

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

Köksal BİLİRDÖNMEZ

2010-2015 YILLARI ARASI ANİMASYON FİLM
AFİŞLERİNİN 3D TEKNİĞİ İLE UYGULANMASI

SANATTA YETERLİK TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Fatih BAŞBUĞ

Antalya-2016

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

Köksal BİLİRDÖNMEZ

2010-2015 YILLARI ARASI ANİMASYON FİLM
AFİŞLERİNİN 3D TEKNİĞİ İLE UYGULANMASI

SANATTA YETERLİK TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Fatih BAŞBUĞ

Antalya-2016

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	III
ÖZET	IV
SUMMARY	V
RESİMLER DİZİNİ	VII
GİRİŞ	1
AMAÇ	2
YÖNTEM	2
BİRİNCİ BÖLÜM	3
1.1. GRAFİK SANATI VE TARİHÇESİ	3
1.2. TÜRK GRAFİK SANATI VE GELİŞİMİ.....	7
1.3. İLETİŞİM VE REKLAM ARACI OLARAK AFİŞ TASARIMI	18
1.3.1. Ticari Afişler	26
1.3.2. Kültürel Afişler	28
1.3.3. Sosyal Afişler	30
1.3.3.1. Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler.....	34
1.3.3.1.1. Fotoğraf Tekniği İle Tasarım	34
1.3.3.1.2. İllüstrasyon Tekniği İle Tasarım	36
1.3.3.1.3. Karışık Teknik İle Tasarım	38
1.3.3.1.4. Bilgisayar Tekniği İle Tasarım.....	39
1.4. SİNEMA, ANİMASYON VE FOTOĞRAF TEMELLİ ANLATIM BİÇİMLERİ.....	41
1.5. YENİ BİR ANLATIM TEKNİĞİ OLARAK 3D KULLANIMI.....	44
1.5.1. 3D Tekniği.....	44
1.5.2. 3D Tekniği Kullanım Alanları	47
1.5.3. 3D Film Afіşi Hazırlama Tekniği	47
1.5.4. FİLM AFİŞLERİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ.....	53
1.5.5. 3D FİLM AFİŞİ BASKI TEKNİKLERİ.....	56
İKİNCİ BÖLÜM	58

2.1. 2010-2015 YILLARI ARASI ANİMASYON FİLM AFİŞLERİNİN 3D TEKNİĞİ İLE UYGULANMASI.....	58
2.2. 2010-2015 YILLAR ARASI ANİMASYON FİLM AFİŞLERİNİN İNCELENMESİ..	119
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	141
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	141
DENEYSEL AFİŞ UYGULAMALARI	144
KAYNAKÇA	167
İNTERNEK KAYNAKLARI.....	172
ÖZGEÇMİŞ.....	174

ÖNSÖZ

İnsanlar her zaman iletişim kurmanın yollarını aramış ve her koşulda bunu başarmışlardır. İlk çağlarda mağara duvarlarına çeşitli şekiller, işaretler yaparak, duman ve ses yoluyla iletişimi keşfeden insanoğlu günlük yaşamını idame ettirmek ve çevresiyle iletişim kurma çabasını geliştirmiştir. Mağara resimleriyle başlayan iletişim serüveni teknolojinin gelişmesiyle beraber çeşitli iletişim enstrümanlarını da beraberinde getirmiştir. İnsanlar artık mağara duvarlarına yapılan resimlerle değil, çeşitli iletişim araçlarıyla iletişim kurmaya ve bunu yaygınlaştırıp geliştirmeye başlamışlardır. Sosyal hayattaki gelişim sürecine paralel olarak, görsel iletişim araçlarına daha fazla ihtiyaç duyulmuş ve ihtiyaca binaen görsel iletişimde sürekli gelişim göstermiştir.

İnsanoğlu günümüzde iletişimini ilkel yollarla değil, teknolojik yollarla kurmuş, yeni teknolojik materyallerle gelişen ve değişen dünyaya, çağın gereklerini zorunluluk haline getirmiştir. Çağımız iletişimini gerek; Görsel-İşitsel iletişim araçlarını kullanarak, (Telekomünikasyon, Kali-Grafik, Organizasyon) gerekse; kitle iletişim araçları olan dijital araçlarla (televizyon, sinema, afiş, broşür, billboard vb.) kullanarak gerçekleştirmektediriz.

Bu çalışma kapsamında öncelikli olarak Grafik Sanatı ve Tarihçesine, Türk Grafik Sanatı ve Gelişimine, İletişim ve Reklam aracı olarak Afiş tasarımına, Sinema, Animasyon ve Fotoğraf temelli anlatım biçimlerine, Yeni bir anlatım tekniği olarak 3D kullanımına ve son olarak da 2010-2015 Yılları Arası Animasyon Film Afişlerinin 3D Uygulamalarına yer verilmiştir. Birçok sanat alanında gerçekleşen teknolojik gelişmeler, sinema sanatı alanında da kendini hissettirmektedir. Sessiz sinema filmi dönemlerinden, 3 boyutlu sinema filmi dönemine geçen süreçte evde, sinemada, gösterimde olan 3 boyutlu animasyon filmlerinin tanıtım afişlerinin 3 boyutlu olarak hazırlanması, bu araştırmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda yeni bir bakış açısıyla ele alınıp tasarlanan ve 3 boyutlu hale getirilen çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada bilgi ve deneyimlerinden yararlandığım değerli danışman hocam, Doç. Dr. Fatih BAŞBUĞ başta olmak üzere, Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı Başkanı Prof. Sadettin SARI'ya, Doç. Dr. Ömer ZAIMOĞLU'na, bölüm hocalarıma, bu süreçte desteklerini esirgemeyen aileme ve öğrencilerime teşekkür ederim.

Köksal BİLİRDÖNMEZ

Antalya, 2016

ÖZET

İçinde bulunduğumuz yüzyıl, insanoğlunun maddesel algı metaforlarının, duyuşsal etkileriyle farklı estetik hisleri tetiklemektedir. Bu durumun yol açtığı algı ve tüketim kültüründeki boşluk, toplumsal olarak farklılıklar gösterdiği gibi, çeşitli toplumlarda daha derin tepkilere imkan vermektedir. Özellikle Amerikan toplumunun çeşitli alanlarda yaptığı teknolojik müdahaleler, sanat alanında da etkisini hissettirmektedir. Bu çalışmanın amacı Amerikan film endüstrisinin yüksek bütçeli animasyon film afişlerinde 3D kullanımının özellikleri, yaygınlığı ve algılanabilirliğini tartışmak, alternatif fikirler üretmek ve uygulamaktır.

Bu kapsamda giriş bölümünde, sinema, 3D, grafik ve sinema ilişkisine genel bir giriş yapılarak çalışmanın amacı ile çalışmada izlenen yöntem belirtilmiştir.

Birinci bölümde; Grafik Sanatına ve Tarihçesine, Türk Grafik Sanatı ve Gelişimine, Grafik sanatının gelişiminde oldukça önemli bir yere sahip olan Cumhuriyet dönemi grafik sanatçılarından, İhap Hulusi Görey'e ve günümüz grafik tasarım sanatçılarından, Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş'a yer verilmektedir. Yine birinci bölümde, İletişim ve Reklam Aracı olarak Afiş Tasarımı, Afiş Çeşitleri, Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler, Sinema, Animasyon ve Fotoğraf Temelli Anlatım Biçimleri ile Yeni Bir Anlatım Tekniği olarak 3D Kullanımı konularına değinilmiştir.

İkinci bölümde ise; 2010-2015 Yılları Arası Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması kapsamında tasarımları yapılan 3 Boyutlu animasyon film afişlerinin, anlatım dili ve plastik açıdan çözümlenmeleri ayrıntılı bir şekilde yapılmıştır. Yine bu bölümde, Cumhuriyet Dönemi ilk animasyon çalışmaları, ilk animasyon örnekleri, animasyonun kimler tarafından bulunup kullanıldığı, 3D Tekniğinin diğer alanlarda nasıl kullanıldığı ve 2010-2015 Yılları arası hazırlanan animasyon film afişlerinin tespitine, incelenmesine yer verilmiştir.

Üçüncü ve son bölüm olan değerlendirme ve sonuç bölümünde ise; Birinci ve İkinci bölümde yer alan tüm konular bütün yönleriyle incelendikten sonra, tezin asıl temasını oluşturan "2010-2015 Yılları Arası Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması" konusunun bundan sonraki araştırmacılara katkı ve kaynak oluşturacak şekilde değerlendirilmesi yapıldıktan sonra, "Deneysel Afiş Uygulamaları" başlığı altında çalışma sonlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, 3D, Animasyon, Grafik, Tasarım, Afiş

SUMMARY

The century we are in triggers different esthetic emotions through the emotional effects of material perception metaphors of humanity in the visual field. The gap between perception and consumption cultures caused by this allows deeper impacts in various societies as well as showing societal differences. Like technological interventions and developments in various fields performed by the American society particularly, the impacts are seen in the field of arts. The purpose of this study is to discuss the characteristics, prevalence and perceptibility of use of 3D in movie posters in high budget animated movies, to generate and apply alternative ideas.

In this context, a general introduction to cinema, 3D, graphics and cinema relationship are presented and the method used in the study is explained.

In the first chapter, graphic artist from the Republic period, İhâp Hulusî Gorey who has an important role in the graphic arts and graphic arts history, Turkish graphic arts and its development; graphic artists from today, Mengu Ertel and Yurdaer Altıntaş are presented. Also, movie poster design as a communication and advertisement tool, types of movie posters, techniques used in movie poster design, cinema, animation and photography based expression styles as well as the use of 3D as a new expression technique are discussed.

The second chapter covers the language of expression of 3D animated movie posters that are designed in the context of application of 3D technique of animated movie posters between 2010-2015 and their analysis in terms of plastics in detail. Also, in this chapter the first animation works, examples of first animation, the persons who found and used animation, how 3D techniques are used in other fields and identification and examination of animated movie posters prepared between 2010-2015 are included.

In the third and final chapters, which are discussion and conclusion, all issues presented in the first and the second chapters are examined wholly, and then the subject of the dissertation, “Application of 3D in Animated Movies between 2010-2015,” is evaluated as to provide contribution and resource for future researchers. Then, the study is finalized with the work under the title “Experimental Movie Poster Applications.”

Key Words: Cinema, 3D, Animation, Graphics, Design, Movie poster

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Köksal BİLİRDÖNMEZ

05/01/2016

RESİMLER DİZİNİ

Resim 1.1. (a) İlk Duvar Resimlerine Bir Örnek (İspanya Altemira Mağarası, M.Ö. 15000).....	5
Resim 1.1. (b) İlk Duvar Resimlerine Bir Örnek (Fransa Lascaux Mağarası, M.Ö. 25000)).....	6
Resim 1.2. Cumhuriyetin ilk yıllarına ait afiş örnekleri.....	11
Resim 1.3. Cumhuriyetin ilk yıllarında kullanılan alfabe kapağı ve afiş tasarımı .	12
Resim 1.4. İhap Hulusi Görey	13
Resim 1.5. İhap Hulusi Görey'in afiş çalışmalarından örnekler	14
Resim 1.6. Yurdaer Altıntaş'ın grafik çalışmalarından örnekler	16
Resim 1.7. Mengü Ertel'in grafik çalışmalarından örnekler	17
Resim 1.8. Dijital Reklam Türleri	19
Resim 1.9. İletişim Süreci Modeli Şeması.....	22
Resim 1.10. Ticari içerikli afiş çalışmasına bir örnek	27
Resim 1.11. Kültürel içerikli afiş çalışmasına bir örnek.....	29
Resim 1.12. Sosyal içerikli afiş çalışmasına bir örnek.....	31
Resim 1.13. İyi ve Kötü Afiş çalışmasına birer örnek.....	33
Resim 1.14. Fotoğraf tekniği ile hazırlanan grafik çalışması	35
Resim 1.15. İllüstrasyon tekniği ile hazırlanan grafik çalışması.....	37
Resim 1.16. Karışık teknik ile hazırlanan grafik çalışması.....	38
Resim 1.17. Bilgisayar tekniği ile hazırlanan grafik çalışması	40
Resim 1.18. 3D Nedir? En, boy ve derinlik X-Y-Z.....	45
Resim 1.19. İlk 3 boyutlu fotoğraf izleme gözlükleri.....	46
Resim 1.20. İlk Anaglif 3 boyutlu izleme gözlükleri	46
Resim 1.21. (1) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması.....	49
Resim 1.21. (2) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması.....	49
Resim 1.21. (3) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması.....	50
Resim 1.21. (4) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması.....	50
Resim 1.21. (5) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması.....	51
Resim 1.21. (6) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması.....	51
Resim 1.21. (7) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması.....	52
Resim 1.22. “Labirent” 3D film afiş tasarımı çalışmasına bir örnek	54
Resim 1.23. “Buz Devri 2” 3D film afiş tasarımı çalışmasına bir örnek.....	54
Resim 1.24. “Brave-Cesur” 3D film afiş tasarımı çalışmasına bir örnek.....	55
Resim 1.25. İç Mekân Baskı Makinesi.....	57

Resim 1.26. Dış Mekân Baskı Makinesi.....	57
Resim 2.1. Thomitrop. y. 1825. İki yüzünde farklı çizim resimlerin yer aldığı disk	101
Resim 2.2. İnsan öğrendiklerinin %83'ünü çevresini gözlemleyerek öğrenir.....	101
Resim 2.3. "Pioneer Plaketi"	102
Resim 2.4. İlk Film Afişinden Bir Örnek “Çiçek Abbas”.....	108
Resim 2.5. İlk Film Afişinden Bir Örnek “Gırgiriye”	109
Resim 2.6. Günümüz Film Afişinden Bir Örnek “İssız Adam”	109
Resim 2.7. Günümüz Film Afişinden Bir Örnek “Nefes”	110
Resim 2.8. Türkiye'deki ilk animasyon atölye çalışması	111
Resim 2.9. Karikatürist Tan Oral'ın kolaj tekniği ile yaptığı “Sansür” adlı animasyon filmi.....	112
Resim 2.10. Tonguç Yaşar'ın hazırladığı “Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü?” adlı animasyon filmi	113
Resim 2.11. Bazı bilim-kurgu film ve kliplerin bilgisayarla yapılışından örnek bölümler.....	116
Resim 2.12. Üç boyutlu değişim örnekleri.....	116
Resim 2.13. Bilgisayar Animasyon ile yüz değişim örnekleri.....	117

GİRİŞ

Sinemanın günümüzdeki gelişimine bakıldığında birçok sanat dalına göre daha hızlı bir gelişim süreci geçirdiği görülmektedir. Günümüz sineması film afişi tasarımı, jenerik, seslendirme,dekor, peyzaj, stüdyo, obje, karakter, müzik ve animasyonlarıyla reklamcılık ve sektörel açıdan bir bütün oluşturmaktadır. Teknolojinin her geçen gün daha da gelişim göstermesiyle beraber, grafik tasarım alanında gerçekleşen yenilikler birçok sanat dalına katkıda bulunduğu gibi sinema ve film alanına da doğrudan katkı sağlamaktadır.

İlk film afişleri incelendiğinde grafik tasarım ilkeleri açısından teknolojiden yoksun, el yordamıyla tasarlanmış sanatçının bilgi ve tecrübesine göre oluşturulmuş afişler dikkat çekmektedir. İlk Türk film afişlerinden "Çiçek Abbas", "Gırgıriye" film afişleri incelendiğinde grafik tasarım ilke ve kuralları açısından önemli örneklerdir.

Günümüz film afişleri incelendiğinde, "İssız Adam ve "Nefes" film afişleri grafik tasarım açısından dikkat çekmektedir. Grafik tasarım ilkelerine, kurallarına uygun olarak hazırlanmış bu afişler, filmin teması ile izleyiciye sunulmuştur. Teknolojik gelişmeler birçok sanat alanında olduğu gibi sinema alanında da kendini göstermiştir. Sessiz sinema dönemlerinden, günümüz animasyon sinemasına kadar geçen süreçte sinema ve sinema sanatının ne denli gelişim ve değişim gösterdiği görülmektedir. İçinde bulunduğumuz teknoloji çağı, beraberinde birçok yeniliğide insanların kullanımına ve beğenisine sunmaktadır. Artık erişmek istediğimiz bilgi ve belgeye bilgisayar aracılığıyla oturduğumuz yerden rahatlıkla ulaşabilmekteyiz.

Teknolojik gelişme beraberinde farklı arayışlar ve buluşlarıda beraberinde getirmiştir. Bu noktadan hareketle, 3D tekniği ile çekimleri yapılan filmlerin, afişlerinin de yine 3D olarak neden yapılamayacağı konusu ele alınmış ve 3D mantığında animasyon film afişi çalışmalarına yer verilmiştir. Afiş uygulamalarına başlamadan sinema tarihi, gelişim süreci, teknolojinin sinemaya katkısı, grafik sinema ilişkisi ayrıntılı bir şekilde araştırılıp incelenmiştir.

3D animasyon film afişi tasarımları, farklı tasarım programlarıyla hazırlanmakta, iç mekan baskı makineleri ile basılmakta ve izleyicinin beğenisine sunulmaktadır.

AMAÇ

21. yüzyıl iletişim araçlarının kullanılma noktasında, doruğa ulaştığı bir çağ olarak tanımlanabilir. Bu nedenle araştırmanın genel amacı, animasyon film afişlerinin, 3 boyutlu olarak ele alınması, irdelenmesi, uygulanması ve çağdaş bir anlatım dili olarak betimsel, olarak görsel anlatım oluşturmaktır.

Sanatta Yeterlik Tez çalışması, “2010-2015 Yılları Arası Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması” adlı bu araştırma; çoğunlukla 3D tekniğinin, kullanıldığı alanlar ve grafik tasarımdaki yerine değinilmiştir. Teknoloji ve iletişim araçlarının yaygın olarak kullanılması yeni alternatif fikirlerin ve tasarımların denenmesini zorunlu kılmaktadır. Çalışmanın genel amacı buradan hareketle ve destek alarak teknolojinin sınırlarını estetik açıdan zorlarken çizgisel ve lekesel özgün olarak izleyicide derin etkiler bırakabilmektir.

YÖNTEM

Çalışma kapsamında 2010-2015 yılları arasındaki film afişlerinden yaklaşık yirmi animasyon film afişi incelenmiş, afişlerde grafik tasarım ilkeleri açısından bazı olumsuz noktalar tespit edilmiştir. Bu afişlerin yeniden ele alınarak doku, renk, filtreleme, simgesel ölçülendirme, kompozisyon ve grafik tasarım unsurları açısından irdelenmiş ve yeniden ele alınmıştır.

Yeniden ele alınış biçimi, animasyon filminin konusuna, hedef kitlesine, izleyicide bırakacağı etkiye göre şekillenmiştir Çok çeşitli animasyon türlerinin ve afişlerinin olmasına karşın 3 boyutlu olarak hazırlanan ve tasarlanan afiş çalışmalarına ise rastlanılmamıştır. Tasarımları yapılacak olan afişlerin öncelikli olarak konuları incelenmiş, karakterler belirlenmiş ve afişlerin çağdaş tasarımlarının yapılması 3 boyutlu olarak sonlandırılması yöntemi kullanılmıştır.

Bu bağlamda 3D konusunun ayrıntılı bir şekilde araştırılması, kaynak ve literatür taraması yapılmış, detaylı bilgiler toplanıp, gerekli görseller temin edildikten sonra animasyon film konusu doğrultusunda Photoshop programında tasarımların oluşturulmasına baskıya ve sergilenmeye hazır hale getirilmesine geçilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. GRAFİK SANATI VE TARİHÇESİ

Grafik tasarım günümüzde önemli bir görsel iletişim sanatı olarak kabul görmüştür. Sanatta grafik, görsel olarak algılanan varlıkların-nesnelerin görüntü, renk ve şekillerle yansıtılması olayıdır (Artut, 2006: 132).

Grafik sanatının uzun bir geçmişi bulunmaktadır. İlk insanlar hayatlarını idame etmek için avlanırken, hayvanı fark ettikleri anda zihinlerinde yerleşen görüntü doğrudan grafik tasarım olarak değerlendirilebilir (Arıkan, 2009: 11). Grafik tasarım terim olarak 20. Yüzyılın ilk yarısında metal kalıplar aracılığıyla oyulmak suretiyle yazılan, çizilen daha sonra ise çoğaltma tekniği ile basılan görsel malzeme için kullanılmıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte sadece basılı malzemelerde değil, film ve perdeye yansıtılan, video ve diğer manyetik kaydedicilerle ekrana, yansıtıcılara gönderilen ve son olarak iki binli yıllarda hayatımıza giren bilgisayar yardımıyla üretilen tüm görsel malzemeler de grafik tasarım kapsamına girmiştir (Ketenci, 2006: 278).

Sözcük olarak grafik latince kökenli olup, "grafyn"dan gelmektedir. İngilizce de "Graphique" olarak yazılan grafik sözcüğü, sanatsal çalışmalarda çok geniş bir kullanıma sahiptir. Grafik sözcüğü günümüzde uluslar arası anlatım biçimi ve ortak bir ifade dili olarak kullanılmakta, dolayısıyla tanımdan da anlaşılacağı gibi tüm insanların aynı yorumu çıkaracağı biçimde de netleşmiştir. Bu açıklama; grafik sözcüğünün yazmak, çizmek, görüntülemek ve çoğaltmak anlamına geldiğini ifade etmektedir Grafik kelimesi bir sanat alanını ifade etmektedir. Grafik sanatlar plastik sanatlar içerisinde yer almasına karşın, işlevsellik açısından tüm sanat dallarından farklılıklarıyla ortaya çıkmaktadır. Soyut olmasına rağmen ekonomik özelliği söz konusudur, çoğaltıma dayalı olduğu için geniş kitlelere hitap eder (Tepecik, 2002: 17).

Grafik sözcüğünün tanımını biraz daha genişletecek olursak, sanatçının elinden özgün biçimlendirmeye çıkan ya da özgün çoğaltmayla (baskı yöntemiyle) elde edilen eserin, bilgi aktarmak, basılmak, kitle iletişim araçlarında kullanılmak amacıyla hazırlanan; çizgi, yazı, resim ve bunların düzenlemeleriyle ilgili tasarımları kapsamaktadır (Sözen,Tanyeli, 2001:93).

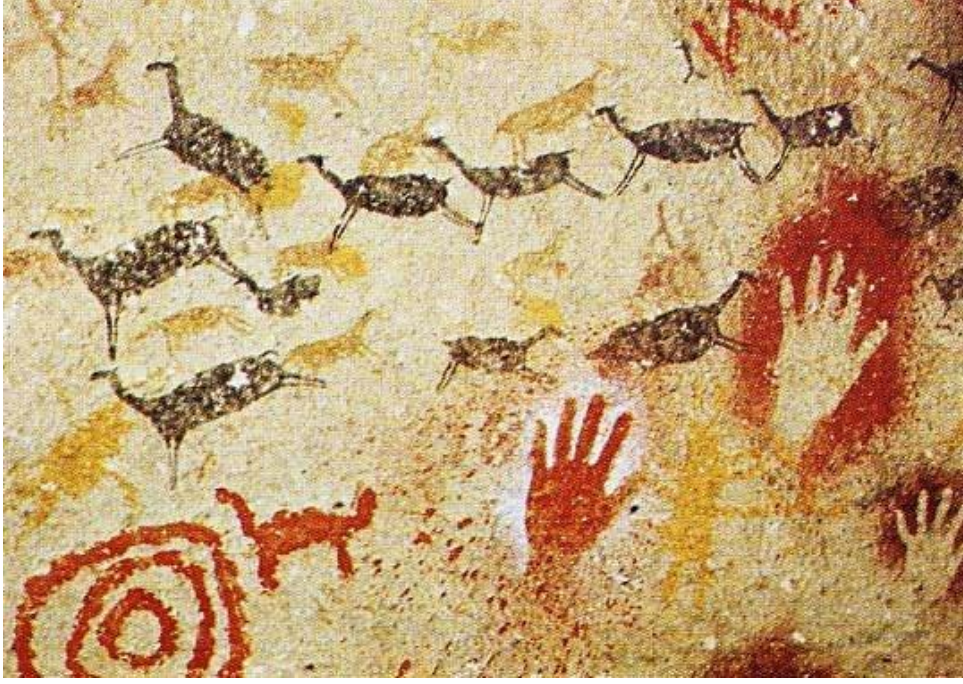
Grafik sanatı tarihi incelendiğinde insanlığın ilk haberleşme sisteminin grafik sanatı ile yakından ilgili olduğu konusunda yazılan görüşlere rastlanılmaktadır.Yaklaşık dört yüz bin yıl kadar öncesine uzanan insanlığın el becerisi ile ilgili üretimleri paleolitik (Eski taş çağı ve kaba taş çağı olarak adlandırılmaktadır) döneme kadar gitmektedir. Bu dönemde taşın bir araç

olarak kullanıldığı görülmektedir. Mağara duvarlarına yapılan ilk resimler, şekiller ve ilkel dönem küçük heykelleri ilk insanların el becerisi açısından ortaya koyduğu belgelerdir. Duvarlara kazılan ya da çizilen resimler; insan-hayvan, insan-çevre ilişkilerini göstermektedir. Sanat tarihi ve arkeoloji bilimi, duvar resimlerini bir sanat eseri olmaktan öte bir iletişim aracı olarak ele almaktadır. Bu çalışmalar bir anlamda ilk grafik sanatlar ürünü olarak da değerlendirilebilir.

“Örneğin; M.Ö. 15000 Altamira (İspanya) ve M.Ö. 25000 Lascaux (Fransa) mağaralarında bulunan hayvan ve insan figürlerinde günlük yaşamın bir kesiti işlenmiş ve aynı zamanda ellerin şablon olarak kullanılıp boyayla duvarlara çoğaltıldığı görülmektedir. Bu bir çeşit grafik ürün sayılabilir. Çoğaltım tekniği grafik sanatların temel prensibi olduğu varsayıldığında, 6000 yıllık tarih sürecinde Anadolu ve Mezopotamya bölgesinde küçük mühür silindirler ve çivi yazısıyla hazırlanmış küçük zarflar grafik çoğaltımların üç boyutlu ürünleri sayılabilir. Tarih kitapları ilk baskının Gutenberg tarafından bulunduğunu yazar. Aslında Gutenberg baskıyı ilk bulan kişi değil ama geliştiren kişidir. Çünkü yazının icadıyla birlikte, özellikle Sümer’lerde çivi yazısının ki tabletler üzerine ve kilden yapılan silindirlerin üzerine kazılan çivi yazılar kurutulduktan sonra, yaş tabletlerin üzerine yuvarlatılarak bir çeşit imza ve çoğaltım amaçlı kullanım tekniği geliştirmişlerdir, bunlar da ilk baskı teknikleri sayılabilir (Tepecik, 2002: 18).

Grafik sanatların tarihi gelişiminde Çin önemli bir yere sahiptir. Avrupa'dan önce yazı ve baskı sanatını bulan ve geliştiren bir toplum olan Çin ayrıca yazıyı iletişim aracı olma yanında önemli bir sanat unsuru olarak ele almıştır. Aslında grafik sanatların tarihteki kimliğini kazanması yazı sanatının keşfi ile mümkün olmuştur. Bugün dünyada kullanılan yazıların kesin olarak bulunuş tarihi belli olmamasına karşın Latin alfabesinin çıkış kaynağının M.Ö. 1600 tarihlerinde Finikeliler tarafından bulunduğu ifade edilmektedir. Bununla beraber Asurluların, Mısırlıların, Giritlilerin ve Musevilerin de yazının keşfinde rol aldıkları ileri sürülmektedir (Tepecik, 2002: 19).

19. yüzyıl sonu ile 20. yüzyılın I. Dünya Savaşına kadar süren ilk evresini kapsayan ve 'çağ dönümü' olarak adlandırılan süreçte, Batı dünyası endüstri devriminin getirdiği büyük değişikliklere ve sarsıntılara sahne olmuştur. Endüstri devrimiyle beraber milyonlarca insanın yaşamını endüstriyel üretimler şekillendirmeye başlamış, makineleşme ve fabrika sistemi sayesinde zenginleşen orta sınıf, aristokrasinin hâkimiyetini yıkmıştır. Büyük bir hızla gelişen kapitalizm, toplumsal sınıflar arasındaki uçurumu körüklemiş, çalışan sınıfların daha fazla ezilmesine neden olarak, toplumsal bunalımı arttırmıştır.



Resim 1.1. (a) İlk Duvar Resimlerine Bir Örnek
(İspanya Altemira Mağarası, M.Ö. 15000)
Kaynak: Adnan Tepecik, Grafik Sanatlar, 2002

Endüstri devriminin kent-soylu sınıfa, çalışan sınıfı sömürmek pahasına, sağladığı varlık ve refah ortamı, zenginleşen toplum kesiminin, adaletsizliği ve doğuracağı sonuçlara umursamaz bir tavır takınarak, kendini bu yanıltıcı parlak yaşama kaptırmasına neden olmuştur (Bektaş, 1992: 13).

Endüstri çağının doğurduğu bu karmaşık ortam, sağduyu sahibi kişilerin, "*endüstri devriminin sağladığı uygarlığın insani değerleri hiçe sayarak, toplumları maddeci bir dünyaya doğru sürüklediği ve bireyin doğa ve estetik değerlerle olan iletişimini koparmakta olduğunu*" düşüncelerine yol açmıştır. Endüstri devriminin, el sanatlarının işlevini ortadan kaldırması sonucu işlev ile sanatın birbirinden kopması, hiçbir estetik kaygı düşünülmeden gerçekleştirilen seri-imalat ürünlerinin yaşamın her alanını kaplayarak, sergiledikleri estetik değerden yoksun görünüm, sanatçıları, işlevi yeniden estetikle birleştirmenin yollarını aramaya itmiştir. Bu arayış içerisinde sanatçıların bazıları tarihselci bir tutumla Ortaçağ anlayışına dönerek, sanat ve el sanatları birliğini yeniden kurmayı denemiş, bazıları ise geleneğe karşı çıkıp, yeniliği savunarak estetikle işlevi birleştirmiştir.

Bu hareketlerin tasarım sürecinin başlatılması aynı zamanda baskı malzeme üretiminin çok ucuza mal edilmesi, kitle iletişim çağını açmış ve çağdaş grafik tasarımın gelişme

ortamını hazırlamıştır. Modern sanat hareketlerinin de temellerinin atıldığı bu dönemden başlayarak grafik tasarım, görsel anlatım yoluyla kurulan kitlesel iletişimin başlıca unsuru olmuştur (Bektaş, 1992: 13).



Resim 1.1. (b) İlk Duvar Resimlerine Bir Örnek
(Fransa Lascaux Mağarası, M.Ö. 25000)
Kaynak: Adnan Tepecik, Grafik Sanatlar, 2002

1.2. TÜRK GRAFİK SANATI VE GELİŞİMİ

Grafik sanatları diğer sanat alanlarından ayıran en önemli özellik, yapılan çalışmanın baskı için hazırlanmış olmasıdır. Amblem, logo, afiş, broşür, kitap, ilan, resimleme, tipografi, süsleme, harf tasarımı ile çeşitli reklamcılık ve sanayi tasarım ürünlerinin birçoğu grafik sanatlarının konusudur. Oldukça geniş bir alanı kapsayan grafik sanatlar temelde güzel sanatların uygulamalı sanatlarla ve yeni teknolojilerle buluştuğu bir alandır. Başka bir deyişle grafik sanatlar teknolojik imkanları kullanarak görsel öğelerden bir iletişim dili oluşturur (Odabaşı, 2006: 17).

Grafik tasarım, görsel, didaktik, simgesel, kişisel mantra ve sosyal çerçeve olarak tanımlanabilir. Anlam ve simgeyi tamamlamanın görsel ürünüdür. Grafik tasarımın amacı imgelemek ve verilmek istenen mesajı en iyi şekilde iletmektir. Başka bir deyişle, mesajı hazırlayan (tasarımcı) ve mesajı algılayan (izleyici) ortak bir görsel etkinin bütünlüğünde olmalıdır (Tuksal, 2008: 1).

Grafik tasarım kavramını baskı sanatı ve teknolojisinden ayrı düşünmek mümkün değildir. Bundan dolayı Türkiye'de ilk kurulan basımevinin Türk grafik sanatının ilk filizlendiği ortam olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Becer, 2006: 112).

Günümüzde bir iletişim aracı olarak kabul gören Türk grafik tasarımı çok yaygın, etkin ve çeşitli fonksiyonları bünyesinde barındıran sanat dalının yanı sıra grafik tasarım, söze dayalı iletişimden ziyade görsel ve uluslar arası bir iletişim dili olarak kabul gördüğü görülmektedir. Aynı dili konuşamayan ve yazamayan insanların grafik tasarım dilini ortak bir dil olarak kullanmaları ve bu sayede iletişim kurmaları bunun en açık örneğidir (Arıkan, 2009: 11).

Türk grafik sanatını ve gelişimini Türklerin kabul ettikleri yazı sistemleriyle ele almak daha doğru olacaktır. Orta Asya'dan Anadolu'ya uzun bir kültür coğrafyası içinde yer alan Türk tarihinde, Uygur alfabesi ve Göktürk alfabesi, kalıcı belgeleri günümüze kadar ulaştırmıştır. Uygur'lar Çinlilerle yakın ilişkiler içinde buldukları için yazım ve baskı teknikleri konusunda bilgi sahibi oldukları bilinmektedir. Özellikle duvar resimleri çalışmalarında çok sayıda eser bugüne kadar gelmiştir (Tepecik, 2002: 20).

Türklerde grafik sanatların asıl gelişimi Osmanlı Devleti döneminde başlamıştır. İlk matbaanın 18. yüzyılda İbrahim Müteferrika tarafından kurulduğu bilinmekle birlikte, Osmanlı Devleti'nde matbaanın tarihi Fatih Sultan Mehmet dönemine kadar uzanmaktadır. Özellikle azınlıkları oluşturan Ermeni, Musevi ve Rumların kendi dini eserlerini matbaa tekniğini kullanarak basmışlardır. Kanuni Sultan Süleyman döneminde sarayda kurulan

Enderun mekteplerinde sanat konularına da özel ağırlık verilmiş İran, Özbekistan ve Batıdan getirilen sanatçılar burada öğretmenlik yapmışlardır. Kitap resimleme sayfa tasarım çalışmaları bu okulda önemli bir ağırlık kazanmıştır. Kanuni döneminin ünlü minyatür sanatçısı Matrakçı Nasuh yaptığı resimlerde Anadolu'nun birçok şehrinin kuşbakışı resimlerini yapmıştır. Bu çalışmalar hem tarihi bir belge niteliğinde hem de sanat eseri olarak günümüze kadar ulaşmıştır.

1727 yılında Padişah 3. Ahmet ve Sadrazam olarak görev yapan Nevşehirli Damat İbrahim Paşa'nın desteği ile İbrahim Müteferrika ile birlikte çalışan ve kısa bir süre Fransa elçiliği görevi yapmış olan Mehmet Çelebi, ilk baskı tesislerini kurmuşlardır. Bu gelişme Türk grafik sanatı tarihinin modern başlangıcı olarak ele alınabilir. Basımevinde basılan ilk kitaplar; Tarih-i Hind-i Garbi, Cihannüma adlı resimli bir kitap ile Latin alfabesiyle basılmış olan Grammaire Turque ve Kitab-ı Lügat-ı Van Kulu'dur (Tepecik, 2002: 21).

Türk grafik sanatlar tarihinin önemli bir aşaması da Osmanlı Devleti'nde tiyatro sanatının kurulması ve gelişim göstermesidir. Tiyatro afişlerinin bu dönemde çalışıldığı görülmektedir. Avrupa'da gazetelerde bol miktarda yer alan karikatür sanatı da yüzyılın sonuna doğru Osmanlı Devleti'nde çıkan gazetelerde yer almaya başlamıştır. Tercüman-ı Hakikat, Tercüman-ı Ahval, Tasvir-i Efkâr gibi gazetelerde dönemin yönetimini hicveden karikatürler yayınlanıyordu. Ayrıca Servet-i Fünun ile Diyojen adlı dergilerin de Türk grafik sanatı ve tarihi gelişiminde önemli bir yere sahip olduğu hiç kuşkusuzdur. Cumhuriyet'in ilk yıllarında kurulan Türk Devleti'nin kimlik oluşturmada İhap Hulusi Görey grafik tasarımcı ve ressam olarak önemli bir yere sahiptir. Özellikle 1950 yılından sonra Türk grafik sanatının gelişim gösterdiği görülmektedir. Türk kültür ve sanatında izler taşıyan afişleriyle Mengü Ertel, geleneksel halk kültürü öğelerini tasarımlarına yansıtan Yurdaer Altıntaş, Türk grafik sanatlarına önemli katkılarda bulunmuşlardır. 1960 sonrası ülkemizde kentleşme sürecinin artması, üretimin çeşitlenmesi, 1970 ve sonrasında siyasi hareketlerin yoğunlaşmasıyla, grafik sanatlar daha çok ön plana çıkmıştır (Tepecik, 2002: 23).

Türk grafik tasarım sanatının tarihi gelişimine baktığımızda tarzların alabildiğine çeşitlendiği görülmektedir. Grafik tasarım açısından, tarz bize belirli bir zamanın ve yerin egemen görsel ve estetik yapısını çağrıştırmaktadır. Tarz, grafik tasarımcının ve sanatçının imzası olarak da nitelendirilebilir. İhap Hulusi Görey, yalın anlatımı ile Cumhuriyet'in ilk yıllarında "Cumhuriyeti afişleyen adam" olarak kişisel tarzını oluşturmuştur (Arıkan, 2009: 14).

Rönesans'ın Avrupa'nın kültür yaşantısına kazandırdığı değerler, 18. yüzyıl başlarından itibaren Osmanlı toplumunu da etkilemeye başlamıştı. Bazı Osmanlı aydınları Batı'daki bu

değişikliğin farkındaydı. Aydınlarla göre Avrupa'daki düşünsel ve toplumsal yenilikler Osmanlı toplumuna da kazandırılmalıydı. Bu yeniliklerin ilki, savaş ve savunma bilimi konularında uygulanmaya başlanmış; ordu, yeni baştan örgütlenmiştir. Osmanlı toplumu, Batı'da iki yüz yıl önce başlayan aydınlanma sürecine yeni yeni giriyordu. Dönemi simgeleyen lale; bu devrin "Lale Devri" (1718-1730) olarak adlandırılmasına yol açmıştır. Bu yenilikçi ortam içinde ilk Türk basımevi'de, 1727 yılında İbrahim Müteferrika ve Sait Çelebi tarafından kurulmuştur (Becer, 2007: 112).

Türkiye'de grafik tasarım alanında profesyonelleşme Cumhuriyet'in ilânından sonra gerçekleşmiştir. 1920'lerde İhap Hulusi Görey, Münif Fehim ve Kenan Temizan basın ilanı, kitap kapağı ve afiş alanında yaptıkları başarılı çalışmalarla Türk grafik tasarımının gelişimine öncülük etmişlerdir (Ketenci, 2006: 286).

Türkiye'de grafik tasarım eğitimine ilk olarak 1933 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Mithat Özer öncülüğünde açılan afiş atölyesinde başlanmıştır. 1919 yılında Almanya'da kurulan Bauhaus okullarında uygulanan ve sanat ile endüstri arasında işbirliğini savunan eğitim anlayışı başarılı olmuş, dünyada yeni kurulmakta olan bir çok tasarım okuluna örnek oluşturmuştur. Sanat eğitimi heykel, resim ve mimarlık gibi geleneksel sanat dallarında yoğunlaşan Güzel Sanatlar Akademisi'ne bir alternatif olarak 1957 yılında İstanbul'da açılan Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nun amacı, endüstriyel sanatlar ve tasarım alanında öğrenim görmüş uzmanlar yetiştirmek olmuştur (Becer, 2007: 114).

Meşrutiyetle özgürleşen düşünce ortamı grafik sanatlarda da kendini göstermiştir. Osmanlının 'yüzünü batıya çevirmesi' olarak ifade edilen özellikle Fransa ile başlayan ve batıyla olan iletişimidir. Grafik sanatı ilk kez basın ilanlarıyla kendisini gazetelerde göstermiş, bu ilanlarda, Arap ve Latin harfleriyle beraber kullanılmıştır. Grafik sanatının afişlerle Türkiye'ye girişi Cumhuriyetin ilk yıllarına rastlamaktadır. İhap Hulusi Görey, Kenan Temizan, Münih Fehim, Atıf Tuna, Ramiz Gökçe dönemin ünlü sanatçılarındandır. Özellikle İhap Hulusi Görey yaptığı grafik tasarımları ile Türkiye Cumhuriyeti'nin oluşturulmak istendiği yeni yüzünü ortaya koymuştur (Anonim, 2012: 9). Latin alfabesine geçiş sürecinde büyük ve hızlı bir değişimlerin yaşandığı ülkemizde, hat sanatı da bir süre daha varlığını sürdürmüştür. Ünlü hat sanatçısı Emin Barın, yazı çalışmalarına özgün üslubunu katarak kalıcı eserler üretmiştir. 1920'li yıllarda sanayi alanında uygulanan politikalar neticesinde ortaya çıkan girişimci sınıfı korumak ve desteklemek amacı ile çıkartılan kanunlar ile özel teşebbüs ve onun üreteceği ürünler çeşitlenmiş, yeni ürünlerin tanıtılması, artan ürün çeşitliliği ve bu ürünlerin tanıtımlarını sağlamak, Türk grafik tasarımı ve dönemin grafik sanatçıları için olumlu bir gelişme olmuştur (Anonim, 2012: 10).

Cumhuriyet'in kurulduğu ilk yıllar, vatandaş ve devlet el ele vererek harcamaların kısıtlandığı, yerli ürünlerin kullanılmasının teşvik edildiği, tasarruflu davranılması gerektiği yıllar olmuştur. Bu amaçların halk tarafından tanınması ve uygulanmasına ve bunlara ek olarak ulus bilinci kazandırmak amacıyla grafik sanatı etkin bir şekilde kullanılmış olup, hazırlanan afişler ile halkın bilgilendirilmesi sağlanmıştır. Geniş kitleler ile en kolay iletişimin özellikle, kitle iletişim araçlarının kısıtlı ve teknolojisinin düşük olduğu dönemlerde grafik sanatının en önemli dalı olan, özellikle şehir meydanlarında sergilenen afişlerin gücü üst düzeydedir.

1940'lı yılların en önemli isimlerinden biri olan Eli Acıman ürün tanıtım çalışmalarıyla Türkiye'nin ilk reklamcılarındandır. Grafik tasarım, 1946 yılında çok partili döneme geçiş ile birlikte yeni kurulan partilerin ve siyasi söylemlerinin tanıtımları için afişler kullanılmıştır. Bir kez daha toplumsal yaşam ve siyasi hayat grafik tasarımın ilgi alanını belirlerken, grafik tasarım da kendisini farklı bir alanda daha ortaya koymuştur. İllüstrasyonlarla başlayan siyasi afişler tipografik ifadelerle, amblemlerin kullanılmasıyla devam etmiştir.1950 yıllarında grafik tasarım ve illüstrasyon gelişme göstermiş, Mesut Manioğlu, Namık Bayık, Ayhan Akalp bu gelişimin önemli isimleri olmuşlardır. Daha sonra Bülent Erkmen, Selçuk Demirel, Nazan Erkmen, Hakkı Mısırlıoğlu, Emre Becer gibi isimler illüstrasyonun gelişmesine katkıda bulunmuş isimlerdir (Anonim, 2012: 12).

1950 ve 1960'lı yıllarda çok partili dönemle birlikte Türkiye tekrar dışa açılmıştır. Yabancı yatırımların desteklenmesi neticesinde gazete ve dergilerdeki reklamların sayısı artmış, gelişen ofset baskı teknikleriyle kitap basımı, afiş, gazete ve dergilerin sayıları artarken nitelikleri de değişmiştir. 1950-1960 yıllarda günümüz grafik tasarımın temellerinin atıldığı bilinmektedir. Döneme özgü ekonomik hareketlilik, üretim ve tüketim malları reklam ve tanıtım alanlarında çeşitlilik, yeni ürünlere ve bu ürünlere yapılacak ambalaj tasarımlarıyla grafik tasarımın çalışma alanını genişletmiştir.

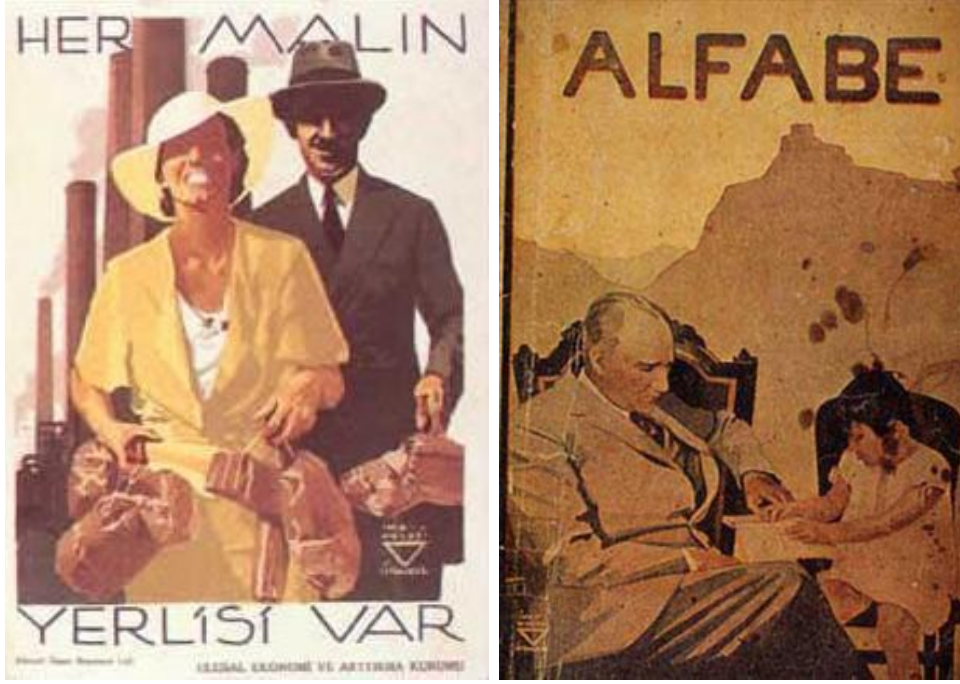
1970-1980 yılları gerek teknolojik olanakların kullanımı gerekse grafik tasarım ve reklamcılık için dönüm noktası olmuştur. Şehirleşmenin hızla artmasıyla beraber reklam ve tanıtım konusunda yeni yollara başvurulmuştur. Büyük boy afişler ve reklam panoları grafik sanatlar için yeni bir ilgi alanı olmuştur (Anonim, 2012: 16).

1980'li yıllarda dışa açılma politikasıyla birlikte, ürün tanıtımında kullanılan görsel malzemeler rekabeti de beraberinde getirmiştir. Yabancı ülkelerle yapılan etkileşim rekabeti doğurmuş, bu rekabet de beraberinde fotoğrafın kullanımını artırmıştır. Fotoğrafın icadından sonra ürünün akılda kalıcılığı, inandırıcılığı konusundaki gerekliliğe ve ihtiyaca karşın ülkemizde reklam fotoğrafının kullanımı zaman almıştır. Yaygınlaşan sanayi, artan üretim,

gelişen hizmet sektörü reklamda fotoğrafı gündeme getirmiştir. Fotoğrafın kullanımında reklam ajanslarının önemi büyüktür. Reklam fotoğrafları, yeni baskı teknikleriyle ilanlarda kullanılmıştır. Zamanla gelişen basım teknikleri reklam fotoğrafçılığının gelişerek afişlerdeki yerini almasını sağlamıştır. Reklam fotoğrafçılığının gelişmeye başlaması, afişler de fotoğrafın ağırlık kazanmasına yol açmıştır. 1982 yılında uygulamaya konulan Yüksek Öğretim Kanunu ile birlikte güzel sanatlar ve tasarım dallarında eğitim veren Güzel Sanatlar Akademisi ile Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu üniversite statüsüne alınmıştır (Ketenci, 2006: 286). Güzel Sanatlar Akademisi; edebiyat, fen, müzik ve sahne sanatları gibi farklı alanlarda eğitim veren bazı kurumları da bünyesinde toplayarak "Mimar Sinan Üniversitesi" adını almış, Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu ise Marmara Üniversitesi'ne bağlı bir Güzel Sanatlar Fakültesi haline dönüşmüştür. Böylelikle 1982'ye kadar lisans düzeyinde eğitim veren bu kurumlarda lisansüstü düzeyde (yüksek lisans ve sanatta yeterlik) öğrenim görme ve akademik kariyer yapma olanakları doğmuştur (Becer, 1997: 115).



Resim 1.2. Cumhuriyetin ilk yıllarına ait afiş örnekleri
(kolektomani.com- freshideasfordesign.blogspot.com, 2015)



Resim 1.3. Cumhuriyetin ilk yıllarında kullanılan alfabe kapağı ve afiş tasarımı (pinterest.com-blog.radikal.com.tr, 2015)

1970 yılı grafik tasarımında en belirleyici değişim, teknoloji ve üretim ilişkilerinde yaşanmıştır. Ancak Türk grafik sanatçılarının bilgisayarı ve getirdiği teknik olanakları verimli kullanmaları zaman almıştır. Metin Edremit'in tasarladığı İstanbul ambleminden sonra başka belediyeler de kendileri için amblem çalışmalarını kullanmışlardır. Dönemin grafik tasarımlarında ağırlıklı olarak el işçiliği kullanılmıştır. İllüstrasyonlar air-brush tekniği ile yapılmıştır. Kullanılan tipografik çalışmalarda ise sınırlı yazı fontları kullanılmıştır. 1980 sonrasında dış dünyaya açılım hız kazanmış, serbest piyasa ekonomisi reklam ajanslarının gelişimini sağlamıştır. Bunun üzerine çok uluslu şirketlerle ortaklıklar yapılmış ve böylelikle farklı ülkelerin grafik sanatı etkileşimleriyle birlikte, iş hacmi artmış, artan talepleri karşılamak üzere de sadece tasarım işleriyle uğraşan grafik tasarım ajansları kurulmuştur. (<http://www.megep.meb.gov.tr>, 2015).

Cumhuriyet dönemi grafik tasarımının gelişmesine öncülük eden ve birçok çalışmayla katkıda bulunan İhap Hulusi Görey'e ve günümüz grafik tasarımcılarından Yurdaer Altıntaş'a ile Mengü Ertel'e değinmekte fayda olacaktır.

Türk grafik tasarımının gelişiminde katkısı olan sanatçıların başında İhap Hulusi Görey, Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel gelmektedir. 1898 yılında, Mısır'ın Kahire şehrinde doğan İhap Hulusi Görey, ilk ve orta öğrenimini Kahire'nin İngiliz okullarında yapmıştır. 1920

yılında resim eğitimi görmek üzere Almanya'ya gitti. Münih'de Heimann Schule atölyesinde üç yıl çalıştıktan daha sonra Kuntsgewerbe Schule'ye devam ederek öğrenimini tamamlayıp Türkiye'ye döndü. Çok sayıda dil bilmesinden dolayı (Arapça, Almanca, İngilizce ve Fransızca) Dışişleri Bakanlığı'nda çalışması istendi, ancak o memuriyeti reddetti. Akbaba'da Münif Fehim ve Ramiz'le birlikte çalıştı. Daha sonraları afiş çalışmalarına ağırlık veren İhap Hulusi, afişi yaparken "*Buluş*"un önemine değinerek "*Seyredenlerin ilgisini çekmeli ve düşündürmeli*" diye yorumlamıştır. 1929 yılında İstanbul'da ilk atölyesini kuran Görey, sonra "Kulüp Rakısı" etiketi ve Atatürk'ün siparişi üzerine Türk alfabesinin kapağını tasarladı. Ziraat Bankası, İş Bankası, Yapı ve Kredi, Garanti, Sümerbank, Emlak Kredi, Türk Ticaret Bankası, Maliye Bakanlığı (tahviller), Türk Hava Kurumu, Kızılay, Yeşilay, Tariş, Ziraat Donatım Kurumu ve bir çok özel kuruluşa çeşitli grafik tasarım çalışmalarısıyla hizmet vermiştir (<http://www.grafikerler.org>, 2014).



Resim 1.4. İhap Hulusi Görey
(pinterest.com, 2015)

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

Gerçekçi bir yaklaşım ve titiz bir işçilikle, hem kompozisyon, hem de renge gereken önemi vererek tasarladığı afişlerinde, öğretim gördüğü yılların Alman grafiğinden esintilerine rastlamak mümkündür (Berkman, Kabacalı, Özçelik, 1991: 148). Suluboya çalışmalarının yanı sıra, son yıllarında hat sanatını modernize ederek başarılı örnekler veren İhap Hulusi Görey, 27 Mart 1986'da İstanbul'da hayata gözlerini yummuştur (<http://www.grafikerler.org>, 2014).



Resim 1.5. İhap Hulusi Görey'in afiş çalışmalarından örnekler
(grafikerler.org, 2015)

Yurdaer Altıntaş; 1935 yılında Kars'ta dünyaya gelen Sivas, Erzurum, Malatya, Tokat, Gelibolu gibi Anadolu'nun çeşitli kentlerinde geçen çocukluğu sayesinde, Anadolu kültürünü tanıma fırsatı bulmuştur. Dramatik olaylarla geçen çocukluğun ardından Altıntaş, kişiliğinde oluşan özgüven ile lise birinci sınıfta Güzel Sanatlar Akademisinin sınavlarına girip kazanmıştır. 1952 yılında Güzel Sanatlar Akademisi Süsleme Sanatları Bölümü, afiş atölyesine kayıt yaptırır Altıntaş, çeşitli değerlendirmeler sonucunda akademideki eğitim ortamının iletişim açısından verimli ve başarılı olmadığını düşünerek yüksek öğreniminin son yılında profesyonel olarak çalışmaya başlamıştır (ekitap.kulturturizm.gov.tr, 2015).

1957 yılında Güzel Sanatlar Akademisi Afiş Atölyesinden mezun olan Altıntaş, 1964 yılında İstanbul'da açtığı ilk kişisel sergisiyle, Türk grafik tasarım sergisini gerçekleştirmiştir. Yine 1964 yılında Türk Alman Kültür Merkezinde afiş sergisi açan Altıntaş, pul, broşür, amblem, başlıklı kağıtlar ve illüstrasyonlardan oluşan sergide çalışmaların orijinallerine yer vermiştir. Yurdaer Altıntaş, 1965 yılında Gebrauchsgraphik adlı dergi ile iletişim kurmuş ve çalışmalarını burada yayınlamıştır.

Gebrauchsgraphik'te Türk grafik tasarımcılarını tanıtmıştır. Mesut Manioğlu, Fikret Akgün, Selçuk Önal, Ahmet Güleriyüz ve Sait Maden ile görüşerek, grafikerlerin bir dernek çatısı altında bir araya gelmesi düşüncesine öncülük etmiştir (ekitap.kulturturizm.gov.tr, 2015).

Altıntaş 1968 yılında Grafik Sanatçıları Derneğinin kurulmasına öncülük etmiş, 1976 yılında Güzel Sanatlar Akademisi Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulunda öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. Altıntaş, 1979 yılında okulun müdürlüğüne atanmış, yurt içinde ve yurt dışında sergiler açtı, birçok toplu sergiye katıldı. Değişik ülkelerdeki Bienal ve Trienallere çalışmaları kabul edilmiştir (yurdaeraltintas.com/biography.aspx, 2015). İsviçre, Polonya, Amerika, Fransa gibi ülkelerdeki arşiv ve müzelere çalışmaları alınmıştır 2004 yılında Türk grafik tasarımına yaptığı katkılardan dolayı ICOGRADA (International Council of Graphic Design Associations) tarafından kendisine Icograda Başarı Ödülü verilmiştir (Altıntaş, 2015: 1).

Yurdaer Altıntaş, Türkiye'nin tarihsel, kültürel ve sanatsal birikimini, Polonya ve Fransız etkisini de hissettirecek biçimde kendi sanatsal ve estetik sentezinde bütünleştirmiştir. Stilize edilmiş figürlerle, koyu kalın kontörleri birlikte iç içe kullandı. Ele aldığı konuları simgesel anlatımlarla yorumlamıştır (ekitap.kulturturizm.gov.tr, 2015).



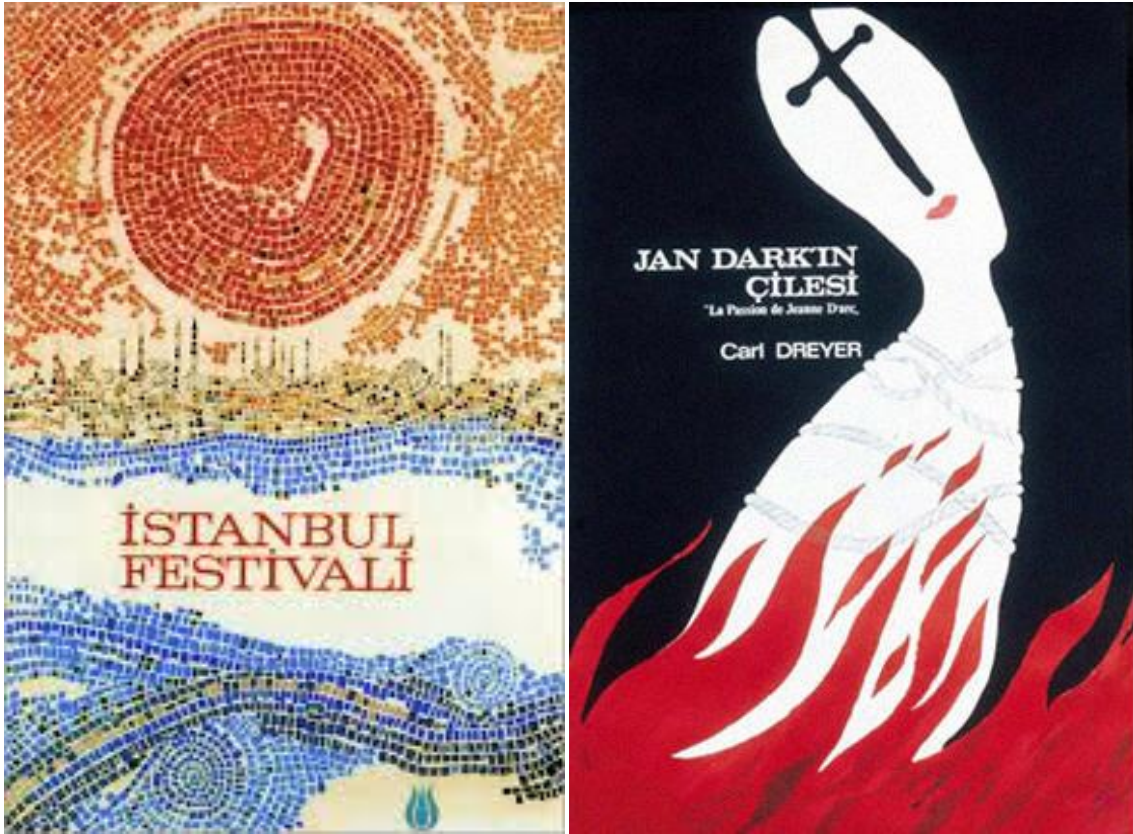
Resim 1.6. Yurdaer Altıntaş'ın grafik çalışmalarından örnekler
(Yurdaer'e 80 Yaş Etkinlikleri, 2015)

Grafik sanatının henüz ülkemizde yeterince tanınmadığı ve bilinmediği dönemlerde, çalışmalarıyla Türk grafik sanatların gelişmesine önemli katkıları bulunan, yurt dışında çeşitli sanat etkinliklerinde ve yarışmalarda ödül alarak ülkemizi tanıtan Mengü Ertel'i bilinçli bir grafik tasarımcı olarak tanımlamak daha doğru olur (ekitap.kulturturizm.gov.tr, 2015).

Mengü Ertel; 1950'lerin ikinci yarısında ülkemizde yeni filizlenen reklam ortamında Ertel'de kendi grafik sanatlar atölyesini oluşturmaya başlamıştır. Ticari işler bir bakıma grafik sanatların geçim kaynağı olmuştur. 1956 yılında San Organizasyonu ve 1969'da San Grafik Atölyesini kuran Ertel, bu atölyeleri bir anonim şirkete dönüştürerek 1983 yılında San Reklam ve Halkla İlişkiler Hizmetleri A.Ş. adını aldı (Marketing Türkiye, 2000: 22).

Mengü Ertel'in kırk yıla yaklaşan grafik tasarım serüveninde başta gelen özelliğinin, tasarım disiplininin sınırları içinde kalmaya direnme çabası olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye'nin çağdaş grafik tasarım tarihinin başlangıç dönemini oluşturan 1960'lı yıllarda gerçekleştirdiği tiyatro afişlerinde bu direnmenin de ipuçları ortaya çıkmaktadır. Bu afişlerin önemli bir bölümü, tasarım disiplininin olmazsa olmaz bir ögesi olan "sipariş" dışında kalan çalışmalar oluşturmuştur. 20. Yüzyıl grafik tasarımında belirleyici bir rol oynayan yazı da bu afişlerde ikinci planda yer almaktadır (v2.arkiv.com.tr, 2015).

Tiyatro sevdalısı olan Mengü Ertel, büyük usta Muhsin Ertuğrul’la tanışma fırsatını yakaladı. Tiyatronun her alanında yer alan Ertel, Muhsin Ertuğrul’un 1960’lı yıllarda “Kenterler” adlı oyununa afiş çalışması yapması Ertel için bir dönüm noktası olmakla beraber diğer tüm özel tiyatrolardan gelen afiş tasarımı talepleriyle de çok sayıda afiş tasarımı gerçekleştirmiştir. Mengü Ertel 1969 yılında yapmış olduğu tiyatro afişleriyle ilk sergisini açtı ve bu sergisini Berlin, Varşova ve Brüksel’e taşımıştır. Mengü Ertel’in çalışmaları önemli uluslararası grafik dergilerinde (Graphis, Novum Gebrauchsgrafik, Modern Publicity) süreli yayın ve yıllıklarında yayımlandı. Ertel’in afişleri Varşova ve Münih Şehir Müzesinin koleksiyonuna girdi (ekitap.kulturturizm.gov.tr, 2015). Gerek grafik tasarım disiplininin dışına kayma isteği gerekse de tiyatro bağlamının belirleyiciliğinin yalnızca Ertel’de değil, Yurdaer Altınlaş ve Bülent Erkmek’in çalışmalarında da öne çıktığı görülmektedir (v2.arkiv.com.tr, 2015).



Resim 1.7. Mengü Ertel’in grafik çalışmalarından örnekler
(Marketing Türkiye 1 Nisan 2000)

1.3. İLETİŞİM VE REKLAM ARACI OLARAK AFİŞ TASARIMI

İletişim ve reklam aracı olarak afiş tasarımını incelemeyden önce reklam ve iletişimin kısaca tanımlarını yapmak gerekmektedir. Bir işletmenin ya da kurumun satışlarını artırmak amacıyla kullandığı pazarlama araçlarının en önemlisi olan "*reklam*", farklı şekillerde tanımlanmaktadır. En genel anlamı ile reklam, ücretli olarak yapılan bir duyurudur. Daha açık ve detaylı bir reklam tanımı yapılacak olunursa, tüketicileri veya alıcıları bir mal veya markanın varlığı hakkında bilgilendirmek ve tüketicinin ilgili malı, markayı, hizmeti veya kurumu tercih etmesini sağlamak amacıyla göze ve/veya kulağa hitap eden mesajların ve bu mesajların ücretli olarak reklam araçları aracılığı ile iletilmesidir (Teker, 2009: 1).

Fransızca "Reclame" kelimesinden geçen reklamın günümüzde birbirine benzer veya birbirinden çok farklı tanımları yapılmaktadır. Reklam bir iletişim olayıdır. Tüketicilere seçenek sunmak, tercih hakkı tanımak ve bilgilendirmektir.

Reklam; hareketli, her an değişebilir bir dünyanın serbest rekabete dayalı pazar mekanizması içerisinde var olabilmenin, olmazsa olmaz birincil koşuludur. Arz ve talebi buluşturan, piyasayı oluşturan ticari haberdur. Rekabeti canlandıran ürün ve hizmetlerin kalitesini yükselten, fiyatı düşüren böylelikle ekonomiyi güçlendirmeye yardımcı olan bir yayındır. Mal ve hizmetlerle insanlar arasında karşılıklı iletişim ve etkileşim yoluyla uyum sağlayan, yeni ihtiyaçlar ile yeni ürünler ortaya koyan, ekonomik olduğu kadar kültürel boyutları da bulunan bir aktivitedir. Mal veya hizmete ait eksiksiz bilgiyi, etkili bir mesajla dönüştürerek hedef tüketicilere iletmektir (Çivrilili, 1993: 11).

Grafik tasarım çalışmalarında önemli bir yere sahip olan reklamın tanımına değindikten sonra kısaca reklam ve kitle iletişimine de değinmekte fayda olacaktır. Günümüzde insanlar için toplumdan ayrı ya da toplumsal yapı dışında bir yaşam biçimi düşünülmemeyeceğine göre, insanlara özgü yapısı ile iletişim, toplumsal etkileşim biçimi olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca belli bir toplumsal yapıda yer alan insanların birbirleriyle etkileşimde bulunmadan yaşayamayacakları da düşünülürse, iletişim toplumların varlığı açısından gerekli ve kaçınılmazdır. Kitle iletişimi ise, toplumu toplum yapan unsurları birleştirip kaynaştıran bir yapıya sahip olup bugünkü kitle toplumuna dönüştürülmüş toplumlarda insanların kitle iletişimi ile sembolik içerikli iletilerin iletildiği ve ulaştırıldığı bir süreç olarak görülmektedir (Karaçor, 2007: 11-12).

Tüketici Reklamları; Hedef kitleye marka bağımlılığı oluşturma ve satın aldırmaya yönelik reklamlar, genel manasıyla tüketici reklamlarıdır. Ama tüketiciye sunduğunuz ne ise ki bu imajımızla ilgili de olabilir tüketici reklamlarıdır.

Ticari Reklamlar; Bayi sayısını artırmak için yapılanlar, ticarethaneler için yapılan reklamlar, malı satacak veya mal üretecek insanların hedef kitlede olduğu reklamlar genel manada reklamlar olarak sınıflandırılabilir.

Endüstriyel Reklamlar; Ürünün oluşumunu sağlayan hammadde veya yarı mamul maddelerden söz edilen reklamları, bu sınıfta değerlendirmek mümkündür. Genellikle o iş ile alakalı insanların anlayabileceği türden reklamlardır. Çoğunlukla sektör dergilerinde ya da tematik kanallarda gösterilen ve yayınlanan reklamlardır. Film afişlerini ticari ve endüstriyel reklamlar kapsamında değerlendirmek mümkündür.

Sosyal Amaçlı Reklamlar; Belirli bir amaca yönelik ama bir kâr amacı gütmeyen, ticari bir kazanç beklenmeyen, tamamen toplumun eğitilmesi, bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesine yönelik reklamlar bu sınıfta değerlendirilir. Yeşilay reklamları, Kızılay reklamları, RTÜK reklamları (Özkundakçı, 2012: 39-41).

Dijital Reklam Türleri

Banner reklamlar (Display ads)	Web sitelerinde yer alan görsel reklamlar, standart Flash veya rich-media
Arama Motoru Reklamcılığı (SEM)	Arama sonuç sayfalarında ve içerik ağındaki tıklama bazlı maliyetli reklamlar
Email (eDM)	E-bültenler ya da e-doğrudan pazarlama
Editorial /Advertorial	Ödeme karşılığı online haber içeriğinde yer alış
Affiliate Programları	Sitelerin satış komisyonu karşılığı ürünü pazarlaması
Promosyonlar	Satış teşvik pazarlamasının dijital versiyonu
Mobil internet reklamları	On veya off-portal wap veya mobil sitelerdeki display reklamlar
Digital signage	İnteraktif outdoor reklamları

Resim 1.8. Dijital Reklam Türleri
(slideshare.net, 2015)

İletişimin tanımına baktığımızda ise, İletişime ilişkin tanımların sayısı iki yüze yakındır. E.X. Dance ve Carl Larson, 1972’de iletişim alanındaki tanımları taramışlar ve 126 değişik tanım bulmuşlardır. Bu sayı kuşkusuz o zamandan bu yana çok daha artmıştır.

İletişim; fikirlerin, bilginin, becerilerin, duyguların, vb.nin simgeler kullanılarak iletilmesidir. Anlam arama çabasıdır. İnsanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütleme çalıştığı

yaratıcı bir edimdir. İletişim terimi esas olarak simgeler vasıtasıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine (veya diğerlerine) bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların aktarılması olarak ifade edilmektedir. İletişime ilişkin tüm bu ve benzeri tanımlar, tanımı yapanların yaklaşımlarına göre farklılık göstermektedir. Ama bu yaklaşımlar içinde en azından iki düşünce çizgisini saptamak mümkündür.

Bunlardan birincisi, iletişim sürecinin iletişim yönünü öne çıkarmaktadır. Bu gönderici-mesaj-kanal-alıcı çizgisel modeliyle karakterize olan bir yaklaşımdır. Bu tür modeller bir fikrin, duygunun, tutumun vb. birinden bir başkasına nasıl aktarıldığını ortaya koymaktadırlar.

Diğer bir yaklaşım ise karşılıklılık ve ortak algılama, paylaşma gibi unsurların altını çizmektedir. İletişim kavramının tarihine bakıldığında, iletilimsel/meکانik çizgisel tür iletişim tanımından karşılıklılık/ortak algılamalar türündeki iletişim tanımına doğru bir eğilimin bulunduğunu saptamak mümkündür (Mutlu, 1995: 168).

Başka bir deyişle iletişim; bir kişiden diğer kişi veya kişilere, "bilgi" veya "anlam" aktarımı sürecidir. Grafik tasarım reklam ve iletişim noktasında devreye girmektedir. Tasarlanan birçok grafik tasarım ürünü reklam ve iletişim unsurlarıyla birlikte ele alınmaktadır. İletişim, insanın kendini sosyal bir varlık olarak ifade etmesi için zorunludur. İnsanın her davranışı, konuşması, susması, duruşu ve oturma biçimi, kendini ifade etme çabası yani çevresine mesaj iletmesidir. *İletişim kurmakta asıl amaç*, anlaşılabilir mesajların gönderilmesi ve karşı tarafın tutum ve davranışlarında değişiklik yapmaktır (Erdönmez, 2004: 5).

İletişimin tanımına değindikten sonra kısaca iletişim estetiğine de değinmekte fayda olacaktır. 1970'li yıllardan başlayarak günümüze kadar uzanan bir sanat dalı olan iletişim estetiği sanatçılara, medya ve kamuoyunu yönlendirme teknikleri üzerine araştırma alanları sunmaktadır. Gazete, televizyon yayını, fotoğraflı röportajlar, reklam afişleri ve işaret panoları biçimini alan yapıtların ortaya çıkmasına olanak sağlamakla beraber önemli temsilcilerinden biri Les Levine'dir (Eroğlu, 1997: 173).

Görsel sanatlarda estetik iletişimi ise şu şekilde tanımlanmaktadır. Görsel sanatlar, dünyayı görsel yoldan kavrama ve anlama gibi temel bir dürtüden kaynaklanır. Bu hem sanatçı, hem seyirci için böyledir. Endüstri tasarımlarının ister ücretli yapımı, isterse kar amaçlı pazarlanması bu gerçeği ortadan kaldırmamaktadır. Tamamen teknolojik, bilimsel verilerle üretilmiş tasarımlar bile, "görsel algılama güdüsü ve buna bağlı olarak oluşan tat alma-bulma duyguluğuna" cevap vermek zorundadır.

Görsel sanatların iletişim gücü ve etkileri tartışılmaz bir gerçektir. İnsanoğlunun beynini yıkayarak (duyusal bilgi birikimlerini silerek), beyne bilimsel bilgi yığsak bile, bireyler görsel

algıya bağlı hem ruhsal, hem düşünsel değerlendirmelere, davranış ve özümsemelere yine de başvuracaklardır (Atalayer, 1994: 133).

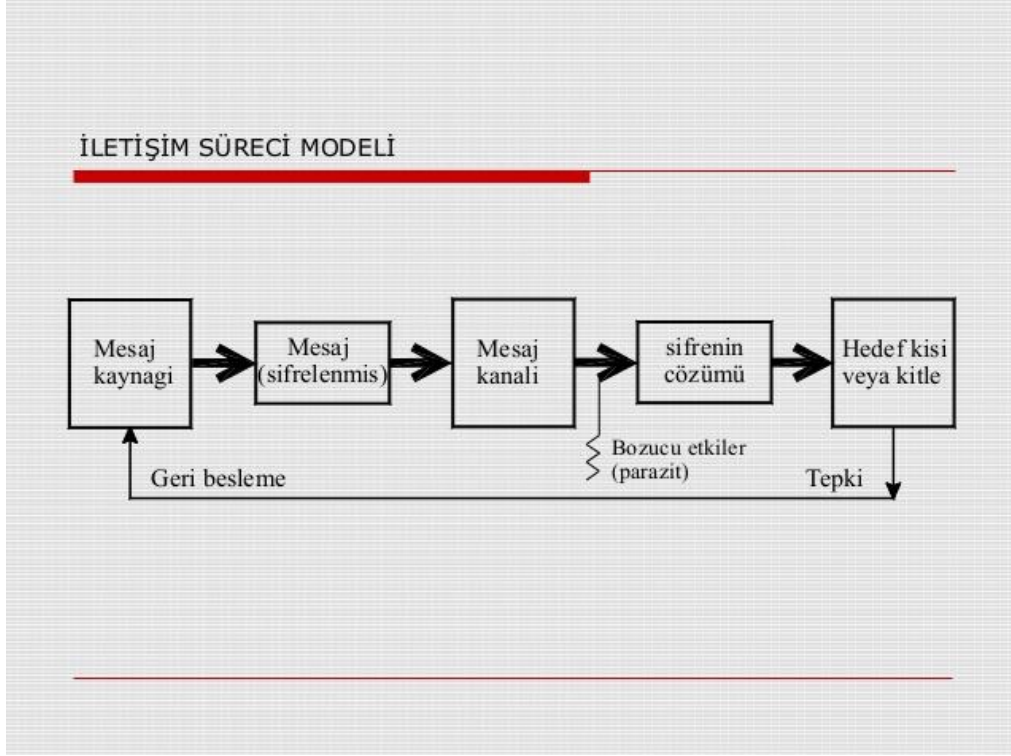
İletişim kurarken insanlar, ortak birikimlerine ilişkin göstergelere başvururlar. Bu göstergelerin oluşturduğu farklı iletişim türleri vardır (Bıçakçı, 1999: 32). Bunlardan biri de yazılı iletişimdir. İnsanın zaman ve mekândaki ilişki sınırlılıklarını genişletmede en etkin iletişim biçimidir. Uzaktan haberleşmede, bilgi ve deneyimleri zaman içinde biriktirme de sözlü iletişime göre daha güvenilir bir yol olan yazı ile iletmenin kökeni, mağara resimlerindedir. Ekonomik gereklerle ortaya çıkan, bazı toplumsal, kültürel ilişki ve kurumlar üzerinde etkili olmuştur. Buna karşılık bu kurumlar da yazının evrim ve yayılma süreçlerinin yönünü ve hızını belirlemişlerdir (msxllabs.org, 2015). Yazılı iletişim araçları arasında yer alan afişler ise iletişimin gelişmesinde büyük öneme sahiptir. Afişler slogan, çizgi ve resimlerle bazı faaliyetleri hedef kitleye anlatmaya çalışan ve onları belli konular hakkında daha hassas hale getirmek isteyen özlü çalışmalardır (Çağlar, Kılıç, 2009: 19-24).

Görsel İletişim ise; göz, görme ve görülebilir olan ile algının eş düzeyli olarak birlikte gerçekleştirdikleri iletişim çabasıdır. Görme duyusunun fizyolojik, psikolojik ve çevresel olgularla birlikte görülebilir iletiyi alım laması ve alımla yanın, iletişimsel edimin öğeleri doğrultusunda gerekli(görsel, yazısal, sözel, sözel olmayan) araç ve kanalları kullanarak geribildirimde bulunması sürecidir. Göz, görme, görüntü, görsel, görsellik, görülebilirlik, görünürlük gibi bir dizi terim ve kavram ile kurar üstdilini. Görülebilirin ardındaki evrenden alır gücünü, mevcut olmayan bir mevcudiyeti görünürlük düzeyinde kesitler, sınıflandırır, yeniden biçimlendirir, dönüştürür ve ortaya çıkan amaçlı iletiyi sunar alıcısına. Görsel iletişim süreci böylelikle başlamış görsel ileti kaynaktan hedefe böylelikle yöneltilmiştir (Çamdereli, 2008: 76). İletişimin tanımına ve iletişim araçlarına değindikten sonra insanlık için önem arz eden iletişimin, çok kısa kronolojisine bakmak gerekir.

Yazının Kökeni ve Gelişim Evreleri

M.Ö. 25.000	Tarih öncesi insanlar tarafından mağara resimlerinin yapılması
M.Ö. 3100	Hiyeroglif Yazı
M.Ö. 1600	İlk Bilinen Alfabe (Filistin)
M.Ö. 1200	Çinlilerin Resim Yazıyı Bulması
M.Ö. 730	Fonetik Alfabe (Yunanistan)
M.S. 1041	Hareketli Tipte (Ahşap) Baskı (Çin)
M.S. 1241	Metal Tip Baskı (Kore)

M.S. 1456	Gutenberg'in Hareketli Metal Tipteki El Basım Matbaası (Almanya)
M.S. 1609	Düzenli Basılan Gazete (Almanya)
M.S. 1839	Fotoğraf
M.S. 1895	Halka Film Gösterimi
M.S. 1911	İlk Televizyon Yayını (Yaylagül, 2006: 14).



Resim 1.9. İletişim Süreci Modeli Şeması
(image.slidesharecdn.com, 2015)

Görsel tasarım bir başka deyişle görsel iletişimdir. İnsanlara duyuru ve ilan amaçlı yapılan afiş çalışmaları bunlara en güzel örnektir. Görsel olarak hazırlanan tasarımlar insanlara daha kolay ve hızlı ulaşır. Fotoğraflar, yazılar, resimler, illüstrasyonlar vb. grafik iletişimin vazgeçilmez unsurlarıdır. Görselleşen tasarımda verilmek istenen mesaj açık, net ve estetik olmak durumundadır. Bir başka deyişle grafik tasarım kavramını problemlerin çözümü olarak da değerlendirebiliriz (İstek, 2005: 55).

Broşür, katalog, afiş gibi veya benzeri basılı materyaller tasarım ve grafik kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik tasarım ürünleridir. Bu tarz basılı ürünler genellikle ürün tanıtımı,

kurumsal tanıtım, imaj tanıtımı ve geliştirilmesi amaçlı tasarlanan grafik ürünleridir (Ketenci, 2006: 325).

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 belirli yerlerine asılan duyurulardır (Tepecik, 2002: 72). Şehirlerin işlek caddelerinin görülebilir kısımlarına, özellikle bina cephelerine yapıştırılan görsel ağırlıklı reklam medyalarıdır. Afişler çarpıcı, göz alıcı ve renkli olarak hazırlanır. Resimler yazılarla uyumlu bir şekilde yerleştirilir. Genellikle yerel bazda faaliyet gösteren işletmenin kısa süreli reklam faaliyetleri için uygun ve ekonomik olarak ucuzdur (Tayfur, 2010: 169).

Afiş üretim olarak megalight, cip ve billboard gibi açık hava reklam tasarım çalışmalarının temeli olarak ele alınabilir. Başka bir deyişle afiş; Bir ürünü, kurumu, faaliyeti, etkinliği, düşünceyi, olayı, siyasal, bilimsel, ticari ya da sanatsal etkinliği durmak için hazırlanmış grafik tasarım ürünüdür (Arıkan, 2009: 148).

Afiş'in kısaca tanımına değindikten sonra grafik sanatların gelişiminde önemli bir yere sahip olan Fransız Art Nouveau Hareketi ile Afişin gelişimine değinmekte fayda olacaktır. Fransa'da Viktorya dönemi grafiklerinden Art Nouveau'ya geçiş, kademeli bir şekilde gerçekleşmiştir. Bu geçişte Paris'te çalışan iki grafik sanatçısı, Jules Cheret (1836-1933) ve Eugene Grasset (1841-1917) önemli rol oynamışlardır.

1881 yılında çıkan basın özgürlüğü yasası ile ilgili Fransız yasasının birçok sansür hükümlerini kaldırarak, afişlerin resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışında her yere asılabileceğine izin vermesi, afiş endüstrisinde büyük bir gelişmeye yol açmıştır. Sokaklar, toplumun her kesiminden insanların izleyebildiği bir sanat galerisi haline dönüşmüş, saygın ressamlar artık reklam afişleri tasarımını küçültücü bir davranış olarak görmekten vazgeçmişlerdir. Arts and Crafts hareketi tasarım sanatları için yeni bir yön yaratmış ve Jules Cheret bu yönde atılım yapan ilk sanatçı olmuştur (Bektaş, 1992: 14).

Afiş; Birinci Dünya Savaşı yıllarında (1914-1918), radyo ve diğer elektronik kitle iletişim araçları yaygınlık kazanacak düzeyde değildi. Buna karşılık baskı teknolojisi çok büyük aşamalar kaydetmişti. Bu koşullar afişi, savaş döneminin en önemli kitle iletişim aracı haline getirdi. Afiş, savaşa katılan tüm devletlerce, halkın duygu ve sorumluluğunu kötüye kullanarak, orduların kurulması ve insanlık tarihinin en kanlı savaşlarından birinin desteklenmesi için, bir propaganda ve görsel etkileme aracı olarak kullanılmıştır.

Almanya'da savaş afişleri daha çok yarışma yoluyla seçilmiştir. "Verein der Plakatfreunde" (Afiş Sevenler Derneği) adlı Alman afiş kuruluştur afiş yarışmaları düzenleyerek, kazanan tasarımcılara ödül veriyor ve bu şekilde ünlü profesyonel sanatçılar

için de yarışmaya katılmayı çekici hale getirmiştir. Bu tür afişlerde yurtseverlik, idealist bir biçimde betimlenmektedir. İngilizlerin grafik propaganda anlayışları daha illüstratif ve gerçekçi olmuştur. Sanatsal açıdan bir özellik göstermeyen bu afişlerde, geleneksel değerler, ev ve aile hedef alınarak, sade vatandaş sürekli, korkaklık, vazife aşkı ve onursuzluk gibi utandırıcı imalarla suçlanmıştır (Bektaş, 1992: 54-55).

Afişin asıl çıkış noktası ise; sanayileşme ve modern yaşama geçiş ile, özellikle de fotoğrafın keşfi ile ortaya çıkan İzlenimcilik ve Post-İzlenimcilik akımlarının sonrasında başlamıştır. Çünkü resim sanatı farklı bir yöne ilerlemeye başlamış ve grafik, afiş, ürün katalogları vb. öne çıkmaya başlamıştır. Gazetenin ortaya çıkmasıyla reklam ve tanıtım öne çıkmıştır. Örneğin; ürün katalogları ilk önceleri fotoğraflarla değil gravür baskılar ile yapılmaktaydı. İşlerin tanıtımını ve duyurusunu yapan afişler de kendi içerisinde ayrı bir alan haline geliyordu. Bu alanlarda ilk çalışanlar da grafiker, grafik sanatçısı veya tasarımcı değil ressamlardı. Bu yüzden resimsel özellikleri önde, tipografik özellikleri geri planda kalıyordu. Fakat baskı tekniklerinin ilerlemesi, fotoğrafın geliştirilmesi ve tipografinin önem kazanması ile özellikle afiş tasarımı ve dolayısıyla grafik sanatlar resimden ayrı, tasarımın birer dalı olarak ortaya çıkmaya başlamıştır.

Türkiye'de İbrahim Müteferrika 14 Aralık 1727'de Müteferrika Matbaası kurulmuştur. Burada basılan kitaplar dünya kitap tarihine ve Osmanlı kültürü tarihine dair önemli bilgiler vermektedir. Bu matbaada 1729-1742 tarihleri arasında 17 kitap basılmıştır. 1729'da "Vankulu Lugati" Arapça harflerle ilk basılan kitaptır. Katip Çelebi'nin 1732'de basılan "Cihannuma"sı içinde harita ve çizimler vardır. J. B Holderman'ın "Grammaire Turque" kitabı 1730'da Osmanlı'da Latin alfabesini kullanan ilk baskı olmuştur (Becer, 1997: 113).

Birinci Dünya savaşı sonrasında 19.yy'ın sanat ve tasarım görüşlerine tepki olarak yeni düşünceler oluşmaya başlamış 1919'da Almanya'nın Weimar şehrinde kurulan Bauhaus Okulu sanat ve tasarım alanında birçok yeniliğin öncüsü olmuştur (<http://gen3.com.tr>, 2014).

Grafik tasarımın gelişiminde Bauhaus tasarım okulu önemli bir yere sahiptir. Günümüzde bilgisayarın gelişmesiyle birlikte grafik tasarım unsurları programlar aracılığıyla hazırlanmakta ve hedef kitlenin beğenisine sunulmaktadır. Grafik tasarım elemanlarından biri olan afiş türlerini üç ana başlık altında toplamamız mümkündür. Afişlerin her biri konularına ve amaçlarına göre bir gruplamaya koyabiliriz. Ancak afişleri genel olarak tanımlamakta ve sınırlandırmada büyük bir yarar vardır. Afiş; görsel bir iletişim aracı olduğundan, okumak için değil görülmek için yapılmaktadır. Ünlü Fransız sanatçısı Savignae "*İnsanlar günlük tek düze yaşamlarından öyle bir bıkarlar ki, afişlerle biraz eğlenirler. Afiş görsel bir lezzettir. Afişe bakılmaz, görülür.*" şeklinde ifadesiyle, afişin temel unsurlarına vurgu yapmıştır.

Herhangi bir afiş tasarımı, gerçekleştirilirken çekici, kolay, anlaşılır ve yalnlık taşımasına özen gösterilmelidir. Ancak bu çekiciliği ve heyecanı yakalayabilmek için yalnızca yeni buluşlar ve güzel fikirler yeterli olmamaktadır. Afiş tasarımı yanında onu izleyecek olanın da (hedef kitle) iyi belirlenmesi, gereksinimine yanıt vermesi gerekmektedir. Çünkü, hiç bir zaman izleyici afişi görmek için evden dışarı çıkıp dolaşmaz. Yani afişin özel bir seyircisi gibi bir kavramdan söz edilemez. O nedenle afiş izleyiciyi etkilemeli, ilgi uyandırmalı, heyecanlandırmalı, düşündürmeli ve bir takım estetik hazlar kazandırmalıdır. Afişin izleme zamanı da onun algılanmasında veya izleyiciye mesaj göndermesinde önemli rol oynar. Kısa süre içinde afişin taşıdığı ileti izleyiciye gönderilmezse afiş doğru ve istenen biçimde tasarlanmamış demektir. Afiş türlerine göre ayrılıp incelerken aslında onu konusuna, iletisine, afişin ömrü ve izleyici ile karşılaşmasına göre ayırmaktayız. Çünkü, anlatım ve konu içeriği, iletinin ömrü ve izleyici ile buluşması olayı bu ayrımı gerekli kılmaktadır. Bir tasarımcı bu anlamda yeterli buluş ve yetkinliğe sahip olmalıdır (<http://www.msxlabs.org>).

Grafik tasarımın en büyük isimlerinden biri olan Cassandre tasarımcının toplumdaki görevini şöyle ifade etmektedir. "Afiş satıcı ile tüketici arasında kurulan bir iletişim medyasıdır. Afiş tasarımcısı bu ilişkide telgraf memurunun rolünü üstlenir. Bilgiyi veya haberi kendi yaratmaz sadece iletir. Tasarımcının tek görevi mesajı net, iyi ve eksiksiz olarak görsel anlatımla aktarabilmektir (Bektaş, 1992: 284).

Afişin türlerine değinmeden önce bir bu kadar önemli olan görsel kültür terimine değinmek gerekmektedir. Günümüzde görselliğe dayanan kültürel bir yapının hakim olduğu görülmektedir. Bunun temel nedenleri arasında görüntü üreten teknolojilerin ve kitle iletişim araçlarının gelişimi bulunmaktadır. Artık modern toplumun bireyleri LCD ekranlar, televizyonlar, dijital görüntüler, internet, cep telefonları, afiş, gazete, dergi multi-medya cihazları yoluyla sürekli imaj üreten görsel kültürün etkisi altındadır. Bu anlamda görme yepyeni bir kültür biçimidir. Bu yeni kültürde temel olarak görmeye, gösterilenlere ve görünenlere dayandırılmaktadır. Bu noktada Bannard, görsel kültürü "görsel olan" ve "kültürel olan" kavramlarının bileşimiyle ele almış ve *"görsel olan, insanlar tarafından yorumlanmış, üretilmiş ve meydana getirilmiş iletişimsel, işlevsel ve/veya estetik amacı olan her şey"* olarak tanımlamıştır.

Tavin, ise görsel kültürü şu şekilde açıklamaktadır. Çeşitli teknolojiler tarafından üretilen görüntülerin, imgelerin insan deneyimlerini derinden etkilemesi ve çeşitli görme pratiklerine yönelen bir durum olarak nitelendirmiştir. Mitchell'e göre ise görsel kültür görsel olanın sosyal yapılanmasıdır. Bu tanımlarda dikkati çeken her görüntünün bireyin yaşama bakışını etkileyen, düşüncelerine yeni açılımlar katan ve öneriler getiren bir anlam taşıdığıdır.

Dolayısıyla görsel kültürde de ele alınan görselin kendisi değil, görselin birey ve toplum için ne anlamlar ürettiğidir. Çünkü bugünün dünyasında kelimeleri okumaktan daha ziyade her yerde görsel imgelerle karşılaşmaktadır (Mamur, 2012: 80).

Yukarıda kısaca değinilen görsel kültürün bir parçası olarak nitelendirilen afişin türlerine değinmek gerekmektedir.

1.3.1. Ticari Afişler

Ticari afişler bir hizmeti ya da ürünü tanıtan afişlerdir. Ticari afişler genellikle Moda, Endüstri, Kurumsal reklâmcılık, Basın-yayın, gıda ve turizm alanlarında kullanılmaktadır (Becer, 1997: 201).

Ticari afişler başka bir tanımla endüstriyel afişler olarak da tanımlanabilir. Günümüzde yapılan birçok grafik tasarım ürünü olan afişler ticari-endüstriyel afişler kategorisine girmektedir. Günümüzde tasarımları yapılan film afişleri de ticari afişler kapsamında değerlendirilmektedir. Film afişleri tasarımlarına baktığımızda ise gelinen noktanın oldukça iyi olduğunu görmekteyiz. Sinemanın ilk yıllarında hazırlanan afişler elbette ki birçok grafik tasarım elemanlarından yoksun olarak tasarlanırken günümüzde değişik programlar ve teknolojik gelişmeler sayesinde oldukça iyi sonuçlar alınmaktadır. Profesyonel olarak tasarlanan afişler gerek filmin konusunu, gerek oyuncularını gerekse de filmin ne tür olduğu hakkında bize bilgi vermektedir. Bu tür çalışmalar grafik tasarımda başarılı ticari afişler olarak nitelendirilmektedir.

Bir başka tanım olarak ticari afişler şu şekilde açıklanmaktadır. Reklam buyurucu bir dil kullanmayan halkı yönlendirmek ve etkilemek için hazırlanan afişlerdir. Ticari afişlerde iş tamamen değişir. Bu afişlerde tasarıma bir kuyumcu gibi en ince ve hassas hususlara dikkat etmelidir. Ticari afişlerde izleyici mesajı ne kadar kolay ve çabuk alabilirse afiş o kadar başarılı olabilmektedir. Ticari ve endüstriyel afişler içerisinde yer alan film afişlerinin başarılı sayılabilmesi için mesajı hedef kitleye en etkili bir biçimde aktarmasıyla gerçekleşmektedir.

Çünkü konu bir tüketim konusu açıklamasıdır. Sıkı rekabet koşullarında olmalı, hızla açıklama sarf etmeli ve karşısında diğer rakiplere fırsat tanınamalıdır. Ayrıca afiş çok basit, ince ve bütün teknik ve psikolojik unsurları (renk, teknikler ve estetik imgeler) taşınmalıdır.



Resim 1.10. Ticari içerikli afiş çalışmasına bir örnek
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2014)

Biçim ve yazının rolü ile önemi aynı oranda eşit ancak birbirinin karşısındadır. Biçim ile unsur devamlı birbirini destekleyip, güçlendirmelidir. Böylece izleyicinin gözü ve belleğinde daha etkili bir yer olabilir. Ticari afişler kendilerine özgü farklılıklar oluşturmaktadır. Bir grup afişlerdeki, bir malı birinci kez için açıklanır ve ikinci grup tekrarlı afişlerin uygulama biçimi her birinden farklıdır (<http://www.msxlabs.org>, 2015).

Birinci grupta; sanat yönetmeni bütün çaba ve gücünü, tasarımcı slogan yazarı ile ele alıp ve izleyicinin dikkati çekilmektedir ve onu kendi amacına yönelik onda gerekli hissi yaratmaktadır. Ancak, tekrarlama ticari afişlerde malın durum ve itibarını korumaktır. Bu sebeple tasarımı birinci tür afişten daha kolaydır. Çünkü birinci grup afiş tasarımcısı, değişik ve güzel görsellikleri yaratmak olanaklarına sahiptir. Ürünün yayılması, değişik kategoriler ve beğenilerde değişik tasarımlara götürmektedir. Ayrıca sanatsal fantezileri de çok kullanmak durumundadır. Konularına göre:

Direk mesaj, moda, yemek, endüstri, enstitüler, basım evleri, grafik endüstrisi, turizm (<http://www.msxlab.org>, 2015).

1.3.2. Kültürel Afişler

Festival, sempozyum, seminer, balo, konser, tiyatro, spor ve sergi gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler bu kategoride değerlendirilmektedir (Becer, 1997: 202).

Kültürel afişler; sanatsal ve kültürel etkinlikler, müzeler, spor yorumları, film festivali, Tiyatro, sinema sergileri, kitap fuarları, tarihi eserler, eğitim çalışmaları tanıtımı için hazırlanan afişlerdir. Bu afişler aslında insanların kendilerini dinlemek için ayırdıkları veya ayırması gereken zamanlar için hazırlanmaktadır. Grafik tasarımcı bu afişleri hazırlarken iç dünyasını tasarıma daha çok yöneltme olanağı bulmaktadır. Çünkü konunun içeriğindeki sanatsal estetik kurallar tasarımcıya olanak sağlamaktadır. Kültürel afiş bir çok ince işlemi ve nükteli bir görünümü taşımalıdır. Afiş hazırlanırken psikolojik yönlerde düşünülmeli ve tasarım bütün olarak ele alınmalıdır.

Kültürel afişler resim veya bir illüstrasyon da olduğu gibi tamamen bağımsız ve kural dışı olarak tasarlanabilir. Kültürel afişler alış veriş oranı en öncelikli kapsamda olan afişlerdir. Kültürel afişlerin konularını genellikle, tiyatro, spor olayları, kitap yayınları vb. konular oluşturur. Kültürel afişler diğer tüm (Sosyal - Politik ve Ticari) afişlere göre daha kapsamlı olmalıdır. Nedeni ise herhangi bir kar zarar amacının güdülmemesi biçiminde düşünülmelidir (<http://www.msxlab.org>, 2015).

Ticari-endüstriyel afişler dışında yapılan afiş çalışmalarını kültürel veya sosyal afişler olarak ayırmaktayız. Konunun başında da belirtildiği gibi festival, sempozyum, seminer, konser vb. afişler kültürel afişler kapsamında tasarlanmaktadır. Ticari afiş tasarımlarında olduğu gibi kültürel ve sosyal afişlerde de dikkat edilmesi gereken en önemli husus anlatılmak veya aktarılmak istenen bilginin en etkili ve kısa yoldan hedef kitleye ulaştırılması işidir.

Ticari bir amaç gütmeyen kültürel afişler tamamen beğeniye yönelik hazırlanan yukarıda da belirtildiği gibi grafik tasarımcının bilgi ve becerisini, hayal dünyasını afişe

yansıtılabileceği afiş tasarım türlerinden biridir. Bu duygu ve düşünceleri afişe katarken tabii ki afişin konusu dışına çıkılmamasına dikkat edilmesi gereklidir. Sonuçta anlatılmak istenen veya davet konusunun afişte en etkili bir biçimde ele alınması ve hedef kitlenin beğenisine yönelik hazırlanması oldukça önemlidir.

DT T . C . K Ü L T Ü R B A K A N L I Ğ I
DEVLET TİYATROLARI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
ERZURUM DEVLET TİYATROSU

BEN güngör dilmen
anadolu

Yöneten
Tomris ÇETİNEL

Dekor Tasarım
Zeki SARAYOĞLU

Kostüm Tasarım
Çevren SARAYOĞLU

Işık Tasarım
Mehmet YAŞAYAN

Özgün Müzik
Kemal GÜNÜÇ

Yönetmen Yrd.
Şenay ÜNSAL

OYNAYANLAR
[Alfabetik Sırayla]

Dilek ÇETİNER
Meral TAYTUĞLU
Nevşim ERZAT
Sema ÖNER
Şenay ÜNSAL
Yasemin BAKIŞ

ETİ 'nin sanata ve kültüre katkılarıyla...

Resim 1.11. Kültürel içerikli afiş çalışmasına bir örnek
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2000)

1.3.3. Sosyal Afişler

Sağlık, ulaşım, trafik, sivil savunma, çevre vb konularda uyarıcı, eğitici ve bilgilendirici nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşünceyi ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler ise sosyal afişler grubunda yer almaktadır (Becer, 1997: 202).

Sosyal afişleri duyuru, davranış değişiklikler kazandırmada bir kılavuz, prensiplere saygı göstermede yol gösterici, çevre ve sağlık korumasında yaptırım gücü oluşturma vb. gibi görevleri üstlenen sosyal veya siyasi bir amaca yönelik olarak tasarlanır.

Sosyal afiş kapsamında afiş tasarımı yapılırken bazı unsurlara dikkat etmek gerekmektedir. Bunlar; kamuoyunun ilgisini çekme, yeni buluşları ortaya koyma gibi mesajları taşımaktır. Sosyal afişlerin tasarım amacı insanların psikolojik yönlerini dürtükleyerek, sağlam bir iletişim bağı kurmak olmalıdır. Bu afişlerin yazı kısmı, kendine has, kullanılan sloganlar kısa, etkili ve yalın olmalıdır. Bu olmadığı zaman izleyici ile afiş arasındaki bağı kopması durumu oluşabilir. Bazen, sosyal afişlerde yazıyı birinci derecede önemli bir unsur olarak görebiliriz. Nedeni ise, slogan cümlesi öyle etkili olabilir ki, renk ve görsel biçimden daha önemli konuma geçer ve diğerlerini ikinci plana iter. Renk, form ve yazının bağlantısı dengeli olmalıdır. Bunlar arasındaki ilişkiye dikkat edilirse seyirci ile mesaj arasındaki bağ güçlenir, böylece izleyici afiş yalnızca görme duyusuyla değil, afişle konuşur gibi bir iletişim bağı kurulmuş olacaktır (<http://www.msxlabs.org>, 2015).

Ticari-endüstriyel afişler ile kültürel afişler dışında kalan afişleri sosyal afişler kategorisinde ele almak doğru olacaktır. Genellikle eğitici ve bilgilendirici nitelikte hazırlanan sosyal afişler genellikle resmi kurumlar tarafından yaptırılan ve insanları bilgilendirmek amaçlı hazırlanan afiş türleridir. Tüm afiş türlerinde olduğu gibi sosyal içerikli afiş tasarımlarında da amaç aktarılacak istenen ifadenin kısa, net ve etkili şekilde ifadesidir. Afiş türleri ne olursa olsun tümünde de amaç nitelikli amacına uygun afişlerin oluşturulmasıdır.

Afişin tanımına, afiş türlerine değindikten sonra afiş tasarımında değerlendirme kriterlerine değinmek gerekmektedir; Afiş tasarımı yaparken nelere dikkat etmemiz gerekiyor, afiş tasarımında olması gerekenler kadar olmaması gerekenlerde oldukça önemlidir. Gereksiz detaylardan arındırılmış kısa öz verilmek istenen mesajı en etkili bir biçimde ifade etmek afiş tasarımında çok önemlidir. Bu ayrıntılar biraz daha detaylandırılacak olursa;



7'den 70'e “Okumak İstiyorum”

Haydi Türkiye, ulusumuz aşkına, “Gönüllü Kitap Bağışçısı” olmaya !



Erzurum Şubesi Kızılay Kadın Kolları

Tüm halkımıza desteklerinden dolayı teşekkür ederiz...

BULUSMA NOKTAMIZ
Erzurum Kızılay Sabe Dışkavaklı
Atatürk Mahallesi Merkez
Yunus Emre Sokak Malıye Karşısı No: 1
Tel: 0 442 234 39 98

BİLGİ İÇİN
Çağrı Merkezi 168
www.kizilay.org.tr
www.karver.org



Resim 1.12. Sosyal içerikli afiş çalışmasına bir örnek
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2010)

Mesaj: Grafik tasarımcı; afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı, verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır.

Mesaj-İmge Bütünlüğü: Tasarımda temel düşüncenin fotoğraf ile mi, illüstrasyon ile mi yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalıdır. Mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha etkili bir şekilde vereceği belirlenmelidir (Becer, 1997: 202).

Bütünlük: Bütünlük, grafik tasarımın en önemli özelliğidir. Bütünlüğü kurulamayan tasarım kafa karıştırıcı ve başarısız bir tasarım olarak nitelendirilebilir (İstek, 2005: 89).

Sözel Hiyerarşi: Tasarımcı, afişte yer alan başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında izleyici mesajdaki önem sırasına göre yönlendirecek hiyerarşik bir yapı kurmalıdır (Becer, 1997: 202). İyi bir tasarım, okuyucuyu, izleyiciyi, yazının ve görsel elemanların anlamına göre yönlendirebilir. Bu tamamen içerikle ilgilidir. En önemli daha az önemli sıralaması gibi. Grafik tasarım elemanlarını vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirirsek ki bunu renkle, büyüklük ile, beyaz boşluklar ile yapabiliriz. O zaman tasarımda hiyerarşik koşullar kendiliğinden oluşmuş olur (İstek, 2005: 91).

Fark Edilirlik: Bazı afişler yukarıda sıralanan kriterlere uygun gibi görünseler de, etkisiz ve yavan olabilmektedirler. Böyle bir sonucu engelleyecek tek şey, grafik tasarımcının hayal gücüdür. Yaratıcı düşünce ve buluşun hiçbir kuralı yoktur. Buluş ve yaratıcılık içeren her şey, afiş tasarımına da yansıtılabilir. Çünkü bir afiş için en önemli kriter; fark edilebilmektir (Becer, 1997: 202).

Görsel Malzemeler: Afiş tasarımında kullandığımız, illüstrasyon, fotoğraf, grafik diagram vb malzemelerin tümünü, görsel malzemeler olarak değerlendirebiliriz. Afiş tasarımındaki görsel hiyerarşinin oluşmasında bazı faktörler rol oynar. Bunlar; Boyu, kapladığı alan, Yoğunluğu, koyu açık değerleri, Görselin kendi doğal dinamiği ve renk değerleridir (Uçar, 2004: 163).

Ritim, Görsel Devamlılık: Grafik tasarım yüzeyindeki elemanlar algılanırken göz, var olan veya varsayılan bir çizgi de hareket eder, bu durum aynı zamanda bir ritim ilkesidir. Ritim, tekrar, ilerleyiş vb unsurları ritim ilkeleri kapsamında değerlendirebiliriz (Arıkan, 2009: 48).



Resim 1.13. İyi ve Kötü Afiş çalışmasına birer örnek.
(hakansarihanepi.blogspot.com-kilisozelidare.gov.tr, 2015)

Yukarıda verilen iki grafik tasarım afiş çalışmasını inceleyecek olursak, birinin ne kadar profesyonel, diğerinin de bir o kadar amatör olarak çalışıldığı saptanmaktadır. Solda verilen çalışma "**İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti**" temasıyla hazırlanmış olup verilmek istenen mesaj hedef kitleye en iyi bir şekilde iletilmektedir. Türk kültüründe kahve önemli bir yere sahiptir bu nedenle afişte kahve fincanı yanında lokum ve fincanın içinde ise İstanbul silueti verilmektedir. "**3 vakte kadar bir yolunuz var**" ibaresi ile de davet niteliği taşıyan mesaj verilmektedir. Yine afişte kullanılan renk beyaz temizliği saflığı temsil edecek nitelikte kullanılmış bunu afiş üzerinde değişik font ve ebatlarda kullanılan yazılar takip etmiştir. Konunun anlatımı bakımından gayet etkili bir çalışmadır.

Yine yukarıda sağda verilen grafik tasarım çalışması ise, grafik tasarım unsurundan yoksun bir şekilde hazırlanmıştır. Afişin üst kısmında yer alan logolar afişin tamamını kaplamış, yeşil zemin üzerinde kullanılan beyaz yazılar ise okunması bakımından zayıf kalmıştır. Herhangi bir düzenin yer almadığı afişte oldukça kalabalık, gözü yoran ne kadar eleman var ise kullanılmıştır. Grafik tasarım açısından oldukça kötü bir çalışmadır.

1.3.3.1. Afiş Tasarımında Kullanılan Teknikler

Afiş tasarımında birçok teknik kullanılmaktadır. Tasarımlar gerek fotoğraf kullanılarak, gerek tipografik olarak gerekse de illüstrasyon unsurları kullanılarak yapılmaktadır. İlk afiş tasarımlarına baktığımızda ya kolaj tekniği yada baskı tekniği kullanılarak yapılan tasarımları görmekteyiz. Matbaanın icadı ve Türkiye’de matbaanın gelişmesiyle birlikte birçok baskı tekniği de beraberinde oluşmaya başlamıştır.

Günümüzde teknolojinin de gelişmesiyle birlikte birçok teknik kullanılmakta ve farklı baskı teknikleri aracılığıyla basılmaktadır. Afiş tasarımının da kullanılan tasarım teknikleri fotoğraf, illüstrasyon, karışık teknik, bilgisayar şeklinde gruplandırılmıştır.

1.3.3.1.1. Fotoğraf Tekniği İle Tasarım

Fotoğraf yalın bir şekilde afişte kullanılabilceği gibi, çeşitli laboratuvar teknikleriyle fotoğraf üzerinde sanatsal düzenlemeler yapılarak afiş tasarımının da kullanılabilir (Tepecik, 2002: 78). Fotoğraf, afişte olduğu gibi kullanılabilceği gibi değişik programlar aracılığıyla değişiklikler yapılarak da kullanılmaktadır.

Fotoğrafın bulunuşu grafik tasarımda imge üretiminde köklü değişimlere neden olmuştur. Fotoğrafın bulunuşuna kadar geçen süre içinde bütün görsel imgeler baskı alanlarına elle çizilerek ya da oyularak yapılmaktaydı. 19. Yüzyılda fotoğrafın bulunuşu ile görsel imgelerin reproduksiyon yoluyla kopyalama sürecinde başlamış oldu (Becer, 2006: 97).

Afiş tasarımlarının çoğunluğu fotoğraf katkılı yapılmaktadır. Bunun en iyi örneklerini film afişlerinde, tiyatro afişlerinde, sosyal ve kültürel afişlerde görmekteyiz. Endüstri afişleri içerisinde yer alan film afişlerine baktığımızda fotoğraf unsuru ön plana çıkmaktadır. Vizyona çıkacak olan film afişi en iyi şekilde hazırlanarak hedef kitlenin beğenisine sunulmaktadır. Grafik tasarımda font, resim, fotoğraf, illüstrasyon vb unsurlarla birlikte kullanılmaktadır. Bu görsel düzenleme her zaman bir mesajı anlatır. Grafik tasarımda neyin vurgulanmak istendiği oldukça önemlidir.

Fotoğraf, özellikle basılı reklamların vazgeçilmez bir ögesidir. Bir ürün yada hizmetin tanıtılması veya satışının sağlanması amacıyla yapılan çalışmalar için fotoğraf oldukça önemli bir yere sahiptir. Reklamlarda ve tanıtımlarda fotoğraf kullanımındaki en temel amaç, tanıtımı yapılan ürünü daha cazip hale getirmektir. Bundan dolayı fotoğraf sanatının, ustalıklarla kullanılan tüm tekniklerden faydalanılmaktadır (Elden, Özdem, 2015: 118).

Tasarım sürecinde bir kanaat, duygu, düşünce, tartışma ve ortak anlayış yaratmak için renk, çizim, font, fotoğraf, yazı, tasarım olgusu, iletişim, estetik ve tasarım temelinde şekillenir (Arıkan, 2009: 26). Fotoğraf ve fotomontaj konularına ilişkin farklı düşünceler bulunmaktadır. Fotoğrafi Moholy Nagy optik açıdan yakalanabilenin görsel yansıması olarak, tipofoto, tipografi temelli bir oluşum olarak ve tipofoto görsel anlamda iletişimin en doğru biçimi olarak açıklanmıştır (Weill, 2007: 53).



Resim 1.14. Fotoğraf tekniği ile hazırlanan grafik çalışması
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2009-2010)

1.3.3.1.2. İllüstrasyon Tekniği İle Tasarım

Afiş tasarımında kullanılan tekniklerden biride illüstrasyon tekniği ile tasarımıdır. Başlık, slogan yada metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleyen veya yorumlayan bütün unsurlara genel anlamıyla illüstrasyon adı verilmektedir (Becer, 1997: 210).

Tanıtım ve reklamlarda zaman zaman fotoğraf yerine illüstrasyonlara ve çizimlere ihtiyaç duyulmaktadır. Reklam ve tanıtımlarda fotoğraf yerine illüstrasyonlara ve çizimlere ihtiyaç duyulmasının pek çok farklı nedeni bulunmaktadır. Bunlardan bazılarına değinecek olursak; Tanıtımda, fotoğrafın gösteremeyeceği nitelikte bir konunun sergilenmesi olabilir. Fotoğrafta görünmesi mümkün olmayan küçük parçaların sergilenmek isteniyor olması olabilir. Yada sadece hayal gücü ile oluşturulmuş imgeler sergilenmek isteniyor olabilir (Elden, Özdem, 2015: 121).

Cumhuriyet dönemine baktığımızda ise; illüstrasyonlarla başlayan siyasi afişler tipografik ifadelerle, amblemlerin kullanılmasıyla devam etmiştir.1950 yıllarında grafik tasarım ve illüstrasyon gelişme göstermiş, Mesut Manioğlu, Namık Bayık, Ayhan Akalp bu gelişimin önemli isimleri olmuşlardır. Daha sonrasında ise; Bülent Erkmen, Selçuk Demirel, Nazan Erkmen, Hakkı Mısırlıoğlu, Emre Becer gibi isimler illüstrasyonun gelişmesine katkıda bulunmuşlardır (Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, 2012: 12).

Türkiye’de illüstrasyon kelimesi “resimleme” olarak da kullanılmaktadır. Afiş tasarımında kullanılan sözel unsurları ve içeriği görsel olarak vurgulayan, destekleyen veya yorumlayan, dikkat çekici özelliği bulunan bütün görsel ve resimsel unsurlar genel olarak illüstrasyon olarak tanımlanırlar. Kullanılan alanlara göre illüstrasyonlar, reklam, bilimsel, ticari, endüstriyel, sağlık vb farklı alanlarda kullanılmaktadır. Film afişlerinde kullanılan fotoğrafın yanı sıra bazen de illüstrasyon eklemeleri veya tamamen illüstrasyon tekniği ile hazırlanan afişleri görmekteyiz. Tasarımı yapılacak olan afişin hedef kitlesi oldukça önemlidir. Çocuklar için hazırlanan afişler içine genellikle illüstrasyon tekniği kullanılmakta, bilgisayar ortamında hazırlanan illüstrasyonların yanı sıra tamamen elle hazırlanan illüstrasyonlarda bilgisayar ortamına aktarılmaktadır (Arıkan, 2009:149).

İllüstrasyon türlerini üç başlık altında toplamamız mümkündür.

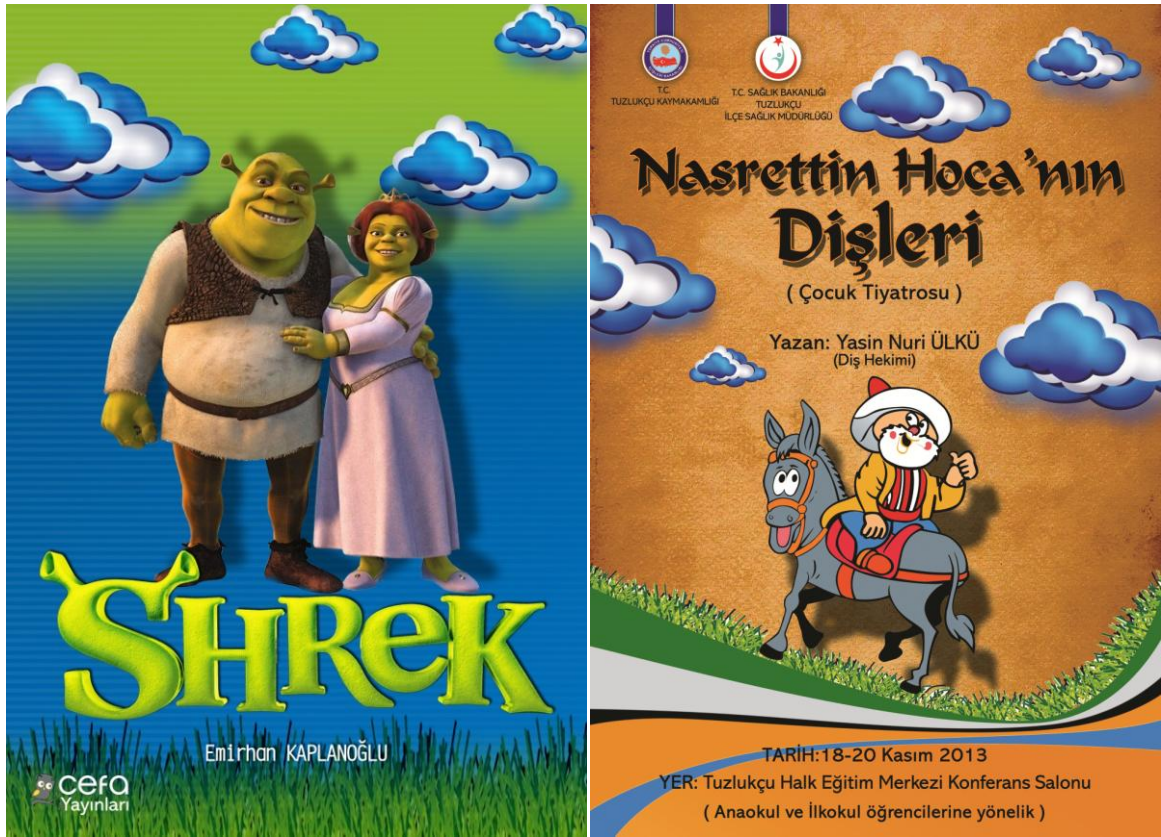
1. Reklam İllüstrasyonları; Bir ürünü veya hizmeti tanıtmak amacıyla yapılan çalışmalardır. Sinema, tiyatro ve konser afişleri, cd ve kaset kapakları, basın ilanları, tebrik kartları, takvimler, etiketler vb. çalışmalar reklam illüstrasyonu uygulama alanı içerisindedir.

2. Yayın İllüstrasyonu; Dergi, gazete, kitap ve ansiklopedilerdeki haber, makale, roman, öykü vb. çalışmalar yayın illüstrasyonu uygulamaları kapsamında ele alınmaktadır.

3. Bilimsel ve Teknik İllüstrasyonlar; Tıp, botanik, mekanik, zooloji, jeoloji gibi uzmanlık alanları için tanımlayıcı ve öğretici amaçlarla hazırlanan ayrıntılı çalışmalar bilimsel ve teknik illüstrasyonlar kapsamında ele alınmaktadır (Becer, 1997: 210-211).

İllüstrasyon türlerine kısaca değindikten sonra, illüstrasyon tekniklerine de değinmekte fayda olacaktır. Grafik tasarımda kullanılan tüm teknikler illüstrasyon çalışmalarında kullanılabilir. İllüstrasyon tekniklerini de kısaca şu başlıklar altında toplayabiliriz;

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



Resim 1.15. İllüstrasyon tekniği ile hazırlanan grafik çalışması
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2013-2014)

1.3.3.1.3. Karışık Teknik İle Tasarım

Karışık teknik ile tasarımda her türlü malzeme bir arada kullanılarak uygulama oluşturulur. Ön eskizler ortaya çıktıktan sonra kolaj, suluboya, pastel boya, püskürtme, fotoğraf, kuru renkli kalem ve grafik tasarımda kullanılan diğer tüm teknikler hep bir arada kullanılabilir (Tepecik, 2002:78).

Tüm anlatım biçimlerinin kullanılabilceği her türlü teknik ve malzemenin serbest olduğu tasarım olarak da tanımlanabilir. Günümüzde kullanılan tüm teknikler daha sonraki yıllarda artarak devam edeceği, farklı tekniklerin bulunacağı ve uygulanacağı hiç şüphesizdir.



Resim 1.16. Karışık teknik ile hazırlanan grafik çalışması
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2015)

Grafik tasarımda ve afiş tasarımda; fotoğraf, çizim, illüstrasyon, yazı fontunun tümü tasarımda kullanılabilceği gibi bunlardan birinin veya birkaçının da tasarımda kullanılması söz konusudur. Grafik tasarımcı illüstrasyon çalışması yaparken konuyu soyutlayabilir, formunu değiştirebilir veya eklemeler çıkarmalar yapabilir. Özgünlük illüstrasyon çalışmalarında oldukça önemlidir. Illüstrasyon tekniğini yapıldığı tekniğe göre sınıflandırmak

mümkündür. Geleneksel araçlarla yapılan klasik illüstrasyon (fırça, kalem, boya veya air brush). Kolaj tekniği kullanılarak yapılan ve birçok tekniği içinde barındıran karışık teknik illüstrasyondur. Bilgisayar ortamında yapılan ve tamamen dijital olarak hazırlanan illüstrasyonlardır (Arıkan, 2009:149).

1.3.3.1.4. Bilgisayar Tekniği İle Tasarım

Bilgisayar tekniğiyle tasarım tamamen dijital ortamda ve değişik programlar aracılığıyla yapılan tasarımlardır. Tasarımda kullanılan unsurların tamamının bilgisayarda yapıldığı, herhangi bir grafik tasarım elemanının eklenmediği tasarımlar, bilgisayar tekniği ile tasarım olarak adlandırılmaktadır.

“Bilgisayar sanatı, grafik tasarımıyla aynı şey olmasa da bilgisayar sanatçıları grafik tasarımcılar gibi bilgisayarı bir araç olarak, sanatı teknolojiyle bütünleştiren çalışmalar yaratmak için sanatsal ifade ile bir arada kullanmaktadırlar” (Arıkan, 2009: 52).

Bilgisayarlar bilgi çağı olarak adlandırılan 21. yüzyıl araçlarıdır. İnsan düşüncesinin mükemmel bir buluşu olan bilgisayarlar, verilen tüm komutları yerine getirebilen bir özelliğe sahiptir. Her meslek grubuna olduğu gibi, sanat ve tasarım meslekleri için de özel olarak bilgisayarlar ve programlar üretilmiştir. Grafik tasarım amaçlı üretilen bilgisayarların çizim yapma, resim işleme yetenekleri vardır. Çağın gereği olarak her grafik tasarımcının bilgisayarı bilmesi ve gerekli programlara hakim olması gerekmektedir (Tepecik, 2002:51).

Bilgisayarlar da birçok olasılığı oldukça hızlı bir şekilde tasarımcının önüne sererek yaratıcılığa ayrılacak süreyi uzatır. Başka bir deyişle resimlerin, tipografinin ve diğer görsel elemanların boyutları, renkleri ve yerleri bilgisayar ekranında çabuk bir şekilde değiştirilebilmekte, böylelikle el işçiliğine ayrılan zaman azalmaktadır (Becer, 1997: 53).

Günümüzde modern bilgisayarlar, çok geniş değişkenlikteki grafik resimlerinin üretilmesinde, düzenlenmesinde, geliştirilmesinde ve saklanmasında güçlü bir araç olarak kullanılmaktadır. Profesyonel grafik tasarımcısı eskinin kaligrafi ustası, resimleri kağıda çizen, şablon oluşturan, boyayan, metinleri daktilo eden bir anlayışı devam ettiren değildir (Artut, 2006: 132).

Her bilgisayar grafik tasarım için uygun özellikte olmayabilir. Çünkü grafik tasarım alanında çalışan tasarımcılar daha çok resim amaçlı işler yaptıkları için, dosya boyutları büyüktür ve dosya bilgisayarın hard diskine kaydedildiği zaman büyük bir yer kaplar. Bundan

dolayı bilgisayarların tasarım amaçlı olarak gerekli kapasiteye sahip olması oldukça önemlidir (Tepecik, 2002:52).

Bazı sanatçılar bilgisayarı bir fabrikasyon aracı olarak görürken, bazıları da bilgisayarı tasarım aracı olarak değerlendirmektedirler (Arıkan, 2009: 52). Bu tasarım tekniğinde tasarımın tümünün dijital ortamda hazırlanması ve sonuçlandırılması söz konusudur.



Resim 1.17. Bilgisayar tekniği ile hazırlanan grafik çalışması
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2010-2014)

1.4. SİNEMA, ANİMASYON VE FOTOĞRAF TEMELLİ ANLATIM BİÇİMLERİ

Grafik tasarımda kullanılan birçok anlatım biçimi bulunmaktadır. Bunlardan bazıları da sinema, animasyon ve fotoğraf temelli anlatım biçimleridir. Günlük yaşantımızda birçok alanda karşımıza çıkan afişler gerek animasyon, gerek fotoğraf ve gerekse de illüstrasyon gibi görseller kullanılarak hazırlanan ticari ilanlardır. Sosyal ve kültürel içerikli afişlerin yanı sıra ticari ve endüstriyel afişler oldukça geniş bir kitleye hitap etmektedir. Ticari afişler içerisinde yer alan film afişleri sinemanın anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sinema gerek işlev, gerekse yeterlilik bakımından bir anlatım biçimi olarak kendini göstermektedir. Ayrıca sinemanın bağımsız bir anlatım türü ve dili olduğunun vurgulanması oldukça önemlidir (Rotha, 2000: 52-54). Sinemanın gelişimiyle beraber animasyon filmleri yaygınlık kazanmış özellikle 2010-2015’li yıllar arası başarılı animasyon filmleri ve afişleri ortaya konulmuştur. Bu gelişme beraberinde yenilikleri de getirmiştir. 3 boyutlu olarak hazırlanan animasyon fillerinin yine 3 boyutlu afişleri tasarlanmakta film ile afiş bir bütünlük ve uyum içerisinde izleyiciye aktarılmaktadır.

Sinema sanatı, teknik olarak fotoğraf ile sergileniş açısından da tiyatro ile bağımlılık gösterir. Sinema, tiyatro gibi tasarlanan dekorlar ve kostümler aracılığıyla metinlerin yansıtıldığı, o anda gerçekleştirilen sanat türüdür. Bu türün en önemli ayrıcalığı gerçekliğin önceden tasarlanmasına rağmen izleyicinin önünde herhangi bir tekrar imkânı olmaksızın sunulmasıdır. Sinema, tiyatronun film şeritleri üzerine detaylara dikkat ederek, anlık hatalardan uzaklaşmak amacıyla ve tekrarların kullanılmasıyla yansıtıldığı bir sanat türüdür.

Sinemayı sanat olarak ifade ettikten sonra; böylelikle sinemasal anlatımı ‘hareketli görüntülerle aktarılması sanatı’ olarak tanımlanabilir. Sinemaya ilişkin farklı bakış açılarında, sinemanın daima gerçek olgusunun mekanik bir yöntem ile yeniden üretilmesi olarak değerlendirildiği görülür (Gürer, 2006: 15-16).

Sinema temelli tasarıma bakıldığında, görüntünün/görüntülerin olduğu gibi aktarılmasının ötesinde bir çabanın anlatıldığı/anlatılmak istendiği anlaşılmalıdır. İlk sinema gösterimindeki *Trenin Lyon Garına Girişi*, *Bebeğin Beslenmesi*, *Notre-Dame Klisiesi*, gibi filmler var olan/olup biteni/güncel yaşamın kesitlerini, olduğu gibi görüntülemektedir. Bununla beraber çok uzun yıllar filmler, ilk gösterimde sunulan filmlerin benzeri olarak çekildi. Bu filmlerde bir tasarım kaygısı bulunmamakla beraber yeni bilimsel bir buluşun sergilenmesi sağlanmıştır (Şenyapılı, 2003: 50).

Grafik tasarımda kullanılan bir başka anlatım biçimi de fotoğraf temelli anlatım biçimidir. Fotoğraf artık günümüzde birçok alanda bizlere eşlik etmektedir. Birçok mekânda, caddelerde, sokaklarda, avm'lerde, reklam panolarında vb yerlerde fotoğrafa rastlamamız mümkündür. Tasarımın vazgeçilmezi haline gelen fotoğraf birçok tasarımda ve afişte oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Fotoğrafın gelişmesiyle beraber artık günümüzde fotoğraf sanatı çeşitlilik göstermektedir. (Reklam fotoğrafçılığı, Stüdyo fotoğrafçılığı, Sualtı fotoğrafçılığı, Doğa fotoğrafçılığı vb)

1970'li yılların son yarısından günümüze kadar olan dönem içerisinde fotoğraf temelli işler üreten sanatçılar arasında dikkat çekenler olmuştur. Bunlara örnek olarak; John Baldessari, Richard Prince, Cindy Sherman, Sherrie Levine, Thomas Demand, Jeff Wall, Andreas Gursky ve daha niceleri fotoğraf temelli çalışmalar ortaya koymuşlardır. Fotoğraf çeken sanatçılar ile, fotoğraf temelli iş üreten sanatçıları birbirinden ayıran en önemli nokta, bir konunun sunumunda fotoğrafı salt bir malzeme olarak düşünmek ve kullanmak eğiliminden farklı olarak ele almaları ve sanatsal perspektif içinde yorumluyor olmalarıdır (Aydemir, 2007:174).

1990'lı yıllardan günümüze kadar gerçekleştirdiği fotoğraf temelli çalışmalarında fotoğrafı salt bir malzeme ya da ifade biçimi olarak değil, anlatımı oluşturan göstergelerden biri olarak kullanan Ahmet Elhan, nesne ve özne dizilerinde toplumun içine sinmiş sınıflandırma sistemlerini de gözler önüne sermektedir (Aydemir, 2007: 177-178).

Türkiye'de çağdaş sanat ortamında özellikle, 1980'li yıllardan günümüze kadar geçen dönemde fotoğraf, kimi zaman belgesel, kimi zamanda farklı boyutlarda gündeme gelmiştir (Aydemir, 2007:179). Fotoğrafik imgeden yola çıkan ve soyut görünümde elde eden Burhan Doğançay, foto-gerçekçi tarzda çalışmalar üretirken aynı işlerin büyük boyutlu fotoğraflarını sergilemeye çalışan Nur Koçak'ı fotoğraf temelli anlatım biçimleri kapsamında ele almamız mümkündür (Aydemir, 2007:180). Sürrealizm, Dadaizm, Fütürizm, Dinamizm, Kübizm gibi akımlar içerisinde fotoğraf, çeşitli denemelerden ve deneylerden geçirilmiştir (Aydemir, 2007: 82).

İletişim tasarımında kullanılan animasyon, mesajın iletilmesinde sürecinde katıldığı işitsel ve görsel bir kompozisyonudur. Animasyon sanatı sinematografik dil içinde canlandırma yapmak ve belirli bir konuyu belirlenmiş bir senaryo dahilinde işleyen bir sanat olarak tanımlanabilir. Bu anlamıyla sinema sanatının kamera hareketleri, mekan, ışık vb. temel bilgileri ve deneyimi gerektirir. Gerek gerçekçi gerekse soyut, çizim tarzları ne olursa olsun, animasyon sanatı bir bakıma sentetik sinema sanatıdır (Özcan, 2003: 125).

Türkiye'de animasyon temelli anlatım biçimine bakıldığında animasyonun tarihi gelişimine ve animasyon sanatının kökeni Karagöz-Hacivat'a, kadar dayandırılabilir. Gölge oyunu ile animasyon tekniği karşılaştırılacak olunursa ikisinin de model hazırlandığı ve bu modele hareket kazandırıldığı görülmektedir. Türkiye'de yüzyıllardır gölge oyunu ile eğlenceler düzenlenmesine karşın animasyon yapımına başlanması oldukça geç bir döneme rastlamaktadır. 1930'lu yıllarda Disney ve çağdaşı olan sanatçıların filmlerinin Türkiye sinemalarında gösterime başlamasıyla karikatür sanatçıları, animasyon sinemasına ilgi duymuş ve bu alanda çalışmalar başlatmışlardır (<http://ani.ipek.edu.tr>, 2015).

1990'lı yıllar ve sonrasında Türkiye de animasyon sanatının gelişiminde önemli gelişmeler yaşanmış, animasyon çalışmalarına ağırlık verilmiş, çizgi film bölümleri kurulmuştur (<http://ani.ipek.edu.tr>, 2015).

1990 yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi'nde ilk Çizgi Film (Animasyon) Bölümü açıldıktan sonra, yine farklı üniversitelerin güzel sanatlar fakültesi bünyesinde animasyon bölümleri kurulmaya başlanmıştır. Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere ülkemizde 1930'lu yıllarda animasyona ilgi duyulmuş ancak 1990'lı yıllar ve sonrası animasyon temelli çalışmalar ortaya çıkmaya başlamıştır. Günümüzde teknolojik gelişmeler beraberinde farklı anlatım biçimlerinin oluşmasına ve kullanılmasına olanak sağlamıştır.

1.5. YENİ BİR ANLATIM TEKNİĞİ OLARAK 3D KULLANIMI

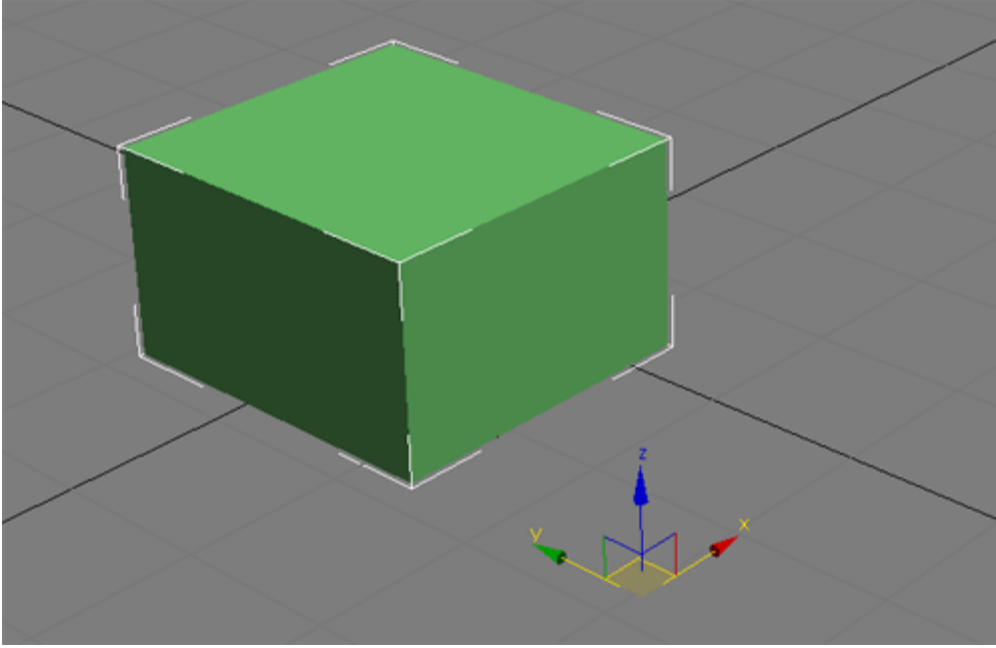
1.5.1. 3D Tekniği

Grafik tasarım yüzeyleri, iki boyutludur. Grafik tasarımcı hedef kitleye iletmek istediği mesaj veya mesajları bu alan içinde iletmeye çalışır (İstek, 2005: 55). Grafik tasarım yüzeyleri ne kadar iki boyutlu olsa da (yatay ve dikey) dünya  boyutludur. Grafik tasarıma üçüncü boyutu katmak mümkündür. Tasarımda derinlik, insanları etkilemek için kullanılan güçlü bir araçtır. Tasarımlara görsel aldatmaca olarak üçüncü boyut eklenebilir (İstek, 2005: 107).

Günümüzde yeni bir anlatım tekniği olarak kullanılan 3D uygulamaları birçok görsel sanatlar alanında olduğu gibi grafik tasarım alanında da oldukça yaygın bir Şekilde kullanılmaktadır. 3D konusunu ele almadan önce konunun kavranması amacıyla 3D tekniği nedir'in açıklamasını yapmak gerekmektedir.

"3 Dimensional" kelimesinin baş harfinden oluşur. Türkçesi "3 boyutlu" anlamına gelir. Günümüzde mimari ve mekanik gibi endüstri sektörlerinde, tıbbi alanlarda ve hepimizin yakından tanıdığı bilgisayar oyunlarında ve filmlerde 3 boyut terimi kullanılmaktadır. Elbette 3 Boyut kavramını birkaç cümle ile açıklamak mümkün değil. Normal resim programlarında yukarı-aşağı ve sağa-sola doğru fare hareketleri ile çizim yapılabilir. 3 boyutlu programlarda ise buna derinlik kavramı da eklenerek 3. boyutu meydana getirir.

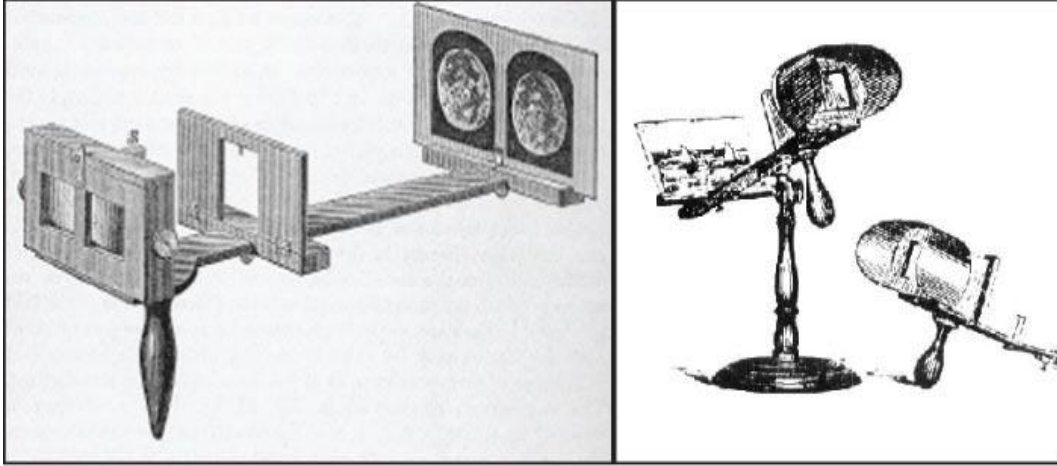
Bilgisayarda 3 boyutlu olarak çizilen bir çalışma farklı açılardan bakılarak çıktı alınabilir, endüstriyel üretimde kullanılabilir, mimari hesaplamaları ve çizimleri kolaylaştırır, mekanik dayanım gibi zor hesapları canlandırarak gösterebilir, tekne, araba ve uçak imalatı gibi birçok hesap gerektiren konularda yardımcı olur. Sinemada hayali yaratıkları gerçeğe dönüştürür (<http://www.tr3d.com>, 2014). 3D tekniği grafik tasarımda oldukça sık kullanılan bir tekniktir. Gerek film afişlerinde, gerek ambalaj tasarımında, gerekse mekan tasarımlarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Tez çalışmasının asıl konusu olan 3. Boyutun gerçekleşmesini sağlayan 3D gözlüklerinin tarihi gelişimine değinmek gerekmektedir.



Resim 1.18. 3D Nedir? En, boy ve derinlik X-Y-Z
(tr3d.com, 2015)

İlk 3 boyutlu gözlüklerin işleyiş prensibi; 3 boyutlu fotoğraf ve filmlerin doğru bir biçimde 3 boyutlu izlenebilmesi için, birinci kural 2 ayrı göz için, 2 ayrı çekim yapılmasıdır. Bunun için de insan gözlerinin arasındaki uzaklığı esas alan 2 objektifli kameralar tasarlanmış ve ikili fotoğraf çekimleri yapılmıştır. İkinci kurala; iki objektifle çekilen görüntüye yardımcı bir gözlükle bakmaktır. İki ayrı göz için çekilen bu ikili fotoğrafların 3 boyutlu görünebilmesi için, yan yana konularak, (ya da yan yana basılarak) belli bir mesafe ve yakınlıktan bakılması gerekir. Bu yöntemi ilk kez 1838 yılında deneyen Sir Charles Wheatstone, resimlerin 3 boyutlu görünebilmesi için bakılacak mesafeyi ayarlama da bir gözlükten yararlanmayı düşünmüştür. Önceleri bir çubuk üzerinde göze yakın ön kısma bir gözlük, aynı çubuk üstünde gözlüğün biraz uzağına da 3 boyutlu fotoğraf karelerini (stereoview card) koymayı tasarlamıştır.

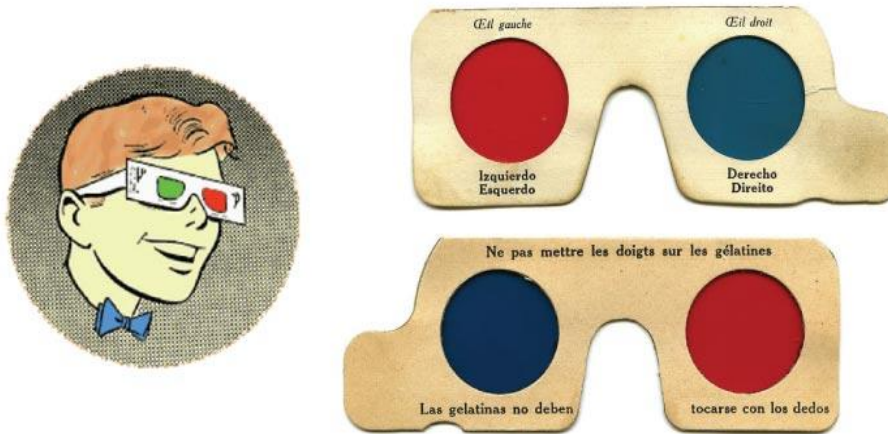
Daha sonrasında ise yine buna benzer bir sistemle; yaklaşık 10 cm. uzunluğunda telden ayaklar üzerinde yükselttiği gözlüklerle, bir masanın üzerine koyduğu 3 boyutlu fotoğrafa baktığında, 3 boyutlu görünüm algısını yakalamıştır. İlk denemelerde kullanılan gözlüklerin özel bir merceği ya da camları yoktu. Sadece yakınlaştırıcı, sıradan mercekli ve ışığın iki göze farklı hızda ulaşmasına yardımcı olmazlar. Bu gözlüklerin tek işlevi ikili fotoğraftaki görüntüleri üst üste bindirerek, derinlik algısını beynimizde yaratacak görüş mesafesini ve derinliği yakalamaktır.



Resim 1.19. İlk 3 boyutlu fotoğraf izleme gözlükleri.
(kameramanodasi.blogspot.com,2015)

3 boyutlu filmlerin izlenebilirliğini sağlayan anaglif (3 boyutlu) gözlüklerin bulunuşuyla ilgili ilk çalışmaları, Alman araştırmacı Wilhelm Rollmann, film öncesinde yapmıştır.

Siyah bir zemin üzerinde kırmızı ve mavi camlar ile mavi ve kırmızı çizgiler kullanarak görüntüleri oluşturmayı başarmış ve 1853 yılında ilk anaglif görüntü metodunu geliştirmiştir. Ardından iki Fransız; Joseph D’Almeida ve Louis Du Hauron bu metodu “sihirli fener” üzerinde çalışarak geliştirdiler. 1858 yılında kırmızı/mavi anaglif gözlüklerle, 3 boyutlu fotoğraflardan oluşan slayt gösterileri yaptılar. Böylece kırmızı/mavi anaglif izleme gözlüklerini ilk kullanan kişiler oldular (<http://www.broadcasterinfo.net>, 2015).



Resim 1.20. İlk Anaglif 3 boyutlu izleme gözlükleri
(<https://www.google.com.tr>, 2015)

1.5.2. 3D Tekniği Kullanım Alanları

3 D günümüzde mimari alanda, endüstri alanında, tıbbi alanda, bilgisayar oyunlarında, sinema filmleri ile sinema film afişlerinde, heykel tasarımı alanında, grafik tasarım alanında vb. birçok alanda kullanılmaktadır. Tabi ki bu alanları daha da çoğaltmamız mümkündür. Teknolojinin gelişmesiyle beraber birçok sektörde de gelişmeleri de beraberinde getirmiştir.

Grafik tasarım alanı birçok sanat alanına destek vermekte olup bunlardan biride sinema film ve afişleridir. Film sahnelerinde figür çoğaltma, mekan değişikliği, ışık ve ses efektleri, değişik animasyonlar vb. şeyler artık bilgisayarlar yardımıyla daha da kolay bir şekilde yapılmaktadır. Çağımızda gelinen noktaya baktığımız da ilk film afişleriyle günümüzde yapılan film afişleri arasında küçümsenmeyecek kadar gelişmeler olmuştur. Artık yeni çıkan programlar sayesinde birçok film afişi daha profesyonel olarak ele alınmakta ve filmin ana temasını en iyi şekilde anlatacak afişler ortaya konulmaktadır.

1.5.3. 3D Film Afişi Hazırlama Tekniği

Tasarım sürecinde bir nesnenin estetiksel boyutu, biçimi ve işlevi imgesel temeller üzerinde yükselir. Sanatçı- birey ile nesnel gerçeklik arasında bir tavır ve iletişim devamlılığı vardır. Dolayısıyla zne nesnel gerçekliliği imgesel olarak algıladığı için imgelem, yaratıcı süreç içinde devamlı aktif durumdadır. Bu süreç sanatçının- bireyin bilgi düzeyini, deneyimlerini ve birikimlerini etkinlikler içerisinde biçimlendirip, kendine özgü bir dünya kurma çabası olarak anlamlandırılabilir (Artut, 2006: 172).

3 Boyutlu film afişi tasarımları ise farklı teknikler kullanılarak hazırlanabilmektedir. Bunlardan bir kaçına değinecek olursak, değişik tasarım programları aracılığıyla yapılan tasarımlar yine farklı teknikler, filtreler kullanılarak ve katmanlar arasında kaydırma yapılarak resimler arasında boşluk oluşturmak böylelikle 3D mantığında tasarımlar ortaya koymak mümkündür.

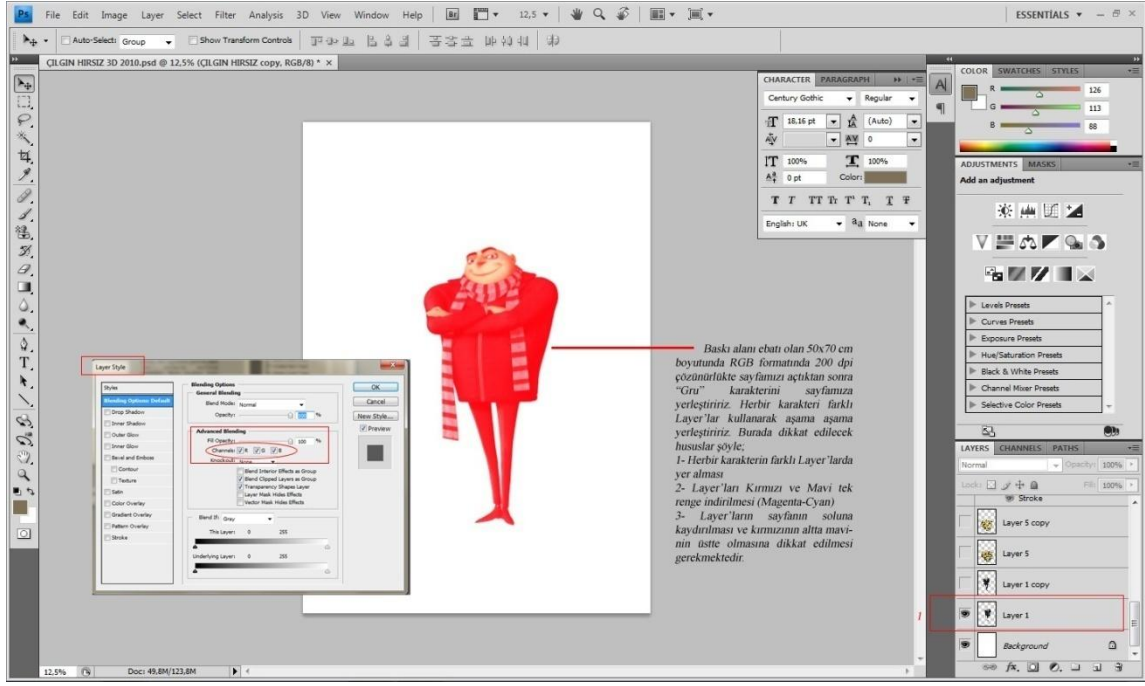
Daha ayrıntılı bir şekilde ifade edilecek olursak; Photoshop programında RGB formatında hazırlanan Mavi (Cyan), Kırmızı (Magenta) renklerinin kullanılmasıyla oluşan ve layer görsellerinin sola kaydırılması suretiyle hazırlanan çalışmalarda 3. boyutu yakalamak mümkündür. Bu çalışmada dikkat edilmesi gereken en önemli husus her bir layer'ın derinliğinin ve sola kaydırmanın farklı olarak ele alınmasıdır. Bir başka önemli husus ise her zaman Mavi rengin üste olması Kırmızı rengin ise Mavi rengin altında yer almasıdır. 3D afişi tasarımı yapılırken tasarımcının bu süreçte 3D gözlük kullanması zorunludur.

3 Boyutlu film afişi tasarımı yaparken grafik tasarım açısından bazı hususlara dikkat etmek gerekmektedir. Bunlara kısaca değinecek olursak; Renkler geniş yüzeyler halinde kullanılmalı,

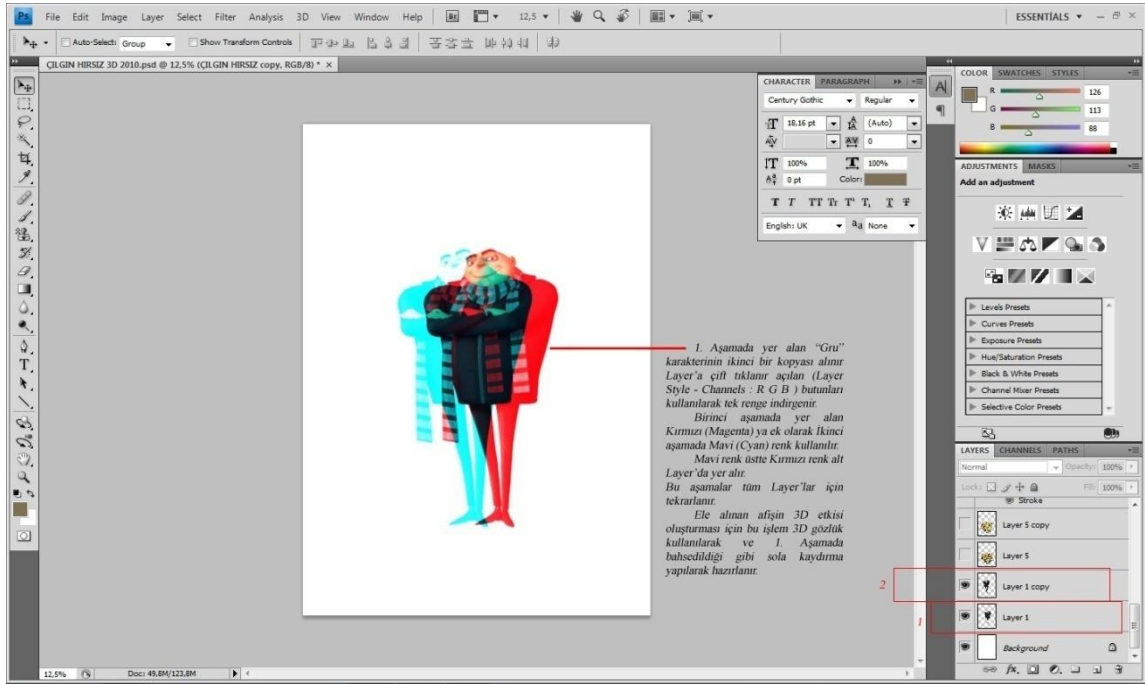
parlak ve canlı renkler tercih edilmeli ve renkler arasında güçlü kontrastlar oluşturulmalıdır. Kullanılan imge tek olmalı, birden çok imge kullanılmamalıdır. Dikkat tek bir yere verilmeli, konu dağıtılmamalıdır. Görsel düzenlemesi çarpıcı, basit ve yalın olmalıdır. Afişte detaylar, kısa süreli bir bakışta bile anlaşılacak kadar düzenli olmalıdır. Bu sebeple tasarımın temeli olan düşüncenin fotoğraf, illüstrasyon veya tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı; esprili, dramatik ya da düşsel imajlardan hangisinin anlatımı daha güçlendirdiği belirlenmelidir. Böylelikle etki artırılmış olur. İlk bakışta algılanabilir olmalıdır. Özellikle dış mekan afişlerinde, insanların afişleri ya yürürken ya da araba içinde hareket halinde göreceklarını düşünürsek mesajı algılama süreleri 2,5-3 saniye olacaktır.

Afiş tasarımında etkili bir slogan kullanılmalıdır. Tasarımın bir parçası olacak şekilde düzenlenen ve tipografik karakterlerden oluşan metinler, okumak için değil fark edilmek için tasarlanmalıdır. Sözcükler kısa, anlaşılabilir ve okunaklı olmalıdır. Süslü ve dekoratif yazılar yerine okunaklı yazı karakterleri tercih edilmelidir (<http://vektorelcizim.net>).

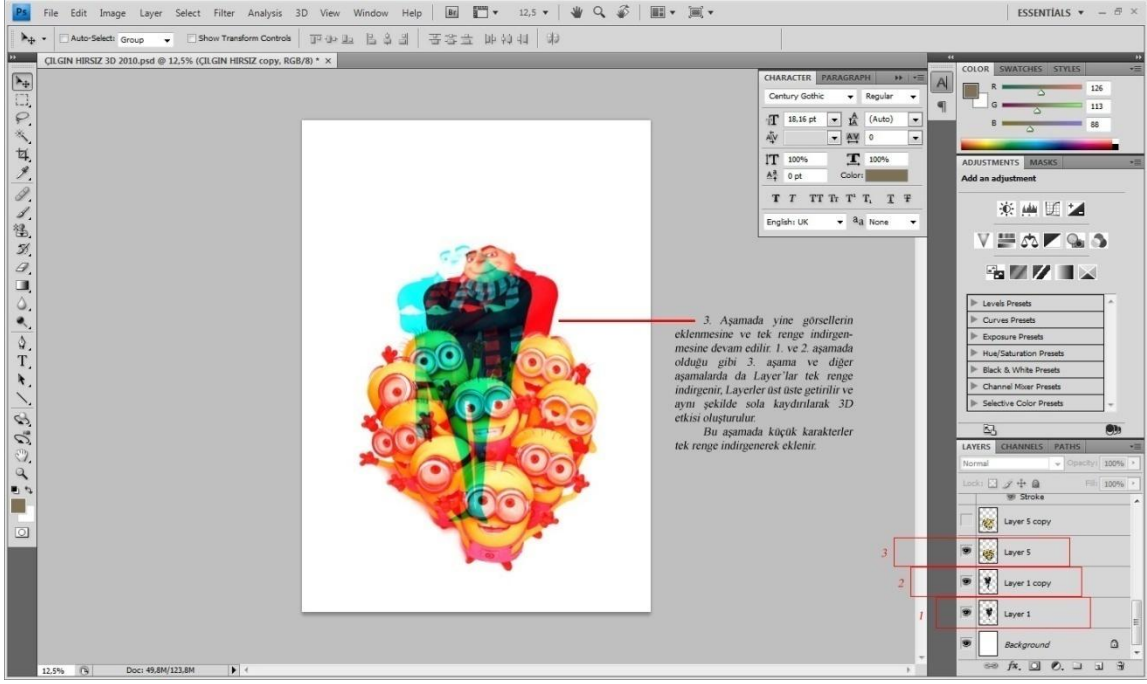
Film afişi tasarımı yaparken tabi ki teknik konulara da dikkat etmekte fayda olacaktır. Örneğin tasarımı yapılan film afişi hangi teknik ile basılacak (Ofset - Dijital vb.) olması ve bu teknikte çalışmaların hazırlanması gerekmektedir. Yine yapılan çalışmanın boyutları baskı tekniğine göre değişiklik göstermektedir. Grafik tasarımcı yapacağı tasarımı tasarlamak kadar hangi teknik ile basılacağını da düşünmek durumundadır. Bazı baskı makineleri CMYK dediğimiz dört renk mantığında çalışırken (Cyan, Magenta, Yellow, Black-Kontrast), bazıları da RGB mantığında (Red, Green, Blue) çalışmaktadır. Bundan dolayı yapılan çalışma bir bütün olarak ele alınmalı tasarım kadar baskıya da dikkat edilmelidir. Bundan dolayı teknik konular göz ardı edilmemelidir. Tasarımcı her konuda bilgiye sahip olmalı ve gelişmeleri yakından takip etmelidir. 3 boyutlu olarak hazırlanacak olan animasyon film afişlerinden biri olan "Çılgın Hırsız" film afişinin 3 boyutlu olarak nasıl ele alınıp tasarlandığını görmek için aşamaları sırasıyla göstermekte fayda olacaktır.



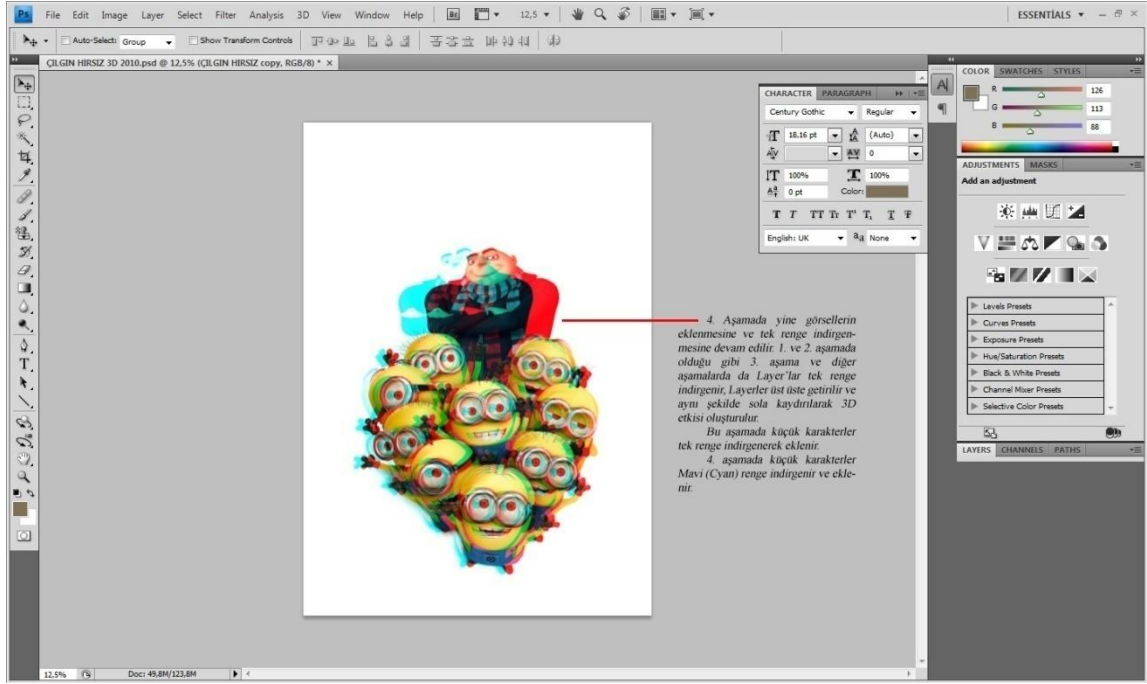
Resim 1.21. (1) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması



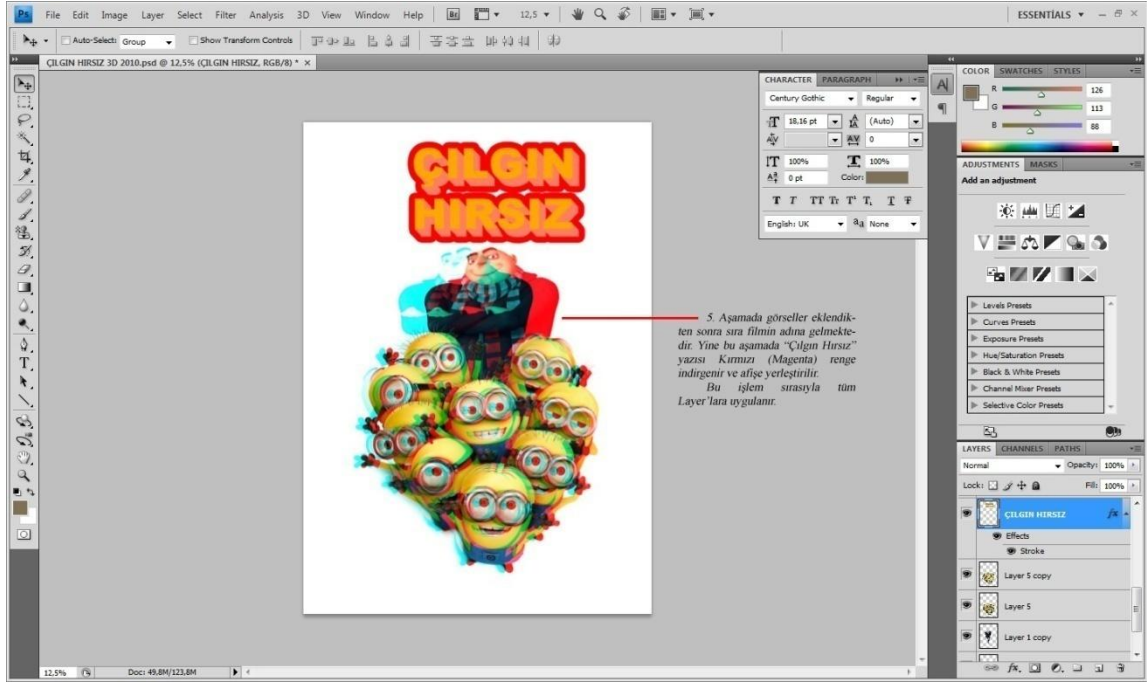
Resim 1.21. (2) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması



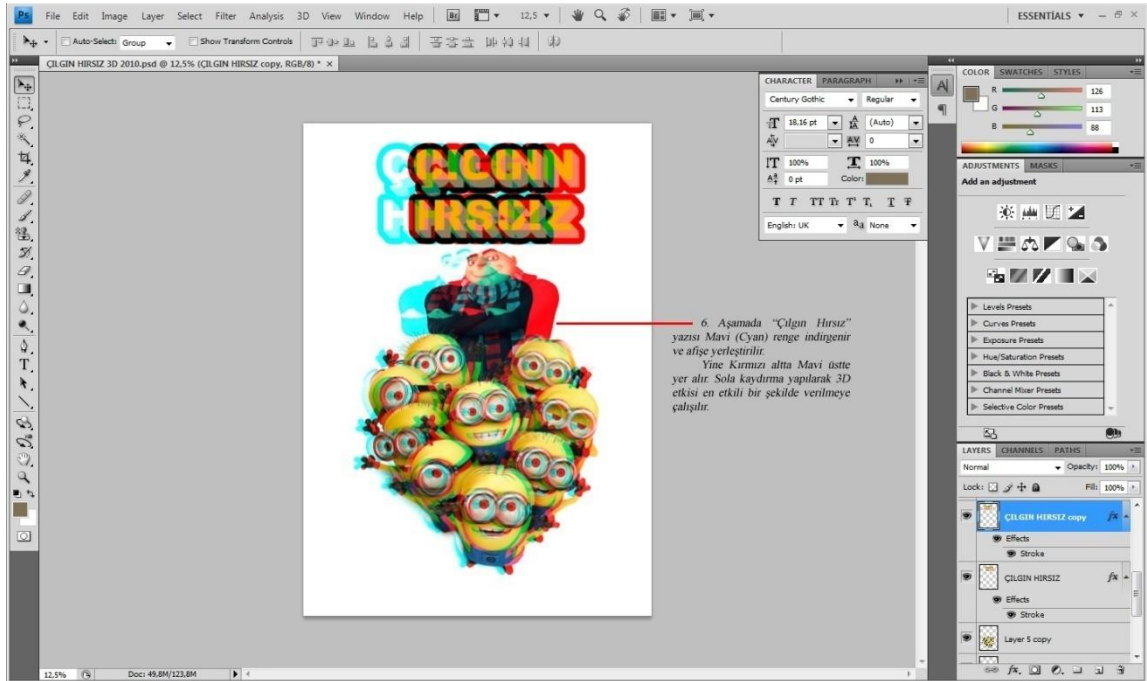
Resim 1.21. (3) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması



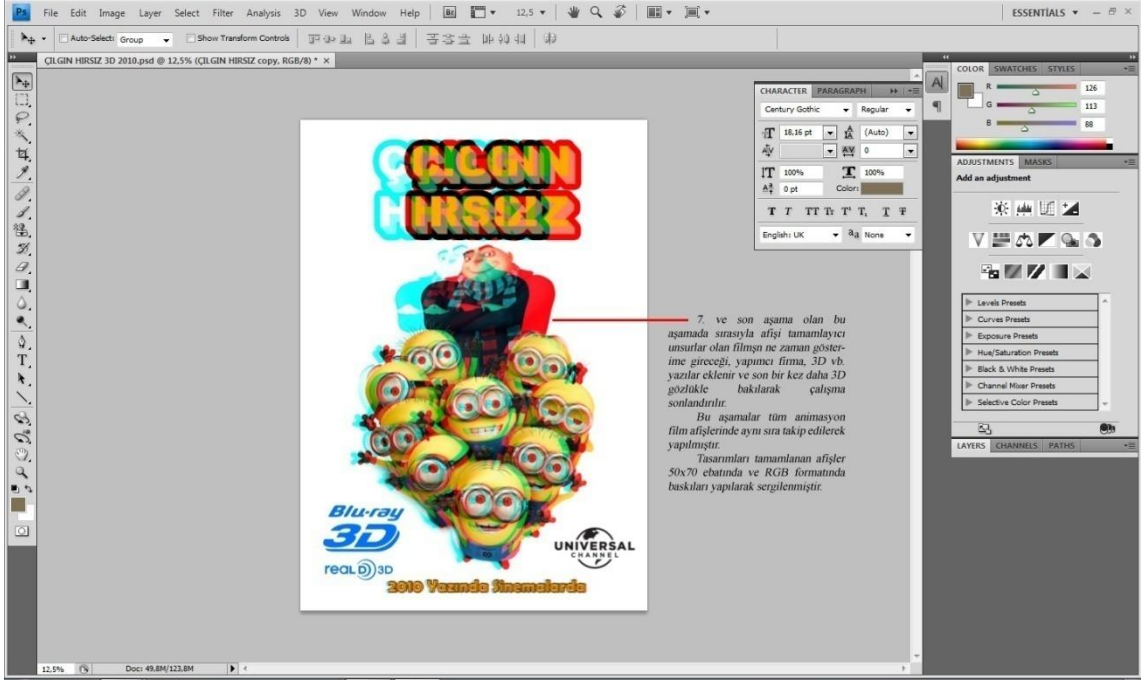
Resim 1.21. (4) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması



Resim 1.21. (5) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması



Resim 1.21. (6) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması



Resim 1.21. (7) Çılgın Hırsız film afişinin 3D uygulama aşaması

1.5.4. Film Afişlerinin Genel Özellikleri

Film afişlerinin genel özelliklerine değinecek olursak, tez çalışmasının ilk bölümünde yer alan afiş konusu, afişin türleri ve bu türler içinde yer alan Endüstri Afişlerine yer vermemiz gerekmektedir. Film afişleri ticari ve gelir amaçlı afişler olduğu için bu tür afişleri endüstriyel afişler sınıfında ele almamız gerekmektedir. Birinci bölümde kısaca değindiğimiz endüstriyel afişler nelerdir bu kapsama hangi afişler girer konusunu açıkladıktan sonra film afişlerinin genel özelliklerine değinmek gerekmektedir.

1- Film konusunun en can alıcı karesi afiş tasarımı için seçilmelidir.

2- Film de yer alan oyuncular rollerine göre büyüklü küçüklü veya net flu bir şekilde yerleştirilmelidir.

3- Film de yer alan oyuncuların rollerine göre fotoğraf çekimleri yapılmalıdır.

4- Afişte yer alan filmin adı, filmle bağdaşacak şekilde renk, büyüklük, font,vb. unsurlar dikkate alınarak hazırlanmalıdır.

5- Yine film afişinde yer alan oyuncuların isimleri belli bir hiyerarşi ile yerleştirilmeli algı ön plana çıkmalıdır.

6- Afiş ilk bakışta akıcı, mesaj net ve konuyu en etkili bir biçimde ifade edecek şekilde hazırlanmış olmalıdır.

7- Filmin pazarlanması, hedef kitleye ulaşması bakımından filmin olduğu kadar afişinde önemi büyüktür. İyi bir afiş tasarımı film kadar önemlidir.

8- Afişteki sözel unsurlar mümkün olduğu kadar azaltılmalı görsel unsur ön plana çıkarılmalıdır.

9- Görsel unsur afiş üzerinde fark edilirlilik bakımından mümkün olduğunca büyük kullanılmalıdır.

10- Süslü ve dekoratif yazı fontları yerine daha okunaklı yazı fontları tercih edilmelidir.

11- Afiş üzerinde bulunan yazılar ile görseller birbirini destekleyici nitelikte olmalıdır.

12- Yapılan afiş tasarımı bir bütünlük içinde yer almalı rahatsız edici herhangi bir unsur bulunmamalıdır. Yukarıda sıralanan başlıkları daha da artırmamız mümkündür. Burada asıl olan konunun ve ifadenin net ve etkili biçimde hedef kitleye aktırılması çabasıdır. Bunları yaparken de elbette grafik tasarımcınının her türlü bilgiye ve donanıma sahip olması yapacağı tasarımın etkisini bir kat daha artıracaktır.



Resim 1.22. “Labirent” 3D film afiş tasarım çalışmasına bir örnek
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2015)



Resim 1.23. “Buz Devri 2” 3D film afiş tasarım çalışmasına bir örnek
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2015)



Resim 1.24. “Brave-Cesur” 3D film afiş tasarım çalışmasına bir örnek
(Tasarım: Köksal Bilirdönmez, 2015)

1.5.5. 3D Film Afiş Baskı Teknikleri

3D film afişleri farklı programlar aracılığıyla yapılmakta, farklı baskı makineleri aracılığıyla basılmakta ve böylelikle tasarımı yapılan afiş/ler hedef kitlenin beğenisine sunulmaktadır. Tasarımı yapılan afiş yukarıda da bahsedildiği gibi hangi baskı tekniğinde yapılacağına yönelik olarak hazırlanır ve daha sonra baskısı yapılır. 3D film afişlerinin tasarımları farklı programlarda hazırlandıktan sonra baskıları iç mekan dijital baskı makinelerinde yapılmaktadır.

Teknolojinin en üst düzeyde kullanıldığı günümüzde artık her türlü baskı makinesi mevcuttur. Bu makineler sayesinde çeşitli ebatlarda, çeşitli renklerde, çeşitli tekniklerde baskı yapılması da mümkün olmuştur. Artık iç mekan ve dış mekan baskı makineleri olarak sınıflandırılan dijital baskı makineleri ihtiyaca göre, kullanıma göre, iç mekan olarak ya da dış mekan baskı makineleri olarak adlandırılmaktadır. Billboard, raket vb. büyük ebat baskılar dış mekan olarak basılır bunların iç mekan basılmasına gerek yoktur çünkü, billboard ve raketlere çoğunlukla belli mesafeden bakarız yada araçla geçtiğimizde seyrediyoruz. Bundan dolayı bu çalışmalar dış mekân dediğimiz baskı makineleri ile basılmaktadır.

İç mekân baskı ise, ebat olarak daha küçük ve ayrıntılı işlerin baskılarını kapsamaktadır. Buna en iyi örnek ise afiş ve fotoğraf baskılarıdır. Bu çalışmalarda renk, yazı ve ayrıntı fazla olduğu için bu türlü baskılar iç mekân baskı makineleri ile basılır. Bu baskılar dış mekân baskılara göre daha kalitelidir.



Resim 1.25. İç Mekân Baskı Makinesi
(<https://www.google.com.tr>, 2015)



Resim 1.26. Dış Mekân Baskı Makinesi
(<https://dijitalbaskitr.files.wordpress.com/2013/06/24.jpg>, 2015)

İKİNCİ BÖLÜM

2.1. 2010-2015 YILLARI ARASI ANİMASYON FİLM AFİŞLERİNİN 3D TEKNİĞİ İLE UYGULANMASI

Görsel iletişim, mesajın aktarım sürecinde diğer duyu organlarına nazaran daha çok görme duyusuyla gerçekleştirilen bir iletişim türü olarak tanımlanabilir. Grafik iletişim ise, yüzey üzerinde görsel elemanlarla oluşturulan iletişim türüdür. Başka bir deyişle ise, “görsellerden oluşan bilgilerin değiş tokuşu” şeklinde tanımlanabilir (Arıkan, 2009: 27-28).

Üç boyutlu yanılısamaları oluşturmak için en önemli araçlar, üst üste bindirme, konumu ve büyüklüğü değiştirme, çizgisel perspektifi, renk ve ton değerini kullanmaktan oluşmaktadır (Öztuna, 2007: 146).

Üç boyutlu mekân yanılısamalarını oluşturmak için diğer bir yol ise tasarımlarda renk ve ton değerlerinin kullanılmasıdır. Genellikle sıcak renkler daha yakın görünme eğilimi gösterir, soğuk renkler ise uzaklık izlenimi yaratır. Bununla birlikte çalışmada, tasarımda derinlik etkisi yaratılmış olunur (Öztuna, 2007:148).

Grafik tasarımın temel ilkesi tasarım da görsel bütünlüğü sağlamaktır. Grafik tasarım çalışmasında kullanılacak olan görsel elemanlar minimum düzeyde tutulup gruplandırılmalıdır. Asıl amaç bütün elemanların ne kadar birbirinden farklı olsalar da bunları bir bütün ve ahenk içerisinde kullanmak olmalıdır. O zaman grafik tasarımda bir bütünlükten bahsetmek mümkündür (İstek, 2005: 81). Grafik tasarımcı görsel düzenleme sürecinde, tasarım unsurlarının nasıl algılandığını görmesi, tasarımın başarısı açısından oldukça önem arz etmektedir.

Tüm sanat ve estetik olgular aslında salt bir ifadedir. Sezgi ile biz her türlü doğa izlenimlerini dışlaştırarak, biçimleştirilip ifade ederiz. Bir sanat eserini oluştururken üç aşama göze çarpar: Öncelikli olarak doğayı taklit ederek, insanı ve nesnelere öğreniriz. Sonra elde ettiğimiz izlenimleri yani sezgileri somutlaştırarak ifade etme yoluna gideriz. Son olarak da ifade değerini artırmak için gerekirse biçimleri ve gerçeği değiştiririz. Bir sanat eserinde, onu tasarlayan sanatçının tarzını anlamak mümkündür. Çünkü tarz, insan ruhunun derinliğine yerleşmiş olan duyarlılığı saklar. Sanatçı çalışmasında, kendine özgü duygularını, nesnelere edindiği izlenimlerini ifade etme çabası içindedir (Ersoy, 2002:145).

Bir sanat eseri nasıl anlamlandırılır; Sanat insanın dış dünyadan edindiği izlenimlerin iç dünyasına yansısıyla doğan bir olaydır. Başka bir deyişle ise insanla doğadaki nesnel

gerçekler arasındaki estetik ilişkiler olarak tanımlanabilir. Sanat yapıtı ise bu ilişki ile ortaya çıkan bir yaratmadır. Bu yaratıcı etkinlik içinde sezgi, duygu, imgelem ve duyu organları birlikte çalışır ve yeni bir dünya yaratılmış olunur. Sanatla gerçeklik aşılır veya kendine özgü başka bir gerçeklik yaratılır. Sanat eseri-yapıtı doğada gördüğümüz sayısız varlıklar gibi herhangi bir varlık değildir. Doğadaki var olanları insanlar hazır bir şekilde bulur, oysa sanat yapıtı özel çaba ve etkinlik sonucu elde edilir. Düşle gerçek, imgelem ile nesnelere arasında kurulan bağıdır. Sanat eserini bütün olarak değerlendirmek, ayrıntılarını göstermek eleştirinin alanı içerisinde yer almaktadır (Ersoy, 2010: 93).

Bir eseri iyi yapan değerler hakkındaki tartışmalara aktif olarak katılmak isteyenler için başarıyı ölçmek ve belli başlı parametreler yaratmak zorundadır. Sanat eserinin yorumlanması, değerlendirilmesi ve analizi başlı başına bir deneyimdir. Pek çok karmaşık unsur içeren bir sanat eserini, çok kısa bir süre içerisinde algılar, ilişkilendirilir ve anlamlandırılır.

Ele alınan "2010-2015 Yılları Arası Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması" konusunda, öncelikli olarak 3 boyutlu animasyon film afişleri oluşturulmuş daha sonra bunların içerik (anlam) ve biçim (plastik dil) açısından çözümlenmeleri yapılmıştır.



“Labirent-Ölümcül Kaçış” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Afişin altında; 'Labirent', Türkçe ve İngilizce olarak 'Ölümcül Kaçış' ve '19 Eylül'de Sinemalarda' ifadeleri görülmektedir. Bunlar izleyiciye görüntüsel elemanların şifresini vermekte ve bildirinin anlaşılması sağlanmaktadır. Düz anlam katında incelediğimizde 'Labirent- Ölümcül Kaçış' sözlerinden orada bir labirent veya benzeri bir şey olduğunu ve labirentten ancak ölümcül bir kaçışla kurtuluşa ulaşılabileceği anlaşılmaktadır. Labirent sözcüğü düz anlamı, Ölümcül Kaçış sözcüğü ise yan anlamı ifade etmektedir. En alttaki tarih ve yeri belirten yazı ise izleyiciye görseli nerede ve ne zaman izleyeceğini belirtmektedir. Labirent sözcüğünün, çizgisel dolgun harflerle oluşturulması sözcüğün önemini göstermektedir. Afiş düzleminin arka planındaki perspektif uzay görünüşü ile birlikte olaya evrensellik katmaktadır.

İkinci grup sözel elemanlar Labirent yazı karakterinin hemen üzerindeki bir grup insan figürü dikkati çekmektedir. Bu elemanlar sıkıştırılmış, üst üste bindirilmiş olmaları görüntüyü güçlendirmektedir. Algılamanın bir iki, bir üç boyutlu düzenlenmesi ana tema ile hiçbir ilişkisi olmadığı halde, reklamı cazip hale getirmektedir. Bu afişe bakanın ilgisini çeken ve ilişkiyi biraz daha uzatan bir olaydır. Afişin arka plandaki dikey olarak algılanan ışık ile daha geri plandaki karanlık alan üç boyutlu bir mekan derinliği oluşturmaktadır.

“Labirent-Ölümcül Kaçış” filmi konusu;

Thomas bir anda uyanır ve yukarı doğru hareket halindeki bir asansörde olduğunu fark eder. Asansörün kapıları açılır ve karşısında kendi yaşlarında bir grup genci görür. Koloni gibi görünen bu grup onu bir kayranda karşılamaktadır. Devasa büyüklükteki duvarlarla çevrelenen bu geniş alanda Thomas ne kendisini, ne ailesini ne de geçmişini hatırlayamaz. Dahası karşısındaki “Kayranlılar” da tıpkı kendisi gibi buraya nasıl ve neden getirildiklerini bilmemektedirler. Tek bildikleri şey ise her sabah labirente gidilen dev bir kapının açıldığıdır.

Güneş batarken ise her akşam kapı kapanır. Üstelik her 30 günde bir asansörle gruba yeni bir genç gelmektedir. Thomas’ın ardından beklenmedik bir şekilde, bir hafta sonra asansör labirente Teresa adında bir genç kızı bırakır.

Thomas şimdi hem kayran sakinlerinin hem de geçmişte bir yerlerden hatırladığı bu labirentin sırrını çözmeye çalışacaktır. Yönetmenliğini ve senaristliğini görsel efekt alanındaki deneyimi ile tanınan Wes Ball’un üstlendiği filmin genç oyuncu kadrosu ise Dylan O'Brien, Aml Ameen, Will Poulter, Kaya Scodelario, Thomas Brodie-Sangster, Ki Hong Lee, Jacob Latimore, Blake Cooper gibi pek çok isim yer alıyor (www.beyazperde.com, 2015).



“Brave-Cesur” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

"Brave-Cesur" afişinde kullanılan mavi, sakinleştirici etki olarak karşımıza çıkmakla beraber lacivert rengin ağır basması otoriteyi ve sonsuzluğu ifade şekli olarak kullanılmıştır. Brave-Cesur film afişinde baş kahraman olarak kullanılan Merida afişin büyük bir bölümünü kaplamakta ve afişe hakim olmaktadır. Korku, endişe ve savunma ifadesi içinde olan karakter kendinden emin ama aynı zamanda temkinli olarak hareket eden bir kahraman rolündedir.

Tasarımda yer alan ışıklar afişe esrareniz bir hava katmakta aynı zamanda sisli bir orman içinde yer alması da her türlü tehlikeye açık olduğunu bundan dolayı da ok ve yayın her an savunmaya hazır bir ifadesi olarak yansıtmaktadır.

"Brave-Cesur" başlığı afişin üst kısmında büyük bir şekilde kullanılmış olup izleyicide algıyı güçlendirmiştir. 2012 yapımı fantastik/animasyon türü olarak hazırlanan filmin baş kahramanı olan Merida kızıl saçlı olarak değil yeniden tasarımı yapılan afişte yeşil saçlı olarak ele alınmıştır. Yeşil renk; doğanın kendisidir. Ayrıca yeşil renk güven veren bir renk olduğundan dolayı tasarımda tercih edilmiştir. Afişin üst kısmının sisli ve sonsuz bir şekilde tasarlanmış olması ise gizemli ve esrarengiz olma özelliği katmaktadır.

Tasarımları yapılan tüm afişlerde dikkat edilen en önemli husus afişin ne şekilde daha etkili olarak ifade edilmesi olmuştur. Background da kullanılan renk ve kompozisyon büyük bir titizlikle seçilmiş olup neyin etkiyi daha fazla artıracığına dikkat edilmiştir.

“Brave- Cesur” filmi konusu;

Merida, Kral Fergus ve Kraliçe Elinor’un okçuluk konusunda oldukça yetenekli ama bir kadar da deli fişek kızlarıdır. Kaderinin kendi elinde olduğuna inan Merinda, ülkede yüzyıllardan beri gelen bir geleneğe karşı çıkar. Lord MacGuffin, Lord Macintosh ve Lord Dingwall bu yetenekli, kızıl saçlı kızdan hiç hoşlanmazlar ve Merida’nın kararları krallık içerisindeki düzeni bozmaktadır. Bilge Kadın’a başvurduğunda ise uğursuz bir dileğin onu beklediğini öğrenir. Merinda ardı sıra gelen tehlikeli güçlerin farkına varır ve daha fazla gecikmeden korkunç laneti ortadan kaldırmaya çalışırken bir yandan da gerçek cesaret ile yüzleşmektedir.

İnanılmaz Aile, Ratatouille gibi başarılı animasyonlarda imzası olan Mark Andrews ve Aslan Kral’ı da yöneten Brenda Chapman’ın ortak yönetmenliğinde çekilen film, tam bir Pixar klasiği olmaya aday film Disney Dijital 3D™ teknolojisiyle gösterime girmektedir. (www.beyazperde.com, 2015).



“Buz Devri 2” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

"Buz Devri 2" afişinde kullanılan mavi renk sakinleştirici bir renktir, Mavi özellikle lacivert verimliliği, otoriteyi ve sonsuzluğu ifade eder. Mavinin en önemli özelliği ise çok uzaktan bile fark edilebilmesidir. Bundan dolayı Buz Devri film afişin de mavi ve lacivert renklerine yer verilmiştir. "Buz Devri 2" yazısı filmin içeriğine uygun bir şekilde büyük ve kütleli olarak afişe yerleştirilmiştir.

Yine "Buz Devri 2 - Erime Başlıyor" yazısı izleyicide algıyı artırmak amaçlı büyüklü ve küçüklü şekilde kullanılmış olup, yazı başlığa uygun olacak şekilde erimeyi anlatmak için düz değilde erime hissi oluşturmak için belirli bir açıda yerleştirilmiştir. Erime Başlıyor

olarak da bilinen bu seride Buz Devri'nin sona ermesi ve buzulların erimesi sonucu kahramanların başka yerlere gitme telaşı ve yolda yaşadıkları heyecanlı maceralar afişte anlatılmaya çalışılıyor. Günümüzde çocuklara hitap edecek oldukça fazla animasyon tarzı filmler bulunmamaktadır. Ancak Buz devri serilerinden olan "Buz Devri 2" izleyicileri bu yönden çok şanslılar. Çünkü bu film; her yaşta kişinin izleyebileceği nadir filmler arasında yer almaktadır. Ayrıca afişte kullanılan tüm unsurlar diğer afişlerde olduğu gibi algılamaya yönelik olarak büyüklü-küçüklü şekilde yer almaktadır. "Buz Devri 2" yazısı yukarıda büyük bir şekilde Türkçe olarak yazılırken, filmin İngilizce adı olan "Ice Age 2" afişin alt kısmında ortada küçük bir şekilde yer almaktadır. Buz Devri 2 afişinde, seslendirmede yer alan kişiler yine öncelik sırasına göre büyüklü-küçüklü olarak yer almaktadır.

“Buz Devri 2” filmi konusu;

Kahramanlarımız serinin ikinci filmi ile bir kez daha karşımızdadır. Manny, Sid ve Diego, eriyen buzların arasından kurtulup artık daha keyifli, ısınmış bir yaşamın tadına varmaya hazırlardır. Ayrıca ekibe yeni yüzler de katılmış durumdadır.

Manny, bir aile kurmayı çok istemektedir. Dünyada tek kalan dişi mamut Ellie ile tanıştığında başlangıçta pek de iyi anlaşmaları söylenemez. Ellie kendini opossum olarak görmektedir. Dahası opossum olan iki kardeşi de vardır. Crash ile Eddie. Eriyen buzlardan ötürü bir an önce vadinin öteki tarafına geçmek zorundadırlar. Bu sırada meşe palamudu peşindeki Scrat de iş başındadır (www.beyazperde.com, 2015).



“Ejderhanı Nasıl Eğitirsin” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Kırmızı, gözün retina tabakasının hemen arkasında oluşur; bu nedenle rengi algılarken, sanki üstünüze doğru geldiğini hissedersiniz. Uyarıcı bir renktir, dikkat çeker, iştah açıcıdır, tansiyonu yükseltir, heyecanlandırır, metabolizmayı hızlandırır ve satış rengi olarak da bilinir.

3 boyutlu olarak tasarlanan ‘Ejderhanı Nasıl Eğitirsin’ film afişi yukarıda da belirtildiği gibi uyarıcı, heyecanlandırıcı bir renk olan kırmızı renkte yazılmış olup oldukça dikkat çekmektedir ayrıca afişin bütününe baktığımızda yer yer kırmızı renk kullanılmıştır. Afişte büyük bir şekilde kullanılan Ejderhanın eksik olan kısmı izleyici tarafından algısal olarak tamamlanmakta yani şekil (ejderha), bütünü görülme bile bütünü görülmüş gibi algılanır. Baykuş Krallığı Efsanesinde de olduğu gibi tamamlama eğilimi, insanların, eserleri

parçalar halinde değil de bütün nesnelere olarak algılanmasına sebep olmasındır. Afifte oldukça etkileyici biçimde yer alan kadın ve erkek model, bedenleri birbirine temas halinde ve birbirine yakın biçimde fotoğraflanmıştır. Reklam imgesine bakıldığında modellerden her ikisi de ufka doğru yönelmiş bakışları ile sonsuzluğu ve aynı zamanda da izleyiciye boyut hissini algılatmaktadır.

“Ejderhanı Nasıl Eğitirsin” filmi konusu;

Ejderhalar Berk Adası'nı kendilerine mesken seçmişlerdir. Senelerce acımasız mahlukat tarafından yağmalanan talihsiz adanın biçare yerlileri için hayvanlarını çalıp evlerini yakan bu ejderhaları tepelemek bir nevi namus borcudur.

Yetişkinlik çağına erişen genç erkeklerin yapması gereken tek şey bir ejderhayı öldürmektir. Zamanı geldiğinde köyün şefinin tuhaf oğlu Hiccup, icat ettiği tuhaf mekanizmalı silahı bir yaratığa doğrultarak onu öldürmeye yeltenir. Nadir bir türe ait olan bu ejderhayı bir türlü öldüremeyen Hiccup, hayvanı ormana götürerek serbest bırakır. Sonrasında ise aralarında sadakat ve içtenlik barındıran bir arkadaşlık gelişmektedir. (www.beyazperde.com, 2015).



“Cılgın Hırsız” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Negatif olarak algılanan tasarım düzleminde (zemin) dikey ve simetrik olarak nitelendirilebilecek bir kurgudan söz edilebilir. Kaligrafik yazı karakteri yatay özelliğiyle genel tasarım içerisinde kontrast bir etki yaratmaktadır. Oval şekiller, bir patern (bir şeklin sıralı ve simetrik tekrarlanması yoluyla elde edilen bütün bir yapıdır) etkisi yaratmaktadır. Bir parça tekrarlanırken genel yapıya uygun bir değiştirme yapılır. Tek başına hiçbir parçanın anlamı yoktur. Her bir parça ana formu oluşturmak üzere birbiri ile bağlantılı ve uyumludur. Afiş düzlemindeki her parça ana formu oluşturmak üzere birbiriyle bağlantılı ve uyumludur. Tasarımda gerek karşıtlık kontrastlığı gerekse sıcak soğuk renk kontrastlığı görülmektedir.

Gru figürü arka planda olmasına rağmen dikkat çekmektedir. Bu figürün altında yer

alan sarı küçük figürler iletişim kurmak için olaya katılmaktadırlar. Bu bir aynı zamanda optik olaydır. Algılamamızın 3 boyutlu düzenlemesi reklamı cazip hale getirmektedir. Afişe bakanın ilgisini çeken ve ilişkiyi biraz daha uzatan sevimli hale getiren olaydır. Grup figürleri mekan içinde mekan oluşturmaktadır. Ayrıca bir perspektif algısından bahsedilebilir. sarı küçük figürler adeta üst üste yığılmışlardır. Arka plandaki Gru bir derinlik duygusu yaratırken algılama yöntemini de sorgulamaktadır.

Hemen hemen her izleyici yapıtları algılarken ilk adımda benzeştirme ve karşıtlık eğilimine başvurur. Bu algılamadan sonra ise anlamlandırma süreci başlar. Şekillerin sık sık tekrarlanması, iç içe geçmiş olması ve birçok parçadan oluşması yüzünden şekil zemin ilişkisinde sürekli bir değişim söz konusudur. Figürler aynı alan üzerinde bütün olarak algılanırlar. Bütünlük ve form hali bozulmaz. Asimilasyon ve kontrast renkler, renk değerleri, renk yapıları ile eş zamanlı karşıtlık, aynı zamanda, birlikte gerçekleşen (simultane), sanal hareket, sanal zaman ve sanal mekan gibi birçok farklı etkinin oluşturulmasında yönlendiricidir. Kontrast genelde güç, kararlılık ve netlik kavramlarına yönlendirirken asimilasyon ise benzerlik ve süreklilik sağlar. Bu etkileşim psikolojik etki yaratır ve kararsızlık, tereddüt yaratan görüntüler olarak algılanır, bu tür yanılsamalar izleyiciyi daha dikkatli olmaya zorlamaktadır.

“Çılgın Hırsız” filmi konusu;

Gru adındaki kafası karışık ve kötü yürekli kişinin en büyük hayali dünyanın uydusu Ay'ı ele geçirmektir. Aslında etrafı barış ve huzurla bezeli, renk renk çiçeklerle çevrili, güler yüzlü komşuluk ilişkilerinin sürdüğü bu varoş semtinde sükuneti bozan tek olgu Gru'nun bu hırslı halidir. Bu banliyöde, bu yaşantıyı bozacak bir sır vardır, bu sır Gru'nun kötü emelleridir.

Banliyönün en bakımsız ve çirkin evinde yaşayan Gru, küçük köleleri ile birlikte dünyanın kaderini değiştirecek bu planını uygulamaya sokmak için son hazırlıklarını yapmaktadır. Gru, dünyanın uydusu Ay'ı çalmayı kafaya koymuştur bir kere! Üç küçük yetim olan Margo, Edith ve Agnes, bu habis ruhlu adamla karşılaştıklarında ise, hiç kimsenin göremediği bir ayrıntıyı fark ederler: Gru onlar için potansiyel bir baba adaydır (www.beyazperde.com, 2015).



“Baykuş Krallığı Efsanesi” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Afişlerin genelinde zemin-arka plan, üst alan ilişkilendirilmesi ve farklılaştırılma söz konusudur. Bu ilişki aynı zamanda negatif ve pozitif alan olarak da tanımlanabilir. Bu ilişkilendirmelerde ön ve arka planların farklılaştırılması genel kompozisyon tasarım yapısında önceliklerin belirlenmesine katkı sağlamaktadır.

Siyah, ciddiyet ve ağırlık telkin eder. Küçük yüzeyler halinde kullanıldığında canlılık, büyük yüzeyler halinde kullanıldığında endişe ve korku hissi doğurmaktadır.

Şekil olarak kabul edilen alan pozitif alandır (örneğin baykuşlar). Şekil, negatif alan olarak kabul edilen arka yüzeyi oluşturan zeminle birlikte değerlendirilir ve anlam kazanır. Şekil ve zeminin birbirleriyle yer değiştirdiği algı durumlarında izleyici, belirli bir tereddüt yaşayacak ve algısal yanımlara düşecektir. Afişte dikkati çeken bir başka özellik ise; örneğin öndeki büyük baykuşun eksik olan kanat parçaları izleyici tarafından algısal olarak tamamlanır. Yani şekil (baykuş), tümü görülme bile tümü görülüyormuş gibi algılanır. Tamamlama eğilimi, insanların, eserleri parçalar halinde değil de bütün nesnelere olarak algılanmasına sebep olmasındır. Yani önceden bilinen bir şekle benzeterek tamamlama söz konusudur. Çılgın Hırsız afişinde görüldüğü gibi aynı biçimde konumlanan birimler birbirleriyle ilişkili algılanır. Yani bir gruplama (Süreklilik-Yakınlık-Benzerlik) söz konusudur. Gruplamada ortamdaki belirleyici ortak noktalar öne çıkar. Örneğin renksel benzerlik, form benzerliği, yön benzerliği, boyut benzerliği gibi ilişkilendirmeler gruplamayı meydana getirmektedir.

“Baykuş Krallığı Efsanesi” filmi konusu;

Genç bir baykuşun serüvenlerini 3D film formatında sunacak olan Warner Bros ile Village Roadshow Pictures ittifakında gerçekleştirilen filmin ana kahramanı Soren adında hevesli ve sevimli bir baykuş! Soren, babasının kahramanlık hikayeleri ile büyümektedir. Ga'hoole Muhafızlarının bambaşka hikayeleri ona görkemli destanlar olarak anlatıla gelmiştir. Her dinlediği Muhafız öyküsü onu kendinden geçirir ve hüyalara daldırır. Bu genç bir baykuşa göre, kahraman Ga'hoole Muhafızları tüm baykuş ırkını kötü kalpli Safkan Olanlardan kurtarmak için büyük bir dirayet gösteren, mitsel bir kanatlı savaşçılar ordusudur. Soren bir gün bu kahramanlardan biri olmanın hevesiyle doluyken, ağabeyi Kludd, kardeşinin bu hayalleri ile dalga geçmektedir. Aslında Kludd, Soren'in hevesiyle alay etmekle, uçmak, avlanmak ve babasının Soren'e duyduğu sevgiyi çalmak için can attığını ispatlamaktadır.

Ancak, Kludd'ın kıskançlığı korkunç sonuçlar doğurur: İki genç baykuş ağaç tepesindeki yuvalarından tam da Safkan Olanların pençelerinin önüne düşerler. Şimdi diğer cesur genç baykuşların yardımıyla yürekli bir kaçış gerçekleştirmek Soren'e kalmıştır. Genç baykuşlar efsanevi Muhafızların evi olan Büyük Ağacı bulmak için denizlerin üzerinden, sislerin içinden uçarlar. Muhafızlar, Safkan Olanları yenmek ve baykuş krallıklarını kurtarmak için Soren'in tek umududurlar (www.beyazperde.com, 2015).



“Kung Fu Pand 2” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Afişlerin genelinde olduğu gibi "Kung Fu Panda 2" de de zemin-arka plan, üst alan ilişkilendirilmesi ve farklılaştırılma söz konusudur.

Araştırmalar renklerin insanların psikolojisini etkilediğini göstermektedir. Kung Fu Fanda 2 film afişi background da kullanılan beyaz renk temizliği, saflığı, devamlılığı ve istikrarı ifade etmektedir. Afişin alt kısmında kullanılan Kung Fu Panda 2 yazısı büyük ve kırmızı (yakından dikkat çekici renk) renkte kullanılmıştır. Afişin büyük bir bölümünü kapsayan ve filmin kahramanı olan Po ve arkadaşlarına ayrılmıştır. Afişte kullanılan

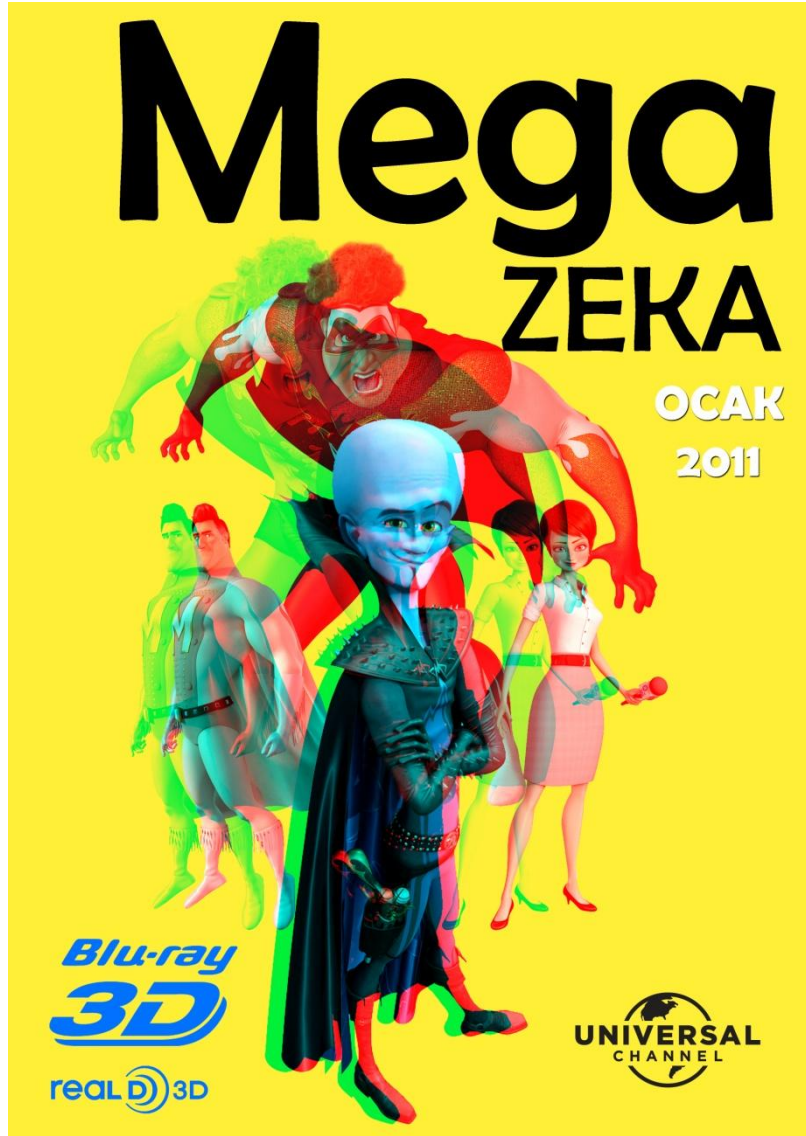
karakterler yine filmde yer alan önceliğe göre büyüklü küçüklü ve ön planda arka planda olarak yerleştirilmiştir. Yine filmin baş aktörü olan Po kararlı ve her an harekete geçecek şekilde duruş sergilemektedir. Afişlerin tümünde kullanılan diğer bir ayrıntı ise; Negatif olarak isimlendirilen renkler sola, pozitif renkler ise sağa kaydırılmıştır. Sonuçta amaç bütünün algılanmasıdır. Yani sanal bir renk etkisi oluşturularak bir tür yanılsama yaratılarak 3 boyut etkisi yakalanmıştır. Afiş tasarımının; plastik dil açısından bir başka değerlendirilmesi de asimilasyon (benzeştirme) kontrast ilişkileridir. Kontrast, asimilasyonun tersidir ve farklılıkları güçlendirir. Bu farklılaşma beraberinde konsantrasyonun yoğun olarak belirli bir bölgeye yönelmesine sebep olur. Kung Fu Panda 2 film afişinde de bütün ilgi kahramanımız "Po" ve "Kung Fu Panda 2" yazısına odaklanılmaktadır.

“Kung-Fu Panda 2” filmi konusu;

İlk filmin sonunda Ejder Savaşçısı olarak hedefine ulaşan Po, şimdi Kung Fu ustaları ve kadim arkadaşları Kaplan, Turna, Mantis, Engerek ve Maymun ile beraber Barış Vadisi'ni korumaktadır. Fakat sevimli pandamızın bu taze hayatı ve Kung Fu geleceği Çin'i ele geçirmek ve Kung Fu'yu ortadan kaldırmak için çok tehlikeli bir silah tasarlayan kötü adamların tehdidi altındadır.

Po ve ekibi Öfkeli Beşli şimdi bütün Çin'i dolaşarak bu çok tehlikeli adamı ve silahını bulmak, harekete geçmesini engellemek zorundadır. Peki ama nasıl?

"Şrek", "Madagaskar" gibi gişe rekortmeni filmlere imza atan Dreamworks Animation stüdyolarının 3D teknoloji ile süslediği devam filmi “Kung Fu Panda 2'nin yönetmenliğini ilk filmin senaristleri arasında da yer alan Jennifer Yuh üstleniyor. Filmin orijinal seslendirme kadrosunda ise pandamız Po'ya hayat veren Jack Black'in yanısıra Angelina Jolie, Dustin Hoffman, Gary Oldman gibi yıldız isimler göze çarpmaktadır (www.beyazperde.com, 2015).



“Mega Zeka” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Afişlerin genelinde olduğu gibi Mega Zeka'da da zemin-arka plan, üst alan ilişkilendirilmesi ve farklılaştırılma söz konusudur.

Geçiciliğin rengi olarak bilinen sarı, aynı zamanda çekiciliği temsil eder. Tüm dünyada kullanılan taksilerin sarı olmasının nedeni de dikkat çeksün ve geçici olduğu bilinsin dıyedir. Sarı renk en az pigmente sahip bir renk olduğu için en çok rastlanan renklerden biridir. Mega Zeka film afişin de kullanılan sarı renk dikkat çekmek amaçlı kullanılmıştır. İlk etap da dikkat çeken sarı renk daha sonra bütün ilgiyi Mega Zekadaki karakterlere bırakmaktadır.

Afişte kullanılan karakterler yine filmde yer alan önceliğe göre büyüklü küçüklü ve ön planda arka planda olarak yerleştirilmiştir. Mega Zeka yazısında kullanılan siyah renk ciddiyet ve ağırlık telkin etmektedir. Küçük yüzeyler halinde kullanıldığında canlılık, büyük yüzeyler halinde kullanıldığında endişe ve korku hissi doğurur. Bundan dolayı "Mega Zeka" yazısı endişe ve korku hissi yaşatmak amacıyla afişte büyük bir şekilde kullanılmıştır.

“Mega Zeka” filmi konusu;

Mavi ve koca kafalı Mega zeka, dünyanın görüp görebileceği en zeki ve en az başarılı süper kötü kahramanıdır. Yıllardır akla gelebilecek her türlü yolu deneyerek Metro City'ye hükmetmeye çalışsa da, her girişimi, Metro Man olarak tanınan pelerinli süper kahraman yüzünden hayal kırıklığı ile sonuçlanmaktadır. Fakat bir gün Mega zeka'nın beceriksizce uygulamaya koyduğu şeytani planlarından biriyle mücadele ederken, yenilmez kahraman Metro Man hayatını kaybeder.

Bu olaydan sonra Mega zeka'nın hayatta hiçbir amacı kalmamıştır. Süper kahramansız bir dünyada Süper kötü kahraman olmanın hiçbir anlamı yoktur. Hayattaki en büyük isteğini elde etmiş olmanın, başına gelebilecek en kötü şey olduğunu anlar. Mega zeka bu sıradanlıktan kurtulmanın tek çaresinin kendine yeni rakip bir kahraman yaratmak olduğuna karar verir ve 'Titan' isimli bu kahraman önceleri Metro Man'den çok daha büyük, çok daha iyi ve çok daha güçlü olacağına söz verse de, kötü adam olmanın iyi adam olmaktan çok daha eğlenceli olduğunu düşünmeye başlaması uzun sürmeyecektir.

Titan, dünyaya hükmetmek değil onu yok etmek istemektedir. Artık Mega zeka bir yol ayrımındadır. Kendi yarattığı şeytani yaratığı yenebilecek midir? Dünyanın en zeki adamı, bu defa da zekice bir karar verebilecek midir? Bu kötü ruh, kendi hikayesinin kahramanı olabilecek midir (www.beyazperde.com, 2015).



“Rio” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Tasarımın 3D kurgusu izleyicide bir algı yanılsaması yaratmaktadır. Afiş düzlemindeki şekiller zihin tarafından zeminden net olarak ayrıştırılmaktadır ki bu da Gestald algı kuramının özelliklerinden birisidir.

Negatif olarak isimlendirilen renkler sola, pozitif renkler ise sağa kaydırılmıştır. Sonuçta amaç bütünün algılanmasıdır. Yani sanal bir renk etkisi oluşturularak bir tür yanılsama yaratılmıştır. Afiş tasarımının; plastik dil açısından bir başka değerlendirilmesi de asimilasyon (benzeştirme) kontrast ilişkileridir. Kontrast, asimilasyonun tersidir ve farklılıkları güçlendirir. Bu farklılaşma beraberinde konsantrasyonun yoğun olarak belirli bir bölgeye yönelmesine sebep olur. Örneğin afişteki belli bir objeye bakanlar arasından bazıları için baskın faktör karşıtlık olurken, bazıları için asimilasyon (benzeştirme) yoluyla algılama

önceliklidir. Ancak benzeştirme yani asimilasyon ve karşıtlık ilk izlenimdir ve bir şekilde olay, obje ve durum ile ilgili hızlı bir saptamadır.

İnsan öncelikli olarak sade ve basit bir şekilde olayları, nesnelere, algılama eğilimindedir. Karmaşa ve kaos ilk anda dikkat çekici olsa bile belli bir süreden sonra görünmez olur, kanıt sanır. Dikkat kaybı olarak da adlandırılabilir olan bu durum nedeni ile görsel ilginin sürekliliğinin sağlanabilmesi için merak, ilgi, yenilik önemlidir. Pozitif ve negatif alanların eşit olduğu durumlarda ise ortaya kararsız bir yapı çıkar ve figür tam olarak algılanamaz ve bu durumda algısal yanılsama oluşur. Şekil ise arka plan ile birlikte değerlendirilerek koyu veya açık renkli olarak algılanabilir. Genel kompozisyon içinde şekillerin birbirine olan mesafeleri algılamada önemlidir. Birbirinin yanında bulunan objeler bir grup eğilimi yaratırlar. Aynı zamanda benzer olmayan şekiller de bir grup olarak algılanabilirler.

“Rio” filmi konusu;

Hem eleştirmenler hem de seyirciler tarafından beğenilen 'Buz Devri' animasyon serisinin yaratıcılarının elinden çıkan 'Rio', yepyeni bir macerayı beyazperdeye taşımaktadır. Bir türlü uçmayı öğrenememiş evcil papağan Mavili (Blu), en yakın arkadaşı ve sahibi olan Linda ile yeni bir yerde rahat bir yaşam sürmektedir. Uzun zaman Mavili'nin nadir bulunan egzotik Makav kuşlarının son örneklerinden biri olduğunu sanıyorlardır. İkili, Harika (Jewel) adındaki bir dişi makavın Rio de Janeiro'da yaşadığını keşfettiklerinde bu çok uzaktaki egzotik ülkeye doğru yolculuğa çıkarlar.

Beceriksiz birkaç hayvan taciri tarafından Rio'ya ulaşmalarından kısa bir süre sonra kaçırılan Mavili ve Harika, hayvan tacirlerinin ellerinden bir grup Riolu kuş tarafından kurtarılır. Yeni dostlarının da yardımlarıyla hayvan tacirlerine karşı savaşmaya çalışan Mavili için artık uçmayı öğrenmenin ve en iyi dostu Linda'ya geri dönmenin bir yolunu bulmak için gereken cesareti kazanmanın zamanı gelmiştir (www.beyazperde.com, 2015).

TENTEN'İN MACERALARI

Kasım 2011
Gösterimde



IMAX 3D

“Tenten’in Maceraları” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Gruplama algısında son nokta ana şekildir. Az miktarda bilgi ile tüm kurguyu- yapıyı- şekli-varlığı algılayarak tahmin edebilmek esas hedeftir. Ana şekil kavramının içinde üç farklı gösterge, bütünü kavrayabilmek için gereklidir. Bunlar; tamamlama, genel yargı ve simetridir. Tamamlama şekillerin tam ve kapalı olarak algılanmasıdır. Genel yargı ise; şeklin daha önce bilinen bir şeye benzetilerek onunla bağlantı kurulması durumudur. Simetrik olma özelliği ise sade ve tam simetrik şekillerin genel bütün içinde öncelikli olarak algılanması özelliğidir. 3D olarak tasarlanan tüm afişlerde hale (Morie Pattern) yapısı, yaklaşımı görülmektedir. Şekil ve zemin ilişkisinin rahat kurulması ve bu kurgulamanın belirli bir sırada olması gerekir, en etkin ve güçlü haleli yapılar genellikle çizgilerden oluşan patern'lerde görülürler. Çizgiler herhangi bir yönde veya eğimde olabilirler. İki çizgi patern'ni üst üste getirilerek hale etkisi yaratılır.

Afiş tasarımlarında, açılar ortadan kaldırıldığında dairesel formlarda üçüncü boyut etkisi sadece renk ve biçimsel deformasyonla elde edilir.

“Tenten'in Maceraları” filmi konusu;

Tenten ve köpeği Milu çıktıkları bir gezi esnasında maket bir gemi bulurlar ve beğenip alırlar. Ancak bu gemi zannettikleri kadar sıradan değildir. Geminin Tenten'in evine gelmesiyle birlikte etraflarında bir sürü kötü adam belirmeye başlar. Bu kötü adamlar, geminin değil geminin içerisindeki bir notun peşindedirler. Tenten geminin ve geminin getirdiklerinin sırrını çözmeye fazlasıyla kararlıdır (www.beyazperde.com, 2015).

realD 3D



“Buz Devri 4” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

"Buz Devri 2" afişinde olduğu gibi "Buz Devri4" afişinde de mavi renk sakinleştirici bir renk olarak kullanılmıştır. Yer yer kullanılan lacivert verimliliği, otoriteyi ve sonsuzluğu ifade ederken mavinin en önemli özelliği ise çok uzaktan bile fark edilebilir olmasıdır. Dolayısıyla Buz Devri film afişlerin de zaman zaman mavi ve lacivert renklere yer verilmiştir.

Buz Devri 2'de konu edilen "Erime Başlıyor" spotu Buz Devri 'de ise "Kıtalar Ayrılıyor" spotu ile karşımıza çıkmaktadır. Serinin devamı niteliğinde 3D olarak seyircilerle buluşan Buz Devri, Ice Age 4 adıyla gösterime girmiştir.

Yine "Kıtalar Ayrılıyor" yazısı izleyicide algıyı artırmak üzere afişte kullanılmış olup, yazı başlığa uygun olacak şekilde afişin orta kısmına düz bir açıda yerleştirilmiştir. Kıtalar

ayrılıyor olarak da bilinen bu seride Buz Devri'nin sona ermesi ve buzulların erimesi ve kıtaların ayrılması sonucu kahramanların başka yerlere gitme telaşı ve yolda yaşadıkları heyecanlı maceralar afişte anlatılmaya çalışılmıştır. Günümüzde çocuklara hitap edecek oldukça fazla animasyon tarzı filmler bulunmakla beraber Buz Devri serisi 7'den 70'e herkesin izleyeceği türden bir animasyon filmidir.

Ayrıca afişte kullanılan tüm unsurlar diğer afişlerde olduğu gibi algılamaya yönelik olarak büyüklü-küçüklü şekilde yer almaktadır. "Buz Devri 4" yazısı yukarıda büyük bir şekilde Türkçe olarak kullanılmıştır. Buz Devri 4 afişinde, yine diğer afişlerde olduğu gibi karakterler ön planda kullanılmış olup afişin sol ve sağ kısmında büyük bir şekilde kullanılmıştır. Son olarak 3 boyutlu etkiyi artırmak amacıyla perspektif oluşturulmaya çalışılmış, arka planda yer alan kahramanlar daha küçük bir şekilde afişe yerleştirilmiştir.

“Buz Devri 4 Kıtalar Ayrılıyor” filmi konusu;

Buz Devri 4 : Kıtalar Ayrılıyor (Ice Age: Continental Drift); Manny, Diego ve Sid'in, kendilerini diğerlerinden ayıran afetten sonra sürüklendikleri bir kıtada başlarına gelenleri beyazperdeye taşımaktadır. Bir buzdağından derme çatma bir gemi yapan kahramanlarımızın maceralarla dolu epik deniz seferi böyle başlamaktadır.

Manny ve arkadaşlarını bu yeni dünyada egzotik deniz canavarları ve acımasız korsanlar da beklemektedir. Tarih öncesi sincap Scrat ise bildiğiniz gibi, lanetli palamudu onu nereye sürüklerse oraya gidiyor.

7'den 70'e her yaştan sinema seyircisini kendisine hayran bırakan Buz Devri serisinin son filmi 3D olarak seyircilerle buluşmaktadır (www.beyazperde.com, 2015).



“Çizgili Kedi” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Bilindiği üzere siyah hırsı, gücü ve tutkuyu temsil eder. Çizgili Kedi film afişinde gücü ve hırsı temsilen siyah kullanılmıştır. Diğer afiş tasarımlarında olduğu gibi Çizgili Kedi film afişinde de kahraman afişin büyük bir bölümünü kaplayacak şekilde ve merkez anlamında orta kısımda kullanılmıştır.

Baykuş Krallığı Efsanesi film afişin de olduğu gibi zemin-arka plan, üst alan ilişkilendirilmesi ve farklılaştırılma söz konusudur. Bu ilişki aynı zamanda negatif ve pozitif alan olarak da tanımlanabilir. Bu ilişkilendirmelerde ön ve arka planların farklılaştırılması genel kompozisyon tasarım yapısında önceliklerin belirlenmesine katkı sağlar.

Siyah, aynı zamanda bizlere ciddiyet ve ağırlık telkin eder. Küçük yüzeyler halinde kullanıldığında canlılık, büyük yüzeyler halinde kullanıldığında endişe ve korku hissi doğurmaktadır.

Afişte kullanılan alev ve kırmızılar bizlerin tansiyonu yükseltir, kan akışımızı hızlandırır, hız ve adrenalin yükselmesine neden olmaktadır. Yine "Çizmeli Kedi" 3D animasyon filmi için hazırlanan yazı bazı afişlerde olduğu gibi üst kısımda yer almaktadır. Açık kompozisyon şeklinde tasarımı yapılan afişte yer alan birçok unsur bizlere devamlılık ve sonsuzluk hissi vermektedir.

“Çizmeli Kedi” filmi konusu;

O Avrupa halk masallarının en cingöz, en iş bitirici ve en insansı kedisi. Asalet ve güç sembolü olan sarı çizmeleri içerisinde Çizmeli Kedi aslında zenginlik ve ün peşinde koşan oldukça zeki bir canlı. Sinema perdesindeki yolculuğu ise meşhur Altın Yumurtlayan Kazı çalma macerası çevresinde şekillenmektedir.

Zeka küpü Humpy Dumpty ve sokakların kraliçesi Kitty Softpaws'u bu kendi hırsızlık planına dahil eden dokuz canlı Çizmeli Kedi, arkadaşlarıyla cesaret isteyen ama bir o kadar da komedi dolu bir maceraya atılmaktadırlar.

Shrek üçlemesinin her filminde farklı karakterlere sesiyle hayat veren ve senaryoda da parmağı olan Chris Miller'ın Şrek 3 'ten sonraki ikinci uzun metrajlı yönetmenlik çalışması olan Çizmeli Kedi'nin orijinal seslendirme kadrosunda Kedi'ye Antonio Banderas, Humpy Dumpty'ye perde gördüğümüz anda gülmeye başladığımız Zach Galifianikis ve Yumuşak Pati Kitty'ye Salma Hayek sesleriyle hayat vermektedir (www.beyazperde.com, 2015).



“Crood'lar” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Diğer 3D animasyon film afişlerinde olduğu gibi "Crood'lar" afişinde de animasyon filminin içeriğine uygun bir şekilde yazı oluşturulmuştur. Crood'lar 3D animasyon film afişinin üst kısmına yerleştirilen yazı kahve tonlarda kullanılmakla beraber, tarih öncesi çağlarda yaşayan ailenin yaşamına uygun bir şekilde oluşturulmuştur. Afişte kullanılan kahramanların hareketli bir şekilde kullanılması, büyüklü ve küçüklü şekilde yer alması afişe olan ilgiyi daha da artırmaktadır.

Macerayı ve kaçıışı anlatmak amaçlı kullanılan kahramanlar, afişin büyük bir kısmını kaplamaktadır. Açık kompozisyon şeklinde tasarımı yapılan afiş süreklilik ve devamlılığı beraberinde getirmektedir.

Çekiciliğin rengi olan sarı afişin yarısını kaplamakta ve hareketliliğin devamını sağlamak amaçlı diyagonal şekilde kullanılmıştır. Sarı renk en az pigmente sahip bir renk olduğu için tasarımların çoğunda kullanılmaktadır.

Mega Zeka, Sevimli Canavarlar film afişinde kullanılan sarı renk aynı zamanda Crood'lar 3D animasyon film afişinde de kullanılmıştır. Crood'lar afişinde ilk bakışta karmaşa ve kaos dikkat çekiyor olsa da belli bir süreden sonra karmaşa ve kaos görünmez oluyor. Dikkat kaybı olarak da adlandırılabilir olan bu durum nedeni ile görsel ilginin sürekliliğinin sağlanabilmesi için merak, ilgi, yenilik önemlidir. Pozitif ve negatif alanların eşit olduğu durumlarda ise ortaya kararsız bir yapı çıkar ve figür tam olarak algılanamaz ve bu durumda algısal yanılsama oluşur.

Afişlerin tümünde dikkat edilen husus karakterlerin afişe yerleştirilmesinde bütünlüğün sağlanması, afişin konusuna uygun bir şekilde hazırlanması ve 3D etkisinin en etkili bir biçimde afişlere yansıtılması amaçlanmıştır.

“Croodlar” filmi konusu;

Yaşadıkları mağara bir deprem sonrasında yerle bir olduktan sonra, Crood'lar yuvaları olan bu kanyondan taşınmak zorunda kalırlar ve ailenin babası Grug'un önderliğinde bir yolculuğa çıkarlar. Barınabilecekleri yeni bir yer bulmanın ümidiyle ilerleyen Crood'lar bu yolculuk esnasında sıra dışı maceralarla örülü ve daha önce bilinmedikleri esrarengiz bir dünyayla karşılaşır. Bu yeni dünyada doğa bambaşkadır. Üstelik bir de karşılarına Guy isimli ilginç bir genç çıkar. Sürekli seyahat etmeyi ve yeni icatlar yapmayı seven Guy'ı aileden en çok 19 yaşındaki genç kız Eep sevecektir. Ateş yakmayı bilen Guy, Crood'ların hayatlarının değişmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Animasyonun mutfağından gelen Kirk De Micco ve Chris Sanders ikilisinin senaryosuna ve yönetmenliğine imza attığı film, tarih öncesi çağlarda yaşayan bir ailenin keyifli macerasına eşlik etmektedir (www.beyazperde.com, 2015).



“Madagascar 3” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

"Madagaskar" 3D animasyon film afişinin kurgusu, izleyicide bir algı yanılsaması yaratmaktadır. Afiş düzleminde yer alan şekiller/karakterler zihin tarafından zeminden net olarak ayrılmaktadır.

Hemen hemen her izleyici eserleri algılamak ilk adımda benzeştirme ve karşıtlık eğilimine başvurur. Bu algılamadan sonra ise anlamlandırma süreci başlar. Şekillerin sık sık tekrarlanması, iç içe geçmiş olması ve birçok parçadan oluşmasından dolayı şekil zemin ilişkisinde sürekli bir değişim söz konusudur.

"Çılgın Hırsız" 3D animasyon film afişinde olduğu gibi "Madagascar 3" afinde de tek başına hiçbir parçanın anlamı yoktur. Her bir parça ana formu oluşturmak üzere birbiri ile

bağlantılı ve uyumludur. Afiş düzleminde yer alan her parça ana formu oluşturmak üzere birbiriyle bağlantılı ve uyumlu olarak düzenlenmiştir. Tasarımda gerek karşıtlık kontrastlığı gerekse sıcak soğuk renk kontrastlığı görülmektedir.

Yine diğer 3D animasyon film afişlerinde olduğu gibi "Madagascar 3" afişinde de başlık afişin üst kısmında hareketliliği temsilen düz değil de dalgalı bir şekilde tasarlanmıştır. Başlıkta kullanılan sarı renkten kırmızı renge geçiş degradeli (geçişli) bir şekilde yer almaktadır. Araştırmalar, renklerin insan psikolojisini etkilediğini ortaya koymaktadır. "Madagascar 3" 3D animasyon film afişinin zeminin de (background) kullanılan beyaz renk temizliği, saflığı, devamlılığı ve istikrarı ifade etmektedir.

“Madagascar 3” filmi konusu;

Aslan Alex, zürafa Melman, su aygırı Gloria ve zebra Marty... Güzel bir hayvanat bahçesinde, yaşadıkları ortamın sunduklarına fazlasıyla alışık ve iyi anlaşılan bir dördlüdür. Şehrin ortasında olmalarına rağmen mutlu olmayı başarabilmektedirler. Bir gün bu hayvanat bahçesinin dışarısında ne olduğu merakını dışı vuran Marty, hayvanat bahçesinden kaçar. Onu çok seven arkadaşları da onu bulup geri getirmek üzerine peşinden gitmektedirler.

Kaçarak başlayan bu yolculuk, doğal hayata hiç alışık olmayan bu hayvanların kendilerini Madagaskar'da bulmalarıyla sonuçlanacaktır. Geri dönmek, artık yalnızca bir hayal olacaktır. Dreamworks'ün Pixar'la olan yarışında önemli bir yapıtı olarak addedilen Madagaskar'ı Eric Darnell ve Tom Mc Grath ikilisi yönetiyorlar. Filmin zengin seslendirme kadrosunda ise Ben Stiller, Chris Rock, David Schwimmer ve Jada Pinkett Smith gibi isimler yer almaktadır (www.beyazperde.com, 2015).



“Sevimli Canavarlar” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Birçok afişte olduğu gibi Sevimli Canavarlar afişinde de zemin-arka plan, üst alan ilişkilendirilmesi ve farklılaştırılması söz konusudur.

"Sevimli Canavarlar" 3D animasyon film afişinde, Sevimli Canavarlar yazısı üst kısımda ve büyük bir şekilde yer almaktadır. Yine yukarıda belirtildiği üzere zemin ve üst plan ilişkilendirilmesinden dolayı yazı Lacivert renkte kullanılmıştır. Afişin başlığında kullanılan lacivert renk verimliliği, otoriteyi ve sonsuzluğu ifade ederken mavinin ve lacivert'in en önemli özelliği ise çok uzaktan bile fark edilebilir olmasıdır. Dolayısıyla "Sevimli Canavarlar" 3D animasyon film afişin de zaman zaman mavi ve lacivert renklere yer verilmiştir.

Filmde yer alan karakterler afişte büyüklü küçüklü şekilde yer alırken algıda çekicilik bakımından önde ve arkada olarak yerleştirilmiştir.

Geçiciliğin rengi olarak bilinen sarı, renk aynı zamanda çekiciliği de temsil etmektedir. Sarı renk en az pigmente sahip bir renk olduğu için en çok rastlanan renklerden biridir. Mega Zeka film afişinde dikkat çekmek için kullanılan sarı renk aynı zamanda Sevimli Canavarlar 3D animasyon film afişinde de kullanılmıştır. Dikkat kaybı olarak da adlandırılabilen bu durum nedeni ile görsel ilginin sürekliliğinin sağlanabilmesi için merak, ilgi, yenilik önemlidir. Pozitif ve negatif alanların eşit olduğu durumlarda ise ortaya kararsız bir yapı çıkar ve figür tam olarak algılanamaz ve bu durumda algısal yanılsama oluşmaktadır.

Genel kompozisyon içinde karakterlerin birbirine olan mesafeleri algılamada oldukça önemlidir. Birbirinin yanında büyüklü ve küçüklü olarak bulunan objeler bir grup eğilimi yaratır. Aynı zamanda benzer olmayan karakterler de bir grup olarak algılanabilirler.

“Sevimli Canavarlar” filmi konusu;

Mike ve Sully Sevimli Canavarlar'dan (Monsters, Inc.) sonra yeniden beraberler. Canavar olmak öğrenilebilir! Bu sefer maceranın öncesine, ikilinin üniversite günlerine dönüyoruz. İkilinin henüz sıkı dost olmadığı ve hatta ilk tanıştıklarında aslında çok da iyi anlaşamıyor olduklarına tanık oluyoruz filmin başında fakat daha sonra bu sıkı dostluğun nasıl baŝladığına , birbirlerinin farklılıklarına nasıl tahammül ederek bunların üstesinden geldikleri görülmektedir.

Pixar stüdyolarının çok sevilen animasyonunda orijinal dublaj kadrosunda Billy Crystal, John Goodman ve Steve Buscemi gibi isimler karakterlere hayat verirken yönetmen koltuğunda Dan Scanlon oturmaktadır (www.beyazperde.com, 2015).

6 SÜPER KAHRAMAN

Sinemalarda

realD 3D



“6 Süper Kahraman” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Animasyon afişlerinin bir çoğunda kullanılan beyaz zemin karakterlerin daha etkin bir şekilde ön plana çıkmasına imkan sağlamaktadır. Zaman zaman renkli zeminlerinde kullanıldığı afişlerde beyaz kadar etki sağlanamadığı görülmektedir.

6 Süper Kahraman animasyon afişine bakıldığında, diğer afişlerde olduğu gibi karakterler rollerine uygun bir biçimde afişte büyüklü ve küçüklü bir şekilde kullanılmıştır. "6 Süper Kahraman" afiş başlığı sarı bant üzerine beyaz yazı ile gölgeli bir şekilde afişin üst kısmına yerleştirilmiştir. Sevimli Canavarlar animasyon film afişinde olduğu gibi 6 Süper Kahraman afişinde de dikkat çekmesi açısından sarı renk kullanılmıştır.

Tasarımları yapılan birçok afişte olduğu gibi 6 Süper Kahraman afişinde de zemin ile üst plan ilişkilendirilmesi ve farklılaştırılması söz konusudur.

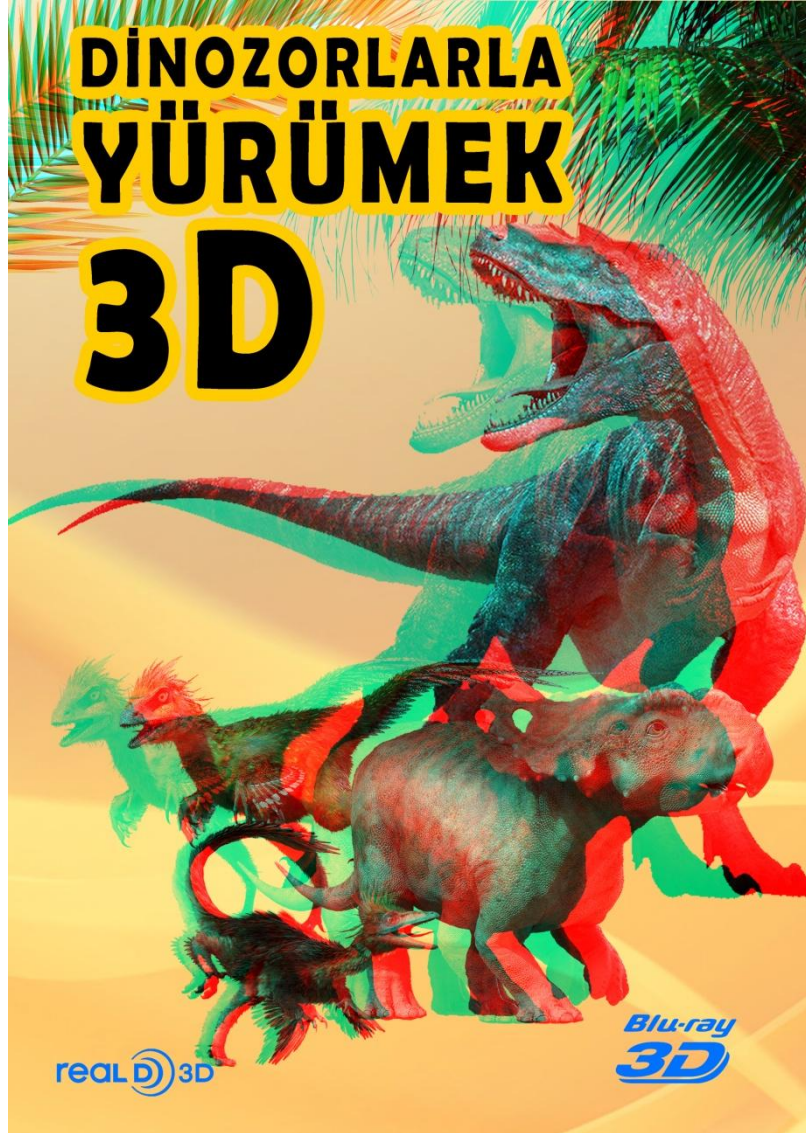
6 Süper Kahraman afişinde yer alan kahramanlar belirli bir kompozisyon dahilinde afişin tümüne hakim şekilde yerleştirilmiştir. Filmin kahramanı olan Hiro diğer kahramanlara göre daha büyük ve hareketli şekilde afişte yer almaktadır. Diğer afişlerde olduğu gibi "6 Süper Kahraman" afişinde yer alan görseller ve yazılar, afişin üst kısmında sol- sağ ve alt orta kısımda kullanılmıştır.

Tasarımlarda genel olarak animasyon filminin konusu, kahramanların görevleri öncelikli olarak dikkat edilen husular olarak değerlendirilmiştir. Animasyon filminin başlığı karakterler kadar önemli olsada öncelik filmde yeralan karakterlere verilmiştir.

Sonuç olarak afişlerin tümünde dikkat edilen husus, karakterlerin afişe yerleştirilmesinde bütünlüğün sağlanması, afişin konusuna uygun bir şekilde hazırlanması ve 3D etkisinin en etkili bir biçimde afişlere yansıtılması amaçlanmıştır.

“6 Süper Kahraman” filmi konusu;

Oldukça zeki bir robot tasarımcısı olan Hiro Hamada kendisini bir anda bir suç örgütünün içinde bulacaktır. Kötü adamların amacı yüksek teknoloji “San Fransokyo” kentini yerle bir etmektir. En yakın arkadaşı Baymax ‘ın yardımıyla Hiro, şehri kurtarmak için oluşturulan gönüllüler ordusuna katılır. Onları Hiro'nun diğer arkadaşları da yalnız bırakmayacaktır: Hiro gibi macera bağımlısı olan Gogo Tamaga, oldukça düzenli, sistemli ve sevimli Wasabi No-Ginger, kimya konusunda uzmanlaşmış Honey Lemon ve fanatik Fred. Disney’in yapımcılığını üstlendiği aile animasyonunda yönetmenler animasyonun mutfağından gelen ödüllü isimler olan Don Hall ve Chris Williams ikilisidir (www.beyazperde.com, 2015).



“Dinozorlarla Yürümek” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Animasyon filminin konusuna uygun bir şekilde hazırlanmaya çalışılan afişte, zemin ve üst plan birbirinden ayrı şekilde ele alınmaktadır. Göç yolunda ilerleyen kahramanların serüvenini anlatan afiş, gerek kompozisyon gerek grafik tasarım unsurlarının kullanılması noktasında oldukça önemlidir. Arka zemin ön plandan bağımsız olarak ele alınmıştır. Animasyon filminde yer alan kahramanlar, büyüklü ve küçüklü olarak afişin tamamına hakim bir şekilde yerleştirilmişlerdir.

"Dinozorlarla Yürümek" başlığı afişin üst bölümünde yer alırken, "3D" ibaresi daha baskın bir şekilde kullanılmıştır. Tasarımları yapılan animasyon film afişlerinde, siyah renge bazen daha fazla yer verilirken bazen de mümkün olduğunca az yer verilmiştir. Bunun nedeni siyah rengin ciddiyet ve ağırlık telkin etmesidir. Küçük yüzeyler halinde kullanıldığında canlılık verirken, büyük yüzeyler halinde kullanıldığında endişe ve korku hissi doğurmaktadır. Animasyon film afişlerinin tümünde olduğu gibi "Dinozorlarla Yürümek" afişinde de Blu-ray, real D, 3D, Walt Disney Animation Studios vb. logolar yer almaktadır. Bu logolar kullanılırken afişin görsel unsurlarını olumsuz yönde etkilemeyecek şekilde kullanılmasına dikkat edilmektedir.

Tüm animasyon film afişlerinde kompozisyon, bütünlük, uyum, büyük-küçük ilişkisi ve grafik tasarım kuralları ön planda tutularak tasarımlar gerçekleştirilmiştir. Animasyon film afişinin tasarımından ziyade, görsellerinin yüksek çözünürlükte temini noktasında olumsuzluklar söz konusudur.

“Dinozorlarla Yürümek” filmi konusu;

Patchi, doğduğu sürünün en küçük üyesidir, dahası beraber büyüdüğü dinozor çocukların içinde henüz en güçsüz ve çelimsiz olanıdır. Paçi kendisinden büyük ve güçlü erkek ve kız kardeşleriyle, vahşi ve sürprizlerle dolu bir dünyayla, kurnaz Trudon ve acımasız Gorgozor gibi yırtıcı dinozorlarla hep bir mücadele içindedir. Göç yolunda babaları Buldozer’i kaybettikten sonra Paçi, büyük ağabeyi Huysuz, kız arkadaşı Cimcime ve onlara yol gösteren kuşları Alex’le yola devam etmektedirler. Heyecan verici ve aynı zamanda komik bir dizi maceranın sonunda aileleriyle bir araya gelirler. Ama Paçi biricik, çok sevdiği kız arkadaşı Cimcime’yi yolda kaybetmiştir ve bir yetişkin olana kadar da karşılaşmazlar. Cimcime artık Paçi’nin büyük ağabeyi Huysuz’un sürüsündedir ki Huysuz artık Paçi’nin en büyük rakibidir. 3D olarak çekilen filmin yönetmen koltuğunda Neil Nightingale ve Barry Cook ikilisi oturmaktadır (www.beyazperde.com, 2015).

MADAGASKAR

PENGUENLERİ



Blu-ray
3D

realD 3D

“Madagaskar Penguenleri” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Madagaskar serisinin sevilen Penguenleri; Skipper, Kowalski, Rico ve Private'in casusluk macerasını konu alan animasyon film afişinde kullanılan kahramanlar, görsel etkiyi artırmak amacıyla ön-arka planda kullanılmışlardır. Oldukça sade bir şekilde ele alınan "Madagaskar Penguenleri" 3D animasyon afişi bütünlük, denge ve görsellerin yerinde kullanılması açısından oldukça önemlidir.

Madagaskar başlığı afişin üst kısmında büyük bir şekilde yer alırken, penguenleri yazısı ikinci planda algılanmaktadır. Burada algıda seçicilik ve algıda öncelik dikkat çekmektedir. Afiş tasarımı yapılırken önceliklere önem verilmektedir. Hedef kitlenin

öncelikli olarak neyi algılaması gerekliliği oldukça önemlidir. Bunun için yapılan afiş çalışmasında önceliklere dikkat edilmeli ve amacına uygun tasarımlar gerçekleştirilmelidir.

Anlatılmak istenen mesajın en etkili bir biçimde hedef kitleye iletilmesi oldukça önemlidir. Birçok unsuru içinde barındıran bir tasarım etkili bir tasarım anlamına gelmemektedir. Önemli olan mesajdır, mesajın iletilmesidir. Yerinde ve olması gereken oranda görsel unsurlara yer verilir ise, tasarım daha nitelikli ve amacına uygun hazırlanmış olur. Tasarımlarda mümkün oldukça gereksiz unsurların kompozisyona dahil edilmesinden uzak durulmuştur. Başlık, logolar, animasyon filminde yer alan kahramanlar bir bütünlük içinde ele alınırken filmin konusu göz ardı edilmemiştir.

Tasarımları yapılan tüm 3D animasyon film afişlerinde olduğu gibi, "Madagaskar Penguenleri" afişinde de 3D etkisinin en etkili bir biçimde afişlere yansıtılması amaçlanmıştır.

“Madagaskar Penguenleri” filmi konusu;

Başarılı ajan doğulmaz. Çünkü başarılı ajanlar yumurtadan çıkar. Madagaskar'ın muhteşem ajanları Skipper, Kowalski, Rico and Private. Bu seçkin penguenler, gizli bir örgütün kuvvetlerine katılırlar. İsmi Kuzey Rüzgarı olan bu organizasyona lideri yakışıklı ve kuvvetli ismi gizli bir Ajan liderlik etmektedir. Bu iki takımın bir an önce güçlerini birleştirip dünyayı yok etmek için hain planlar peşinde olan korkunç Dr. Octavius Brine'ı durdurması gerekmektedir.

Madagaskar serisinin sevilen Penguenleri Skipper, Kowalski, Rico ve Private'in casusluk macerasına odaklanacağımız filmin orijinal seslendirme kadrosunda Benedict Cumberbatch, Eric Darnell, John Malkovich ve Simon J. Smith yer almaktadır (www.beyazperde.com, 2015).



“Rio 2” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

"Rio" animasyon filminin devamı şeklinde hazırlanan afişte bütünlük oluşturması açısından başlık aynı şekilde kullanılmış sadece 2 rakamı etkili bir şekilde afişe eklenmiştir. Rio animasyon filminin devamı niteliğinde hazırlanan "Rio 2" afişinde başlık üst kısımda yer almaktadır. Bütünlüğü sağlamak amacıyla kompozisyonda köklü değişikliklere gidilmeden kahramanlar büyüklü-küçüklü bir şekilde afişe yerleştirilmişlerdir. Diğer animasyon film afişlerinde olduğu gibi "Rio 2" afişinde de 3D kurgusu izleyicide bir algı yanılsaması yaratmaktadır.

Afiş tasarımının; plastik dil açısından bir başka değerlendirilmesi de asimilasyon (benzeştirme) kontrast ilişkisidir. İzleyici öncelikli olarak sade ve basit bir şekilde olayları,

nesneleri, algılama eğilimi içindedir. Karmaşa ve kaos ilk anda dikkat çekici olsa bile belli bir süreden sonra görünmez durumundadır. Dikkat kaybı olarak da adlandırılabilen bu durum nedeni ile görsel ilginin sürekliliğinin sağlanabilmesi için merak, ilgi, yenilik önemlidir.

Tasarımları yapılan tüm animasyon film afişlerinde, 3D'nin etkili bir şekilde nasıl verilebileceği kaygısı ön plana çıkmaktadır. "Rio 2" afişinde zemin ve ön plan birbirinden bağımsız şekilde ele alınmakta ve kahramanlara öncelik verilmektedir. Bu öncelik zemin rengi, logoların planlı bir şekilde yerleştirilmesi, büyük-küçük ilişkisi, oran-orantı şeklinde sağlanmaktadır. Bu unsurların amacına uygun bir şekilde afişte yer alması neticesinde etkili bir tasarım ortaya konulmaktadır.

“Rio 2” filmi konusu;

Linda ve Tulio tarafından koruma altına alındıktan sonra Rio de Janeiro şehrinde kusursuz ve mutlu bir yaşam süren Mavili, Harika ve üç yavrusunun yaşamları aldıkları yeni bir haberle değişecektir. Linda ve Tulio, Amazon ormanlarında yeni bir keşfe çıkmışlardır ve soyları tükenmek üzere olan mavi Makav kuşlarına ait yeni bir iz bulmuşlardır. Harika'ya göre yavruları karakterlerinin gereğince özgür ve vahşi yaşamlarına adapte olmayı öğrenmelidir ve bu nedenle olası sürülerini bulmak için Amazon'a keyifli bir o kadar da tehlikeli bir maceraya atılırlar. Buradaki engin ormana ulaştıklarında, yeni bir dünya ile karşılaşan Mavili, ailesini kaybetme korkusuyla da yüzleşecek; ailenin geri kalanı da alışık olmadıkları bu vahşi hayatta kendilerini bekleyen her türlü değişikliğe uyum sağlamayı öğrenmek zorunda kalacaklardır. Öte yandan, Amazon Ormanı'nın beklenmedik bir insan tehlikesi tehdit etmektedir.

2011 yapımı Oscar'a da aday gösterilen animasyon film Rio'nun devam filmi olma özelliğini taşıyan Rio 2'nin de yönetmenliğini Carlos Saldanha üstleniyor. Tam aile animasyonu olan film, küçük seyircilere doğanın güzelliğini de vurgulamaktadır (www.beyazperde.com, 2015).

P I X A R
ANIMATION STUDIOS

WALL·E



TÜRKÇE DUBLAJ VE 3D SEÇENEĞİ İLE
SİNEMALARDA

“Wall.E” film afişi İçerik (anlam) ve Biçim (plastik dil) açısından incelendiğinde;

Pixar stüdyolarından çıkan Oscar ödüllü "Wall.E" sinema tarihinin en önemli animasyonlarından biri olma özelliği taşımaktadır. Saflığı ve temizliği temsil eden beyaz rengin kullanıldığı zeminde, kahramanlarımız; Wall.E ve Eve yer verilmektedir.. Afişin üst kısmında yer alan başlık etkili bir şekilde ve filmin içeriğine uygun bir font ile yazılmıştır.

Kompozisyon içinde karakterlerin birbirine olan mesafeleri algılamada oldukça önemlidir. Birbirinin yanında büyüklü ve küçüklü olarak bulunan objeler bir grup eğilimi yaratırken, aynı zamanda benzer olmayan karakterler de bir grup olarak algılanabilmektedir. Karmaşadan uzak bir şekilde tasarımı yapılan "Wall.E" afişi, izleyicide seçiciliği ön plana çıkarmakta, zemin -ön planın net bir şekilde kullanılması ise algıyı güçlendirmektedir.

Görme ve algılama oldukça önemli kavramlardır. Günlük yaşantımızda birçok şeyi görür algılar ve anlamlandırırız. Bir sanat eserinin algılanması, değerlendirilmesi veya çözümlenmesi belirli bir bilgi ve deneyimi gerektirir. İnsanoğlu yaşantısının her anında görme duyusunu etkin bir şekilde kullanmakta ve gördüklerini anlamlandırmaktadır. Tasarımları gerçekleştirilen 3D animasyon film afişlerinde izleyici farklı şekilde afişleri görmekte, algılamakta ve anlamlandırmaktadır.

Farklı konuların ve farklı görsellerin kullanıldığı 3D animasyon film afişlerinde amaç, afişin tüm unsurlarıyla ele alınması, beğenilmesi ve amacına uygun bir şekilde hazırlanması ve sonlandırılmasıdır.

“Wall.E” filmi konusu;

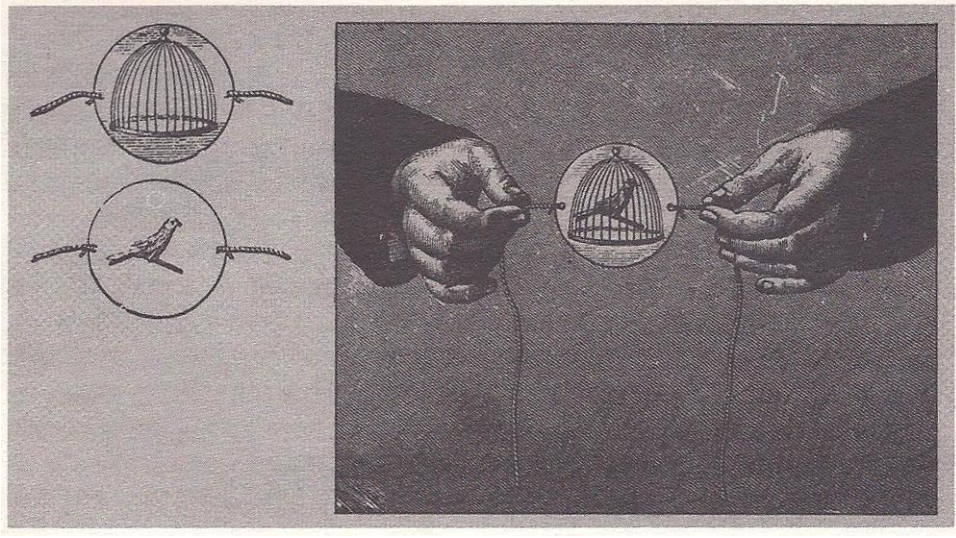
Günümüzden çok uzak bir gelecekte geçen filmde, insanoğlu aşırı kirlenme sebebiyle Dünya’yı terk edip başka bir gezegende yaşamaya başlamıştır. Çöplerle çevrili dünyayı temizleme görevi sevimli bir robota, Vol.i’ye verilir. İnsanoğlunun bıraktığı çöplerden kendine yeni bir dünya yaratan yalnız Vol.i’nin yalnızlığı, başka bir robot olan Eve’nın gelmesiyle son bulur. İki sevimli robotun arasında filizlenen dokunaklı ilişki türlü zorluklara rağmen direnmeye ve ayakta kalmaya çalışır.

Film tüketim çılgınlığına ve insan türünün kendi yaşadığı doğal çevreye verdiği zararlara dair önemli yorumlar yaparken geleceğin insanlığını teknolojinin esiri olmuş, tembellikten tükenmiş bir profilde çizer. Pixar stüdyolarından çıkan Oscar ödüllü Vol.i sinema tarihinin en önemli animasyonlarından biri olmanın yanısıra önemli bir bilimkurgu filmi olarak kabul edilmektedir (www.beyazperde.com, 2015).

Görme olayı fizyolojik olmakla beraber, bilgilerin gelişmesi sonucu, 1800'lü yıllarda insan gözünün yapısından yola çıkılarak yapılan çalışmalar sonucunda doğrudan görme duyusuna yönelik cihazlar geliştirilmiştir. Optiğinde içinde yer aldığı bu çalışmalar sonucunda, durağan resimlerden görüntüler elde eden cihazlar ortaya çıkmıştır. İnsanın görmesine yönelik bu çalışmalar, belirli kısa aralıklarda algılanan görsel duyumların görme sistemi içinde yoğrulması neticesinde, görülen nesnenin bulunduğu durumların farklılık göstererek algılanabileceğini, yani görmenin yönlendirilebileceğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda, tarihsel süreç içinde üzerinde durulması gereken ilk cihaz, İngiliz fizikçi Dr. John Ayrton Paris (1785-1856) tarafından bulunan thomitrop (thaumatrope; Yunanca thauma mucize ve tropos dönüş anlamına gelir) görme duyusuna yönelik cihazdır (Kılıç, 2008:183).

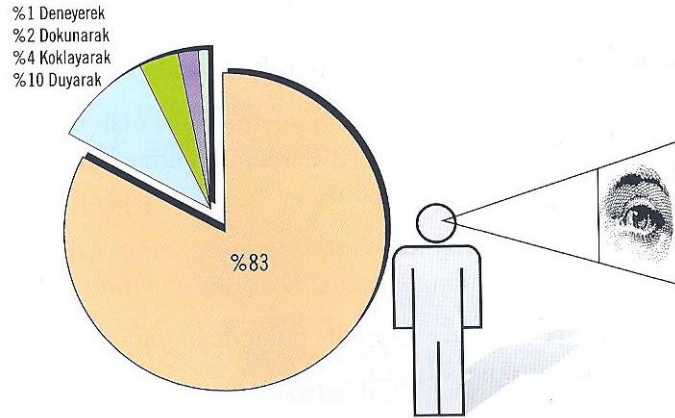
“Paris, bu aygıtı 1825'te Londra'da bilim adamlarına göstermiş ve iki yıl sonra (1827) yayınladığı kitabında aygıtla ilgili bilgilere yer vermiştir. Mucize dönüş (kimi yerde mucize çeviri) olarak adlandırılan thomitrop daire biçiminde küçük bir karton disketten oluşur. Bu disketin her iki yüzünde birbiriyle ilişkili olan çizim resimler yer alır. Örneğin bir yüzünde bir kuş, diğer yüzünde ise boş bir kafes yada bir yüzünde yukarıya doğru sıçrayan bir köpek, diğer yüzünde havada uçan kuşlar yer alır. İki yüzünde çizilmiş resimler yer alan bu yuvarlak disket, yanlarından, iki kenarından ipele tutturulmuştur. Disketin iki tarafındaki ipler, sağ ve sol elle tutulup çevrilerek disketin kendi eksenini etrafında burulması sağlanır. Böylece, yavaşça burulmuş olan ipin çözülmesi ve geri sarılması halinde, diskin dönmesi gerçekleşir. Dönme sonucunda disketin iki yüzü bir eksen etrafında aynı anda görülür. Bu dönüş sırasında diskin iki yüzündeki resimler birbiri üstüne bindirilmiş (bindirme) olarak görülür. Böylece, kuş kafesinin içinde ve köpek uçan kuşları yakalamaya yönelik olarak görülür. Yani disketin iki yüzündeki durağan resim birbiriyle ilişkilendirilerek, birbiri üzerine bindirme şeklinde, tek bir resim olarak algılanır.

Thomitrop durağan resimlerin canlandırılması değil, insanın görme sistemiyle ilgili kurala dayanır. Görmenin sürekliliği yada görmenin devamı kuralıdır. Bir nesne görüldüğünde, bu nesnenin gözün ağtabakası (retina) üzerindeki görüntüsü, nesne görme alanından çıktıktan sonra ağtabakası üzerinde yaklaşık 1/20 saniye kalır. Başka bir deyişle, nesne görme alanından çıktıktan sonra onun görüntüsü ağtabakada kalır ve görme devam eder” (Kılıç, 2008: 183-184).



Resim 2.1. Thomtropic, y. 1825. İki yüzünde farklı çizim resimlerin yer aldığı disk, kendi ekseni etrafında dönerek duran çizimlerin üst üste binerek hareket algılanmasını sağlar.
(danieware.com, 2015)

Nesnel çevrenin algılanmasında görme olayı ilk sırada gelir. Cisimlerin üzerine düşen ışık yansır ve gözün fiziki yapısı neticesinde göz küresinin içinde bir görüntü elde edilir. Bu görüntü, meydana gelen kimyasal süreçle beraber sinir sinyallerine dönüşerek beyne iletilir. Görme olayı dediğimiz bu olayda ilke olarak her gözlemcide aynı biçimde yürümektedir. Görme sürecindeki benzer durumların aksine anlamlandırma ise kişilerde farklı frekanslarda oluşur (Uçar, 2004: 59).

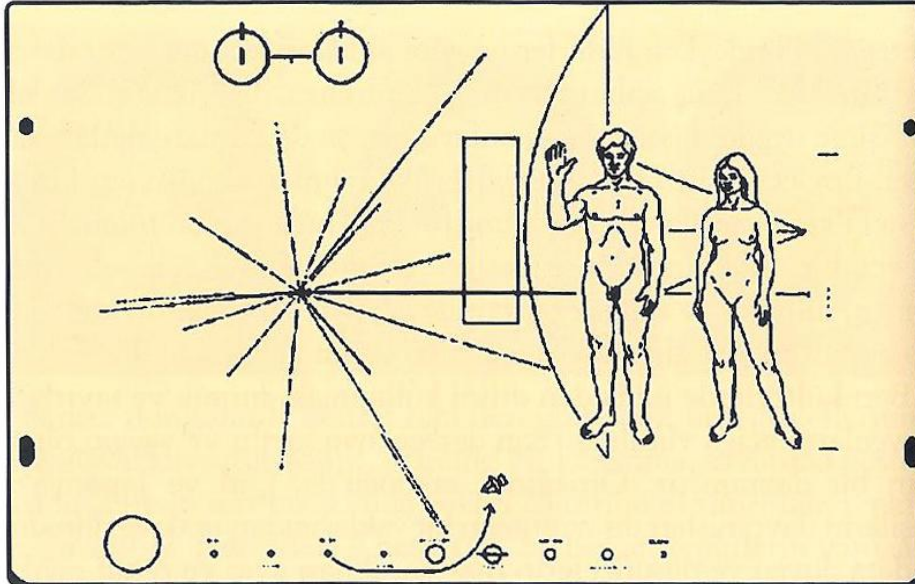


Resim 2.2. İnsan öğrendiklerinin %83'ünü çevresini gözlemleyerek öğrenir.
(Tevfik Fikret UÇAR, Görsel İletişim ve Grafik Tasarım)

Üzerinde 5000 dolaylarında diyalektin ve 100'den fazla dilin kullanıldığı bir dünyada, görsel iletişim en hızlı ve en kolay gelişen iletişim biçimidir. Günümüzde insanların daha çok seyahat ettiği; fakat diğer ülkelerin dillerini öğrenmede kayıtsız kaldıkları ise bir gerçektir.

Sembollerin dili her geçen gün daha fazla önem kazanmıştır. Havaalanında ya da otelde ve günün her anında görsel düzenlemeler, piktogramlar ve sembol mesajın kolay ve çabuk algılanmasını sağlar. Pek çok eylem ve davranışımızda görsel unsurlar, işaret ve semboller etkindir (Uçar, 2004: 60). Semboller ve piktogramlar hayatın tüm alanlarında bizlere kolaylık sağlamaktadır. Uluslararası bir dil kullanılarak hazırlanan sembol ve piktogramlar algıda seçiciliği ön plana çıkarmaktadır.

Uzayda varlığı muhtemel diğer gezegenlerin de dünya ile azda olsa benzerlik gösterebileceği ve üzerindeki canlıların da insana benzerlik gösterebileceği varsayımı doğrultusunda uzay aracı, Pioneer (1978 yılında diğer gezegenlerin araştırılması için fırlatılan gözlem aracı) içinde sadece şekiller ve basit resimlerle dünya, kozmik sistemdeki yeri, üzerinde yaşayan insan, onun türleri olan erkek-kadın ve onun barışçı mesajı piktogramlar ve simgeler ile belirtilmiştir. Ayrıca dünya ve içinde bulunduğumuz gezegenler topluluğu da şematik bir biçimde anlatılmıştır. İlk ve temel iletişim sistemi olmasının yanı sıra, evrensel niteliğinden dolayı grafiksel sembollerle iletişim kurmak en kolay, uygun ve doğrudan yol olmuştur (Uçar, 2004: 60).



Resim 2.3. "Pioneer Plaketi" görsel iletişimin olası evrensel boyutu göz önüne alınarak tasarlanmıştır. (tr.vectorhq.com, 2015)

Grafik tasarım başarı içindir, Grafik tasarım terapi içindir, Grafik tasarım sanat ve bilim içindir, Grafik tasarım karmaşık sorunları çözmek içindir, Grafik tasarım tüm bir ömür içindir, Grafik tasarım herkesin rahatı içindir, Grafik tasarım gerçektir (Twemlow, 2008:1).

Grafik tasarımın temel ilkesi görsel bütünlüğü sağlamaktır. Grafik tasarımda gerekli görsel elemanlar minimum düzeyde tutulup gruplandırılmalıdır. Asıl amaç bütün elemanların ne kadar birbirinden farklı olsalar da bunları bir uyum ve bütünlük içerisinde kullanmak amaçlanmalıdır. O zaman grafik tasarımda bir bütünlükten bahsetmek mümkün olacaktır (İstek, 2005: 81). Grafik tasarımcı görsel düzenleme sürecinde, tasarım unsurlarının nasıl algılandığını anlamak tasarımın başarısı için oldukça önemlidir. Hashimoto'ya göre, çeşitli tasarım elemanları arasında düzen ya da ilişki aramak insanın doğal aygısal faaliyetiyle beraber görsel unsurların algılanmasına yönelik de psikolojik bir olaydır (Arıkan, 2009:31-32).

Görsel algılamanın en önemli unsurlarından biri olan duyuların örgütlenmesi süreci, diğer bir deyişle anlamlandırma bireyin;

Sosyal ve kültürel durumuna,

Zekâsına,

Eğitimine ve edinilmiş deneylere,

Estetik değerlere, içinde bulunduğu toplumun değerleri ile doğrudan bir ilişkiye sahiptir.

Algılamanın ikinci basamağı olan kavrama da bir çeşit anlamlandırma işlemidir. Beyinde meydana gelen bu olayın fizyolojik açıklaması çağımızda henüz kesinlik kazanmamıştır. Bu konuda kesinlik kazanmamış farklı görüşler olsa da Lobach'ın görüşü ise kabul görenlerin başında gelmektedir (Uçar, 2004: 60-61).

Lobach'a göre, algılama öyle bir süreçtir ki, estetik görünümlerin etkileri burada anlama çevrilebilir. Algılama bir yandan elde edilen görüntü, diğer taraftan düşünce içerikleri edinilmiş deneyden etkilenen sübjektif bir olaydır. Buradan, algılayandaki biçimlenme olayının ve bununla beraber algılama nesnesinin anlamının bireysel ve gruplara özgü etmenlerce vurgulandığı sonucu çıkarılabilir. İnsan çevresi ile olan ilişkilerin önemli bir bölümünü görsel yolla sağlar. İngiliz filozof ve araştırmacı John Locke'a göre insan;

%1 deneyerek,

%2 dokunarak,

%4 koklayarak,

%10 duyarak

%83 ise çevresini gözlemleyerek öğrenmektedir.

Öğrenme olayı içinde %83'lük bölümü kapsayan görsel iletişimin yeterli ve doğru sağlanmadığı durumlarda pek çok olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bu gerçek karşısında görsel iletişim tasarımcıları, semiyotik uzmanları, dilbilimciler ve hatta sibernetikçiler, sosyal psikologlar, eğitimciler konunun üzerine yeni bir bakış açısıyla eğilme gereği duymuşlardır (Uçar, 2004: 59-61).

Görsel iletişim, sözsüz iletişimin bir parçasıdır. Dolayısıyla kişiler arası iletişimin de bir parçasıdır. Buna göre görsel iletişimi; bir takım işaretlerle ve sembollerle, insanlar arasında bilgi akışının sağlanması olarak da tanımlayabiliriz. Görsel iletişim de vurgu "görme" duyusundadır. Görme algıyı, algı ise anlamayı yada anlaşılmayı etkileyen zincirleme tepkilerdir. Hemen hemen tüm canlılar yaşamlarının ilk evrelerinde, görme duyularıyla iletişime geçmektedirler. İnsanlığın ilk çağları, görsel iletişimin önemini anlaşılması bakımından oldukça iyi örneklerle doludur (Erdal, 2015: 54).

Görsel iletişim, görsel iletişimde anlama ve anlamlandırma konularına kısaca değindikten sonra yine bir bu kadar önemli olan görsel estetik iletişim konusuna değinmekte fayda olacaktır. İnsanın insanla, insanın içselliklerle ve doğayla olan ilişki ve çelişkilerine bağlı olan, estetik veri değerler kazanmış bilgiyle kurulan iletişim, estetikdir. Görsel estetik iletişim ise, her boyuttaki gelişme, çelişme ve çatışmaların estetik olarak görsel yoldan kavratma ve anlama olayıdır. Bu iletişimde aktif ve egemen olan duyum, görme duyumu ve algısıdır. Görsel estetik iletişim, bir yanıyla "genel" iletişimdir. Çünkü birden fazla bireye etki eder. Etkiyi alan bir seyirci kitlesi mevcuttur. Bir yanıyla da "odak iletişimdir." çünkü her bireyin etkilenimi, tekil olan nesneye (sanat eserine) kilitlenme sonucu oluşur.

Görsel sanatlarda estetik iletişim üç temel başlık altında ele alınabilir; 1) VERİCİ sanatçı, estetik bilgiyi kodlayan kişi, 2) MESAJ üstüne kodlanmış bilgiyi taşıyan nesne, sanat eseri, 3) ALICI estetik etkiyi görsel yolla algılayan birey, seyirci olarak ele alınmaktadır (Atalayer, 1994: 133-134).

Görsel anlatım biçimlerinin sanat olma sürecinde görsel iletişimde anlama ve anlamlandırma kadar önemlidir. Mağara duvarlarına çizilen bizon ile görsel sanatların temeli atılmış ama onun hareketlenmesi ve hayatın reproduksiyonu haline gelmesi için çok beklemek gerekmiştir. Bu, ancak sinemayla mümkün olabilmiş, sinema gelişmeye başlayınca hiç kimsenin önceden tahmin bile edemeyeceği bir sanat ortaya çıkmıştır. Görsellik evrensel olduğu için bu sanat büyük bir tabana oturmuştur. Görmek gibi tabii bir özelliğe ve seyretmek gibi insiyaki (içgüdüsel) bir olaya dayanan bu sanat TV ve video gibi tekniklerle hızlı ve büyük bir yayılma göstermiştir.

Sinema günümüzde artık, bağımsız bir sanat dalı olarak değerlendirilmektedir. Bugün çok sayıda edebiyat yapıtı sinemaya uyarlanıyor olsa da, aranan, sinemaya özgü bir anlatımın başarılı olmasıdır. Bir sinema filminde ne denli az konuşma yer alıyorsa o film o denli beğenilendir. Giderek (hatta) hiç konuşma olmayan (Ettore Scola'nın *Ballando Ballando*/balo, Mel Brooks'un *The Silent Movie*/sessiz Film, vb.) filmler hala saygındırlar. Charlie Chaplin'in sessiz filmleri bugün de beğeniyle ve yaygın olarak izlenmektedir (Şenyapılı, 2003: 46).

Sesli filmlere geçildikten sonra, bir başka değişle sinemada görüntüye ses de eklendikten sonra, Charlie Chaplin uzun süre filmlerini sessiz çekmeyi sürdürmüştür. Chaplin, sesin gelip geçici olduğuna inanmıştır. Çünkü sinema temelde görüntüye dayalı bir sanattır. Dolayısıyla, uzun süre kendi çevirdiği filmlere ses eklememiştir. Ama sonunda Chaplin de gerçeği kabul etmek zorunda kalmış, 1936 yılında çektiği ilk sesli film olan *Modern Times*/Asri Zamanlar'da insanları değil, makineleri konuşturmuştur (Şenyapılı, 2003: 46).

Lumiere Kardeşler ve Melies ile bir dönüm noktası yaşayan sinema olgusu, aslında bireyin resimleri hareketlendirme, hareketi canlandırma düşüncesi ile ortaya çıkmıştır. İnsanlık için bu gelişim yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. İspanya'daki Altamira Mağarasındaki renkli resimler ile başlayan, uzak doğu kökenli olup Türk Kültüründe de yeri olan gölge oyunu ile devam eden ve uygarlıklar geliştikçe kendi ihtiyaçları doğrultusunda ışık ve optik gelişim sağlayarak hareketli resim olgusunun devamlılık, hareket bütünlüğü ve anlatım netliği gibi temelleri oluşmuştur (Gürer, 2006: 15-16).

Sinema sanatı, teknik olarak fotoğraf ile sergileniş açısından da tiyatro ile bağımlılık gösterir. Sinema, tiyatro gibi tasarlanan dekorlar ve kostümler aracılığıyla metinlerin yansıtıldığı, o anda gerçekleştirilen sanat türüdür. Bu türün en önemli ayrıcalığı gerçekliğin önceden tasarlanmasına rağmen izleyicinin önünde herhangi bir tekrar imkânı olmaksızın sunulmasıdır. Sinema, tiyatronun film şeritleri üzerine detaylara dikkat ederek, anlık hatalardan uzaklaşmak amacıyla ve tekrarların kullanılmasıyla yansıtıldığı bir sanat türüdür. Sinemayı sanat olarak ifade ettikten sonra; böylelikle sinemasal anlatımı 'hareketli görüntülerle aktarılması sanatı' olarak tanımlanabilir.

Sinemaya ilişkin farklı bakış açıları, sinemanın daima gerçek olgusunun mekanik bir yöntem ile yeniden üretilmesi olarak değerlendirildiği görülür. Sinema, Resim, müzik, tiyatro, roman gibi olanı kayıt altına alan sanat türlerinden biri olarak açıklanmıştır (Gürer, 2006: 15-16).

Sinemanın kısa tanımı, tarihi gelişimine değindikten sonra sinemanın gelişiminde önemli bir rol oynayan "Sessiz Filmler Dönemi" ile "Sesli Filmler Dönemi"ne dair bilgi vermek gerekecektir.

Sessiz Filmler Dönemi; 1920'li yılların sonuna doğru, özellikle de 1922-1927 yılları arasında "Sessiz Sinema" adeta altın çağını yaşamıştır. Yaşanan "altın çağ"da sanatsal açıdan sinema, bütün olanaklarını geliştirerek görüntü dilinde de oldukça üst bir seviyeye ulaşmıştır. Bu yıllardan itibaren filmlerde özel efekt uygulamaları geliştirilmiş ve sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Hem Amerika'da hem de Avrupa'da bulunan film stüdyoları bu dönemde görsel ve mekanik efektte dayalı ihtiyacı karşılamak amacıyla özel efekt departmanlarının kurulmasına yönelik ciddi bir çaba içine girmiştir. 1920'li yılların önemli görülen filmlerinden biri olan "The Thief Of Bagdad" (Bağdat Hırsızı 1925) filminde yönetmen Roul Walsh tarafından küçümsenemeyecek özel efekt uygulamalarına başvurulmuştur. Bunlar arasında ejderha, ejderhanın ağzından çıkan duman ve ateş, uçan at, ünlü uçan halı, tozla var olan sihirli ordular ve su altındaki örümcek gibi efsanevi görüntüler yaratılmıştır (Yurdigül, Zinderen, 2013: 19).

Sesli Filmler Dönemi; Sesleri kayıt yapan ses kayıt cihazının ortaya çıkmasına kadar sadece görsel iletişim aracı olan sinemanın, "görsel ve işitsel" bir iletişim aracına dönüşmesi yaklaşık olarak otuz yıl gibi uzun bir zamanı kapsamaktadır.

1930'lu yıllara kadar sinema kendini önemli ölçüde kanıtlamıştır. Sinemanın artık bir anlatım aracı olarak da kabul edildiği bu yıllarda film yapımcıları sessiz sinemaya sesin dahil edilmesi sessiz sinemanın adeta batışını hazırlamıştır. İlk olarak sesli film denemeleri 1923 yılında gerçekleşmiştir. 1926 yılına gelindiğinde ise sadece müzikten oluşan ilk sesli film, Alan Crossland'ın yönetmenliğini yaptığı "Don Juan" olmuştur. Ancak hem konuşmaların hem de müziğin birlikte olduğu Alan Crossland'ın 1927 yılında yönetmenliğini yaptığı "Jazz Singer" (Caz Şarkıcısı) adlı film ilk sesli film olarak kabul görmüştür. (Yurdigül, Zinderen, 2013: 20-21).

Animasyon (Çizgi ve Kukla) Filmleri; Çizgi filmlerinin, üzerlerine resim çizilen kartonların, olgunun gelişiminde (sequence'ları oluşturan) en küçük parçalar olarak, her biri bir kare oluşturacak (one turn, one picture) şekilde düzenlenip filme çekilmesiyle ortaya çıktığı söylenebilir. Böylece filme çekilen karelerin tümü bir filmin tamamını oluşturur ve bu film bir vericiyle perdeye yansıtıldığı zaman hareket eden resimler olarak izlenebilir (Onaran, 2012: 91-133).

Sinemada tasarıma bakıldığında, görüntünün/görüntülerin olduğu gibi aktarılmasının ötesinde bir çabanın anlatıldığı/anlatılmak istendiği anlaşılmalıdır. İlk sinema gösterimindeki Trenin Lyon Garına Girişi, Bebeğin Beslenmesi, Notre-Dame Klisiesi, gibi filmler var olanı/olup biteni/güncel yaşamın kesitlerini, olduğu gibi görüntülemektedir. Bununla beraber çok uzun yıllar filmler, ilk gösterimde sunulan filmlerin benzeri olarak çekildi. Bu filmlerde

bir tasarım kaygısı bulunmamakla beraber yeni bilimsel bir buluşun sergilenmesi sağlanmıştır (Şenyapılı, 2003: 50).

“Tasarım kaygısı, olanı olduğu gibi aktarmakla yetinmemek gereği duyumsandığı zaman ortaya çıkmıştır. Böylece, görsel tasarım önem kazanmıştır sinemada. Görsel tasarıma önem verilmesiyle birlikte sinema görsel sanat dalları arasına katılmıştır. Sinemada, geçmişte siyah-beyaz görüntüyle oluşturulan görsel tasarım, 1930'lu yılların sonlarından bu yana renkli görüntüyle oluşturulmaktadır. Ayrıca, perde (ya da perdeye yansıtılan görüntü) boyutu ve/ya da film genişliği (sırasıyla 8, 16, 64, 70 mm.) da birkaç kez değişikliğe uğramıştır. Böyle bir değişim, en azından - öndeki satırlarda üzerinde durulacak olan- çerçeveleme (kadraj) açısından görsel tasarımda değişmeler olduğunu sergiler.

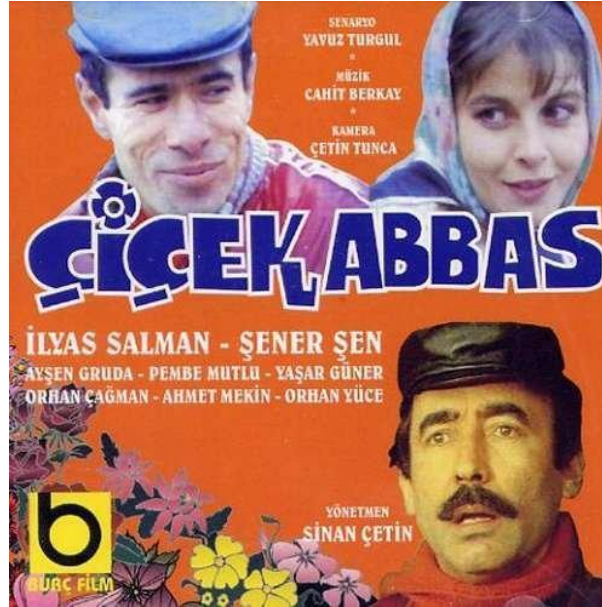
Bir görsel sanat olan sinema, uzun sayılacak bir süredir (75 yıldır) aynı zamanda kulağa da seslenmektedir. Filmler, aynı zamanda seslidir. Ses yalnızca konuşma ile sınırlı değildir. Sesli sinema deyince ses efektleri ve müzik de gelmelidir akla. Görüntünün işitmeye ilişkin desteklerinin de hem kendi içinde iyi tasarılanması hem de görsel tasarımla bütünleşmesinin sağlanması gerekmektedir. Sinemada tasarım, artık yalnızca görüntüyle ilgili değil, görüntüye destek olan ses, müzik ve başka öğelerin de kapsandığı bir genel süreci tanımlar” (Şenyapılı, 2003: 50).

Sinema, ortaya çıktığı ilk yıllardan itibaren diğer sanat dalları ve disiplinleriyle kardeş bir sanat dalı olmuştur. İlk sinema kuramcıları doğal olarak sinema eğitimi alan kişiler değildi. Hugo Munsterberg filozof ve psikologdu. Sinemanın gelişini hissettirdiği süreç başta resim olmak üzere; yakından ilişkili olduğu, tiyatro, roman ve fotoğrafta kendisini gösteren avangard akımlarla paralel giden, mimesisin (*Mimesis, doğa ve insan davranışının sanatta ve edebiyatta taklide dayanan temsilidir*) terk edilmeye başlandığı bir süreçtir (Yaşartürk, 2013: 15).

Sinema; Resim (Renk, Kompozisyon), Tiyatro (Anlatı, Öykü), Müzik (Film Müziği), Edebiyat (Öykü), Mimari, Fotoğraf, Felsefe, Psikoloji, Sosyoloji, Tarih, Çağdaş Sanatlarla olduğu kadar grafik ve grafik tasarımla da bağlantılıdır. Gerek jenerikler olsun, gerek fragmanlar, gerekse film afişleri olsun, sinemada her zaman grafik tasarıma ihtiyaç duyulmuştur. Günümüzde gelinen nokta sinemanın ve film afişlerinin ne denli yol kat ettiğini gözler önüne koymaktadır. Artık sinema normal gösterimi aşmış 3D tekniğinde filmler ortaya koyarak gelişimini bir kez daha göstermiştir.

Yukarıdaki sanat alanları ele alındığında kendi içinde kısır bir döngüde devam eden bir sanat anlayışı ortaya çıkmaktadır. Bir afiş tasarlanırken fotoğrafa ihtiyaç duyuluyorsa, sinemanın çeşitli alanlarında da grafik tasarıma ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum en basit şekliyle ele alacak olursa; İlk sinema film afişleri ve günümüz film afişleri incelendiğinde grafik tasarım ve fotoğraf ilişkisinin kullanım açısından zenginlik durumu ortadadır.

İlk film afişleri dönemin imkânları doğrultusunda hazırlandığından gerek renk bakımından, gerekse tasarım ilkeleri ve baskı açısından teknolojik anlamda yeterli değildir. Ancak günümüzde tasarımları yapılan film afişleri, teknolojik gelişmeyle beraber, gerek dijital baskı, ofset baskı ve gerekse serigrafi baskı gibi tekniklerle çoğaltılıp basılmaktadır. Günümüz teknolojik gelişmeler beraberinde yine farklı tasarımlar ortaya koymaktadır. Artık değişik programlar aracılığıyla 3 boyutlu filmler oluşturulmaktadır. Bu durumda 3 boyutlu olarak gösterime giren filmin 3 boyutlu film afişinin hazırlanması filmin tanıtımı açısından büyük önem arz etmektedir. Çeşitli programlar aracılığıyla hazırlanan film afişi program aracılığıyla 3D olarak hazırlanmakta ya da yine gelişen ofset matbaalar ve dijital baskı makineleri sayesinde 3D olarak basılabilmektedir. İster sinema ve film sektörü isterse grafik tasarım olsun, gelenek nokta oldukça iyi bir noktadır. İlerleyen yıllarda bu gelişmelerin daha da fazlasının olacağı hiç kuşkusuzdur. Gelenek noktanın ne denli önemli olduğunu ifade etmek anlamın da birkaç afiş örneği ile bunu aktarmak yerinde olacaktır.



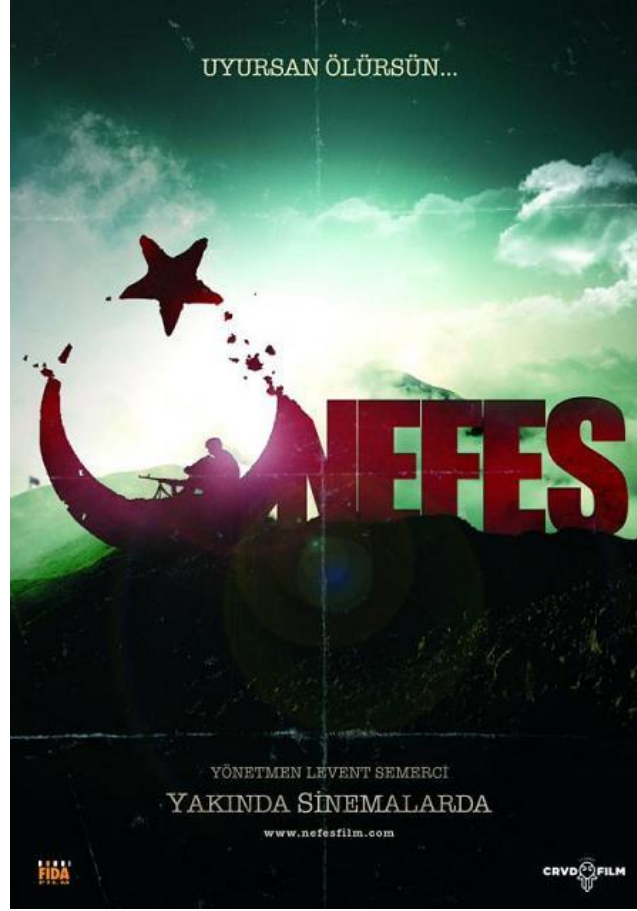
Resim 2.4. İlk Film Afişinden Bir Örnek
“Çiçek Abbas”, İlk gösterim tarihi: 1982, Yönetmen: Sinan Çetin
(salgit.com, 2015)



Resim 2.5. İlk Film Afişinden Bir Örnek
“Gırgiriye”, İlk gösterim tarihi: 1981, Yönetmen: Kartal Tibet
(tr.wikipedia.org, 2015)



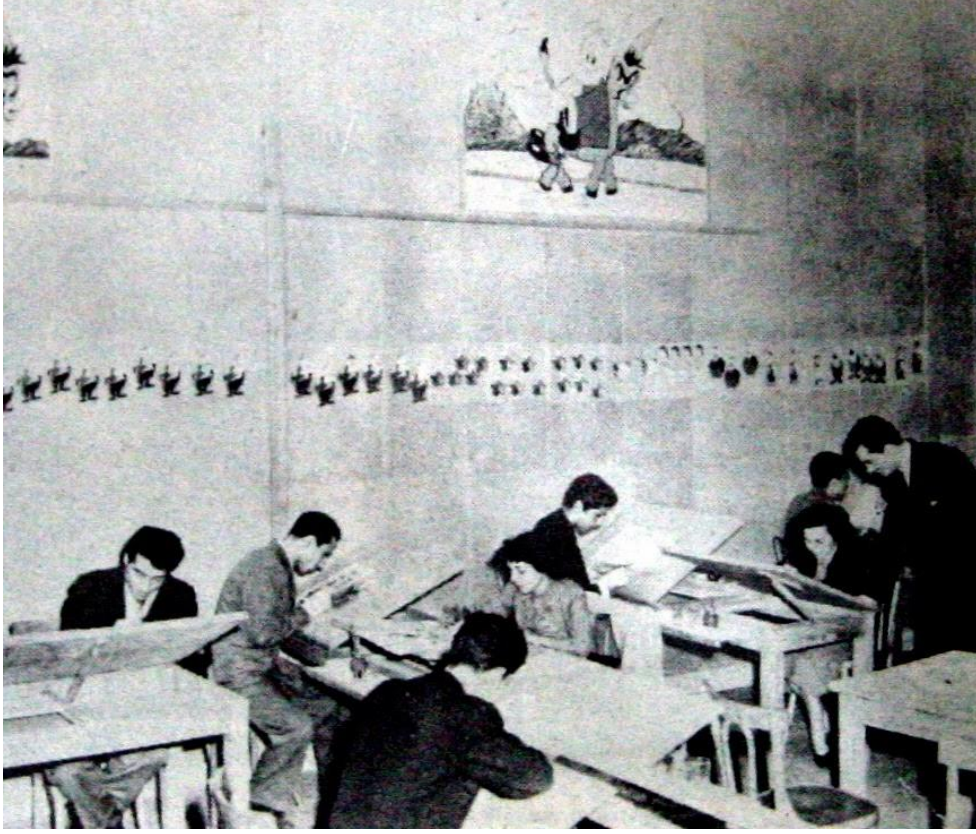
Resim 2.6. Günümüz Film Afişinden Bir Örnek
“İssiz Adam”, İlk gösterim tarihi: 2008, Yönetmen: Çağan Irmak
(beyazperde.com, 2015)



Resim 2.7. Günümüz Film Afişinden Bir Örnek
“Nefes”, İlk gösterim tarihi: 2008-2009, Yönetmen: Levent Semerci
(sinematurk.com, 2015)

Türkiye'de animasyonun tarihi gelişimine baktığımızda ise; animasyon sanatının kökeninin Karagöz-Hacivat'a, yani gölge oyununa dayandığını söylemek mümkündür. Gölge oyunu ile animasyon tekniği karşılaştırılacak olursa ikisinin de model hazırlandığı ve bu modele hareket kazandırıldığı görülmektedir.

Türkiye'de yüzyıllardır gölge oyunuyla eğlenceler düzenlenmesine karşın animasyon yapımına başlanması oldukça geç bir döneme rastlamaktadır. 1930'lu yıllarda Disney ve çağdaşı olan sanatçıların filmlerinin Türkiye sinemalarında gösterime başlamasıyla karikatür sanatçıları, animasyon sinemasına ilgi duymuş ve bu alanda çalışmalar başlatmışlardır (<http://ani.ipek.edu.tr>, 2015).



Resim 2.8. Türkiye'deki ilk animasyon atölye çalışması
(ipeknews.com, 2015)

1930 yılında “Amcabey Plajda”, karikatürist Cemal Nadir Gürel ilk kısa animasyon denemesi gerçekleşir ama tamamlanamaz (en azından denemiş). Dünyada ise Disney karakteri Mickey Mouse dünya çapında üne kavuşur. Ardından Warner Bors ve Hanna-Barbara stüdyoları oyuna dâhil olur.

Türkiye'de ilk çizgi film denemeleri 1947-1949 yıllarında Vedat Ar'ın verdiği bir kursla başlamıştır. Ar'ın, 1947 yılında kurstaki on beş öğrencisiyle birlikte yaptığı üç dakikalık "**Zeybek Oyunu**" adlı çalışması Türkiye'nin ilk animasyon filmidir.

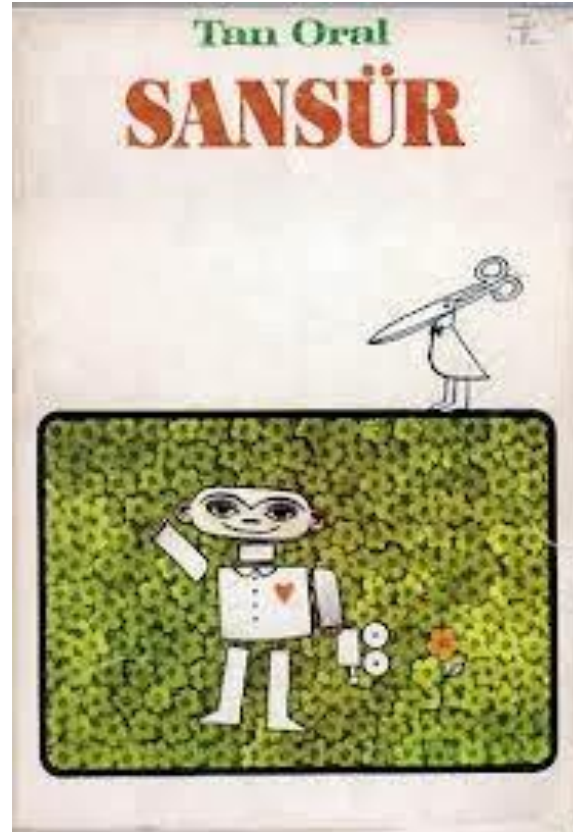
1951-57 yılları arasında Türkiye'nin ilk uzun metrajlı renkli film projesi “Evvel Zaman İçinde”, banyo işlemleri için gönderildiği ABD’de kaybolur. Geriye beş dakikalık siyah beyaz çekilmiş dans eden bir kadının görüntüsü kalmıştır (<http://www.bilisimdergisi.org>, 2015).

1970’li yıllara gelindiğinde ise, Karikatürist Tan Oral, kolaj tekniği ile yaptığı “Sansür” adlı animasyon filmi ile TRT Kültür ve Sanat Bilim Ödüllerinde 16mm’de Büyük Ödül alır ancak TRT’de hiç yayınlanmamıştır. 1975 yılında Akşehir-Nasrettin Hoca Kısa Film Yarışması’ndan da büyük ödülle dönen film, 1977’de bu kez kitap olarak basılmış, bu

defa da savcılık tarafından “Tahdide Tabidir” denilerek 18 yaşından küçüklere satışı yasaklanmıştır. Aradan 42 yıl geçtikten sonra Sansür, 49. Antalya Altın Portal Film Festivalinde izleyici karşısına çıkmıştır. Animasyon sanatçıları arasında Ferruh Doğan, Oğuz Aral, Tonguç Yaşar, Orhan Büyükdoğan gibi isimler bulunmuştur.

“Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü?”, Tonguç Yaşar’ın sanat tarihçisi Sezer Tansuğ ile birlikte hazırladığı kısa animasyon. Halk arasında “Amentü Gemisi” olarak bilinen hat sanatı üzerine kurgulanmıştır. Festivaller de dereceye giren ve kendine özgü bir tarzı olan ilk yapım. 1972 Adana 3. Altın Koza Film Festivali, Kısa Metraj En İyi Film ödülü almıştır. 1973 Annecy Uluslararası Animasyon Film Festivali, Yarışma Dışı Kısa Filmler Seçkisine girmiştir.

1990’lı yıllar ve sonrası Türkiye’nin animasyon sanatının gelişimine baktığımızda, önemli gelişmeler yaşanmış, animasyon çalışmalarına ağırlık verilmiş, çizgi film bölümleri kurulmuştur (<http://ani.ipek.edu.tr>, 2015).



Resim 2.9. Karikatürist Tan Oral'ın kolaj tekniği ile yaptığı “Sansür” adlı animasyon filmi (otekisinema.com, 2015)



Resim 2.10. Tonguç Yaşar'ın hazırladığı “Amentü Gemisi Nasıl Yürüdü?” adlı animasyon filmi (serdara.com, 2015)

1990 yılında Eskişehir’de Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi’nde ilk Çizgi Film (Animasyon) Bölümü açılmıştır. 1993 yılında Çizgi Filmciler Derneği açılır, derneğin sitesi www.cizgifilmciler.org derneğin yönetim kurulundan Levent Elpen’in çabalarıyla 2005-2011 tarihleri arasında faaliyet gösterir. 1994 yılında Tahsin Özgür, Walt Disney – Asterix’te animatör olarak, 1999 Walt Disney Tarzan’da animatör olarak görev alır. 2009 yılında Animax Stüdyoları tarafından “Keloğlan” ilk 3D (üç boyutlu) çizgi film serisi TRT Çocuk kanalında yayınlanıyor (<http://serdara.com>, 2015).

Türkiye’de animasyonun dünü ve bugününe kısaca değindikten sonra animasyon film afişleri, dijital efektler ve 2D-3D Bilgisayar animasyon konularına kısaca değinmekte fazla olacaktır. 3D film afişi tasarımı konusuna geçmeden önce sinemada gerçekleştirilen 2D ve 3D tekniklerine ve özel efektlere değinmek gerekmektedir. Tez çalışmasında ele alınacak olan 2010-2015 yılları arası animasyon film afişleri tasarımlarının 3D uygulamaları konusuna geçmeden önce sinemada kullanılan farklı çekim teknikleri ve özel efektlerden de bahsetmek gerekmektedir.

Sinemada özel efekt bir tasarım tekniğidir. Bu anlamda sinemada tasarım, çekilen görüntülerin üzerinde bir takım değişiklikler yapılmasını, görüntülerin olduğu gibi verilmeyerek değiştirilmesini ifade etmektedir.

Günümüz sinemasında sık rastladığımız ve şaşkınlıkla izlediğimiz pek çok sahnenin oluşturulmasında özel efekt uygulamaları kullanılmaktadır. Özel efektler sinemada gerçekte var olmayan görüntülerin gerçeklik hissi uyandıracak biçimde verilmesini sağlamaktadır. Bu teknikler, gerçekte olmayan görüntülerin gerçek görüntülerle birleştirilmesini sağlamaktadır. Farklı teknikler ile gerçek görüntüler üzerinde bir takım değişiklikler yapmak gibi pek çok uygulamayı barındıran özel efektler, bir tür sinema hilesidir.

Özel efektler, uzay ve savaş sahnelerinin yaratılmasından bir sahnede uygulanan yağmur, duman, sis, kan veya patlama efektlerine kadar filmin birçok aşamasında kullanılmaktadır. Özel efektlerin sinemadaki önemi, hayal edilenin filme yansıtılabilmesini sağlamasından ileri gelmektedir. Bu anlamda özel efektler bir yapımcı, yönetmen veya senaristin hayal gücünün ifade edilebilmesi görevini yerine getirecek biçimde tüm teknikleri barındıran bir disiplindir (Yurdigül ve Zinderen, 2013: 11-12).

Daha ayrıntılı bir gruplandırmaya gidildiğinde efektleri 8 grupta sınıflandırmak mümkündür. Her birinin kendi içinde de farklı gruplara ayrıldığı bu sınıflandırmaya göre;

1. Optik Efektler
2. Minyatür Efektler 8 Modeller / Maketler
3. Stop-Motion Animasyon
4. Matte Paintig / Matter Ar
5. Make-Up,
6. Fiziksel Efektler
7. Dijital Efektler
8. Ses Efektleri (Yurdigül ve Zinderen, 2013: 32).

Çalışma alanı kapsamından dolayı, yukarıda ele alınan efekt türlerinden dijital efekt konusuna ayrıntılı şekilde değinmekte fayda olacaktır.

Dijital Efektler; (CGI) Bilgisayar teknolojisinin gelişimi sinema alanına da yansiyarak bir çok özel efekt uygulamasının el yöntemi ile yapılması yerine pratik olarak bilgisayar ortamında yapılmasını sağlayan büyük kolaylıklar getirmiştir. Computer Generated Imagery (CGI) olarak tanımlanan bu özel efekt uygulamaları tamamen bilgisayar ortamında oluşturulmuş olması özelliği ile diğer özel efekt uygulamalarından ayrılmaktadır.

Bilgisayar tabanlı özel efekt tekniklerinin ilk kullanımı konusunda farklı yaklaşımlar olsa da genel kabul gören ilk CGI tabanlı örnek "Westworld" (1973) filmidir. Eğlence türünde çekilen filmde 2D bilgisayar grafikleri ile çeşitli görseller "Futureworld" (1976)'de ise ilk kez CGI tabanlı 3D kullanımı gerçekleşmiş ve dijital olarak 2D-3D kompozisyonu sağlanmıştır.

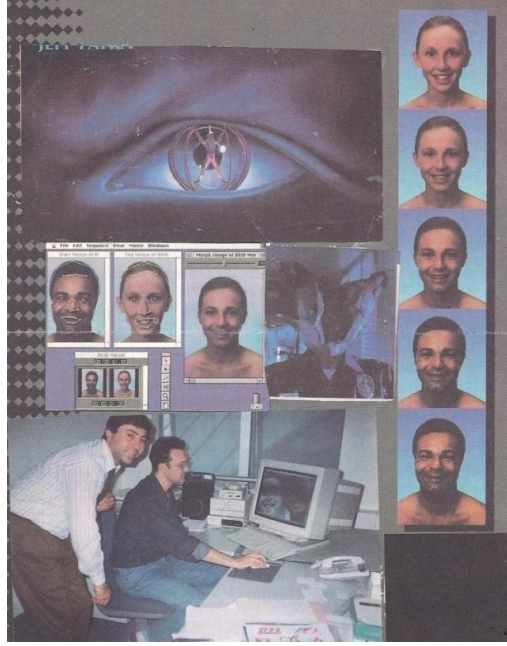
CGI tabanlı özel efekt uygulamaları 1980'lerden itibaren ise daha sık kullanılmaya başlanmıştır. Bu anlamda "Tron" (1982) filmi bu alandaki ilk başarılı örneklerden biri olarak kabul edilmektedir.

Animasyon (2D-3D Bilgisayar Animasyon); Animasyon geleneksel stop-motion tekniğinde olduğu gibi herhangi bir nesnenin yapay olarak hareketine dayalı bir uygulamadır. Ancak stop-motion'dan çok daha gelişmiş niteliklere sahiptir. Geleneksel olarak el çizimi ile yapılan animasyon hem zaman alan hem de zahmetli bir tekniktir. Gelişen teknoloji ile dijital animasyon stüdyoları kurulmuş ve çizimler dijital ortamda yapılmaya başlanmıştır. Bu gelişmeler film yapımcıları açısından oldukça önemli görülmüştür.

CGI (*Computer Generated Imagery*) tabanlı ilk animasyon stüdyosu 1986'da Disney tarafından kurulmuş ve bilgisayar animasyonları üretmeye yönelik ciddi çalışmalar yapmıştır. Burada 2D animasyonlar için CGI tabanlı çizimler yapılmış ve yine aynı sistemde boyama işlemi tamamlandıktan sonra animasyonlar son halini almıştır. Bu işlemin el yöntemi ile yapılan çizim ve boyamalara kıyasla çok daha kısa sürede tamamlandığı kaba çizimler bilgisayarlar ile yapılarak bir çıktısı alındıktan sonra yüz hatları gibi detayların el ile çizilmesi şeklinde iki yöntem bir arada kullanılabilir. Günümüzde tabletler bu uygulamaların tamamen dijital ortama kaymasını sağlayan önemli araçlardır. El yöntemi ile tablet üzerinde çizimini yapan sanatçı, tasarımını tamamen bir bilgisayar verisi olarak dijital ortama kayıt edebilmektedir.

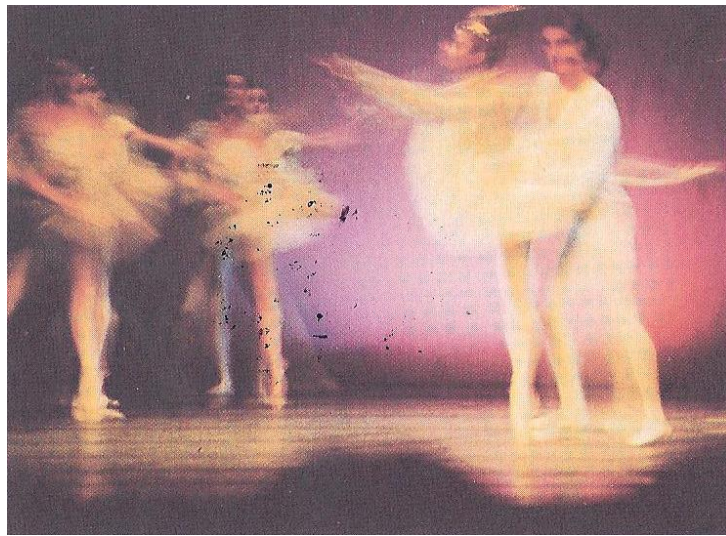
3D teknolojisi günümüzde son derece yaygın olarak tüm filmlerde kullanılmaktadır. Tamamen CGI (*Computer Generated Imagery*) tabanlı 3D filmler yapıldığı gibi dijital ortamda oluşturulan 3D görseller gerçek çekimler ile birleştirilerek filmin bir tamamlayıcısı olarak da kullanılmaktadır. 3D animasyon için bilgisayar ortamında üç boyutlu modeller yaratılmaktadır. Bilgisayar tabanlı animasyon ile hareket izlenimi gerçekleştirilmektedir (Yurdigül ve Zinderen, 2013: 49-51).

Günümüzde artık bilgisayar grafikleri kullanılarak sinema-TV daha idealist ve sanatsal hale gelmiştir. Bilgisayarlarla animasyon yapılarak, insanın kafasında hayali yalnız ve tek bilgisayar sayesinde gerçekleştirebiliriz. Özellikle en çok reklamlarda, video kliplerde, bilimsel filmlerde "Bilim-Kurgu", filmlerinde bilgisayar animasyon kullanılmıştır. Yani doğaüstü düşünce ve filmlerde doğanın fizik kanunları sanata yetersiz kalmıştır. İnsan bazen düşündüklerini doğada bulunan olaylarla gerçekleştirememiştir.

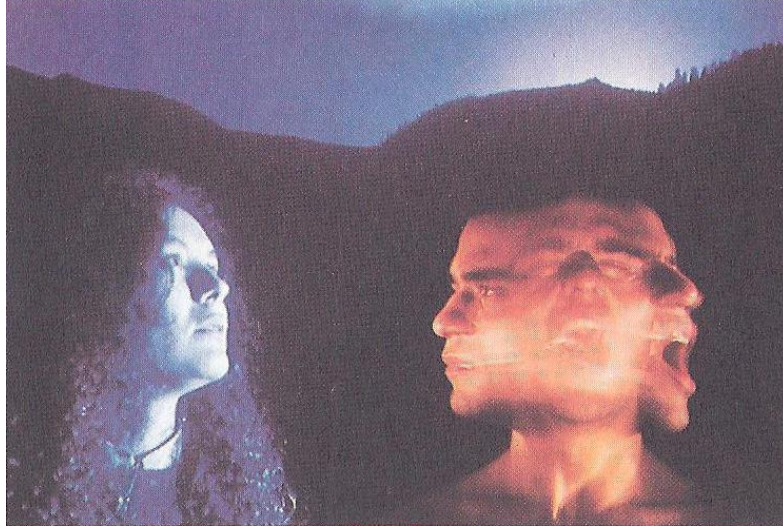


Resim 2.11. Bazı bilim-kurgu film ve kliplerin bilgisayarla yapılışından örnek bölümler.
(Bilgisayar ile Sinema-TV İletişim Teknolojisi, Kul, 1993)

Teknolojinin gelişmesiyle beraber bilim kurgu filmlerinde insanın hayalinde bulunan uzay ve savaş veya yıldızlar savaşı filmlerinde çoğu kez, bilgisayar ve animasyon kullanılmıştır. Video görüntüsü üzerinde normal resimler üzerinde bilgisayarla robot resimlerini çizerek görüntü üzerine bindirip animasyonla canlandırma ve gerçeğe en yakın filmler yapma kolaylığını göstermektedir (Kul, 1993: 21).



Resim 2.12. Üç boyutlu değişim örnekleri.
(Bilgisayar ile Sinema-TV İletişim Teknolojisi, Kul, 1993)



Resim 2.13. Bilgisayar Animasyon ile yüz değişim örnekleri.
(Bilgisayar ile Sinema-TV İletişim Teknolojisi, Kul, 1993)

3D animasyon konusu detaylı bir şekilde incelendiğinde farklı bulgulara ve uygulamalara rastlamamız mümkündür. Teknolojinin gelişmesiyle beraber farklı 3D formatında ve biçimlerinde çalışmalar ortaya konulması mümkündür. 3. boyut ele alınan alana göre gerek uygulama alanında gerekse teorik anlamda farklılıklar göstermektedir. Sinemada ele alınan 3 boyutlu anlayış, işleyiş ve uygulama ile resimde, heykelde, grafik tasarımda vb. alanlarda ele alınan 3D anlayışında farklılıklar görülmektedir.

3D bazı kaynaklarda mekân içerisine eklenen, çıkarılan veya değiştirilen objeler aracılığıyla yapılan değişiklikler olarak karşımıza çıkarken, bazı kaynaklarda ise 3D herhangi bir resim veya fotoğrafın yuvarlak, piramit veya kare bir form etrafına sarılması olarak (en, boy, derinlik) karşımıza çıkmaktadır. Çeşitli alanlarda kendini gösteren 3 boyutlu çalışmalar sinema alanında da kendinden söz ettirmiştir. Günümüzde artık teknolojik gelişmelerle beraber 3 boyutlu filmler izler hale gelmiş bulunmaktayız. 3 boyutlu olarak izlediğimiz filmlerin afişlerinin de neden 3 boyutlu olarak hazırlanmaması çıkış noktamız olmuştur. Bu bağlamda ele alacağımız animasyon film afişleri yeniden renk, kompozisyon, font, oyuncular vb. unsurlar üzerinde değişiklikler yapılarak günümüz teknolojisi de uygulanarak 3 boyutlu olarak tasarlanacaktır.

Değişik programlar aracılığıyla yapılan 3 boyutlu çalışmalar yine değişik baskı teknikleri ve teknolojileri kullanılarak basılmakta ve izleyicinin beğenisine sunulmaktadır. Yukarıda ele alınan farklı programlar aracılığıyla gerçekleştirilen 3D uygulamalarına örnek olarak Photoshop CS4 ile yapılan 3 boyutlu işlemleri örnek gösterilebilir.

Bir resmi 3 boyutlu işlemek için 3D menüsünü kullanmak yeterlidir. Bazı uygulamalar ve işlevler Photoshop CS4 Extended sürümü gerektirebilir. Daha önceden var olan 3D formatındaki dökümanı yeni bir katman olarak açar. Photoshop; Adobe Acrobat 3D Version 8, 3D Studio Max, Alias, Maya ve Google Earth gibi programlarla oluşturulan 3D dosyaları destekler. Photoshop'un desteklediği 3D dosya formatları ise; U3D, 3DS, OBJ, KMZ ve DAE uzantılı dosyalardır (Uzunköprü, 2009: 234).

2.2. 2010-2015 YILLAR ARASI ANİMASYON FİLM AFİŞLERİNİN İNCELENMESİ



- **Tür:** Komedi, Dram,
- **Animasyon,** Fantastik, Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2010
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 23 Nisan 2010
- **Yönetmen:** Chris Sanders , Dean DeBlois
- **Senarist:** Chris Sanders , Cressida Cowell based on the , Dean DeBlois
- **Oyuncular:** Gerard Butler , T.J. Miller , America Ferrera , Jonah Hill ,Christopher Mintz-Plasse , Kristen Wiig , Jay Baruchel ,Craig Ferguson , Robin Atkin Downes , Philip McGrawdevamı..
- **Yapımcı:** Bonnie Arnold , Kristine Belson , Doug Davison , Michael A Connolly , Karen Foster , Tim Johnson , Roy Lee
- **Müzik:** John Powell
- **Süre:** 98 dk.
- **Dağıtıcı:** DreamWorks Animation, Mad Hatter Entertainment, Ma
- **Resmi Sitesi:** Official site



- **Tür:** Komedi, Bilim Kurgu,
- **Animasyon,** Aile, Aksiyon
- **Yapım Yılı:** 2010
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 14 Ocak 2011
- **Yönetmen:** Tom McGrath
- **Senarist:** Brent Simons , Kata Dobó , Beda Docampo Feijóo , Balázs Dobóczy
- **Oyuncular:** Tina Fey , Brad Pitt , Jonah Hill , Will Ferrell , Jessica Schulte , Ben Stiller , Justin Theroux , David Cross , Tom McGrath , Ella Olivia Stiller devamı..
- **Yapımcı:** Stuart Cornfeld , Denise Nolan Cascino , Lara Breay , Holly Edwards , Ben Stiller , Guillermo del Toro , Justin Theroux
- **Müzik:** Hans Zimmer , Lorne Balfe
- **Süre:** 95 dk.
- **Dağıtıcı:** UIP Filmcilik
- **Resmi Sitesi:** <http://www.megamind.com/>



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Fantastik, Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2010
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 3 Eylül 2010
- **Yönetmen:** Chris Renaud , Pierre Coffin
- **Senarist:** Sergio Pablos , Ken Daurio , Cinco Paul , Diane D'Aquila
- **Oyuncular:** Jason Segel , Russell Brand , Steve Carell , Miranda Cosgrove , Will Arnett , Julie Andrews , Kristen Wiig , Elsie Fisher , Dana Gaier , Pierre Coffin devamı..
- **Yapımcı:** John Cohen , Christopher Meledandri , Janet Healy ,Sergio Pablos , Robert Taylor , Nina Rappaport
- **Müzik:**
Pharrell Williams , Heitor Pereira
- **Süre:** 95 dk.
- **Dağıtıcı:** UIP Filmcilik
- **Resmi Sitesi:** <http://www.cilginhirsiz.com.tr>



- **Tür:** Animasyon, Fantastik, Macera
- **Yapım Yılı:** 2010
- **Ülke:** ABD, Avustralya
- **Gösterim Tarihi:** 1 Ekim 2010
- **Yönetmen:** Zack Snyder story
- **Senarist:** John Collee , John Orloff , Kathryn Lasky , Emil Stern
- **Oyuncular:** Emilie de Ravin , Jim Sturgess , Hugo Weaving , Helen Mirren , Emily Barclay , Abbie Cornish , Essie Davis , Joel Edgerton , Adrienne DeFaria , Sacha Horler devamı..
- **Yapımcı:** Wesley Coller , Christopher DeFaria , Imke Fehrmann ,Zareh Nalbandian , Donald De Line , Deborah Snyder ,Katrina Peers , Lionel Wigram
- **Müzik:** David Hirschfelder
- **Dağıtıcı:** Warner Bros
- **Resmi Sitesi:** www.legendoftheguardians.com



- **Tür:** Animasyon, Gizem, Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2011
- **Ülke:** ABD, Belçika, Yeni Zelanda
- **Gösterim Tarihi:** 4 Kasım 2011
- **Yönetmen:** Steven Spielberg
- **Senarist:** Scott Bate , Marie Collins , Joe Cornish , Edgar Wright ,Steven Moffat , Hergé
- **Oyuncular:** Cary Elwes , Joe Starr , Sonje Fortag , Ian Bonar , Phillip Rhys , Kim Stengel , Mohamed Ibrahim Elkest , Sana Etoile, Simon Pegg , Nick Frost devamı..
- **Yapımcı:** Stephane Sperry , Ken Kamins , Nick Rodwell , Kathleen Kennedy , Peter Jackson , Steven Spielberg
- **Müzik:** John Williams
- **Süre:**107 dk.
- **Dağıtıcı:** Warner Bros.
- **Resmi Sitesi:** <http://www.tintin.com/>



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Aile, Macera, Aksiyon
- **Yapım Yılı:** 2011
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 10 Haziran 2011
- **Yönetmen:** Jennifer Yuh
- **Senarist:** John Ashley , Bruce Birns , Glenn Berger , Jonathan Aibel
- **Oyuncular:** Melissa Cobb , Romy Rosemont , Maury Sterling , Mike Bell , Alexandra Gold Jourden , Stephen Kearin , Jeremy Shipp , Jason Bertsch , Michael DeMaio , Shane Glickdevamı..
- **Yapımcı:** Melissa Cobb , Guillermo del Toro , Jonathan Aibel , Glenn Berger
- **Müzik:** Hans Zimmer , John Powell
- **Süre:**90 dk.
- **Dağıtıcı:** UIP Filmcilik
- **Resmi Sitesi:** <http://www.kungfupanda.com>



- **Tür:** Müzikal, Komedi, Çocuk,
- **Animasyon,** Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2011
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 8 Nisan 2011
- **Yönetmen:** Carlos Saldanha
- **Senarist:** Don Rhymer , Earl Richey Jones , Sam Harper , Carlos Saldanha , Todd Jones , Jeffrey Ventimilia , Joshua Sternin
- **Oyuncular:** Maxwell Wippich , Claudia Bretas , Anzolin Borges ,Priscilla Avila , Ester Dean , Carlos de Oliveira , Miriam Wallen , Bebel Gilberto , Justine Warwick , Davi Vieiradevamı..
- **Yapımcı:** Christopher Jenkins , Bruce Anderson , John C Donkin
- **Görüntü Yönetmeni:** Renato Falcão
- **Müzik:** John Powell
- **Süre:** 96 dk.
- **Dağıtıcı:** Tiglon Film
- **Resmi Sitesi:** <http://www.rio-themovie.com>



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Fantastik, Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2011
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 13 Ocak 2012
- **Yönetmen:** Chris Miller
- **Senarist:** Charles Perrault
- **Oyuncular:** Amy Sedaris , Zach Galifianakis , Salma Hayek , Guillermo del Toro , Billy Bob Thornton , Antonio Banderas ,Constance Marie
- **Yapımcı:** Andrew Adamson
- **Müzik:** Henry Jackman
- **Süre:** 90 dk.
- **Dağıtıcı:** UIP
- **Resmi Sitesi:** <http://www.pussinbootsthemovie.com>



- **Tür:** Korku, Komedi, Bilim Kurgu,
- **Animasyon**
- **Yapım Yılı:** 2012
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 9 Kasım 2012
- **Yönetmen:** Leonard Ripps
- **Senarist:** Leonard Ripps , Tim Burton , John August
- **Oyuncular:** Christopher Lee , Atticus Shaffer , Dee Bradley Baker ,Robert Capron , James Hiroyuki Liao , Charlie Tahan ,Conchata Ferrell , Tom Kenny , Jeff Bennett , Catherine O'Hara devamı..
- **Süre:** 87 dk.
- **Dağıtıcı:** VIP Filmcilik



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2012
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 8 Haziran 2012
- **Yönetmen:** Noah Baumbach
- **Senarist:** Noah Baumbach , Eric Darnell
- **Oyuncular:** Ben Stiller , Andy Richter , Tom McGrath , Christopher Knights , Sacha Baron Cohen , Jessica Chastain , Bryan Cranston , John Di Maggio , Cedric the Entertainer , David Schwimmer devamı..
- **Dağıtıcı:** UIP



• **Tür:** Komedi, Animasyon, Aile, Macera

• **Yapım Yılı:** 2012

• **Ülke:** ABD

• **Gösterim Tarihi:** 29 Haziran 2012

• **Yönetmen:**

Jason Fuchs

• **Senarist:**

Michael Berg , Jason Fuchs

• **Oyuncular:**

Corwin C. Tuggles , Tara Jayne , Nick Frost , Kunal Nayyar, Keith Silverstein , Ashley Albert , Gabriel Rush , Simon Pegg , Marieve Herington , Alexa Kahn devamı..

• **Süre:** 94 dk.



- **Tür:** Animasyon, Fantastik
- **Yapım Yılı:** 2012
- **Ülke:** Rusya
- **Gösterim Tarihi:** 5 Nisan 2013
- **Yönetmen:** Vlad Barbe , Maksim Sveshnikov
- **Senarist:** Vlad Barbe , Vadim Sveshnikov
- **Oyuncular:** Doug Erholtz , Jessica Straus , Christopher Smith ,Marianne Miller , Erin Fitzgerald , Kirk Thornton , Anna Shurochkina , Wendee Lee , Yuriy Stoyanov , Dmitriy Nagiev devamı..



- **Tür:**Animasyon, Aile, Aksiyon
- **Yapım Yılı:** 2013
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 20 Aralık 2013
- **Yönetmen:** Barry Cook , Neil Nightingale
- **Senarist:** John Collee
- **Oyuncular:** Charlie Rowe , Karl Urban , Angourie Rice , John Leguizamo , Justin Long , Skyler Stone , Tiya Sircar , Clay Savage , Mary Mouser , Katie Silverman devamı..
- **Süre:** 87 dk.
- **Dağıtıcı:** Animal Logic, BBC Earth, BBC Worldwide



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2013
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 12 Nisan 2013
- **Yönetmen:** Chris Sanders , Kirk De Micco
- **Senarist:** Chris Sanders , Kirk De Micco , Sheila Donald
- **Oyuncular:** Catherine Keener , Emma Stone , Ryan Reynolds , Nicolas Cage
- **Yapımcı:** Kristine Belson , Jane Hartwell
- **Görüntü Yönetmeni:** Yong Duk Jhun
- **Dağıtıcı:** VIP Filmcilik



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Fantastik, Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2013
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 21 Haziran 2013
- **Yönetmen:** Dan Scanlon
- **Senarist:** Andrew Stanton , Antoine de Caunes , Heather Scobie , Jean-Jacques Vanier , Pete Docter , Franka Potente , Pierpaolo Tiano
- **Oyuncular:** Frank Oz , John Ratzenberger , Steve Buscemi , John Goodman , Jennifer Tilly , Billy Crystal
- **Yapımcı:** John Lasseter
- **Müzik:** Randy Newman
- **Dağıtıcı:** Pixar Animation Studios, Walt Disney Pictures



- **Tür:** Animasyon, Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2013
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 17 Ocak 2014
- **Yönetmen:** Chris Buck , Jennifer Lee
- **Senarist:** Hans Christian Andersen , Jennifer Lee , Shane Morris
- **Oyuncular:** Tom Kane , Kristen Bell , Idina Menzel , Josh Gad ,Jonathan Groff , Santino Fontana , Eva Bella , Livvy Stubenrauch



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Aile, Aksiyon
- **Yapım Yılı:** 2014
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 16 Ocak 2015
- **Yönetmen:** Chris Williams , Don Hall
- **Senarist:** Jordan Roberts , Don Hall , Duncan Rouleau , Steven T Seagle
- **Oyuncular:** James Cromwell , T.J. Miller , Damon Wayans Jr.



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Fantastik, Macera, Aksiyon
- **Yapım Yılı:** 2014
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 20 Haziran 2014
- **Yönetmen:** Dean DeBlois
- **Senarist:** Dean DeBlois , Cressida Cowell based on the
- **Oyuncular:** Gerard Butler , America Ferrera , Jonah Hill , Christopher Mintz-Plasse , Kristen Wiig , T.J. Miller , Craig Ferguson ,Jay Baruchel , Kit Harington
- **Dağıtıcı:** DreamWorks Animation, Mad Hatter Entertainment,



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Macera
- **Yapım Yılı:** 2014
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 28 Kasım 2014
- **Yönetmen:** Eric Darnell , Simon J. Smith
- **Senarist:** Eric Darnell , John Aboud , Michael Colton , Tom McGrath , Brandon Sawyer



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2014
- **Ülke:** ABD
- **Gösterim Tarihi:** 11 Nisan 2014
- **Yönetmen:** Carlos Saldanha
- **Senarist:** Don Rhymer , Carlos Saldanha
- **Oyuncular:** Andy Garcia , Leslie Mann , Anne Hathaway , Jamie Foxx ,Carlos Saldanha , Jesse Eisenberg , Rodrigo Santoro ,Rita Moreno , Kristin Chenoweth , Tracy Morgan devamı..
- **Süre:** 101 dk.



- **Tür:** Animasyon, Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2015
- **Ülke:** Fransa, İngiltere
- **Gösterim Tarihi:** 17 Nisan 2015
- **Yönetmen:** Mark Burton , Richard Starzack
- **Senarist:** Mark Burton , Richard Starzack



- **Tür:** Komedi,
- **Animasyon,** Aile, Macera
- **Yapım Yılı:** 2015
- **Ülke:** ABD, Güney Kore
- **Gösterim Tarihi:** 6 Şubat 2015
- **Yönetmen:** Mike Mitchell , Paul Tibbitt
- **Senarist:** Stephen Hillenburg , Jonathan Aibel , Glenn Berger , Paul Tibbitt
- **Oyuncular:** Seth Green , Tom Kenny , Chris Conner , Mike Benitez ,Slash , Veronica Alicino , Lisa Datz , J.R. Nutt , Christopher Backus , Noah Lomax devamı..

(<http://sinema.mynet.com/film-arsivi/tur/animasyon/zaman/2010/sira/puan E.T. 10.04.2015>)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Türk sinemasının yüz yıllık değişim ve gelişimi incelendiğinde grafik sanatıyla birlikte bir gelişim sürecinin yaşandığı görülmektedir. Sinema tarihinde ilk film afişleri ile günümüzde tasarımı yapılan film afişleri arasında çok büyük farklılıklar görülmektedir.

3 boyutlu filmlerin gösterime girdiği, farklı çekim tekniklerinin kullanıldığı, değişik programlar aracılığıyla, efektler, sesler, mekânlar, background'ların geliştirildiği bir dönemden söz edilebilir. Bu araştırmada yer alan grafik, grafik tasarım, reklam, iletişim, sinema ve 3D başlıklarının bir bütün olarak ele alınması önem arz etmektedir. Günümüzde çekimi yapılan filmler artık izleyiciyi etkilemekte, gişe rekorları kırmakta ve maddi yönden yapımcısını tatmin etmektedir.

Bu gelişmeler doğrultusunda tasarlanan film afişleri neden 3 boyutlu tasarlanmasın. Her türlü teknolojik olanağın yer aldığı günümüzde, insanoğlu farklılık adına daha fazla ne yapılabilir arayışı içerisine girmektedir. Buda yeni tasarımlar, yeni ufuklar, yeni icatları beraberinde getirmektedir.

İlk çağlarda insanoğlunun iletişim kurmak için kullandığı ses, duman, mağara duvarlarına çizilen resimler vb baktığımızda çağımızda teknolojik imkanlar bakımından ne denli gelişme gösterdiğimiz ortaya çıkmaktadır. İnsanoğlu her zaman arayış içine girmiş, yeni icatlar bulmuş ve yaşamını kolaylaştırmıştır.

Tek kanallı yayınların, siyah beyaz televizyonların olduğu dönemlerden günümüze gelindiğinde ise, hem teknoloji adına hem de sinema adına çok şeyler yapıldığı görülmektedir. Artık sinema da gösterime giren filmler kısa süre içerisinde evimizde, bilgisayarımızda veya cep telefonumuzda yer almaktadır.

Çekimi 3D olarak yapılan animasyon filminin, afişinin de 3D olarak hazırlanmasının mümkün olacağı görülmektedir. 2010-2015 Yılları Arası Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması sağlanmış, yeni ve çağdaş 3 boyutlu animasyon film afişleri tasarımları gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma konusunun en iyi şekilde ele alınabilmesi için, 3D tekniği prensibi bütün yönleriyle araştırılması incelenmesi ve olumsuzlukların giderilmesi, 3 boyutlu olarak tasarlanan animasyon film afişlerinin uygulanması ve başarıya ulaşması noktasında oldukça önem arz etmektedir.

Çalışma alanı olarak belirlenen 3 boyutlu animasyon film afişleri incelendiğinde, yeni tasarımlar için gerekli olan görseller internet aracılığıyla ve farklı sitelerden tarama yapılarak görsellerin temini sağlanmıştır. Bu noktada elde edilen görsellerin uygulanırlık yönünden sıkıntıları da beraberinde getirdiği gözlenmektedir.

İnternet aracılığıyla temin edilen görsellerin küçük boyutta ve çözünürlükte olması animasyon film afişlerinin tasarlanmasında olumsuzluklara neden olmuştur. 72 dpi olarak internetten indirilen film görsellerinin photoshop programında düzenlemesi yapıp hazır hale getirilmesinden sonra belirlenen kompozisyon dahilinde tasarımlara geçilip 50x70 ebadında çalışmalar ortaya çıkarılmıştır.

3D olarak yeniden tasarımları yapılan afişlerin sinema salonlarında izlenebilmesi/bakılabilmesi için bu salonlarda yeterli sayıda 3D gözlüğe de ihtiyaç duyulmaktadır. 3 boyutlu olarak tasarımları yapılan ve çeşitli noktalara asılan afişlerin gözlükle izlenmemesi durumunda yapılan afiş çalışmasının hiçbir anlamı olmayacaktır. Tam olarak 3D etkisinin izleyiciye aktarılması veya animasyon filminin izlenip izlenmeme noktasında gözlüklerin sinema salonlarında, afişlerin asılı olduğu noktalarda bulunması oldukça önem arz etmektedir.

Ele alınan 3D konusu sadece animasyon film afişlerinde değil, bu konunun çeşitli alanlarda da etkili bir şekilde kullanılması söz konusudur. Örnek olarak, hikaye, masal, eğitici bilgi kitapçıkları vb. ürünlerde ver alan görsellerin 3 boyutlu olarak hazırlanması hem okuyucunun ilgisini çekecek hem de daha etkili bir anlatım dili tercih edilmiş olunacaktır. Günümüzde çocukların eğitiminde ve gelişiminde özellikle okuma yazma ve ilk öğretim yıllarında hazırlanacak olan kitaplarda 3 boyutlu çalışmalara yer verilmesi oldukça önemlidir. Ezber yoluyla verilen bilginin zaman sonra yok olduğu gözlenmektedir. Ancak görsel yollarla verilen bilgi ve deneyimlerin ezber yoluyla verileden daha etkili ve kalıcı olduğu çeşitli verilerle ortaya koyulmuştur.

Hangi alanda çalışma yapılırsa yapılsın konunun detaylı bir şekilde araştırılması, gerekli bilgi ve belgelere ulaşılması, çalışılan konunun sağlıklı bir şekilde ilerlemesi için önemlidir. Çalışılan konu derinlemesine incelendiğinde beraberinde olumluluklar kadar olumsuzluklarda ortaya çıkmaktadır. Bu noktada önemli olan olumsuzlukları en aza indirgeyebilmek ve konunun başarılı bir şekilde devamını ve sonuçlanmasını sağlayabilmektir.

Farklı bir tasarım anlayışı ile ele alınan animasyon film afişlerinin 3 boyutlu olarak tasarımlarının hazırlanması, film ile afişin uyumu noktasında oldukça önemlidir. Hazırlanan bu çalışma ile artık 3 boyutlu olarak izlediğimiz animasyon filminin, afişini de 3 boyutlu olarak görmemiz mümkün olacaktır.

Sonuç olarak; ele alınan "2010-2015 Yılları Arası Animasyon Film Afişlerinin 3D Tekniği İle Uygulanması" konusu betimsel, yöntembilimsel ve bilim kurumsal tasarımları oluşturarak gelecek kuşaklar ile bu alanda araştırma yapacak kişilere belge ve kaynak niteliğindedir.

3D Tekniği ile hazırlanan yaklaşık yirmi animasyon film afişinin baskıları yapıp sergilenmeye hazır hale getirilmiştir.

DENEYSEL AFİŞ UYGULAMALARI



Eser Adı: Labirent-Ölümcül Kaçış

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Cesur

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Buz Devri 2

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Ejderhanı Nasıl Eğitirsin

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

ÇILGIN HIRSIZ



Blu-ray
3D
realD 3D



2010 Yazında Sinemalarda

Eser Adı: Çılgın Hırsız

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

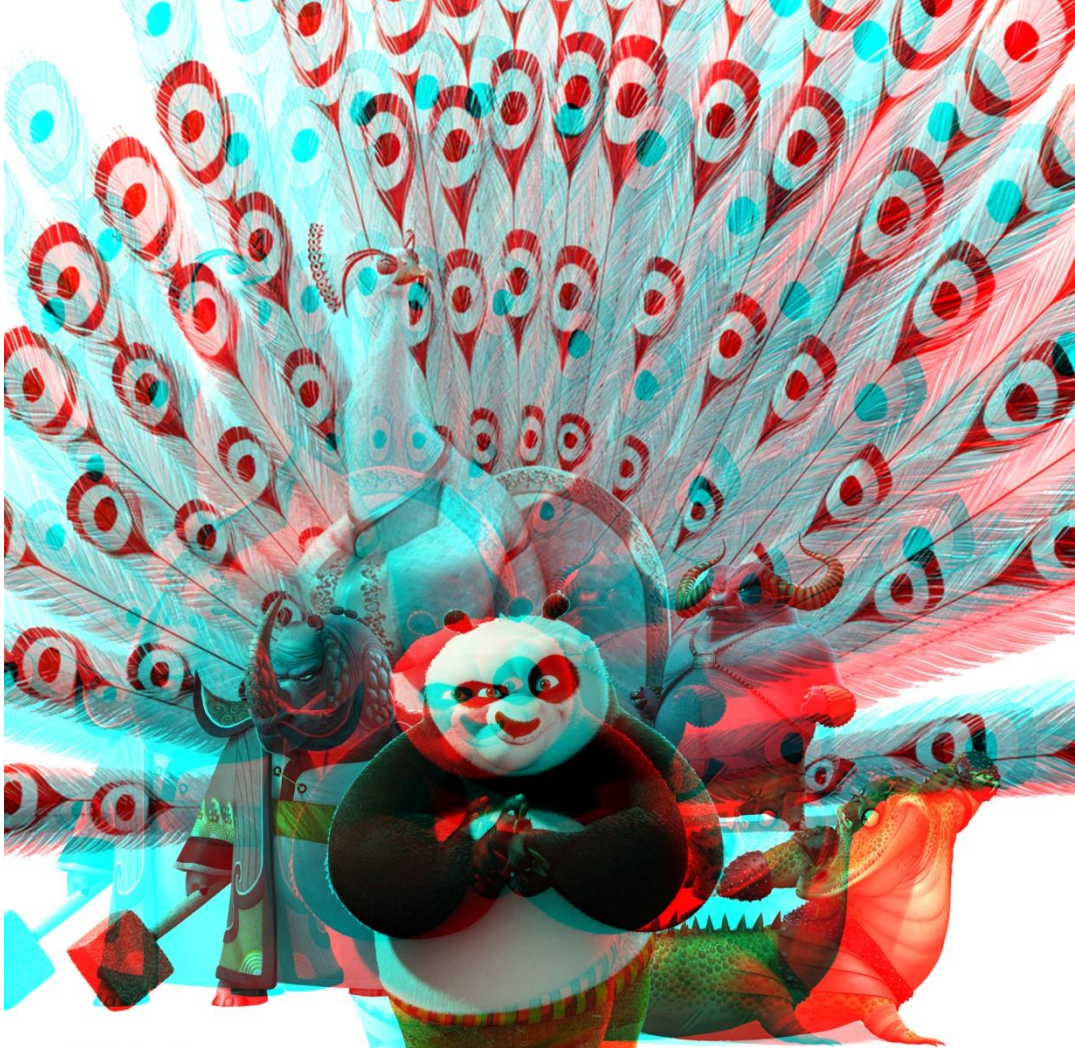


Eser Adı: Baykuş Krallığı Efsanesi

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Gösterim
Haziran 2011

KUNG FU **PANDA** **2**

Blu-ray
3D
realD 3D

Eser Adı: Kung Fu Panda 2

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

Mega ZEKA

OCAK
2011



Blu-ray
3D
realD 3D

UNIVERSAL
CHANNEL

Eser Adı: Mega Zeka

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

Rio 3D



Eser Adı: Rio

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

TENTENİN MACERALARI

Kasım 2011
Gösterimde



Eser Adı: Tenten'in Maceraları

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

real D 3D

BUZ DEVRİ 4



Eser Adı: Buz Devri 4

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Çizimle Kedi

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Crood'lar

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Madagaskar 3

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Sevimli Canavarlar

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

6 SÜPER KAHRAMAN

Sinemalarda

realD 3D



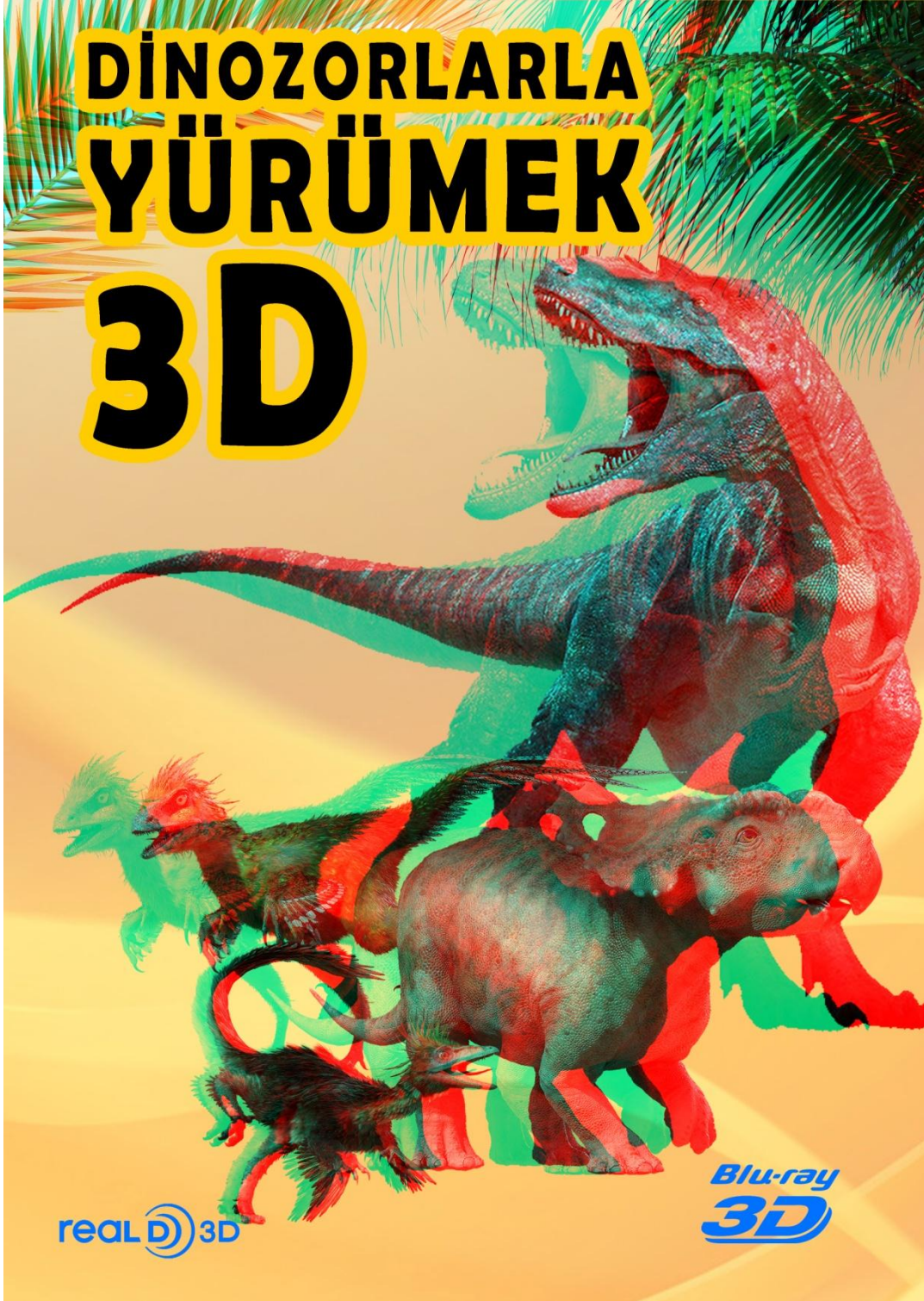
WALT DISNEY
ANIMATION STUDIOS

Eser Adı: 6 Süper Kahraman

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Dinozorlarla Yürümek

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

MADAGASKAR

PENGUENLERİ



Blu-ray
3D

realD 3D

Eser Adı: Madagaskar Penguenleri

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

Rio 2

Blue Sky STUDIOS

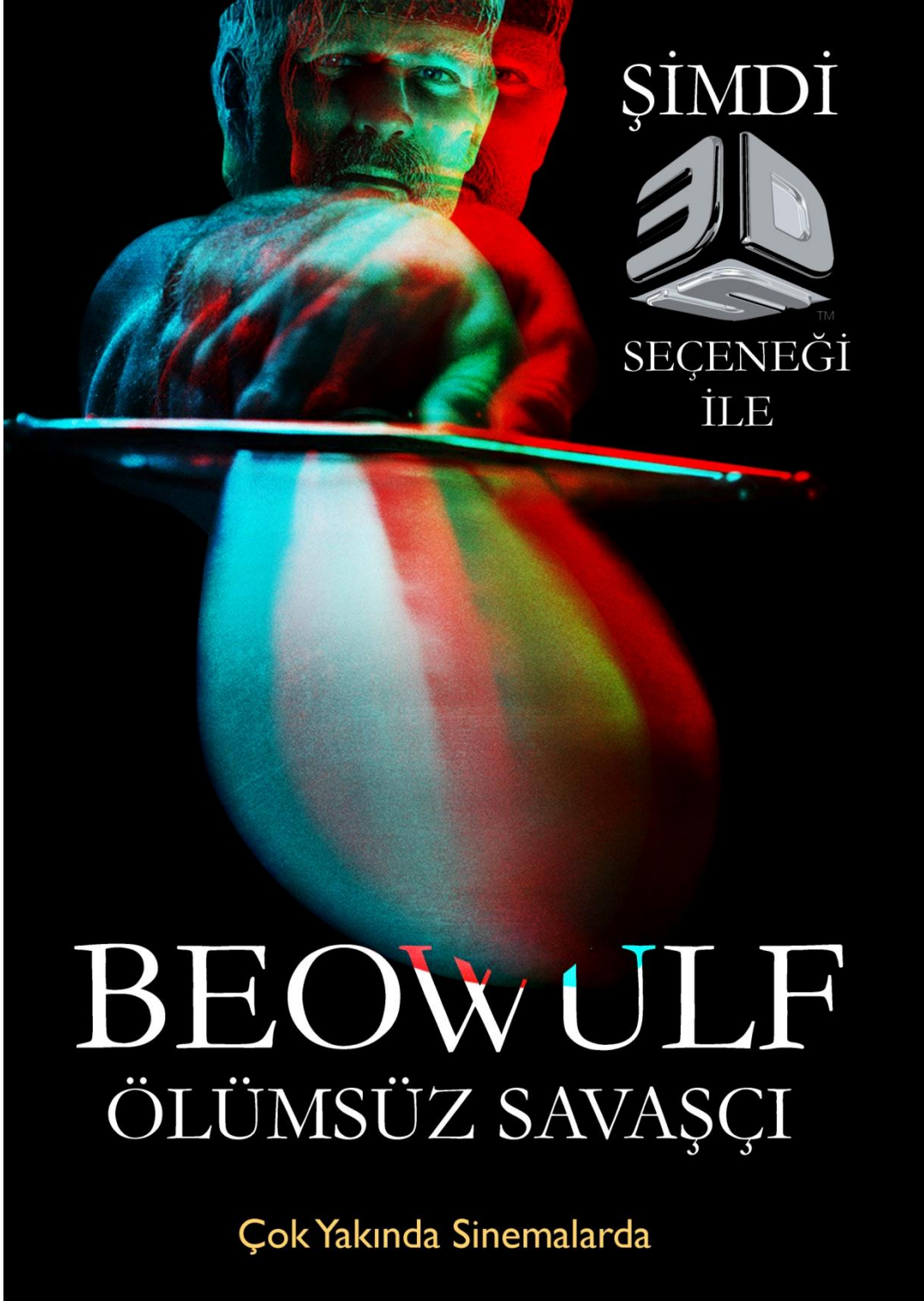


Eser Adı: Rio 2

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Beowulf (Ölümsüz Savaşçı)

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım



Eser Adı: Brave (Cesur)

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

ICE AGE 2

MANNY SID DIEGO
ALİ POYRAZOĞLU YEKTA KOPAN HALUK BİLGİNER
SESLENDİRİYOR



SOĞUK BİTTİ

Eser Adı: Ice Age 2 (Buz Devri)

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

P X A R
ANIMATION STUDIOS

WALL·E



TÜRKÇE DUBLAJ VE 3D SEÇENEĞİ İLE
SİNEMALARDA

Eser Adı: Wall.E

Ölçüsü: 50x70 cm.

Yapım Yılı: 2015

Tekniği: Bilgisayar ortamında dijital tasarım

KAYNAKÇA

- ADANIR, Oğuz, "*Sinemada Anlam ve Anlatım*", Say Yayınları, 1. Baskı, 2012.
- ARIKAN, A. Gani, "*İmgeden Baskıya Grafik Tasarım*", Akademi Yayınları, 1. Baskı, Konya, 2009.
- ALTINTAŞ, Yurdaer, "*Yurdaer'e 80. Yaş Etkinlikleri*", Oksijen Basım ve Matbaacılık San. Tic. Ltd. Şti. İstanbul, 2015
- ANONİM, Milli Eğitim Bakanlığı, Grafik ve Fotoğraf, Türk Grafik Sanatı Tarihi, 211GS0127, Ankara, 2012
- ARTUT, Kazım, "*Sanat Eğitimi, Kuramları ve Yöntemleri*", 4. Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara, 2006.
- ATALAYER, Faruk, "*Görsel Sanatlarda Estetik İletişim*", Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 770, Eskişehir, 1994.
- AYDEMİR, Caner, "*Fotoğraf Neyi Anlatır*", Hayalbaz Kitaplığı, 1. Baskı, İstanbul, 2007.
- BALTAŞ, Zuhâl, BALTAŞ, Acar, "*Bedenin Dili*", Remzi Kitabevi, 10. Baskı, İstanbul, 1995.
- BECER, Emre, "*İletişim ve Grafik Tasarım*", Dost Kitabevi, Birinci Baskı, Eylül Ankara, 1997.
- BECER, Emre, "*İletişim ve Grafik Tasarım*", Dost Kitabevi, 5. Baskı, Ankara, 2006.
- BEKTAŞ, Dilek, "*Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*", Yapı Kredi Yayınları, 1. Baskı, İstanbul, 1992.
- BIÇAKÇI, İlker, "*İletişim ve Halkla İlişkiler*", Media Cat Yayınları, 2. Baskı, 1999.

ÇAĞLAR, İrfan, KILIÇ, Sabiha, " *Genel İletişim*", Nobel Yayın Dağıtım, 2. Baskı, İstanbul, 2009.

ÇAMDERELİ, Mete, " *İletişime Giriş*", Dem Yayınları, 1. Basım, İstanbul, 2008.

ÇİVRİLLİ, Nedim, " *Kıyısından-Köşesinden Reklamcılık*", Gündem Yayıncılık, İstanbul, 1993.

ELDEN, Müge, ÖZDEM, Özen Okat, " *Reklamda Görsel Tasarım*", Say Yayınları, 1. Baskı, İstanbul, 2015.

ERDAL, Gültekin, " *İletişim ve Tipografi*", Hayalperest Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul, Mayıs, 2015.

EROĞLU, Özkan, " *Resim Sanatı*", F. Özsan Matbaacılık, Bursa, 1997.

ERSOY, Ayla, " *Sanat Eleştirisi*", Artes Yayınları, İstanbul, Ocak 2010.

ERSOY, Ayla, " *Sanat Kavramlarına Giriş*", Yorum Sanat Yayıncılık, İstanbul, Kasım 2002.

GÜNGÖR, Nazife, " *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*", Siyasal Kitabevi, Şubat 2011.

GÜRER, Mert, " *Sinemada Anlam Yaratma Aracı Olarak Özel Efekt*", Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.

İSTEK, Ragıp, " *Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*", Pusula Yayıncılık, İstanbul, 2005.

KABACALI, Alpay. ÖZÇELİK, Tahir BERKMAN, Bülent, " *Milliyet Sanat Ansiklopedisi*", 1991.

KARAÇOR, Süleyman, " *Reklam İletişimi*", Çizgi Kitabevi, 1. Basım, Konya, 2007.

KETENCİ, Hasan Fehmi, BİLGİLİ, Can, “*Yongaların 10.000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı*”, Beta Basım A.Ş., 1. Baskı, İstanbul, 2006.

KILIÇ, Levend, “*Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi*”, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, Şubat 2008.

KUL, İlhami, “*Bilgisayar ile Sinema-TV İletişim Teknolojisi*”, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1993.

MAMUR, Nuray, “*Sanat ve Tasarım Dergisi*”, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Sayı:10, Aralık 2012.

MUTLU, Erol, “*İletişim Sözlüğü*”, Ark Yayınevi, Geliştirilmiş 2. Basım, Ekim 1995.

ODABAŞI, Hatice Aslan, “*Grafik'te Temel Tasarım*”, Yorum Sanat Yayınları, 3. Baskı, Eylül, İstanbul, 2006.

ONARAN, Alim Şerif, “*Sinemaya Giriş*”, Agora Kitaplığı, 2. Basım, 2012.

ÖZCAN, Oğuzhan, “*İnteraktif Media Tasarımında Temel Adımlar*”, İş Bankası Kültür Yayınları, 1. Baskı, Eylül, İstanbul, 2003.

ÖZKUNDAKÇI, Mehmet, “*Üçü Bir Arada*”, Hayat Yayın Grubu, Genişletilmiş Baskı, 2012.

ÖZÖN, Nijat, “*100 Soruda Sinema Sanatı*”, Gerçek Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul, 1972.

ÖZTUNA, H. Yakup, “*Görsel İletişimde Temel Tasarım*”, Tibyan Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul, 2007.

ROTHA, Paul, “*Sinemanın Öyküsü*”, İz Düşüm Yayınları, 1. Baskı, İstanbul, 2000.

SÖZEN, Metin, TANYELİ Uğur, "*Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*", Remzi Kitabevi, 6. Basım, İstanbul, Ekim, 2001.

ŞENYAPILI, Önder, "*Sinema ve Tasarım*", Boyut Kitapları, 2. Baskı, İstanbul, 2003.

TAYFUR, Gıyasettin, "*Reklamcılık*", Nobel Yayın Dağıtım, 4. Baskı, 2010.

TEKER, Ulufer, "*Grafik Tasarım ve Reklam*", Yorum Sanat, 4. Basım, 2009.

TEPECİK, Adnan, "*Grafik Sanatlar*", Detay&Sistem Ofset, 1. Baskı, Ekim 2002.

TUKSAL, Mine, "*Grafikerin El Kitabı*", Pusula Yayıncılık İletişim, 1. Baskı, İstanbul, 2008.

TUTAR, Hasan, YILMAZ, M. Kemal, ERDÖNMEZ, Cumhuriyet, "*Genel ve Teknik İletişim*", Nobel Yayın Dağıtım, 2. Basım, Ocak, 2004.

TWEMLOW, Allice, "*Grafik Tasarım Ne İçindir Tasarımcının El Kitabı*", Yem Yayın 146, 1. Baskı, İstanbul, 2008.

UÇAR, Tevfik Fikret, "*Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*", İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2004.

UZUNKÖPRÜ, Süleyman, "*Photoshop CS4 ve 3 Boyutlu İşlemler*", Beşir Kitabevi, İstanbul, Temmuz, 2009.

WEİLL, Alain, "*Grafik Tasarım*", Yapı Kredi Yayınları, 2007.

YAŞARTÜRK, Gül, "*Ve Sinema*", Doruk Yayıncılık, Temmuz, 2013.

YAYLAGÜL, Levent, "*Kitle İletişim Kuramları*", Dipnot Yayınları, 1. Baskı, Ankara, 2006.

YURDİGÜL, Yusuf, ZİNDEREN, İ. Ethem, "*Sinema ve Televizyonda Özel Efekt*", Doğu Kitabevi, 1. Baskı, İstanbul, 2013.

"*Çağdaş Eğitimde SANAT*", Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Yayınları -9, Demet Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul, 1996.

Marketing Türkiye Dergisi, Yıl:9, Sayı: 215, 1 Nisan 2000.

İNTERNEK KAYNAKLARI

http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/T%C3%BCrk%20Grafik%20Sanat%C4%B1%20Tarihi.pdf Erişim Tarihi: 01.06.2015

<http://www.msxlabs.org/forum/soru-cevap/273224-iletisim-turleri-nelerdir.html>
Erişim Tarihi: 10.04.2014

<http://gen3.com.tr/tasarim/grafik-tasarim-tarihi.html> Erişim Tarihi: 21.04.2014

<http://www.msxlabs.org/forum/soru-cevap/402476-afis-cesitleri-nelerdir.html>.
Erişim Tarihi: 06.03.2015

<http://www.msxlabs.org/forum/soru-cevap/402476-afis-cesitleri-nelerdir.html>
Erişim Tarihi: 06.03.2015

<http://www.msxlabs.org/forum/soru-cevap/402476-afis-cesitleri-nelerdir.html>
Erişim Tarihi: 06.03.2015

<http://www.msxlabs.org/forum/soru-cevap/402476-afis-cesitleri-nelerdir.html>
Erişim Tarihi: 06.03.2015

<http://www.tr3d.com/dersler/ders/dq/> Erişim Tarihi: 13.04.2014

<http://sinema.mynet.com/film-arsivi/tur/animasyon/zaman/2010/sira/puan>
Erişim Tarihi: 10.04.2015

<http://www.broadcasterinfo.net/83/3d.html> Erişim Tarihi: 17.05.2015

<http://www.grafikerer.org/konu/ihap-hulusi-gorey-16350/> Erişim Tarihi: 03.04.2014

<http://www.ser dara.com/turkiye-animasyon-tarihi/> Erişim Tarihi: 02.0.2015

<http://www.v2.arkiv.com.tr/p830-mengu-ertel-sergisi.html> Erişim Tarihi: 06.07.2015

<http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,80296/afisin-sonsuz-gucunun-bilincinde-bir-buyuk-sta-mengu-e-.html> Erişim Tarihi: 13.07.2015

<http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,80296/yurdaer-altintas-ve-kultur-sentezi.html>
Erişim Tarihi: 17.07.2015

<http://www.yurdaeraltintas.com/biography.aspx> Erişim Tarihi: 17.07.2015

<http://vektorelcizim.net/afis-tasarlarken-nelere-dikkat-edilmeli> Erişim Tarihi: 06.10.2015

<http://ani.ipek.edu.tr/Pictures/files/animasyonun-dunu-bugunu.pdf> Erişim Tarihi: 24.11.2015

<http://www.bilisimdergisi.org/s147/> Erişim Tarihi: 24.11.2015

<http://www.beyazperde.com/filmler/film-123734/> Erişim Tarihi: 17.12.2015

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Köksal BİLİRDÖNMEZ
Doğum Yeri ve Tarihi	Erzurum, 1976
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fotoğraf Ana Sanat Dalı
Sanatta Yeterlik	Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetler/Sergiler	1998 Mayıs, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi “ Özgün Baskı Resim Sergisi”, Erzurum 1999 Haziran, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi “ Grafik Sergisi”, Erzurum 2006 Mayıs, “ Güneş Vakfı Karma Sergi”, Erzurum 2006 Nisan, Erciyes Üniversitesi, ÖYP. Sergisi (Öğretim Elemanı Yetiştirme Programı), Kayseri 2006 Mart, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, “ Sanat Mekan”, Trabzon 2007 Mayıs, 10. Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali Afiş Sergisi, Ankara 2007 Nisan, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü Öğretim Elemanları Sergisi, Erzurum 2007 Mayıs, Güneş Vakfı Uluslararası Karma

	<p>Sergi”, Erzurum</p> <p>2007 Mayıs, Güzel Sanatlar Fakülteleri Dekanlar Toplantısı ve Sergisi, Erzurum</p> <p>2007 Mayıs, Atatürk Üniversitesi, 50. yıl, Öğretim Elemanları Plastik Sanatlar Karma Sergisi, Erzurum</p> <p>2009 Mayıs, Güneş Vakfı Türk Şöleni II. Uluslararası Karma Sergi, Erzurum</p> <p>2010 Ocak, Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, “ Öğretim Elemanları Karma Sergisi” Erzurum.</p> <p>2010 Şubat, Türkiye Sanat Etkinlikleri Grubu, “ Buluşma 2 “, Erzurum Karma Sergisi, Erzurum.</p> <p>2010 Mart, “Erzurum Gravürleri”, Karma Sergi, Erzurum Büyükşehir Belediyesi Kültür Merkezi AVM. Erzurum.</p> <p>2010 Nisan, “Karışık Karma Sergisi” 12-17 Nisan, Atatürk Üniversitesi Sanat Galerisi</p> <p>2010 Mayıs, “ Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Öğrencileri Sanat Etkinliği Sergisi” 21 Mayıs, Güzel Sanatlar Fakültesi, Erzurum</p> <p>2012 Nisan, Erzincan Üniversitesi " Eğitim Fakültesi, Dünya Sanat Günü Uluslar arası Resim Sergisi", Erzincan</p> <p>2012 Haziran, İzmir Üniversitesi,"Uluslar arası Karma Resim Sergisi", İzmir</p> <p>2012 Haziran, Erzurum Emniyet Müdürlüğü, "Şiddete Hayır Uluslar arası Sergi", Erzurum</p> <p>2013 Ekim, Akdeniz Üniversitesi, " Osmanlıdan Yansımalar", Karma Sergisi, Kepez Belediyesi, Erdem Beyazıt Kültür Merkezi, Antalya</p> <p>2013 Ekim, Türkiye Sanat Etkinlik Grubu, " İzmir Buluşma VI" Karma Sergisi, İzmir Resim Heykel Müzesi ve Galerisi Müdürlüğü Turgut Pura Salonu,</p>
--	---

	<p>İzmir</p> <p>2014 Mart, Akdeniz Üniversitesi, " Kadın Gözüyle Erkek-Erkek Gözüyle Kadın", Ulusal Katılımlı-Jürili Karma Sergi, Kepez Belediyesi, Erdem Beyazıt Kültür Merkezi, Antalya</p> <p>2014 Mayıs, Atatürk Üniversitesi, " Tahsin Parlak Anısına", Karma Tasarım Sergisi, Sanat Galerisi, Erzurum</p> <p>2014 Mayıs, Antalya, Türkiye Sanat Etkinlik Grubu, "Buluşma VIII Antalya", Karma Sergi, Akdeniz Üniversitesi, Olbia Sanat Galerisi, Antalya</p> <p>2014 Nisan, Diyarbakır, Türkiye Sanat Etkinlik Grubu, "Buluşma VII Diyarbakır", Karma Sergi, Diyarbakır</p> <p>2014 Nisan, Kazakistan, Uluslar arası Karma Sergi, Kazakistan</p> <p>2015 Mart, Akdeniz Üniversitesi, " 8 Mart Dünya Kadınlar Günü" Nene hatun Karma Sergisi</p> <p>2015 Mart, Akdeniz Üniversitesi, "253 Sanatçı 253 Eser" Jürili Karma Sergisi,</p> <p>2015 Mart, Türkiye Sanat Etkinlik Grubu, "Buluşma IX", Ulusal Katılımlı Jürili Karma Sergisi, Kastamonu</p>
İş Deneyimi	
Stajlar	-
Çalıştığı Kurumlar	Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
İletişim	
E- Posta Adresi	koksal.bilirdonmez@atauni.edu.tr koksal.bilirdonmez@hotmail.com
Tarih	04.06.2015

