

146056

**GRAFİK TASARIM EĞİTİMİNDE  
BİLGİSAYAR DESTEKLİ  
PAKET PROGRAM OLARAK AFİŞ**

**Ekin BOZTAŞ**

**Dokuz Eylül Üniversitesi  
Eğitim Bilimleri Enstitüsü**

**Danışman:**

**Prof. Yüksel USLAY**

**Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin  
Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim-İş Anabilim Dalı İçin Öngördüğü**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**olarak hazırlanmıştır.**

146056

**İzmir**


**2004**

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Grafik Tasarım Eğitiminde Bilgisayar Destekli Paket Program Olarak Afiş” adlı çalışmanın tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

23.10.2004

Ekin BOZTAŞ



Eğitim Bilimleri Enstitüsü M¼d¼rl¼ę¼'ne

İşbu çalışmada, j¼rimiz tarafından..*Özel Sene Hekimliği*.....  
Anabilim Dalı *Özel Hekimlik* Bilim Dalında Y¼KSEK LİSANS / ~~DOKTORA TEZİ~~  
olarak kabul edilmiştir.

Danışman.....*Prof. Yüksel USLAY*.....

Adı Soyadı

¼ye.....*Prof. Dr. Ahmet SİPAHİOğLU*.....

Adı Soyadı

¼ye.....*İ. Doç. Arif Ziya TUNÇ*.....

Adı Soyadı

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen ğretim ¼yelerine ait olduğunu onaylarım.

*24.17.12004*

Enstit¼ M¼d¼r¼

**YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DÖKÜMANTASYON MERKEZİ  
TEZ VERİ FORMU**

**Tez No:**

**Konu Kodu:**

**Üniv. Kodu:**

**Tezin Yazarının**

**Soyadı:** BOZTAŞ

**Adı:** EKİN

**Tezin Türkçe Adı:**

GRAFİK TASARIM EĞİTİMİNDE BİLGİSAYAR DESTEKLİ PAKET  
PROGRAM OLARAK AFİŞ

**Tezin Yabancı Dildeki Adı:**

POSTER AS THE COMPUTER ASSISTED PACKED PROGRAMME IN  
GRAPHIC DESIGN EDUCATION

**Tezin Yapıldığı**

**Üniversite:** DOKUZ EYLÜL ÜNV. **Enstitü:** EĞİTİM BİLİMLERİ **Yılı:** 2004

**Diğer Kuruluşlar:**

**Tezin Türü:** 1 –Yüksek Lisans

**Dili** : Türkçe

2 – Doktora

**Sayfa Sayısı** : 78

3 – Sanatta Yeterlilik

**Referans Sayısı:**

**Tez Danışmanlarının**

**Ünvanı:**Prof. **Adı:** YÜKSEL

**Soyadı:** USLAY

**Ünvanı:** **Adı:**

**Soyadı:**

**Türkçe Anahtar Kelimeler:**

1-Afiş

2-Afiş Sanatı

3-Grafik Tasarım

4-İletişim

**İngilizce Anahtar Kelimeler:**

1-Poster

2-Art of Poster

3-Graphic Design

4-Communication

## İÇİNDEKİLER

İçindekiler.....	i
Şekil Listesi.....	iii
Özet.....	vii
Abstract.....	ix
Önsöz.....	xi
Giriş.....	1
<b>BÖLÜM – 1</b>	
<b>AFİŞİN TANIMI.....</b>	<b>3</b>
1.1. Afiş.....	3
1.2. Afişin Özellikleri .....	4
1.3. Afişin Grafik Tasarımındaki Yeri.....	5
<b>BÖLÜM – 2</b>	
<b>DÜNYADA AFİŞ.....</b>	<b>6</b>
2.1. XVII. yüzyıldan Günümüze Kadar Afiş Sanatının Gelişim Sürecine Genel Bir Bakış .....	7
2.1.1. Alphonso Mucha.....	17
2.1.2. Cherét.....	19
2.1.3. Toulouse Lautrec.....	21
2.2. Modern Sanat Akımlarının Afiş Sanatına Etkileri.....	24
2.3. Kütüphaneler ve Uluslararası Afiş Bienalleri.....	28
<b>BÖLÜM – 3</b>	
<b>TÜRKİYE’DE AFİŞ.....</b>	<b>30</b>
3.1. İhap Hulusi.....	33
3.2. Yurdaer Altıntaş.....	38
3.3. Mengü Ertel.....	41
3.4. Bülent Erkmen.....	43
3.5. Sadık Karamustafa.....	46

## BÖLÜM – 4

AFİŞ ÇEŞİTLERİ .....	49
4.1. Kültürel Afişler.....	49
4.2. Sosyal Afişler.....	51
4.3. Tanıtım Afişleri.....	54

## BÖLÜM - 5

AFİŞ TASARIMI .....	57
5.1. Afişte Mesaj ve İletişim .....	57
5.2. Afişte Tipografi, Resim ve İllüstrasyon.....	59
5.3. Afiş Tasarımı ve Bilgisayar.....	63

## BÖLÜM - 6

AFİŞLERİN KULLANIM VE UYGULAMA ALANLARI.....	65
6.1. Pankartlar.....	65
6.2. Bill-board Afişleri.....	65
6.3. Tabelalar.....	67
6.4. Işıklı İlanlar.....	68
6.5. Ulaşım Araçlarına Konulan İlanlar.....	69
6.6. Durak Tanıtımları.....	70
6.7. Duvar ve Çatı Tanıtımları.....	71
6.8. Hareketli (Mobil) Tanıtımlar.....	72

SONUÇ .....	73
-------------	----

KAYNAKÇA.....	75
---------------	----

İNTERNET KAYNAKÇASI.....	78
--------------------------	----

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil.1 Litografi Atölyesi .....	8
Şekil.2 Litografi Atölyesi .....	8
Şekil.3 Afiş-Frederick Walker.....	8
Şekil.4 Afiş-Aubrey Beardsley.....	9
Şekil.5 Afiş-Aubrey Beardsley .....	9
Şekil.6 Afiş-Beggarstaff Kardeşler.....	10
Şekil.7 Afiş-Beggarstaff Kardeşler.....	10
Şekil.8 Afiş-Van De Valde .....	10
Şekil.9 Afiş-Will Bradley .....	10
Şekil.10 Afiş-Edward Penfield .....	11
Şekil.11 Afiş-Edward Penfield .....	11
Şekil.12 Afiş-Kolomon Mosor .....	11
Şekil.13 Afiş-Alfred Roller .....	11
Şekil.14 Afiş-Eugene Grasset.....	12
Şekil.15 Afiş- Eugene Grasset .....	12
Şekil.16 Afiş-Alexandre Steinlen .....	13
Şekil.17 Afiş-Ludwig Hohlwein .....	13
Şekil.18 Savaş Konulu Örnek Afiş .....	14
Şekil.19 Savaş Konulu Örnek Afiş.....	14
Şekil.20 Savaş Konulu Örnek Afiş.....	14
Şekil.21 Afiş-James Montgomery Flagg.....	15
Şekil.22 Savaş Konulu Örnek Afiş.....	15
Şekil.23 Savaş Konulu Örnek Afiş.....	15
Şekil.24 Savaş Konulu Örnek Afiş.....	16
Şekil.25 Sarah Bernhardt Afişi - Alphonso Mucha .....	17
Şekil.26 Afiş-Alphonso Mucha.....	18
Şekil.27 Afiş-Alphonso Mucha.....	18
Şekil.28 Afiş-Alphonso Mucha.....	18
Şekil.29 Afiş-Jules Chéret.....	19
Şekil.30 Afiş-Jules Chéret.....	19
Şekil.31 Afiş- Jules Chéret'nin Bal Valentino Afişi .....	20

<b>Şekil.32</b> Afiş-Jules Chéret .....	21
<b>Şekil.33</b> Afiş-Jules Chéret .....	21
<b>Şekil.34</b> Jane Avril Afişi –Toulouse Lautrec .....	22
<b>Şekil.35</b> Moulin Rouge Afişi- Toulouse Lautrec.....	23
<b>Şekil.36</b> Afiş-Toulouse Lautrec.....	23
<b>Şekil.37</b> Afiş-Toulouse Lautrec.....	23
<b>Şekil.38</b> Afiş-Art Deco .....	24
<b>Şekil.39</b> Afiş-Art Deco.....	24
<b>Şekil.40</b> Afiş- Joost Schmidt .....	25
<b>Şekil.41</b> Afiş-Bauhaus .....	25
<b>Şekil.42</b> Afiş-Salvador Dali .....	26
<b>Şekil.43</b> Afiş-Salvador Dali .....	26
<b>Şekil.44</b> Afiş-Pop Art .....	27
<b>Şekil.45</b> Afiş-Pop Art.....	27
<b>Şekil.46</b> Afiş-Op Art .....	27
<b>Şekil.47</b> Afiş-Op Art .....	27
<b>Şekil.48</b> Afiş Sergisi- Polanya.....	28
<b>Şekil.49</b> Afiş Sergisi- Polanya.....	28
<b>Şekil.50</b> Afiş-Kenan Temizan.....	30
<b>Şekil.51</b> Kızılay Afişi-İhap Hulusi.....	34
<b>Şekil.52</b> Garanti Bankası Afişi-İhap Hulusi.....	34
<b>Şekil.53</b> Devlet Hava Yolları Afişi-İhap Hulusi.....	35
<b>Şekil.54</b> İş Bankası Afişi-İhap Hulusi.....	35
<b>Şekil.55</b> Milli Piyango Afişi-İhap Hulusi.....	35
<b>Şekil.56</b> Beykoz Kunduraları Afişi-İhap Hulusi.....	35
<b>Şekil.57</b> Ziraat Bankası Afişi -İhap Hulusi.....	37
<b>Şekil.58</b> Hackerbar.A.U. Afişi-İhap Hulusi.....	37
<b>Şekil.59</b> Ben Anadolu Afişi-Yurdaer Altıntaş.....	39
<b>Şekil.60</b> Ayı Masalı Afişi-Yurdaer Altıntaş.....	39
<b>Şekil.61</b> Afiş-Yurdaer Altıntaş.....	40
<b>Şekil.62</b> Afiş-Yurdaer Altıntaş.....	40
<b>Şekil.63</b> Afiş-Yurdaer Altıntaş.....	40



<b>Şekil.64</b> Jan Dark'ın Çilesi Afişi-Mengü Ertel.....	42
<b>Şekil.65</b> Moskova Olimpiyatları Afişi-Mengü Ertel.....	42
<b>Şekil.66</b> İstanbul Festivali Afişi-Mengü Ertel.....	43
<b>Şekil.67</b> Keşanlı Ali Afişi-Mengü Ertel.....	43
<b>Şekil.68</b> Afiş-Bülent Erkmek.....	44
<b>Şekil.69</b> Afiş-Bülent Erkmek.....	44
<b>Şekil.70</b> Afiş-Bülent Erkmek.....	45
<b>Şekil.71</b> Afiş-Sadık Karamustafa.....	47
<b>Şekil.72</b> Afiş-Sadık Karamustafa.....	47
<b>Şekil.73</b> Çok Seslilik-Sadık Karamustafa.....	48
<b>Şekil.74</b> Sergi Konulu Kültürel Afiş.....	49
<b>Şekil.75</b> Film Konulu Kültürel Afiş.....	49
<b>Şekil.76</b> Tiyatro Konulu Kültürel Afiş.....	50
<b>Şekil.77</b> Tiyatro Konulu Kültürel Afiş.....	50
<b>Şekil.78</b> Konser Konulu Kültürel Afiş.....	51
<b>Şekil.79</b> Tiyatro Konulu Kültürel Afiş.....	51
<b>Şekil.80</b> Çevre Konulu Sosyal Afiş.....	52
<b>Şekil.81</b> Sağlık Konulu Sosyal Afiş.....	52
<b>Şekil.82</b> Çevre Konulu Sosyal Afiş.....	53
<b>Şekil.83</b> Zafer Konulu Sosyal Afiş.....	53
<b>Şekil.84</b> Savaş Konulu Sosyal Afiş.....	54
<b>Şekil.85</b> Su Konulu Sosyal Afiş.....	54
<b>Şekil.86</b> Tanıtım Afişi.....	54
<b>Şekil.87</b> Tanıtım Afişi.....	54
<b>Şekil.88</b> Tanıtım Afişi.....	56
<b>Şekil.89</b> Tanıtım Afişi.....	56
<b>Şekil.90</b> Tanıtım Afişi.....	56
<b>Şekil.91</b> Örnek Afiş.....	58
<b>Şekil.92</b> Örnek Afiş.....	59
<b>Şekil.93</b> Örnek Afiş.....	59
<b>Şekil.94</b> Örnek Afiş.....	60
<b>Şekil.95</b> Örnek Afiş.....	60

<b>Şekil.96</b> Örnek Afiş.....	61
<b>Şekil.97</b> Örnek Afiş.....	61
<b>Şekil.98</b> Örnek Afiş.....	62
<b>Şekil.99</b> Örnek Afiş.....	62
<b>Şekil.100</b> Örnek Afiş.....	62
<b>Şekil.101</b> Pankart.....	65
<b>Şekil.102</b> Pankart.....	65
<b>Şekil.103</b> Bill-Board.....	66
<b>Şekil.104</b> Bill-Board.....	66
<b>Şekil.105</b> Tabela .....	67
<b>Şekil.106</b> Tabela.....	67
<b>Şekil.107</b> Işıklı İlanlar.....	68
<b>Şekil.108</b> Işıklı İlanlar.....	68
<b>Şekil.109</b> Ulaşım Araçlarına Konulan İlanlar.....	69
<b>Şekil.110</b> Ulaşım Araçlarına Konulan İlanlar.....	69
<b>Şekil.111</b> Durak Tanıtımları.....	70
<b>Şekil.112</b> Durak Tanıtımları.....	70
<b>Şekil.113</b> Duvar ve Çatı Tanıtımları.....	71
<b>Şekil.114</b> Duvar ve Çatı Tanıtımları.....	71
<b>Şekil.115</b> Mobil Tanıtımlar.....	72
<b>Şekil.116</b> Mobil Tanıtımlar.....	72

## ÖZET

Bu araştırmanın konusunu “Grafik Tasarım Eğitiminde Bilgisayar Destekli Paket Program Olarak Afiş” oluşturmaktadır. Grafik tasarım kapsamında ele alınan afiş, bu sanat dalının en önemli ögesi olarak kabul edilmiş, kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesaj veren ve tanıtım sektörünün en güçlü iletişim araçlarından birisi olarak tanımlanmıştır. Bu nedenle afişin tarihçesi ve oluşum süreci incelenerek, gelişimi ve günümüzdeki kullanım alanları aktarılmaya çalışılmıştır. Bu süreç çeşitli konu başlıkları altında bir araya getirilmiş, afişin gelişimi, ünlü sanatçıların baş yapıtlarının incelenmesi ve afişin özellikleri açısından ele alınarak incelenmiştir.

Baskı tekniklerinin gelişimi sonucu, yaşamı etkileyebilecek şekilde ortaya çıkan bu sanat dalının tarihsel süreç içindeki gelişimi, Dünyada ve Türkiye’de Afiş konu başlıkları altında ele alınarak, ortaya çıkışından günümüze ulaşana kadar olan dönemde, çeşitli sanatçıların çalışmalarıyla da örneklendirilmiştir.

Afiş sokaktaki sanat, bir başka deyişle bir kent sanatı, çağdaş kent ürünü ve bir uygarlık göstergesidir. Bilgi verme, propaganda veya tanıtım amacıyla kullanılan afiş, gazete ilanları gibi sadece okuyucularına değil, geniş kitlelere hitap edebilmektedir. Bu nedenle hem kitle, hem de bireyler üstünde ideolojik ve estetik bir baskı da yaratabilmektedir. Bu sayede afiş, toplumla iç içe yaşar ve toplumun her kesimine seslenme olanağı da taşır. Bu özellikleri göz önünde bulundurularak afişler; Kültürel Afişler, Sosyal Afişler ve Tanıtım Afişleri olarak bölümlere ayrılmış ve incelenmiştir.

Bir iletişim aracı olarak kabul ettiğimiz afiş, insanları uyarıcı, duygusal mesajlar içermelidir. Bunların uygulanabilmesi için de, afiş tasarımı çok önemlidir. Afiş tasarımında çeşitli unsurlara dikkat edilmelidir. Afişin grafik tasarımı özgün olmalı, alışılmışın dışında dikkat çekici unsurlar içermelidir. Bu unsurlar Afiş Tasarımı konu başlığı altında incelenmeye çalışılmış ve Afişin kullanım alanları üzerinde de durulmuştur.

Günümüzde hızla gelişen bilim ve teknolojinin tüm alanlardaki etkisini görebilmekteyiz. Dolayısıyla bu gelişim sanatta da yansımaları bulmuştur. Özellikle bilgisayar kullanımının yaygın olduğu Grafik Tasarım Eğitiminde kullanılmak ve bu konuda çalışma yapmak isteyenlere başvuru kaynağı olarak, Afiş Sanatının

incelendiği, bilgisayar destekli Macromedia-Flash programından da yararlanılarak bir “eğitim CD” si hazırlanmıştır.

Tezin ana konusunu teşkil eden bu cd ile birlikte, okuyucular için bir de tez metni sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Afiş, Afiş Sanatı, Grafik Tasarım, İletişim.



### ABSTRACT

The main subject of this study is "Poster as the computer Assisted Packed Programme in Graphic Design Education". Poster which has been taken into consideration in terms of Graphic Design, has been regarded to be the most important element of this art branch and defined to the people as one of the strongest communication vehicles and which gives messages through plastic arts. Therefore, the history of poster and its process of existence has been analyzed and its development and its ways of usage at present have been revealed. This process has been combined under various headings and analyzed within the scope of the development of poster, the works of famous artists and the characteristic features of posters.

As a result of the improvement of print techniques, the development of this art branch in history which occurs in a way that can affect life, has been exemplified with the works of various artists under the headings of "Poster in the World" and "Poster in Turkey" in the period from its occurrence up to present time.

Poster is the art in the street, that is to say, a city art, the product of the contemporary city and an indication of civilization. Posters, which are used to inform, for propaganda and advertisement, can address to great amount of people unlike the newspaper announcements which only address to its readers. For that reason, it is able create an ideological and esthetic pressure not only upon groups but also upon individuals in that way, poster lives within the society and it has the opportunity to address to every part of it. Taking these feature into account posters have been divided and analyzed in the groups of Cultural Posters, Social Posters and Advertisement Posters.

Poster, which is regarded to be a vehicle of communication, should include emotional and striking messages and the design of posters is extremely essential in order to apply these, in the design of posters, certain points should be taken into consideration. The graphic design of posters should be unique and it should include elements which are striking and extraordinary. These elements have been analyzed under the heading of poster design and different ways of the poster usage have been focused on.

Nowadays we are able to see the effect of developing science and technology on all of the fields and this development has its reflection also in art.

A CD of education has been prepared by the help of computer assisted Macromedia-Flash Programme in which the art of posters has been dealt with and which can be used especially in the education of Graphic Design in which the use of computer is very common and this can also be a source for the ones who want to carry out studies on this subject.

A full text of thesis has also been presented for the readers in addition to this CD which constitutes the main subject of this thesis.

**Keywords:** Poster, Art of Poster, Graphic Design, Communication.



## ÖNSÖZ

Kitlelere görsel yolla hitap eden ve etkili bir haberleşme aracı olan afiş, aynı zamanda çoğalma ve yayılma olanaklarıyla da geniş bir kesime çok kısa zamanda ulaşabilmektedir. Bu nedenle gazete, TV, radyo, dergi, kitap, broşür gibi tanıtım araçlarının dışında afiş, bu özelliği nedeniyle sıkça kullanılmaktadır. Afişin amacı; mesajı en etkili şekilde kitlelere iletmek olduğu için, vurucu etkisinin yüksek olması gereklidir. Afiş, tarihsel süreç içinde çeşitli yöntemler ve kullanım teknikleriyle uygulanmıştır, fakat günümüzde teknolojik gelişmelerin etkisiyle bunların yerini ağırlıklı olarak bilgisayar destekli programlarla yapılan çalışmalar almıştır.

Bilgisayar kullanımının arttığı günümüzde, her kullanıcının, grafik tasarım alanında estetik ürünler verebileceği düşünülmemelidir. Afiş farklı kullanım alanlarına hitap edebilen estetik bir sanat ürünüdür. Grafik sanatlarda ve iletişimde gerek estetik, gerekse insan davranışlarını etkilemesi bakımından önemli bir rol oynar.

Grafik Tasarımda oldukça önemli bir yere sahip olduğu düşünülen afiş konusunun incelendiği, bilgisayar destekli masaüstü programlar kullanılarak hazırlanan CD ve tez metni çalışmaları ile, bu alanda öğrenim görmekte olan öğrencilerin eğitimlerinde yararlanabilecekleri bir başvuru kaynağı oluşturabileceği düşünülmüştür.

Bu CD ve tez çalışmalarının hazırlık aşamasında yardımlarını esirgemeyen Sayın Prof. Yüksel USLAY' a ve Reyhan DEMİR'e teşekkürlerimi sunarım.

Ekin BOZTAŞ

## GİRİŞ

Kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesaj veren ve en güçlü iletişim araçlarından birisi olarak kabul edilen afiş, günümüzdeki yerini alana kadar oldukça uzun bir süreçten geçmiştir. XV. yüzyıla kadar duvarlara asılmış basılı bir kağıttan başka bir şey olmayan afişler, Guttenberg'in matbaa sistemini bulmasıyla gerçek kimliğine kavuşmuştur. Böylece grafik sanatların, dolayısıyla afiş tasarımının amaçlarından biri olan basılıp çoğaltılma yöntemi ile afiş, daha geniş kitlelere ulaşma olanağını da bulmuştur.

Afişler yaşamın bir parçası, toplumun bir gereksinimidir. Buldukları ülkedeki kültürel olayların, konserlerin, gösterilerin, filmlerin tanıtımını yaparlar ve böylece bizler için estetik bir haz kaynağı oluştururlar. Afiş, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, canlı ve estetik bir göstergedir. Bu nedenle afiş tasarımı önemli bir konudur.

Günümüzde basılı kağıtların, duyuruların, işaretlerin, afiş olup olmadığı sorusu karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, gündelik yaşamda karşılaşılan duyuru ya da ilanlar çoğu zaman sanatsal bir ürün ve bir iletişim aracı olan afiş ile karıştırılmaktadır. Bu nedenle afiş tasarımı yapacak olan kişinin estetik birikim ve bakış açısına sahip olması, aynı zamanda da topluma bu bilinci verebilecek bir yetkinlikte olması gerekmektedir. Nitekim afiş sanatçısı, sanatı günlük yaşamın içine sokabilir ve bu iletişim aracıyla resmi, hatta şiiri de sokağa çıkarabilir.

Sanat tarihinin çeşitli dönemlerinde ürünler vermiş olan sanatçıların, afiş alanında da çalışmalar yaptıkları görülmüştür. Bu sanatçılar kimi zaman toplumsal bir olaya dikkat çekmek, kimi zaman da herhangi kültürel bir olayın haberini vermek için afişten yararlanmışlardır. Sanat tarihi dönemlerinde de olduğu gibi, afiş sanatı da döneminin özelliklerine göre farklılaşmış, her dönem kendi içinde bir üslup meydana getirmiştir. XVI. ve XVII. yüzyıllarda yer alan afişlerin salt yazıdan ibaret olduğu, XVIII. yüzyılda da, litografi tekniğinin etkisiyle resimsel posterlerin yer aldığı görülmüştür. XIX. yüzyıldan XX. yüzyılın başlarına kadar olan dönemde, afiş sanatının biraz da olsa ticarete doğru kaydığı görülmüştür.

Türkiye'de de, Cumhuriyet'in ilk yıllarından günümüze kadar sanatçıların afiş üzerine çalışmalar yaptıklarını ve ülkemizi uluslar arası platformda temsil ettiklerini görmekteyiz.



XX. yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisiyle, afiş sanatının asıl yerini bulduğunu ve çok çeşitli kullanım ve uygulama alanlarıyla karşımıza çıktığını görmekteyiz. Günümüzde dünyanın çeşitli ülkelerinde kültürel ve sosyal nitelikte afiş yaşışmaları ve bienaller düzenlenmekte ve afiş, sanat tarihi içinde kendi yerini almaktadır.



## BÖLÜM – 1

### AFİŞİN TANIMI

#### 1.1. Afiş

İnsanoğlu; Mağara devrinden günümüze kadar, görsel iletişimi sağlamak için düşüncelere ve kavramlara somut bir anlatım kazandırmanın yollarını araştırmış ve ifade aracı olarak ilk kez çizgiyi kullanmıştır. Günlük yaşamı ve bazı mesajları iletmek amacıyla kullanılan bu çizgiler, zamanla işaret ve sembollere dönüşerek, günümüze kadar ulaşmıştır. Grafik sanatlarda; çizgi, baskı ve çoğaltma tekniklerinden yararlanılarak, belirli bir konuyu görsel yoldan yayma amacı güdülmüş, bu amaç her geçen gün insan yaşamında daha fazla yer almaya başlamış, kısa sürede de çağdaş iletişimin vazgeçilmez bir ögesi olmuştur.

Dilimize, Fransızların hem bildiğimiz duvar ilanı, hem de sanat değeri taşıyan grafik çalışması anlamına gelen "affiche" kelimesinden aktarılan afiş, ilk anlamını Türkçe'deki ilan kelimesine bırakmış, dilimize ancak Türkçe'de karşılığı olmayan ikinci anlamıyla yerleşmiştir. Bu anlamıyla afiş denilince, akla hemen iki şey gelir. Çok kısa bir metin ve uzaktan ilk bakışta dikkati çekecek, göze çarpacak, hemen algılanabilecek kadar sade bir görüntü (Yeraltı, 1995:29/30).

Grafik tasarım kapsamında ele alacağımız afiş, bu sanat dalının en önemli ögesidir. Afiş, kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesaj veren ve tanıtım sektörünün en güçlü medya arasında yer alan bir iletişim aracıdır. Afiş sanatını iletişim kavramı içinde ele almak daha doğru olacaktır. Çünkü; bir bilgi ya da mesajın, basılı ve çoğaltılmış bir görüntü ile iletilmesi söz konusudur. Afiş birçok hedefe, geniş alan ve zaman içinde ulaşabilmektedir. Her gün duvarlarda görülüp belleklere yerleşen sloganlar, kişilerin yaşamında belki ailesinden de önemli olabilecek etkenlere dönüşmektedir. Örneğin yararlı ya da zararlı bir maddenin afişi, çocuklara ya da gençlere ailelerinin söylemesinden daha çok etki edebilir.

Afiş sokaktaki sanattır. Bir başka deyişle; bir kent sanatı, çağdaş kent ürünü ve bir uygarlık göstergesidir. Bilgi verme, propaganda veya tanıtım amacıyla kullanılan afişler, resimli veya resimsiz bir metin içerebilir ve kağıt, kumaş...vb. çeşitli yüzeyler üzerine uygulanabilir.

Afiş, gazete ilanları gibi sadece okuyucularına değil, geniş kitlelere hitap edebilmektedir. Hem kitle, hem de bireyler üstünde ideolojik ve estetik bir baskı da yaratabilir. Beğenileri, alışkanlık ve düşünce biçimini yönlendirmesi açısından da moda alanında belirleyici, bir etkidir. Afiş, grafik sanatlarda ve iletişimde gerek estetik, gerekse insan davranışlarını etkilemesi bakımından önemli bir rol oynar. Ayrıca afişin, belirli amaçları yerine getirmesi açısından toplumsal bir rolü de vardır. İnsanların girip çıktığı yerlere, duvarlara, sokaklara, garlara, yol kenarlarına asılan afişler günlük yaşantımıza

girmiş, özellikle kentlerde, çevre düzenlemesine gerçek bir üslup kazandırmıştır. Bu sayede afiş, toplumla iç içe yaşar ve toplumun her kesimine seslenme olanağı taşır.

## 1.2. Afişin Özellikleri

Afişin elde edeceği başarı: vuruculuğuna, inandırma gücüne ve okuma kolaylığına dayanır. Afişlerde çarpıcı görüntüler ve renk anlayışının yanında bir de görsel slogan bulunması gerekir. Başarısı; düzenlenme biçimine, görüntünün yalınlığına ve az sayıda sözcüğün en iyi şekilde kullanılmasına bağlıdır. Afişler, yaşamın bir parçası, toplumun bir gereksinimidir. Buldukları ülkedeki kültürel olayların, konserlerin, gösterilerin, filmlerin tanıtımını yaparlar ve böylece bizler için estetik bir haz kaynağı oluştururlar.

Afiş, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, canlı ve estetik bir göstergedir. Afiş, toplumların kültürel aynasıdır. Aynı zamanda TV, radyo ve basın ilanlarını da desteklemesi açısından tanıtım araçları arasında önemli bir yere sahiptir. Afişte yer alan kısa, özlu tanıtım mesajı, kullanılan tipografi, resim ve firma işaretleri (marka, logo ve amblem) ile birleştiğinde, hedef kitle üzerinde son derece etkili olur.

Duyuru ile afiş çoğu zaman birbirine karıştırılmaktadır. Duyuru; bilgi vermek ve yöneticilerin emirlerini duyurmak amacını taşır, afiş ise; toplumu oluşturan fertleri ikna etmek, inandırmak, satın almaya zorlamak, kısaca; bir malı, bir hizmeti yada bir düşünceyi tümüyle beyinlere işlemek amacındadır. Bunların yanı sıra; bir şeyin afiş olup olmadığına karar verilebilmesi için şu özellikleri taşıması gereklidir;

- a- Bir mesaj iletmesi,
- b- Topluma sunulmuş olması,
- c- Birden fazla üretilmesi.

Bu nedenle duvarlara yapıştırılan her nesne(kağıt, deri, kumaş) afiş değildir. Karamustafa (1981:10) afiş için şöyle diyor:

Afiş, güzelliğin taş, betona meydan okumasıdır. Duvarların yakışığı sayarım rengarenk kağıtları. Sokakların sanat galerisidir afiş. Bir grafiker için, kentin duvarlarının kendi afişleriyle bezenmiş olmasını görmekten daha büyük bir keyif olamaz. Afiş hep duvarda güzeldir, yeşerip boy attığı, işlevini yerine getirdiği yerde.

Tiyatro ve sinema dalında başarılı afişleri bulunan Ertel (1981:10), afişin tanımını şöyle yapmıştır;

Her şeyden önce geniş kitlelere görsel yöntemlerle hitap eden etkili bir haberleşme aracı olarak tanımlıyorum. Çoğalma ve yayılma gibi sonsuz olanaklar taşıyan bir silah da diyebiliriz. Afiş dikkatinizi çektiği anda sizinle özel bir ilişki kurmuş ve böylece işlevini yerine getirmiş olur. Gücü de buradan doğar.

Hohlwein için de, önemli olan afişin verdiği mesajdır. Ona göre; afiş bir alettir, bir süsleme aracı değil. Resmin kendi içinde bir sonucu vardır. Afiş ise bu sonuca giden yol, satıcı ile alıcı arasında bir iletişim aracıdır.

Konuya iletişim açısından bakarsak bilgi ve mesaj iletmenin belli kuralları olduğunu görebiliriz. Afişler bir kentin konuşan duvarlarıdır. “Sanatı günlük yaşamın içine sokar afiş. Resmi, hatta şiiri sokağa çıkarabilir.”(Edgü, 1988:2/3)

### 1.3. Afişin Grafik Tasarımdaki Yeri

Tüketim toplumu haline gelen son yıllarda, alışveriş yapılmayan gün yok gibidir. İnsanları buna zorlayan genelde gereksinimleri karşılama isteğidir. Ancak birey, gereksinimlerini karşılamak amacıyla mal ya da hizmet satın alırken karşısına birden fazla alternatif çıkabilir. Birey bu alternatifler arasında seçim yaparken farklı bir psikoloji içine girer ve çeşitli uyarıcılara göre yönelir. İşte bu aşamada tanıtımın etkisinden söz edebiliriz. Çünkü hepimizin de bildiği gibi, tanıtımı iyi yapılan mal tüketiciyi daha fazla cezbeder.

Günümüzde tanıtım, sadece gazete ilanları değil; kitap, dergi iç ve dış dizaynları, afiş, broşür, amblem, logotayp, televizyon, radyo...vb. yayınlarla yapılan çalışmalarını da içine almaktadır. Her ne kadar bu elemanlar birbirinden ayrı gibi görünüyorsa da hepsinin özünde estetik çerçeveye sunma kaygısı bulunmaktadır. Estetik de beraberinde sanat anlayışını getirmektedir. Böylece çeşitli elemanlara sahip olan bir sanat dalının: Grafik Sanatı'nın doğması söz konusu olmuştur.

Grafik sanatı içinde yer alan basılı kağıtlar; amblem, logotayp, basın ilanı, dergi, kitap, broşür...vb. gibi olan afiş, halkın geçtiği sokaklara asılan, duvarlara yapıştırılan, aynı süre içinde pek çok kişinin görebileceği, geniş kitlelere hitap edebilen tanıtım aracıdır. Ancak duvara her yapıştırılan da afiş değildir.

Geçmiş ilandan da eski olan afişin gelişimi, ünlü sanatçıların baş yapıtlarının incelenmesi ve afişin kendine özgü yazı, metin ve resim bütünlüğü ile sonsuz kere çoğaltılabilme özellikleri açısından ele alınabilir.

## BÖLÜM – 2

### DÜNYADA AFİŞ

Afiş, tanıtım ya da propaganda amacıyla hazırlanan, yazılı ve resimli çoğaltılabilir bir grafik tasarım ürünüdür. Ortaya çıkışı ve gelişimi önemli görsel anlatım tekniklerine ve bu tekniklerin zaman içindeki gelişimine bağlı olmuştur. Afişin kökeni, matbaa sistemlerinin bulunmasından, yani basılı üretimin başlamasından sonra aranmalıdır.

Her olgu araştırmasında olduğu gibi, afişin de kökenini araştırırken, temellerini ilk çağa ait Pompei harabelerindeki duvar yazılarına değin götürmemiz olasıysa da, tarihi açıdan bakılınca ilk izler; Hammurabi yasaları, Mısır hiyeroglifleri, Altamira ve Lasque'deki duvar resimlerinde gösterilebilir. Baskı tekniklerinin gelişmesiyle duvarlarda görülmeye başlanan duyuru ve bildireleri, afişin tarihi için geçerli bir başlangıç sayabiliriz.

XV. yüzyıla kadar duvarlara asılmış basılı bir kağıttan başka bir şey olmayan afişler, Guttenberg'in matbaa sistemini bulmasıyla gerçek kimliğine kavuşmuştur. Böylece grafik sanatların, dolayısıyla afiş tasarımının amaçlarından biri olan basılıp çoğaltılma yöntemi ile daha geniş kitlelere ulaşma olanağı doğmuştur. Bu sayede artan ürün çeşitliliği birçok tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Duvarlarda ve panolarda yer alan el yazması kağıtların afiş mi yoksa duyuru mu olduğu konusu o günlerde tartışılan konular arasında yer almıştır.

“19. yüzyılda Sanayi Devriminin etkisiyle, el sanatları gelenekleri yıkılmaya, yerine mekanik üretim egemenlik kurmaya başlamıştır. Fransız devriminde, Burjuvanın sloganı "özgürlük" kapsamında sanata önem verilmiş ve sanatçının düşünceleri savunulmuştur. Burjuva devriminden sonra, burjuva düzeninin yaratıcılık düzeni sona ermiş, ilişkiler maddileşmiş, birey ve dolayısıyla sanatçı yabancılaşmış ve tam gelişmiş bir kapitalist düzene girilmiştir.”(Öztuna,2000:150/155) Kapitalizm her şeyi "meta"ya çevirmiş ancak hiçbir zaman sanat için, sanatın gelişmesi için bir ortam hazırlamamıştır. Burjuvanın egemen bir sınıf olma sürecinde resim sanatına olan gereksinimin azalması, resmi ev içlerine ve müzelere hapsedmiştir.

Afiş koleksiyoncularının ortaya çıkmasıyla, geleneksel bir pazar oluşmuş, böylece ilk baskı kopyaları; resim, gravür, litograf...vb. değerlendirilmeye başlanmıştır. Afiş sanatını daha iyi kavrayabilmek için esas işlevi ve yaratılmasının nedeni olan, kitleler üzerindeki etkileri açısından ele almakta yarar vardır.

Kağıt üzerindeki ilk resimli afiş, Fransa'da, XV. yy' da görülmüştür. Bilinen en eski afiş el yazmasıdır, başlıyıcı Meryem Ana'nın resmiyle süslüdür ve Notre-Dame de Saint-Flour piskoposluğuna bağlı kiliselerin kapılarında, yardım toplama izniyle ilgilidir. Daha

sonra, günahların bağışlanacağını vaat etmek ve siyasi çekişmeleri hızlandırmak için litografi ve tahta gravüre baş vurulmuştur ve bunlara örnek olarak Viyana Köprüsü, François 'in Nişanı, Korkunç ittifakın Portresi afişleri verilebilir.

XV. yüzyıl kapsamında yer alan, afişin ilk örnekleri olarak gösterilen Meryem Ana resminin de yer aldığı bir el yazması ile İngiltere'deki "Salisbury Banyolarını" tanıtan afişler, aynı zamanda ilk tanıtım afişleri olmuştur.

Sokaklara, halkın toplu olarak bulunabilecekleri yerlere asılması yasaklanan bu örnekler, daha çok kilise ve dükkan içlerine asılmıştır. Bu kurallara uymayanların en ağır cezalara çarptırılacağı haberleri de o zamanlar tehdit olmaktan çıkıp uygulamaya geçirilen bir karar olarak yazılı kaynaklar arasında da yer almıştır. Bu yasaklamalar, afiş sanatının o dönemde gelişmesine engel olmuştur.

## **2.1. XVII. yüzyıldan Günümüze Kadar Afiş Sanatının Gelişim Sürecine Genel Bir Bakış**

Baskı tekniklerinin gelişimi sonucu, yaşamı etkileyebilecek şekilde ortaya çıkan bu sanat dalı, yavaş yavaş gerilemiştir ve hatta baskı sanatının bazı bölümlerine terk edilmiştir. XVI. ve XVII. yüzyıla kadar yapılan afişler sadece yazılardan oluşmuştur. XVIII. yüzyılda, sanatçıların çekici pozlarını kapsayan resimsel afişler yapılmıştır.

Bu yıllarda afişin gelişimi açısından önemli bir rol oynayan yeni bir teknik, litografi(taş baskı) tekniği ortaya çıkmıştır. 1798 yılında Alman Alois Senefelder tarafından yaratılan bu teknik sonucu, tondan tona geçişler sorunu çözümlenmiştir. Suyun yağla birleşmemesi prensibine dayanan bu yöntemle, çok ince taneli kireçtaşı üzerine çizilmiş bir desenin ya da yazının baskı yoluyla kağıda geçmesi sağlanmıştır. Bu yeni yöntem kısa zamanda resim sanatçılarının kullanım alanını oluşturmuştur. Aynı zamanda ofset baskı sisteminin de temelini atan litografi, afişlerde renkliliği başlatmıştır.



Şekil.1 Litografi Atölyesi



Şekil.2 Litografi Atölyesi

1871 yılında, Frederick Walker'ın düzenlediği "Beyazlı Kadın" (bkz:Şekil.3) afişinin ortaya çıkışına kadar, tahta oyma resimler afişleri boğan yazıların yerini alamamıştı. Bu afişten sonra, afişte resmin kullanılması gereği kendisini vazgeçilemeyecek bir biçimde kanıtlamıştır. Ortaya çıkışından kısa bir süre sonra bu afiş kendi çapında bir olay olmuştur. Yalnlığı, arnlığı ve dramatik hareketi tam olarak yansıtmaması ve bütün bunların üzerinde, içerdiği görsel ekonomi ile bu çalışma ilk gerçek afiş sayılmıştır.



Şekil.3 Afiş-Frederick Walker

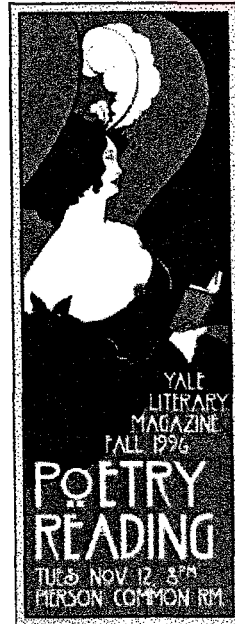
Yine bu yıllarda Manet'in yaptığı "Les Chats" adlı afişi, XIX. Yüzyılda yapılan en başarılı afişlerdendir. Afişte yazı resim ilişkisi bulunmamakta, resim yalnızca kitabın başlığını vermekte ve yazılara göre ikinci planda kalmaktadır. XVIII. yüzyıla kadar sokaklara, halkın toplu olarak bulunabilecekleri yerlere asılması yasaklanan afiş, bu yüzyılın sonlarında ortaya çıkan basım özgürlüğüyle birlikte gerçek kimliğine kavuşmuştur.

Bu gelişmelerin ardından 1890'ların başında endüstri, mimarlık, grafik tasarım, iç mekan tasarımı gibi alanları kapsayan "Art Nouveau" üslubu ortaya çıkmıştır. Akıcı, yuvarlak, çiçek motifleri, organik biçimler gibi özelliklerden oluşan ve çeşitli adlar alan bu akım, genelde karşı çıkmayı ve her şeyden önce değiştirmeyi amaçlayan bir hareket olmuştur.

XX. yüzyıl başlarına kadar devam eden bu anlayış Aubrey Beardsley ve özellikle Toulouse Lautrec'in eserlerinden sonra değişmiş, afiş toplumda en çok konuşulan konular arasında yer almaya başlamıştır. Fransa 'da özellikle endüstriyel tasarım, iç mekan, grafik tasarım ve mimarlık alanlarında etkili olan Art Nouveau sanat üslubu, İngiltere 'de daha çok grafik tasarım ve illüstrasyon dallarıyla adından söz ettirmiştir. Güçlü bir desen anlayışına sahip Aubrey Beardsley ile ilk sanatsal afişlerin ve modern anlamda afiş tasarımının en iyi örneklerini veren Beggarstaff kardeşler İngiliz, Art Nouveau üslubunun başarılı tasarımcıları arasında yer almışlardır.



Şekil.4 Afiş-Aubrey Beardsley



Şekil.5 Afiş-Aubrey Beardsley



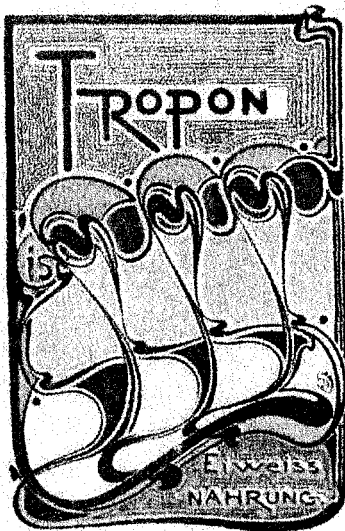


Şekil.6 Afiş-Beggarstaff Kardeşler



Şekil.7 Afiş-Beggarstaff Kardeşler

Almanya 'da Jugendstil (gençlikstili) adını alan bu sanat üslubu, yıllarca Fransa ve İngiltere'de gündemde kalmıştır. Belçikalı Van de Velde, yine bir Art Nouveau mimari olmanın verdiği anlayışla çok yalın ve soyut harfler kullanarak afişler yapmıştır. Amerika 'da Will Bradley ve Edward Penfield 'in çalışmaları bu ülkenin modern afiş tasarımında önemli katkılarda bulunmasına yardım etmiştir.



Şekil.8 Afiş-Van De Valde



Şekil.9 Afiş-Will Bradley



Şekil.10 Afiş-Edward Penfield



Şekil.11 Afiş-Edward Penfield

Kolomon Moser, Alfred Roller, Ethel Reed, Gustav Klimt, Josef Hoffman afiş dalında başarılı eserler veren tasarımcılar arasında gösterilebilirler. Ayrıca Manet, Bonnard, Picasso, Fernand Leger, Daumier vb. gibi önemli sanatçılar da bu sanata önemli katkıda bulunan eserler vermişlerdir.



Şekil.12 Afiş-Kolomon Mosor



Şekil.13 Afiş-Alfred Roller

Afişin gelişim sürecine bakıldığında, XVI. ve XVII. yüzyıllarda yer alan afişlerin salt yazıdan ibaret olduğu görülmektedir. Resimsel posterlerin yer aldığı XVIII. yüzyıl sonunda afişin gelişimi açısından önemli bir rol oynayan litografi tekniği ortaya çıkmıştır. XIX. yüzyılda ise Chéret ve Mucha 'nın tiyatro, oyun, eğlence gibi alanlarda eserler verdiği görülmüştür. Eugene Grasset 'in kitap tasarımları ve illüstrasyonları, Steinlen 'in afişleri, Beggarstaff kardeşlerin düz ve geniş alanlardan oluşan afişleri ve bunlara yeni bir yorum getiren Ludwig Hohlwein'in afişleri, o dönemin başarılı eserleri arasında yer almıştır.



Şekil.14 Afiş-Eugene Grasset

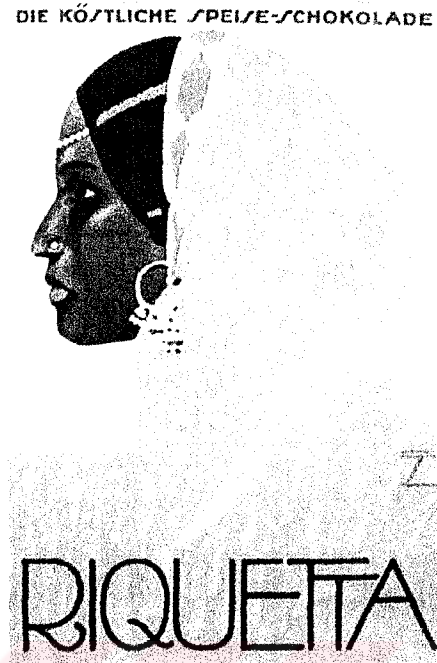


Şekil.15 Afiş-Eugene Grasset

Bu afişlerde dikkatimizi çeken en önemli unsurun kadının bir yaratıcı olarak nitelendirilmesidir. Chéret, Mucha ve Beardsley 'in afişlerinde kadın figürünün yer alması kadına verilen önemi sergilemiştir. Theophile Alexandre Steinlen, Art Nouveau akımının bir diğer ünlü sanatçısı olmuştur.



Şekil.16 Afiş-Alexandre Steinlen



Şekil.17 Afiş-Ludwig Hohlwein

Bu tasarımcıların gösterdikleri başarılar, afişin altın çağını oluşturmuştur. Gelişmeler ortasında, afiş tasarımcıları zamanla kendilerini hiç ilgilendirmeyen konular arasında bulmuşlardır. Chéret 'de, Mucha 'da gördüğümüz gibi, eğlence, tiyatro, oyun...vb alanlarda afişler üreten tasarımcılar, bir anda sabun, deterjan, süt ürünleri, yiyecek gibi alanlarda eser vermeye başlamışlardır. Bu olaylar, çevrede kendini afiş tasarımcısı olarak tanıtan birçok kişinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece altın çağını yaşamakta olan afiş bir dönem XX. yüzyıl başlarına kadar sürecek bir gerilemeye girmiştir. Yapılan afişlerde; göze çarpan en önemli unsurun, yazı ile anlatılan konu arasındaki ilgisizlik olduğu görülmektedir. Yazılar mutlaka resimler tamamlandıktan sonra eklenmiş, bu işi de çoğunlukla başka sanatçılar üstlenmiştir.

XIX. yüzyıldan XX. yüzyıla geçiş, aynı zamanda tüketim toplumlarının da ortaya çıkmaya başladığı dönem olarak kabul edilmektedir. Bilhassa XX. yüzyılın ilk on yılı dolduğunda tüketim çağı olduğu daha da netleşmiştir. Bir kitle üretimi aracı olan afiş de, bu yeni dönemin bir parçası olmuştur. Bütün dünyanın en büyük ve en çok üretim yapan kuruluşları kısa sürede afiş kullanmayı benimsemişlerdir. Fakat I. Dünya Savaşının başlaması bu gelişmeleri durdurmuştur. Afişler daha önceki yıllarda hizmetleri, tüketim ürünlerini tanıtmak amacından vazgeçerek, savaşın isteklerini yerine getirmişlerdir. Afişin bu yeni göreve uyum sağlaması da kolay olmamıştır.



Şekil.18 Savaş Konulu Örnek Afiş

Basın kampanyaları, savaş nedeniyle afiş kampanyasına dönüşmüştür. O yıllarda üretilen afişlerin kalitesi tartışılsa bile, binlerce afiş hizmet ettiği ülkelere askeri güç toplamak görevini üstlenmiştir. Savaş zamanındaki afişlerin konuları genellikle askere ve orduya çağırma, savaş borçlanması, cephedekilere yardım, dullara, öksüzlere, yaralılara, mültecilere yardım alanlarından oluşmuştur. (bkz:Şekil.19/20/21/22/23/24)



Şekil.19 Savaş Konulu Örnek Afiş



Şekil.20 Savaş Konulu Örnek Afiş

Amerika’da James Montgomery Flagg’ın ünlü “Sam Amca” afişi (bkz:Şekil.21), Amerikan halkı üzerinde güçlü bir yurtseverlik duygusu uyandırmıştır. “Sam Amca” işaret parmağını izleyiciye doğru uzatmış ve onu askere yazılmaya çağırmıştır. Ancak, 1960’ların sonuna gelindiğinde “Sam Amca”, ABD’nin dünya üzerindeki etkisini ortaya koyan, olumsuz bir simgeye dönüşmüştür. Çünkü kimilerine göre, “Sam Amca” özellikle de Vietnam savaşı sonrasında ABD saldırganlığının simgesi olmuştur.



Şekil.21 Afiş-James Montgomery Flagg



Şekil.22 Savaş Konulu Örnek Afiş



Şekil.23 Savaş Konulu Örnek Afiş



Şekil.24 Savaş Konulu Örnek Afiş

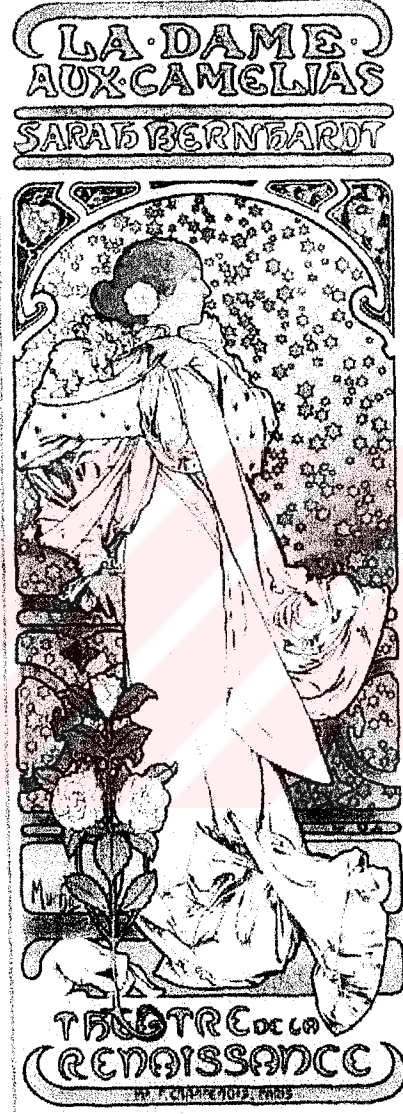
Bu yıllarda radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları henüz yaygınlık kazanacak düzeye ulaşmamış, buna karşılık baskı teknolojisi çok büyük aşamalar kaydetmiştir. Bu koşullar, afişi savaş döneminin en önemli kitle iletişim aracı haline getirmiştir. I. Dünya Savaşına karşı, II. Dünya Savaşında savaşan devletler geniş halk kitleleriyle temas kurmak için radyonun olanaklarından daha geniş bir biçimde yararlanmışlardır. Bu sebeple o yıllarda afişin etkinliği azalmıştır. Daha sonra farklı resim akımlarının etkisinde kalan afişe, günümüze gelinceye kadar birçok anlatım dili eklenmiştir.

Savaşın sona ermesiyle birlikte başlayan seri üretim, genişleyen ulaşım ağları, çoğalan basılı ürünler, yeni dönemin oluşumunu sağlayan araçlar olmuşlardır. Bu dönemin afişleri geçen yılların afişlerinden sadece biçim yönüyle değil, içerik yönüyle de farklı olmuştur. Otomobiller, petrol şirketleri, hava, kara, deniz seyahatleri için afişler yapılmıştır. Bu dönemde televizyon ve animasyonun ortaya çıkması ile birlikte endüstri haline gelen eğlence çalışmaları, afişlere büyük bir gereksinim doğurmuştur. Giyim, yiyecek ürünleri ve içki gibi kitle üretimi yapılan metaların afişleri, daha önceki dönemlere nazaran milyonlarca basılıp dağıtılmıştır. Afişler artık bir yere yapıştırılmış herhangi bir resim değil, bağımsız bir sanat olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Afiş tasarımcısı, yavaş yavaş özel bir dalın uzmanı olarak görülmeye başlanmıştır.

Kısa sürede insan yaşantısının tüm alanlarında (sosyal, kültürel, ekonomik, siyasi), köklü değişmelere neden olmuştur. Savaşın sona gelene kadar geleneksel natüralist anlayıştaki illüstrasyon türünün zamanın gerisinde kaldığını anlayan grafik tasarımcılar, dönemin ileri görsel düşüncelerini ifade etmek üzere, görsel iletişime yeni anlatım biçimleri getirmişlerdir (Yeralı, 1995:43 )

### 2.1.1. Alphonso Mucha

Art Nouveau akımın tartışılmaz ustası Çek asıllı Alphonse Mucha olmuştur. Mucha, ilk afişini Sarah Bernhardt için yapmış ve üne kavuşmuştur. (bkz:Şekil.25)



Şekil.25 Sarah Bernhardt Afişi - Alphonso Mucha

Fransa'da Art Nouveau, Almanya'da Jugendstil gibi adlar alan bu sanat üslubu, özellikle Fransa'da Jules Chéret, Steinlen, Eugene Grasset ve Toulouse Lautrec gibi sanatçıların çalışmalarıyla adından söz ettirmiştir. Bu sanatçılar o zamana kadar yapılanları gölgede bırakacak kalitede eserler vermişlerdir.





Şekil.26 Afiş-Alphonse Mucha



Şekil.27 Afiş-Alphonse Mucha



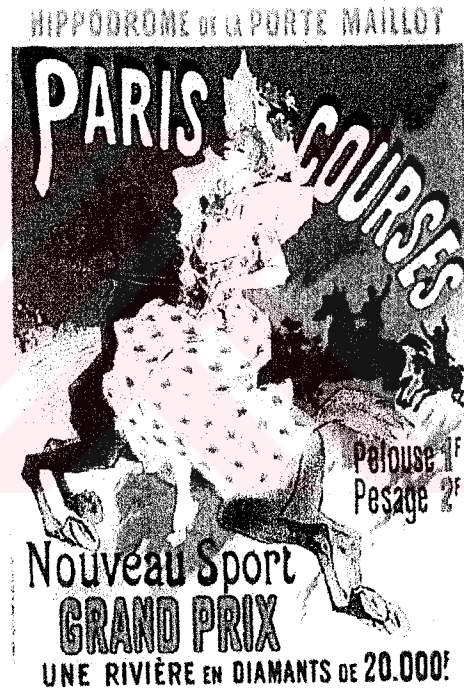
Şekil.28 Afiş-Alphonse Mucha

### 2.1.2. Jules Chéret

Sanat yaşamına, davetiyeler ve reçel kutularına yapıştırılan kağıtlardan basarak başlayan Chéret, zamanla modern afiş sanatçılarının ilki olmuştur. 1836'da Paris'te doğan Chéret, İngiltere'de çeşitli baskı tekniklerini öğrenmiştir. Paris'e döndükten sonra da, öğrendiklerini kendi atölyesinde uygulamaya koyulmuş ve kısa sürede afişleriyle Avrupa çapında ünlenmiştir. Aynı zamanda dünyada yapılan renkli afişlerin ilk temsilcisi olmuştur. Jules Chéret'in afişleri incelendiğinde, ilk afişlerde göze çarpan figür ve görüntü yoğunluğunun, sonrakilerde azaldığı görülebilir. Büyük renkli alanlar kullanarak, dikkati ana motifin üzerine toplamıştır.



Şekil.29 Afiş-Jules Chéret



Şekil.30 Afiş-Jules Chéret

Güçlü renkler ve kalın çizgilerin yanı sıra, ön planda yandan görünen ve boyları kısa olarak gösterilen figürler kullanarak arka plandaki figürlerin etkisini azaltmıştır. Kompozisyonlarının ana kaynağını oluşturan insan figürü, afişin ortasında yer almış ve hareketli olmuştur. Kullandığı yazı karakterleri, afişteki figürün hareketini ve biçimini yansıtmıştır. Verdiği eserlerin yanında resimli afişlerin, sadece duyuru niteliği taşıyan tipografiksel afişlerin yerini alması için çaba göstermiştir. "Bal Valentino" afişi(bkz:Şekil.31) öznel renkleri kullanarak yaptığı afişlerden biri olmuştur.



Şekil.31 Afiş- Jules Chéret'nin Bal Valentino Afişi

Çalışmalarında ele aldığı konu ne olursa olsun, kullandığı tema kadın olmuştur. Afişlerinin yalınlığı, renkleri, kullandığı tema, Paris sokaklarının bir parçası olarak yıllarca beğenilmiştir. Afişlerini bugünkü billboardları anımsatan büyük ölçülerde yaparak büyük boy afişi ilk uygulayan kişi olmuştur. Chéret'in afişleri modern afiş tekniğinin temellerini oluşturmuştur. Chéret'in afişe getirdiği bu canlılığa ilk rakip olan sanatçı, Eugene Grasset olmuştur. Grasset eserlerinde (bkz: Şekil.14/15); kalın kontürlerle çizilmiş ve valörsüz boyanmış figürler ve desenler kullanmıştır.



Şekil.32 Afiş-Jules Chéret



Şekil.33 Afiş-Jules Chéret

### 2.1.3. Toulouse-Lautrec

Toulouse-Lautrec(aktaran:Serullaz,1993:19);“Çevremde gördüklerimi idealleştirerek değil, oldukları gibi resmetmeye çalıştım” demiştir. Çalışmalarında Chéret' nin stili üzerinde durup, bu stili sokaklarda yaşayan insanların hayatlarındaki olayları tasvir etmek için kullanmış ve yaptığı litografik afişlerde, doğrudan doğruya taş üzerine çalışmıştır. Afişlerine ve resimlerine konu olarak, toplumdan kopuk insanları, toplumun bozukluklarını ve çirkinliklerini seçmiştir. 1890 'larda gerçekleştirdiği en önemli afişlerinden biri, eserlerinin kaynağını oluşturduğu ve aynı zamanda kız arkadaşı olan "Jane Avril" için yaptığı afiştir (bkz:Şekil.34). Bu afişte düz şekiller ve dekoratif çizgiler görülmektedir. Karikatürize edilmiş yüz hatları, sarı bir ışıkla aydınlatılmış dramatik alanlı planlar karakteristik üslup özelliklerindedir.



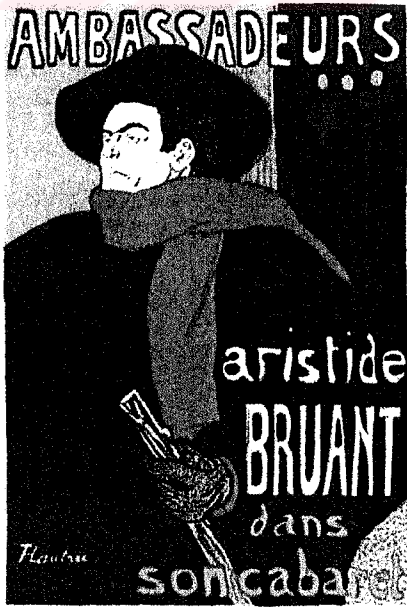
Şekil.34 Jane Avril Afiş'i –Toulouse Lautrec

Lautrec, afişlerinde sadece doğal renklerin kullanılması gereğini de ortadan kaldırmıştır. Bu sayede, gökyüzü artık sadece mavi ile değil, parlak bir kırmızı ya da sarıyla boyanabilir hale gelmiştir. Yapıtlarını doğrudan taşın üzerine çizen sanatçı, bunları eskiz yapmadan, aklında oluşturarak gerçekleştirmiştir. Lautrec'in ilk eserlerinden biri olan "Moulin Rouge" adlı çalışmada (bkz:Şekil.35), Paris gece hayatının en tanınmış isimlerinden biri siluet olarak gösterilmiştir. Afişte, dinamik motiflerden oluşan yüzeysel planlar, siluet şeklinde çizilmiş seyirciler, sarı olarak gösterilen oval lambalar bulunmaktadır. Yırtmaçlı iç çamaşırıyla dans eden kankan dansçıları, afişin ortasına doğru hareket etmektedirler. Gece kulüpleri, tiyatrolar, sirkler, barlar, kabareler, canlı gece hayatı, onun yaşamının geçtiği yerler olmuştur. Bu alanlar onun eserlerinin başlıca konuları arasında yer almıştır.



Şekil.35 Moulin Rouge Afişi- Toulouse Lautrec

Toulouse Lautrec'in afişleri, Chéret' ninkiler gibi popüler olmamıştır. Aynı yıllarda Londra'da açtığı sergi başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Daha çok eğlendirme ve memnun etmeyi amaç edinen Chéret'in afişleriyle, ahenksiz gibi görünen Lautrec'in afişleri arasında kesin bir ayırım vardır.



Şekil.36 Afiş-Toulouse Lautrec



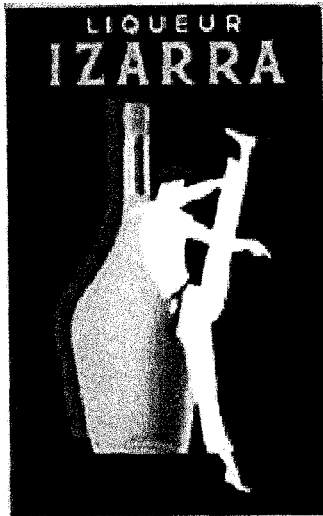
Şekil.37 Afiş-Toulouse Lautrec

Bunun yanı sıra; büyük renkli alanları kullanmaları, canlı renkleri seçmeleri, eserlerindeki konulara göre kalın ya da ince karakterli yazılara yönelmeleri ortak özelliklerini oluşturmuştur. Toulouse Lautrec 'in afişlerinde göze çarpan diğer bir özellik de, yazıların resim arası boşlukları doldurmasıdır. Bu özellik afişin daha iyi anlaşılmasını sağlamıştır.

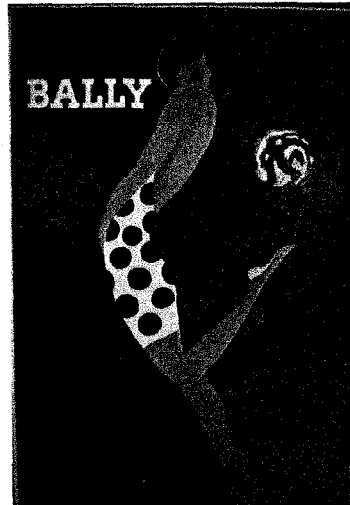
Bu dönemden sonra bir koleksiyonculuk başlamış ve zamanla bu koleksiyonculuk moda haline gelmiştir. Afiş tasarımındaki bu canlılık afiş kulüplerinin, afiş eleştirmenlerinin, afiş sanatçıların ve dergilerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Afiş alışkanlığı giderek yayılmıştır. İnsanlık tarihinde daha önceleri hiçbir dönemde bu kadar seçkin eser yan yana görülmemiş, hiçbir dönemde sanat ürünleri duvarlardan alınıp evlere asılabilecek kadar çok olmamıştır.

## 2.2. Modern Sanat Akımlarının Afiş Sanatına Etkileri

Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir. Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Dadaizm, Bauhaus, Pop Art, Op Art, Uluslararası Tipografik Stil gibi, modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur. Çağdaş anlamda ilk afişleri üretenlerin ressam olması, Sanat Afişleri Dönemi diye adlandırabileceğimiz bir dönemi başlatmıştır. Yine bu bağlamda, resim sanatını etkisine alan akımlar, kendi içlerinde doğan, işlevselliği olan bu yeni sanat kolunu da etkilemişlerdir.



Şekil.38 Afiş-Art Deco



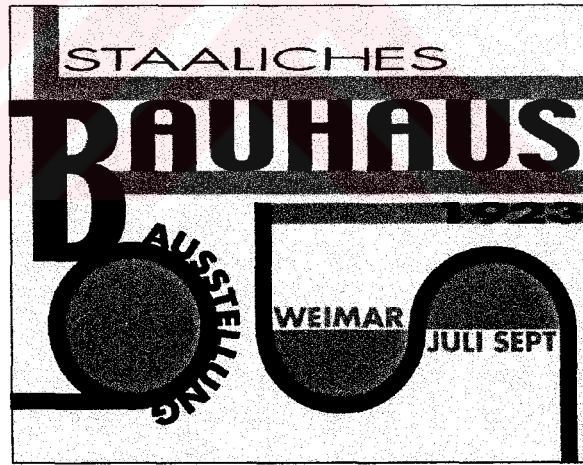
Şekil.39 Afiş-Art Deco

1920 ve 1922 arasında afiş sanatı ikiye ayrılmıştır. Bunlardan biri afişin kitleler için, diğeri seçkinler için yapıldığı görüşüne dayanmıştır. Bu ayrımın doğmasında ise üç ana etken rol oynamıştır. Birinci etken; 1916'da Zürih'de ve 1918'de Paris'de oluşan Dada hareketi, ikinci etken Rus sanatçısı Kasimir Malevich'in çıplak tuval üzerine boyanmış iri geometrik biçimlerden oluşan ve nesnel olmayan Süprematizm'i ile mimarların, afişçilerin ve diğerk grafik sanatçıların strüktüralizm'i, üçüncü etken ise Weimar'da 1919'da kurulan Paul Klee ve Kandinsky'nin fantastik ve mitsel eserlerini birleştiren Bauhaus hareketi olmuştur.

Bauhaus, kötü formlu makine prodüksiyonuna sanatçı kişiliğini ve buluşunu getirmek için kullanılan her türlü yeni araştırmalara bir yön vermek üzere Walter Grapius ve Van de Velde tarafından kurulan araştırıcı bir sanat okulu olarak kurulmuştur. Bauhaus afişlerinde, Dadaistlerin fotomontaj tekniği ve yazı tipleri kendi stilleriyle kullanılmış, yazılar resim yerine geçmiştir. Joost Schmidt'in 1920'de yaptığı afiş (bkz:Şekil.40) buna en iyi örnektir.



Şekil.40 Afiş- Joost Schmidt



Şekil.41 Afiş-Bauhaus

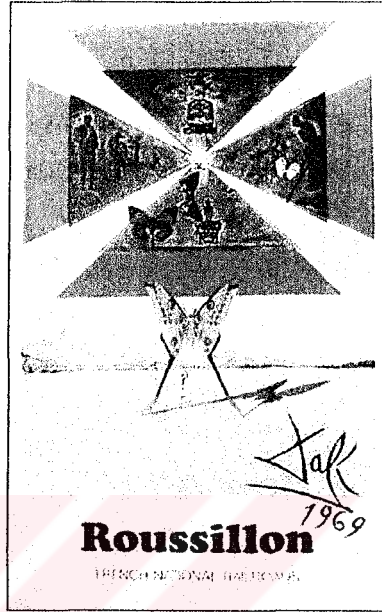
Doğanın mantıklı görünüşünü değil, insanın bilinç altında ve rüyalarındaki resmeden Sürrealizm akımının temsilcileri arasında; Dali, Chagall, Klee, Tanguy, Max Ernst yer almıştır. Afiş sanatçıları çeşitli nedenlerle Sürrealizme başvurmuşlardır. Bu nedenler arasında sürrealist öğelerin kullanımının afişleri insana daha yakın ve kabul edilir kılması, gerçek mesajı bulana kadar görüntü karşısında geçirilen şokun, istenilenin daha çok akılda



kalmasını sağlaması ve sürrealist anlatımında bir fikri birkaç yoldan aynı anda aktarabilmesi olmuştur. (bkz:Şekil.42/43)



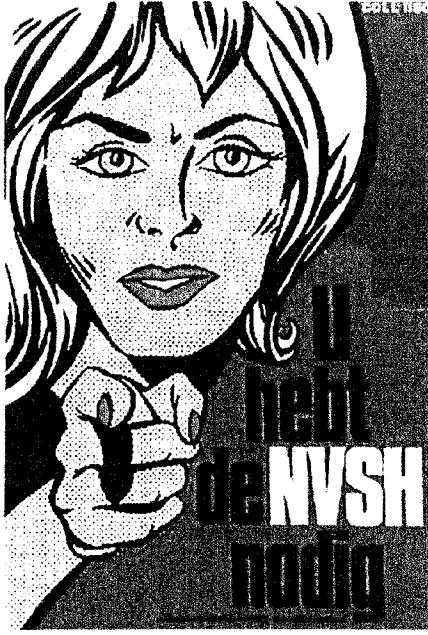
Şekil.42 Afiş-Salvador Dali



Şekil.43 Afiş-Salvador Dali

Harbert Matter'in "Bütün Yollar İsviçre' ye Gider" afişi fotomontajla yaratılmış gerçeküstü bir görüntüye sahiptir.

1960'lı yıllarda gerçeğin abartılı sunumuna dayanan, popüler sanatın kısaltılmışı biçiminde ifade edilen Pop Art, Amerika ve İngiltere'de gelişmeye başlamıştır. O dönemde afişlerde yer alan tanıtım ürünlerinin gerçekçi görüntüleri, tuvalerde abartıya dayalı resmedilmiştir. Gerçek ve görüntünün farkını çarpıcı biçimde ortaya koymuşlardır. (bkz:Şekil.44/45)

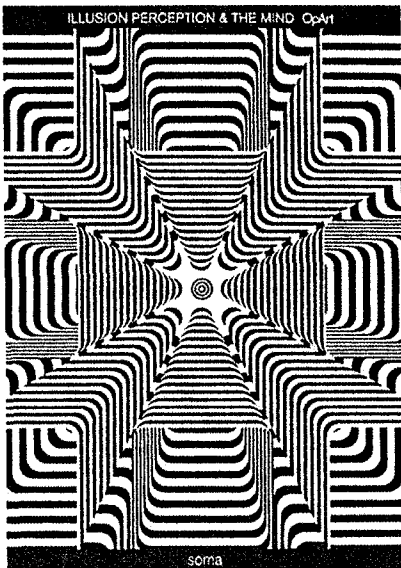


Şekil.44 Afiş-Pop Art

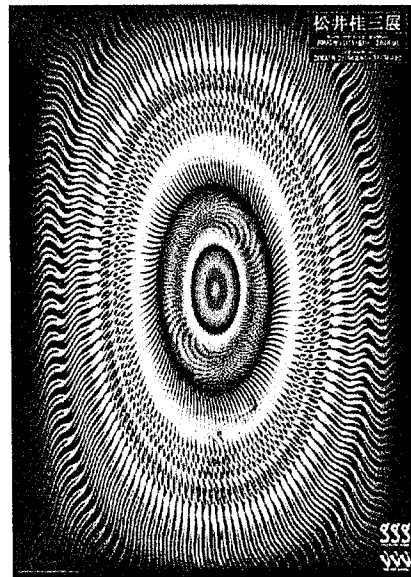


Şekil.45 Afiş-Pop Art

Yine aynı dönemlerde ortaya çıkan, lekecilik ve hareket resmine karşı olan ve optik sanat anlamına gelen Op Art gelişmeye başlamıştır. “Temelde optik anlatımlara dayalı olup, doğasal olmayan yeni bir optik görüntü anlayışını getirmiştir”(Karamustafa,1980:55). Tekstil ve sinema endüstrisi gibi tanıtım endüstrisini de etkisi altına aldığından afişlerde optik görüntüler gözlenmiştir. (bkz:Şekil.46/47)



Şekil.46 Afiş-Op Art

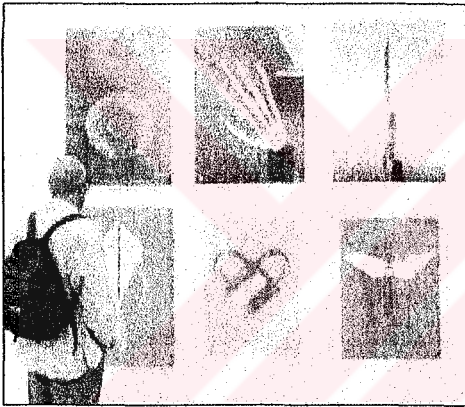


Şekil.47 Afiş-Op Art

### 2.3. Kütüphaneler ve Uluslararası Afiş Bienalleri

Günümüzde dünyanın çeşitli ülkelerinde, kültürel nitelikte afiş yarışmaları düzenlenmektedir. Lahti (Finlandiya), Colorado (Amerika), Brno(Çekoslovakya), Moskova (Rusya) ve Toyama (Japonya) afiş bienallerinin yanı sıra; grafik tasarımcılar arasında yüksek bir prestije sahip olan Varşova Afiş Bienali, uluslararası nitelikteki yarışmalardandır. (bkz:Şekil.48/49)

Aynı zamanda dünyada pek çok büyük kitaplık ve müzelerde afiş koleksiyonları bulunmaktadır. Örnek olarak Paris'te Bibliotheque Nationale ve Bibliotheque, Arsenal'de, Londra'da Victoria ve Albert müzesi ile British Museum, A.B.D.'de Library of Congress gösterilebilir. Yalnız bunlardan Victoria ve Albert Müzesi'nde 18. yüzyıldan günümüze yüz kalan binden fazla afiş bulunmaktadır.



Şekil.48 Afiş Sergisi- Polanya



Şekil.49 Afiş Sergisi- Polanya

A.B.D.'de San Jose State Collage kitaplığında 114 cilt ve ayrıca ciltlenmemiş 4 bin tiyatro afişi, Cambridge'de Harvard Üniversitesi'nin Houghton kitaplığında bir milyondan fazla tiyatro afiş ve programı, Hamburg'la Theatersammlung der Hansetadt'ta 185 ciltlenmiş, 4 bin tane de ayrı tiyatro afişi, Budapeşte National Bibliothek Szechenyi'de 160 bin tiyatro afişi, Ermeni Cumhuriyeti Erivan'da 50 binden fazla tiyatro afişi, Moskova'da Bakruşin Tiyatro Müzesi'nde yüz binden fazla afiş, Ukrayna Kiev'de Ukrayna Tiyatro Sanatı Müzesi'nde 25 binden fazla tiyatro afişi, Tallin'de Estonya Tiyatro- Müzik Müzesi'nde 12 bin afiş, Zagreb'te Hırvat Ulusal Tiyatro Müzesi'nde 32 bin tiyatro afişi, New York'ta Columbia Üniversitesi Kitaplığı'nda 25 bin tiyatro afişi bulunmaktadır.(ayrıntılı bilgi için bkz:Tombak,1995)

Bunların dışında; Amsterdam, Vereniging het Toneel Museum, Bern Schweizerischer Trietersammlung, Roma Biblioteca Theatrale del Burcardo, Berlin, Deutsche Akademie der Kunste Abteilung für Deutsche Theatergeschichte, Paris, Musee Caravalet, Zürich Kunstgewerbe Museum, Essen Deutsches Plakat Museum ve Folkwang Müzesi, Varşova Plakatu Müzesi, New York Museum of The City of New York, Oslo Universitets Biblioteket, Graz, Steiermarkische Landesbibliothek am Joanneum tiyatro kitaplıklarında çok sayıda afiş bulunmaktadır.



### BÖLÜM – 3

## TÜRKİYE’DE AFİŞ

Afiş sanatının Türkiye’de yaygınlaşması Cumhuriyetin ilk yıllarına rastlanmaktadır. 1920’li yıllardan başlayarak İhap Hulusi ile Münif Fehim, daha sonraları da Kenan Temizan bu alandaki işleri, nitelikli bir düzey tutturarak ellerinde bulundurmaya çalışan kişiler olarak görünmektedirler. Afiş sanatının Türkiye’deki öncüsü, tartışmasız biçimde İhap Hulusi olmuştur. 1898-1986 yılları arasında yaşamış olan İhap Hulusi Görey, Almanya’da öğrenim görmüş ve Almanya’dan gönderdiği çalışmalarıyla 1923’te Türkiye’deki ilk afiş sergisini açmıştır. Beykoz Ayakkabısı, Millî Piyango, Kulüp Rakısı, Sierra Radyoları, “Yerli Malı Türk’ün Malı” afişleri İhap Hulusi’yi unutulmaz bir afiş sanatçısı haline getirmiştir.

İhap Hulusi’nin ardından gelen Kenan Temizan da bu alanda önemli eserler vermiştir. Almanya’da öğrenim gören Temizan, özellikle film afişleriyle hem Avrupa’da hem Türkiye’de tanınmıştır. Daha yakın zamanlara gelirse, sanayiinin gelişmesi, kültür ve sanattaki atılımlar ve dolayısıyla giderek önem kazanan tanıtım etkinlikleri, Türk afiş sanatına önemli bir canlılık getirmiştir.



Şekil.50 Afiş-Kenan Temizan

Gerek grafik sanatlarda, gerekse afiş sanatında Cumhuriyet’in ilanından sonra başlayan hareketlenmeler, 1960’lı yıllardan sonra Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel, Bülent Erkmen gibi tasarımcılarla daha da kuvvetlenmiştir. O günlere kadar sadece bir kaç

işletmenin, ürünün tanıtımını üstlenen afişler, kısa sürede; kültürel, sosyal, ekonomik, ticari ve endüstriyel alanların vazgeçemediği bir tanıtım medyası olmuştur. Gerçekten de tiyatrolar, sinemalar, siyasi parti grupları...vb. gibi kurum ve kuruluşlar bu önemli iletişim aracından alabildiğince yararlanmışlardır.

İhap Hulusi ve Kenan Temizan, grafik eğitimlerini Almanya'da görmüşlerdir. Kenan Temizan 1951'de NATO' nun açtığı uluslararası afiş yarışmasında 3.' lük ödülü almış, 1953'de akademide açılan toplu sergisi, afiş sanatında önemli bir yer oluşturmuştur. Avrupa grafiğine karşı daha sonraları duyulan geniş ilgi de, bu sanatçılarla başlamış sayılabilir.

1950'ye kadar afiş sanatında sivrilen sanatçılar arasında Orhan Omay, Mazhar Resmor, Tark Uzmen, Yusuf Karaca, Faruk Morel, Natık Soyeren adları sayılabilir. Bu başarılı sanatçılar, 1965 yılında Türk Grafik Sanatçıları Derneği adıyla bir araya gelmişlerdir. Ancak bu önemli atılım, ekonomik güçlükler ve sanatçıların ilgisizliği yüzünden kapatılmıştır. Daha sonraki kuşakta farklı yaklaşımlar görülmüştür. Yeni gelenler arasında Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Leyla Uçansu, Erkal Yavi, Metin Edremit, Fahrettin Sepetçioğlu, Sungu Çapan, Turgay Betil, Sait Maden, Sinan Bozkurt, Bülent Erkmen, Sadık Karamustafa gibi sanatçılarla birlikte, özellikle tiyatronun altın yılları olan 1960'larda, İstanbul'un dört köşesi birbirinden güzel tiyatro afişleriyle donatılmıştır. 70'li yıllarda afişin gelişiminde önemli bir yeri bulunan tiyatrolar, afiş yaptırılmaz hale gelmişlerdir. Özellikle Dormen Tiyatrosu, halkın tiyatrolara bakış açısı, tiyatroların yerine sinemaların tercih edilmesi sonucunda kapanmıştır. Tiyatro afişleri dış ülkelerde sanatın gelişmesi açısından önemli bir payın sahibi iken, ülkemizde varolan tiyatrolar ilanlarını beyaz bir kağıda yazarak duyurmuşlardır. Afişlerde; yönetmen, dekoratör, hatta oyun türüyle ilgili hiçbir şeye rastlanmamıştır.

Bu olumsuz durumlar sadece tiyatro ve film afişlerinde söz konusu olmaktan çıkıp, seçim afişlerini de etkilemiştir. Önceleri siyasi parti afişlerinde resim kullanmak belki de geleneksel resim yasağımızdan doğan bir anlayışla yasaklanmıştır. Bir iletişim aracı olarak tanımladığımız afiş, iktidarlarca hep tehlikeli görülmüştür. Bu yıllardan sonra afiş, siyasi grupların alabildiğine yararlandığı bir haberleşme biçimi olmuştur. Bunun yanı sıra afişlerde boyut değişikliği de görülmüştür. 1980 askeri darbesiyle birlikte bombalı pankartlar ortaya çıkmıştır. Duvarlar yönetimlerin denetimine girmiştir.

Bu denetimin en önemli göstergesi "billboard" olmuştur. Reklam dünyası bu modayı çok çabuk benimsemiştir. Konser, tiyatro, sinema, spor karşılaşması gibi etkinliklerin afişleri duvarlarda yer bulamazken, kiraları çok yüksek olan billboardlar, kenti kısa sürede bir örtü gibi kaplamıştır. Billboardlarda televizyon, buzdolabı, fırınlar yer almaya başlamıştır. Afişe

olan ihtiyacın azlığı, afiş asılacak mekanların yokluğu, afişin gelişimini engelleyen unsurlar arasında yer almıştır. Az sayıda da olsa afişe tutku duyan, afiş yaptırmaya özenen işverenlerin ve bu isteği iyi karşılayacak grafik tasarımcıların olması afişin gelişimini destekleyen unsurlardan olmuştur. Atatürk'ün 100. doğum yılı olan 1981 ve onu takip eden yıllarda, Atatürk'ü konu alan afişler yapılmıştır (Yeraltı, 1995:68/69). Bu afişleri Cumhuriyetin ve TBMM'nin kuruluş yıldönümü için yapılan afişler izlemiştir.

Afiş gelişimine engel olan bir unsur da; tasarlanmadan üretilen siyasi ve ticari afişlerin, kentin hiç olmayacak yerlerine asılmasıydı. Bu konudaki başıbozukluk ve belediyelerin yalnızca rant kaygısıyla çirkin tanıtım panoları uygulamaları ve bu panolardan yalnızca parayı verenlerin yararlanmasını sağlamaları, kültür ve sanat olaylarının duyurulması için özel panoların kullanılmaması gibi daha birçok durum afişin gelişmesini engellemiştir.

Kitle iletişiminin son derece önem kazandığı günümüzde, bu önemli sistemin bir parçasını oluşturan afiş, tüm iletişim biçimleri gibi, toplu yaşamın getirdiği gereksinimleri karşılamaktadır. Ancak bir ölçüde de televizyonun gazabına uğramıştır. Televizyon reklamlarının olumsuz etkilerine rağmen, Türkiye'de afiş tasarımı gelişimini sürdürmekte, afiş tasarımcılarımız çeşitli ülkelerde düzenlenen yarışmalara, sergilere ve bienallere katılmaktadırlar.

Afiş ülkemizde son yıllarda, yalnızca asıldığı yerde kalan bir sanat ürünü olmaktan çıkmış, sanatçılar toplu ya da kişisel sergilerle yurtdışına açılmaya başlamışlardır. Ülkemizde karma ve geniş çapta uluslararası düzenlenen ilk sergi, Yurdaer Altıntaş'ın 60. doğum yılı nedeniyle açtığı "Uluslararası Çağrılı Afiş Sergisi" dir. Bu sergi, afişin etkin bir dil olması gerektiğini belirten öncü bir girişim olmuştur. Grafik sanatçıların bir çatı altında toplamak ve meslek sorunlarını birlikte çözmek amacıyla Yurdaer Altıntaş'ın öncülüğünde kurulan "Grafik Sanatçılar Derneği" ilgisizlik, parasal sorunlar ve profesyonel anlayışın eksikliği nedeniyle kapanmak zorunda kalmıştır. Yine bu sanatçılar, 1978 yılında bu kez "Grafikerler Meslek Kuruluşu" (GMK) adı altında tekrar bir araya gelerek başarılı ürünler vermişlerdir.

Bugün ülkemizde afiş tasarımı yirmi - otuz yıl öncesine göre hem nicelik hem de nitelik bakımından doyurucu bir düzeydedir. Önceki yıllarda teknik seçenek yelpazesi hiçbir zaman bu denli geniş olmamıştır. Günümüzde fotoğraftan illüstrasyona, salt tipografik afişten kolaja, hatta bilgisayar çıkışlarına kadar her şey yan yana yer almakta ve bu gelişmeler bütün dünya ile aynı anda gerçekleşmektedir.

Kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesaj veren ve bir iletişim aracı olarak tanımladığımız afiş, ülkemizdeki geçmişi kısa olmasına rağmen, toplumlararası iletişimin önem kazandığı günümüzde kendine güçlü bir alan yaratarak geleceğe daha güvenle bakmaktadır.

Türk grafik sanatı sonraki yıllarda, Türkiye'de kapitalist üretimin ve buna bağlı olarak reklamcılığın ciddi bir işkolu haline gelmesiyle birlikte, farklı yönde bir gelişim göstermiştir. Cumhuriyetin ilanından sonra, Milli Piyango İdaresi' nin, Tekel' in, çeşitli banka ve kuruluşların grafik sanatların gelişmesinde büyük katkıları olmuştur.

1960'lı yıllarda ise, grafik sanatların önemini kavrayıp bilinçli uygulayan tek kuruluş olarak Eczacıbaşı gösterilebilir. Reklam ajanslarının sorunlara henüz yeterli çözümler getiremediği ve grafik anlayışının çağdaş düzeye ulaşamadığı o dönemlerde, en önemli çaba Eczacıbaşı'nın Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümlerinde gerçekleştirilmiştir. Grafik alanında uzmanlaşan yetenekli kişilerin azlığı nedeniyle Eczacıbaşı'nın sürekli elemanları arasında; Ferruh Doğan, Ali Ulvi, Altan Erbulak gibi ünlü çizerler, Metin Eloğlu, Bedri Rahmi Eyüboğlu, Nuri İyem gibi ressamlar da bulunmuştur. Sonraki yıllarda ise Selçuk Önal, Yurdaer Altıntaş, Fikret Akgün, Erman Nusal, gibi grafikerler Eczacıbaşı'yla bağımsız olarak çalışmışlardır. Eczacıbaşı grafik çalışmaları nedeniyle dış ülkelerde yayınlanan dergilerde kısa sürede kendine yer verilen ilk ve tek Türk kuruluşu olmuştur. Bu kuruluş, grafik sanatlar alanındaki davranışlarıyla Türkiye'de sanayi kesimine önderlik etmiştir.

Türk tiyatrosunun da grafik sanatların gelişimindeki yararı ve katkısı yadsınmaz. Tiyatro için üretilen afişler, hangi oyunun nerede sahnelendiğini ve oyun türünün ne olduğunu, genelde beğeni düzeyi yüksek seçkin bir izleyiciye iletirler. Bunlarda aşırı bir tanıtım amacı yoktur. Oysa endüstri ürünlerinde amaç sürümü arttırmak olduğu için bu farklılıklar nedeniyle, 1980'lerde endüstri için üretilen birçok yapıt, başarılı olsalar da bazen sadece tanıtım oldukları için geri planda kalıp önemsenmemişlerdir. Ülkemizin özellikle 1960'lı yıllardan başlayarak yüzünü uluslararası alanda güldüren etkinliklerden biri olan grafik tasarımı günümüzde istenilen yere ulaşabilmiştir.

### 3.1. İhap Hulusi

Osmanlı ile Cumhuriyet Türkiye'si arasında bir köprü oluşturan İhap Hulusi, 1898'de Mısır'ın Kahire şehrinde doğmuştur. İlk ve orta öğrenimini Kahire' nin İngiliz okullarında yapmıştır. 1920 yılında resim eğitimi görmek üzere Almanya'ya gitmiştir. Önce Münih'de Heimann Schule atölyesinde 3 yıl çalışmış, daha sonra Kuntsgewerbe Schule'ye devam



ederek tahsilini tamamlayıp 1925'te yurda dönmüş olan sanatçı, ülkemizde henüz tanınmaya başlayan grafik ve afiş sanatı alanında aralıksız 56 yıl çalışmıştır. 1923 yılında ilk afiş sergisini açmıştır. Arapça, Almanca, İngilizce ve Fransızca bilmesi nedeniyle Dışişleri Bakanlığı'nda çalışması istenmiş, ancak o memuriyeti reddetmiş, Akbaba'da Münif Fehim ve Ramiz'le birlikte çalışmıştır. Daha sonraları afiş çalışmalarına ağırlık veren İhap Hulusi, afişi yaparken "buluş"un önemine değinerek "Seyredenlerin ilgisini çekmeli ve düşündürmeli" diye yorumlamıştır.

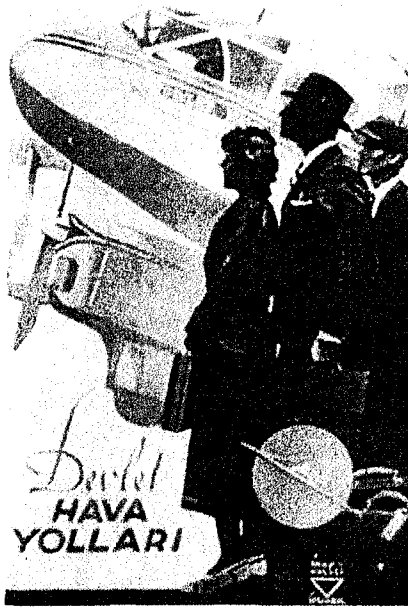


Şekil.51 Kızılay Afişi-İhap Hulusi

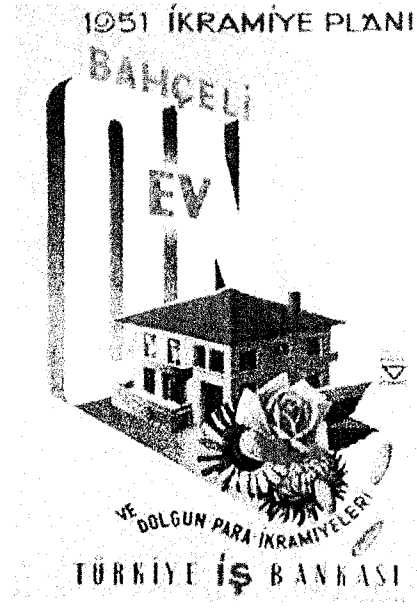


Şekil.52 Garanti Bankası Afişi-İhap Hulusi

1929'da İstanbul'da ilk atölyesini kurduktan sonra Kulüp Rakısı etiketi ve Atatürk'ün siparişi üzerine Türk alfabesinin kapağını tasarlayan İhap Hulusi, Ziraat Bankası, İş Bankası (bkz:Şekil.54), Yapı ve Kredi, Garanti (bkz:Şekil.52), Sümerbank, Emlak Kredi, Türk Ticaret Bankası, Maliye Bakanlığı(tahviller), Türk Hava Kurumu(bkz:Şekil.52), Kızılay (bkz:Şekil.51), Yeşilay, Tariş, Zirai Donatım Kurumu ve birçok özel kuruluşa çeşitli çalışmalarıyla hizmet vermiştir.

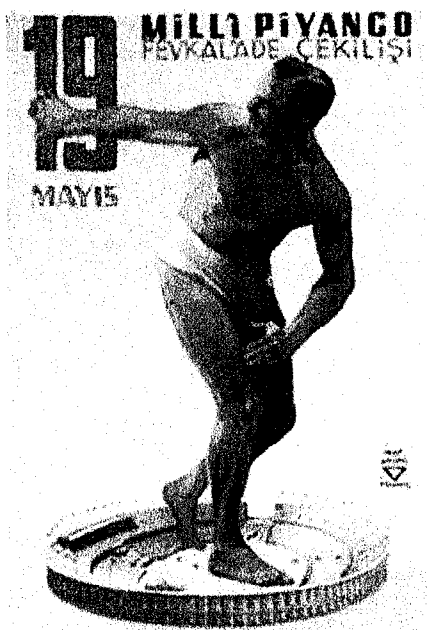


Şekil.53 Devlet Hava Yolları Afişi-İhap Hulusi



Şekil.54 İş Bankası Afişi-İhap Hulusi

Tayyare Piyangosu (bugünkü adıyla Milli Piyango) idaresi için 45, Tekel İdaresi için 35 yıl çalışan İhap Hulusi, bu süreçte yurtdışında da adını duyurmuştur. Bayer'in afiş ve etiketleri, Mısır'ın Tekel İdaresi, Devlet Demir Yolları ve şehir hatlarına ait ilanları, ünlü İngiliz viskisi John Haigh ile İtalyanların Cinzano ve Fernet Branca'sının afiş ve etiketleri İhap Hulusi tarafından yapılmıştır.



Şekil.55 Milli Piyango Afişi-İhap Hulusi



Şekil.56 Beykoz Kunduraları Afişi-İhap Hulusi

Cumhuriyetin ilk yıllarında yüzlerce, binlerce afişin altına atılan imzada hep İhap Hulusi'nin ismi görülmüştür. İmzasını yaşadığı kentin adı ile özdeşleştirmiş bir İstanbul tutkunuydu. Grafik çalışmalarına faydalı olması için birçok İstanbul fotoğrafı çekmiş ve bu fotoğraflardan yola çıkarak afişlerinin önemli bir kısmını oluşturmuştur. Ziraat Bankası için yaptığı ünlü "Çubuğunu Tüttüren Köylü" afişi, Moda burnunda karpuz sergisi kuran bir köylünün, İhap Hulusi'nin önce objektifi sonra da deseni ile grafik sanatımıza armağan ettiği bir kompozisyon olmuştur. Afişlerinde, dünyanın en ünlü afiş tasarımcılarından biri olan Ludwig Hohlwein'in etkileri görülmektedir. Hohlwein'de gördüğümüz, sağlam, bütünlük üzerinde yoğunlaşan desen gücü İhap Hulusi'nin eserlerinde de hakim olup, kompozisyonları büyük lekelerden oluşmuştur. Biraz da o dönemdeki baskı tekniğini iyi kullanmanın gereği olarak, yarım tonlardan kaçınmış figürler tam bir kontrasta dönüşmüştür. Çalışmaları incelendiğinde; model olarak yakın çevresinde olanları ele aldığı görülmüştür. Çalışma arkadaşları, dostları, ailesinden kişiler zaman zaman da kendisi afişlerindeki insan figürlerinin modellerini de oluşturmuştur. Örneğin, içki etiketinde arkadaşı ile birlikte kendisini de resimlemiştir. Çok titiz ve arınmış bir sanat işçiliğiyle bütünleşen afişlerinde ve uzun yıllar resimlemesini yaptığı milli piyango biletlerinde kullandığı suluboya tekniği, tipografi ve renkler, bileten öte, sanat eseri özelliklerine sahiptir. İhap Hulusi, 1974 yılına kadar yaptığı bilet tasarımlarını, ilanlarla ve afişlerle destekleyerek biletlerde oluşturduğu stilinin dışında, biletlerine yansıttığı, Türk ailesinin sosyal yaşantısını (çiftçi, memur, öğretmen) ve tarihimizi, yaptığı illüstrasyonlarla resmederek bizlere sunmuştur. Suluboya afişlerinin yanı sıra, fotoğraftan da yararlandığı afişlerinin bulunduğunu belirtmiştik. Bu afişler ya konulara göre hazırlanmış, ya da varolan fotoğraflar yardımıyla oluşturulmuştur. Suluboya çalışmalarının yanı sıra, son yıllarında hat sanatını modernize ederek başarılı örnekler vermiştir. Ölümünden iki yıl önce 1984'te afiş ve grafik çalışmalarını toplandığı bir sergi açmıştır. Onun en uzun ömürlü afişleri Ziraat Bankası'na yaptığı "Köylü Dayı" afişi (bkz:Şekil.57) ile Tekel'e yaptığı "Kulüb Rakısı" afişi olmuştur. 27 Mart 1986'da İstanbul'da hayatını kaybetmiştir.



Şekil.57 Ziraat Bankası Afişi -İhap Hulusi



Şekil.58 Hackerbar A.U. Afişi-İhap Hulusi

İhap Hulusi gibi afişlerde büyük çapta fotoğraftan yararlanan bir diğer afiş tasarımcısı ise Kenan Temizan' dır. Berlin Güzel Sanatlar Akademisi mezunu olan Temizan, uzun yıllar Almanya'da çalışmış ve Reimann Schule'de afiş ve kumaş desenleri konusunda dersler vermiştir. Varolan afişlerinin hemen hemen hepsi sinema afişi olduğu ve sanatçının çalışmaları süratle gelişen baskı teknolojisi ile at başı geliştiği için, onun eserlerinde daha gerçekçi bir figüratif çalışma egemen durumda olmuştur.

İhap Hulusi ise Türkiye koşullarında daha yavaş gelişen baskı tekniklerine karşın kişilikli çizgisini sürdürdüğü için, tarzını korumuştur. Ancak değişen beğeni ve istekler yaygın çalışma olanaklarını giderek azaltmıştır. İhap Hulusi ve Kenan Temizan uzun yıllar Batı grafiğinden edindikleri deneyimlerini, ülkemizin sosyal yaşamına da uyarlamışlardır.

Paris'te eğitim görmüş olan Mithat Özar'ın, 1932'de Güzel Sanatlar Akademisi bünyesinde açtığı afiş bölümü, sanayi ve ticaret alanındaki gelişmelerle birlikte tüm grafik ürünlerine olan ilgiyi arttırmıştır. Yetiştirdiği sanatçılardan; Mazhar Resmor ve Orhan Omay 1940 ve 50'li yıllarda ürünler vermişlerdir. Yetenekli öğrencilerin ve öğretilerinin çabalarıyla Batı kaynaklarından da yararlanılarak oluşturulan afişler, basılma ve yayılma olanaklarının bulunmayışı nedeniyle sadece tasarım halinde kalmıştır.

Fikret Akgün' ün çalışmalarında ise, canlı renkler, soyut resmi çağrıştıran düzenlemeler hakimdir. Özellikle ürünü kullanarak gerçekleştirdiği "İpana" adlı afiş, farklı kesimden kişilerce beğenilmiştir.

Bu yıllardan sonra afiş üretmeye başlayan tasarımcılar, kendilerinden öncekilerden çok daha elverişli koşullarda çalışmışlardır. Çünkü, ülke endüstrisi artık sağlıklı da olsa gelişmiş, sanat etkinlikleri artmıştır. Bilinçsiz de olsa, grafik sanatlara gereksinim duyulmaya başlanmıştır. Bu koşullar içinde, Akademi Afiş Atölyesi kökenli Yurdaer Altıntaş, Bülent Erkmen, Turgay Betil, Sadi Pektaş, Sungu Çapan, farklı Akademi kökenli çıkışlı Sait Maden, Mengü Ertel, Erkal Yavi, Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu Grafik bölümünden yetişen Aydın Erkmen, Sinan Baykurt, Leyla Uçansu gibi sanatçılar afişe farklı yaklaşmışlardır. Bu dönemde yapılan afişlerde konu ile içerik çok önem kazanmış, içerikle özdeşleşme ön plana çıkmıştır. Hemen hemen her afişte özgün bir tarz yakalama çabası ağır basmıştır. Bazen illüstratif afişler, bazen de fotoğraf yoluyla oluşturulan afişler görülmüştür. Özellikle ticari dalda yapılan afişlerde tasarımcılar fotoğraftan yararlanmışlardır.

### 3.2. Yurdaer Altıntaş

Bu dalın en çok ürün veren tasarımcılarından Yurdaer Altıntaş, grafik tasarımın afiş dalını saygın bir sanatsal ifade aracına dönüştüren kişilerin içinde yer almaktadır. Altıntaş, uzun yıllar tiyatro afişleri yapmış, o döneme kadar gelen afiş anlayışına ve Fransız etkisine karşın kendi kişiliğini oluşturmaya çalışmıştır. Eserlerinde duyguya ve estetik değerlere yer vererek, mesajı genellikle simgeci anlatımlarla ve yeni bir biçimlemeyle iletmeye çalışmış, kalın konturlarla sınırlanmış büyük lekeler ve stilize figürler kullanmıştır.

Yurdaer Altıntaş, 1935 yılında Kars'ta dünyaya gelmiştir. Tokat, Sivas, Malatya, Erzurum, Gelibolu gibi Anadolu'nun çeşitli kentlerinde geçen çocukluk yıllarında Anadolu kültürünü tanıma fırsatı bulmuştur. Dramatik olaylarla örülü bir çocukluk yaşamından sonra resim eğitimi arayışlarına girişmiştir. Kişiliğinde oluşan özgüvenle daha lise birinci sınıfta Güzel Sanatlar Akademisinin sınavlarına girip kazanmasıyla, babasıyla arasındaki resim eğitimi konusundaki görüş ayrılığı kendiliğinden çözülmüştür. 1952 yılında Güzel Sanatlar Akademisi Süsleme Sanatları Bölümüne girmiş, Afiş atölyesine kaydını yaptırmıştır. Çeşitli değerlendirmelerinde, Akademideki eğitim ortamını, iletişim açısından verimli ve başarılı bulmadığını belirten Altıntaş, yüksek öğrenimin son yılında profesyonel olarak çalışmaya başlamıştır.

Karaköy'de Gayret Han'ın çatısında bir odada Nuri İyem, diğer odalarda Mengü Ertel, ve Antuan Gargar çalışmıştır. Altıntaş da hana gidip gelmeye, kitap kapağı gibi bazı ufak tefek işler yapmaya başlamıştır. 1957 yılından sonra Mengü Ertel'le çalışmıştır. Sonra, Eczacıbaşı, Kent Oyuncuları için çalışmalar yapmıştır. 1964'de Türk Alman Kültür

Merkezinde bir afiş sergisi açmıştır. Pul, broşür, amblem, başlıklı kâğıtlar ve illüstrasyonlardan oluşan sergide işlerin orijinaleri yer almıştır. Bu sergi sanat dünyasında büyük yankı bulmuştur.



Şekil.59 Ben Anadolu Afişi-Yurdaer Altıntaş



Şekil.60 Ayı Masalı Afişi-Yurdaer Altıntaş

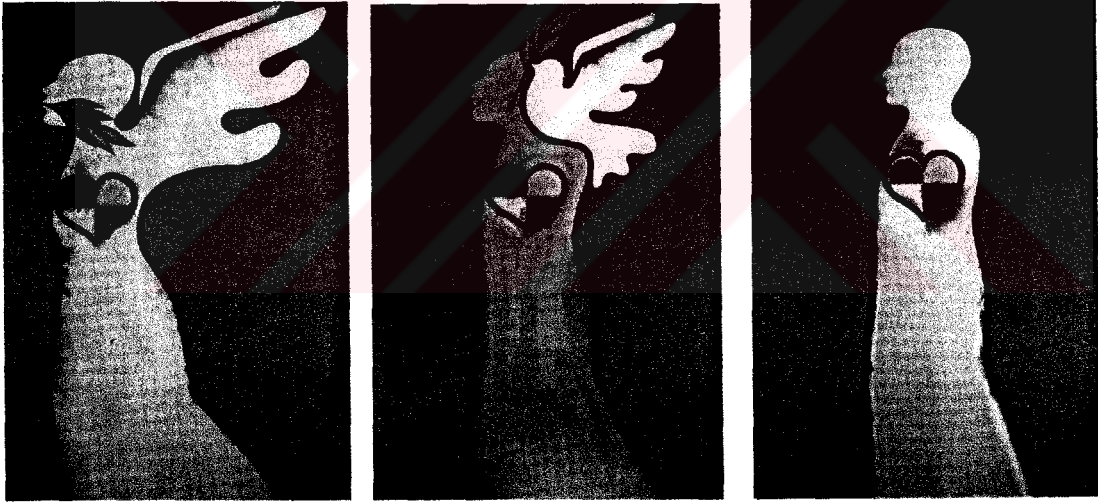
Yurdaer Altıntaş 1965 yılında "Gebrauchsgraphik" adlı dergi ile iletişim kurmuş, işleri burada yayımlanmıştır. Gebrauchsgraphik'te Türk grafik tasarımcılarını tanıtmıştır. Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Fikret Akgün, Sait Maden ve Ahmet Gülyüz ile görüşerek, grafikerlerin bir demek çatısı altında bir araya gelmesi düşüncesine öncülük etmiştir.

Türk kültürünün değerlerini, Osmanlı minyatürlerini, Karagöz figürlerini ve Hitit kabartmalarını inceleyerek ortaya koyduğu çalışmalar üç yıl süreyle takvim olarak basılmıştır. Bu çalışmalar Türk folkloruna eğilmesine yol açmıştır. Nasreddin Hoca, Dede Korkut ve efsaneler üstüne çalışmalar yapmıştır. "Nasreddin Hoca" İngiltere'de kitap olarak basılmıştır. İllüstrasyonlar Londra'da sergilenmiştir.

1976 yılında Güzel Sanatlar Akademisine bağlı Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulunda müdürlük yapmıştır. 1979 yılına dek okulun ilkelerini oluşturma çalışmalarını yürütmüştür. Yurdaer Altıntaş'ın görevden ayrılmasından sonra okul kapatılmıştır. Altıntaş, demek çalışmalarına yeniden başlamıştır. Bu çabalar Grafikerler

Meslek Kuruluşunun kuruluş ve işleyiş ilkelerini belirlemiştir. Derneği belli kurallara oturarak periyodik çalışmalara yönlendirmiştir. 1982 yılında Grafikerler Meslek Kuruluşu başkanlığına seçilmiştir. Yurdaer Altıntaş, Türkiye'nin, kültürel tarihsel ve sanatsal birikimini, Fransız ve Polonya etkisini de hissettirecek biçimde kendi sanatsal ve estetik sentezinde bütünleştirmiştir. Stilize edilmiş figürlerle, koyu kalın konturları birlikte iç içe kullanmıştır. Ele aldığı konuları simgesel anlatımlarla yorumlamıştır.

1974 yılında 2. Uluslararası Akdeniz Festivali'nde tiyatro afişleri yer almıştır. 1968-1988 yılları arasında Uluslar Arası Varşova Afiş Bienallerine katılmıştır. Uluslararası Brno Grafik Sanatlar Bienali'ne 1970, 1990, 1994 yıllarında davet edilmiştir. 1987 yılında da Finlandiya'daki Lahti Afiş Bienali'ne katılmıştır. 1991, 1993, 1995 yıllarında da Amerika Birleşik Devletleri'nde Uluslararası Colorado Çağrılı Afiş Sergisi'nde yer almıştır. 1988 yılından bu yana mizah yanı ağır basan "Melekler" dizisiyle cinselliğin geleneksel ve tutucu yanını eleştiren çalışmalar yapmıştır. (bkz:Şekil.61/62/63)



Şekil.61/62/63 Afiş-Yurdaer Altıntaş

Yurdaer Altıntaş önemli ödüller kazanmıştır. Örneğin Devlet Güzel Sanatlar Akademisi sanat ödülünü almış, 5. Grafik Ürünler Sergisi'nde bir afişi yılın en başarılı yapıtı seçilmiş. Grafikerler Meslek Kuruluşunun açtığı sergilerde Ambalaj, illüstrasyon, afiş, amblem dallarında ödüller almıştır. Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümünde bölüm başkanlığı yapmıştır. Son zamanlarda Eczacıbaşı'nda "Kurum Kimliği Danışmanlığı" görevini üstlenmiştir.

### 3.3. Mengü Ertel

Grafik sanatının henüz ülkemizde yeterince tanınmadığı ve bilinmediği dönemlerde, çalışmalarıyla alanın gelişmesine önemli katkılarda bulunan, yurt dışında çeşitli sanat şenliklerinde ve yarışmalarında ödül alarak ülkemizi tanıtan Mengü Ertel'i "bilinçli bir grafik tasarımcısı" olarak tanımlamak daha doğru olur. İstanbul'da doğan Mengü Ertel, çocukluğunda Karagöz'e tutkun, kirayla kitap alıp roman okuyan, gençliğinde tiyatroya merak saran çok yönlü bir insandı. Hem Konservatuvarın hem de Güzel Sanatlar Akademisinin sınavlarına girmiş. Güzel Sanatlar Akademisinde okumaya başlamıştır. Ancak, sanat eğitiminde, yazın ustaları, tiyatro sanatçıları ve ressamlar arasında süren bohem yaşam içindeki "seminerlerin" daha etkili olduğunu düşünmektedir. Sanatçı dostlar, değişik sanat dallarıyla kurulan ilişki ve tiyatro tutkusu 'grafik tasarımcısı Mengü Ertel'in' ortaya çıkmasında kuşkusuz önemli rol oynamıştır.

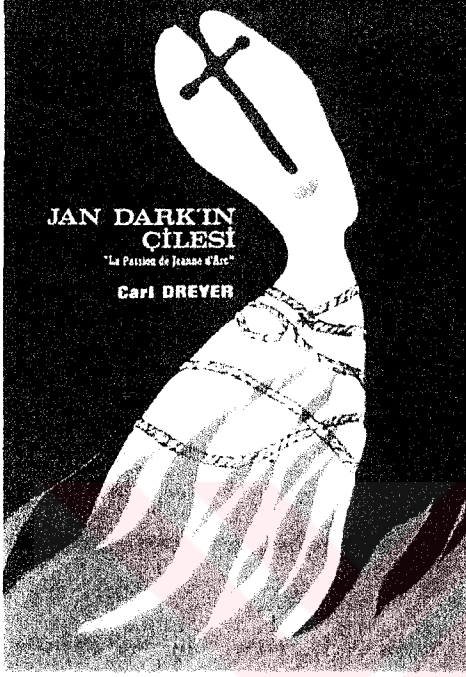
Tiyatro sevdası, bir büyük ustayla: Muhsin Ertuğrul'la tanışmasını sağlamıştır. Muhsin Ertuğrul'un yönettiği Küçük Tiyatro'da sanatçılarla birlikte sahne tozu yutmaya başlamış, 1950 yılında, dekoratör Kurt Halleger'in yanında çalışmaya başladığında önünde yeni bir yol ayrımı belirlemiştir. 1960 yılı, Muhsin Ertuğrul'un "Kenterler" in bir oyunu için afiş yapmasını istemesiyle başlamış, o dönem tüm özel tiyatroların afişlerini yaparak afiş çalışmalarını sürdürdüğü yılların başlangıcı olmuştur. 1969'da ilk tiyatro afişleri sergisini açmıştır. Bu sergisini Berlin, Varşova ve Brüksel'e taşımıştır. Yapıtları önemli uluslararası grafik dergilerinde, "Graphis", "Novum Gebrauchsgrafik", "Modern Publicty" gibi süreli yayın ve yıllıklarında yayınlanmıştır. Afişleri, Varşova ve Münih Şehir Müzesinin koleksiyonuna girmiştir.

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.

1974'de Cannes Film Şenliğinde katıldığı afiş yarışmasında Jüri Özel Ödülü'nü kazanmıştır. Ancak bir yıl sonra, bir grafik tasarımcı olarak elde ettiği başarı daha büyük olmuştur. 1975 yılında Chaillot Sarayı'nda I. Uluslar arası Sinema Festivali ve 30'dan fazla ülkenin katıldığı Sanatsal Film Afişleri yarışmasında, Carl Dreyer'in "Jeanne Darc'ın Çilesi" filmi için yaptığı afişle büyük ödülü almıştır (bkz:Şekil.64). Yapıtın özünde; Jeanne Darc'ın bağlanıp yakılması ve din tutkusunu işlemiştir. Din tutkusunu anlatmak için gözleri ve burnu



haçla yorumlamış, Jeanne Darc'ın hazin sonunu ise alevlerle anlatmıştır. Sanatçı iki renk; kırmızı ve beyaz kullanmasına karşın afişi son derece ustaca çözümlenmiştir.



Şekil.64 Jan Dark'ın Çilesi Afişi  
Mengü Ertel



Şekil.65 Moskova Olimpiyatları Afişi  
Mengü Ertel

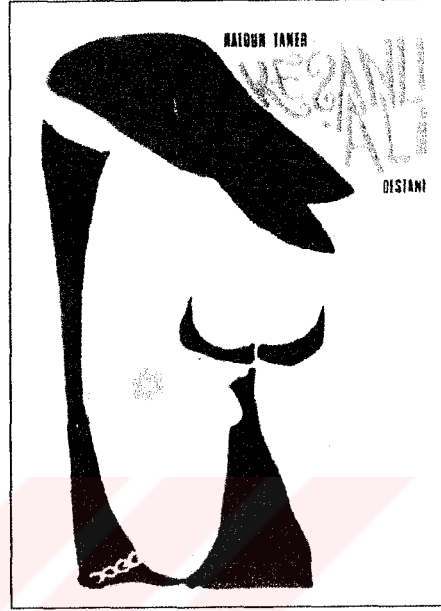
1980 Moskova Olimpiyat Oyunları afiş yarışmasında üçüncülük ödülü almıştır. Barış teması işlenilmesi istenen Moskova Olimpiyat Oyunları afişlerinde, Mengü Ertel bu kavramı, olimpiyatların simgesi olan çanakta alev biçimlemesiyle çözümlenmiştir. Alevin görsel etkileriyle oluşan, genel grafik parçalama anlayışını, geleneksel minyatür ve hat sanatımızın etkileri ile istifleyerek, kırmızı alevden başlayıp barış dalına dönüştüren bu çalışmada, ulusal sanat ve kültür öğelerinin evrenselleştirilmesi çabası da dikkat çekmektedir(bkz:Şekil.65). Mengü Ertel, tiyatro tutkusu yüzünden tiyatro kulisleri ve matbaa makineleri arasında koşturup durmuş, bu yüzden adı tiyatro afişçisine de çıkmıştır.

9 tanesi yurt dışında, 25'i aşkın kişisel afiş ve grafik sergisi açmıştır. Grafikerler Meslek Kuruluşunun kuruluş aşamasında da çalışmıştır. Mengü Ertel'in son yıllarda gerçekleştirdiği en önemli çalışması ise Pakistan'da Vedat Dalokay'ın projelendirdiği Şah Faysal Camii için yaptığı tasarımlarıdır. Ayrıca İstanbul Holiday Inn Crowne Plaza için 6 büyük pano tasarlamış ve gerçekleştirmiştir. 2000 yılında da hayata gözlerini yummuştur.

Türk afiş sanatı özellikle Mengü Ertel gibi seçkin sanatçıların yaratıcılığı ile uluslararası düzeyde önemli bir yere yerleşmiştir.



Şekil.66 İstanbul Festivali Afişi-Mengü Ertel



Şekil.67 Keşanlı Ali Afişi-Mengü Ertel

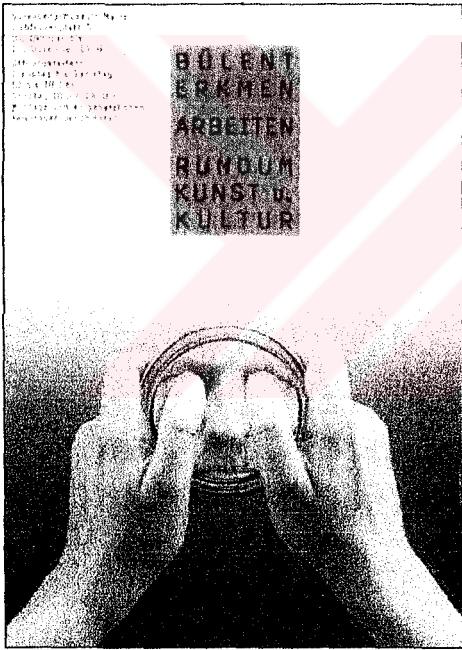
### 3.4. Bülent Erkmen

Amblem, logotayp, afiş, kitap kapağı, broşür, pul tasarımı, ambalaj, illüstrasyon, üç boyutlu tasarım, çevre grafiği, dergi, kitap, ansiklopedi, gazete tasarımı, basın ilanları ve reklam alanlarında pek çok çalışması olan Bülent Erkmen, 1972 yılında Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Grafik Bölümünü bitirmiştir. İstanbul'un uluslararası, yoğun, hareketli ortamında tasarımcının gelişimi yukarı doğru ve hızlı bir grafik göstermiştir.

Bülent Erkmen çalışmalarında, 20. yy. sanat akımlarını, ürünün gerektirdiği özel durumlarda değerlendirmiştir. Bu açıdan üslubunda ve ifade yaklaşımlarında bir çeşitlilik yansıtmaktadır. Kimi zaman art deco, kimi zaman pop art çizgisinde, kimi zaman da son derece minimalist yaklaşımları vardır. Dergi kitap ve katalog kapaklarında zaman zaman da post-modernist denilebilecek bir tavır içindedir. Çalışmalarında kültürümüzün olduğu kadar dünyanın geçmiş birikimini de değerlendirilmiştir. Ancak burada önemli olan grafik ürününün niteliğidir. Bu önemli yönlendirmeyle tasarımlarını gerçekleştirmektedir. Tasarımlarında vurgulanacak mesaj ön plâna çıkmış, mesajı iletme içinse gereken her çeşit çözümü denemiştir. Tipografik düzenlemeleri başarılıdır. İmge oluşumu ise teknolojik

ortamda hızla biçimlenmiş, amaca uygun ve gerekli her tür imgeyi hızla kullanmıştır. Daha önceki fotografik ve hazır imgeleri, son yıllarda dijital imgelere dönüşmüştür. Ülkemizde grafik tasarım olgusunu gündemde tutan, tartışan, yazan, eleştiren bir yaklaşımı vardır.

İlk birinciliğini Alpres Logotayp Yarışması'nda kazanmıştır. 1968-73 yılları arasında Devlet Film Arşivi genel sekreterliğinde çalışmıştır. 1976-79 yılları arasında DGSA UEYO Grafik Sanatlar Bölümünde öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. 1978'de 8. Brno Bienal'ine katılmıştır. 1980'de bölümünde doçent ve bölüm başkanı olmuştur. 1981 yılında Reklamevi adlı reklam ajansını kurmuş. 1982'de GMK yönetim kurulu üyeliğine seçilmiştir. 1982'de GMK 1. Grafik Ürünler Sergisi'nden üç ödül almıştır. 1982'de 10. Brno Bienali'ne katıldı. 2. GMK Sergisi'nden beş ödül birden kazandı. 1983'de Anadolu Medeniyetleri Sergisi, İslâm Sanatı Sergisi ve UNESCO İstanbul Kampanyası afişlerini hazırlamıştır.



Şekil.68 Afiş-Bülent Erkmen



Şekil.69 Afiş-Bülent Erkmen

Cumhuriyet Gazetesi'nin yeniden tasarımını gerçekleştirmiştir. 3.GMK Grafik Ürünler Sergisi'nde dokuz ödül kazanmıştır. 1985, 86 ve 87 yıllarında "Yılın En Başarılı Grafik Sanatçısı" seçilmiştir. 1986'da 10. Avrupa ve Akdeniz Okçuluk Şampiyonası'nın afiş, madalya, giyim, anı, eşya ve tüm basılı ürünlerinin tasarımını yapmıştır. 1987'de bir yıl önce basılan dünyanın en iyi 50 afişinin yer aldığı sergiye seçilmiştir. GMK'nın düzenlediği sergilerde hemen hemen her yıl pek çok dalda ödül kazanmış ve yılın sanatçısı seçilmiştir.



Ulusal düzeyden evrensel düzeye uzanan bir grafik tasarımcısı olan Bülent Erkmen, Türkiye’de grafik tasarım olgusunun çağdaş ortamda yer almasını sağlamıştır. Ülkemizde diğer görsel alanlar içinde grafik tasarımının ayrıcalıklı yerinin tanınmasını, kabul edilmesini, önemsenmesini ve popüler hale gelmesini sağlayan üretken bir tasarımcı olmuştur. Yapıtları uluslararası alandaki yayınların hepsinde yer alabilecek çağdaş ölçütlerde ve kalitededir. Bülent Erkmen alana kavramsal, kültürel ve teknolojik düzeyde hakim olduğu için tek bir anlatım biçimi ve üslupta karar kılmak yerine konseptin, ürünün, hedef kitlenin, mesajın gerektirdiği çözümleri yaratmıştır.

### 3.5. Sadık Karamustafa

Grafik tasarımın pek çok alanında ürün veren, akademik etkinlikleriyle de grafik tasarım eğitiminin içinde yer alan Sadık Karamustafa, 1946 yılında Fatsa, Yalıköy’de dünyaya gelişir. Kolej eğitimini Ankara’da yapan tasarımcı, 1976 yılında İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisini bitirmiştir. Sadık Karamustafa öğrencilik yıllarından bu yana profesyonel yaşamın içinde yer almaktadır. Yüksek lisans eğitimini de aynı kurumda tamamlayan tasarımcı aynı zamanda kültür ve sanatla uğraşan sivil toplum örgütlerinde de yer almıştır. Başta İstanbul Belediyesi Şehir Tiyatroları olmak üzere çeşitli tiyatrolar, reklam ajansları, yayınevleriyle başlayan çalışmaları, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinde sürmektedir.

1970-71 yılları arasında Londra’da kalan tasarımcı, bu deneyimini uluslararası etkinliklere aktarmıştır. İlk afiş ödülünü Alman Kültür Enstitüsünün düzenlediği afiş sergisinden kazanmıştır. Çeşitli kurumlarda tasarım danışmanlığı yapan Karamustafa, 1975-76 yıllarında Ada Ajans’ta art-direktör olarak çalışmıştır. İlk kişisel sergisini İzmir’de açmış, 1988’de Facade Imaginaire’e katılarak Fransa Grenoble’da kişisel bir sergi gerçekleştirmiştir. 1991’de Montreal’de, 1993 de Glasgow’da ICOGRADA kongrelerine katılmıştır. Toronto ve Newyork’ta konferanslar vermiş, Brno, Varşova, Lahti, Channont, Raleigh, Toronto, Duisburg, Paris vb. merkezlerde düzenlenen sergi ve bienallerde çalışmalarını sergilenmiştir. Print, Desing, Journal, Azure dergilerinde ve Graphis Poster 94 yıllığında yapıtlarına yer verilmiş. “Who is Who in Graphic Design 94” kitabına seçilmiştir.

1995-97 ve 1997-99 yılları arasında, Grafik Tasarım Dernekleri Uluslar Arası Konseyi başkan yardımcılığını yürütmüştür. 1983-95 yılları arasında Grafikerler Meslek Kuruluşunda yönetim kurulu üyesi, genel sekreter ve başkan olarak çalışmıştır. Sadece bir

grafik sanatçısı olarak değil, aynı zamanda, eser ürettiği alanı tanımlayan ve kayıt altına alan pek çok yazı ve makale yayınlamıştır.



Şekil.71 Afiş-Sadık Karamustafa

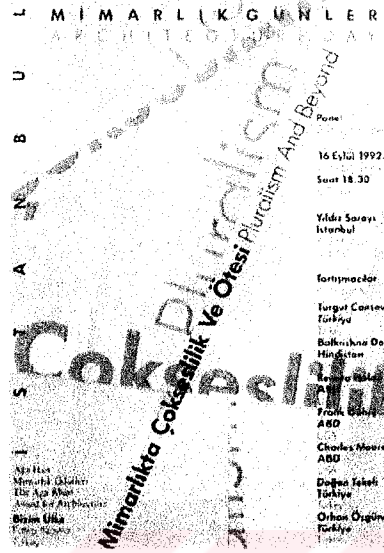


Şekil.72 Afiş-Sadık Karamustafa

Sadık Karamustafa'nın 80'li yıllardaki çalışmalarında desen ve illüstrasyonları yer almıştır. Doğal Hayatı Koruma Demeği afişleri (Caretta Caretta), GMK İhap Hulusi Afiş ödülünü alan politik afiş de bu özelliğindedir. 90'lı yıllarda ise üslubunda gözle görülür bir değişim olmuştur. Fotoğraf ve kolaj teknikleriyle çalışmıştır. Son yıllardaki çalışmalarında tipografiye ciddi bir şekilde eğilmiş, mesajı iletmeyi hedefleyen güçlü deneysel tasarımlar yapmıştır. Alanın kuramsal sorunları üzerinde de durarak, grafik sanatçısı yerine, işlev ve estetik bütünlükle mesaj oluşturma amacını dikkate alan "grafik tasarımcısı" kavramının daha doğru olduğunu vurgulamıştır.

1992 yılında "Mimarlık Günleri" (bkz:Şekil.73) için tasarladığı afişte, yüzeyde açık koyu sarı renk dalgalanmaları, diyagonal hareketlilik sağlayarak mimarî silüetleri oluşturmuştur. Diyagonal hareketlilik etkisine tipografik düzenlemeleri de uymaktadır. "Mimarlıkta Çokseslilik ve Ötesi" sloganı siyah renkte, yüzeyde yer alan diğer yazılara göre daha küçük puntoda, yine diyagonal kompozisyona uygun dizilmiştir. Yüzeyde yer alan diğer yazılar da diyagonal kurguya uymakta ve parçalı bir uyumla bütünlük etkisi yaratmaktadır. Düzenlemenin ortasına rastlayan yerde kolaj etkisi bırakan kırmızı

“Çokseslilik” yazısı yüzeye gömülürken aynı zamanda kendisini okutmakta ve sloganı da desteklemektedir.



Şekil.73 Çok Seslilik-Sadık Karamustafa

Tasarımcının 1989'da GMK Grafik Ürünleri Sergisi'nde başarı ödülü aldığı afişlerinden birisi de T. Merchant Bank için yaptığı Miles Davis konser afişidir. Fonda yıldızlı gece görüntüsü yer almıştır. Jazz'ın devi Miles Davis adı yıldızlı gece atmosferinden oluşan fonun önünde, siluetin çevresinde ışıklı geceden daha ışıklı ve renkli, farklı form, karakter, yön ve büyüklükte ve diyagonal bir hareketlilikte istif edilerek düzenlenmiştir. Görsel öğe olarak ele alınan Miles Davis adı okunurluğu hedeflemediği için siluet öne çıkmaktadır. Afişin kavramsal bütünlüğü önem kazanmaktadır. Tipografi ve siluetin hareketiyle uyumlu bir şekilde bütünleşen enstrüman, siluetin öne çıkmasını desteklemektedir. Tipografik parçalanma ile yazı ve enstrümanın renkleri, hareketi, jazz'ın içeriğini, duygusallığını, nostaljisini ve kültür sentezini de karşılamaktadır. Tüm bunlar ustaca bir bütünlük oluşturmaktadır. Bu afişin bir jazz konseri olduğunu okutacak büyüklükte ve kaygıyla yazmaya gerek kalmamıştır. Çünkü tasarım, mesajı yeterince iletmektedir. Ayrıntılı bilgilere ulaşmak afişi yakından incelemekle gerçekleşecektir. Kavram Yayınları için hazırlanan kitap kapakları kolajlardan ve tipografi düzenlemelerinden oluşmaktadır. Ayrıntı Yayınları için 100. kitap yayınının duyurusu nedeniyle yapılan afişte de benzer yaklaşım söz konusudur. Kolajla hazırlanan afişlerden bu fotoğrafik düzenleme tamamen farklıdır. Artık basılmış, hazır dijital görüntülü kolajlarla afişlerini oluşturmaktadır. Hem tipografi kullanımı hem de görsel öğelerin efektlerle birlikte ele alınışı hazır dijital görüntü ve kolajlarla gerçekleşmektedir.

## BÖLÜM – 4

### AFİŞ ÇEŞİTLERİ

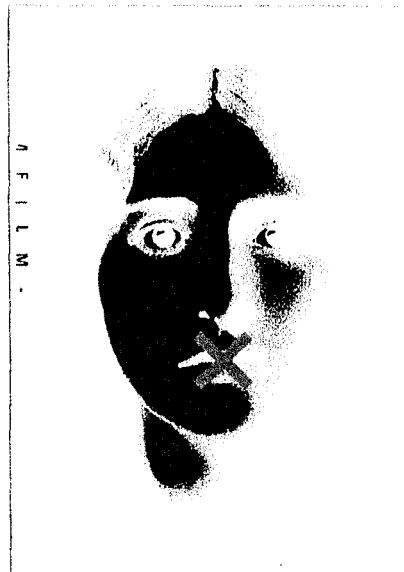
Kültürel yaşamın göstergesi ve toplumların gereksinimi olan afiş, iletişim kavramının en önemli öğeleri arasında yer almaktadır. İletişim araçlarının kullanımının en yoğun yaşandığı dönem olan günümüzde, insanlar bir takım teknik gelişmeler ortasında başka alanlara da ilgi duymakta; sanat, bilim, eğitim, ticaret ile uğraşma olanağı bulabilmektedirler. Bunun sonucunda da iletişim olanaklarında bir gelişme görülmekte endüstri, sanat, bilim, eğitim, ticaret gibi alanlar sınırlarını genişletme imkanı bulabilmektedirler. Bu gelişen sınırlar içerisinde de Afiş tasarımlarının konu çeşitliliği artmıştır. Afiş işlenen konulara göre Kültürel, Sosyal ve Tanıtım afişleri olmak üzere üç ana gruba ayrılabilir.

#### 4. 1. Kültürel Afişler

Bu gruba; festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, tiyatro, sergi ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler girmektedir. İzleyicileri kültürel bir etkinliğe çeken, bir yerde gerçekleştirilecek ya da gerçekleştirilmekte olan bir etkinliği alıcıya ileten afişlerdir. Estetik kaygı ve sanatsal boyut bağlanımında, kullanılan form ve metnin düzeyinin yüksek olması, gerçekleştirilen ya da gerçekleştirilecek olan etkinliğin içeriğine koşut bir yapıda olması gerekmektedir.



Şekil.74 Sergi Konulu Kültürel Afiş



Şekil.75 Film Konulu Kültürel Afiş



Kültürel afişler, afiş sanatçısının daha özgür yaratılar sunabilmesine olanak sağlamaktadır. Günümüzde afiş tasarımcıları daha özgür düşünüp daha özgür yaratılar sunar hale gelmişlerdir.

Kültürel alanda eserler üreten tasarımcılar ürettikleriyle de izleyicilere kendilerini daha yakın hissettirmektedirler. Kültürel bir olayı, daha çok sanat olaylarının duyurulmasını amaçlayan kültürel afişlerde ağırlığın tiyatro afişlerinde olduğu görülmektedir.



Şekil.76 Tiyatro Konulu Kültürel Afiş

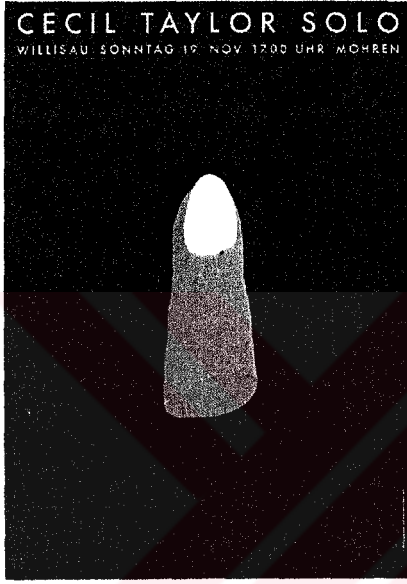


Şekil.77 Tiyatro Konulu Kültürel Afiş

Tiyatro afişleri, oynanacak herhangi bir oyunun tanıtılması için kullanılmasına rağmen, bu afişlerde ticari amaç ağır basmaz, aksine sanatsal yön her zaman ön planda yer alır. Dış ülkelerde sanatın gelişiminde önemli bir payın sahibi olan tiyatrolar, ülkemizde ne yazık ki istenilen yerde değildir. Bu nedenlerden en önemlisi tiyatroların ekonomik zorluklar içinde olmasıdır. Tiyatroların afişlere ilgi göstermemesi afişlerin bir anlamda yok olup gitmesine neden olmuştur. Yapılan afişler koleksiyonlarda kalmış, izleyicilerin karşısına ancak sergilerde çıkabilmiştir. 1970'li yıllarda Devlet ve Özel Tiyatroların afiş yaptırmama konusundaki tutumları, afiş tasarımcılarının veriminin bir anlamda azalmasına neden olmuştur.

Tiyatro afişlerinin yanı sıra film afişleri de kültürel afişler içinde önemli bir yer tutmaktadır. Film afişleri, grafik sanatının olanaklarının sinema sanatı adına kullanıldığı, işlevsel yönü ağır basan bir iletişim aracıdır. Sinema afişlerinin görevi; tiyatro afişlerinde de

olduğu gibi gösterimi yapılacak filmin tanıtımını üstlenmek, verilen mesajı iletebilmek, aktarabilmektir. Grafik açıdan ne kadar mükemmel olursa olsun mesaj iyi iletilmediği takdirde afiş gerçek amacına ulaşmayacaktır. Ülkemizdeki ilk film afişleri illüstratif diyebileceğimiz bir teknikle oluşturulmuştur. Teknolojinin gelişimi, yeni tekniklerin (fotoğraf, ofset, bilgisayar...vb.) yaygınlaşması, film afişlerinde teknik yoğunluğun gözlenmesine neden olmuştur.



Şekil.78 Konser Konulu Kültürel Afiş



Şekil.79 Tiyatro Konulu Kültürel Afiş

Sinema ile afişi buluşturan bir başka alan da "festival afişleri"dir. Bir filmin ya da tiyatronun içeriği gibi ciddi bir sorumluluk yüklenmeyen, bir anlamda daha özgür, daha soyut çalışmalardan oluşmaktadır. Bu alanda sadece belli başlı tasarımcıların; Mengü Ertel, Bülent Erkmen, Yurdaer Altıntaş, Sadık Karamustafa, Cemalettin Mutver'in çalışmaları görülmektedir. Ayrıca halk sanatımızın renkli ürünleri olan; yazmalar, halılar, kilimler, kısaca geleneksel ürünlerimiz de afişlerimizin bir parçasını oluşturmuştur.

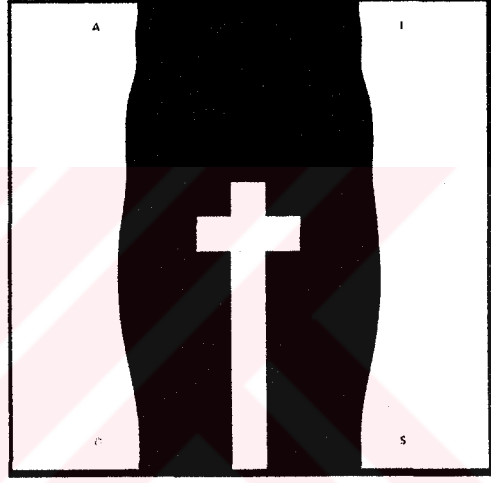
#### 4.2. Sosyal Afişler

Bu grupta; sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre...vb. gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşünceyi ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler yer almaktadır. Afiş tasarımının yöneldiği alanlar içinde geniş ve farklı özelliklere sahip olan sosyal afişler, toplumların yönlendirilmesinde; çeşitli bilgilerin, olayların,

düşüncelerin, öğretilerin yayılmasında önemli rol oynarlar. Eğitim, savaş ve politika için yapılan afişler bu grupta yer almaktadır. Eğitim alanında yapılan afişler bireyler üzerinde olumlu etkilere neden olmakta, bireylere sigara ve alkolün zararlarını, verem, AIDS gibi hastalıklara karşı korunma yollarını iletmektedir. Ayrıca günümüzün en önemli sorunları arasında yer alan doğal çevreyi koruma ve nükleer enerjiye karşı olma, afişlerde yer alan diğer konular arasındadır.



Şekil.80 Çevre Konulu Sosyal Afiş



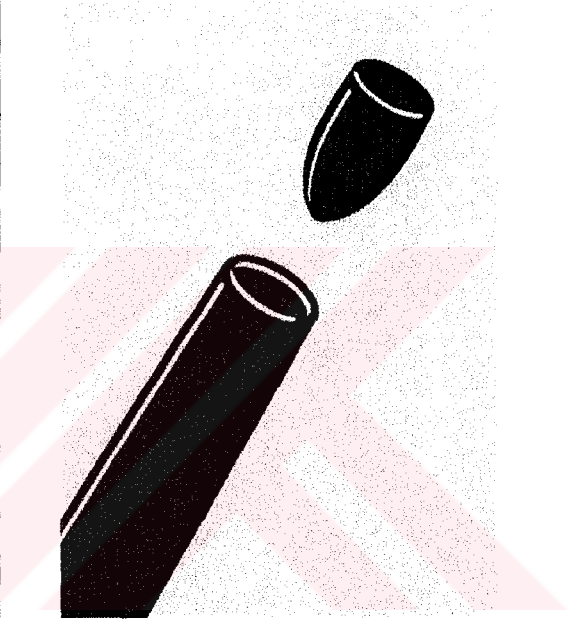
Şekil.81 Çevre Konulu Sosyal Afiş

İster kültürel alan, ister ideolojik ve ticari alanda olsun, afişleri toplumların yapısıyla ilgili mesajları ileten grafik objeler olarak tanımlayabiliriz. Bireyler üzerinde yönlendirici özelliğe sahip olan ve XX. yüzyıl propaganda sanatının en belirgin ürünleri arasında yer alan politik afişler, sosyal afişlerin diğer bir çeşididir. XX. yüzyılın ilk yılları ve İkinci Dünya Savaşına kadar olan dönemde, politik afişlerin sadece ticari bir ikna aracı ve artistik bir tanıtım biçimi olduğu düşünülmüştür. En önemli özellikleri arasında ikna etme gücü bulunan propaganda afişlerinde, hangi meslek ve yaş grubuna, toplumun hangi sınıfına seslenileceğinin bilinmesi gerekmektedir. Bir başka amacı da; gerçekleştirilecek bir mitingi, bir protesto gösterisini ya da yürüyüşü, kitlelere duyurmak, kitleleri bu konulardan haberdar etmektir. Ülkemizde son seçim yasasına kadar, siyasi parti afişlerinde, parti amblemi dışında resim kullanmak yasaktı.

Sosyal afişler içerisinde ele alacağımız bir başka afiş çeşidi de savaş afişleridir. I. ve II. Dünya Savaşlarının açmış olduğu ekonomik bunalımlar, yokluklar, insanların alışmış oldukları yaşam şartlarının dışına çıkmasına, değişik şartlarda yaşanmasına neden olmuştur. Bu şartlar afiş sanatını da etkilemiş, insanların durumu afişlere yansımıştır. Tasarımcılar ülkelerin niteliklerini belirleyici görüntüleri kullanmak zorunda kalmışlardır. Bu nedenle afişlerde anlam karmaşası başlamıştır. Afişlerin sanat akımlarıyla olan ilişkileri zayıflamış, tarihsel belge niteliği taşımışlardır.

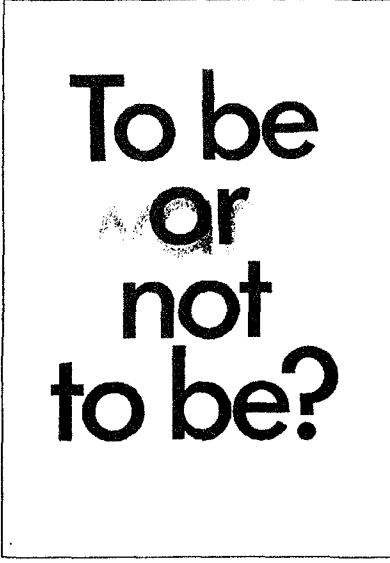


Şekil.82 Çevre Konulu Sosyal Afiş

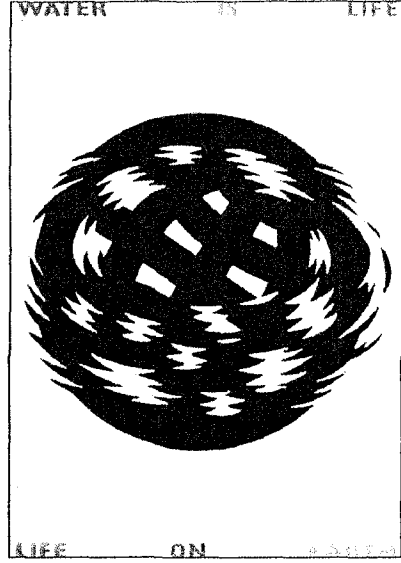


Şekil.83 Zafer Konulu Sosyal Afiş

Afişler I. Dünya Savaşında iki gruba ayrılmıştır. Asker kaydını konu alanlar ve savaş kredisi olarak, para toplamak gayesiyle yapılmış olanlar, aynı zamanda savaş suçlarını gösteren bir grup daha vardır ki; burada her iki tarafta birbirlerini kötü olarak göstermişlerdir. Bu dönemde yapılan afişlerde yurtseverlik, idealist bir biçimde betimlenmiştir. Bunlara örnek olarak; İngiltere'de Alfred Leete tarafından yapılan "Ülkenin Sana ihtiyacı Var" adlı acemi asker kaydetme afişi gösterilebilir. Aynı yıllarda Amerika Birleşik Devletlerinde James Montgomery Flagg'ın imzasını taşıyan afişte "Sam Amca" figürü parmağını seyircilere uzatarak, "Seni ABD donanmasına istiyorum" diyordu. (bkz:Şekil.21)



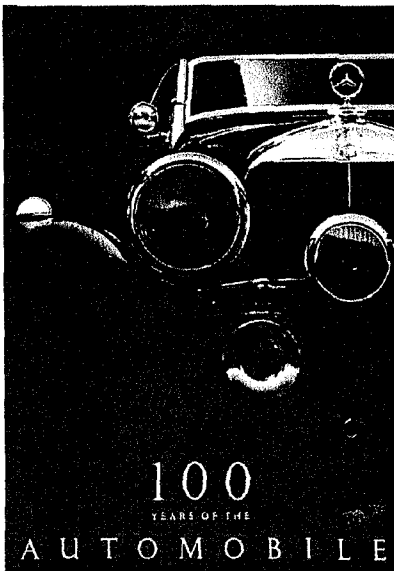
Şekil.84 Savaş Konulu Sosyal Afiş



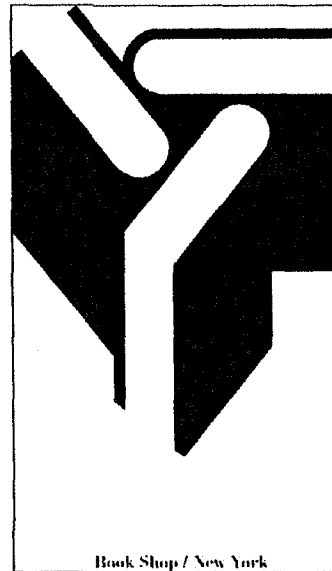
Şekil.85 Su Konulu Sosyal Afiş

### 4.3. Tanıtım Afişleri

Hedef kitleyi alıcı durumuna getirmeyi amaçlayan ticari afişlere endüstri afişleri yada tanıtım afişleri de denilir. Daha çok teknolojik imkanlarla, sanatı uyumlu biçimde birleştirmeyi amaçlarlar. Ticari afişler, tanıtımı yapılacak ürünün görüntüsü olmayı üstlenirler. Asılı olduğu duvar veya panoda, kişiyle duygusal birlikteliği sağlayarak günlük yaşantıya ürünüyle ya-da görüntüsüyle girerler.



Şekil.86 Tanıtım Afışı



Şekil.87 Tanıtım Afışı

Ticari afişlerin görevi, ürünü tüketicinin ayağına götürmekten çok, tüketicuyu ürüne yönlendirmeye çalışmaktır. Bu afişler; moda, endüstri, kurumsal reklamcılık, basın-yayın, gıda, turizm sektörlerinde yaygın olarak kullanılırlar.

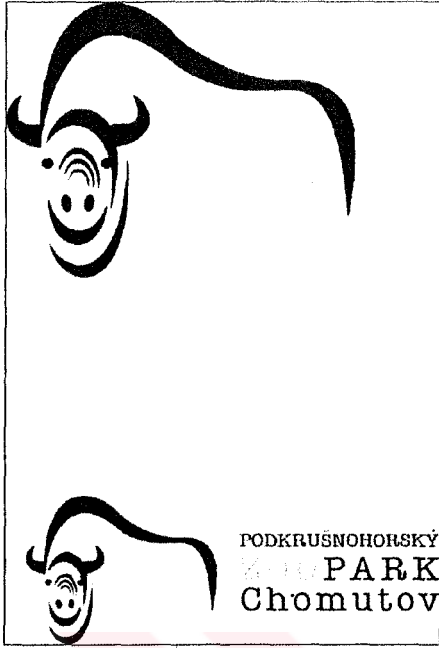
Bülent Erkmen tanıtım afişleriyle ilgili düşüncelerini şu şekilde dile getirmiştir:

Ticari kelimesinden anladığım her ne konuda olursa olsun, bir hizmetin ya da bir ürünün duyuru, tanıtım yoluyla ilgili, o hizmet ya da ürüne yönelmek, o hizmet ya da ürünün satışını arttırmaktır. Bir tiyatro için de, sinema için de, 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, "afişe bir yer" olup olmadığı ile ilgilidir (Milliyet Sanat,2000).

Sosyal afişler buyurucu bir niteliği, kültürel afişler özgür düşünmeyi, özgür yaratılar sunmayı amaçlarken, tanıtım afişlerinde böyle bir amaç yoktur. Sanatçı özgür değildir. Resim seçiminde, metin ve tasarımda kısıtlı olup, kolektif bir çalışma gerektirirler. Ticari afişlerde görüntü ön plandadır. Çünkü amaç; görüntü, yazı, resim ve fotoğraf aracılığıyla tüketicide albeni yaratmaktır. İster kültürel afişte olsun, ister ticari afişte, grafik sanatçısından beklenen bir mesajın, içeriğine ve hedefine uygun bir grafik anlatıma kavuşturulmasıdır. Bir tiyatro afişinde ya da sosyal afişte ne amaçlanıyorsa, bir banka da kendisi için tasarlanacak afişten onu bekler. Fark edilmesini, mesajının algılanmasını, anlaşılmasını ve etkilemesini. Bir ticari afişin "güzel" olması yeterli değildir, etkileyici de olması, insanları amaç doğrultusunda harekete geçirmesi beklenir. Yapılacak bir otomobil, içecek, yiyecek...vb. afişlerinin temel mesajı taşıması ve insanları etkilemesi gerekmektedir

Tanıtım afişleri içerisinde yer alan turizm afişleri, ülkelerin en belirgin özelliklerini ve hizmetlerini yansıtır. Yansıtmış olduğu mesajdaki en önemli amaç; karşısındaki kitlede dikkat çekmek, o yer ya da ülke hakkında istek uyandırmaktır.

Günümüzde tanıtım afişleriyle birlikte afiş sanatının, endüstrinin hizmetine girdiğini, reklamcılığın örgütlendiğini, afiş sanatının resimden bağımsız kendi sanatçısını yarattığını ve yalnızca reklam tasarımcısı yetiştiren okulların açıldığına şahit olmaktayız. Aynı zamanda fotoğraf sanatının gelişerek etkin bir biçimde afişlere girdiğini, TV ve sinema gibi görsel iletişim araçlarının etkisinin çoğaldığını, baskı tekniklerinin geliştiğini, bu sebeple de afişlerin dev boyutlarda basılıp, hazırlanan özel yüzeylere asıldıklarını da görmekteyiz.



Şekil.88 Tanıtım Afışı



Şekil.89 Tanıtım Afışı



Şekil.90 Tanıtım Afışı

## BÖLÜM - 5

### AFİŞ TASARIMI

Afiş tasarımcısı, her tasarımda kendini değişik amaçların gerektirdiği, şekilde değişik niteliklere göre yönlendirmelidir. Tekdüzelik ve basmakalıplık, afiş tasarımında kaçınılması gereken tehlikeler olmuşlardır. Sadece afişin tasarımına özgü bir teknik ya da üslup yoktur. Desen, baskiresim teknikleri, kolaj, fotoğraf, fotogravür, bilgisayar vb. teknikler ile bu tekniklerin karışımı kullanılabilir.

Afiş sanatçısı, tasarımını yaparken mesajını sunacağı hedef kitlesini dikkate almalıdır. Sanatçının coşku ve duyguları bireysel olmasına karşın, kendi dışındakilere ulaşmak istediğinde ortak duygu türünden bir alış-veriş içine girmek zorundadır. Afişteki imgesel boyutun resim ya da fotoğraf sanatıyla da yakın etkileşim içinde olması gerekmektedir. Bu etkileşim afiş üzerinde sanat düzeyi yüksek yüzeyler yaratır. Ancak kullanılacak görüntülerin seçimi önemlidir. Görüntülerde hedef kitlenin de aynı anlamları algılayabileceği simgeler tasarlamaya özen gösterilmelidir. Çünkü iki insan arasındaki iletişim, o insanların simgelere aynı anlamları vermeleriyle sağlanabilir. Görsel simge ya da yazıların anlamı kendisinde değil, onu kullanan ve anlayandır.

Afişleri sergilenme yerleri açısından dış mekan ve iç mekan olmak üzere iki gruba ayırabiliriz.

Büyük boyutlu dış mekan afişleri, duvar yüzeylerine ve ilan panolarına asılır, iç mekan afişleri ise lobi, salon ve koridorlarda kullanılmak üzere tasarlanan daha küçük boyutlu afişlerdir. Dış mekan afişlerinin izlenme süresi kısadır. Buna karşın, iç mekan afişleri daha uzun süre incelenebilir. Afişin izlenme süresi, tasarım aşamasında dikkate alınması gereken önemli bir kriterdir (Becer, 2002:201)

#### 5.1. Afişte Mesaj ve İletişim

İletişim; mesajı alan ve gönderen iki birim arasındaki bilgi alışverişidir. Kültürel yaşamın göstergesi ve toplumların gereksinimi olan afiş de bu iletişim kavramının en önemli öğeleri arasında yer almaktadır.

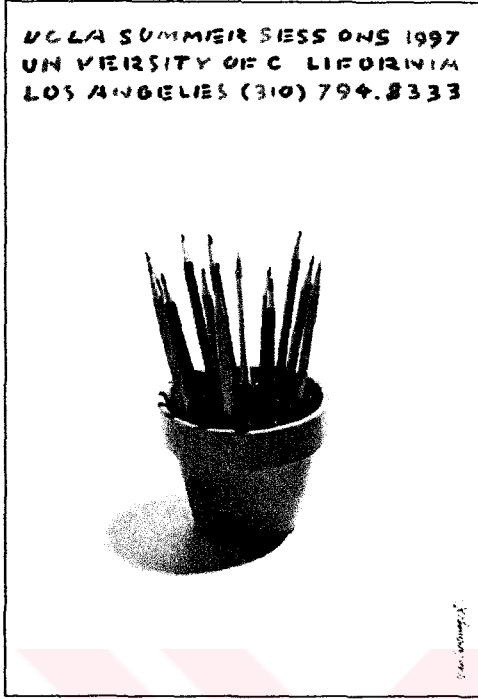
İletişim kavramı içinde ele aldığımız afiş ile bir mesaj iletilebilmektedir. Mesaj basılı ve çoğaltılmış bir görüntü(slogan, renk, metin, simge, resim, fotoğraf) ile iletilebilir. Bizler, afiş üzerindeki mesajı bu özellikler yardımıyla alabiliriz. Bu durumda zaman zaman sanatçının ne demek ya da ne anlatmak istediğini düşündüğümüzde yazıya olan ihtiyacımız ortaya çıkar. Ancak mesaj iletme bakımından resim ve fotoğraflar, yazılardan daha güçlüdür. Bu arada salt yazılardan oluşan afişlerin etkilerini de unutmamak gerekir. (bkz:Şekil.91)



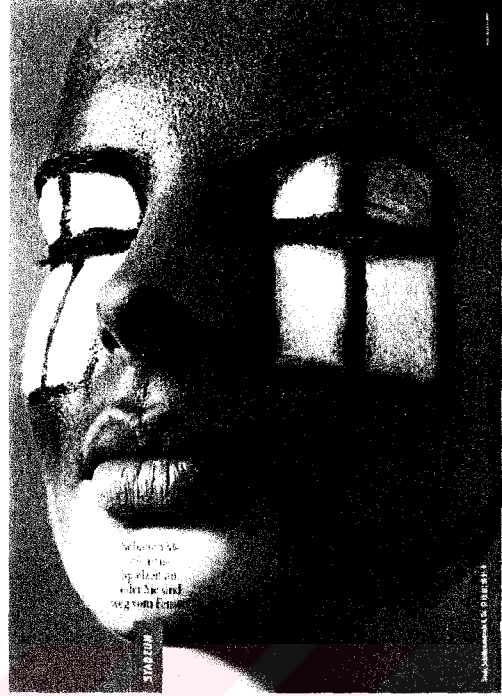
### Şekil.91 Örnek Afiş

Başka bir deyişle afiş; bu iki önemli ögenin(resim ve yazı) birbirini desteklemesinden doğmuştur. Bu iki öge afişin ayrılmaz parçalarıdır. Afişin tarihinde de görüldüğü gibi; başlangıçta çoğunlukla salt yazıdan oluşan afişlere rastlanmıştır. Daha sonraki dönemlerde ise bu afişler yerini el işçiliğiyle süslenmiş renkli afişlere bırakmıştır. Zamanla afişlerdeki bu süs unsuru, görüntü haline dönüşene kadar giderek daha fazla bilgi iletir duruma gelmiştir. Yazıların sayısı ise gerekli olan en alt düzeye indirilmiş, bu biçimde görüntüler yazıların önüne geçmiştir.

Hangi amaçla olursa olsun, nasıl hazırlanırsa hazırlansın, bir afiş ilk görüşte anlaşılabilen bir mesajı içermelidir. Afiş, insanları uyarıcı, duygusal mesajlar içermelidir. Afiş, izleyende çarpıcı şekilde hızlı ve etki yaratıcı mesaj taşımalıdır. Afiş, vereceği mesajı, doğrudan, kısa ve öz olarak vermelidir. Afişin ticari yönü yanında estetik yönü de önemlidir. Afişte iletilmek istenen görüntüye veya mesaja dikkat çekebilmek için, izleyiciye alışılmışın dışında şeyler sunmak gerekir. Bu mesajı aktarmak için de tasarımcının yaratıcılığı doğrultusunda, algılamayı kuvvetlendirici, alışılmamış bir görüntü sunulmalıdır (bkz:Şekil.92/93).



Şekil.92 Örnek Afiş



Şekil.93 Örnek Afiş

Şunu da unutmamak gerekir ki; kullanılan görüntüler, hedef kitlenin de aynı anlamları algılayabileceği görüntüler olmalıdır. Ölçülü ve dengeli olunmalı ve mesajın en iyi, etkili ve doğru şekilde sunulması esas olarak ele alınmalıdır.

Afiş iletişimlerinin büyük bir kısmı cezbetmeye dayanır ve ikna yöntemiyle amacına ulaşır. İkna olma durumu da, biçimlerin, alıcının zihnine etki edebilme oranıyla ölçülür. İkna ile akılda tutma arasında sürekli bir gel-git vardır. İkna ve akılda tutma farklı kavramlardır. Afişin başarılı olması için akılda tutmanın ötesine gidip hedef kitleyi ikna etmelidir(Musalar,1997:86).

Afişte bir mesajı işlerken, verilecek olan mesajın belirli bir kitleye hitap etmesi, kitleyi bu mesaja çekmesi, kitlenin de bu mesajı, maksimum oranda hafızasında tutmasını sağlayabilmesi ve kitleyi ikna edebilmesi gibi niteliklere sahip olması gerekir.

## 5.2. Afişte Tipografi, Resim ve İllüstrasyon

Afişteki mesajı alıcıya transfer etme görevini üstlenen resim ile alıcı arasındaki iletişimin yetersiz olduğu durumlarda metin devreye girer. Metin, alıcıyı resmin yöneltmek istediği amaca götürmede yardımcı olan, kolaylık sağlayan yazınsal bir değerdir ve alıcının

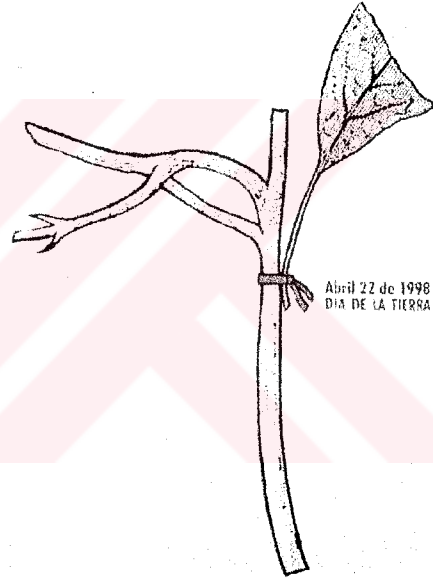
dikkatini dağıtmayacak kısalıkta olmalıdır. Afiş tasarımında resim ve yazı çok sıkı bir ilişki içindedir.

İletişim ilişkilerini biçimlendirme süreci sosyo-kültürel ve psikolojik bilgileri içerdiğinden, resim ve metin düşüncesini birbirinden ayırmak mümkün değildir. Çünkü haberin işlevsel biçimlendirilişi, iletişimin yansıma alanı ile ilgili olarak dinleyiciye ulaştığı halde, salt görsel anlatım aracı olarak ulaşamaz. (Bilgin,s: 15)

“Afişteki imge sayısı üç, iki, hatta mümkünse bir ile sınırlandırılmalıdır. Üçten çok imge yer almamalıdır. İmge sayısının sınırlandırılmaması, afişte anlam karmaşası yaratabilir.” (Becer, 2002:202) (bkz:Şekil.94).

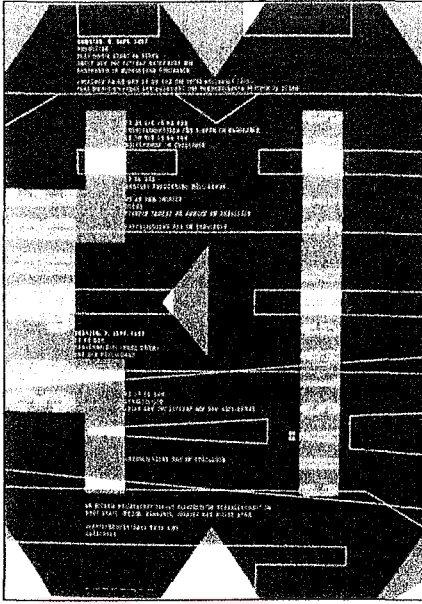


Şekil.94 Örnek Afiş

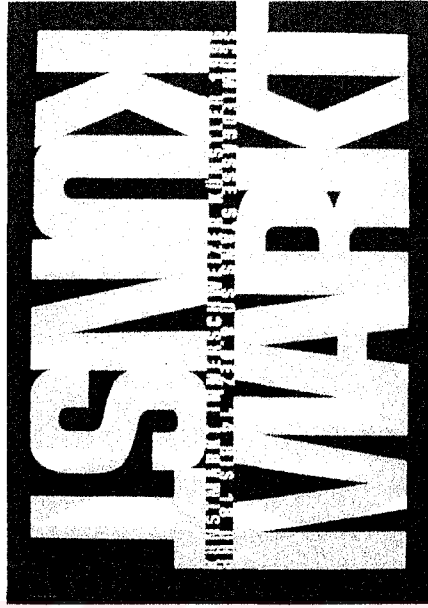


Şekil.95 Örnek Afiş

Başlık ya da slogandan oluşan tipografik unsur, fotoğraf ya da illüstrasyon ve zemin afiş üzerinde üç farklı imge olarak algılanır. Afişin görsel düzenlemesi, basit ve sade olmalıdır (bkz:Şekil.95). Afişte imgelere ağırlıklı mesaj iletme görevi yüklenerek, sözcüklerin sayısı azaltılmalıdır. Afiş, kendine özgü olmalı ve benzer kuruluşların afişlerinden ayırt edilebilmelidir. Afişin grafik tasarımı özgün olmalı, alışılmışın dışında dikkat çekici unsurlar içermelidir. Afişte görüntü karmaşası yaratacak kadar çok resim ve yazıya yer verilmemeli (bkz:Şekil.96/97), yazı imgenin can sıkıcı şekilde bir tekrarı olmamalıdır.



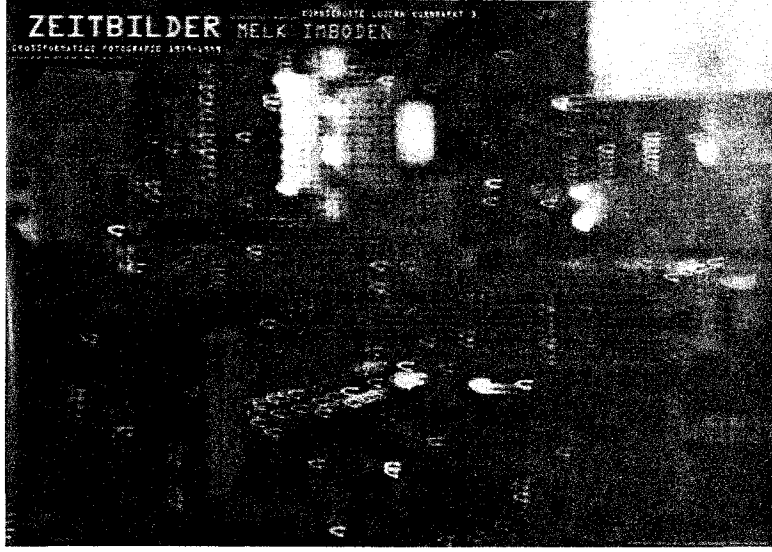
Şekil.96 Örnek Afiş



Şekil.97 Örnek Afiş

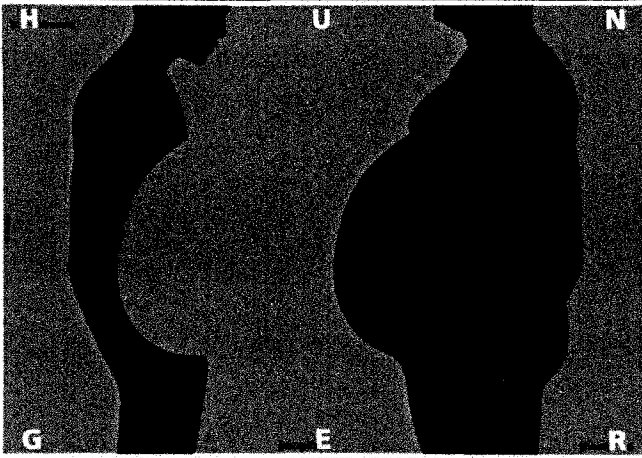
Afişteki sözel unsurlar mümkün olduğunca azaltılmalıdır. Üç, dört ya da beş sözcükten oluşan başlık ve sloganlar; mesajı daha çabuk iletirler. Sözel mesaj on sözcüğün üzerine çıktığında, okuma zorluğu başlar. Amerikan Reklamcılık Enstitüsüne göre; bir dış mekan afişi, ana düşünce ve mesajını en çok altı saniye içinde iletibilmelidir. Afişlerde süslü ve dekoratif yazılar yerine, okunaklı yazı karakterleri tercih edilmelidir. Yarım siyah (medium) ve siyah (bold) yazılar, uzaktan daha rahat algılanırlar. Afiş en az 30 metre uzaklıktan okunabilecek büyüklükte ve okunaklı bir yazı karakteri ile yazılmalı, süslü okunması zor yazı karakterleri kullanılmamalıdır.

Afişin etkisinin artmasında grafik tasarım önem taşıdığından, seçilen fotoğraflar kontrasta, büyüklüğe ve renkliliğe sahip olmalıdır. Yeterince net olmayan fotoğraflar konunun anlaşılmasını zorlaştıracak ve afişin etkisini azaltacaktır (bkz:Şekil.98).

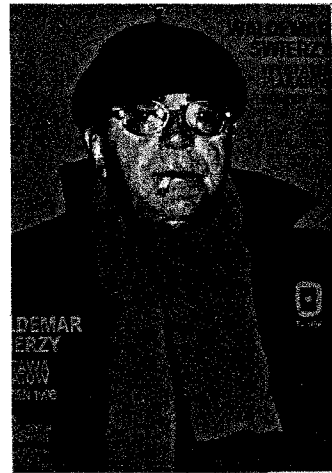


Şekil.98 Örnek Afiş

Fotoğraf ya da illüstrasyon, afiş üzerinde mümkün olduğunca büyük bir ölçekte kullanılmalıdır. İmgeyi bütünüyle göstermek her zaman gerekmebilir. Afişte kullanılacak renkler geniş yüzeyler şeklinde, parlak, canlı ve kontrast olmalıdır(bkz:Şekil.99/100). Afişte kullanılan renk, okumayı kolaylaştırmalıdır. Bu amaçla okumayı kolaylaştıran, siyah ve sarı gibi kontrast renkler tercih edilmelidir. Buna karşın, okumayı zorlaştıran renkler kullanılmamalıdır. Aynı şekilde, bakış yakalama açısından üstünlüğe sahip olan fosforlu renklerin, aralarında yapabileceği titreşim dikkate alınmalıdır.



Şekil.99 Örnek Afiş



Şekil.100 Örnek Afiş

Afişlerin asılacakları yerlerde yaratacakları etki de önemlidir. Bununla beraber afiş tasarımı, afişlerin açık hava ortamlarında yan yana toplu halde asıldıklarında yaratacakları görüntü de dikkate alınmalıdır. Hazırlanacak afişler, TV ve diğer basın ilanları ile birlikte bütünlük sağlayacak ve etrafındaki diğer afişlerden mümkün olduğunca az etkilenecek şekilde tasarlanmalıdır. Afiş, günün her saatinde ve mevsim koşullarından(kar, yağmur, sis gibi) etkilenmeyecek şekilde hazırlanmalıdır.

Afişin ana işlevi, bir ürün ya da hizmetin tanıtımını yapmaktır. Buna karşın; afiş tarihine yön veren kişiler, tanıtım ya da pazarlama uzmanları değil, grafik tasarımcıları ya da ressamlardır. Birçok tanıtım hizmeti; muhasebe, pazarlama, medya, metin yazarlığı ve sanat yönetmenliği konularında uzmanlaşmış profesyonel gruplar tarafından yürütülür. Fotoğrafçı, tipograf ve illüstratörler üretim aşamasında bu gruba katkıda bulunur. Afiş tasarımı ise, hala bireysel bir etkinlik olma özelliğini koruyor. Başarılı afiş çalışmalarında alışılmış ve anlaşılır unsurlarla; umulmadık, şoke edici ya da mizahi unsurlar arasında dengeli bir bütünlük kurulmuştur. Tasarımcının aklından mantıkdışı biçimlerde ortaya dökülen bu şaşırtıcı unsurlar; profesyonel bir grubun entellektüel kararlarından çok daha etkili sonuçlar meydana getirir. (Glaser:8-9)

Afiş görsel mesajı doğrudan vermesine karşın, alıcıda yarattığı süreç kalıcıdır. Afiş, dikkat çekmelidir. İzleyiciyi bilgilendirmeli ya da istek uyandırmalıdır. Harekete geçirici ve anlaşılır bir dil bütünlüğüne sahip olmalıdır. Afiş, izleyicinin dünya görüşünü değiştirmek zorunda değildir. Güzel ya da dekoratif olmak zorunda değildir. Afişi tasarlayanın bakış açısını yansıtmak zorunda değildir ve mesaj iletme işlevinin dışında, sanatsal bir değere de sahip olmak zorunda değildir.

### 5.3. Afiş Tasarımı ve Bilgisayar

Afiş tasarımı desen, kolaj, baskiresim, airbrush, bilgisayar...vb. gibi her türlü yöntem ve teknikler kullanılabilir. Elle yapılması çok güç ve zaman gerektiren çalışmaları, kısa sürede uygulanabilir hale getirmelerinden dolayı bilgisayarlar ve dolayısıyla geliştirilen bilgisayar programları, grafik tasarımda önemli yeri olan afiş çalışmaları için tercih edilen araç olmuşlardır. Kaldı ki diğer tasarım teknikleriyle hazırlanmış çalışmaların bile son halleri bilgisayar ortamında sonuçlanmaktadır.

Bilgisayar Grafik Sanatların, her tasarım kolunda olduğu gibi afiş tasarımı da özgünlük, zaman kullanımı, tasarım çeşitliliği, gibi konularda tasarımcıya büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Kullanım alanlarına göre geliştirilen bilgisayar programları çok çeşitli uygulama olanağı sağlarlar. Örneğin; Adobe Photoshop programı ile fotoğraflar montajlanabilir, birleştirilebilir, işlenebilir ve illüstrasyonlar yapılabilir. Adobe Illustrator

programı ile diğer çalışmaların yanında grafik tasarımın önemli unsuru olan tipografi çalışmaları ile ilgili her türlü uygulama yapılabilir. Diğer programlardan farklı olarak Fractal Design Painter programı ile bilgisayar ortamına aktarılan fotoğraf ve görüntüler üzerinde resim tekniklerinin(Yağlıboya, suluboya, pastelboya) etkileri yaratılabilir. 3D Studio Max programı ile gerçeğe yakın üç boyutlu görüntü ve animasyonlar yaratılabilir.

Bunların dışında Corel Draw, Freehand, Fireworks, Dreamweaver, Paintshop, Flash, Maya, Imageready gibi programlar günümüzde grafik tasarımcılar tarafından kullanılmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte bu programların yeni sürümleri çıkmakta ve çeşitliliği artmaktadır. Grafik tasarımcısının kendi alanında yetkinliğe ulaşabilmesi için bu gelişime ayak uydurması ve bu programlardan kendi tasarımına en uygun olanlarını kullanması gereklidir.



## BÖLÜM - VI

### AFİŞLERİN KULLANIM VE UYGULAMA ALANLARI

Açık hava tanıtımları arasında, pankartlar, bill-board afişleri, tabelalar, ışıklı ilanlar, nakil araçlarına konan ilanlar, duvar ve çatı tanıtımları, durak tanıtımları sayılabilir.

#### 6.1. Pankartlar

Pankartlar afişlere oranla daha küçük boyutludur. Boyutları, 25x35cm, 35x50 cm veya 50x70 cm arasında değişir. Dış mekanlarda kullanılabilmelerine karşın, iç mekanlarda da kullanılabilirler. İç mekanlarda kullanılmaları halinde ömürleri afişe göre daha uzun ömürlü olur.



Şekil.101 Pankart



Şekil.102 Pankart

#### 6.2. Bill-board Afişleri

Bill-board afişleri demir ayaklar üzerine fiber veya alüminyumdan imal edilmiş boyutları standart hale getirilmiş afiş panolardır. Ülkemizde kullanılan standart boyut, 2x3,5 m.dir. Ülkemizde ilk kez 1985 yılında Ankara'da uygulanmış, daha sonraları da diğer büyük illere yayılmıştır.



360 x 720 cm ebadında 24 veya 30 afiş alabilen büyük panolar da genellikle şehir çıkışlarında kullanılmaktadır. Duratrans (Işık geçirgen) özellikli ışıklı afişler günümüzde daha çok kullanılmaktadır.



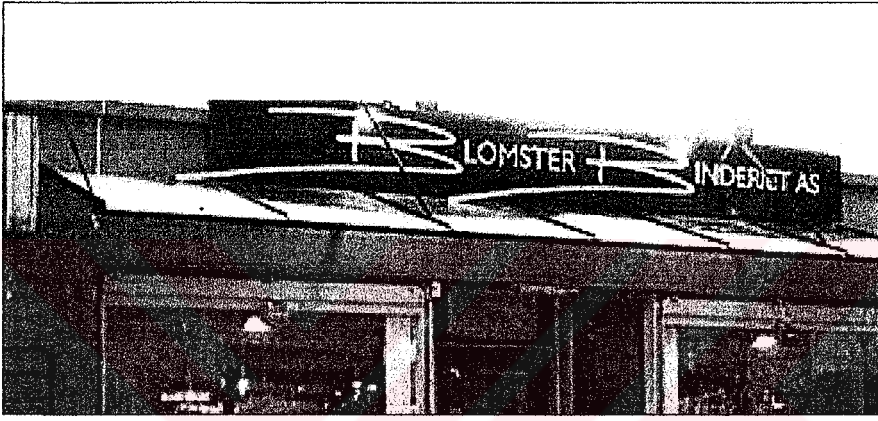
Şekil.103 Bill-Board



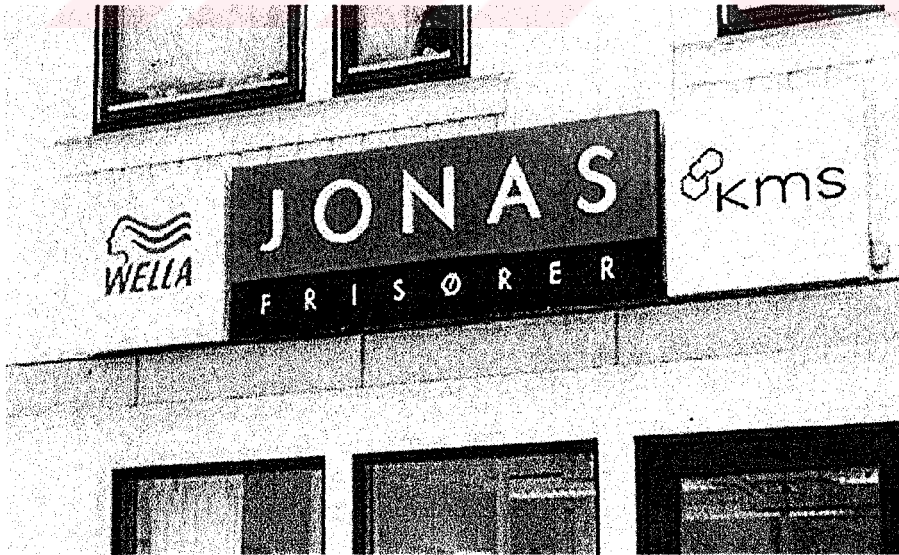
Şekil.104 Bill-Board

### 6.3. Tabelalar

Tabelalar, genellikle işyerlerinin giriş yerlerinde, firma ismi, ünvanı ya da logosunun yazılması amacı ile kullanılırlar. Tabelalar ahşap ya da saç üzerine yağlıboya veya değişik boyalar kullanılmak suretiyle hazırlanırlar. Önemli özellikleri, uzun ömürlü ve kalıcı tanıtım malzemeleri olmalarıdır.



Şekil.105 Tabela



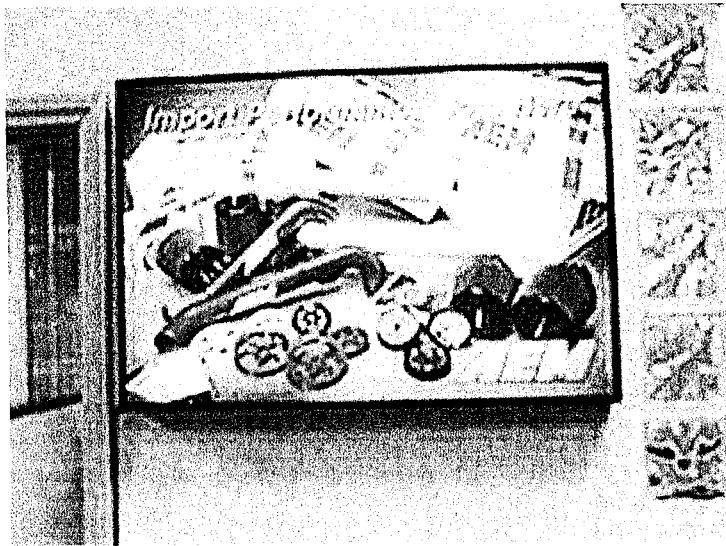
Şekil.106 Tabela

#### 6.4. Işıklı İlanlar

Işıklı ilanlar da genellikle tabelaların gördüğü işlevi gece ve alışveriş merkezlerinde olduğu gibi kapalı mekanlarda da yerine getirmek amacı ile kullanılırlar. Neon veya flexiglass gibi malzemelerden yapılırlar.



Şekil.107 Işıklı İlanlar



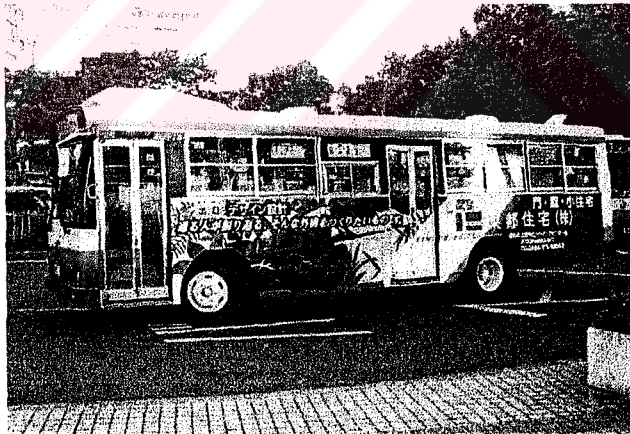
Şekil.108 Işıklı İlanlar

### 6.5. Ulaşım Araçlarına Konulan İlanlar

Belediye otobüsleri, metro, tren, vapur gibi toplu ulaşım araçlarının iç ve dış mekanlarına konulmak üzere hazırlanırlar. Son zamanlarda taksi üstlerinde, balonlarda çeşitli tanıtımlara da rastlanılmaktadır.



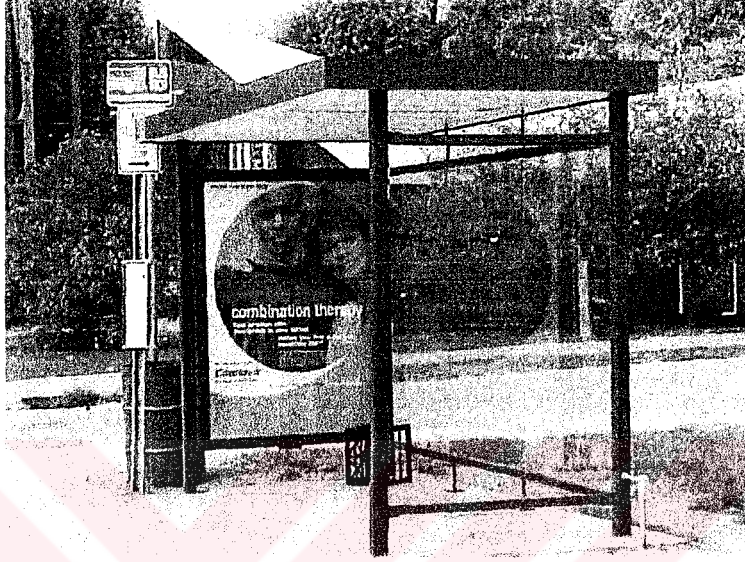
Şekil.109 Ulaşım Araçlarına Konulan İlanlar



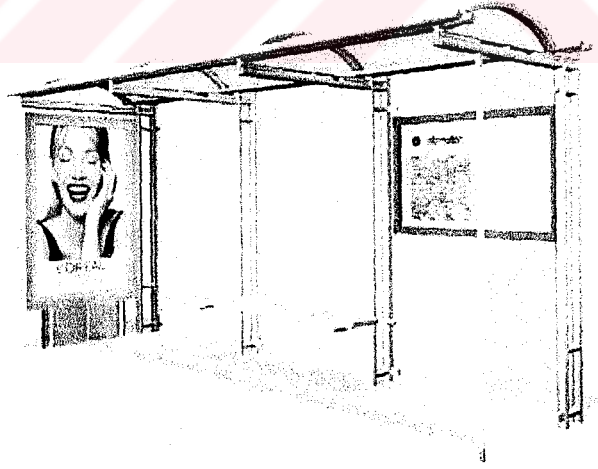
Şekil.110 Ulaşım Araçlarına Konulan İlanlar

### 6.6. Durak Tanıtımları

Genellikle belediye otobüsleri, metro, tren ve vapur gibi ulaşım araçları duraklarında bill-board veya ışıklı tabelalar kullanılmak suretiyle yapılan tanıtımlardır.



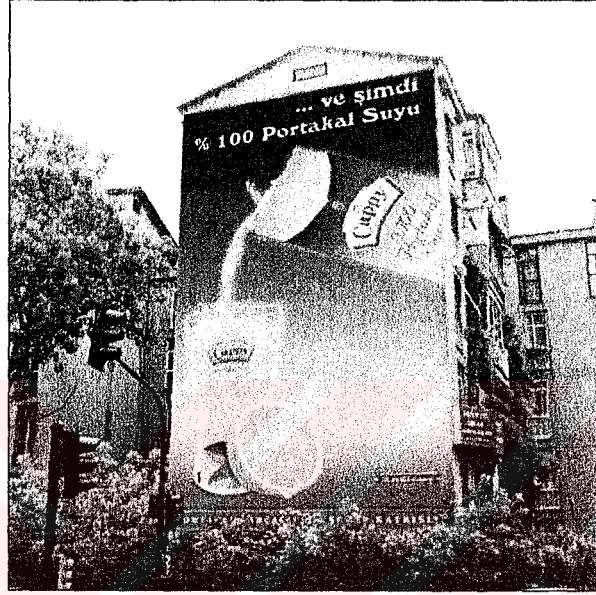
Şekil.111 Durak Tanıtımları



Şekil.112 Durak Tanıtımları

### 6.7. Duvar ve Çatı Tanıtımları

Genellikle büyük şehirlerde yüksek binaların çatılarında veya boş duvarların büyük kısmını kapsayacak şekilde hazırlanan, standart olmayan tanıtımlardır. Bu tür tanıtımların kalıcı olma özelliklerine karşın, görüntü kirliliği yaratma riski de vardır.(Teker,2002)



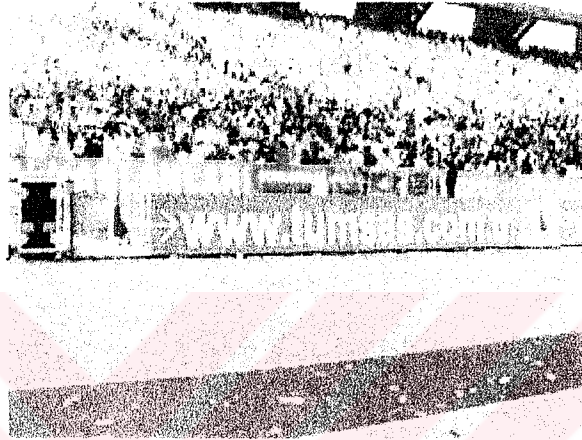
Şekil.113 Duvar ve Çatı Tanıtımları



Şekil.114 Duvar ve Çatı Tanıtımları

### 6.8. Hareketli (Mobil) Tanıtımlar

Genellikle büyük kentlerde, büyük bina çatılarında, sportif karşılaşmaların yapıldığı stadyum, hipodrom ya da gösteri yerlerinde sağa-sola, yukarı-aşağı dönüşlü-hareketli, her boyuttaki tanıtım afişleridir. Salt firma amblem ya da logosu kullanıldığı gibi büyük boy afişler de kullanılabilir.



Şekil.115 Mobil Tanıtımlar



Şekil.116 Mobil Tanıtımlar

## SONUÇ

Grafik Tasarımında önemli bir yeri olan afişin, tarihsel süreç içinde gelişerek günümüze kadar ulaştığı ve toplumlar üzerinde zaman zaman hem ideolojik hem de estetik bir etkiye sebep olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda afiş birçok hedefe, geniş alan ve kısa zaman içinde ulaşabilmektedir. Beğenileri, alışkanlık ve düşünce biçimini yönlendirmesi açısından sosyal, siyasi ya da kültürel alanlarda da oldukça fazla başvurulan afişin bu yönü ile, çok güçlü aynı zamanda da etkili bir iletişim aracı olduğu söylenebilir. Afiş, grafik sanatlarda ve iletişimde gerek estetik, gerekse insan davranışlarını etkilemesi bakımından önemli bir rol oynar. Afiş, toplumla iç içe yaşar ve toplumun her kesimine seslenme olanağı taşır.

Hazırlanacak afişler, TV ve diğer basın ilanları ile birlikte bütünlük sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır. Afiş, etrafındaki diğer afişlerden mümkün olduğunca az etkilenecek şekilde tasarlanmalıdır. Afişlerin asılacakları yerlerde yaratacakları etki önemli bir konudur. Afiş tasarımında, afişlerin açık hava ortamlarında yan yana ve toplu halde asıldıklarında yaratacakları görüntü dikkate alınmalıdır.

Afişler zaman zaman duyuru, el ilanı...vb. gibi reklam ürünleri ile karıştırılmaktadırlar. Hangi amaçla olursa olsun, nasıl hazırlanırsa hazırlansın, bir afiş ilk görüşte anlaşılabilen bir mesaj içermelidir. Afişin ticari yönü yanında estetik yönü de önemlidir. Afişte iletilen mesaja dikkat çekebilmek için, izleyiciye alışılmışın dışında şeyler sunmak gerekir. Bunun için de tasarımcının yaratıcılığına ihtiyaç duyulur. Bazı afişler yukarıda sıraladığımız kriterlere uygun gibi görünseler de, etkisiz ve yavan olabilmektedirler. Böyle bir sonucu engelleyecek tek şey, tasarımcının hayal gücüdür. Yaratıcı düşünce ve buluşun hiçbir kuralı yoktur. Buluş ve yaratıcılık içeren her şey, afiş tasarımına da yansıtılabilir. Unutulmaması gereken, bir afiş için en önemli kriterin fark edilebilir olmasıdır.

Ülkemizde yakın zamana kadar baskı teknolojisinin yeterince gelişmemesi nedeniyle çeşitli sorunlar yaşanmaktaydı. Ancak günümüzde bu sorunlar çözümlenmiştir ve gelişen teknoloji ile her türlü yenilik batılı ülkelerle aynı zamanda ülkemizde de hayata geçmektedir. Bu nedenle afişler, istenilen kalitede ve boyutta basılabilmektedir.



Grafik Tasarımda önemli bir yeri olan Afiş sanatının incelendiği, bilgisayar destekli Macromedia-Flash programından yararlanılarak hazırlanan cd ve tez metninin, sonuç olarak bu alanla ilgili çalışma yapanlara bir başvuru kaynağı oluşturacağı düşünülmüştür.



## KAYNAKÇA

ANOL, Metin (1995) “Afişler”, **Tombak Antika Kültürü, Koleksiyon Ve Sanat Dergisi**, Sayı:6.

ARSLAN, Mustafa (1987). “**Cumhuriyet Döneminden Günümüzdeki Türkiye’de Afiş**”, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

BECER, Emre (1999). **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara: Dost Kitapevi, 2.Baskı.

BEKTAŞ, Dilek (1992). **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, İstanbul: Y.K.Y, 1. Baskı.

BERGER, John (1995). **Görme Biçimleri**, Çev.Yurdanur Salman, İstanbul:Metis Yayınları.

BİLGİN, Hüseyin. “İletişim Tasarımcısının Yetişmesinde Grafik Eğitiminin Rolü”, **Sanat Yazıları IV**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları 12.

BRIDGES, Ann (1983). **Alphonso Mucha The Complete Graphic Works**, Academy Editions.

Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi (1997). İstanbul:YEM Yayınları, Cilt 1,2,3.

EDGÜ, Ferid(1988). **Hürriyet Gösteri Dergisi Afiş’88 Eki**, İstanbul, Sayı: 94.

ERTEL, Mengü. “Türkiye’de Afiş Sanatı” **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, İletişim Yayınları.

ERTEL, Mengü (1981), “Mengü Ertel İle Söyleşi”, **Milliyet Sanat Dergisi**, İstanbul, Sayı:7

GLASER, Milton, “Graphis Posters” , **82 yıllığı Sunuş Yazısı**, İsviçre.

İSTEK, Ragıp (2004) **Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni**, İstanbul: Pusula Yayıncılık.

KARAMUSTAFA, Gülsüm (1980). **Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim Afiş Etkilenmesi**, Araştırma Raporu, İstanbul.

KARAMUSTAFA, Sadık(1981). “Türk Grafik Sanatında Gençler” **Milliyet Sanat Dergisi**, İstanbul, Sayı:10.

MATTHIAS, Arnold (1987). **Toulouse Lautrec**, Çev.Dilek Zaptçioğlu İstanbul: Alan Yayıncılık.

MUSALAR, Ayşe (1997). “Türk Afiş Sanatı Ve Gelişimi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir: Yüksek Lisan Tezi.

NORBERT, Lynton (1991). **Modern Sanatın Öyküsü**, Çev. Cevat Çapan-Sadi Öziş, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2. Basım.

ÖZSEZGİN, Kaya(1994). “Türk Plastik Sanatçıları”, **Ansiklopedik Sözlük**, İstanbul:Yapı Kredi Yayınları

ÖZTUNA, H.Yakup(2000). “Modern ve Postmodern Grafik Tasarım Anlayışının Karşılaştırılmalı Olarak İrdelenmesi” , **Bilgi Çağı Ve Sanat**, Ankara

Sanat Çevresi Dergisi (1999). **Türk Grafik Sanatının Kilometre Taşı Mengü Ertel** , Sayı:259.

Sanat Çevresi Dergisi (2000). **Reklamcılık Üzerine**, Sayı:261.

SERULLAZ, Maurice(1993). **Empresyonizm Sanat Ansiklopedisi**, Çev. Devrim Erbil, İstanbul:Remzi Kitabevi.

TANSUĞ, Sezer (1999). **Çağdaş Türk Sanatı**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 5. Basım.

TEKER, Ulufer (2002). **Grafik Tasarım ve Reklam**, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları, 2. Baskı.

TEKİN, Savaş (2003). **Flash MX Uygulamalar**, İstanbul: Pusula Yayıncılık, 1. Baskı.

YERALTI, Gürol (1995). **“Cumhuriyet Döneminden Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi”**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir: Yüksek Lisans Tezi.

## İNTERNET KAYNAKÇASI

<<http://www.100-beste-plakate.de>>, (son ulaşım: 15 Nisan 2004)

<<http://www.affichemuseum.nl>>, (son ulaşım: 05 Kasım 2003)

<<http://www.bravenews.net>>, (son ulaşım: 20 Mart 2004)

<<http://www.ihaphulusi.gen.tr>>, (son ulaşım: 18 Şubat 2004)

<<http://www.pixelcreation.fr>>, (son ulaşım: 03 Nisan 2004)

<<http://www.posterclassic.com>>, (son ulaşım: 05 Şubat 2004)

<<http://www.posterpage.ch>>, (son ulaşım: 05 Şubat 2004)

<<http://www.postershop.com>>, (son ulaşım: 22 Nisan 2004)

<<http://www.sandiegomuseum.org>>, (son ulaşım: 25 Ocak 2004)