

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**1980 – 90 DÖNEMİNDE TÜRKİYE’DE
GRAFİK TASARIMIN PARÇALARINDAN
AFİŞİN SOSYO – EKONOMİK VE
KÜLTÜREL BOYUTU**

112 868

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

Tuğcan GÜLER

Danışman
Yard. Doç. Dr. H. Yakup ÖZTUNA

İZMİR
2002

-A Yemin Metni

Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak sunduğum **"1980 – 90 Döneminde Türkiye'de Grafik Tasarımın Parçalarından Afişin Sosyo – Ekonomik ve Kültürel Boyutu"**

ı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma şvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden ştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

.... / 07 / 2002

Adı SOYADI

Tuğcan GÜLER


İmza



TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü' nün 24/07/2002 tarih ve 16 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisan Üstü Öğretim Yönetmeliği'ninmaddesine göreAnabilim/ Anasanat Dalı yüksek lisans/doktora öğrencisi Tuğcan Güler'in 80 – 90 Döneminde Türkiye'de Grafik Tasarımın Parçalarından Afişin Sosyo – Ekonomik ve Kültürel Boyutu konulu tezi incelenmiş ve aday/...../..... tarihindeda jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 90 dakikalık sürede gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin başarılı olduğuna karar verildi.

BAŞKAN
Yrd. Doç. Dr. H. YAKUP GZTUNA

ÜYE
F. Dr. Ahuett SİPAHIOĞLU

ÜYE
Prof. M. M. SAGLAM

**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
KÜLTÜR VARLIKLARI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
KÜLTÜR VARLIKLARI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
KÜLTÜR VARLIKLARI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ**

No: Konu Kodu: Üniv. Kodu

Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Yazarın
Adı: GÜLER

Adı: Tuğcan

in Türkçe Adı : 1980 – 90 Döneminde Türkiye’de Grafik Tasarım’ın
Parçalarından Afişin Sosyo – Ekonomik ve
Kültürel Boyutu

in Yabancı Dildeki Adı : Socioeconomic and cultural changes in poster design,
a part of Graphic design. in Turkey between 1980-90

in Yapıldığı
İniversitesi: Dokuz Eylül Üniv. Enstitü: Sosyal Bilimler Ens. Yıl: 2002

Şer Kuruluşlar:

in Türü:

İksek Lisans: ☒

Dili: Türkçe

İktora: ☐

Sayfa Sayısı: 113

İpta Uzmanlık: ☐

Referans Sayısı: 73

İnatta Yeterlilik: ☐

İnz Danışmanlarının

İnvani: Yard. Doç. Dr.

Adı: H. Yakup

Soyadı: ÖZTUNA

İnvani:

Adı:

Soyadı

ürkçe Anahtar Kelimeler:

- Afiş
- Grafik
- Türkiye’de Afiş
- Grafik ve Afişin Tarihi
- Askeri Darbe

İngilizce Anahtar Kelimeler:

- 1- Poster
- 2- Graphic
- 3- Posters in Turkey
- 4- History of Poster and Graphic
- 5- Military Coot

Tarih: / 07 / 2002

İmza: Tuğcan GÜLER

ÖNSÖZ

İstanbul'u da kapsayan yedi senelik reklam ajansı deneyiminin ardından bir anda Araştırma Görevlisi olup okula döndüğüm gün içimde -itiraf etmek gerekirse- hafif bir şaşkınlık ancak hayatımı netleştirmekten dolayı da bir huzur vardı. Aynı zamanda biliyordum ki bu, "Amerikan Güzeli" filminde "Laster Burnham"ı canlandıran oscarlı oyuncu Kevin Spacey'in dediği gibi, "Hayatımın geri kalan kısmının ilk günü"ydü, bir başlangıçtı. Bu kalan kısım sürekli gelişerek devam edecek, eğitmenlikle beraber yeniden başlayan öğrencilik de bir yandan sürecekti.

Bu açıdan elinizdeki bu çalışma geri kalan kısmın ilk akademik çalışmasıdır. Beni bu konuda yüreklendiren başta danışmanım Yrd. Doç. Dr. H. Yakup Öztuna olmak üzere tez sırasında sık sık kendisini ziyaret ettiğim değerli hocam Uzman Ahmet Erinaç'a sonsuz teşekkür ederim. Ayrıca lisans ve yüksek lisans eğitimim süresince katkılarından dolayı Bölüm Başkanımız Prof. Dr. Ahmet Sipahioğlu, Prof. Gören Bulut, Prof. Ulufer Teker, Öğr. Gör. Cahit Onur ve Araş. Gör. Enver Akmaner'e de teşekkürlerimi iletmek istiyorum.

Çalışmalarım sırasında bana moral desteği sağlayan sayın Işık Ezber'e, ayrıca tezin teknik kısmında hiç sıkılmadan istediğim işleri büyük bir sabırla yapan arkadaşım, can yoldaşım Araş. Gör. Engin Doğan'a ve yaz sıcaklığında bana destek olan sevgili Didem Babayigit'e de ne kadar teşekkür etsem azdır.

İstanbul'dan İzmir'e döndüğüm günün sabahından beri, bana olan sevgilerini her zaman hissettiğim aileme bana verdikleri sonsuz destek, gösterdikleri sabır, anlayış ve "Bulunduğun yer, zirvedir!" sözünü benimsettikleri için çok teşekkür ediyorum.

Bu bir teşekkür metni olsun diye kaleme alınmadı aslında. Teşekkür ettiğim hocalarım, arkadaşlarım ve ailem elbette benim için olan önemlerini biliyorlar. Bu açıdan bu metni kaleme alma sebebim bu birlikteliğin kesintisiz sürmesini dilemek içindir.

ÖZET

“1980 – 90 Döneminde Türkiye’de Grafik Tasarımın Parçalarından Afişin Sosyo – Ekonomik ve Kültürel Boyutu” adlı bu tez üç ana bölümden oluşmaktadır. Konuya geçiş niteliği taşıyan ilk bölümde Afiş kavramının ne anlama geldiği, biçimsel özellikleri ve sanatsal süreçteki aşamalarından bahsedilmiştir. İlk bölüm afişin dünyadaki gelişimini ve vizyonunu incelemiştir. Ardından ikinci bölüme geçilmiştir.

İkinci bölümde afişin Türkiye’deki seyri üzerinde durulmuştur. Toplumsal olayların Türk Grafik ve Afiş sanatı üzerinde nasıl bir etkide bulunduğu üzerinde durulmuştur. İncelenen dönem, Cumhuriyet öncesinden başlamakta ve günümüze kadar gelmektedir. Ancak 1980 sonrasını içeren çalışma ağırlıklı olarak üçüncü bölüme bırakılmıştır. Türkiye’de gelişen sanat akımlarının sürükleyici ve bütünleştirici olmamasından dolayı sanatsal irdeleme sanatçıların yapıtları incelenerek yapılmıştır. Gerek ikinci gerekse üçüncü bölümdeki sanatçılar, dönemin tanınan ve saygı gören sanatçıları arasından seçilmiştir. Ürettikleri eserlerin tanındık olmasına ve uzun bir süre iş üretmiş olmalarına dikkat edilmiştir.

Üçüncü bölümde tez konusunun da cevabı olan 1980 - 90 arası dönem ve afişe etkileri incelenmiştir. Sosyo-ekonomik ve kültürel incelemenin ardından teknolojik gelişmeler ve sanatçılar bazında afiş sanatındaki gelişmeler ele alınmıştır. Dönemin kısa ve iki yönden de sabitlenmiş bir evre olması nedeniyle, incelenen sanatçı sayısı ikiyle sınırlandırılmıştır. Çünkü yukarıda da belirtildiği gibi seçilen sanatçılarda aranan en önemli nitelik tutarlılık ve sürekliliktir. Bu dönemde üretim yapan sanatçılar ya afiş konusuyla ilgilenmemişler ya da gelişen iletişim olanaklarının bir dezavantajı olarak özgün ve kalıcı iş üretememişlerdir. Bu açıdan döneme bakıldığında geçmişten geleceğe geçen ve tutarlı işler üreten Bülent Erkmen ve Sadık Karamustafa dikkat çekmektedir. İncelemeye giremeyen 90’lı yıllarda ise artan taleple daha çok sanatçı çıkacaktır.

Araştırmanın konusu “1980 – 90 Döneminde Türkiye’de Grafik Tasarımın Parçalarından Afişin Sosyo – Ekonomik ve Kültürel Devinimi” olduğu için inceleme ve çözümleme sırasında örnekler üzerinden gidilerek görsel olarak zenginleştirilmeye çalışılmıştır.

ABSTRACT

The thesis – The economic and cultural change of the poster as a part of design in the era 1980 - 1990 in Turkey- consists of three sections. In the first section, the concept of poster, its structural specialities and the development steps in the history of art has been discussed.

In the second part the emphasis is put on the poster in correlation with the Turkish recent history. The era examined covers the time prior to the foundation of republic up to the present day. In this colourful part of Turkish history the change in the art of poster and graphic has been studied parallel to the changes in society. Nevertheless the last thirty years starting from 1980's has been mostly considered in the third section of the thesis. Since the trends in Turkey do not follow a proper time line to be studied under a chronological order, the time line has been made according to the progress of artists in their career. Both the artists in the second and the third sections have been chosen among the ones that are well known and admired in their own era.

By the third section we shed a light on the effects of the period between 1980 - 1990 on the development of the art of poster. Following to the reveal of the socio-economic and cultural difference, several changes brought by the technology and the improvement according to the artists can be examined. For the era is short and limited in two sides the artists studied are also limited by two. The points looked for in the selection of artists were –as mentioned before– continuity and consistency. The rest and the most of the performers in this fast and limited period were either not interested in poster or could not cope with the technological developments and could not be unique or consistent. When we consider this era from this point of view Bulent Erkmén and Sadik Karamustafa are evident names. In the 90's where has not been covered in our study, we notice more artists who can find a place in the sector by the growing demand.

Since the subject of the research is "The economic and cultural change of the poster as a part of design in the era 1980-1990 in Turkey" I have exemplified the sections with concrete work of graphic and poster arts which also helped me in enlivening the thesis.

**1980 – 90 DÖNEMİNDE TÜRKİYE’DE
GRAFİK TASARIMIN PARÇALARINDAN
AFİŞİN SOSYO – EKONOMİK VE
KÜLTÜREL DEVİNİMİ**

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
RESİM LİSTESİ.....	vi
GİRİŞ.....	ix

**BİRİNCİ BÖLÜM
AFİŞ SANATI VE GELİŞİMİ**

1.1	AFİŞ VE AFİŞİN TANIMI.....	1
1.1.1	Afiş ve İletişim Süreci.....	4
1.1.2.	Afiş ve Türleri.....	9
1.2	SANATSAL SÜREÇTE AFİŞİN GELİŞİMİ.....	15
1.2.1	Art Nouveau ve Afiş.....	17
1.2.2	Alman Ekspresyonizm’i ve Afiş.....	20
1.2.3	Kübizm, Fütürizm, Dada ve Afiş.....	20
1.2.4	Sürrealizm ve Afiş.....	24
1.2.5	Pop Art, Op Art ve Afiş.....	24
1.2.6	Konstrüktüvizm ve Afiş.....	25
1.2.7	Bauhaus ve Afiş.....	26

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE AFIŞ SANATININ GELİŞİMİ

2.1	TÜRKİYE'DE AFIŞ SANATININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	28
2.1.1	Cumhuriyet Öncesi Grafik Sanatı.....	29
2.1.2	Cumhuriyet Dönemi Grafik Sanatı.....	30
2.1.3	Çok Partili Dönemden 1980'e Grafik Sanatı.....	33
2.2	TÜRK AFIŞ SANATININ TÜRK GRAFİK TASARIMI İÇİNDEKİ YERİ...	35
2.3	DÖNEMİN SANATÇILARININ AFIŞI ELE ALIŞLARI.....	39
2.3.1	Mengü Ertel.....	39
2.3.2	Yurdaer Altıntaş.....	41
2.3.3	Selçuk Önal.....	43
2.3.4	Fikret Akgün.....	43
2.3.5	Mesut Manioğlu.....	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

1980 - 90 ARASI DÖNEMDE TÜRKİYE'DE AFIŞ SANATININ SOSYO - EKONOMİK VE KÜLTÜREL DEVİNİMİ

3.1	DÖNEMİN SOSYO EKONOMİK DURUMU.....	47
3.2	TEKNOLOJİK İLERLEMELERİN AFIŞ SANATINA KATKISI.....	50
3.3	DÖNEMİN SANATÇILARININ AFIŞI ELE ALIŞLARI.....	53
3.3.1.	Bülent Erkmén.....	53
3.3.2	Sadık Karamustafa.....	55

SONUÇ BÖLÜMÜ

SONUÇ.....	58
KAYNAKÇA.....	63
RESİMLER.....	68

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Paul Schuitema, 1929.....	69
Resim 2: Willem Sandberg, 1940.....	69
Resim 3: Illinois Film Ofisi için Afiş, Mike Stees, 1997.....	70
Resim 4: İnsan Hakları Afişi, Ergin Tunçkan.....	70
Resim 5: Alkolizm Karşıtı Afiş, Greg Bokor.....	71
Resim 6: Urban Outfitters, Howard Brown, 1996.....	71
Resim 7: Deneysel Sanat Sergisi için Afiş, Neville Brody, 1995.....	71
Resim 8: Sergi Afişi, Bülent Erkmen, 1988.....	72
Resim 9: Dans Gösterisi Afişi, Jan C. B. Sluyters, 1922.....	72
Resim 10: Sergi Afişi, Hendrius T. Wijdeveld, 1928.....	72
Resim 11: Sergi Afişi, Walter Nikkels, 1987.....	72
Resim 12: Ticari Afiş, Kees Meys, 1937.....	73
Resim 13: Esso Yağları, Jean Walther, 1935.....	73
Resim 14: Armani Saatleri için Afiş, David Carson, 1997.....	73
Resim 15: Pamukbank için Afiş, Murat Egemen, 1988.....	73
Resim 18: İdeolojik Afiş, Tasarımcısı bilinmiyor, 1928.....	74
Resim 19: İdeolojik Afiş, Jane Weeks – John Miller.....	74
Resim 20: Savaş Karşıtı Afiş, Uwe Loesch, 1995.....	74
Resim 21: Erkek Hakları için Afiş, Shigeo Fukuda, 1990.....	74
Resim 22: Silahlanma Karşıtı Afiş, Uwe Loesch, 1989.....	75
Resim 23: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	75
Resim 24: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	75
Resim 25: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	75
Resim 26: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	76
Resim 27: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	76
Resim 28: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	76
Resim 29: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	76
Resim 30: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	77
Resim 31: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000.....	77
Resim 32: Otomobil Fuarı için Afiş, Jakob Jangma, 1932.....	77
Resim 33: Mimariyle İlgili Bir Afiş, Paul Schuitema, 1972.....	77
Resim 34: Sergi Afişi, Francesca Pettit, 1980.....	78

Resim 35: Festival Afişi, Sadık Karamustafa, 1989.....	78
Resim 36: Opera Afişi, Shigeo Fukuda, 1987.....	78
Resim 37: Kültürel Afişler, Kari Piipo, 1990-1998.....	78
Resim 38: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1990-1998.....	79
Resim 39: Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1990-1998.....	79
Resim 40: Abdi İpekçi Yarışmasında Birinci Olan Afiş, 1988.....	79
Resim 41: Sosyal Afiş, Uwe Leusch, 1989-1998.....	79
Resim 42: Sosyal Afiş, Uwe Leusch, 1989-1998.....	80
Resim 43: Sosyal Afiş, Uwe Leusch, 1989-1998.....	80
Resim 44: Sosyal Afiş, Uwe Leusch, 1989-1998.....	80
Resim 45: Sam Amca Afişi, 1914.....	80
Resim 46: Rosta Afişleri, Mickhail Cheremynkh, 1919.....	81
Resim 47: Afiş, Lautrec, 1896.....	82
Resim 48: Afiş, Mucha, 1898.....	82
Resim 49: Afiş, Mucha, 1896.....	82
Resim 50: Afiş, Manet, 1868.....	82
Resim 51: Afiş, Cheret, 1894.....	82
Resim 52: Afiş, Lautrec, 1895.....	82
Resim 53: Afiş, Lautrec, 1899.....	82
Resim 54: Afiş, Otto-Stahl-Arpke, 1919.....	82
Resim 55: Afiş, Schultz Neudamm.....	83
Resim 55: Afiş, Schultz Neudamm.....	83
Resim 56: Afiş, Kirchner.....	83
Resim 57: Afiş, Rodschenko, 1923.....	83
Resim 58: Afiş, Rodschenko, 1925.....	83
Resim 59: Afiş, Raoul Hausmann, 1920.....	83
Resim 60: Afiş, Tristan Tzara, 1921.....	83
Resim 61: Dergi Kapağı, Raoul Hausmann, 1920.....	83
Resim 63: Afiş, Herbert Matter.....	83
Resim 64: Afiş, Mexico 68 için.....	84
Resim 65: Afiş, Rodschenko.....	84
Resim 66: Sayfa Tasarımı, Maholy-Nagy, 1923.....	84
Resim 67: “Tarih-i Hind-i Garb-i”den resimler, İbrahim Müterferrika.....	84
Resim 68: Tercüman-ı Ahval’de bir kasa reklamı, 1864.....	84

Resim 69: Türkiye'nin ilk reklam ajansı Ilancılık Ltd.'nin kendi ilanı, 1984.....	84
Resim 70: İnhisarlar (Tekel) İdaresi için bir afiş, 1937.....	84
Resim 71: Sümerbank Afişi.....	85
Resim 72: Afiş, İhap Hulusi.....	85
Resim 73: Afiş, İhap Hulusi.....	85
Resim 74: Afiş, Mengü Ertel.....	85
Resim 77: Afiş, Mengü Ertel.....	86
Resim 78: Afiş, Yurdaer Altıntaş.....	86
Resim 79: Afiş, Yurdaer Altıntaş.....	86
Resim 80: Afiş, Yurdaer Altıntaş.....	86
Resim 81: Prospectus, Selçuk Önal.....	87
Resim 82: Emlak Bankası Afişi, Fikret Akgün.....	87
Resim 83: İpana Afişi, Fikret Akgün.....	87
Resim 84: Anne ve Çocuk Sağlığı için Afiş.....	87
Resim 85: Okçuluk Afişi, Bülent Erkmen,1986.....	88
Resim 86: Caz Konseri Afişi, Bülent Erkmen, 1988.....	89
Resim 87: Sergi Afişi, Bülent Erkmen, 1988.....	90
Resim 88: Konser Afişi, Sadık Karamustafa, 1988.....	91
Resim 89: Su Topu Müsabakası için Afiş, 1988.....	92
Resim 90: Tiyatro Afişi, 1987.....	93

GİRİŞ

Çalışmanın sınırlarını belirleyen faktör Afiş Sanatının Türkiye’de tarihsel süreç içindeki yeridir. Araştırma 1980 – 90 arasıyla sınırlanmıştır. Neden sonuç ilişkisi içinde olayları değerlendirmek amacıyla yaklaşıldığında, Türkiye’deki sosyal, Cumhuriyet’ten 1950’lere kadar olan dönem, 1950 – 1980 arası dönem, 1980 – 1990 arası dönem ve 1990’dan günümüze kadar olan dönem. Tüm bu dönemler, toplumu sarsan önemli olaylara neden olmuş diğer önemli bir gelişmesine yardım etmiştir.¹

Tüm dönemler içinde 1980 – 90 arası dönem Türkiye’nin sosyo-ekonomik ve kültürel anlamda en köklü değişimlere maruz kaldığı dönemlerden biri olmuştur. 12 Eylül askeri darbesi sonrasında ülkede bir takım dengeler hızla değişmiştir. Uzun yıllar süren terör ortamı sonrasında demokrasi çabalarına başlanabileceği konusunda umutlar belirmiştir. Bu dönemde alınan pek çok karar, yapılan pek çok düzenleme etkisini sonra gösterecektir. Yıllarca güvensizlik ve terör ortamında kaybedilen zaman 1980 sonrasında kazanılmaya çalışılmış; sanayide, iletişimde büyük adımlar atılmış, Türkiye dışa açılma hamlelerine girişmiştir. Ne var ki askeri darbe ve peşinden üç yıllık bir dönemi kapsayan sıkıyönetim süresince toplumun aydın kesimine hemen her alanda büyük darbe indirilmiştir. Bunun doğal sonucu olarak toplumun gelişimine ışık tutacak aydınların yokluğu meydanın boş kalmasına ve Türkiye’nin o zamana kadar getirdiği kültür mirasının ayırdında olmayan kişilerin bir takım yanlış adımlar atmasına neden olmuştur. Kaçan treni yakalama çabaları da toplumsal anlamda boşluklara neden olurken özenle yerleştirilen ve etkisini özellikle 90’larda gösteren yolsuzluk ekonomisinin, kültür ve değer yargıları üzerindeki etkileri görülmeye başlanmıştır. Ayrıca uzun yıllar süren terör ortamı sonucu kabul edilen anayasa, kişisel hak ve özgürlükler konusunda geçmiş anayasaların gerisinde kalmakta ve bir takım kısıtlamalar içermektedir.

Tarih boyunca tüm sanat akımları toplumsal olaylardan etkilenmiş, toplumsal olayları etkileyebilmiş ve yaptığı öncülükle zamanının ötesinde kavramlar üreterek düşüncenin gelişimine yol açmıştır. Özellikle sanayi devriminden sonra sanat, insanların duygu, düşünce ve sorunlarını en iyi yansıtan araç olmuştur. Sanayi devriminin oluşturduğu koşullarda tüm

¹ Akt. Ahmet Erinaç. 1980 Sonrası Dönemde Tiyatroda Depolitizasyon, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir, 2002

“geleneksel” sanat ve bağılı açılımları reddedilmiş, özellikle el sanatları ve zanaat hor görülmüş, sanayi üretimi karşısında aşağılanmıştır. Hemen ardından gelen makineleşme ve statik yaşamın zorluğuna ilişkin belirtiler sanatçılar tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Sanayi devrimini ilk yaşamış ülkelerden İngiltere’de William Morris öncülüğünde kimlikli tasarım, sanat ve zanaat işbirliği gibi konular üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Morris’e göre, iyi tasarım üretmeyen bir toplumun, kusurlu ilkeler sistemi içinde bulunması gerekmektedir. Morris’in sistemine göre ise, sanatçı-zanaatçı-tasarımcı, yaptıklarının sorumluluğunu üstlenmelidir.² Koşulların sanatçılar üzerinde oluşturduğu baskı, ayrı yerlerde, ayrı sanatçıların eşzamanlı olarak aynı şeyleri düşünmesine ve geliştirmesine neden olmuştur. Bunun en canlı örneği olarak Dada hareketi ele alınabilir. Amerika’da ve İsviçre’de aynı şeyleri düşünen ve yaşayan sanatçıların oluşturduğu kavramlar Dada hareketini oluşturmuştur. Her ne kadar hareketin temelleri Viyana’da Cabaret Voltaire’de atıldıysa da sürekliliği benzer katılımlarla güçlenmiştir.

Dada hareketi’nin XX. yüzyıl Avant Garde yolculuğundaki aşamaları imleyen yazınsal ve sanatsal okullardan, öncelikle ortaya çıkışına neden olan koşullar bakımından ayrılır. Gerçekten de gözlerini 1916’ya doğru, İsviçre ve Amerika’da eşzamanlı olarak, ve bu iki kökensel dal arasında herhangi bir iletişim varlığı kesinlikle ortaya konabilmeksizin, dünyaya açmıştır.³

Bu neden-sonuç incelemesinde Grafik Tasarım’ın parçalarından biri olan afişin seçilmesinin ise önemli nedenleri vardır. Nasıl ki Grafik Tasarım’ın doğuşu Gutenberg’in icat ettiği matbaaya dayanırsa günümüz kitle iletişimi ve reklamın doğuşu da afişe dayandırılabilir. Endüstri devrimi sonrası burjuva ve proleterya sınıflarıyla oluşan ilgi de afişin doğuşunu hızlandırmıştır. Almanya’da Jugendstil olarak da bilinen Art Nouveau yıllarında Fransa, sahip olduğu özgürlükçü ortam ve beraberinde gelen entelektüel bilinç ile afişin doğuşunda büyük rol oynamıştır. Özellikle kadının toplum içindeki yerini yüceltmeye yönelik afiş çalışmaları yapan Cherét gibi sanatçılar bu bilincin getirdiği ivmeyi sanata yöneltmişlerdir.

1881’e basın özgürlüğü ile ilgili bir yasa, pek çok sansür ve sınırlamaları kaldırdı ve posterlerin kiliseler, seçimler ve resmi bildiriler için izinli alanlar

2 Nurcihan Özkan, 1950 sonrası Türkiye’deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001

3 Michel Sanouillet, Dadacılığın Kökleri: Zürih ve New York, Çeviren Turhan Ilgaz, Modernizmin Serüveni, Hazırlayan Enis Batur, İstanbul, 1997, s.303

dışındaki her yere asılmasına izin verildi. Bu yeni yasa, tasarımcılara, ressamalara ve afiş sanatçılarına patlayan bir afiş endüstrisi bıraktı. Her sokak, halka açık bir sanat galerisine dönüştü ve en yoksul işçi bile etrafın imgeler ve renklerle donandığını gördü.⁴

Yüz yılı aşkın bir kültüre sahip olan Afiş Sanatı, Grafik Tasarım'ın zirvesinde yer alan ve Grafik Tasarım'ın özünü, misyonunu en iyi anlatan sanat dallarından biridir. Grafik Tasarım'ın var oluş nedeni olan "mesaj" ve üretilen eserlerin çoğaltmasıyla gerçekleşen, "iletişim" bir afiş oluşturmada ele alınan öğelerdir.

Afiş, dikkatinizi çektiği anda sizinle özel bir ilişki kurmuş ve böylece işlevini yerine getirmiş olur. Gücü de buradan doğuyor.⁵

Afiş Sanatı'nın Türkiye'de ve dünyada, reklamın kazandığı başarılarla ve Grafik Tasarım'ın ticari yönü konusunda karşılaştığı eleştirilere karşın halen kültür ve sanat alanında güçlü bir kimliği vardır. Hiçbir zaman tam anlamıyla ticari bir meta olmamıştır. Doğuşuna etken olan şartları halen geçerli ve etkilidir.

Çalışma konusu afişle sınırlandırıldığı halde gelişim aşamalarını sağlıklı bir şekilde aktarabilmek için Grafik Tasarımdan da yararlanılacaktır. Her ne kadar afiş, Grafik Tasarım'ın en güçlü dallarından biri olsa da ana başlık altında incelenmesi ve değerlendirilmesi, kavramların yerlerine oturması açısından daha doğru olacaktır.

Türkiye'de üretilen Grafik Tasarım ürünlerinin tipografik ve soyut değil de nispeten figüratif ya da resimsel olması araştırma açısından herhangi bir zorluk çıkarmayacaktır. Çünkü burada önemli olan görsel sınıflandırma değil, Türkiye'de Afiş Sanatı'nın çevresel olaylarla biçimlenme halidir. Bu gelişmeler sonucunda oluşan görsel formun nedenleri de ortaya çıkacaktır.

Diğer yandan Türk sanayisinin gelişmesi, üretim oranının artması ve özellikle yabancı sermaye girişiyle ekonomide yaşanan büyüme, reklamdan dolayı Grafik Tasarım'a olan ilgiyi arttırmış, yoğun bir talebin doğmasına neden olmuştur. Gelişen ekonomi ve güven ortamının beraberinde getirdiği sosyal

4 A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, Van Nostrand, Reinhold, second edition, ss 191

5 Mengü Ertel, Milliyet Sanat Dergisi

yaşam da Grafik Tasarım'ı besleyen çalışmaları doğurmuştur. Sektörden gelen yoğun ilgiyle üniversitelerin "Grafik" bölümlerinin verdiği eğitim önem kazanmaya başlamıştır. Böyle bir ortamda afişin gelişiminde de büyük ivmeler olacağı şüphesizdir.

Her ne kadar 1980 sonrası ithalat kolay ve teşvik edilir bir hale gelmiş, özellikle teknolojiye ve grafik tekniğinde büyük gelişmeler kaydedilmişse de, bu döneme ait bir diğer özellik de "bilgisayarsız" olarak adlandırılabilmesindedir. Özellikle bilgisayarın yoğun kullanımıyla nicel olarak artan Grafik Tasarım ürünlerinin getirdiği yavanlık henüz bu yıllarda yoktur. Grafik Tasarım, genelde okullu uzman kişilerin elinde yaşayan bir alandır. Bilgisayarın getirdiği teknik mükemmelliğe henüz ulaşamamıştır ama nicel yoğunluktan ötürü kalitesizlikle de tanışılmamıştır daha.

1980 sonrası Türkiye'sinin Grafik Tasarım ve dolayısıyla afiş konusunda kat ettiği mesafeler ve dünyayı yakalama çabalarını besleyen en büyük olgunun ekonomik alandaki gelişmeler olduğu anlaşılmıştır. Her ne kadar bunlar ticari talepler olsa da belli bir düzeyde nitelik arayışları başlamıştır. Öte yandan kaçan treni yakalama çabasıyla havada kalan pek çok iş üretilmiş ancak Grafik Tasarım tarihine geçememişlerdir. Genel olarak bu dönemi incelediğimizde temsili demokrasiyi uygulamaya geçiş ile başlayan yumuşama eğilimleri toplumun her köşesine yayılmış ve dönem sonuna doğru belli bir çizgi dahilinde işlerin üretimine geçildiği görülmüştür.

Bu dönemde yaşanan bir diğer dinamik de ulusal ölçekte bir Grafik diline olan gereksinimdir. Zira bunun eksikliği zaman zaman kimliksizliğe yol açmıştır. Ancak 80'li yıllar öncesinden gelen Grafik Sanatçıları ve onları takip eden kuşakla bir yere kadar kendi kimliğini yaratabilmiştir. Bunun başarılı uygulamaları vardır.

Konu görsel sanatlara dayalı gelişimde toplumun devinimiyle ilerleyişi olunca, inceleme yöntemi de değişkenlik göstermektedir. Afişi tek başına konu olarak ele alıp incelemek ve çözümlemesini yapmak, Türkiye'deki sanat ve tasarım tarihi açısından bakıldığı zaman pek olanaklı görünmemektedir. Ayrıca ele alınan dönem kısa sayılabilecek bir dönem olduğu için yapılacak en iyi

araştırmanın toplumun dönem içindeki karakterini yansıtarak, sanatçıların ve yapıtlarının incelemesi olduğuna karar verilmiştir.

Çalışmanın genel problemi Türkiye'nin son derece hızlı kabuk değiştirdiği dönem olan 1980 – 90 arasının Afiş Sanatı üzerindeki etkilerini Grafik Tasarım altında ortaya çıkartmaktır. Ortaya çıkanları neden sonuç ilişkisi içinde değerlendirmek de toplumun yapısıyla olan benzerliklerini bulmaktır. Böylece tersi bir çözümleme yapılabilir ve üretilen işlerle de toplumsal olayların karakteri algılanabilir.

Toplumun yapısı ve özellikle topluma yön veren hareketler incelenirken özellikle tarafsız kaynaklara başvurulmuştur. Çalışmaları incelenen sanatçılarda da salt 1980 – 90 arası dönemde değil sonrasında da adını başarıyla duyurabilmiş olanlar, kısacası istikrarlı bir çizgisi olanlar dikkate alınmıştır. Seçilen işlerde işlevini tamamladığı halde dikkat çekiciliği süreler değerlendirmeye alınmıştır. İster afiş olsun ister başka bir eleman, iyi bir Grafik Tasarım ürünü, görevini tamamladıktan sonra tarihsel süreçte yer alandır. Bu aşamadan sonra Grafik Tasarım tarihine taşıdığı misyonu aktaracak ve yapıldığı dönemi anlatacaktır. Bu çalışmanın doğal sonuçlarından biri de görsel olarak oluşturulan bir içerik derlemesi şeklinde olacaktır.

Çalışmanın hazırlanmasındaki bir diğer neden de günümüzde de devam eden içi boş tasarım üretimidir. Gerek afiş, gerekse Grafik Tasarım'da lokal bir dil oluşumu içerik açısından dolu işler üretilmesine bağlıdır. Bu çalışmada toplumsal olayların şekillendirilmesi üzerine yoğunlaşılacak ve sağlam içerikle beslenmenin, kalıcılığa olan pozitif etkisi de bir anlamda anlaşılmış olacaktır.

Ulusların sanat tarihi, sanatçılar bazında incelendiğinde genelde görülür ki, sanatsal atılımlar kişilere bağlı değildir. Özellikle, yaşanan olaylara paralel düşünülürse, pek çok sanat akımının olduğu 20. yüzyılda bile akımların sanatçılarla geliştiği ancak atılımın sanatçı kimliği olan her sanatçıdan gelebildiği görülmektedir. Her sanatçı bir ya da bir kaç akım içinde bulunabilmiştir. Karşı olduğu akımlara anti tez üretebilmiş, kendince sanat tarihinde bölümler yapabilmıştır. Üstelik tüm bunlar bir ekol ya da sanatçı geleneği olarak devam etmiştir. Her yeni gelen sanatçı bu misyonu sürdürmüştür. Bunun Türkiye'deki

yansıması ise tartışılmaktadır. 1980 öncesinden gelen, Afiş Sanatı'na ve Grafik Tasarım'a gönül vermiş Türk sanatçıları sonrasında, onlardan misyonu devralacak kişilerin yokluğu Türk Afiş Sanatı açısından düşündürücüdür. Türkiye'nin yaşadığı dönemler ve bu dönemlerin sonuçları; reklam sektöründe gösterilen ivmenin Afiş Sanatı'nda ne kadar gösterilebildiği de araştırılması gereken konular arasında yer almaktadır.

Türkiye'de sanat ya da tasarım tarihi araştırılırken ortaya çıkan en büyük problemlerden biri olan kaynak eksikliği de tez ve tezin ışık tuttuğu yönde çözümlenmiştir olacaktır.

İncelenen dönem itibariyle Türkiye'de iletişim alanında atılan adımların ülkeye kısa sürede yansıması her alanda olduğu gibi Afiş Sanatı alanında da büyük değişimlere yol açmıştır. Bu gelişimlerin Afiş Sanatı'na katkıları da araştırma amaçlarından biridir. Öncesinde kısıtlı olan ya da gergin ortam nedeniyle kısıtlanan iletişim, Türkiye'nin dünyayla olan bağlantısını neredeyse kopma noktasına getirmiş, dünyada olup biten son derece sınırlı düzeyde bir azınlığın özel zevki haline gelmiştir.

Hazırlanan bu çalışmada asıl amaç, sanat ya da tasarım tarihinde yaşanan hareketleri nedenleri ve oluşum süreçleriyle beraber incelemek ve bu olayların tasarım tarihine nasıl yön verdiğini gözleme isteğidir. Tasarım tarihi ve tasarımın oluşma süreçleri sanattan ayrılamayacağı için, inceleme sırasında var olan ortak noktalardan yararlanılacaktır.

Bir diğer amaç afişin Arts&Crafts hareketinden bu yana kaynağını saptamak ve bunu Türkiye'ye uygulamaktır. Tarihsel süreç içinde afişin gelişimi her ne kadar tez başlığı değilse de konunun doğru kavranması amacıyla yapılan bu literatür incelemesi afişin Türkiye'deki seyri hakkında bilgi verebilecektir.

Türkiye'nin ne tür süreçlerden geçtiğinin görülebilmesi, ne tür süreçlerden geçmesi gerektiğinin öngörülebilmesi açısından son derece önemlidir. Genelinde bir yakın tarih incelemesi de olan bu çalışma eylem - sonuç uyuşmasına dikkat çekebilecektir.

Çalışmanın taşıdığı önem, afiş alanında yapılan çalışmanın sayıca çok olmasına karşın içerikle uyuşması açısından farklı bir bakış açısı getirmeye çalışmasıdır. Bu amaçla bilgiler amaca uygun bir plan dahilinde kurgulanmış olaylar ve yansımaları net bir şekilde ifade edilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

AFİŞ SANATI VE GELİŞİMİ

1.1 AFİŞ VE AFİŞİN TANIMI

Afiş, kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesaj veren bir iletişim aracıdır. Afiş, sokaktaki sanattır; bir başka deyişle bir kent sanatı, çağdaş kent ürünü ve endüstri devrimiyle beraber ortaya çıktığı için de uygarlık göstergesidir. Bilgi verme, propaganda veya ticari amaçla kullanılan afişler resimli veya resimsiz bir metin içerebilir ve kağıt, kumaş vb çeşitli yüzeyler üzerine uygulanabilir. Afiş, gazete ilanları gibi saptanmış, düzenli alıcılara değil, geniş kitlelere hitap etmektedir. Fakat, hem kitle, hem de bireyler üstünde ideolojik ve estetik bir baskı yaratır. Beğenileri, alışkanlık ve düşünce biçimini yönlendirmesi açısından da moda alanında belirleyici bir etmendir. Böylece afiş, gerek estetik düzlemde, gerek insan davranışlarını etkileme düzleminde önemli bir rol oynar.

İnsan kitlelerinin en çok bulunduğu yerlere, mekanlara, yol kenarlarına asılan afişler yaşamın bir parçası olmuşlar, özellikle kentlerde, çevre düzenlemesine gerçek bir üslup kazandırmışlardır. Sürekli aklında düşünceler olan, kendine ve çevresine karşı sorumlulukları olan, hayatı çok parçaya bölünerek programlı yaşamak zorunda olan günümüz insanını çevrelenmiş dünyasından ayırıp, dikkatini çekmeye çalışmak afişin temel amacıdır. Günümüz toplumlarında kişilerin afişleri durup inceleme gibi bir imkanı bulunmamaktadır. Bu nedenle afiş, kişinin dikkatini çekecek şekilde olmalı ve bu kısa süre içinde, bilgileri önem sırasına göre bir anda aktarabilmelidir.

Afişin başarısı; vuruculuğuna, inandırma gücüne ve algılanma kolaylığına dayanır. Dikkat edildiği gibi algılanma kolaylığı üçüncü sıradadır. Çünkü ne kadar kolay algılanırsa algılsın, tasarlanırsa tasarlsın, Afiş, ilk başta izleyicinin ilgisini çekebilmek için bir kıvılcım atmalıdır (Resim 1).

Bir afişin insan belleğinin bir anda kavrayabileceği çarpıcı görüntüsüyle kendini kabul ettirecek “görsel bütünlük” içermesi gerekmektedir. Başarısı, düzenleniş biçimine, görselinin yalınlığına ve sözcüklerin plastik bir leke gibi yerleştirilmiş olmasına bağlıdır. ⁶

⁶ Gülhan Apak, Türk Grafik Tasarım Süreci İçinde Cumhuriyetten Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi ve Tanıtım ve Toplum İlişkileri İçindeki Yeri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 1992, s.85

Afişin grafik tasarım bölümü, estetik değerlendirmelere başvurulmadan incelenemez. Fakat bir reklam afişi ele alınırsa, sanatsal yaklaşım açısından başarılı olmasını sağlayan yöntemler belirlenebilir. Bu yöntemlerden bazıları Elen'in "l'Affiche signes, inctions (Afiş, gösterge, işlevler)" adlı yapıtındaki tanımlamalara başvurularak şöyle sıralanabilir:

Görsel-dilsel karşılaştırma; örneğin, bir çiçek resmi, sunulan metne dayanılarak bir güzellik ürünüyle bağdaştırılır,

Şiirsel-dilsel benzeşme; sunulan resim ile metnin ortaya koymak istediği işin arasında gizli bir bağlantı vardır,

Görsel birleştirme; iki resim birleşerek, kaynaşarak bir üçüncü resim, bir "süper resim" oluştururlar,

Lüks maddeleri özel sözcüklerle belirtme; örneğin; bir parfüm şişesi resminin çizilmesi ve yalnızca bu parfümün markasının belirtilmesi vb.

Bu arada, iki söz sanatı tekniği de önemlidir,

Görsel ya da dilsel açıdan abartı örneğin; "12000 kez büyütülmüş bir bezelye";

Eğretileme; tanıtılacak ürünün resminin güzel ya da doğal bir şeyin yerine geçmesi ya da bunun tersi; örneğin, yün yerine kadın saçları, soğuk bir içecek yerine bir dağ buzulu resmi konması ...vb⁷

Yalnızca afiş sanatına özgü bir teknik ya da üslup yoktur, desen, grafik, kolaj, fotoğraf, fotogravür ve fotoğrafçılıkta kullanılan teknikler kullanılabilir (Resim 2).

Afişi tasarlayan sanatçı her tasarımında kendini değişik amaçların gerektirdiği, değişik niteliklere göre yönlendirir. Gerçeküstü üslup, geometrik biçimler ve soyutlama Afiş Sanatı açısından başarılı sonuçlar yaratmış, öte yandan belli bir alanda serbestçe yansıtılmış figüratif biçimler, dinamik durumlarından dolayı her zaman daha etkili olmuşlardır. Tek düzelik ve basmakalıpçılık, afişte kaçınılması gereken tehlikelerdir.

Afiş, hangi amaçla olursa olsun, nasıl hazırlanırsa hazırlansın, bir görüşte anlaşılabilen bir mesajı içermelidir (Resim 3).

7 Nuray Kıvançlı, Görsel Medyada Yer Alan Afişe Renkleri Açısından Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 1994, s.2

Ayrıca afişin ticari yönü yanında estetik yönü de önemlidir. Bazı sanatçılar salt bu yönden afişler hazırlamışlardır. Afiş yapımcılığı gelişen teknoloji, sipariş verenlerin taleplerindeki nitelik artışı gibi nedenlerle bir ekip çalışması haline gelmiştir; fotoğraf yönetmeni, illüstratör, metin yazarı tarafından oluşturulan güç birliği grafik tasarımcı tarafından estetik olarak düzenlenip harmanlanarak tasarım oluşturulur.

Resmin sınırlarını da zorlayan bu sanat formu, ortaya çıkışından günümüze değin ayrı bir anlatım türü olarak geçerliliğini sürdürmektedir. Günümüzde kitle iletişimi çok önem kazanmıştır ve afiş bu sistemin bir parçasıdır. Toplu yaşamının getirdiği gereksinimler sonucu ortaya çıkmıştır.

Afişin konumu ülkeden ülkeye farklılık gösterir. J. Müller Brockman, bir kitabında “Bir ülkede duvarlarda görülen afişler, o ülke kültür ve beğenisinin barometresi, göstergesidir” der.⁸

Bir grafik çalışmasında, uyumsuz gibi görünen “güzel” ve “yararlı” kavramları, aslında birbirini tamamlayan kavramlardır. Grafik sanatçısı da ileteceği mesajı insanlara (veya alıcıya) en kısa yoldan, en iyi, en doğru biçimiyle vermekle yükümlüdür. İşte afiş, bu “güzel” ve “yararlı” kavramlarını tek bir beyaz kağıt üzerinde birleştirir.

Son elli yılda, basın, sinema, TV gibi araçların gelişmesi, bir iletişim aracı olarak afişin etkinliğini epeyce sınırlamıştır. Afiş sanatı sokakların sanat galerisidir ve afiş her zaman, duvarda, panoda, işlevini yerine getirdiği yerde güzeldir.

Afiş kavramı, doğasında bir sipariş temeline dayanmışsa da, afiş sanatçıları, kendi sanatsal kaygıları, algıları ve görüşleri doğrultusunda bireysel mesaj iletimi ve fikirleri için salt sergi amaçlı afişler üretebilirler. Her ne şekilde olursa olsun bir grafikçinin afiş ürünü vermesi, kıran kırana bir dövüştür. Düşman: müşteri, teknik koşullar, parasal ilişkiler, alıcı ya da kitle olabilir. Grafik sanatçısı, tasarımın iç dinamiği diyebileceğimiz, mesajın can damarı “fikir”i, yukarıda sayılan dışsal etkenlerden süzüp, yapıt olarak gün ışığına çıkarır. Oldukça karmaşık bir süreci firesiz atlatabildiği ölçüde de başarılıdır.

⁸ Sandoz Bülteni, “Türk Grafik Sanatında Gençler”, sayı:1, 1981, s.19

1.1.1 Afiş ve İletişim Süreci

Endüstri dünyasının yarattığı yeni dünya düzeninin ürünü olan afiş, makineleşme karşısında küçülen insanın iletişim dili olmuştur. Çalışan ve üreten insanların ulaştığı üretim bilinci, onları, yaşamlarının anlamlarını sorgular hale getirmiştir. Bunun doğal sonucu olarak iletişim olanakları (araç ve gereçler) gelişmiş ve endüstri, bilim, sanat ...vb etkenlerin sınırları genişlemiştir .

İletişimin teknik olanaklarındaki gelişimin en belirgin hali kitle iletişimde kendini göstermiş ve toplum yaşantısına yeni boyutlar getirmiştir. Haberleşme, toplumsal kalkınma sorunun etkenlerinden de olduğu için, ülkelerin, diğer ülkelerle bağlantı kurabilme güçlükleri oldukça azalmıştır; Radyo, TV, afiş ...vb kaynaklar diğer ülkelerin yaşam biçimleri ve kültürleri hakkında bilgi edinmemizi sağlar duruma gelmişlerdir (Resim 4-5).

Bu gelişmelerin ışığında diyebilir ki Afiş Sanatı iletişim kavramı içinde ele alınmalıdır. Ortada bir bilgi alışverişi vardır. Bilgi ya da mesaj basılı ve çoğaltılmış bir görüntü ile iletilir. Bulunduğu yer ne olursa olsun kişilere yerinde ve dozunda ulaşır. Çünkü Afiş, birçok hedefe geniş alan ve zaman içinde ulaşabilir. Her gün duvarlarda görülüp belleklere yerleşen imgeler, ifadeler ve hepsinden önce bilinçaltı mesajları, kişinin çoğu zaman kendini yakın hissetmesini sağlamaktadır. Bu da afişin işlev yönünden başarıya ulaştığını göstermektedir.

Soruna iletişim açısından bakıldığında bilgi ya da mesaj iletmenin belli kuralları olduğu görülebilir.

Afiş ve Algılama

Algılamak gösterge bütünlerini görmektir. Algı bir etki değil, bir etkileşimdir. Alıcılar duyu organlarından oluşur. Algılamadan bahsedilebilmesi için hem algı kaynağının hem de algılayanın özelliklerinin örtüşmesi ve denk olması gerekmektedir. Herhangi bir şekilde buların teki bile tutmuyorsa orada bir "algılama"dan bahsedilemez. Afiş Sanatı özünde mesaj ilettiği ölçüde başarılıdır. Mesajın iletilmesi de bir anlamda mesajın algılanması demektir. Bu durumda

Afiş tasarlayan sanatçının ya da ekibin mesajın iletileceği kitleyi iyi saptaması ve buna göre bir iletişim dili oluşturarak afişini tasarlaması gerekmektedir. Ancak bu şekilde iletişim denen iki uç birleşir ve algılama süreci başlar.

Biçim ve zemin algısal kümeleme ve örgütlenmede önemli kavramlardır. Nesneler, kişiler, olgular ya da ilişkiler bir zemin üzerinde algılanır. Görsel mesaja iyi bir örnek olan afişin işlevi, alıcıya daima biraz fazla bilgi, biraz fazla orijinallik getirir. Buna afişin “Algısal Zenginliği” denir.⁹

Bu özellik afişe, diğer görsel sanatlara göre daha gerekli, evrensel bir nitelik ve işlev kazandırmaktadır. Kullanılacak imgelerde hedef kitlenin de süzebileceği, geliştirebileceği imajlar ya da biçimler olmalıdır. Çünkü, iki insan arasındaki iletişim bütünü, aslında farklılıkları yansıtmaktan ziyade ortak özelliklerin ortaya konmasıyla gerçekleştirilebilir. Görsel simge ya da yazıların anlamı kendisinde değil, onu kullanan ve anlayandır.

Algılama sürecinin algılayıcı açısından dört basamağı vardır.

- 1- Algılama,
- 2- Hafızaya kaydetme,
- 3- Rasyonelleştirme; zincirleme kanıt yapıları aşaması, (Bu sürecin sonunda öğrenme de gelebilir kimi zaman)
- 4- Hoşlanma, tutulma, kapılma.¹⁰

Afişle iletmek istenen bir bilgiye dikkat çekebilmek için izleyiciye, alışıldan, beklenenden değişik şeyler sunmaya çalışılmalıdır. Bir bilgiyi olduğu gibi aktarmak yerine, izleyene alışılmamış bir görüntünün anlamını belirli ölçülerde kavratmak, algılamayı kuvvetlendirecektir (Resim 6).

Belirlenecek ölçü yaratıcılıkta duyarlı olmamız gereken denge ögesidir. Bu durumda bilginin, en iyi, doğru ve etkili nasıl sunulacağına dikkat edilmelidir. Tasarımın işlevle bütünleşik olması gerektiği unutulmamalıdır.¹¹

Afiş sanatçısı, ürününü ilk kez sunacağı belirli sayıdaki hedef kitlesini

9 Gülhan Apak, Türk Grafik Tasarım Süreci İçinde Cumhuriyetten Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi ve Tanıtım ve Toplum İlişkileri İçindeki Yeri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 1992, s.84

10 Abraham Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, Çeviren: Nuri Bilgin, 1983, İzmir, s.130

11 Gülhan Apak, a.g.k. s.84

dikkatle seçmelidir. Sanatçının coşku ve duyguları bireysel olmasına karşın, kendi dışındakilere ulaşmak istediğinde ortak duygu türünden bir alışveriş içine girmek zorundadır. İçindeki coşkusunu işlevle birleştirebilme yollarını araştırmalıdır.

Afişin yarattığı etkileşimin büyük bir kısmı kitleyi çekmeye dayanır. Mesajı iletme konusunda amacına ulaşmak için ikna gücünü kullanır. İkna olma durumu da, biçimlerin, alıcının zihnine etki oranıyla ölçülür. Afişin başarıya ulaşması için algı duvarını geçmesi ve belleğe yerleşmesi temel koşuttur. Verilen bilgi doğru da olsa yanlış da olsa zihinde kaldığı için inanırlığı vardır. Buna bir sloganla örnek verilebilir: “İyi Olmak Yetmez”.¹²

Afişte önemli bir aşama olan mesajın işlenmesinde şu özelliklere dikkat edilmelidir:

- 1- Tema dahilinde saptanmış konuyu en iyi ifade edebilecek mesajı yaratmak,
- 2- Hedef kitleye bu mesajı göndermek,
- 3- Kitlenin mesajı ilk algılaması bittikten sonraki süreçte de benimsemesini sağlamak.

Afiş ve Sembol :

Üretilcek görüntü ve tasarımlar yapılırken, izleyicinin önceden geliştirdiği varsayılan algılama biçimlerine dayanılabilir. Çünkü hedef alınan kitleler için belli anlamlar taşıyan simgeler bir afişin tasarımı için temel iletişim kaynaklarını oluştururlar. Bazen bu simgeler, hareket de olabilir. İletişimin ana olgusu şudur; bir kültürel bütünden belirli yasalara göre bir takım semboller alıp, toplayan vericinin zaman ve mekan ölçeğinde mesajın transfer edildiği bir objenin aracılığıyla, kendi dağarcığındaki sembollere göre çözümleyen, gerekirse bunları belleğine göre simgeleşmiş hareketleri işleyen alıcıdan bir başka alıcıya gönderilecek yeni hammadde oluşumudur. Alıcı ve verici az çok ortak göstergeler dağarcığına sahip olmalıdırlar. Bu durum mesajın algılanması için koşuldur. Ancak ikisi de fiziksel olarak birbirine benzemek zorunda değildirler. Verici, bir insan, insan grubu, radyo yayın istasyonu veya doğa olabilir; mesaj, alıcı, gönderilen de kendi dağarcığındaki sembollere göre

¹² Dışbank için hazırlanan reklam kampanyasının sloganı, hazırlayan: EUDO RSG KLAN İletişim, İstanbul, 2000

tanıyabileceği işaretlerin ayırt edilebildiği ölçüde anlaşılabilir, yani bir biçim olarak algılanabilir olacaktır. İletişimde mesaja tüm görsel dağarcığını empoze eden alıcıdır; alıcıya ait olmayan tüm öğeler gösterge olarak tanınamaz, algılanamaz.

Afiş ve Estetik

Afiş sanatçısı iletişime estetik öğeler katarak bir anlamda farklılığı, kolay algılanmayı amaçlanmaktadır. Metne eklenen ve onun genel yineleme oranını arttıran, yani daha akla yatkın kılan estetik etmenler dediğimiz; biçim, resim ve fotoğraflar farklı göstergelere ait olduklarından değişik ağırlıklara sahiptirler (Resim 7).

Bu aşamada imaj ile metin arasındaki diyalektik oyun gözlenebilir. Sık sık dile getirildiği gibi afiş, temelinde kitlelere mesaj iletme yatsa da, anlatım dilini estetik bir kaygıyla oluşturur. Bu estetik kaygı afişi ve beraberinde taşıdığı mesajı farklı kılar. Bir döngü şeklinde estetik yapı kitlenin ilgisini çeker, kitle de mesajı algılar.

Afişte İmaj-Metin İlişkisi

Günümüzde görsel imajın mağara duvarlarındaki yansıtmacı rolünden çok, oluşturucu, değiştirici, pekiştirici rolü ön plandadır. İşte afiş, imajın bu işlevini yazı ile bütünleştirerek yeni oluşumlara temel hazırlamıştır. Afişin iki özgün niteliği (imaj-yazı), bütünlüğü ve çoğaltılabilme özelliği duvar duyurusu diye adlandırılabilir her hangi bir nesneyi afiş olarak görüp, göremeyeceğimiz sorununa açık bir yanıt getirmektedir (Resim 8).

Yazıyı görüntünün ayrılmaz bir parçası olarak görüyorum. Bu nedenle, "Yazı"nın içeriği benim için çok önemli. Bir yazı üzerine kurulu bir afiş, broşür ya da basın ilanı gördük. Çok çarpıcı ve etkileyici bulduk. Gerçekte etkileyici olan nedir? Söz konusu işte yer alan fotoğraf ya da desen mi, kullanılan tipografi mi, grafik düzenleme mi, yoksa "yazı"nın içeriği mi? Ya metin yazarıyla çalışmalıyız, ya metin yazarı da olmalıyız. ¹³

¹³ Bülent Erkmen, "Türk Grafik Sanatında Gençler", Milliyet Sanat Dergisi, Yeni dizi 31, İstanbul, 1981, s.10

Abraham Moles'e göre, tramlı fotografik tekniklerinin gelişmesiyle, imaj niceliksel bir artış süreci izledi. Teknoloji gelişiminin sürdüğü zaman zarfında da 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında yayınlanan gazetelerde, duvarlara asılan duyurularda artık afiş vardı. Ancak afişin en büyük ihtiyacı olan çarpıcılık için çekilen fotoğrafların da gözden kaçmayacak çalışmalar olması gerekiyordu. Duyu organlarından kaynaklanan bu enflasyon sonucu, resimle kucaklaşan afiş, resim-mesaj olarak grafik sanatların en köklü dalı olma niteliğini korudu.

Afişteki imajın resim ya da fotoğraf sanatıyla da etkileşim içinde olması gerekmektedir. Bu etkileşim afiş üzerinde sanat düzeyi yüksek örüntüler yaratır. Afişte, yaşanan gerçekliği alıcıya transfer etme görevini üstlenen resim ile alıcı arasındaki iletişimin yetersiz olduğu durumlarda metin devreye girer.

(...) Metin, alıcıyı resmin yöneltmek istediği amaca götürmede yardımcı olan, kolaylık sağlayan yazınsal bir değerdir ve alıcının dikkatini dağıtmayacak kısalıktadır.¹⁴

Afiş, görsel mesajı doğrudan ve ani olarak vermesine karşın, alıcıda yarattığı süreç kalıcıdır. Afişte sunulan dünya ile alıcının ulaşmak istediği, düşlediği dünya imgesel bakımdan benzerlikler gösterir. Afiş ile alıcı arasındaki ilişkide afiş alıcıya iki entellektüel düzeyden sarılır. Birincisi yaratıcılık gerektiren sanatsal düzeyi, ikincisi yazınsal etkinlikleri de içeren yararlılık düzeyidir (Resim 9).

Resmin algılanmasındaki düşünsel çaba, metin ile daha rahat bir etkilenmeye dönüşür. Bu süreçte resim ve yazı sıkı ilişki içindedir.¹⁵

Önceden de belirtildiği gibi endüstri devrimi sonrasında ortaya çıkan sanat akımları toplumu yönlendirmeye ve endüstri toplumundaki bireylerin düşüncelerine hitap etmeye başlamışlardı (Resim 10).

Ortaya çıkan kavramların neredeyse tümü yeni olduğu için yeni bir dil sanat dili yaratılmış ve bu düzlemde güçlü görsel ve içerikle yüklü biçimler meydana gelmiştir. Bu sanat akımlarından Art Nouveau, Expresyonizm, Bauhaus, Kübizm ve Dadaizm gibi akımlar afiş sanatı üzerinde imaj-resim ilişkisinde değişikliklere yol açmıştır.

¹⁴ Tansu Gülaydın, "Afiş Sen Nelere Kadırsın?", Medya Dergisi, İstanbul, 1989, s.7

¹⁵ a.g.k., s.7

1.1.2. Afiş ve Türleri

Afiş, bağlı bulunduğu mesaj verme misyonundan dolayı kitlelere yönelik atılımlar yapar. Mesajın taşıdığı anlam, kitlenin algılaması ve işlevine göre sınıflandırıldığında son derece net bir bölünme ortaya çıkar. Bu bölünme "Ticari Afiş" ve "Ticari Olmayan Afiş" diye adlandırılabilir. Gerçekten de sonucunda bir maddi kazanç, satış başarımı ya da uzun dönemde maddi bir başarıya endekslenmiş bir süreç içindeyse bu tür Afişlere "Ticari Afiş" denir. Afişin işlevini anlamak için altında yatana değil hemen o an ne anlattığına bakılır. Normalde bir firma kültürel bir çalışma da yaptırabilir. Salt altında imzası var diye böyle bir çalışma ticari olarak değerlendirilmemelidir. "Ticari Olmayan Afişler" ise Kültürel, Ideolojik, Sosyal olarak ayrılabilir (Resim 11). Bu türleri ayrı ayrı incelemek, bilgiyi kullanım ve kitlelere ulaşım biçimi açısından, en mantıklı çözüm olmaktadır.

Ticari Afişler

Afiş sanatının gelişim sürecinde ticari ürünler verilen bu evre Ticari Afişler Dönemi diye adlandırılabilir. Bu dönemde;

- Afiş sanatının endüstrinin hizmetine girdiği,
- Reklamcılığın örgütlendiği,
- Afiş sanatının resimden bağımsız kendi sanatçısını yarattığını ve yalnızca Reklam tasarımcısı yetiştiren okulların açıldığı,
- Fotoğraf sanatının çok geliştirildiği ve etkin bir biçimde afişe girdiği,
- TV, sinema gibi görsel iletişim araçlarının etkisinin çoğaldığı,
- Baskı tekniklerinin geliştiğini, afişlerin dev boyutlarda basılıp, önceden hazırlanan özel yüzeylere asıldıkları ve doğallıklarından uzaklaştıkları; sanat eserlerinin reproduksiyon olanaklarının afiş yapan sanatçıya bu kültür mirasını istediği gibi kullanma şansını verdiği ve böylece Afiş-Resim ilişkisinin yoz bir biçimde sürdürüldüğü görülür¹⁶ (Resim 12-13).

Endüstri afişleri de denilebilecek bu afişler, daha çok teknolojik imkanlarla sanatı uyumlu biçimde birleştirmeyi amaçlar. Ticari afiş, reklamı yapılan ürünün görüntüsü olmayı üstlenir. Asılı olduğu duvar veya panoda, kişiyle duygusal birlikteliği sağlayarak ürünle ya da görüntüsüyle gündelik

¹⁶ Gülsüm Karamustafa, Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim-Afiş Etkileşmesi, Araştırma Raporu, 1980, s.82-83

yaşantıya girer. Hedef kitleyi alıcı durumuna getirmeyi amaçlar. Ürünü doğrudan tüketiciye götürmektense, görüntüsüyle tüketiciyi satılması gerekene yönlendirir. Yiyecek ve moda ürünleri, endüstriyel ürünler gibi konuları içerir (Resim 14). İdeolojik afişler buyurucu bir nitelikte olmalarına rağmen, ticari afişlerde buyurucu bir dil kullanılmaz. Resmin her zaman ikinci plana itildiği ideolojik afişlere karşılık ticari afişlerde görüntü ön plandadır. Çünkü amaç, görüntü, yani resim veya fotoğraf aracılığıyla tüketicide albeni yaratmaktır.

Tanıtım, yani ticari amaçlı afişler, reklam kampanyalarının birer ögesi olduklarından, afiş sanatçısı bu alanda özgür değildir. Resim seçiminden, metin ve tasarımına kadar kısıtlı olup, kolektif bir çalışma içerisinde (Resim 15).

Ticari kelimesinden anlaşılan her ne konuda olursa olsun amaç, bir hizmetin ya da bir ürünün duyuru, tanıtım yoluyla ilgili, kitleyi o hizmet ya da ürüne yönleltmek, o hizmet ya da ürünün satışını artırmaktır. Bu, bir tiyatro için de, sinema için de, bir caz konseri için de böyledir; bir hazır giyim ürünü, bir meşrubat, bir beyaz eşya için de böyledir (Resim 16-17). Bu nedenle bu ortamda bu pazarda afişin yeri, iletilmek istenen mesaj hedeflenen kitleye giderken “afişe bir yer” olup olmadığıdır.¹⁷

İdeolojik Afişler.

Afişler, toplum yapısıyla ilgili mesajları haykıran grafik objelerdir. Ticari kaygıların yok denecek kadar az yaşandığı kültürel ve ideolojik afişlerde sanatçılar özgürlüklerini sonuna kadar kullanırlar. Formlar, desenler ve dekoratif öğelerin diğer her şeyden daha yoğun ve dinamik görevler üstlenmiş olması, kıvrak bir zekanın çok net mesajının (afişin ait olduğu ülkenin dilini anlamasanız dahi) kolaylıkla anlaşılmasını sağlar. Bu afişlerde de yaratıcılığın zorlanmaması, yani dolaysızlık, sadelik, rahatlık ve özgürlük, afişin başarısını artırır (Resim 18). “Çünkü, daha çok anlaşılır olma endişesi ile zorladığımız çalışmalarda karmaşaya yol açtığımızı ve mesajın giderek niteliğini yitirdiğini hepimiz biliriz”¹⁸

İdeolojik afişler, toplumların sosyal yapılarının göstergeleridir, belli bir tavır ya da bir fikri vurgularlar (Resim 19). Örneğin; sigaranın zararları; çevre ve doğayı koruma, AIDS gibi belli konuları ve sloganları vurgularlar (Resim 20).

¹⁷ Onur Bayıç, “Bülent Erkmen: Aklı Elin Önünde Tutmalı”, Hürriyet Gösteri Dergisi, Afiş’88 eki, sayı:94, İstanbul 1988, s.15

¹⁸ Yüksel Çetin, Varşova Afiş Bienali, Grafik Sanatı, Plastik Sanatlar Dergisi, Sayı:12, 1989, s. 14.

Günümüz ideolojik afişlerinde 20. yüzyılın dünyasının çevre sorunları, uluslar ve insanlar arasındaki olumlu diyalog ve şiddet karşıtı mesajlar işlenmektedir.

Afişte farklı bir özelliğe sahip olan ideolojik afişler, toplumun yönlendirilmesinde önemli rol oynarlar (Resim 21). Eğitim, politika ve savaş afişleri bu gruba koyulabilir. İletişim olanaklarının artmasıyla ortaya çıkan sorunlardan biri, toplumda küçük bir grubun iletişim araç ve gereçlerini elinde bulundurarak toplumun tümüne egemen olabilme çabasıdır (Resim 22). Örneğin günümüzde reklamcılığın tüm olanakları politikanın hizmetindedir. Oysa yakın geçmişe kadar, politikanın yararlandığı tanıtım yöntemleri afişler ve el ilanlarıyla sınırlıydı. Bu kampanyaların ne denli etkili olduğu tartışılır ancak, meydanlarda geliştirilen parti ve lider imajlarının kalıcılığı yönünde katkı umulurdu.¹⁹

Günümüzde usta reklamcılar ve büyük reklam ajanslarının hazırladıkları afişler göz önüne alındığında, yürütülen kampanyaların, hazırlanan afişlerin amatörükten hızla uzaklaştığı ve büyük bir özenle kotarıldığı görülmektedir.

Kültürel Afişler

Kültürel afişler, alıcıyı kültürel bir etkinliğe çekebilen, bir yerde gerçekleştirilecek ya da gerçekleştirilmekte olan etkinliği alıcıya ileten afişlerdir. (Resim 23-31). Her ne kadar afiş ya da yeni kimliği ile Billboard, ticarete hizmet vermeye devam ediyorsa da kültürel etkinliklerin artması, afiş sanatçısının daha özgür yaratılar sunabilmesine olanak sağlamaktadır. Sanatçı bu tür afişlerde özgürdür ve sinema, konser, tiyatro, sergi gibi etkinliklerde farklı kitlelere ulaşabilme olanağı bulur. Bu etkinliklerin kapsamına festivaller ve turizm ile ilgili çalışmalar da girmektedir (Resim 32).

Kültürel amaçlı yapılan bu çalışmalarda, tanıtımı gerçekleştirecek firma ya da kuruluşlar, çeşitli sanat formlarını kullanır ve bu süreçte güzel sanatların didaktik yönünü benimserler. Estetik kaygı ve sanatsal boyut bağlamında kullanılan form ve metnin yüksek düzeyde olması, gerçekleştirilen ya da gerçekleştirilecek olan etkinliğin içeriğine koşut bir yapıda olması gerekmektedir (Resim 33). Her ne kadar afiş ya da yeni bir medya olan Billboard, ticarete hizmet vermeye devam ediyorsa da kültürel etkinliklerin artması, Afiş sanatının daha özgür yaratılar sunabilmesine olanak sağlamaktadır.

¹⁹ Bülent Erkmén, "Türkiye'de Seçim Afişleri", Milliyet Sanat Dergisi, Sayı: 274, 1991, s.8

Bu aşamada;

- 1- Kitle iletişim araçlarının çok kapsamlı geliştirilmesi,
- 2- Afişin reklam kampanyasında bir öge haline gelmesi,
- 3- Tüketim toplumunun yaratılmış olması,
- 4- Afişin yavaş yavaş dış merkezden ayrılıp iç mekanlarda yer alması,
- 5- Kârâ dayanmayan ekonomik sistemlerde afiş sanatının patlama yapması.²⁰

gibi özelliklerin afişin ticari önemini yitirmesine bağlı olduğu belirtilebilir.

Kültürel etkinliklerde özgür olan sanatçı, sergi, konser, sinema, tiyatro ...vb pek çok konuda farklı hedef kitlelerine seslenebilme olanağı bulabilmektedir. Tekrar gündeme gelen resimle ilişkisi, yeni biçim ve anlatımlar geliştirmiştir (Resim 34). Kültürel etkinlik kapsamında; festival, tiyatro, sergi, turizm ..vb çalışmalar yer almaktadır.

Türk Afiş Sanatçıları'nın öz-değerlerine yönelişleri dikkat çekmektedir. Eskiye uzanan kökler yakın ve uzak çevrede genişliğine, yakın ve daha eski zaman içinde derinliğine uzanır. Sadık Karamustafa'nın bu kökenlerin birleştiği yer ile biçimlenen "Festival Afişi" (Resim 35) sanatçının kişiliği olduğuna göre uzunluk ve kısalıkları sanatçının eski değerlere yaklaşabilme, onları sevebilme gücüyle ilgilidir.²¹

Cumhuriyet'ten sonra Grafik Sanatında, 60'lı yıllardan başlayarak da Afiş Sanatı'nda görülen yenileşme batı uygarlığı sanatlarının gelişmesi doğrultusunda olmuştur. Türkiye toprakları, en eski kültürlerin doğup geliştiği dünyanın bir numaralı kültür merkezlerinden biridir.

*Bakmasını, görmesini ve sevinmesini bilen sanatçı için sanatın köklerini salabileceği daha bereketli bir ortam düşünülemez.*²²

Bir desen, bir afiş, bir illüstrasyon yapılırken, kişiliği yansıtan biçimler düzeni kurulmalıdır (Resim 36). Kişiliğe en yakın yer de yakın çevresi olduğundan çevresinden aldığını kendisiyle özdeşleştirip biçimlemeli ve tekrar çevreye sunmalıdır. Günümüzün başarılı grafik ürünleri incelendiğinde sanatçının kişiliği ve eski değerlerin yeni biçimleriyle yorumlanışları görülebilir (Resim 37-39).

²⁰ Gülsüm Karamustafa, Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim-Afiş Etkileşmesi, Araştırma raporu, İstanbul, 1980, ss.98-90

²¹ Mustafa Aslıer, Grafik Sanatlar Yorum ve Tarihi, 1983, s.83-91

²² a.g.k. s.83

Bu yeni biçimlerin kökleri Grafik Sanatı'nın öncüleri sayılabilecek minyatürlere, tekke resimlerine, hattat işlerine kadar dayandırılabilir. Bu eserlerin belirgin özellikleri çizgisel ve yüzeysel biçimlendirme, renk, tekrar ritmi, simetri, simgeci yaklaşım ve durgun ağır duruşlardır. Bunların yanında Hitit, Frigya, Lidya, İyon seramiklerinin dekorasyonları, Kapadokya freskleri, Bizans mozaikleri ve İkonlar da örnek olarak sayılabilir.

Halk sanatımızın biçimli ve renkli ürünleri olan çoraplar, yazmalar, çevreler, kilimler, halılarda kullanılan biçimsel dil, geleneksel anlamda temel afiş malzemeleridir. Simgeci anlatımla insanlar arası ortak değerlerin sembolleşen biçim ve düzenlerle anlatım yolları başarı ile uygulanmış olup, çağdaş sanatın bilinçli soyutlamasına çok yakın sonuçlar yüzyıllar önce elde edilmiştir. Ancak eski olanı defalarca tekrarlayarak yaşatma olanağı yoktur. Sanatçı eserini eski sanatla temellendirebilir, ancak yaratısı çağdaş ve özgün olmalıdır.

Abdi İpekçi anısına "Kültür Değerlerimize Sahip Çıkalım" konulu afiş yarışmasında da bunun izlerine rastlanmıştır (Resim 40). Özellikle birinci olan afişte yer alan "Hitit Güneşi"nin kilim motifli, ancak çağdaş yorumla işlenmiş olması, yaklaşımın doğruluğunu gösterir niteliktedir.

Sosyal Afişler:

İletişim olanaklarının artmasıyla ortaya çıkan sorunlardan biri de toplumda ufak bir grubun iletişim araç ve gereçlerini elinde bulundurarak toplumun tümüne egemen olabileme çabasıdır (Politikacılar ...vb).

Afişin yöneldiği alanlar içinde geniş ve farklı özelliğe sahip olan sosyal afişler, toplumun yönlendirilmesinde önemli rol oynarlar (Resim 41-44). Eğitim, politika, bu grupta sayılabilir. Birinci Dünya Savaşı'nda Amerika ülkesinin ihtiyacı olan askerleri afişlerle topladı. Türk Hava Yolları, Türk kuşu kurslarına öğrenci çağırmak için afişten yararlandı. 18. yüzyılda İspanya'da boğa güreşleri afişlerle ilan edilirdi.²³ Günümüzde bu güçlü imajını yitirmiş gibi gözükse de etkili ve aktif duyurunun esas elemanlarından biridir. Dışarı çıkan, çalışan, üreten insanın dünyasına girebilir afiş, diğer iletişim araçlarına göre.

23 Tansu Gülaydın, Tez notları, s.3

Birinci ve İkinci Dünya Savaşı yıllarında insanların alışılmamış şartlarda yaşamlarını sürdürmeleri gerekiyordu. Bu arada afişin işlevi de değişti:

1. Afiş sanatçısı kendi üslubunu geliştirip sürdürebiliyor ve bunu afişine yansıtıyordu.
2. Ülkelerin ulusal niteliklerini belirleyici görüntüler kullanmak zorundaydı.
3. Art Nouveau gibi uluslararası yaygın bir üsluptan faydalanılabiliyordu ²⁴

Savaşın ilk yıllarında afişlerdeki anlatım karmaşası son yıllarda çok etkili bir imaja dönüşmüştür. Birinci Dünya Savaşı “Sam Amca” afişiyle anılır (Resim 45). Afiş sanatçıları, ülkelerinin kaynaklarını kullanarak afişlerini ulusallaştırmayı başarıyorlardı. Bu dönemdeki afişlerin sanat akımlarıyla ilişkileri zayıflamış, tarihsel belge niteliği taşımışlardır. İkinci Dünya Savaşı sırasında da afişin yerini radyo ve sinema almaya başlamıştır. Afiş de, halkın kendi yiyeceğini kendi üretmesi gibi uyarılarla kısıtlı kalmıştır.

Ayrıca Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra politik amaçlı afişlere iyi bir örnek olarak “Rus Telgraf Acentasının Taşlama Penceresi” afişi verilebilir. 1919’da Mickhail Cheremnykh’nin bu afiş serisi sanat tarihinde ROSTA afişleri olarak anılırlar (Resim 46). Bu afişler çizgi roman gibi birbirini izleyen görüntülerden oluşmakta, alt yazıları şablonla yazılmaktaydı. Çoğaltılıp, pencerelere yapıştırıldıklarında, numaralarından dolayı kolaylıkla izlenip mesaj aktarabiliyorlardı. Savaş ve devrimin söz konusu olduğu bu tür afişlerde biçim-içerik dengesinden çok, iletilecek mesaj önemliydi.

²⁴ Gülsüm Karamustafa, Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim-Afiş Etkileşmesi, Araştırma Raporu, İstanbul, 1980, s.63

1.2 SANATSAL SÜREÇTE AFİŞİN GELİŞİMİ

Afiş, kapitalizmin doğup geliştiği ve resmin toplumsal işlevini yitirerek alınıp satılan bir meta haline geldiği dönemde doğdu. Bu döneme değin duyuru ve bildiri niteliği taşıyan afişler, 19. yüzyılın sonlarında duvarlarda yerlerini aldı ve söz yerine simgesel (resimsel) ifadenin yeğlenmesine neden oldu.²⁵

Afiş, ortaya çıktığı yıllarda resim sanatının temelinden ilerlediği için öncelikle Afiş-resim ilişkisi ele alınmalıdır. Bu da üç dönemde incelenebilir:

- 1- Afiş sanatının çağdaş anlamda ortaya çıkışından profesyonel tasarımcı kavramının yerleşmesine kadar geçen dönem,
- 2- Profesyonel tasarımcı ve endüstri afişleri dönemi,
- 3- Afiş sanatının yeni arayışlar içine girdiği devre²⁶

Afişle resim arasındaki ilişkinin yanı sıra 20.yüzyılda, görsel sanatlar tüketici ortamına sunulurken, reklamcılığın da resim sanatı üzerinde etkileri olmuştur. Çağdaş anlamda ilk afişleri üretenlerin “ressam” olması “sanat afişleri dönemi” olarak adlandırılabilir bir devreyi başlatmıştır. Dolayısıyla afiş sanatı da, sanatçıların ressam olmasından ötürü sanat akımlarından eşzamanlı etkilenmiştir.

Fransa'da Jules Cheret'den Toulouse-Lautrec'e değin sanatçıları kapsayan anlatımcı afiş ile (Resim 47) (Resim 48) İngiltere, Avusturya ve Almanya'da ortaya çıkan “Art Nouveau” sanat anlayışının simgesi olan Çek ressam Mucha'nın “Lorenzaccio” adlı tiyatro afişi, bu sanatın ilk hareketlerini oluşturdular (Resim 49).

Çağdaş anlamda ilk afiş 1868'de ressam Manet'in hacimsiz formlarla oluşturduğu “Les Chats” (kediler) adlı afişidir (Resim 50). Afişin tümünde Eugene DeLocroix, Brueghel, Eugene Violet-le Duc'ın resimlerini içeren kitabın tanıtım yazıları yer almaktaydı. Kitaplarda genellikle afişin merkezinde yer alan resim yayınlanmıştır.

Bu afişte yazı-resim ilişkisi bulunmamasına karşın ressam Manet'i tarihçiler, afiş sanatının kurucuları arasında saymak istediklerinden olsa gerek,

²⁵ Gülhan Apak, Türk Grafik Sanatı İçinde Cumhuriyetten Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi ve Tanıtım Toplum İlişkileri İçindeki yeri, Araştırma Raporu, İzmir 1992, s.38

²⁶ Gülsüm Karamustafa, Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi sürecinde Resim-Afiş İlişkisi, Araştırma Raporu, İstanbul, 1999, s.22

eser afiş sayılır. Gerçekte afişteki resim, sadece kitabın başlığını tekrarlamakta ve yazılara göre ikinci planda kalmaktadır.

Fransa'da 19.yüzyıl sonlarında Toulouse-Lautrec, Cheret ve onları izleyenler devrim yarattılar. Jules Cheret, afişlerini doğrudan litograf taşına çizer resim ve yazıyı birleştiren özel bir stille yazıyı resmin üzerinde tasarlardı. "Faust" ve diğer afişlerinde, güçlü renkler, kalın çizgiler, ön planda yandan görünen ve boyları kısa gösterilmiş figürler kullanır, arka plandaki figürler ise birkaç çizgi ile çizilmiş gibidir. Temiz ve sade anlatımı, o dönemin karmaşıklığını aşan bir yaklaşımdır.

En son İngiliz teknolojisi ve geleneksel teknik elemanların katkısı ve büyük boyutlarda litograf taşlarının satın alınmasıyla, Cheret signboardlardan üst üste basılan harflerle tipografi oluşturmaya başlamıştır. Atölyesinde ilk poster, başrolünde yirmi iki yaşındaki Sarah Bernhart'ın oynadığı "La Biche au Bois" (Ormandaki Geyik) adlı tiyatro oyunu için hazırladığı tek renk bir posterdir. Aktrist ve Aktörler Paris'i kasıp kavururken, Bernhardt, döneminin öncü aktristi haline gelmişti ve Cheret de posterde öncü olmuştu. 1870'lerde Cheret desenlerini basitleştirerek ve ana figürleriyle harflerinin ölçüsünü büyütürken Viktorian Stilin karmaşasından sıyrılmıştır (Resim 51). Cheret 1881'de basım şirketini daha büyük bir baskı firması olan Imprimiere Chaix'e sattı ve buranın sanat yönetmeni oldu, böylece sanat ve tasarım için daha fazla zamana kavuştu. Sabahları modelden desen çalışıyordu, öğleden sonraları ise şövaletinin başında yağlıboya ve pastellerle çizim yapıyordu ya da büyük litografi taşlarının başında çalışıyordu.²⁷

Henri de Toulouse-Lautrec'in tahta baskıcılığı, Paul Gauguin ve Vincent Van-Gogh'dan etkilenmiştir. Genel tipler değil, belirli kişilere ait yüzler çizmiş, resmin anlatımcı bir işlev yüklendiği ve yazının resme eşlik ettiği, resimle yazının birleştirildiği yöntemi geliştirmiştir.

1895'de Toulouse-Lautrec de, "Divan Japonais" gece klubü için bir afiş yapmıştır. Bu afişte, ön planda siyah bir karaltı halinde kadın ve arka planda grenli yeşil çellolar uygulaması yenilikçilerdir. Kadının yüzü, daha sonraları "Jane Avril" serisinde görülen, hareketli ve canlı portre tekniğine örnek kabul

²⁷ A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, Van Nostrand, Reinhold, second edition, s.192

edilebilir .

Lautrec'in afişlerinde yer alan resim arası boşlukları dolduran yazılar afişin daha iyi anlaşılmasını sağlar. 1899'da yapılan "Jane Avril" afişinde sadece yazılar bulunmaktadır (Resim 52-53). Kısacası bu afişte yalnızca gerekli öğeler vardır. Lautrec için resim ve afiş devamlı bir dayanışma içindeydi.

1.2.1 Art Nouveau ve Afiş:

Tüm Avrupa'da aynı anda ortaya çıkan Art Nouveau akımının ideolojisi, endüstriyel çirkinliklerden çevrenin korunması için iç mekan düzenlemesi ve mimaride yeni boyutlar aranmasıydı. Öncelikle dekoratif sanatlar, mobilya ve mimaride kendini gösteren bu yeni stil, en saf dışavurumunu resimde ve Afiş sanatında ortaya koymuştur.

Art Nouveau ile adı pekişen sembolizmin sanatçıları doğayı kopya etmeyip kendi gözlemleri yönünde değerlendirerek ürettikleri resimsel sembollerle afiş sanatını direkt etkilediler. Sembolistler resimdeki tek bir düşüncenin değişik biçimlemeleri ile reklam tasarımına da önemli katkıda bulunmuşlardır.

Avrupa'da yaygın biçimde ürün veren sembolizmin yanı sıra İngiltere'de sanat alanında yeni bir akım sayılan Art Nouveau gündemdeydi. Arts and Crafts (sanatlar ve zanaatlar) hareketi bu akımın çıkış noktasıydı. Benimsenen düz renkli geniş yüzeyler litografi tekniğine uygulandığında, başarılı sonuçlar elde ediliyordu. Afiş, işlevsel sanatın bir parçası olduğundan akımın sanatçıları kendilerini reklam afişi yapar buldular. Afişler, Art Nouveau'nun Batı'daki temel öğelerinden biriydi. Fransız sanatçılarda sembolizmin etkileri görülürken, ülkenin geçmişindeki yağlı boya geleneği, afişlere de yansımış ancak litografik teknikle basmak zor olmuştur.

Aubrey Beardsley 1894'de Fransız geleneğine uygun olarak "A Comedy of Sighs" afişini yarattı. Avenue Theatre yazısındaki harflerin Japonez stili, onlara resme yakın bir değer kazandırmıştır. Mac Donalds ve Herberf McNair tarafından "Glasgow Güzel Sanatlar Enstitüsü" için yapılan bir başka afiş, resim

ve Beardsley'in yazının işlevselliğini ortaya koyarak, resmi "A Comedy of Sighs" afişini simgeleştirmiştir.

Art Nouveau, 1880'de başlayıp Birinci Dünya Savaşı'na kadar sürmüştür. Kendisini, Viktoria dönemi sanatına ve duyarlı tutumuna karşı, bir tavır olarak görmüştür. Tasarımın öncüleri, yeni çağda yer alabilmek için büyük bir heyecanla tasarımın her alanında büyük değişiklikler hedeflemişlerdir. Art Nouveau, kısa bir süre için olsa dahi, tarihin en yaratıcı yeniliklerinden biri sayılabilir.

Arts and Crafts gibi Art Nouveau da İngiltere'de doğmuştur. Rafael öncesi sembolizmine duyulan özlem ve Mackmurdo'nun pragmatizmiyle devrim yapma isteğinin nereden kaynaklandığını göstermektedir. Bilindiği gibi Art Nouveau'nun yapraklı motifleri ilk Mackmurdo'nun bir kitap kapağı çalışmasında kullanılmıştır. Aynı zamanda, bu akım, Gotikten uzaklaşmanın bir yöntemi sayılmıştır. Japon estampları ve Blake'in illüstrasyonları örnek alınmıştır. Ayrıca akıma mistik hava katan, Aubrey Beardsley ve Voysey sayılabilir. Sanat, sanat içindir ve işlevsel estetik yargılarını savunan Art Nouveau, sanat, estetik kullanışlılık özelliklerini bir araya getirmeye çalışmıştır. Bununla birlikte Doğu sanatı, Rokoko tarzı, Kelt süslemeleri ve el yazmalarına hayranlık duyulmuştur. Art Nouveau tasarımcıları, kıvrımlı, çiçekli soyutlamalar ile işlevsel unsurları, geleneksel biçimleri rahatlatmak amacıyla kullanmışlardır.²⁸

Düşkünler diye bilinen bir diğer grup Art Nouveau tasarımcısı ise uçlarda gezinmişlerdir. Kitch özelliği taşıyan işlerde, garip, düşsel, gizemli, kapalı, egzotik, tanrıça ve perivari ne varsa, mistisizm duygusu içinde eritilmiştir.

Sanatını, yaşama hizmet etmek için üreten bir diğer grup tasarımcı, Teknolojiden aldıklarını ve öğrendiklerini sanatlarında kullanmaya çalışmışlardır. Bu rasyonalist sanatçılar, sanatın mantıksal ve geometrik yapısı üstünde durmuşlardır.

Art Nouveau'nun temsilcileri aynı zamanda, ilk modernistler sayılmışlardır. Bunlar makinelerin toplumun her kesiminde kullanılmasıyla refaha, rahata ve güzelliğe yol açacağını anlamışlardır. Bunun sonucunda Art

28 A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, Van Nostrand, Reinhold, second edition, s192

Nouveau, sanayii ürününün güzelleştirilmesinde bilinçli olarak kullanılarak, ilk ticari sanat haline gelmiştir. Aynı zamanda, ticari baskı yöntemlerinin gelişmesiyle, ortaya çıkan uygulamalı sanatlar tekniklerini hevesle benimsenmiştir. Bunun sonucunda, kitle iletişimin görsel kalitesini önemli bir şekilde yükseltebilmişlerdir. Art Nouveau'nun uluslararası olma özelliği, iletişim teknolojisi ve ulaştırmadaki ilerlemelerle hızlandırılmıştır. Basın, medya ve uluslararası sergiler aracılığıyla, çeşitli ülkelerin sanatçıları arasında ilişkiler oluşmasına neden olmuştur. 1890'ların çoğu sanat dergileri, geniş halk kesimlerine yeni sanat ve tasarımı tanıtmada hizmet etmişlerdir.²⁹

Düşük maliyetli baskı teknikleri, sanat kitapları ve dergilerin herkese ulaşabilmeleri ve rahatlıkla satılmalarına neden olmuşlardır. Böylece kısa bir sürede moda haline gelmişler ve yirminci yüzyıla geçişi hazırlamışlardır.

Art Nouveau tarzı ortak bir biçim dili geliştirmiş olmasına rağmen, değişik türleri ile her ülkede farklı hal almıştır. Örneğin İngiltere'de yeni ve basitleştirilmiş biçimlerle, Fransa'da Le Style Moderne ve dekorasyonun formu belirleyen özellikleriyle kendini belli etmiştir. Belçika ve ardından Brüksel'de keskin kıvrımlı çizgisel tarz gelişir. Doksanlı yılların ortalarında Almanya'da Jugend still (gençlik tarzı) ve Avusturya'da Ayrılıkçılık (secession) ortaya çıkar. Bu iki tarzın ortak özelliklerine gelince, kuzeyin baskı tekniklerini örnek alan, kalın kenarlı ve köşeli grafik anlayış ile süsten neredeyse okunmaz hale gelen tipografidir. Secession daha sonraları doğrusal simetri anlayışını getiren Mackintosh ve Glasgow okulunun izinden gider. Amerika'da yerini bulamayan Art Nouveau, sadece çok kısa bir süre için moda haline gelir. Burada Will Bradley'nin Avrupa'dan esinlenen afişlerini belirtmek gerekir. İspanya'da Modernista olarak, Gaudi'nin eserlerindeki gibi, grafikte de dalgalı yüzeyler ve hareket eden düzlemlerle kendini ifade eder. İtalya'da ise Stile Liberty olarak hiçbir zaman ulusal bir özellik kazanmaz. Hollanda'da ise, Jon Toorop ve Johan Thorn Plikker gibi ressam ve afiş tasarımcılarının sayesinde, mistik sembolizme kadar gitmiştir. Henry Van De Velde akının önde gelen kuramcısı, aynı zamanda, daha sonra Bauhaus'taki Uygulamalı Sanatlar Okulunun kurucusu olacaktır.³⁰

Tüm bunlara rağmen Art Nouveau bir süsleme tarzı olarak kalacaktır. Ancak bir geçiş tarzı olma özelliği ile de modernizme geçişte yardımcı ve gerekli hale gelecektir.

29 Nurihan Özkan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001, s.9

30 YAZILAR: Art Nouveau (1890-1914), GMK Yayınları, Sayı: 48, Ekim, 1989

1.2.2 Alman Ekspresyonizm'i ve Afiş:

Simgesel, duygusal, bazen saldırgan ve her zaman da gerçeklik dışı bir akım olan Ekspresyonizm film afişleri üzerinde etkili olmuştur. Otto-Stahl-Arpke'nin 1919'de yaptığı "Dr. Caligari'nin Kulübesi" adlı filmin afişi buna ilk örnektir. Fritz Lang'ın "Metropolis" filminde kullandığı Ekspresyonist öğeler ise Schultz Neudamm'ın filmi tanıtıcı afişinde de yer almıştır (Resim 54-55). Bu akımın en çok afiş üreten ressamlarından biri Oscar Kokoschka'dır. Sanatsal görüşü Jugendstil çağında biçimlenmiş, ayrıca Japon tahta baskılarından ve Gauguin'den etkilenmiştir. Sanatsal geçmişinin karmaşıklığı, 1907'de yaptığı "Drama Komödie" afişinde kendini gösterir.

Alman ressam Kirchner'in "Die Brücke" afişi bu dönemin karakteristiğini yansıtır. Ekspresyonizm, resimdeki karmaşıklığını seçkin bir kitleye iletirken, afişlerde ise daha az yoğun ve kolay anlaşılabilir, savaş döneminin yalın anlatımını üretmiştir (Resim 56). Geniş boya yüzeylerinin, ressam kadar özgürce kullanımı, Abstre Ekspresyonizmin afiş dilinde etkili bir güç kazanmasını ve uzun süre geçerliliğini sağlamıştır.

1.2.3 Kübizm, Fütürizm, Dada ve Afiş

20.yüzyılın en önemli akımlarından Kübizm, resmi geometrik formlarla soyutlamaya eğilimli yeni bir dil oluşturdu. İzleyicinin us (akıl) yardımıyla gerçekliği keşfetmesini amaç edinmişlerdi. Geleneksel resim kurallarını zorlayıp değişik maddeleri tasarıma ekleyerek, kolaj tekniğini yarattılar. Bu yenilikler, afiş sanatının gelişimini de etkiledi. Afiş sanatı üzerinde Braque, Picasso ve Leger'in etkisi büyük olmuş, ayrıca kendileri de afiş üretmişlerdir. 1914'de geldiğinde sanat tekrar bir olay haline gelir. Tarafsız İsviçre, savaşta kaçanlara sığınak olup, bağrını açar. Zürih, Almanca bilen mülteciler için sığınak haline gelir. Hugo Ball, Cabaret Voltaire adlı gece kulübünü 16 Şubatta açar. Şair, oyun yazarı ve sol görüşlü bir yorumcu olan Ball, aynı zamanda bir müzisyendir. Açılışta kendisiyle işbirliği yapan arkadaşları arasında Romen ressam ve mimar Marcel Jarco, Blaue Reiter'a da katkısı bulunan Alsace-Lorraine'li ressam ve şair Hans Arp ve Romen şair Tristan Tzara bulunmaktadır. Bir hafta geçmeden de Richard Huelsenberck adlı bir Alman yazarı Ball'a katılır. Gelişyle Cabaret çok daha

saldırgan bir hava kazanır. 1916'nın yazında bu grup faaliyet, sanat ve amaçlarına Dada adını verir. ³¹ Birinci Dünya Savaşı, 19.yüzyıla 20.yüzyılın mekanik dünyası arasında geçiş oluşturmakla beraber sanat hareketlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Bu yıllarda bunalıma giren afiş sanatı, savaş sonrası Avand Garde akımların etkisinde kalmıştır. Avrupa'da savaş ve sanat ilişkisini belirleyen akımlardan olan Fütürizm; hareketten yola çıkarak, endüstri ile makinaya önem vermiştir. Mekanik dünyayı yaratan Fütürizm'in yanısıra, savaşa cephe alıp, ortamın umutsuzluğundan doğan Dadaizm'in (1916) ressamaları, teknik olarak geliştirilen fotoğrafla yeni imajlar ortaya çıkartmışlardır. Fotoğrafın afiş sanatını etkilemesi; 20. yy başlarında siyah beyaz, sonlarında renkli fotografik afişlerin görülmesine neden olmuştur.

1924'de El Lizzitsky "Pelikan Mürekkepleri" afişinde fotoğrafı bütün olarak ve yazı ile beraber kullanmıştır. Fotomontaj tekniğiyle, görüntülerin yerlerinin değiştirilerek yeni ürünlerin meydana getirilip, sunumu bağlamında afişlerde çağdaşlık ön plana çıkıyordu. Savaş yıllarında, Rus sanatında halkı eğitmeye yönelik mesajları kitlelere iletmede etkili olan afiş, bu dönemde yeni biçim ve içerik kazandı. Rodchenko, Stenberg kardeşler, Dziga Vertov bu alanda ürünler sunan önemli afiş sanatçılarıdır ³² (Resim 57-58).

Dada yayın organları, çağımız insanını düşünsel özgürlük alanında yükseltebilmek amacıyla ilk atılımlardır ve köktenci dönüşümlerini sergileyen grafik iletişim araçları niteliğindedir. Dadacılık felsefesinde, uluslararası bir sanat dili olarak yaygınlaşmasını sağlayan bu araçların şaşırtıcı ve anlamsız biçim özellikleri ve zengin görsel bileşimleri vardır (Resim 59). Bu yayın organlarının amacı, belirli bir okur kitlesine seslenerek, sanatçının belli dönemlerde karşı karşıya kaldığı seçenekleri ve toplumsal yaşam düzeninin iç yüzünü ortaya çıkarmaktır (Resim 60).

Kolaj, fotomontaj, ağaç baskı, taşbaskı ve diğer baskı teknikleri bu harekette, başlı başına bir sanat olayı ve kültür öncülüğü olarak nitelenmişlerdir. Afişlerde, yan yana veya üst üste getirilen fotoğraf imgeleri, kendi çağının gerektirdiklerini ve her türlü iletiyi çarpıcı bir biçimde aktarabilmişlerdir. Dada yayın organlarında yer alan resimler, afişler, desenler, fotomontaj ve montaj örnekleri, kendini tanımak ve kendi çağına tanık olmak isteyen kuşağın yaşama

31 Merrill Berman: Graphic Design in The Mechanical Age, Yale University Press, New Haven and London, 1998, s.12

32 Gülhan Apak, Türk Grafik Sanatı İçinde Cumhuriyetten Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi ve Tanıtım

savaşımının, hesaplaşmasının en özgün örnekleri haline gelmişlerdir. ³³

Dada dergileri, kapak düzenlemeleri bakımından bir afiş niteliğini taşırlar (Resim 61). Genel olarak kalın puntolu, çarpıcı bir Dada sözcüğü ve bir desen ya da ağaç baskı imgesini kapak kompozisyonlarında anlamsız şekillerle birlikte yer almıştır. Bu dergilerin sayfa düzenlemelerini, alışlagelmiş bir tasarım anlayışıyla ve diyagonal bir biçimde sıralan yazılarla tasarım düzlemini rasgele parçalayan formlar oluşturmuştur. Dadanın doğuşunda yaygın olan baskı teknikleri arasında ağaç baskı, diğerlerine oranla daha özgün bir yere sahiptir. Alman Dışavurumcuları tarafından yeniden kullanılmaya başlanan ve dramatik etkisi nedeniyle belli bir dönemin toplumsal yapısını ve ekonomik bunalımlarını siyah beyaz zıtlığıyla görselleştiren bu teknik, Dada sanatçıları tarafından da benimsenmiştir. Ancak Dadacılar bu baskı tekniğini yayın organlarına sanatsal ve belgesel bir içerik katmak amacıyla kullanmışlardır. Dada sanatçısı için önemli olan, baskı tekniğinin üretim süreci değil, düşünce ve sonuçtur. Görsel iletişim alanında kullanılan tüm baskı teknikleri, Dadacı düşüncenin malzemelerini oluşturan teknikler arasında yer almaktadır.

Çeşitli karma tekniklerin sınırsız zenginlikteki görsel imgelerini içeren fotomontaj nitelikli Dada grafiklerinin yanında, Dadacı desenlerinde kendine özgü bir kuralsızlığı ve rastlantısal çizgi özellikleri söz konusudur.

Dada kompozisyonlarının büyük bir bölümü fotomontaj teknikleriyle tamamlanmışlardır. Genel olarak basılı kağıt parçalarının yapıştırılması ve bunların guvaş boyayla tamamlanması, fotoğraf niteliği veya basım özellikleri yönünden bir niteliksizlik duygusu yaratmıştır. Kitle iletişim araçları bu alanda gerekli olan malzemeleri sağlamışlardır. ³⁴

Alaycı ve aşağılayıcı tavrıyla toplumsal değerleri kökünden sarsan Dadaizm, 1912-22 yılları arasında resim, edebiyat, tiyatro ve müziği de içine alan sanat dallarında olduğu kadar grafik tasarım ve afişin de görsel diline devrimci yenilikler getirir. 1922'de üyeleri arasındaki sürtüşmelerin artması ve çok sayıda Dadaist'in Sürrealizme yönelmesi sonucunda, varlığını sürdüreceği bir zemini kalmadığı için son bulur. Ancak Dada, yeniliğe ve başkaldırıya esin kaynağı olan, bir özgürleştirme hareketi olarak, geçerliliği kalmamış

33 Nurcihan Özkan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001 s.16

34 Adem Genç, DADA-Antropi ve Nedensizlik Açısından Dadacı sanat Hareketlerinin Çözümlemesine İlişkin Bir Yöntem Araştırması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir, 1983

alışkanlıklara karşı savaşıması; uzlaşmaz tutumu ve tutkusu ile bugün bile entelektüel ve sanatsal buluşlara örnek olmaktadır.

Bauhaus'un afişe etkisi diğer dönemlerden farklı olmuştur: Toulouse-Lautrec'in afişlerindeki süreklilik bu dönemde gözlenmedi. 1920 ve 1922 arasında afiş sanatı ikiye ayrıldı: Biri kitleler için, diğeri seçkinler için. Bu ayırımın doğmasında üç ana etken rol oynadı: 1916'da Zürih'de ve 1918 Paris'de oluşan Dada hareketi Rus sanatçısı Kazimir Malevich'in Suprematizm'i (çıplak tuval üzerine boyanmış iri geometrik biçimlerden oluşan ve nesnel olmayan bir stil ve onun Destijl olarak bilinen Hollanda sanat akımlarının kökenleriyle olan ilişkisi) son olarak da mimarların, afişçilerin ve diğer grafik sanatçıların Strükturalizm'i ile Paul Klee ve Kandinsky'nin fantastik ve mitsel esinlerini birleştiren, Weimar'da 1919'da kurulan Bauhaus hareketi.³⁵

Bauhaus, kötü formlu makina prodüksiyonuna sanatçı kişiliğini ve buluşunu getirmek için kullanılan her türlü yeni araştırmalara bir yön vermek üzere Walter Gropius ve Van de Velde tarafından tesis edilen araştırıcı bir sanat okuludur. Aktif olarak çalıştığı yıllar boyunca kimlik ve kalite peşinde koşabilmiştir. Akım olarak günümüz sanatlarını ve sanat tartışmalarını derinden etkilemiştir.

Bauhaus afişlerinde; Dadaistlerin fotomontaj tekniği ve yazı tiplerini kendi stilleriyle kullanılışıyla, yazı resim yerine geçmiştir. Joost Schmidt' in 1920'de yaptığı afiş buna iyi örnektir (Resim 62).

Afiş söz konusu olduğunda; 1929 "Fotografie der Gegenwart" afişiyle Walter Dexel, harflerden oluşturduğu tipografik resimlemelerle afiş tasarımını gerçekleştiren 1927 tarihli "Ausstellung Europaisches Kunstgewerbe" afişiyle Herbert Bayer, matbaa malzemelerini afiş dili olarak kullanan Hendrik Workmann grafik tasarımla fotomontajı birleştiren sanatçılardandır. Moholy Nagy "Sirk ve Çeşitlemeler" afişinde durağan fotoğraf ile hareketli yaşamın birleşimini ustaca ifade etmiştir.

1.2.4 Sürrealizm ve Afiş:

Doğanın mantıki görünüşünü değil, insanın bilinç altında ve

³⁵ Carlo Arturo Quintavalle, Afiş Sanatının Gelişimi, Çeviren: Yılmaz Aysan, Mimarlık Dergisi, İstanbul, 78/2, s.9

rüyalarındakini resmeden Sürrealist akımın (1924) ³⁵ temsilcileri arasında; Dali, Chagall, Klee, Tanguy, Max Ernst sayılabilir.

Afiş sanatçıları şu üç nedenle Sürrealizme başvuruyorlardı:

- 1- Sürrealist öğelerin kullanımı, afişlerini daha insana yakın ve kabul edilir kılıyordu.
- 2- Gerçek mesaj bulana kadar görüntü karşısında geçirilen şok, istenilenin daha çok akılda kalmasını sağlıyordu.
- 3- Sürrealist anlatımda bir fikri birkaç yoldan aynı anda aktarabilmek mümkündü. ³⁶

Zamanla Sürrealist yaklaşım, afiş anlatım diline dönüştü. Herberf Maffer'in "Bütün Yollar İsviçre'ye Gider" afişi fotomontajla yaratılmış gerçeküstü bir görüntüye sahiptir (Resim 63).

En küçük bir mekanik işlev görmeye elverişli olan bu nesneler, bilinçsiz edimlerin gerçekleştirilmesinden kaynaklanabilecek tasarımlar ve hayaller üstünde temellenir... Beynin kültürü arzusunun kültürüyle özdeşleşecek ³⁷

1.2.5 Pop Art, Op Art ve Afiş

1960'lı yıllarda gerçeğin abartılı sunumuna dayanan, popüler sanatın kısaltılmışı biçiminde ifade edilen Pop Art Amerika ve İngiltere'de gelişmeye başlamıştır. O dönemde afişlerde yer alan reklam ürünlerinin gerçekçi görüntüleri, tuvalerde abartıya dayalı resmediliyordu. Gerçek ve görüntünün farkını çarpıcı biçimde ortaya koyuyordu. Yine aynı dönemlerde ortaya çıkan, lekecilik ve hareket resmine sahip olan ve optik sanat anlamındaki Op Art gelişmeye başlamıştır. Temelde optik aldatmalara dayalı olup, doğasal olmayan yeni bir optik görüntü anlayışı getiriyordu (Resim 64). Tekstil ve sinema endüstrisi gibi reklam endüstrisini de etkisine aldığından afişlerde optik görüntüler gözleniyordu.

Resim kendi içinde bir sonuçtur. Afiş ise bu sonuca giden yol, satıcı alıcı arasında bir iletişim aracıdır. Aynen bir telgraf gibi. Afiş sanatçısı telgrafçının rolünü oynar, haberi kendi uydurmaz, yalnızca doğru olarak yerine ulaştırır.

³⁵ Gülhan Apak, Türk Grafik Sanatı İçinde Cumhuriyetten Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi ve Tanıtım Toplum İlişkileri İçindeki yeri, Araştırma Raporu, İzmir 1992, s.38

³⁶ Gülsüm Karamustafa, Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim-Afiş etkileşimi, Araştırma Raporu, İstanbul, 1980, s.55

³⁷ Salvador Dali, Gerçeküstücü Nesne, Çeviren Sema Rifat, Modernizmin Serüveni, Hazırlayan: Enis Batur, İstanbul, 1997, s.340

Kimse onun bu konuda açıklama yapmasını, fikrini söylenmesini istemez. Ondan istenilen iyi, doğru ve açık bir iletişim kurmasıdır.³⁸

1.2.6 Konstrüktüvizm ve Afiş

1920'lerden sonra Konstrüktif sanatın uluslararası bir boyut kazandığını görülür. Almanya ve özellikle Berlin'i bu gelişmelerin merkezi sayılabilir. Almanya'ya konstrüktüvizmi getiren Rus sanatçılar daha sonra Weimar'da Bauhaus'un kurulmasında da öncülük edeler. Burada bir çok sanatçı hep birlikte ya da biri diğerinin yerine geçerek aktif bir şekilde katkıda bulurlar. Bunlardan bazıları: Poul Klee, Oskar Schlemmer, Johannes Itten, Lyonel Feininger, Wassily Kandinsky, Loszlo Maholy-Nagy ve Josef Albers'tir.

Suprematizm'i ise 1913 yılında Kazimir Malevich saf renk ve temel geometrik biçimlerden oluşan bir resim stili geliştirerek ortaya koymuştur. Malevich de önce Fütürist ve Kübist üslupta çalışmalar yapmıştır. Daha sonra

Konstrüktivizm bir akım olarak modernlik bağlamında değerlendirebilmek için, onu yüzyıl başındaki ortamdan soyutlamamak gerekir. Avrupa'nın büyük başkentlerinde, 19. yüzyıl sonundan başlayarak gerçekleşen yaratıcılık dönüşümü Rusya'da da hayli yankı uyandırmış belli başlı öncüler Paris ve Münih, Roma ve Londra arası mekik dokumuşlardır. Şüphesiz, Moskova Petersburg'daki atılımlar bu alışverişten etkilenmişti; ne var ki Rus Yenilikçiliği bir ithal ürünü kesinkes sayılamazdı.³⁹

(...) Evrenin ya da nesnenin sınırını bir başka tarzda gören olağanüstü kişiler, bir iletişim aracı yarattılar ve sınıra ilişkin bir dizi yorumu çoğaltarak ve gördüklerini daha da parçalara ayırarak, kendilerinden daha küçük kişileri bu araçlarla uyandırdılar. (...) Sanatçı evreni başka türlü görmüyorsa, bu görüş sadece onun görüşü değilse (çünkü onun gördüğü başkalarının görüşüne benzemez) yaratış nedir ki?⁴⁰

temel geometrik biçimlerin soyutlanmasından yola çıkarak bu yeni ve yalın stili yaratmıştır. 1915 yılında Petrograd'da açılan "Son Fütürist Resim O.10"na bir resimle katılır. "Sıfır Biçim" isimli bu resimde Malevich, beyaz zemin üzerine

38 Gülsüm Karamustafa, Sanat Akımlarının Güncel İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim-Afiş etkileşmesi, Araştırma Raporu, İstanbul, 1980, s.82

39 Enis Batur, Yeni Dünyayı İnşa Etme Tasansı: Konstrüktivizm, Modernizmin Serüveni, Hazırlayan: Enis Batur, İstanbul, 1997, s.194

40 Kazimir Malevich, Sanatçı, Çeviren Enis Batur, Modernizmin Serüveni, Hazırlayan: Enis Batur, İstanbul 1997 s.196

boyanmış siyah bir kare yapmıştır (Resim 65). Bu adlandırmayla sanatın geçmişle bütün ilişkilerini koparıp, sıfırdan, hiçten başlaması gerektiğini söylemek istemiştir. Eskiyle uzaklaşmazlık ve gelenekleri yıkma, o yıllarda endüstri çağı bilincinin en karakteristik yanı olmuş ve sanatta bu şekilde belirginleşmiştir. İlk olarak Kübistlerin sanatta ortaya attıkları soyutlama ve eleme gücü, Malevich gibi sanatçılar tarafından yıkma ve yok etme etkinliğine dönüştürülmüştür. Bu da Fütürizmin mantığından kurtulamamış olmalarından olsa gerek.⁴¹

1.2.7 Bauhaus ve Afiş

Birinci Dünya Savaşıyla birlikte ekonomisi zayıflayan Almanya, sahip olduğu işlememiş kaynaklarının üzerinde çalışacak yetenekli elemanlara ve ihraç için mallar hazırlayacak endüstriye gereksinim duymuştur. Dolayısıyla bu ihtiyaçları karşılayacak yeni sanatsal eğitimini sağlamak için 1919'da Bauhaus okulu kurulur ve endüstri ile sanat eğitiminde önemli bir yer edinir. Burada marangozluk, dokumacılık, cam ve metal işleri, baskı ile tipografi atölye sisteminde öğretilirdi.

Bauhaus iki farklı dönemde gelişme gösterir. Birincisi olan Weimar Bauhaus'unda, tipografi ve Grafik Tasarım adına 1920'lerde önemli gelişmeler kaydedilir. Burada dışavurumculuğun etkisini görmek mümkündür. Atölyelerden birinin başına getirilen Lyonel Feininger, 1921'de kişisel tipografik üslubunu geliştirir ve "Yeni Avrupa Grafikleri" adlı portfolyo çalışmasının kapak tasarımında tahta baskı şeklinde uygular. Bu çalışma aynı zamanda Bauhaus'un erken döneminde görülen dışavurumcu tavrın bir göstergesi olmuştur.

Maholy-Nagy, Bauhaus'ta iletişim ve teknolojiye gerekli önemin verilmesini sağlar (Resim 66). Afişin iletişim için bir araç olarak görür ve her mesajın tasarımında bunun amaç edinilmesi gerektiğini söyler. Açık ve okunaklılık, estetik uğruna feda edilmemelidir. Harflerin belli bir şeklin içine sokularak zorlanmasına da karşı çıkan Maholy-Nagy, bu sözleriyle De Stijl estetiğini hedef alır. Ona göre afiş ve mesaj esneklik, değişkenlik ve yenilik içermeli, aynı zamanda dışavurumcu ve optik etkilere sahip özgün bir ifade dili olmalıdır.

⁴¹ Nurcihan Özkan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001 s.18

Bauhaus'ta Gropius, Sanat ve El Sanatlarının Birliği yerine, Sanat ve Teknoloji, Yeni Bir Birlik sloganını getirir. Maholy-Nagy ile birlikte "Staacliches Bauhaus in Weimar 1919-23" adlı sergi kataloğunu hazırlarlar. Herbert Bayer uygulamasını yapar. 1925'te Dessau'ya taşınan Bauhaus, bu kez De Stijl ve Konstruktivizmin izinden giden yolu seçer ve onların fikir ve prensiplerinden yararlanmaya çalışır. Dessau'da layout, tipografi ve reklam arasındaki ilişki ortaya çıkar. 1926'da yayınlanmaya başlayan Bauhaus dergisinin 1928 tarihli kapağını Herbert Bayer tasarlar. Artık çizim tahtasında değil kameranın önündedir.

Ömrü dört yıl süren Bauhaus akımının prensipleri ve eğitim tarzı 20. yüzyılın tasarım hayatında önemli etkileri olmuştur. Amaçlarından en önemlisi ise sanat ve endüstriyi bir araya getirme çabası olarak belirtilebilir.



İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE AFIŞ SANATININ GELİŞİMİ

2.1 TÜRKİYE'DE AFIŞ SANATININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Afiş Sanatı'nın Türkiye'deki gelişimini incelemek için öncelikle Grafik Sanatı'nın gelişimini incelemek gerekir. Yabancı kültürlerle göre gelişim, aşamaların nasıl ve ne zaman yaşandığı Türkiye'deki gelişimi incelerken elde edilecek bulgulardır.

Grafik en temel anlamıyla kitleler arasında mesaj taşımaktır. Matbaanın Gutenberg tarafından icadından önce de “Çoğaltarak kitlelere ulaşma” misyonuna sahipti. Sınırlı sayıda da olsa yapılan baskı-resim çalışmaları dini amaçla kullanılmış ve belirli bir literatürün oluşmasına sebep olmuştur. Sınırlı sayıda üretilmesi de Özellikle ortaçağda kilisenin ayrıcalıklı bir yerde olmasına etken olmuştur; çok az kimse ulaşabildiği için bilgi sınırlı bir grubun elinde ve yorumundaydı. Ancak kilisenin halk arasında tepki çekmesi ve insanların doğuştan gelen bilgiye ulaşma azmiyle Ortaçağ'da dünya kültürü açısından bir dönemece girilmişti ve bu dönemeç sonunda Batı dünyası inanç sisteminin yerine akıl sistemini yerleştirdi. Bu gelişmeler, gerek iletişimin zayıflığından gerekse kültür ve dinden gelen farklılıklardan dolayı Osmanlı İmparatorluğu'na oldukça geç ulaştı ya da ulaştı ancak kabul görmedi, bir dirençle karşılaştı. Batı kültürüyle doğu kültürü arasındaki bu büyük farkın temeli işte bu ortaçağ dönümüne dayanır. Bu direncin doğal bir sonucu olarak Grafik kavramını ve onun mesaj misyonunu başlatan matbaa, icadından 200 yıl sonra Osmanlı'ya girebildi. Kaybedilen bu büyük zaman aynı zamanda Osmanlı İmparatorluğu'nun sonunu hazırlayan faktörlerden biriydi.

Önceleri din kitabı basma yasağıyla sınırlı bir şekilde yer bulabilen matbaa, sonraları hızla yayıldı ve dönemin genel anlayışı tarafından da kabul gördü. Her ne kadar matbaa hızlı bir şekilde yayıldıysa da 20. yüzyılın başlarındaki siyasi ortam ve bölgenin sık sık savaflara sahne olması afiş kültürünün, yaygınlaşacak kadar tanınmasını ve afişi talep edecek kültürel bir ortamın oluşmasını engelledi. Bu da Fransa'da ya da İngiltere'de aynı dönemde afişin yakaladığı ivmenin hissedilmemesine neden oldu. Afişin tanınması ve benimsenmesi gelecek dönemlere kalmış oldu.

2.1.1 Cumhuriyet Öncesi Grafik Sanatı

Ülkemizde Grafik Sanatının tarihi birçok kaynakta matbaanın gelişiyile başlatılmaktadır. İbrahim Müteferrika ve Said Çelebi'nin 1727 yılında kurdukları matbaadan önce kimi azınlıkların matbaa kurdukları ve kendi dillerinde üretim yaptıkları bilinmektedir. Belgeler, Ermeni ve Musevilerin 1500'lerde ve Rumların 1600'lerde basımevleri kurduklarını göstermektedir. Müteferrika'nın basımevinden sonra, 1796'da Hasköy'de Mühendishane basımevi, 1802'de Üsküdar'da Dâr-üt-tıbaa, 1837'de ilk resmi gazete olan Takvim-i Vekayi'yi basmak üzere Takvimhane-i Amire kurulmuştur.⁴² Bundan sonraki süreçte Türkçe yayınlanan gazetelerde artış olmuş, ilk posta pullarının da basımı gerçekleşmiştir (Resim 67).

1850'de Vakayi-i Tıbbiye ve 1862'de Mecmua-i Fünûn dergileriyle birlikte grafik ürünlerine yeni alanlar açıldığı görülmektedir. Yazılarla birlikte çizgi-resimlerin kullanılması artmış, resimli duyurular dergilerde yer almaya başlamıştır. Bu gazeteler tam anlamıyla günlük gazete olarak adlandırılmazlardı. Çoğu düzensiz bir kaç günde bir çıkmaktaydı ve yılda en fazla ikiyüz sayı çıkmaktaydı. Ancak ortak bir iletişim bilincinin temellerini sunmaları ve devletin değişkenlik gösteren yönetim şekline karşın gazetecilik yapabilme cesaretleri taktire değerdir.

Basına karikatürün girişi 1870'de Teodor Kasap'ın "Diyojen" dergisiyle başlamıştır, bu tarih grafik sanatı açısından büyük önem taşımaktadır. Yine aynı yıllarda gazetelerde kitap ve kimi ilaç, eşya ilanları da yer almaktadır. Basının bir tanıtım aracı olarak kullanılabileceğinin anlaşılmasıyla ticari hayatın tanıtım ihtiyacı da beraber gelişmiştir. Amatör olarak başlayan ilanlar ya da ufak tanıtımlar, artan taleple beraber organize bir hal içine girme zorunluluğunu getirmiştir.

Meşrutiyetin ilanı ile birlikte yaşanan basın özgürlüğü, gazete ve dergilerde duyuruların artmasına neden olmuştur (Resim 68). 1909 yılında Ilancılık Şirketi kurulmuştur (Resim 69). Sonrasında başlayan Balkan ve I. Dünya Savaşı ve ardından gelen Kurtuluş Savaşı ile ülkenin ekonomik ve sosyal olarak çöküntüye uğraması bu sürecin kesintiye uğratacaktır.

⁴² Said Maden, Grafik Sanatın Dünü, Bugünü, Cumhuriyetin Renkleri, Biçimleri, Türkiye İş Bankası Yayınları, ss. 76-77.)

2.1.2 Cumhuriyet Dönemi Grafik Sanatı

Cumhuriyet Dönemi ile birlikte Türkiye Cumhuriyeti'nde bir çok değişim ardı ardına yaşanmaya başlamıştır. Yaşanan bu büyük değişim içinde grafik sanatı açısından en önemlisi hiç kuşkusuz 1928 Harf Devrimi'dir. Yeni şekillenmekte olan değişim ve dönüşümlerin toplumsal hayata geçirilmesi için de afiş ve grafik tasarımlar en önemli araç konumuna gelmişlerdir.

1927 yılında çıkarılan Sanayi Teşvik Kanunu ile hareketlenmeye başlayan tüketim ürünleri sektörünün etiket, ambalaj ve tanıtım amaçlı afiş gibi gereksinimleri olmuştur.

1925 yılında Hava Kuvvetlerine kaynak sağlamak amacıyla Türk Teyyare Birliği kurulmuştur. Bu cemiyet 1939 yılında Milli Piyango İdaresi'ne dönüşecektir. Derneğe gelir sağlamak amacıyla piyango düzenlemek, kurban derilerinin bağışlanmasının sağlamak gibi faaliyetlerine katılımı artırmak için duyurularda afiş büyük önem kazanmıştır. Afişin Türkiye'deki gelişimini de geniş ölçekte bu öneme bağlayabiliriz. Yeni ülke, yeni devlet yönetimi, kararlı adımlarla ilerlemekte ve başarılarını, projelerini duyurmak, bunları halka benimsetmek amacıyla afişi kullanmaktaydı. Afiş, kitleler arasındaki iletişim görevini genç Türkiye Cumhuriyeti için de sürdürüyordu.

Devletçiliğin yönetim biçimi olarak benimsendiği 1930'larda Devlet Demiryolları, Denizyolları, Sümerbank, Tekel İdaresi gibi işletmelerle, Kızılay, Türk Hava Kurumu, Çocuk Esirgeme Kurumu gibi kurumların çalışmalarını topluma duyurmak ve toplumdan destek almak için geniş ölçüde afişe gereksinim duyulmuştur (Resim 70). Bu afişler arasında sosyal afişler de olmuş ve halkı bilgilendirme konusunda da başarılı ürünler sergilenmiştir.

Bir proje olarak Cumhuriyet, kendisine yakışan vatandaş kavramını güçlendirmek, batılı anlamda yaşam biçimini yaygınlaştırmak amacıyla da afişten yararlanmıştır. Arşivlerde bu dönemin kadınının toplum içinde, üretime katılmış, evlilik kurumunu öne çıkaran, giyim kuşam vb. konularını gösteren ürünleri görmek mümkündür. Yıllar süren Osmanlı yönetiminden sonra halka ilk kez "ulus" kavramını aşlamak da ancak bu şekilde güçlü atılımlarla olabilirdi.

Bütün bu toplumsal çerçeve içinde dönemin en ünlü sanatçısı İhap Hulusi Görey'dir. 1898 yılında Kahire'de dünyaya gelen Görey, 1920 yılında sanat eğitimi almak amacıyla Münih'e gitmiş, afiş ve reklam grafiği alanında eğitim de almıştır. Ldujig Hohwein ile tanışmış ve ondan etkilenmiştir. 1925 yılında Türkiye'ye dönen İhap Hulusi serbest grafiker olarak çalışmaya başlamıştır.

Sarsıntılı bir yüzyıl başı yaşadıktan sonra, çokuluslu Osmanlı İmparatorluğu sona ermiş, 1923'te Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur. Daha sonra Kemalizm olarak anılan ideolojiyle Cumhuriyetin kurucuları, Türkiye'nin toplumsal ve ekonomik yaşamını değiştiren kökten reformlar gerçekleştirmişlerdir. Yeni üstyapı kurumları, bir yandan özel sektör yaratmaya çalışan, ancak bir süre sonra devletçiliğe yönelen yeni ekonomi anlayışı, yeni yaşam biçimi ve yeni bir alfabe. İhap Hulusi Görey böyle bir tarihsel dönemde grafik tasarımcı olarak çalıştı ve ürün verdi. Yaptıklarıyla yeni yaşam biçimini yorumladı ve önerdi (Resim 71). Bir yandan Cumhuriyet felsefesinin görsel tanıklığını yaptı, öte yandan çağdaş Türk Grafik tasarımına öncü oldu.⁴³

Sadık Karamustafa'nın altını çizdiği gibi, İhap Hulusi'nin tasarımlarını inceleyecek olursak, dönemin felsefesine uygun örneklerle karşılaşırız. Ziraat Bankası, Sümerbank, İş Bankası, Kurukahveci Mehmet Efendi ve Mahdumları, Bayer, Milli Piyango, Tekel gibi kuruluşlara ilanlar, afişler ve ambalajlar hazırlayan sanatçının Kulüp Rakısı etiketi, Birinci sigarası paketi ve Kuruhahveci Mehmet Efendi ve Mahdumları Müessesesi amblemi hâlâ kullanılmaktadır (Resim 72-73). İhap Hulusi'nin yapmış olduğu çeşitli konuşmalardan yapılmış derlemede sanatçı çalışma koşulları ve afiş sanatçısı olmanın güçlükleri üzerine şunları söylemektedir;⁴⁴

(...) 1925'ten 1975 yılına dek geçen 50 yıllık çalışmalarım sırasında bazı zorluklarla karşılaştım. Resimden, bunun kompozisyonundan, renkten anlamayan siparişi verenler olmuştur. Bunlar, gereksiz ve anlamsız müdahaleleriyle yaptığım resimleri bozmuşlardır. Örneğin, boş gördükleri yerlere yazılar sıkıştırarak kompozisyonu bozmuşlar, resimdeki renkleri değiştirmişlerdir. Bu koşullar altında çalışmak güç oluyordu. Sanat, yetenek ve zevkimi para kazanmak uğruna feda etmek zorunda kalıyordum. Baskıya da gereken önem verilmediği için afişlerdeki renkler bozuk

43 Sadık Karamustafa, "Türk Grafik Tasarımının Öncüsü İhap Hulusi Görey", Cumhuriyetin Renkleri, Biçimleri, İş Bankası Yayınları, s. 76

44 İhap Hulusi Kendini Anlatıyor, Cumhuriyetin Renkleri, Biçimleri, İş Bankası Yayınları, ss. 77-78

çıkiyordu. Bu bozukluk en çok piyango biletlerinde görölüyordu. Yaptığım orijinal iş ile basılmış biletin renkler yönünden hiçbir ilgisi kalmıyordu ... Faraza, bir karikatürist hiçbir zaman kendi mesaisi dışındaki işlerle uğraşmaz. Hususiyetini kaybetmekten korkar. Çünkü ne kadar iyi yaparsa yapsın, bu işi bir ilan ressamı kadar iyi yapamaz. Avrupa'da ilan ressamları arasında bile iş bölümü vardır. Mesela bir moda ressamı hiçbir zaman hikâye illüstrasyonu yapmaz, bir duvar afişi çizmez. Zira kıymetini ve imzasını düşürmekten korkar. Bu iş bölümüne ticaret erbabı da vakıf olduğu için, zaten mütehassıslara kendi ihtisasları dışında teklif etmezler. Bu suretle her sahada yüksek kabiliyetli sanatkârın yetiştiği görölmüştür. Halbuki bizde bunun tam tersi oluyor. Her çizgi çizen adama her nevi iş tevdi ediliyor. Bu suretle ne o kabiliyetin bir sahada sivrilmesine imkân bırakılıyor, ne de afiş ve reklam sanatı bir terakki hamlesi kaydedebiliyor. Bunun çaresi hem ressamlar arasında iş bölümü yapmak ve hem de reklam sahiplerini mütehassısa alıştırmaktır.

Dönemin diğer grafik sanatı etkinlikleri kitap kapağı uygulamaları ile özgün film afişleridir. İlk dönemlerde film afişleri yerli ya da yabancı filmler için elle boyanan ışıklarla süslenen ve fener adıyla anılan büyük panolarla yapılmaktaydı. İlk fener yapımcıları Mithat Ağakay ve Münir Fehim'dir.

Yine cumhuriyetin ilk yılları içinde sözü edilmesi gereken bir diğer afiş sanatçısı da Kenan Temizan ve sadece İnhisarlar (Tekel) İdaresi için çalışan Atıf Tuna'dır. Kenan Temizan I. Dünya Savaşı sırasında Almanya'ya giderek, Berlin Akademisi'nde eğitim görmüştür ve Reimanschule'de afiş ve duvar desenleri üzerine dersler vermiştir. 1927 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Namık İsmail tarafından Afiş atölyesi kurulur. 1932'de Mithat Özer atölyenin başına getirilmiştir. Dönemin grafik sanatçıları arasında Mashar Resmor, Tarık Uzman, Natık Soyeren, Yusuf Karacay, Orhan Omay'ı, 1930 sonrası ise Cevher Bozkurt, Namık Bayık, Mesut Manioğlu, Ayhan Alp ve Atila Bayraktar'ı sayabiliriz.⁴⁵

Cumhuriyet rejimi kurumlarıyla kendini halka tanııtma ve benimsetme sürecinin yaşandığı yıllarda afiş sanatı son derece önemli bir yere sahip olmuştur.

1930 yıllarla birlikte dünyada yaşanan ekonomik bunalım Anadolu

45 Ayla Ödekan, Mimarlık ve Sanat Tarihi (1908-1980), Çağdaş Türkiye Cilt 4, Cem Yayınevi, 1995, s.570.

topraklarında da yaşanmış, buradan kesin bir devletçilik anlayışına ulaşılmıştır. Tüketimde yerli mallarına öncelik verilmesi için kampanyalar başlatılmış, her çeşit yerli ürünün tanıtılması büyük ölçüde afişlerle sağlanmıştır.

Döneme genel olarak bakılacak olursa, Cumhuriyet ideolojisiyle paralellik içinde olduğu görülebilir. Tek parti yönetimi olarak da adlandırılan bu dönemde mizah, karikatür ve karton açısından son derece durağan ve kısırdır.⁴⁶ Bu durum 1940'lı yıllara gelinceye kadar da sürecektir. Dönemin karikatür ile uğraşan çizerleri Ramiz Gökçe, Sedat Simavi, Sedat Nuri İleri, Ratip Tahir'in gerek kurtuluş Savaşı'nda ve gerekse ardından gelen cumhuriyet projesinin destekleyicileri olduğu için 1950'lere kadar uzayan süreçte muhalif bir duruş görülmemektedir. Bunu belirtirken az da olsa farklı seslerin duyulduğu gerçeğini göz ardı etmemek gerekir. Ancak bu seslerin hemen susturulduğu görülmektedir.

2.1.3 Çok Partili Dönemden 1980'e Grafik Sanatı

1930'lu yıllar kültür ve sanatta önemli adımların atıldığı, kimi değişimlerin yaşanmaya başladığı yıllar olmuştur. Opera ve klasik müzik uygarlığın göstergesi olarak algılanmaktadır. İlk Türk operası Özsoy'un sahnelenmesi 1934 yılında gerçekleşmiştir. 1940 yılında Devlet Konservatuarı öğrencileri temsil vermeye başlamıştır. 1949 yılında Devlet Tiyatroları ilk gösterilerini gerçekleştirmiştir. Bütün bu hareketlilik kısa bir süre sonra özel tiyatroların artışına yol açacaktır.

Kültür dünyasındaki hareketlilik bir yana siyasi ve ekonomik olarak da hareketlilik yaşanmaktadır. 1946 yılında Demokrat Parti'nin kurulmasıyla birlikte siyasi arenada propaganda önem kazanan bir olgu haline geldi. Selçuk Milar tarafından yapılan Demokrat Parti'nin ünlü afişinin seçimin kazanılmasında son derece etkili olduğu gerçeği tartışılmazdır.

Demokrat Parti iktidarı ile birlikte Türkiye'de tarımda yaşanan gelişmelerin yanı sıra, sanayii toplumu olma yolunda adımlar atılmaya başlanmış, Devletçilik ilkesinin yanında özel girişimcilik teşvik edilmiştir. Bu gelişmeler ülkenin dışa bağımlı olmaya başlamasını beraberinde getirmiştir.

⁴⁶ Ahmet Spahioğlu, Türk Grafik Mizahı, Dokuz Eylül Yayınları, 1999, s.16.

Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu kabul edilir, sanayide gelişme sağlanırken kırsal alanda mekanizasyon süreci yaşanmaya başlamıştır.

Ekonomide yaşanan bütün bu gelişmelerle birlikte baskı tekniklerinde değişimler ortaya çıkmıştır. Ofset baskı sistemlerinin ülkeye gelişiyle birlikte basın ve yayın sektöründe ilerlemeler kaydedilmektedir. Siyasi gelişmeler sonucunda 27^{nci} Mayıs 1960'da Silahlı Kuvvetlerin yönetime el koyması ile yaşanan yönetim değişikliği ve ardından hazırlanan 1961 anayasası ile temel hak ve özgürlükler genişletilmiştir. Burada asıl hedef, söz, yazı ve düşünce özgürlüğü adına getirilecek yeni maddelerdir.⁴⁷

1950-1960 yılları arası Grafik Sanatı örneklerine bakıldığında resim ve plastik sanatların etkisi açıkça görülmektedir. Dönemin grafik sanatçıları arasında Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Fikret Akgün ve Namık Bayık'ı saymak mümkündür. Bu arada grafik tasarımı adına önemli bir gelişme olarak 1927 yılında kurulan afiş atölyesinin 1959 yılında Grafik Bölümü'ne dönüştürülmesini hatırlatmak gereklidir.

1960'lı yıllarda başlayan sanayi atılımı üretim çeşitliliğini sağlamış, böylece grafik sanatçılarına birikimlerini değerlendirme fırsatı sağlamıştır. Reklamcılık sektöründe gelişmeler göstermeye başlamıştır. 1960-1970 yıllarında tiyatro ve operadaki hareketliliğe bağlı olarak afiş sanatında yenilikler yaşanmasına neden olmuştur. Özel tiyatroların birbiri ardına açılması ile bu dönemde oyunların halka duyurulması açısından büyük önem taşımıştır.

Mengü Ertel bu dönem ve bu bağlamda ele alınması gereken önemli bir isimdir. Ertel özellikle Devlet Tiyatroları için afişler hazırlamıştır. Oyun afişlerinin yanı sıra İstanbul Festivali afişleriyle de dikkat çekmektedir. Afiş tiyatro oyunu için o denli etkili hale gelmiştir ki, oyunlar afişleriyle anımsanmaya başlamıştır.

Yurdaer Altıntaş yine bu yıllarda yaptığı afişlerle öne çıkan grafik sanatçılarından biridir. Hem Devlet Tiyatroları ve hem de özel tiyatrolar için afiş üretmiştir. Kent Oyuncuları için yaptığı "Ben Anadolu", Dormen Tiyatrosu için 'Bit Yeniği' oyun afişi, afiş sanatı içinde önemli bir yere sahiptir.

47 Alpay Kabacalı, Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Matbaa, Basın ve Yayın, Literatür Yay., 2000, s.229

2.2 TÜRK AFİŞ SANATININ TÜRK GRAFİK TASARIMI İÇİNDEKİ YERİ

Afiş, asılan, duvarlara yapıştırılan ve aynı zamanda pek çok insanın görebilmesine olanak tanıyan reklam düzeyinde mesajlar içeren bir sanat dalıdır. Ancak duvara her yapıştırılan da afiş değildir. Geçmişi ilandan da eskidir. İlk çağa ait Pompei harabelerinde modern afiş anlayışına uygun duvar yazılarına rastlanmıştır. Kağıdın icadı ve matbaanın gelişmesi de afiş sanatının ilerlemesine neden olmuştur. Afişçilik alanındaki en büyük gelişme, baskı makinelerinin büyük ebatta kağıt basmaya başlamasıyla gerçekleşmiş, 19. yüzyılda renkli baskının icadı ve Raffet, Gavarni, Daumier gibi ressamların afişle uğraşmaları bu gelişimi perçinlemiştir. Modern afişin gerçek mucidi Capiello'dur. 1900'lerde bu sanatçı afiş ticari ve reklam temelli bir amaç olarak görmekteydi. Bütün ilginin afişin tam merkezinde toplanmasını istediği için ürünü, tam ortaya oturtmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren yaşam tarzı değişmeye başlamıştır. Dünya Savaşı, gelişen teknoloji, toplumlar arası ticari ve kültürel alışveriş sonucu hayat hızlandı. Ulaşımındaki hızlı gelişme sayesinde de insanlar kısa sürede istedikleri yere ulaşabiliyorlardı. Bununla beraber afişler artık uzun uzun incelenemiyordu. Dolayısıyla afişler artık insanlar üzerinde kısa ve ani etkiler yapmak zorundaydı. Sonuçta daha sade şekiller aranmaya başlanmıştı. Eskiden afiş, ürünü yüceltirdi. Şimdi ise göze ve bilinçaltına da hitap etmektedir. Afiş, karakteri nedeniyle ilk bakışta gazete ilanının ve kataloğun aksine sabittir. İzleyicisini ve etkileyeceği kitleyi asıldığı yerde bekler. Bu nedenle, pasif bir mesaj aracıdır denebilir. İnsanlar sokakta yürürlerken genelde başka şeylerle meşgul olduklarından afiş, mümkün olduğu kadar dikkat çekici ve kısa sürede etkili olmalıdır. Çünkü fazla söz söyleyecek zaman yoktur. İnsanlar afişin yanına çağırılamaz. Ya da her afiş, yanında açıklayıcı bir metinle yayınlanamaz. Söz ve yazı tam bir uyum içinde olmalıdır.⁴⁸

İyi bir afiş yaptırmak veya ne amaçla kullanılacağını bilmek yeterli değildir. Nasıl kullanılacağı ve ne şekilde randıman alınacağını da bilinmesi gerekmektedir. Artık hiçbir şeyin yadırganmadığı, reklam için türlü çılgınlıkların yapıldığı günümüzde, halkın gözüne çarpabilecek her yer afiş için uygundur denebilir.

Afiş, 19.yüzyılın sonlarında başlayıp, 20.yüzyılın ilk yarısı içinde

48 Gören Bulut, Ders Notları, ss.8-10

dolayısıyla savaş zamanında yönetime el koymak isteyenlerin elinde güçlü bir katalizördü. O dönemlerde diğer iletişim araçları bu denli yaygın olmadığı için yıkılan kentler, duraklar, reklam kuleleri afişlerle bezeniyordu. Özellikle sosyalist yönetimi benimseyen ülkeler, ilkelerine ters gelmeyen konularda sanatçıların istedikleri biçimlendirme yöntemlerini kullanmalarına ses çıkartmıyorlardı. Giderek değişen koşullar, edinilen deneyimler, televizyonun yükselişi afiş tahtından indirmeye yetti. Afiş sanatçıları da televizyon, dergicilik ve sinema endüstrisinde aranan isimler oldular. Bugüne kadar kendinden isteneni vermiş olan afiş, yoluna devam etmeye kararlı olup, geniş bir izleyici kitlesine de sahiptir. Wilanow, Essen, Lahti, Paris, Tokyo'da afiş müzeleri, birçok müzede de afiş seksiyonları açılmıştır. Bunların yanında sergi ve bienaller de düzenlenmektedir.

Türkiye'de Afiş tarihine bakıldığı zaman, 1960'lara dek sadece İhap Hulusi görülür. Yıllardır kullanılan tüketim maddelerinin çoğunu tanıtan resimler, banka reklamları, Tekel ve Sümerbank ürünlerinin afişleri, Milli Piyango biletlerinin üzerindeki resimler ve günlük hayatımıza girmiş daha pek çok eserleri ile tanıdığımız sanatçı, 1920'de resim eğitimini tamamladıktan sonra Almanya'ya çizgiye başvurmadan sadece gölge ile resim yapabilmeyi öğrenmek amacıyla gidip, 1925'de tekrar yurda dönmüştür. O zamanlar afiş sanatının Türkiye'de hiç bilinmemesi nedeniyle, çeşitli zorluklarla karşılaşmasına rağmen Akbaba dergisinde çalışırken ilk siparişini "İnci diş macunu" firmasından almış, daha sonra da bütün Türkiye'ye hizmet vermeye başlamıştır.

Sanayi ve ticaret alanındaki gelişmeyle birlikte tüm grafik ürünlerine olduğu gibi afiş duyulan ilgi de artmıştır. Ancak İhap Hulusi'ye göre ortam bu sanatı anlamaktan yoksundu. Sanatçı afiş yaparken, buluşun önemine değinip izleyenlerin ilgisinin çekici ve düşündürücü olmasını savunuyordu. Kullandığı bir slogan buna örnek olarak verilebilir: "Bir Sümerbank afişinde engel atlayan bir atlet ve (Kumaş almak için bizi atlayıp geçme!) sloganıyla (Martı nasıl su geçirmiyorsa, Beykoz ayakkabıları da geçirmez)".⁴⁹

Bu arada Paris'te eğitim görmüş olan Mithat Özar 1932'de Güzel Sanatlar Akademisi'nde afiş bölümünü açmıştı. Yetiştirdiği sanatçılardan, Mazhar Resmo, Orhan Omay 40-50'li yıllarda ürünler verdiler. Yine Almanya'da

49 KOŞAN S., Türkiye'miz Dergisi, İstanbul, 1980, s.23

yetişmiş başka bir usta Kenan Temizhan 1951'de Nato'nun açtığı uluslararası afiş yarışmasında üçüncülük ödülü almış, 1953'de de Akademide anılmaya değer bir toplu sergi açmıştır. 60'lı yıllarda Akademi mezunu Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Fikret Akgün önceki kuşağa göre daha başarılı işler sunmuşlardır.

Bilinçli eserlerin verilmeye başlandığı 60'lı yıllardan günümüze doğru gelindiğinde, Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Bülent Erkmen, Cemalettin Mutver, Sadık Karamustafa gibi sanatçılar bu alanda söz sahibi sanatçılar olarak dikkat çeker.

Türkiye'de 1980'lere kadar siyasi parti afişlerinde resim kullanmak belki de geleneksel resim yasağından doğan bir anlayışla yasaklanmıştı. 60-70'li yıllarda afiş, siyasi grupların olabildiğince yararlandıkları bir haberleşme biçimi olmuştu. 1980 askeri darbesiyle birlikte bombalı pankartlar başlamış, geçen yıllarda şehirler temizlenerek yönetimlerin kesin denetimine girmişti. Günümüzde ise kentlerde başka bir iletişim dili hakim duruma gelmiştir: "Billboard". Reklam dünyası nedense bu mecrayı, afişi unutacak kadar kolayca benimsemiştir. Sinema, konser, tiyatro, spor karşılaşmaları, şenlik gibi bir şehri şehir yapan etkinliklerin afişleri duvarlarda yer bulamazken, kiralari astronomik ölçülerdeki billboardlar, kentleri örtü gibi kaplamaktadırlar. Şu bir gerçek ki hızlı yaşam şartları bu büyüklükteki reklam vasıtalarını gerekli kılmakta. Billboardlar afişlerden büyük ölçüde farklılıklar göstermektedir. Afişlerin aksine billboardların nereye yapıştırılacağı bellidir. Yerleri saptanmıştır. Böylece izleyicinin elden kaçırılması nerdeyse imkansız gibidir. Kentlerin içinde ya da dışında izleyicinin algılayabileceği saptanmış mekanlara yerleştirilir. Her bir billboardun yeri ve frekansı bellidir. Afişler ise adeta boş bulunan ve yırtılıp atılmayacağı öngörülen yerlere yapıştırılır. Aynı anda yüzlerce afiş yapıştırılabilir. Boyut olarak billboardlardan daha küçük olduğu için uzaktan etkisi zayıftır ancak çoklu yerleşim bunun önüne geçebilmiştir. Hatta afişler çoğu zaman kiralanan billboardların üzerlerine bile yapıştırılır. Bu bile afişin içindeki mesajın bir parçasıdır, bir başkaldırı gibi.

Ne olursa olsun afişlerden ayrı kalınmaz. Toulouse-Lautrec, Jules Cheret ve Aubrey Breadsley'den günümüze çok şey değişmiştir. Medyaların da yaşamları iniş çıkışlarla doludur. Sık sık afiş öldü denilmekte; ancak sonrasında

ölmediği görülmekte hatta dirildi diye de nitelendirilmektedir. Sinema, opera, tiyatro gibi kültürel faaliyetlerin afişlerine daha sanatsal gözle bakılmaktadır. Reklam afişleri ise geniş bir medya karışımının ögesi olduğundan mevcut biçimlerle bağlantıyı sağlar. Bu nedenle de özgürlüğü kısıtlanmış gözüyle bakılmaktadır. Türk Grafik Sanatı'nın bir kolu olan Afiş Sanatı da resim sanatı gibi kendine köklü bir dayanak bulamadığından, yabancı ilaçlarla ayakta durmaya çalışmış ve aşırı Batı tutkusu yüzünden görmesi gereken ilgiyi görememiştir.

*Afişler bir kentin konuşan duvarlarıdır. Renksiz duvarlar hüznü verir. Ve boşluk duygusu. Afişlerle donanmış duvarlar ise, yaşama sevinci, dinginlikle doludur.*⁵⁰

50'li yıllarda kalıplarla hazırlanan afişler, sonradan renklendiriliyordu. Ofset baskı çıktıktan sonraki dönemlerde zamanın ressamlarından olan Bedri Koraman, Kadri Yurdatap, Firuz Aşkın, Cemal Dünder ve Oral Orhon'dan kurulu bir şirket kolektif olarak çalışıyorlardı.

Afiş, Türkiye'de Grafik Sanatların en çok gelişen ve başarılı örneklerinin sergilendiği dallarından biri, belki de en güçlüsüdür. Türk Grafik Sanatı içinde afişin gelişimi Türk Grafik Sanatı tarihine bakılınca anlaşılabilir. Tarih boyu çeşitli kültürlerden etkilenen Türkler, yeryüzündeki en geniş kültür mozayikinden birine sahiptir. Türklerin İslamiyet'i seçmesiyle başlayan İslam Kültürü, etkisini derhal göstermeye başlamış ve tüm yaşamlarını etkilemiştir. Bu kültür içinde yer alan hat sanatı ve figüratif betimlemenin yasaklanmasıyla ortaya çıkan ve gelişen minyatür resimlemeciliği hem Grafik sanatı hem de Afiş sanatı açısından önemli değerler içermiştir. Hat, yani yazı sanatı günümüz tipografisinin bir anlamda temelidir. Taşıdığı anlama göre biçimlendirilen yazı, non-figüratif temelde bile değerlendirilebilir. Minyatür resim ise figüratif biçimlerin minimal ve yalın hallerini bir amaca dayandırarak yorumlamaktadır. Kısacası biraz da kültürün zorlamasıyla birlikte Grafik Sanatı için gereken dil, Türk Grafik Sanatı tarihinden dolayı halihazırda vardır. Afiş Sanatı'nın, Grafik Sanatı hakkında kimsenin bilgi sahibi olmadığı 60'lı 70'li yıllarda ilgiyi çekmeyi başarması ve sanatçılar üzerinde bir kıpırdanma yaratması, Türk Grafik Sanatına yaptığı en büyük katkılardan biridir. Afiş sanatına verilen önem ve bu konuda ortaya çıkan başarılı örnekler Grafik Tasarım için gereken ortak estetik bilincin oluşumuna önemli oranda katkı sağlamıştır.

50 Ferit EDGÜ, Gösteri afiş eki, İstanbul, 1988

2.3 DÖNEMİN SANATÇILARININ AFİŞİ ELE ALIŞLARI

Plastik sanatlar klasik anlamda resim ve heykelden oluşmaktadır. Grafik sanatların da başlangıcı resim sanatından ve sanatçılarından oluşmuştur denilebilir. Her ne kadar kısa bir süre içinde Grafik ve Afişin farklı disiplinler olduğu anlaşıldıysa da sanatın ilk zamanlarında resmin plastik dile etkisi kolaylıkla anlaşılabilir. Türkiye’de Grafik ve Afiş sanatının gelişimi gecikmeli olduğundan resmin etkisi de nispeten daha uzun sürmüştür. Türkiye’de Grafik Tasarım’ın plastik sanatlar içinde yer alması dönemin Grafik sanatçıları’nın yoğun çabasıyla 60’lı yıllarda gerçekleşmiştir. Resmin etkisi görülmekle beraber, özellikle afiş alanında ulusal ve uluslararası sanatsal etkinliklere katılıma yönelik çabalar, afişin belirli bir çizgiye ulaşmasına sanatsal düzeyde tanınmasına etken olmuştur. Bu süreçte kendi tarzını oluşturan çok başarılı Grafik sanatçıları yetişmiş ve genç nesillerin gelişimine katkıda bulunmuşlardır.

2.3.1 Mengü Ertel

Türkiye’de afiş sanatının tam anlamıyla başlangıcı Mengü Ertel’in 1959 yılındaki çalışmasına bağlanabilir. 1966’dan sonra, üretiminde bulunduğu sanat dalının bir parçası olan afişleri dünyanın çeşitli ülkelerinde uluslararası sergi ve bienallere katılmaya ve sergilenmeye başlamıştır. Berlin, Varşova ve Brüksel gibi dünya kentlerinde kişisel sergiler açmıştır. 1974’te Cannes’da “Juri Özel Ödülü”, 1975’te Paris Sinema Afişleri Sergi ve Yarışması’nda “Büyük Ödül” kazanmıştır. 1980’de Moskova Olimpiyat Oyunları Afiş Yarışması’nda bronz madalyaya layık görülmüştür. Ülkemizde ise çeşitli alanlarda sayısız başarıya imza atmıştır.

Mengü Ertel’in çalışmaları Münih Şehir Müzesi’nde Amsterdam Tiyatro Müzesinde, Varşova Afiş Müzesinde İstanbul Resim ve Heykel Müzesi’nde yerlerini yıllar öncesinden almışlardır.⁵¹

İhap Hulusi’nin Türk Afiş Sanatı’nda oluşturduğu üslup ve Afişte eşzamanlı gelişen Fransız etkisi peşpeşe azalışa geçince ortaya çıkan boşluk neredeyse yarım yüzyıl sonra, Mengü Ertel’in kişisel plandaki çabalarıyla kapatılabilmektedir. Özellikle tiyatro afişleri dalında, amaçlı bir çizginin ve mesajla

51 Zeynep Oral, Gücünü Tüm Sanatlardan Alan Bir Usta: Mengü Ertel, Sky Life dergisi, Temmuz, 1994, ss.33-37

yüklü bir duyarlılığın adamı olan Ertel, sokak reklamcılığında yozlaşmaya yol açan monotonluğu aşmada kendi çevresine ışık tutacak bir etkinlik göstermiştir.⁵²

Mengü Ertel afiş sanatında bir ustaydı. Bunu onun soyutlama ve stilizasyon anlayışına dayandırarak söylerken aynı zamanda, bunlara katmak için seçtiği, tasarladığı, boyadığı kendine özgü yazı karakterleriyle de başardığını söylemek gerekir. Keşanlı Ali Destanı afişinde olduğu gibi. (resim zart zurt) Figürde yapmış olduğu indirgeme afişin özüne son derece uymaktadır. Anlatılmak istenen dışında kalan kısım tamamen indirgenmiştir. Son derece ilginç bir biçimde oluşturduğu yazı karakteri afişin diagonal giden leke düzlemini tamamlamaktadır. açık koyu dengesinin yarattığı algı çemberi de gözü, son derece başarılı bir biçimde, sıkışıp kalmış gibi duran yazıya göndermektedir. Harflerden “ş” ters yazılmıştır. Bütün bunlara rağmen buradaki yazı unsuru çalışmanın bütününü bozmamakta, üstelik kıvrımlarından dolayı olsa gerek estetik görünmektedir. Afişi oluşturan diğer yazılar için Helvetica'nın condensed çeşidi kullanılmıştır. Dikey çizgiler hem figür hem de arka plan için kullanılmış, buna rağmen iki ayrı boyutta yer alıyormuş gibi durmaktadır (Resim 74).

Mengü Ertel afişlerinde çarpıcılıktan çok düzenleme ve estetik ön plandadır. Lekecilik anlayışı dengeli ve renkleri uyum içinde kullanmıştır.⁵³

Devlet Tiyatroları için tasarlanan bir dizi afişten bir diğeri “Gergedan” oyununun afişidir (Resim 75). Leke ve doku olarak incelenebilecek bu çalışmada ustalıkla yerleştirilen yazı, hem leke hem de doku tanımına girebilmektedir. Yine leke ve dokunun ön planda olduğu çalışmada, dikkati çeken özellik yazının göreceli olarak ikinci planda figürün hareketini izler olmasıdır. Seçilen dekoratif özelliğe sahip kaligrafik karakterle harfler tek tek açılı değiştirilerek kavis oluşturan bir eğri üzerine oturtulmuştur. Böylece başlık değil şekil ortaya çıkmıştır. Bu çalışma Ertel'in diğer pek çok çalışması gibi zamana karşı koyabilmekte ve üretildiği yılı kesinlikle yansıtmamaktadır. Tasarımdaki güç, üslup algısını kırmış ve zamanın ötesine geçmiştir. Salt üretildiği döneme ait değil her zaman geçerliliğini koruyacak bir estetik anlayışa sahiptir.

Sanatçının afişleri çizilmeyip boyandıkları için birer tablo niteliğinde olup

52 Kaya Özsezgin: “Türk Grafik Sanatının Gelişme Evreleri”, Milliyet sanat-31, 1980, ss.6-7

53 Nihan Senem Ersöz: “Türkiye’de Grafik Sanatların Gelişimi ve Grafik Sanatçıları”, Gazi Üniversitesi, Yayınlanmamış Yük. Lis.Tezi, 1993, ss.74-75

hiçbir döneme, hiçbir modaya, geçici akıma bağlı düşünülemezler. 1956-62 yılları arasında yoğunluk kazanıp daha sonraları seyrekleşen, uygulanmış tiyatro afişleri bulunmaktadır. 1967'den itibaren zevk için, basılıp basılmamasına dikkat etmeden kişisel afişler hazırlamıştır. ⁵⁴

Mengü Ertel'in uygulanmayan afişlerinden bir tanesi sadece yazı, ama her türlü yazı çeşidini içeren bir afiştir (Resim 76). 1978, "Uluslararası Çağdaş Uygarlık ve Kültür Mirası" konulu afişi, esprisi yazıdan oluşan, bunun içinde Latin, Kiril ve Uzak Doğu alfabe çeşitlerinin yanı sıra görme özürlülerinin nokta alfabesinden oluşan alfabeleri de bulunmaktadır. Ayrı satırlar halinde sıralanan bu yazı türleri afişin her iki kenarına bloklanmış durumdadır. Kum saatinden geçişte okunaklılığını yitiren yazılar "aynılık, benzerlik" gibi vurucu mesajını da burda vermektedir. Ancak altta yeniden "körler alfabesi" haline gelmekte ve okunabilir haline kavuşurlar.

Ertel, 1974'te Münih kentinde düzenlenen "Tiyatro Afişleri Sergisi" için yapmış olduğu çalışmasında illüstratif bir statik daktilo karakteri yaratmıştır. Bir çeşit serifli karakter olan bu yazı çeşidi, dönemin teknolojisinin (daktilo) temsilcisi olarak illüstrasyondaki kalemlere zıtlık ve rekabet teşkil eder. Karşıtlığın, kendiliğinden oluşan tepkisel gücü burada vurgulanmıştır. Düzensiz ama dengeli leke dağılımına sahip yazı, bu özellikleriyle de bir çeşit dışavurum ve estetik sergiler (Resim 77). 90'larda yeniden moda olup pek çok grafik üründe bilinçli ve bilinçsiz şekilde tüketilen bu yazı biçimi, Mengü Ertel'in salt beslenen değil, araştıran, sorgulayan üreticiliğini son derece başarılı bir şekilde göstermektedir.

2.3.2 Yurdaer Altıntaş

1935 yılında İstanbul'da doğan Yurdaer Altıntaş, 1952-1957 yıllarında Güzel Sanatlar Akademisi'nin Afiş Atölyesi'nde eğitim görmüş, 1964'te İstanbul Türk-Alman Kültür Merkezi'nde ilk Türk Grafik Tasarım sergisini gerçekleştirmiştir (Resim 78). 1964'te Almanya'da yayımlanan Gebrauchgraphik dergisinde kendisine yer verilmesiyle dış yayınlarda yer alan ilk Türk tasarımcı olan Altıntaş, 1968'te Grafik Sanatçıları Derneği'nin kurulmasına öncülük etmiştir. Türk Grafik Tasarımı'nın gelişmesinde ve yurtdışında tanınmasında

⁵⁴ A.Alexsandere: "Mengü Ertel", Novum 4, Germany, 1977, s.1-2

etkili olmuştur. 1967'de Gebrauchgraphik dergisinde Türk Grafik Tasarımı'nı tanıtmış, çeşitli bienallere katılması için sanatçıları yüreklendirerek Grafik anlayışının bir sanat olarak benimsenmesi için çaba göstermiştir. 1976'da IDGSA Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olmuş, 1979'da okulun müdürlüğüne atanmıştır. Grafikerler Meslek Kuruluşu'nun, ilk kez 1982'de olmak üzere, 1987'den 1993'e kadar sürekli başkanlığını yapmış, arkadaşlarıyla birlikte, tasarımcıların mesleklerine daha bilinçli yaklaşımlarına ve derneğin kurumsallaşmasına katkıda bulunmuştur. Altıntaş uzun yıllar tiyatro afişleri yapmış, o döneme kadar gelen İhap Hulusi'nin üslubuna ve Fransız etkisine karşın kendi kişiliğini oluşturmuştur. Cumhuriyet döneminin ikinci kuşak sanatçıları arasında yer almış, kendisine has çizgi ve renk yorumuyla, geleneksel halk kültürünün görsel öğelerini, yepyeni bir sanat anlayışıyla Avrupa ve dünyaya tanıtmıştır.⁵⁵ Afişlerinde duyguya ve estetik değerlere yer vererek mesajı, genellikle simgeci anlatımlarla ve yeni bir biçimlemeyle iletmeye çalışmış, büyük lekeler ve stilize figürler kullanmıştır.

Aktif sanat hayatının başladığı yıllarda ülkenin her köşesi görsel iletişim ve grafik adına ürünlerle dolmaya başlamıştır. Ancak talebin düşüklüğü, teknik anlamda yetersizlik ve var olan teknolojinin de kullanılamaması gibi nedenlerden dolayı afişin önünde başta tasarlanan rengin tutturulamaması olmak üzere pek çok problem vardır. Matbaalar ve benzeri problemler, Yurdaer Altıntaş gibi sanatçıların canlarını oldukça sıkıştır. Çünkü saatlerce üzerinde çalıştığı ayrıntıların matbaa ressamı tarafından klişeye geçirilmesinde yok olduklarını görmektedir.

Sanat hayatı boyunca tek düzelikten kaçmış, kendini ve işini sürekli sorgular olmuştur. Buna örnek olarak "Bit Yeniği" afişi, farklı bir format denemesidir denilebilir (Resim 79). Devlet Tiyatrosu için hazırlanmış olan bu çalışma 100x140 cm ölçülere sahiptir. Bu afişe ilk bakıldığında oyunun dönemini yansıttmasının yanı sıra alışılmışın dışında olması ile de dikkat çekmektedir. Kullanılan tekniklerden biri olan kolaj tekniği hem afişe yeni bir plastik tat vermiş hem de sonradan gelen pek çok çalışmayı etkilemiştir. Seçilen yazı karakteri konu ve kavram bağlamında son derece yerindedir. Formatı, tekniği, biçimlendirmesi, leke dengesi ve yazı karakteri açısından pek çok ilki yaşayan bir çalışmadır.

55 Adnan Tepecik: "Türk Kültürünü Çağdaş Çizgilerle Dünyaya Tanıtan Grafik Tasarımcı: Yurdaer Altıntaş", Kültür ve Sanat Dergisi, Mart 1997, s.50

Yurdaer Altıntaş'ın da ait olduğu dönemden gelen tasarımcılar (M. Ertel gibi) doku ve şekilleri yerinde kullanma becerileriyle dikkati çekerler. Söz konusu çalışmada da zeminde kullanılan doku sınırsız, boyutsuz bir düzlem, mekan, uzay oluşturmakta, aynı zamanda göz yanılsamasına neden olan sanat akımlarına da gönderimde bulunmaktadır. İmaj artık çok küçülmüştür (Resim 80).

2.3.3 Selçuk Önal

Selçuk Önal, 1980'lere kadar geçen sürede Grafik Tasarımın Türkiye'ye yerleşmesinde önemli rol oynamıştır. Hem ürettiği işlerde, hem de tasarım kültürünün gelişimde büyük çaba harcamıştır. Dönemin pek çok sanatçısı gibi Grafik Tasarımın pek çok alanında başarılı ürünler vermiştir. Çalışmaları arasında amblemler, afişler ve ayrıca ilaç kutuları ve prospektüsleri vardır. 1980 sonrası gelişimlerden henüz o yıllarda yararlanamamış olmasına karşın ilaç prospektüsü gibi bir konuda Grafik Tasarım üretmesi dikkatlerden kaçmayacak bir ayrıntıdır.

Çalışmaları genel anlamda incelendiğinde pek çoğunun zamanın çizgisinde olduğunu görürüz. "Eski" denen bir döneme ait olduğu halde pek çok çalışma yeni yapılmış gibi tanındık bir hava vermektedir. İster bir amblem ister bir afiş olsun, sanatçının yazıya verdiği önem anında göze çarpmaktadır. Macrodex prospektüs buna iyi bir örnektir (Resim 81). Yazılar yalınlığa indirgenerek alının en rahat ulaşabileceği bir yerde konumlandırılmıştır. Fondaki serbest leke de aynı indirgmeden payına düşeni almakta ve kompozisyonu bütünler nitelik taşımaktadır. Anlaşılır aynı zamanda estetik bir düzeye sahiptir. Bir diğer ilginç nokta ise, afişte yer alan yazının ambalaj üzerindeki hareket bütününe gönderme yapıyor olmasıdır. Buradan da sanatçının kurumsal bütünlük ilkesine uygun hareket ettiği görülebilir.

2.3.4 Fikret Akgün

Fikret Akgün resim afiş ilişkisi üzerinde kafa yormuş Grafik Sanatçılarımızdan biridir. Afişin olmazsa olmaz parçası olan yazı kaldırıldığında sanatçının işleri bir çırpıda resime dönüşebilir. Çalışmalarındaki bu resimsel tat

onun grafik yanına gölge düşürmemiştir. O dönemde grafik sanatı plastik sanatlar grubuna dahil olmaya başlamıştı. Fikret Akgün'ün çalışmalarında bu plastik etki bir çırpıda farkedilebilir. Resimsel biçimlendirmeden yararlandığı afişlerdeki başarısı kuşkusuz ki tekniğe olan hakimiyetinden gelmekteydi.

Sanatçının grafik ürünlerinde bir diğer dikkat çeken öge ise grafik ve afiş sanatını etkileyen akımların etkisinin görülmesidir. Özellikle Emlak Bankası için hazırladığı çalışmada kübist ve konstrüktivist etkiler üst düzeydedir (Resim 82). Afişin kendini de bir dikdörtgen olarak düşünülürse çalışmanın dikdörtgenler üzerine "inşa" edildiği anlaşılr. Temel olarak bir düşünceyi kurgulama ve inşa etme amacıyla benimsenen bu yöntem, -müşteri-Emlak Bankası'nın afişi yaptırma sebebi de olan var oluş sebebine dayanmaktadır. Kutular ve dikdörtgenler bankanın ürettiği konutları, kent yaşamının özendirilişini eşzamanlı anlatmaktadır. İki güvercinin yuva kurma esprisi, arka plana yüklenen anlamlara karşın kolaylıkla algılanmaktadır. Grafikçi yönünü ispatlarcasına yapmış olduğu sadeleştirmeler ve tek satıra konumlanan yazı karakteri afişin hedeflenen kitleye hiç kayıpsız ulaşmaya çalıştığını göstermektedir.

Bir seri olarak hazırladığı İpana afişleri serisi de dikkate değer çalışmalarından biridir. Diş macununun adından başka herhangi bir figür kullanılmamıştır. Bu yönü de ürünü vurgulama ve kitleye benimsetme açısından başarılı bir yöntemdir (Resim 83). Herhangi bir görsel kullanılmadan yapılan bu afişlerde bilinçaltına renkli ve indirgenmiş görüntüler gönderilmektedir. Yatay formatta hazırlanan afişteki lekeler ve dikey afişteki stilize edilmiş yüz, mesajları çarçabuk ulaştırma amacıyla hazırlanmış başarılı çalışmalar olmuştur.

Sanatçının çalışmalarına genel olarak bakıldığında, yeni arayışlara girmekte bir sakınca görmediği fark edilir. Pek çok çalışması denemeler içermektedir. Grafik Tasarımcısının kendine bir üslup geliştirme sürecindeki aşamaları yaşamış ve yeni fikirleri yeni biçimlerle ifade etmiştir. Yazılar ve kompozisyondaki konumlarıyla ilgili davranışlarda esnek hareket etmiştir. Yatay İpana afişinde de olduğu gibi yazıyı üç ayrı blokta kullanmıştır. Ürünün formu fondaki koyu lekeler tarafından aktarılmaktadır gözlemciye.

2.3.5 Mesut Manioğlu

Mesut Manioğlu Cumhuriyet sonrası yetişen ikinci kuşak Grafik Sanatçılarındandır. Özellikle yurt dışında katıldığı sergi, bienal gibi sanat etkinliklerinde Türkiye'yi başarıyla temsil etmiştir. Willanow afiş müzesinde eserleri bulunan sanatçının, İngiltere'de Modern Publicity adlı kitapta çalışmaları yayınlanmıştır.

Çalışmalarının büyük çoğunluğunu afişlerin oluşturduğu Manioğlu, tasarımlarında yalın çizgi, harf ögeleri ve leke değerleri üzerinde durmuştur. Oluşturduğu konsepti taşıyan bu plastik dil, yüklenen anlam ve betimlemeleri rahatça taşıyabilmektedir. Tasarımlarına her zaman yalın, belki basit ama üzerinde uğraşılmış espriler katar ve bu şekilde farklılık yaratır.

Dönemin diğer sanatçıları gibi, çalışmalarındaki teknik mükemmellik kusursuzca kullandığı malzemelerden anlaşılabilir. Bu tür uygulama afişlerinde yazınsal biçimden resimsel biçime yönelir. Olabilecek en az renkle en doğru çalışmayı ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Yine dönemin özelliklerinden biri olan minimal ve indirgenmiş tasarım anlayışı sanatçının işlerine hakimdir. Afişlerinin de özellikle vurucu bir görsel etki oluşturan bu anlayış ile daha etkili olduğu görülür. Cumhuriyetin ilk yıllarının coşkusu taşıyan bu çalışmalar, afişe yönelik kamuoyunun da içeriği ve önemi açısından bilgi vermektedir.

Mesut Manioğlu'nun afişleri, konu bakımından İhap Hulusi'nin afişlerini hatırlatır. Çünkü her ikisinde de sosyalleşme ve halkın bilinçlenmesine yönelik bir çabayı gözlemlemek mümkündür.⁵⁶

Bu alanda iki örnek verilebilir. Birincisi olan afiş Türkiye Ulusal Depremle Savaşma Demeği için hazırlanmıştır. Zemindeki leke tehlikeyi hatırlatmaktadır. Aynı zamanda BCG aşısının gerçeğinin de. Kaligrafik karakterli, çocuk eli ve beyaz tebeşirle yazılan yazıda BCG kolayca okunmaktadır. Bununla beraber söz konusu hastalığı atlatmanın ne kadar kolay olduğu da vurgulanmaktadır.

Anne ve çocuk sağlığı için yaptığı afiş de toplumsal bilgilendirme afişlerinden birisidir. Anne ve çocuk sevgisini simgelemek amacıyla

⁵⁶ Nurchan Özkan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001, ss.81-83

illüstrasyondan, tipografiyi oluşturmak için düz, bold ve büyük harflerden yararlanılmıştır (Resim 84). Yazılar ortadan bloklanmıştır ve resimlemenin altına yerleştirilmişlerdir. Bu şekilde illüstrasyonla beraber heykel ve kaidesini anımsatmaktadır. Yazılar yukarıdan aşağıya doğru gittikçe küçülmektedirler. Dolayısıyla en altta yer alana yazı en küçük puntolu yazıdır. Burada da yazı ve şekiller eşit öneme ve ağırlığa sahiptirler. Biri diğerinin önüne geçemez. Koyu zemin ise yazı ve şekillerin öne çıkmasına yardımcı olur.⁵⁷



57 Nurcihan Özkan, a.g.k, ss.81-83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

1980 - 90 ARASI DÖNEMDE TÜRKİYE'DE AFIŞ SANATININ SOSYO - EKONOMİK VE KÜLTÜREL DEVİNİMİ

3.1 DÖNEMİN SOSYO EKONOMİK DURUMU

Türkiye’de toplumsal olayları belirleyici faktör genelde siyasal olaylardır. İncelemeye konu olan dönemi diğer dönemlerden belirgin bir şekilde ayıran da 1980 askeri darbesidir. Ancak bu 1980 darbesi toplumun dinamiği olan kurumlar üzerinde ağır tahribata yol açmıştır. Siyasi partiler, sendikalar, dernekler gibi çeşitli kuruluşların faaliyetleri durdurulurken vatandaşların yurtdışına çıkışları dahil yasaklanır. Mevcut politikacıları ve anlayışlarını reddedercesine kurulan hükümette hiç bir politikacı yer almaz. Yeni Anayasa Cumhurbaşkanı seçimiyle beraber halk oylamasına sunulur ve kabul edilir. Yaklaşık bir yıl sonra düzenlenen seçimlerle Anavatan Partisi iktidara, Turgut Özal da başbakanlığa gelir. Turgut Özal işbaşına gelince muhalefetsiz ortamın da verdiği rahatlıkla pek çok düzenleme yapmaya başlar. Özellikle dış ticaret ve iletişim alanında Türkiye’nin önünü açan çalışmalar da bulundu. Yıllık büyümede rekor rakamlar elde edildi. Ancak hukuki altyapı tamamlanmadan atılan bu adımların sıradan vatandaşa dönüşü ağır oldu. Ekonomideki dengeler bozulur, Türk Lirası yabancı para birimleri karşısında hızla değer kaybeder oldu. Uzun bir süre devam eden Özal dönemi, Özal’ın Cumhurbaşkanlığı ile arka planda devam etti. Ancak 1987’de kalkan siyasi yasaklarla birlikte siyasete dönen politikacılar düzenlenen seçimlerde iktidarı devraldılar (1989).

Tüm bu olaylara ve karmaşaya karşın 1987’de İstanbul Festivali 15. yılını kutlamıştır. Türkiye’ye, Bulgaristan’dan gelen göç dalgasıyla gelen Naim Süleymanoğlu, Olimpiyatlarda rekorlara koşar. Sporda genel anlamda başarısız bir dönemdir. Bu yüzden etkisi büyük olmuştur. 1989’da büyük göç sonucu Bulgaristan’dan 300.000 Türk göç ederek Türkiye’ye yerleşir. Pek çok alanda yapılan atılım, bir ucunun havada kalması sonucu toplumsal değer yargıları üzerinde olumsuz etkide bulunmaya başlar. “Benim memurum işini bilir” anlayışıyla yerleştirilen yolsuzluk ve talan, ülkenin kaynaklarını eritmeye başlamıştır. Ülkenin ruhsal ve ekonomik dengesi üzerinde bir diğer tahribat da on yıla yakın süren PKK teröründen gelmiştir. Zamanında atılmayan adımlardan ötürü, Türkiye’nin bir bölümü terör yüzünden ağır hasar görmüştür.

Devlet kısmen ekonomiden genelde de anlayış değişikliğinden dolayı çağdaş sanatı desteklemeyi bırakarak bu alandaki misyonunu özel sektöre sponsor firmalara devretmiş, bir anlamda bağımsızlığını sağlamıştır.

1980'lerde Türk sanatı ve içinde bulunduğu koşullar sorgulanmaya başlarken, aynı zamanda sanatçıya verilen devlet ve kurum desteği sorunu üzerinde de durulmuştur. Bununla birlikte Türk sanatının, izlemeye aldığı Batı sanatına göre durumu da masaya yatırılmıştır. Fakat ne yazık ki bu dönemde Türkiye, henüz bir çağdaş sanat müzesine sahip değildir. Güzel sanatlar Akademisi ise dogmatik sanat anlayışını sürdürmektedir. Söz konusu olabilecek yeniliklerde, birbirinin ardından açılıp kapanan sanat galerileri ve isimleri öne çıkan birkaç sanat eleştirmeni ve kuramcından öte gidilmemiştir. Bu ortamda gelişen en önemli olaylardan biri olan İstanbul Bienali, medyanın aracılığı ve yayılan sanat çevirileri sayesinde dışarıda olup bitenler takip edilir hale gelmiştir.

Bu dönemde oluşan sanat toplulukları, gerçekleştirdikleri çalışmalarıyla sanatın yönünü, konumunu ve işlevini sorgulamakla kalmamış, yeni malzemeler, nesneler ve enstalasyon kavramını gündeme getirmiştir. Bu tür çalışmalar 1980'lerde de sürmüş ve saygınlık kazanmıştır. Birinci ve İkinci İstanbul Bienallerinde, Yoksul, Minimal ve Kavramsal Sanatların ürünleri sergilenirken, halkın bilgilenmesi ve resim ile heykelin dışında tekniklerin de olduğu gerçeğinin kabul edilmesinde de önemli aşamalar kaydedilmiştir.⁵⁸

1980'lerde Türk sanatının gelişiminde katkıda bulunan, eski ve yeni kuşak sanatçıların beraber üretim yapmalarıdır. D Grubu sanatçılarınca başlatılan yapıtı düşünceyle yükleme eğilimi, 1980'lerde gelişerek devam etmiştir. Genç kuşağın eski ile yeniye sorgulama başlamasıyla Türk sanatı, değerlendirme dönemine girmiştir. Bununla birlikte, popüler ve grafiksel anlatım önem kazanırken, ilk kez alt kültür ile yüksek kültür iç içe girmiştir. Sosyal, siyasal ve kültürel bilinçlenme artık globalleşme ve uluslar arası iletişimin aracılığıyla sağlanmıştır. 1980'li yıllarda sanatçıların artan iletişimle beraber bir takım sorunlar yaşadığı görülür. Bunların başında, dış etkilere ne şekilde açık olunması gerektiği, neler alacağı ve alınanları, Türk tarih ve kültürü ile nasıl birleştirileceğidir.⁵⁹

58 Nancy Atakan, Türkiye'de Kavramsal Sanat, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Cilt:1, MSÜ, 1995, s.159
59 B.Madra: "Seksenli Yılların Sanatı", Gösteri Dergisi-108, 1989, s.19-20

Türk sanatçıları problemli yılları atlattıktan sonra dışarı açılma ve kendi değerlerini kabul ettirme uğraşına girmişlerdir. Bu konuda özel sponsorların da katkısıyla hareketlenen bu akım sanatçılara, evrensel normları yakalama ve tanıma şansı vermiştir. Yaratıcılıkta sınır tanımayan çoğulcu görüşler Türk sanatına da girerler. Bunun sonucunda hareketlilik ve çeşitlilik artar. 1980'lerle birlikte uluslararası iletişimde gözlenen artışla birlikte, Avrupa ve Amerika'ya sanat eğitime gidenlerin sayısı da artar. Bununla birlikte ülkemizdeki sanat faaliyetleri ve organizasyonlar çoğalır. Yeni Eğilimler, İstanbul Bienali, Günümüz Sanatçıları, Ankara SanArt, Tüypa Sanat Fuarı, Genç Etkinlik ve galerilerin düzenlediği büyük sergiler bunların başlıcaları sayılmıştır. Aynı zamanda Türkiye'deki sanatın çağdaş boyutlara ulaşmasına yardımcı olmuşlardır.⁶⁰

Yeni kuşak sanatçıları değişen çevreyi daha iyi inceleyebilme ve düşüncelerini sanatlarına yansıtabilmek amacıyla minimalizm, hiper-realizm, neo-ekspresyonizm, kavramsal sanat ve video-art gibi akımlar ve tavırları tercih etmişlerdir. Bu sanatçılar tuval resminin dışında da sanat olduğunun farkına varırken, aynı zamanda farklı teknikleri kullanarak karışık gereçli yapıtlarını yaratmışlardır.⁶¹

1980'li yıllarda atılan en büyük adımlardan biri olan iletişim alanındaki ilerlemeler salt toplumun yapısında değil, bireylerin yapısında da önemli değişimlere yol açmıştır. Kültürel, ekonomik ve teknolojik düzey ne olursa olsun herkesin aynı derecede bilgilenmesi olanaklı hale gelmiştir. Bu dönemde üretilen yerleştirmeler, çevresel düzenlemeler ve üç boyutlu çalışmalar bu olguya örnektir. Siyasal olaylar, savaşlar, çevre ve terör sorunları televizyon sayesinde birçok insanın evine girmiştir. Yirminci yüzyılın sanat akımlarının uyarlamaları reklam ve videolarla her gün milyonlarca insanı etkilemektedir. Bu durumun iyi tarafı, Türk sanat ve kültürünün Ard-İzlenimcilik ve manzara resminden kurtuluşunu sağlamasıdır.⁶² İletişim alanında atılan adımların sonucunda gelen iletişim başarısının afişin taşıdığı misyonla büyük paralelliği vardır. İlk ortaya çıkışından bu yana kitlelere ulaşma yönünde büyük gelişmeler kaydeden afiş, ne yazık ki mevcut pozisyonunu, bu iletişimi daha iyi kuran bir mecra, yani televizyona devretmiştir. Daha organize ve dinamik ekiplerle çalışan tv mecrası, iletilecek mesaj ve etkinliği gibi konularda son derece başarılıdır.

3.2 TEKNOLOJİK İLERLEMELERİN AFİŞ SANATINA KATKISI

60 Nurihan Özkan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001, s.101

61 Semra Germaner, Cumhuriyet Döneminde Resim Sanatı, Cumhuriyetin Renkleri, Biçimleri, İş Bankası Yay., İstanbul, 1999, s.25

62 Beral Madra, On Sanatçı On İş: C Sergisi Atatürk Kültür Merkezi'nde Çağın Önündeki Sanatçılar, Cumhuriyet Gazetesi. 22 Ocak 1992

Afiş, ilk kullanılmaya başlandığı günden bu yana zamanının baskı teknikleriyle çoğaltılarak kitlelere ulaşmıştır. Kısacası afiş de dahil olmak üzere bir Grafik ürününün, "Grafik" diye adlandırılabilmesi için çoğaltılması gerekmektedir. İlk zamanlar yüzey, hacim, biçim gibi pek çok konuda tekniğin sınırlandırması söz konusuydu. Sonraları teknolojinin gelişmesiyle beraber esneklik artmış ve yaratıcılığın önündeki sınırlar birer birer kalkmıştır. Afişin gelişiminde ve kitlelere ulaşımında kuşkusuz en büyük gelişmeler matbaa teknolojisiyle eş zamanlı izlenmiştir. Günümüzde pek çok baskı tekniği ve baskı profesyoneli vardır. Teknolojinin son ürünlerini baskı endüstrisinin kullanımında görünce de yüksek teknolojik düzey hakkında bilgi sahibi olunabilir. Artan kalite ve teknik anlamda kolaylaşan üretime bağlı gelişmeler afişe, ihtiyaç duyan herkesin ulaşabilmesini sağladı.

Tarihsel sürece bakıldığında önceleri dizgi sistemlerinin elle sıralanan harflerle çalıştığı anımsanabilir. Bunu, entertype-linotype kurşunlu dizgi sistemi takip eder. Bu teknikte başlıklar yine elle dizilmiş, resimler klişe olarak hazırlanılmıştır. Bunun ardından IBM denilen toplu daktilo makineleriyle ofset sistemine geçilmiş, ardından elektronik dizgi sistemine atlanmıştır. Elektronik hafıza sahip ve ışığa karşı hassas malzemelere sahip bu makineler "birinci nesil makineler" denmiştir. Takılan karakter şablonla sahip olduğu tip ve puntonun dışında karakter elde edilmeyen bu aletler, başlık ve dizgi makineleri olarak ikiye ayrılmışlardır. "İkinci nesil makineler"de artık dakikada 80 satır dizebilen, yeni bir karakter şablonuyla karakter oluşturan ekranlı makineler çıkmıştır. Bunların iç hafızasında 256 karakter kapasitelidir ve floppy disketlerinde 1 milyon karakter içermektedir. Bilgi bu plakalara saklandığından yazıya istenilen şekilleri verme olanağı sunulmuştur. Bu makineler off-line sistemiyle çalışmakta ve eskisine göre çok daha yüksek hiza sahipleridir. "Üçüncü nesil makineler" ile sayfa düzenleme sistemlerine kavuşulmuş, tabloid boyda resim ve özel işaret boş bırakılmış 70 pika genişliğinde sayfaların çıkışı mümkün olmuştur. Bu şekilde yazı ve dizgi sistemlerinde bilgisayara dönüşmüş, 20 milyon karakter ile resim ve özel işaretleri hafızada tutma olanağına sahip olunmuştur.

63

Ofset baskı teknolojisindeki gelişmeler 1980'li yıllarda ileri düzeylere

ulaştı. Elle hazırlanan karakterlerden sonra “kurtarıcı” Letraset ve benzeri yardımcılar bile bir anda çağ dışı kaldılar. Yeni ofset baskı öncesi teknolojisi bilgisayarlarla paralel bir gelişme göstererek akla gelmeyecek konuları son derece kolaylaştırdı. Hem üretilen süre inanılmaz kısaldı hem de tekrar tekrar kontrol şansı doğdu ve üretim riskinin büyük ölçüde önüne geçti. Oldukça yüksek maliyetli olmasına rağmen birer birer film çıkış atölyeleri açıldı ve reklam ajansları, serbest tasarımcılar gibi söktörün profesyonellerine ulaşmaya başladı. Gelişen teknolojiyle maliyetler düştü ve herkes bir afiş yaptırabilir oldu. Kısacası toplumsal gelişim, kültürel olaylara yönelik istekler, firmaların tanıtıma ihtiyaç duymaları, genel anlamda profesyonelliğin hissedilir düzeyde artması ve teknolojideki gelişimler afişin gelişimini olumlu etkilemiştir. Öte yandan Tv’nin etkin kullanımıyla insanlara yeni “baktıran” görüntüler sunulması ve gelişen reklam piyasasının, hızla büyüyen metropollerde “daha büyük ve etkili”yi istemesiyle gelişen billboard’lar, afişin sürekliliğinde ve gelişiminde olumsuz etkide bulunan yapı taşlarıdır.

*Son yıllarda bilgisayar ortamında hem makineler küçüldü, hem de yaptıkları işler çoğaldı. Profesyonel yayıncılar için çok yönlü programlar geliştirildi. Metin üzerinde yatay ölçekleme, harf aralarını sıkıştırma ve açma, 1/1000 punto hassaslıkta satır aralığı ve çizgi çizebilen, 2 ile 500 punto arasında çeyrek punto artışlarla punto belirleyebilme, bir alan içerisinde otomatik sütunlandırma ve sadece resim alanının değil, resmin etrafında da yazı dolaştırabilme özellikleri sağlanabilmektedir. Bu programlarla sayfa mizanpajı yapmanın dışında renk ayrımı bile gerçekleştirilebilmektedir.*⁶⁴

Bu şekilde tasarım ile ilgili boyut sınırları neredeyse tarihe karışmıştır. Gelişen teknolojiyle, elle yapılan pek çok kontrol de bilgisayar ortamına girmiştir. Bu sayede tutarlılık kazanılmış, sürekli kaliteli işler çıkmaya başlamıştır.

Reklam ve ilan alanında da büyük gelişmeler yaşanmaktaydı. Gelişen her teknolojik araç artan taleple beraber Türkiye’ye gelir olmuştu. Bu sayede yurtdışında üretilen kalitede çalışmalar çıkmaya başlamıştı. Gelişen dijital teknolojisiyle ilan konusunda da boyut ve teknoloji engelleri ortadan kalkmış oldu. Her türlü imaj, yazı karakteri, istenilen alanda kurgulanabilir olmuştu. 1980’li yıllar teknolojik anlamda da Türkiye’nin kabuk değiştirdiği yıllar olmuştur.

64 Emre Becer, İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Yayınları, Ankara, 1997, s.191

65 A. Murat Vural, Teknolojik Gelişmelerin Yazılı Basın Sektöründeki Yansımaları ve Haber-Dizgi-Baskı Servislerindeki uygulaması, Kurgu Dergisi-11, 1992, s.301-302

Grafik Tasarımda kullanılan teknoloji de pek çok teknolojik konuda olduğu gibi geçiş dönemi içinde kullanılmaktaydı. Ancak gelişen teknolojinin Grafik Tasarım ve Afişin gelişimine katkısı büyük olmuştur.

Gelişen teknoloji ve artan taleple Grafik Tasarımcıların ilgi alanları da genişlemeye başlamış, pek çoğu zamanla “uzmanlık alanı” haline gelmiştir. Bunlardan biri de gazete ve dergilerdir. Önceleri “sayta sekreteri” veya “teknik sekreter”in üstlendiği bu görevleri artık grafik eğitimi almış tasarımcılar üstlenecektir. Bu konuda da ilke imza atan Bülent Erkmen olur. 1982 yılında Cumhuriyet gazetesi görsel kimliğini tasarlar.

Günümüzde grafik ürünlerin oluşturulması ve üretilmesi sırasında bu iş için özel donanımlı bilgisayarlar gerekmektedir. 1980’li yıllarda henüz bu düzeyde bir teknoloji olmadığından pek çok iş elde kotarılıyordu; dizgi gibi zor kornular bilgisayar ortamına havale ediliyordu. Ancak sonrasında Grafik Tasarım, reklamcılıkla birlikte gelişim sürecini hızlandırmıştır. Gelişen teknoloji kullanıcılarına elektronik ve sanal bir ortamda masaüstü, arşiv gibi kavramlarla anlaşılır bir çalışma imkanı sunmaktadır.

Günümüzde bir grafik tasarımın üretim alanında vazgeçilmezlerin başında bilgisayar gelmektedir. Bu nedenle iletişim uzmanları tarafından çağımız elektronik yayıncılığın çağı olarak ilan edilmiştir. Bu yayıncılık şeklinde aynı zamanda masaüstü yayıncılık sistemi de denilmektedir. Kendi içinde ikiye ayrılır: donanım (hardware) ve yazılım (software). Donanım: bilgisayar, yazıcı ve tarayıcıdan gibi elektronik ve mekanik parçalardan oluşur. Yazılım ise donanımı çalıştıran programlardır. Bunlar da bilgisayarın bir işlemi nasıl yapılacağına dair komutlardan oluşurlar. Bunlar aynı zamanda sistemi de çalıştırır.

Türkiye’nin 1980’li yıllardaki en büyük problemi, gelişimin ya da elde edilen sonuçların homojen olmamasıdır. Teknoloji, iletişim gibi konularda büyük gelişmeler, endüstride yakalanan başarılarla karşın kültür hayatındaki gelişmeler bu ölçüde gelişmemiştir. Elbette gelişmeler vardır ancak daha ileri düzeyde olması gerekirdi. Endüstrileşmenin getirdiği hızlı ve bireysel yaşam, Türkiye gibi geleneklerine bağlı, sıkı aile ilişkileri olan bir ülke de etkili olmuştur. İnsanlar bireyselliğin getirdiği sıkıntılarla boğuşmaya başlamışlardır. Buna ek olarak,

benimsenen yabancı kültürlerde, bu yaşam biçiminin temeli olan eşitliğe dayalı ekonomik altyapı Türkiye’de kurulamamış ve bugünlere kadar ağır aksak, yolu sık sık krizlerle kesilen bir yapıya bürünmüştür. Buna karşın tüm teknolojik gelişmeler, ülkenin ve toplumun vizyonunu genişletmiştir.

Bunun gibi pek çok gelişim ve etkileşim ucu açık bir şekilde beklemektedir. Ancak bu çalışmada amaç bu konuları tartışmak değildir. Grafik tasarım ve Afiş gibi toplum dinamiğinin nabzını tutan alanlarda yaşananların ne ölçüde toplum tarafından şekillendirildiğini göstermektir. Ancak sonuç olarak denilebilir ki altyapısız hiç bir gelişim toplumu yeterince ileri götürememiştir. Televizyonlar birbirinden kalitesiz programları “Halk bunu istiyor!” diyerek yayınlamakta, gazeteler dünyanın en gelişmiş basım tesislerinde ama %50 kapasite kullanımıyla basılmaktadır.

3.3 DÖNEMİN SANATÇILARININ AFİŞİ ELE ALIŞLARI

3.3.1.Bülent Erkmen

Bülent Erkmen, her şeyden önce başarılı bir iletişimcidir. Başarısı sürekli açık tuttuğu algı kapılarından ve dünyayı takibinden ileri gelir. Ürettiği çalışmaların da incelendiğinde iyi bir süzgeçten geçtiği anlaşılır. Bu da sağlam bir gözlem, eğitimi pratiğe dökme becerisi ve dünyada olup bitenleri takip ile olabilir. Çalışmalarının 1970’lerden sonra ortaya çıktığını görülmektedir. Sonrasında bireysel olma sürecini de yaşamıştır. 70’lerden sonra kat edilen aşamayı bir süreç olarak kabul edecek olursak, tasarımcının bu üretim süresi üç ayrı dönem olarak ele alınabilir. Daha ilk döneminde, dünyada hâlâ modernizmin son uğraşları verilirken Erkmen, Post-modernizmin fırsat çokluğunu, çok sesliliğini fark etmiştir. Fakat cazibesine fazla kapılmadan bu avantajı çalışmalarında var olan sorunu çözme adına grafik tasarımın gerektirdiği ciddiyet ve disiplinde kullanmıştır. Böylece “Post-modernizmin çıkmazdaki noktalarını tanıyan bir tasarımcı olarak bu akımın ötesine geçmiştir.” Bu akımın söylem çokluğuna kendi kişisel tavrını katmıştır.⁶⁶

Bülent Erkmen 80’lerdeki tasarım anlayışını nesneler üzerine kurar. Daha doğrusu tasarımına yardımcı olan görsel öğelerin oluşu ve bunları

⁶⁶ Dr.Eva Honebutt-Benz: B.Erkmen'in Kültür ve Sanat Konulu İşleri, Arredamento Dekorasyon-93, 1997,ss.122-126.

kendisinin parçalara bölüp yeniden oluşturması üzerinde durur. Söz konusu duruma önemli bir örnek, üretildiği dönemde diğer tasarımcılara ilham olan ve dillerinden düşmeyen 10. Avrupa ve Akdeniz Şampiyonası Okçuluk Müsabakası, yaygın adıyla “okçuluk afişi”dir (Resim 85). Bu afişte Fütürizm’den gelen dinamik bir oluşum vardır. Yaşanılan zamana uydurulmuştur adeta. Afişte eylemi, hızı, devinimin resmini yapmak isteyen İtalyan Fütüristler de tam anlamıyla böyle bir şey düşünürlerd i kuşkusuz. Ortada ok da yay da yoktur aslında. Ama o nesnelerin ok ve yay olduğu herkesçe bilinir. Erkmen’in çalışmalarında en çok dile getirilecek sözlerden biri de budur: Tanıdık görünmek. Gördüğümüz başarılı bir şekilde yansıtır. Tüm çalışmaları görür görmez benimsenebilir. ⁶⁷

Tasarımları üzerinde kontrolü elinde tutmak isteyen Erkmen, görüntüde gereksiz her öğeden kurtulma yolunu tercih etmiş, aza indirgenmiş görsel elemanlara sahip işlerinde yazı dışında görsel kullanmamaya kadar gitmiştir. Böylece yazı hem anlamı yükleyen hem de görseli belirleyen bir unsur olmuştur. 1988’de Erkmen’in, Jan Garbarek için tasarladığı caz konseri afişi bunlara öncülük etmiştir (Resim 86). Burada Jan kelimesi bir tipografi oyunu ile jaz’a dönüştürülmüştür. Sadece tipografiye dayalı ilk çalışma olmasıyla değil, aynı zamanda Erkmen’in tüm işlerinde baskın olan minimalizmin de ilk örneklerindendir.

Öncesinde de anlatıldığı gibi 1970’de başlayan Erkmen’in tasarım hayatı, ilk on yılını oluşturan ilk döneminde son derece dikkat çekici ve cesur işler sergilemektedir. Erkmen’in sanat hayatının ilk on yılı, dünya ölçeğinde karşılaşılmamış bir denetim eksikliğinin varlığında, kendi denetim parametrelerini oturttuğu bir cesaret dönemi şeklinde özetlenebilir. ⁶⁸

Erkmen’in çalışmaları kendi içinde bir bütünlük oluştururlar. Bu onun tarafından uğraş ılan ya da hedeflenen bir şey değildir belki de. Ancak, her biri bir diğerine bir gönderme yapmaktadır. Bu ortak söylemden kaynaklandığı gibi çalışmaların kendi içlerinde ve üretim süresince dizi oluşturmalarından da kaynaklanır. Erkmen’in işlerinin geneline bakacak olursak tamamında bir Dekonstrüktif ve Post-modern etki görebiliriz. Bunlara kendi hedeflerini de eklemiştir. Nesneleri parçalara bölmek ve yeniden oluşturmak bilinçli bir

67 Dr.Eva Honebutt-Benz: B.Erkmen’in Kültür ve Sanat Konulu İşleri, Arredamento Dekorasyon-93, 1997,s.122-6

68 Dr.Eva Honebutt-Benz: a.g.e., s.122-6

seçimdir. Tıpkı onları aza indirgeme ve neredeyse minimalizme gidecek şekilde, netlik ve sadelik arayışı gibi. Söz konusu netlik onun işlerinin geometrik yapısını oluşturmaktadır. Bu geometrik yön ise başlangıçta metin ve içeriklerle ilgisiz gibi görünmektedir. ⁶⁹

Erkmen rengi çok dikkatli kullanır hatta mümkün oldukça az renk kullanmaya dikkat eder. Bunu yaparken sıcak soğuk renklerin zıtlık ve dengelerinden ustalıkla yararlanıyor. Biçimsel ve estetik kaygılar Bülent Erkmen'in tasarım sürecinde özel bir yere sahiptirler. Sanatçının afişleri izleyiciyi dikkatli bir algılama eylemine özendirmiştir.⁷⁰

“Mernz, Gutenberg Müzesi Müdürü, burada sergi açan sanatçımız hakkında” Sergi kitapçığında yazdığı gibi Erkmen, bir taraftan, yapılması gerektiği gibi etkin olduğu mesleğin gereklerini yerine getirirken, serbest boyutta tasarladığı işleri de ona derin bir tecrübe vermektedir. Bu tecrübeyi de en doğru yerde, profesyonel düzlemde değerlendirmiştir (Resim 87). Erkmen üretimlerinde birleştirici özellikleriyle kendine has bir dil oluşturmuştur. Büyük bir olasılıkla bu nedenle, işleri devamlı gelişim gösteren ve dolayısıyla yeni ifade biçimleri üreten, mesleğe katkılarda bulunan, yoğun bir güç şeklinde ayrı bir konumda tanımlanabilir. Bülent Erkmen'in işleri bireysel vizyonuna yepyeni ifade alanları açan önemli ve çağdaş bir üretim olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.3.2 Sadık Karamustafa

Sadık Karamustafa salt tasarımcı yönüyle değil, Türk Grafik Tasarımı, tasarımcısı ve öğrencisine yaptığı katkılarla da tanınan bir kişiliktir. Türk Grafik ve Afiş tasarımını Bülent Erkmen'le beraber yurtdışında başarılı bir şekilde temsil eden Karamustafa, Türk grafikerinin örgütlenme ve yurt dışına aşılması adına teşvik etme adına sarf ettiği çabalarıyla taktir toplamıştır. Bu konuda oldukça da başarılı olmuş, GMK'yı ICOGRADA* üyesi yapmıştır.

Sadık Karamustafa çalışmalarındaki bağımsız ve özgün ifade dilini 1979'da kendi atölyesini kurduktan sonra yakalamıştır. İşlerinde oldukça deneysel ve araştırmacı olmakla birlikte, yaygın olarak kullandığı kolaj tekniğinden kaynaklanan bir rastlantı izlenimi uyandırır. Ancak renklerdeki

⁶⁹ Nurcihan Özkan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001, s.110

⁷⁰ Cezmi Sönmez, Erkmen'in Ürünü, Arredamento Dekorasyon-93, Haziran

* Uluslararası Grafik Tasarım Kurulu

uyumlu seçim, bilinçli bir yaklaşımı sergilemektedir. Erkmen'de olduğu gibi Karamustafa da Post-modernizmin söylem çokluğundan istifade eder. Fakat burada artık renk ve şekil eksikliği değil, bolluk söz konusudur. Afiş de Karamustafa'dan bi konuda payına düşeni alır.

Son elli yılda basın, sinema, TV ve benzeri araçların gelişmesi, bir iletişim aracı olarak afişin etkinliğini epeyce sınırlamıştır. Bana göre afiş güzelliğin taşa ve betona meydan okumasıdır. Duvarların yakışığı sayarım rengarenk kağıtları. Sokakların sanat galerileridir afiş sanatı.⁷¹

Bunlardaki yazı unsuru dizgiden çok düzenlemeye dair özellikler içermektedir. Yazıların arasında kaligrafik karakterli olanlardan sert ve Konstrüktif yapıya sahip olanlara kadar değişiklik göstermektedir. Kimi zaman da bir geometrik şekil halfin yerine geçmekte ve harfin kendisini oluşturmaktadır. Harfler bir tek çizgi üzerinde değildirler. Miles Davis afişinde olduğu gibi hatta diyagonal bir şekilde yerleştirmişlerdir (Resim 88). Bu özellikleriyle Post-modern ve Yeni Dalga karakteristiğini taşımaktadırlar. Ancak bir renk, şekil ve işçilik oluşturduğu kombinasyon cümbüşünden kaynaklanan bir oryantalizme de sahiplerdir. Afişte çok renk ve çok unsur kullanmasına rağmen Karamustafa ayrıntıları bütünü oluşturacağı ilkesinden hareket ederek bu başarılı tasarımı hazırlamıştır.⁷²

Bir diğer çalışma olan Sutopu Turnuvası Afişi Erkmen'in Okçuluk Afişini anımsatır (Resim 89). Erkmen'in afişi pek çok tasarımcıyı etkilediği halde burdaki mantık farklıdır. Çünkü burada bölünmüş bir nesne yoktur. Ya da doğrudan bir nesneyi çağrıştıracak bir durum, hedef yoktur. Var olan hareketli kompozisyon konuyu anımsatmaktadır. Tümevarım olarak da adlandırılabilir. Açık ve somut bir şekilde değildir. Kolaj mantığını sürdüren üçgen şekiller afişin yüzeyine serpiştirilmişlerdir. Kenarlarda var olan kalın şeritler ise bu "dağınık" kompozisyonu toparlamaktadır. Hareketli kompozisyonu dengelemek adına yazı diğer çalışmaların aksine bir yatay düzen içinde yer almıştır. Daha önceleri illüstrasyonu kullanmasına rağmen son on yılda verdiği ürünlerde genellikle kolaj kullanmış ve tipografiye önem vermiştir.

Yapmış olduğu tiyatro afişinde de kolaj ve birleştirici yapının oturmaya

71 Aktaran Nurcihan Özkan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001, s.111; Sadık Karamustafa, Bir sanat Ustamız -Sadık Karamustafa, Grafik Sanatı Dergisi-7 , 1986, s.19.

72 Nihan Seman Ersöz, Türkiye'de Grafik Sanatlarının Gelişimi ve Grafik Sanatçıları, Yayınlanmamış Yük. Lis. Tezi, G.Ü. 1993, s.99

başladığı görülebilir (Resim 90). Afişte adeta tiyatro oyunu oynanmaktadır. Pek çok kendinden hareketli nesne hareketin yönünde yerleştirilmektedir ve uzun süre bakılınca gitme duygusu uyandırır. Nesneler lacivert rengine bir zeminden taşar gibi durmaktadır. Yazılar genelde elde oluşturulan kolaj ya da kaligrafik etkilerle toparlanmıştır. Diğer işlerinden farklı olarak yazının önemli kısımları alta yerleştirilmiştir. Ancak buna rağmen algılanmasında herhangi bir problem yoktur. Aradan geçen onca yıla karşın tasarımı güncelliğini korumaktadır.



SONUÇ

Türkiye’de 1980 – 90 arası dönemde Afişin gelişimini inceleyen bu çalışma, sosyo – ekonomik ve kültürel alanda giriştiği iletişimlere de değinerek tamamlanmıştır. Konuyu doyurucu bir şekilde kapsayan kaynak taramasından sonra oluşturulan bilgi bütünü plan dahilinde kurgulanmıştır. Kaynak taramasıyla anlatım tarzı denkleştirilmiş ve çalışmanın konunun profesyonelleri kadar konuya ilgi duyanların da anlayabileceği bir dilde yazılmasına dikkat edilmiştir. Amaç bilimsel düzeyi düşürmeden anlaşılabilir olmaktır.

Türkiye’de Grafik Sanatı’nın en etkin ve eski kollarından biri olan Afiş hakkında araştırma yapmak, diğer kollara göre, kaynak çokluğundan dolayı daha çözülebilir görünmektedir. Özellikle 80’li yıllarda oluşan bilincin getirdiği oluşumlarla beraber 90’lı yıllarda çıkan yayınlar ve yazılar yaşanan en büyük sıkıntılardan biri olan kaynak problemine önemli oranda çözüm bulabilmişlerdir. Afiş sanatının gelişimine paralel olarak 80 öncesi dönemin güçlü sanatçıları tarafından (Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş) kaleme alınan makaleler, araştırmalar 90’lı yıllara gelince yerini daha kapsamlı kitap çalışmalarına bırakmıştır. Her ne kadar afiş konusunu tek başına ele alan bir yapıt pek göze çarpmasa da Grafikle ilgili yayınlarda afiş konusu da incelenmiştir. Öte yandan afiş olgusunun anlaşılması, tarihsel süreçteki yerinin incelenmesi, Grafik Sanatı’na katkısı gibi hayati konuların tek bir eserde toplanması, gelecekte de konuya ilgi duyacakların çabasına katkıda bulunacaktır.

Çalışmanın görsel destek bölümündeki örneklerin büyük bir çoğunluğunun afiş olduğu görülür. Konu afiş olduğu için incelenen ya da göze sunulan çalışmaların da afiş olması doğaldır. Bunun yanı sıra afiş olmayan (kitap kapağı, sayfa mizanpajı) çalışmalar da bulunduğu dönemi yansıtmaları ve afiş benzeri plastik dili kullanmaları nedeniyle dikkate alınmıştır. Afişin ticari ya da değil tüm türlerine yer verilmiştir. Hepsinin tarihsel sürece bir estetik katkısı vardır.

Konuyu incelerken, Türkiye’de çeşitli sebeplerden dolayı herhangi bir tarz ve ekolün gelişmemiş olması en büyük sıkıntı olmuştur. Bunda ülkede siyaset ve ekonomi gibi istikrarın olması gereken iki önemli alanda sürekli yaşanan krizlerin de etkisi büyüktür. Tüm bu faktörlere ek olarak kültürel alanda arzulanan düzeyin uzun yıllar yakalanamamış olması ya da kapalı ekonomi gibi

dezavantajların olduğu görülmüştür. Sonuçta Türkiye'nin ekol ve tarz bağlamındaki eksikliği, bu çalışmadaki inceleme yönteminin ekollerden dolayı değil sanatçılardan dolayı olması yönünde belirlenmesine neden olmuştur. Sanatçıların seçiminde en büyük etken tutarlılık ve süreklilik yönleri olmuştur. Türkiye'de toplumun dinamiklerinin sosyo-ekonomik olaylara dayalı olarak hızla değişebilmesi hatta sarsılabilmesinin sanatçılar üzerinde olumsuz etkileri nedeniyle 1980 öncesinden gelen sanatçılar ve çalışmaları daha ziyade irdelenmeye çalışılmıştır. Çalışmaları yurtiçi ve yurtdışında pek çok platformda başarılı bulunmuş, üretimleriyle afiş sanatına katkıları herkesçe kabul edilmiş olmalarına da dikkat edilmiştir.

Afiş Sanatı'nın belirli bir dönemdeki serüvenini inceleyen bu çalışma hazırlanırken, incelemenin salt biçim anlamında değil içerik ve üretildiği dönem hakkında da bir kaynak olabileceği anlaşılmıştır. Ayrıca afişin Türkiye'de iki önemli aşamadan geçtiği ancak ikisinde de çizgisini sapmadığı ve gelişimini daha üst seviyeye çıkardığı görülmektedir. Bunlardan ilki Cumhuriyet Türkiye'sinde, genç devletin yaptığı çalışmaları halka duyurması amacıyla başlayan süreçte, devlet kurumları ağırlıkta olmak üzere yapılan afişleri kapsamaktadır. İkincisi ise artan ticaret, yakalanan yüksek büyüme ve iletişim alanındaki gelişmelerin yaşandığı 1980 sonrası dönemi kapsamaktadır. Özellikle bu yıllarda uzun yıllar ayrı kalınan dünya ile olan ilişkileri yeniden yoluna koyma çabası ve en önemlisi zamanın önemli sanat olaylarını takip etme güdüsü dikkat çekicidir.

Çalışmada incelenen eserlerden sonra Afişin Türkiye'de belirli bir düzeye ulaşabildiği söylenebilir. Özellikle iletişim araçlarının günümüz ya da 90'ların başı kadar güçlü olmadığı bu dönemde, nicelik olarak az sanatçı nitelik olarak yüksek düzeyde işler üretmişlerdir.

80'lerden sonra gerçekleştirilen çalışmalar, bu tarihten öncekilere kıyasla çok daha ileridir. İlk başta teknik ve üretim şekilleri değişmiştir. Ardından çalışmaların tarzları ve dilleri de bu değişime ayak uydurmak zorunda kalmıştır. Diğer taraftan biraz daha dışa dönük haber alma olanakları sayesinde dünyada olup bitenden haberdar olma ve takip etme imkanları ile tanışılmıştır. Fakat ilk başlarda bunun sancıları da yaşanmıştır. Çünkü genç tasarımcıların

bazıları, dünyaya açılmayı, onu taklit etmek olarak algılamışlardır. Bu nedenle de başlarda üretilen pek çok işin kimliği ve kime ait oldukları -aslında- belli değildir. Bu durum Grafik Ürünler Sergilerinin ilk yıllarında açıkça ortaya çıkmıştır.⁷³

Bu dönem aynı zamanda bir geçiş dönemidir. Dolayısıyla eski kuşak sanatçılarla genç kuşak sanatçılar bir arada iş yapabilme şansını yakalamışlardır. Ayrıca eski kuşaktan gelen pek çok sanatçının da (İllüstrasyon ağırlıklı tasarımlar üreten Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş gibi) yeni biçimlendirmeleri benimsedikleri, yeni tarzlara uyum sağladıkları görülmektedir. Tüm bu aşamalar Grafik ve Afişin sağlıklı gelişimi için önemli aşamalardır ve gerçekleşmeleri büyük yarar sağlamıştır. Kaldı ki bu gelişmeleri Türk tasarımcıları kısıtlı imkanlarla yaşamaktadır. Yabancı ülkelerdeki meslektaşlarına göre daha fazla efor sarfetmişlerdi. Ancak bu olanaksızlıklara karşın Türk tasarımcıları artan iletişim ve taleple bu zorluklarla başa çıkabilmişlerdir.

Grafik tasarım ve afiş, direkt hedefe yönelik mesajları taşıdığı için bu mesajların tahlili aynı zamanda gönderilen toplumun da tahlilidir. 1980 - 90 arası işlere bakacak olursak da toplum yapısındaki değişimleri görebiliriz. Ticari afiş çalışmalarından yüksek gelir grubuna sahip kesimlerin oluştuğu, kültürel ve sosyal afişlerden de ülkenin bilgi ve kültür seviyesindeki gelişimler ve değişimler anlaşılabilir. Cumhuriyet tarihi boyunca pek çok tasarımcı sosyo kültürel hayatı incelemiştir. Bu sayede dönem bazında yapılan incelemelerde toplumun yapısı üzerinde de fikir sahibi olunabilmiştir. Grafik ve Afiş, toplumu besleyen ve toplumdan beslenen bir iletişim biçimi olarak toplumsal gelişmeyle eş zamanlı benzerlikler gösterir.

Çalışmada konuyu tamamlaması açısından seçilen örnekler de büyük ölçüde afişlerden seçilmiştir. Bu konuda afişin, grafik tasarımın diğer dallarına göre daha uzun bir geçmişi olması, hem tasarımın gelişimi hem de toplumsal yapının analizi açısından büyük bir avantaj olmuştur. Afişin Türk Grafik Tasarımı içindeki her zaman ayrı bir yeri olmuştur. Genel anlamda Türkiye’de afişin öneminin anlaşılmış olduğunu söyleyebiliriz. Sınırlı bir grup olarak görünse de gerek resmi gerekse özel kuruluşların bu konunun üzerine eğildikleri görülür.

⁷³ Nurgün Özkay, 1950 sonrası Türkiye’deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2001, s.128

Çalışma süresince Türkiye’de afiş sanatıyla ilgili kaynak yeterli olmamakla beraber grafik tasarımın diğer dallarına göre nispeten zengindir. Ancak bu kaynakları belli bir sırada toplamak ve anlaşılır kılacak düzenlemeleri yapmak konusunda bir takım problemlerle karşılaşmıştır. Her şeye rağmen olumlu girişimler de vardır. Ayrıca “Türk Grafik Tasarımcıları” gibi düzenli olarak günümüzde de yayınlanan kaynaklar ile bir dönem yayımlandıktan sonra yayını sona eren “Yazılar” ve “Grafik Sanatı” adlı kaynaklar da süreklilik açısından büyük önem taşımaktadır. Bu tür konuyla birinci dereceden bağlı dergi ve kitapların dışında pek çok yayında da grafik tasarım ve afişle ilgili yazılar çıkmaktadır.

Grafik tasarımda ya da genel anlamda tasarımda görsel biçimlendirme ve işleniş açısından devlet tarafından oluşturulmuş politika ya da görüş olmadığı için gelişim evreleri de bazı durumlarda havada kalır görünmektedir. Bu konuda açık kalan yerler, sanatçıların çabaları, ürettikleri işleri, yazdıkları makaleleri ve yayınladıkları kitaplara ek olarak yapılan akademik çalışmalarla giderilmeye çalışılmıştır.

Süreklilik konusunda sevindirici bir gelişme profesyonel çalışma hayatlarındaki tecrübe ve birikimlerini akademisyenlikle birleştirmeyi amaçlayan tasarımcıların sayısının artmasıdır. Başarılı ürünler veren bu sanatçılar aynı zamanda konuyla ilgili makale, kitap vb ürünlerle yazın hayatındaki boşlukları da doldurmaktadırlar. Ayrıca birebir eğitim aşamasında öğrencilerle çalışarak daha güçlü bir neslin yetişmesine de önayak olmaktadır. Bu da grafik tasarım ve afişte Türkiye’de bir gelenek oluşması yolunda önemli bir aşamadır. Bu alanda çalışan akademisyenler Dilek Bektaş ve Emre Becer, üniversitede öğrenci yetiştiren ve diğer yandan da aktif olarak çalışmalarını sürdürenler arasında da Bülent Erkmen, Yurdaer Altıntaş, Sadık Karamustafa gibi isimler vardır. Bu isimler ve başka önemli tasarımcılar, yurtdışında açtıkları sergilerle de tanıtıma katkıda bulunmuşlardır.

İletişim imkanlarının gelişmesiyle yabancı kültürlerle etkileşimde görülen artış beraberinde bazı problemler de getirmiştir. Yabancı tasarımcıların kendi kültürlerinin devamını sağlama adına ürettikleri çalışmalar, bizde salt görsel açıdan değerlendirilmiş, içerik incelenmeden görsel bir tutarsızlık yaratılmıştır.

Doğru olan özümseme ve kültürel sentez ise daha sonraları devreye girebilmiştir. Ancak bugün itibarıyla bile böyle olduğunu söyleyemeyiz. Bu aşamada grafik ve afiş eğitimi verilirken -ki kesinlikle afiş eğitimi ayrı verilmelidir-tarihsel süreçten konular anlatılıp, örneklendirerek projeler istenmelidir. Öğrenci araştırma yapmadan projesine geçmemelidir. Eğitim kurumlarında düzenli verilen bu anlayışın olumlu sonuçları çok kısa bir sürede anlaşılacaktır.

Afişin Türkiye’de çizgisini bozmadan ve yeni çıkan medyalara (billboard, megaboard) direnebilmesi için öncelikle kültür ve sanat etkinliklerini düzenleyenlerin afişin bu misyonuna sahip çıkması gerekmektedir. Sonrasında iyi eğitim almış tasarımcıların afişe değer veren tasarımlarla çıkması ve böylece her duvara asılanın afiş olmadığını göstermesi gerekmektedir. Bunun yanısıra Grafikerler Meslek Kuruluşu’nun da afişe yönelik özel çalışmalar yaptırması söz konusu olabilir. Hazırlanan sanatçı portfolyolarında sırf afiş içeren bir örnek çıkarılabilir. Mesleğin ustaları ile düzenli olarak semirler düzenlenebilir.

Okullardaki eğitimde herşeyden önce afişin doğasından gelen ruh anlatılmalıdır öğrencilere. Afişi sevdirecek ve benimseterek bu alanda çalışmalar üretmeleri tavsiye edilmelidir. Bu şekilde afişin grafik tasarım içindeki gücü devam ettirilebilir.

Afişin gelişimi açısından bir diğer konu da uzmanlaşmanın geliştirilmesidir. Artan iletişim ve gelişen teknoloji Grafik Tasarımcısının işini pek çok konuda kolaylaştırmıştır. Ancak afiş konusunda uzmanlaşan tasarımcıların yetişmesi afişe Türkiye’deki patlamayı yaşatacaktır. Bunun 1980 öncesinde başarılı örnekleri vardır. Ayrıca afişle ilgili internet üzerinde kullanılabilecek sürekli bir veri tabanı ve bir afiş seçkisi oluşturulabilir. Böylece afiş konusunda herkesin bilgi ve ilgi sahibi olması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

AND, Metin, "Bir Yabancınn Çizgileriyle Belgesel Değer Taşıyan Yıllık Topkapı Sarayı Minyatürleri", Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 259.

ALTINTAŞ, Yurdaer, "Ustalar Ne Diyor", Milliyet Sanat Dergisi-31, 1980.

ALTINTAŞ, Yurdaer, "Kısa Bir Grafik Gezisi", Hürriyet Gösteri Dergisi Afiş '88 eki, sayı 94, İstanbul, 1988.

AKŞİN, Sina, Bugünkü Türkiye 1980-1995, Cem Yayınları, 1995,

APAK, Gülhan, Türk Grafik Tasarım Süreci İçinde Cumhuriyetten Günümüze Afiş Sanatının Gelişimi ve Tanıtım ve Toplum İlişkileri İçindeki Yeri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir, 1992.

APAYDIN, Nilgün, "Sanat Eğitiminde ve Yaratıcılıkta Yazının Yeri", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), DEÜ Sos. Bil. Ens., İzmir, 1993.

ASLIER, Mustafa, Grafik Sanatlar Tarih ve Yorumlar, M.Ü. G.S.F. Grafik Sanatlar Bölümü Yayınları-1, İstanbul, G.S.F. Grafik Sanatlar Basımevi, 1983.

ATAKAN Nancy, "Türkiye'de Kavramsal Sanat", (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Cilt:1), M.S.Ü., İstanbul, 1995.

BAYIÇ, Onur, "Bülent Erkmen: Akı Elin Önünde Tutmalı", Hürriyet Gösteri Dergisi Afiş '88 eki, sayı 94, İstanbul, 1988.

BAYSAL, Jale, Mütferrika'dan Birinci Meşrutiyet'e Kadar Osmanlı Türklerinin Bastıkları Kitaplar, İstanbul, Edebiyat Fakültesi Basımevi, 1968.

BATUR, Enis, Modernizmin Serüveni, YKY Yayınları, İstanbul, 1995

BEIGBEDER, Frederic, 4900, Doğan Kitap, İstanbul, 2001

BECER, Emre, İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara, 1997.

BEKTAŞ, Dilek, Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi, YKY Yayınları, 1992.

BERKMAN, Bülent, "1970 Sonrasında Yaratıcılık", Milliyet Sanat Dergisi Afiş '88 eki, sayı 94, İstanbul, 1988.

BERMAN, Merill, Graphic Design in Mechanical Age, Yale University Press, New Heaven and London, 1998.

BLACKWELL, Lewis, BRODY, Neville, Subj: Contemp. Design, Graphic, Laurence King Publishing, Londra, 1996

BULUT, Gören, Başlangıcından Günümüze Grafik Sanatlar, (Yayınlanmamış Ders Notları), İzmir, 1994.

BÜYÜM, Nazar, "Afiş Dilinde Reklam", Hürriyet Gösteri Dergisi Afiş '88 eki, sayı 94, İstanbul, 1988.

BÜYÜM, Nazar, "Bülent Erkmen", Graphis, Sayı 256.

ÇELİKEL, Necmi, Reklam Sanatı, Ankara, 1986.

ÇEKİÇ, Savaş, "Emin Barın'ın Sanatçı Kişiliği", Sanat Çevresi Dergisi - 112, 1988

ÇEVİKER, Turgut, Modern Türk Grafik Sanatının Öncüsü: İhap Hulusi Görey", Sanat Dünyamız, Yapı Kredi Kültür Yayınları, Sayı 43.

ÇETİN, Yüksel, "Varşova Afiş Bienali", Grafik Sanatı, Plastik Sanatlar Dergisi, Sayı:12, 1989.

EDGÜ, Ferit, Gösteri Afiş Eki, İstanbul, 1988.

ERKMEN, Bülent, "Grafik Ürünleri Sergileri Üzerine", Grafik Sanatı Dergisi, sayı 2.

ERKMEN, Bülent, "Türk Grafik Sanatında Gençler", Milliyet-31, 1980.

ERKMEN, Bülent, "Türkiye'de Seçim Afişleri", Milliyet Sanat Dergisi, Sayı: 274, 1991.

ERSOY, Osman, Türkiye'ye Matbaa'nın Girişi ve İlk Basılan Eserler, Ankara, Güven Basımevi, 1959.

ERSÖZ, Nihan Senem, "Türkiye'de Grafik Sanatların Gelişimi ve Grafik Sanatçıları", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara, 1993.

ERTEL, Mengü, "Afiş Öldü Yaşasın Afiş", Hürriyet Gösteri Dergisi Afiş '88 eki, sayı 94, İstanbul, 1988.

EVLİYAGİL, Şevket, Basım Sanayinin Temel Kavramları, Ankara, Ajans-Türk Basımevi.

FUKUDA, Shigeo, "Afişlere Övgü", Çeviren: Alev Çınar, Hürriyet Gösteri Dergisi Afiş '88 eki, s. 94, İstanbul, 1988.

FUKUDA, Shigeo, Afişler, Grafist 2000 Sergi Kataloğu, M.S.Ü., İstanbul, 2000

FREIDI, Frederic, OTTO, Nicholas, SATIN, Bernard, Typo, When Who How, Könnemann, Köln, 1998.

GANIZ, Selahattin, "Kültürümüze Sahip Çıkalım", Hürriyet Gösteri Dergisi-31.

GENÇ, Adem, "DADA - Antropi ve Nedensizlik Açısından Dadacı Sanat Hareketlerinin Çözümlemesine İlişkin Bir Yöntem Araştırması", (Yayınlanmış Doktora Tezi), İzmir, 1983.

GENÇ, Adem, SİPAHIOĞLU, Ahmet, Görsel Algılama "Sanatta Yaratıcı Süreç", İzmir, Sergi Yayınevi, 1990.

GERMANER, Semra, "Cumhuriyet Döneminde Resim Sanatı", Cumhuriyetin renkleri Biçimleri, İş Bankası Yayınları, 1999.

GERMANER, Semra, "1950'den Günümüze Türk Resmi", Sanat Çevresi Dergisi-102, 1987.

GÜLAYDIN, Tansu, "Afiş Sen Nelere Kadirsin", Medya Dergisi, sayı 7, İstanbul, 1989.

HOLLIS, Richard, Graphic Design - A Consise History, Thames and Hudson Inc., London, 1994.

HONEBUTT-BENZ, Dr. Eva, "Bülent Erkmén'in Kültür ve Sanat Konulu İşleri", Arredamento Dekorasyon-93, 1997.

ILTERBERK, Ahmet, B., Reklamcılığın Toplumsal Sorumluluğu, İstanbul, Cem Ofset.

ISKENDER, Kemal, "1950-90: Türk Resminin Gelişim Süresi İçinde Çağdaşlık Kavramının Anlamı, Sanat Çevresi Dergisi-140, 1990.

KABACALI, Alpay, Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Matbaa, Basın ve Yayın, Literatür Yay., 2000.

KARAMUSTAFA, Gülsüm, Sanat Akımlarının İşlevselliğe Dönüşmesi Sürecinde Resim-Afiş Etkileşmesi, Araştırma Raporu, İstanbul, 1980.

KARAMUSTAFA, Sadık, "Bir Sanat Ustamız - Sadık Karamustafa", Grafik Sanatı Dergisi - 7, 1986.

KARAMUSTAFA, Sadık, "Türkiye'de Grafik Tasarımın Son Çeyrek Yüzyılı", Cumhuriyetin Renkleri Bıçimleri, İş Bankası Yayınları, 1999

KARAMUSTAFA, Sadık, "Türkiye'de Afişin Gelişimi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), M.S.Ü., İstanbul, 1997.

KIVANÇLI, Nuray, Görsel Medyada Yer Alan Afişe Renkleri Açısından Bakış, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir, 1994.

KOLOĞLU, Orhan, "Türkiye'de İlandan Reklama Geçişin İlk Yüzyılı 1840-1940", Arredamento Mimarlık, 1999.

KONGAR, Emre, "Basın 4. Kuvvet (mi?)", Milliyet Sanat Dergisi, sayı 35, İstanbul, 1981.

KOŞAN, Sema, "İhap Hulusi", Türkiyemiz Dergisi, sayı 32, İstanbul, 1980.

LYNTON, Norbert, Modern Sanatın Öyküsü, Remzi Kitabevi, 1991

LOESCH, Uwe, "Yer, Zaman ve Nokta Uwe Loesch Afişleri, Grafist 2000 Sergi Kataloğu, M.S.Ü., İstanbul, 2000

MADEN, Said, Abdi İpekçi Grafik Yarışması Üzerine Notlar", Milliyet Sanat Dergisi, yeni dizi 31, İstanbul, 1981.

MADEN, Said, Ülkemizde Grafik Sanatının Dünü Bugünü, Türk Grafik Sanatçıları, G.M.K. Yayınları, İstanbul, 1989.

MADRA, Beral, "Modern'den Post Modern'e, Gösteri-126, 1991.

MADRA, Beral, "Seksenli Yılların Sanatı", Gösteri-108, 1989.

MADRA, Beral, "10 Sanatçı 10 İş, C Sergisi, Atatürk Kültür Merkezi'nde Çağın Önündeki Sanatçılar", Cumhuriyet Gazetesi, 1992.

MOLES, Abraham, "Kültürün Toplumsal Dinamiği", Çeviren: Nuri Bilgin, 1983, İzmir, s.130

ORAL, Zeynep, "Gücünü Tüm Sanatlardan Alan Bir Usta: Mengü Ertel", Sky Life dergisi, Temmuz, 1994,

OROSZ, Istvan, Afişler - Baskılar, Grafist 2000 Sergi Kataloğu, M.S.Ü., İstanbul, 2000

ÖDEKAN, Ayla, Mimarlık ve Sanat Tarihi (1908-1980), Çağdaş Türkiye Cilt 4, Cem Yayınevi, 1995.

ÖZKAN, Nurcihan, 1950 sonrası Türkiye'deki Tipografik Tasarımın Gelişimine Genel Bir Bakış, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir, 2001.

ÖZSEZGİN, Kaya, "Türk Grafik Sanatında Gelişme Evreleri", Milliyet Sanat Dergisi, yeni dizi 41, İstanbul, 1982.

PIIPPO, Kari, Afişler, Grafist 2000 Sergi Kataloğu, M.S.Ü., İstanbul, 2000

POROY, Semih, "Karikatürde Grafik", Grafik Sanatı Dergisi, sayı 2, İstanbul

QUINTAVALLE, Carlo, Arturo, "Afiş Sanatının Gelişimi", Çeviren: Yılmaz Aysan, Mimarlık dergisi, 78/2, İstanbul 1988.

SEGUELA, Jacques, Anneme Reklamcı Olduğumu Söylemeyin, O Beni Bir Genelevde Piyanist Sanıyor, Afa Yayınları, İstanbul, 1988

SİPAHIOĞLU, Ahmet, Türk Grafik Mizahı, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 1999.

SÖNMEZ, Cezmi, "Erkmen'in Ürünü", Arredamento Dekorasyon-93, Haziran 1997.

TANSUĞ, Sezer, "Yurdaer'in Melekleri", Sengi Kataloğu, 1989.

TEPECİK, Ayhan, "Türk Kültürünü Çağdaş Çizgilerle Dünyaya Tanıtan Grafik Tasarımcı Yurdaer Altıntaş", Kültür Sanat Dergisi, Mart 1997.

TURANI, Adnan, Dünya Sanat Tarihi, Ankara, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1979.

TYPOGRAPHY 2, Graphis Inc., 1997, New York

YAZILAR, Grafikerler Meslek Kuruluşu, sayı 4, 18, 48, 54, İstanbul

ÜNSAL, Yüksel, Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri, İstanbul, 1984.

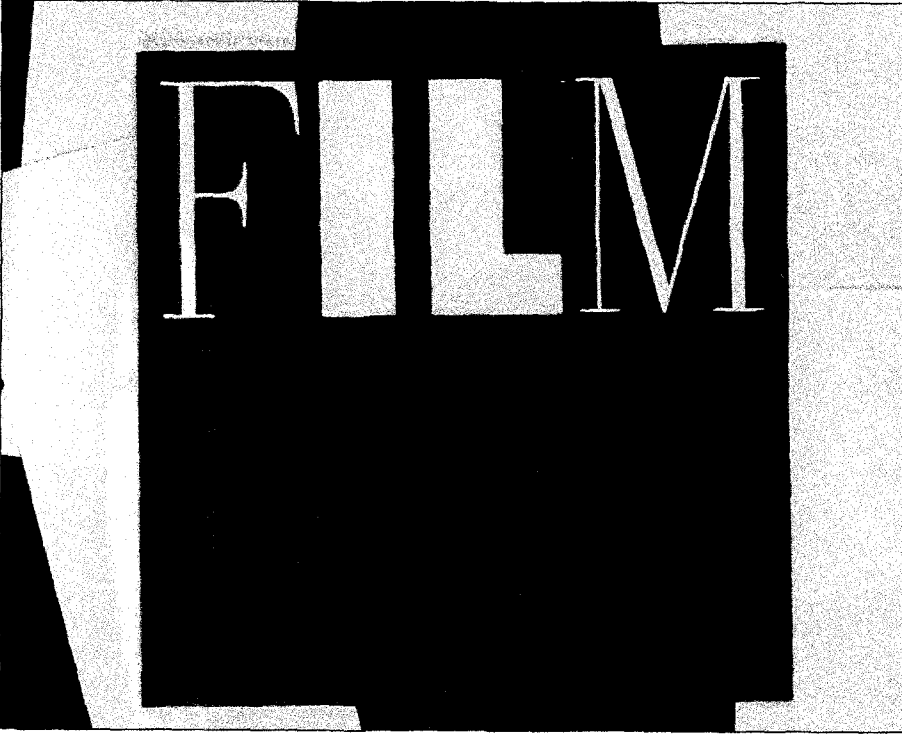
RESİMLER



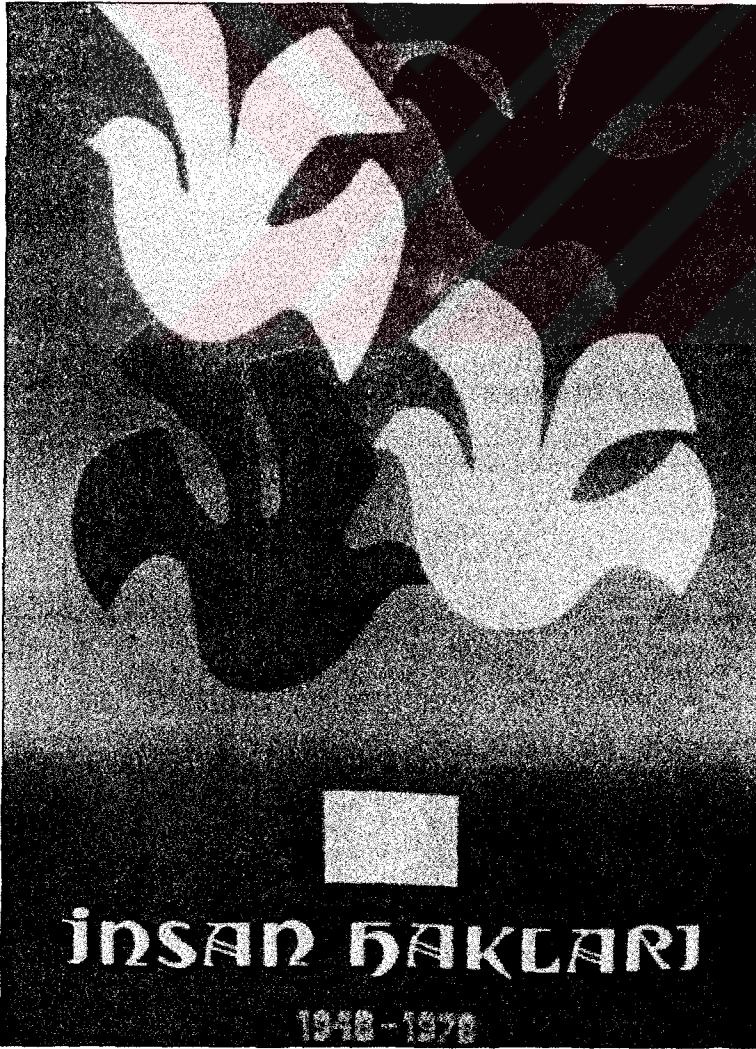
Resim 1, Paul Schuitema, 1929



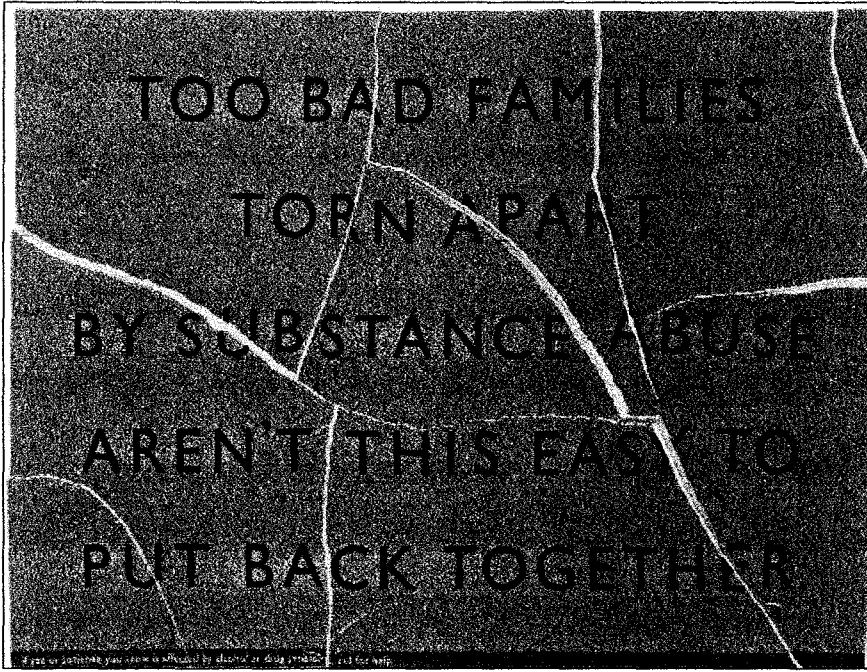
Resim 2, Willem Sandberg, 1940



Resim 3, Illinois Film Ofisi için Afiş, Mike Stees, 1997



Resim 4, İnsan Hakları Afişi, Ergin Tunçkan



Resim 5, Alkolizm Karşıtı Afiş, Greg Bokor



Resim 6, Urban Outfitters, Howard Brown, 1996



Resim 7, Deneysel Sanat Sergisi için Afiş, Neville Brody, 1995



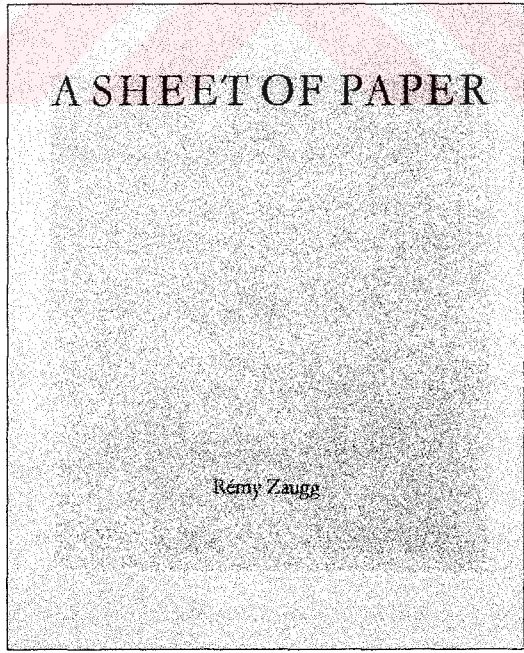
Resim 8, Sergi Afişi, Bülent Erkmek, 1988



Resim 9, Dans Gösterisi Afişi, Jan C. B. Sluyters, 1922



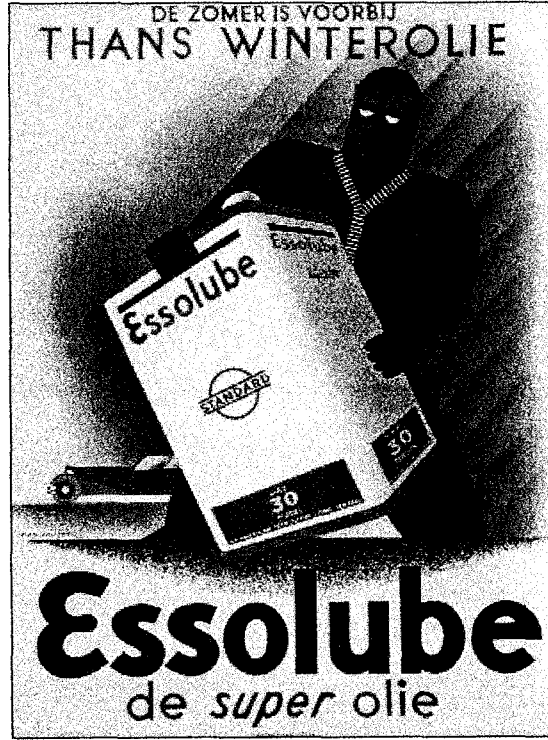
Resim 10, Sergi Afişi, Hendrius T. Wijdeveld, 1988



Resim 11, Sergi Afişi, Walter Nikkels, 1987



Resim 12, Ticari Afiş, Kees Meys, 1937



Resim 13, Esso Yağları İçin Afiş, Jean Walther, 1935

it's
about
time.



EMPORIO ARMANI

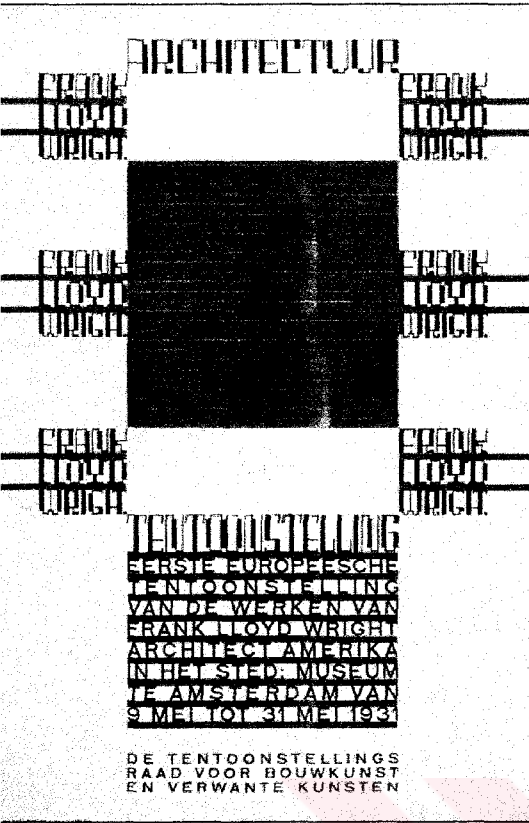
Resim 14, Armani Saatleri için Afiş, Richard Carson, 1997



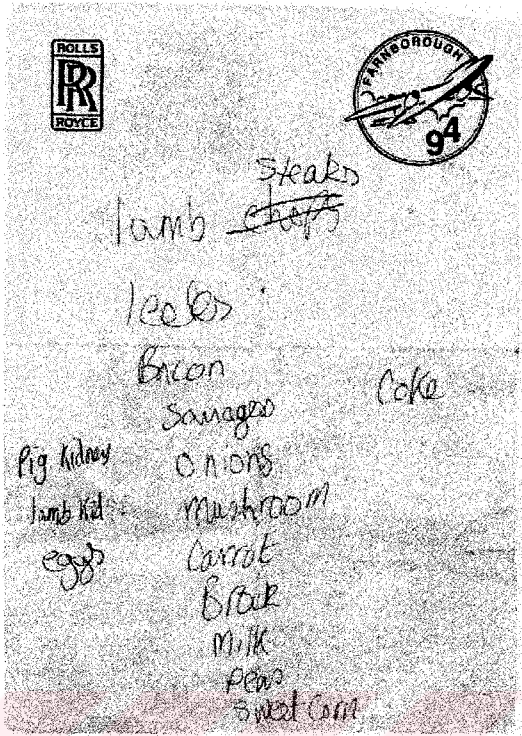
Biz 3049 Genç Pamukbank'ı
1987'nin başarılarından
kudretliyiz. Yeni yıla
ortanca başarılarla
sizi de ertek almak
istiyoruz.

PAMUKBANK
iyi bankadır

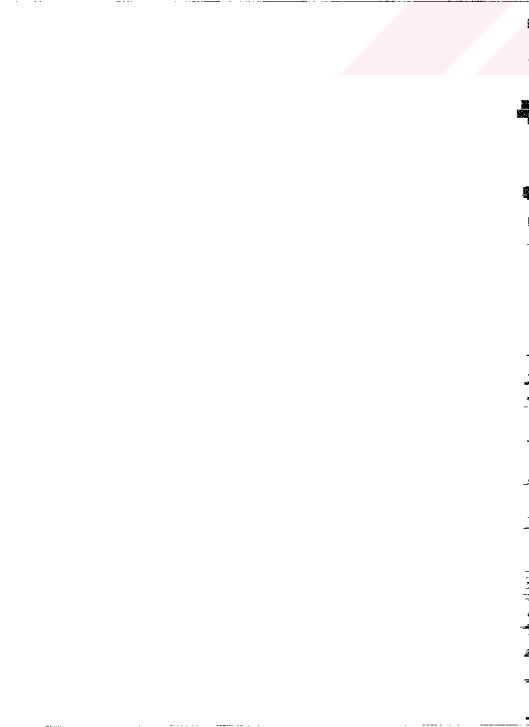
Resim 15, Pamukbank için Afiş, Murat Egemen, 1988



Resim 18, Sergi Afiş, Hendrius T. Wijdeveld, 1928



Resim 19, Ideolojik Afiş, Jane Weeks – John Miller



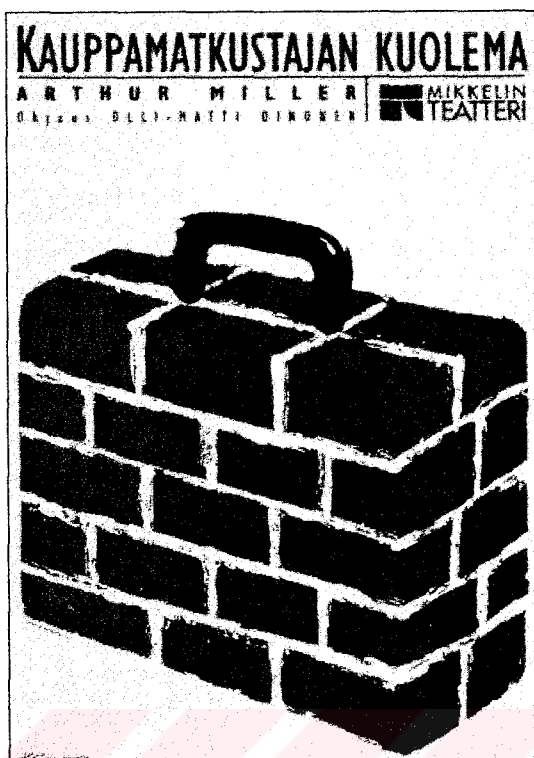
Resim 20, Savaş Karşıtı Afiş, Uwe Loesch, 1995



Resim 21, Erkek Hakları için Afiş, Shigeo Fukuda, 1990



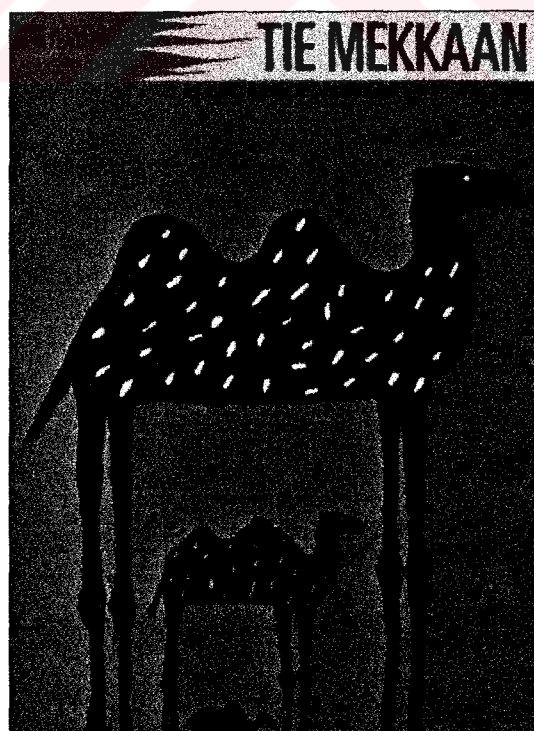
sim 22, Silahlanma Karşıtı Afiş,
e Loesch, 1989



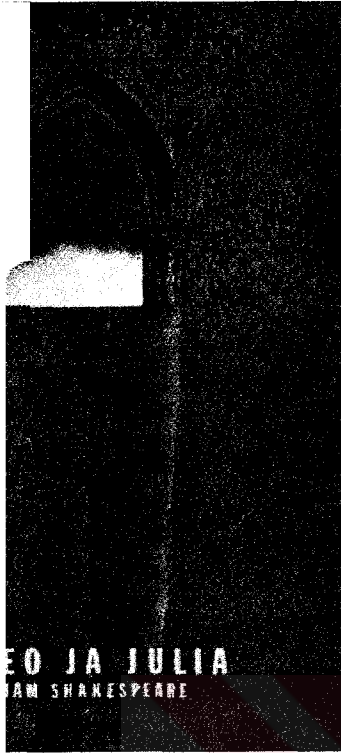
Resim 23, Kültürel Afiş, Kari Piipo,
1988-2000



sim 24, Kültürel Afiş, Kari Piipo,
1988-2000



Resim 25, Kültürel Afiş, Kari Piipo,
1988-2000



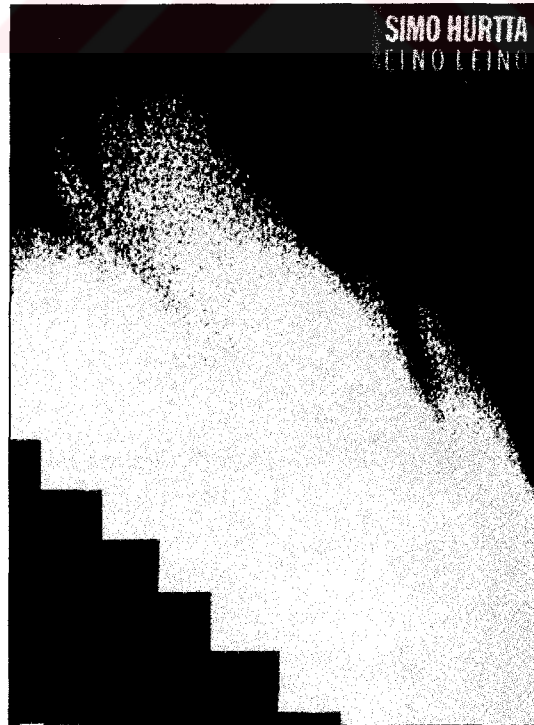
Resim 26, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000



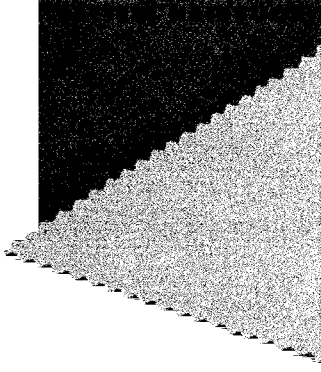
Resim 27, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000



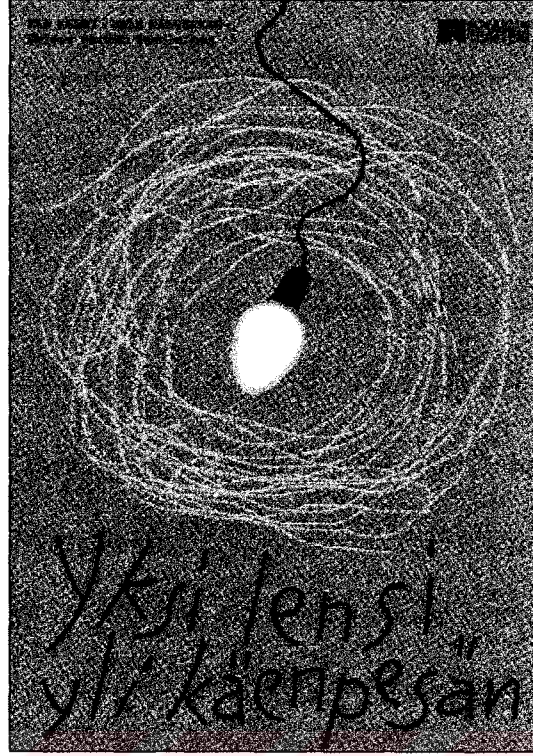
Resim 28, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000



Resim 29, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000



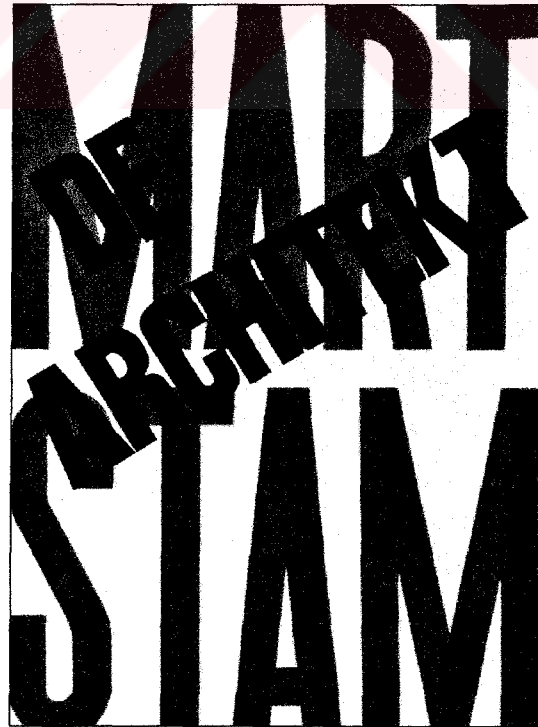
sim 30, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000



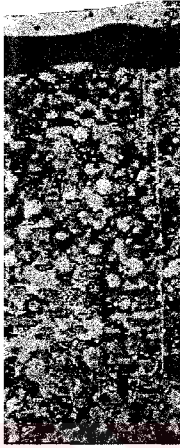
Resim 31, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1988-2000



sim 32, Otomobil Fuarı için Afiş, ob Jangma, 1932



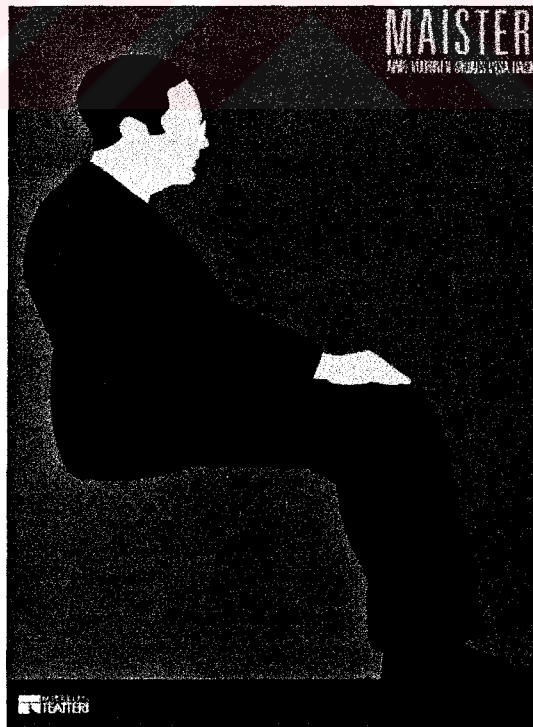
Resim 33, Mimariyle İlgili Bir Afiş, Paul Schuitema, 1972



sim 34, Sergi Afiş, Francesca Pettit,
30

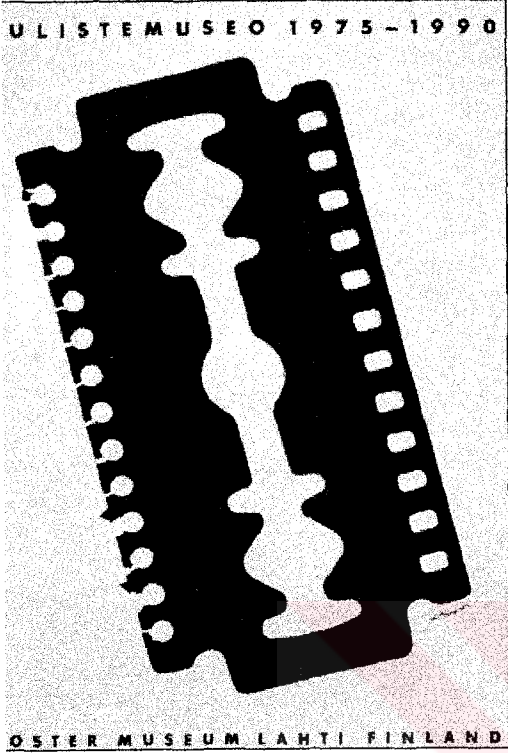


Resim 35, Festival Afiş, Sadık
Karamustafa, 1989

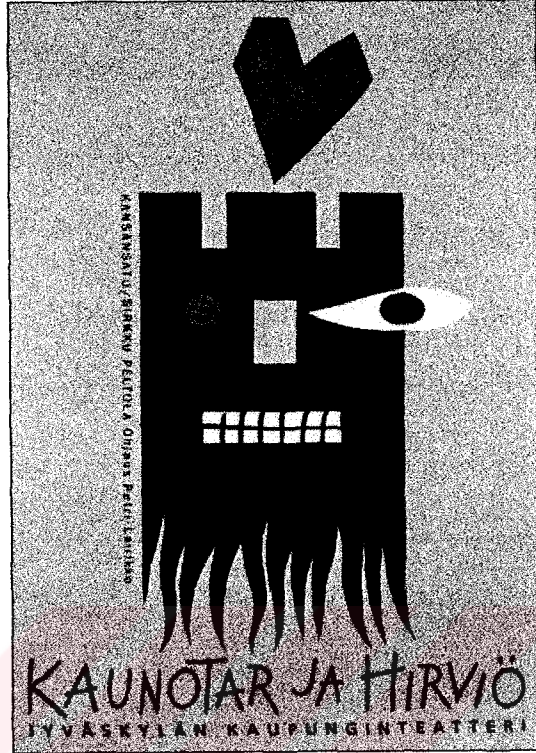


sim 36, Opera Afiş, Shigeo Fukuda,
37

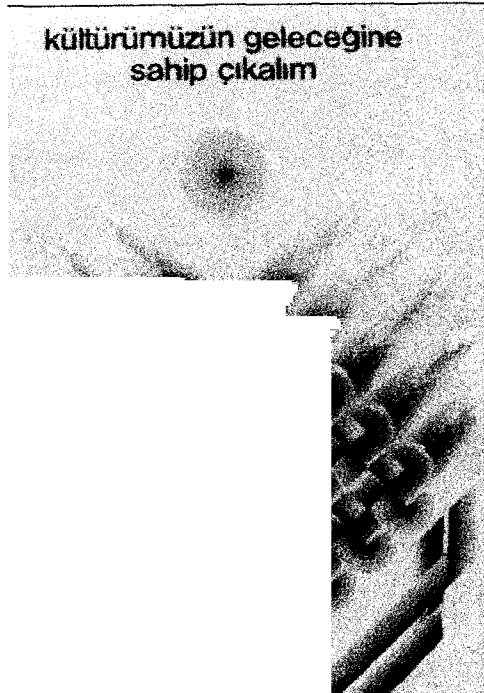
Resim 37, Kültürel Afiş, Kari Piipo,
1990-1998



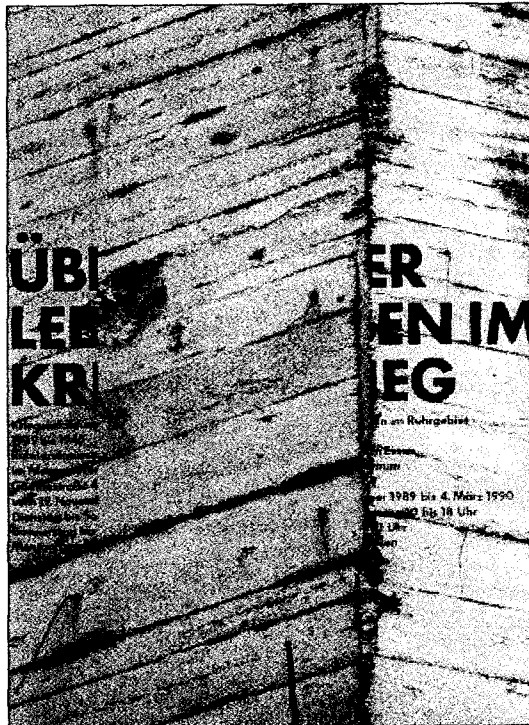
sim 38, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1990-98



Resim 39, Kültürel Afiş, Kari Piipo, 1990-1998



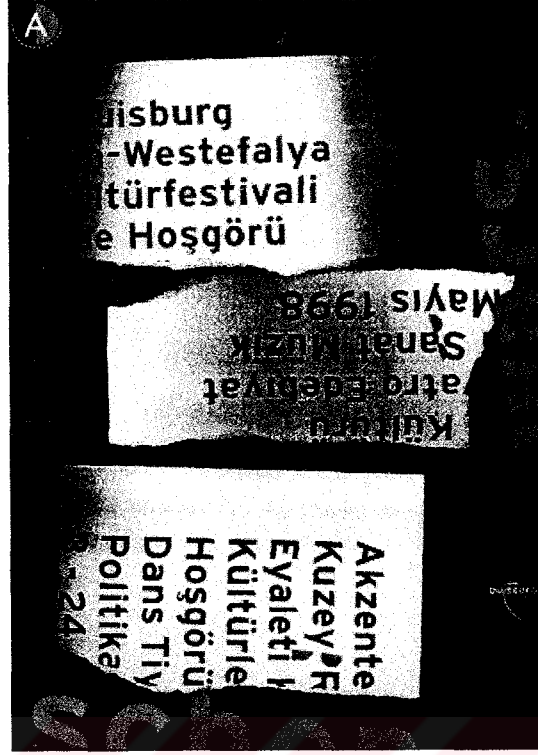
sim 40, Abdi İpekçi Yarışmasında İnci Olan Afiş, 1988



Resim 41, Sosyal Afiş, Uwe Leusch, 1989-1998



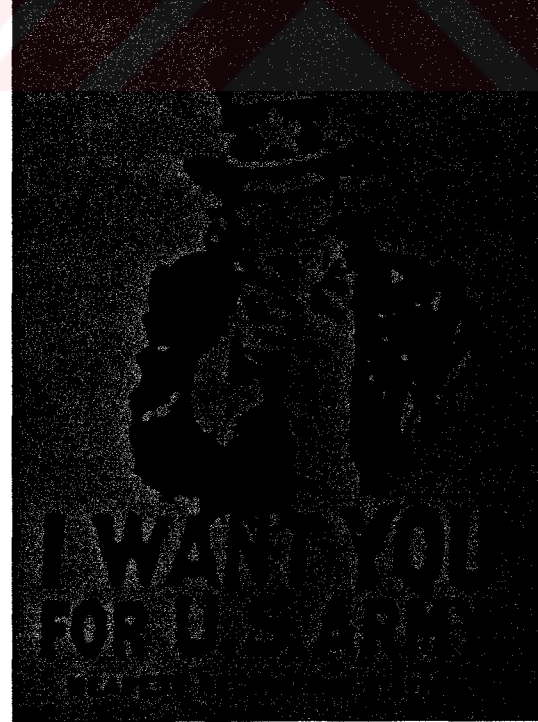
sim 42, Sosyal Afiş, Uwe Leusch,
1989-1998



Resim 43, Sosyal Afiş, Uwe Leusch,
1989-1998



sim 44, Sosyal Afiş, Uwe Leusch,
1989-1998



Resim 45, Sam Amca Afişi, 1914

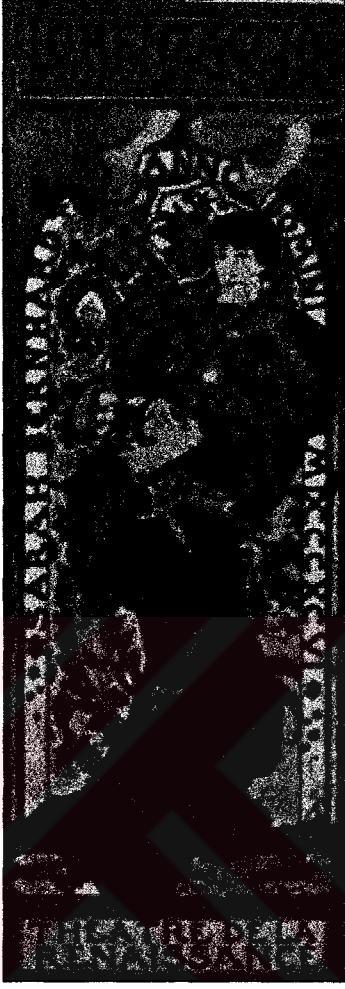
UR



sim 47, Afiş, Lautrec, 1896



Resim 48, Afiş, Mucha, 1898



Resim 49, Afiş, Mucha, 1896



sim 50, Afiş, Manet, 1868



Resim 51, Afiş, Cheret, 1894



sim 52, Afiş, Lautrec, 1899



Resim 53, Afiş, Lautrec, 1899



Resim 54, Afiş, Otto-Stahl-Arpke, 1919



Resim 55, Afiş, Kurt Schwitters



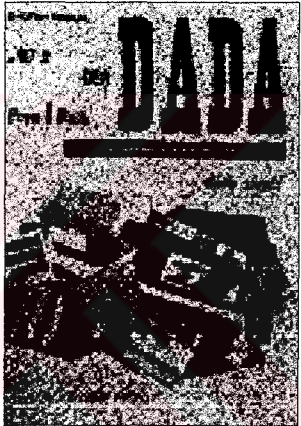
Resim 56, Afiş, Wassily Kandinsky



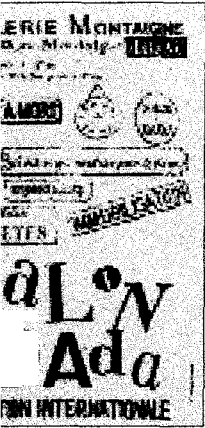
Resim 58, Afiş, Alexander Rodchenko, 1925



Resim 57, Afiş, Alexander Rodchenko, 1923



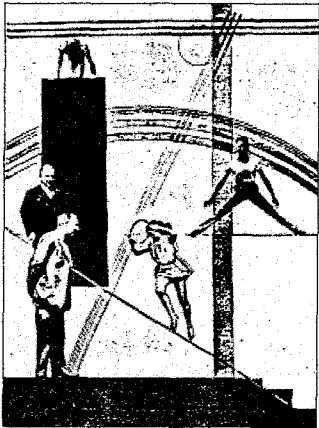
Resim 59, Afiş, Raoul Hausmann, 1920



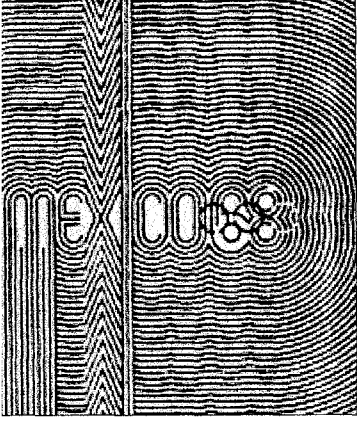
Resim 60, Afiş, Tristan Tzara, 1921



Resim 61, Dergi Kapağı, Raoul Hausmann, 1920



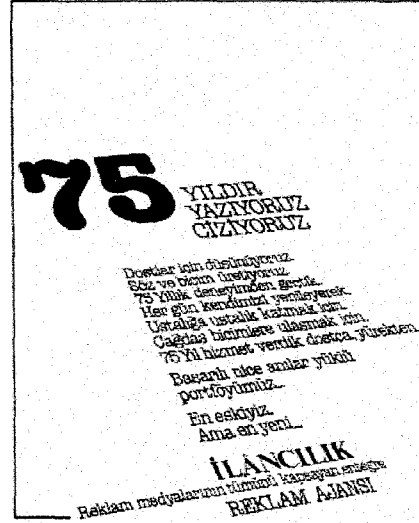
Resim 63, Afiş, Herbert Matter



Resim 64, Afiş, Mexico 68 için



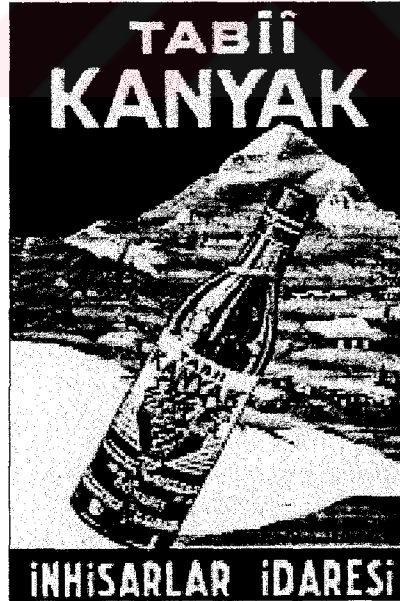
Resim 67, "Tarih-i Hind-i Garb-i"den resimler, İbrahim Müterferrika



Resim 69, Türkiye'nin ilk reklam ajansı olan İlançılık Ltd.'nin kendi ilanı, 1984



Resim 68, Tercüman-ı Ahval'de bir kasa reklamı, 1864



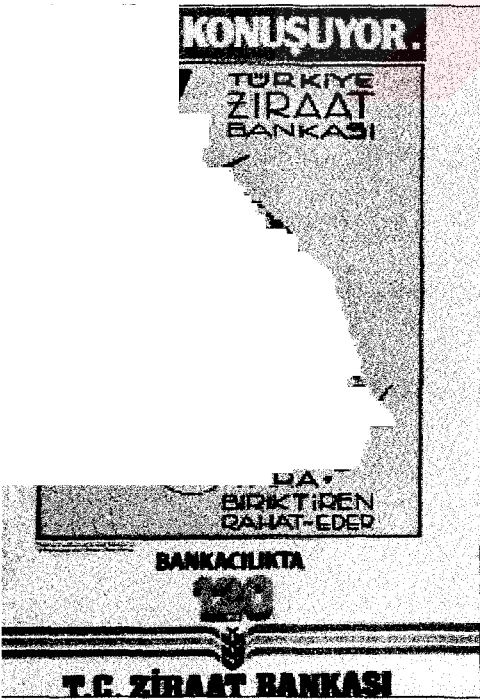
Resim 70, İnhisarlar (Tegel) İdaresi için bir afiş, 1937



Resim 71, Sumerbank Afişi, İhlap Hulusi



Resim 72, Afiş, İhlap Hulusi



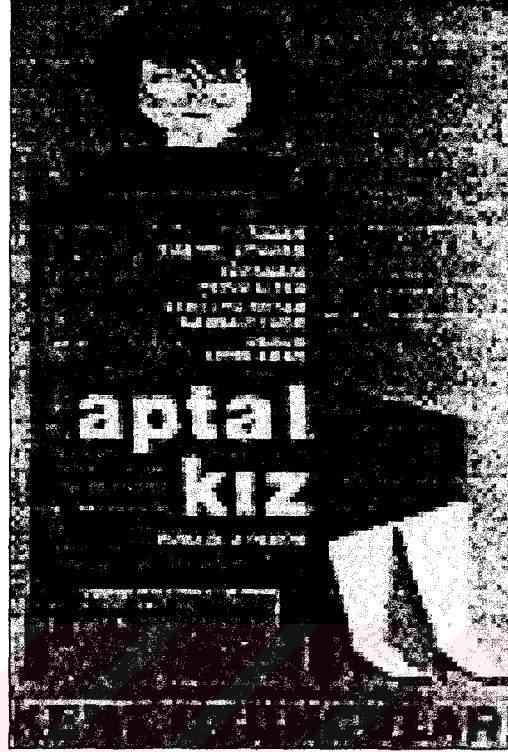
Resim 73, Afiş, İhlap Hulusi



Resim 74, Afiş, Mengü Ertel



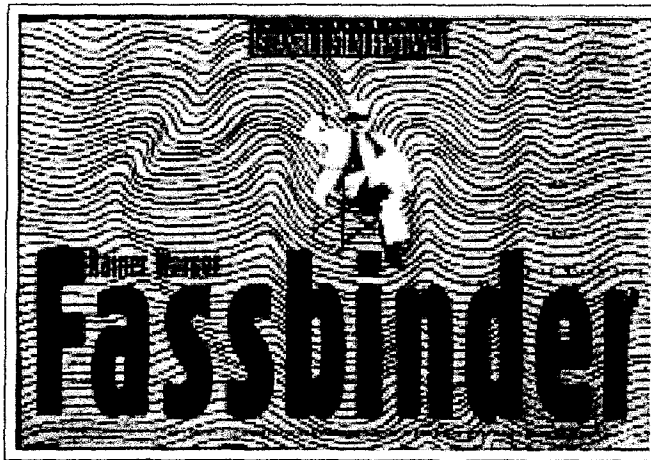
sim 77, Afiş, Mengü Ertel



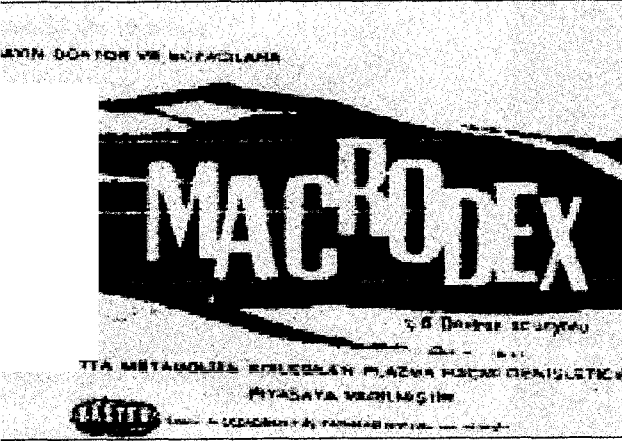
Resim 78, Afiş, Yurdaer Altıntaş



sim 79, Afiş, Yurdaer Altıntaş



Resim 80, Afiş, Yurdaer Altıntaş



sim 81, Prospectus, Selçuk Önal



Resim 82, Emlak Bankası Afişi, Fikret Akgün



Resim 83, Ipana Afişi, Fikret Akgün

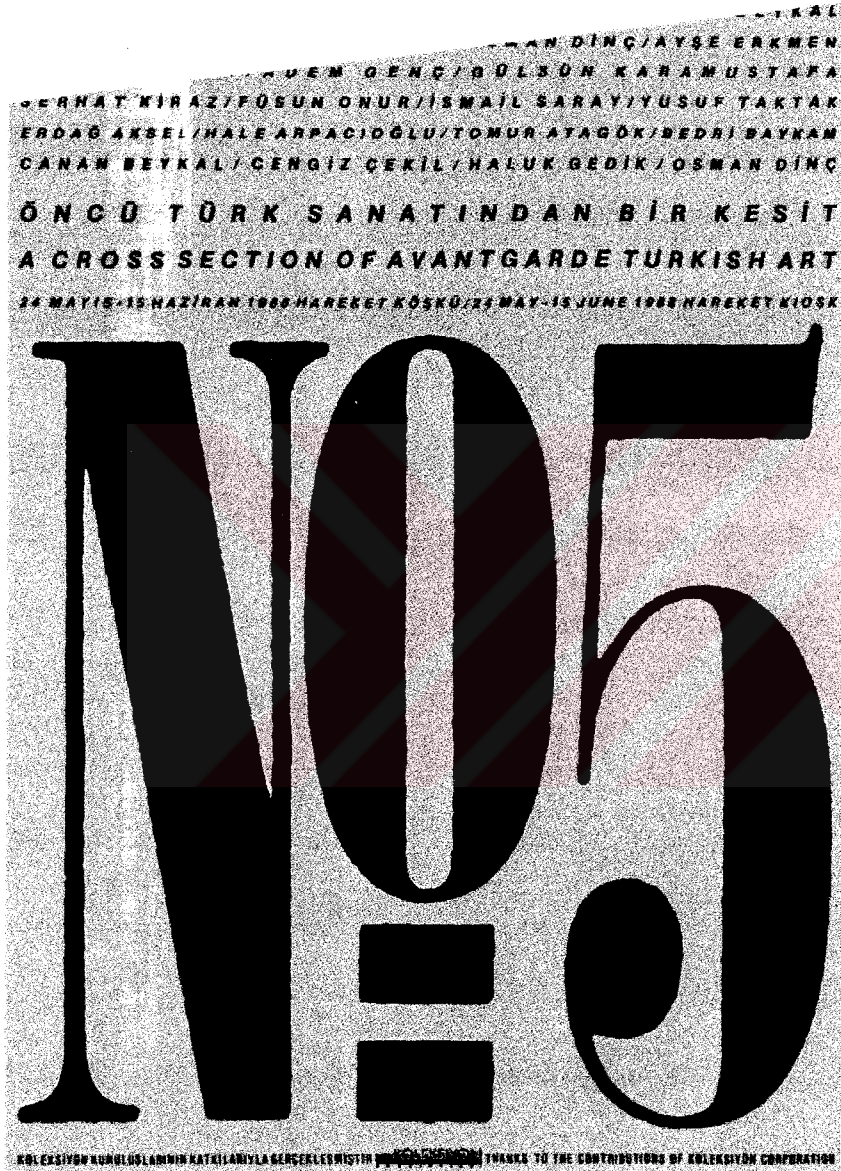
sim 84, Anne ve Çocuk
İlişiği için Afiş



Resim 85, Okçuluk Afiş, Bülent Erkmen, 1986



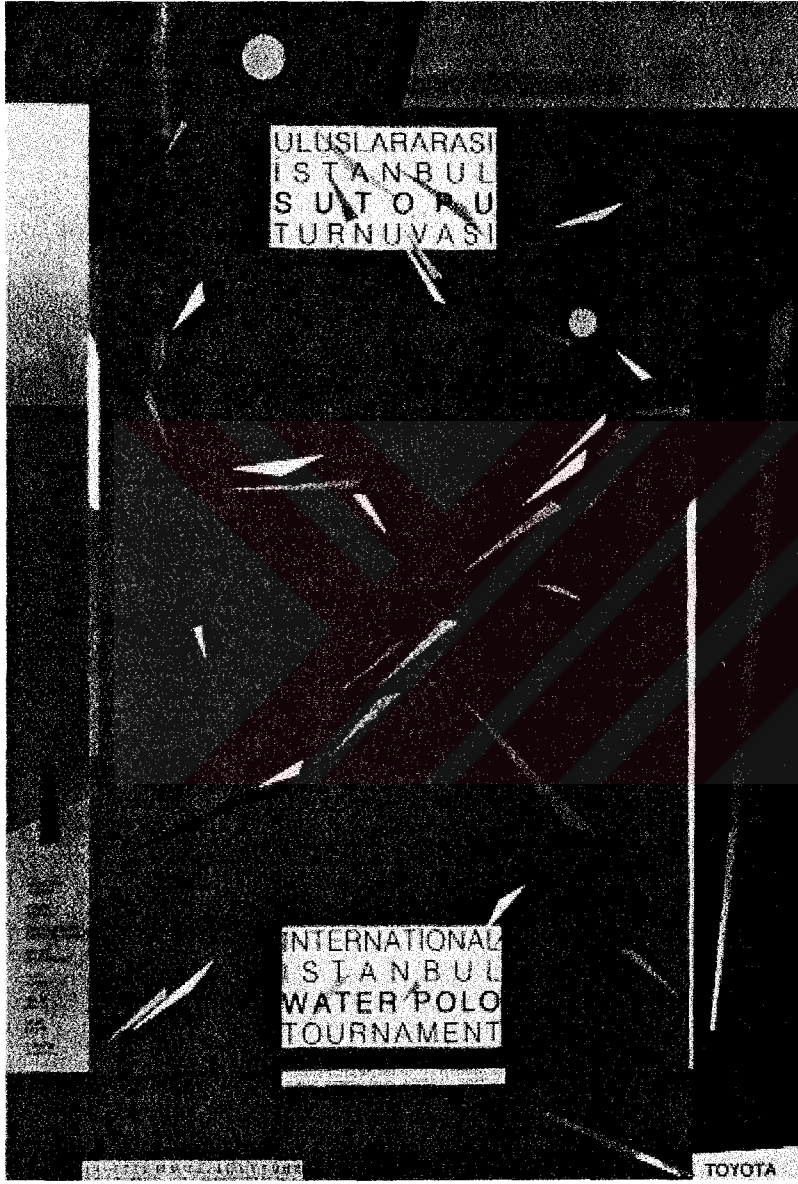
Sim 86, Caz Konseri Afişi, Bülent Erkmen, 1988



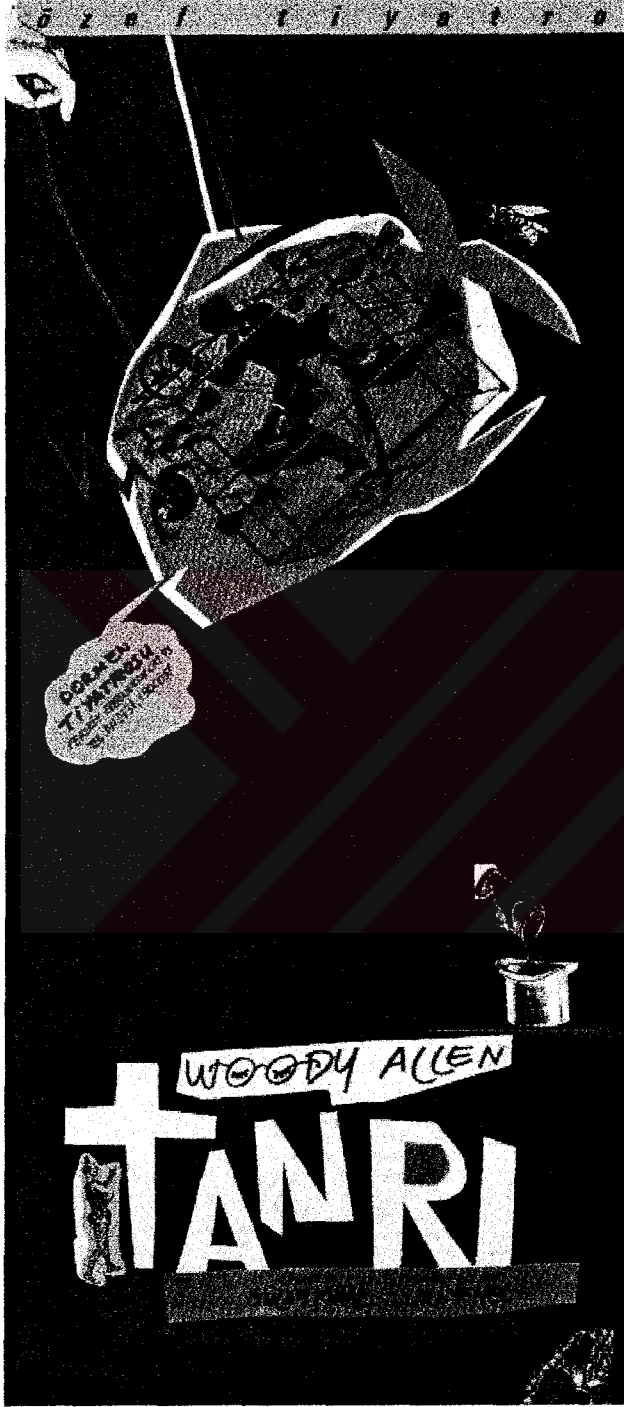
Resim 87, Sergi Afişi, Bülent Erkmen, 1988



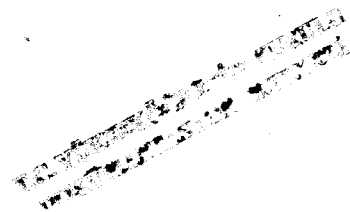
Resim 88, Konser Afişi, Sadık Karamustafa, 1988



Resim 89, Su Topu Müsabakası için Afiş, 1988



Resim 90, Tiyatro Afişi, 1987



KISALTMALAR

- g.e.** : Adı geçen eser
g.m. : Adı geçen makale
g.k. : Adı geçen kaynak
kz. : Bakınız
n. : Santimetre
ev. : Çeviren
o : Numarası
: Sayfa
.C. : Türkiye Cumhuriyeti

