



T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



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

İSTANBUL VE İZMİR'DE 2018-2019 YILLARI ARASINDA
YAPILAN MÜZİK FESTİVAL AFİŞ TASARIMLARININ
GRAFİK TASARIM YÖNÜNDEN İNCELENMESİ

İLAYDA TOK

İzmir
2021

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

İSTANBUL VE İZMİR'DE 2018-2019 YILLARI ARASINDA
YAPILAN MÜZİK FESTİVAL AFİŞ TASARIMLARININ
GRAFİK TASARIM YÖNÜNDEN İNCELENMESİ

İLAYDA TOK

DANIŞMAN
Doç.Dr. BAHAR SOĞUKKUYU

İzmir
2021

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “İstanbul ve İzmir’de 2018-2019 Yılları Arasında Yapılan Müzik Festival Afiş Tasarımlarının Grafik Tasarım Yönünden İncelenmesi ve Grafik Tasarım Eğitime Katkısı” adlı çalışmanın içerdiği fikri izinsiz başka bir yerden almadığımı; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında ve bölümlerinin yazımında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada kullanılan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yaptığımı ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi, ayrıca bu çalışmanın Dokuz Eylül Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve *intihal içermediğini* beyan ederim. Herhangi bir zamanda aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonuca razı olduğumu bildiririm.

07/06/2021

İlayda TOK



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU



Tarih 24.12.2021

Tez Başlığı:

İstanbul ve İzmir'de 2018-2019 Yılları Arasında Yapılan Müzik Festival Afiş Tasarımlarının Grafik Tasarım Yönünden İncelenmesi

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 120 sayfalık kısmına ilişkin, 15/06/2021 tarihinde tez danışmanım tarafından Dokuz Eylül Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın sağladığı İntihal Tespit Programından (Turnitin-Tez İntihal Analiz Programı) aşağıda belirtilen filtreleme tiplerinden biri (uygun olanı işaretleyiniz) uygulanarak alınmış olan orijinallık raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 6 dır.

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

Programı Kullanım Kılavuzunu okudum ☒

Filtreleme Tipi 1(Maksimum %15) ☒

Filtreleme Tipi 2(Maksimum %30) ☐

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

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

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Adı Soyadı : İlayda TOK
Öğrenci No : 2018950110
Anabilim Dalı : Güzel Sanatlar Eğitimi
Programı : Resim-İş Öğretmenliği
Statüsü : Yüksek Lisans X

Doktora ☐

ÖĞRENCİ

İlayda TOK
24.12.2021

DANIŞMAN

Doç. Dr. Bahar SOĞUKKUYU
24.12.2021

Açıklamalar

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

Kullanıcı şifre vb. konusunda sorun yaşanması durumunda Üniversitemiz Merkez Kütüphanesinde bulunan Turnitin yetkilisine (Ali Taş Tel: +90 (232) 3018026 veya ali.tas@deu.edu.tr) başvurunuz.

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

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

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

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans tezimin yürütölme sırasında ve her konuda bana yardım ve desteklerini esirgemeyen başta danışmanım Doç.Dr. Bahar Soğukkuyu ve tüm öğretmenlerime, beni sürekli ne olursa olsun desteklerini esirgemeyip sabır gösteren anne ve babama, motivasyon desteğı için Mert ve Sefa başta olmak üzere tüm yakın dostlarıma, sadece tezimi yazarken değil hayatımın her noktasında destekleri için yanımda olan herkese teşekkürlerimi sunuyorum.

İlayda Tok

İzmir 2021

İÇİNDEKİLER

ÖZET	x
ABSTRACT	xi
BÖLÜM I.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Amaç ve Önem.....	1
1.3. Problem Cümlesi / Alt Problem Cümleleri	2
1.4. Sınırlılıklar	2
1.5. Tanımlar	3
BÖLÜM II	4
KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	4
2.1. Afiş Tasarımı ve Tarihsel Gelişimi	4
2.2. Afiş Türleri	5
2.2.1. Kültürel afişler	6
2.2.2. Ticari afişler	7
2.2.3. Sosyal afişler	8
2.3. Afiş Tasarımında Tasarım İlkelerinin Kullanılması	10
2.3.1. Bütünlük	10
2.3.2. Denge	11
2.3.3. Vurgu	12
2.3.4. Ritim	12
2.3.5. Oran Orantı	13
2.4. Afiş Tasarımında Tasarım Elemanlarının Kullanılması	14
2.4.1. Çizgi	14
2.4.2. Renk	14
2.4.3. Doku	16
2.4.4. Biçim, Şekil	16
2.4.5. Ölçü	16
2.4.6. Yön	17

2.5. Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler	17
2.5.1. İllüstrasyon tekniği ile tasarım	17
2.5.2. Fotoğraf tekniği ile tasarım	19
2.5.3. Tipografi tekniği ile tasarım	20
2.5.4. Karışık tekniği ile tasarım	21
2.5.5. Bilgisayar destekli tasarım	22
2.6. Görsel İletişim	23
2.6.1. Görsel iletişimde algı ve anlamlandırma	24
2.6.2. Görsel iletişim aracı olarak afiş tasarımı	25
2.7. Türkiye'de Afiş Tasarımı	27
2.7.1. Türkiye düzenlenen müzik festival afişleri	33
2.7.1.1. Uluslararası alanda düzenlenen festival afişleri	36
BÖLÜM III	41
YÖNTEM	41
3.1. Araştırmanın Modeli	41
3.2. Evren / Örneklem / Çalışma Grubu	41
3.3. Veri Toplama Süreci ve Araçları.....	41
3.4. Verilerin Analizi.....	41
3.5. Araştırmacının Rolü	42
BÖLÜM IV	43
BULGULAR.....	43
4.1. Grafik Tasarım İlke ve Elemanlarına Göre Afiş Tasarımı Nasıl Olmalıdır?	43
4.2. 2018-2019 Yıllarında İstanbul'da Düzenlenen Müzik Festival Afiş Tasarımlarına Bakış	47
4.2.1. 2018 yıllarında İstanbul'da düzenlenen müzik festival afişleri	47
4.2.2. 2019 yıllarında İstanbul'da düzenlenen müzik festival afişleri	59
4.3. 2018-2019 Yıllarında İzmir'de Düzenlenen Müzik Festival Afiş Tasarımlarına Bakış.	68
4.3.1. 2018 yıllarında İzmir'de düzenlenen müzik festival afişleri	68
4.3.2. 2019 yıllarında İzmir'de düzenlenen müzik festival afişleri	79
4.4. Grafik Tasarım Eğitiminde Afiş Tasarımının Önemi Ve Katkısı	86
BÖLÜM V	89

TARTIşMA, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	89
5.1. Tartışma.....	89
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	93
KAYNAKÇA.....	96
EK 1.....	98



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1 Renklerin Algılanması.....	15
Tablo 2 2018 yılında düzenlenen Chill-Out Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi.....	48
Tablo 3 2018 yılında düzenlenen Chill-Out Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi.....	49
Tablo 4 2018 yılında düzenlenen Red Bull Müzik Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	52
Tablo 5 2018 yılında düzenlenen Red Bull Müzik Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	53
Tablo 6 2018 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	55
Tablo 7 2018 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	55
Tablo 8 2018 yılında düzenlenen 25. İstanbul Caz Festivali Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	57
Tablo 9 2018 yılında düzenlenen 25. İstanbul Caz Festivali Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	58
Tablo 10 2019 yılında düzenlenen Chill-Out Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	60
Tablo 11 2019 yılında düzenlenen Chill-Out Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	60
Tablo 12 2019 yılında düzenlenen Red Bull Müzik Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	62
Tablo 13 2019 yılında düzenlenen Red Bull Müzik Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	63
Tablo 14 2019 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	64
Tablo 15 2019 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	65
Tablo 16 2019 yılında düzenlenen İstanbul Caz Festivali Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	67
Tablo 17 2019 yılında düzenlenen İstanbul Caz Festivali Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	67

Tablo 18 2018 yılında düzenlenen İzmir Chill-Out Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	69
Tablo 19 2018 yılında düzenlenen İzmir Chill-Out Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	70
Tablo 20 2018 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	72
Tablo 21 2018 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	73
Tablo 22 2018 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	75
Tablo 23 2018 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	75
Tablo 24 2018 yılında düzenlenen 25. İzmir Avrupa Caz Festivali Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	77
Tablo 25 2018 yılında düzenlenen 25. İzmir Avrupa Caz Festivali Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	78
Tablo 26 2019 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	80
Tablo 27 2019 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	80
Tablo 28 2019 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	82
Tablo 29 2019 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	83
Tablo 30 2019 yılında düzenlenen 26. İzmir Avrupa Caz Festivali Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi	85
Tablo 31 2019 yılında düzenlenen 26. İzmir Avrupa Caz Festivali Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi	85
Tablo 32 Grafik Tasarım derslerinde bilgisayar kullanımı çalışmalarınızın sonuçlanmasını hızlandırıyor mu?	87
Tablo33 2018-2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir'de düzenlenen müzik festivali afişlerinin tasarım elemanları yönünden değerlendirmesi	89
Tablo 34 2018-2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir'de düzenlenen müzik festivali afişlerinin tasarım ilkeleri yönünden değerlendirmesi	91

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Antik dönem yön gösteren reklam, M.Ö 6000, Rölyef, Efes, İzmir	5
Şekil 2. 17.İzmir Kısa Film Konulu Kültürel Afiş	7
Şekil 3. Sergi Konulu Kültürel Afiş	7
Şekil 4. Ticari Afiş	8
Şekil 5. Sosyal Afiş	9
Şekil 6. Sosyal Afiş	9
Şekil 7. Savaş temalı sosyal afiş	10
Şekil 8. Birlik temalı sosyal	10
Şekil 9. Simetrik düzenli afiş örneği	11
Şekil 10. Asimetrik düzenli afiş örneği	11
Şekil 11. 28. İKSV Film Festivali Afiş Tasarımı	13
Şekil 12. 27. İKSV Film Festivali Afiş Tasarımı	13
Şekil 13. Renk Çemberi	15
Şekil 14. Milton Glaser, Bob Dylan albüm afişi	18
Şekil 15. Emrah Yücel, Frida film afişi	20
Şekil 16. Herbert Bayer, Europaisches Kunstgewerbe	21
Şekil 17. Sadık Karamustafa, Miles Davis afişi	22
Şekil 18. Mağara resmi	24
Şekil 19. Belgesel afişi	26
Şekil 20. WWF afiş tasarımı	27
Şekil 21. İhap Hulusi, İnci diş macunu	29
Şekil 22. İhap Hulusi, Milli Piyango	29
Şekil 23. Mengü Ertel, Tiyatro Afişi	30
Şekil 24. Mengü Ertel, Festival Afişi	30
Şekil 25. Mengü Ertel, Olimpiyat Afişi	30
Şekil 26. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi	31
Şekil 27. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi	31
Şekil 28. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi	32

Şekil 29. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi	32
Şekil 30. Sadık Karamustafa, Festival Afişi	32
Şekil 31. Bülent Erkmen, Sergi Afişi	32
Şekil 32. Zühal Bakır, Ankara Müzik Festival Afişi	33
Şekil 33. Fırat İtmeç, Byzantion Müzik Festivali	34
Şekil 34. Fırat İtmeç, Epic Fair Müzik Festivali	34
Şekil 35. Fırat İtmeç, Festival Afişi	35
Şekil 36. Fırat İtmeç, Konser Afişi	35
Şekil 37. Lee Conklin, Festival Afişi, 1969	36
Şekil 38. Lee Conklin, Festival Afişi, 1968	36
Şekil 39. Lee Conklin, Festival Afişi, 1968	37
Şekil 40. Lee Conklin, Festival Afişi, 1969	37
Şekil 41. Asuka Watanabe, Festival Afişi, 2017	38
Şekil 42. Asuka Watanabe, Festival Afişi, 2017	38
Şekil 43. Asuka Watanabe, Festival Afişi, 2019	38
Şekil 44. Asuka Watanabe, Festival Afişi, 2019	38
Şekil 45. Peter Blake, Festival Afişi, 1985	39
Şekil 46. Juan David Ospina Castrillon, Piyano Festivali	44
Şekil 47. Geray Gencer, İstanbul Müzik Festivali, 2020	45
Şekil 48. İstanbul Chill-Out Festival Afişi, 2018	47
Şekil 49. İstanbul Red Bull Müzik Festival Afişi, 2018	50
Şekil 50. İstanbul Cocktail Festival, 2018	54
Şekil 51. 25. İstanbul Caz Festivali, 2018	56
Şekil 52. 25. İstanbul Chill-Out festival afişi, 2019	59
Şekil 53. 25. İstanbul Red Bull Müzik festival afişi, 2019	61
Şekil 54. İstanbul Cocktail Festival, 2019	63
Şekil 55. 26. İstanbul Caz Festivali, 2019	66
Şekil 56. İzmir Çeşme Chill-Out Festival, 2018	68
Şekil 57. İzmir Epic Fair Festival, 2018	71
Şekil 58. İzmir Cocktail Festival, 2018	74

<i>Şekil 59.</i> 25. İzmir Avrupa Caz Festivali, 2018	76
<i>Şekil 60.</i> İzmir Epic Fair Festival, 2019	79
<i>Şekil 61.</i> İzmir Cocktail Festival, 2019	81
<i>Şekil 62.</i> 26. İzmir Avrupa Caz Festivali, 2019	84



ÖZET

İSTANBUL VE İZMİR'DE 2018-2019 YILLARI ARASINDA YAPILAN MÜZİK FESTİVAL AFİŞ TASARIMLARININ GRAFİK TASARIM YÖNÜNDEN İNCELENMESİ

Günlük yaşantımızda birçok alanda grafik tasarım öğeleriyle karşılaşmaktadır. İnsan sosyal bir varlık olmakla beraber sürekli iletişim halindedir, bu iletişim görsel veya işitsel olabilir. Bu noktada grafik tasarımın bir parçası olan afişlerle her an karşılaşmaktadır. Görsel iletişim aracı olarak afiş alıcıya vermek istenen mesajı iletmekte çok önemli rol oynamaktadır. Mesajı iletmekte izleyiciyi etkilemek ve göze çarpmak için renk, biçim, tipografi gibi unsurların vermek istenen mesajla bağlantılı olarak kullanılması çok önemlidir. Grafik tasarım birçok tasarım özellikleri barındırır. Afişlerle günlük yaşantıda sık sık karşılaşmaktadır. Afişler alıcıyı illüstrasyon, fotoğraf, tipografi gibi unsurlarla iletmek istenen mesajı iletip, estetik kaygı taşıyarak yönelimlerimizi, düşüncemizi ve beğenilerimizi etkilemektedir. Afiş tasarımı bu nedenle mesaj iletmek, tasarım ve estetik kaygı güdülerek yapılmasının yanında günlük hayatta bir görsel iletişim unsuru olarak var olmaktadır. Yönlendirme özelliği taşımaktadır. Bu sayede afiş toplumu iç içe yaşar ve birçok farklı sınıflardan kitleleri etkiler.

İnsanların görebileceği noktalara asılan afişler propaganda, tanıtım, bilgi verme açısından geniş kitlelere hitap etmektedir. Bu sayede afiş toplumu beraber yaşar, bu özellikler de göze alındığında afişler temel olarak üç gruba ayrılmaktadır. Bu gruplar; Kültürel Afişler, Sosyal Afişler ve Tanıtım afişleridir. Çalışmada festivalleri kapsayan afiş türü kültürel afiş kategorisinde incelenmektedir. Aynı zamanda sempozyum, bale, opera, sinema, tiyatro gibi etkinlikleri tanıtan afişler de bu gruba girmektedir.

Bu araştırma 2018-2019 yılları arasında Türkiye’de gerçekleştirilen; tekno, caz, rock ve alternatif müzik festivalleri grafik tasarım ilke ve elemanları yönünden incelenerek afiş tasarımının alıcıyla doğru bir şekilde mesajı iletip iletilmediği grafik tasarım ilke ve elemanları yönünden incelenmekle beraber grafik tasarım eğitiminde afiş konusunun işleniş biçimi irdelenecektir. Bahsedilen noktaları kavrayan öğrencilerin sahip olacağı kazanımlar ifade edilmiş aynı zamanda afiş tasarımının grafik tasarım eğitimindeki önemi vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Afiş, Grafik tasarım, Görsel iletişim, Festival afişleri.

ABSTRACT

ANALYSIS OF MUSIC FESTIVAL POSTER DESIGNS IN ISTANBUL AND IZMIR BETWEEN 2018-2019 TERMS OF GRAPHIC DESIGN

We encounter graphic design elements in many areas of our daily life. Humans as social animals need constant interaction this interaction could be visual or audible. At this point poster that is part of the graphic can be found anywhere. In other to relay the message elements such as color, form, typography is should be connected with the message. The graphic design contains many design features. Posters are frequently encountered in our daily life. The posters affect our orientation, thinking, and tastes by conveying the message to the recipient with the elements such as illustrations, photographs and typography and also conveying aesthetic concern. Poster design, therefore, exists as a visual communication element in daily life, as well as a message delivery system with design, and aesthetic concern. In this way, the poster lives with society and affects the masses from many different classes. The posters that are hanged to the points that people can see appeal to a wide audience in terms of propaganda, promotion, and information. In this way, the poster lives with society and considering these features, the banners are basically divided into three groups. These groups are; Cultural Banners, Social Banners, and Promotional Banners. In this study, the type of poster covering the festivals is examined under the category of cultural posters. Also, posters promoting events such as symposiums, ballet, opera, cinema, and theater are included in this group. This research carried out in Turkey between the years 2018-2019; techno, jazz, rock, and alternative music festivals will be examined in terms of graphic design principles and elements, whether the poster design is correctly conveyed with the recipient or not, the graphic design principles and elements will be examined in the graphic design education. The gains to be gained by the students who grasp the mentioned points were expressed and the importance of poster design in graphic design education was emphasized.

Keywords: Poster, Graphic design, Visual communication , Festival posters.

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1.Problem Durumu

Estetik kaygı ile üretilen afişler farklı türde konuları duyurmak için farklı yollarla hazırlanabilmektedir. Dijital ya da geleneksel tasarım yoluyla hazırlanan afişlerin hedef kitlenin ihtiyaçlarını gözetmesi gerekir. Afiş tasarımları istenilen konuda mesaj iletmeleri gerekmektedir. Mesaj iletmeyen bir afiş olamaz çünkü afiş topluma bilgi vermek ya da bir ürünün tanıtımını yapmak için kullanılmaktadır. Afiş tasarımı aynı zamanda estetik kaygı güdülenerek hazırlanmalıdır göze güzel gelmeyen, etkileyici olmayan bir afiş akılda kalmayacaktır. Grafik tasarım eğitiminde estetik bir algı oluşturulması ve belirlenen çerçevede hedef kitleye göre afiş geliştirme temel çıkış noktasıdır.

2018-2019 tarihleri arasında yapılan müzik festivallerinin afiş tasarımlarının grafik tasarım ilke ve elemanları açısından nasıl değerlendirileceği ve uygulanma sürecinde tasarıma odaklanarak gönderilmek istenen mesajın görsel olarak iletim biçimi, tasarımla yaratılmak istenen etkiyi grafik tasarım ilke ve elemanlarının doğru kullanılması açısından afişteki iletinin tasarımları incelenmiştir. Bu amaçla grafik tasarım eğitiminde afiş konusunun görsel iletişim alanında etkili afişler tasarlanması ve afiş konusunun grafik tasarım eğitimindeki önemi vurgulanmıştır.

Ertürk “Evrimi ile Yazı Sanatı” adlı kitabında; “Eğitim, bireyin davranışında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme sürecidir.” Demiştir. (Ertürk, 1979, s.12) Bu cümleden yola çıkarak afiş eğitiminde kapsamlı verilmek istenen mesajı doğru şekilde iletebilen öğrenciler yetiştirebilmek hedeflenmektedir. Aynı zamanda etrafımızın görsel iletişim araçlarıyla çevrelendiği günümüzde, eserlerin grafik tasarım eğitiminde yorumlanması açısından teorik bilginin gerekliliği ve pratikte ise estetik algı önem arz etmektedir. Bu bağlamda grafik eğitimde hem teorik hem de uygulamalı eğitimin afiş tasarımı konusundaki gerekliliği araştırmaya gerek görülüp literatüre katkı sağlanmak istenmiştir.

1.2. Amaç ve Önem

Gelişen teknoloji sayesinde günümüzde birçok alanda yapılan görsel iletişim kanalları aracılığıyla bireye ulaşan afişler eski tarz basım yayın organlarına nazaran teknoloji ve internet sayesinde daha fazla bireylere ulaşmaktadır. Eskiden günümüze nazaran afiş tasarımları daha

az bireye ulaşmaktaydı. Bu bağlamda internet ve internet reklamları afişlerle olan etkileşimi arttırmaktadır. Tasarımıyla öne çıkan bu afişlerde tipografi, renk, kullanılacak olan fotoğraf gibi biçimsel özelliklerin yanı sıra grafik tasarım ilke ve elemanlarının da etkili kullanılması gereklidir. Bu nedenle iletileri daha doğru yorumlanması, konuyu özümseyerek yaratıcılık yoluyla dikkat çekici afişlerin yapılması amacıyla grafik tasarım eğitiminde afiş konusu büyük önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın amacı; İstanbul ve İzmir’de 2018-2019 yılları arasında yapılan müzik festival afiş tasarımlarının grafik tasarım yönünden incelenmesi ve grafik tasarım eğitime katkısı başlığı altında incelenerek, 2018-2019 yılları arasında düzenlenen müzik festivalleri afiş tasarımlarının grafik tasarım yönünden biçimsel düzeni, neler yansıttığı, hedef kitle ile görsel iletişim yoluyla nasıl iletişime geçtiği, grafik tasarım eğitiminde afiş konusunun ve afiş eğitiminin öğrenciye kattığı kazanımların önemini ortaya koymaktır. Afiş tasarımının yapılma sürecinde öğrenciler görsel iletişim yoluyla hedef kitleyle başarılı bir şekilde bağ kurarak verilmek istenen mesajı doğru iletmesi ve tasarımcının alıcıyı istediği yönde etkileyebilmesi için etkili bir afiş için tasarım sürecinde hangi hususlara dikkat etmesi gerektiği amaçlanmıştır.

1.3. Problem Cümlesi / Alt Problem Cümleleri

Müzik festivali temasını içeren afiş tasarımlarının nasıl olduğu ve afiş tasarımının nasıl olması gerektiği kapsamında oluşturulan alt problem cümleleri şu şekilde sıralanmıştır:

- a. Grafik tasarımda afiş konusunun önemi nedir?
- b. Grafik tasarım ilke ve elemanlarına göre afiş tasarımı nasıl olmalıdır?
- c. 2018-2019 yılları arasındaki İstanbul ve İzmir’de yapılan müzik festivali afişlerinin anlam ve tasarım açısından farklılıkları nelerdir?
- d. Analizde renk ve biçimlerin etkilerinin önemi nedir?
- e. Görsel iletişimde grafik tasarım ürünlerinin önemi nedir?

1.4. Sınırlılıklar

Araştırmada; afiş çalışmaları ve grafik tasarım eğitiminde afiş konusu ders işlenişi ile sınırlıdır. Bu konuda yazılan kitaplar, internet ortamı, süreli yayınlar, bilgisayar ve dijital ortamda yapılan örnekler ve alan ile ilgili literatür taramasında bulunan kaynaklarla sınırlıdır.

1.5. Tanımlar

Görsel iletişim: İletişim insanların vazgeçemeyeceği bir gereksinimdir. İletişimin farklı boyutları vardır görsel iletişim sadece bunlardan bir tanesidir fakat en önemlisidir, bunun sebebi farklı görsel tasarım ürünleri ile her an karşılaşılmasıdır. Günlük yaşamda karşılaşılan; afiş, el ilanları, reklamlar, broşürler vb. ürünler görsel iletişim alanına girmektedir. Görsel iletişim çok eski tarihlere dayanmaktadır. Buna örnek olarak mağara resimleri gösterilebilir. Munis'e göre "Doğuştan yaratıcı olan insanoğlu, duygu, düşünce ve dileklerini, savaşlarını, başarılarını dile getirmek, uzaklara ve gelecek kuşaklara ulaştırmak için kalıcı şekiller araştırmıştır. Basit resimlerden sembolik biçimlere, harf dizilerine kadar gelişen çalışmalar yapmıştır." (Munis, 2004, s.11) Bu bağlamda çok eski dönemlerden itibaren insan doğasının iletişim arzusu görülmektedir.

Grafik tasarım: Logo, afiş, broşür, ambalaj, billboard, dergi, tanıtım filmleri gibi verilmek istenen mesajı izleyiciye ulaştırılması için etkili bir şekilde estetik güdüler ile yapılan basılı ya da dijital yollarla yayımlanma aşamasına kadar uzanan bir süreçtir. Dijitalleşen dünyada grafik tasarım yapmak için çizim, yaratıcılık kadar bilgisayar kullanmakta önemlidir.

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Afiş Tasarımı ve Tarihsel Gelişimi

Afiş kitlelere çeşitli görseller yardımıyla bilgi veren, tanıtan, reklam yapan bir iletişim aracıdır. Afişlerler kitlelere kolayca ulaşılabilir. Günümüzde görsellerle desteklenen afiş tasarımları faydalı olsa zararlı da bireylere verilmek istenilen mesajı kolayca aktarmaktadır. Afişin farklı mesajları vardır fakat afiş türlerinin ortak özelliklerinden biri, verilmek istenen mesajı iletmesidir. Dolayısıyla afişte olmazsa olmaz olan şey ise mesajdır. Afiş oluşturulurken işlevselliğini yitirmemesi için biçimsel özelliklere dikkat edilmelidir.

Dilimize, Fransızların hem bildiğimiz duvar ilanı hem de sanat değeri taşıyan grafik çalışması anlamına gelen “affiche” kelimesinden aktarılan afiş, ilk anlamını Türkçe ‘de ki ilan kelimesine bırakmış, dilimize ancak Türkçe ’de karşılığı olmayan ikinci anlamıyla yerleşmiştir (Yeraltı, 1995, ss. 29-30). Afişlere genellikle sokak ve caddelerde rastlanmaktadır. Afişler bilgi vermek, reklam ve tanıtım yapmak gibi çeşitli nedenlerle kullanılır. Afiş tasarımı bir görsel içerebileceği gibi sadece metin de içerebilir. Bunlara tipografik afiş denmektedir. Tipografik olarak düzenlenmiş afişlerde vurgu yapılmak istenen kelime ya da olay farklı font, büyük harf ya da yazı puntosu büyütülerek yapılır ve afiş bu tarz etmenlerle ritim kazanır.

Toplumla iç içe yaşayan afişler geniş kitlelere hitap ettiği için kolayca bireyleri yönlendirmektedir. Dolayısıyla afiş güçlü bir görsel iletişim aracıdır. Bu bağlamda afiş tasarımı sokak sanatı içinde ele alınmaktadır. Sadık Karamustafa’ ya göre “Duvarların yakıştığı sayarım rengarenk kağıtları. Sokakların sanat galerisidir afiş. Bir grafiker için kentin duvarlarını afişleriyle bezenmiş olarak görmekten daha büyük bir keyif olamaz. Afiş hep duvarda güzeldir, yeşerip boy attığı, işlevini yerine getirdiği yerde...” (Yeraltı, 1995, s.31). Sadık Karamustafa’da afişin işlevsel yönüne bu sözleriyle vurgu yapmaktadır. Afiş sokaktaki duvarda olmazsa toplumu bilgilendiremez, yönlendiremez yani işlevini yerine getiremez bunu yapamadığı takdirde afiş sanatı gittikçe yok olur.

İnsanlar bilinmek, duyulmak, unutulmamak ister. Bu nedenle tarihin başlangıcından bu yana mağaralara, kil tabletlere, duvarlara; çeşitli sembolik işaretler, resimler yapmışlardır. Bunların yanında M.Ö.4000 yıllarında Asurlularda görülen el yazması afiş tasarımları

mevcuttur. Asurlular bu yöntemi Anadolu’da ki ipek yolunda mallarını daha iyi tanıtmak ve bu yolla daha çok satış yapmak amacıyla kullanmışlardır.



Şekil 1. Antik dönem yön gösteren reklam, İzmir

Afiş tanım olarak, bir haberi bir olayı, siyasal, sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan, topluma duyurmak amacıyla, değişik yüzeyler üzerine yapılan ve belirli boyutlarda köy kasaba ve şehirlerin çeşitli yerlerine asılan duyurulardır (Bektaş; 1992). Bu bağlamda bir diğer reklam afişi örneği M.Ö. 6000’lerde İzmir’in Selçuk ilçesinde Efes Antik Kentinde görülmektedir. Görsel 1.’de görüldüğü üzere yerde bir ayak izi ve yanında kadın resmi vardır. Kadın figürü Afrodite’i temsil edebileceği gibi yukarı köşedeki kalp simgesi de bu düşünceyi desteklemektedir. Bu ayak izi genel evin olduğu yönü göstermektedir. Ayak izinin yanında kadın resmi olduğundan, o dönemde yaşayan insanlar simgeleştirilen bir tarzda yapılan yol tarifi ile kolayca yön bulmaktadır. Ayrıca sol üst köşede görünen kalp simgesi ise aşkı simgelemektedir. Böylece güzel bir kadın ve kalple güçlü bir algı yaratılıp reklam yapılmış ayrıca ayak izi ile yön gösterilmiştir. Barındırdığı bu özellikler nedeniyle bu kalıntıya ilk reklam afişi denmesi doğru olur.

2.2. Afiş Türleri

Afiş gelişen teknolojiyle beraber gittikçe yaygınlaşmaktadır. Günümüzde teknolojinin ilerlemesiyle birlikte birçok farklı tekniklerde (ofset, fotoğraf, bilgisayar...) afiş oluşturulabilir. Duyuru, reklam gibi bilgi-alışverişi sağlama konusunda etkili bir görsel iletişim aracı olan afiş,

yarattığı etki ile beraber insanların seçimlerini etkileyip ve farklı alanlara ilgi duymalarını sağlamaktadır.

Afiş tasarımının kolay anlaşılabilir ve etkileyici olması en önemli özelliklerindendir. Çünkü afiş bu özellikler sayesinde insanların dikkatini çekmektedir. İnsanların dikkatini yakalayamayan bir afiş vermek istediği mesajı ulaştıramadığı için başarısız olmuş demektir. “Bütün diller halka ve genele aittir; sosyal bir düzen oluşturur ve bunu yeniden türetir. Ama reklamcılıkta kullanılan dil, belirli bir amaca hizmet edecek biçimde etkili iletişim kurma özellikleriyle donatılmıştır.” (Becer, 2010, s. 22) Bireylerin afişi izleme süresi ve yalınlığı verilmek istenen mesajın akılda kalma oranını arttırmaktadır. Afiş ne kadar çok süre izlenirse verilmek istenen mesaj o kadar çok akılda kalır.

Tasarımcı ve hedef kitle arasında bağ kuran afişin ortak amacı mesaj iletmek olsa bile özelliklerine göre farklı gruplara ayrılmaktadır. Tasarımcı hedef kitlenin özelliklerine dikkat ederek afiş tasarlamalıdır. Bu sebeple hedef kitlenin normlarını çok iyi kavrayıp grafik tasarım ilke ve elemanlarını bu normlara bağlı olarak tasarladığında kitle üzerinde merak uyandırır ve etkili bir afiş sunmuş olur. Bu sebeple afişler çeşitlerine göre: Kültürel afişler, reklam afişleri ve sosyal afişler olmak üzere üç ana gruba ayrılmaktadır.

2.2.1. Kültürel afişler

Konser, festival, tiyatro, balo, sergi, sinema gibi kültürel nitelikteki etkinlikleri konu alan afiş türü bu gruba girmektedir. Kültürel afişlerde tasarım estetik kaygı güdülerek yapılmasının yanı sıra tasarımcılar daha özgür bir şekilde bu gruptaki afişleri yapmaktadırlar. Bu tarz afişlerde sanatçı tamamen özgürdür kendi düşünce ve fikirlerini filtreden geçirip kendi tarzını yansıtmaktadır. Kültürel afişler bireyleri bilgilendirmek ve haber vermek amacıyla yapılmışlardır. Bu bağlamda bu gruptaki afişlerinde amacı diğer gruptaki afişler ile ortaktır.



Şekil 2. Kısa Film Konulu Kültürel Afiş



Şekil 3. Sergi Konulu Kültürel Afiş

Konuyla ilgili bilgi aktaran kültürel afişlerin tasarımları türüne uygun olarak hedef kitleyi harekete geçirecek bir biçimde yansıtılmaktadır. Tasarımcılar kitlelere karşı daha yakın bir bağ oluşturmak için afişleri hedef kitlenin ilgi alanına göre materyaller seçip etkinliğe karşı ilgiyi artırmak için kullanırlar. Bu sebepten ötürü afişler etkinliklere katılım oranlarını etkilemektedir. Fakat kültürel afişlerde tam olarak hiçbir zaman reklam yapıp ticari konular ağır basmaz, sanat konusu ve estetik her zaman daha ön plandadır.

Tiyatro ve sinema afişleri diğer kültürel afişlere göre daha ön plandadır. Bunun sebebi ise ülkemizde daha çok bu alanlarda etkinliklerin olmasıdır. Sinema ve tiyatro afişlerinin görevi diğer afiş türlerinde olduğu gibi duyuru yapmak, verilmek istenen mesajı iletmektir. Grafik tasarım açısından bakılacak olursa ne kadar mükemmel bir şekilde tasarlanmış olursa olsun verilmek istenen mesajı iletemeyen bir afiş başarısız sayılır. Bu yüzden sanatçının afiş tasarımında ki ulaştırması gereken mesajı mutlaka iletmesi gereklidir.

2.2.2. Ticari afişler

Ticari afişler: Moda, endüstri, kurumsal reklamcılık, gıda gibi ürünleri tanıtmak için yapılmaktadır. Amaç ürünün albenisini arttırarak satış yapmaktır. Ticari afişlerde görsel materyaller daha fazladır. Bunun sebebi hedef kitle üzerinde etki yaratmaktır çünkü ticari afişlerde tüketim ön plandadır. Tüketici iyi bir şekilde analiz edilip ona göre ürünün reklamı yapılması tercih edilmektedir. Bu sebeple ticari afiş tasarlayan bir sanatçı kültürel afiş tasarladığı kadar özgür olamaz bir ekiple çalışması gerekir. Reklam unsurunun daha ön planda olduğu bu afiş grubu, ürünün tanıtımı yapıldığı için istenen kalıplara uymak zorundadır.

Bir ticari afişin sadece güzel olması asla yetmez aynı zamanda kitleleri harekete geçirip ürün hakkında heyecan yaratıp albenisini arttırıp satış yapmak olduğundan dolayı işlevselde olması gerekmektedir. Bu yüzden sanatçı belli kalıplarla yönlendirilmektedir.



Şekil 4. Ticari afiş

Grafik tasarımda espri yöntemi kullanılarak (Şekil 4) iki ayakkabı iç içe geçmiş olarak kullanılmıştır. Bu sayede tasarımcı tek bir görselle bize birçok şey anlatarak Ikea'nın alan tasarrufu sağlayan çözümlerinin altını çizmektedir. Tasarımcı bu sayede markaya ilgiyi arttırıp alıcıları yönlendirmektedir.

Günümüzde ticari afişlerle hemen hemen her caddelerde karşılaşılmaktadır. Bunun sebebi ise gelişen teknoloji ile beraber artan tüketim çılgınlığıdır. Bu bağlamda ticari afişler tüketim boyutunda alıcıyı etkileme konusunda önemli bir basamaktır. Reklam yapılacak olan ürün ya da markanın vazgeçilmez bir öğesi olarak afiş tasarımı önemli bir bölümdür.

2.2.3. Sosyal afişler

Toplumu sağlık, eğitim, çevre bilinci gibi konularda bilgilendirmek ya da bilinçlendirmek için yapılan afiş tasarımları sosyal afiş kategorisinde bulunmaktadır. Bu tarz afişler bireyi doğru olana yönlendirmektedir, örneğin bir salgın hastalığın görüldüğü bir zamanda bu konuda hastalığın yayılmaması ve bireylerin nasıl salgından korunacakları konusunda bilgilendirmektedir.



Şekil 5. Sosyal afiş



Şekil 6. Sosyal afiş

Sosyal afiş tasarımlarında satış ve tüketim amacı yoktur çünkü bu tarz afişler toplumu bilinçlendirmek için yapılmaktadır. “Yazılı medyanın endüstrileşmesi ise, 1950 sonrasında iç yaygınlaşan ofset baskı tekniği ile ilk dönemini yaşamış, 1960 sonrasında iç pazara dönük, 1980 sonrasında da küreselleşme süreciyle, dış dünyaya açılmaya dayanan birikim süreçleriyle gelişmiş, büyümüştür.” (Sönmez, 2013, s.27) Bireyleri yönlendiren sosyal afişler, 20. Yüzyılın başlarında yaygın olarak politika konusunda propaganda sanatı olarak görülmektedir. En büyük özelliği bireyleri ikna etmek olan propaganda afişlerinin bir fikri nasıl yansıtacağını ve insanlara nasıl bu fikri benimseteceğini yaş grubuna, toplumun hangi sınıfına sesleneceğine göre değişmektedir. Günümüz politika afişlerinde resim ve amblem kullanmak yasaldır fakat 2000’li yılların başında sadece siyasal partinin ambleminin kullanılmasına izin verilmekteydi.



Şekil 7. Savaş temalı sosyal afiş



Şekil 8. Birlik temalı sosyal afiş

Sosyal afişler kategorisine giren bir diğer konu olarak savaşlar görülmektedir. Özellikle 2. Dünya savaşı sırasında bireylere yönelik farkındalık yaratan, faaliyete geçiren, morallerini arttıran birçok afiş vardır. İkinci dünya savaşında yapılan afişler herkesin bir arada olmasının önemini vurgulayan sosyal afişlerdir. Eser (Şekil 7) görüldüğü üzere “Seni ABD donanmasına istiyorum.” sözü yazılı olan afişte donanmaya yazılmanın gerekli olduğu, o zamanlar seferberliği ön plana çıkararak milletin birlik olması istenmiştir. Görsel 8’de ise kadın işçilerin kendi görevlerini güçlü bir şekilde yaptıklarına atıf yapılarak, cephede savaşan erkekler için gereken mühimmatı sağladıkları gösterilmektedir. Bu bağlamda (Şekil 7) ve (Şekil 8) de afişler birlik beraberliği vurgulayan, halka emir veren tarzda sosyal afiş özelliğini taşımaktadır.

2.3. Afiş Tasarımında Görsel Tasarım İlkelerinin Kullanılması

Grafik tasarım ilkeleri kompozisyon oluşturmakta, grafik tasarım objelerini düzenlemekte yani tasarım kurgusunda yardımcı olmaktadır. Grafik tasarım ilkeleri genel olarak; bütünlük, denge, biçim, vurgu, hizalama, yerleştirme şeklindedir. Bu ilkeler tasarımda işlevsellik ve estetiğe bağlı olarak kullanılmaktadır. Tasarımda ilkeler uygulanırken hedef kitlenin psikolojik, ekonomik, kültürel özellikleri dikkat edilerek yapılması grafik tasarım ürünün işlevsel olma konusunda pozitif yönde etki eder.

2.3.1. Bütünlük

Bütünlük görsel tasarım ilkeleri içinde sonuç olarak nitelendirilmektedir. “Tasarım ilkelerinin belki de en önemlisi bütünlüktür. Bir tasarım içindeki görsel unsurlar bütünlük

oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde, kompozisyonadaki dağınıklığın ve parçalanmanın önüne geçilmiş olur.” (Becer, s. 72) Görsel tasarım materyali bittiği zaman ürün ahenk içinde olmalıdır. Ahenk oluşturulduğu zaman dağınıklık ortadan kalkar. Dolayısıyla tasarımcı belirli görselleri ya da elemanları: rengine, dokusuna, şekline göre gruplayarak ideal uyumu sağlamaktadır.

Tasarım sürecinde bütünlük sağlamak için farklı yöntemler vardır. Bu yöntemler bordür ile gruplayarak, beyaz boşluklarla öne çıkarılarak, eksen ile hizalayarak, üç nokta yöntemiyle hayali bir üçgenle bağlantı yapılarak bütünlük sağlanır.

Bütünlükten yoksun olan bir tasarım etkileyici olma özelliğini kaybeder ve göz yorar. Tasarımcı bütünlük sağlamak istediği zaman tüm görsel materyalleri gruplandırarak yerleştirir.

2.3.2. Denge

Doğada olduğu gibi tasarımda da denge kavramı vardır ve bu kavram tasarım ilkelerinin içinde bulunmaktadır. Tasarımda denge simetrik ve asimetrik olarak iki gruba ayrılmaktadır. Tasarımlar dengeli ve orantılı bir şekilde yerleştirildiği takdirde ürün simetrik bir tasarım olacaktır. Bunun yanı sıra asimetrik bir kompozisyon oluşturulduğunda denge yine tasarımda olacaktır fakat tasarımdaki odak noktası farklı bir noktada kayacaktır.



Şekil 9. Simetrik düzen



Şekil 10. Asimetrik düzen

Tasarımda (*Şekil 9*) görüldüğü üzere simetrik bir düzende odak noktası geometrik bir noktada olduğu için tasarım durağanlaşmaktadır. “Modernist akımlar asimetriyi, birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel unsurlar arasında dinamik bir denge ya da düzen sağlayan bir kavram olarak ele alıp kullanmışlardır.” (Becer, 2011, s.66) Dolayısıyla odak noktasının farklı bir yöne çekilerek asimetrik bir düzen ile tasarıma hareket kazandırılabilir. Bu bağlamda (*Şekil 10*) asimetrik düzen ile odak noktası farklı yerlere çekilerek tasarıma hareket kazandırılmıştır.

2.3.3. Vurgu

Vurgulayıcı unsur biricik olmalıdır, eğer birden fazla vurgulanmak istenen mesaj varsa vurgu kavramı anlamını yitirir. Tasarımcı vurgulanacak detayı verilmek istenen mesaja göre karar verip seçmelidir. Dolayısıyla vurgu grafik tasarım ürününde etkileyicilik noktasında önemli bir unsurdur.

Tasarımcı tasarıma göre ürünü sadeleştirerek mesajı öne çıkartabilir. Bu bağlamda vurgu yapılacak öğe doğru seçilmesi çok önemlidir. “Vurgulama; ön plana çıkması gereken unsur ile ikinci planda kalması gereken unsur arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi kontrastı ile sağlanabilir.” (Becer, 2011, s. 74) Tasarımcı görsel tasarım eleman ve ilkelerini bir bütün olarak kullanarak daha başarılı bir sonuca ulaşmaktadır. Tasarıma göre bu ilkelerin uygulanış biçimi değişebilir, biri daha fazla ya da az kullanılır ya da hiç kullanılmayabilir. Bu konuda tasarımın odak noktasını doğru seçip buna göre karar vermek yerinde olacaktır.

2.3.4. Ritim

Sanat yapıtlarında ritim, farklı öğelerin bir araya gelmesinde ve düzenlenmesindeki başlıca aracıdır. Ritim, yapıtın algılanmasında zaman etmenini gündeme getirir ve zamanı, yaşanan ve estetik bir boyut olarak yapıta dahil eder (Eczacıbaşı Vakfı Yayınları [EVY],1997). Grafik tasarımda ritim devam eden görsel, çizgi, nokta vb. öğelerden oluşmaktadır. Tasarımda kullanılan ritim kelimesi genel anlamıyla uyumlu ve düzenli tekrardan oluşan görsel, çizgi, nokta, simge gibi öğelerle yapılır. Bu tekrarlardan oluşan tasarımda devamlılık gösteren öğe sayesinde ritim sağlanır.



Şekil 11. 28. İKS Film Festivali



Şekil 12. 27. İKS Film Festivali

Tasarımda tarz açısından da devamlılık sağlanabilir. Buna örnek olarak her sene düzenlenen bir festivalin aynı tarzda yapıldığı bir afiş, diğer sene temel olarak tasarıma bağlı kalarak devam etmektedir. Bu bağlamda tasarımcı bir sonraki tasarımda bir devamlılık sağlamak istiyorsa tasarımın devamlılığını sağlayan öğesine dikkat etmelidir; bu bir tipografik düzenleme, logonun büyüklüğü, görsel konumu, üslubu olabilir. (Şekil 11) ve (Şekil 12) İstanbul Kültür Sanat Vakfının düzenlemiş olduğu film festivali afişleri yer almaktadır. Logonun konumu, sponsor şirketlerin logolarının düzeni, görselin kullanıldığı nokta açısından bakıldığında sene bazında tarz açısından devamlılık sağlandığı görülmektedir.

2.3.5. Oran orantı

“Eski Yunanlılar Altın Oran’ın ipuçlarını doğada bulmuşlardır. Bitkiler dünyasında (yapraklar, çiçekler, dallar), kristallerde (kar tanesi) ve birçok canlı organizmada Altın Oran ilişkilerine rastlanmaktadır.” (Becer,1999, s. 69). Doğada olduğu gibi tasarımda da uyum sağlanması gerekmektedir. Bunun için matematikten yararlanılmaktadır. Fakat bu matematiksel düzen gizlenmelidir çünkü aynı boyutta, renkte olan unsurlar tasarımda sığlaşmayı beraberinde getirmektedir. Dikkat çekemeyen tasarım izleyicide bir etki bırakmayıp izlettiremezse başarısız bir eser olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda tasarımda uyum sağlanması oran orantı düzenine bağlıdır.

“Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirme anlamına gelir.” (Becer, 1999, s.69). Oran-orantı görsel hiyerarşiyle alakalıdır. Bu alaka tasarımda büyüklük-küçüklük, uzaklık-yakınlık gibi unsurlarla sağlanmaktadır. Bu bağlamda tasarımcı hiyerarşik düzenle tasarımda hareket yaratıp izleyicinin dikkatini istediği yere çekmektedir.

2.4. Afiş Tasarımında Görsel Tasarım Elemanlarının Kullanılması

Görsel tasarım elemanları diğer tasarım dallarında olduğu gibi grafik tasarım alanında da aynı şekilde geçerlidir. Tasarımcılar kompozisyonlarını kurarken bu elemanlar doğrultusunda tasarımlarını gerçekleştirmektedir. Bazı kaynaklarda görsel tasarım elemanları ‘görsel tasarım öğeleri’ olarak geçmektedir.

2.4.1. Çizgi

Tasarımın en temel noktası olan çizgi noktaların birleşmesi ile oluşmaktadır. Derinliği, eni ve uzunluğu yoktur. Soyut bir kavram olmasına rağmen çizgi kâğıtta boyut kazanmaktadır. Kavisli, düz, kesik özelliğinde çizgiler kompozisyonda düzenlenebilmektedir. Tasarımda çizgi ritim kazandırmakta, ton oluşturmakta, yön belirtmede kullanılmaktadır.

Çizgi konumuna bağlı olarak biçimsel özellikleri vurgulamaktadır. Bu bağlamda düz bir çizgi durağanlığı yansıtırken kırık çizgiler hareket ve canlılığı yansıtmaktadır. Düz bir çizgiye göre eğri çizgi sağa sola doğru kıvrıldığından hareket hissi yaratmaktadır. “Çizgi uzunluğu, yönlendirmeyi belirlemede önemli bir faktördür.” (Arntson, 2007, s.108) Bu bağlamda aslında çizgi unsurunun izleyicilerin odak noktasını yönlendireme özelliği vardır. Bu noktada tasarım elemanlarından olan yön unsurunu da desteklemektedir.

2.4.2. Renk

Renkler ışıktan gelen üç ana renk; mavi, sarı, kırmızı ile oluşmaktadır. Işıktan gelen bu renkleri boya olarak kullanmak için pigment kullanılmaktadır. Pigment bitki ve hayvanlardan elde edilmektedir. Renk çemberinde (*Şekil 13*) kırmızı, sarı, mavi renkleri birbiriyle karıştırıldığında ara renkler olduğu görülmektedir. Bu renklere beyaz renk ilave ederek renk tonu açılmakta, siyah renk eklenirse renk koyulaşmaktadır. Sarı ve kırmızı renkleri kullanarak oluşturulan renklere sıcak, mavi renk kullanarak oluşturulan renkler ise soğuk renkler olarak adlandırılmaktadır. Tasarımda kullanılacak renkler bu bağlamda dikkat edilerek seçilmektedir.



Şekil 13. Renk çemberi

Renkler özellikle grafik tasarım alanında stratejik olarak kullanılmaktadır. Ürünlerin albenisini arttırmak amacıyla renk seçimleri ve kullanım yerleri büyük önem arz etmektedir. “Renk, insanlara farklı duygu ve davranışlar hissettirir.” (Erdal, 2013, s.7) Ana renkler ve ara renklerin insanlarda uyandırdığı fiziksel görselin dışında psikolojik etkileri vardır. Tablo 1.de görüldüğü üzere bazı renklerin insanlarda uyandırdığı duygular gösterilmiştir.

Tablo 1

Renklerin Algılanması (Odabaşı ve Barış'tan aktaran İçli ve Çopur, 2008, s.25-26).

RENK	ALGI
KIRMIZI	Güçlü, tehlikeli, heyecanlı, sıcak, şehvetli, dışa dönük
YEŞİL	Serin, sakin, doğal
MAVİ	Serin-sakin, hüzünlü, saygıdeğer, otoriter
SİYAH	Soğuk, prestijli, sofistike
SARI VE ALTIN SARISI	Lüks, zengin
PORTAKAL	Sıcak, doğal, samimi
MOR	Asalet, imparatorluk
ŞEFFAF	Temiz, saf-katıksız

Bilinçaltımız ya da ruh hallerimiz seçim duygularımızı etkilemektedir. Çoğu afiş ya da logo gibi basılı-görsel reklamlarda renklerin duygusal etkilerinden yola çıkarak materyal

oluşturulmaktadır. Bu sayede daha çok satış yapacak ya da daha fazla akılda kalan bir reklam oluşturulacaktır. Bu konuda ürünü ya da markayı yansıtacak doğru rengin seçilmesi akılda kalıcılığını arttıracaktır.

2.4.3. Doku

Doku olgusu yapay ve doğal olarak iki gruba ayrılmaktadır. Doğada görülen doku çeşitlerine örnek olarak denizdeki titreşim, yaprakların üstündeki damarlar, ağacın gövdesindeki odunsu yapı gibi birbirini tekrar eden biçimsel yüzeyler öne çıkmaktadır. Yapay olarak tasarımcı yüzeyde optik olarak doku yaratmaktadır. “İzleyicilerin gözü çizgileri takip etmektedir. Bitişik nesneleri birbirine bağlayan çizgi veya eğriyi düzgün bir şekilde göz takip ettiğinde kalıp meydana gelir.” (Arnston, 2007, s.82) Bu bağlamda tasarımcı birbirini tekrar eden çizgi ya da şekillerle oluşturmaktadır. Tasarımda dokuların kullanımı amaca uygun olarak kullanılmalıdır.

2.4.4. Biçim, şekil

Tasarımda biçim denilince akla şekiller ve biçim arasındaki ilişkiler akla gelmektedir. Şekiller çizgi, nokta gibi farklı elemanlardan oluşmaktadır. Bu elemanlarla oluşturulan şekiller tasarımda düzenlenerek biçimi etkilemektedir. Temel olarak biçim ve şekil olgusunun farkı bu noktada ortaya çıkmaktadır. Bu noktada tasarımda kullanılan şekillerin biçimle uyumlu olması gerekmektedir.

Hedef kitleyi etkilemek için kitle analizini doğru yapmak önemlidir. Grafik tasarım ürünlerinde biçim-şekil unsurunda analiz verileri ışığında oluşturmak gerekmektedir. “Trendler, tıpkı müzikte, kıyafetlerde ve yaşam tarzlarında ortaya çıkar. Yıldan yıla nasıl değiştiklerine dikkat edilmelidir.” (Arnston, 2007, s.106) Arnston’un deyimi ile hedef kitle analizi dışında, popüler kültür yansımalarının biçim unsuruna aktarılması görsel iletişimde etkili yöntemlerden biridir.

2.4.5. Ölçü

Ölçü kompozisyonları oluşturan simge, şekil, tipografi gibi öğelerin; büyüklük-küçüklük, uzunluk-kısalık gibi boyutsal özellikler ile tasarımda birlik temasını etkilemektedir. “Ölçüler büyüdükçe, etkileyicilik ve algılanırlık da artar.” (Becer, 2011, s.62) Bu noktada tasarımda göze çarpması istenilen öğeleri büyük kullanmak tasarımcının mesajını kolay iletmesine olanak sağlamaktadır çünkü ilk bakışta büyük yapıda bir biçimi görmek algılanma

oranını arttırmaktadır. Perspektifte de bize yakın duran ölçüler büyük, uzak olanlar ise küçük olarak gösterilmektedir o yüzden küçük olan nesneler genellikle daha sonradan görülmektedir.

2.4.6. Yön

Simgeler, tipografi, şekiller gibi öğeler tasarımda bulunduğu zaman hareket oluşur. Bu bağlamda hareketin olduğu yerde yön kavramı devreye girmektedir. Yön kavramı ‘belirli bir noktaya göre olan yer, taraf’ olarak ifade edilmektedir (Türk Dil Kurumu). Tasarımda kullanılan yapısal öğeler yön kavramını etkilemektedir. Tasarımda dengenin sağlanması için yönden yararlanarak tasarım alanındaki denge sağlanmaktadır. Dengenin sağlanması için tasarıma göre sağ ya da sol tarafa ağırlık verilmektedir. Tasarımda yön takibini göz yapacağı için doğru espasları kullanarak bu dengeyi sağlamak gerekmektedir.

2.5. Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler

Afiş tasarımı yapılırken tasarımcı hedef kitleye mesajı iletme kaygısı gütmektedir. Afiş görsel iletişim aracı olarak önemli bir unsur olduğu için seçilen teknik, önem taşımaktadır. Sayısal ortamda grafik tasarım çalışmalarına geçilmeden önce afiş tasarımlarını tasarımcılar malzemelerini ve tekniklerini kendileri bir araya getirerek oluşturdukları yazı, resim ve illüstrasyonları birleştirerek kâğıda yapılmaktaydı. Afiş tasarımında illüstrasyon tekniği, fotoğraf tekniği, karışık teknik, bilgisayar destekli tasarım tekniği günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır.

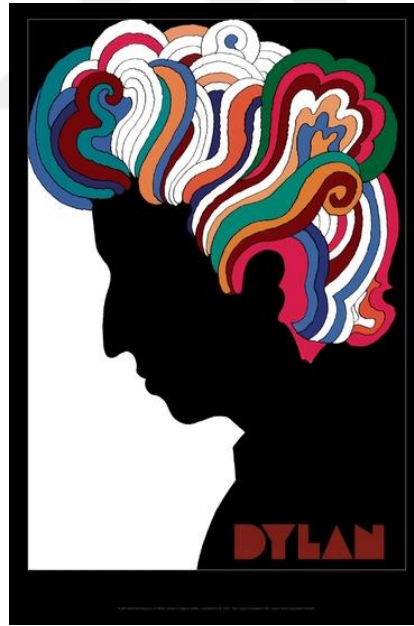
Günümüzde daha çok bilgisayar ortamında vektörel olarak çizilip baskısı alınmaktadır. Vektörel olarak hazırlanmış afişler görüntüyü bozmayarak daha büyük boyutlarda afiş tasarımları hazırlarken kolaylık sağlamaktadır. Baskı alınacak tasarım için vektörel tabanlı tasarımlar piksel tabanlı tasarımlara göre daha kullanıma elverişlidir. Çünkü vektörel tabanlı tasarımlarda görüntü ne kadar büyük olursa olsun asla pikselleşme yani görüntüde bozulma olmamaktadır. Piksel tabanlı tasarımlar ise daha çok web üzerinden kullanılacak olan tasarımlarda kullanılmaktadır.

2.5.1. İllüstrasyon tekniği ile tasarım

İllüstrasyon tekniğini uygulama konusunda birçok alternatif bulunmaktadır. Suluboya, akrilik boya, kuru boya, pastel boya gibi birçok resim malzemesi ile yapılabilen illüstrasyon, tasarımcının yaratıcı gücünü ortaya çıkartıp ilgi çekmektedir. Fakat günümüzde sayısal ortamda yapılan illüstrasyonlara daha çok rastlanmaktadır. Bunun sebebi gelişen teknolojiyle

birlikte yapılan internet reklamları olmakla beraber görüntünün bozulmadan daha büyük boyutlarda baskı alınabilmesi ve çoğaltılabilmesidir. “İllüstrasyon tanım olarak uygulamalı görüntüler, izleyiciye görsel olarak aktaran bir ‘çalışma sanatı’ olarak adlandırılır” (Male, 2007, s.5). Bazı tasarımlarda sadece metin kullanarak anlatım yapmak etkin bir mesaj iletmede yetersiz kalabilmektedir. Bu durumda tasarımı görsel kullanarak zenginleştirmek daha etkileyici sonuçlar alınmasını sağlamaktadır.

Günümüzde hemen hemen her alanda kullanılan illüstrasyon tasarımları başlangıçta sadece çocuklar için yapılmaktaydı. Fakat bu yeni tarz yetişkinlerinde ilgisini çekerek günümüzdeki yerini almıştır. “18. ve 19. yy ’da İngiltere ve Amerika’da seyahat eden illüstratör satıcılar tarafından satılan pahalı chap kitapları (dört sayfadan veya dört karttan oluşan broşürler) konuları İncil hikayeleri, kreş tekerlemeleri ve bilindik masallar gibi konuların hepsi çocuk kitap yayıncıları tarafından kabul edildi. Hikayelere özel olarak tasarlanan resimler çocuklar için tasarlanmıştı fakat hem genç hem de yaşlılar tarafından zevkle okunurdu.” (Weinstein, 2005, s.4).



Şekil 14. Milton Glaser, Bob Dylan albüm afişi, 1967

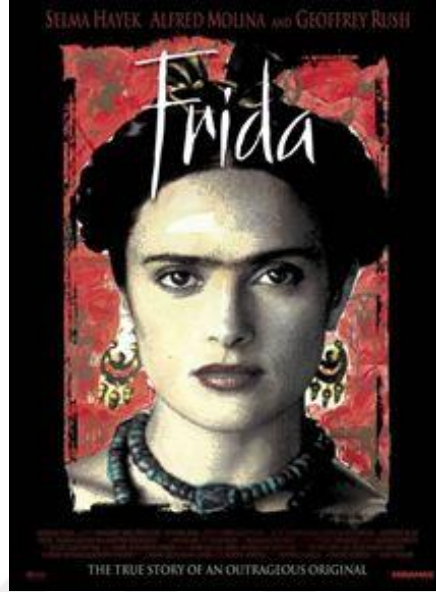
Milton Glaser 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Amerika’nın en ünlü grafik tasarımcısı olmuştur. Tasarımcı, 1967’de Dylan için son çıkardığı albümün afiş tasarımında (Şekil 14) sanatçının portresini siyah bir silüet olarak kullanıp siyah bir zemin üzerine yerleştirmiş, şarkılarındaki ritme dikkat çekmek için silüetin saçlarında rengarenk bir kontrast kullanarak afiş hareketlendirmiştir. Glaser bu afişte Bob Dylan’ın sadece soyadını kullanarak

fazla yazı kullanmaktan kaçındığı görülmektedir. “İllüstrasyon en kötü haliyle sayfa doldururken iyi bir görüntü oluştururken en iyi haliyle ise, izleyiciyi düşünmeye metinden daha çok bilgi almasına olanak sağlar.” (Crush, 2005, s.20). Bu açıdan bakıldığında metinle düzenlenmiş afişlerden daha çok illüstrasyon ile düzenlenmiş bir afişin görsel açıdan daha zengin olduğu, bu bağlamda da tek bir çizim ile yazıdan daha çok şey anlatabileceği ifade edilmiştir. İllüstrasyon tasarımları yapılırken sadelik ve soyutlama kavramlarının öne çıkarılmasının mesajı iletme konusunda daha başarı sağladığı bilinmektedir.

2.5.2. Fotoğraf tekniği ile tasarım

Afiş tasarımında fotoğraf tekniğinin kullanılması konusunda dikkat edilecek ilk unsur fotoğrafın mesajı iletebilmesidir. Bu bağlamda kullanılacak olan fotoğrafa iyi karar vermek gerekmektedir. Afiş tasarımının sade ve özgün olmasının yanında fotoğraf tekniği ile düzenlenecek bir afişte fotoğraf ölçeklerinin kullanımı dikkat çekicilikle doğrudan orantılıdır. Kompozisyonda fotoğraf ne kadar büyük ve net olursa tasarım o kadar dikkat çekmektedir. Afiş tasarımlarında kullanılan slogan ya da yazılar kısa ve öz olmalıdır, metin çoğaldıkça dikkat bozulacağı için afişin akılda kalma oranı düşmektedir. “Kompozisyon reklamcılık fotoğrafçılığında farklı bir rol oynamaktadır. Fotoğrafçı kompozisyon için reklam içerisindeki görüntünün nasıl kullanılacağını düşünmelidir.” (Prakel, 2006, s.149). Reklam afişinde kullanılacak olan fotoğrafın netliği, konumu ve ölçeği mesajı iletme konusunda büyük rol oynamaktadır.

Günümüzde fotoğraf ile yapılan afiş tasarımları genellikle bilgisayar ortamında düzenlenmektedir. Tasarımın üstüne gelecek olan yazı ya da diğer şekiller çeşitli bilgisayar programları sayesinde yapılmaktadır.



Şekil 15. Emrah Yücel, Frida film afişi, 2002

2002 yılında Şekil 15’te görülen Emrah Yücel tarafından tasarlanan film afişi Frida Kahlo’nun biyografisini konu almaktadır. Afişe bakıldığında ilk olarak merkezde ve büyük ölçek ile kullanılmış Frida’nın portresi göze çarpmaktadır. Portrenin arkasında kırmızı ağırlıklı, etnik desenli doku Frida Kahlo’nun doğduğu yer olan Meksika’yı hatırlatmaktadır. Afişin alt katmanında ise siyah bir zemin kullanılarak fotoğraf öne çıkarılmış, metin çok az kullanılmıştır. Film afişi olarak yapılan bu kompozisyonda fotoğraf yeterince büyük kullanıldığı için filmin konusu hakkında izleyicilere doğrudan bu filmin bir biyografi filmi olduğu bilgisi verilmektedir. Afişte kullanılan fotoğraf büyük ölçekli olup arkada yapılan renk kontrastıyla okunabilirliği arttırmaktadır.

2.5.3. Tipografi tekniği ile tasarım

Gelişen teknoloji ve baskı teknolojisindeki yenilikler yeni yaklaşımlarla birlikte, afiş tasarımında tipografi sadece metin olarak görülmekten çıkıp görsel tasarım nesnesine dönüşmüştür. Günümüzde tipografik karakterler görsel nesne olarak görülebilmektedir. Görsel bütünlüğü sağlayan bir tasarımda tipografinin kullanımı diğer tasarım metotlarıyla aynı kurallara bağlı olarak düzenlenmektedir. “Resim izleyene yaşattığı duygu yoğunluğu ile iz bırakırken, yazı, hem taşıdığı anlam, hem de sunuş biçimiyle etkili olmaktadır.” (Grafik ve Fotoğraf, 2011, s.3). Tipografik elemanlar rakam, harf ve noktalama işaretlerinden oluşup tasarımda birer biçim olarak kullanılabilir. 20. Yüzyıl ile gelen modernleşme süreci bu tarzın belli bir çıkış noktası olmadığını göstermektedir.

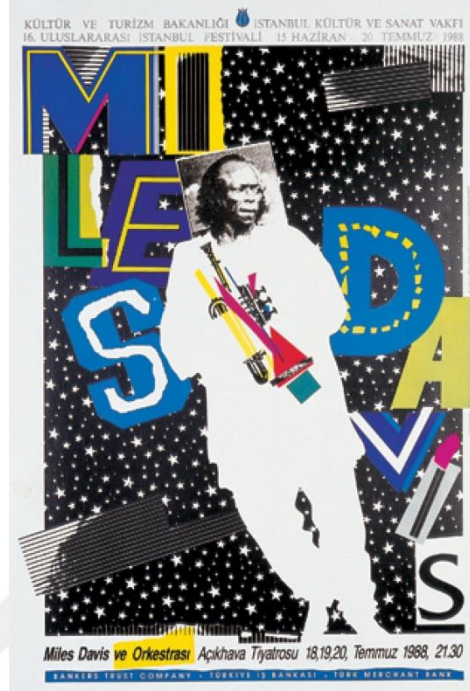


Şekil 16. Herbert Bayer, Europäisches Kunstgewerbe, 1927

Bayer'in benimsediği Bauhaus felsefesi bütün çalışmalarına yansımaktadır. Sadelik ve işlevselliği öne çıkaran bu akımın temsilcilerinden biri olan Herbert Bayer tasarımlarında serifsiz yazı stilini kullanarak işlevsel güzellik anlayışını yansıtmaktadır. Uygulamalı sanatlar sergisi için tasarlanan (Şekil 16) afiş tasarımı Bayer'in tarzını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Tasarımda mesajın önemine göre bazı yazıları büyük bazıları küçük kullanarak boyut kontrastı yaratılmıştır. Dar sütunlarda kare bloklara yerleştirilmiş serifsiz yazı karakterleriyle gözü yormadan mesajı net bir şekilde ileten afiş tasarımı, yalın bir anlatımla bütünleştirilmiştir.

2.5.4. Karışık teknik ile tasarım

Karışık teknik ile yapılan afiş tasarımları diğer tekniklere göre daha özgür bir alan olduğundan tasarımcı kendini daha fazla yansıttığı özgün tasarımlar ortaya koymaktadır. Bu teknikte birçok tekniği bir araya getirerek tasarımcı iletmek istediği mesajı daha etkili ve rahat bir şekilde anlatmaktadır. Karışık teknik ile yapılan tasarımda birden fazla boya çeşidi, çizim tekniği veya kolaj uygulanabilmekte bunların yanı sıra dijital ortamda bilgisayar kullanarak görsel ya da metin eklenebilmektedir.



Şekil 17. Sadık Karamustafa, Miles Davis afişi, 1988

Sadık Karamustafa'nın 1988 yılında tasarladığı Miles Davis konser afişi (Şekil 17) karışık teknik kullanılarak hazırlanmıştır. Arka fonda ise siyah üstüne beyaz yıldızlı bir fon kullanılmıştır. Bu yıldızlı fonun üzerinde serbest bir biçimli farklı renk ve şekillerde kullanılan harfler hareketli biçimde yerleştirilmiştir. Miles Davis'i öne çıkartmak için tasarımcı en üst katmana sanatçının illüstratif şekilde silüetini yerleştirmiştir. Kavramsal bütünlüğü öne çıkartan bu tasarımda farklı yazı biçimleri, kolaj tekniği ve illüstratif yaklaşımlar uyumlu bir şekilde bütünleşmiştir.

2.5.5. Bilgisayar destekli tasarım

Bilgisayar destekli tasarımda tasarımcının bilgisayar programlarına hakim olması gerekmektedir. Tasarım eskiz ya da taslak aşamaları oluşturulduktan sonra bilgisayar ortamına aktarılmaktadır. Bilgisayarda tasarım yapmak tasarımcılara birçok avantaj sağlamaktadır bunlardan en önemlisi kısa zamanda görseli kopyalayarak farklı varyasyonlar yapıp süreyi kısaltmaktır. Bilgisayar desteği ile fotoğrafla oynanabilir tasarıma kolayca yazı yazılabilmektedir. Bilgisayar üzerinden tasarlanan tasarımı baskı sürecini de düşünerek hareket edilmesi gerekmektedir. Bu konuda tasarımcı masaüstü yayıncılık konularına hakim olmalıdır. Programda yapılan bir tasarım eğer baskısı alınacaksa CMYK renkleri, sadece sayısal ortamda kullanılacak bir tasarımısa RGB renkleri tercih edilir. "Masaüstü yayıncılıkla uğraşanların en büyük problemlerinden birisi; CMYK renklerin baskıda ekranda

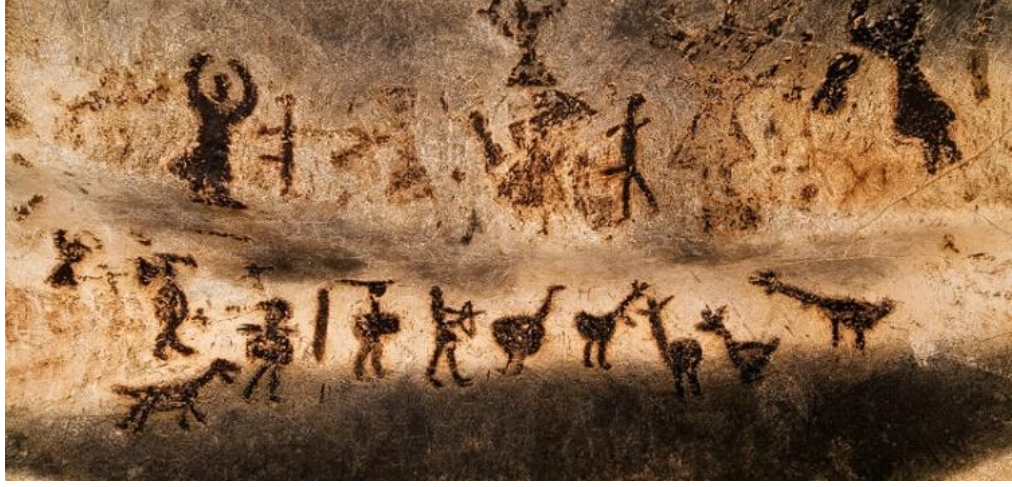
görüldüğünden farklı çıkması. Bu problemlerden birisi ofset baskının ve kağıdın fiziksel niteliğidir.” (Ölmez,1997, s.9) Tasarımın baskısının alınacağı yöntem görüntü kalitesini doğrudan etkilemektedir. Bu noktada baskı makinelerinin yeni modellerini kullanmak ve tasarımın kayıt edildiği dpi (dot per inch, inç başına düşen nokta sayısı) değerinin yüksek olması daha kaliteli baskı alınmasını sağlamaktadır.

Bu tasarım tekniği ne kadar avantajlı olursa olsun sadece bilgisayar programlarını etkili biçimde kullanmak iyi bir tasarım için yeterli olmayacaktır, aynı zamanda tasarımcının yeteneği ile tasarımın bütünlüğünün sağlanması gerekmektedir.

Günümüzde tasarımcılar hangi teknikle öne çıkarıyor olursa olsun genellikle tasarımlarını bilgisayarla düzenlemektedirler. Bu yöntemi kullanma sebepleri birçok tekniği bir arada kullanıp kolayca düzenlemek, bilgisayar programlarıyla daha pratik şekilde yapıp zaman kazanmaktır. Ayrıca günümüz eğitiminde özellikle grafik tasarım derslerinde tasarım programları öğretilmekte ve bu amaç doğrultusunda öğrenciler yetiştirilmekte, çağdaş ve yaratıcı uygulamalar kullanılmaktadır.

2.6. Görsel İletişim

İletişimde karşılıklı bilgi alışverişi ya da olay aktarımı söz konusudur. “Söz yoksa, sözlü iletişim ve sözlü faaliyet de yoktur. İnsan sözle, yazarak veya göstererek bir şey söyler, çünkü ancak bu yolla bir ilişkiyi, bir faaliyeti ve bir amacı gerçekleştirebilir.” (Erdoğan, 2011, s.68). Tarihsel sürece baktığımızda ilk toplumlarda mağara resimlerini aslında iletişim kurmak, gündelik olayları yazı dili gelişmediği için resim diliyle anlatmak olduğunu görmekteyiz. “Burada önemli olan kelimeler, cümleler ve metinler değil, gelenekler, danslar, örnekler, işlemler, giysiler ve dövmeler, yeme ve içme, anıtlar, resimler, coğrafyalar, yol ve sınır işaretleridir. Ortaklığı belli eden her şey gösterge olabilir.” (Assmann, 1997, s.149). Bu noktada görsel iletişimin aslında en eski iletişim dillerinden biri olduğu görülmektedir.



Şekil 18. Mağara resmi

Mağaralarda yaşayan insanların kurduğu bu ortak görsel dil, teknolojinin gelişmesiyle birlikte günümüz kültürüne kadar değişip gelişerek gelmiştir. Bu bağlamda evrensel olarak tanınan trafik simgeleri ortak görsel dil unsurlarına yer verilmektedir. Aynı dili konuşamayan insanlar bile bu simgelere bakarak aynı şeyi anlamaktadır. Bütün bu süreç göz önüne alındığında görsel iletişimin aslında evrensel bir dil olduğu anlaşılmakta, görsel sanatlar eğitimi dersinde bu bağlamda örtüşen uygulamalarla donanımlı eğitim verilmektedir.

Günümüzde sanat eğitime yaklaşım “sanat yoluyla eğitim” felsefesine işaret etmektedir. “Sanatta eğitim” veya “sanat yoluyla eğitim” 21. yüzyılda geçerliliğini arttırarak sürdürecektir bir varlık olarak görünmektedir. Çünkü sanatı sadece sanat yapmak için düşünmeyenler ve sanatı dar anlamda algılamayanlar, çağdaş eğitimde sanatın daha çok önem kazanacağını bilerek hareket etmektedirler. (Mercin ve diğerleri, 2019)

Bireyin gelişim sürecinde ilk önce somut işlemler (6-12 yaş) daha sonra soyut işlemler (12+ yaş) dönemi gelmektedir. Somut işlemler döneminde fiziksel olarak görülen şeyler algılamaktadır. Bu bağlamda düşünüldüğünde bireyler görsel iletişimde bu sebeple ilk olarak görsel şekilleri algılar ve anlamlandırmaya çalışır, daha sonra ayrıntılı bir şekilde inceler ve soyut olarak bilgi üretir.

2.6.1. Görsel iletişimde algı ve anlamlandırma

İnsan beyninde görme duyusu algılamadan önce gelmektedir. Görseller görüldükten sonra anlamlandırılma başlamaktadır. “Gösterge, iki yönlü bir ses, görüntü, vb. dilimidir” (Barthes, 1993, s.45). Görsel iletişimde görsellerde gösterilen göstergeler sayesinde insan

belleğinde yorumlama başlamaktadır. Gösterge ile görsel arasında bağ kurma ilişki ise anlamlandırmadır. Anlamlandırılmak istenen görsel soyut ya da somut olabilmektedir. Soyut kavramı anlatmak için, somut kavram kullanılmaktadır. Örneğin zeytin dalı simgesel olarak barışı ifade etmektedir, bu bağlamda simge kullanılarak zeytin dalına metaforik bir anlamlandırma yapılmış olmaktadır. Göstergelerin taşıdığı düz ve yan anlamlar çözülmesi dilsel ve görsel kodlarla olmaktadır. Bu kodların anlamlandırılabilmesi için çizgisel boyutta nesnelerin çağrışım yaparak bağlantılar kurması gerekmektedir.

Yaşantı boyunca birçok bilişsel ve duygusal olay yaşanmaktadır. Bunlar görsel, duyum gibi olayların dışında duygusal olaylar gibi daha karmaşık deneyimler olabilmektedir. Beyin bu süreçleri hafızada tutmakta ve birbiriyle ilişkilendirerek anlamlandırmaktadır. Psikologlara göre algılama Gestalt psikolojisiyle yakından alakalıdır. Gestalt kuramına göre birey parçaları bütün olarak anlamaktadır. “Dünyadaki anlamlar evrenini çözümlemeyi ve sınıflandırmayı amaçlayan Greaimas göstergebiliminin en belirgin özelliği, kavramsal ve biçimsel açıdan bir üstdil oluşturmastır.” (Rıfat, 2009, s.56). Greaimas göstergebilim hakkında görüşleri tüm dengeli bir birini tanımlayan bir üstdil oluşturmaktadır. Bellekteki üstdil yaşantılar sonucu göstergeleri yorumlayarak tüme varıp sonuçlandırmaktadır.

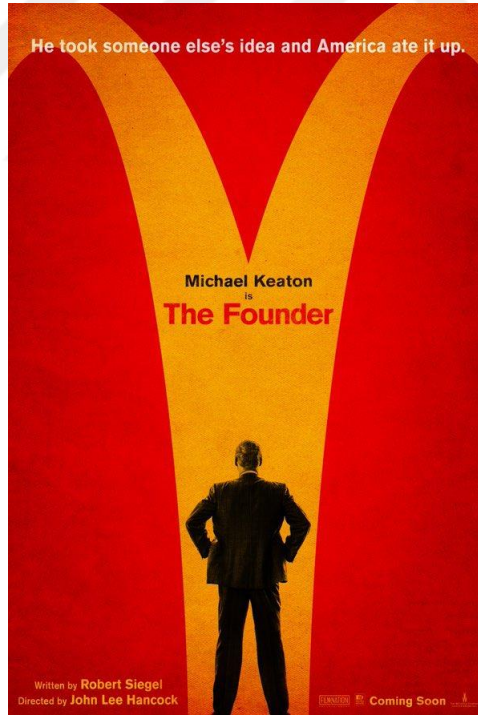
Görsel iletişimde algı ve anlamlandırma konusu psikolojik olduğu kadar toplumsal belleğe de bağlıdır. Kişisel algılar ne kadar seçici olursa olsun toplumsal normlar ortaktır. Bu bağlamda görsel iletişim nesneleri toplumsal normlara bağlı olarak yönlendirme yapabilir, kişilerin seçimlerini ya da düşüncelerini etkileyebilmektedir.

2.6.2. Görsel iletişim aracı olarak afiş tasarımı

Görsel iletişim araçlarına medya adı verilmektedir. Medyalar afiş, ambalaj, broşür, billboard gibi görsel iletişim araçlarıdır. “Görsel iletişim: sanat, fotoğrafçılık, reklam, film, televizyon, video oyunları, sosyal medya mecralarına hakimdir. Sadece bunlarla karşılaştırıldığında bilimsel metinlerde radyodan sinemaya, oyundan film müziklerine ve görüntülerden daha fazlasına hitap etmektedir.” (Garde-Hansen, 2011, s.91). Bu bağlamda görsel iletişim sürecinde gönderen ve alıcı olarak iki taraf vardır. Gönderiyi yapan taraf belirli göstergelerle alıcının istenilen mesajı almasını hedeflenmektedir. İstendik etkinin davranışa dönüşmesi için medyalarla belirli kriterlerin olması gerekmektedir. Slogan, amblem, logo, metin, görsel bu öğelerdendir. Görsel iletişimin asıl amacı kitleyi harekete geçirip samimi ve etkili bir şekilde güven vererek ikna sağlanmaktadır. Medyalar mesajı iletirken biçimsel

nitelikleri doğru kullanmalı yani alıcıyı ikna etmek istiyorsa ticari kaygıların yanında estetik kaygılarla oluşturulmuş bir ürün sunmalıdır.

Grafik tasarım alanı içinde olan görsel iletişim aracı olarak kullanılan afiş tasarımı, reklam yapılacak ürün ya da konunun belli bir algı yaratması amaçlanmaktadır. Bu noktada hedef kitlenin profiline uygun mesaj içeriği, kitleyi etkileme konuyu tanıtmaya açısından önemlidir. Grafik tasarım görsel iletişim alanıdır çünkü sözel ve görsel öğelerle tasarımda bağlantı kurmak, bu bağlamda kitlelerle iletişime geçmek temel niteliğidir. Toplum normlarının sürekli değişmesinden dolayı tasarımcı etkili bir reklam aracı için sürekli güncel bilgileri takip etmelidir, aksi taktirde hedef kitleye mesajı etkili şekilde iletemez ve yaptığı tasarım işlevselliğini yitirir. Teknolojinin gelişmesi, modanın değişimi, toplumun değişmesi gibi faktörlerle alıcıların seçimleri sürekli değişim sürecinde olduğu için grafik tasarım ürünlerini doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda tasarım eğitimi aslında bir ömür boyu devam etmekte ve güncellenmektedir.



Şekil 19. Belgesel Afişi

Afiş tasarımında görsel çağrışım yapmak tasarımcıların en büyük silahlarından. Çünkü insan sözcüklerden önce görsele odaklanır ve ilk izlenimi görsel ile edinir. Bazı simgelerin altındaki yazıyı okumadan ne olduğu anlaşılabilmektedir. Gestalt psikolojisine göre parçalanmış şekiller bütün olarak algılanmaktadır. İnsan beyni yaşanan birçok süreçteki

deneyimleri toplayarak birbiriyle ilişkilendirir, tanımlar ona göre sınıflandırarak anlamlandırır. McDonald's (Şekil 19) belgesel afişi görülmektedir, fakat yazıyı okumadan önce arkadaki kesik “m” harfi görseli sayesinde hemen akla McDonald's logosu gelmektedir. Logonun üzerindeki insan silueti afişin bir kişi ile ilgili olduğunu çağrıştırmakta, afişin üstünde küçük puntolarla yazılmış olan “O bir fikir aldı ve Amerika onu yedi” cümlesi ile afişin McDonald's şirketinin kuruluşunu anlatan bir belgesel olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 20.: WWF afiş tasarımı

Görsel iletişimde yoluyla yapılan sosyal afiş reklamlarında toplumsal hafızadan yararlanarak yönlendirme yapılmaktadır. WWF afiş tasarımında (Şekil 20) külah üstünde eriyen bir dünya görülmektedir. Toplumsal hafızalarda dondurmanın sıcaklıkta eriyeceği gerçeği aşikardır. Bu afişte küresel ısınmaya dikkat çekilmiş dondurma nesnesiyle yönlendirme yapılmıştır. Bu yönlendirmede dondurma ile metoforik bir anlamlandırma yapılmış olup, dünyanın günden güne ısındığı eğer bu gidişata dur denilmezse aynı dondurma gibi eriyeceği çarpıcı şekilde gösterilmiştir. Arkada kullanılan karanlık renk küresel ısınmanın ciddi bir boyuta ulaştığını dramatik biçimde göstermektedir. Bu bağlamda (Şekil 20) gösterilen afiş küresel ısınmaya karşı insanlara yapılan bir uyarı niteliği taşımaktadır.

2.7. Türkiye'de Afiş Tasarımı

Ülkemizde afiş sanatının gelişmesi harf devrimi ile hız kazanmıştır. Harf devriminden önce Arapça harflerle Darülbeydi için afiş yapılmıştır. Süre gelen zaman içinde harf devrimi

ile birlikte ürünler için afiş yapılmış, Osmanlı devletinin son dönemlerinde İbrahim Müteferrika'nın kurduğu matbaa afiş tasarımının ve baskının yaygınlaşması için önemli bir adım olmuştur.

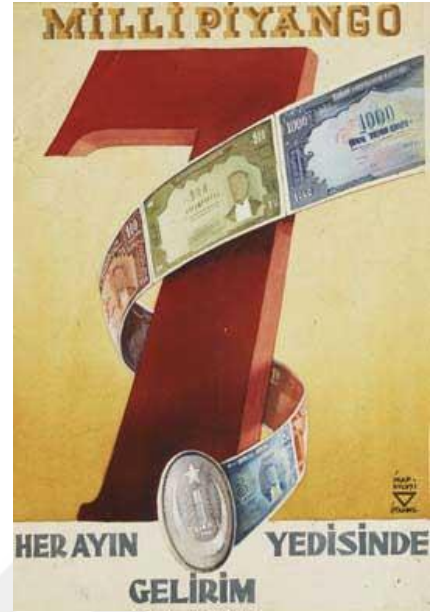
Latin alfabesi kabulünden sonra ülkemizde afiş tasarımında büyük gelişmeler yaşanmıştır. Cumhuriyetin ilan edilmesi ile birlikte yeni duyuru ve gelişmeleri tanıtmak amacıyla gazeteler ve kitle iletişim araçlarına ilgi artmış bu durum grafik tasarımın gelişmesine yol açmıştır. Bu gelişmeler sonucunda Latin alfabesi için yeni dizgicilerin yetiştirilme gereksinimi doğmuştur. Batı ülkelerinden getirilen harf kalıpları devlet matbaasında dökürüp basım için birçok harf basılmıştır.

Afiş tasarımının Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren öncüsü olan İhap Hulusi GÖREY 1898-1986 yılları arasında yaşamış Almanya'da okumuştur. Resim konusundaki yeteneğini ticari kaygılardan ötürü daha çok gazete, dergi gibi alanlarda kullanılan afiş tasarımına yönlendirip Münih'te afiş bölümüne girmiş ve Prof. Ludwing HOHLWEIN' den iki sene ders almıştır.

İhap Hulusi Almanya'da birçok teknik öğrenip kendi tarzını geliştirmiştir. "1925'te Türkiye'ye döner. Afiş üzerine yoğunlaştığı halde, Türkiye'de bu sanat dalının para getirmemesi nedeniyle, Dışişleri'nde memur olarak, bir süre çalışmak zorunda kalır." (Sarıkavak, 2005, s.129). Bir süre sonra maddi durumlara rağmen kendi atölyesini açıp serbest olarak çalışmıştır. İsmi "Akbaba" olan mizah dergisinde çizim ve afişleri yayınlanan İhap Hulusi yavaş yavaş sanat camiasında ismini duyurmuştur. 1927 yılında ilk reklam afiş siparişini "İnci Diş Macunu" firmasından almıştır. Beyaz dişleriyle sempatik bir şekilde gülen siyahi bir insan kullanarak esprili bir afiş tasarımı yapmıştır. Bu siparişle beraber mesajı kısa yoldan ifade eden bir yöntem benimseyip daha fazla sipariş almış ve grafik tasarımın alanında Türkiye'de ismini duyurmaya başlamıştır.



Şekil 21. İhap Hulusi, İnci diş macunu, 1927



Şekil 22. İhap Hulusi, Milli Piyango Afişi

Hayatının büyük bir kısmında Milli Piyango idaresi bünyesinde çalışıp 1933'ten itibaren birçok sergi açmış ve karma sergiye katılmıştır. 1959 yılına kadar en çok afiş tasarımı yapan İhap Hulusi Türkiye'de afiş tasarımının öncüsü olmuştur.

Cumhuriyet'in ilanından sonra grafik tasarım ve afiş konusunda gelişmeler hız kazanarak, 1960'lı yıllardan itibaren sanayi geliştikçe önem kazanan markaların tanıtımları ve etkinlikler afiş tasarımının Türkiye'de popülerleşmesine neden olmuştur. İhap Hulusi ve Kenan Temizhan'ın öncülüğünü yaptığı afiş tasarımı konusunda Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel, Bülent Erkmen, Sadık Karamustafa gibi sanatçılar Türkiye'yi afiş tasarımında güçlendirip günümüzdeki haline getirmişlerdir. Özellikle 1960'lı yıllardan sonra Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel afiş konusunda Türkiye'ye pozitif ivme kazandırmışlardır.



Şekil 23. Mengü Ertel, Tiyyatro Afişii, 1974



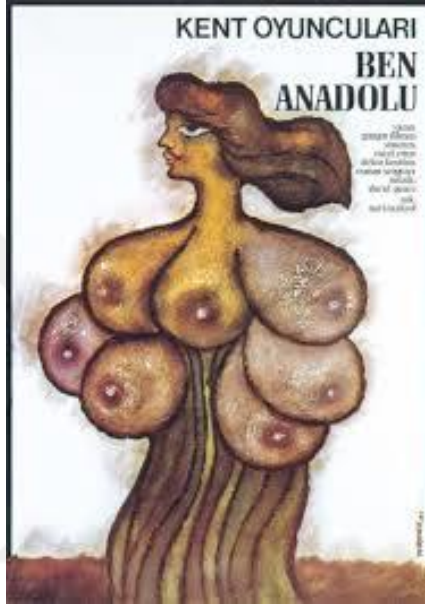
Şekil 24. Mengü Ertel, Festival Afişii, 1973

Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel'in genel olarak sosyal afiş tasarımları yaptıkları görülmektedir. Mengü Ertel'in afiş dilinde geleneksel resim metotlarını bırakıp modern bir dil oluşturmuştur. Kendine has geliştirdiği üslupla afişlerinde özgün yazı tasarımları, kolaj, gravür gibi daha birçok geleneksel ve modern tarzı birbiri ile harmanlayıp konuyu afiş tasarımı ile ilişkilendirmiştir. Moskova'da düzenlenen olimpiyat oyunları afişi (Şekil 25) soğuk savaşın etkisinin olduğu yıllarda insanları birleştiren ve aydınlatan meşale ateşinin üzerine zeytin dalı koyarak savaşın etkilerini eleştirip afiş yarışmasında üçüncü olarak uluslararası Türkiye'yi temsil etmiştir. Yurt içi ve yurtdışında birçok sergiye katılmış olan Ertel ülkesine birçok başarı ve ödül kazandırmıştır.



Şekil 25.: Mengü Ertel, Olimpiyat Afişii

Grafik sanatçısı ve eğitimci olan Yurdaer Altıntaş daha çok tiyatro afişleri ile ismini duyurmuştur. Eğitimi sırasında Mengü Ertel ile yaptığı ortak işleri mezun olduktan sonrada devam ettirmiştir. Altıntaş'ın afiş dilinde büyük lekeler kullanıp, mesajı genellikle simgesel bir yolla estetik kaygı güderek sanatsal şekilde aktarmaktadır.

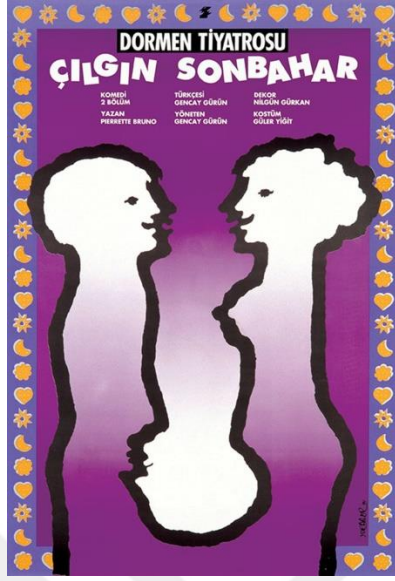


Şekil 26. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi



Şekil 27. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi

Simgesel olarak kullandığı kibebe tanrıçası; doğurganlığı, Anadolunun verimli ve üretken özelliklerini yansıtan “Ben Anadolu” isimli tiyatro afişinde görülmektedir (Şekil 26). “Benim önceliğim iyi iş üretmekti. Zaten 1960-1970 arası, Türk tiyatrosunun altın dönemi. Kenter’ler hafta sonu iki farklı oyun oynuyorlar, sabah da gelecek oyunun provasını yapıyorlar. Müthiş bir tempo. Bilet bulamıyorsun. Oyunlar arttıkça duvarlar benim afişlerimle doluyor. Elmadağ’daki tahta panolara asılı 100x140 cm. afişler, neredeyse kişisel afiş sergim gibi.” (Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, 2020). Bu ifadesiyle Altıntaş tiyatro alanında yaptığı afiş tasarımlarıyla kendi kimliğinin popülaritesini ortaya koymuştur. Ayrıca önemli ödüller kazanarak hem ülkemizde ve uluslararası camiada önemli ödüller ile ispatlamıştır. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım bölümünde bölüm başkanlığı yaptıktan sonra Eczacıbaşı’nda “Kurum Kimliği Danışmanlığı” görevini üstlenmiştir.



Şekil 28. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi



Şekil 29. Yurdaer Altıntaş, Tiyatro Afişi

1960'lerden sonra sanayileşme ve tanıtımlar afiş sanatının gelişimine hız kazandırmıştır. Grafik tasarımının öncüleri olarak Mengü Ertel ve İhap Hulusi başta olmak üzere Bülent Erkmen, Yurdaer Altıntaş, Sait Maden, Sadık Karamustafa gibi sanatçılar afiş tasarımları yapmışlardır.



Şekil 30. Sadık Karamustafa, Festival Afişi



Şekil 31. Bülent Erkmen, Sergi Afişi

Türkiye’de afiş tasarımının gelişimine bakıldığında gün geçtikçe boyutların büyüdüğü görülmektedir. Günümüzde ihtiyaca göre çeşitli boyutlarda afiş tasarımları yapılmakta, fotoğraf sanatının gelişimi ile beraber afiş tasarımında fotoğraf kullanımında artmıştır. Eskiye

nazaran baskı teknolojisi geliştiği için kolaylıkla her tür teknik ve boyutta baskı yapılabilmekte bu bağlamda daha özgün tasarımlar yapılabilir. İlerleyen zamanlarda belki görevini farklı şekilde sürdürebilir, fakat hemen hemen her alanda tanıtım için ihtiyaç duyulan bu kitle iletişim aracı görsel iletişim içinde önemli olan yerini ve önemini bu yönleriyle her zaman koruyacaktır.

2.7.1. Türkiye’de düzenlenen müzik festival afişleri

Kültürel afiş tasarımları içinde incelenen festival afişleri, düzenlenen etkinlikleri tanıtmak amacıyla yapılmaktadır. Festival afiş tasarımları etkinliğe davet amaçlı yapıldığından hedef kitleye yakın ve festival tarzına uyan bir biçimde tasarlanmasına özen gösterilmelidir. Biçimsel yönden etkinliğe davet ederken, içerik olarak festival boyunca çalan müzik grubu ya da sanatçıları duyururken biçimsel özellikleriyle bir bütün olmalıdır. Hedef kitlelerine duyuru yapan bu tarz etkinlik afişlerinin, kişilerin organizasyona katılmaları amacı hedeflenmektedir. Müzik festivali için tasarlanan afişlerde genel olarak festivalin kaçınıcı kez yapıldığı, hangi sanatçıların katılacağı, etkinlik tarihi gibi içeriklere sahiptir. Müzik festival afişlerinin tasarım aşamasında reklam yapılmasının yanı sıra sanatsal kaygı da söz konusudur. “Bu afiş türleri meraklısına organizasyon hakkında adeta bir özet sunmaktadırlar. Bu nedenle bu tür afişlerin önemi gerek yerel gerekse de ulusal anlamda kendisine her platformda yer edinmekte ve önemini gün geçtikçe artırmaktadır.” (Deliduman ve Çakmak, 2017). Bu bağlamda kültürel etkinliklerin tanıtılmasında rol oynayan afiş tasarımları toplumsal hayatta yerel ve ulusal anlamda kültürel değerleri yansıtmaktadır. Festivaller birçok insanı bir araya getirmekte, bu sayede yurtiçi ya da yurtdışı turizme katkı sağlamakta aynı zamanda oraya gelen insanların da şehirdeki öğren yerleri, müze, sergi gibi değerlerini tanıma fırsatı sağlanmaktadır.



Şekil 32. Zühal Bakır, Ankara Müzik Festivali Afişi, 2019

Ankara’da düzenlenen uluslararası müzik festivali için yapılan afiş tasarımı farklı enstrümanlar illüstratif biçimde çizilmiştir. İllüstrasyon tabanlı afiş uygulamaları günümüzde gittikçe popülerleşmektedir. Çok renkli olarak yapılan afiş tasarımı biçimler net ve sade olarak görülmekte bu doğrultuda mesajı net olarak iletmektedir. Enstrümanların soyut biçimlerde kullanılması ve canlı renklerin kullanılmış olması dinamizmi çağrıştırmaktadır. Bu afiş tasarımı nesneler vektörel olarak bilgisayar desteği ile yapılmıştır. Sevda Canep ve müzik vakfı son yıllarda bu festival için afiş tasarım yarışması düzenlemektedir. Zühal Bakır tarafından yapılan afiş tasarımı (Şekil 32) birinci olarak 2019’da düzenlenen Ankara Müzik Festivali afişi olarak kullanılmıştır.



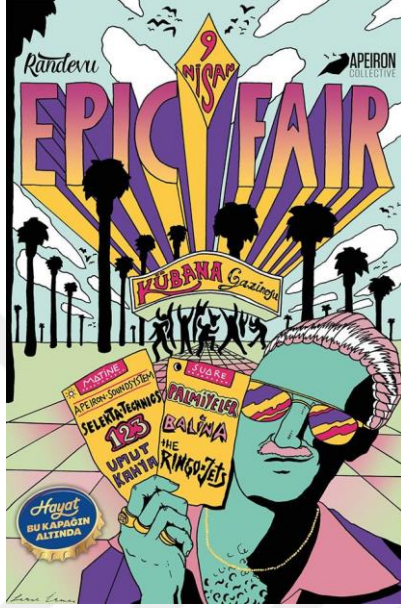
Şekil 33. Fırat İtmeç, Müzik Festivali, 2015



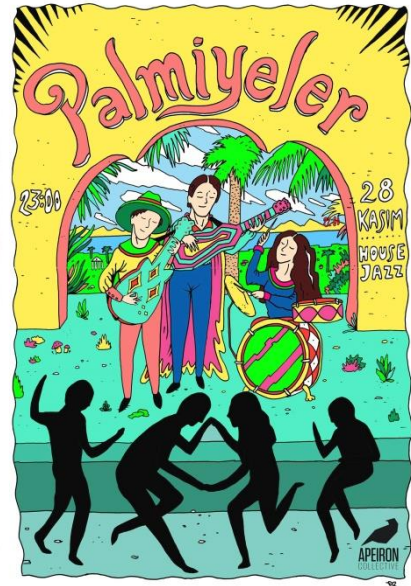
Şekil 34. Fırat İtmeç, Müzik Festivali, 2017

Genel olarak alternatif müzik festivalleri için afiş tasarımları yapan Fırat İtmeç’in afiş illüstrasyon tarzı çok belirgindir. Agresif resim diliyle renklendirdiği tasarımlarında farklı font seçimlerinin yanında ayrıntılı imgeler kendini göstermektedir. Kendi tarzını ifade ederken İtmeç “İşlerimde çırpınışlarım, hüznülerim ve serserilikler odaklı çıkıp, uzaktan bakıldığında gençliğin uzak olmadığı ortak sorunlara ve bağımlılıklara işaret eder, hikayelerden oldukça beslenirim.” (İtmeç, 2019) ifadesini kullanmaktadır. Bu bağlamda kendi tarzını toplumla harmanlayarak ortaya çıkarttığı işleri albeni yaratmakta, festivallerin tanıtılmasında farklı tarzı dikkat çekmektedir. Yaptığı afişlerde estetik kaygının yanında, müzik festivalinde yer alan sanatçıların müzik tarzlarına uygun olarak düzenlenmiş tasarımlar görülmektedir. İzmir Kültürpark’ın simgesi niteliğini taşıyan (Şekil 34)’teki afişte göze çarpan palmyeler festival alanının özelliğidir, aynı zamanda palmyeler İzmir Kültürpark’ın simgesi niteliğini

taşımaktadır. Kollarını açmış dansöz iki eliyle eteğinin kumaşını tutmakta, tuttuğu yerlerden sağ kısımda güneş, sol kısımda ay vardır buradan altta yazan sanatçı isimlerinin gündüz ve akşam olarak iki kanada ayrılmıştır. Konuk sanatçıların yazı tiplerinin farklı oluşu afişe hareket katmaktadır. Bu özelliği sanatçının çoğu tasarımında görülebilmektedir.



Şekil 35. Fırat İtmeç, Festival Afişi, 2016



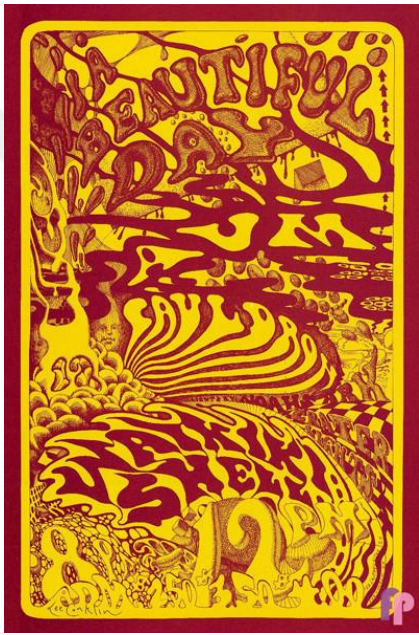
Şekil 36. Fırat İtmeç, Konser Afişi, 2015

Müzik festivalleri için yapılan afiş tasarımlarında festivalin tanıtılmasının yanında, ücretli festivallerin pazarlanması da hedeflenmektedir bu yüzden festivali düzenleyen nicel ya da tüzel kişilerin tasarıma ayırdıkları bütçelerde tasarımların niteliğini etkilemektedir. “Kitle iletişim araçları, diğer bütün üretim faaliyetlerinde olduğu gibi, belli üretim ilişkileriyle maddi bir ürün sunarken, bu ilişkilerin ve sunuşun bilincini de sürekli üretir.” (Erdoğan, 2011, s.366). Bu bağlamda kitle iletişim araçlarından biri olarak afiş tasarımı üretilirken bilinçli şekilde hedef kitlenin tarzına göre sunulmaktadır. Ürünün sunuş şekli ürünün değerini ve satış miktarını etkileyebildiği için festival afiş tasarımlarında kitleye özgü tasarımlar yapılmaktadır.

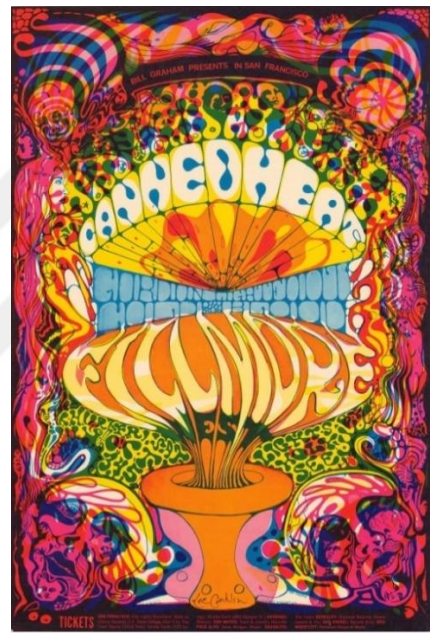
Türkiye’de düzenlenen müzik festivallerinin ortak özelliği en başta etkinliğin mikro düzeyde tanıtımını yapmak, makro düzeyde ise festival düzenlenecek olan şehrin tanıtılması ve turizm konusunda gelir elde etmektir. Bu sebeple festival afişlerinin ilgi çekici olması, şehir simgelerinin kullanılması ortak özellik olarak görülmektedir.

2.7.1.1. Uluslararası alanda düzenlenen festival afişleri

Uluslararası festival afişi örneklerine bakıldığında Türkiye’de yapılan festival afişi tasarımları ile ortak noktalar görülmektedir. Bunun sebebi görsel dilin ortak olmasından kaynaklanmaktadır, konuşma dilinin aksine görseller insanların üzerinde ortak şeyler yansıtmakta aynı dili konuşmayan insanlar bile bir resme ya da tasarıma baktığında ortak duygular hissedebilmektedir. Festival afişlerinin tasarımında müzik tarzı ön planda olmaktadır. Müzik ve resim evrensel bir dildir.



Şekil 37. Lee Conklin, Festival Afişi, 1969

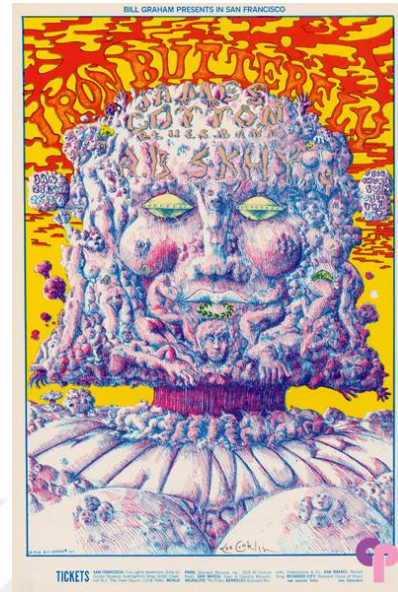


Şekil 38. Lee Conklin, Festival Afişi, 1968

Örneklerde görüldüğü üzere saykodelik müzik festivallerinin yıllar önce belli bir grup tarafından benimsenmekteydi. “1960’larda hippie kültürü Amerika ve tüm dünyaya hızla yayıldı ve o dönemin genç nesilleri tarafından dikkat çekildi.” (Jony, Islam, Tabassum, Jhumu ve Nizam 2017). Hippiler genellikle müzik, cinsellik, barış gibi ifadelerle benimsenmiştir. Özgürlüklerine düşkün olan bu tarz kişiler komün hayatı yaşarlar ve tarımlar uğraşmaktadırlar. Bu tarzla özdeşleşen saykodelik müzikler hippiler tarafından ilk olarak benimsendi ve günümüzde bu tarz popülerliğini hala korumaktadır.



Şekil 39. Lee Conklin, Festival afişi, 1968



Şekil 40. Lee Conklin, Festival afişi, 1969

Lee Conklin'in saykodelik müzik festivali için tasarladığı afişlerde, saykodelik tarzı klasikleşmiş bir formatta bize sunmaktadır. Bu klasikleşmiş form imge içine yerleştirilmiş yazılar imgenin hareketine göre yönlendirilmiştir. Eskiden genellikle hippilerin benimsediği bu müzik tarzında devamlı elektronik bir ritim vardır. Devamlı olan ritim hızını afişlerde yansıtmak için hareketli yazım şekli kullanılmıştır. Fazla renk ve imge kullanımı saykodelik tarzın en belirgin özellikleri olmakla beraber, bu müzik tarzıyla yapılan festivallerde ayrıntılı görseller sık sık kullanılmaktadır. Bu özelliklerin yanı sıra her festival afişinde olduğu gibi tarih, konum, konuk sanatçılar gibi festival ile ilgili bilgiler afiş üstünde yer almaktadır.



Şekil 41. Asuka Watanabe, Festival Afışı.



Şekil 42. Asuka Watanabe, Festival Afışı

Örnek olarak gösterilen Fuji Rock Festival afişleri (Şekil 41-42) 2017 yılına aittir. İlk afişte (Şekil 41) daha ayrıntılı biçimde verilmiş olup günlerine göre hangi grupların sahne alacağını gösterdiğinden dolayı daha fazla yazı bu afişte görülmektedir. Diğer afişte ise (Şekil 42) daha genel olarak tanınan sanatçıların sahne alacağını duyuran, festivalin genel olarak reklamını yapan bir afiş tasarımı görülmektedir. Bu iki afişte aynı seneye ve sanatçıya ait olduğu için tasarım tarzları aynıdır. Mavi arka planın üstüne çeşitli renk ve biçimlerde yapılan bitki illüstrasyonları ile ormanda yaşayan yılan, iguana gibi hayvanların resmedilmesinin nedeni bu festivalin rock festivali olmasının yanında ormanda düzenleniyor ve aynı zamanda bu ormanda festival süresince kamp yapılabiliyor olmasından kaynaklanmaktadır.

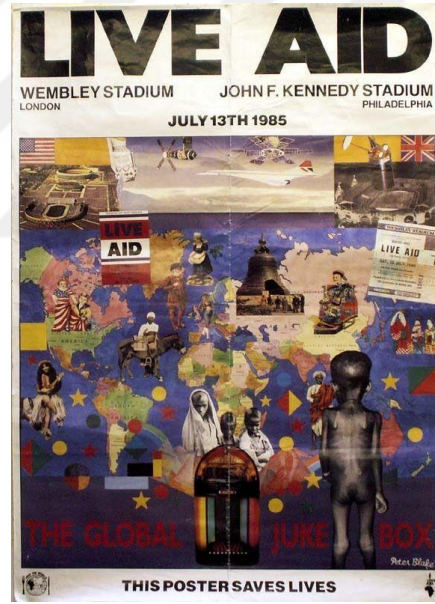


Şekil 43. Asuka Watanabe, Festival Afışı



Şekil 44. Asuka Watanabe, Festival Afışı

Fuji Rock Festivali'nin afiş tasarımları ve genel olarak kurumsal kimlik tasarım çalışmalarını yürüten tasarımcı Asuka Watanabe'dir. 2019'da düzenlenen Fuji Rock Festivali için yaptığı afiş tasarımlarında Japon kültürü esintileri vardır. Festivalin isminden anlaşılacağı üzere Fuji dağını afişlerine yansıtan tasarımcı aynı zamanda (Şekil 43) ayrıntılı şekilde hangi tarihte hangi sanatçıların sahne alacağını göstermiştir. Fuji dağının illüstrasyonu (Şekil 44) Japonya bayrağını anımsatan bir tarzda yuvarlak bir şeklin içinde sade ve renkli bir şekilde güneşli bir günü betimleyerek yer almaktadır. Onun hemen altındaki şekiller ise gezegenler ve aydır. Bu da festivalin hem gündüz hem de gece devam edeceğini kişilere hatırlatmaktadır. Festivalin logosuna bakılacak olursa büyüklüğü ve şekli her afişte aynıdır ve her afişte kullanılmıştır. Festivalin logosuna bakıldığında büyük harflerle "FUJI" yazıldığı görülmektedir fakat bu harfler özel font seçimi ve yan yana gelişiyile dağ şeklini imgelemektedir.



Şekil 45. Peter Blake, Festival Afişi, 1985

Etiyopya'da ki açlığa yardım için 13 Temmuz 1985'te Amerika'da düzenlenen Live Aid festivaline; Queen, Duran Duran, Madonna, Led Zeppelin, Dawid Bowie gibi dönemin birçok ünlü sanatçısı yardım girişimi için festivale destek olmuştur. Konser biletlerinin tamamı ve konser esnasında canlı telefon bağlantılar üzerinden toplanılan bağışları yardım fonu için kullanılmıştır. "Live Aid'in başarısına bakın. Doğru organizasyonla fonun kaçak avlanma ve hükümet politikalarında bir değişiklik olmasına yardımcı olmak için etkinlikler fayda sağlayabilir." (McDermott, 2002, s.303). Live Aid topladığı yardımla ve unutulmaz

performanslarla müzik festivalleri arasında en büyük festivallerden biri olarak kabul edilmektedir.

Live Aid'in afişi incelendiğinde dünya haritasının üzerindeki kolajlar göze çarpmaktadır. En önde duran siyahi ocuk zayıflığıyla dikkat çekmektedir, yardım festivali olduğu için en önde zayıf çocuğun bulunması etkileyici bir etkidir. Etkinlik afişinde sol üst köşede ABD, sağ üst köşede İngiltere bayrağı bulunmasının nedeni festival aynı anda iki yerde düzenleniyor olmasından kaynaklanmaktadır. Tam orta yukarda yer alan uydu görüntüleri festivalin canlı yayınla televizyonda gösterilecek olduğunu göstermektedir. En altta büyük harfler ile "The global juke box." cümlesi küresel çapta bir festival olduğunu tekrarlamaktadır.

Müzik festival afişlerine bakıldığında müzik tarzı afiş görsellerini oldukça etkilediği görülmektedir. Yıllar geçtikçe teknoloji geliştiğinden bilgisayar destekli tasarımlar daha çok yaygınlaşmaktadır. Türkiye ya da yurtdışında düzenlenen müzik festivali afişlerine bakıldığında birçok benzer nokta vardır. Müzik tarzına uygun görseller, festivalin düzenleneceği konumda bulunan önemli simgeler, etkinliğin nerde ve ne zaman yapılacağı gibi özellikler başlıca festival afişlerinin ortak noktalarıdır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Kayıtlı belgelerin toplanarak 2018- 2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir’de düzenlenen müzik festivali afişlerinin grafik tasarım elemanları yönünden incelenmesi ve bu bağlamda incelemede kullanılan kriterlerin grafik tasarım eğitimindeki yeri ve önemini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

3.2. Evren / Örneklem / Çalışma Grubu /

Araştırmanın evrenini 2018- 2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir’de düzenlenen müzik festival afişleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda incelenen afişler doğrultusunda afiş tasarımının grafik tasarım eğitimine olan katkısı değerlendirilmiştir.

3.3. Veri Toplama Süreci ve Araçları

Veri toplama sürecinde literatür tarama yöntemi kullanılmış; konuyla ilgili kitaplar, süreli yayınlar, internette yayınlanan güncel kaynaklardan araştırmalar yapılmış, var olan ilgili makale ve tezler incelenerek gerekli bilgilere ulaşılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen bilgiler grafik tasarım unsurları çerçevesinde 2018-2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir’de düzenlenen müzik festival afiş tasarımları arasında nasıl olmalı konusu üzerinde inceleme yapılarak ulaşılmıştır. Bu incelemeler grafik ilke ve elemanları ışığında:

Çizgi: Hareketli, kesik, kıvrımlı, yatay, dikey, durağan, yalın, diyagonal

Renk: Sıcak, canlı, ana, pastel, soğuk, sepya

Doku: Taklit, yapay, doğal

Biçim: İllüstrasyon, fotoğraf, bilgisayar destekli tasarım, tipografi, karışık teknik

Yön: Merkez, yukarıdan aşağı, sağ, sol

Bütünlük: Eksen hizalama, tema, tipografi, çizgi, doku, biçim

Denge: Simetrik, asimetrik

Vurgu: Tema, simgeler, merkez, tipografi, görsel öğeler

Ritim: Dinamik, görsel tekrar, durağan, renk, biçim, çizgi, hareketli

Oran-orantı: Dengeli, değişken, hiyerarşik, durağan

kriterleri doğrultusunda değerlendirilerek sonuca ulaşmak hedeflenmiştir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda grafik tasarım eğitimi veren okullarda afiş tasarımı konusunun grafik dersinde tasarım ilke ve elemanları doğrultusunda gösterilmesinin öğrencilere katkısı değerlendirilmiştir.

3.5. Araştırmacının Rolü

Verilerin toplanması ve analiz süreci içerisinde 2018-2019 yılları arasında düzenlenen, İstanbul ve İzmir’de düzenlenen müzik festival afişleri doğrultusunda 15 afiş tasarımı öncelikle betimsel analizi yapılmış sonrasında, tasarım ilke ve elemanları doğrultusunda incelenerek; çizgi, renk, doku, biçim, yön, bütünlük, denge, vurgu, ritim, oran-orantı kriterleri ışığında bütünleştirilerek tablolaştırılmıştır. Araştırmacı, ilgili afişler doğrultusunda yurtiçi kaynaklara erişebilmiş, ilgili afişlerin grafik tasarım eğitiminde afiş tasarımı konusunun yeri ve katkısı hakkında detaylı açıklamalar yapmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1. Grafik Tasarım İlke ve Elemanlarına Göre Afiş Tasarımı Nasıl Olmalıdır?

Grafik tasarımın temel ilkeleri bütünlük, denge, vurgu, ritim ve oran orantıdır. Bu bağlamda denge simetri- asimetri gibi yerleştirme ile alakalı iken, bütünlük kompozisyonda ki genel uyumla ilgili, ritim ise; şekil, renk, doku, çizgi gibi elemanların tekrarlanıp kompozisyona hareket katarken, vurgu tasarımda istenen olguyu öne çıkartmaktadır. Grafik tasarım elemanları ise çizgi, renk, doku, biçim, ölçü, yön olarak belirlenmiştir. Grafik tasarım ilke ve elemanlarının tasarımın afiş tasarımı aşamasında, doğru bir kompozisyon kurulmasında yardımcı olmaktadır. Bu tasarım aşamalarını uygulayarak tasarımda bütünlüğe ulaşip etkili afiş tasarımı yapılabilir. Afiş tasarımı yapılırken kompozisyonu düzenleme sırasında tasarımcının en önemli amaçlarından birisi mesajı iletip ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Görsel dili kullanarak izleyiciye afiş yoluyla aktarılacak istenen mesaj, görsel elemanlar ve ilkelerinin doğru kullanımıyla daha etkili olacaktır. Bu bağlamda tüketiciye ulaşan etkili bir afiş oluşturmak için tasarım ilke ve elemanlarını kullanmak gerekmektedir.

Her kompozisyonun belirli bir ritmi vardır. Ritim noktaların çoğalmasıyla artmakta, azalmasıyla durağanlaşmaktadır. Fakat kompozisyonun dengelenmesi için oranlar iyi ayarlanmalıdır. Örneğin çok hareketli bir kompozisyon oluşturulmak istendiğinde mutlaka izleyiciyi rahatlatacak boş alanlar da kullanılmaktadır. Boş alanlar kompozisyonu dengelediği gibi verilmek istenen mesajı da daha fazla ortaya çıkartarak vurgunun kuvvetlenmesini sağlamaktadır.



Şekil 46. Juan David Ospina Castrillon, Piyano Festivali

Afiş tasarımı yapılırken tasarım elemanlarının çoğu kullanılmaktadır. Örneğin Şekil 46’ da görülen piyano festivali afişinde zıtlık(kontrast) ögesi afişte siyah ve gri zemin kullanılarak yakalanmıştır. Zıtlık, pozitif negatif alan kullanımı oranıyla dengelenmiş tasarım ilkelerinden olan denge unsuru kullanmıştır. Bu zıtlık kullanımı sadece afişin genel renkleri ile yakalanmamış aynı zamanda görselin altındaki yazı ile de kullanılmıştır. Yazıların boyutları aynıdır fakat kelimelerin bazıları daha koyu bazıları ise açık olarak kullanımıyla tasarım öğelerinden zıtlık ve vurgu aynı anda kullanılmıştır. Vurgulanmak istenen mesajı içeren kelime daha koyu renk ile gösterilmiştir. Böylece vurgulanmak istenen kelime daha çok öne çıkmakta mesajın dikkat çekmesini sağlamaktadır. Böylece tasarımcı simetrik denge sağlamıştır.

Açık alanların koyu alanlardan daha fazla olduğu bu afiş tasarımında genel olarak sade karmaşadan uzak bir tasarımdır. Ton geçişleri yoktur bunun yerine keskin çizgilerle belirlenmiş alanlar mevcuttur. Bu bağlamda arka planın pozitif gri tonunun kullanılması tasarımın oldukça sade olmasını sağlamıştır. Tasarımın sade olması, seyircinin odak noktasına yönelmesini sağlamaktadır. Afişin merkez konumunda olan görsel, afişin diğer elemanlarına göre daha büyük ölçekte kullanılmıştır. Ana enstrümanı piyano olan bu festivalin odak noktasında yer alan simgesel bir şekilde betimlenmiş piyano çalan bir insan vardır. Bu görsel aynı zamanda göz biçiminde sembolleştirilmiştir. Bu bağlamda simgenin hem göz hem de piyano çalan kişiyi betimlemesi afişe ikinci bir anlam katmaktadır. Tek bir görselin iki anlamda betimlenmesi izleyici tarafından oldukça ilgiyi arttıran bir unsur olmaktadır. Afiş

tasarımı ne kadar dikkat çekici olursa reklamı yapılan unsura o kadar ilgi artmakta ve istenen tanıtım gerçekleştirilmiş olur.



47. şekil. Geray Genç, İstanbul Müzik festivali, 2020

Geray Genç'in İstanbul müzik festivali için düzenlediği afiş tasarımına bakıldığında ilk göze çarpan öge çiçek ve yapraklarla oluşturulmuş müzik notasıdır. Bu nota simgesinin arkasında yer alan çizgiler nota çizgisini oluşturmaktadır. Arka planın gri olması bu simgeleri daha çok vurgulayıp afişin boşluk değerlerini dengelemiştir. El yazısını anımsatan yazı stili afişe hareket kazandıran bir diğer olgudur. Açık zeminin üstünde koyu olarak kullanılan afişin sol üst kısmında yer alan bilgilendirme kutucuğunda mor siyah ve beyaz renkler kullanılarak, etkinliğin ne zaman düzenleneceği ve hangi kurumun etkinliği düzenlediği bilgisi verilmektedir. Aynı zamanda bu kutucuğun hemen sol tarafında etkinlik tarihi beyaz renkte yazılmıştır.

Görsel bütünlüğü sağlamış olan bu afiş tasarımında tasarım ilke ve elemanları göz önünde bulundurulduğunda çiçeklerin oluşturduğu nota ve altındaki çizgilerle oluşturulmuş nota sütunu bütünlüğü sağlamıştır. Arka planın gri kullanılmasıyla beraber tasarımda boşluk sağlanmış, hareketliliği azaltarak dengelemiştir. Tekrar eden çiçek ve yapraklar afişte ritmi sağlamış, aynı zamanda bu çiçeklerin altında yer alan çizgilerle ritim desteklenmiştir. Yaprak ve çiçeklerin dokusu bize canlılığı ve hareketi hissettirmektedir. Aynı şekilde kullanılan yazı stilli de hareketli olduğu için dinamik ve canlılık hissi sağlamaya yazı stilinde de devam

etmektedir. Asimetrik olarak düzenlenmiş bu afiş tasarımında renk tonlarının sıcak kullanılması, yazı stiline el yazısı olarak seçilmesi afişte nostaljik bir etki yaratmaktadır.

Görüldüğü gibi tasarım ilke ve elemanları grafik tasarımda önem taşımakta ve sadece afiş tasarımında değil hatta bütün grafik tasarım ürünlerinde kullanılmaktadır. Çünkü tasarım ilke ve elemanlarını kullanmadan tasarım yapılamamaktadır. Bu öğelerin doğru kullanımında ortaya çıkan tasarım diğer tasarımlara göre daha etkileyici olacaktır.



4.2. 2018-2019 Yıllarında İstanbul'da Düzenlenen Müzik Festival Afiş Tasarımlarına Bakış

4.2.1. 2018 yıllarında İstanbul'da düzenlenen müzik festival afişleri

Chill- Out Festival Afişi, 2018 (No:1)



Şekil 48. Chill- Out festival afişi, 2018

Afişin Genel Betimlemesi: İstanbul'da düzenlenen Chill-Out müzik festival serisinin 2018 yılına ait olan afiş tasarımı yatay olarak düzenlenmiş olup merkezinde yer alan metinler hangi şarkıcı ya da müzik gruplarının sahne alacağı bilgisini göstermektedir. Afişin renklerine bakıldığında çeşitli renklerde ve nostaljik tonlarda olduğu görülmektedir. Afiş ne kadar İstanbul'da düzenleniyor olsa da etkinlik tarihinin İngilizce dilinde yazılmış olması göze çarpmaktadır. İstanbul'da farklı ülkelerden gelen ve orda yaşayan birçok turist bulunduğu göze alındığında evrensel dil olarak kabul edilen İngilizce afiş tasarlanarak uluslararası müzik severlere hitap etmek amaçlanmıştır.

Chill-Out müzik festival afiş tasarımında 3 boyutlu illüstrasyon tekniği kullanılmıştır. Afişin en alt kısmında boydan boya krem renkli şerit üzerinde yer alan çeşitli logolar festivalin kurumsal sponsorları hakkında bilgi vermektedir. Sağ ve sol tarafta bordo perdeler yer almakta, perdelerin üstünde farklı hareketler yapan iki tane kukla figürü konumlanmaktadır. Perdelerin hemen yanlarında iki tane fil hortumlarını kaldırmış halde görülmektedir. Fillerin başında yer alan eşarpların rengi ise sol taraftaki filin mavi, sağ tarafta yer alan filin ise yeşildir. Sağ taraftaki filin arka tarafında yer alan deve ve aslan figürünün yanı sıra bir şato görülmektedir. Sol tarafta yer alan yeşil eşarplı filin hortumunda kelebekler uçuşurken hemen arkasında yeşil şapkalı bir leopar vardır. Leoparın arkasında yer alan şato kısmen görünmekte, bunun yanı sıra sağ tarafta yer alan şatodan farklı olarak görülmektedir. Afişin orta kısmında sponsorların bulunduğu şeridin hemen üstünde ise etkinliğin düzenlendiği İstanbul şehrinin

siluet dokusu olan ve kültürler arası birliğin simgesi olarak ünlü Süleymaniye Camii ve Ayasofya yer almaktadır. Afişin arka planında ise gökyüzünün gündüz olduğu bir hava hakimdir.

İllüstrasyon tekniğiyle yapılan bu afiş tasarımı; nostaljik, dinamik, sirk temasında yapılmış karmaşık yapıda bir tasarımıdır. Hareketli tasarım dilini benimseyerek gençlere hitap eden bu müzik festivali afiş tasarımı, karmaşık fakat hedefe uygun yapıda oluşturulan bir tasarımıdır. Tasarım sirk temasında olan bir afiş olduğu için karmaşık yapıdadır.

Tablo 2

2018 yılında düzenlenen Chill-Out Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Hareketli çizgiler
Renk	Sıcak renkler
Doku	Doğal, yapay ve taklit dokular
Biçim	İllüstrasyon tekniği ile düzenli biçim
Yön	Merkez

Hareketli çizgilerle kullanılan imgeler afişe dinamik bir enerji sağlamaktadır. Çizgilerle betimlenen imgelerin dışında dinamizmi sağlayan diğer önemli eleman ise kullanılan çeşitli oryantalist renklerle yansıtılan çöl iklimi dokusudur. Renklerin nostaljik kullanımı ve çöl iklimini temsil eden imgelerle oluşturulan afişin dokusu izleyicilere sirk izlenimi yansıtmaktadır. Fillerin, binaların, perdelerin dokusu gerçekçi bir üslupla yapılmıştır. İllüstrasyon tekniğinde yapılan afiş tasarımı imgeler durağanlıktan uzak hareket halindedir. Hareketli formdaki filler afişin sağ ve sol tarafında birbirlerine paralel olarak konumlanmıştır. Bu hareket afişte yer alan diğer imgelerde de farklı boyut ve biçimlerde görülmeye devam etmektedir. Farklı ölçülerde konumlanan imgeler afişte dengeyi, ritmi, dinamizm ve devamlılığı sağlamış, izleyicinin dikkatini bir bağlamda büyükten küçüğe doğru kullanılan imgeler ile orta noktaya çekmiştir. Afiş yönünün merkezde olmasının bir diğer sebebi ise bütün hayvan figürlerinin simetrik konumu açısından bakış noktalarının orta kısma yönelmiş olmalarıdır. Aynı zamanda dikkatin afişin merkezine çekilmiş olması izleyiciyi sahne alacak bireylerin isimlerinin yer aldığı yazı kısmına yönlendirmektedir.

Tablo 3

2018 yılında düzenlenen Chill-Out Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Eksen hizalama ve renkler
Denge	Simetrik
Vurgu	Sirk teması ve merkez
Ritim	Görsel tekrar, düzenli biçim, simetri
Oran-Orantı	Dengeli

Afişin her iki yanında yer alan perdeler, filler ve çeşitli figürler benzerdir ve figürler bu şekilde konumlandırıldığı için afişte bütünlük sağlanmıştır. Bütünlüğü sağlamak için konumlanan bu öğeler denge açısından afişin simetrik bir tasarım olmasını sağlamıştır. Aynı zamanda iki tarafta yer alan görsel öğeler simetrik olarak düzenlendiğinden dolayı izleyicinin afişin orta noktasına yönlendirerek dikkati merkeze çekerek vurgu yapmaktadır. Afişte farklı görseller, oryantalist renkler ve hareketli çizgiler düzeni simetrik olmasına rağmen hareketlendirmiş ritmi sağlamıştır. Festival sponsorlarının yer aldığı şerit içerisinde kurumsal logolar tasarımda bütünlüğü bozmayacak şekilde aynı oranda paralel olarak dizilmiştir. Tasarım ilkeleri içerisinde yer alan oran-orantı kavramını aynı zamanda afişin ortasında bulunan sanatçıların yazıldığı sütunda da görülmektedir. Burada yazıların büyük ve küçük ölçülerle dengelenerek kullanılması afiş içerisindeki hiyerarşiyi vurgulamaktadır. Yazı unsuru bold olarak kullanılmış olması aynı zamanda okumayı kolaylaştırırken, stilin tırnaksız olması gençlere yönelik çağdaş stilde kullanıldığını göstermektedir.

Red Bull Müzik Festival Afişi, 2018 (No:2)



Şekil 49. Red Bull Müzik Festival afişi, 2018

Afişin genel betimlemesi: Red Bull markasının her sene İstanbul’da kendi adı ve sponsorluğu altında düzenlediği Red Bull Müzik Festivali dizisinin 2018 yılı afiş tasarımı (Şekil 49) görülmektedir. Arka planı genel olarak mavi, mavi geçişli arka planın üstünde beyaz damlacık şeklinde çeşitli büyüklüklerde düzenlenen imgeler yer almaktadır.

Afişin merkezinde hem dışı hem içi gözüken dikdörtgen bir müzik kutusu yer almaktadır. Kutunun dış yüzeyi kırmızı olmakla beraber; kutunun üst katına doğru müzik kutusunun çevirme kolu, alt katının dış yüzeyinde ise hoparlörle beraber nesnelerin etrafındaki kısa çizgilerle müzik geliyor hissiyatı hissettirilmiştir. Bu tip farklı ayrıntılar kutunun dış yüzeyinde yer alırken kutunun içi dört kattan oluşmakta, her katında farklı imgelerle oluşturulmuş gruplar bulunmaktadır. Ayrıca her katın zemininde İstanbul’un simgesi olarak ortak deniz yüzeyini simgeleyen bir tarzda tasarlanmıştır. Kutunun en alt katında İstanbul’un simgesi olan Kız Kulesi vardır. Kız Kulesine kol çizilerek eline launch pad (konsol) verilmiştir. Tasarımın gerçekten uzak, karikatür tarzında düzenlenmesinin sebebi gençlere hitap etmesinin yanında, müzik festivalinin hareketli ve enerjik ruhunun afişe yansıtılmak istenmesidir. Kız Kulesi’nin elinde launch pad sallarken tam karşısında kulaklık takmış bir el plak çevirmektedir. Pikap kutusunun üstüne yorgun gözler ve ağız çizilmiş bu da izleyiciyi

müziğe doyacağı, müzik aletlerinin bile yorulacak kadar çalınacağı hissi imgelerin mimiklerinden yola çıkılarak yorumlanabilir. Ayrıca zemin katın duvarına yaslanmış üç ses çıkışlı hoparlörün kutunun dış kısmıyla bağlantısı vardır. Her katta olduğu gibi bu katta da kutunun iç ve dış yüzeyi bütün olarak tasarlanmış, iç kısımdaki hoparlöre bağlantılı olarak dış tarafında ses çıkışı ilişkilendirilmiştir. Duvarın üstünde çizilmiş olan göz yukarı kata doğru bakarken, enerjiyi simgeleyen şimşek simgesi katın çeşitli kısımlarında değişik boyutlarda yer almaktadır. Şimşek imgesi gürültülü müziği temsil etmektedir.

İkinci kata bakıldığında ilk olarak sol taraftan kutunun içine doğru giren bir vapor göze çarpmaktadır. Vaporun çoğu kısmı kutunun içine girmiş fakat arka kısmının bir bölümü dışarıda kalmış olmasının yanı sıra vapurdan çıkan duman kutunun dış kısmına doğru devam etmektedir. Bu bağlamda tasarımcı ilk katta olduğu gibi kutunun iç ve dış yüzeyini bütünleyen öğeler kullanmıştır. El illüstrasyonları bu katın ortak imgesi sayılabilir. Toplamda üç tane el görülmektedir. Ellerden bir tanesi tabanı tutarken diğer el vaporun üst kısmını tutmaktadır. Üçüncü ve en büyük el, katın sağ kısmında duvardan çıkmakta ve elinde mikrofon tutmaktadır. Sağ kısımdaki duvarın altında duvar genişliğinde yazılmış “EAST” kelimesi yer almakta bu bağlamda festivalin İstanbul’un doğu yakasında yer alacağı bilgisi verilmektedir. Ayrıca karşı ve yan duvarda müziğin temel simgelerinden olan notalar yer almaktadır. Karşı duvarın üstünde megafondan şimşek simgeleri çıkmakta bu da yine izleyiciye hareket ve dinamizmi hatırlatmaktadır. Her katta olduğu gibi bu katın zemini de deniz yüzeyidir. Su birikintisi yavaşça alt kata damlamaktadır.

Müzik kutusunun üçüncü katının zemin dokusu her katta olduğu gibi deniz yüzeyi olarak tasarlanmıştır. Denizin içinden uzanan elektronik gitarı şimşek simgeleri çevrelemiştir. Kutunun dış kısmından içine uzanan müzik kutusunun kolu içeride ki kameraya bağlantılıdır. Kamera ışığından büyükten küçüğe çıkan “B” harfleri, şimşek simgesi, küçük boyutta ufo ve müzik notaları görülmektedir. Işık bu nesnelerle beraber doğrudan kahraman kostümü giymiş bir kadına vurmaktadır. Kadının kıyafeti kırmızı pelerini ise mavidir. Elinde mikrofon tutarken kameraya doğru kendinden emin bir tavırla bir tekme atmış bir havada sağ ayağını havaya kaldırmıştır. Kadının arkasında ki duvara doğru kadını merkez alan yuvarlak çizgiler dışa doğru yayılmaktadır.

En üst ve son katta deniz dokusunun üstünden mikrofon tutan bir el çıkmakta aynı zamanda akordeon, gitar ve saz enstrümanların uç kısımları görülürken, denizin üstünde tam olarak gösterilen davul ve trompetten müzik çalınmaktadır. Duvardan ağız şeklinde uzanan siluet trompeti üflerken, bagetler davulu çalmaktadır. Aynı zamanda sağ duvarda yarım

şimşek, güverte penceresi ve bir parmak resmedilmiştir. Karşı duvarda ağzı açık olan ağzın yönü bu katın hemen hemen ortasında yer alan büyük mikrofonu doğrudur. Büyük mikrofonu dişler ısırırken, mikrofonun kablosu müzik kutusunun dışına çıkarak devam etmektedir. Ayrıca karşı duvarda arpı işaret eden bir el görülmektedir.

Red Bull Müzik Festival afişinde yer alan müzik kutusu ve içindeki katları afişe simetrik bir hava katsa bile, sol üst ve sağ alt taraftan bilgilendirme kutucukları simetrik görünümü bozmaktadır. Sol üst tarafta lacivert rengin üzerinde festivale ismini veren Red Bull logosu ve festivalin ismi yazmaktadır. Sağ alt bilgilendirme kutucuğunda ise festivalin yapılacağı tarih, sponsorların isimleri ve festivalin propagandası olarak “Müzik İstanbul’u ele geçiriyor.” ifadesi yer almaktadır. Yine sol altta aynı hizada bulunan ince lacivert şeridin üzerinde biletler ile bilgi verilmektedir.

Renk kullanımları, figür ve nesne seçimlerinden de hareketli bir müzik festivali izlenimi veren 2018 yılı Red Bull Müzik Festivali afişi diğer klasik, caz, rap gibi müzik festivali etkinliklerinden ziyade kendi etkinlik tarzına uygun olarak hedef kitleye görsel iletişim kanallarından biri olan afiş tasarımı yoluyla ulaşmaktadır.

Tablo 4

2018 yılında düzenlenen Red Bull Müzik Festivali Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Hareketli, kesik ve dinamik çizgiler
Renk	Sıcak, soğuk ve ana renkler
Doku	Yapay ve taklit dokular
Biçim	İllüstrasyon, yapı bozum
Yön	Merkezi

2018 Red Bull Müzik Festivalinin afiş tasarımı dağınık birçok çizgi görülmektedir. Çizgilerin fazla ve farklı hareketlerde olması afişe dinamik, enerji bir hava vermektedir. Tasarımda 3 ana renk kullanımı tasarımın karışık olmasına rağmen afişe odaklanmayı sağlamaktadır. Sıcak ve soğuk renklerle tasarımda hareket unsurunu desteklenmektedir. Ayrıca gruplanmış olan birçok öge gibi renklerde de gruplama yapılmıştır. Afişte ki doku unsuru en fazla arka planda ve deniz tabanlı kat yüzeylerinde görülmektedir. Arka planda dağınık deniz köpüğü dokusu, katlardaki deniz yüzeyi aynı zamanda tasarımın genel hareketli

yapısı destekler niteliktedir. Birçok nesnenin bir arada olduğu bu afiş tasarımı illüstrasyon tekniği kullanılmış, aynı zamanda müzik kutusunda perspektif unsurundan yararlanılmıştır. Fakat kat aralarında yer alan diğer figürlerde perspektif unsuru görülmemektedir. Merkezde olan katlı müzik kutusu afişi izleyenlerin bakış yönünü merkeze çekmekte, fakat sol üst ve sağ alttan çapraz biçimde yerleştirilen bilgi kutucukları tasarımda asimetri unsurunu desteklemektedir.

Tablo 5

2018 yılında düzenlenen Chill-Out Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Gruplama, renk, hareket, çizgiler
Denge	Simetrik
Vurgu	Sahne unsurları, illüstrasyon, kültürel öğeler
Ritim	Dağınık ve akan (dinamik) ritim
Oran-Orantı	Değişken

Tasarımın en büyük nesnesi olan dört katlı müzik kutusunun her katında farklı gruplarda imgeler yer almaktadır. Bu gruplanmış katların her birinde ortak tema dahilinde imgeler hareketi hissettirmektedir. Hareket unsuru bazen imgenin biçimiyle, bazen de çizgilerle ifade edilmiştir. Renk, nesne ve çizgilerle tasarımda bütünlük unsuru sağlanmakta ve tasarımda genel olarak hareket eylemi hissedilmektedir.

Merkezi simetri ve perspektif unsuru kullanılarak oluşturulan müzik kutusu illüstrasyonu tasarım yüzeyini kaplamaktadır. Sol üst ve sağ alttan tasarıma uzanan bilgilendirme kutucukları tasarıma aynı zamanda dinamizm katmaktadır. İstanbul'un kültürel öğeleri olan; Kız Kulesi, vapur gibi imgelerle beraber, sahne enstrümanlarından olan arp, trompet, launch pad, gitar gibi nesnelerin dijital illüstrasyon tekniği ile tasarlanması dikkat çekmektedir. Illüstrasyon tekniğinde oran-orantıyı her zaman sağlamak gerekli değildir. Tasarımcı bu tekniği kullanırken objelerin gerçek boyutunun dışına çıkarak vurgulamak istediği nesneyi daha büyük göstermiştir. Afiş tasarımı özellikle launch pad ve mikrofona oranına bakıldığında insan figüründen daha büyük olarak görülmektedir. Tasarımda müzik aletlerinin daha büyük gösterilmesinin sebebi afişin müzik festivali temasında olduğu için enstrümanların daha göz önünde olmasını sağlamaktır. Ritmi oluşturan dağınık ve hareketli

çizgiler afişin dinamik havasını desteklemekte, bu bağlamda başarılı bir müzik festival afişi ortaya konulmaktadır.

İstanbul Cocktail Festivali, 2018 (No:3)



Şekil 50. İstanbul Cocktail Festivali, 2018

Afişin genel betimlemesi: 2018 yılında teması kokteyl festivali, fakat birçok müzik sanatçısının da katılımı ile aynı zamanda müzik festivali olan Cocktail Festivali İstanbul ayağının afişi (Şekil 50) görülmektedir. Genel olarak afişe mavi, kırmızı, krem renkleri hakimdir. Tasarımın tam ortasında beyaz yazı kullanılarak yapılmış olan festival logosu yer almaktadır. Afişin merkezinde dikdörtgen krem renginde alan yer almaktadır. Krem rengindeki alanın içinde festivalin nerede ve hangi tarihte düzenleneceği ve sırasıyla: kokteyl dükkanları, müzik sanatçıları, kokteyl yapım aktiviteleri ve diğer etkinliklerin yazdığı görülmektedir. Ayrıca festivale sponsorluk sağlayan şirketlerin logoları da bu krem alanın en altında tek sıra halinde gösterilmektedir. Krem alanın etrafında illüstrasyon tekniği kullanılarak yapılmış çeşitli figürler vardır. En üst sol kısımda sarı elbiseli bir kadın şarkı söylerken, mavi tişörtlü adam gitar çalmaktadır. Sol hizadan aşağıya inerken mavi bir su aygırının elinde ukulele çalarken pembe tilki kokteyl içmektedir. Festival 1 Eylül tarihinde düzenlendiği için havaların sıcak olmasından kaynaklı yaz temalı kıyafetler içinde elinde içeceklerini tutarak dans eden kadın ve erkek figürleri afişin geneline yayılmıştır. Bazı figürler dans ederken, bazıları da şarkı söylerken festivalin genel havasına uygun hareket

halinde görülmektedirler. Bu figürlerin haricinde meyve ve bitki illüstrasyonları afişin çeşitli yerlerinde dağınık olarak yer almaktadır.

Tablo 6

2018 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festival Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Diyagonal ve düşey çizgiler
Renk	Canlı renkler
Doku	Yapay ve taklit dokular
Biçim	İllüstrasyon
Yön	Merkez ve yukarıdan aşağı

Merkezde konumlanmış dikdörtgen etrafından aşağıya doğru uzanan düşey çizgilerle imgeler betimlenmiştir. İmgelerin çizgileri keskin olmaktan uzak, diyagonal (kırımlı) bir yapıdadır. Bu kırımlı çizgiler tasarıma yumuşak ve sıcak bir hava katarak temaya uymaktadır. Afişte genel olarak kırmızı, mavi, yeşil gibi canlı renklerin kullanımı gençlere yönelik, dinamik, yaz festivali havasına eşlik etmektedir. Tasarımın merkezine yerleştirilen dikdörtgenin krem renginde oluşu üstünde yazan yazıları daha okunabilir kılmak için negatif alan olarak tasarlanmıştır. Ayrıca yazılar simetrik ve düzenli olarak yerleştirilmiş, sade bir yazı stili kullanılmıştır. Bilgilerin gruplara ayrılması izleyicinin detayları daha kolay algılayabilmesini sağlamıştır. Yaprak ve meyveler ne kadar doğal dokular olsa da afişin arka planı tek renk olarak seçilmiştir. Bu doku seçimi de yapay ve doğal dokular arasındaki dengeyi sağlamıştır.

Tablo 7

2018 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festival Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Yaz temasını yansıtan imgeler ve renkler
Denge	Asimetrik
Vurgu	Merkez, logo tasarımı, yaz teması ve illüstrasyonlar
Ritim	Akan ritim (Hareketli ritim)

Yaz temasını hatırlatan renkler, figürler, yaz meyveleri ile bütünlük sağlanmış; yaz aylarının sıcaklığı ve festivalin enerjik ruhunu temsil eden bir afiş tasarımı ortaya konmuştur. Simetrik olarak tasarlanan afiş tasarımının durağanlıktan uzak olmasının sebebi ise imgelerin hareket halinde olmalarıdır. Yaz teması vurgusu özellikle insan figürlerinin kıyafetlerinden ve yaz meyvelerinden anlaşılmaktadır. Yaz teması kapsamında dijital illüstrasyon tekniği ile yapılmış olan figürler krem alanı çevrelerken, izleyiciyi festival ile bilgilerin yer aldığı orta kısma yönlendirmektedir. Bu yönlendirme izleyicinin dikkatini orta alana çekmekte, bu bağlamda vurgulanmak istenen nesnenin aslında yazılar yani bilgi kısmının öne çıkartıldığı görülmektedir. Afişteki ritim dans figürleri ve meyvelerin hareketli çizimi ile yakalanmıştır. Figürler ve meyveler arasında oran orantı değişkendir, meyveler bazı yerlerde insan boyutunda olduğu görülmektedir. Bu bağlamda afişte birçok illüstrasyonda görüldüğü gibi yapı bozum tekniğine başvurulmaktadır.

25. İstanbul Caz Festivali, 2018 (No:4)



Şekil 51. 25. İstanbul Caz Festivali, 2018

Afişin genel betimlemesi: 25.si düzenlenen İstanbul Caz Festivali'nin 2018 yılı afişinin arka planı köşelere doğru daha çok koyulaşan biçimde geçişli pastel tonlarda düzenlenmiştir. Afişin merkez kısmında “25” rakamı göze çarpmaktadır. Bu rakamlara bakıldığında 2 ve 5 rakamlarının zeminine farklı figürlerin yerleştirildiği görülmektedir. 2 rakamının içinde çapraz profilden gözüken bir portre, 5 rakamının içinde ise profilden fotoğrafı çekilmiş portre yer almaktadır. Rakamların içinde yer alan fotoğrafların rengi 2 rakamında yukarıdan aşağıya koyulaşarak devam eden mavi tonlarında bir fotoğraf, 5 rakamının içinde ise yine aynı mavi tonları ayrıca bordo renklerin de olduğu bir fotoğraf görülmektedir. Büyük ölçeklerde yazılmış bu rakamın üstünde “#25yıldırcazvedahası” yazmaktadır. Afişte kullanılan yazı türü serifsiz şekilde yazılmış, bu nedenle yazılarda kolay okunabilirlik sağlamıştır. “#” yani hashtag kullanımıyla sosyal medya mecralarında paylaşılması fiziksel ortamın yanı sıra dijital ortamda da festivalin duyurulması açısından etkili bir yöntemdir. Altaki beyaz alanın üzerinde festivalin internet sitesi, sosyal medya hesapları ve festival sponsorlarının logoları sadece siyah renk kullanılarak yapılmıştır. Sol üst köşede festival logosu, sağ üst köşede ise festivalin ana sponsorunun logosu yer almaktadır. Festival logosunun altında festivalle ilgili kaçınıcı kez düzenlendiği, tarihi ve isim bilgisi serifsiz okunabilir bir yazı tipi ile beyaz renkte oluşturulmuştur. Bu bağlamda bu afiş tasarımı çağdaş ve minimal olarak algılanmaktadır.

Tablo 8

2018 yılında düzenlenen 25. İstanbul Caz Festivali Afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Diagonal
Renk	Pastel renk tonları
Doku	Yapay doku
Biçim	Bilgisayar destekli tasarım
Yön	Merkez

Bilgisayar destekli tasarım grubuna giren 25. İstanbul Caz festivalinin posterinde serifsiz sade bir font seçilmesi posterde minimal ve modern bir yapının oluşmasını sağlamıştır. Merkezde yer alan rakamları arkada devam eden çizgiler diyagonal (kırımlı) olması afişe hareket katan bir unsurdur. Renklerin pastel tonlarda kullanılması genel olarak tasarımda sakin bir hava yaratırken, 25 rakamında kullanılan mavi ve bordo tonları afişe hareket kazandırarak tasarımı dengelemektedir. Mavi izleyiciye huzur ve dinlenme hissiyatı verirken, bordo hareket

ve canlılık hissettirmek amacıyla kullanılmıştır. Doğal dokunun bulunmadığı bu tasarımda rakamların içinde fotoğraf kullanımı dikkat çekmektedir. Rakamların içinde bulunan fotoğraf kullanımıyla beraber festival hakkında 25 rakamıyla zaman bilgisi verilmektedir.

Tablo 9

2018 yılında düzenlenen 25. İstanbul Caz Festivali Afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Tipografi, imge
Denge	Asimetrik
Vurgu	Merkezi konumda duran rakamlar
Ritim	Durağan
Oran-Orantı	Dengeli

Yazı karakterleri düzenli ve asimetrik biçimde yerleştirilmiş olan afiş tasarımında durağan, sakin bir hava hakimdir. Sol tarafta logonun altında bulunan yazı grubunun birbirlerine belli mesafede yerleştirilmesi ve serifsiz yazı tipi kullanılması okunabilirliği kolaylaştırmıştır. Yukarıdan aşağıya doğru sıralanmış mısraların kalından inceye yazı tipinde sıralanışı, izleyicinin ilk önce festivalin ismini gördükten sonra diğer bilgilere odaklanmasını sağlamaktadır. Merkezi konumda bulunan “25” rakamı festival yılını göstermekte, bu bağlamda festivalin 25. senesine vurgu yapılmaktadır. Hiyerarşik ve dengeli olan bu afiş tasarımı imge ve tipografisi ile beraber bir bütün oluşturmaktadır.

4.2.2. 2019 yıllarında İstanbul’da düzenlenen müzik festival afişleri

İstanbul Chill-Out Festivali, 2019 (No:5)



Şekil 52. İstanbul Chill-Out Festivali, 2019

Afişin genel betimlemesi: Afiş tasarımına bakıldığında (Şekil 50) ilk göze çarpan yeşilliklerin arasındaki yazılardır. Yazıların rengi koyu-açık mavi geçişli olarak görülmekte, yazıların içeriği ise sanatçı bilgileridir. En altta en küçük boyutta olan yazılar ise festivalin internet sitesi ve diğer sosyal medya platformlarında kullanılmak üzere oluşturulan “#chilloutfestival” yazısıdır. Hashtag kullanımı posterdeki görsel etkileşimin yanı sıra, bu etkileşimi sosyal medyada taşıyıp ilgilenen kişileri festival süresi boyunca aktif kılmaktır. Yazı tipi okunabilirliğin kolaylaşması açısından serifsiz olarak kullanılmıştır.

Festival afişinde temanın her sene değiştiği görülmektedir. Chill-Out 2018 yılı afişinde (şekil 46) sirk teması göze çarparken, festivalin 2019 yılındaki afişine bakıldığında (şekil 52) bahar teması vurgulanmaktadır. Bahar temasını yansıtan çeşitli bitkiler sağ ve soldan simetrik yapıda afişi çevrelerken yazıları da ortasına almakta adeta bir çerçeve oluşturmaktadır. Afiş tasarım tekniği her ne kadar illüstrasyon olsa da tasarımcı bitkilerin rengini gerçekte paralel yeşil tonlarında kullanmıştır. Tasarımdaki gün batımı vurgusu etkinliğin düzenleneceği alanda gün batımının izlenebildiği mesajını akıllara getirmektedir.

Her sene aynı yazı stili ile yazılan festival adı, aynı zamanda festivalin logosudur. Fakat (Şekil 52) numaralı afiş tasarımına bakıldığında festival isminin üstünde hayvanlar ve bitki motifleriyle kaplanmış bir taç görülmektedir. Bu taçla beraber Chill-Out yazısı, tarih vb. bilgiler bütünleşmiş, taç logonun unsuru haline gelmiştir. Festivalin ana sponsorunun logosu tacın üstünde yer almaktadır.

Tablo 10

2019 yılında düzenlenen İstanbul Chill-Out Festival afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Diagonal, dikey yönde çizgiler
Renk	Yeşil, sarı, mavi tonları
Doku	Yumuşak ve taklit doku
Biçim	İllüstrasyon
Yön	Merkez

Chill-Out Müzik festivalinin 2019 yılı afiş tasarımında sağ ve sol taraftan yukarı yöne doğru uzamış bitkiler görülmektedir. Bitkilere bakıldığında, nesnenin de özelliği olduğu üzere kıvrımlı ve yumuşak çizgiler afişin genel havasına hakimdir. Teması doğa ve bahar olan bu tasarım içerisinde doğayla uyumlu mavi, yeşil, sarı gibi renkler kullanıldığı görülmektedir. Yapraklarda ve gökyüzündeki bulutlarda doku olgusu ön plana çıkmaktadır.

2018'deki afiş tasarımı ve 2019 yılında yapılan tasarıma bakılacak olursa biçimin paralel olarak her ikisinde de aynı şekilde kullanıldığı illüstrasyon tekniğine başvurulduğu görülmektedir. Özellikle bitkilerin biçiminde göze çarpan bu teknik, aynı zamanda bitkilerin biçimi ve yönü ile merkezdeki yazılara dikkati çekmektedir.

Tablo 11

2019 yılında düzenlenen İstanbul Chill-Out Festival afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Eksen hizalama, renkler, tema
Denge	Simetrik
Vurgu	Bahar teması ve merkezi konumdaki bilgiler
Ritim	Görsel tekrar, düzenli biçim, renk tekrarları
Oran-Orantı	Dengeli

Afişte yer alan karşılıklı ve neredeyse eşit sayıda yer alan bitkiler simetrik bir düzen oluşturmaktadır. Ritmi sağlayan bitkiler düzenli bir şekilde yukarıya doğru

konumlanmaktadır. Bahar temasında olan afişe uygun olarak, festival logosunun üstüne yerleştirilen taç bir önceki sene düzenlenen Chill-Out festivaline göre logoyu daha dikkat çekici kılmaktadır. 2018 yılında tasarlanan afiş tasarımına göre, 2019 yılında tasarlanan afiş tasarımında görsel unsurlar daha az kullanılmıştır. Bu iki sene göz önüne alındığında iki afiş tasarımında da eksen hizalama tekniğiyle bütünlük sağlanmış, ayrıca bu özellik her yıl kullanılarak yıl bazında da bütünlüğü korumuştur. Kurumsallaşmayı sağlayan bu tarz çalışmalar Gestalt yasalarının devamlılık ilkesine dayanmakta, bu ilke sayesinde markalar sürdürülebilirlik açısından tutarlılık kazanmaktadır.

Bitkilerin çevrelediği yazılar izleyiciyi merkeze yönlendirerek festival hakkında bilgileri odak noktası yapmaktadır. İzleyicinin odağı ilk olarak merkeze yönlendirildiği için festival bilgilerine vurgu yapıldığı görülmektedir.

İstanbul Red Bull Müzik Festivali, 2019 (No:6)



Şekil 53. İstanbul Red Bull Müzik Festivali, 2019

Afişin genel betimlemesi: 2019 Red Bull Müzik Festivali afişine bakıldığında ilk olarak göze çarpan unsurlar ana renkler ve kırmızı kullanımıdır. Afişin alt ve üst tarafından simetrik uzanan kırmızı binaların arkasına aynı yapının sarı renkli hali kontur yer almaktadır. Afiş tasarımının arka planı lacivert rengindedir. Tasarımda renklerin ara tonları kullanılmamıştır. Festivalin logosu büyük ölçekte kullanılmış ve afişin tam ortasında

durmaktadır. Logonun hemen altında etkinliğin tarih bilgisi ve “Müzik İstanbul’u ele geçiriyor.” sloganı yer almaktadır. Afişin en alt kısmında ise ilgili web sitesi adresi ve “#RedBullFestIst” bilgileri yer almaktadır. Has tag kullanımı hedef kitleyi festival süreci ve zamanına kadar online platformlarda aktif kılmak ve marka isminin kullanımı reklam-duyuru açısından önemlidir.

Tablo 12

2019 yılında düzenlenen İstanbul Red Bull Müzik Festivali afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Yatay çizgiler
Renk	Ana renkler
Doku	Yapay doku
Biçim	Mimari fotoğraf kullanımı, logo tasarımı, dikdörtgen
Yön	Merkez

Dolmabahçe sarayının üst sütunlarının yakın kadrardan yatay yönlü olarak kullanılmıştır. Bunun amacı İstanbul’un sembollerinden biri olan Dolmabahçe sarayının detaylarının izleyiciye aktarılacak istenmesidir. Dolmabahçe’nin yapısal özellikleri değiştirilmeden seyirciye yansıtılırken, binanın rengi gerçekle paralel değildir. Orijinal rengin dışına çıkılarak bina rengi magenta olarak kullanılmış, arkasına da binanın aynısı sarı renkte kopyalanmış böylece kontur çizgisi yaratılmıştır. Bina orijinal rengin dışında kullanımı dikkat çekici olmasının yanı sıra, Red Bull logosuyla aynı renkte olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bina rengi ve logo, birbiri ile uyumlu, bütün olarak sunulmaktadır. Dolmabahçe sarayının üst sütunlarından alınan görsel mimari bir unsur olduğu için afiş tasarımına yapay doku unsuru özelliğini kazandırmaktadır. Aynı zamanda bu görsel fotoğraf olduğu için bilgisayar desteği alınarak rengi değiştirilmiştir. Binaların simetrik kullanımı dolayısıyla yön merkezdeki festival logosu ve bilgilere dikkat çekmekte, izleyicinin ilk bakıştaki dikkati bu noktaya çekilmek istenmiştir.

Tablo 13

2019 yılında düzenlenen İstanbul Red Bull Müzik Festivali afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Eksen hizalama, simetri ve renkler
Denge	Simetrik
Vurgu	Merkezi konumda duran bilgiler
Ritim	Düzenli, görsel tekrarı
Oran-Orantı	Dengeli

Yatay ekseninde konumlanan, birbirinin simetriği olan binaların renk kullanımları afişin bütün haline getiren önemli unsurlardandır. Simetri kullanımı afişte hem bütünlüğü hem de dengeyi sağlayan ilkelerden biridir. İki binanın simetrik olarak alt ve üst taraftaki konumu ortadaki logo ve etkinlik bilgilerini çevreleyerek çerçeve işlevini görmektedir. Bu işlevle kullanılan binalar odağı merkeze çekerek festivalin logosuna ve bilgilere yönlendirmektedir. Aynı zamanda binaların simetrik kullanımı afişte devamlılığı sağlayarak ritmi düzenli kılmıştır. Oran-orantının da düzenli olduğu bu afiş tasarımı; postmodern, minimal bir tasarım olarak izleyicilere sunulmuştur.

İstanbul Coctail Festivali, 2019 (No:7)



Şekil 54. İstanbul Cocktail Festivali, 2019

Afişin genel betimlemesi: Yaz ve dans temasının göze çarptığı 2019 İstanbul Coctail Festival afişine bakıldığında odak noktasının merkezdeki bilgiler olduğu görülmektedir. Yazılara yukarıdan aşağıya doğru bakıldığında en üstte festivalin logosu kırmızı renkli ve el yazısı ile yer almaktadır. Logonun hemen altında festival tarih ve konum bilgisi yer almaktadır. Aşağıya doğru devam eden bilgiler festivale katılan müzik grubu, sanatçı bilgileri ve kokteyl dükkanlarının isimleri hakkındadır. Bu yazılar krem rengin üstüne lacivert olarak yazılmış başlıklar ise bu renk grubunun kontrast rengi olan kırmızı tonlarında kullanılmıştır. Zeminin açık renkte olması, yazı tipinin serifsiz olmasıyla beraber okunurluğu arttırmıştır. En altta sponsor logoları yer almaktadır. Gestalt'ın devamlılık kuramı çerçevesinde yapılan bu afiş tasarımı 2018 yılında yapılmış olan afiş tasarımı ile oldukça paralel yapıdadır. Bu kuram ışığında festivalin sürdürülebilir tasarımıyla beraber daha kurumsal bir etkinliğe dönüşerek, her sene düzenlenen ve aynı çizgide devamlılık sağlayan bir festivale olması hedeflenmiştir.

Bej alanın çevresindeki zemin renkleri: turuncu, sarı, fuşya, turkuaz, mavi gibi renklerden oluşmaktadır. Zeminin üstündeki illüstrasyonlar çeşitli meyveler, bitkiler, dans eden ve enstrüman çalan insanlardan oluşmaktadır. Bu illüstrasyonlar aynı zamanda yazıların bulunduğu bej alana da yayılmaktadır. En üstte yer alan mavi figür yazıların bulunduğu alanı tutmakta, bu bağlamda sadece kafasının bir bölümü ve elleri görünmektedir. En altta mavi zemin üzerine kıvrımlı çizgi ile yapılan deniz dalgaları göze çarpmaktadır.

Tablo 14

2019 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festivali afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Diyagonal, dikey ve yatay çizgiler
Renk	Canlı renkler
Doku	Yapay ve taklit dokular
Biçim	İllüstrasyon
Yön	Merkez ve yukarıdan aşağı

Genel akış yönünün yazılar doğrultusunda aşağıya doğru olan bu afiş tasarımının arka planda kullanılan zemin renklerinin yatay ekseninde bölündüğü görülmektedir. Yatay ekseninde olan renk alanları diyagonal şekilde asimetrik olarak bölünmüştür. Yazıların akışı dikey yönlü

iken arka planda renk kullanımının yatay olması afiş tasarımı dengelemiştir. Yaz temasına uygun canlı renklerin kullanımı festivalin enerjik ve hareketli ruhunu yansıtmaktadır.

Bitki ve meyveler ne kadar doğal objeler olsa da afişte kullanımı illüstrasyon tekniği ile stilize edildiği için doğal dokuların taklit edildiği görülmektedir. Bu afiş tasarımında da geçen yılki ile paralel biçimde illüstrasyon kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 15

2019 yılında düzenlenen İstanbul Cocktail Festivali afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Yaz temasını yansıtan imgeler ve renkler
Denge	Asimetrik
Vurgu	Merkez, yaz teması ve illüstrasyonlar
Ritim	Akan ritim (Hareketli ritim)
Oran-Orantı	Değişken

Yazın düzenlenen kokteyl festivali etkinlik tarihine uygun olarak tasarlanmış, yaz temasını yansıtan imge ve renklerle bütün oluşturarak iklimle bütünleşmiştir. Arka plandaki renk grupları asimetrik bölünerek afişe hareket kazandırmıştır. Afişteki vurgunun biçimle yapıldığı görülmekte, bu bağlamda yaz teması ve illüstrasyon tekniği göze çarpmaktadır. Yaz temasıyla paralel olarak hareketli ritim kullanılmış hem figürler hem de renklerle hedef kitleyi fazlasıyla enerjik hissettirmek amaçlanmıştır. Oran orantının da değişken kullanılması bu görüşü desteklemekte, illüstrasyon tekniğinde çokça görülen bazı figürlerin olduğundan daha büyük kullanım metodu ile istenilen nesnelerin daha büyük kullanılarak vurgulandığı görülmektedir.

İstanbul Caz Festivali, 2019 (No:8)



Şekil 55. 26. İstanbul Caz Festivali, 2019

Afişin Genel Betimlemesi: İstanbul Caz Festivali’nin 2019 yılı afişinde göze çarpan ilk öge yeşil renkte yazılmış “26” rakamıdır. Bu rakamları oluşturan kıvrımlı ve üç boyutlu çizgi aynı zamanda rakamların altında, afişin tam merkezinde duran beyaz renkteki elin orta parmağından kıvrılarak işaret parmağına doğru gitmekte ve işaret parmağının işaret ettiği yerde sonlanmaktadır. İşaret parmağının gösterdiği noktada yüzeyde perspektif kullanımı dikkat çekmektedir. Parmak, çizgilerin daraldığı ve başlangıç noktasını işaret etmektedir. Bu bağlamda robotik bir el görseli ile teknolojik ürünlerin temsili olarak aynı zamanda bu elin çizgilere dokunuyor olmasıyla beraber yapay zekâ çağrışımı yapılmaktadır.

Kıvrımlı, yeşil ve üç boyutlu çizgilerin arasında “Caza Dokunan Eller İstanbul’da” sloganı beyaz renkte, serifsiz ve ince bir form ile yer almaktadır. Afişte kullanılan bu yeşil renk ile festivalin ana sponsorunun tema renginin paralel olduğu görülmektedir. Afişte bulunan diğer beyaz renkteki yazılar: festivalin ismi ve tarih bilgisidir. 2018 yılı ile paralel olarak düzenlenen afiş tasarımında festivalin logosu, alttaki beyaz şeridin üzerinde yer alan sponsor logoları ve sağ üst köşedeki ana sponsor logosunun bulunduğu yer aynıdır. Bu bilgilerin dışında 2018 yılında olmayan fakat 2019 yılı afişinde yer alan ekstra siyah bilgi kutucuğunun içinde, Apple ve Android cihazlar için tasarlanmış festival uygulaması

tanıtılmaktadır. Bu siyah kutucuğun altında ise sosyal medya mecralarından ulaşılabilmesi için festivalin internet uzantı bilgileri yer almaktadır.

Tablo 16

2019 yılında düzenlenen 26. İstanbul Caz Festivali afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Diagonal çizgiler, eğik çizgiler
Renk	Yeşil
Doku	Yapay ve taklit dokular
Biçim	Bilgisayar destekli tasarım, soyut çizgiler
Yön	Merkez ve yukarıdan aşağıya

Nötr tonlarda oluşturulan 26. İstanbul Caz Festivali afişi yeşil renginin dikkat çekmesini sağlamıştır. Afiş tasarımına bakıldığında ilk olarak yeşil kıvrımlı çizgi göze çarpmaktadır. Arka planın gri oluşu beyaz yazıları öne çıkartmaktadır. Bilgisayar destekli tasarımla oluşturulmuş yapay dokuların yanı sıra el figüründe taklit doku olduğu görülmektedir. Tasarımda 3 boyut algısı el figürü ve soyut yeşil çizgide özellikle göze çarpmaktadır. Yeşil rengin afişte dikkat çekmesi ile beraber bu çizginin el figürüne dolanması afiş yönünü merkezden aşağıya doğru çekmektedir.

Tablo 17

2019 yılında düzenlenen 26. İstanbul Caz Festivali afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Tipografi, nötr ve yeşil renk kullanımı
Denge	Asimetrik
Vurgu	Yeşil renk ve rakamlar
Ritim	Akan ritim (Hareketli ritim)
Oran-Orantı	Dengeli

Yeşil rengin öne çıkartan afişteki nötr tonlar aynı zamanda tipografiyi de okunabilir kılarak afişte bütünlüğü sağlamıştır. Afişteki logo tasarımının sol üst köşede kullanımı afişe

hem asimetrik olma özelliğini hem de festival afiş tasarımının devamlılığını sağlayarak markalaşmasını sağlamaktadır. Afişteki gri tonlar özellikle afişteki tek renk olan yeşil renkle beraber festivalin kaçınıcı defa düzenlendiğini vurgulamakta, aynı zamanda yeşil rengin kullanıldığı çizgi kıvrımlı olduğu için afişe hem renk hem de çizgi ile hareket katmaktadır.

4.3. 2018-2019 Yıllarında İzmir’de Düzenlenen Müzik Festival Afiş Tasarımlarına Bakış

4.3.1. 2018 yıllarında İzmir’de düzenlenen müzik festival afişleri

İzmir Çeşme Chill-Out Festival, 2018 (No:9)



Şekil 56. İzmir Çeşme Chill-Out Festival, 2018

Afişin Genel Betimlemesi: 2018 yılı Çeşme Chill-Out festival afişine bakıldığında simetrik bir kompozisyon olduğu görülmektedir. Bu kompozisyon düzeninde sağ ve soldaki figürler birbirinin simetrik versiyonudur. Tasarımın görsellerine bakıldığında; sağ ve sol taraftan afiş çerçeveleyen mor perde figürleri de içine almaktadır. Mor perdeyi altın renkte püsküllü halatlar bağlamaktadır. Perdelerin hemen önünde üzüm ve sarmaşık yaprakları yer almaktadır. Pegasus atının heykeli, taç takmış bir kaplan, çiçek ve yaprakların birleşiminden çıkan metal obje simetrik olarak afişte sırasıyla yer almaktadır. Bu figürlerin kenarlarında ayrıntı olarak kaplan ve metal objenin kenarlarında kelebek kanatları görülmekte karşıdan bakıldığında toplam üç tane büyük yeşil kelebek görüntüsü yer almaktadır. Bu kelebek figürlerinin dışında festival logosuna doğru uçan yine simetrik düzende yerleşmiş ikişer turuncu kelebek, logonun tam üstünde ise aynı kelebekten bir tane daha yer almaktadır. Kelebek figürü ile tasarımda bir bağlamda devamlılık sağlanmaktadır. Bunun yanında fotr

şapka takan deniz kabuğu içindeki flamingonun da kabuğunun üstünde kelebek kanatları yer almaktadır.

Beyaz mor kullanılan festival logosu yazıların üstünde orta tarafta durmaktadır. Logonun altında yer alan yazıların rengi mor, serifsiz ve kalın bir yazı kullanılmış nispeten arka planın açık renkte kullanılmasıyla beraber yazılar daha kolay anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra harflerin büyük kullanımı ile beraber okunabilirlik arttırılmıştır.

2018 yılında İstanbul’da düzenlenen festivalin diğer ayağının afiş tasarımıyla (*Şekil 46.*) doğru orantılı olan 2018 İzmir Çeşme Chill-Out festivali afiş tasarımının (*Şekil 56.*) yıl ve bölgeler olmak üzere kendi çizgisini bozmadan tasarlanmış afiş tasarımları festivalin markalaştığını göstermekte, bu bağlamda hedef kitlenin güvenini kazanarak etkinliğe talep artışı sağlanması istenildiği düşünülebilmektedir.

Tablo 18

2018 yılında düzenlenen İzmir Çeşme Chill-Out Festival afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Kıvrımlı ve hareketli çizgiler
Renk	Sıcak ve canlı renkler
Doku	Doğal ve taklit dokular
Biçim	İllüstrasyon tekniği ile düzenli biçim
Yön	Merkez

Tasarımda genel olarak sıcak ve canlı renkler hakimken özellikle mor ve altın sarısı göze çarpmaktadır. Mor rengin canlı tonu ve birbiri ile uyumlu renk kullanımları dikkat çekmenin yanında afişteki bütünlüğü sağlamaktadır. Kelebek, flamingo, kaplan gibi canlıların dokusu illüstrasyon biçiminde yapılarak hayvan dokuları taklit edilmiştir. Aynı zamanda iki yandan mor renkte uzanan perdeler izleyiciyi orta alana yönlendirerek merkezi odak noktası haline getirmektedir. Renk seçimleri, hareketli çizgilerin birleşimi ve arka fonun açık renkte olması yazıların okunabilirliğini kolaylaştırmış, hedef kitledeki izleyicilere festival teması aktarılmıştır.

Tablo 19

2018 yılında düzenlenen İzmir Çeşme Chill-Out Festival afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Eksen hizalama, görsel tekrar, simetri, renkler
Denge	Simetrik
Vurgu	Sirk teması, merkezi konumda duran bilgiler
Ritim	Düzenli biçim, görsel tekrar, simetri
Oran-Orantı	Dengeli

Simetrik olan bu afiş tasarımı eksen hizalama, renkler, figürlerle festival temasıyla bağdaşmakta, böylece dinamik bir afiş izleyiciye sunulmaktadır. Bu tasarım enerjik ve sıcak havasıyla İzmir'in Çeşme ilçesi ile bütünleşmiş, hedef kitlenin tatile çıktığında ilgi çekici ve yapmak isteyeceği bir aktivite olarak akılda kalıcı temaya uygun olarak tasarlanmıştır.

Afişi iki taraftan çerçeveleyen mor perde ve diğer figürlerin simetrik dengesi ile ortaya çekilen odak noktası merkezdeki bilgileri vurgulamaktadır. Ritmin düzenli ve simetrik görsel tekrarlarla sağlanması tasarımın dengeli olmasını sağlamıştır.

İzmir Epic Fair Festival, 2018 (No:10)



Şekil 57. Fırat İtmeç, İzmir Epic Fair Festival, 2018

Afişin Genel Betimlemesi: Arka planında turuncu kullanımının yoğunluğu, tasarıma sıcak ve enerjik hava katmaktadır. Festivalin ismi afişin tam ortasında yukarıda büyük ölçekte yer almaktadır. Logo yerine festival isminin çeşitli yazı stilleri kullanılarak her yıl değiştirildiği görülmektedir. 2018 yılı Epic Fair başlığında görülen yazı stili serifli kullanılmıştır. Bu yazı stili dekoratif duvar yazısı andırmakta ve farklı harflerin deforme edildiği görülmektedir. Bu duvar yazısı ile sokak kültürü tarzı oluşturulmuştur. Yazının renginin pembeden turuncuya doğru geçişli olduğu görülmektedir. Festival isim bilgisinin yanında etkinlik tarihi, altında ise konum bilgisi yer almaktadır. Aynı eksenin sol tarafında yer alan logo, festivalin ana sponsor logosudur.

Tasarımın merkezinde yer alan illüstrasyonlara bakıldığında; toprak parçasının havada durduğu görülmektedir. Toprak parçası üstünde yer alan palmyeler ve göl ile tasarımda ada havası izlenimini yansıtılmaktadır. Toprak parçasının üstü yeşildir ve bodur koyu yeşil renkte bitkiler yer yer görülmektedir. Çimlerde insan silüetleri yer almaktadır. Bu insan silüetleri hareket halinde koşmakta, dans etmekte ve yerde oturup dinlenmektedir. Koşarak yuvarlak

kırmızı alana giren figürün olduğu yer festival alanı olan Kübana Gazinosu'na aittir. Bu sahnenin içine bakıldığında üç insan silueti enstrüman çalarken diğer insan figürlerinin elleri havada müziğe eşlik ettikleri görülmektedir. Sağ taraftaki diğer sahneye bakıldığında yine benzer tarzda iki insan silueti gitar çalmakta diğer figürler hareket halinde sahne önünde durmaktadır. Bu sahnenin etrafını göl çevrelemektedir. Bu sahne adını konum özelliği sayesinde kazanmış, bu bağlamda sahnenin aslında aynı zamanda mekânın adı Ada Gazinosu adlandırılmıştır. Ada Gazinosunun çevresinde kuğu şeklinde kayıklarla seyahat etmekte olan insan silüetleri yer almaktadır. İki kara parçasını bir köprünün birleştirdiği görülmektedir. Aynı zamanda göl havada uçan kaya parçasından şelale gibi akmakta böylece arka ve ön planı bütünleşmesini sağlamaktadır. En arkada yer alan dönme dolap ve palmiyeler İzmir Fuar'ının simgesi niteliğini taşımaktadır. Ayrıca en önde kuğunun üstünde duran biri kadın biri erkek olmak üzere iki insan figürü siluet yerine ayrıntılı olarak yer alması göze çarpmaktadır. Bu insan figürleri hareket halinde sanki uçuyormuşçasına elleri havada olarak oturmaktadırlar. İnsanların bindikleri kuğu figürünün üzerinde ise kuru kafa, şimşek, gül, kalp gibi dövmeler yer almaktadır. Bu kuğu figürünün oldukça ayrıntılı olduğu görülmektedir.

Festival afiş bilgilerinin genel olarak üç bölüme ayrılmış olup festival bilgileri siyah alanla kaplanmış, yazılar ise beyaz renk ile yazılmıştır. Bu bağlamda siyah-beyaz kontrastı oluşturularak okunabilirlik artırıldığı görülmektedir. Ayrıca okunabilirlik artırıldığı görülmektedir. Kolay olan serifsiz yazı tipi yazı stili olarak kullanılmıştır. Bilgilerin üçe ayrılması festivalde üç ayrı sahne olduğunu belirtmekte, her bir bölüm başında sanatçıların hangi sahnede sahne alacağı bilgisi yer almaktadır. Afişin en alt sol kısmında yer alan Facebook, Instagram ve Twitter ikonlarının aşağısında festivalin sosyal medya sayfalarındaki ismi yer almaktadır. Ortada görülen Publiko, Aperion Collective, Karnaval logoları festivalin ortak kurucularının logolarıdır. Mobilet yazısı ise festival biletlerinin sağlayıcısı olarak en sağ alt köşede yer almıştır.

Tablo 20

2018 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Kesik ve hareketli çizgiler
Renk	Turuncu, yeşil, mavi, sarı tonları
Doku	Yapay ve taklit dokular

Biçim	İllüstrasyon tekniği ile hareketli biçim
Yön	Merkezden sağa doğru

Tasarımı kesik çizgilerin oluşturması afişe dinamizm etkisi katmıştır. Arka planda kullanılan geçişli turuncu renk, önde duran kütleli ve dikkat çekici karmaşık figürleri dengelemiş izleyici için boş alan yaratmıştır. Afişin geneline yayılmış sıcak renk ve canlı renkler yaz teması ve doğayla uyumlu olarak turuncu, yeşil, mavi ve sarı kullanılmıştır. Ayrıca turuncu geçişli arka plan kullanımı ile gün batımı etkisi verilmektedir. Göl, ağaç, palmye gibi doğal dokuların taklit edildiği illüstrasyon tekniği ile oluşturulan afiş tasarımı oldukça hareketli, yaz mevsimi ve festival enerjisini renk ve görsellerle destekleyerek izleyicilere sunmaktadır.

Tablo 21

2018 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Renk, boyut, imge, doku, çizgi
Denge	Simetrik
Vurgu	Kültürel öğeler, illüstrasyon, merkezi konumda duran bilgiler
Ritim	Çizgi tekrarları, renk, doku
Oran-Orantı	Hiyerarşik

Renk, imge, doku, boyut gibi tasarım öğeleriyle bütünlüğün sağlandığı tasarım simetrik olarak düzenlenmiştir. Sağ taraftaki büyük kuğu görseliyle beraber sol taraf daha boş kalmakta kompozisyonda asimetrik denge sağlanmaktadır. Tasarımda bir diğer asimetrik unsur ise, festivalin ana sponsorunun logosunun sol köşede yer almasıdır. Asimetrik unsurların yanında festival bilgilerinin yer aldığı bölüm simetrik olarak tasarlanmıştır. Bu bağlamda izleyicinin dikkatini çeken önde duran kuğu figürünün yönü ile yazıların olduğu bölüme vurgu yapılmaktadır. Özellikle kesik çizgiler ve bu çizgilerin tekrarı ile afiş tasarımı dinamik bir ritim kazanmıştır. Renk ve doku unsurlarında ritmi destekleyen diğer unsurlardır. Tasarımda oran orantının hiyerarşik olduğu görülmektedir.

İzmir Cocktail Festivali, 2018 (No:11)



Şekil 58. İzmir Cocktail Festival, 2018

Afişin Genel Betimlemesi: Tasarımda ilk bakışta yeşil renk tonları ve krem renkli arka plan üstünde duran yazılar göze çarpmaktadır. Merkezde duran krem renkli arka planın önündeki yazılar genel olarak üç bölüme ayrılmıştır. Bölüm başlıkları sırasıyla kokteyl dükkanları, festivalde sahne alacak sanatçılar ve festivaldeki etkinlikler olarak üç ana paragraf olarak bölünmektedir. En alttaki satırda ise Kevin Patnode'nin festival kapsamında vereceği kokteyl atölyesi hakkında bilgi verilmektedir. Yazı stili serifsiz ve sadece büyük harf kullanılarak yazılmış olan bu bilgilerden bordo renkte kalın şekilde yazılanlar öne çıkarken, ince yazı stili olanlar ise arka planda kalıp kalın yazıların açıklaması niteliği taşımaktadır. Kırmızı yazılardan en üste olan, festivalin yeri ve zamanı hakkında bilgi verirken diğer kırmızı yazılar; kokteyl, müzik ve aktivite bölümlerinin başlıkları olarak afişte yer almaktadır. Krem alanın altında festival sponsorları ve festivalin ortak kurucularının logoları tek bir satır halinde dizilmiştir.

Yeşilin tonları ve yer yer lacivert rengin kullanıldığı arka planın üzerinde çeşitli illüstrasyon tekniği ile çizilmiş figürler yer almaktadır. Bu figürler genel olarak bitki, insan, meyve ve hayvanlardan oluşmaktadır. Sol tarafta gözükten pembe tilki figürü, sağ üst köşedeki su aygırı figürü ve sol aşağı köşedeki mavi figürler 2018 yılı İstanbul Cocktail Festivali (Şekil

48.) birebir aynı görüntüde kullanılmış, fakat yerleri farklı konumlandırılmıştır. Aynı şekilde festival logosu da 2018 yılı İstanbul afişi ile aynı yer ve aynı ölçekte kullanılmıştır. Bu figürlerin dışındaki diğer figürler yeşil alanlara karışık ve farklı ölçülerde olmak üzere yayılmıştır. İnsan figürlerinin dans etmesi, meyve ve bitkilerin farklı açılarda kullanımı ile afiş hareketli bir görünüm elde etmiştir.

Tablo 22

2018 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Kıvrımlı ve düşey çizgiler
Renk	Canlı renkler, yoğun yeşil kullanımı
Doku	Taklit dokular
Biçim	Bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği
Yön	Merkezden ve yukarıdan aşağı

Arka planda görülen diyagonal çizgiler ve figürlerin merkez etrafında yukarıdan aşağıya doğru sıralanması izleyicinin bakış yönünü merkeze odaklamaktadır. Canlı renk kullanımı ve yeşilin tonları taze, bahar ve doğallık temalarını akıllara getirmektedir. Bu bağlamda kokteyllerin yapımında kullanılan meyvelerin taze ve doğal oluşu ile paralel renk tonu seçimi yapılmıştır. İllüstrasyon tekniği ile yapılan bu tasarım, yapay ve taklit dokularla bilgisayar desteği alınarak tasarlanmıştır.

Tablo 23

2018 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Yaz temasını yansıtan imgeler ve renkler
Denge	Simetrik
Vurgu	Merkez, logo, yaz teması ve illüstrasyonlar
Ritim	Renk, hareketli ritim
Oran-Orantı	Değişken

2018 yılı İstanbul Cocktail Festivali afişine göre arka planın tek bir renk ve tonlarının seçilerek tasarlandığı görülmektedir. Fakat her iki tasarımda da devamlılık ilkesi kapsamında yaz temasını yansıtan imge ve renkler kullanılmış, bu bağlamda afişin hem kendi içindeki bütünlük hem de kurumsal olarak tasarımlar arasında devamlılık sağlanmıştır. Genel olarak simetrik olarak tasarlanan afiş tasarımındaki vurgulanan öğeler merkezdeki bilgiler ve yaz temasının illüstrasyon tekniği kullanılarak yansıtılmasıdır.

Ritmi sağlayan aşağı yöndeki dinamik figürler ve renkler festivalin enerjisini yansıtırken aynı zamanda festivalin yazın olduğunu hatırlatmaktadır.

25. İzmir Avrupa Caz Festivali, 2018 (No:12)



Şekil 59. 25. İzmir Avrupa Caz Festival, 2018

Afişin Genel Betimlemesi: Beyaz arka plana sahip olan 25. İzmir Avrupa Caz Festivali afişinde; kırmızı, siyah, turkuaz, renklerinde düzenlenmiştir. Afişin üst orta kısmında kırmızı renkte festival ismi script (el yazısı) ve ince bir yazı stili ile yer almaktadır. Aynı yazı stili kullanılarak sol kısımda başlığın biraz altında festival tarih bilgisi görülmektedir.

Tasarımın en büyük görsel öğesi olarak ortada duran horoz figürü afişte büyük bir alan kaplamaktadır. Horozun rengi turkuaz, ibibiği ise kırmızıdır ayrıca horozun üstündeki şal, siyah renkte ve karışık desendedir. Fular kullanımı ile beraber hedef kitleyi temsil eden

aksesuarlar seçildiği görülmekte, horoz karakterize edilmektedir. Bu bağlamda tasarım izleyici ile bağ kurarak görsel iletişimi güçlendirmektedir. Figürün kanatlarına bakıldığında sol elinde bir mikrofon olduğu görülmekte, sağ kanadı ise boş fakat havadadır. Aynı zamanda horozun ağzının açık olması şarkı söylediği hissini izleyicilere yansıtmaktadır. Horozun önünde bateri, saksafon gibi orkestraya ait enstrümanlar yer almaktadır. Genel olarak afişteki görsellerin çizgileri net ve düzgün çizilmediği için afişteki hareketin arttığı görülmektedir.

Afiş tasarımının en alt kısmında festivale katkı sağlayan kuruluşların logoları tek satır halinde aynı boyutlarda yer aldığı görülmektedir. Bu satırın hemen üstünde sağ kısımda İzmir Büyükşehir logosu yer almaktadır. Satır üstündeki sol kısımda ise festivalin sosyal medya adreslerinin yer aldığı bölüm ile bilet satışının sağlandığı kurumun logosu yer almaktadır. Sağ üst köşede turuncu renkteki logo İzmir Kültür ve Sanat Vakfı'na aittir.

Tablo 24

2018 yılında düzenlenen İzmir Avrupa Caz Festivali afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Kesik, dinamik ve kavisli çizgiler
Renk	Kırmızı, siyah ve turkuaz renkleri
Doku	Yapay dokular
Biçim	Bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği
Yön	Merkezi

Görsel öğelerin oldukça aktif rol oynadığı 25. İzmir Avrupa Caz Festivali'nde arka planın beyaz olması, öndeki kesik ve kavisli çizgiler ile oluşturulan görselleri dengelemektedir. Tasarımda kırmızı, siyah ve turkuaz renklerinin kullanımı arka planın beyaz olması ile daha fazla dikkat çekerek öne çıkmaktadır. Dokuların yapay olduğu çizgi ile hareket kazanan tasarım bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği ile yapılmıştır. Asimetrik olarak düzenlenen kompozisyonda horozun sağ alt köşede konumlanmasından kaynaklı izleyici ilk olarak merkeze odaklanmakta, sonra bakışlarının izlediği yön sağ tarafa doğru devam etmektedir.

Tablo 25

2018 yılında düzenlenen İzmir Avrupa Caz Festivali afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	İllüstrasyon tekniği, çizgiler ve biçim
Denge	Asimetrik
Vurgu	Orkestra ve illüstrasyon kullanımı
Ritim	Renk, biçim ve çizgiler
Oran-Orantı	Hiyerarşik

Tasarımda görsel öğelerin tümünde illüstrasyon tekniği kullanımı ve görsellerin paralel olarak aynı çizgi ile devam etmesi tasarımın bütün olmasını sağlamaktadır. Horoz figürünün yer aldığı alan izleyiciye daha yakın bir konumda durmakta, ayrıca durduğu konum dolayısıyla afişte asimetrik denge yaratmaktadır. Ayrıca tarih bilgisinin yer aldığı nokta da afişteki asimetriyi destekleyen bir diğer unsurdur. 25. İzmir Avrupa Caz Festivali'nde illüstrasyon ile yapılan orkestra şefi horoz ve orkestra enstrümanları boyut, renk ve biçimleri ile tasarımda vurgulanmıştır. Çizgilerin kesik-kavisli olması ve renklerin tek tonda canlı olarak kullanımı tasarımdaki ritmi desteklemektedir. Ritmi destekleyen bir diğer unsur ise bateri görselinin tekrarıdır. Horoz izleyiciye daha yakın bir konumda yer aldığından dolayı önünde duran çeşitli müzik aletlerinin durduğu bölge itibari ile horoza göre boyutları küçük biçimde oluşturulmuştur. Bu bağlamda görsel öğelerin konumu ile tasarımda hiyerarşi sağlanmaktadır.

4.3.2. 2019 yıllarında İzmir’de düzenlenen müzik festival afişleri

İzmir Epic Fair Festival, 2019 (No:13)



Şekil 60. İzmir Epic Fair Festival, 2019

Afişin Genel Betimlemesi: Genel olarak sepya tonlarının göze çarptığı Epic Fair Festival afişinin 2019 yılı tasarımının renkleri festival ana sponsorunun logo renkleri ile aynı tonların kullanıldığı görülmektedir. Açık krem dikdörtgen çerçevenin içinde düzenlenen görsel öğelerin fonu hardal sarısı rengidir. Bu fon renginin üstündeki dekoratif şekiller ile yapay doku oluşturmaktadır. Bu seneki tasarımında festivalin ismi kıvrımlı, üç boyutlu bir yazı stili ile yazılmakta afişin orta üst kısmında yer almaktadır. Bu yazının hemen altında festival tarihi beyaz renkte konumlanmaktadır. İzmir fuarında Kübana ve Ada Gazinosu yapılması planlanan festival konumunu belirten yazı trompetlere asılı olarak görülmektedir. Trompetlerin bağlandığı orta noktada ise gülen yüzü ay figürü yer almaktadır.

Orta kısımda üç ana grup halinde görülen yazılar, üç farklı sahnede yer alacak olan sanatçı bilgilerini belirtmektedir. Kübana Gazinosu’nun başında kendine has, Ada Sahnesi’nin başında Red Bull logosunun yer alması göze çarpmaktadır. Üçüncü kısımda yer alan sanatçılar Göl Sahnesi’nde yer alacak olup spesifik bir logo ile başlamadığı görülmektedir. Yazıların konum bilgileri hardal sarısı, sanatçı isimleri ise siyah renkte yazılmıştır. Bu bilgilerin altında tekrar Kübana ve Ada Gazinosu Kültürpark bilgileri ve kendine has logosu yer almaktadır.

En altta çerçevenin içinde yer alan palmiye, dönme dolap, paraşüt kulesi, kuğu şeklinde sandallar ve göl İzmir fuarının simgeleri olarak bilinmektedir. En altta tek sıra halinde yer alan festival sponsor logoları ve festivalin yapım ortaklarının logoları yer almaktadır.

Tablo 26

2019 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Kırık ve kavisli çizgiler
Renk	Mavi, yeşil ve turuncu tonları
Doku	Yapay ve taklit dokular
Biçim	Bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği
Yön	Merkezi

Afişe hareket kazandıran kavisli çizgiler en çok festival isminin yazı stilinde göze çarpmaktadır. Bunu takiben afişin altında yer alan kavisli çizgiler çerçevenin üst kısmının ögesi haline gelmekte, ay ve trompet görselleri ile bütünleşmiştir. Özellikle afiş genelinde kullanılan sepya renk tonları festivalin ana sponsoru olan firmanın ana renkleri ile paraleldir. Bunun dışındaki mavi, yeşil ve turuncu renkler afişteki dengeyi sağlamakta ve görsel bütünlüğü oluşturmaktadır. Afişi çevreleyen turuncu çerçevenin arka planında dekoratif şekillerle oluşturulmuş yapay doku göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra özellikle göl ve palmiye ağacının dokusu gerçeğinin taklit edilmesiyle oluşturulmuş bir doku alanıdır. Bilgisayarda desteği tasarlanan Epic Fair 2019 afiş tasarımında illüstrasyon tekniği kullanımı göze çarpmaktadır.

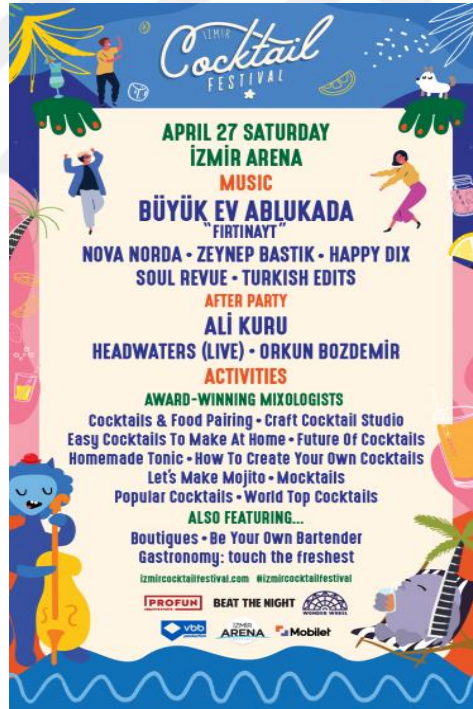
Tablo 27

2019 yılında düzenlenen İzmir Epic Fair Festival afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Renk tonları, illüstrasyon tekniği, çizgiler, biçim,
Denge	Simetrik
Vurgu	Simgeler, festival ismi ve illüstrasyon
Ritim	Renk ve çizgiler

Çizgilerin kavisli kullanımıyla afişte dinamik yakalanmakta, renk tonlarının uyumu ile bütünlük sağlanarak afiş tasarımında illüstrasyon kullanımı oldukça dikkat çekmektedir. Kompozisyonun genel olarak simetrik tasarımında kullanılan görsel öğelerin İzmir Fuarı'nın palmye, dönme dolap, göl gibi temel simgeleriyle düzenlenmesi festivalin yapılacağı konumun özelliklerine vurgu yapmaktadır. Hareketli yapıda olan çizgiler ve çizgilerdeki renk kullanımı afişte ritmi sağlamaktadır. Orantını hiyerarşik yapıda kullanımı palmyelerin arkasındaki paraşüt kulübesi ve palmyelerin önünde duran dönme dolaba bakıldığında net olarak anlaşılmakta, aynı zamanda bu yapının diğer görsel öğelerde de devam ettirildiği görülmektedir.

İzmir Cocktail Festivali, 2019 (No:14)



Şekil 61. İzmir Cocktail Festival, 2019

Afişin Genel Betimlemesi: Gestalt'ın devamlılık kuramını afiş tasarımlarında başarılı bir şekilde yıl ve bölge bazında uygulayan Cocktail Festivali'nin 2019 yılı İzmir afişi (Şekil 59) görülmektedir. Afiş tasarımlarında çerçeve öğesini kullanan Coctail Festivali yine aynı şekilde krem renkli alan ve bu alanın dışında farklı renklerin olduğu genel bir çerçeve ile

oluşturulmuştur. Krem renkli alanın içinde yeşil, lacivert ve turuncu renkleri ile İngilizce dillinde yazılmış yazılar görülmektedir. Turuncu renkteki yazıların ana başlıklar, yeşil yazıların alt başlıklar ve lacivert yazıların ise sanatçı ya da aktivitelerin neler olduğu bilgisi afişin merkezindeki krem alanda yerini almaktadır. Ayrıca bu alanın en üst kısmında yeşil renkte yazılmış festival ile ilgili yer ve konum bilgisi yazarken, en alt kısımda sponsor logolarının üstünde yer alan internet sitesi ile #izmircocktailfestival bilgileri festivalin dijital platformlarda da varlığını hatırlatmaktadır.

Çerçevenin zeminini pembe, mavi ve turuncu renkleri ve bu renklerin tonları oluşturmaktadır. Cocktail Festival'inin logosu afişin ortasında ve en yukarısında yer almaktadır. Krem çerçeveyi tutan yeşil renkteki ellerin birinin üstünde kokteyl bardağı diğerinin üstünde ise beyaz bir köpek görseli vardır. Afişte üç adet dans eden figür yer almakta bu figürlerden ikisi krem renkli alanın içinde, diğeri ise logonun hemen sol kısmında görülmektedir. Tek çizgi ile çizilmiş olan buz, portakal, çilek, limon ve kokteyl bardağı gibi görseller çerçevenin etrafında farklı konumlarda görülmektedir. Bu görsellerin dışında palmye ve farklı bitkilerin çizimleri de afişte yer almaktadır.

Afişte dikdörtgen olarak yer alan krem alanın diğer kısımlarından farklı olarak en alt kısmında kıvrımlı bir çizgi yer almaktadır. Bu kıvrımlı çizgi ile ayrılmış mavi alanın içerisinde tekrar açık mavi renginde bir kıvrımlı çizgi daha yer alarak deniz dalgası etkisi yaratılmıştır. Bu etkiyi mavi alanın hemen üstünde yer alan palmye altında oturarak kokteyl içen figür görseli güçlendirmektedir. Bu görselin hemen karşısındaki kontrbas çalan mavi figür palmyenin altındaki figürle beraber afişteki en büyük görseller olarak göze çarpmaktadır.

Tablo 28

2019 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Kıvrımlı çizgiler
Renk	Mavi, pembe, yeşil, turuncu ve tonları
Doku	Taklit dokular
Bıçım	Bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği
Yön	Merkez ve yukarıdan aşağı

İzmir cocktail 2019 afişene bakıldığında (*Şekil 60*) geneline yayılan kıvrımlı çizgi ve bu bağlamda oluşan hareketli görseller afişte dinamik bir etki yaratmaktadır. Yaz teması ile bağdaşan mavi, pembe, yeşil ve turuncu renk ve bu renklerin tonları festivalin diğer afiş tasarımları ile aynı etkiyi izleyicilere sunmaktadır. Dokuların bilgisayar destekli illüstrasyon tekniği ile oluşturulması doğal dokuların taklit edildiğini göstermektedir. İzleyici bu afiş tasarımına baktığında ilk olarak merkeze odaklanıp görsel ve yazı akışı ile gözün takip yönü yukarıdan aşağıya doğru seyredecektir.

Tablo 29

2019 yılında düzenlenen İzmir Cocktail Festival afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Yaz teması, imgeler, renkler, çizgiler
Denge	Simetrik
Vurgu	Merkez, logo, yaz teması ve illüstrasyonlar
Ritim	Renk, hareketli ritim
Oran-Orantı	Değişken

Nisan ayında İzmir’de gerçekleşecek olan Cocktail Festivali her ne kadar bahar mevsiminde gerçekleşecek olsa da İzmir’in genel olarak sıcak ikliminden kaynaklı olarak festival afişinde yaz teması vurgulanmaktadır. Ayrıca bu tema festivalin diğer afişlerinde de görülmekte hem afişin kendi içinde hem de diğer afişlerle bağlantılı bir bütünlük oluşturmaktadır. Ayrıca afişte bütünlüğü destekleyen diğer unsurlar imge, renk ve çizgilerdir.

Afişin tam ortasında yer alan krem dikdörtgen alan ile simetrik bir tasarım oluşmaktadır. Bu alanın içinde yer almayan festival logosu mavi zemin üzerinde afişin en üst orta kısmında yer alarak dikkat çekmektedir. Çizgilerin kıvrımlı kullanılmasından oluşan afişteki dinamik etki renklerin canlı kullanımı ile güçlendirmektedir. Bu tasarımda oran orantının gerçek dışı kullanımıyla oranların değişken olduğu, vurgulanmak istenen görselin büyük, arka planda kalan görselin ise küçük ölçekte yer alması ile değişken bir oran-orantıya sahip bir tasarım olma özelliği kazanmıştır.

26. İzmir Avrupa Caz Festivali, 2019 (No:15)



Şekil 62. 26. İzmir Avrupa Caz Festivali, 2019

Afişin Genel Betimlemesi: 26. İzmir Avrupa Caz Festivali afişine bakıldığında en büyük ve dikkat çekici alan olarak dikdörtgen pembe geçiş göze çarpmaktadır. Bu alanı çevreleyen beyaz bir çerçevede afişin arka fonuna eşlik etmektedir. Afişte yer alan bu beyaz çerçevenin altında sponsor logoları, sağ üst köşesinde ise ayrıca İzmir Kültür Sanat ve Eğitim Vakfı logosu yer almaktadır.

Pembe alanın üstünde siyah renkte yazılmış siluet halinde “Caz” yazısı aynı zamanda bu yazı beyaz çerçeveye de taşmaktadır. Siluet şeklinde gözükten bu yazı aynı zamanda titreşim hissedilmektedir. Macenta alanın sağ üst köşesinde beyaz renkte İngilizce ve Türkçe dili ile yazılmış festivalin ismi ve tarih bilgisi yer almaktadır. Bu alanın hemen aşağısında ise bilet temini ve festivalin; Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya hesaplarının adreslerinin yazıldığı bir alan bulunmaktadır. Aynı zamanda festivalin düzenlendiği konum ve iş birliği olarak İzmir Büyükşehir logosu yine bu dikdörtgen alan içinde yer almaktadır.

Tablo 30

2019 yılında düzenlenen 26. İzmir Caz Festivali afişinin tasarım elemanlarına göre değerlendirilmesi

Çizgi	Yalın orta boyutta çizgiler
Renk	Pembe ve siyah
Doku	Yoktur
Biçim	Bilgisayar destekli tasarım
Yön	Çapraz ve yukarıdan aşağı

26. İzmir Caz Festivali afiş tasarımı (*Şekil 60*) tipografi temelli bilgisayar destekli tasarım tekniği ile düzenlenmiştir. Tasarımda büyük alan kaplayan dikdörtgen pembe geçişli renkli alan oldukça uyarıcı ve dikkat çekici bir renktir. Bu alanın üstünde siyah renk ile yazılmış “Caz” kelimesi konser içeriği hakkında bilgi verirken diğer yandan afişin görsel öğesi konumunda kullanılmış tasarıma çapraz ve lekesel kullanımından dolayı hareket kazandırmıştır. Caz kelimesinin oluşumu ile lekesel titreşim oluşmakta, bu bağlamda tipografi üzerinden oluşturulan bu leke ile farklı duyu organlarına çağrışım yapılmaktadır. Bu lekesel ifade ile beraber sesin titreşimi ifade edilerek kelimelerin soyut unsurları somutlaştırılarak kullanıldığı görülmektedir. Aynı zamanda beyaz renkte kullanılan çerçeve pembe ve siyah renkli lekenin öne çıkmasını sağlamıştır.

Tablo 31

2019 yılında düzenlenen 26. İzmir Caz Festivali afişinin tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi

Bütünlük	Tipografi, simetri
Denge	Asimetrik
Vurgu	Tipografi ve ritim
Ritim	Lekeler ve hareket
Oran-Orantı	Dengeli

Tasarımda bulunan pembe dikdörtgen alan her ne kadar afişin merkezinde yer alıp simetrik biçimde konumlanmış olsa da bu alanı çapraz şekilde kesen caz yazısı afişte bulunduğu konum itibari ile asimetrik denge unsurunu tasarıma kazandırmaktadır. Bu bağlamda bu lekesele biçimde yazılmış olan yazı ile hem tipografiye vurgu yapmakta hem de afişte ritim sağlanmaktadır. Oldukça minimal tasarlanmış olan afiş bu leke ile hareket kazanmaktadır. Afişteki diğer bilgilerin yer aldığı alanlardaki hiyerarşik sıralamanın dengeli olduğu görülmektedir.

4.4. Grafik Tasarım Eğitiminde Afiş Tasarımının Önemi ve Katkısı

Grafik tasarım ürünlerinde tasarımcının izleyici ile iletişime geçmesi ve istenilen mesajı izleyiciye anlatması gerekmektedir. 4.2. bölümde aktarıldığı üzere tasarımla ilişkili olarak en önemli unsurlardan biri de görsel anlatımdır. Anlatım, her tasarımcıya göre farklılaşabilmektedir. Çünkü anlatım öznel bir kavramdır ve tasarımcılar eserlerini anlatımın özneliği ile organize etmektedir. Bu bağlamda anlatımda özgünlüğün, yansıtılması temel tasarım ilke ve elemanlarına bağlı olarak gerçekleştirilirse başarılı ürünler ortaya konmuş olacaktır.

Afişlerin amaçlarından biri hedef kitlenin bilgilendirilmesi olabileceği gibi bir markanın ürününü tanıtmak, politik ya da sosyal konularda da kitlenin bilgilendirilmesini sağlamaktır. Bu bağlamda afiş tasarımının kapsamlı bir konu olduğu görülmektedir. Tasarım ilke ve elemanları afişin görsel iletişim etkinliği konusunda büyük rol oynamaktadır. Grafik tasarım atölyelerinde temel olarak tasarımcının izleyici ile etkili bir şekilde görseller aracılığıyla iletişim kurması öğretilmekte, bunun temeli ise tasarım ilke ve elemanlarını etkili kullanımından geçmektedir. Temel olan bu ilkeler, grafik tasarımı alanında afiş tasarımının konusunda da kullanılmaktadır. Grafik tasarım ürünün ya da konuların başarılı bir şekilde iletilmesi için tasarım ilke ve elemanlarının mutlak olarak kullanılması önerilmektedir.

Afiş tasarımının en önemli özelliklerinden birisi açık/algılanabilir olmasıdır. Algılama açısından yazıların okunaklı olması gerekmekte, bu bağlamda az yazı kullanılmalı ve yazı karakterinin tırnaksız kullanımının afişin okunurluğunu arttırdığı düşünülmektedir. Odak noktanın iyi seçilmesi de afiş tasarımının etkisini arttırmakta ve başarılı bir afiş olmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda afişin başarılı ve açık olması, tasarım yapılırken tasarım ilke ve elemanlarının doğru kullanımından geçmektedir. Afiş tasarım ders içeriğinin yer aldığı Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-iş Öğretmenliği Anabilim Dalı ana sanat atölye derslerinde temel olarak, temel tasarım ilke ve elemanları üzerinden eğitim verilmektedir. Bu da öğrencinin etkili ve doğru bir şekilde izleyicinin görsel iletişim araçlarıyla tasarım yolu ile iletişime geçmesini sağlamaktadır.

Grafik tasarım atölyelerinde hem uygulamalı hem de kuramsal düzeyde eğitim verilmektedir. Öğrencinin çeşitli materyal ve programlar ile görsel dili kavraması amaçlanmaktadır. Bunun yanı sıra görsel algılama ve yaratıcılığı geliştirmek, ifade yeteneği kazandırmak gibi temel hedefler öğrenciye kazandırılmaktadır.

Grafik tasarım derslerinde öğrencilere gelişen teknoloji ile beraber çeşitli programlarla afiş tasarımı eğitimi verilmektedir. Günümüzde bilgisayarda tasarım aşamasına geçilmeden önce elde eskiz çalışmaları yapılabilmektedir. Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop gibi programların kullanımı öğrenciye öğretilmekte ve tasarım aşamalarına geçilmektedir. “Tabii burada unutulmaması gereken önemli bir nokta da bilgisayarın bir araç olduğudur. Bilgisayarın başına en son aşamada yani uygulama aşamasında geçilmelidir. Tasarım ve taslak aşamalarını gerçekleştirip tasarımla ilgili fikri bulup sonra bilgisayar aşamasına geçilmelidir.” (s.16, *Grafik ve Fotoğraf, t.c Milli Eğitim Bakanlığı, bireysel öğrenme materyalleri.*) Daha önceki senelerde bu çalışmalar kalem ve çeşitli malzemeler ile kâğıt ya da mukavva üzerine yapılmakta idi. Fakat günümüzde teknoloji ile beraber bu programlar kullanılarak daha pratik bir şekilde tasarımlar bilgisayar üzerinden yapılmakta, bu da afiş tasarımının çoğaltılması, istenilen boyutlarda kullanılması gibi konularda tasarımcıya kolaylık sağlamaktadır.

Ne kadar bilgisayar desteğinde tasarımlar günümüzde yaygınlaşmış olsa da tasarım özgünlüğü bireyin kendisine bağlı olmaktadır. Bilgisayar tasarım sürecini hızlandırarak tasarım aşamasını pratikleştirmektedir. Gazi Üniversitesinde, Bölüklüoğlu’ nun (The Turkish Online Journal of Educational Technology, 2002) Resim İş eğitimi Grafik Tasarım Anabilim Dalında ‘ki öğrencilere yaptığı bir ankette bilgisayar unsurunun tasarım sürecini ne oranda hızlandırdığı sorulmuş sonuçlar tablo 30’da paylaşılmıştır.

Tablo 32

Grafik tasarım derslerinde bilgisayar kullanımı çalışmalarınızın sonuçlanmasını hızlandırıyor mu?

		Evet		Kısmen		Hayır	
Üniversite	Fakülte	Öğrenci		Öğrenci		Öğrenci	
		sayısı	%	sayısı	%	sayısı	%
Gazi Üniversitesi	Gazi Eğitim Fakültesi	23	67,6	7	20,6	4	11,8

Çukurova Üniversitesi	Eğitim Fakültesi	3	23,1	4	30,8	6	46,2
Uludağ Üniversitesi	Eğitim Fakültesi	16	84,2	2	10,5	1	5,3
Karadeniz Üniversitesi	Teknik Fatih Eğitim Fakültesi	8	28,6	10	35,7	10	35,7
Toplam		50	53,2	23	24,5	21	22,3

Bu tabloda da görüldüğü üzere öğrencilerin yarısından fazlası bilgisayarların tasarım sürecine hız kazandırdığını düşünmektedir. Fakat tasarım süreci bilgisayar kullanımından bağımsız bir süreçtir. Bu bağlamda tasarım süreci bilgisayar bilgisinden farklı olarak değerlendirilmelidir. Tasarım sürecinde fikir, slogan, görsel kullanımı, tasarım ilke ve elemanları gibi birçok unsur eserin tasarımını etkilemektedir.

Bu unsurlardan en temel olarak tasarım ilke ve elemanları sadece grafik tasarım ana sanat alanında değil diğer sanat alanlarında da geçerli olmakta, bu eğitim programı okullarda öğrencilere öğretilmektedir. “Ülkemizde güzel sanatlar eğitimi veren yükseköğretim kurumları müfredatında yer alan temel tasarım veya temel sanat eğitim dersleri, bu bölümlerde eğitim gören öğrencileri grafik tasarım eğitimi için hazırlamaktadır.” (Çaydere, 2016, s.97). Bu bağlamda sanat ve tasarımın alanlarının ortak konusu olan tasarım ilke ve elemanlarının, hakkında grafik tasarım ürünlerinin en temel unsurlarından biri olduğu söylenebilir. Çaydere’nin belirttiği üzere temel sanat eğitim dersleri grafik tasarım eğitimine öğrencileri hazırlamanın yanı sıra, temel tasarım ilkelerinin bu ders içeriğinde öğretilerek tüm tasarım alanları için temel hazırlamaktadır. Bu bağlamda temel sanat eğitimi derslerinin ise eğitim-öğretim ders programlarında öğrenci kazanımları konusunda hiyerarşik ve mantıklı bir program düzenlendiği görülmektedir.

BÖLÜM V

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Tartışma

Grafik tasarım eğitiminde afiş tasarım konusu üzerine yapılan araştırmada yer alan, kültürel afişler başlığı altında incelenen müzik festivali afiş tasarım örnekleri ile konunun derinlemesine incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda grafik tasarım atölyelerinde uygulama derslerinin yanında kuramsal derslerin de önemli olduğu, uygulama aşamasına geçilmeden önce bu bilgilerin doğru öğrenildiği uygulamalarda daha başarılı sonuçlar ortaya çıkacağı ön görülmüştür. Grafik tasarım ilke ve elemanları kapsamında başarılı hedef kitleye hitap eden kültürel afişler oluşturulabilir, öğrencilerin beceri ve hazır bulunuşlukları bu kapsam doğrultusunda yükseltilebilir.

Seçilen afişler doğrultusunda grafik tasarım eğitimi ders atölyelerinde afiş tasarımlarının belirli kuramlar doğrultusunda oluşturulması, seçilen afişlerin müzik festivalleri konusunda sınırlandırılması ise kültürel afişlerin tasarım ilke-elemanları ve anlamlandırma teorisi açısından değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Ayrıca bu çözümleme süreci ile grafik tasarım atölyelerinde görsel iletişimde reklam olgusunun işlenişi konusunda bilgi verilmiştir. Seçilen afişler kompozisyon düzenine örnek olmasının yanında, müzik festivallerinin tarzlarına uygun tasarlanmış, görsel dili ile hedef kitleyi etkileyerek etkinlik katılım oranını arttıran afişlerdir. Bu bağlamda seçilen afiş tasarımları hedef kitleye uygunluk açısından da önemli örneklerdir. Tasarımlar somut olarak incelenerek imgelerin içerdiği yan anlamlar analiz edilmiştir. Afiş tasarımlarında kullanılan görsel ve yazılı unsurlar analiz edilerek, hedef kitleye hitap eden afişlerin nitelikleri vurgulanmıştır.

Tablo 33

2018-2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir’de düzenlenen müzik festivali afişlerinin genel tasarım elemanları yönünden değerlendirmesi

No-Afiş Görselleri	Yıl-Şehir	Çizgi	Renk	Doku	Biçim	Yön
1. 	2018-İst.	Hareketli	Sıcak	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
2. 	2018-İst.	Kesik	Ana	Taklit	İllüstrasyon	Merkez

3.		2018-İst.	Kıvrımlı	Canlı	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
4.		2018-İst.	Diyagonal	Pastel	Fotoğraf	Bilgisayar destekli tas.	Merkez
5.		2019-İst.	Diyagonal	Doğal	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
6.		2019-İst.	Yatay	Ana	Fotoğraf	Bilgisayar destekli tas.	Merkez
7.		2019-İst.	Diyagonal	Canlı	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
8.		2019-İstanbul	Kıvrımlı	Yeşil	Yapay	Bilgisayar destekli tas.	Yukarıdan aşağıya
9.		2018-İzm.	Hareketli	Sıcak	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
10.		2018-İzm.	Kesik	Sıcak	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
11.		2018-İzm.	Kıvrımlı	Yeşil	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
12.		2018-İzm.	Kesik	Canlı	Yapay	Bilgisayar destekli tas.	Merkez
13.		2019-İzm.	Kavisli	Sepya	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
14.		2019 -İzm.	Kıvrımlı	Pembe mavi	Taklit	İllüstrasyon	Merkez
15.		2019-İzm.	Yalın	Pembe siyah	Yok	Bilgisayar destekli tas.	Çapraz

Tablo 33'e bakıldığında, genel olarak illüstrasyon tekniği ile yapılmış merkezi yönlü afiş tasarımlarının ağırlıklı olduğu görülmektedir. 15 numaralı afiş dışındaki diğer afişlerde görülen çizgi tipinin kavisli, kesik, kıvrımlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bu özellikteki çizgiler afiş tasarımlarına dinamik ve hareketli bir enerji katmakta, böylece tasarım ilkelerinden ritim unsurunu desteklemektedir.

Renklerin seçimlerinin canlı ve çok renkli olmasının yanında, çizgi kullanımları afişe dinamizm katan bir diğer unsurdur. 4 numaralı afiş dışında kullanılan yapay, taklit özelliğindeki dokular illüstrasyon ve bilgisayar destekli tasarım kullanımı ile yapılmıştır. Bu bağlamda doğa, hayvan ya da nesnelerin gerçekte olan görüntüsünü tasarımcıların kendi tarzı ile yorumlayıp tekrar çizimleri ışığında yapay ve taklit dokular oluşmuştur. Tasarımcılar kullandıkları illüstrasyon tarzını bilinçli bir şekilde kullanarak farklı yıllarda gerçekleştirilen

festival afişlerinde devamlılığı sağlamaktadır. Bu bağlamda 1-5-9, 3-7-11-14 numaralı afişlerde aynı tasarım düzeni ve doku kullanımı göze çarpmaktadır. Bu kullanım doğrultusunda ilk bakışta açıklamaları okumadan tasarımdaki görseller ile etkinliğin hangi kuruma bağlı olduğu anlaşılmakta ve etkinliğin görsel kimlik çalışmaları ile beraber belli bir standart doğrultusunda olması izleyici ve katılımcılara aşinalık hissi yaratarak başarılı afişlerin kurumsallıkla birlikte ortaya konmasını sağlamıştır.

Tablo 34

2018-2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir’de düzenlenen müzik festivali afişlerinin genel tasarım ilkeleri yönünden değerlendirmesi

No-Afiş Görselleri	Yıl-Şehir	Bütünlük	Denge	Vurgu	Ritim	Orantı
1. 	2018-İst.	Eksen hizalama	Simetrik	Sirk teması	Görsel tekrar	Dengeli
2. 	2018-İst.	Gruplama	Simetrik	Sahne unsurları	Dinamik	Değişken
3. 	2018-İst.	Yaz teması	Asimetrik	Merkez	Hareketli	Değişken
4. 	2018-İst.	Tipografi	Asimetrik	Rakamlar	Durağan	Dengeli
5. 	2019-İst.	Eksen hizalama	Simetrik	Bahar teması	Görsel tekrar	Dengeli
6. 	2019-İst.	Eksen hizalama	Simetrik	Merkez, logo	Görsel tekrar	Dengeli
7. 	2019-İst.	Yaz teması	Asimetrik	Merkez	Hareketli	Değişken
8. 	2019-İstanbul	Tipografi	Asimetrik	Rakamlar	Hareketli	Dengeli
9. 	2018-İzm.	Eksen hizalama	Simetrik	Sirk teması	Görsel tekrar	Dengeli
10. 	2018-İzm.	Renk, doku, çizgi	Asimetrik	Kültürel öğeler	Çizgi tekrarları	Hiyerarşik
11. 	2018-İzm.	Yaz teması	Simetrik	Merkez	Hareketli	Değişken
12. 	2018-İzm.	İllüstrasyon	Asimetrik	Orkestra	Renk, biçim, çizgi	Hiyerarşik

13.		2019-İzm.	Renk tonları	Simetrik	Simgeler	Renk ve çizgi	Hiyerarşik
14.		2019 -İzm.	Yaz teması	Simetrik	Merkez	Hareketli	Değişken
15.		2019-İzm.	Tipografi	Asimetrik	Tipografi	Lekeler, hareket	Dengeli

Seçilen afişlerin tasarım ilkeleri genel tablosuna bakıldığında (Tablo 32.), 1-5-9 numaralı afiş serisinde görsel tekrarın ağırlıklı olarak kullanıldığı görülmüştür. Görsel tekrar kullanılan afişlerde ritim unsuru tekrardan dolayı bazen durağanlaşabilmektedir, fakat 1-5-9 numaralı afişlerde daha hareketli unsurlar kullanılmıştır. Bunun sebebi görsellerin kendi içindeki çizgi, ahenk ve hareket yönünden dolayı afiş tasarımları durağanlıktan uzaklaşmış hareketli tasarımlara dönüşmüştür. Aynı zamanda bu afişlerde simetri kullanımı ile tasarım dengelenmekte, eksen hizalama yöntemi ile tasarımlar bütünlüğe ulaşmaktadır. Afişlerde bu bütünlüğün hem yıl hem şehirler bazında devam ettirildiği görülmektedir.

Devamlılık unsuru 3-7-11-14 numaralı afiş serilerinde de görülmektedir. Fakat burada asimetrik denge söz konusudur. Şehir ve yıl bazında belli bir tasarım standardında ilerleyen afişlerin bütünlük unsuru yaz teması ile sağlanmaktadır. Ayrıca bu bütünlüğü vurgu unsurunda da yakalamak mümkündür. Bu afişlerde vurgunun merkezdeki yazılara yapıldığı görülmüştür.

2-6 numaralı afiş serisi sadece İstanbul bazında düzenlenmekte olup yıl bazında görsel devamlılık söz konusu değildir. İki afişin birbirinden biçim ve içerik yönünden farklı olduğu görülmektedir. 2 numaralı afişte çizgi ve görseller ile hareketli bir ritim yakalanmışken, 6 numaralı afişte eksen hizalama ile durağan bir ritim elde edilmiş, boşluklarla bu ritim desteklenmiştir. Aynı zamanda bu afiş tasarımları, vurgu ve orantı açısından da birbirinden farklıdır. Bu farklılık afişler arasındaki bütünlüğü bozarak kurumsallığı etkilemektedir.

4-8 numaralı İstanbul'da düzenlenen lokal etkinlik afişlerinde 25-26 numaraları göze çarpmaktadır. Bu bağlamda tipografik bütünlükten bahsedilebilir, aynı zamanda bu numaralar festivalin kaçınıcı kez düzenlendiği bilgisini izleyiciye iletmektedir.

Simetri ve oran unsurları aynı olan afiş dizisinde ritim unsurunda fark görülmektedir. 4 numaralı afiş tasarımında renk ve görsellerden dolayı durağanlık söz konusu iken, 8 numaralı afiş tasarımında yeşil renkli şeridin kıvrımlı olması afiş tasarımında ritim unsurunun hareketli olmasını sağlamıştır.

10-13 numaralı İzmir’de düzenlenen etkinlik seri afişleri görülmektedir. Bu etkinlik afişlerinde görsel devamlılık simgeler ve kültürel öğeler üstünden devam etmektedir. Bu devamlılığın sebebi ise her sene etkinlik lokasyonunun aynı yerde, İzmir Kültür Park’ta düzenleniyor oluşuna bağlanmaktadır. Dönme dolap, palmyeler, göl gibi simgeler her iki afişte illüstrasyon tekniği ile kullanılmıştır. Fakat sayfa düzeni ve renk kullanımları açısından birbirinden oldukça farklı olduğu görülmektedir. 10 numaralı afişte canlı renk kullanımı göze çarparken, 13 numaralı afişte daha soluk renkler kullanılarak nostalji vurgusu yapılmıştır. Çizgi tekrarları ve hiyerarşik düzen ise her iki afişte de mevcuttur.

12-15 numaralı İzmir Avrupa Caz Festivali afiş tasarımlarının birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Bu farklılığın sebebinin bu festival serisi afişlerinin seçiminin yarışma ile belirleniyor olduğu düşünülmektedir. 12 numaralı afişte illüstrasyon tekniği ile yapılmış, beyaz arka fonlu ön kısımdaki orkestrada canlı renk kullanımı ile öne çıkarılmış horoz figürü ve orkestra illüstrasyonu göze çarpmaktadır. İllüstrasyonda kullanılan çizgi ve renkler afişte ritmi sağlamıştır. 15 numaralı afişte ise bundan tamamen farklı bir tarzda tipografi tekniği öne çıkmaktadır. Orta konumda duran “Caz” kelimesi leke şeklinde kullanılmıştır. Bu afişte bir önceki yıla göre daha az renk kullanıldığı görülmektedir. Leke ile ritmi sağlanan afişte oranlar da bir önceki yıldan farklı olarak dengeli kullanılmıştır.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Afiş tasarımlarının daha etkili olması kapsamında incelenen 2018- 2019 yıllarında İstanbul ve İzmir’de düzenlenen müzik festival afiş tasarımlarını ve afiş tasarımının grafik tasarım eğitimi sürecindeki yerini sorgulamak amacı ile bu çalışma gerçekleştirilmiştir. 2018-2019 yılları arasında çeşitli müzik festivallerine ev sahipliği yapmış olan İzmir ve İstanbul şehirlerinde süregelen festivallerin 4 ana etkinlik oluşumu üzerinden seçimleri yapılarak tezin sınırlılığı belirlenmiş, seçilen afiş tasarımlarının görsel okunurluğu analiz edilmiş ve bu kapsamda festival afişlerinde tasarım ilke ve elemanlarının kullanım süreci betimsel analiz

yöntemi ile değerlendirilmiştir. Ayrıca seçilen afiş tasarımları kapsamında görsel ve yazılı iletiler analiz edilerek izleyiciye iletilen mesajlar irdelenmiştir. Grafik tasarım eğitim sürecinde afiş tasarım ve kültürel afiş uygulamalarının kullanımı ile ilgili önerilerde bulunulmuştur. Çalışma kapsamında seçilen afişler, tasarım ilke ve elemanları doğrultusunda; çizgi, renk, doku, biçim, yön, bütünlük, denge, vurgu, ritim, oran-orantı kriterleri ile betimsel yöntemle incelenmiş ve bu kapsam doğrultusunda görsel analizleri içeren tablolar oluşturulmuştur.

Grafik tasarım sürecinde tasarımcıların temaya uygun görseller ile afiş sunsalar dahi afiş tasarımında görsellerin kullanım alanları, boyutları vb. konularda temel tasarım elemanlarının doğru kullanımı ve alanla ilgili kuramsal konulara hâkim olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda grafik tasarım eğitiminde afiş konusunda oluşturulan tasarımlarda kültürel afiş kategorisinde yer alan sergi, festival, opera, konser, bale gibi etkinlikler hakkında bilgi sahibi olmak tasarım sürecine katkı sağlamaktadır. Bunun sonucunda izleyiciyi estetik yönden etkileyen, görsel yönü güçlü ve mesajı etkili bir şekilde kişilere aktarabilen afiş tasarımları ortaya konmuş olacaktır. Bu kapsamda araştırmada afiş tasarımların da görsellerin sunuş şeklinin doğru kullanımı açısından kuramsal bilginin önemine vurgu yapılmaktadır.

İncelemelerden yapılan sonuç ile hazırlanacak olan afiş tasarımının markanın diğer görsel iletişim ürünleri ile bütün olarak uyumlu şekilde tasarlanmış olması gerekmektedir. Bu bağlamda tasarımda kurumsallığın sunumu açısından markanın sürdürülebilirliği, algılanmasının sağlanması hedeflenerek markanın seyirciler tarafından akılda kalma oranı yükseltilmiş olacaktır. Bundan sonraki çalışmalarda müzik festivallerinin bilet, el ilanı, reklam filmleri gibi görsel kimlik unsurları incelenerek çalışmalarda; grafik tasarım ürünlerinin kurumsallık, hedef kitleyi etkileyebilecek nitelikte reklamlar gibi görsel iletişim unsurları kapsamında inceleme yapılabilir.

Grafik tasarım eğitimi sürecinde afiş tasarımının yeri ve müzik festival afiş tasarımları çözümlemeleri konulu araştırma kapsamında, çalışmanın ikinci bölümünde: görsel dilin tarih sürecindeki gelişimi, afiş tasarım türleri ve uygulama alanları araştırılarak aktarılmıştır. Ayrıca afiş tasarımında kullanılan teknikler ve Türkiye'deki afiş tasarım sürecinin gelişimi bu bölümde yer almaktadır. Tasarımda başvurulması gereken grafik tasarım ilke ve elemanları incelenerek görsel iletişimde anlamlandırma Gestalt kuralları ile incelenmiş ve bu kriterler doğrultusunda bulgular değerlendirilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde bulgulara geçmeden önce, araştırmanın modeli, veri toplama süreci ve analizi, örnekleme gibi araştırmanın yöntemi konusunda bilgi veriler yer almaktadır. Çalışmanın bulgular bölümünde,

2018-2019 yılları arasında İstanbul ve İzmir’de düzenlenen 15 afiş tasarımının betimlemesi yapılmış, belirlenen tasarım ilke ve elemanları kriterleri doğrultusunda çözümlenerek değerlendirilmiştir. Bu çözümler sonucunda, kurumsal olarak düzenlenen etkinliklerin yıl ve şehir bazında tasarım açısından devamlılık gösteren afiş tasarımlarının marka sürdürülebilirliği açısından başarılı olduğu, tasarım ilke ve elemanlarının ve görsel unsurların doğru kullanımlarıyla başarılı afiş tasarımlarının ortaya çıkabileceği vurgulanmıştır. Marka sürdürülebilirliği açısından diğer sosyal ve ticari afişler kapsamında incelemeler yapılarak görsel iletişimin güçlenmesine katkı sağlanabilir, elde edilen bulgularla grafik tasarım elemanlarının reklam gücüne katkısı incelenebilir.

Bu çalışma kapsamında incelenen afiş tasarımlarında bilgisayar destekli illüstrasyon ve fotoğraf kullanımı yoğun olduğu görülmektedir. Bu kullanım müzik tarzlarıyla beraber popüler kültürün afiş tasarımlarına yansması olarak görülmektedir. Afişlerde hareket unsuru çizgilerle ve genellikle yaz teması ile desteklenmiş bu bağlamda dinamik ritim müzik festivalinin doğasına uyum sağlamıştır.

KAYNAKÇA

- Asmann, J. (2007). *Kültürel Bellek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Arnston, A. J., (2007). *Graphic Design Basic*. United States, ABD: Thomson Wadsworth.
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Serüven*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Becer, E. (2010). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Sanatının Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çaydere, O. (2016). *Grafik Tasarım Eğitiminde Temel Tasarım Eğitiminin Önemi*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Çakmak, S. Ve Deliduman, C. (2017). Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon, s.325. doi:10.7816/idil-06-29-05.
- Erdal, G. (2013). Türk Dünyası Araştırma Yayınları, Akademik Bakış Dergisi: *Ambalajın Dili Ve Psikolojik Etkisi*, 35, Erişim adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423867834.pdf>.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi Anlamak*. Ankara: Pozitif Yayıncılık.
- Ertürk, S. (1991). *Eğitimde Program Geliştirme*. Ankara: Yelkentepe Yayınları.
- Garde-Hansen, J. (2011). *Media and Memory*. [Adobe Acrobat Reader sürümü] Erişim adresi: <https://www.cambridge.org/core/books/mediaandmemory/70B4200423B6710622219208E58BA59F>.
- Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu. (2020). *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Ben Yurdaer Altıntaş*. Erişim adresi: <http://gmh.org.tr/publications/yazilar/ocak-2020-sayi-208>.
- Jony, A. J., Islam A., Tabbasum, T., Jhumu, M. A. Ve Nizam E. H. (2017). International Journal Of Textile and Fashion Technology: *Influence of 1960's Hippie Counterculture In Contemporary Fashion*, 4, 11-20. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/318089805_Influence_of_196027s_Hippie_Counterculture_in_Contemporary_Fashion.

- Male, A. (2007). *Illustration A Theoretical and Contextual Perspective*. Erişim Adresi: <https://www.amazon.com/IllustrationTheoreticalContextualPerspectiveRequire/dp/2940373515>.
- McDermott, A. (2002). *The Tiger Chase*. Utah, ABD: Bedside Books.
- Mercin, L. (2009). Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Öğretimi. L. Mercin ve A. O. Alakuş (Yay. haz). Sanat Nedir? (s.1-12). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Munis, E. (1966). *Evrimi ile Yazı Sanatı*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Ölmez, M. (1997). *Masaüstü Yayıncılık El Kitabı*. Erişim adresi: <http://muratolmez.com.tr/masaustuyayincilik-el-kitabi.pdf>.
- Prakel, D. (2006). *Basics Photography Composition*. İsviçre: Ava Publishing.
- Rıfat, M. (2009) *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Rona, Z. Ve Beykan, M. (Ed.). (1997). *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Sönmez, M. (2013). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*. İstanbul: Yordam Kitap
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı. (2012). Bireysel Öğrenme Materyalleri: Grafik ve Fotoğraf, Afiş Tasarımı. Ankara. Erişim Adresi: http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Afiş%20Tasarımı.pdf.
- Türk Dil Kurumu. (1992) Türkçe Sözlük. Ankara.
- Weinstein, A. (2005). *Once Upon A Time: Illustrations From Fairytales, Fables, Primers, Pop-ups And Other Children's Books*. New York: Princeton Architectural Press.
- Yeraltı, G. (1995). *Cumhuriyet Döneminden Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Zeegen, L. (2005). *The Fundamentals Of Illustration*. İsviçre: Ava Publishing.

EKLER

EK 1.

ÖĞRENCİNİN AKADEMİK ÖZGEÇMİŞİ

Kişisel Bilgiler			
Adı ve Soyadı	İlayda TOK		
E-postası/Web Sayfası			
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce, Rusça		
Uzmanlık Alanı	Grafik Ana Sanat Dalı (Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı)		
Öğrenim Bilgileri			
	Üniversite	Bölüm	Yıl
Lisans	Dokuz Eylül Üniversitesi	Resim- İş Öğretmenliği	2017
Tez Başlığı			
Tez Danışmanı			
Akademik Eserler			
(Makale, kitap, kitap bölümü, bildiri, poster, sergi, konser vb. eserlerden kaynakça yazım kurallarına göre en fazla 10 eser yazılmalıdır.) Tezden üretilen yayınlar * ile işaretlenmelidir.			
Sergiler: 8th Biennial International Miniature Print Exhibition, Kanada			
Alanıyla İlgili Bilimsel Kuruluşlara Üyelikler			
Alanıyla İlgili Aldığı Ödüller			

EK 2. Uygulama İzinleri

ETİK İZİN



OKUL İZİNLERİ

ÖLÇME ARAÇLARININ UYGULANMA İZİNLERİ



