



2020 / Vol:6, Issue:27 / pp.811-818

REVIEW ARTICLE

Arrival Date : 30.04.2020

Published Date : 12.06.2020

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.334>

Reference : Gezer, Ü. (2020). "Afiş Tasarımında Postmodern Yansımalar", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(27):811-818.

AFİŞ TASARIMINDA POSTMODERN YANSIMALAR

Postmodern Reflections In The Poster Design

Dr. Öğr. Üys. Ülkü GEZER

Haliç Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, İstanbul/Türkiye

ORCID: 0000-0003-2796-3942



ÖZET

Afişin amacı, ürün, fikir ya da hizmeti hedef kitleye aktararak, insanları dikkatini belli bir ürüne çekmeye çalışmaktır. Afiş tasarımı, bireyin zihninde kurgulanan olguları görsellerle somut bir şekilde sunmaktadır.

Kullanılmaya başladığı günden beri afiş, pek çok farklı süreçten geçmiştir. Bu çalışmalar genellikle işlevselliğin önemini savunan modernist tasarımcılar ve tekdüzeliği yıkmaya çalışan postmodernist tasarımcılar arasında uzun yıllar devam etmiştir. Tasarım kurallarının yeniden şekillendiği 20. yüzyılın sonlarına doğru yapılan yenilikler günümüz afiş tasarımına da etkisini göstermiştir.

Bu çalışmada afiş tasarımında yapılan postmodern değişimler ve tasarım biçimleri üzerinde durulmuştur. Futurizm ve Dadaizm gibi akımlarda yapılan deneyimsel çalışmalar sonraki dönemlerde yapılan afiş tasarımlarında etkilerini çok daha iyi şekilde göstermişlerdir. Araştırmada postmodern değişimin etkili olduğu sanat akımları ve kurumlar arasındaki ilişkiler tarihsel olarak incelenmiştir. Aynı zamanda bu süreçte etkisini koruyan tasarımcılar ve çalışmalarına da değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Afiş, Grafik Tasarım, İletişim, Postmodernizm

ABSTRACT

The aim of the poster is to transfer the product, idea or service to the target audience and try to draw the attention of people to a particular product. Poster design presents the facts that are constructed in the mind of the individual in a concrete way with visuals.

Since its first appearance, the poster has undergone many different processes. Artworks that emerged in this process have continued for many years among modernist designers who advocate the importance of functionality and postmodernist designers trying to break down monotony. The developments made towards the end of the 20th century, when the design rules were reshaped, also had an impact on today's poster design.

In this study, postmodern changes and design styles in postmodern poster design are emphasized. Experiential studies in movements such as Futurism and Dadaism advocated their effects much better in poster designs in later periods. In the research, the relationship between art movements and institutions that postmodern movement is effective have been examined historically. Additionally, the designers and their works that have kept their influence in this process are also mentioned.

Keywords: Poster, Graphic Design, Communication, Postmodernism.

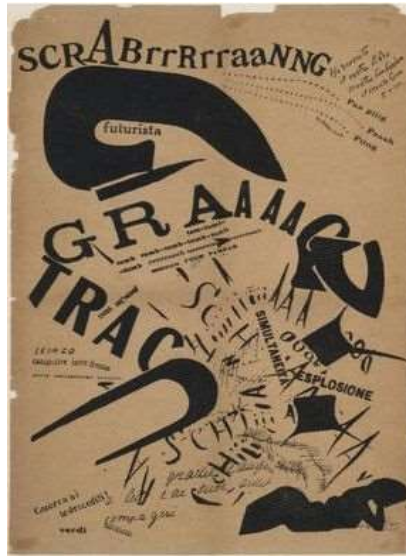
1. GİRİŞ

Fukuyama'ya göre, bazı araştırmacılar postmodernizmin modernizme karşı çıktığını savunurken, bazıları da modernizmin geliştirilmiş şekli olduğunu savunmaktadır (Fukuyama, 1993: 13). 20. yüzyılın başında gelişmeye başlayan modernist hareketler I. Dünya savaşı gibi pek çok önemli gelişme ile birlikte yerini "postmodernizme" bırakmıştır.

Afişler buldukları dönemin sosyal, ekonomik ve kültürel yapısını yansıttığı için aynı zamanda belge niteliği de taşımaktadır. Geçmişten günümüze birçok sanat eseri gibi afiş de geçtiği süreçten etkilenmiştir. Postmodern süreçte grafik tasarımcıların kendilerini ifade ederken nelerden etkilenmiş oldukları, dünyayı nasıl kavradıkları, nasıl açıklamaya çalıştıkları, hatta bütün yaşamlarının yaptıkları afişlere nasıl yansımış olabileceği incelenip ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. DÜNYADA AFİŞ SANATI

Postmodern dönemden etkilenen her durum gibi grafik tasarım da nasibini almıştır. Tasarımcılar evrensel kabul görmüş tasarımları özgürleştirmek istemişlerdir. Bu fikirlerin temelini oluşturan Futurizm, Dadaizm ve Kübizm gibi akımlar postmodern sürecin temelini atmışlardır. “Futurizm Manifestosu, ilk olarak 20 Şubat 1909’da, İtalyan şair Filippo Marinetti tarafından bilim ve endüstri toplumunun yeni gerçekleri karşısında tüm sanatların düşünce ve biçimlerini yeniden gözden geçirmek üzere, devrimci bir hareket olarak kurulmuştu (Bektaş, 1992, 42-43). Futurizm, tipografi kurallarını yıkarak yeni tasarımlar ortaya çıkartmıştır. Uyumu göz ardı eden, değişik yazı karakterlerinden oluşan, afişe farklılık katmak için birçok kuralı göz ardı eden tasarımlardan oluşmaktaydı. Bir yazın hareketi gibi başlayan Futurizm, sonraları görsel sanatçılar ile eserlere uyarlanmaya başlamıştır. Marinetti gibi sanatçılar, bomba etkisinde şiirler yazarak dil bilgisi kurallarını alt üst ettiler. O dönem Marinetti bir dergideki yazısında klasik geleneğe karşı tipografik devrim yapma çağrısında bulunmaktaydı (Bektaş, 1992, 43).



Filippo Marinetti Tipografik Afiş Tasarımı <https://www.pinterest.com.mx/pin/497014508854357859/> (Erişim Tarihi 25-05-2019)

I. Dünya savaşı yıllarında bütün Avrupa kan revan içinde kalmıştır. Savaşa bir çok grafik tasarımcı da gitmiştir. Savaşırken duyulan iletişim ihtiyacı ve halkın moralini yüksek tutma zorunluluğu 1914’te Alfred Lee tarafından yapılan “I wantyou” gibi afişlerle grafik tasarımın kullanılmasına yol açmış, bu dönemde göze çarpan iyi örnekler ortaya konulmuştur.



Alfred Lee “Iwantyou” İsimli Afiş Tasarımı <https://tr.pinterest.com/pin/9851692904952996/?lp=true> (Erişim tarihi: 26.05.2019)

Şiddete tepki olarak ortaya çıkan Dadaizm, Futurizmden etkilenmiş, var olan sanat düzenini tamamen reddetmiştir. İlk örneklerini edebiyat alanında veren Dadaizm, daha sonra bir çok alanla birlikte grafik tasarımı da etkilemiştir. Özellikle Paris, Berlin ve New York başta olmak üzere her yerde etkisini sürdürmüştür (Weill, 2007:41). Oluşan bu yeni dilde, sanatçılar yeniden şekillendirdikleri fotoğrafları birleştirmişlerdir (Meggs ve Purvis, 2012: 265).



Dada akımında Afiş Tasarımı <https://www.pinterest.com.mx/pin/155303887180286930/> (Erişim Tarihi 25-04-2019)

Dadaizm ve Futurizm etkilerini sürdürmeye devam ederken temellerini bu akımlarla güçlendiren “Uluslararası Tipografik Stil” akımı ve hemen ardından yeni bir ızgara sistemi kullanan “De Stijl” akımı ortaya çıkmıştır.



De Stijl akımında Afiş Tasarımı <https://www.behance.net/gallery/8464507/De-Stijl-Information-Broadsheet> (Erişim Tarihi 25-04-2019)

20. yüzyılın başlarında Futurizm ve Dadaizmin etkilerinin halen devam ettiği, deneysel çalışmaların ve teknolojinin birleştiği, yaratıcı tasarımların ortaya çıktığı görülmektedir. Her tasarım süreci bir öncekinin etkisini bünyesinde taşımaktadır. Postmodern süreç de modernizmin etkisini, bünyesinde taşımaktadır fakat bunun yanı sıra sürecin içinde oluşan tasarımlar modernizmden farklı olarak, karmaşık ve çok çeşitlidir.

Şaylan’a göre; “Modernizm dünyayı değiştirmeye yönelik bir sanat anlayışı olarak değerlendirilebilmektedir. Ama kapitalizmin gelişmesi ve kapitalizme alternatif bir dünya sisteminin siyasal gerçekliği ya da bir başka deyişle değişen dünya, sanatçının üzerinde ağır baskılara yol açan bir değişme sürecini ortaya koymuştur. Böylece, misyonu dünyayı değiştirmek olarak tanımlanan sanatçı kendi kendini bir açmazla karşı karşıya bulmuş ve kendi dünyasına dönüş biçiminde bir kaçışa yönelmiştir. Modernizmin en büyük paradoksu,

sanatçının misyonu ile ilgili olarak kendini göstermiştir. Daha önce de değinildiği gibi modernizmin iki temel ahlaksal değerinden söz edilebilmektedir. Bunlar hümanizm ve özgürlüktür. Doğal olarak, modern sanat anlayışı içinde sanatçının misyonunun bu iki temel ahlaksal değere bağlı olarak tanımlanması söz konusudur” (Şaylan, 2009:112).

“Postmodern söylem yaygın ve etkin bir biçimde, 1960’lı yıllarda, özellikle New York’ta modern sanat ve estetik anlayışına karşı bir tepki ya da radikal eleştiri olarak ortaya çıkmıştır. 1960’lı yıllarda doğan ve hızla büyük bir popülerite kazanan pop art, modernizme ya da modernist estetik anlayışına karşı postmodern tepki olarak tanımlanabilmektedir. Modern sanat ve estetik anlayışı, 1890’lı yıllardan sonra, 1960’lı yıllara kadar görsel sanatlardan, müziğe ve edebiyata kadar sanatın bütün dallarında egemen gözükmemektedir. İşte pop art anlayışı ile sanatın seçkinciliğine ve yaratıcılığın özgün olması gerekliliğine kesin olarak karşı çıkmıştır. Pop artın en önde gelen özelliği, klasik ya da modern sanattan farklı olarak konu ve mesaj ile ilgilenmesidir.” (Şaylan, 2009:114-115).



Pop Art akımında Afiş Tasarımı. Andy Warhol https://www.theartstory.org/definition/postmodernism/artworks/#pnt_1
(Erişim Tarihi 29-04-2020)

Günümüzde ise, iletişim ile grafik tasarım, gelişen teknolojinin de yardımıyla her geçen gün akıl almaz boyutlara ulaşmıştır. İnsan yaşantısının en önemli faaliyetlerinden biri olan iletişim, birçok yolun yanı sıra, genellikle görsel şekilde gerçekleştirilmektedir. Sanatsal anlamda gerçekleştirilen iletişimlerin asıl amacı, düşünerek ve duygusal yollarla karşı tarafa kendini ifade etmek istemesidir. Afiş görsel iletişim yollarından birisidir ve hedef kitlenin iletişim ihtiyaçlarını karşılamak için ortaya çıkmıştır. Türk Dil Kurumu’na göre afiş; “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı”. Becer’e göre ise afiş; “tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, canlı ve estetik bir göstergedir” (Becer, 1997, 204). “Günümüzdeki işleviyle afiş sanatı Eski Çağ’da ortaya çıkmıştır. Eski Yunanlılar halka bildirmek istediklerini, tahta tabletlere kazıyorlardı. Romalılar da, gösteri programlarını ve ticaretle ilgili olan bilgileri yazdıkları kireçle beyazlatılmış duvar panoları kullanmışlardı. Yunanistan’da ve Roma’da olduğu gibi Doğu’da da duvarlara resmi yazılar, resimli reklamlar çizilirdi.” (Meydan Larousse: 104).

“Afiş sanatı ancak 19. yüzyılın başında, iki ana koşulun bir araya gelmesi ile ortaya çıktı. Bir yanda taş baskı sayesinde metin ile resim birleşmiş, çoğaltma olanağı doğmuş ve yüzyılın ikinci yarısında renkli taş baskısı gerçekleşmiştir. Öte yandan afişin gelişmesi, tüketim mallarının toplu üretiminin ve rekabete dayalı ekonominin ilerlemesine bağlı kalmıştır. Önceleri, kitap resmi ya da basım ilanlarına benzeyen afiş, modern sanatla birlikte kendi estetiğini yaratmış; kısa ve çarpıcı metnin yalın ve çekici bir resimle birleşmesi şeklini almıştır.” (Meydan Larousse: 124).

Afiş göstergebilimsel bir kuram çerçevesi içinde değerlendirilmelidir. Afişin insanların üzerinde, onların alışkanlıklarını, düşüncelerini yönlendirme gibi önemli rolleri vardır. Tüketilen ürün ve alınan hizmetlerde afiş, hedef kitlenin ilgili ürün ve hizmeti tanımasını ve faydalanmasını sağlamaktadır. Afiş, çok farklı yerlerde

karşımıza çıkan tiyatro, film veya konser gibi bir çok kültürel etkinliği ya da bir ürünü tanıtmayı amaçlayan, kişilerle görsel iletişimi sağlayan grafik bir üründür.



Post Modern Grafik Tasarım. April Greiman https://www.theartstory.org/definition/postmodernism/artworks/#pnt_1
(Erişim Tarihi 29-04-2020)

“Genel olarak afişler; kültürel, sosyal ve reklam afişleri olarak gruplanmaktadır. Kültürel, afişler; konser, sinema, seminer, sempozyum, balo, festival, tiyatro, sergi ve spor gibi kültürel etkinliklerin duyurusunu ve tanıtımını yapmaktadır. Reklam afişleri; bir ürün ya da hizmeti tanıtan afişlerdir. Moda, basın-yayın, gıda ve turizm sektörlerinde kullanılmaktadır. Sosyal afişler; çevre, sağlık, trafik, ulaşım, sivil savunma gibi toplumsal ve sosyal konularda eğitici amaçla kullanılan afişlerdir” (Tepecik, 2002: 202).

Sosyal afişler, toplumsal düzeni sağlamak amacı ile, siyasi veya kamusal görüşleri duyurmak için, bir düşünceyi yaymak için kullanılırlar. Dumitrescu afiş üzerine düşüncesini; “Afişler seçim kampanyalarının önemli parçalarından biridir. Seçmenle doğrudan iletişime geçebilecek özelliğe sahiptirler. Özellikle radyo, televizyon gibi iletişimin yaygın olmadığı bölgelerde afiş doğrudan bireye ulaşabilmekte, etkili ve nitelikli bir şekilde mesajı iletebilmektedir. Hem var olan seçmenlere güven aşlamak hem de kararsız seçmeni ikna edebilmek amaçlı tasarlanmaktadır.” cümleleri ile ifade etmektedir (Dumitrescu, 2009,9). “Politik afişlerin temel amacı, seçmeni diğer partiye değil de şu ya da bu partiye oy vermesi konusunda ikna edebilmektir.” (Faucheux, 2002, s. 65). “Bu sebeple afiş öncelikle seçmenin ilgisini çekecek şekilde, sonra seçmen tarafından anlaşılacak, kabul edilecek ve ikna edecek şekilde olmalıdır” (Kalender, 2005, s. 123).



Obama seçim afişi. Shepard Fairey <https://obeygiant.com/obama-hope/>

“Günümüz afişlerinin temel hedefleri düşünüldüğü zaman iki amaca hizmet ettikleri görülmektedir. Bunlardan ilki mesaj iletmek ve bir mesaja işaret etmek, ikincisi ise bilgiyi yaymaktır. . “İşaret amaçlı afiş” hipotezine dayanarak, partiler ve adayların seçim yarışındaki yerini işaret etmek amaçlı afiş kullanmaktadır. Politik afişler esas alındığında “bilgi amaçlı afiş” lerin bir diğer temel amacı, adayın, vizyon, misyon ve ideolojisini kısacası tanınırlığını arttırmaktır” (Dumitrescu, 2009, s. 50).

Kültürel afişler, sempozyum, sinema, sergi, tiyatro, konser, çeşitli kutlama ve toplantılar gibi kültürel etkinlikler ya da fuarlar gibi etkinliklerin tanıtımı ve duyurusunda kullanılan afiş türleridir. Kültürel afişlerde etkinliklerin halka duyurulması ve izleyicinin bilgi sahibi olması esas alınır.

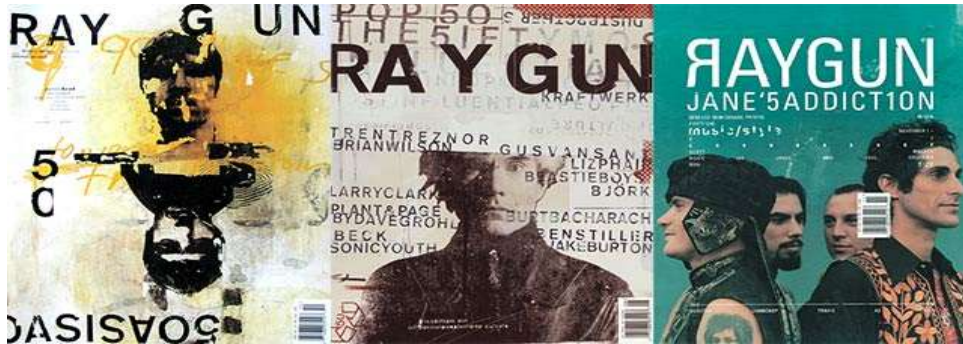


Kişisel Sergi Afişi. Neville Brody <https://tr.pinterest.com/pin/11047961566705164/> (Erişim Tarihi 29-04-2020)

Ticari afişlerde; ürün tanıtımı, firma reklamı gibi konuları içermektedir. Hem genel tanıtımın artması hem de tanınırlığın artması için tercih edilen ticari içerikli afişlerin ortak amacı bir ürünün ya da kurumun ticari kaygıları göz önünde bulundurularak tasarlanmalarıdır.



IBM Reklam Afişi. Paul Rand <https://tr.pinterest.com/pin/378513543685970337/> (Erişim Tarihi 29-04- 2020)



Dergi Kapağı Tasarımı. David Carson <http://graphicdesign1990.blogspot.com/2012/10/grunge-typography-david-carson.html> (Erişim Tarihi 29-04-2020)

1960'lı yıllarda kendini göstermeye başlayan postmodernizm insan hakları, doğal hayatın korunması gibi birçok güncel konunun başgösterdiği 1970-1980'li yıllarda kendini tam anlamı ile ifade alanı bulmuştur. Postmodernizm bir sanat akımı olarak ortaya çıkarken aslında kişisel çözümlerin önemini savunan bir ifade dili oluşturmuştur. Tasarımlarda katı kurallar gütmeyen tasarımcılar yaptıkları afiş tasarımlarında kişisel zevklerini rahatlıkla ifade edebilmişlerdir.

Afiş doğuşundan beri birçok evreden geçmiştir ve değişmeye devam etmektedir. Hem sürecin hem de yapan tasarımcıların izleri sürekli yenilenmektedir. Bunu sağlayan etkenler arasında, yeni tasarım disiplinlerinin gelişen çağın, teknolojinin yeri vardır. Teknoloji ile birlikte gelişen sanat yapıtları tasarım, mühendislik gibi alanlar ile birleşerek son derece yaratıcı, ikna edici, akılda kalıcı, şaşırtıcı yeni yapıtları da ortaya çıkartmışlardır. Postmodern anlayışın başlattığı yeniliğe, deneyselliğe, özgür ifadeye yer açan kavramlar ve çalışmalar, günümüzdeki güncel sanat çalışmalarında da oldukça dikkat çekici, yaratıcı ve etkileyici afiş tasarımlarının ortaya çıkmasına esin kaynağı olmayı sürdürmektedir ve sürdürecektir. Postmodern anlayışın yansımalarının önemi de burdan gelmektedir.

2. SONUÇ

Afiş tasarımında postmodern etkiler görülmeye başlandığı günden bu güne süregelmektedir. Postmodern afiş tasarımında Futurizm ve Dadaizm akımlarının yoğun izleri görülmektedir. 20. yüzyılın ortalarında afiş tasarımlarında yer alan yazı karakterleri, şekiller, kolajlar, rastgele küçüklü-büyükü kullanılmış ve birbirleriyle uyum içinde olmayan yazı karakterleri ile kuralların yıkılması amaç edinilmiştir. Daha sonra tasarımlarda yapılan deformasyonlar yerini, hedef kitlenin ilgisini çekme amaçlı ve çözüm odaklı üretilen tasarımlara bırakmıştır. Grafik tasarımdaki afiş tasarımı anlayışı, modernizmin ilk döneminde olduğu gibi geçmişte yapılan çalışmalardan bu dönemde de ilham almıştır. Tasarımdaki postmodern yaklaşımlar teknolojinin gelişmesi ile değişmiştir. David Carson, April Greiman gibi sanatçılar tarafından dijital çağın başlarında savunulan deneysel tasarımlar günümüze kadar gelmiştir (Toy, Görgülü, 2018).

Sonuç olarak grafik tasarımdaki postmodern disiplin, modern sanat disiplininin devamı olarak karşımıza çıkmaktadır. Modernizmin ilk dönemlerinde başlayan deneysel tasarım anlayışı zamanla postmodern grafik tasarım üslubunu oluşturmuştur. Dönemin sanatçılarından farklı tasarım arayışı içinde olanların var olan sanat anlayışına değişik tasarım anlayışlarını eklemesi postmodern grafik tasarımın gelişmesine oldukça katkıda bulunmuştur. Bu da postmodern sanatın aslında günümüzde de hala bütün sanat ve tasarım disiplinlerinde etkili olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Becer, E. (1997) İletişim ve Grafik Tasarım. Dost Kitapevi, Ankara.
- Bektaş, D.(1992) Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Dumitrescu, D. (2009) Spatial visual communications in election campaigns: Political posters strategies in two democracies. The Ohio State University, Department of Political Science .
- Eczacıbaşı, Ş. (1997) Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi. Cilt 3, Yapı-Endüstri Merkezi (YEM) Yayınları, İstanbul.
- Faucheux, R. (2002) Running for Office.,M. Evans & Company Inc, New York.
- Fukuyama, F. (1993) Tarihin Sonu mu?. Çev. Yusuf Kaplan, Rey Yayınları,Kayseri.
- Huyssen, A. (1987) Afterthe GreatDivide Modernism MassCulture Postmodernism. Indiana UniversityPress, Bloo-mington.
- İpşiroğlu, N. (2010) OluşumSüreci İçinde Sanat Tarihi. Hayalbaz Kitap, İstanbul.
- Kalender, A. (2005) Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri. Çizgi Kitabevi, Konya.

- Karaarslan, T.(1994) Türkiye'nin Tanıtımına Yönelik Afiş Tasarımları (1962-1992). Ankara.
- Ketenci, H. F., Bilgili C. (2006) Görselİletişim-Grafik Tasarım. Beta Yayınevi, İstanbul.
- Lucie – Smith, E. (2004) 20. Yüzyılda Görsel Sanatlar. Akbank, İstanbul.
- Meggs, P. B.,Purvis, A.W. (2012) Meggs' History of Graphic Design. 5.basım, New Jersey: John Wiley&Sons, Inc.
- Meydan Larousse. (1992), BüyükLugat ve Ansiklopedi, İstanbul..
- Odabaşı, A.H.,(2002) Grafikte Temel Tasarım. Yorum Sanat Yayınları, İstanbul.
- Poynor, R. (2003) No More Rules: Graphic Design and Postmodernism. Londra: LaurenceKing Publishing Ltd.
- Sarı S. N. (2009) Sınır Tanımayan Reklam Ortamı Açık hava Reklamları. Beta Yayınları, İstanbul.
- Şaylan, G. (2009) Postmodernizm. İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Tepecik, A.(2002) Grafik Sanatlar. Sistem Ofset, Ankara.
- Turani, A. (2011) Dünya Sanat Tarihi. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Yılmaz, M. (2006) ModernizimdenPostmodernizime Sanat. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Dergiler:
- Erkmen, B. (1991) Türkiye'de Seçim Afişleri. Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 274.
- Öztuna, H. Y. (2007) Fransız Art Nouveau Afiş Tasarımı 1890-1914. Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi.
- Serin, A. Y. (2006) Çağdaş Dünya ve Türk Afiş Sanatı Bağlamında, Türk Afiş Ustası İhap Hulusi Görey'inTamamlanmamış Afişlerine Bir Eleştirel Bakış. Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, Sayı 17, Erzurum.
- Toy, E.&Görgülü E. (2018) Postmodern Grafik Tasarımın Oluşum Süreci Üzerine Bir İnceleme. Asos Journal Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 351-367.
- Tezler:
- Karamustafa, G. (1978) Sanat Akımlarının GüncelİşlevselliğeDönüşmeSürecinde Resim-Afiş Etkileşimi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu, Temel Sanat Eğitimi Grubu, İstanbul.