

AFİŞTE İLLÜSTRASYONUN ANLATIM BİÇİMLERİ

Melek Burçin Gedik *
Doç. Melike Taşçıoğlu**

ÖZET

Afiş tasarımlarında illüstrasyon kullanımı, mesajı etkin biçimde iletmekte uygulanan yaratıcı ve özgün yollardan biridir. Afişte illüstrasyonun kullanımı, tasarımcıya ilgi çekici ve akılda kalıcı bir biçimde mesajını ifade etme yolu sunar. Birçok sanatçı, gelişen teknolojilerin sağladığı yeni olanakların da avantajı ile, afiş tasarımlarında illüstrasyonun gücünden faydalanmaya devam etmektedir.

Günümüze değin birçok afiş örneğinde, illüstrasyonun gücü ile çeşitli anlatım biçimleri ortaya konmuştur. Bu anlatım biçimleri mesaj iletmeye resimleme ile pekişerek grafik tasarım diline katkıda bulunmuşlardır.

Bu çalışmada afiş tasarımlarında mesaj iletiminde illüstrasyonun çeşitli anlatım biçimleri taranmış ve elde edilen bulgu ve tanımlar örnekleriyle birlikte verilmiştir. Bulgular ışığında, afişte illüstrasyonun mesaj anlatım biçimleri derlenerek tek bir kaynakta bir araya getirilmek istenmiştir.

Anahtar kelimeler: Grafik Tasarım, Görsel İletişim, Grafik Dil, Afiş Tasarımı, İllüstrasyon, Anlatım Biçimleri

* Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, Eskişehir / TÜRKİYE
mburcingedik@hotmail.com

** Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, Eskişehir / TÜRKİYE
mtascioglu1@anadolu.edu.tr

Bu makale, Ocak 2017 Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü tarafından kabul edilen "Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi" adlı tez üzerine temellendirilmiştir.

ILLUSTRATIVE EXPRESSION FORMS IN POSTER

Melek Burçin Gedik *
Assoc. Prof. Melike Taşçıoğlu**

ABSTRACT

The use of illustrations in poster designs is one of the creative and original ways of conveying the message effectively. The use of illustration in poster offers a way to express the message in an engaging and memorable way for the designer. When designing posters, many designers continue to use the benefits of illustration, applying the advantage of the new abilities provided by developing technologies.

In many poster examples, various forms of expression have been set forth supported by the power of illustration. These forms of expression, strengthened by the use of illustration, have contributed to the language of graphic design in conveying the message.

In this study, different expression forms of illustration in poster designs are reviewed and the findings are presented with descriptions and visual examples. The study includes examples of posters that can quickly describe the definitions and definitions obtained. A compilation on the classification of expressions through illustration is presented.

Key Words: *Graphic Design, Visual Communication, Graphic Language, Poster Design, Illustration, Expression Forms*

* Anadolu University Graduate School Of Fine Arts Graphic Department Post Graduate Student.
mburcingedik@hotmail.com

** Associate Professor Anadolu University Of Fine Arts Faculty Graphic Department , Eskişehir / TURKEY
mtascioglu1@anadolu.edu.tr

This article is based on a section of the dissertation named as "Analysis Of Illustration On Poster Design In Graphic Design" accepted by Anadolu University, Fine Arts Institute in January 2017.

1.GİRİŞ

Çevremizde, sokakta yürürken, ulaşım araçları içerisinde yolculuk ederken veya kent içerisinde birçok farklı mekânda afişlere rastlarız. “Afişler, tanıtmak, reklam yapmak veya duyurmak için kullanılan basılı iletişim aracıdır” (Ambrosse, Harris, 2010, 203). Afiş, günümüzde de hala yaygın olan, sıkça kullanılan bir görsel iletişim aracıdır.

Afiş, dünyada her dönemde etkin biçimde, kullanım yaygınlığını, değerini ve saygınlığını korumuştur. Afişler sosyal, ekonomik, politik ve kültürel olayların barometresi, gündelik yaşamın aynası gibidirler (Müller Brockmann ve Müller Brockmann, 2004, 12). Modern sanatın ve tasarımın günümüzde önde gelen örneklerinden olan afişler kültürel dilin bir parçası haline gelmişlerdir.

Günümüzde karşımıza çıkan birçok afişte resimleme olarak bilinen illüstrasyonlarla da karşılaşırız. Bunun sebebi, illüstrasyon kullanılan afişlerin, izleyicinin ilgisini çekmede oldukça başarılı olabilmesidir. Afişte kullanılan illüstrasyonlar, aktarılmak istenen mesajın güçlü ve sıradışı bir biçimde iletilmesinde afişe yardımcı olabilmektedirler.

İllüstrasyon, fikirlerin ve mesajların, izleyiciye uygun biçimde iletişim kuracak şekilde görsel imgelere çevrilmesidir. İllüstrasyon, birçok alanda çarpıcı imge ve mesajlar yaratabilen, yaşamsal, dinamik çağdaş bir ifade, yorum ve iletişim aracıdır (Wigan, 2012, 9). İllüstrasyon, bir fikrin ya da mesajın daha etkili ve verimli olarak açıklanmasına katkıda bulunur.

İllüstrasyonun kullanıldığı çalışmalar, benzersizliği ve özgünlüğü ile öne çıkmaktadır. Bir bakış açısına göre, illüstrasyonun kişiselliği yakalama gücü belirgindir ve bir ruh halini ya da bir anı özetleyebilir ve ürün geçmişini, derinliğini betimlemek adına bir hikâyeye anlatabilir (Zeegen ve Crush, 2005, 86-87).

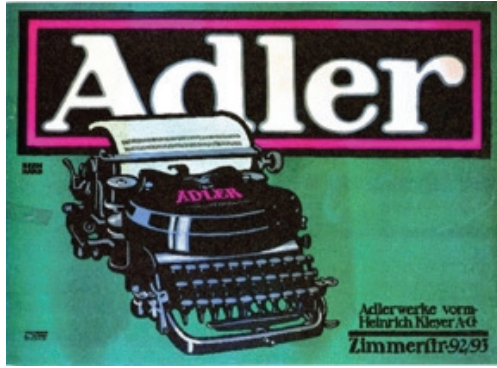
Afiş tasarımı ve illüstrasyon, grafik tasarım dili içerisinde oldukça önemli bir yere sahiptir. İllüstrasyonun etkileyici ve ikna edici gücünün afiş tasarımlarında etkin amaçlar için kullanıldığı ve geliştiği gözlemlenmiştir (Wigan, 2008, s. 86). Afişin uzun tarihi boyunca, illüstrasyon çeşitli mesajların iletilmesinde, oldukça yaratıcı, akılda kalıcı çeşitli yaklaşım biçimleri şeklinde uygulanmıştır.

Bu çalışmada, afişin izleyicisi ile iletişiminde, illüstrasyon kullanımı ile uygulanabilecek farklı anlatım biçimi örnekleri incelenmiştir. Araştırmada, literatür taraması yapılarak farklı anlatım biçimlerine ulaşılmıştır ve bulguları destekleyici nitelikte konuyla ilişkin görsel örnekler araştırılmıştır. Konu, görsel örnekleri ile birlikte çeşitli kaynaklar üzerinden incelenmiş olup derlenerek daha geniş bir biçimde bir araya getirilmeye çalışılmıştır.

Günümüze değin birçok tasarımcının, afiş tasarımlarındaki mesajları iletmekte illüstrasyonun da gücünü kullanarak, çeşitli anlatım biçimleri ortaya koyduğu gözlemlenmektedir. Bu anlatım biçimleri gözlem ve bulgular ışığında, aşağıdaki gibi detaylıca incelenebilir. Bahsi geçecek olan anlatım biçimleri tek başına bir afiş tasarımında başarı ile ifade yolu bulabildiği gibi, tek bir afişte birden fazlasını da içerebilir. Ayrıca kurulan bağlam çerçevesinde birden çok mesaj da bir tasarım içerisinde iletilebilir.

2. DOĞRUDAN ANLATIM

Doğrudan anlatım, afiş tasarımında mesajın neredeyse herkes tarafından ortak şekilde ilk bakışta anlaşılabilir nitelikte ve düz (mecazi olmayan) biçimde ifade edilmesi olarak betimlenebilir. Bir nesnenin, bir iletişim dizgesinin, vb. mantıksal, nesnel, değişmez anlamına gelen doğrudan anlatım, düz anlam olarak da ifade edilebilmektedir (Guiraud, 1994, 134). Düz anlam, kişiden kişiye değişkenlik gösterebilmekle beraber insanların bireysel farklılıklarından, toplumsal ve kültürel seviye farklılıklarından kaynaklanabilmekle birlikte yine de çoğunluk tarafından ortak bir yönde algılanır (Özmutlu, 2009, 29). “Anlamda farklılığı yaratan yan anlamdır” (Fiske, 1996, 116). Bu bağlamda, Lucian Bernhard’ın örnek afişinde, Adler marka daktilo afişinin uygulandığı biçimi, tanıttığı ürünün illüstrasyonunu yapmaktan başka bir mesaj iletmediği için düz anlama en yakın örneklerden biri olarak sayılabilir (Görsel 1).



Görsel 1. Lucian Bernhard, Adler marka daktilo için afiş tasarımı, 1912.

3. GÖRSEL MECAZLAR İLE ANLATIM

“Görsel mecaz başka bir şeye benzerliği vurgulamak amacıyla özellikle gerçek anlamından farklı kullanılan bir şeye denir” (Ambrosse ve Harris, 2013, 100). Tasarımda yapılan göndermelerin, izleyici tarafından algılanabilmesi, iletişimde büyük önem taşıyor ve dolayısıyla ortak bir kültür birikimi söz konusu olmalıdır.

Afiş tasarımlarında görsel mecazların uygulandığı anlatım biçimi örnekleri, düzdeğişmece (metonimi), anlam aktarımı (synecdoche), eğretileme (metafor), bitişirme (juxtaposition) ve benzetme olarak incelenebilir.

Düzdeğişmece: “Temel tanımı, bir parçanın bütünü temsil etmesini sağlamaktır” (Fiske, 1996, 127). Özmutlu’ya (2009, 34) göre doğayı anlatırken tümünü göstermek yerine, doğaya ait bir parçanın, tek bir ağacın gösterilmesi düzdeğişmeceye örnek olarak verilebilir. Kari Piippo’nun örnek afişinde, alkol karşıtlığı, şarap şişesini kaldırılarak yalnızca onu simgeleyen etiketi ve mantarıyla betimlenmiş, böylece bir bütünü oluşturan parçaların tümünü kullanmak yerine bir özelliğinin vurgulanmasıyla anlatımda etkinlik sağlanmıştır (Görsel 2).



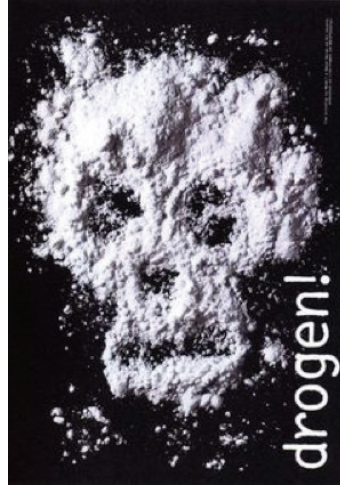
Görsel 2. Kari Piippo, alkol karşıtı bir afiş yarışması için davet afişi tasarımı, 1992.

Anlam Aktarımı (Synecdoche): Kapsamı dar bir sözcüğün, kapsamı kendisinininkinden çok daha geniş bir başka sözcüğün yerine kullanılmasıdır ve bu anlatım, karmaşık bir ana konunun, kendisiyle doğrudan bağlantılı ancak daha basit ve anlaşılabilir bir başka şeyle temsilinin mümkün kılınması ile gerçekleşebilir (Ambrosse ve Harris, 2010, 28). Anlam aktarımının başarısı, izleyici ile ortak bir bakış açısı yakalanması ile mümkün olur. “Bu türden bir görsel araç bulmak, tasarımcının bir fikri mümkün olan en temiz ve dolaysız biçimde sunabilmesini sağlar” (Ambrosse ve Harris, 2010, 28). Armando Milani’nin örnek afişinde, parmak izinin, anlam aktarımı yoluyla tek başına bir insanı, bir kimliği bütünüyle temsil etmekte olduğu gözlemlenmektedir (Görsel 3).



Görsel 3. Armando Milani, Wolfsonian müzesi için afiş tasarımı, 2008.

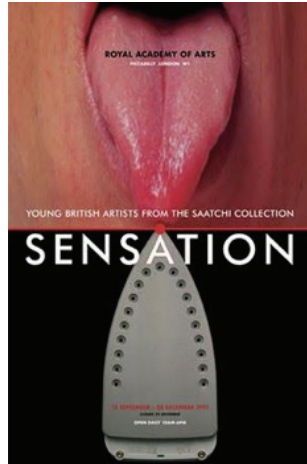
Eğretileme (Metafor): Aralarında yakın bir bağ bulunmayan bir şeyden diğerine anlamı aktaran dilsel bir araçtır (Ambrosse ve Harris, 2010, 160). Pek çok yaratıcı afiş tasarımının içinde iyi uygulanmış metafor kullanımı mevcuttur. Çeşitli görseller ve yazılar metafor üretmek için kullanılabilir ve konuya uygun metaforlar oldukça ikna edici olabilmektedirler (Hall, 2012, 54). Pierre Mendell örnek afişinde, uyuşturucun ölümcül derecede tehlikeli oluşunu, uyuşturucu benzeri toz bir maddeden ölümü çağrıştıran kafatası biçimi oluşturarak metafor kullanmıştır (Görsel 4).



Görsel 4. Pierre Mendell, uyuşturucu karşıtı afiş tasarımı, 1993.

“Metaforik anlatımda, bir kavramın yerine başka bir fiziksel nesne konurken, metonimide bağlantı çağrışım yoluyla kurulur” (Fiske, 1996, 130). Metafori ve metonimi tanımlamaları birbirlerine yakındır ve bir afiş tasarımında hem metaforik hem de metonimik anlamlar söz konusu olabilmektedir.

Bitiştirme (Juxtaposition): Benzerlik ve farklılıkları belirtmek amacıyla görsel öğelerin yan yana düzenlenmesi veya yerleştirilmesidir ve illüstratörler bitiştirmeyi, benzetme ve mecaz gibi başka görsel araçlarla birlikte esprili biçimde kullanabilmektedirler (Wigan, 2012, 48). Afiş tasarımlarında bitiştirme yolu ile ilginç ve akılda kalıcı biçimlerde mesaj iletimi sağlanabilmektedir. Bitiştirme, izleyiciyi bitleştirilmiş iki ya da daha fazla öge arasındaki tanımlamalara zorlayarak bağlantı kurdurmayı amaçlar (Ambrosse ve Harris, 2013, 42). Örnek çalıştay afişinde, ütü ile dilin bitleştirilmesi ile izleyicide uyandırılmak istenen mesaj olan hassasiyetin başarıyla iletildiği gözlemlenmektedir (Görsel 5).



Görsel 5. Andy Altmann, Sensation sergisi için afiş tasarımı, 1997.

Ambrosse ve Harris (2012, s. 87)'de belirtildiği üzere bitişirme konusu kapsamında nükte ve mizahın da uygulanabileceğine dikkati çekmektedir.

Benzetme: Benzetme, “Söz konusu bir şey ya da durumu, onunla hiç ilgisi olmayan başka bir nesne ya da durumla karşılaştırarak ikisi arasında mecazi bağ kurmaktır” (Ambrosse ve Harris, 2010, 41). İllüstrasyon ve tipografide benzetmenin uygulandığı afiş tasarımları, görsel betimlemeleri daha akılda kalıcı kılmada etkin bir güce sahiptir. Ísidro Ferrer’in örnek afişinde testereler insana, çıkan sesler de, kabareye benzetilerek müzik ve eğlence duygusu vurgulanmış ve mecazi bağlar başarıyla kurgulanmıştır (Görsel 6).



Görsel 6. Ísidro Ferrer, kabare için afiş tasarımı,2010.

4. ANLAM OYUNLARI VE NÜKTE İLE ANLATIM

“Nükte, algılama hızını ve ilgisiz öğelerin ilişkilendirilmesini kapsayan yetidir. İllüstrasyon alanında nükte, mizah ve şaşkınlık hisleri uyandırmakta kullanılır” (Wigan, 2012, s. 180). Nükte ve anlam oyunlarında, çeşitli imgelerin bir aradılığı gözlemlenmektedir. Bu anlatım biçimlerinde izleyiciyle iletişim için, ortak bir kültür ve bilgi birikiminin gerekli olduğu gözlemlenmektedir.

Ambrosse ve Harris, *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri* isimli kitaplarında, anlam oyunları ve nükte ile anlatıma kelime oyunu, görsel oyun ve resfebe olarak örnek vermiştir (Ambrosse ve Harris, 2013, 114).

Kelime Oyunu: Yeni anlamlar üretmek için, kelimelerin alternatif anlamları ve sesleri üzerinde oynanan bir oyun şeklinde anlatım biçimidir (Ambrosse ve Harris, 2013, 114). Bu anlatım biçiminde, kelimelerin okunuşları ve görsellerin isimleri birleştirildiğinde bir anlam ortaya çıkmaktadır. Patrick Duffy'nin örnek afişinde, yazılar ve görsellerin isimleri birleştirildiğinde afişteki mesaj okunur hale gelmektedir ve yepyeni bir anlam ortaya çıkmaktadır (Görsel 7).



Görsel 7. Patrick Duffy, Whitey müzik albümü için afiş tasarımı, 2005.

Görsel Oyun (Görsel Cinas): Kelimelerle oynanan, kelimelerin yerine imgelerin konmasıyla yeni anlamlar üreten oyun biçiminde bir anlatımdır (Ambrosse ve Harris, 2013, 114). Milton Glaser'in örnek afişinde kalp gibi ortak bilinen bir imgenin love kelimesi yerine uygulanmasıyla, anlamın kolayca ve sempatik bir biçimde görsel oyun ile aktarıldığı gözlemlenmektedir (Görsel 8).



Görsel 8. Milton Glaser, New York için afiş tasarımı, 2001.

Resfebe (Rebus): “Yaygın olarak temsil ettikleri adlara dayanarak kelime üretmek üzere imgeleri kullanan bir anlatım biçimidir” (Ambrosse ve Harris, 2013, 114). Bu anlatım biçiminde izleyicinin kolaylıkla anlayabileceği görsellerin uygulandığı gözlemlenmektedir. Rebus görsel bir bulmacadır ve kullanıldığı sesler, piktogramlar, semboller ve işaretler birlikte okunduklarında mesaj oluşturur (Wigan, 2012, s. 202). Paul Rand’ın örnek afişinde kelimeleri veya heceleri temsil eden görseller aracılığıyla firmanın ismi olan IBM, akılda kalıcı biçimde başarıyla ifade edilmiştir (Görsel 9).



Görsel 9 Paul Rand, IBM markası için afiş tasarımı, 1981.

5. HİCİV İLE ANLATIM

Hiciv ile anlatım, nükteyi, mizahı, parodiyi, imayı kullanarak, kurumların, insan tabiatının ve fikirlerinin menfi yönlerini düzeltmek amacıyla bunlarla alay eden bir anlatım biçimidir (Atatürk Yüksek Kurumu, 2001, 288). Hiciv ile anlatım biçimi, oldukça yaratıcı olabilmektedir. Futro’nun örnek afişinde, sırtından vurulmak deyimi esprili bir biçimde uygulanmıştır ve bu kötü durum teşekkür sözlerini oluşturan metin kısmıyla etkileşim kurarak, mevcut durumun düzeltilmesi için alaya alınmıştır (Görsel 10).



Görsel 10. Slavimir Stojanovic, Futro için afiş tasarımı,2009.

Aynı zamanda Ambrosse ve Harris (2012, 86-87), Grafik Tasarımın Temelleri kitabında nükte ve mizah; bitleştirme, dönüştürme, kelime oyunu, göz yanılması, çift anlam, saygı ve resimli bulmaca biçimde başlıklar içerisinde alarak incelemiştir.

6. PARODİ İLE ANLATIM

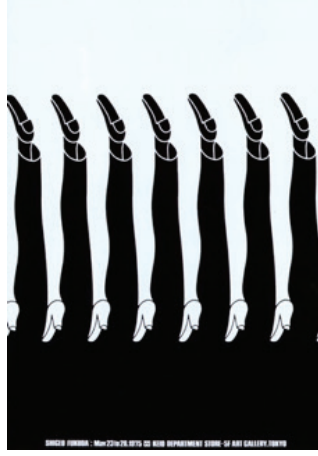
Parodi ile anlatım, özgün bir çalışmayla mizah ve hiciv yoluyla dalga geçen bir anlatım biçimidir (Heller ve Vienne, 2012, 134). Günümüzde, afiş tasarımlarının yanı sıra bir çok alanda zekice uyarlanmış pek çok parodi örneğine rastlanabilmektedir. Görsel 11'deki örnek afişte, Tony Evans tarafından fotoğraflanan klasik Stalin portre fotoğrafı üzerinde, tasarımcı John Gorham ve Howard Brown iğneleyici bir tavır sergilemiştir (Heller ve Vienne, 2012, 134).



Görsel 11. John Gorham ve Howard Brown, Red Monarch filmi için afiş tasarımı,1983.

7. YANILSAMA İLE ANLATIM

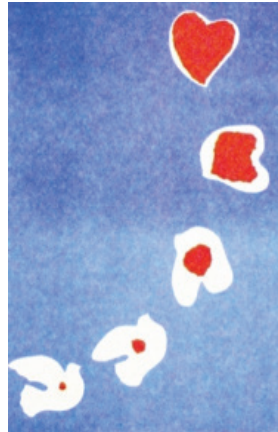
Yanılsama ile anlatım, optik yanılsama yoluyla çeşitli biçimlerden oluşan düzenlemelerin aracılığıyla kurulur (Eczacıbaşı, 2008, 1169-1170). Shigeo Fukuda'nın örnek afişinde iç içe geçmiş kadın ve erkek bacaklarının birbirlerini tamamlaması ve boşlukların diğerini var etmesiyle görsel yanılsamayı başarıyla oluşturduğu gözlemlenmektedir (Görsel 12).



Görsel 12. Shigeo Fukuda, sergi için afiş tasarımı, 1975.

8. BAŞKALAŞIM İLE ANLATIM

Asıl düşünceyi simgeleyecek bir varlığın, nesnenin, aşama aşama değişimi ile başka ögeye dönüşmesidir (Turgut, 2013, 81). Başkalaşım yoluyla anlatımda birden çok bağlama gönderme yapılabilir. Aşağıdaki afişte, barış ve dostluk gönüllüsü gazeteci Abdi İpekçi' nin öldürülmesi, beyaz güvercin içindeki kırmızı leke ile anlatılmış, sonra bu kayıpla içimizdeki yara, aşamalı olarak büyümüş ve kırmızı kalp ile sevgiye dönüşmüştür (Turgut, 2013, 82). Sadık Karamustafa'nın güvercinin ve yara imgesinin kalp imgesine dönüşümü ile başkalaşım yöntemi kullandığı gözlemlenmektedir (Görsel 13).



Görsel 13. Sadık Karamustafa, Abdi İpekçi Dostluk ve Barış Ödülü Yarışması için afiş tasarımı, 1982.

9. BİÇİM YİTİMİ İLE ANLATIM

Biçim yitimi ile anlatım, bir şeklin veya nesnenin optik değişimi veya deformasyonu şeklinde ve tasarımcının bir nesneyi daha az tanınır hale getirmek veya ondan farklı bir form ortaya çıkarmak üzere biçimi değiştirmesi olarak açıklamaktadır (Ambrosse ve Harris, 2013, 92). McRay Magleby'nin örnek afişinde, dalga köpüklerinin biçim değiştirmesiyle kuş formlarına dönüşerek verilmek istenen mesajı iletildiği gözlemlenmektedir (Görsel 14).



Görsel 14. McRay Magleby, barış için afiş tasarımı, 1985.

10. ANALOJİ İLE ANLATIM

Analoji ile anlatım, bir sözcüğe başka bir sözcüğün şekilce ve anlamca örnek gösterilmesi şeklinde tanımlanabilir (Atatürk Yüksek Kurumu, 2001, 162). Örnek olarak görsel 15'teki afişte, kafası kesik tavuklar gibi koşuşturmak analogisi, çok çaba harcayarak ve fazla gürültü patırtı çıkararak yapılan ama sonuçta kimseye bir şey kazandırmayan işleri anlatmak için kullanılmıştır (Ambrosse ve Harris, 2010, 27). Bu anlatım biçiminin başarısı, izleyicinin söz konusu analoginin anlamını bilmesi ile mümkün olmaktadır. Analoji barındıran afiş tasarımlarında mizahın da söz konusu olabildiği gözlemlenmiştir. Görsel 15'te verilen Stefan Sagmeister'in afiş tasarımı, içerisinde barındırdığı mizahtan dolayı Design Humor kitabında da örnek olarak yer almıştır (Heller, 2002, 158).



Görsel 15. Stefan Sagmeister afiş tasarımı, 1997.

11. MİTLER İLE ANLATIM

Mitler ile anlatım biçimi, çocukluk, çağdaş toplumda egemen olan bilim, siyaset, din, tasarım, sanat alanında, zengin ve ünlü insanların yaşamları gibi konuları içeren pek çok mitin uygulanmasıyla oluşturulabilmektedir (Hall, 2012, 166). Bu hususta mitlerin izleyici tarafından biliniyor olması büyük önem taşır. Örnek afişte mitolojik canavarlarla savaşabilen askerler resmedilerek mitler yolu ile anlatım yönteminin uygulandığı gözlemlenmektedir (Görsel 16).



Görsel 16. Anonim, I. Dünya Savaşı'na davet için afiş tasarımı, 1915.

12. KENDİNE MAL ETME YOLUYLA ANLATIM

Ambrosse ve Harris (2013, 92) bir tasarımcının başka bir çalışmaya ait bir ögeyi kendi işiyle birleştirmesini ve bünyesine katmasını kendine mal etme biçiminde ifade eder ve tasarımcıların ve reklamcıların işlerini tasarlarken diğer çalışmalardan öğeler katabildiklerini veya birleştirebildiklerini örnek verir. Bu anlatım biçimi mesajın hızlı bir biçimde iletilmesini sağlayabilmektedir ve izleyicinin bilgisi mesajın aktarımında oldukça önemli bir rol oynamaktadır.

Bazı ana kendine mal etme türleri, taklit etme (imitasyon), uyarlama (adaptasyon), ustaya saygı şeklinde örneklendirilebilmektedir (Ambrosse ve Harris, 2013, 92). Söz konusu tanımların birbirine oldukça benzer olduğu gözlemlenebilir ve görsel örnekler ışığında tanımlar biraz daha açıklayıcı bir nitelik kazanabilir.

Taklit Etme (İmitasyon): “Var olan bir tasarım veya imgenin tasarımda kullanılmak üzere kopyalanması, çoğaltılması veya uyarlanmasıdır” (Ambrosse ve Harris, 2013, 92). Bu anlatım biçiminde uyarlamanın yanı sıra imgelerin de taklit edilmesi söz konusudur. Tomaszewski'nin örnek afişinde, el ile yapılan zafer işaretinin ayakla taklit edildiği gözlemlenmektedir (Görsel 17).



Görsel 17. Henryk-Tomaszewski, Witold Gombrowicz Tiyatrosu için afiş tasarımı, 1983.

Uyarlama (Adaptasyon): Özgün bir tasarımın başka bir amaca hizmet etmesi için değiştirilmesi uyarlama olarak tanımlanır ve uyarlama, içerik, mesaj veya malzeme farklı olsa bile, orjinal tasarım öğelerinden faydalanılmasını kapsar (Ambrosse ve Harris, 2013, 92). Bu bağlamda, orjinal tasarım öğelerinden faydalanılması durumu belirleyici rol oynayabilmektedir. Örnek afişte, sanatçı Goya'nın ünlü resminden uyarlama yapılarak politik bir yaklaşım oluşturulduğu gözlemlenmektedir (Görsel 18).



Görsel 18. Lanny Sommese'nin çalıştayından afiş tasarımı, 1970

Ustaya Saygı: Saygı göstergeleri, popüler kültürde kendine yer edinmiş ve tanınan bir şeyin özünün esprili bir biçimde kopyalanmasıyla, mizahi bir his vermek için kullanılır (Ambrosse ve Harris, 2012, 87). Bu anlatım biçiminde örnek alınan içeriğin özünü, özellikle akılda kalan yanını uyarlamak esastır. Örnek afişte, Edvard Munch'ın Çığlık isimli eserinden yola çıkılan uyarlamada figürün yüzüne bomba atan bir uçak silüeti yerleştirilmiştir ve alevlerin ise yanan figürün bedenini oluşturduğu gözlemlenmektedir (Görsel 19).



Görsel 19. Miha Artnak ve Ziga Aljaz, savaş karşıtı afiş tasarımı, 2004.

13. MODİFİKASYON İLE ANLATIM

Modifikasyon ile anlatımda, metin ve imgelerin içine anlam aşılması yoluyla önemli bir tasarım unsuruna dönüştürülmesi söz konusudur ve modifikasyon ile anlatım, müdahale, geride bırakma, zıtlık ve “ikisi bir arada” olarak incelenebilmektedir (Ambrosse, Harris, 2013, 102).

Müdahale: Müdahale ile anlatımda, imgeye müdahale edilmesiyle anlamının, vurgusunun veya öneminin değiştirilmesi veya odak noktasının tamamen farklılaştırılması söz konusudur (Ambrosse ve Harris, 2013, 102). Örnek afişte, çatalın el biçimine dönüştürülmesiyle açlığın son bulması gerekliliğinin vurgulandığı gözlemlenmektedir (Görsel 20).



Görsel 20. Filimonas Triantafyllou, Amnesty International Dergisi için ödüllü afiş tasarımı, 2009.

Geride Bırakma: Geride bırakma ile anlatımda, anlamı ifade eden imgenin atlanması durumu söz konusudur. “Atlama, bir şeyin dışarda bırakılması veya unutulmasıdır. Bu yaklaşım izleyicinin konsantrasyonunun atlanan öğeye yönlendirilmesi için veya atlamanın meydana geldiği bağlama dikkat çekmek için kullanılabilir” (Ambrosse ve Harris, 2013, s. 102). Bu anlatım biçiminde, tasarımda söz konusu görselin yokluğu mesajın asıl anlamını vurgulamaktadır. Örnek afişte, görmeye alışık olunan ünlü aslanın olmayışı, hayvanların neslinin tükeniyor olmasına işaret ederek, durumun önemini belirtmektedir (Görsel 21).



Görsel 21. Anonim, WWF (World Wide Fund for Nature) için afiş tasarımı.

Zıtlasma: Zıtlasma ile anlatım biçiminde grafik tasarımda, öğelerin içerdikleri zıtlıklardan ötürü antagonist bir ilişki yaratmak üzere konumlandırıldığı bir tür bitişiklik söz konusudur (Ambrosse ve Harris, 2013, 102). Tomi Ungerer'in örnek afişinde beyaz ve siyah adamın çekişmesi gözlemlenmektedir (Görsel 22). Zıtlasma ile anlatım biçiminde izleyicinin konu hakkında bilgisi, iletişimi sağlamada önemli rol oynar.



Görsel 22. Tomi Ungerer, ırkçılık için afiş tasarımı, 1967.

İkisi Bir Arada: İki mesajın bir arada kurulan bağlam çerçevesinde birlikte iletilmesi olup, kolayca tanımlanabilen nesnelere üzerinde yapılan ince ve zekice değişiklikler ile mesajların ortaya konmasıdır (Ambrosse ve Harris: 2013, 102). Abram Games'in örnek afişinde, Guinness markasının adındaki G harfi bir yüz ve bir bardak ile birleştirilmiştir ve böylelikle markanın adı da okunarak hedef kitleye aynı zamanda bira ve keyif duygusu yansıtılmıştır (Görsel 23).

Burada, Ambrosse ve Harris aynı zamanda çift anlam kapsamında nükteli ve mizahın da uygulanmış olduğuna dikkati çeker (2012, 88).



Görsel 23. Abram Games, Guinness markası için afiş tasarımı, 1957.

SONUÇ

Mesajın uygun ve doğru biçimde aktarılması afişin önemli bir görevidir. Bu bağlamda, afiş tasarımlarında yer alan illüstrasyon uygulamalarında, mesajın istenen yönde biçimlendirilmesi afişin görevini yerine getirmesinde büyük önem taşır.

İllüstrasyon uygun kullanıldığında, tasarımcıya güçlü bir anlatım dili ile mesajını çeşitli biçimlerde ifade etme yolu sunar. İllüstrasyonun etkin gücü sayesinde, afiş tasarımlarında oldukça çeşitli, sıra dışı, yaratıcı ve akılda kalıcı tasarımlar ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, illüstrasyon uygulanan afiş tasarımlarında mesaj iletimi kapsamında, bahsi geçen niteliklere sahip çeşitli illüstrasyon anlatım biçimleri araştırılmıştır.

Gözlemlenen ve incelenen anlatım biçimlerinin mümkün olduğunca detaylıca irdelenebilmesi adına bu anlatım yöntemleri kategorilere ayrılarak örneklerle irdelenmeye çalışılmıştır. Edinilen bulguların küçük farklarla birbirinden ayrılabilen olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca bahsi geçen konuların birbirleri içerisine geçen kavramlar ve betimlemelere sahip oldukları da anlaşılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu durumlar pek çok açıdan tartışmaya açıktır. Örneğin; birçok afiş tasarımında nükte ve mizah farklı anlatım biçimleri ile yer alabilir. Nükte ve mizah, normal şartlarda birbiri ile ilişkilendirilemeyecek imgelerin bitleştirilmesi ile izleyicinin zihninde mizahi bir kıvılcım yaratılması sonucu oluşturulabilir. Bu durumda bitleştirme başlığı, görsel mecazlar haricinde nükte ve mizah olarak da ele alınabilir. Yine bu kapsamda dönüştürme, kelime oyunu, çift anlam, ustaya saygı ve resimli bulmaca da nükte ve mizah içerisinde ele alınabilir. Ayrıca bir afiş tasarımı hem metonimik hem de metaforik anlatım biçimlerine sahip olabilir. Araştırmada bu gibi saptamalar elde edilmiştir.

Dolayısıyla sınıflandırmalar pek çok alternatif bakış açısına ve afiş tasarımına göre çeşitlilik gösterebilir. Bu makale, keşişimleri de göz önüne alarak bulguları düzenli bir biçimde derleme amacını taşımıştır. Çalışmada, farklı bakış açılarının da sorgulanmasıyla çok yönlü bir biçimde konunun irdelenmesine özen gösterilmiştir.

Afiş tasarımında mesajın iletimi, pek çok yaratıcı düşünsel altyapıyı barındırır. Bu gibi sorgulamalar afiş tasarımlarında illüstrasyon uygulamalarında grafik dilinin pekişerek zenginleşmesine ve güçlenmesine katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- Ambrosse, G. ve Harris, P. (2010). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. (Çev: B. Barhana). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Ambrosse, G. ve Harris, P. (2012) *Grafik Tasarımın Temelleri*. (1. Baskı). (Çev: M. E. Uslu). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrosse, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. (Çev: A. G. Taşçıoğlu ve M. Taşçıoğlu). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Atatürk Yüksek Kurumu. (2001). *Türk dünyası edebiyat kavramları ve terimleri ansiklopedik sözlüğü*, cilt no:1-3. Ankara.
- Eczacıbaşı Vakfı. (2008). *Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi*, cilt no:3. İstanbul: Yem Yayınevi.
- Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim*. (2. Baskı). (Çev: M. Yalçın). Ankara: İmge Kitabevi.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Çev: S. Irvan). Ankara: Ark.
- Hall, S. (2012). *This Means This, This Means That: A User's Guide To Semiotics*. (2. Baskı). London: L. King Pub.
- Heller, S. (2002). *Design Humor: The Art Of Graphic Wit*. New York: Alworth Press.
- Heller, S. ve Vienne, V. (2012). *100 Ideas That Changed Graphic Design*. London: L. King Pub. (2. Baskı).
- Müller Brockmann, J. ve Müller Brockmann S. (2004). *History Of The Poster*. London: Phaidon Press Limited.
- Özmutlu, A. (2009). *Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergebilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Turgut, E. (2013). *Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Wigan, M. (2008). *Basic Illustration Text and Image*. Lausanne: AVA Publishing.
- Wigan, M. (2012). *Görsel İllüstrasyon Sözlüğü*. (Çev: M. E. Uslu). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Zeegen, L. ve Crush. (2005). *The Fundamentals of Illustration*. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing.

GÖRSELLER KAYNAKÇASI

- Görsel 1: Meggs, P. B. Purvis, A. W. (2012). *Meggs' History Of Graphic Design*. (5. Baskı). Hoboken, N.J.: J. Wiley. s. 278
- Görsel 2: <https://tr.pinterest.com/pin/341429215474996666> (Erişim tarihi: 13.9.2016)
- Görsel 3: https://alfredfoundations.files.wordpress.com/2013/11/eye-heart_milanicatalog.pdf (Erişim tarihi: 22.4.2017)
- Görsel 4: <http://www.mendell-design.de/soziales.html> (Erişim tarihi: 30.11.2016)
- Görsel 5: <http://www.designboom.com/design/andy-altmann-why-not-associates-interview> (Erişim tarihi: 15.12.2016)
- Görsel 6: <http://www.isidrofferrer.com/index.php?/proyectos/carteles> (Erişim tarihi: 15.12.2016)
- Görsel 7: Rivers, C. (2007). *Poster Art: Innovation In Poster Design*. Mies, Switzerland: Rotovision Sa. s.53
- Görsel 8: <http://www.miltonglaser.com/store/c:posters/912/i-love-ny-more-than-ever-2001> (Erişim tarihi: 15.12.2016)
- Görsel 9: https://en.wikipedia.org/wiki/Paul_Rand (Erişim tarihi: 15.12.2016)
- Görsel 10: Ambrosse, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. (Çev: A. G. Taşçıoğlu ve M. Taşçıoğlu). İstanbul: Literatür Yayınları. s.150
- Görsel 11: Heller, S. ve Vienne, V. (2012). *100 Ideas That Changed Graphic Design*. London: L. King Pub. s. 135
- Görsel 12: <https://designhistory2013.wordpress.com/2013/05/10/shigeo-fukuda-1932-2009> (Erişim tarihi: 15.12.2016)
- Görsel 13: Turgut, E. (2013). *Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri*. Ankara: Anı Yayıncılık. s. 82
- Görsel 14: <http://theanimalarium.blogspot.com.tr/2010/11/from-dove-with-love.html> (Erişim tarihi: 15.12.2016)
- Görsel 15: Heller, S. (2002). *Design Humor: The Art Of Graphic Wit*. New York: Alworth Press. s.158
- Görsel 16: <https://www.victoriagal.org.uk/galleries/world-war-one-recruiting-posters> (Erişim tarihi: 22.5.2017)
- Görsel 17: [http://www.polishposter.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen= PROD&Product_Code=1500](http://www.polishposter.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product_Code=1500) (Erişim tarihi: 5.1.2016)
- Görsel 18: McQuiston, L. (1995). *Graphic Agitation: London: Phaidon* s. 135

Görsel 19: Ambrosse, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. (Çev: A. G. Taşçıoğlu ve M. Taşçıoğlu). İstanbul: Literatür Yayınları s. 93

Görsel 20: <http://filimonastriantafyllou.com/AMNESTY-INTERNATIONAL> (Erişim tarihi: 15.12.2016)

Görsel 21: <http://nakedplainedesigner.blogspot.comtr/2010/12/crying-desginers.html> (Erişim tarihi: 15.12.2016)

Görsel 22: McQuiston, L. (1995). *Graphic Agitation: London: Phaidon* s.148

Görsel 23: Ambrosse, G. ve Harris, P. (2012) *Grafik Tasarımın Temelleri*. (1. Baskı). (Çev:M. E. Uslu). İstanbul: Literatür Yayınları s. 88

