bir şekilde tipografi ile iletilmekte ama, görsel imgeler eksik kalmış. Barış kapsamında kuş imgesi kullanılmış ama bu kuş türünün barışı yansıtmama anlamında yetersiz kalacağını düşünüyorum. Troia veya festival kapsamında eksiklikleri var, Troiayı yansıtan bir imge söz konusu değil, festival kapsamında renkler çok alakasız sadece mesajı okutmak için bir kontrast yaratılmış

onun dışında renkler pek bir şey ifade etmiyor. Hedef kitleyi festivale çekme konusunda etkisiz kalabilir çünkü okunma zorluğu var bakan bir kişi 46 sayısından başka bir şey algılamayabilir. İlkeler kapsamında simetrik bir denge söz konusu, boşluk doluluk dengeyi oluşturmakta. Başka bir ilke söz konusu değil çok fazla karmaşık görünüyor, baskın ilke olarak yine aynı şekilde bir denge söz konusu. Festivali yansıtan pek bir şey yok, renkler zaten şiddet ve savaşa yönelik seçilmiş. Dikkat çekmek için bu renkleri kullanmış olabilir ama amacı konusunda yetersiz bir çalışma, estetik kaygılar taşıyor.

S.T.5 Amacına uygun bir sayılabilir ama vurgu noktası hatalı görünüyor, Troia festivali okunmuyor bile ilk baktığı zaman 46. yazısından başka bir şey okunmuyor. Troia kapsamında 46 önemli olabilir ama asıl ön planda tutulması gereken Troia Festivali, bu bağlamda etkisiz bir çalışma olmuş. Dikkat çekmek istenilmiş ama bu pek sağlanamamış. Renkler de festivale yönelik, barışa yönelik renkler değil sadece kontrast oluşturmak ve dikkat çekmek için seçilmiş. Mesaj kısa ama anlaşılır bir şekilde kullanılamamış, görsel öğeler yeterli değil çok fazla imge bir arada görünüyor dünya imgesi ve etrafında ki kareler çok küçük kuş imgesinden başka bir şey görünmüyor. Hedef kitleyi uyarma konusunda yetersiz bir çalışma olmuş, çok fazla eksik bulunmakta. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında boşluk doluluk ön planda. Küçük büyük ilişkisi kullanılmış ama afişte genel anlamda birçok problem var, espaslar, tipografi, font kalınlığı genel anlamda çok hatalı. Afişte bir denge ve bütünlük söz konusu değil, afişte hiyerarşik denge hatalı, okunma sırası yanlış. Barışı çağrıştıran, Troiayı ön plana çıkaran herhangi bir imge yok. Festivali yansıtmıyor hiçbir anlamda festival kaygısı taşıyor. Tipografisi ve görsel imgeleri yetersiz daha iyi olabilirdi.

4.2.1. 2009 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili

Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

46. Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel olarak ortak görüşleri şu şekildedir; A1, A2, A3, ST1, afiş tasarımını grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını düşünmektedirler, şöyle ki afişte bir hiyerarşik dengenin ve bütünlüğün bulunmadığı, boşluk ve doluluğun yani oran orantısının hatalı olduğunu ve kompozisyon anlamında uygulama hatalarının bulunduğunu düşünmektedirler. A1 ve A2 afişte durgun bir simetrik dengenin olduğunu savunurken, A3 ise afişte genel olarak 46 sayısından başka bir şey görmediğini sanki Karadeniz de bir kuş izleme etkinliği gibi afişi yorumlarken, hiçbir grafik tasarım ilkesine uymadığını da savunmaktadır. A1 afiş tasarımının genel olarak bütün görsel ve imgesel formların çok iç içe ve karmaşa yarattığını düşünmektedir. A2 afiş hakkında genel olarak estetiğin dışında, göze hitap etmeyen festival kapsamında etkisiz bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. A4 ve A5 afişin grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu dile getirmektedirler, afişte bir dengenin, bir bütünlüğün ve hiyerarşik düzen anlamında algılanma sırasının doğru olduğunu savunmaktadırlar. A5 afişin

oran orantılı ve boşluk doluluğun afişin algılanma, okunma konusunda daha ön planda tutulduğunu, mesaj kapsamında bir vurgunun yapıldığını ve bu vurgunun da 46. Yazısına kuş ve renk ile etkiyi arttırdığını belirtirken, A4 afişteki boşlukların genel olarak amaca uygun ve imgelerin birbirine olan orantılarının da doğru kullanıldığını vurgulamaktadır. ST1 afiş hakkında bir çarpıcılığın bulunmadığını, bütünlük anlamında zayıf kaldığını, mesajı ön plana çıkaracak grafik öğelerinin bulunmadığını, barışın ve festivalin ön planda olması gerekirken renklerin savaşa gönderme yaptığını dile getirmektedir.

A1, A2, A3, A4, A5 ve ST1 afişte kullanılan renklerin genel olarak amacın dışında seçildiğini, savaş, şiddete yönelik renkler olduğunu, kontrast olarak renklerin hiçbir şey ifade etmediğini dile getirmektedirler. A1 Afişte genel olarak her şeyin fonksiyonel olması gerekir yalnız bu afiş tasarımı genel olarak ilkeler çerçevesinde çok hatalı tasarlanmıştır. Afiş genel olarak hem estetik hem de fonksiyonel olmalı hem göze hem de akla hitap etmeli afiş tasarımı, bu bağlamda 46. Troia Festivali afişinin estetik bir çalışma olmadığını söylemektedir. A2 afişin genel olarak estetik bir çalışma olmadığını, festival kapsamında yetersiz olduğunu, göze açıkça hitap etmediğini ve amacın dışında bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. A3 afişin tasarım anlamında klasik bir kompozisyon olduğunu, bunun festival kapsamında yetersiz ve etkisiz bir çalışma olduğunu savunmaktadır. Afişte 46 rakımından başka bir şeyin görünmediğini, festival kapsamında yetersiz kaldığını, renk konusunda afişin genel anlamda festivalin dışında ve savaşa gönderme yapan tasarım dilinin ve renklerin olduğunu dile getirmektedir. A4 ise afiş tasarımının festival afişi olduğunu ilk bakışta algılandığını dile getirmektedir. Renk olarak daha renkli olabileceğini, festival kapsamında renklerin yetersiz kaldığını düşünmektedir. Bir festival afişi, genelde renkli, canlı, heyecanlı ve ilgi çekici olması gerektiğini dile getirmektedir. Bu afiş tasarımı için festival kapsamında renklerin daha iyi olabileceğini söylemektedir. A5 afişteki renklerin için sıcak bir renk tonunun olduğunu ve bu tonlarında şiddeti ve savaşı andırdığını, siyah rengin nötr olarak kullanıldığını ve bunun zıtlık yaratmak tercih edildiğini dile getirmektedir. Görsel öğeler ve rengin festival kapsamında yetersiz kaldığını, estetik bir çalışma olduğunu ama daha iyi olabileceğini söylemektedir. ST1 ise afiş hakkında mesajı derli toplu okuttuğunu ama tipografi olarak eksikliklerinin olduğunu, afişteki renklerin savaşa, şiddete yönelik olduğunu, barışa, özgürlüğe ve festivale yönelik bir gönderme yapılmadığını dile getirmektedir. Renklerin ve görsel imgelerin daha hareketli ve renkli olması durumunda amaca uygun olabileceğini söylerken, afişin genel anlamda estetik olmadığını, göze hitap etmediğini savunmaktadır.

ST2, ST3, ST4 ve ST5'te genel anlamda afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında uygunluğunu dile getirmektedirler, bütünlük, alan derinliği, denge, boşluk doluluk olarak afişin uygun olduğunu düşünmektedirler. ST2 afiş hakkında bütünlük ve mesaj okutma kapsamında problemleri bir çalışma olduğunu, mesaja yönelik bir vurgu yapıldığını ve bir simetrik denge bulunduğunu, genel

anlamda afişte problemlerin olduğunu, afişin daha iyi kompoze edilebileceğini dile getirmektedir. ST3 afişte, alan derinliği kapsamında bir dengenin oluşturulduğunu ama hiyerarşik açıdan eksikliklerinin bulunduğunu, imgenin kullanımının karışık ve zor algılandığını düşünürken. Afişin genel anlamda festivali yansıtmadığı, daha çok savaşı, şiddeti andıran renklerin kullanıldığını söylemektedir. Afişte en baskın ilke olarak mesaja yönelik bir vurgunun yapıldığını bu vurgunun etkisiz kalarak genel anlamda afişte bir dengenin ve bu dengenin de boşluk doluluk sayesinde ortaya çıktığını dile getirmektedir. ST4 ilkeler kapsamında afişte bir simetrik denge söz konusu, burada boşluk doluluk dengeyi oluşturmakta. Afişin genelinde başka bir ilke söz konusu değil, çok fazla karmaşık görünüyor. ST5 ise afişte genel anlamda boşluk doluluğun ön planda olduğunu dile getirirken, küçük büyük ilişkisinin de kullanıldığını ama genel olarak da afişte birçok problemin bulunduğunu söylemektedir. Tipografi anlamında espasların hatalı olduğunu, font ve font kalınlığının genel anlamda amacın dışında olduğunu, afişte bir dengenin ya da bütünlüğün söz konusu olmadığını, hiyerarşik dengenin hatalı olduğunu savunmaktadır. ST2, ST3, ST4 ve ST5 afişte genel olarak kullanılan renklerin savaşa, şiddete, kontrast oluşturmak için kullanıldığını düşünmektedirler. Afiş genel anlamda festivali yansıtmadığını dile getirirken, renklerin de festival kapsamında etkisiz kaldığını savunmaktadırlar. Afişin genel anlamda Troia ve festival kapsamının dışında hazırlandığını dile getirerek amacına uygun bir çalışma olmadığını söylemektedirler.

46. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında genel görüşler yukarıda yer almaktadır. Bu genel yorumlardan çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak Uluslararası düzeyde festival afişi olmadığını ve mesajın iletilmesinde problemlerin olduğu ortak görüşlerdendir. Festival kapsamında afişte uygun bir rengin, bir imgenin bulunmaması afişin genel anlamda etkisiz kalabileceğini dile getirmektedirler. Afişte genel olarak kullanılan imgelerin yetersiz kaldığı, hiyerarşik düzenin problemli olduğunu savunmaktadırlar. Afişte büyük tipografik problemin olduğu ve bu problemin en büyük nedeninin seçilen yazı fontunun sebep olduğunu dile getirerek, tipografide yer alan espasların, harf aralıklarının, font kalınlığının ve yerleşiminin amacın dışında ve hatalı kullanıldığını düşünmektedirler. Afişte yer alan renklerin her ne kadar mesajı ön planda tutmak için seçildiğini düşünseler de afişte kullanılan renklerin festival kapsamında yetersiz olduğunu, bir festivalin canlı, hareketli, heyecanlı olması gerektiğini ve bu afişte bu özelliklerin yer almadığını dile getirerek afişin etkisiz ve amacın dışında bir çalışma olduğunu dile getirmektedirler. Afiş tasarımının genel anlamda grafik dilinde problemlerin olması, festival adı altında yapılan bu çalışma da aslında festivale dair herhangi bir imgenin bulunmaması, genel olarak afişin duyurma, tanıtma işlevini yerine getirememesi, ilgi çekici olmaması ve algılanma problemlerinin olması, renklerin ve tasarım dilinin hatalı olması afiş tasarımını genel olarak amacın dışına çıkarmaktadır. Her ne kadar afiş tasarımı bir öğrenciye ait olsa da fikir daha iyi kompoze edilip, renkler daha uygun seçilip daha iyi bir tasarım ortaya çıkarılabilirdi.

4.3. 2010 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 94: “47. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkaletravel.com/haber/47-uluslararasi-troia-festivali-afis-yarismasi-sonuclandi.html> / E.T. 21.05.2018

47. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Refik YALUR

Okulu: Kocaeli Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: 2010 Yılı Mezunu

SEÇİCİ KURUL

- 1- Remzi YİĞİT (Çanakkale Belediyesi Başkan Danışmanı)
- 2- Dr. Öğr. Üyesi Ali KILIÇ (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölüm Başkanı)
- 3- Yeşim DEMİR (GMK / Yönetim Kurulu Başkanı)
- 4- Turgut ERENTÜRK (GMK /Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı)
- 5- Enver YILMAZ (Troia Vakfı Başkanı)
- 6- Ali AKDAMAR (Assos Vakfı Başkanı)
- 7- Eyüp GÖRGÜLER (Tasarımcı)

47. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Afiş genel olarak iyi görünüyor, etki olarak, hiyerarşik düzeni, font kullanımı ve tipografisi gayet amaca uygun seçilmiş. Troia atının üzerinde kullanılan kuşun etkiyi azalttığı net bir şekilde görülmektedir. Troia imgesinin üzerinde kuş çizgilerinin kullanımı, imgenin bölünmesi Troia kapsamında bir bölünmeye, bir bütünlüğün bozulmasına sebep olmaktadır. Afişlerde genel olarak kuş ve at kullanılmış, festivalin amacı kuş ve at içeren bir afiş yapın değil, Troia Festivalini, barışı ve özgürlüğü çağrıştıran bir duyuru afişi yapmalarıdır, burada imgelerin birbirine girmesi karmaşa oluşturmuş biraz, algılanma konusunda problem yaratıyor. Fon renginde kullanılan sarı tonu, üzerinde yer alan siyah bir tipografi ve Troia atının bulunması ve atın üzerinde sarının gri tonunun bulunması anlamsız olmuş, fon da yer alan sarı kullanılsa etki daha net olabilirdi. Afiş tasarımı genel olarak Çanakkale ve Troia Festivalini temsil ediyor ama barış, özgürlük ve festival kapsamında yetersiz kalmış, renk değeri güzel görünüyor algılanma, okunma konusunda imgeleri ön plana çıkarmış yine de festivale yönelik bir renk tercihi yapılmamış. Sarı ve koyu valör sarı var ve siyah renk yani dikkat çekici görünüyor. Grafik tasarım ilkeleri yarı bir grafiksel simetri var, dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Tipografi konusunda okunma zorluğu var, çok iç içe geçmiş yazılar, daha iyi olabilirdi. Fikir olarak güzel, amaca uygun bir çalışma, festivali yansıtan bir görüntü yok, renk konusunda etkisiz kalmış.

A.2: Afişte net bir ifade söz konusu, Troia dendiği zaman o ünlü at net bir şekilde kendini göstermekte bunun yanı sıra özgürlük ve barışı anımsatan güvercin figürünün birlikte kullanılması çok estetik ve güzel bir izlenim bırakmakta. Amaca uygun bir çalışma, tasarımcı hiyerarşik düzeni oluşturmuş. Dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Tipografide hatalar görünüyor, espaslar ve harfler çok iç içe geçmiş algılanma konusunda problemlili bir yerleşimi var. Renk konusunda iki renk var siyah ve yeşilimsi sarı arasında güzel bir kontrast söz konusu. Mesaj kısa ve anlaşılır, görsel öğeler yeterli bir çalışma olmuş. Yerleştirme, form tipografinin yeri gayet güzel bir çalışma olmuş. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir, Troia ile ilgili ne varsa üzerinde barındırıyor. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir çalışma, form olarak ele aldığımız zaman çok güzel bir siyah form, atın detayı yok gözü yormuyor. Antik yunanda atların saçlarının yelelerinin biçimleri var, miğferlerinde de yer alan görünüm burada da kullanılmış, leke değeri çok yoğun doğrudan doğruya algılanır olması gayet güzel. Mesaja bir güçlü vurgu uygulanmış. Estetik bir çalışma, festivale uygun gayet amacına uygun tasarlanmış bir çalışma.

A.3: Amacına uygun bir çalışma, ama yukarıda yer alan tipografi çok iç içe hatalı bir kullanım var, okunurluğu, algılanırlığı problemlili görünüyor, ama görsel form olarak güzel bir illüstrasyon oluşturulmuş. Renk olarak ışığı daha güçlü bir renk olabilirdi, tuhaf bir sarı tonu var, sarı aslında ışık yansıması olan bir renk daha kuvvetli bir sarı olabilirdi veya mavi olabilirdi. Sarı ve siyah kontrastlık oluşturmuş siyah bir renk değil nötr olduğu için kullanılmış, mesajı öne çıkarmak için kullanılmış bir renk tonu seçilmiş, daha farklı olabilirdi. Görsel öğeler yeterli kullanılmış, Troia yansıtıyor, festivali yansıtıyor, sıcak renk ve illüstrasyon kapsamında amaca uygun çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkelerine uygun, bir bütünlük söz konusu, dengeli bir çalışma, mesajı kısa ve öz ifade ettiği için ilkelere uygun bir çalışma olmuş. Hiyerarşik düzeni uygun hazırlanmış, okunma sırası doğru okunaklı bir çalışma, renk konusunda farklı bir renk olabilirdi. Estetik bir çalışma, uyarıcı, dikkat çekici ve göze hitap eden bir yansıması var.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma olmuş ama daha iyi olabilirdi. Fikir olarak güzel bir düşünce, barış sembolü olan güvercin ile savaş sembolü olan Troia atını üst üste bindirerek gözleri ortak bir geçişle de savaş unsurunu yumuşatarak barış unsuru haline getiren bir simge yaratmış, dolayısıyla amacına uygun bir hale getirmiş. Mesaj kısa ve anlaşılır bir şekilde belli oluyor, Troia atı ve barış güvercini var gayet amaca uygun bir konsept ile hedef kitleye yansıtma konusunda gayet güzel bir çalışma. Sade ve anlaşılır boşluk doluluk olarak gayet güzel olmuş. Renk olarak kontrast kullanmış, dikkat çekici bir renk kullanmış mesajı ön planda tutmak için. Savaş atı anlamında siyah, barış anlamında atın üzerine sarı tonda güvercin bindirerek savaşı bastırma konusunda başarılı olmuş. Festival anlamında sloganı taşıyor ama, renk konusunda daha renkli bir afiş tasarımı olabilirdi, çok savaşa yönelik bir afiş gibi görünüyor. Grafik tasarım ilkelerine uygun, hiyerarşik düzel doğru, okunma sırası gayet güzel göz afiş üzerinde geziyor. Algı sistematığı güzel ve doğru kullanılmış. Mesaja bir vurgu söz

konusu, tipografinin yeri ve mesajın taşınma alanı vurgu renk ile sağlanmış. Estetik bir çalışma olmuş, afişte genel olarak her şey güzel ama renk konusunda daha iyi olabilirdi.

A.5: Afiş tasarımı, amacına uygun Troia ve barışı anlatmış, Troia atı ile kuş bir bütün haline getirilerek, savaş ve barış kapsamında iki imge bir bütün haline getirilerek amaca uygun bir illüstrasyon ortaya çıkarılmış. Mesaj kısa ve anlaşılır, dikkat çekici bir çalışma olmuş. Tipografi de gayet başarılı, font ve yerleşimi dengeli olmuş. Mesajı anlatma konusunda görsel öğeler yeterli. Boşluk konusunda at ve kuş figürünü biraz yukarda kullanabilirdi tipografi küçük kalmış bu anlamda. Hedef kitleyi festivale çekebilir dikkat çekici bir renk kullanılmış, festivali yansıtmıyor ama festival kapsamında barış ve özgürlük mesajı taşıyor. Bütünlük var, kontrast oluşturulmuş, oran orantılı bir çalışma olmuş. Dengeli bir çalışma olmuş. Mesaja bir vurgu söz konusu ön planda görünüyor. İllüstrasyon kapsamında mesaja gönderme yapılmış. Afiş tasarımı estetik kaygılar içerisinde yapılmış, grafik tasarım ilkelerini üzerine barındırıyor, daha iyi olabilirdi yine de başarılı bir çalışma.

S.T.1: Afiş tasarımı amacına uygunluğu var, mesaj kısa ve anlaşılır olmuş. Okunma zorluğu yaşamadan hiyerarşik düzen çerçevesinde sıralaması da güzel, renk değeri olarak daha farklı renkler olabilirdi. Festivali yansıtan renkler yer almıyor, mesajı okutmak dikkat çekmek için bu renkler kullanılmış. Görsel öğeler yeterli, bir kuş figürü ve troia kapsamında barış ve savaş imgelerle sağlanmış. Vurgu yapılarak mesaj ön planda tutulmuş, hedef kitlenin dikkatini çekebilecek bir çalışma, merak uyandırıcı. Yalnız imaj da yer alan güvercin çok sert görünüyor, şahin yansıması var daha yumuşak geçişli farklı bir kuş formu kullanılabilirdi. Grafik tasarım ilkelerine uygun, bütünlük ve dengeli bir çalışma. Tipografik çalışması başarılı, kompozisyon olarak güzel. Estetik bir çalışma olmuş, bunu şöyle değerlendirebiliriz, kullanılan görseller, imgeler doğru boyutlarda yerleşimi vs. sadece renk konusunda daha iyi olabilirdi.

S.T.2: Afiş amacına uygun, şöyle ki Troia derken aklımıza ilk gelen Troia atı ön planda, barış özgürlük konusunda güvercin formu yer alıyor gayet anlaşılır bir çalışma. Görsel öğeler yeterli, troia atı ve güvercin bir bütün haline getirilmiş. Mesaj kısa ve anlaşılır bir şekilde aktarılmış, hedef kitlenin dikkatini çekebilir merak uyandırıcı bir afiş tasarımı olmuş. Grafik ilkelerine uygun şöyle ki, hizalama bütünlük, denge ve oran orantısı doğru kullanılmış. Boşluk ve doluluğu güzel değerlendirilmiş. Renkle sağlanan bir kontrast oluşturulmuş, buda dikkat çekici olmuş vurgu mesaja yapılarak ön planda mesaj yer almış. Mesaja gönderme yapılmış dikkat çekici olmuş. Denge ve bütünlük birbirini tamamlamış. Festival kapsamında festivali yansıtıyor hareketli bir çalışma, estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış.

S.T.3: Afiş tasarımı festival anlamında amacına uygun hazırlanmış, konumlandırılmış. Renk ve tipografi açısından profesyonel bir şekilde hazırlanmış. Mesaj kısa ve anlaşılır bir şekilde ifade edilmiş. Grafik tasarım ilkelerine uygun özellikle alan kullanımı, vurgu, imge yerleşimi, tipografinin çok iç içe olması okunma zorluğu yaşanıyor. Afiş tasarımında genel olarak bilgiler eksik tarih ve yer konusunda bilgiler yer almıyor büyük bir eksiklik. Dengeli bir çalışma olmuş, sarı siyah kontrastı imge mesaja yönelik bir vurgu yapılarak ön planda tutulmuş. Hiyerarşik düzeni uygun, okunma sırası doğru sırayla göz bütün afişte geziyor. 47.Troia festivali konusunu ön planda tutuyor, festivali yansıtıyor klişe öğeler barındırarak yansıtıyor ama sadelik, yalınlik açısından gayet güzel bir çalışma. Siyah hüznün troia savaşını, sarı ise sıcak festivale gönderme yapmak için kullanılmış, daha iyi olabilirdi mavi, belki rengarenk bir çalışma olabilirdi. Estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış, imge ve tipografi ile bu sağlanmış.

S.T.4: Afiş tasarımı, amacına uygun grafik tasarım ilkeleri kapsamında gayet başarılı bir çalışma. Mesaj kısa ve anlaşılır bir şekilde hedef kitleye yansıtıyor. Tipografik yerleşim ve aşağıda yer alan imge birbirini destekliyor. Bütünlük içerisinde görsel öğeler yeterli olmuş, Kuş ve troia atı bir arada kullanılarak güzel bir stilize çalışma hazırlanmış birbirini destekliyor ve tamamlıyor. Dikkat çekici bir afiş tasarımı olmuş, hedef kitleyi festivale çekebilir. Merak uyandırıcı bir afiş, akılda kalıcı. Grafik tasarım ilkelerine uygun, vurgu kuvvetli kullanılmış, vurgu burada mesaja yönelik yapılmış. En baskın ön planda olan ilke dengeli bir çalışma olmuş. Bütünlük içerisinde görsel öğeler birbirini tamamlıyor, dengeli bir çalışma. Festivali yansıtıyor hareketli sıcak bir afiş tasarımı festivale uygun bir çalışma. Renk olarak festivale yönelik bir renk olsa daha başarılı bir çalışma olabilirdi, ama burada mesajı ön planda tutma konusunda bu renkler de gayet uygun estetik bir kaygı içerisinde hazırlanmış. Mesaj doğrudan aktarılıyor.

S.T.5: Amacına uygun diyebiliriz, bir tiyatro afişi havası var, festival kapsamında etkinlikleri andıran bir çalışma olmuş. Barış ve kültür açısından pek başarılı değil, Troia ve kuş bir arada kullanılmış ama eksiklikleri var. Barış Kültürümüz Olsun yazısı küçük kullanılmış, tipografi etkisiz kalmış. Görsel öğeler yeterli ancak mesaj konusunda eksiklikleri var. Hedef kitleye renkteki şiddet sayesinde dikkat uyandırabilir ve festivale hedef kitleyi çekebilir. Grafik tasarım ilkelerine uygun oran orantılı bir çalışma olmuş, boşluğu güzel ama tipografi gereğinden fazla küçük kullanılmış mesaj geri planda kalmış, bilgiler eksik kullanılmış bir tarih ve yapılacak yer gibi bilgiler yer almıyor. Boşluk doluluk ön planda tutulmuş, dengeli bir çalışma bütünlük içerisinde. Festivali yansıtma konusunda ilk bakışta Troia atı ve barışın simgesi kuş kullanılmış festival yazısı da okunaklı olduğu için güzel bir çalışma. Renk olarak daha renkli olabilirdi sonuçta festival afişi, siyah ve sarının kullanım nedeni dikkat çekiciliği arttırmak için kullanılmış. Estetik bir çalışma, göze dikkat çekici geliyor.

4.3.1. 2010 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

47. Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri şöyledir; A1, A2, A3, A4 ve A5 Afiş tasarımının genel olarak ilkelere uygun olduğunu düşünmektedirler. A1 ilkeler kapsamında afişte yarı bir grafiksel simetrisinin, dengenin ve bütünlüğün olduğunu dile getirmektedir. Tipografi konusunda okunma zorluğunun olduğunu buna en büyük nedenin de tipografide yer alan espasların, harf aralıklarının iç içe olmasına bağlamaktadır. A2 afişte bir dengenin ve bütünlüğün olduğunu dile getirmektedir, mesaj kapsamında form rengi üzerine yerleştirilen Troia atı ve kuş imgesinin mesaj kapsamında bir vurgu yapıldığından söz etmektedir. A3, A4 ve A5 afişin genel anlamda hiyerarşik düzen içerisinde hazırlandığını, bu düzen sayesinde dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olduğunu, kontrast ile de mesajın ön planda tutulduğunu dile getirmektedirler. A4 afişin genel anlamda ilkelere uygunluğunu şu cümle ile dile getirmektedir; afişin okunma sırası doğru, göz afiş üzerinde gezebiliyor, algı sistematigi güzel ve amaca uygun kurgulanmış bu nedenle afiş genel anlamda işlevini yerine getirmektedir. A5 afişin illüstrasyon kapsamında mesaja gönderme yaptığını savunurken, A1 ise afiş hakkında fikrin sıradan olduğunu sürekli bir kuş ve at kompozisyonunun olduğunu dile getirmektedir. ST1 ve ST2 afişin genel anlamda grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu düşünmektedirler. Afişte bütünlük, denge, hizalama ve oran orantının genel ilkeler olduğunu dile getirmektedirler. Afişin kompozisyonunun, boşluk ve doluluk anlamında yerleşiminin güzel olması, kontrast renk tercihleri ile de mesajın okunmasında etkili olduğunu savunmaktadırlar. ST3 afişin genel anlamda ilkelere uygun olduğunu, mesaj kapsamında imgesel bir vurgunun yapıldığını ve bu vurgunun ön planda tutulduğunu, hiyerarşik düzenin düzgün ve okunma sırasının doğru olduğunu dile getirmektedir. ST4 ve ST5 afişin genel anlamda ilkelere uygun, vurgunun kuvvetli kullanıldığı ve oran orantılı bir çalışma olduğunu söylemektedirler. Afişte baskın ilke olarak dengenin, boşluk ve doluluk anlamında bütünlüğün sağlandığını dile getirmektedirler.

A1 ve A3 afişte kullanılan renklerin siyah beyazdan ibaret olduğunu yani sarı ve siyah renginin sadece kontrastlık, mesajı okutma açısından tercih edildiğini dile getirmektedirler, festival kapsamında afişte kullanılan renklerin yetersiz kaldığını savunmaktadırlar. A2 afiş tasarımında kullanılan renkleri ve imgeleri şu şekilde ifade etmektedir, afiş tasarımını form olarak ele aldığımız zaman çok güzel bir siyah form, atın detayı yok gözü yormuyor. Afişin genel olarak renk uyumu, kontrastlığı, leke değeri çok yoğun doğrudan doğruya algılanır olması gayet amaca uygun bir tasarım olduğunu hedef kitleye sunmakta, festival kapsamında da ağustos ayında yapılan bir festival edasıyla sıcak ve ışıklı renk tonu kullanılmış. A4 ve A5 afişteki renklerin mesajı taşıma, vurgulama için renklerden yararlandığını dile getirmektedirler. Renk tercihlerinin daha canlı ve dikkat çekici olması sonucunda festivali çağrıştırma konusunda daha başarılı olabileceğini söylemektedirler. ST1

ST2, ST4 ve ST5 afişte kullanılan renklerin genel anlamda daha iyi olabileceğini, mesaja vurgu yapılmak için kontrast renklerin ve siyah, sarı zıt renklerinin tercih edildiğini dile getirmektedirler. Afişin bir festival afişi olduğunu ifade ederek, daha renkli, hareketli ve çekici renklerin olması festival kapsamında daha uygun olabileceğini düşünmektedirler. ST3 afişte kullanılan renklerin siyahın hüznü troia savaşını, sarının ise sıcak festivale gönderme yapmak için kullanıldığını dile getirmektedir. Bu renklerden farklı olarak denizi, gök yüzünü, özgürlüğü, Çanakkale'yi ön planda tutacak mavi ya da rengarenk bir çalışma olması yarışma kapsamında daha iyi sonuçlar doğuracağını söylemektedir.

47. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında genel görüşler yukarıda yer almaktadır. Bu genel yorumlardan çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak amaca uygun hazırlandığıdır. Şöyle ki; afiş genel anlamda grafik tasarım ilkelerine uygun bir afiştir. Afişin genel yapısı, bütünlük, denge ve oran orantılı bir çalışmadır. Hiyerarşik düzenin, algılanma ve okunma sırasının doğru olması, mesajı iletme konusunda etkili bir çalışma olması afiş görevini yerine getirmektedir. Afişte kullanılan imgelerin, Troia ve barış kapsamında yeterli olduğu, yalnız festival kapsamında afişin yetersiz kaldığı ortak görüşlerdendir. Çünkü afişte festival çerçevesinde bir renk veya imgeye yer verilmemektedir. Afişin genel anlamda festivalin tanıtımında kullanılması, afişin renk açısından daha renkli ve çarpıcı olması amaç doğrultusunda daha etkili bir hal alacağı genel görüşlerdendir. Afişte yer alan tipografinin iç içe olması, tıpkı bir logo edasında hazırlanması algılanma ve okunurluk anlamında etkisiz kaldığı düşünülmektedir. Afişte yer alan bilgilerin eksik, karmaşa ve küçük bir tipografik dille yerleştirilmesi afişin genel mesajını arka planda tutarak, imgesel mesajının ön plana alındığını düşünmektedirler. Tipografik hataların olduğu 47. Troia Festivali afiş tasarımının mesajın okunurluğu anlamında yetersiz kalmasının en büyük sebeplerinden biri de kullanılan fontun, espasların ve harf aralıklarının çok sıkışık yerleşiminin amacın dışında ve hatalı kullanıldığı düşünmektedirler. Afiş tasarımının genel tasarım dilinin amaca uygun olması, tipografi ve renk haricinde afişte bir problemin bulunmaması, festivali tanıtmada konusunda başarılı bir afiş olduğu ortak görüşlerdendir. Afişin genel fikrinin ve genel tasarım dilinin amaca uygun olması afişin görevini yerine getirmesi çalışmayı amaca uygun bir hale getirmektedir.

4.4. 2011 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 95: “48. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkaletravel.com/haber/48-uluslararasi-troia-festivali-afis-yarismasi-sonuclandi.html/> E.T. 21.05.2018

48. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Serkan ÇAĞLAYAN

Okulu: Başkent Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: İkinci Sınıf

SEÇİCİ KURUL

- 1- Remzi YİĞİT (Çanakkale Belediyesi Başkan Danışmanı)
- 2- Dr. Öğr. Üyesi Seyhan BOZTEPE (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 3- Dr. Öğr. Üyesi Didem ÇATAL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 4- Nejat Emrah YÖRÜK (GMK Üyesi)
- 5- Ali AKDAMAR (GMK Üyesi)
- 6- Turgut ERENTÜRK (GMK / Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı)
- 7- Enver YILMAZ (Troia Vakfı Başkanı)

48. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Afiş tasarımı genel olarak Çanakkale Troia festivalini temsil etmiyor, amacına hiçbir şekilde uymuyor, font, simetri, renk, ahenk ya da ritim bakımından çok problemli bir afiş. Zihni zorlayan bir metafor var, gizli bir mesaj taşıyor ama afiş tasarımının amacı tanıtım için olduğu için festivali anımsatan hiçbir şey bu afiş tasarımında yok. Hedef kitleyi festivale çekemez, amacına hiçbir şekilde uygun değil. Farklı olduğu için seçilmiş olabilir, festivali, Çanakkale'yi yansıtan hiçbir şey afiş tasarımında yer almıyor. Kurallara aykırı bir duruşu olduğu için farklı algılanabilir, daha önce yapılmış çalışmalara göre çok farklı ama amaca uygun bir çalışma olmamış. İlkelere uygunluğu tasarım anlamında var merkezi bir kompozisyon, bir simetrik bir denge var. Sade yalın ama, festivali tanıtmaya yolunda başarısız bir çalışma.

A.2: Algılanma açısından zayıf bir çalışma, uzaktan bakıldığı zaman ne olduğu anlaşılmıyor sadece bir tipografi fikri ile tasarım yapılmaya çalışılmış, farklı bir tasarım ama festival kapsamında çağrışımı eksik ve amacına uygun bir çalışma olmamış. Fikir olarak farklı bir tasarım olduğu için seçilmiş olabilir, çizgisel bir tasarım yaklaşımı var, mesajı yansıtmaya açısından 48. Troia okunuyor ama tasarım anlamında sadece festivalin adı okunuyor. Festival kapsamında görsel öğeler yetersiz kalmış, özgürlük barış ya da troia kapsamında bir imge söz konusu değil.

Hedef kitlenin dikkatini çekmez, asıldığı alanda merak uyandırmaz insanlar görüp geçer ilgi çekici değil. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında dengeli bir çalışma, kompozisyon bütünlüğü var, kendi içerisinde başarılı mesaj kapsamında net bir mesaj verilmiş ama festival kapsamında çok fazla eksikliği var daha iyi olabilirdi. Renk olarak soluk renkler var hiç değilse renkleri canlı olsa daha iyi olabilirdi.

A.3: Amacına uygun bir çalışma olmamış, Uluslararası kapsamda çok zayıf bir çalışma olmuş, tipografi, form, renk, simgeler, yerleşimi kompozisyonları biraz daha amaca uygun olması gerekir, burada çok fazla hata söz konusu. Mesaj çok zor algılanıyor sadece tipografi olarak mesajı taşıyor görsel öğeler yetersiz kalmış. Barış, özgürlüğü, Troia ve Çanakkale'yi yansıtan hiçbir şey yok, dikkat çekici değil, hedef kitlede merak uyandırmaz ilgi çekici değil. Tasarım anlamında merkeze yerleştirmek pek bir şey ifade etmiyor, amaca, kaygılara uygun bir çalışma değil. Yalın bir çalışma, renk bile kullanılmamış amacı doğrultusunda afiş çok zayıf kalmış.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma olmamış, bir defa tipografi çok kötü kullanılmış, tipografi olarak aktarılacak istenilen bir mesaj var görsel öğe olarak başka bir şey yok, ama tipografi olarak da çok fazla hataları var. Harfleri tutan iplerin ne anlama geldiğini, hedef kitle algılayamaz zorluğu yaşayabilir. Festival kapsamında, Troia ve Çanakkale kapsamında mesajları yansıtan hiçbir şey yok görsel öğeler yetersiz kalmış durumda. Bilgiler çok eksik, tarih, genel bilgiler yetersiz kullanılmış. 48. Troia yazısından başka bir şey okunmuyor. Festival kapsamında çok eksikleri var, festivali yansıtan bir renk, imge, görsel yok. Tipografik açıdan zayıf, kullanılan font amacına uygun yok, bir kukla yansıması var panayır afişleri gibi. Festival kapsamında yetersiz bir görünümü var. Renk açısından da renk kullanılmamış, griye benzeyen bir renk var, siyah ile çok sıkıcı bir afiş tasarımı. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında bütünlük söz konusu ama, yine de amacına uygun değil afiş görevi görmüyor. Afişi izleyen kişinin festivale gitme konusunda istekli olacağını sanmıyorum, dikkat çekici bir çalışma değil.

A.5: Afiş tasarımı, amacına uygun değil, çünkü Troia yansıtan bir şey yok, barış, özgürlüğü veya festivali anlatan hiçbir şey yok. Görsel öğeler yetersiz, sadece tipografi olarak anlatılmaya çalışılmış, yalnız tipografi de eksik kalmış. Dikkat çekici bir afiş, diğerlerinden farklı olduğu için seçilmiş olabilir, festivali yansıtmıyor. Mesaj çok gizli, imge veya görsel öğeler yetersiz kalmış. Gizli bir mesaj havasında tasarlanmış. Sosyal hayata etkisi olur, bunu da dikkat çekici olduğu için başarır. Grafik tasarım ilkelerine uygun değil, çünkü afişin bir mesaj iletmesi gerekiyor, renkle, yazılarla, görsel öğelerle iletmesi gerekiyor bu afiş tasarımında çok yetersiz görsel öğe var sadece tipografi var, tipografi de başarılı sayılmaz, font amaca uygun değil. İlkeler kapsamında zayıf bir çalışma, bir bütünlük, denge veya tasarım açısından bir kompozisyon yok. Renkleri ise sadece tipografi okunsun diye kullanılmış. Afiş kendi başına dikkat çekici ama, amacı doğrultusunda eksikleri var daha iyi olabilirdi.

S.T.1: Afiş tasarımı amacına uygunluğu var ama hedef kitle açısından pek hoş algılanmaya bilir, çünkü dikkat çekici değil. Çok felsefi bir afiş tasarımı olmuş, entelektüel bir bakış açısı ile güçlü bir yorumla algılanabilir bir afiş tasarımı olmuş. Görsel öğeler yetersiz kalmış, genel olarak tipografi ile yansıtılmaya çalışan bir mesaj var, hedef kitleye hitap etmiyor. Verilmek istenilen mesaj zor algılanıyor, kısa ve öz değil algılanma zorluğu yaşıyor. Sanatçı bir kitle tarafından algılanabilir ama, genel olarak festivalin yapıldığı yöreye hitap eden bir çalışma değil. Farklı bir çalışma olduğu için seçilmiş olabilir, tipografi olarak fikir güzel ama bu tarasına pek yansımamış. Renk olarak festivali, barışı, özgürlüğü çağrıştıran bir renk yok, estetik bir çalışma değil. İlkeler kapsamında düzenli görünüyor ama afiş görevini yerine getirmiyor. İlkeler uygun değil bütünlük yaratılmaya, denge yaratılmaya çalışılmış ama tipografi kendi başına bunu başaramamış.

S.T.2: Afiş amacına uygun değil, çünkü; Barış, özgürlük, kültür veya Troia kapsamında pek bir şey ifade etmiyor. Görsel öğeler yetersiz, fikir olarak güzel bir çalışma olabilir farklı bir çalışma olabilir ama amacı doğrultusunda görevini tamamlamıyor. Altında yatan mesaj çok gizli kullanılmış tasarım anlamında verilmek istenilen mesaj net bir şekilde hedef kitleye aktarılmamış. Festival kapsamında yetersiz, festivali yansıtan bir renk, imge veya görsel öğeler yok ya da eksik. Tipografi kapsamında yetersiz kalmış. Hiyerarşik düzen oluşturulamamış, okunma sırası konusunda hataları var. Bir bütünlük ve denge var buda merkezi noktada tipografi ve illüstrasyon öğelerinin kullanımı sağlamış. Genel olarak amacına uygun bir çalışma değil, renk konusunda mesajı iletmek için bu renkleri kullanmış ama bir festival kapsamında renkler uygun değil. Daha renkli ve daha iyi olabilirdi.

S.T.3: Afiş tasarımı festival anlamında amacına uygun değil çünkü festivali yansıtan öğeler barındırmıyor. Barış, kültür, özgürlük, troia ve festival kapsamında çok yetersiz kalmış. Burada bir protez yaklaşım var duyuru değil mesaja farklı bir yaklaşım var, fikir güzel ama festival kapsamında uygun bir çalışma değil. Mesaj kapsamında tipografi çok net ama festival kapsamında yine yetersiz bir çalışma olmuş, eksiklikleri var. Görsel öğeler yetersiz, tipografi haricinde sadece tipografiyi taşıyan bir kukla görünümü var yetersiz kalmış. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir çünkü diğer afişlere nazaran daha farklı bir yaklaşım söz konusu. Eleştirel bir çalışma olmuş ilkeler kapsamında tipografi tasarımından başka bir şey yok ama ilkeler çerçevesinde bakacak olursak, çok fazla ilkeye sahip değil, hiyerarşisi düzgün, okunma zorluğu yaşıtmıyor, boşluk doluluk uygun, vurgu mesaja yapılmış genel olarak ilkelere uygun ama festival afişi konusunda amacın dışında bir çalışma olmuş. Renkli bir çalışma olabilirdi, renkler festivali, özgürlüğü, barışı çağrıştırmıyor. Dikkat çekici ve mesajı okutma konusunda kullanılan bir renk uyumu var genel olarak. Estetik kaygılar içerisinde yapılmış bir afiş, merak uyandırıcı bir çalışma.

S.T.4: Fikir kapsamında farklı bir çalışma ama, tipografi kapsamında mesajı net bir şekilde yansıtamamış. Görsel öğeler yetersiz kalmış. Mesaj zor algılanıyor sadece 48. Troia festivali yazısı var festivalin içeriği ya da festival kapsamında festivali yansıtan bir şey yok. Renkler çok durağan sıkıcı festivalin o hareketli halini yansıtmıyor. Barış, özgürlük, Troia ve festival kapsamında çok fazla eksiği var. Sadece mesaj kapsamında bir çalışma yapılmış, farklı bir çalışma ama fikir yine tasarım anlamında yetersiz kalmış durumda. Hedef kitleyi festivale çekme konusunda yetersiz kalabilir. Kitleye hitap etmiyor sadece tipografi ile festival izlenimi iletmiyor. Grafik tasarım ilkelerine uygun değil, hiyerarşik düzeni yok, 48 yazısı ilk olarak okunuyor tamam 48. Festival olabilir ama yine de amacına uygun değil. Bütünlük eksik kalmış, oran orantısı uygun değil, dengeli bir çalışma olmamış kullanılan alan konusunda kendi içerisinde yetersiz kalmış. Mesaja vurgu yapılmaya çalışılmış ama oda yetersiz kalmış.

S.T.5 Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun değil, mesaj kapsamında Troia festivali kurgulanmış ama, bir panayır kapsamında olsa başarılı olabilirdi ama festival kapsamında yetersiz kalmış. Barış, özgürlük ve troia kapsamında görsel öğeler yetersiz, mesaj net bir şekilde ifade edilmemiş. Tipografi haricinde başka bir görsel unsur yok, renk kapsamında yine festivali yansıtan hiçbir şey yok. Hedef kitleye yönelik festivali bilen kişilere hitap ediyor ama Uluslararası anlamda festivali bilmeyen biri tarafından algılanamayabilir, dikkat çekici değil festival kapsamında yetersiz. Farklı bir çalışma ama amacı konusunda pek hedef kitleye hitap etmiyor. İlkeler kapsamında yeterli derecede değil, yazının konumlandırılması yanlış afişin üst alt dengesi hatalı, dengeli bir çalışma olmamış. Mesaj kapsamında bir vurgu söz konusu, Troia okunuyor ama onun haricinde pek bir şey ifade etmiyor. Festivali yansıtan bir renk veya imge çalışmada yer almıyor. Renk konusunda açık koyu dengesi var bir renk kullanmamış, sadece mesajı okutmak için kullanılmış, estetik bir çalışma olmamış.

4.4.1. 2011 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili

Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

48. Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel olarak ortak görüşleri şu şekildedir; A1 afiş tasarımının genel olarak ilkelere uygun, bir merkezi kompozisyon, bir simetrik denge ve yalın bir dil söz konusu diyerek görüşlerini belirtmektedir. Afişin genel olarak festivali tanıtmaya, duyurma anlamında başarısız bir afiş olduğunu dile getirmektedir. A2 afişin genel ilkeler kapsamında dengeli, bütünlük içerisinde bir kompozisyonun olduğunu dile getirirken, mesaj kapsamında da net bir mesaj verdiğini, yalnız festival kapsamında eksik kaldığını düşünmektedir. A3 ve A4 afişin genel anlamda ilkelere uygun olmadığını, imgeleri ya da tipografik öğeleri merkeze yerleştirmenin hiçbir anlam taşımadığını, amaç doğrultusunda kaygılarının bulunmadığını dile getirmektedirler. A5 ise afiş tasarımının herhangi bir grafik tasarım ilkesine uygun olmadığını tipografinin

etkisiz kaldığını, görsel öğelerin hiçbir şekilde festival ya da Troia kapsamında etkisinin bulunmadığını dile getirerek, afiş işlevini yerine getirmediğini savunmaktadır. Afişin sıradan bir fikir ile bir kukla izlenimi vererek, sadece 48.Troia Festivali yazısından başka bir imgenin bulunmamasının afişin festival kapsamında yetersiz kalabileceğini dile getirmektedir. ST1 afiş tasarımının düzenli bir tipografik kompozisyona sahip olduğunu, ilkeler kapsamında bir bütünlük yaratma içerisinde bulunduğunu yalnız afişte dengenin bulunmamasının bütün ilkelerin geri planda kaldığını dile getirmektedir. Afişin festival kapsamında tipografisinin ve görsel imgelerinin eksik kaldığını düşünmektedir. ST2 ve ST3 afişin tasarım anlamında ilkelere az da olsa uygunluğunu şu şekilde dile getirmektedirler; afişin genel anlamda bir bütünlüğünün, bir dengenin bulunduğunu söyleyerek başka bir ilkeye sahip olmadığı görüşündedirler. Afişin genel anlamda hiyerarşik düzeninin bulunmaması, sadece tipografiden ibaret olmasının festival kapsamında yetersiz kaldığını, tasarım anlamında afişin işlevinin bulunmadığını dile getirmektedirler. ST4 ve ST5 afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını dile getirerek afişte 48 yazısının ilk olarak göze çarptığını söylemektedirler. Afişte hiyerarşik bir düzenin bulunmadığını, bütünlüğün dengenin ve oran orantısının bulunmadığını düşünmektedirler. Yazının konumlandırılmasının hatalı olmasının, festival kapsamında bir imgenin bulunmamasının, afişin yarışma kapsamındaki amacının dışında bir tasarım olduğunu savunmaktadırlar.

A1, A2, A3, A4 ve A5 afişte kullanılan renklerin soluk renkler olduğunu, hatta afişte bir rengin kullanılmadığını dile getirmektedirler. Kontrastlık anlamında sadece siyah ve griye dönük bir beyaz tonunun ve bu tonlarında bir renk olmadığını savunmaktadırlar. Afişin renk anlamında bir sadeliği ve tipografiyi okutsun diye seçildiğini belirtmektedirler. Afişte kullanılan renklerin barış, özgürlük, Çanakkale, Troia kapsamında alakasız renkler olduğunu ve bu değerleri temsil etmediğini dile getirerek, Troia Festivali kapsamında renklerin amacının dışında tercih edildiğini düşünmektedirler. ST1, ST2, ST3, ST4 ve ST5 afişte kullanılan genel renklerin mesaj okutma kapsamında tercih edildiğini dile getirmektedirler. Festival kapsamında afişin yetersiz kaldığını, festival kapsamında renklerin alakasız ve yanlış tercih edildiğini düşünmektedirler. Afiş tasarımının işlevleri arasında, bir şeyi duyurma, tanıtmaya adı altında bu afiş tasarımının sadece tipografik olarak mesaj verdiğini, festival kapsamında bir içeriğe, imgeye sahip olmadığını, ilk akla gelen tasarım fikri olarak afiş hakkında görüşlerini belirtmektedirler. Yarışma kapsamında afişin festival afişi olduğunun anlaşılmadığını, üzerinde herhangi bir mesajı, imgeyi veya bir amaç doğrultusunda hazırlanmadığını dile getirerek, renklerin daha canlı ve çekici olması sonucunda bir festival edasıyla mesajı ileteceği başka bir görüş olarak karşımıza çıkmaktadır. 48. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel görüşler yukarıda yer almaktadır. Bu genel yorumlardan çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak Uluslararası düzeyde afiş işlevini yerine getirmediği ve festival izlenimi taşımadığı genel görüşlerdendir. Uluslararası Troia Festivali

kapsamında, festivalin konusunun; barış, özgürlük kültürel değerler ve Çanakkale olduğunu göz önünde bulundurarak afiş tasarımında bu özellikleri taşıyan bir imgenin, rengin, formun veya başka bir ifadenin yer almamasının afiş tasarımı tamamen amacın dışında tasarlandığını görmekteyiz. Bir Uluslararası festival afişinin, renklerinin bütün kültürlerle göre düşünülmesi ve festivalin içeriğine yönelik imgeler, formlar taşınması gerekmektedir.

Genel olarak akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların 48. Uluslararası Troia Festivali afişi hakkında görüşlerini göz önünde bulundurarak afişin genel olarak etkisiz olduğunu belirtebiliriz. Afişin grafik tasarım anlamında algılanma problemlerinin bulunması, sadece bir tipografiden ibaret olmasının, afişin üzerinde taşıdığı mesajlar kapsamında eksik olduğunu görmekteyiz. Afişin merkezi noktaya yerleştirilmiş bir tipografi haricinde bir etkisinin bulunmaması, hiyerarşik düzen, bütünlük, denge ve oran orantı kapsamında yanlış ve hatalı olduğu genel görüşlerdendir. Tipografi kapsamında bir imgenin bulunması tasarım olarak olumlu sonuçlar doğurmaya bilir, festivali yansıtmaması anlamında tipografi kendi başına bu görevi üstlenemeyebilir. Renk konusunda tercihlerin daha iyi yapılması, bir nevi mesajı okutmanın dışında festivale yönelik bir gönderme yapması durumunda daha amaca uygun bir tercih olabilirdi. Afişte büyük tipografik problemin olduğu ve bu problemin en büyük nedeninin seçilen yazı fontunun sebep olduğunu dile getirerek, tipografide yer alan espasların, harf aralıklarının, font kalınlığının ve yerleşiminin amacın dışında ve hatalı kullanıldığını düşünmektedirler. Afiş tasarımı genel olarak büyük grafik tasarım problemlerini üzerinde barındırmaktadır, her ne kadar öğrenciye ait bir fikir olsa da bu fikrin bir festival edasında kurgulanması, kompozisyon haline getirilmesi, renklerin amaca uygun seçilmesi ve mesajın hedef kitleye net bir şekilde iletilmesi durumunda daha amaca uygun bir hale getirilebilirdi. Bu bağlamda genel yorumları göz önünde bulundurarak bu afiş tasarımının amacın dışında tasarlandığını söyleyebiliriz.

4.5. 2012 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 96: “49. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkaletravel.com/haber/49-troia-festivalinin-afisi-belirlendi-.html/> E.T. 21.05.2018

49. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Refik YALUR

Okulu: Kocaeli Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: 2010 Yılı Mezun

SEÇİCİ KURUL

- 1- Remzi YİĞİT (Çanakkale Belediyesi Başkan Danışmanı)
- 2- Dr. Öğr. Üyesi Seyhan BOZTEPE (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 3- Dr. Öğr. Üyesi Didem ÇATAL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 4- Ali AKDAMAR (GMK Üyesi / Grafik Tasarımcı)
- 5- Enver YILMAZ (Troia- Tübingen Vakfı Başkanı)
- 6- Turgut ERENTÜRK (GMK / Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı)
- 7- Doç. Dr. Namık Kemal SARIKAVAK (Hacettepe Üniversitesi / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Bölümü / Öğretim Üyesi / GMK Üyesi)

49. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Afiş tasarımında genel olarak anatomi yanlış, atın duruşu, gözü ve kuş tüyü formu ile at formu hatalı görünüyor, silueti bir at görünümü vermiyor. Daha iyi olabilirdi tam olarak bir Troia atı izlenimi bırakmıyor, daha ince ayrıntıya girilip güzel bir görünüm sağlanabilirdi. Troia atını çağrıştırma konusunda başarısız olmuş, daha iyi olabilirdi. Bütünlük içerisinde bir afiş tasarımı olmuş, renkleri amacına uygun, festivali yansıtıyor. Tamamen amaca uygun bir çalışma, profesyonel bir görünümü var. Tipografisi ve okunurluğu güzel. Çok az hatası var bilerek bırakılmış olabilir. Dengeli bütünlük içerisinde bir çalışma. Hiyerarşik düzeni güzel, okunma sırası doğru yapılmış, Gestalt kuralına uygun. Hareketli bir afiş festivali yansıtıyor, renklerinin canlı olması dikkati çekiyor, hedef kitleye yönelik bir çalışma. Estetik kaygılar içerisinde yapılmış başarılı bir çalışma. Okunurluğu net, mesajı akılda kalıcı kılıyor gayet güzel bir çalışma olmuş.

A.2: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun, güvercin tüyü, beyaz oluşu barışı ve özgürlüğü yansıtıyor. Atın formu hatalı ama, Troia atını tam olarak yansıtmıyor, fikir olarak güzel gayet amacına uygun. Lekesi güzel, görsel öğeleri yeterli, Troia, festival ve barış konusunda festivale uygun bir afiş tasarımı. Mesajı kısa ve net bir şekilde iletiyor. Hiyerarşik düzeni doğru, algılanma konusunda bütün

mesajları tek tek yansıtıyor. Hedef kitleyi festivale çekebilir, ilgi çekici bir çalışma olmuş. Yalın bir tasarımı var, kısa ve öz bir şekilde kendisini ifade edebilmiş. Grafik tasarım ilkelerine uygun, tonları uygun, bütünlüğü güzel, dengeli bir çalışma, renk uyumu güzel. Oran orantısı uygun. Genel olarak grafik tasarım ilkelerine uyularak amaca uygun bir şekilde tasarlanmış. Estetik bir çalışma, akılda kalıcı ve dikkat çekici göze hitap ediyor.

A.3: Amacına uygun bir çalışma olmuş, Troia festivali denince akla ilk gelen Troia Atını yansıtıyor. Renk tercihi olarak doğru tercihler yapılmış, festival kapsamında yeterli ve göz alıcı tonlar kullanılmış. Biçimleme ve kurgulama kaygısı güvercin ve Troia ile bir arada kullanılması güzel bir izlenim bırakmakta. Tipografisi amaca uygun ve kendini okutma konusunda başarılı olmuş. Ufak tefek hataları bulunuyor, imgeleri daha özgür bırakılabilirdi, onun dışında gayet güzel. Görsel öğeleri yeterli, mesaj kısa ve net bir şekilde hedef kitleye iletiliyor. Afişteki renkler daha kontrast renklerle daha güçlü bir hale getirilebilirdi. Hedef kitlenin ilgisini, dikkatini çekebilir, akılda kalıcı ve amaca uygun bir çalışma. Tipografisi, renk ve kompozisyonu güzel bütünlük ve dengeli bir afiş tasarımı olmuş. Mesaja net bir şekilde vurgu söz konusu, dikkat çekmek için siyah renkte kullanılmış. Kurgusu güzel, at üzerinde biçimsel problemler bulunuyor ama genel olarak estetik göze hitap eden, dikkat çekici bir çalışma olmuş.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma, grafik tasarım düzeni olarak gayet düzenli bir çalışma, yalnız afiş tasarım üzerinde yer alan bilgiler eksik tarih, düzenleneceği yer ve hedef kitleye mesaj verme konusunda eksikleri bulunmakta sola ve sağa uzaklıkları hatalı dengeli olmamış. Hataları var genel olarak fikir olarak güzel, kompozisyonu ve kurgusu güzel. Hedef kitle ile çok fazla iletişim kuracağını düşünmüyorum çok fazla eksiği var. Festivali renkleri ve hareketli olması ile yansıtıyor ama daha farklı renklerle bu duyguyu daha fazla verebilirdi, kısmen eksiklikleri var. Görsel öğeler genel olarak yeterli. Grafik tasarım ilkelerine uygun değil, bütünlük bozulmuş, denge oran açısından uygun değil.

A.5: Afiş tasarımı, amacına uygun etkileyici bir çalışma, çarpıcı ve akılda kalıcı. Verilmek istenilen mesaj kısa ve anlaşılır, Troia atın figüründen, kuş kanadından ve afişte kullanılan beyaz renkten bunu kısaca anlayabiliyoruz. Troia, festival, özgürlük, barış kapsamında kuş ve renkleri ile her şey açık ve net ifade edilmiş. Görsel öğeler genel olarak yeterli, her şey yerli yerinde. Kırmızı zemin üzerine siyah ve beyaz renk kullanarak kontrastlık zıtlık oluşturulmuş dikkat çekiciliği arttırmış. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir çalışma şöyle ki; boşluk ve doluluk oranı güzel, oran orantısı doğru. Bütünlük içerisinde ve dengeli bir çalışma olmuş. Mesaja bir vurgu söz konusu buda tipografideki siyah renk ile sağlanmış. Estetik bir çalışma olmuş, dikkat çekici, akılda kalıcı ve amacına uygun hazırlanmış.

S.T.1: Afiş tasarımı amacına uygun profesyonel bir çalışma olmuş, tipografisi, imajı ve kurgusu ile fikir güzel bir şekilde ifade edilmiş. Renk olarak da barışı ve savaşı ifade ediyor. Festival kapsamında gayet amacına uygun hareketli renkli ve amacına uygun. Görsel öğeler yeterli, mesaj kısa ve net bir şekilde hedef kitleye hitap ediyor. Hedef kitleyi etkiler, ilgi uyandırır ve festivale çekebilir. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir çalışma, dengeli bir çalışma, sadece imajın çizimi biraz daha farklılaştırılarak tipografi merkeze alınabilirdi tipografide biraz hataları var yerleşim anlamında. Oran orantı bu anlamda bozulmuş görünüyor. Hiyerarşik düzeni gayet düzenli, okunma sırası doğru sıralı bir çalışma olmuş. Genel olarak oranlardaki düzenlemeler yapılırsa kusursuz bir hale gelebilir, ama genel olarak güzel bir çalışma olmuş. Festival kapsamında bir tat eksik, belki tonlama konusunda ufak tefek hatalar yer alıyor ama genel olarak amaca uygun diyebiliriz. Estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış, ilgi çekici hareketli bir çalışma.

S.T.2: Afiş tasarımı bence amacına uygun, şöyle ki; Troia atının andıran bir form ve özgürlük barış kapsamında bir kuş formu var ve bir bütünlük haline getirilerek amaca uygun hazırlanmış. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Görsel öğeler genel olarak yeterli, festival, özgürlük, troia, barış kapsamında her şeyi temsil eden bir çalışma olmuş. Hedef kitlenin dikkatini çekebilecek bir çalışma, mesajı net bir şekilde iletmek için renkler doğru kullanılmış, göze hitap ediyor çekici bir çalışma olmuş. Dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma var, oran orantı da ufak tefek hataları var ama pek göze batmıyor. Renk olarak mesaja bir vurgu söz konusu buda ön planda tutulmuş. 49. Yazısı tipografi anlamında farklı bir konumda olabilirdi. Renk olarak savaş, barış, özgürlük anlamında her şeyi temsil ediyor. Tipografinin siyah olması dikkat çekici olması için ön plana çıkmış. Festivali yansıtıyor, renk ve hareketlilik ile bu sağlanmış genel olarak estetik bir çalışma göze hitap ediyor.

S.T.3: Afiş tasarımı festival anlamında amacına uygun kurgulanmış, gerekli öğeleri barındırıyor. Mesaj kısa ve net bir şekilde vurgulanmış. Tüy dokusu güvercini andırıyor, Troia festivali kapsamında her şeyi temsil ediyor. Fikir olarak kurgusu gayet güzel. Görsel öğeleri yeterli her şeyi içerisinde barındırıyor. Profesyonel bir yaklaşım var, sektörde çalışan bir öğrenciye ait olduğunu düşünüyorum gayet başarılı bir çalışma olmuş. Hedef kitlenin dikkatini çekebilecek bir çalışma, renk ve hareketlilik anlamında amacına uygun, ilgi çekici bir çalışma festivale katılımın artışı sağlayabilir. Grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun ama tasarımın ortadan ikiye bölünmesi alt ve üstte boşluk bırakılmaması çok dolu görünüyor, algılama konusunda biraz problemleri var. Tipografi illüstrasyona değil de illüstrasyon tipografi ye uydurulmuş gibi görünüyor. Hiyerarşik düzeni hatalı olmuş. İmge çok vurgulu kullanılmış, negatif alanı gayet güzel görünüyor. Oran orantılı bir çalışma olmuş. Festivali yansıtıyor, renk ve imge olarak ilgi çekici. Kırmızı beyaz uyumu ile festivali, milli duyguları, savaş ve barış anlamında her şeyi üzerinde barındıran bir çalışma olmuş. Tipografinin de siyah kullanımı da mesajı okutmayı kolaylaştırmak için kullanılmış.

S.T.4: Amacına uygun bir çalışma olmuş, daha anlaşılır okunurluğu, üzerinde taşıdığı mesajı net ve anlaşılır. Görsel öğeleri yeterli. Troia, özgürlük ve barış kapsamında renk ile de festivali ve mesajları imgeler ile ortaya çıkarmış durumda. İllüstrasyon olarak da amaca uygun güzel bir fikir var ortada, oran orantılı bir çalışma. Tipografinin siyah olması okunurluğu arttırıyor. Bütünlük ve denge içerisinde bir çalışma olmuş. Hedef kitlenin ilgisini, dikkatini çekebilir ilgi çekici bir çalışma olmuş. Yalın bir dili var, mesajı hızlı bir şekilde iletme konusunda başarılı bir çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkelerine uygun, leke değeri güzel, dengeli bir çalışma olmuş. Mesaja vurgu yapılmış. Simetrik bir denge söz konusu. Estetik bir çalışma, kuş ve troia atının bir bütün haline getirilmesi güzel bir fikir olarak ifade edebiliriz.

S.T.5 Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma, barış teması ile troia atının birleşimi göze hoş görünüyor. Festival kapsamında festivali çağrıştırıyor hareketli bir çalışma. İllüstrasyon güzel ama merak uyandırma konusunda sade bir yapısı var, sönük kalmış daha çarpıcı olabilirdi renk anlamında. Mesaj kısa ve net ama eksiklikleri var. Görsel öğeleri eksik kalmış, renk ve illüstrasyonun boyutu daha farklı boyutta olabilirdi. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekiyor bunu da renk ile sağlamakta. Grafik tasarım ilkelerine uygunluğu var boşluk doluluk dengesi var. Çizgi de bir ritim yakalamaya çalışılmış. Göz üzerinde geziyor, ilgi çekici bir çalışma olmuş. Tipografinin konumu daha farklı olabilirdi, tipografide hatalar görünüyor. Denge bu anlamda bozulmuş durumda görünüyor. Estetik bir çalışma diyebiliriz, hareketli olmuş. Renkler de kırmızı ilgi çekici troia savaşı ve beyaz da barış ve güvercinin özgürlük anlamındaki renkler olduğu için kullanılmış, festival kapsamında renkler yetersiz kalmış görünüyor.

4.5.1. 2012 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

49.Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri şöyledir; A1 afiş tasarımının bir bütünlük ve denge içerisinde olduğunu düşünmektedir. Afiş tasarımının genel olarak amaca uygun, profesyonel bir görünümü olduğunu dile getirerek, tipografisinin de okunurluğunun güzel olduğunu söylemektedir. Afiş tasarımında genel olarak at formunda problemler olduğunu söyleyen A1 ve A2 afişte genel olarak hiyerarşik düzenin düzgün olduğunu, okunma sırasının doğru yapıldığını dile getirmektedir. Afişte çok az hatanın bulunduğunu dile getirerek, Geşalt kuralına uygun bir çalışma olduğunu savunarak, estetik ve dikkat çekici bir çalışma olduğunu düşünmektedirler. A3 ve A5 afişin genel anlamda ilklere uygun bir çalışma olduğunu düşünmektedirler. Afişin kurgusunun, kompozisyonunun ve bütünlük içerisinde bir çalışma olduğunu dile getirerek, mesaj kapsamında bir vurgu yapıldığına da dikkat çekmektedirler. Afişte bir boşluk ve doluluğun düzgün ayarlanması, afişte oran orantının sağlanması, dengeli ve tipografisinin mesajı

okutma kapsamında siyah renkte tercih edilmesinin doğru olduğunu savunmaktadırlar. A4 ise afiş tasarımının genel olarak ilkelere uygun olmadığını dile getirmektedir, buna en büyük nedenin afiş üzerinde yer alan bilgilerin eksik olması, bütünlüğün sağlanamaması ve dengenin oran açısından afişte hatalı olduğunu düşünmektedir. ST1 ve ST3 afişin genel olarak ilkelere uygun olduğunu düşünmektedirler. Afişte oran orantı kapsamında bozukluk olduğunu, afişin ortadan ikiye bölünmesi kapsamında alt ve üst boşluk bırakılmamasının denge kapsamında olumsuz sonuçlar doğurduğunu dile getirmektedirler. Algılanma konusunda problemlili bir afiş olduğuna vurgu yaparak, tipografinin merkezi noktada olmamasının mesaj okutma kapsamında yeterli etkiyi yaratamadığına dikkat çekmektedirler. İmajın çiziminin biraz daha farklılaştırılarak, tipografi ile bir bütün haline getirilmesi bir diğer düşüncedir. Tipografinin illüstrasyona değil, illüstrasyonun tipografiye uydurulduğunu düşünerek, hiyerarşik düzenin, mesajın algılanma konusunda afişteki bilgilerin okunma sırasının hatalı olduğunu vurgulamaktadırlar. ST2, ST4 ve ST5 ise afiş tasarımı hakkında bir bütünlüğün, dengenin ve boşluk doluluk anlamında oran orantının olduğunu dile getirmektedirler. ST5 afiş tasarımında tipografi kapsamında yerleşiminin, konumunun hatalı olduğunu ve bunun sonucu olarak dengenin bozulduğunu söylemektedir. ST2 afiş tasarımının oran orantı kapsamında ufak tefek hatalar bulunduğunu ve bu hataların pek göze batmadığını, tipografinin farklı bir konumda olmasının oran orantı kapsamında problemlerin çözümü olacağını dile getirmektedir. ST4 afiş tasarımının yalın bir dili olduğunu ve bu sayede mesajı hızlı bir şekilde ilettiğini düşünmektedir. Afişteki leke değerinin güzel olması, mesaj kapsamında bir vurgu yapıldığını, simetrik bir denge söz konusu olduğunu dile getirmektedir.

A1 ve A2 afiş tasarımında kullanılan renklerin canlı olmasının dikkat çekiciliğini arttırdığını, hedef kitleyi harekete geçirme ilgisini çekmek için kırmızı tonun kullanıldığını ve tipografinin siyah olmasının mesajı iletme konusunda bir tercih olduğunu ve beyaz, kırmızı uyumunun festivali yansıttığını dile getirmektedirler. A3 afişte kullanılan renklerin daha kontrast renklerle güçlü bir hale getirilebileceğini dile getirerek, farklı bir renk türünün festival kapsamında etkiyi arttıracığını düşünmektedir. A4 festival kapsamında afiş tasarımının biraz etkisiz olduğunu düşünmektedir, festivali azda olsa yansıttığını yalnız farklı bir renk tonunun, renk uyumunun festival duygusunu daha fazla verebileceğini düşünmektedir. Bunun sonucunda az da olsa afiş tasarımında festival havasının olmadığını dile getirmektedir. A5 afiş tasarımında kullanılan kırmızı zeminin siyah ve beyaz renk kullanılarak kontrastlık, zıtlık oluşturulduğunu ve bu sayede dikkat çekiciliğin arttığını savunmaktadır. Festival kapsamında renklerin daha iyi olabileceği konusunda da ithamda bulunmaktadır. ST2, ST3, ST4 ve ST5 afiş tasarımında kullanılan renklerin savaş, barış, özgürlük anlamında bütün mesajları üzerinde taşıdığını savunmaktadırlar. ST3 afiş tasarımındaki renklerin, kırmızı, beyaz ve siyahın uyumlu olduğunu, festivali, milli duyguları ve barış anlamında her şeyi üzerinde barındıran bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. ST2 afişteki

renklerin festivali yansıttığını, renk ve hareketlilik ile bir estetik hava yaratıldığını ve tipografide kullanılan rengin dikkat çekici olmasının doğru tercih olduğunu düşünmektedir. ST1 ve ST5 afişteki renklerin uyumlu olduğunu, tonların daha iyi olabileceğini, kırmızı ile ilgi çekici Troia savaşını, beyaz renkte barış ve güvercinin özgürlük anlamları taşıdığını yalnız festival kapsamında bir eksiklik olduğunu, festival tadının renk anlamında yetersiz kaldığını dile getirmektedirler.

49.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel görüşler yukarıda yer almaktadır. Bu genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak amaca uygun bir şekilde kurgulandığıdır. Afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu, genel görüşler kapsamında ifade edebiliriz. Afişin genel yapısında bütünlüğün dengenin, boşluk ve doluluğun, oran ve orantının, hiyerarşik düzene uygunluğunun ve mesaj kapsamında bir vurgunun yapıldığı genel olarak ortak görüşlerdendir. Bu genel ilkeler kapsamında afiş tasarımındaki mesajın hedef kitleye iletilmesi konusunda başarılı bir çalışma olduğunu görmekteyiz. Hiyerarşik düzenin, algılanma ve okunma sırasının doğru olması, mesajı iletme konusunda etkili bir çalışma olması afiş görevini yerine getirmektedir. Afişte kullanılan imgelerin, Troia tarihi, barış ve özgürlük kapsamında yeterli olduğu, yalnız festival kapsamında afişte bir heyecanın bulunmaması büyük eksikliklerdendir. Festival kapsamında afişin etkisiz veya yetersiz olmasının en büyük sebebinin afişte kullanılan renk olduğu görülmektedir. Genel olarak akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların renk konusunda sadece mesajı okutma ve imgeleri ön planda tutma kapsamında tercih edildiği ortak görüşlerdendir. Afişte bir gökkuşağı, bir hareketlilik, bir çekicilik anlamında renklerin olması afişin mesajının daha etkili, festival afişi kapsamında daha başarılı bir çalışma olacağı düşünülmektedir. Afişte yer alan tipografinin yerleşiminin, konumunun hatalı olduğu, afiş üzerindeki kuş ve at formunun okunmasının engellendiği ve genel formun ortadan bölünmesinin problemlili olduğu ortak görüşlerdendir. Bu bağlamda afişte ufak tefek problemlerin, renk ve yerleşimden ibaret olduğunu söyleyebiliriz. Afiş üzerinde yer alan bilgilerin, tarih, mekân ve Uluslararası düzeyde yetersiz kaldığı görülmektedir. Afiş tasarımının genel tasarım dilinin amaca uygun olması, tipografi ve renk haricinde afişte bir problemin bulunmaması, festivali tanıtmada konusunda renklerin yetersiz kalması, yalnız afişteki renklerinde mesajı okutma kapsamında doğruluk payının olması ve bağlamda afişin başarılı bir çalışma olduğu ortak görüşlerdendir. Afişin genel fikrinin ve genel tasarım dilinin amaca uygun olması afişin görevini yerine getirmesi afiş amaç doğrultusunda başarılı kılmaktadır.

4.6. 2013 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 97: “50. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/2358/50-uluslararasi-troia-festivali-afisi-belli-oldu/> E.T. 21.05.2018

50. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Erhan YALUR

Okulu: Kocaeli Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: Mezun

SEÇİCİ KURUL

- 1- Remzi YİĞİT (Çanakkale Belediyesi Başkan Danışmanı)
- 2- Enver YILMAZ (Troia- Tübingen Vakfı Başkanı)
- 3- Dr. Öğr. Üyesi Didem ÇATAL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Görevlisi)
- 4- Ezgi ARIDURU (ÇOMÜ / Öğretim Görevlisi)
- 5- Turgut ERENTÜRK (GMK / YEKON Üyesi)
- 6- Rauf KÖSEMEN (Kültür Üniversitesi / Öğretim Görevlisi)
- 7- Mahmut SOYER (Yeditepe Üniversitesi / Öğretim Görevlisi)

50. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Beyaz alanı tasarımında hata var, öyle bir şekilde bu fikir ayarlanmalıydı ki, 50 harfi ile kuş bir araya gelmeliydi O harfi üzerine düşüyor tasarımı bozmuş. Fikir olarak güzel ama beyaz alan tasarımı hatalı. Barışı andırıyor ama, Troia atını, tarihini andıran bir şey yok. 50. Yıl afişi ama sonuçta Troia festivali ama temsil ettiği imgeler eksik. Afişin genel hali sade, yalın güzel renk olarak da gayet güzel ama, beyaz kullanımı hatalı görünüyor. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir, festival kapsamında tipografiyi kapattığımız zaman 50 yazısından başka bir şey görünmüyor. 50.yıl olduğu belirtilmiş ama, Troia kapsamında eksik, güvercinin duruşu ve görünümü hatalı. Bütünlük söz konusu, dengeli bir çalışma, beyaz ve mavi, Çanakkale, barış ve özgürlük kapsamında renk uyumu, kontrastı güzel sade bir çalışma olmuş. Festival kapsamında festivali yansıtmıyor. 50.yıla vurgu yapmak için siyah kullanılmış, tipografi olarak fontu güzel, profesyonel bir tasarım ama beyaz kullanımında hatalar var.

A.2: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun, bir defa çok güzel bir kompozisyon var, bakan bir kişi direk olarak mesajı alıyor. Net bir mesaj var, kısa ve anlaşılır bir çalışma. Gözü yormuyor, 50.yıl yazısı güzel okunuyor, kurgusu güzel güvercin barışa bir vurgu söz konusu. Kaligrafik bir tadı da var, festival kapsamında amacına uygun olmuş. Gök yüzüne yükseliş gibi, mavi fon gök yüzü, festival ve Çanakkale ye gönderme yapıyor. 50.yılda ki 5 rakamında atın kafasına

benzetilmiş orda bir soyut görünüm var. Troia tipografik olarak verilmiş, 50.yıl afişi olarak gayet amacına uygun bir çalışma, espasları güzel. Hiyerarşik düzeni uygun. Dengeli bir çalışma, bütünlük var, oran orantısı güzel, göze hitap ediyor. Estetik bir kaygı ile yapılmış, dikkat çekici ve farklı gayet güzel tasarlanmış.

A.3: Genel olarak afiş tasarımında bir renk problemi var, diğer afişlerde de olduğu gibi sıradan bir renk tonu kullanılmış, tamam renk uyumu var, bir bütünlük söz konusu ama, Uluslararası anlamda bu renkler aynı şeyleri mi ifade ediyor bu beni biraz düşündürüyor. Troia tarihine dayalı olarak bir kompozisyon, renk olmalıydı. Tarihi bir izlenimi yok. 50.yıla özgü bir çalışma olabilir ama, tipografiyi kapatınca herhangi bir festivalin 50. Yılı da olabilir sıradan bir çalışma olmuş. Amacı doğrultusunda güvercin barış sembolü haricinde yetersiz. Verilmek istenilen mesaj pek anlaşılmıyor, görsel öğeler eksik kalmış. Kompozisyon olarak imgesel yanı zayıf, fikir olarak güzel olabilir ama etkisiz kalmış. Grafik tasarım ilkelerine baktığımız zaman dengeli, bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Ama afiş görevini tamamlamıyor, zayıf kalmış. Renk olarak da önceli yıllara bağlı kalınmış, sıradan ve basit, festival afişi anlamında festivali çağrıştıran hiçbir imge, renk, form yok. Dikkat çekiyor ama amacı doğrultusunda çok fazla eksiği var.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun değil, hangi 50.yıl afişi üzerinde tarih yok, Troia tarihi mi, festival tarihimi belirsiz, bu nedenle Uluslararası Troia festivali kapsamında eksiklikleri var. Afişte yer alan bilgiler eksik, tarih yok, yer ve alan yok. Nerede olduğu belirsiz. Dengeli bir çalışma, tipografisi güzel ama hedef kitle kapsamında verilmek istenilen bilgiler eksik. Uluslararası festival kapsamında, eksik kalmış, etkisiz görünüyor. Slogan yazıyor evet ama, başka bir dil de yazılması gerekirdi. Afiş görevini görmüyor, tasarım anlamında tamam istenilen mesajı, görevi vardır ama kompozisyonu hatalı görünüyor. Troia atını andıran bir şey yok, sadece barış, özgürlük anlamında renk ve imgeler kullanılmış. Bu bağlamda afişin genelinde çok fazla eksik ve hatalı alanlar var. Festival kapsamında renkler yetersiz, festivalin içeriğine etkinliklerine gönderme yapan bir şey yok. Bu eksiklikleri haricinde genel olarak güzel görünüyor. Uluslararası anlamda yetersiz bir çalışma olmuş.

A.5: Afiş tasarımı, amacına uygun etkileyici bir çalışma, çarpıcı ve akılda kalıcı. Verilmek istenilen mesaj kısa ve anlaşılır. Barış, güven, huzur, özgürlük anlamında her şeyi ifade etmiş. 50.yıla özel bir afiş tasarımı olmuş. Troiayı yansıtıyor, tipografi anlamında festivali yansıtıyor. Barış olarak güvercin kullanılmış, 50 ile bir bütün haline getirilmiş, 50.yıl kutlamaları anlamında amaca uygun. Troiayı yansıtan bir imge yok, belki o yıl sadece 50. Yıl üzerinde durulduğu için olabilir. Tabi oda olsa daha güzel olabilirdi. Hedef kitleyi festivale çeker, dikkat çekici, akılda kalıcı amaca uygun. Grafik tasarım ilkelerine uygun, oran orantılı bir çalışma, dengeli bir çalışma, bütünlük içerisinde. Mesaja bir vurgu söz konusu 50.yıl siyah kullanılarak vurgu yapılmış. Afişin genelinde hizalama ve oran orantı baskın kullanılmış. Renk olarak, mavi güven, beyaz barış rengi, siyah da

dengelemek için kullanılmış, zıtlık anlamında. Festivali yansıtan bir hareketliliği var, 50. Demesi yani o yıla özgün festival olduğunu belirtiyor.

S.T.1: Afiş tasarımı amacına uygun ama, imajlardan kaynaklı mesaj da eksiklikler var. Troiayı yansıtan herhangi bir imge yok. Barışı yansıtıyor ama festival kapsamında, Troiayı geri plana atmamak gerekiyor. 50. Yıl afişi olabilir ama bu Troiayı kullanmamayı gerektirmiyor. Görsel öğeler yetersiz kalmış, festival kapsamında eksiklikleri var. Bütünlük söz konusu, dengeli bir çalışma olmuş, hedef kitlenin dikkatini çeker, ilgi çekici bir afiş tasarımı olmuş. Renk konusunda doğru tercihler yapılmış, kompozisyonu düzgün. Grafik tasarım ilkelerine uygun görünüyor ama, eksiklikleri var, Troia arka planda olması, festival anlamında renk eksik durağan bir renk var. Tipografisi güzel bir çalışma ama ufak tefek eksiklikleri var. Mesaja bir vurgu yapılmış, bunu da illüstrasyon ve siyah renkle 50.yıl üzerine dikkat çekilmiş. Genel olarak estetik, göze hitap ediyor, daha iyi olabilirdi.

S.T.2: Afiş tasarımı bence amacına uygun, şöyle ki; 50.yıl a özel bir anlam yüklenmiş. İllüstrasyon olarak da gayet güzel bir çalışma olmuş. Troiayı yansıtan bir imge yok, belki 5 rakamında Troia atına gönderme yapılmış ama yine de amaca uygun hazırlanmış. Barış, özgürlük anlamında her şeyi yansıtıyor. Troia adına bence bir imge kullanılabilirdi. Tipografiyi kapatınca, 50. Yazısını sade düşündüğümüzde herhangi bir festivalin 50.yılı olabilir. Bölgede yaşayan kitleye yönelik amaca uygun ama, Uluslararası anlamda eksiklikleri var, görsel öğeleri eksik. Grafik tasarım ilkelerine uygun, bütünlük ve dengeli bir çalışma olmuş. Mesaja bir vurgu söz konusu. Üstten aşağı tipografiye yönlendirme yapılmış. Oran orantısı ön planda dolu bir afiş tasarımı olmuş, hatalı kullanımı yok gayet yalın bir afiş tasarımı. Renk anlamında barış, özgürlük kapsamında mavi ve beyaz uyumu kullanılmış, mesajı ön planda tutmak için siyah renk kullanılmış. Festivali yansıtan herhangi bir şey yok, renk anlamında, görsel anlamda festivali yansıtan herhangi bir şey yok. Konu anlamında hataları var ama, grafik anlamında estetik bir çalışma dikkat çekici, merak uyandırıcı.

S.T.3: Afiş tasarımı genel festival duyurusu anlamında eksiklikleri var, Troiayı yansıtan herhangi bir şey yok, algılama anlamında hataları var. Mesaj kısa ve anlaşılır tipografi imge ile birleştirilerek 50.yıla vurgu yapılmış. Tipografik bir çalışma olmuş, görsel öğeler yeterli ama, Troiayı yansıtan herhangi bir imge yok bu büyük bir hata olmuş. Modern çizgileri barındırıyor, çok temiz bir çalışma olmuş. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir, merak uyandırıcı, akılda kalıcı ve ilgi çekici olduğu için festivale katılımı artırır. Grafik tasarım ilkelerine uygun olarak, tipografisi gayet uygun ama, Tipografi anlamında verilmek istenilen bilgiler eksik görünüyor, biraz kopukluk var, Bütünlüğün bozulmasına neden olmuş. Görsel imge biraz küçük olup tipografi yani genel bilgiler biraz yukarıda olabilirdi. Mesaja bir vurgu söz konusu olmuş. Siyah ile ön planda tutulmuş, 50. Yıla vurgu yapılmış ama diğer festival ve troia kapsamında her şeyi geri plana atmış. Festival kapsamında renkleri eksik kalmış, Troia festivali kapsamında daha iyi olabilirdi maalesef büyük bir eksik olarak karşımıza çıkıyor. Renk olarak mavi gökyüzü,

barış, özgürlük anlamında uygun, beyaz da güvercin ile doku ile uyum oluşturuyor. 50. Yılın siyah olması ilgiyi arttırmış ama festival anlamında eksik kalmış.

S.T.4: Amacına uygun bir çalışma olmuş, 50.yılı ön plana çıkarmış, bunu renk ve imgelerle sağlanmış. Mesaj kısa ve anlaşılır, barışın simgesi olarak güvercin var 50.yıl ile birleşimi gayet dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Görsel öğeler genel olarak yeterli olmuş, simetrik bir dengenin olması göze hitap ediyor. Troia kapsamında temsil eden görsel veya bir imge yok, artık bilindiği için gerek duyulmamış. Tipografi olarak troia yansıtılmaya çalışılmış, başarılı olmuş. Hedef kilenin dikkatini çekebilecek bir çalışma, ilgi çekici ve merak uyandırıcı bir çalışma olmuş. Simetrik ve asimetrik bir denge söz konusu kuşun duruşu ve 50 sayısının yönü anlamında gayet amaca uygun ve güzel bir çalışma. Bütünlük söz konusu, dengeli bir çalışma, vurgu mesaja yönelik yapılmış 50. Yıla özgü olarak siyah renk ile sağlanmış başarılı bir çalışma olmuş. Tipografisi güzel ve estetik bir çalışma. Festivali yansıtıyor, arka fonda kullanılan renk Çanakkale ve festivale gönderme yapıyor, gök yüzü izlenimi mavi renk ile sağlanmış.

S.T.5: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma, 50.yıl vurgusu, illüstrasyon ile işlenmiş, troia festivali ve barış mesajı güzel işlenmiş genel olarak amaca uygun bir çalışma. Görsel öğeler genel olarak yeterli seviyede, Troia ikinci planda kullanılmış bunun nedeni ise 50.yıl kutlamaları olduğu için. Barış festivali olarak bir yansıması var. Hedef kitleni ilgisini çekebilir, merak uyandırıcı ve akılda kalıcı bir çalışma. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında ilkelere uygun diyebiliriz, dengeli bir çalışma, bütünlüğü var. Hiyerarşik düzeni doğru, okunma sırası gayet başarılı. Açık koyuluk dengesi güzel. 50.yıl yazısının siyah kullanımı vurguyu arttırmak için kullanılmış. Mavi beyaz uyumu barışı, özgürlüğü yansıttığı için kullanılmış. Barış festivali olarak yansıtıyor ama troia festivali olarak yansıtılmıyor eksiklikleri var, tipografi metin kısmını kapattığımız zaman algılanması güç hale geliyor. Bunun dışında başarılı bir çalışma, daha iyi olabilirdi.

4.6.1. 2013 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili

Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

50.Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri şöyledir; A1, A2, A3 ve A5 afiş tasarımında genel olarak bütünlüğün, dengenin, renk uyumunun, oran orantının ve hiyerarşinin düzgün olduğunu dile getirmektedirler. A1 afiş tasarımını Troia kapsamında yetersiz bulmaktadır, barış kapsamında beyaz güvercin ve 50.yıla özgü bir çalışma olduğunu kabul ederek Troia kapsamında bir imgenin bulunmadığını dile getirerek, eksikliğine dikkat çekmektedir. A2 afiş tasarımında kaligrafik bir tadın olduğunu, festival kapsamında etkili bir çalışma olduğunu düşünmektedir. 50.yıl yazısında yer alan 5 rakamında Troia atının kafasına benzetildiğini ve orda soyut bir gönüm sağlandığını dile getirerek tipografik düzenin ve seçilen fontun mesaj okutma kapsamında doğru olduğunu savunmaktadır. A3 afiş tasarımının ilkelere uygun olduğunu düşünerek denge ve

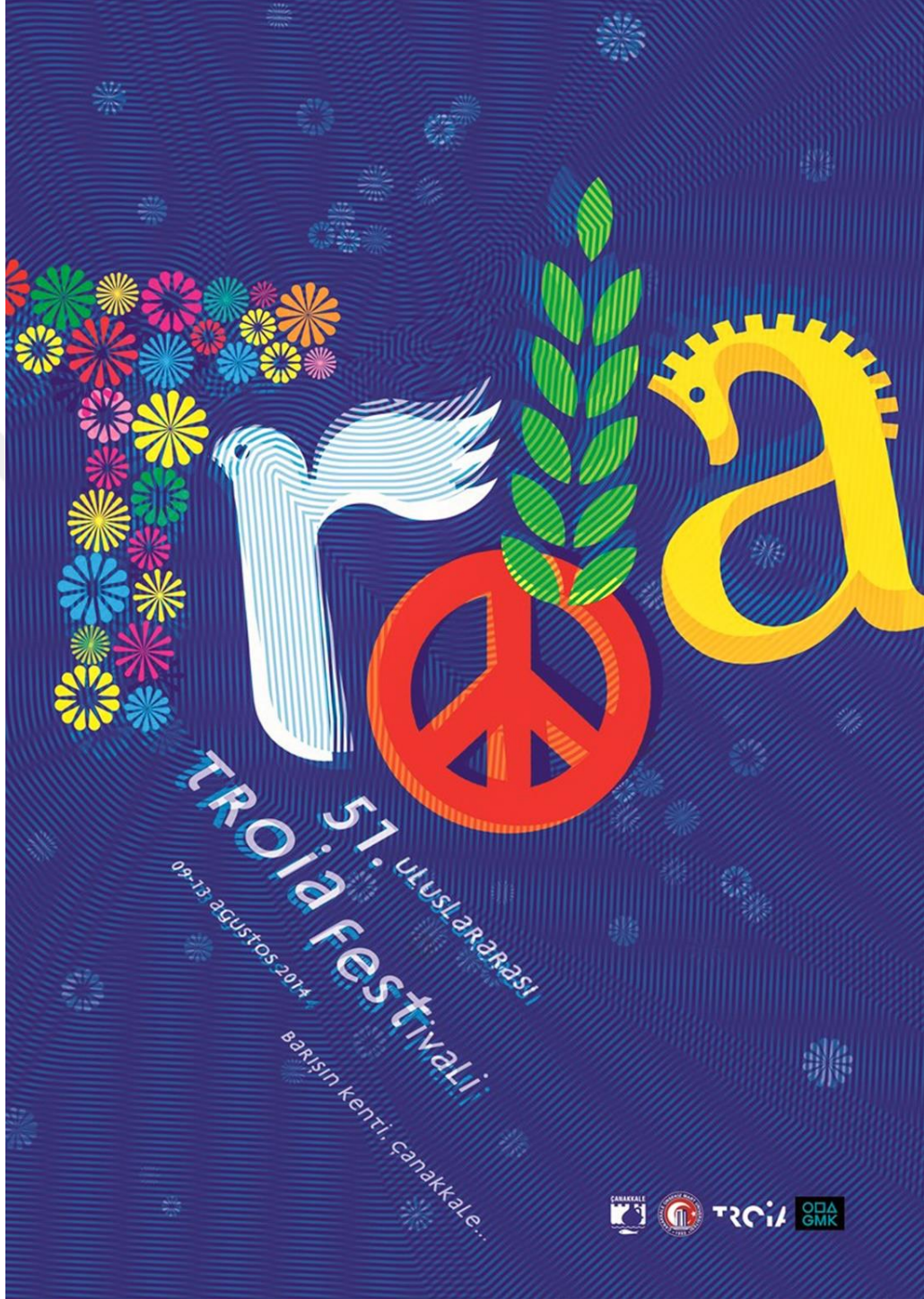
bütünlük söz konusu olduğunu düşünerek, afiş anlamında amaca uygun olmadığını, zayıf ve herhangi bir festivalin 50.yıl afişi gibi olduğunu dile getirmektedir. A5 afiş tasarımının grafik tasarım ilkelerine uygun ve afişte genel olarak hizalama ve oran orantının baskın, mesaj kapsamında 50.yılın siyah tercih edilmesinde, mesaja bir vurgu yapıldığını dile getirmektedir. A4 ise afiş tasarımıda yer alan bilgilerin eksik olduğunu, hedef kitle kapsamında verilmek istenilen mesajın yetersiz kaldığını, Uluslararası festival kapsamında etkisiz olduğunu dile getirmektedir. Afişin genel olarak dengeli, tipografisinin düzgün yalnız eksiklerinin olduğunu düşünerek, afişin görevini yerine getirmediğini savunmaktadır. ST1 afişte grafik tasarım ilkelerine uygunluğu söz konusu diyerek afişte birkaç eksikliğin olduğuna dikkat çekmektedir. Troia 'nın afişte geri planda olması, festival kapsamında etkisiz kalması ve tipografide ufak tefek hataların olduğunu düşünmektedir. Mesaj kapsamında bir vurgunun yapıldığını, bunu da illüstrasyon ve siyah renkle 50.yıl üzerine yapıldığını dile getirmektedir. ST2, ST3, ST4 ve ST5 afiş tasarımının genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu savunmaktadır. Afişte genel olarak dengenin, bütünlüğün, vurgunun, simetri ve asimetrisinin, kontrastın ve hiyerarşik düzenin, okunma ve algılanma sırasının düzgün olduğunu düşünmektedirler. ST2 afiş tasarımında yukarıdan, aşağı tipografiye bir yönlendirme yapıldığını, oran orantının ön planda dolu bir afiş tasarımı olduğunu, çok az hatanın ve sade bir tasarım olduğunu dile getirmektedir. ST3 afişte yer alan tipografide verilmek istenilen mesajın yani bilgilerin eksik olduğunu söylemektedir, afişte bir kopukluğun ve bütünlüğün bozulduğunu düşünmektedir. Görsel imgenin biraz küçük olup, tipografide yer alan mesajın ve genel bilgilerin biraz büyük ve yukarı alınmasının mesaj kapsamında daha amaca uygun bir çalışma olacağını dile getirmektedir. ST4 afişin diğer Troia afişlerine göre Troia tarihinin tipografik olarak işlendiğini ve bunun başarılı olduğunu savunmaktadır. Afişin genel olarak simetrik ve asimetrik bir dengenin olduğuna, bütünlüğün ve mesaj kapsamında bir vurgu söz konusu olduğuna dikkat çekmektedir. ST5 ise afiş tasarımının genel olarak ilkelere uygun, denge ve bütünlük anlamında afişin olması gereken düzende olduğundan söz ederek, hiyerarşik düzenin, okunma sırasının başarılı olduğunu dile getirmektedir. Afişin barış ve özgürlük kapsamında mesajları taşıdığını yalnız Troia kapsamında bir mesajı ve imgeyi içerisinde barındırmadığını düşünmektedir.

A1 afiş tasarımında kullanılan renklerin beyaz ve mavinin Çanakkale, barış ve özgürlük kapsamında renk uyumunun, kontrastının güzel sade bir çalışma olduğunu düşünmektedir. Yalnız afişte kullanılan renklerin festival kapsamında festivali yansıtmadığını sadece 50.yıla vurgu yapmak için, mesajı okutmak için siyah renk tercihi yapıldığına dikkat çekmektedir. Afişin genel olarak profesyonel olduğunu, ufak tefek hataların yanı sıra renk anlamında yetersiz kaldığını ve beyaz kullanımında hataların bulunduğunu dile getirmektedir. A2 afiş tasarımının festival kapsamında amaca uygun, gök yüzüne yükseliş gibi bir mavi fon kullanımının, festival ve Çanakkale'ye gönderme yaptığını düşünmektedir. A3 afişteki renklerin daha öncelik yıllara bağlı kaldığını, sıradan ve basit olduğunu, festival kapsamında afişin yetersiz kaldığını ve renklerin sadece mesajı okutmak için kullanıldığını dile

getirmektedir. A4 afiş tasarımının genel anlamda eksikliklerinin bulunduğunu, renk konusunda uyumun güzel, yalnız festival kapsamında dikkat çekiciliğinin bulunmadığını, festival heyecanını yansıtmadığını düşünmektedir. A5 renklerin genel anlamda durağan olduğunu, festival kapsamında heyecanın bulunmadığını ve bu bağlamda afişteki renklerin yetersiz kaldığını savunmaktadır. ST1 afişte kullanılan renklerin kontrastlık yaratmak için tercih edildiğini, barış ve savaş mesajlarının dışında bir mesaj taşımadığını ve festival kapsamında yetersiz kalabileceğini dile getirmektedir. ST2, ST3 ve ST5 afişin genel olarak renklerinin barışı, troia tarihini, gökyüzünü ve özgürlüğü yansıttığını düşünmektedirler. Mavi ve beyaz uyumunun kullanılması, mesajı ön planda tutmak içinde siyah kullanıldığına dikkat çekerek, afişte kullanılan renklerin festival kapsamında yetersiz kalacağını savunmaktadırlar. ST5 ise afişte kullanılan renklerin kontrast ve amaca uygun tercih edildiğini, mavi beyaz uyumunun barışı, özgürlüğü yansıttığını düşünerek Çanakkale ve Troia Festivali kapsamında mavi rengin baskın olduğuna dikkat çekmektedir.

50.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel görüşler yukarıda yer almaktadır. Bu genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak Troia Festivali'ni tanıtmaya kapsamında yetersiz kaldığıdır. Çünkü afiş tasarımında genel olarak Troia adına herhangi bir imge ve görsel bulunmamaktadır, sadece tipografi anlamında Troia Festivali'nin yazılması sadece bir mesaj işlevi görmektedir. Hedef kitle Troia denince akla ilk gelen o at figürünü, formunu görmek isteyecektir, bunun yanı sıra afişte festival namına bir rengin bulunmaması afişi yetersiz kılmaktadır. Beyaz, mavi ve siyah rengin kontrastlık, mesajı okutma dışında sadece barışı temsil ettiğini düşünürsek, festival kapsamında yapılan bu afiş tasarımının amaca uygun olmadığı sonucunu çıkarabiliriz. Afiş tasarımının genel olarak ortak görüşler sonucu ilkelere uygun olduğunu söyleyebiliriz. Afişin genel yapısında bütünlüğün dengenin, boşluk ve doluluğun, oran ve orantının, hiyerarşik düzene uygunluğunun ve mesaj kapsamında bir vurgunun yapıldığı ortak görüşlerdendir. Hiyerarşik düzenin, algılanma ve okunma sırasının doğru olması, mesajı iletme konusunda etkili bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Afişte yer alan bilgilerin eksik olması ve Uluslararası anlamda yabancı bir dile afişte yer verilmemesi, afişin hedef kitlesinin sadece Türkçe dil bilen kişiler olduğu düşünülmektedir. Afişte kullanılan imgelerin, barış, özgürlük ve 50.yıl konusunda yeterli, Troia ve festival kapsamında yetersiz kaldığı düşünülerek, afişin festival kapsamında bir heyecanının, hareketliliğinin bulunmaması büyük eksikliklerdendir. Festival kapsamında afişin etkisiz veya yetersiz olmasının en büyük sebebinin afişte tercih edilen renk olduğu düşünülerek afişin rengarenk ve ilgi çekici tonların kullanılması sonucunda afişin mesajının daha etkili, festival afişi kapsamında daha başarılı bir çalışma olacağı ortak görüşlerdendir. Bu bağlamda afiş grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun ama Uluslararası düzeyde festivali tanıtmaya ve duyurma konusunda etkisiz bir çalışma olduğu görülmektedir.

4.7. 2014 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 98: “51. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/3818/51-uluslararasi-troia-festivali-afisi-belli-oldu/E.T.21.05.2018>

51. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: İdil Dilan SOYER

Okulu: Işık Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: Mezun

SEÇİCİ KURUL

- 1- Enver YILMAZ (Troia- Tübingen Vakfı Başkanı)
- 2- Dr. Öğr. Üyesi Seyhan BOZTEPE (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 3- Dr. Öğr. Üyesi Didem ÇATAL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Görevlisi)
- 4- Savaş ÇEKİÇ (GMK Üyesi / Marmara Üniversitesi / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 5- Murat DORKİP (GMK Yönetim Kurulu Üyesi / Grafik Tasarımcı)
- 6- Turgut ERENTÜRK (GMK Üyesi / Grafik Tasarımcı)
- 7- Blagoy TOPRAKIDIS (Fotoğraf Sanatçısı)

51. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Figür zemin ilişkisi ve tipografi açısından güzel bir çalışma, amacına uygun. Tipografi ve görsel öğeleri bir bütün içerisinde gayet temiz bir çalışma. R harfinde yer alan güvercin içerisinde kaymalar var daha dikkat edilebilirdi. Çok fazla görsel öğe olmasına rağmen, rahatsız edici bir görünümü yok. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekici. Renk etkileşimi güzel, figür zemin ilişkisi güzel. Çok eleman olmasına rağmen yalın bir görünümü var çünkü zemin bütün tasarımı dengeli hale getirmiş. Nüans zemin içinde zenginleştirici ifadeler var, tonlaması güzel zenginlik anlamında, kaba görünmüyor çok estetik görünüyor. Profesyonel bir çalışma gibi duruyor, üzerinde uğraş gösterilmiş, sıradan bir fikir değil tipografi ile güzel bir çalışma. Akılda kalıcı, bütünlük ve denge içerisinde. Anlam, metafor ve bütün Gestalt kuramı var genel olarak güzel bir çalışma. Afişte kullanılan renk tercihleri festivali, özgürlüğü, barışı ve Çanakkale'yi temsil etmektedir, bu bağlamda afiş amacına uygun bir şekilde hazırlanmıştır.

A.2: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun, Troia festivalini yansıtıyor ama T harfinde problemler var Troia genelinde bir hareketlilik var, altta yer alan metinler daha düz olabilirdi. Mesajı, bilgileri okutma konusunda daha iyi olabilirdi. İllüstrasyon tat olarak güzel görünüyor, tipografisi düzgün. Görsel öğeleri yeterli,

mesajı kısa ve net bir şekilde iletiyor. Zevkli bir çalışma, afiş anlamında zayıf kısımları var. Bütünlüğü bozan imgeler var. Hedef kitleyi harekete geçirebilir, dikkat çekici, festivali yansıtıyor, dikkat çekici güzel bir çalışma. Background da yer alan renk tadında olmuş, lacivert oluşu Çanakkale'ye yönelik yapılmış olabilir. Genel olarak onlarca renk olmasına rağmen rahatsız edici bir yanı yok. Leke değeri güzel, grafik tasarım ilkelerine uygun. Bütünlük ve denge söz konusu, mesaj konusunda TROIA ya vurgu yapılmış. Hiyerarşik dengesi güzel, okunma sırası doğru ve genel anlamda estetik bir çalışma festivali tanıtma konusunda başarılı bir çalışma.

A.3: Amacına uygun bir çalışma olmamış çünkü birkaç sembolü kullanarak bir kompozisyon yaratmak pek etkili gelmiyor bana, etkisi zayıf bir çalışma. Troia ile hiçbir alakası yok çalışma genel olarak, ilk akla gelen fikirlerden biri olmuş. Genel olarak birkaç simgeden oluşan sıradan bir çalışma. Görsel öğeler yetersiz çünkü ilk akla gelen davranış biçimi ile hazırlanmış bir çalışma. Festival kapsamında renklerden, hareketlilikten dolayı belki hedef kitlenin dikkatini çekebilir ama başarılı olacağını sanmıyorum çünkü yarım kalmış bir çalışma. Çözümlememiş bir biçimlendirme davranışı var burada, yan yana istiflerken, kurguyu oluştururken estetik kaygı taşımamış üzerinde. Renk seçimleri doğru ama simgelerle ilişkilendirildiği zaman çok zayıf kalmış. Festivali yansıtmıyor çünkü o heyecan, çekicilik yok. Grafik tasarım ilkelerine uygun görünmüyor, grafik tasarımı çalışma üzerine sembolleri atmak ya da biçimleri serpiştirmek değildir. Bu yüzden bu afiş tasarımının ilkelere uygunluğu görünmüyor, çok karmaşık ve ilk akla gelen fikirlerden birisi. Estetik bir çalışma olmamış daha iyi olabilirdi.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma olmuş, gerek bu afiş tasarımındaki renkler, tipografisi ve sembolleri gayet güzel görünüyor, bir bütün haline getirilmesi tam bir festival afişi izlenimi yaratıyor. Metinlerin titreşim kullanılması, hareketlilik yaratılmış, dingin bir çalışma olmuş. Festivali yansıtıyor. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekici ve merak uyandırıcı bir çalışma. Verilmek istenilen mesaj net bir şekilde ifade edilmiş, renkler gayet güzel, semboller amaca uygun her şey olması gerektiği gibi. Dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Uluslararası anlamda gayet güzel olmuş. Tipografinin genel olarak daha iyi olabileceğini düşünüyorum, okunma konusunda biraz problemler var. Birçok renk kullanılmasına rağmen, rahatsız edici bir yanı yok dengeli bir çalışma olmuş, festival izlenimi daha baskın. Estetik kaygılar içerisinde kurgulanmış ve dikkat çekici bir çalışma.

A.5: Afiş tasarımı genel anlamda amacına uygun, şöyle ki tipografi olarak, R harfi ile barışı açıklıyor, A harfi ile Troia ifadesi var, O ve İ harfi ile yine barışa yönelik mesajlar anlatılmış. Genel olarak mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Görsel öğeler genel olarak yeterli, tipografi üzerinden bir illüstrasyon yaratılmış gayet uygun bir çalışma. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekici ve akılda kalıcı bir çalışma olmuş. Festival kapsamında renkleri gayet güzel ve yenilikçi, festival havası var. Mesaja bir vurgu kullanılmış Troia yazısının tipografisi olarak

renkli ve imgelerle anlatılması gayet güzel bir izlenim bırakıyor. Bir bütünlük içerisinde, dengeli bir çalışma. Zeminin renkli ve hareketli olması bir devamlılık oluşturulmuş, afiş genel olarak hareketli olmuş. Renkler rahatsız edici değil, hedef kitlenin genç kişiler olması kapsamında bir izlenimi var, kültür, barış ve özgürlük kapsamında başarılı bir çalışma olmuş. Estetik bir çalışma, göze hitap ediyor, çarpıcı ve dikkat çekici genel olarak güzel diyebiliriz.

S.T.1: Afiş tasarımı amacına uygun bir çalışma, doğru değerler yan yana getirilmiş, işlenmiş modern bir tipografik davranışla mesaj ortaya çıkarılmış. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Tipografi düzeninde okuma biçimi olarak, espaslar konusunda eksiklikler var. Üst üste bindirilen barış simgeleri yan yana getirilirken okunma zorluğu ortaya çıkıyor. Görsel öğeler genel olarak yeterli, barış, savaş, özgürlük, Troiayı yansıtan öğeler genel olarak güzel işlenmiş, festivali en iyi yansıtan afiş tasarımlarından biri olmuş. Yansıttığı sinerji gayet güzel, renkleri dikkat çekici, kompozisyonu yerleşimi gayet güzel olmuş. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir, ilgi çekici ve merak uyandırıcı bir çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir çalışma, tipografi ile imajın iç içe işlenmiş olması büyük bir zenginlik, iyi ölçülmüş, iyi tasarlanmış güzel bir çalışma olmuş. Mesaja vurgu yapılmaya çalışılmış ve bu başarılı bir şekilde çözümlenmiş, renkler ve imgelerle güzel bir bütünlük sağlanmış. Dengeli bir çalışma olmuş. Estetik bir çalışma olmuş, gözü yormuyor, dikkat çekiyor, sadece tipografinin yerleşimi konusunda ufak tefek hataları var. Renk olarak gayet güzel, rahatsız etmiyor, festival kapsamında güzel bir kompozisyon olmuş.

S.T.2: Afiş tasarımı daha önceki yıllara ait afiş tasarımlarına göre daha renkli ve dolu dolu bir çalışma görüyorum. Pek çok öğe aynı anda kullanılmış ve tipografide yer verilmiş, fikri sevdim, güzel bir izlenim bırakıyor. Her harf değişik bir şekilde illüstre edilmiş konu kapsamında gayet güzel bir çalışma. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Şöyle ki tipografi üzerinden bir grafik açıklama getirilmiş afişe, barışı temsil eden yaprak formu, çiçekler, Troia kapsamında atın ve diğer mesajları temsil eden imgelerin kullanılması gayet güzel. Görsel öğeler gayet güzel. Hedef kitleye uygun bir afiş tasarımı, festivali renkleri ve imgeleri ile güzel yansıtıyor. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında kendi içerisinde bir grupta söz konusu, hiyerarşik düzeni güzel, afiş kendini okutuyor. Mesaj kapsamında bir vurgu söz konusu ön planda tutulmuş. Bütünlük içerisinde dengeli bir çalışma. Renkleri festival ve daha neşeli bir his uyandırıyor, R harfinin beyaz kullanılması ve güvercin formu haline getirilmesi, T harfinde çiçeklerin olması gayet amaca uygun ve güzel bir çalışma, estetik ve akılda kalıcı.

S.T.3: Afiş tasarımı gayet amacına uygun, bir festival havası var. Verilmek istenilen mesaj gayet kısa ve net sadece metaforlar çok fazla kullanılmış, Zeytin dalı, güvercin formu, Troia atı, barış sembolleri bir arada kullanıp bakalım havası var. Rahatsız edici değil ama bu kadarına gerek yoktu bence, görsel öğeler yeterli kullanılmış. Hedef kitle doğrultusunda dikkat çekici, gençlere yönelik bir çalışma ilgi çekici ve güzel bir çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkeleri bu çalışma

kapsamında biraz göz ardı edilmiş ve bazen buda bir tercih olabilir. Tipografi tabanlı bir afiş tasarımı olduğu için özgür bırakılmış bir afiş tasarımı. Bütünlük içerisinde bir çalışma, bir asimetrik denge ve devamlılık söz konusu buna backgroundun da etkisi var. Genel olarak bir dinamizm var harf ve imgeler yana yatmış bir hareket katmış, bir bütünlük yaratılmış, tutarlı bir çalışma olmuş. Barışa yönelik bir vurgu yapılmış ve kırmızı renk ile sağlanmış. Hiyerarşik düzen gayet amaca uygun, okunma sırası doğru. Önem sırası ve amaca uygunluk kapsamında her şey olması gerektiği gibi, festivali yansıtıyor. Renk konusunda, çeşitlilik var barış sembolü genelde siyah beyaz tercih edilebilir ama genel olarak bütün metaforları olması gereken renkte kullanmış ve gayet güzel, estetik bir çalışma olmuş.

S.T.4: Amacına uygun bir çalışma olmuş, festival kapsamında renk ve imgeler ile güzel ifade edilmiş, hedefine ve amacına gayet uygun bir çalışma olmuş. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Sembollerin bir araya getirilmesi ile tipografi oluşturulması fikir anlamında gayet güzel. Festivalin renkli, hareketli hallerini gayet güzel yansıttıyor. Dikkat çekici, merak uyandırıcı ve akılda kalıcı bir afiş tasarımı olmuş. Oran orantılı bir çalışma olmuş, bütünlük, denge ve vurgu söz konusu. Troia yazısına yani festival kapsamında bir vurgu söz konusu. Asimetrik bir dengenin olması da arka plan ile bir bütün içerisinde hazırlanmış. Sembollerin birbirine olan uyumu da gayet dengeli bir çalışma olmuş. Diğer yıllara ait afiş tasarımlarına göre daha renkli daha amacına uygun ve gayet güzel farklı bir çalışma olmuş. Renkler dikkat çekici, festivalin içeriğine yönelik bir tercih olmuş, baskı resme gönderme yapılacak şekilde bir geçiş ve renk tercihi yapılmış. Okunurluğu zor olan kısımları var, verilen bilgiler daha düz olabilirdi onun haricinde güzel estetik bir çalışma, kurgusu ve okunurluğu güzel bir çalışma.

S.T.5: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun sayılabilir ama, başarısız bir çalışma olmuş, kullanılan öğeler dengesiz, boyut olarak kullanım şekli, seçilen renkler birbirine uyumlu değil, genel olarak gözü yoruyor. Mesaj zor algılanıyor, yazı kısmı algılanmıyor, güvercin formu, Troia atının formu, T harfinin diğer imgelerle uyumsuzluğu, çok fazla öğenin kullanımı amacının dışına çıkmış. Görsel öğeler hatalı, gereğinden fazla gereksiz öğe var. Hedef kitleye yönelik bir çalışma olmamış, çünkü hedef kitlenin beklentilerinin dışında, bilgiler yetersiz ve hatalı yerleştirilmiş. İmgelerin hareketliliği, zor okunurluğu da bunların bütünlüğü bozması afişi yetersiz kılmış. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında ilkelere uygunluğu görünmüyor, bir bütünlük ve denge yok. Hiyerarşik düzen hatalı, renk uyumu yok, yazıların algılanabilirlik ve okunurluk anlamında güç olduğunu düşünüyorum. Festivali yansıtmada konusunda, çok fazla eksiği var, renkler kapsamında bilinçli bir tercih yapıldığını düşünmüyorum tamamen amacın dışında kalan bir etkisiz afiş tasarımı.

4.7.1. 2014 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

51.Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri şöyledir; A1, A2, A4 ve A5 afiş tasarımının genel olarak amacına ve grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu düşünmektedirler. A1 afişte çok eleman olmasına rağmen afişin yalın bir görünüme sahip olduğunu düşünerek, zemindeki fon ve hareketliliğin tasarımı dengeli hale getirdiğini savunmaktadır. Afişteki zeminin nüans yani zenginleştirici ifadeler olduğunu, tonlarının güzel ve estetik olduğunu ifade etmektedir. Afişin genel yapısının gestalt kuralı içerisinde olduğunu, anlam, metafor ve ilkeler kapsamında başarılı bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. A2 afişin genel olarak dikkat çekici, festival kapsamında amacına uygun çalışma olduğunu dile getirerek background da yer alan rengin tonunu gayet tadında olduğunu düşünmektedir. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında afişte bütünlüğün, dengenin, Troia kapsamında bir vurgunun yapıldığından söz etmektedir. Afişin hiyerarşik dengesinin güzel ve okunma sırasının doğru olduğunu dile getirerek, leke değerinin de gayet başarılı olduğunu savunmaktadır. A4 afişin genel ilkeler kapsamında dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. Uluslararası anlamda gayet bilgilerin netliği ve renklerin yeterliliği, fikrin tipografi olarak tasarıma yansıtılmasını, fikir olarak beğenerek ilkelere uygun olduğunu düşünmektedir. Yalnız tipografi kapsamında genel formda ufak tefek hataların olduğuna dikkat çekerek, kullanılan fontların daha iyi olabileceğini dile getirmektedir. A5 afişin genel olarak ilkelere uygun olduğunu düşünmektedir, ilkeler kapsamında mesaja bir vurgu yapıldığını belirterek, Troia yazısının tipografi olarak renkli ve imgelerle anlatılmasını gayet başarılı bulmaktadır. Afişin genel olarak bütünlük içerisinde, dengeli ve zeminin hareketli olmasının devamlılık oluşturduğunu düşünmektedir. A3 ise afişin genel grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını dile getirerek, grafik tasarım kapsamında tasarım üzerine sembollerin atılmasını, biçimlerin serpiştirilmesini amaca uygun bulmamaktadır. Afişin genel olarak çok karmaşık olduğunu bu yüzden algılanma konusunda hedef kitleye hitap etmediğini ve daha iyi bir çalışma olacağını savunmaktadır.

ST1, ST2 ve ST4 afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu düşünmektedirler. Afişte tipografik bir tasarımın ilkeler kapsamında bütünlük ve dengeli olduğunu, hiyerarşik düzenin düzgün ve mesaj kapsamında bir vurgu söz konusu olduğunu dile getirmektedirler. ST1 afişin genel olarak tipografik bir çalışma olduğunu ve bu tipografinin içerisinde imajların iç içe işlenmiş olmasının afişe büyük bir zenginlik kattığını, iyi ölçülmüş ve tasarlanmış olduğuna dikkat çekerek güzel bir çalışma olduğunu düşünmektedir. Afişte mesaj kapsamında bir vurgu yapıldığına dikkat çeken ST1 Troia yazısını tipografik olarak işleme ve mesaja vurgu kapsamında başarılı bir şekilde çözümlendiğini, imgelerin ve görsellerin amaca uygun ve yeterli olduğunu dile getirmektedir. ST2 afişin grafik tasarım ilkeleri kapsamında kendi içerisinde bir grupta olduğunu dile getirerek,

hiyerarşik düzenin doğru ve afişin mesaj kapsamında amaca uygun ve etkili hazırlandığını düşünmektedir. Mesajın ön planda tutulması için tipografik bir çalışma yapıldığına dikkat çeken ST2 afişin bütünlük içerisinde dengeli bir çalışma olduğunu savunmaktadır. ST4 afişte tipografinin bir vurgu yaptığını düşünmektedir afişte genel ilkeler kapsamında asimetrik bir dengenin olması, arka planda yer alan fonun bütünlüğün oluşturduğunu, sembollerin birbiri ile uyumunun gayet dengeli olduğunu düşünmektedir. ST3 ve ST5 afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını dile getirmektedirler. Afişin genel ilkeler kapsamında biraz göz ardı edildiğini, bütünlüğün ve afişte bir dengenin bulunmadığını, hiyerarşik düzenin hatalı ve okunma, algılanma sırasının problemli olduğunu düşünmektedirler. ST3 afişin tipografi tabanlı bir tasarım olduğunu, özgür bırakılan imgelerin afişte bir devamlılık ve bütünlük oluşturduğunu dile getirmektedir. Afişte yer alan imgelerin bir asimetrik denge oluşturduğunu ve genel afişte yer alan harf ve imgelerin barışa yönelik bir vurgu yaptığını savunmaktadır. ST5 ise afişin genel grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını bunun en büyük nedenleri arasında hiyerarşik düzenin hatalı olduğunu, imgeler arası bir uyumun bulunmadığını düşünmektedir. Afişte yer alan bilgilerin tipografi kapsamında okunma zorluğu yaşattığını dile getiren ST5 afişin genel olarak festivali tanıtmada başarısız bir çalışma olduğunu ve afiş işlevini yerine getirmediğini savunmaktadır.

Afişte kullanılan renkler hakkında genel görüşler şu şekildedir; A1 afişte kullanılan renklerin festivali, özgürlüğü, barışı ve fon rengi ile de Çanakkale'yi anlattığını ve bu bağlamda afişin amaca uygun hazırlandığını dile getirmektedir. Afişte onlarca rengin bir arada olmasının, fonda kullanılan lacivert ton ile rahatsız edici bir yanının bulunmamasının, renklerin birbirini desteklediği ve tamamladığını dile getirerek, festival kapsamında afişin başarılı olduğunu düşünmektedir. A2 afişte kullanılan renklerin dikkat çekici olduğunu, mesaj kapsamında festivali bizzat temsil ettiğini, background da yer alan rengin başarılı olduğunu ve Çanakkale'yi temsil ettiğini, genel olarak onlarca renk olmasına rağmen rahatsız edici bir yanının bulunmamasını savunmaktadır. A3 afişin genel olarak amaca uygun olmadığını, afişte yer alan renklerin uyumsuz ve tonlarının başarısız olduğunu, ilgi çekici veya Uluslararası anlamda renklerin yetersiz olduğunu dile getirmektedir. A4 afişte yer alan birçok rengin rahatsız edici bir yanının olmadığına ve dengeli bir çalışma olduğuna, festival izlenimine daha baskın renkler olduğuna dikkat çekmektedir. A5 ise afişteki onlarca rengin festival kapsamında doğru tercih olduğuna, diğer yıllara göre daha renkli olmasının hedef kitle kapsamında gençlere hitap ettiğini, kültür, barış ve özgürlük kapsamında başarılı ve dikkat çekici olduğunu düşünmektedir. ST1 afişteki renklerin gayet güzel ve ilgi çekici olmasının festival kapsamında başarılı olduğuna dikkat çekmektedir. ST2 renklerin festival ve daha neşeli bir his uyandırdığına, R harfinin beyaz kullanılması ve güvercin formu haline getirilmesi, T harfinde çiçeklerin olmasının festival kapsamında gayet amaca uygun estetik bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. ST3 afişte kullanılan renklerin çeşitli olmasını barış ve festival kapsamında başarılı bulmaktadır. Afişte yer alan metaforların renklerinin denge ve bütünlük kapsamında doğru olduğuna ve

renkli bir afiş olmasının ilgi çekiciliği arttırdığını düşünmektedir. ST4 afişin genel olarak dikkat çekici olduğunu, festivalin içeriğine yönelik tercihlerin yapıldığını ve tıpkı bir baskı resme gönderme yapılarak kültür kapsamında dikkat çekiciliği arttırdığını düşünmektedir. Okunurluk kapsamında renklerin biraz problem yaratacağına, verilen bilgilerin daha düz olabileceğine ve bu bağlamda afişteki okunma ve algılanma probleminin ortadan kalkacağını dile getirmektedir. ST5 ise afişin genel olarak çok fazla eksiği olduğuna, renklerin festival kapsamında bilinçli bir tercih olmadığına, afişim tamamen amacın dışında kalan bir tasarım olduğuna dikkat çekmektedir.

51.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel görüşler yukarıda yer almaktadır. Bu genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak amaca uygun bir şekilde tasarlandığıdır. Afiş tasarımının genel olarak akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların görüşleri sonucunda grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu söyleyebiliriz. Afişin genel yapısında bütünlüğün dengenin, boşluk ve doluluğun, oran ve orantının, hiyerarşik düzene uygunluğunun ve mesaj kapsamında bir vurgunun yapıldığı genel olarak ortak görüşlerdendir. Bu genel ilkeler kapsamında afiş tasarımının mesajının hedef kitleye iletilmesi konusunda başarılı bir çalışma olduğunu söyleyebiliriz. Afişin genel olarak hiyerarşik düzende olduğunu ve bunun sonucunda mesajı iletme, okutma ve afişi algılatma konusunda sıralamasının başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Afişte yer alan imgelerin, Troia, Çanakkale, barış, özgürlük, festival ve kültürel değerler kapsamında yeterli ve ilgi çekici bir afiş olduğu ortak görüşlerdendir. Festival kapsamında afişin renklerinin başarılı ve rengarenk bir afişin yarışma ve festival kapsamında olması gerektiği genel görüşlerdendir. Genel olarak akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların afişte yer alan Tipografi formunun Troia kapsamında iyi kurgulandığı ve kompozisyon anlamında güzel bir fikir olduğunu savunulmaktadır. Afişte yer alan bilgilerin Uluslararası anlamda yetersiz kaldığı yalnız imgesel olarak barışa ve Troia festivaline dikkat çekildiği ortak görüşlerdendir. Bu bağlamda afiş tasarımında sadece afiş üzerinde yer alan bilgilerin Uluslararası düzeyde yetersiz kalacağı bunun en büyük sebepleri arasında yabancı bir dilin bulunmaması genel görüşlerdendir. Troia başlığı adı altında tipografik olarak imgelerin çoğu mesajı üzerinde taşıdığı ve bunun sonucunda afişin amaca uygun ve başarılı bir çalışma olduğunu ortak görüşlerdendir.

4.8. 2015 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 99: “52. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/7535/canakkale-belediyesi-tarafindan-bu-yil-52si-duzenlenecek-olan-uluslararasi-troia-festivalinin-afisi-duzenlenen-afis-yarismasi-ile-belli-oldu>
/E.T. 21.05.2018

52. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Murat BEKTAŞ

Okulu: Marmara Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: Mezun

SEÇİCİ KURUL

- 1- Enver YILMAZ (Troia- Tübingen Vakfı Başkanı)
- 2- Dr. Öğr. Üyesi Didem ÇATAL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi/Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 3- Turgut ERENTÜRK (GMK Üyesi / Grafik Tasarımcı)
- 4- Blagoy TOPRAKIDIS (Fotoğraf Sanatçısı)
- 5- Zafer LEHİMLER (GMK Üyesi / Marmara Üniversitesi / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 6- Dr. Öğr. Üyesi Umut SÜDÜAK (GMK Yönetim Kurulu Başkanı / Mimar Sinan Üniversitesi / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü/ Öğretim Üyesi)

52. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Afiş genel olarak amacına uygun değil, cam sanatı görselleri gibi, çok fazla deformasyon var, Kuş ve zeytin dalı neden bir bütün içerisinde değil, çok büyük imgeler kullanılmış. Renk uyumu yok, Kuş içerisinde yer alan tahta görünümü tonları bütünlük açısından uygunluğu yetersiz. Görsel öğeler yetersiz, Troia ile alakası yok, tahta görünümü vermemiş sadece bir kahve tonu çizgiler kullanılmış çok yapmacık. Grafik tasarım kapsamında, afiş tasarımının amacının dışında bir tasarım ilkelere uygun bir tasarım değil. Renkler uygunsuz, festivali yansıtan herhangi bir şey yok. Bütünlük söz konusu değil. Hiyerarşik düzeni ve algılanırlığı güç afiş genel olarak daha iyi olabilirdi.

A.2: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun, çok net ve açık bir afiş tasarımı. Troia kapsamında atı andırıyor, mesajı net vermiş durumda. Güvercin ve zeytin dalı barış ve özgürlük kapsamında mesajları üzerinde taşıyor. İllüstrasyon olarak gayet amaca uygun bir tasarım olmuş. Bir bütünlük içerisinde, renkleri homojen yayılmış tasarım üzerine, gözü yoran bir ton yok. Görsel öğeler genel olarak yeterli düzeyde. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir çalışma, Uluslararası Troia Festivali yazısında bir eksiklik, zafiyet var, zor algılanıyor, okunma

konusunda hatalı olmuş. Tipografi olarak ön plana çıkması iyi olurdu, festivali yansıtıyor arka fon ve ruhen eskiyi de çağrıştırıyor. Sarımtırak ve kahve tonları eskiyi çağrıştırır zaten gayet güzel. Leke değeri çok güzel, çabuk algılanıyor, işlevine, anlamına, amacına uygun bir çalışma olmuş. Yalın ve estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış bir afiş olmuş. Akılda kalıcı ve hedef kitleye hitaben yapılan bir çalışma olmuş.

A.3: Amacına uygun bir çalışma, gayet güzel görünüyor, tipografi seçimi doğru, biçim seçimi doğru, kompozisyon yeteri kadar kaygılı doğru, renk seçimi çok güzel, kuş üzerindeki renkler biraz daha sert ve turuncu renge kayan renkler olabilirdi. Arka fon üzerinde daha kuvvetli ve gösterişli dururdu. Hedef kitleyle direk olarak iletişime geçebilecek bir çalışma, mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Görsel öğeler genel anlamda yeterli, barış, özgürlük, troia ve festival kapsamında her şeyi üzerinde barındırıyor. Simgeleri doğru seçmek, biçimleri doğru seçmek, boyutlarını ayarlayabilmek konusunda hiyerarşik düzeni genel olarak bu afiş tasarımında yer alıyor gayet grafik tasarım ilkelerine uyularak yapılmış. Barış mesajı kapsamında her şey net. Sadece Troia atını andıran tahta dokusunda ve tonlarında eksiklikler var. Festivali genel olarak yansıtıyor, Troia kültürünü anlatan simgeler var, kullanımı ve yerleşimi doğru. Afiş genel olarak estetik, dikkat çekici sadece renk konusunda ufak tefek hataları var daha iyi olabilirdi.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun, düzenleme olarak gayet güzel, renk olarak çok soluk festival havasında değil. Canlı, gökkuşağı renkleri zenginliğinde tercih yapılabilirdi. Düzen şeklinde gayet güzel bir çalışma. Mesaj algılanabilir, kısa ve net. Afiş tasarım üzerinde yer alması gereken bilgiler eksik, Uluslararası anlamda yetersiz, İngilizce değil, slogan yok, afiş üzerindeki iletişim bilgileri eksik. Algılanma konusunda problemli görünüyor, festivali kısmen yansıtıyor. Afişin yerine getirdiği görevler kapsamında eksik kalmış. Estetik bir çalışma, Güvercin ve troia atı kapsamında bir illüstrasyon yapılarak bıraktığı izlenim güzel, zeytin dalı hatalı olmuş çok büyük ve renkleri yine amacın dışında yetersiz kalmış.

A.5: Amacına uygun ve farklı bir çalışma yapılmış, fikir olarak daha güzel ve orijinal olmuş. Mozaik çizgiler, eskiye dönük izlenimler taşıyor, çizgileri vurucu gayet amaca uygun çalışma olmuş. Bulunduğu bölgenin kültürünü üzerinde taşımış. Çizgiler gayet vurucu ve zeytin dalının 52. Troia Festivali ile bir devamlılığı var, kullanılan zemin rengi huzuru temsil etmesi, barış ve özgürlük kapsamında kullanılan görsel öğeler yeterli. Mesaj kısa ve net bir şekilde algılanıyor. Hizalaması güzel, oran orantılı bir çalışma, espasları doğru okunurluğu arttırmış. Harf aralıkları güzel, tipografisi gayet olması gerektiği gibi. Hedef kitleye yönelik bir çalışma olmuş, dikkat çekici, merak uyandırıcı bir çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir tasarım olmuş, vurgu var, devamlılık var, bütünlük var. Oran orantı ve hizalama güzel, çizgi öğeleri çok fazla var. Genel olarak dikey ve yatay çizgilerle devam eden bir devamlılık söz konusu afişin genelinde gezinme sağlanmış.

Hiyerarşik düzeni güzel, okunma sırası doğru ve sıralı bir şekilde olmuş. Renkler yaşadığı coğrafyaya yönelik bir tercih olmuş, Uygarlığı andırıyor, arka fonda yer alan renk, barış, özgürlük, huzur gibi anlamları taşıyor. Afiş genel olarak çarpıcı, hareketli, heyecanlı 3 saniyede algılanabilir bir çalışma festivali genel anlamda yansıtıyor. Estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış, göze hitap ediyor gayet güzel bir çalışma.

S.T.1: Afiş genel olarak amacına uygun, mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Okunurluğu kısa ve net. Görsel öğeler genel olarak yeterli, Troia, Çanakkale, Barış ve Özgürlük kapsamında genel olarak her şeyi ifade etmiş yeterli bir çalışma. Konumlandırma olarak, kompozisyon ve kurgusu doğru. Hedef kitlenin dikkatini çekebilecek bir çalışma, bu etkiyi imaj ile sağlayabilir. Renk konusunda da dikkat çekici ve hedef kitlenin ilgisini çekebilecek bir çalışma. Grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun ama tipografi olarak zayıf, verilmek istenilen mesaj kapsamında, leke sel değerler olarak hatalı ve eksik. Çizgilerin hem imaj hem de tipografi olarak çizgisel değerler bir kargaşa yaşatılmış. Okunurluk anlamında hataları olan bir çalışma olmuş. Festivali yansıtan herhangi bir şey yok, renk kapsamında soluk yetersiz kalmış. Bütünlük içerisinde dengeli bir çalışma olmuş. Bir devamlılık söz konusu ama çizgiler ile birlikte bu devamlılık bir hata olarak karşımıza çıkmakta. Renkler genel olarak dengede direk olarak mesaj ifade edilmiş, sadece daha renkli olabilirdi festival anlamında, estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış, kompozisyonu güzel, genel olarak ilgi çekici bir çalışma olmuş.

S.T.2: Afiş amacına uygun, Kuş ve zeytin dalı genel olarak mesajı üzerinde taşıyor, Kuş üzerinde Troiayı andıran bir ahşap illüstrasyon var bu şekilde yorumlanması gayet güzel bir fikir. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Görsel öğeler genel olarak yeterli, barış mesajını taşıyan kuş, zeytin dalı, Troia atı da es geçilmemiş, Çanakkale'nin kültürüne yönelik çizgiler doğru kullanılmış. Hedef kitlenin dikkatini çekebilecek bir çalışma olmuş, ilgi uyandırıcı bir çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında yetersiz görünüyor, devamlılık oluşturulmaya çalışırken hatalar oluşmuş. Tipografinin yerleşimi hatalı, Bütünlüğü bozan imgeler var. Afişin genel olarak bir dengeli çalışma olduğunu söyleyebiliriz, yalnız bu dengenin bozulmasına neden olan bir tipografi yer alıyor çok sıkıştırılmış ve etkisiz kalmış. Kuş formu üzerinde bir vurgu söz konusu ön planda tutulmuş. Festivali genel olarak yansıtıyor, şöyle ki hem kuş hem zeytin dalı, Troia'nın dokusuna yönelik ahşap kompozisyon güzel olmuş. Renkler deniz ve gökyüzünü andıran bir renk var, özgürlük ve barış kapsamında mesajlar taşıyor. Ahşap renk tercihi de Troiayı ifade etmiş. Tipografi anlamında etkisiz kalmış, okunma zorluğu yaşıyor daha iyi olabilirdi.

S.T.3: Afiş tasarımı gayet amacına uygun ama afişin üzerinde yer alan bilgiler eksik, afiş genel olarak kendi görevi mesaj kapsamında eksiklikleri var, bir sanat objesi haline gelmiş daha sade ve imgesel bir çalışma. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş, güvercinin içerisinde Troia'nın dokusunun gizlenmesi ve bir araya getirilmesi zeytin dalı ile desteklenmiş gayet güzel bir çalışma olmuş. Hedef

kitlenin ilgisini çekebilecek bir afiş tasarımı olmuş, ilgi çekici ama zayıflıkları var genel olarak sanatsal bir dili var algılanma konusunda eksik kalabilir. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında uygunluğu var, boşluk doluluk konusunda problemler var. Kullanılan objeler çok büyük dengeyi bozmuş görünüyor. Afişte genel olarak bütünlük sağlanmış, mesaj kapsamında kuş üzerinde bir vurgu söz konusu gayet güzel bir etki yaratılmış. Festival kapsamında yetersiz kalmış, çok sanat kaygısı taşıyor üzerinde, festival anlamında etkisiz kalabilir. Renk konusunda pastel tonlar var bu nedenle festival kapsamında konu dışında kalmış. Estetik kaygılar içerisinde barındırıyor, alan konusunda problemler var.

S.T.4: Amacına uygun ve aynı zamanda yalın bir dili var, mesajı net bir şekilde ifade eden bir görünümü var. Doku anlamında tatlı bir illüstratif anlatım dili var. Zeytin dalı ile tipografinin devamlılığı güzel düşünülmüş gayet hoş görünüyor. Görsel öğeler yeterli, illüstrasyonun ön planda olması daha vurucu olmuş, etkiyi arttırmış. İlgi çekiciliği arttırmış ve amacına uygun bir çalışma olmuş. Kuş içerisinde, Troiayı andıran dokunun bir arada kullanılması gayet estetik ve güzel görünüyor. Hedef kitlenin ilgisini çekebilecek bir çalışma olmuş, akılda kalıcı ve kolay algılanan bir çalışma olmuş. Afişte asimetrik bir denge söz konusu, doluluk ve boşluk da dengeli olmuş genel olarak dengeli bir çalışma. Bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Mesaj üzerinde görsele yönelik bir vurgu yapılmış. Festivali genel olarak yansıtıyor, Troia Festivali kapsamında mesaj net bir şekilde ifade edilmiş. Renkler daha pastel tonlar, doğrudan bir sarı veya kırmızıya gitmekten ise daha sakın tonlar kullanarak, imgeyi daha çok ön plana çıkarmış. Estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış, ilgi çekici ve gayet güzel bir çalışma olmuş.

S.T.5: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun, hem Troia atındaki o ahşap doku güvercin içerisinde bir illüstrasyon oluşturulmuş, fikir olarak güzel. Uluslararası kapsamda yetersiz bilgiler var, İngilizce değil, slogan eksik genel anlamda bilgiler yetersiz kalmış. Görsel öğeler genel olarak yeterli, Barışı yansıtan güvercin, zeytin dalı ve Troia andıran bir doku gayet güzel. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir, merak uyandırıcı. Kontrast renkler sayesinde çalışma ön planda tutulmuş, imge üzerinde bir vurgu yapılmış. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında çizgi değerleri dengeyi sağlamış, formu ön plana çıkarmış, boşluk doluluk kapsamında gayet orantılı bir çalışma. Renkler genel olarak kontrast sağlanarak vurgu oluşturulmaya çalışılmış, mavi rengi barışı simgelediği için. Turuncu renklerin, ahşap tonlarının Troia temsil ettiği için ve mavinin kontrastı olduğu için tercih edilmiş. Festivali genel olarak işliyor ama, festival heyecanı afişte genel olarak yok. Barış afişi konusunda, Troia kapsamında yeterli ama, festival canlılığı heyecanı afişte yer almıyor. Genel olarak estetik, göze hitap ediyor ama daha iyi olabilirdi.

4.8.1. 2015 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

52.Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri şöyledir; A1 ve A4 afiş tasarımının genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını dile getirmektedirler. Afişin genel amacı doğrultusunda, festival ve Troia kapsamının dışında bir çalışma olduğuna dikkat çekerek, Uluslararası anlamda bilgilerin yetersizliği, renklerin farklı kültürlerdeki anlamları ve algılanma problemleri gibi eksiklikleri nedeni ile afiş genel olarak amacına ve grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını düşünmektedirler. A1 afişteki imgelerin, formların büyük kullanılması sayfayı doldurmasının bütünlüğü sağlamak yerine bütünlük ve dengeyi bozduğunu dile getirmektedir. Hiyerarşik düzenin ve algılanırlığın güç olmasının da afişi etkisiz kıldığına dikkat çekmektedir. A4 afişin hedef kitleye iletmesi gereken mesajların eksik olduğunu, Uluslararası anlamda yabancı bir dilde yazılmamasının, afişin genel anlamda görevini yerine getirmediğini dile getirmektedir. Fikir olarak güvercin ve Troia atı kapsamında bir illüstrasyonun yapılmasının kompozisyon anlamında güzel ama bilgilerin yetersiz olmasının afişi etkisiz kıldığına dikkat çekmektedir. A2, A3 ve A5 afiş tasarımının genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu düşünmektedirler. A2 afişte yer alan tipografide problemlerin olduğunu, zor algılandığını, okunma konusunda afişin genelinde problemler olduğuna dikkat çekmektedir. Tipografi kapsamında daha iyi olabileceğini, onun dışında afişin genel anlamda bütünlük ve denge içerisinde bir çalışma olduğunu, leke değerinin güzel ve hedef kitleye hitap ettiğini dile getirmektedir. A3 afişin grafik tasarım ilkeleri kapsamında bütünlüğün ve dengenin sağlandığını, hiyerarşik düzenin genel olarak tasarımda yer aldığını algılanma ve akılda kalıcılığın kolay olduğunu düşünmektedir. Barış mesajını afişin genel olarak taşıdığını, Troia atını andıran tahta dokusunda ve tonlarında eksiklerin olduğunu dile getirerek afişin genel anlamda kültürü, barışı ve festivali yansıttığını savunmaktadır. A5 ise afişte genel olarak mesaja yönelik imgesel bir vurgunun yapıldığını, tipografiden başlayarak bütün illüstrasyonda devam eden bir devamlılığın ve bütünlüğün olduğunu düşünmektedir. Afişin genel olarak oran orantılı, hizalamasının ve çizgi öğelerinin başarılı olduğunu dile getirerek, hiyerarşik düzenin, okunma sırasının doğru ve sıralı olduğunu ifade etmektedir.

ST1 ve ST3 afiş tasarımının genel olarak ilkelere uygunluğu olduğunu yalnız tipografi ve boşluk doluluk kapsamında oran orantının hatalı olduğunu düşünmektedirler. ST1 afişin genel anlamda tipografisinin zayıf verilmek istenilen mesaj kapsamında, leke değerinin hatalı ve kesik olduğunu, çizgilerin hem imaj hem de tipografide kullanılmasının kargaşa yaşattığını ifade etmektedir. Mesajın iletilmesi, okunması kapsamında hatalarının bulunduğunu, yalnız bütünlük içerisinde dengeli bir çalışma olduğunu, devamlılık anlamında çizgilerin hatalı olduğunu, afişin genel hatalar kapsamında daha iyi olabileceğini düşünmektedir. ST3 afişin genel ilkelere az da olsa uygun olduğunu dile getirerek, afişin oran orantı

ve boşluk doluluk kapsamında problemlili olduğuna dikkat çekmektedir. Kullanılan objelerin çok büyük olmasının dengeli bozduğunu ifade ederek, afişin genel olarak bütünlük içerisinde olduğunu, mesaj kapsamında kuş üzerinde, Troia mesajına vurgu yapıldığını ve afişin festival kapsamında yetersiz kaldığını dile getirmektedir. ST2 afiş tasarımının genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını ifade etmektedir, devamlılık anlamında hataların olduğunu, tipografisinin yerleşiminin yanlış olduğunu ve bütünlüğün bozan imgelerin bulunduğunu düşünmektedir. Afişin genel kompozisyonunun dengeli olduğuna yalnız dengeli bozan en büyük nedenler arasında tipografinin sıkıştırılmış ve yanlış yerleştirilmesinin neden olduğunu ifade etmektedir. Kuş üzerinde bir vurgunun ön planda tutulduğunu ve festivali genel olarak hem kuş hem Troia dokusu hem de zeytin dalı ile ifade ettiğini düşünmektedir. ST4 ve ST5 ise afişin genel olarak ilkelere uygun olduğunu ifade etmektedirler. Afişin genel olarak dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olduğuna dikkat çeken ST4 ve ST5 afişin boşluk ve doluluk anlamında orantılı bir çalışma olduğunu düşünmektedirler. Renkler ile kontrastlık yaratılarak mesaja bir vurgu yapıldığından söz etmektedirler.

Afişte genel olarak kullanılan renkleri şu şekilde ifade etmektedirler; A1 afişteki renklerin birbiri ile uyumsuz olduğunu, festival yansıtan herhangi bir imgenin bir rengin bulunmadığını ve genel olarak afişin festival afişi olmadığını düşünmektedir. Afişin genel olarak fon rengi haricinde üzerinde yer alan koyu tonların sadece imgeyi ön plana çıkardığı için tercih edildiğini ifade etmektedir. A2 afişin genel olarak fon renginin gökyüzünü, festivali ve ahşap dokusu ile ruhen eskiyi çağrıştırdığını dile getirmektedir. Sarımtırak ve kahve tonlarının genel olarak eskiyi çağrıştırdığını ve Troia tarihine dokunuşlar yaptığını ifade ederek, afişin yalın ve estetik bir görünümü olduğunu savunmaktadır. A3 afişte yer alan renklerin barış kapsamında net olduğunu, sadece Troia atını andıran tahta dokusunda ve tonlarında eksikliklerin olduğunu ifade etmektedir. Renk tercihlerinin genel olarak güzel sadece tonlamalarda daha kuvvetli renklerin olması sonucunda imgelerin ve mesajın daha etkili hedef kitleye yansıtılacağını düşünmektedir. A4 afişin genel olarak etkisiz olduğunu renklerin ve imgelerin amacın dışında olduğunu, festival afişinin canlı ve rengarenk olması gerektiğini dile getirerek afişin etkisiz bir çalışma olduğunu savunmaktadır. A5 afişin renklerini, yaşadığı coğrafyaya yönelik bir tercih olduğunu, Troia tarihi kapsamında uygarlığı andırdığını, barış, özgürlük, huzur gibi anlamları da üzerinde taşıdığını ifade etmektedir. Afişin genel olarak çarpıcı, hareketli, heyecanlı ve üç saniyede algılanabilir festivali genel anlamda yansıtan bir çalışma olduğunu savunmaktadır. ST1 afişteki renklerin festival kapsamında yetersiz olduğunu, soluk renklerin afişi karamsar ve bunaltıcı kıldığını ve renklerin daha canlı ve ilgi çekici olabileceğini düşünmektedir. ST2 afişteki renkleri deniz ve gökyüzünü andıran renkler olduğunu, özgürlük ve barış mesajlarını üzerinde barındırdığını, ahşap renk tercihinde Troia ifadesi olduğunu yalnız festival kapsamında daha iyi tercihler yapılabileceğini ifade etmektedir. ST3 afişteki renklerin festival kapsamında yetersiz kaldığını daha çok sanat kaygısını üzerinde taşıdığını, pastel tonların festival kapsamında konu dışında kaldığını ve

renklerin daha iyi olabileceğini ifade etmektedir. ST4 afişteki renklerin pastel tonlar olmasının festival kapsamında yetersiz olacağını, doğrudan sarı veya kırmızı renk tercihi yerine sakin tonların sadece imgeyi ön plana çıkardığını düşünerek, festival kapsamında afişteki renklerin yetersiz olduğunu ifade etmektedir. ST5 ise afişteki genel renklerin kontrast sağlanarak vurgu oluşturduğunu, mavi rengin barışı simgelediğini, turuncu renklerin ahşap tonlarının Troia temsil ettiğini ve mavinin kontrastı olduğu için tercihi edildiğini ifade etmektedir. Afişin genel olarak Troia ve barış kapsamında yeterli, yalnız festival canlılığı, heyecanının afişte yer almadığını dile getirmektedir.

52.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri yukarıda yer almaktadır. Bu genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak festivali tanıtmaya, duyurma amacına uygun bir çalışma olmadığıdır. Afişin genel olarak ilkelere uygunluğu ortak görüşlerdendir, afiş fikir ve tasarım olarak gayet başarılı, sadece festival kapsamında renklerinin ve imgelerinin yeterli olmadığı genel görüşlerdendir. Afiş tasarımının genel olarak akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların görüşleri sonucunda grafik tasarım ilkelerine kısmen uygun olduğunu söyleyebiliriz. Afişin genel yapısında bütünlüğün dengenin, boşluk ve doluluğun, oran ve orantının, hiyerarşik düzene uygunluğunun ve mesaj kapsamında bir vurgunun yapıldığı genel olarak ortak görüşlerdendir. Afişin işlevi konusunda genel olarak başarılı olduğunu söyleyebiliriz, Troia ve barış mesajlarını üzerinde taşıması, renk ve imgelerin genel olarak festival içeriğine yönelik olması düşünce ve fikir olarak güzel, yalnız festival kapsamında renklerin ve imgelerin yetersizliği festival afişi işlevini yerine getirmemektedir. Afişin genel olarak hiyerarşik düzende olduğu ve bunun sonucunda mesajı iletme, okutma ve afişi algılatma konusunda sıralamasının başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Afişte yer alan imgelerin, Troia, Çanakkale, barış özgürlük ve kültürel değerler kapsamında yeterli ve ilgi çekici bir afiş olduğu ortak görüşlerdendir. Afişte yer alan tipografinin imgelerin ve mesaj kapsamında etkisiz ve hatalı yerleştirilmesinin, festival mesajı kapsamında algılanma ve hedef kitleyi uyarma konusunda problemli olduğu ortak görüşlerdendir. Afişte yer alan bilgilerin Uluslararası anlamda yetersiz kaldığı, yalnız imgesel olarak barışa ve Troia ya dikkat çekildiği ortak düşüncelerdendir. Bu bağlamda afiş hakkında genel görüşlerin sonucunda afiş üzerinde yer alan bilgilerin Uluslararası düzeyde yetersiz kaldığı ve festival kapsamında yetersiz bir çalışma olduğu görülmektedir. Genel problemlerin düzeltilmesi ve renklerin daha amaca uygun tercih edilmesi sonucu afişin daha başarılı olacağı ifade edilmektedir.

4.9. 2016 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 100: “53. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/13386/canakkale-belediyesi-53-uluslararasi-troia-festivalinin-afisi-belli-oldu>
/E.T. 21.05.2018

53. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Alper ZEKİ

Okulu: Marmara Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: Mezun

SEÇİCİ KURUL

- 1- Mustafa SEVİM (Troia- Tübingen Vakfı Başkanı)
- 2- Dr. Öğr. Üyesi Didem ÇATAL (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi/Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 3- Dr. Öğr. Üyesi Seyhan BOZTEPE (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi/Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 4- Öğr. Gör. Geray GENCER (GMK Yönetim Kurulu Üyesi / Işık Üniversitesi / Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 5- Öğr. Gör. Onur GÖKALP (GMK Yönetim Kurulu Üyesi/ Marmara Üniversitesi / Grafik Tasarım Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 6- Turgut ERENTÜRK (GMK Yönetim Kurulu Üyesi / YEKON Genel Sekreteri)
- 7- Blagoy TOPRAKIDIS (Çanakkale Belediyesi / Fotoğraf Sanatçısı)

53. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Afiş genel olarak amacına uygun değil, silik bir görünümü var. Avangar gibi görünmesine rağmen yine de konvansiyonel bilinen beylik bir güvercin çizgilerinden uydurma bir çizim olmuş. Profesyonel bir çizerin elinde oluşan bir güvercin formunu devam ettirmişler. Renkleri genel olarak beyaz fon üzerinde rengin ne olduğu anlaşılmıyor, figür zemin ilişkisi kaymış. Çizginin vurucu özelliği yok olmuş, net bir şekilde mesajı ifade etmiyor, yetersiz kalmış. Rengin mor mu siyah mı olduğu belli değil, renklerin ne olduğu belli olmuyor. Çizgisel afiş tasarımı olabilir ama çizgiler yetersiz kalmış. Uluslararası düzey olarak yetersiz kalabilir, Festivalin yapıldığı bölgeye hitap edebilir ama Uluslararası anlamda eksik. Afişin tek bir tarafı elle tutulur, oda farklı olduğu için sıradan bir çalışma değil fikir olarak güzel ama tasarıma tam olarak yansımamış, renkler eksik ve yetersiz. Festivali yansıtmıyor eksik kalmış. Grafik tasarım ilkelerine şu anlamda uygun tüm düzeye yayılımı, çizgisel ritmik bir düzen, serbest çizgiler anlamında, font ve tasarım kontrastı iyi ayarlanmış. Bir bütünlük ve denge söz konusu tasarım anlamında. Tipografinin devamlılığı konusunda güzel

görünüyor, sadece renk ve Uluslararası anlamda eksikleri var. Profesyonel görünüyor ama kreatif değil.

A.2: Afiş üzerinde yer alan tipografik öğeler, Troia Festivali yazısı ve 53 rakamı net bir şekilde okunuyor ama uzaktan bakıldığında bütünlük içerisinde algılanma zorluğu yaşıyor, birbirinden çok kopuk ve hedef kitle mesajı zor algılayabilir. Çizgiler biraz zayıf görünüyor, illüstratif taraftan da güzel, çizgiler çok temiz ama yetersiz kalmış. Mesaj net ama iletilmesi, algılanması güç görünüyor. Kullanılan görsel öğeler yeterli, algılanma zorluğu var sadece. Çizgilerin koyu olması avantaj, güvercin net algılanıyor ama uzaktan bakıldığında mesaj zor iletiliyor. Festivali kısmen yansıtıyor, bir hareketliliği, eğlendiren, canlı enerjisi var. Algılanma konusunda problemler var. Renk konusunda Koyu ton bir lacivert ve açık ton bir mavi uyumu söz konusu. Barış, Çanakkale, özgürlük kapsamında renkler amaca uygun. Afişin genelinde hiyerarşik düzen hatalı, okunma sırası yanlış. Form bozulmuş durumda yukarıda 53 ün olması aşağıda devam edilmesi okunma zorluğu yaşıyor, devamlılık yok tasarımda. Afişin içerisinde yer alan bilgiler zor algılanıyor, silik ve algılanma zorluğu yaşıtan bir tipografi söz konusu, yazı fontu ve boyut olarak zor algılanıyor. Mesaj üzerinde bir vurgu söz konusu, yüzey konusunda sıkıntıları olan bir afiş. Estetik bir çalışma, form olarak güzel ve devamlılık söz konusu, daha iyi olabilirdi.

A.3: Bu afiş bana daha önce yapılmış bir çalışmayı andırdı, o davranış biçimlerinden etkilenmiş bir tasarım olarak görünüyor. Benim hatırladığım tasarım yalın, minimal, çizgilerle, güvercin figürü ile barışı anlatan bir tasarımdı bu tasarımda ona benziyor. Tipografi olarak detaylar sönük kalmış, daha sıcak renklerle ön planda tutulabilirdi. Afiş genel olarak kompozisyon, kurgusu, tipografisi gayet amaca uygun bir çalışma olmuş. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Troia etkisi geri planda kalmış, eksik bir çalışma olmuş. Tipografi olarak Troia olarak eksik kalmış, eski dönemlere ait bir davranış biçimi olmalıydı, Troia ve tarihi kapsamında kurgusu eksik. Görsel öğeler eksik kalmış çünkü Troiayı yansıtan herhangi bir şey yok. Genel olarak estetik değil, duyuru amacı ile yapılmış bir çalışma kompozisyonu o an ki etkinliği temsil edebilecek bir çalışma olmuş. Hedef kitleye duyurma açısından amacına uygun diyebiliriz. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında 53. Uluslararası ve altta devam eden tipografi güzel bir devamlılık yaratmış, daha etkili olabilirdi teknik hatalar söz konusu. Mesaj kapsamında bir vurgu söz konusu, renk ve boyut kapsamında sağlanmış. Uluslararası kapsamda genel bilgilerin eksikliği var, kompozisyon kurgusunda problemler var. Renkler genel olarak doğru seçilmiş ama, vurgu yapılmak için bazı kısımlarda sıcak renkler kullanılabildi.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygunluğu söz konusu, güvercin ve zeytin dalını anımsatan bir çizgisel simge yaratılmış ama afişte tüm bilgiler bir bütün olarak ilk dakikada algılanabilir olması lazım, o bilgileri bölmesi, bir kısmını üst sağ kısma konulması, bir kısmının sol alta konulması, bilgilerin eksik olması, Uluslararası anlamda, İngilizce metinlerin olmaması büyük bir eksiklik yaratmış.

Altı üstü harflerin kalınlığındaki, çizgilerin altı üstü konulması yazının okunurluğunu arttırmak yerine azaltıyor. Grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun değil, hiyerarşik düzen hatalı algılanma zorluğu var, 53.Uluslararası yazısı algılanıyor sonrasında güvercin görünüyor, afişin geneline serpiştirmek yerine hiyerarşik düzen, punto ve seçilen yazı fontu ile desteklememiz gerekiyor bu afişte bunlar hatalı olmuş. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir ama, kitleye yönelik verilmek istenilen bilgiler eksik. Renkler genel olarak birbiri ile çok ilişkili değil, daha sıcak renkler kullanılabilirdi, bir de festival yazın yapılıyor daha sıcak, çekici, dikkat çekici renkler olabilirdi. Çanakkale’yi anımsatan renklerde kullanılmamış, mavinin iki tonu kullanılmış ama afiş etkisiz kalmış. Festivali yansıtmıyor, sade tipografi olarak bunu aktarıyor buda yetersiz kalıyor.

A.5: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun şekilde tasarlanmış. Beyaz boşluklar kullanılmış, beyaz boşlukların barış güvercini ifadesi verilmiş, zeytin dalı, diyalog önermeleri yapılmış. Tipografi ile de mesajlar net bir şekilde iletilmiş. Güzel bir çalışma, mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Çizgi ve renkler ile güzel ifade edilmiş. Görsel öğeler genel olarak yeterli, çünkü ilk bakıldığı zaman bir kargaşa var gibi görünüyor ama yine de biraz daha dikkat edildiği zaman bir anlamı olduğu belli oluyor. Farklı bir çalışma, hedef kitlenin dikkatini çekebilir, ilgi çekici bir tasarım. Grafik tasarım ilkelerine uygun, devamlılık ilkesi çizgi ile sağlanmış, çizgilerin biçimi, kalınlığı benziyor gayet güzel görünüyor. Beyaz boşlukları güzel ve fonun beyaz olması bir bütünlük oluşturulmuş. Afişte genel olarak göz geziyor, hiyerarşik düzeni güzel, algılanabilir. Oran orantı kapsamında, beyaz boşluklar devamlılığı ortaya çıkarıyor. Aynı şekilde renklerde devamlılığı sağlamış durumda. Festivali genel olarak yansıtıyor, festivalin yapısını da yansıtıyor, güvercin kullanılması, zeytin dalının kullanılması, barış sloganına yönelik güzel olmuş, burada eksik olan tek şey Troia ’nın sadece tipografik olarak verilmesi büyük bir eksiklik. Renkler sert bir mavinin tonları kullanılmış, barışa, huzura, özgürlüğe yönelik renklerin uyumunu görüyoruz. Göze hitap ediyor, estetik ve algılanabilir bir çalışma.

S.T.1: Afiş genel olarak barış konusu olarak uygun ama Troia kapsamında afiş çok eksik kalmış durumda. Troiayı yansıtan herhangi bir imge yok. Mesaj kısa ve anlaşılır ama burada sanki barışın afişi olarak ele almışlar. Görsel öğeler yetersiz ve eksik kalmış, Barış ve özgürlük kapsamında yeterli ama, Troia kapsamında görsel unsur yok. Hedef kitlenin dikkatini çekebilir, merak uyandırıp festivale yönlendirebilir. Grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun sayılabilir, eksiklikler var şöyle ki; görsel mesaj kapsamında yetersiz. Tipografi olarak iyi düşünülmesine rağmen, kompozisyonda ve düzende bir bozukluk, algılanırlığı güç görünüyor. Altındaki metin açıklayıcı ama yukarıdaki 53.Uluslararası yazısı sonrasında algılanıyor. Hiyerarşik düzeni hatalı görünüyor bu durumda, okunma sırası problemlili. Tipografinin 3 parça halinde işlenmesi güzel, ama merkezi nokta olarak algılanması güç görünüyor, afişte yer alan bilgilerin, Uluslararası kapsamda yetersizliği dikkatimizi çekiyor. Dengeli bir afiş tasarımı, bütünlük içerisinde genel olarak

tasarım ilkelere uygun görünüyor. Estetik bir çalışma, görselin serbest ve rahat bir çizim tarzı ile yapılması gayet güzel bir izlenim bırakmış.

S.T.2: Afiş genel olarak amacına uygun, kullanılan imgeler, renkler festival kapsamında başarılı denebilir. Görsel öğeler genel olarak yeterli değil, Troia kapsamında bir imge söz konusu değil. Barış, özgürlük kapsamında üzerinde mesajları taşıyor ama Troia kapsamında sadece bir tipografi haricinde başka bir şey yok, büyük bir eksiklik çünkü festivalin adı Troia Festivali bunun dışında genel olarak iyi görünüyor. Hedef kitle için çok çarpıcı olduğunu düşünmüyorum, Troia Festivali adı altında, konu ile alakası yetersiz görünüyor. Festivali yansıtan herhangi bir renk, Troia kapsamında herhangi bir imge veya bir renk yok. Grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun, dengeli ve devamlılık oluşturan bir tasarım olmuş. Beyaz boşlukları güzel kullanılmış, bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Tipografik vurgu ön planda tutulmuş, buda renk ile sağlanmış. Tipografik ve görselin hiyerarşisi gayet güzel, okunma sırası doğru, kolay algılanıyor. Renk olarak renk uyumu güzel, koyu mavi ve açık mavinin uyumu güzel ama, Troia adı altında bir renk söz konusu değil, festivali yansıtan bir renk yok. Afiş genel olarak estetik bir görüntüsü var ama afiş genel anlamda eksik bir çalışma olmuş.

S.T.3: Afiş tasarımı genel olarak festival kapsamında amacına uygun. Tipografi yerleşimi, afişte yer alan açıklamalar, festival kapsamında olan etkinliklerin içeriği yer alıyor. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş, her şey ortada görünüyor. Barış kapsamında, güvercin ve zeytin dalı kullanılmış, Troia kapsamında bir imge yok sadece Tipografi anlamında ifade edilmiş. Görsel öğeler genel olarak yeterli bir çalışma olmuş. Hedef kitleye hitap etmiyor, festival kapsamında renkler konusunda eksik, heyecansız, ilgi çekici bir çalışma değil. Algılanma problemi var, her şey parça parça verilmiş bir bütünlük söz konusu değil. Hizalama problemleri var. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında, ilkelere uygun değil, alan kullanımı iyi ama imge kullanımı ve tipografi kullanımı eksik görünüyor. Hiyerarşik düzen hatalı, okunma sırası yanlış, her şey parça parça görünüyor. Afişte genel olarak bir bütünlük yok, görsel denge sağlanamamış çok problemlili görünüyor. Festivali yansıtmıyor çünkü renk, imgeler çok eksik kalmış, etkisiz bir çalışma olmuş. Renk kapsamında beyaz fon üzerinde güvercin ve zeytin dalında kullanılan renk monokrom kalmış, tipografi kapsamında farklı bir ton olabilirdi daha iyi olabilirdi. Afiş genel olarak estetik görünüyor ama daha iyi olabilirdi.

S.T.4: Amacına uygun ve aynı zamanda yalın bir dili var kuşun stilize edilmesi, devamlılık anlamda beyaz alanda hareketliliği çok güzel bir izlenim bırakıyor. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş, gayet sade ve hiyerarşik düzende, gözümüz afişin üzerinde devam ediyor, algılanırlığı güzel hazırlanmış. Akıcı bir tasarım olmuş. Görsel öğeler genel olarak yeterli ve dengeli bir çalışma olmuş. Troia kapsamında atı kullanmadan, mesajı iletmeye odaklanılmış olup, Tipografi ile ifade edilmiş. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekici ve merak uyandırıcı bir çalışma olmuş. Renk değerleri güzel, festivali yansıtıyor. Tipografide kullanılan font gayet amaca uygun bir seçim olmuş. Simetrik bir denge söz konusu

beyaz fon üzerinde koyu renklerin kullanımı da bütünlük ve vurgu ortaya çıkarılmış. Festivali yansıtır, festivalin ruhunu hareketli oluşu ve devamlılığı ile güzel bir şekilde ifade edilmiş. Renklerin mavi tonlarının olması, Çanakkale, barış, özgürlük kapsamında tercih edildiğini düşünüyorum. Estetik bir çalışma genel olarak mesajı net bir şekilde iletiyor.

S.T.5: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun görünmüyor, barışı anlatan bir çalışma olmuş, Troia kapsamında yetersiz kalmış. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş, tipografi olarak, barış kapsamında filizlenme izlenimi ile festivali yansıtır. Barış festivali afişi olarak iyi görünüyor, Troia a dair görsel öğeler eksik kullanılmış. Hedef kitlenin dikkatini çekebilecek bir afiş, merak uyandırıcı ve algılanabilir bir afiş. Çizgisel bir denge yakalanmış, kompozisyon genel olarak başarılı bir çalışma, kuştaki çizginin 53. Uluslararasına yönlendirme yapıyor ve afişin genelinde göz geziyor, algılanırlığı kolay ve dengeli bir çalışma olmuş. Afişte kullanılan renkler barışı çağrıştırdığı için, Çanakkale kapsamında uygun bir tercih yapılmış. Troia kapsamında renk ve görsel öğeler eksik kullanılmış, tamamen barışa yönelik bir çalışma olmuş, onun dışında gayet estetik ve hareketli bir çalışma.

4.9.1. 2016 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

53.Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri şöyledir; A1, A3 ve A5 afişin genel olarak ilkelere uygun olduğunu düşünmektedirler. Afişte bir devamlılığın, mesaja yönelik bir vurgunun, bütünlük ve dengenin bulunduğu ortak görüşlerdendir. A1 afişin çizgisel anlamda vurucu özelliğinin yok olduğunu, mesajı net bir şekilde ifade edemediğini, ilkeler kapsamında tüm yüzeye yayılımının uygun olduğu, çizgisel ritmik bir düzen sağlandığı, font ve tasarım kontrastının iyi ayarlandığını, bütünlük ve dengeli bir çalışma olduğunu ifade ederek Uluslararası anlamda afişin eksik olduğunu düşünmektedir. A3 tipografi olarak Troia 'nın eksik kaldığını, eski dönemlere ait bir davranış biçiminin bulunmadığını, Troia ve tarihi kapsamında kurgusunun eksik olduğunu dile getirmektedir. Hedef kitleye duyurma açısından başarılı bir çalışma olduğuna dikkat çekerek, grafik tasarım ilkeleri kapsamında 53.Uluslararası ve altta devam eden tipografinin bir devamlılık yarattığını, mesaj kapsamında bir vurgu yapıldığını afişin genel olarak amacına uygun bir çalışma olduğunu düşünmektedir. A5 afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu dile getirerek, afişte bir devamlılığın bulunduğunu bu devamlılığında çizgiler ile sağlandığını, oran orantı kapsamında başarılı bir çalışma olduğunu, bütünlük ve dengenin sağlandığını düşünmektedir. Festival afişi işlevini genel olarak güvercin ve zeytin dalı ile barışa yönelik bir vurgu yapıyor, Troia kapsamında bir imgenin bulunmamasının afişteki büyük eksiklik olduğunu savunmaktadır. A2 ve A4 afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını düşünmektedirler. Şöyle ki; afişte hiyerarşik bir düzenin bulunmaması, algılama problemi yaşatması, okunma sırasının hatalı

olması ortak görüşlerdendir. A2 afişte kullanılan imgelerin genel olarak yeterli olduğunu ama algılanma zorluğu yaşattığını dile getirmektedir. Afişte genel olarak çizgilerden oluşan formun bir dikkat çekiciliğinin olduğunu, festivali kısmen yansıttığını, bir hareketliliğin, eğlencenin ve enerjinin olduğunu dile düşünerek, afişte algılanma problemlerinin olduğunu söylemektedir. Afişin barış, özgürlük ve Çanakkale'yi tanııtma konusunda başarılı olduğunu ama afişin genel olarak hiyerarşik düzenin hatalı olduğunu, formun genel olarak bozulduğunu, tipografide kopuklukların olduğunu, afişteki bilgilerin silik ve algılanma zorluğu yaşattığını genel anlamda afişin daha iyi olabileceğini dile getirmektedir. A4 ise afişin genel olarak ilkelere uygun olmadığını, hiyerarşik düzenin hatalı ve algılanma zorluğu yaşattığını ifade etmektedir. 53.Uluslararası yazısının ilk olarak algılanma biliri olmasının sonrasında, güvercinin göze çarptığını, afişin geneline tipografi ve imgeleri serpiştirmenin formu bozulduğunu düşünmektedir. Afişte kullanılan font ve puntoların hatalı olduğunu, hedef kitleye yönelik mesajı iletme konusunda afişin yetersiz kalacağını ve afişin genel anlamda daha iyi olabileceğini dile getirmektedir.

ST1 afişin genel olarak ilkelere uygun sayılabileceğini yalnız afişte eksikliklerin bulunduğunu, bu eksikliklerinde mesaj kapsamında olduğunu ifade etmektedir. Tipografi olarak fikrin ve tasarımın iyi düşünülmesine rağmen kompozisyonda ve hiyerarşik düzende bozukluk olduğunu, algılanma konusunda problemleri bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. Tipografinin üç parça halinde işlenmesinin fikir olarak güzel ama merkezi nokta olarak algılanma güçlüğü yaşattığını düşünerek, Uluslararası kapsamda bilgilerin ve afişin genelini yetersiz olduğunu savunmaktadır. Yalnız afişin bütününlüğün dengeli ve bütünlük içerisinde bir tasarım olduğunu, görselin serbest ve rahat bir çizim tarzı ile yapılmasının estetik bir izlenim bıraktığını söylemektedir. ST2, ST4 ve ST5 afişin grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu düşünmektedirler. Afişin dengeli, bütünlük içerisinde devamlılığın oluşturulduğunu ve kolay algılanabilir olduğunu dile getirmektedirler. ST2 afişin beyaz boşluklarının güzel kullanıldığını ve bu beyaz boşlukların bütünlüğü oluşturduğunu ifade etmektedir. Afişte sarmaşık şeklinde devam eden çizgilerin kuş figürü kapsamında bir devamlılık sağlandığını ve bu devamlılığın dengeyi oluşturduğunu düşünmektedir. ST4 afişte genel olarak dengenin baskın olduğunu ifade etmektedir. Troia kapsamında atı kullanmadan, mesajı tipografi ile ifade ettiğini afişin genel fonunun mesaja vurgu yapmak için kullanıldığını afişin genelinde bütünlüğün sağlandığını dile getirmektedir. Afişin festival kapsamında hareketliliğinin ve estetik oluşunun amaca uygun bir çalışma olduğunu ifade etmektedir. ST5 afişin barış festivali afişi olduğunu ifade ederek, Troia kapsamında bir görsel ögenin, bir imgenin bulunmaması festival kapsamında afişin eksik olduğunu dile getirmektedir. Afişin festival kapsamının dışında, barışa vurgu yapılarak, barışa yoğunluk gösterildiği afişin genel anlamda barış afişi olduğuna dikkat çekmektedir. Afişte çizgisel bir dengenin olduğunu, kompozisyonun genel olarak başarılı olduğunu ve afişin kolay algılanabilir olduğunu, sadece festival kapsamında daha iyi olması gerektiğini düşünmektedir. ST3 ise afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olmadığını, afişte kullanılan imgelerin ve

tipografinin kullanımının eksik olduğunu, afişte genel olarak hiyerarşik düzenin, okunma sırasının yanlış olduğunu ve her şeyin parça parça okunduğunu ifade etmektedir. Afişte genel olarak bütünlüğün ve dengenin sağlanamaması, afişin festivali yansıtmaması ve Troia kapsamında yetersiz olduğunu afişin genel olarak daha iyi olabileceğini düşünmektedir.

Afişte kullanılan renkler konusunda genel görüşler ise şu şekildedir; A1 afişte kullanılan rengin mor mu, yoksa siyah mı olduğunun anlaşılmadığını dile getirmektedir. Afişte kullanılan renklerin Uluslararası düzeyde yetersiz olduğunu ve sadece festivalin yapıldığı bölgeye hitap ettiğini ifade etmektedir. Genel olarak renklerin eksik ve yetersiz olmasının, festivali yansıtan bir rengin bulunmamasının festival afişi kapsamında çalışmanın yetersiz olduğunu ve afişin genel olarak profesyonel görüldüğünü ama kreatif olmadığını düşünmektedir. A2 afişte kullanılan rengin, koyu ton lacivert ve açık ton mavi uyumunun olduğunu ifade ederek, afişin barış, özgürlük ve Çanakkale kapsamında amaca uygun renkler olduğunu düşünmektedir. Afişin genel olarak festival kapsamında renklerin yetersiz olduğu, afişin tasarım anlamında estetik görüldüğünü yalnız daha iyi olabileceğini savunmaktadır. A3 afişte kullanılan renklerin okutma, algılatma ve mesaj kapsamında vurgu yapmak için kullanıldığını ifade ederek, vurgu yapılmak için afişin bazı kısımlarında sıcak renklerin daha etkili olacağını söylemektedir. A4 afişteki renklerin genel olarak birbiri ile ilişkili olmadığını daha sıcak renklerin kullanılması gerektiğini ve festivalin yaz ayında yapıldığına dikkat çekmektedir. Afişte kullanılan mavinin çok koyu bir ton olduğunu, Çanakkale'yi anımsatan renklerin olmadığını, afişin etkisiz olduğunu ve festivali anımsatan bir rengin bulunmadığını ifade etmektedir. A5 ise afişte kullanılan sert bir mavinin ve açık bir mavi tonun olduğunu dile getirerek, barışa, huzura, özgürlüğe ve festivale yönelik bir renk uyumunun olduğunu, dikkat çektiğini ve estetik bir görünüm sağladığını ifade etmektedir.

ST1 afişteki imgelerin ve renklerin Uluslararası kapsamda yetersiz olduğunu ve daha iyi tercihler yapılabileceğini ifade etmektedir. ST2, ST3 ve ST5 afişteki renklerin genel olarak festivali yansıtmadığını düşünmektedirler. ST2 afişte bir renk uyumunun olduğu ifade ederek, koyu mavi ve açık mavinin birbirini tamamladığını düşünmektedir. Yalnız afişin Troia adı altında festivale yönelik bir rengin bulunmamasının afişte genel olarak eksiklik yarattığını dile getirmektedir. ST3 renk kapsamında beyaz fon üzerinde güvercin ve zeytin dalında kullanılan rengin monokrom kaldığını, festivali yansıtan renklerin bulunmadığını ve afişin genel olarak daha iyi olabileceğini düşünmektedir. ST5 afişteki renklerin barışı çağrıştırdığı için, Çanakkale kapsamında uygun bir tercih olduğunu, Troia kapsamında renk ve öğelerin eksik kullanıldığını, afişin tamamen barışa yönelik bir çalışma olduğuna dikkat çekmektedir. ST4 ise afişteki renk değerlerinin genel olarak festivali yansıttığını, beyaz fon üzerinde koyu renklerin kullanımının bütünlük ve vurgu oluşturduğunu ifade etmektedir. Afişin genel olarak festivalin

ruhunu, hareketli oluşunu ve mavi tonlarının kullanılmasının Çanakkale, barış ve özgürlük kapsamında tercih edildiğini düşünmektedir.

53.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ilkeler kapsamında ortak görüşleri yukarıda yer almaktadır. Bu genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak festivali tanıtmaya ve duyurma amacına uygun bir çalışma olmadığıdır. Bunun en başta sebeplerinden afişte kullanılan renklerin ve imgelerin yetersiz olduğudur. Troia kapsamında afiş üzerinde tipografi haricinde bir ibarenin bulunmaması, renklerin sadece vurgu kapsamında mesajı okutmak için kullanıldığı ortak görüşlerdendir. Afişin genel olarak ilkelere uygun olduğu düşünülmektedir, farklı bir görüş olarak afişin genel yapısında hiyerarşik bir düzenin oluşturulamaması ve okunma sırasının hatalı olması bir diğer görüştür. Afişin festival afişi olması gerektiğine dikkat çeken akademisyenler ve sektörden tasarımcılar 53. Uluslararası Troia Festivali afişinin, festival kapsamında yetersiz olduğu genel görüşlerdendir. Afişin ilkeler kapsamında bütünlüğünün, dengenin, devamlılığın ve oran orantının sağlandığı yalnız hiyerarşik olarak düzensiz olduğu ortak düşüncelerdendir. Tipografinin, afişteki genel bilgilerin silik ve açık tonda kullanılmasının mesajı iletme kapsamında hatalı olduğu düşünülmektedir. Afişin işlevi konusunda başarılı olmadığını söyleyebiliriz, çünkü afişte festival ve Troia kapsamında bir imgenin, bir rengin bulunmaması yalnız barış kapsamında renklerin ve imgelerin tercih edilmesi, festival afişi işlevini yerine getirmemektedir. Afişin genel olarak Uluslararası anlamda yetersiz olduğu, bunun başta sebeplerinden tercih edilen renklerin ve afiş üzerinde yer alan bilgilerin eksik olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda 53.Uluslararası Troia Festivali afişi hakkında genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç, afişin genel olarak festival ve Uluslararası anlamda yetersiz kaldığıdır. Afişteki renklerin ve imgelerin yetersizliğinin giderilmesi sonucunda afişin daha amaca uygun ve başarılı bir çalışma olacağını ifade edilmektedir.

4.10. 2017 Yılında Ödül Kazanan Afiş Tasarımının Grafik
Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi



Resim 101: “54. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı”

Kaynak: <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/16103/canakkale-belediyesi-54-uluslararasi-troia-festivalinin-afisi-belli-oldu/>
/E.T. 21.05.2018

54. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması Birincilik Ödülü;

Adı, Soyadı: Doğukan KARAPINAR

Okulu: Marmara Üniversitesi

Bölümü: Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü

Sınıfı: Mezun

SEÇİCİ KURUL

- 1- Mustafa SEVİM (Troia- Tübingen Vakfı Başkanı)
- 2- Blagoy TOPRAKIDIS (Çanakkale Belediyesi / Fotoğraf Sanatçısı)
- 3- Turgut ERENTÜRK (GMK Üyesi / YEKON Genel Sekreteri)
- 4- Selin GÖMÜÇ (GMK Yönetim Kurulu Üyesi / Grafik Tasarımcı)
- 5- Semra GÜLER (GMK Üyesi / Grafik Tasarımcı)
- 6- Arş. Gör. Deniz KÜRŞAD (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Bölümü / Öğretim Üyesi)
- 7- Öğr. Gör. Özlem UYAN (ÇOMÜ / Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Bölümü / Öğretim Üyesi)

54. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımını İncelerken Akademisyenlerin ve Sektörden Tasarımcıların afiş tasarımı hakkındaki genel görüşleri:

A.1: Çağrışım olarak, kuralsızlık çağrışımı yapıyor, kurallara direnme izlenimi bırakıyor. Bilerek yapılmış ama iyi bir kompozisyon oluşturulamamış. Bu kuralsızlığın, direnişin gizli bir şekilde tasarıma yansması gerekirdi, bu konuda eksik kalmış. Görsel öğelerin baskı imgesi gibi izlenim bırakması, kullanılan metinlerin ve tipografi anlamda bilgilerde kullanılan fontların elle yapılmış gibi görünmesi yetersiz kalmış. Kullanılan görsel öğeler çok karmaşık, motifler hatalı ve çok fazla kullanılmış, sıradan motiflerin kullanılması tasarımı etkisiz kılmış. Güvercin ağzında zeytin dalı, Troia atı, müzik öğeler, diğer motifler çok hatalı ve çok fazla genel olarak bir dengesizlik, karmaşıklık problemi yaşatmış. Sanat eserlerinde bu tür bir yaklaşım hatalı olur, çünkü afiş tasarımı bir sanat eseri değil serbestlik söz konusu olamaz çünkü tanıtma için kullanılan bir basılı ürünün genel olarak üzerinde bilgiler net ve kısa olmalıdır, bu tasarımda algılanırlık problemleri var. Baskı resim teknikleri izlenimi bırakıyor ama genel olarak baskı resim vurgusu, dramatik etkisi bu tasarımda yok ve genel olarak hatalı, figürler çok fazla, Antropisi, olasılığı çok olana girilmiş bütünlüğü bozmuş. Hiyerarşik bir düzen yok, açıkçası sıralama yok algılanma sırası yanlış, imgeler ve tipografi aynı anda aynı tonda algılanıyor, okutuyor bu büyük bir hata olarak karşımıza çıkıyor, işlevinin dışarısına çıkmış. Antropik düzen, karmaşıklık, fonksiyona uygun değil, afişin ruhuna aykırı, marjinal düzeyde serbest tasarlanmış, ama bu yaklaşım afiş tasarım

anlamında doğru bir yaklaşım değil. Afiş tasarım genel olarak deforme edilmiş, renk olarak amaca uygun bir tercih değil, font rengi ile zemin rengi birbirine karışıyor, mavi ve siyah renk karmaşa yaratıyor, marjinal görünüm sağlamak için bu yaklaşımlar yetersiz. Estetik bir çalışma olmamış, daha iyi olabilirdi.

A.2: Homojen bir doku oluşturulmuş, Troia festivali yazısı ön plana çıkarılmaya çalışılmış, bir ölçüde görünüyor, imajlar ve görsel öğelerle desteklenmiş ama, gitar ve piyano genel olarak tarihin dokusunu bozmuş, anlamsızlık yaratmış. Festivalin içeriği doğrultusunda olabilir ama tarihi dokuya yönelik uygun değil, Barış Kültürümüz Olsun sloganı algılanmıyor, daha iyi yansıtılabilirdi, küçük bir şekilde etkisiz kalmış. Afişte genel olarak Troia Festivali okunuyor, bir denge söz konusu genel anlamda. Afişin üzerinde taşıdığı görev, yeterli koyulukta, daha festivale yönelik renkler olabilirdi, toprak rengi Troia kapsamında daha uygun bir tercih olabilirdi, Mavi ton çok koyu, siyah ile karmaşa yaratmış. Görsel öğeler genel olarak yeterli düzeyde. Mesaj algılanabilir, hedef kitlenin algılaması güç olabilir ama festival kapsamında bir denge söz konusu kısmen amaca uygun olmuş. Afişte genel olarak kompozisyon güzel kurgulanmış, oran orantısı güzel, dengeli ve bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Leke değeri güzel, vurgu oluşturulmuş. Afiş üzerinde yer alan bilgilerde algılanma problemleri var zor okunuyor. Hiyerarşik düzeni doğru, okunma sırasında problem yok, Renk kapsamında daha iyi olabilirdi, festival kapsamında ve Troia tarihi kapsamında renkler yetersiz. Afiş üzerinde yer alan bilgiler genel olarak etkisiz kalmış, daha etkili olabilirdi.

A.3: Afiş tasarımı genel olarak çok kafa karıştırıcı, afiş kapsamında fiziksel olarak insanların dikkatini çekebilecek bir etkisi yok. Çok karmaşık, küçük bir el broşüründe olsa etkili olabilir ama, büyük boyutlarda yetersiz ve etkisiz kalır. Afiş genel olarak amacına uygun görünüyor. İllüstratif kargıları biçimlendirmeye çalışmış ama, oda eksik kalmış ve genel anlamda simgesel formlar, motifler serpiştirilmesi, Tipografi ile bir karmaşa yaratılmış, tamam festival olabilir ama çok karmaşık, çok fazla simge var görsel öğeler gereksiz derecede fazla. Mesaj anlamında Troia Festivali algılanıyor, kaygıları var ama tam anlamıyla eksik. Festival kapsamında hedef kitlenin ilgisini çekmez yetersiz kalır. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında uygun görünüyor, simgelerin, motiflerin çok fazla olması afişin genel dengesini, bütünlüğünü bozmuş durumda. Tipografi büyük merkezde kullanılmış ama kesik olması, mesaj kapsamında net verilmemesi bir kesiklik yaşıyor. Festivali yansıtan bir renk, imge söz konusu değil. Barış ve özgürlük kapsamında çok karmaşık. Renkler Mavi ve siyah birbirine çok yakın ve ışıksız mesajla ilgisi olmayan bir kompozisyonun içerisine istif edilmiş renk izlenimi var, çok fazla eksik. Günün popüler davranış biçimlerine uymuş ama hataları çok fazla daha iyi olabilirdi.

A.4: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun görünüyor ama düzen içerisinde çok parçalı, grafik unsurlar var, bir bütün gibi görünse de boşluk ve doluluk anlamında hatalar var. Kitle ile iletişimi kurmakta bize yardımcı olan en

önemli tasarım ilkesidir, bu olmadığı için kullanılan bilgiler, simgelerin içerisinde kullanılan illüstrasyonlar bunlar genel olarak yorucu. Hareketlilik kapsamında seçilen yazı karakteri de çok hareketli, boşluğunda olmaması gözü yoruyor, algılanırlık anlamında hatalı. Özgün baskı kapsamında bir özellik var, kendisi bir tipografi yaratmış bu anlamda olumlu ama, her boşluğu dolduracak bir grafik unsur araya eklemek, afişin nefes almasını engellemiş, okunma sırası hatalı. Hiyerarşik düzeni hatalı, algılanırlık sırası hatalı, görsel öğeler çok fazla gözü yoruyor. Afiş üzerinde yer alan kelimeler arası espas yok edilmiş, dolayısı ile bir bilgiden diğer bilgiye geçiş yapılmıyor. Festival kapsamında, festivali yansıtmıyor, renk anlamında pek amacına uygun değil, amatör bir çalışma olmuş. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir çalışma olmamış, dengeli değil ve kompozisyonunda hatalar var.

A.5: Afiş genel olarak amacına uygun, çünkü Troia ve coğrafyayı yansıtıyor, Zeytin dalı, Deniz, Troia Atı, Tarihi dokuyu temsil eden motifler, Barış, Müzik, Tiyatro genel anlamda festivalin içeriğine yönelik bir tasarım olmuş. Afiş içerisinde genel olarak bir karmaşa var ama bir asimetrik denge kurmaya çalışılmış, bir hizalama söz konusu. Mesaj kısa ve anlaşılır bir şekilde ifade edilmiş, tipografi anlamında hataları var, görsel öğeler çok fazla her şey iç içe geçmiş gibi bir izlenim bırakıyor. Algılanırlığı bu anlamda güç bir tasarım, hedef kitlenin dikkatini çekme konusunda etkisiz kalabilir, siyah ve koyu mavi rengin solukluğu etkisiz kalmış, karmaşa yaratmış. Festival kapsamında kullanılan görsel imgeler doğru tercih, bir çarpıcılık sunulmuş, göze batan bir şey görünmüyor. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında bir bütünlük söz konusu, birçok imge ile bir şey anlatılmaya çalışılmış, boşluk ve doluluk verilmiş ama yetersiz kalmış, çizgiler genel anlamda illüstrasyon üzerinde yer alan bordurlar diğer imgelerle bir devamlılık oluşturmuş. Oran orantılı bir çalışma gibi görünüyor, simetrik bir denge var genel anlamda bütünlük söz konusu birden fazla disiplinin bir şey ifade etmesi söz konusu. Afiş tasarımında beyaz zeminin kullanılması boşluk oluşturmak ve üzerindeki öğeleri ön plana çıkarmak için tercih edilmiş, Mavi rengi genel anlamda barış ve huzura yönelik, yöresel izlenim bırakmış, derin bir mavi renk denizi çağrıştırıyor. Siyah rengin kullanımı kontrastlık oluşturmak için kullanılmış, festivali imgeler ile yansıtıyor ama daha renkli bir çalışma olabilirdi. Genel anlamda estetik bir çalışma olmuş.

S.T.1: Afiş tasarımı genel anlamda amacına uygun gözüküyor, daha zengin bir şekilde işlenmiş, tarihi dokular kullanış olarak kendini ortaya çıkarmış, festival ve barış kapsamında gayet zenginliği taşıyor amaca uygun bir çalışma. Mesaj kısa ve net bir şekilde ifade edilmiş. Hedef kitle kapsamında ilgi çekici, festival havası, tarihi değerler, barış imgesi ve mesajlar gayet net bir şekilde işlenmiş ve yansıtılmış gayet güzel bir çalışma olmuş. Görsel öğeler genel olarak yeterli, çalışma stili olarak dönemi, tarihi, festival içeriğini işlemiş. Daha rahat ve daha serbest çalışılmış, genel olarak dengeli bir çalışma olması güzel bir izlenim yaratıyor. Görsel imgelerin çok olması, tipografik öğelerin fazla olması ve bunların bir arada tutulabilmesi oldukça zor bir iştir ve bu afiş tasarımında bu bütünlük denge

sağlanmış durumda. Boşlukların doldurulması, gözün okuma sırası gayet hiyerarşik düzeni güzel bir çalışma. Hedef kitleyi festivale çekebilir, dikkat çekici, merak uyandırıcı ve görsel imgelerin yeterliliğinden dolayı amaca uygun bir çalışma. Tipografi dikkat çekiyor, kültürel anlamda rahat işlenmiş, dokuları üzerinde barındıran bir çalışma. Kompozisyon ve kurgusu gayet güzel bir çalışma, bütün kültürel değerleri, tarihsel olayları, festival kapsamındaki mesajları üzerinde taşıyor ve estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış, gayet güzel bir çalışma. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında, görsel imge ve tipografi düzgün işlenmiş, renk uyumu güzel, oran orantılı ve dengeli bir çalışma olmuş. Renkler rahatsız edici değil, doğru oranlarda ve tonlarda, pozitif değerler taşıyor dengeli bir renk uyumu var. Festival kapsamında renkler daha canlı, çekici ve vurgulu olabilirdi.

S.T.2: Afiş genel olarak amacına uygun, festival kapsamında etkinlikleri içerisinde barındırıyor hem yazılı olarak hem imgesel olarak amacına uygun bir çalışma olmuş. Mesaj kısa ve anlaşılır değil, bir karmaşa var çok fazla iç içe geçen öge var ama dengesiz görünüyor, bütünlük bozulmuş. Algılanma konusunda eksik ve karmaşık. Görsel öğeler yeterli hatta gereğinden fazla kullanılmış. Hedef kitle kapsamında insanların dikkatini çekebilir çünkü canlı dinamik ve hareketli bir duruşu var. Grafik tasarım ilkeleri kapsamında bütünlük açısından uygun görünüyor, algılanma konusunda boşluk ve doluluk hatalı. Afiş kendini zor okutuyor, oran orantısı yanlış. Sembollerin iç içe girmesi, tipografinin de aynı şekilde olması dengeyi ve okunurluğu bozmuş, zor algılanıyor. Festival kapsamında içeriğini yansıtıyor ama renk kapsamında festival çağrışımı yapmıyor. Renk kullanımlarında mavi ve siyah uyumu güzel bir kontrast oluşturulmuş güzel görünüyor. Barış ve özgürlük kapsamında gayet düzgün tercih olmuş. Estetik kaygılar içerisinde hazırlanmış bir kompozisyon var ama boşluk doluluk, hizalama ve hiyerarşik düzen kapsamında hataları bulunan bir afiş tasarımı daha iyi olabilirdi.

S.T.3: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun bir çalışma, festival öğelerini görebiliyorum, tarihi metaforları barındırıyor içerisinde tipografi ve görsel imgelerle bunu sağlıyor, festivalin konusunu görebiliyorum. Hiyerarşik düzeni gayet güzel, slogan algılanabiliyor, etkinlikler yer almış, bilgiler net gayet güzel bir çalışma olmuş. Konumlandırılması kompozisyonu gayet güzel bir çalışma. Mesaj kısa ve net bir şekilde iletilmiş. Görsel öğeler genel olarak yeterli, biraz yoğunluk var ama rahatsız edici değil. Tarihi dokuları üzerinde barındırıyor, özgün baskı tarzında bir tipografi var gayet ilgi çekici el yazısı tarzında güzel bir düşünce olmuş. Hedef kitlenin beklentilerini içerisinde barındıran bir afiş tasarımı, afiş görevini tamamlıyor ve dikkat çekici, merak uyandırıcı bir afiş. Grafik tasarım ilkelerine uygun bir çalışma bütünlük söz konusu ve hiyerarşik denge söz konusu okunma sırası doğru, algılanabilir bir çalışma her şey kısa ve net bir şekilde ifade edilip afişe yansıtılmış. Troia Festivali direk olarak algılanıyor, afişe soru sordüğümüzda cevabını sıralama kapsamında direk net bir şekilde alabiliyoruz. Festivali yansıtan bir çalışma, üzerindeki bilgiler ve imgelerle genel olarak tarihi dokular ve etkinlikleri yansıtıyor. Estetik kaygılar içerisinde yapılan bir çalışma,

tipografi ve illüstrasyon kullanımı gayet güzel çalışma, profesyonel bir algı var gayet güzel bir çalışma. Renkler genel olarak Koyu mavi ve siyah kullanılmış beyaz fon üzerinde kullanılması kontrastlık okunurluğu arttırmış güzel bir denge ve hiyerarşi var.

S.T.4: Amacına uygun ve aynı zamanda mesajı da iletiyor, özgün bir tipografi söz konusu elle yapıldığı belli, belki dijital ortamda yapıldı ama yine de o izlenim güzel bir his uyandırıyor. Özgün baskı izlenimi var, Troia festivali farklı bir formda oluşturulup diğer Uluslararası ve diğer bilgilerin farklı fontta olması bir kopukluk yaşatmış. Algılanma konusunda ufak tefek hatalar görünüyor. Mesaj iletilme konusunda Troia Festivali haricinde diğer bilgiler algılanma zorluğu yaşıyor karmaşık görünüyor. Görsel öğeler çok fazla, daha az olup denge sağlanabilirdi. Boyutları konusunda dengeyi, bütünlüğü bozuyor, afiş genel anlamda güzel bir izlenim bırakıyor, dikkat çekici, eğlenceli bir anlatımı var, illüstrasyon ve festival içerisinde yer alan etkinlikler daha güzel işlenmiş. Grafik tasarım ilkelerine uygun görünüyor, Boşluk doluluk işlenmiş, afiş çok fazla dolu görünüyor yer yer dengeli bir çalışma, bütünlük içerisinde bir çalışma olmuş. Karmaşa söz konusu ama, okunma sırası kapsamında hiyerarşik düzene uygun bir çalışma. Oran orantılı, simetrik denge söz konusu. Hizalaması gayet güzel bir çalışma olmuş. Festivali yansıtıyor, imgeleri ve tasarım dili ile hareketli, heyecanlı bir çalışma. Mitolojik bir anlatımı var, geçmişin izlerini üzerinde barındırıyor ve bu renk ile desteklenmiş estetik bir çalışma ilgi çekici ve iletişim konusunda güzel bir çalışma.

S.T.5: Afiş tasarımı genel olarak amacına uygun, genel afişlerin içerisinde en başarılı afişlerden bir tanesi olmuş. Festival havasını iyi yansıtıyor, hem Troia ve barışı da oldukça güzel anlatmış, Troia Festivali olduğunu da ilk bakışta anlıyoruz. Mesaj kısa ve net bir şekilde tasarıma yansımış, bakıldığı zaman hiyerarşik düzen çerçevesinde algılanırlığı kolay ve ilgi çekici bir çalışma olmuş. Görsel öğeler genel olarak bütün konu ve festival içeriğine, etkinliklerine yönelik olmuş. Tarihi dokuların, sembollerin, festival kapsamında afişe yansıtılması da dengeyi ve bütünlüğü arttırmış. Hedef kitle kapsamında afiş ilgi çekici, merak uyandırıcı. Afişte kullanılan font ve tipografi düzeni gayet güzel özgün bir hava katmış. Grafik tasarım ilkelerine genel olarak uygun bir çalışma olmuş, görselleri konumlandırma şekli dengeli olmuş, rengin kullanımı güzel, yazı üzerindeki bölünme başarılı bir estetik hava oluşturmuş. Hiyerarşik düzeni, algılanırlığı ve okunma sırası düzgün her şey olması gerektiği gibi dengeli bir çalışma olmuş. Zeminin beyaz olması üzerinde yer alan öğelerin koyu tercih edilmesi kontrastlık oluşturmuş, algılanırlık kapsamında dikkat çekmek ve okutmak için doğru bir tercih olmuş. Deniz, barış, özgürlük kapsamında yöresel ve mesaja yönelik tercih olmuş güzel bir çalışma. Afiş tasarımı genel olarak estetik ve ilgi çekici.

4.10.1. 2017 Yılında Ödül Alan Afişin Tasarımıyla İlgili Akademisyenlerin ve Grafik Tasarımcıların Ortak Görüşleri

54.Uluslararası Troia Festivali Afiş tasarımının grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri şöyledir; A1, A3 ve A4 afişin hiyerarşik düzeninde ve genel ilkeler kapsamında hatalı olduğunu düşünmektedirler. Afişte bütünlüğün ve dengenin sağlanmadığı, okunma sırasının hatalı olduğunu, afişte kullanılan tipografinin hatalı olduğunu ve genel olarak afişin festivali yansıtmadığını dile getirmektedirler. A1 afişin genel olarak baskı resim teknikleri izlenimi bıraktığını ifade ederek, özgün baskı vurgunun tam sağlanmadığını, özgün baskının dramatik etkisinin tasarıma yansımadığını ve genel olarak afişin figürlerle dolu olmasının amacın dışında bir çalışma olduğunu dile getirmektedir. Afişte hiyerarşik düzenin problemli olmasının, onlarca imgenin kullanılmasının bütünlüğün bozduğunu, algılanma sırasının yanlış ve tipografi ile aynı anda anlaşıldığını, afişin genel olarak karmaşık ve zor algılandığını, marjinal düzeyde serbest tasarlanan bu afişin deforme edildiğini ve amaca uygun hazırlanmadığını düşünmektedir. A3 afişte kullanılan simgelerin, motiflerin gereğinden fazla olmasının afişin genel dengesini ve bütünlüğünü bozduğunu ifade etmektedir. Tipografinin merkezde kullanılmasının doğru yalnız tipografinin kesik ve parça parça afişe yerleştirilmesinin mesaj kapsamında algılatma problemi, kesiklik yarattığını dile getirmektedir. A4 afişin bir özgün baskı kapsamında bir özelliği olduğunu, afişin kendi içerisinde bir tipografi yarattığının olumlu olduğunu yalnız her boşluğu dolduracak bir grafik unsurun araya eklenmesinin afişin nefes almasını engellediği ve bu bağlamda afişte bir karmaşanın oluştuğunu düşünmektedir. Bu karmaşanın hiyerarşik düzeni, bütünlüğü ve dengeyi bozduğunu dile getirerek afişte algılanırlık sırasının hatalı olduğunu, tipografide espasların hatalı ve afişin festivali yansıtmadığını dile getirmektedir. A2 ve A5 afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine uygun olduğunu ifade etmektedirler. Afişte bir dengenin, bütünlüğün, oran orantının ve renk uyumunun olduğunu ifade etmektedirler. A2 afişte genel olarak Troia Festivali'nin okunduğunu, imgelerin dağılımının dengeyi oluşturduğunu, afişin leke değerinin güzel ve mesaj kapsamında vurguyu oluşturduğunu dile getirmektedir. Afişin genel hiyerarşik düzeninin ve oran orantısının doğru olduğunu ifade ederek, afişte yer alan bilgilerin okunma zorluğu yaşattığını, tipografinin genel olarak hatalı olduğunu ve festival kapsamında afişin biraz eksik olduğunu düşünmektedir. A5 ise afişte genel anlamda bir bütünlüğün ve simetrik dengenin olduğunu söylemektedir. Afişin boşluk ve doluluğun yetersiz olduğunu, onlarca imgenin algılanma konusunda problem yaşattığını ve mesaj kapsamında etkisiz bir çalışma olduğunu ifade etmektedir. Afişin genel dokusunun çizgilerle genel anlamda illüstrasyon üzerinde yer alan bordurlar ve diğer imgelerle bir devamlılık oluşturulduğunu, oran orantılı bir çalışma olduğunu ve genel olarak bütünlük söz konusu olduğunu düşünmektedir.

ST1, ST2, ST3, ST4 ve ST5 afişin genel olarak grafik tasarım ilkelerine yer yer uygun olduğunu ifade etmektedirler. Şöyle ki; afişte bir dengenin, bütünlüğün, oran orantının, boşluk ve doluluğun, hiyerarşik düzenin kısmen sağlandığını ve ilkelere uygun olduğu düşünülmektedir. ST1 afişin kültürel dokuları üzerinde barındırdığını, serbest ve rahat bir çalışma olduğunu, kompozisyon ve kurgusunun gayet amaca uygun tasarlandığını ifade etmektedir. Afişin bütün kültürel değerleri, tarihsel olayları, festival kapsamındaki mesajları üzerinde taşıması ve estetik kaygılar içerisinde hazırlanmasının, görsel imge ve tipografisinin düzgün işlenmesinin sonucunda başarılı bir çalışma ortaya çıktığını düşünmektedir. Afişte renk uyumunun, oran orantının ve dengeli bir çalışmanın olması afişi ilkeler kapsamında da uygun kıldığını savunmaktadır. ST2 afişin bütünlük açısından ilkelere uygun olduğunu, algılanma konusunda boşluk ve doluluğun hatalı olduğunu ifade etmektedir. Afişin zor algılandığını, oran orantısının yanlış olduğunu, sembollerin çok iç içe girmesinin, tipografinin de aynı şekilde imgelerle bir karmaşa oluşturmalarının dengeyi bozduğunu dile getirmektedir. ST3 afişte bir bütünlüğün söz konusu olduğunu, hiyerarşik dengenin sağlandığını, okunma sırasının doğru ve algılanma konusunda başarılı bir çalışma olduğunu ifade etmektedir. Afiş üzerinde yer alan imgelerin, motiflerin Troia kapsamında tarihine ve festivale uygun seçildiği, mesajı iletme konusunda net ve başarılı olduğu, festivalin içeriğinin de afişte yer almasının afişin genel olarak amaca uygun olduğu ve ilkelere uyularak tasarlandığını savunmaktadır. ST4 afişte yer alan görsel öğelerin fazla olmasının dengeyi ve bütünlüğü bozduğunu ifade etmektedir. Afişin genel anlamda güzel bir izlenim bıraktığını, dikkat çektiğini, eğlenceli ve festival havasında hazırlandığını düşünmektedir. Afişte genel olarak grafik tasarım ilkelerinin boşluk doluluk anlamında işlendiğini, afişin çok fazla imgeye sahip olmasının kısmen dengeyi oluşturup, karmaşa yarattığını ve bunun sonucunda afişin mesajının algılanmasında problem oluşturduğunu dile getirmektedir. Afişte hizalamanın, oran orantının ve simetrik dengenin bulunmasının, afişte yer alan imgelerin, tasarım dilinin festivale yönelik olmasının heyecanlı ve hareketli oluşunun festival afişi kapsamında başarılı bir çalışma olduğunu düşünmektedir. ST5 ise afişte kullanılan font ve tipografinin özgün bir hava kattığını, afişin genel olarak ilkelere uygun olduğunu, görsellerin konumlandırmasının dengeyi oluşturduğunu ve afişin genelinde estetik bir hava olduğunu ifade etmektedir. Afişin genelinde hiyerarşik düzenin sağlandığı, okunma sırasının düzgün ve mesajı okutma konusunda afişin başarılı olduğunu düşünmektedir.

Afişte kullanılan renkler hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel ve ortak görüşleri şu şekildedir; A1 afişte kullanılan renklerin amaca uygun olmadığını, font rengi ile zemin renginin birbirine karıştığını, mavi ve siyah renk karmaşası yarattığını, marjinal görünüm sağlamak için bu yaklaşımların yetersiz olduğunu ve festival kapsamında renk tercihlerinin daha iyi olması gerektiğini ifade etmektedir. A2 afişte kullanılan renklerin daha festivale yönelik renkler olması gerektiğini, Troia kapsamında toprak renginin daha uygun olabileceğini, afişte kullanılan mavi tonun çok koyu olduğunu ve siyah ile birbirine

karıştığını, festival kapsamında afişin renklerinin yetersiz olduğunu düşünmektedir. A3 afişte kullanılan rengin genel olarak festivali yansıttığını, barış ve özgürlük kapsamında afişin yetersiz olduğunu, renklerin mavi ve siyah olmasının birbirine çok yakın ve ışısız olmasının amacın dışında tercih edildiğini ve afişin genel olarak daha iyi olabileceğini ifade etmektedir. A4 afişte kullanılan renklerin barış ve özgürlük kapsamında eksik, festival kapsamında da yetersiz olduğunu ifade ederek, daha festivale uygun sıcak ve dikkat çekici renklerin olumlu sonuçlar doğuracağını dile getirmektedir. A5 afişte mavi rengin genel anlamda barış ve huzura yönelik, yöresel bir izlenim bıraktığını ve denizi yansıttığına dikkat çekmektedir. Siyah rengin kullanımının beyaz fon üzerinde kontrast yarattığını, mesajı okutma kapsamında başarılı yalnız festival kapsamında renklerin daha zengin olması gerektiğini düşünmektedir. ST1 renklerin rahatsız edici bir yanının bulunmadığını, oranlarının ve tonlarının pozitif değerler taşıdığını, dengeli ve uyumlu olduğunu yalnız festival kapsamında daha dikkat çekici ve vurgulayıcı renklerin olması gerektiğini belirtmektedir. ST2 afişin festival kapsamında imgelerin yeterli olduğunu yalnız renk konusunda afişin festival çağrışımı yapmadığını ifade etmektedir. Renk kullanımlarında mavi ve siyah uyumunun güzel bir kontrast oluşturduğunu belirterek, barış ve özgürlük kapsamında doğru tercih olduğunu belirtmektedir. ST3 renklerin genel olarak koyu mavi ve siyah olduğunu ve bu renklerin beyaz fon üzerinde kontrastlık yaratarak okunurluğu arttırdığını yalnız festival kapsamında renklerin yetersiz olduğunu ifade etmektedir. ST4 afişin festivali her anlamda yansıttığını, imgelerin ve tasarım dilinin hareketli, heyecanlı oluşunu, mitolojik bir anlatım biçiminin olduğunu, afişin genel anlamda üzerinde tarihi izler barındırdığını ve bunlarında renklerle desteklendiğine dikkat çekmektedir. ST5 ise afişteki renk kullanımlarının güzel ve yazı üzerindeki bölünme oranlarının başarılı, estetik bir hava oluşturduğunu ifade etmektedir. Zeminin beyaz olmasının üzerinde yer alan öğelerin koyu tercih edilmesinin kontrastlık oluşturduğunu, algılanır kapsamında dikkat çekmek ve okutmak için doğru tercihler olduğunu belirtmektedir. Renklerin genel olarak deniz, barış, özgürlük ve yöresel olarak mesaja yönelik tercihler olduğunu afişin genel olarak estetik başarılı bir çalışma olduğunu düşünmektedir.

54.Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı hakkında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel ve ortak görüşleri yukarıda yer almaktadır. Bu genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç ise afişin genel olarak amaca uygun bir çalışma olduğudur. Afiş tasarımının genel görüşler sonucunda grafik tasarım ilkelerine kısmen uygun olduğunu söyleyebiliriz. Şöyle ki; genel görüşlerde çoğu zaman ilkelere uygun olduğu söylenmektedir, çoğu zaman da ilkelere uygun olmadığı bunun da en büyük nedenin afişte kullanılan imgelerin fazla oluşunun, karmaşa yaratıp dengeyi bozduğu yönündedir. Afişin genel yapısında bütünlüğün, dengenin, boşluk ve doluluğun, oran orantının, hiyerarşik düzenin ve mesaj kapsamında Troia Festivali' ne yönelik bir vurgunun yapıldığı ortak görüşlerdendir. Bu genel ilkeler kapsamında afiş tasarımının mesajının hedef kitleye iletilmesi konusunda başarılı sayılabilecek bir çalışma olduğunu söyleyebiliriz. Afişte problem oluşturan ve

mesaj kapsamında yetersiz kalan yönlerine değinecek olursak, afişte kullanılan renklerin festival kapsamında yetersiz olduğunu, tipografi de kullanılan fontların mesajı iletme ve bilgileri aktarma konusunda yanlış tercih yapıldığını ifade edebiliriz. Afişte yer alan imgelerin, Troia, Çanakkale, özgürlük, barış, festival kültürel değerler ve festivalin içeriğine yönelik olduğunu ve afişte olması gereken bilgilerin ve imgelerin başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Bura da olumsuz olan tek şey ise afişte kullanılan imgelerin çok fazla olması, çünkü afişin geneline dağıtılan veya yerleştirilen onlarca imge bulunmakta. Bu imgelerin sayısının artması bir karmaşa yaratmaktadır, her ne kadar festivale yönelik, içeriğini yansıtan bir çalışma olsa da gereğinden fazla imgenin kullanılması doğru bir tercih değildir. Afişte kullanılan imgelerin azaltılması veya imgelerin bir arada bütünlük içerisinde kullanılması belki afişi daha etkili bir hale getirebilirdi. Afişte bir özgün baskı izlenimi yer almakta, merkezi kısmında bir Troia Festivali yazısını görmekteyiz, burada festivale bir vurgu söz konusu, tıpkı bir el yazısı şeklinde yer alması güzel ama kopuk ve kesik şekilde yerleştirilmesi okunma zorluğu yaşıyor. Afişteki diğer bilgilerin, farklı bir fontta ve iç içe geçmiş bir şekilde espaslarının hatalı kullanılması, afişin mesajı hedef kitleye iletme konusunda etkisiz bir çalışma olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü afişte kullanılan fontların da biraz festivali yansıtmaması ve mesajı net bir şekilde okutması gerekmektedir. Burada kullanılan birden fazla font afişte bir karmaşa yaratmakta, afişin genelinde zaten imgesel bir karmaşa varken fontlarında sadeliğin dışında olması afişi içinden çıkmaz bir hale sokmaktadır. Bunların çözümü olarak daha düz ve mesajın okunmasında başarılı bir font, imgelerin daha az ve bir arada olması ve renklerin festival kapsamında daha canlı ve rengarenk olması afişi daha başarılı kılacaktır. Bu bağlamda afiş hakkında genel görüşlerden çıkaracağımız sonuç ise afişin genel kompozisyonun amaca uygun, fikir olarak başarılı yalnız festival kapsamında afişin etkisiz olduğu ortak görüşlerdendir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç

Afiş tasarımı geçmişten günümüze bir grafik tasarım ürünü olarak hayatımızda yerini korumaktadır. Afiş bir ürünü, hizmeti veya kurumu tanıtmak ya da duyurmak için kullanılan bir iletişim aracıdır. Afiş sanatının genel olarak Dünyada ve Türkiye’de gelişimi afiş tasarım türleri, afiş tasarım teknikleri ve afişte bulunması gereken unsurlar gibi birçok konu çalışmanın ikinci bölümünde detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Afiş tasarımı genel olarak bir reklam aracı olarak kullanılsa da afiş sanatının tarihine baktığımız zaman sanatsal ve estetik bir yönünün olduğunu da görmekteyiz. Şöyle ki; geçmişten günümüze afiş sanatçılarının yaptıkları çalışmalarda afişi sadece bir şeyi tanıtmaya veya duyurma için değil, içerisinde sanatsal değerleri barındıran ve estetik kaygılar içerisinde hazırlanan birçok eserde hazırlamışlardır.

Tasarımcılar her ne kadar özgür ve fikir odaklı afiş tasarımları hazırlasalar da yaptıkları çalışmaların grafik tasarım kapsamında bazı kurallara uygun olması gerekmektedir. Çünkü afiş tasarımları hedef kitleye yönelik bir mesaj iletmekle yükümlüdür, bu mesaj her ne kadar sade ve anlaşılır bir şekilde tasarıma yansıtılırsa afiş tasarımı işte o zaman işlevini tamamlar. Hedef kitleye yönelik yapılan bu çalışmalarda bir ürün, hizmet veya kuruma dayalı bilgiler yer almaktadır. Bu tür bilgilerin yerleşiminin, yorumlanmasının, boyutlarının ve tasarım dilinin sade ve anlaşılır olması için bazı grafik tasarım kurallarına uygun hazırlanması gerekir. Bu kurallar ise ilk olarak afiş tasarımında olması gereken öğeleri içerisinde barındırmalı ve grafik tasarım ilke ve elemanlarına uygun hazırlanması gerekmektedir. Afiş tasarımı her ne kadar bu kurallara uygun hazırlanırsa çalışma o kadar başarılı olur. Genel olarak hedef kitleye yönelik hazırlanan afiş tasarımlarının dikkat çekici olmasında, uyarmasında, hedef kitleyi harekete geçirmesinde ve mesajı net bir şekilde okutmasında bu kurallar büyük roller üstlenirler. Bu bağlamda tasarımcıların afişte kullandıkları öğelerin psikolojik, sosyal ve kültürel anlamlarını bilmesi, tasarım öğelerini, grafik tasarım ilke ve elemanlarını iyi bilmesi ve amaca uygun bir şekilde kullanması gerekmektedir.

Ülkemizde her yıl tasarım anlamında birçok yarışma düzenlenmektedir. Bu yarışmaların çoğunluğu uluslararası olup, tasarımcıların hünelerlerini göstermesi için bir şans sunar. Tasarımcılar hazırladıkları çalışmaları jüri üyelerine ve halka sunarak onların beğenilerini toplarlar. Ülkemizde gelenekselleşmiş tasarım yarışmaları arasında olan Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması üst sıralarda yerini korumaktadır. Bu yıl 55.si düzenlemekte olan Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması’nın araştırma kapsamında tercih edilmesinin en büyük nedeni sadece güzel sanatlar öğrencilerine açık ve uluslararası kapsamda düzenlendiğidir. Yarışmanın genel amacı; o yıl düzenlenecek olan festivali tanıtmak ve duyurmaktır. Jüri üyelerinin ortak kararıyla seçilen afiş tasarımı maddi ve manevi anlamda ödüle layık görülerek, festivalin gerçekleştiği tarihte halk karşısında tasarımcıya taktim edilmektedir.

Bu çalışmada, 2008-2017 yılları arasında Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması'nda birincilik ödülü alan tasarımcıların eserleri incelenmiştir. İncelenen eserlerin grafik tasarım ilkeleri kapsamında akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların genel ve ortak görüşleri göz önünde bulundurularak, elde edilen veriler değerlendirildiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- 1- 2008-2017 yılları arasında Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması'nda birincilik ödülü kazanan eserlerde kullanılan renklerin ve imgelerin festivali yansıtmadığı düşünülmektedir. Akademisyenlerin ve sektörden tasarımcıların ortak görüşleri doğrultusunda son on yılda öğrencilere ait olan bu çalışmaların, grafik tasarım ilkeleri kapsamında eksikliklerinin olduğu dile getirilmektedir.
- 2- Uluslararası festival kapsamında incelemesi yapılan afiş tasarımlarının büyük bir çoğunluğunda kompozisyon, tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve renk gibi birçok imge eksik ve hatalı kullanılmıştır.
- 3- Afiş tasarımlarının 2008-2017 yılları arasında gelişim göstermesi gerekirken, son yıllarda afiş tasarımlarında bir gerileme yaşandığını söyleyebiliriz. Bu gerilemenin en başta sebeplerinden biri olan özgünlük ve yaratıcılık olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü; hazırlanan afiş tasarımlarında kompozisyon hataları, hiyerarşik düzen ve imge karmaşası gibi problemler görülmektedir.
- 4- Son on yılda ödül kazanan birçok afiş tasarımında fikrin genel olarak bir kalıp halinde olduğunu söyleyebiliriz. Şöyle ki; Kuş ve Troia Atı figürünün bir arada kullanılması ve bir kompozisyon oluşturulması diğer yıllarda olduğu gibi tekrara düşülmesi ve bunun sonucunda afiş tasarımlarındaki fikrin ve özgünlüğün bulunmaması büyük bir tasarım problemi olarak karşımıza çıkmaktadır.
- 5- Afiş tasarımlarının çoğunluğunun uluslararası kapsamda etkisiz ve yetersiz kaldığı görülmektedir. Çünkü; afiş tasarımında kullanılan imgelerin, renklerin ve genel bilgilerin farklı kültürlerle hitap etmediğini söyleyebiliriz.
- 6- Afiş tasarımlarının büyük bir kısmında festivalin temasına uygun mesajları (Troia, barış, özgürlük ve kültürel değerler) içermesi ve hedef kitleye iletmesi konusunda eksikliklerinin olduğu görülmektedir.
- 7- Afiş tasarımlarında bütünlük, denge, hiyerarşik düzen, kompozisyon vurgulama, oran-orantı gibi birçok ilke ve eleman hatalı, eksik veya etkisiz kullanılmıştır.

- 8- Son on yılda birincilik ödünü kazanan afiş tasarımlarının büyük bir çoğunluğunun grafik tasarım ilke ve elemanlarına uygun olmadığı ve uluslararası kapsamda hazırlanan afiş tasarımlarının işlevini yerine getirmediğini söyleyebiliriz.
- 9- Grafik tasarım ilke ve elemanlarının yanı sıra Troia kültürü ve Uluslararası kapsamda; mesajı iletme, festivali tanııtma ve duyurma konusunda yetersiz olduğu da görülmektedir. Bundan sonraki yıllarda uluslararası kapsamda hazırlanacak olan afiş tasarımlarının, festivalin temasına uygun mesajları (Troia, barış, özgürlük ve kültürel değerler) başarılı bir şekilde iletmesi konusunda aşağıda birkaç öneride bulunulmuştur.

Öneriler

Yapılan araştırma sonucu elde edilen verilere göre, bundan sonraki yıllarda yarışmaya katılacak tasarımcılara, grafik tasarım konusunda eğitim veren öğretim üyelerine, yarışmayı düzenleyen kurum ve kuruluşlara ve bu konuda yapılacak çalışmalara yön göstermek amacıyla şu önerilerde bulunulabilir:

- 1- Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması şartnamesine ek olarak yarışmacı tasarımcılara, afiş tasarımı, afişte kullanılan görsel unsurlar afişin özellikleri, afişin öğeleri, afişte grafik tasarım ilke ve elemanlarının önemi gibi konularda bilgi vermek ve bilinçlendirmek için birkaç maddeye yer verilebilir.
- 2- Uluslararası kapsamda hazırlanan afiş tasarımlarının, temaya uygun mesajları üzerinde taşınması ve bu mesajları etkili bir şekilde hedef kitleye iletmesi için; afişte kullanılan renklerin, imgelerin ve genel bilgilerin farklı kültürlerle uygun şekilde tercih yapılması gerekmektedir.
- 3- Uluslararası Troia Festivali afiş tasarımları hazırlanırken festivalin düzenlendiği bölgeye ait dilin dışında, farklı kültürlerle hitap etmesi ve onları festivale çekmesi için birkaç farklı dilde düzenlenip resmî web sitesinde, festivalin düzenlendiği bölgede, sosyal medya platformu gibi birçok alanda tanıtılması gerekmektedir.
- 4- Afiş tasarımlarında kullanılan Troia atı ve kuş figürlerinin dışında uluslararası anlamda festivali, özgürlüğü, barışı ve kültürel değerleri yansıtan imgeler kullanılabilir.
- 5- Uluslararası düzeyde hazırlanan afiş tasarımlarının dikkat çekmesi, hedef kitleyi harekete geçirmesi ve etkili bir şekilde festivali yansıtmaları için afişte kullanılan renkler biraz daha ön planda tutulabilir. Renklerin özellikleri; barışı, kültürel değerleri, özgürlüğü ve en önemlisi festivali

yansıtan canlı, dikkat çekici, birbirleriyle uyumlu ve festivalin kutlandığı mevsime uygun renk tonları tercih edilebilir.

- 6- Hazırlanan afiş tasarımlarının hedef kitleye mesajı kısa bir sürede iletmesi için olabildiğince sade ve algılanabilir hazırlanmalı, hiyerarşik düzen sağlanmalı, tipografisi içeriğe uygun olmalı, kullanılan imgeler uluslararası anlamda yeterli ve kompozisyonu başarılı kurgulanmalıdır.
- 7- Festivali ve yarışmayı düzenleyen kurum ve kuruluşların, her yıl dereceye giren eserleri bir arşiv niteliğinde elektronik ortamda muhafaza etmeli ve 10. 50. 100. Yıl gibi birçok önemli dönemlerde halka veya uluslararası kapsamda farklı kültürlere sunarak, kültürel değerin artmasında katkıda bulunabilir.
- 8- Yarışmaya katılan bütün tasarımcıların meslek etiği konusunda bilgisinin olması, yarışma kapsamında tasarımcıların bir emeğinin ve tasarımcı haklarının bulunması ve yüzlerce tasarım içerisinde dereceye giren afiş tasarımlarının kişiye ait olup olmadığını veya dışarıdan bir destek alıp almadığına açıklık getirmek için, yarışma kapsamında bir ön elemeye tutulması, yarışmanın adilliği ve yarışmanın değerinin artması konusunda doğru bir adım olacaktır.
- 9- Uluslararası Troia Festivali çerçevesinde düzenlenen bu yarışmanın daha adil ve daha kaliteli bir yarışma olması için tasarımcılar arasında bir ön eleme yapılarak ve bu ön eleme sonucunda ilk 10'a veya ilk 5'e giren tasarımcıları bir Workshop mantığı ile hazırlanacak ortamda birkaç gün misafir edilip, onların hünelerini göstermesi ve özgün çalışmalar ortaya koyması için bir fırsat tanınabilir. Böylelikle yarışma daha adil ve ortaya çıkan eserler daha özgün ve daha kaliteli olacaktır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Aktaran: Gedik, B.M. (2017:82) *Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Aitchison, J. (2006). *Basın İlanı Böyle Yapılır!* (Çev: S. Balat). İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Aktaran: Turgut, S. (2016:57-60). *UNESCO 2007 Dünya Mevlâna yılına Özel Hazırlanan Basılı Materyallerin Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Alpan, B, G. (2005). *Görsel iletişim*. İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Renk*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Arıkan, A. (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*, Konya: Eğitim Akademi Yayınları
- Arıkan, A, G. (2009). *İmgeden Baskıya Grafik Tasarım*, Konya: Akademi Yayınları 1. Baskı, Konya
- Armstrong, H. (2012). *Grafik Tasarım Kuramı*, Mehmet Emir Uslu (Çev.) 1. Baskı, İstanbul: Espas Yayınları.
- Artut, K. (2006). *Sanat Eğitimi, Kuramları ve Yöntemleri*, 4. Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Atalayer, F. (1994). *Görsel Sanatlarda Estetik İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aktaran: Gedik, B.M. (2017:82) *Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Atalayer, F. (1994). *Temel Sanat Öğeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Atan, A. (2006). *Resimli Resim Sözlüğü*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım
- Balcı, F. (2013). *Sanat Eleştirisine Giriş*, İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Becer, E. (2015). *İletişim ve Grafik Tasarım*, 10. Baskı. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları

- Becer, E. (2007). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Berger, J. (1988). *Görme Biçimleri*. İstanbul; Metis Yayınları.
- Bektaş, D. (1992), *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, 1.Baskı, İstanbul. YKY
- Brown Roger, L. (1983). *Kitle İletişim Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi*. (Çeviri) Raşit Kaya; Korkmaz Alemdar, *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Buyurgan, S. ve Buyurgan, U. (2012). *Sanat Eğitimi ve Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Cağlarca, S. (1993). *Renk ve Armoni Kuralları*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Aktaran: Kaplan, K. (2015:57-60). *Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Çeviker, T. (1993:10). *Modern Türk Grafik Sanatının Öncüsü: İhap Hulusi Görey Sanat Çevresi Dergisi*, Sayı:175
- Çivrilili, N. (1993). *"Kıyısından-Köşesinden Reklamcılık"*, İstanbul, Doğan Ofset.
- Demirel, Ö. (2005). *Konu Alanı Ders Kitabı İncelemesi*, Ankara: Öğreti Yayınevi.
- Aktaran: Çeliker, M. (2014:55-57). *Afiş Tasarımında Alıntısallık Sürecinin İşleyişi*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta.
- Dempsey, A. (2010). *Styles Schools and Movements, The Essential Encyclopaedic Guide to Modern Art*, Thames & Hudson Ltd, London.
- Aktaran: Dağarslan, S. (2011:60-61). *Kültürel Afişlerde Fotoğrafın ve İllüstrasyonun Kompozisyon Ögesi Olarak Kullanımı*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.
- Divanlıoğlu, D. (1997). *Temel Tasar, Tasar'ın Öge ve İlkeleri*, İstanbul: Birsan Yayınevi.
- Doğan, İ. (1999). *Sokaktaki Yabancı*. İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Droste, M. (2012). *Bauhaus-Bauhaus Archive 1919-1933*, Taschen GmbH, Berlin.
- Elden, M. ve Özdem, O. Ö. (2015). *"Reklamda Görsel Tasarım"*, Say Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.

- Ergür, A. (1997). El Sanatları ve Endüstri. *Türkiye’de El Sanatları Geleneği ve Çağdaş Sanatlar İçindeki Yeri Sempozyumu Bildirileri*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Erhan, İ. (1978). *Endüstri Tasarımında Kullanıcı-Araç İlişkiler Açısından Görsel Bildirişim*. İstanbul: İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi Yayınları.
- Aktaran: Ağsakallı, S, M. (2014:31). Sürrealizm Akımının Afiş Tasarımına Etkisi ve Uygulama Örnekleri, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Erkmen, B. (1991). “*Türkiye’de Seçim Afişleri*”, İstanbul: Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 274, Milliyet ve Yayıncılık.
- Aktaran: Kaplan, K. (2015:86). *Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Ersoy, A. (2004). *Sanat kavramlarına giriş*, 3.baskı. İstanbul: Yorum Yayıncılık.
- Aktaran: Ergenel, Ç.S. (1993:23). *Siyasi Afişler (1946-1993)*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ertuğrul, M. (1972). “*Duvar İlanları*”, Milliyet Sanat Dergisi, Sayı.7, İstanbul.
- Evliyaoğlu, G. (1987). *İletişim psikolojisi psikolojik iletişim*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Eti, E. (1995). *Tasarım ve Dekor Semineri Bildiri Kitapçığı*. İstanbul: Marmara Üniversitesi. Güzel Sanatlar Fak. Türk Seramik Derneği Yayınları,
- Felbinger, U. (2005). *Henri de Toulouse-Lautrec; Hayatı ve Eserleri*. İstanbul: Literatür Yayıncılık
- Genç, P. (2012). *İşitme Engellilerle Temel Sanat Eğitimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Engelliler Entegre Yüksekokulu Yayınları.
- Genç, A. ve Ahmet, S. (1990) *Görsel Algılama / Sanatta Yaratıcı Süreç*, Sergi Yayınları, İzmir.
- Genç, A. ve Sipahioğlu, A. (1990). *Görsel Algılama Sanatta Yaratıcı Süreç*, İzmir: Sergi Kitabevi Yayınları. (Düzeltilmiş pdf kopyası: 2018)
- Aktaran: Kaplan, K. (2015). *Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Gill, R. W. (1984). *Rendering With Pen and Ink*. London.
- Aktaran: Atan, U. (2013:25-28). “*Grafik İllüstrasyon Olarak Minyatür*”, Akdeniz Sanat Dergisi, Cilt 6, Sayı 11, Selçuk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Konya.
- Gikonv, Jacqueline “*Graphic Illustration In Black And White*”, DesingPress Newyork, 1991.

- Grolier International Americana (1993), Cilt 11, İstanbul: Sabah Gazetesi Yayınları.
- Gökaydın, N. (1998). *Eğitimde Tasarım ve Görsel Algı*, İstanbul: M.E.B Yayınları.
- Gökaydın, N. (2002). *Temel Sanat Eğitimi*, Ankara: M.E.B Yayınları.
- Güngör, İ.H. (1983). *Temel Tasarım (Basic Design)*. İstanbul: Bilgisayar Destekli Baskı ve Reklam Hizmetleri, Patates Baskı.
- Aktaran: Dağarslan, S. (2011:60-61). *Kültürel Afişlerde Fotoğrafın ve İllüstrasyonun Kompozisyon Ögesi Olarak Kullanımı*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.
- Güngör, İ. H. (2005). *Temel Tasarım, İstanbul: Esen Ofset*
- Aktaran: Düz, N. (2001:138). *Kitap Kapağı 'nda Grafik Tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kurumsal Bir Yaklaşım*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Isparta
- Güngör, İ.H. (1983). *Temel Tasarım (Basic Design)*, İstanbul: Afa Matbaacılık
- Gürer, L ve Gürer, G. (2004). *Temel Tasarım*. İstanbul: Birsan Yayınevi
- Aktaran: Ergenel, Ç.S. (1993:13). *Siyasi Afişler*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi* (1993), Cilt 1, İstanbul: Sabah Gazetesi Yayınları.
- Aktaran: Çitçi, E. (2009:45). *Görsel Kültür Elemanı Olarak 20.yy'da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Hollis, R. (2005), *Graphic Design A Concise History*, London: Thames &Hudson.
- Aktaran: Gedik, B.M. (2017:82) *Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Heller. S. Fernandes T. (2002). *Becoming A Graphic Designer: A Guide To Careers In Design*. (2. Baskı). New York: J. Wiley.
- Işingör, M. (1986). *Temel Sanat Eğitimi Resim Teknikleri*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Işingör, M, Eti, E ve Ashier, M. (1986). *Resim, Temel Sanat Eğitim, Resim Teknikleri, Grafik Resim*, Ankara: Türk Tarih Kurum Basımevi.

- Aktaran: Pehlivan, M. (2009:36). *Türk Hat Sanatı Sayfa Tasarımlarının Günümüz Sayfa Tasarımlarında Kullanılan Grafik Tasarım İlkelerine Göre İrdelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Kütahya
- İstek, R. (2005). *Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*, Pusula Yayıncılık İletişim, İstanbul.
- İstek, R. (2004). *Görsel iletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*, İstanbul: Pusula.
- Aktaran: Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme, Cilt 3, Sayı:13, İstanbul Üniversitesi, Sosyoloji Dergisi, İstanbul.
- Kahn, L. R. ve Cannel F.C. (1983). *The Dynamics Of Interviewing, Theory, Technique and Cases*, Florida: Robert E. Krieger Publishing Company.
- Kalmık, E. (1950). *Renklerin Armoni Sistemleri*, İstanbul: Cumhuriyet Matbaası.
- Aktaran: Erbaş, Z. (2013). *Ülkemizde Çok Satan Kitapların Kapak Tasarımlarında Kullanılan Renklerin Grafik Tasarım Açısından Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kaptan, A.Y. ve Kaptan, S. (2008). *Konu Alanı Ders Kitabı incelemei*. Ankara: 7.Baskı,Öğreti Yayıncılık
- Karpat, I. (1999). *Kurumsal Reklam*. İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.
- Ketenci, H ve Bilgili, C. (2006). *Görsel İletişim & Grafik Tasarımı*, İstanbul: 1.Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Kılıçkan, H. (2016). *Resim Bilgisi*. İstanbul: İnkılap Kitabevi Yayınları
- Konur, T. (2001). *Devlet- Tiyatro İlişkisi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Aktaran: Güney, A. (2013:44-47). *Sosyal İçerikli Kampanyalarda Kullanılan Basılı Reklam Materyallerinin Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Larcher, J. (1980). *Geometrical Design and Optical Art*. Newyork.
- Lynton, N. (1982). *Modern Sanatın Öyküsü*, (Çev. C. Çapan). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Aktaran: Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme, Cilt 3, Sayı:13, İstanbul Üniversitesi, Sosyoloji Dergisi, İstanbul.
- McCracken, G. (1988). *The Long Interview*, Sage Publications, London.
- Martel, C. (1995). *Ben Enerjiyim*, İstanbul: Arion Yayınevi.

- Mazlum, S. (2006). *Masaüstü Yayıncılık Tasarım ve Basım Teknolojisine Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktaran: Dağarslan, S. (2011:60-61). *Kültürel Afişlerde Fotoğrafın ve İllüstrasyonun Kompozisyon Ögesi Olarak Kullanımı*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.
- MEGEP Modüller. (2007). *“Grafik ve Fotoğraf Alanı, Tasarı İlkeleri”*, Ankara.
- Merter, E. (2008). Cumhuriyeti Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey 110 Yaşında, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Meydan Larousse (1992). Cilt 16, İstanbul: Sabah Gazetesi Yayınları.
- Mozota, B. (2005). *Tasarım Yönetimi*. İstanbul: Media Cat Kitapları.
- Uygur, N. (1996). *Kültür Kuramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Aktaran: Gülerce, E. (2008). *Eğitim İçerikli Sosyal Sorumluluk Kampanyalarında Grafik Tasarım Sorunları*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Odabaşı, H. A. (2002). *Grafikte Temel Tasarım*. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.
- Odabaşı, H.A. (2006). *Grafikte Temel Tasarım*. İstanbul: Cem Ofset ve Matbaacılık.
- Oskay, Ü. (2016). *İletişimin ABC'si*. İstanbul, 4.Baskı, İnkılap Kitabevi Yayınları.
- Özderin, S. (2007). *Artist Modern Sanat Dergisi*, 8.Sayı, İstanbul: Mas Matbaacılık.
- Özkalp, E. (2001). *Davranış Bilimlerine Giriş-1*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aktaran: Kaplan, K. (2015). *Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Öztuna, H. Yakup. (2006). *Temel Tasarımda Görsel Rehberler I*, İstanbul: Grafik Tasarım Dergisi, sayı 2, Kasım,
- Öztuna, H.Y. (2007). *Görsel İletişimde Temel Tasarım*. İstanbul: Tibyan Yayıncılık
- Aktaran: Bilirdönmez, K. (2016:51-52). *2010-2015 Yılları Arasında Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.
- Rotha, P. (2000). *Sinemanın Öyküsü*, İstanbul: 1. Baskı, İz Düşüm Yayınları.
- Salisbury, D. F. (1996). *Five Technologies For Educational Change*. New York.

- Aktaran: Kaplan, K. (2015:57-60). *Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açısından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Sakızlı, R. E. (1992). *Sanat Dünyamız Dergisi*. Sayı: 70. İstanbul.
- San, İ. (2010). *Sanat Eğitimi Kuramları*. Ankara, 3.Baskı, Ütopya Yayınevi
- Sarıkavak, N.K. (2014). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aktaran: Gülşahbaz, N. (2008:2-3). *Hazır Giyim Sektöründe Üretim Kalitesini Arttırmaya Yönelik İşlem Bilgi Kartı Geliştirme Model Önerisi (Kadın Pantolon Örneği)*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Saner, F ve Ünver, F. (1945) *Teknik Resim*. Ankara: Maarif Matbaası.
- Aktaran: Şenel, S. (2013:71). *Türkiye'deki Gazetelerin Grafik Tasarım Yönünden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Aktaran: Ergenel, Ç.S. (1993:24). *Siyasi Afişler (1946-1993)*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Sayar, V. (1987). *Film ve Afiş: Görsel Bir Metni Görselleştirme Çabası*, Grafik Sanatı 9, İstanbul. 44-47
- Seçim, F. (1997). *Yayımlarda Sayfa Tasarımı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Dergisi. Cilt 2. Sayı 2.
- Aktaran: Çeliker, M. (2014:29). *Afiş Tasarımında Alıntısallık Sürecinin İşleyişi*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta.
- Seidman, S. A. (2008). *Posters, Propaganda, and Persuasion in Election Campaigns Araound the World and Through History*, Peter Lang Publ. Inc., New York.
- Aktaran: Şenel, S. (2013:71). *Türkiye'deki Gazetelerin Grafik Tasarım Yönünden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Seylan, A. (2005). *Temel Tasarım*. Ankara: M-kitap
- Sarı Sezer, N. (2009). *Sınır Tanımayan Reklam Ortamı Açık hava Reklamları*. 1.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Sun, H ve Sun, D. (1994). *Renginizi Tanıyın*, İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Aktaran: Bilirdönmez, K. (2016:51-52). *2010-2015 Yılları Arasında Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.
- Şenyapılı, Ö. (2003). *Sinema ve Tasarım*, İstanbul:2. Baskı, Boyut Kitapları.

- Aktaran: Ergenel, Ç.S. (1993:13). *Siyasi Afişler (1946-1993)*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Tansuğ, S. (1982). *Herkes İçin Sanat*, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Aktaran: Özmen, M. (2006). “*Reklamda Grafik Tasarımcılığı*”. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya
- Tansuğ, S. (1993): *Çağdaş Türk Sanatı*, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Taş, O ve Şahım, T. (1996). *Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık*, Ankara: Aydoğdu Ofset.
- Teker, U. (2002). *Grafik Tasarım ve Reklam*, 2. Baskı, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tepecik, A ve Toktaş, P. (2014). *Güzel Sanatlar Fakültelerinde Temel Sanat Eğitimi*, Ankara: Gece Kitaplığı, Yason Yayınevi Yan Kuruluşu.
- Teker, U. (2009). *Grafik Tasarım ve Reklam*, 1.Baskı, İstanbul: Yorum Sanat Yayıncılık.
- Aktaran: Şenel, S. (2013:67). *Türkiye’deki Gazetelerin Grafik Tasarım Yönünden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Tiryakioğlu, F. (2012). *Sayfa Tasarımı ve Gazeteler*. Ankara: (1. Baskı). Detay Yayıncılık
- Turani, A. (1980). *Basım Sanatının Gerçek Çehresi*. Ankara: Toplum Yayınevi.
- Turani, A. (2015). *Sanat Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Aktaran: Nayman, Ş.U. (2008:114). *Sosyal İçerikli Reklam Kampanyalarının Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Turgut, İ. (1989). *Sanat Felsefesi*. İzmir: Akademi Kitabevi.
- Aktaran: Gedik, B.M. (2017:82) *Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Turgut, E. (2013). *Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Uztuğ, F. (2004). *Siyasal İletişim Yönetimi*, İstanbul, MediaCat Yayınları.
- Üner, Ö. (2010). *Resmin Temelleri*, Ankara: 1.Baskı, Say Yayınları

- Aktaran: Ergenel, Ç.S. (1993:13). *Siyasi Afişler (1946-1993)*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ünsal, Y. (1984). *Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri*. İstanbul. Bilim Kitabevi Yayınları.
- Varış, F. (1994). *Eğitim Bilimine Giriş*, Ankara: Atlas Kitabevi,
- Yaman, R. Anadol, D. (2003). *Reproduksiyon ve Klişe Teknolojisi*. Ankara: Milli Eğitim Yayınları
- Aktaran: Dinçeli, D., Sevindik, O. ve Karatepe, A. (2016). “*Türkiye’de Görsel Kültür İçerisinde Afiş Sanatına Bakış*” 5. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu, İstanbul Üniversitesi, İstanbul. 398-405
- Yıldırım, M. (2012). “*Anadolu Meslek Liseleri Grafik Bölümü Öğrencilerinin Eğitim Öğretim Durumları ve Eğitim Öğretimden Beklentileri*”. ODU Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 5.Sayı
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (10.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aktaran: Angı, E. Ç. (2013:77-78). *Müzik Kavramı ve Türkiye’de Dinlenen Bazı Müzik Türleri*, Ankara: İdil Dergisi, 2 (10), s. 59-81
- Yurga, C. (2000). *20. Yüzyılda Türkiye’de Popüler Müzikler*, Ankara: Pegem Yayınları.
- Aktaran: Gedik, B.M. (2017:53) *Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Zeegen, L. ve Crush. (2005). *The Fundamentals of Illustration*. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing.
- Yurtsever, H. (1988). *Uygulamalı Estetik*. Ankara: Büro-Tek Basım.
- Aktaran: Angı, E. Ç. (2013:77-78). *Müzik Kavramı ve Türkiye’de Dinlenen Bazı Müzik Türleri*, Ankara: İdil Dergisi, 2 (10), s. 59-81
- Yurga, C. (2000). *20. Yüzyılda Türkiye’de Popüler Müzikler*, Ankara: Pegem Yayınları.
- Aktaran: Gedik, B.M. (2017:53) *Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Zeegen, L. ve Crush. (2005). *The Fundamentals of Illustration*. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing.
- Weill, A. (2015). *Grafik Tasarım*, İstanbul: 5.Baskı, Yapı Kredi Yayınları.

- Aktaran: Bingöl, Ö.F. (2010). “*Devlet Tiyatrolarında 2003-2007 Yılları Arasında Yapılan Afişlerin Tasarım ve İçerik Açısından İncelenmesi*”. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kütahya.
- Wendell, C. C. (1986). *Communication Graphics (İletişim Grafikleri)* Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.

White, A. (2011). *The Element of Graphic Design: Space, Unity, Page Architecture and Type*. New York: Allworth Press

Makaleler

Deliduman, C. ve Çakmak, S. (2017). Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon, İdil Dergisi, Cilt 6, Sayı 29, 319-321.

Dinçeli, D., Sevindik, O. ve Karatepe, A. (2016). “*Türkiye’de Görsel Kültür İçerisinde Afiş Sanatına Bakış*” 5. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu, İstanbul Üniversitesi, İstanbul. 398-405

Reklam ve Toplum <https://teddykangkang.wordpress.com/advertising-and-society/> E.T.16.03.2018

Atan, U. (2013). “*Grafik İllüstrasyon Olarak Minyatür*”, Akdeniz Sanat Dergisi, Cilt 6, Sayı 11, Selçuk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Konya. 25-28

Kavukçu, M. (2010). “*Resim Sanatında Renk Olgusu Üzerine*”, Sanat Dergisi, Dergi Park Akademik Yayınları, Cilt 0, Sayı 9, Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Erzurum. 57-72

Özdemir, T. (2005). “*Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Faktörler*”, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 14, Sayı 2, Güzel Sanatlar Fakültesi, Adana. 391-402

Yeraltı, G. (2005). “*Grafik Sanatı İçerisinde Afiş Sanatımızın Gelişimi*”, Celal Bayar Üniversitesi, Öğretim Görevlisi, Manisa. 8- 10

Yılmaz, M ve Topraktaş, E. (2014). “*Tipografik Özellikler Açısından Bilimsel Dergi Makalelerinin Okunaklılık Düzeyleri İle İlgili Akademisyen Görüşleri*”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 13, Sayı 48, Gazi Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Ankara. 219- 222

Tezler

Yüksek Lisans Tezleri

Ağsakallı, S. M. (2014). “*Sürrealizm Akımının Afiş Tasarımına Etkisi ve Uygulama Örnekleri*”, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Bahar, T. (2006). “*Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümleri, Grafik Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Ele Alınış Biçimleri Üzerine Bir Araştırma*”. Yüksek Lisans Tezi, On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Samsun.

Bingöl, Ö.F. (2010). “*Devlet Tiyatrolarında 2003-2007 Yılları Arasında Yapılan Afişlerin Tasarım ve İçerik Açısından İncelenmesi*”. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kütahya.

Boztaş, E. (2004). “*Grafik Tasarım Eğitiminde Bilgisayar Destekli Paket Program Olarak Afiş*”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Çakır, E. (2008). “*Cumhuriyet Dönemi Afiş Sanatında Başlangıcından Günümüze Tipografi*”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Aktaran: Kaplan, K. (2015:97). “*Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açidan Değerlendirilmesi*”, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.

Çevik, S. (1993). “*Siyasi afişler 1946-1993*”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Çitçi, E. (2009). *Görsel Kültür Elemanı Olarak 20.yy’da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Adana.

Demirçeviren, D. (2009). *Absolut Vodka Örneği Üzerinden Marka İmajı Yaratma Yöntemi Olarak Kurumsal Afiş Tasarımları*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Işık, D. (2010). “*Görsel İletişim Aracı Olarak Afiş Tasarımı: 2009 Yılı Yerel Seçimlerinde İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adaylarının Afiş Tasarımlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi*”. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Er, M. (2011). “*Zum Wesen Und Zur Funktion Von Werbeplakaten Und Geschäftsnamen In Deutschland Und Der Türkei*”, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Alman Dili ve Edebiyatı Bölümü, Ankara.

Erbaş, Z. (2013). “Ülkemizde Çok Satan Kitapların Kapak Tasarımlarında Kullanılan Renklerin Grafik Tasarım Açısından Analizi”, Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Gedik, B.M. (2017). *Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.

Göktepe, A. (2009). “Reklamda Grafik Tasarım”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Güney, A. (2013). “Sosyal İçerikli Kampanyalarda Kullanılan Basılı Reklam Materyallerinin Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Gürer, M. (2006). “Sinemada Anlam Yaratma Aracı Olarak Özel Etki”, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Güvenilir, T. (2013). “Amerika Birleşik Devletleri’nde II. Dünya Savaşı Propaganda Aracı Olarak Afiş”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Aktaran: Yalur, R. (2014, 60-63). “İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin Kurumsal Kimliğinin Grafik Tasarım Açısından Analizi”, Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

İŞİK, D. (2010). *Görsel İletişim Aracı Olarak Afiş Tasarımı: 2009 Yılı Yerel Seçimlerinde İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adaylarının Afiş Tasarımlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Kaplan, K. (2015). “Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açısından Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.

Köksal, K. (2014). “Türkiye’deki Kültürel Afişlerin Tipografik Açısından İncelenmesi” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kuyumcu, S. (2011). “Türkiye’de Teknolojik Gelişmelerin Afiş Tasarımı Etkileri” Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Pehlivan, M. (2009). “Türk Hat Sanatı Sayfa Tasarımlarının Günümüz Sayfa Tasarımlarında Kullanılan Grafik Tasarım İlkelerine Göre İrdelenmesi”, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya

Sevildi, İ. (2014). “Tipografi ve Logo Tasarımındaki Önemi”, Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Sülü, Z.E. (2012). “*Afiş Tasarımında İllüstrasyon ve Fotoğraf Kullanımının Öğrenci Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi*”, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Nayman, Ş.U. (2008). “*Sosyal İçerikli Reklam Kampanyalarının Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi*”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Nikbay, S. (2009). “*Afiş Tasarımlarında Hedef Kitlenin Algılama Durumlarına İlişkin Görüşlerin Değerlendirilmesi*”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Şenel, S. (2013:). *Türkiye’deki Gazetelerin Grafik Tasarım Yönünden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

Tanrıkulu, M. (2009). *Grafik Tasarım Ürünlerinden Afişin Bir Propaganda Aracı Olarak Kullanılması*, Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Hatay.

Umur, G. (2009). *Türkiye’de Grafik Tasarımında Afiş ve Türk Sinema Afişlerinin, 1904’den Bugüne Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yalur, R. (2014). “*İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin Kurumsal Kimliğinin Grafik Tasarım Açısından Analizi*”, Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yayla, H. (2014). “*Afiş Sanatının Görsel İletişim Sanatlarındaki Yeri*”, Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yılmaz, İ. (2015). “*1990-2013 Yılları Arasında Afiş ve Sosyal Afişlerin Grafik Tasarım ve Teknolojik Açıdan İncelenmesi*”, Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Sanatta Yeterlilik ve Doktora Tezleri

Bilirdönmez, K. (2016). *2010-2015 Yılları Arasında Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.

Çeliker, M. (2014). *Afiş Tasarımında Alıntısallık Sürecinin İşleyişi*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta.

Genç, A. (1983). *Dada/ Antropi ve Nedensizlik Açısından Dadacı Sanat Hareketlerinin Çözümlemesine İlişkin Bir Yöntem Araştırması*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, İzmir.

Gülşahbaz, N. (2008). *Hazır Giyim Sektöründe Üretim Kalitesini Arttırmaya Yönelik İşlem Bilgi Kartı Geliştirme Model Önerisi (Kadın Pantolon Örneği)*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Kaptan, G, S. (2017). *İletinin Görsel Tasarımlara Dönüştürülmesinde Göstergebilimsel Düşünme Süreçleri ve Cso İçin Afiş Uygulamaları*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Grafik Anasanat Dalı, Ankara.

Yücebaş, Ç. (2006). *Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Tipografi ile Görseller Arasındaki İlişki ve Sanat Eğitimindeki Yeri*”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Sunumlar

Duranlı, L. (2018:5). *“Tasarım İlkeleri”*, PowerPoint Sunumu, Lefke Avrupa Üniversitesi. KKTC.
Öğretim Görevlisi; Levent Duranlı <https://eul.academia.edu/LeventDuranli> / E.T. 06.03.2018

Bildiriler

Aktaran: Ergenel, Ç, S. (1993:22- 23). *“Siyasi Afişler”*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
Akıncı, M. (1992: 31-36). *“90’lı Yıllarda Türkiye’de Opera, Bale ve Tiyatro Afişlerinin Durumu”*, Soru Havuzu I. Bilkent Grafik Tasarım Semineri, Ankara.
Öztürk, K. (1978:3-7). *Mimarlıkta-Tasarım Sürecinde- Cephelerin Estetik Ağırlıklı Sayısal/Nesnel Değerlendirilmesi İçin Bir Yöntem Araştırması*, Karadeniz Matbaacılık ve Gazetecilik A.Ş. Trabzon.

Görsel İnternet Kaynakları

Resim 1. <https://tr.pinterest.com/pin/318137161152713484/> / E.T. 06.03.2018

Resim 7. <https://www.archdaily.com/619965/is-the-golden-ratio-design-s-greatest-hoax> / E.T. 07.03.2018

Resim 8. <https://www.archdaily.com/619965/is-the-golden-ratio-design-s-greatest-hoax> / E.T. 07.03.2018

Resim 9. <http://www.mcescher.com/gallery/back-in-holland/regular-division-of-the-plane> /E.T. 07.03.2018

Resim 10. <http://www.mcescher.com/gallery/back-in-holland/regular-division-of-the-plane-with-birds>/E.T. 07.03.2018

Resim 12 <http://www.artacademy.com.tr/ResimDetay.aspx?lk=DC601E16-969E-4C25-9344-042BC34137B8> / E.T. 08.03.2018

- Resim 15.** https://www.adsoftheworld.com/media/print/followfish_tomato /E.T. 10.03.2018
- Resim 16:** http://www.emohr.com/www_m1/movies_777.html / E.T.14.03.2018
- Resim 17.** <http://arkeofili.com/tarih-oncesi-donemden-11-magara-sanati>/E.T. 10.03.2018
- Resim 18.** <http://www.egitimtercihi.com/egitimdekimkimdir/13074-matbaanin-mucidi-johannes-gutenberg.html> /E.T. 16.03.2018
- Resim 19.** <https://teddykangkang.wordpress.com/advertising-and-society/>,
<http://infoacrs.com/a/adhistory.html>/E.T. 16.03.2018
- Resim 24.** <https://www.bauhaus100.de/en/past/works/graphics-typography/plakat-zur-bauhaus-ausstellung-in-weimar-1923>/E.T.16.03.2018
- Resim 25.** <https://www.pinterest.co.uk/pin/496873771373916263/> E.T.16.03.2018
- Resim 26.** <https://www.pinterest.co.uk/pin/496873771368935202/> E.T.16.03.2018
- Resim 27.** <http://www.iconofgraphics.com/Max-Huber/> E.T.16.03.2018
- Resim 28.** <http://www.iconofgraphics.com/Max-Huber/> E.T.16.03.2018
- Resim 29.** <http://www.idownloadblog.com/2017/04/19/classic-macintosh-emulator-internet-archive/> E.T.16.03.2018
- Resim 30.** <https://www.turkpress.co/node/43195> /E.T.18.03.2018
- Resim 31.** <https://1000kitap.com/kitap/cihannuma--102439> /E.T.18.03.2018
- Resim 32.** <http://www.grafikerler.org/forum/konu/dunden-bugune-turk-grafik-tasarim-tarihi-bolum-1.31098/> E.T.19.03.2018
- Resim33.**<http://gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-ertel-5> /E.T.18.03.2018
- Resim34.**<http://gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-ertel-3> /E.T.18.03.2018
- Resim35.**<http://gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-ertel-2>/E.T.18.03.2018
- Resim36.**<http://gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/mengu-ertel-4>/E.T.18.03.2018
- Resim37.**<https://www.pinterest.co.uk/pin/819725569647838235/>E.T. 18.03.2018

Resim38.<https://www.pinterest.co.uk/pin/561683384752951850/>E.T. 18.03.2018

Resim39. <https://tr.pinterest.com/pin/378795018652038057/>E.T. 18.03.2018

Resim40. <https://tr.pinterest.com/pin/383509724497098422/>E.T. 18.03.2018

Resim41. <https://tr.pinterest.com/pin/361413938822970548/> E.T. 18.03.2018

Resim42. <https://tr.pinterest.com/pin/361413938822969519/> E.T. 18.03.2018

Resim43. <http://gmk.org.tr/publications/afislerden-kartpostallar/yurdaer-altintas/>
E.T. 18.03.2018

Resim44. <https://tr.pinterest.com/pin/361413938822969569/> E.T. 18.03.2018

Resim45. <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-1446644501564076730.pdf>
E.T. 18.03.2018

Resim46. <http://didemeriskin.blogspot.com.tr/2013/10/> E.T. 18.03.2018

Resim47.<http://gmk.org.tr/uploads/news/file-1446662701307327629.pdf>
E.T. 26.03.2018

Resim48. <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-1446662843331438570.pdf>
E.T. 26.03.2018

Resim49.<http://www.tasarimdelisi.com/tasarimlar/sanat/turk-grafik-sanatinin-kurucusu-ihap-hulusi-gorey/> E.T. 22.04.2018

Resim50.<http://gmk.org.tr/uploads/news/file-1446662775101630085.pdf/>
E.T. 22.04.2018

Resim51.https://www.adsoftheworld.com/media/print/barilla_happy_new_year/
/ E.T. 22.04.2018

Resim52. <http://www.mfafulfillment.com/serigraphy-silkscreen.html>
/ E.T. 22.04.2018

Resim53. <https://www.behance.net/gallery/32187209/Baska-Sinema>
/ E.T. 22.04.2018

Resim54. <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-1446643075900465611.pdf>
/E.T. 23.04.2018

Resim55.<http://gmk.org.tr/uploads/news/file-1446644933268800821.pdf>
/E.T. 23.04.2018

Resim56. <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466630151608668423.pdf>
/E.T. 23.04.2018

Resim57.<http://malieryuksel.blogspot.com.tr/2013/11/hollywooddaki-basarl-turk-emrah-yucel.html> /E.T. 23.04.2018

Resim58.<http://malieryuksel.blogspot.com.tr/2013/11/hollywooddaki-basarl-turk-emrah-yucel.html> /E.T. 23.04.2018

Resim59. <http://haluktuncay.com/detail.aspx?P=122>/E.T. 23.04.2018

Resim60. <http://www.odabasimuzik.com> /E.T. 23.04.2018

Resim 61. www.danzon2008.blogspot.com.tr/2010/06/muzik-festivali-38-bilanco.html/E.T. 27.04.2018

Resim62.www.gsf.nku.edu.tr/logo/aramaayrinti/m/0/7092/3 /E.T. 27.04.2018

Resim63.<http://gmk.org.tr/events/grafik-urunler-sergisi/34-gmk-sergisi-2015>/E.T. 27.04.2018

Resim64.<http://www.grafikerler.org/portal/istanbul-modernde-gecmis-ve-gelecek-sergisi.html> /E.T. 27.04.2018

Resim65. <http://www.canakkale.bel.tr/50uluslararası-troia-festivali12-16-agustos-2013-352> / E.T. 28.04.2018

Resim66. <http://www.filmfestankara.org.tr/tr/> E.T. 28.04.2018

Resim67. <http://www.dijitalajanslar.com/yaratıcı-reklam-afisleri/> E.T. 30.04.2018

Resim68. <https://collectordaily.com/irving-penn-centennial-met/> E.T. 30.04.2018

Resim 69. <https://www.behance.net/gallery/61915453/Redes-Outback>/E.T.02.05.2018

Resim 70. <https://www.behance.net/gallery/62125123/MCHICKEN-Social-Media-2017>
/E.T.02.05.2018

Resim 71. <https://www.limkimkeong.com/index.php/2017/11/19/turkey-unlimited/>
E.T.02.05.2018

- Resim 72.** <http://alicankilicoglu.com/ziraat-bank-works/> E.T.04.05.2018
- Resim 73.** <https://alchetron.com/%C4%B0hap-Hulusi-G%C3%B6rey#-> E.T.04.05.2018
- Resim 74.** <https://tr.pinterest.com/pin/258534834834427124/?lp=true>
E.T.04.05.2018
- Resim 75.** <https://tr.pinterest.com/pin/421086633882152924/> E.T.04.05.2018
- Resim 78.** <https://www.yesilay.org.tr/tr/yayinlar/afisler> /E.T. 04.05.2018
- Resim 79.** <https://www.yesilay.org.tr/tr/yayinlar/afisler> /E.T. 04.05.2018
- Resim 80.** <http://www.togomeetings.com/80945/hiv-posters.html/awesome-hiv-posters-and-ideas-of-world-aids-day-poster-contest-haart-5> /E.T. 04.05.2018
- Resim 81.** <http://www.togomeetings.com/80945/hiv-posters.html/contemporary-hiv-posters-and-incredible-ideas-of-infographics-1>/E.T. 04.05.2018
- Resim 82.** <http://www.akasyakultursanat.com/events/49/>E.T. 05.05.2018
- Resim 83.** http://erbaykucet.com/?page_id=1129 /E.T. 05.05.2018
- Resim 84.** http://www.egitimsen.boun.edu.tr/site/?page_id=95 / E.T. 05.05.2018
- Resim 85.** <https://www.tpocg.org/beykent-universitesi-psikoloji-gunleri/>
E.T. 05.05.2018
- Resim 86.** www.cekulvakfi.org.tr/haber/askiniz-icin-dunyayi-tersine-cevirir-misiniz
/E.T. 05.05.2018
- Resim 87.** <http://www.buharahukuk.com/gallery/tema-vakfi/> E.T. 05.05.2018
- Resim 88.** <http://www.greenpeace.org/new-zealand/en/blog/its-time-for-fewer-tuna-fishing-boats-not-emp/blog/40929/> E.T. 05.05.2018
- Resim 89.** <https://www.pinterest.co.uk/pin/176836722841879216/?lp=true>
/E.T. 05.05.2018
- Resim 90.** https://olive-drab.com/gallery/npp_description.php?top_photo=gp0012.jpg
/E.T. 06.05.2018
- Resim 91.** http://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_538122
/E.T. 06.05.2018

Resim 92. <http://www.canakkale.bel.tr/45uluslararasi-troia-festivali-9-16-agustos-2008-357> /E.T. 21.05.2018

Resim 93. <http://docplayer.biz.tr/7720408-Yil-4-sayi-23-agustos-2009.html> /E.T. 21.05.2018

Resim 94. <http://www.canakkaletravel.com/haber/47-uluslararasi-troia-festivali-afis-yarismasi-sonuclandi.html> / E.T. 21.05.2018

Resim 95. <http://www.canakkaletravel.com/haber/48-uluslararasi-troia-festivali-afis-yarismasi-sonuclandi.html> / E.T. 21.05.2018

Resim 96. <http://www.canakkaletravel.com/haber/49-troia-festivalinin-afisi-belirlendi.html> / E.T. 21.05.2018

Resim 97. <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/2358/50-uluslararasi-troia-festivali-afisi-belli-oldu> / E.T. 21.05.2018

Resim 98. <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/3818/51-uluslararasi-troia-festivali-afisi-belli-oldu> /E.T. 21.05.2018

Resim 99. <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/7535/canakkale-belediyesi-terafindan-bu-yil-52si-duzenlenecek-olan-uluslararasi-troia-festivalinin-afisi-duzenlenen-afis-yarismasi-ile-belli-oldu> /E.T. 21.05.2018

Resim 100. <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/13386/canakkale-belediyesi-53-uluslararasi-troia-festivalinin-afisi-belli-oldu> /E.T. 21.05.2018

Resim 101. <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/16103/canakkale-belediyesi-54-uluslararasi-troia-festivalinin-afisi-belli-oldu> /E.T. 21.05.2018

İnternet Kaynakları

Biçer, Y. (18.05.2018). “*Festival Tarihçesi*” <http://www.canakkale.bel.tr/icerik/2056/festival-tarihcesi/>

<https://www.bidolubaski.com/blog/tipografi-nedir-tasarimda-tipografi-neden-onemlidir> / E.T. 26.02.2018

<http://www.bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/boyalar-nasil-yapiliyor-renk-veren-pigmentler-nasil-elde-ediliyor> / E.T. 02.03.2018

<https://bilisimg.wordpress.com/2012/10/15/tasarim-unsurlari-ve-ilkeleri/> / E.T. 26.02.2018

<http://www.bilgiustam.com/piktogram-nedir-nerelerde-kullanilir> / E.T. 26.02.2018

<http://www.bilgio.net/piktogram-nedir-nerelerde-kullanilir> / E.T. 28.02.2018

<http://www.canakkale.bel.tr/icerik/2058/uluslararası-troia-festivali-amaci/E.T.18.05.2018>

<http://www.canakkale.bel.tr/icerik/2059/festival-mekanlari/> E.T. 18.05.2018

<http://www.canakkale.bel.tr/icerik/24188/festival-afisleri/> E.T. 04.07.2018

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/70532> / E.T. 26.02.2018

http://www.emohr.com/www_m1/motion_777.html / E.T. 11.03.2018

<http://www.emohr.com> / E.T. 11.03.2018

http://www.emohr.com/ww1_out.html / E.T. 11.03.2018

<http://www.grafikerler.org/forum/konu/logo-ve-amblem-nedir.8359/>
E.T. 25.02.2018

Hayaletik, (26.04.2018) “Türk Sineması Yeşilçam Tarihi Afişleri”,
<http://hayaletik.blogcu.com/turk-sineması-yesilcam-tarihi-afisleri/6238372>.

<http://www.iconofgraphics.com/Laszlo-Moholy-Nagy/> E.T. 16.03.2018

<http://www.imo.org.tr/resimler/ekutuphane/pdf/13566.pdf> / E.T. 11.03.2018

http://www.istanbulmodern.org/tr/sergiler/hakkinda_22.html / E.T. 27.04.2018

<https://www.fastcodesign.com/3044877/the-golden-ratio-designs-biggest-myth/>
E.T. 07.03.2018

<https://eul.academia.edu/LeventDuranli> / E.T. 06.03.2018

<http://gmk.org.tr/about> / E.T. 27.04.2018

<http://logovetasarim.blogspot.com.tr/2015/07/logotype-nedir.html>/E.T.26.02.2018

<https://www.meden.com.tr/grafik-tasarim-ogeleri-ve-temel-ilkeler/>E.T.23.02.2018

<http://sanatkaravani.com/illustasyon-nedir-nasil-dogmustur/> E.T. 24.02.2018

<http://www.sivilsayfalar.org/category/stk/acev/> E.T. 05.05.2018

<http://www.tasarimgunlukleri.com/2015/08/27/tasarimin-yapi-taslari-tasarim-prensip-leri-ve-elemanlari-002/> E.T. 01.03.2018

<http://www.tdk.gov.tr/> E.T. 28.01.2018

Şevketoğlu, S. (01.05.2018). “*Moda nedir, neden ve nasıl ortaya çıkmıştır?*”.
<https://www.uplifers.com/moda-nedir-nasil-ortaya-cikmistir/>

Yüksel, M. (26.04.2018). “*Hollywood’deki Başarılı Türk- Emrah Yücel*”,
<http://malieryuksel.blogspot.com.tr/2013/11/hollywooddaki-basarl-turk-emrah-yucel.html>

Günden, A. (03.05.2018). “*Reklamcılık*”,
<http://aligunden.blogspot.com.tr/2011/11/reklamclk.html?m=1>

<http://zipisleri.blogspot.com.tr/2013/10/dunyay-degistiren-7-afis.html>
E.T. 04.05.2018



EKLER**EK 1: GÖRÜŞME FORMU**

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer:

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	
2. Cinsiyetiniz?	☐ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	
4. Medeni durumunuz?	☐ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☐ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☐ Doktora ☐ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitiminizi nerede tamamladınız?	Tarih:
7. Mezun olduğunuz bölüm	
8. Çalışma durumunuz	☐ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☐ SSK ☐ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	
13. Afış tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☐ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afış tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☐ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afış tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☐ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 2: AKADEMİSYEN GÖRÜŞME FORMU ÖRNEKLERİ

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI'NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Ayvacısaray Üniversitesi / Serhat* *06.06.2018*
Poster

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>Alen GENÇ</i>
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<i>75</i>
4. Medeni durumunuz?	☐ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☒ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☐ Doktora ☐ Yüksek Lisans ☒ Post-Doktora
6. Lisans eğitimi nereden tamamladınız?	<i>Gazi Eğitim Enstitüsü / St. Martin's</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<i>School of Art</i>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>Ayvacısaray Üniversitesi / Öğretim Göv.</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>1980</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☒ SSK ☐ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	
13. Afış tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afış tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afış tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Arel Üniversitesi / Tepekent*

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>Sebahattin GANIZ</i>
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	
4. Medeni durumunuz?	☐ Bekar ☐ Dul ☐ Aynı yaşıyor ☒ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☐ Doktora ☐ Yüksek Lisans ☒ Post-Doktora
6. Lisans eğitimi nereden tamamladınız?	<i>İst. Tıbbiği Güzel Sanatlar Fak. Okulu</i> Tarih: <i>1972</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<i>Grafik Sanatlar</i>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>Arel Univ. Güzel San Fak / İletişim Fak.</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>1967'den Beri</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☒ SSK ☐ Bağ-Kur ☒ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	<i>—</i>
13. Afiş tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afiş tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Kadıköy*

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>ERKAN DİZDİCEK</i>
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<i>59</i>
4. Medeni durumunuz?	☐ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☒ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☒ Doktora ☐ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitiminizi nerede tamamladınız?	<i>MÜBİST (TATBİG)</i> Tarih: <i>1980-81</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<i>DESİG</i>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>MÜ. BİST</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>1987-88 den beri (31Y)</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☐ SSK ☐ Bağ-Kur ☒ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	
13. Afış tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☐ Evet var ☒ Az var ☐ Hayır yok
14. Afış tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☐ Evet var ☒ Az var ☐ Hayır yok
15. Afış tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer:

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	Ali Kılıç
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	50
4. Medeni durumunuz?	☒ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☐ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☒ Doktora ☐ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitiminizi nerede tamamladınız?	Gazi Üniversitesi Tarih: 1993
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	Grafik Tasarım
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi / Öğretim Üyesi
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	2017 / Bir yıl
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☒ SSK ☐ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	—
13. Afiş tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afiş tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Beylikdüzü / Ofis*

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>ÖMÜR MERT</i>
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<i>31</i>
4. Medeni durumunuz?	☐ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☒ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☐ Doktora ☒ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitimi nereden tamamladınız?	<i>Gazi Üniversitesi Tarih Eğitimi</i> Tarih: <i>02.02.2011</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<i>Matbaa Öğretmenliği</i>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>Ders Saat Ücretli (öpr. Görevlisi)</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>2013'ten beri</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☒ SSK ☐ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	
13. Afiş tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afiş tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☐ Evet var ☒ Az var ☐ Hayır yok

EK 3: SEKTÖRDEN TASARIMCI GÖRÜŞME FORMU ÖRNEKLERİ

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI'NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: KADIKÖY İSTANBUL

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<u>SADIK ÇAĞATAY ÖZKÖFECİ</u>
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<u>57</u>
4. Medeni durumunuz?	☐ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☒ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☒ Lisans ☐ Doktora ☐ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitimi nereden tamamladınız?	<u>MARMARA GİZECS. F.</u> Tarih: <u>1992</u>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<u>YATIN GRAFİET</u>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<u>HİZONE REKLAM AŞAUSI</u>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<u>25 YIL</u>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☒ SSK ☐ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	<u>—</u>
13. Afiş tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☐ Evet var ☒ Az var ☐ Hayır yok
15. Afiş tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROIA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Just Cafe*

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>Gizem Yetimlen</i>
2. Cinsiyetiniz?	☐ Erkek ☒ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<i>27</i>
4. Medeni durumunuz?	☒ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☐ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☐ Doktora ☒ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitimi nereden tamamladınız?	<i>Beykent Üni.</i> Tarih: <i>2014</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<i>İletişim ve Tasarım</i>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>Adventure Creative</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>5,5 yıl.</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☒ SSK ☐ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	
13. Afış tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afış tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afış tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Berf Inn Coffee - 10.06.2018*

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>ÖZENG ULAŞ ALTUNSOY</i>
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<i>29</i>
4. Medeni durumunuz?	☒ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☐ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☐ Doktora ☒ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitiminizi nerede tamamladınız?	<i>Bahçeşehir Üni. Tarih: 2012</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<i>Görsel Sanatlar ve Görsel İletişim Tas. (VACD)</i>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>HDG DIGITAL CREATIVE AGENCY KREATİF DİREKTÖR</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>2008'den beri.</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☐ SSK ☒ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	<i>—</i>
13. Afiş tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afiş tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Beriztop*

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>Dicle GILDIRIM</i>
2. Cinsiyetiniz?	☐ Erkek ☒ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<i>29</i>
4. Medeni durumunuz?	☒ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☐ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☐ Lisans ☐ Doktora ☒ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitiminizi nerede tamamladınız?	<i>Deu Gs F</i> Tarih: <i>2013</i> <i>Grafik Tasarım</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>16:9 reklam ajansı</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>Yeni başladım.</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☒ SSK ☐ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	
13. Afiş tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afiş tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

**“ULUSLARASI TROİA FESTİVALİ AFİŞ TASARIM
YARIŞMASI’NDA ÖDÜL KAZANAN ESERLERİN
GRAFİK TASARIM İLKELERİNE GÖRE
İNCELENMESİ”**

Görüşmenin Yapıldığı Tarih ve Yer: *Beriktaş*

GÖRÜŞME FORMU	
1. Adınız ve Soyadınız?	<i>Çağdaş Fahri</i>
2. Cinsiyetiniz?	☒ Erkek ☐ Kadın ☐ Diğer
3. Yaşınız?	<i>29</i>
4. Medeni durumunuz?	☒ Bekar ☐ Dul ☐ Ayrı yaşıyor ☐ Evli ☐ Boşanmış
5. Öğrenim durumunuz?	☒ Lisans ☐ Doktora ☐ Yüksek Lisans ☐ Post-Doktora
6. Lisans eğitimi nereden tamamladınız?	<i>Marmara Atatürk eğitim Tarih: 2012 Fakültesi Resim Bölümü</i>
7. Hangi bölümden mezun oldunuz?	<i>Görsel sanatlar eğitimi</i>
8. Çalışma durumunuz	☒ Çalışıyor ☐ İşsiz (12. soruya geçiniz)
9. Çalıştığınız kurum ve göreviniz?	<i>16.9 tasarım ve fotoğraf - art director</i>
10. Ne zamandan beri çalışıyorsunuz?	<i>2 yıl</i>
11. Sosyal Güvenceniz nedir?	☐ SSK ☒ Bağ-Kur ☐ Emekli Sandığı ☐ Özel ☐ Yok
12. Ne zamandan beri işsizsiniz?	
13. Afiş tasarımı hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
14. Afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok
15. Afiş tasarım yarışmalarının grafik tasarıma etkisi var mı?	☒ Evet var ☐ Az var ☐ Hayır yok

EK 4: DERİNLEMESİNE MÜLAKAT GÖRÜŞMESİ ÖRNEĞİ

54. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarımı için yapılan görüşme;

Ben: Adınız, Soyadınız?

Görüşmeci:

Ben: Unvanınız nedir?

Görüşmeci:

Ben: Çalıştığınız kurum?

Görüşmeci:

Ben: Çalışma süreniz, deneyiminiz?

Görüşmeci:

Ben: Lisans eğitimi nereden tamamladınız?

Görüşmeci:

Ben: Afiş tasarımı hakkında bilgi veriniz, afiş sizce nedir?

Görüşmeci: Afiş tasarımı bir grafik tasarım ürünü ve iletişim aracıdır. Afiş herhangi bir şeyi tanıtmak, duyurmak ve geniş kitlelere yalın bir ifadeyle iletmek için kullanılan bir grafik tasarım ürünüdür.

Ben: Dünyadaki ve Türkiye’deki afiş tasarımı yarışmaları hakkında bilginiz var mı? Var ise nasıl buluyorsunuz? Örnekler veriniz.

Görüşmeci: Genelde resim ve tasarımların yarışma şeklinde olmasının taraftarı değilim. Bu konuda uzun yıllar hiçbir yarışmaya girmedim, çünkü yarışmalar eğilimi, jürileri belli, ne istedikleri belli ve sonuçları aşağı yukarı belli bu yüzden pek sıcak bakmıyorum. Bir halk oylaması ile yapılan bir yarışmada 3. Olmuştum. Çünkü bu yarışmalarda jürinin çizgisi yansıyor, çok demokratik olması zor oluyor, yalnız yarışma içerisinde bir iki eser diğerlerinden çok daha başarılı kalabiliyor.

Ben: Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması hakkında bilginiz var mı?

Görüşmeci: Kıbrıs’taki Üniversitelerden, Türkiye’deki Üniversitelerden, Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışmasını bilen farklı ülkelere, yarışmaya katılan öğrencilerin olduğunu biliyorum, oldukça kurumsallaşmış yarışmalardan biri.

Ben: Afiş tasarım açısından amacına uygun mu?

Görüşmeci: Çağrışım olarak, kuralsızlık çağrışımı yapıyor, kurallara direnme izlenimi bırakıyor. Bilerek yapılmış ama iyi bir kompozisyon oluşturulamamış. Bu kuralsızlığın, direnişin gizli bir şekilde tasarıma yansması gerekirdi, bu konuda eksik kalmış.

Ben: Afişte verilmek istenilen mesaj, yazı veya imge sizce kısa ve anlaşılır mı?

Görüşmeci: Hiyerarşik bir düzen yok, açıkçası sıralama yok algılanma sırası yanlış imgeler ve tipografi aynı anda aynı tonda algılanıyor, okutuyor bu büyük bir hata olarak karşımıza çıkıyor, işlevinin dışarısına çıkmış. Antropik düzen, karmaşıklık fonksiyona uygun değil, afişin ruhuna aykırı, marjinal düzeyde serbest tasarlanmış, ama bu yaklaşım afiş tasarım anlamında doğru bir yaklaşım değil.

Ben: Afişte fotoğraf, illüstrasyon veya görsel öğeler yeterli kullanılmış mı?

Görüşmeci: Kullanılan görsel öğeler çok karmaşık, motifler hatalı ve çok fazla kullanılmış, sıradan motiflerin kullanılması tasarımı etkisiz kılmış. Güvercin ağzında zeytin dalı, Troia atı, müzik öğeler, diğer motifler çok hatalı ve çok fazla genel olarak bir dengesizlik, karmaşıklık problemi yaşatmış. Sanat eserlerinde bu tür bir yaklaşım hatalı olur, çünkü afiş tasarımı bir sanat eseri değil serbestlik söz konusu olamaz çünkü tanıtma için kullanılan bir basılı ürünün genel olarak üzerinde bilgiler net ve kısa olmalıdır, bu tasarımda algılanırlık problemleri var.

Ben: Afişin sosyal hayata etkisi olur mu, hedef kitleyi harekete geçirir mi?

Görüşmeci: Kullanılan görsel öğeler çok karmaşık, motifler hatalı ve çok fazla kullanılmış, sıradan motiflerin kullanılması tasarımı etkisiz kılmış. Güvercin ağzında zeytin dalı, Troia atı, müzik öğeler, diğer motifler çok hatalı ve çok fazla genel olarak bir dengesizlik, karmaşıklık problemi yaşatmış. Sanat eserlerinde bu tür bir yaklaşım hatalı olur, çünkü afiş tasarımı bir sanat eseri değil serbestlik söz konusu olamaz çünkü tanıtma için kullanılan bir basılı ürünün genel olarak üzerinde bilgiler net ve kısa olmalıdır, bu tasarımda algılanırlık problemleri var.

Ben: Afiş tasarımında kullanılan grafik tasarım ilkeleri nelerdir, açıklayınız?

Görüşmeci: Afişin genel olarak baskı resim teknikleri izlenimi bırakıyor yalnız özgün baskı vurgusu tam sağlanamamış. Özgün baskının dramatik etkisinin tasarıma yansımamış, afiş figürlerle dolu, karmaşık ve ilkelere uygunluğu söz konusu değil.

Ben: Afiş tasarımı grafik tasarım ilkelerine uygun mudur?

Görüşmeci: Afişte hiyerarşik düzeninde problemler var, onlarca imgenin kullanılmasının bütünlüğü bozmuş, algılanma sırasının yanlış ve genel olarak karmaşık ve zor algılandığı için ilkelere uygun bir çalışma olmamış.

Ben: Afiş tasarımında kullanılan ilkeler nasıl kullanılmış, açıklayınız?

Görüşmeci: Afişte bütünlük ve denge sağlanamamış, okunma sırası yani hiyerarşik düzeni yanlış ve afişte kullanılan tipografi hatalı olmuş algılanma problemi var, sade ve anlaşılır değil ilkelere uygun bir çalışma olmamış.

Ben: Afiş tasarımında öne çıkan, en baskın ilke hangisidir?

Görüşmeci: Baskı resim teknikleri izlenimi bırakıyor ama genel olarak baskı resim vurgusu, dramatik etkisi bu tasarımda yok ve genel olarak hatalı, figürler çok fazla, Antropisi, olasılığı çok olana girilmiş bütünlüğü bozmuş.

Ben: Afiş tasarımında birbirini tamamlayan veya destekleyen ilkeler nelerdir?

Görüşmeci: Afişte bütünlük ve denge birbirini tamamlamaya çalışmış ama onlarca figürün yarattığı karmaşa, dengeyi ve bütünlüğü yaratmak yerine bozduğunu söyleyebiliriz.

Ben: Afiş tasarımında kullanılan renk hakkında bilgi veriniz?

Görüşmeci: Afiş tasarım genel olarak deforme edilmiş, renk olarak amaca uygun bir tercih değil, font rengi ile zemin rengi birbirine karışıyor, mavi ve siyah renk karmaşa yaratıyor, marjinal görünüm sağlamak için bu yaklaşımlar yetersiz.

Ben: Afiş tasarımı estetik olarak nasıl, göze hitap ediyor mu?

Görüşmeci: Estetik bir çalışma olmamış, daha iyi olabilirdi.

EK 5: KATILIMCI LİTESİ

Akademisyenler

- 1- Prof. Dr. Âdem GENÇ – Ayvansaray Üniversitesi
- 2- Prof. Dr. Selahattin GANİZ – Arel Üniversitesi – İletişim Fakültesi Dekanı
- 3- Dr. Öğr. Üyesi Ali KILIÇ – Fatih Sultan Mehmet Üniversitesi – Grafik Tasarım Bölüm Başkanı
- 4- Dr. Öğr. Üyesi Erkan ÖZDİLEK – Marmara Üniversitesi
- 5- Öğr. Gör. Ömür MERT – Kadir Has Üniversitesi

Sektörden Tasarımcılar

- 1- Sadık Çağatay ÖZKEFELİ – Hizone Reklam Ajansı – Creative Director
- 2- Gizem YETİMLER – Adventure Creative – Art Director
- 3- Özenç Ulaş ALTUNSOY –HDG Dijital Creative Agency – Creative Director
- 4- Çağatay ŞAHİN – 16:9 Tasarım ve Fotoğraf – Art Director
- 5- Dicle YILDIRIM – 16:9 Tasarım ve Fotoğraf – Art Director

EK 6: DERİNLEMESİNE MÜLAKAT TEKNİĞİ SORULARI

- 1- Adınız, Soyadınız?
- 2- Unvanınız nedir?
- 3- Çalıştığınız Kurum?
- 4- Çalışma süreniz, deneyiminiz?
- 5- Lisans Eğitimi nerede tamamladınız?
- 6- Afiş tasarımı hakkında bilgi veriniz, afiş sizce nedir?
- 7- Dünyadaki ve Türkiye'deki afiş tasarım yarışmaları hakkında bilginiz var mı? Var ise nasıl buluyorsunuz? Örnek veriniz.
- 8- Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması hakkında bilginiz var mı?
- 9- Afiş, tasarım açısından amacına uygun mudur?
- 10- Afiş tasarımı sizce festivali yansıtıyor mu?
- 11- Afişte verilmek istenilen mesaj, yazı ve imge kısa ve anlaşılır mı?
- 12- Fotoğraf, İllüstrasyon veya görsel öğeler yeterli kullanılmış mı?
- 13- Afişin sosyal hayata etkisi olur mu, hedef kitleyi harekete geçirir mi?
- 14- Afiş tasarımında kullanılan grafik tasarım ilkeleri nelerdir açıklayınız?
- 15- Afiş tasarımı grafik tasarım ilkelerine uygun mudur?
- 16- Afiş tasarımında kullanılan ilkeler nasıl kullanılmış, açıklayınız?
- 17- Afiş tasarımında öne çıkan, baskın ilke hangisidir belirtiniz?
- 18- Afiş tasarımında birbirini tamamlayan veya destekleyen ilkeler nelerdir?
- 19- Afiş tasarımında kullanılan renk hakkında bilgi veriniz.
- 20- Afiş tasarımı estetik olarak nasıl, göze hitap ediyor mu?

ÖZGEÇMİŞ

28 Şubat 1994 tarihi, Tokat İli, Niksar ilçesi doğumluyum. İlkokul üçüncü sınıfa kadar Niksar/Gökceoluk Köyü'nde yer alan Gökceoluk İlköğretim Okulu'nda okuduktan sonra, 2003 yılında ailevi nedenlerden dolayı İstanbul'a taşındıktan sonra ilk ve ortaokul eğitimimin geri kalan bölümünü İstanbul, Küçükçekmece'de yer alan İkitelli İlköğretim Okulu'nda tamamladım. Liseyi yine aynı ilçede yer alan Nahit Menteşe Anadolu Lisesi'nde tamamladıktan sonra, 2012 yılında Plato Meslek Yüksekokulu, Basım ve Yayın Teknolojileri bölümüne kayıt oldum. Bu bölümden 2014 yılında mezun olduktan sonra, Lisans eğitimimi tamamlamak için Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım bölümüne kayıt olarak buradaki eğitimimi 2016 yılında tamamladım. Lisans eğitimimden sonra, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim ve Tasarım Ana Sanat Dalı'nda yüksek öğrenimim devam etmektedir.

Özel ilgi alanlarım, teknoloji, sosyal medya yönetimi, mobil uygulamalar arayüz tasarımı, web tasarımı, grafik tasarımı, animasyon, reklam, fotoğraf ve videodur. Yabancı dilim İngilizcedir.

Aday: Önder YILMAZ