

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

afiş



AFİŞ

AFİŞ
Tarih/Tasarım/Kültür
54 sayfa
Hazırlayan: Aycan Türk

KAFEKÜLTÜR Yayıncılık © 2017
www.kafekultur.com
iletisim@kafekultur.com

Afiş

AYCAN TÜRK

Afiş

Afiş, Türk Dil Kurumu'na göre; "bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası" şeklinde tanımlanmaktadır.

Afiş, reklam ya da propaganda yapmak, bir oyun, sergi, ürün ve benzerlerinin duyurulmasında kullanılır. Aynı zamanda güzel sanatlarda bir daldır. Afiş sanatı 19. yy. başında iki ana unsurun bir araya gelmesiyle ortaya çıktı; bir yandan taşbaskı sayesinde metin ve resmin birleşmesi, çoğaltılabilir olması (yüzyılın ikinci yarısında renkli baskı olanağı doğdu), diğer yandan afişin gelişmesi, tüketim mallarının toplu üretiminin ve rekabete dayalı ekonominin ilerlemesine bağlı kaldı. Başlarda küçük boyutlu olup, kitap resimlerini, basın bültenlerini andıran afiş, modern sanat anlayışıyla beraber kendi estetiğini oluşturdu. Kısa ve çarpıcı bir metnin, sade ve resimle beraberliği afişin temel kavramıdır.

Manet, Gavarni, Daumier, Toulouse Lautrec gibi sanatçılar, afişin gelişmesine önemli katkılarda bulundular. Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde ve Amerika'da

afiş sanatına farklı bakış açıları doğdu. Cheret, William Bradley, Beggarstaff kardeşler gibi isimler, kendi yöntem ve bakış açılarını geliştirdiler. I. Dünya Savaşı süreciyle birlikte, Sovyetler Birliği'nde Ekim Devrimi'nin ardından El Lisitskiy gibi isimler, "soyut afiş" kavramını oluşturdular.

Almanya'da tipografi ve fotoğrafçılığın ilerlemesi afiş anlayışına katkıda bulundu. İki savaş arası kübizmin, fotomontaj ve kompozisyon uygulamanın, ve II. Dünya Savaşının etkileri, afişin ilerlemesine yol açmadı. Savaş sonrasında fotoğrafçılıkta yapılan büyük atılımlarla birlikte afiş de bir devrim sürecine girdi. İtalya ve İsviçre'de dizayn atakları, estetik tasarımı ortaya çıkardı. 1950'lerde gerçeküstücü ve didaktik akımların etkisinde kalan afiş sanatı, yeni isimlerin sivrilmesine yol açtı. 2000'li yıllara gelinirken "pop - art" kültürü, afişin tarihinde belirleyici rol oynadı.

Türkiye'de Afiş

Türkiye'de ilk örnekler Osmanlıların son dönemi ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında görülmeye başlandı. Ağırlığı metne dayanan tiyatro, sinema, yardım dernekleri ve Türkiye'de üretilmeyen ürünlerin reklamları afiş yapılıyordu. İlk dönem büyük çoğunluğu yurtdışından gelen afişler, yarı - kapalı ortamlarda (tiyatro girişi, dükkân vitrinleri vb.) sergilendi. İlk Türk afiş sanatçısı, yurt dışında eğitim görüp, 1925 yılında Türkiye'ye dönen İhâp Hulusi Görey olmuştur. 1927'de Güzel Sanatlar Akademisi'nde ilk afiş atölyesi açıldı. Hulusi, Alman afiş sanatından etkilennemelerini yapıtlarına yansıttı. Aynı dönemin sanatçılarından Mithat Özar, Paris'te eğitim alarak Akademi'deki atölyenin başına getirildi.

Özar'ın etkisiyle 1930 - 1945 yıllarında Fransız estetik akımı Türk afişinde yönlendirici oldu. 1950'lerin sonunda konu ve içeriğin önem kazanmasıyla, Türk afiş sanatı ulusallaşmanın yanı sıra uluslararasılaşmayı da birlikte götürdü. Basım endüstrisinin gelişmesi, reklam ajanslarının çoğalması, Türkiye'de afişe büyük boyutta hız kazandırdı. Televizyon ve diğer medya reklamlarının darbesine karşın gerek billboard yaygınlaşması, gerek maliyetler açısından afiş

gelişimini sürdürdü; Türk afiş sanatçıları uluslararası bienallere katılıp bir çok ödül aldı. Afiş sergileri açıldı. Geçmiş yıllara ait bazı zor bulunan afişler, açık artırmalarda çok yüksek bedellere satılarak koleksiyoncular arasında alıcı bulunmaktadır.

Daha geniş anlamıyla

Herhangi bir haberi; herkese duyurmak, reklam ve propaganda yapmak için duvar veya bu iş için hazırlanmış yerlere yapıştırılan el yazması veya basılı kağıt. Kelime Fransızca 'affiche'den dilimize geçmiştir. Baskı ve resim sanatlarının bulunmadığı yahut henüz yayılmadığı, hele halkın çoğunun okuma yazma bilmediği devirlerde ve yerlerde tellallarla yapılan duyuruların yerini, son zamanlarda afiş almıştır Avrupa'da genel olarak on yedinci yüzyıla doğru daha çok tiyatro ve fuarların duyurulması maksadıyla görülmüştür.

Afiş, genellikle bir yazı ve bir resimden meydana gelir. Resmi makamlar tarafından yapılan ve bir haberin duyurulması gayesini güden afişlerde resim bulunmaz. Reklam niteliğini taşıyan afişlerde ise genellikle resme büyük önem verilir ve yazı, resmin tamamlayıcısı olarak kullanılır.

Sanatçının zevkine göre afişler de türlü şekiller gösterse de genel olarak afişler için bazı temel şartlar belirlenebilir. Afişte renk parçaları büyük, ayrıntılar az, kompozisyon kapalı ve dağınık olmalıdır. Yazı da resim kadar önemlidir. Bazen kötü bir yazı bütün bir

afişin etkisini yok edebilir. Yazının düzenli ve resim ile ahenkli bir şekilde kaynaşmış olması gerekli olduğu gibi, çok az ve çarpıcı olması da şarttır. Satırlarla dolu olan resimler, sanat bakımından başarılı afiş sayılmaz, çünkü afiş kısa ve kesin bir ifade tarzıdır.

Radyonun yaygınlaşmasına kadar, afiş çok önemli bir yayın aracı olarak kullanılmıştır. Bugün afişin siyasi önemi gittikçe azalmaktadır. Bununla birlikte, 1966 Çin Kültür Devrimi, afişin olağanüstü durumlarda yine politik gayelerle sahneye çıkabileceğini göstermiştir. Günümüzde afiş genellikle şu iki amaç için kullanılmaktadır:

1) Tiyatro ve sinema gösterilerinin program ve saatlerini belirtmek.

Bu durumda afiş, halkın söz konusu bilgiyi kolayca görebileceği yerlere (tiyatroların, sinemaların, resmi dairelerin girişlerine, kalabalık caddelere vb.) asılır.

2) Reklam yapmak.

Bu durumda afiş o konuyla ilgili olan herkese ulaşmak gayesi güttüğünden, daha bol sayıda asılması, daha çarpıcı, daha canlı olması gerekir. TV, basın ve radyo gibi öteki reklam yolları ile birlikte kullanıldığından afişli reklam günümüzde oldukça yaygın bir reklam vasıtası haline gelmiştir. Afişlerde resme yer verilmesi on dokuzuncu yüzyılda litografi tekniğinin gelişmesiyle başlar.

1866 yılından itibaren rengin kullanılabilmesi, daha sonra fotoğrafın ve ofset baskı imkanlarının ortaya çıkışı, afişin bugünkü teknik seviyesine erişmesini sağlamıştır. Afiş de dekoratif sanatlar gibi çeşitli kurallara uymak zorundadır. Mesela, afişte halk tarafından yadırganmayacak bir dil kullanılması, olumsuz tepkiler doğurabilecek şeylerden kaçınılması, konunun açık seçik bir kompozisyonla belirtilmesi şarttır. Konu, renk oyunları, renk çelişmeleri, gölge ve ışık oyunları ile seyirciye çarpıcı bir şekilde sunulur.

Türkiye’de afiş sanatı özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan bu yana hatırı sayılır bir gelişme göstermiştir.

Sanat olarak afiş

Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu bir mesajı iletmek ve ya bir ürünü tanıtmak amacıyla hazırlanan ve karşımıza hemen her yerde her an çıkabilecek grafik ürünlerdir. Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslar arası Tipografik Stil gibi modern Sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur.

Herhangi bir reklam niteliğinde temel olan koşul, doğru hedef kitleye doğru zamanda seslenebilmektir. Afiş, doğuşundan günümüze kadar geçen süre içinde ayrı bir anlatım dili olarak ortaya çıkmıştır.

Kimlerin işi?

Afiş deyince, hiç kuşkusuz akla grafik tasarımcılar geliyor. Çağdaş sanatın emekçilerinden grafik tasarımcılar, eskiden ressamların ve afiş tasarımcılarının boyayla, tualle, elle yaptığı işi, günümüzde üstün bilgisayar programları veya farklı karma tekniklerle gerçekleştiriyor. Ancak grafik tasarım, bundan çok daha fazlasını içeriyor.

Grafik tasarım, bir mesajı iletmek, bir görseli geliştirmek veya bir düşünceyi görselleştirmek için metnin ve görsellerin algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde, iki boyutlu veya üç boyutlu olarak organize edilmesini içeren yaratıcı bir süreçtir. Baskı, ekran, hareketli film, animasyon, iç mimari, ambalaj tasarımı gibi birçok ortamda dijital veya dijital olmayacak bir şekilde uygulanabilir. Grafik tasarımında ve grafik sanatlarda, görsel sanatların temel ilkeleri olan hizalama, denge, karşıtlık, vurgulama, hareket, görüntü, oran, yakınlık, tekrarlama, ritm ve birlik geçerlidir.

Grafiker, Almanca Graphiker kelimesinin karşılığı, Grafik Tasarımcı ise İngilizce Graphic Designer kelimesinin karşılığı olup aynı manaya gelmektedir. Grafiker veya Grafik tasarımcı unvanına sahip olabilmek için eğitimden geçmek gerekmektedir.

İnternet üzerinden yapılan grafik tasarım yarışmaları kullanıcıları hem bu sanata teşvik etmekte hem de çalışmalarını ödüllendirmektedir.

Grafik tasarımın tarihçesi

Grafik ve tasarımın tarihi, M.Ö. 14.000'lerde yapılmış mağara resimlerine ve M.Ö. 4.yy'da yazının başlama-sına dayandırılabilir. Sonraları daha çok el yazması dini içerikli kitaplar ilk yayınlar olacaktır. Johann Gutenberg'in Avrupa'da 1450'lerde hareketli matbaa-yı icadı ile kitaplar yaygınlaşmaya başlamıştır. O dönemlerde entelektüel düşünce, din etrafında olduğundan ilk basılıp dağıtılmaya başlanan kitaplar dinsel kitaplardır. Basılı yayınlar için harf ve metin dizimi erken dönem grafik tasarım pratikleridir.

Asıl çıkış noktası ise; sanayileşme ve modern yaşama geçiş ile özellikle de fotoğrafın keşfi ile ortaya çıkan İzlenimcilik ve Post-İzlenimcilik akımlarının sonrasında başlamıştır. Çünkü resim sanatı farklı bir yöne ilerlemeye başlamış ve grafik, afiş, ürün katalogları vb. türler öne çıkmaya başlamıştır. Gazetenin ortaya çıkmasıyla reklam ve tanıtım öne çıkmıştır. Örneğin, ürün katalogları ilk önceleri fotoğraflarla değil gravür baskılar ile yapılmaktaydı. İşlerin tanıtımını ve duyurusunu yapan afişler de kendi içerisinde ayrı bir alan haline geliyordu. Bu alanlarda ilk çalışanlar da grafiker, grafik sanatçısı veya tasarımcı değil ressam-lardı. Bu yüzden resimsel özellikleri önde, tipografik özellikleri geri planda kalıyordu. Fakat baskı teknik-lerinin ilerlemesi, fotoğrafın geliştirilmesi ve tipogra-

finin önem kazanması ile özellikle afiş tasarımı ve dolayısıyla grafik sanatlar resimden ayrı, tasarımın birer dalı olarak ortaya çıkmıştır.

Türk topraklarında matbaa ilk kez İbrahim Müteferrika tarafından 14 Aralık 1727'de kurulmuştur. Müteferrika Matbaası'nda basılan kitaplar dünya kitap tarihine ve Osmanlı kültürü tarihine dair önemli bilgiler vermektedir. Bu matbaada 1729-1742 tarihleri arasında 16 kitap basılmıştır. 1729'da "Vankulu Luga-ti" Arapça harflerle ilk basılan kitaptır. Kâtip Çelebi'nin 1732'de basılan "Cihannuma"sı içinde harita ve çizimler vardır. J. B. Holderman'ın "Grammaire Turque" kitabı 1730'da Osmanlı'da Latin alfabesini kullanan ilk baskı olmuştur. 1732 yılında basılan "Tarih-i Hind-i garbi" (Amerika'nın keşfi), Amerika hakkında Müslüman bir yazar tarafından yazılan ilk kitaptır, 13 tahta baskı içerir.

1891-1896 arasında William Morris tasarladığı kitaplarla zamanına göre çok başarılı grafik tasarım işler üretmiştir. William Morris'in işleri, grafik tasarım için bir pazar olduğunu göstermiştir. Bu dönemler tasarımın sanattan ayrılmaya başladığı dönemlerdir. Ayrıca Münch pre-refaeritler ortaya çıkmıştır. Bu pre-refaeritler; resimleri idealize edilmiş, hayali, gerçek dışı kadın ve erkek tipolojisi, duygunun ve aşkın yüceliğine yönelik resimlerdir. Bu resimlerde anlatım yalınlaşmış, detaylar kaybolmuştur. İzleyenin baktığında hemen anlayabilmesi amaçlanmıştır.

Münch'ün resimleri de grafik tasarım alanında yapılan ön hazırlık çalışmaları olarak kabul edilmektedir.

Birinci Dünya savaşı sonrasında 19.yy'ın sanat ve tasarım görüşlerine tepki olarak yeni düşünceler oluşmaya başlamıştır. 1919'da Almanya'nın Weimar şehrinde kurulan Bauhaus okulu sanat ve tasarım alanında birçok yeniliğin öncüsü olmuştur.

Günümüzde grafik tasarım, büyük ölçüde bilgisayar programları aracılığı ile yapılmaktadır.

Grafik Tasarımın Kullanıldığı Alanlar

Tipografi

Logo Tasarımı

İllüstrasyon

Karikatür

Serigrafi

Gravür, Klişe, Trio

Afiş, Billboard, Branda, Pano

Antetli, Zarf, Kartvizit, Fatura Seri Tasarım

Dizgi Kitap Tasarımı

Otokoku, Pad, Magnet, Cepli Dosya, Bıçaklı Tasarım

Ambalaj Tasarımı

Stand Tasarımı

Web Tasarımı

Arayüz Tasarımı

İnteraktif Tasarım

Animasyon 3D Tasarım

Fotoğrafçılık
Kurumsal kimlik Tasarımı

Grafik Tasarım ile ilişkili diğer disiplinler

Mimari
Sanat Yönetmenliği
İletişim Tasarım
Tasarım
Masaüstü Yayıncılık
Endüstriyel Tasarım
Bilgi Tasarımı
Arayüz Tasarımı
İç Mimari
Pazarlama İlişkileri
Hareketli Grafik
Yeni Medya
Metin Yazarlığı
Tipografi
Web Tasarımı

Dünyadan ve Türkiye'den ünlü grafik tasarımcılar

İhap Hulusi Görey (1898 - 1986). Grafik Tasarımcı, İllüstratör.

Görey, Türk grafik sanatının kurucusu ve reklamcılığın ilk büyük isimlerindendir. En çok bilinen işleri Türk markaları için yaptığı tasarımlardır. Bir çok devlet kurumunun kurumsal kimliğini oluşturmuş ve bunları yaparken aslında yeni kurulmuş Türkiye Cumhuriyeti'nin görsel kimliğinin oluşturulmasında katkı sağlamıştır.

Andy Warhol (1928 –1987) ABD'li ressam, film yapımcısı ve yayıncı.

Pop art akımının en önemli temsilcilerinden kabul edilir. Seri üretimin, seri üretim nesnelerinin sıkça kullanıldığı bir sanat türünü kullanır. Sanatçı, resimlerini afiş tekniği ile çoğaltmıştır. Bu radikallik aslında bir tepkidir ve çağın toplumsal olaylarıyla bir bütünlük içindedir.

William Morris (1834-1896) Şair, desinatör, roman ve sanat yazarı, ressam.

Morris aynı zamanda mobilya, kumaş, vitray, duvar kağıdı tasarımlarıyla Sanatlar ve Zanaatkarlar (Arts and Crafts hareketi) akımına öncü olmuş bir endüstri tasarımcısı, el sanatçısı, desinatördür. Kelmscott Basımevi'nin kurucusu ve sahibidir.

Herbert Bayer (1900 – 1985) grafik sanatçısı, ressam, fotoğrafçı ve mimar.

Avusturyalı sanatçı, Avrupa reklamcılık ilkelerinin ABD'de yayılmasında etkili rol oynamıştır.

Lazar Markovich Lissitzky/ El Lissitzky, (1890 - 1941)

Yahudi asıllı Rus Ressam, Tasarımcı, Tipografist, Grafiker, Desinatör ve Fotoğrafçı.

Rus avangard sanatının önemli bir figürü olan Lissitzky, birçok çalışmasının yanında SSCB'nin propaganda çalışmalarında dizaynlarıyla katkıda bulundu. Çalışmaları 20. yüzyılın grafik sanatına yön verdi.

Afişlerin En Önemli Unsurları

Tipografi

Yunanca'da "typos" (form) ve "graphia" (yazmak) sözcüklerinden türemiş olan 'typographia' sözcüğünün Türkçe halidir. Kavram; forma uygun yazmak demektir.

Yazı tipi, punto büyüklüğü, satır uzunluğu, satır arası boşluk ve benzer etkenlerin kombinasyonları ile yapılır. Harf ve yazınsal-görsel iletişime ilişkin diğer elemanların hem görsel, fonksiyonel ve sanatsal düzenlemesi hem de bu elemanlarla oluşturulan bir tasarım dili, anlayışıdır. Reklam amaçlı her faaliyet; mesajı ikna edici kılan tipografi, vazgeçilmez bir unsur olarak öne çıkmıştır.

Tipografi dalında uzmanlaşmış bireylere Tipograf denir. Tipograflar, reklamcılık ve web tasarımı gibi görsel mesajların ağırlıklı olduğu iş kollarında görev yapmaktadırlar.

İllüstrasyon

Resimleme veya illüstrasyon (İngilizce illustration), en kısa açılımı ile konu anlatan resimdir. Şekilden ziyade nesneye dikkat çeken bir çizim, resim, fotoğ-

raf veya herhangi bir sanat eseridir. Amacı, sanattan ziyade, bir konuyu anlatmaya yardımcı olmaktır. Antik mağara resimlerinden, günümüzde gazetelerde çizilen karikatürlere kadar farklı illüstrasyon örnekleri vardır. Grafik sanatların bir koludur.

İllüstrasyon ilk örneklerini Alman Nazileri döneminde komutanlar arası mesajlaşmada kullanılmıştır. Almanların ürettiğini söyleyebileceğimiz illüstrasyon, İtalya'da da büyük ilgi görmüş bir sanattır. Genellikle ilk illüstrasyonlar siyasi amaç gütmekti, bir süre sonra bu algı kendisini sanata bıraktı. Türkiye'deki ilk uygulayıcısı İhâp Hulusi Görey'dir.

Karikatür

Karikatür, ele aldığı konuları komik veya iğneleyici olması için abartan ve çarpıtan resim türüdür. Basında karikatürler sosyal ve siyasi eleştiri yapmak için sıklıkla kullanılır. Ayrıca tüm dünyada bu amaçla düzenli olarak yayımlanan dergi ve gazeteler mevcuttur. Tüm bunların yanında farklı amaçlar için de karikatürler bulunmaktadır.

Karikatür ismi, İtalyanca yüklemek veya sorumlu tutmak anlamına gelen caricare- sözcüğünden türemiş olup, ilk defa İngiliz doktor Sir Thomas Browne'un 1716 yılında yayımladığı Christian Morals adlı kitapta geçmiştir. Bu bağlamda, karikatür anlam yüklenmiş resim anlamına gelmektedir. Karikatür öğretmeni Sam Viviano'ya göre bu, gerçek yaşamda-

ki insanların tarifi olup, kurgusal insanların yeniden üretimleri değildir. Yine kimi çevrelerce karikatürist olarak kabul edilen ve aynı zamanda birçok çizgi filme de imza atan Walt Disney, yaptığı en zor şeyin, insan gibi davranacak bir hayvana vereceği en uygun karikatür ifadesinin nasıl olacağını bulmak olduğunu söylemiştir.

Afiş Nasıl Hazırlanır?

Bir afiş reklamı için en önemli ölçüt fark edilebilmesidir. Bu yüzden de afiş tasarımları hazırlanırken aşağıdaki noktalara dikkat edilmelidir:

- 1- Afiş reklamı okunabilir olmalıdır: Süslü ve dekoratif yazılar yerine okunaklı yazı karakterleri tercih edilmelidir. Afişte kullanılan yazının karakteri ve afişe oranla boyutu yaklaşık 1,5 – 2 metre mesafeden okunabilmelidir.
- 2- Afişin reklamının anlaşılabilir olması: Afişte akıcı, anlaşılır ve düzgün cümleler kurulmalıdır. Afiş ilk görüldüğünde insanlar tarafından algılanması yaklaşık 2 – 3 saniye kadar sürecektir. Afişte yer alacak başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında hedef kitleye ulaştırılmak istenen mesajdaki önem sırasına göre, yönlendirecek hiyerarşik bir yapı kurulmalıdır. İletilmek istenen mesajı doğrudan aktaracak görsel bir sistem oluşturulmalıdır. Afiş uygulamaları için, verilmek istenen mesajın 3, 4 ya da 5 sözcük ile oluşan başlık ve sloganlarla daha çabuk iletildiğinin, sözel mesajların on sözcüğü geçtiğinde okuma zorluğu başladığının unutulmaması gerekir.
- 3- Düzen: Afişte detaylar, kısa süreli bir bakışta bile anlaşılacak kadar düzenli olmalıdır. Bu sebeple tasarımın temeli olan düşüncenin fotoğraf, illüstrasyon

ve ya tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı; esprili, dramatik ya da düşsel imajlardan hangisinin anlatımı daha güçlendirdiği belirlenmelidir. Böylelikle etki artırılmış olur.

4- Hedef kitleye bu kadar kısa bir sürede ulaşmak için en önemli detay etkili bir slogan ve ya grafik olacaktır. Afiş reklamındaki görüntü sayısı yaklaşık üçü geçmemeli, hatta mümkünse bir ile sınırlandırılmalıdır. Afiş üzerinde mümkün olduğunca büyük ölçekli fotoğraf veya illüstrasyon kullanılmalıdır.

Bir mesajı ya da bir duyuruyu iletmek ve bir malı ya da ürünü tanıtmak için yapılan basılı materyale afiş denir. Hangi sektörde olursa olsun hizmetin, markanın, ürün hakkında hedef kitleye bilgi vermesi, uyarması, göze ve kulağa hitap etmesi gerekir. 2 tür afiş vardır:

Dış mekan afişleri; duvar yüzeylerine ve ilan panolarına asıldığı için hedef kitlenin dış mekan afişlerini inceleme süresinin daha kısa olmasına neden olur.

İç mekan afişleri; salon, lobi, ve koridor gibi yerlerde kullanıldığı için hedef kitlenin dikkatini çekerek afişin daha uzun süre incelenmesine neden olur.

Afişler Üç Gruba Ayrılır

- 1) Reklam Afişleri: Bir firmaya ait olan malı, hizmeti, ürünü tanıtan ve hedef kitleyi uyaran afişlerdir.
- 2) Kültürel Afişler: Sergi, seminer, tiyatro, sinema gibi kültürel etkinlikleri hedef kitleye tanıtan, etkinlikler hakkında bilgi veren ve açıklayan afişlerdir.
- 3) Sosyal Afişler: Hedef kitlenin çevreyi tanıması için, hedef kitleye bilgi vermesi, uyarması ve eğitmesi için yapılan afişlerdir.

Afişte Değerlendirme

Kriterleri

Mesaj; Verilmek istenen mesaj mümkün olduğunca dolaysız ve anlaşılır bir şekilde aktararak görsel bir sistem oluşturulmalıdır.

Mesaj-imge bütünlüğü; Öncelikle hedef kitleye iletilecek mesajlarda fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi gibi öğelerden hangisinin kullanılacağı belirlenmelidir. Anlatımı güçlendirmek adına ise, mizahi, trajik ya da soyut imgelerin kullanılacağına karar verilip, anlatımın daha anlaşılır bir şekilde olmasına özen gösterilmelidir.

Hiyerarşi; Tasarımcı, afişte kullanılan başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında, hedef kitleyi mesajdaki önem sırasına göre yönlendirebilecek hiyerarşiyi oluşturmalıdır.

Fark edirlilik; Tasarımda hayal gücü ve yaratıcılığın sonu yoktur. Bu sebeple özellikle afiş tasarımlarında hayal gücü, buluş ve yaratıcılık içeren her şey tasarımda yansıtılabilir. Ve tüm bu özellikler yansıtıldığı takdirde afişin fark edilebilmesi mümkündür. Farke-dilirlik özelliği göz ardı edilmemelidir.

Afişte Dikkat Edilmesi Gerekenler

Afiş tasarımında kullanılan tipografi, fotoğraf ve illüstrasyon gibi öğelerin aynı tasarımda kullanılma-

masına dikkat edilmelidir. Bu sebeple bu öğelerden bir tanesinin kullanılması afişi daha sade ve anlaşılır kılacaktır.

Afişteki sözel unsur olan başlık, slogan ve mesajın az olması hedef kitle tarafından daha kolay anlaşılma özelliğini taşıyacağı için daha uygun olur. Sözel mesajlar çok olursa anlaşma zorluğu yaşanır.

Kullanılan fotoğraf ya da illüstrasyonlar hedef kitlenin dikkatini çekecek büyüklükte olmalıdır.

Sözel unsurlar imgeler arasında açıklayıcı unsurdur.

Kullanılan yazıların dekoratif yazılar yerine daha okunaklı yazılar olmasına dikkat edilmelidir.

Afiş tasarımında verilen mesajın içeriğine uygun renkler kullanılmasına özen gösterilmelidir. Bununla birlikte, bir mesaj ileteceği için dikkat çekici renkler kullanılabilir.

Afiş Fiyatları

Afiş fiyatları kullanılacak malzeme, tek yön/çift yön, boyut, tasarım gibi değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

Dikkat Çeken Bir Afiş Tasarımı Yapmak İçin 8 Etkili İpucu

Şirketinizin reklam çalışmaları veya kampanya tanıtımları için en uygun olan reklam türü afiş çalışmalarıdır. Dikkat çeken bir reklam çalışması yapmak için afiş tasarımı kullanmanın şirketinize uzun vadede önemli getirileri olacaktır. Afiş kullanmanın, müşterinin aklında kalıcılık sağlaması, daha dikkat çekici olması ve daha profesyonel görünmesi gibi avantajları vardır. Afiş tasarımında en önemli nokta dikkat çekmeyi başarabilen bir tasarım yaptırmaktır. Bu yazımızda dikkat çeken bir afiş tasarımı için uygulamanız gereken ipuçlarını sıraladık.

1. Afiş Tasarımı Yaparken Amacınız Belirli Olsun

Afiş tasarımı yaptırmadan önce amacınızı net bir şekilde belirlerseniz tasarımı geliştirmeniz daha kolay olacaktır. Çünkü amacınız belli olduğu için istediklerinizde net olacaktır. Reklamdaki amacınızın marka tanıtımı mı, müşteri çekmek mi yoksa kampanya tanıtmak mı olduğuna karar vererek öne çıkarmak istediğiniz noktaya odaklanın.

2. Tasarımlarınızı Sadeleştirerek Geliştirmeyi İhmal Etmeyin

Günümüzde çoğu tasarım artık daha sade ve daha minimal olmaya başladı. Özellikle reklam görsellerinde müşteri tarafında kafa karışıklığına yol açmak için daha sade tasarımlar kullanılıyor. Afiş tasarımı için daha basit ve göze temiz görünen tasarımlar kullanabilirsiniz. Yukarıdaki örnekte birçok yanlışın olduğu bir afiş görüyoruz. Burada olduğu gibi hem renklerin, hem görsellerin hem de yazıların karmaşık durduğu bir afiş kullanırsanız, müşteri üzerinde iyi bir etki yakalayamazsınız. Ayrıca insanlar üzerinde dikkat dağıtıcı bir etki yaratacaktır. Vermek istediğiniz asıl mesajın kalabalık içinde kaybolmasını istemiyorsanız tasarımı sade tutmanızda fayda var. Afiş tasarımını geliştirmek için kullanılan metin miktarı sınırlandırılabilir ve boş alan kullanımı düzeltilerek tasarım geliştirilebilir.

3. Renk Kullanımını Göz Ardı Etmeyin

Yapılan araştırmalara göre renklerin insan psikolojisi üzerinde çok etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Hatta büyük markalar da logolarını bu renklere göre tasarlamaktadır. Çoğu zaman pazarlama çalışmalarında da renklerin etkisi göz önüne alınarak tasarım çalışmaları yapılmaktadır. Farklı renk kullanımı, afiş reklamlarınızda müşteri kitlesine farklı duygular hissettirir. Bu nedenle, markanızı temsil eden bir renk

seçmeniz önemlidir. Aynı zamanda ‘markanın kimliği’ ve ‘ne hizmet verildiği’ bilgilerinin müşterilere yansıtıldığından emin olmalısınız. Afişinizde kullanılan renkler ile markanızın asıl temsil ettiği şeyler birbirine uyuyor mu? Buna dikkat etmeniz ve küçük bir çalışma sonrasında kullanacağınız renge karar vermeniz önemlidir. Örneğin, mavi renk güven duygusunu, yeşil renk barışı ve sarı renk pozitiflik duygusunu yansıtır. Bu konuyla ilgili detaylı bilgi için şu yazımıza göz atabilirsiniz.

4. Yazılarınız Okunabilir Olsun

Afiş tasarımı üzerinde kullandığınız ve müşterilerin okumasını istediğiniz yazıların boyutlarına ve uzunluklarına dikkat etmeniz çok önemli. Küçük boyutta kullanılan yazılar müşterilerin dikkatini çekmeyecektir ve genellikle okunmayacaktır. Bu yüzden metinlerin gözden kaçmayacak şekilde olmasına dikkat etmelisiniz. Aynı zamanda yazıların çok büyük olup da ilk bakışta görselin veya başlığın önüne geçmesi de sık yapılan bir hatadır. Öncelikle neyi vurgulamak istiyorsanız onu öne çıkartmalısınız. Ayrıca yazı uzunlukları da önemli diğer bir detaydır. Çok uzun olan yazılar genellikle müşteriler tarafından okunmamakta ve afişin değeri kaybolmaktadır. Bu nedenle uzun yazılar yerine daha özet ve net olan metinler tercih edilmeli. Başlık ve alt yazı metinlerini farklı boyutlarda yapmanızda ve her biri 4 satır veya daha az olacak şekilde ayarlamanızda fayda var.

5. Tasarımın Marka Duruşu ile Uyumlu Olmasına Dikkat Edin

Afiş tasarımı ile marka duruşunuzun uyumlu olmasına dikkat edin. Yansıtılan reklamda marka kimliğinin doğru olarak algılanması müşteri bakış açısı için önemli bir detaydır. Marka kimliği ile uyuşmayan bir reklam kampanyası güvensizlik yaratabilir ve markanıza zarar verebilir.

6. Görsel Boyutlarını Doğru Kullanmaya Özen Gösterin

Afiş tasarımında kullandığınız görsel boyutlarının doğru olmasına özen göstermelisiniz. Çok büyük olan ve afişin tamamını kaplayan görseller istenilen mesajı müşteriye iletmeyebilir. Büyük görsel kullanımından kaynaklı metinlere ve bırakılması gereken boşluklara yeterli yer kalmaz ve görünümde karışıklığa yol açar. Görsellerin ve metinlerin belli bir dengede kullanılması önemlidir. Metin veya görsel birinin önüne geçmemelidir. Ayrıca bırakılması gereken boşluklara da yer verilmelidir. Aksi durumda göz yorucu bir tasarım oluşur.

7. Hedef Kitlenize Odaklanın

Reklam veya kampanya çalışmanızda hedeflemek istediğiniz kişileri net olarak belirleyin ve hedef kitlenize göre afişinizi hazırlayın. Örnek genç yaş gru-

bu için hazırladığınız afiş daha eğlenceli, orta yaş grubu için daha net ve sade bir tasarım olabilir ya da sektörel olarak da tasarımları değiştirebilirsiniz. Mesele konut sektörü için daha sade ve huzuru yansıtan bir tasarım gerekirken, eğlence sektörü için hareketli ve dikkat çekici tasarımlar gereklidir. Hedef kitlenize odaklanmanın avantajı müşterilerinize yanlış mesaj vermeyip, istediğiniz kesimi çekecek olmanızdır. Bu detaylara dikkat ederek yanlış şekilde bir tasarım hazırlamaktan kaçınmış olursunuz.

8. Tasarımda Hiyerarşik Yapıyı Koruyun

Afiş tasarımınızı her ne kadar bir kampanya veya bir bilgi paylaşmak amacıyla da yapmış olsanız önemli olan şey markayı ön plana çıkartmak ve marka bilinirliğini artırmak olmalıdır. Bunun için de afiş içindeki hiyerarşik düzene dikkat etmeniz gerekmektedir. Bu düzenin üç ana unsuru vardır. Bunları; marka logosu, sunulan teklif ve yapılan çağrı olarak isimlendirebiliriz. Marka logonuz afiş üzerinde mutlaka yer almalıdır. Görsel olarak yeterince dikkat çekici olmasına dikkat etmelisiniz fakat diğer odakların da önüne geçecek kadar büyük durmamalı. İkinci sıradaki sunulan teklif ise, vermek istediğiniz mesajı içeren bölümdür. Eğer bir kampanya sunuyorsanız veya markanızla yeni bir ürün tanıtımı yapıyorsanız bunlar bu bölümde olmalı. Markanızın sağladığı hizmetin/ürünün sergilendiği ve cazip ürünler, özel teklifler ve fiyatlar ile dikkat çeken afiş üzerinde

dominant bir alan olmalıdır. Son olarak ise yapılan çağrı bölümü var. Bu bölüm, müşteriye çağırdığınız veya bir kampanya için son günü belirttiğiniz alandır diyebiliriz. Burada belirttiğiniz tarih veya mesaj teklif bölümünün önüne geçmemeli, yani müşterinin gözüne ilk çarpan bir yer olmamalıdır.

Polonya'da Yüzyıllık Afiş Tasarımı

SALT Beyoğlu'nda 25 Mayıs'a kadar süren Tomaszewski'den Afişler sergisinin üzerine koleksiyoner Krzysztof Dydo ile Polonya'da afiş tasarım tarihini konuştuk.



Geçtiğimiz ay SALT Beyoğlu'nda keyifli bir sergi açıldı. Polonya afiş tasarımının usta isimlerinden Henryk Tomaszewski'nin 100. doğum yılı, Polonya-Türkiye Diplomatik ilişkilerinin 600 yılı kutlama etkinlikleri kapsamında Tomaszewski'nin ve öğrencilerinin afiş tasarımlarından oluşan bir sergi ile kutlanıyor. MSGSÜ tarafından düzenlenen Grafist 18-İstanbul Tasarım Günleri, SALT, DYDO Afiş Koleksiyonu ve Culture.pl işbirliğiyle düzenlenen "Tomaszewski'den Afişler" sergisi Polonya'nın afiş tasarım geleneğini öğrenmek ve birbirinden ilginç işleri birarada görebilmek için bulunmaz bir ortam sunuyor. Biz de fırsat bu fırsat, koleksiyoner Krzysztof Dydo ile

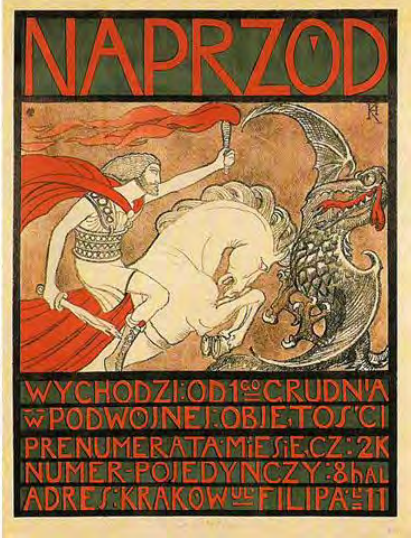
hem Polonya'da afiş tasarımının tarihini hem de Tomaszewski'nin çalışmalarını konuştuk.



SALT Beyoğlu'nda Krzysztof Dydo

Yaklaşık 50 yıldır biriktirdiği posterlerle mükemmel bir arşive erişen Dydo bu zamana kadar Polonya'nın afiş tasarım geleneğine dair hazırladığı basılı yayınları ve dünyanın dört bir yanında katıldığı etkinlikler ile bu tarihi dünyaya tanıtmayı görev saymış. 1985'te Krakow'da açtığı galerisinde Polonyalı grafik tasarımcılara ait binlerce poster bulunuyor ve galeri Polonya'da tasarımcıların buluşma ve etkinlik mekanı olarak da ayrı bir öneme sahip. Dydo'nun arşivinden derlenerek SALT Beyoğlu'nda sergilenen Tomaszewski afişleri ise Polonya'da afiş tasarımının altın çağında dair örnek teşkil ediyor. Şimdi gelin Polon-

ğimsızlık yıllarında yükselişe geçen endüstrileşme afiş tasarımı da etkiliyor ve reklam, tanıtım afişleri bu dönemde artış gösteriyor.



1910 (sağdaki) ve 1912'de (soldaki) tasarlanan iki afiş Savaş sonrasındaki yıllara, ülkenin poster tarihini yönlendiren isim Tadeusz Gronowski'nin çalışmaları damga vuruyor. Bu dönemde tasarımlarda güzel sanatlar etkisi azalırken posterin izleyici ile ilişki kurmasını güçlendirecek basit bir görsel dil kullanımı öne çıkıyor. Avrupa'daki sanat hareketlerinden etkilenen Gronowski, grafik sanatı için her tekniğin kullanılabilceğini söyleyerek yeni teknikleri tasarıma katmış, tasarımda tipografiyi uygulayan da ilk tasarımcı olmuştu.



Gronowski'nin tasarımlarından örnekler

Afişlerde Mimar Etkisi

Gronowski'nin çalışmalarını sürdürenler Varşova Üniversitesi'ndeki mimarlar oldu. Bu dönemde mimarlık bütünüyle bir sanat çalışması olarak görülüyordu. Mimarların Gronowski'den devraldıkları tasarım vizyonu, mimarlık eğitiminden gelen kompozisyon ve orantı becerisi ile buluşarak 20. yüzyılın modern reklam afişleri ortaya çıktı.



1935'te mimarlar tarafından tasarlanan afişler

Sanat Sokakta!

II. Dünya Savaşı'ndan sonra ülkenin komünist rejimle tanışmasıyla afiş sanatında da büyük bir kırılma yaşanıyor. Savaş sonrasında pekçok sanatçı hayatını kaybetmiş veya göç etmek zorunda kalmış; hayatta kalan en önemli sanatçılardan biri de Henryk Tomacahwski olmuş.

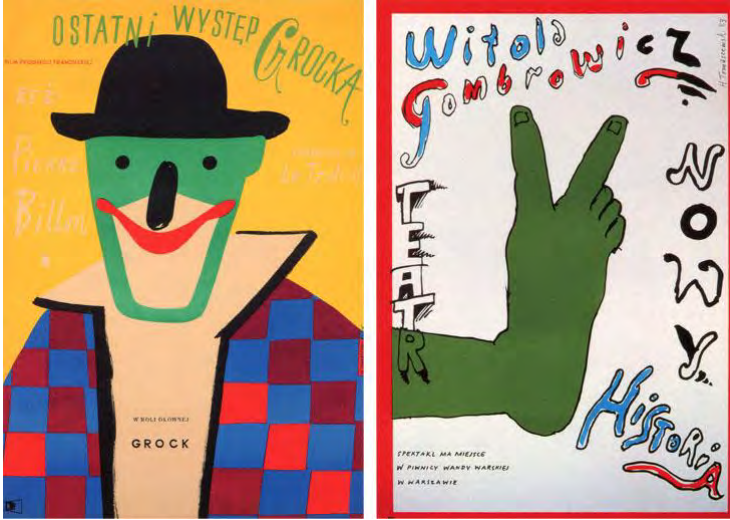
Ülkenin politik iklimindeki değişim afiş tasarımlarını da etkilemiş ve çalışmalar pro-poaganda afişleri üzerine yoğunlaşmış. Bu afişlerin, Hollywood stilinden çok farklı bir tarzı olduğunu söyleyen Dydo, tanıtım afişlerinden ayrı olarak sanatsal yönünün çok kuvvetli olduğunu belirtiyor.



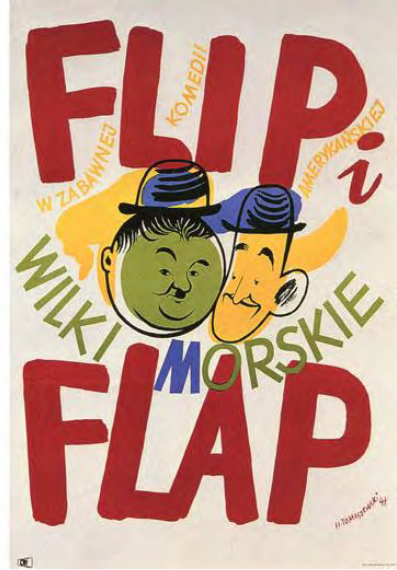
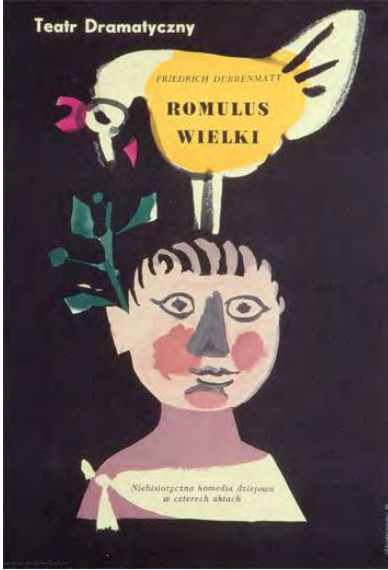
1950'ler, 60'lar Polonya'da afiş tasarımının en verimli dönemi olmuş. Aslında ilginç biçimde komünist rejimin getirdiği tektipleşme tasarımda kendini göstermemiş ve muazzam bir tarz çeşitliliği ortaya çıkmış. Çünkü devlet tasarımlarda görünüşü pek de önemsememiş ve kapitalist ekonminin sınırları dışında üretmek de sanatçılara kendilerini ifade etme özgürlüğü tanımış. Tasarımcılar çoğalmış, tarzlar çeşitlenmiş. "Herbirinin kendine özgü tarzı vardı, stilleri çok güçlüydü ve her tasarımı kimin yarattığını anlayabilirdiniz" diyen Dydo, kolaj ve fotomontaj tekniğinden tipografiye kadar o zamana kadar öne çıkmayan farklı tekniklerle çalışmalar ortaya koyulduğunu anlatıyor.



Bu yıllarda Varşova tam anlamıyla tasarımın başkenti olmuş. Yalnızca etkinliklerin bu kentte düzenlenmesi, sanatçıların burada biraraya gelmesi tasarım başkenti ünvanını kazandırmamış, aynı zamanda sokaklarda, kamusal mekanlarda özgürce sergilenen afişler sayesinde kent bir açık hava galerisine dönüşmüş. Dydo sokaklarda, duvarlarda asılı posterlerin sadece görsel malzemeler olmadığına, aynı zamanda kentte yaşayan insanların tasarımı hissetmelerini, üzerine düşünmelerini sağladığına vurgu yapıyor.



Tomacahwski'den tanıtım afişleri



Tomacahwski'den tanıtım afişleri

Bu yılların en büyük temsilcisi olan Tomacahwski, Polonya afiş tasarımı ekolünü uluslararası alana da taşıyan isim olmuş. 50'lerin sonunda Viyana'da katıldığı bir etkinlikte afişlerini ilk kez sergileyen Tomacahwski'nin tarzı büyük ilgi görmüş. "Stili diğer ülkelerden tamamıyla farklıydı" diyen Dydo sanatçının, tasarımlarında fikrini vurgulayan küçük bir simge yaratarak basit ve mizahi bir anlatımı seçtiğini belirtiyor.

2000'lerde Tasarıma Neler Oluyor?

Polonya'da afiş sanatının kentin, insanların dokusuna işlediği zamanlara şahit olmuş biri olarak Dydo,

günümüzde tasarımlara verilen değeri yeterli bulmuyor. Artık sokaklarda bağımsız afişler yerine reklam ve tanıtım posterleri sıralı. Devlet de tasarımcılara yeterli desteği sağlayamıyor. Çoğunlukla ilgi çekici olmayan, tektip reklam afişlerinin üretildiğini belirten Dydo, buna rağmen Güzel Sanatlar Akademisi'nin çalışmalarından övgüyle söz ediyor. Çoğu Tomacahwski'nin öğrencileri olan ve hem sanatçının ekolünü devam ettirip hem de birbirinden özgün çalışmalar ortaya koyabilen sanatçılar yetiştirdiklerinden bahsediyor.



Tomacahwski'nin öğrencisi Lech Majewski'den afişler Tabii afiş tasarımlarını konuşurken tasarımcının sorunlarını konuşmadan da edemedik. Bir koleksiyoner olarak özgün afişlerin üretilmemesinden yakınan

Dydo, bunun bir sebebini de tasarımcıları sadece sipariş edileni ortaya çıkaracak bir işçi olarak gören müşteriler olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Aslında sorun afiş siparişlerini veren kuruluşlarda. Çoğu tasarımları önemsemiyor. Bu zamanlarda tasarımcılar müşterinin söylediğini yapmakla sorumlu. Bu durum çoğunlukla para ile ilgili."

BAHAR BAYHAN-Arkitera

Jules Cheret

1836-1932 yılları arasında yaşamış, modern afiş sanatının öncüsü. Bir taşbaskı atölyesinin çırağıydı önceleri. Yavaş yavaş kendisini geliştirdi ve siyah beyaz afişler, kitap kapakları derken renkli taşbaskı tekniğini öğrenmek için İngiltere'ye gitti ve olaylar gelişti.

Paris'e dönüşü muhteşem olan isim, renkli taşbaskıları ile benim demişti. Sarah bernhardt için yaptığı afiş ile ünlendiğini de eklemeli. Etkileyici, çabuk kavranabilen afişleri ile modern anlamda ilk afişçi sayılır. Paris gece yaşamını canlandırdığı afişlerinde sık sık kadın tiplerine yer vermiş ve bu bağlamda da ilklerden biri olmuştur...



Jules Chéret

Grand Theatre de l'Exposition_1899



Jules Chéret

Aux Buttes Chaumont Jouets 1899



Jules Chéret
Eldorado, 1894



Jules Chéret
L'Aureole du Midi, 1893



Jules Chéret
Bullier, 1888



Jules Chéret

Folies-Bergère / La Loïe Fuller, 1893



Jules Chéret

LES MAÎTRES DE L’AFFICHE. Group of 10... 1896–1900



L'Etendard Français, Chéret's 1891 poster for the bicycle shop on the Quai d'Orsay