

**T.C.**  
**KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI**



**DISNEY PIXAR ANİMASYON FİLM AFİŞLERİNİN GRAFİK  
TASARIM BAĞLAMINDA İNCELENMESİ**

**AYSEL İNANÇ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DOÇ. DR. BURAK ERHAN TARLAKAZAN**

**HAZİRAN - 2023**

**KASTAMONU**

## TAAHHÜTNAME

*Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu; ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.*

Aysel İNANÇ



## ÖZET

### YÜKSEK LİSANS TEZİ

#### DISNEY PIXAR ANİMASYON FİLM AFİŞLERİNİN GRAFİK TASARIM BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

AYSEL İNANÇ

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI

DANIŞMAN:DOÇ. DR. BURAK ERHAN TARLAKAZAN

İnsanoğlunun yazma, çizme ve tasarlama isteğini tarih boyunca içselleştirmesi ve kendini ifade ediş biçimi olarak yansıtması, grafik tasarımın temellerini oluşturmuştur. Zaman içerisinde; iletişim kavramının öneminin artması ile birlikte grafik tasarım alanında da birçok yenilik ortaya çıkmıştır. Grafik tasarımın yapı taşlarını oluşturan, tasarım ilke ve unsurları tasarıma yön vererek tasarımcıya ışık tutmaktadır. Grafik tasarımda; üretme ve çoğaltma isteği matbaanın icadı ile hız kazanmış, tüm sektörlerde olduğu gibi sinema sektörü de bu hızlı gelişimin sonuçlarından olumlu yönde etkilenmiştir. Yapılan filmlerin tanıtımında önemli bir rol üstlenen afiş tasarımları, grafik tasarımın etkili iletişim araçlarından biridir. Bu anlamda sinema endüstrisinde, son yıllarda artan bir ivmeyle varlığını sürdüren animasyon filmleri için yapılan afiş tasarımları da gerek hedef kitesinin genişliğini gerekse tasarım ve uygulama özellikleri bakımından öne çıkmaktadır.

Bu araştırmanın amacı; grafik tasarım bağlamında, Pixar animasyon film afişlerini incelemektir. Literatür taraması çalışmanın nitel verilerini oluşturmak için kullanılmıştır. Araştırmada ele alınan afişler temel tasarım ilkeleri doğrultusunda çözümlenerek, değerlendirilmelerde bulunulmuştur. Buna göre Disney Pixar animasyonları için hazırlanan araştırma kapsamı ve sınırları içerisindeki afiş tasarımları incelendiğinde; genel anlamda tasarım ilke ve elemanları çerçevesinde hazırlanmış olduğu görülmüştür. Animasyon film sahnelerindeki kareler, filmlerin başkahramanları ve filmlerin ana temalarının afişlere yansıtıldığı gözlemlenmiştir. Afişlerde açık kompozisyon kullanılarak derinlik hissi verilmiştir. Afişlerdeki renk kontrastları ile tasarımlar ön plana çıkarılmıştır. Valör kullanımı; tasarıma derinlik, dolgunluk verirken, afişte yer alan nesnelerin ve kahramanlar arasındaki mesafelerin, yakınlık-uzaklık ilişkisi ışık gölge ve renk pigmentleriyle ayarlanmıştır. Afişlerde yakınlık-uzaklık ilişkisi kurularak bir denge sağlandığı görülmektedir. Afişlerdeki boşluk-doluluk oranının doğru ve dengeli kullanımı tasarımı rahatlatmakta, izleyicinin gözünü yormamaktadır.

**ANAHTAR KELİMELER:**Grafik Tasarım, Afiş, Animasyon, Disney Pixar

Haziran 2023, 177 Sayfa

**ABSTRACT****MSC THESIS****EXAMINATION OF DISNEY PIXAR ANIMATION MOVIE POSTERS IN  
CONTEXT OF GRAPHIC DESIGN****AYSEL İNANÇ****KASTAMONU UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE  
ART AND DESIGN DEPARTMENT  
SUPERVISOR:ASSOC. PROF. DR. BURAK ERHAN TARLAKAZAN**

The human being's internalization of the desire to write, draw and design throughout history and reflecting it as a form of self-expression has formed the basis of graphic design. In time; with the increasing importance of the concept of communication, many innovations have emerged in the field of graphic design. Design principles and elements, which form the building blocks of graphic design, guide the design and shed light on the design. In graphic design; the desire to produce and reproduce gained momentum with the invention of the printing press and the cinema industry was positively affected by the results of this rapid development, as in all sectors. Poster designs, which play an important role in the promotion of films, are one of the effective communication tools of graphic design. In this sense, poster designs for animation films, which have been in existence with an increasing momentum in recent years, stand out in terms of both the width of their target audience and their design and application features.

The purpose of this research; In the context of graphic design, Pixar is to examine animated movie posters. The literature review was used to generate the qualitative data of the study. The posters discussed in the research were analyzed and evaluated in line with the basic design principles. Accordingly, when the poster designs within the scope and boundaries of the research prepared for Disney Pixar animations are examined; In general, it has been seen that it has been prepared within the framework of design principles and elements. It has been observed that the frames in the animated movie scenes, the protagonists of the movies and the main themes of the movies are reflected on the posters. A sense of depth is given to the posters by using open composition. The designs are highlighted with the color contrasts on the posters. Value usage; while giving depth and fullness to the design, the distance between the objects on the poster and the characters and the proximity-distance relationship are adjusted with light shade and color pigments. It is seen that a balance is achieved by establishing a close-distance relationship in the posters. The correct and balanced use of the space-filling ratio in the posters relaxes the design and does not tire the eyes of the viewer

**KEYWORDS:**Graphic Design, Banner, Animation, Disney Pixar

June 2023, 177 Page

## TEŞEKKÜR

Lisans ve Yüksek lisans eğitimim boyunca beni destekleyerek deneyimlerini aktaran ve grafik tasarım alanında gelişimime katkı sağlayan kıymetli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Burak Erhan TARLAKAZAN'a teşekkür ve minnetimi sunarım. Bu süreç içerisinde maddi ve manevi desteklerini esirgemeyerek daima doğruyu gösteren kıymetli anne babam ve eşime teşekkürü borç bilirim.

AYSEL İNANÇ

Kastamonu, 2023



## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
<b>TEZ ONAYI</b> .....	<b>ii</b>
<b>TAAHHÜTNAME</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vii</b>
<b>ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ</b> .....	<b>x</b>
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	<b>xii</b>
<b>SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>2. GRAFİK TASARIM</b> .....	<b>3</b>
2.1 Grafik Tasarım Tarihi.....	5
2.2 Türkiye’ de Grafik Tasarım Tarihi .....	9
2.3 Grafik Tasarım Süreci ve Tasarım İlkeleri.....	14
2.4 Grafik Tasarım İlkeleri.....	15
2.4.1 Bütünlük (Birlik).....	15
2.4.2 Denge (Balans) .....	17
2.4.2.1 Simetrik denge .....	18
2.4.2.2 Asimetrik denge .....	19
2.4.3 Oran-Orantı (Proporsiyon).....	19
2.4.4 Vurgu (Odak Nokta, Baskınlık).....	21
2.4.5 Ritim (Devamlılık).....	22
2.5 Grafik Tasarım Elemanları .....	24
2.5.1 Biçim (Form) .....	24
2.5.2 Boşluk (Alan-Espas-Aralık) .....	26
2.5.3 Çizgi.....	27
2.5.4 Doku.....	29
2.5.4.1 Yapay dokular .....	29
2.5.4.2 Doğal dokular.....	30
2.5.5 Değer (Valör).....	31
2.5.6 Görsel Hiyerarşi (Sıralama, Koram).....	31
2.5.7 Ton .....	33
2.5.8 Ölçü.....	34
2.5.9 Şekil .....	35
2.5.10 Renk.....	36
2.5.11 Yalınlık .....	42
2.5.12 Yön.....	42
2.5.13 Zıtlık (Karşıtlık, Kontrast) .....	43
2.6 Tasarımda Kompozisyon.....	45
2.6.1 Açık Kompozisyon (Sınırsız Görüntü).....	45
2.6.2 Kapalı Kompozisyon (Sınırlı Görüntü) .....	45
2.7 Grafik Tasarım Ürünleri.....	46
<b>3. AFİŞ</b> .....	<b>47</b>
3.1 Afiş Tasarım Tarihi .....	49

3.1.1	Sergilenecek Alanlara Göre Afişler .....	55
3.1.1.1	Dış mekân afiş tasarımı .....	55
3.1.1.2	İç mekân afiş tasarımı .....	55
3.1.2	Afiş Tasarımı ve Üretiminde Kullanılan Unsurlar .....	56
3.1.2.1	Serigrafi baskı .....	56
3.1.2.2	Bilgisayar teknolojisi .....	56
3.1.2.3	Fotoğraf .....	57
3.1.2.4	İllüstrasyon .....	57
3.1.2.5	Tipografi .....	58
3.1.2.6	Karışık teknik .....	59
3.1.3	İletişim ve Reklam Aracı Olarak Afiş Tasarımı ve Çeşitleri .....	60
3.1.3.1	Ticari-reklam afişleri .....	60
3.1.3.2	Kültürel afişler .....	60
3.1.3.3	Sosyal afişler .....	61
3.1.3.4	Siyasi afişler .....	61
3.1.4	Afiş Değerlendirme Kriterleri .....	61
3.1.4.1	Mesajın anlaşılır ve net verilmesi .....	62
3.1.4.2	Mesaj-imge kullanım tekniği .....	62
3.1.4.3	Sözel hiyerarşi .....	62
3.1.4.4	Fark edirlilik .....	63
3.1.5	Afiş Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar .....	63
<b>4.</b>	<b>ANİMASYON (CANLANDIRMA) .....</b>	<b>65</b>
4.1	Animasyon (Canlandırma) Tarihi .....	67
4.2	Animasyon Sineması .....	74
4.3	Walt Disney Animasyon Şirketi .....	81
<b>5.</b>	<b>DISNEY PIXAR .....</b>	<b>83</b>
<b>6.</b>	<b>YÖNTEM .....</b>	<b>91</b>
6.1	Araştırmanın Amacı .....	91
6.2	Araştırmanın Önemi .....	91
6.3	Araştırmanın Yöntemi .....	91
6.4	Araştırmanın Sınırlılıkları .....	92
6.5	Araştırma Modeli .....	92
6.6	Araştırma Evreni ve Örneklemi .....	92
6.7	Veri Toplama Araçları .....	92
6.8	Verilerin Toplanması .....	92
6.9	Verilerin Analizi .....	93
<b>7.</b>	<b>BULGULAR .....</b>	<b>94</b>
7.1	“Toy Story” Animasyon Film Afişi .....	94
7.2	“A Bugs Life” Animasyon Film Afişi .....	98
7.3	“Toy Story 2” Animasyon Film Afişi .....	101
7.4	“Monsters, Inc.” Animasyon Film Afişi .....	104
7.5	“Finding Nemo” Animasyon Film Afişi .....	107
7.6	“The Incredibles” Animasyon Film Afişi .....	110
7.7	“Cars” Animasyon Film Afişi .....	113
7.8	“Ratatouille” Animasyon Film Afişi .....	117
7.9	“Wall.E” Animasyon Film Afişi .....	120
7.10	“Up” Animasyon Film Afişi .....	123
7.11	“Toy Story 3” Animasyon Film Afişi .....	127
7.12	“Cars 2” Animasyon Film Afişi .....	130

7.13	“Brave” Animasyon Film Afişi.....	133
7.14	“Monsters University” Animasyon Film Afişi.....	136
7.15	“Inside Out” Animasyon Film Afişi.....	139
7.16	“The Good Dinosaur” Animasyon Film Afişi.....	142
7.17	“Finding Dory” Animasyon Film Afişi.....	145
7.18	“Cars 3” Animasyon Film Afişi.....	148
7.19	“Coco” Animasyon Film Afişi.....	151
7.20	“Incredibles 2” (İnanılmaz Aile 2) Animasyon Film Afişi.....	154
7.21	“Toy Story 4” Animasyon Film Afişi.....	156
7.22	“Onward” Animasyon Film Afişi.....	159
7.23	“Soul” Animasyon Film Afişi.....	162
<b>8.</b>	<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>165</b>
	<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>169</b>



## ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ

### Sayfa

Görsel 2.1 (M.Ö. 15. 000) Altamira mağarası, ilk duvar resim örneği.....	5
Görsel 2.2 (M.Ö. 15.000) Güney Fransa Lascaux mağarası.....	6
Görsel 2.3 Gutenberg ve öncülüğünde yapılan ilk baskı sistemi (temsili) .....	7
Görsel 2.4 Türk matbaasında basılan ilk resimli kitapta (Tarih-i Hind-i Garbi) yer alan illüstrasyon çalışması.....	10
Görsel 2.5 Bütünlük ilkesi örneği .....	16
Görsel 2.6 Denge ilkesi afiş örneği.....	17
Görsel 2.7 Simetrik ve asimetrik denge örneği.....	18
Görsel 2.8 Simetri denge örneği.....	18
Görsel 2.9 Asimetrik denge örneği .....	19
Görsel 2.10 Oran-orantı örneği .....	20
Görsel 2.11 Vurgu ilkesi örneği .....	22
Görsel 2.12 Ritim ilkesi örneği .....	23
Görsel 2.13 Biçim (form) örneği.....	25
Görsel 2.14 Biçim (form) ve şekil farkı .....	26
Görsel 2.15 Boşluk örneği .....	27
Görsel 2.16 Çizgi biçimleri.....	28
Görsel 2.17 Yapay doku örnekleri .....	30
Görsel 2.18 Doğal doku örnekleri.....	30
Görsel 2.19 Renklerin değer/ valör skalası .....	31
Görsel 2.20 Görsel hiyerarşi .....	32
Görsel 2.21 Görsel hiyerarşiye örnek çalışma .....	33
Görsel 2.22 Ton skalası.....	34
Görsel 2.23 Ölçüde yakınlık-uzaklık .....	35
Görsel 2.24 Geometrik ve Organik şekiller .....	36
Görsel 2.25 Renk tayfi .....	37
Görsel 2.26 Ana ve ara renk çemberi.....	38
Görsel 2.27 Sıcak, soğuk ve nötr renkler .....	38
Görsel 2.28 Yalınlık örneği.....	42
Görsel 2.29 Yön örneği.....	43
Görsel 2.30 Zıtlık örneği.....	44
Görsel 3.1 Matbaa makinası örnek gösterimi (temsili).....	50
Görsel 3.2 Alois Senefelder .....	51
Görsel 3.3 Art Nouveau sanat akımına örnek gösterim .....	53
Görsel 3.4 Dış mekân afiş örneği.....	55
Görsel 3.5 İç mekân afiş örneği .....	56
Görsel 4.1 Altamira mağaralarında (sekiz ayaklı) koşan yaban domuzu örneği .....	67
Görsel 4.2 Karanlık oda .....	68
Görsel 4.3 Magic Lantern / Sihirli fener .....	69
Görsel 4.4 Thaumatrope.....	70
Görsel 4.5 Phenakistiscope .....	71
Görsel 4.6 Zeotrope.....	71
Görsel 4.7 Flipbook (Kineograph) .....	72
Görsel 4.8 Praxinoscope.....	73

Görsel 4.9 Eadweard Muybridge seri at çekimi.....	73
Görsel 4.10 Kinetoscope (kinetograf).....	74
Görsel 4.11 Blackton'un filmi: Humorous Phases Of Funny Faces'dan bir kare.....	75
Görsel 4.12 Emile Cohl filmi: Fantasmagorie'den bir kare.....	76
Görsel 4.13 McCay'in filmi: Gertie the Dinosaur.....	77
Görsel 4.14 Mickey Mouse kısa film serisi: Steamboat Willie.....	78
Görsel 4.15 1978 yapım Superman filminden özel efektler.....	80
Görsel 5.1 Pixar'ın tasarladığı "Luxo Jr." kısa filminden kare.....	85
Görsel 7.1 Toy Story (Oyuncak Hikâyesi) Film afişi.....	94
Görsel 7.2 A Bug's Life (Bir Böceğin Yaşamı) film afişi.....	98
Görsel 7.3 Toy Story 2 (Oyuncak Hikayesi 2) film afişi.....	101
Görsel 7.4 Monsters, Inc. (Sevimli Canavarlar) film afişi.....	104
Görsel 7.5 Finding Nemo (Kayıp Balık Nemo) film afişi.....	107
Görsel 7.6 The Incredibles (İnanılmaz Ailem) film afişi.....	110
Görsel 7.7 Cars (Arabalar) film afişi.....	113
Görsel 7.8 Ratatouille (Ratatotuy) film afişi.....	117
Görsel 7.9 Wall.E (Vol.i) film afişi.....	120
Görsel 7.10 Up (Yukarı Bak) film afişi.....	123
Görsel 7.11 Toy Story 3 (Oyuncak Hikayesi 3) film afişi.....	127
Görsel 7.12 Cars 2 (Arabalar 2) film afişi.....	130
Görsel 7.13 Brave (Cesur) film afişi.....	133
Görsel 7.14 Monsters University (Canavarlar Üniversitesi) film afişi.....	136
Görsel 7.15 Inside Out (Ters Yüz) film afişi.....	139
Görsel 7.16 The Good Dinosaur (İyi Bir Dinozor) film afişi.....	142
Görsel 7.17 Finding Dory (Kayıp Balık Dory) film afişi.....	145
Görsel 7.18 Cars 3 (Arabalar 3) film afişi.....	148
Görsel 7.19 Coco (Koko) film afişi.....	151
Görsel 7.20 Incredibles 2 (İnanılmaz Aile 2) film afişi.....	154
Görsel 7.21 Toy Story 4 (Oyuncak Hikayesi 4) film afişi.....	156
Görsel 7.22 Onward (Hadi Gidelim) film afişi.....	159
Görsel 7.23 Soul (Ruh) film afişi.....	162

## TABLOLAR DİZİNİ

	<b><u>Sayfa</u></b>
Tablo 2.1 Renklerin algısal etkileri.....	39
Tablo 7.1 Toy Story (Oyuncak Hikâyesi) afiş incelemesi.....	94
Tablo 7.2 A Bug's Life (Bir Böceğin Yaşamı) afiş incelemesi.....	98
Tablo 7.3 Toy Story 2 (Oyuncak Hikayesi 2) afiş incelemesi.....	101
Tablo 7.4 Monsters, Inc. (Sevimli Canavarlar) afiş incelemesi.....	104
Tablo 7.5 Finding Nemo (Kayıp Balık Nemo) afiş incelemesi.....	107
Tablo 7.6 The Incredibles (İnanılmaz Ailem) afiş incelemesi.....	110
Tablo 7.7 Cars (Arabalar) afiş incelemesi.....	113
Tablo 7.8 Ratatouille (Ratatotuy) afiş incelemesi.....	117
Tablo 7.9 Wall.E (Vol.i) afiş incelemesi.....	120
Tablo 7.10 Up (Yukarı Bak) afiş incelemesi.....	123
Tablo 7.11 Toy Story 3 (Oyuncak Hikayesi 3) afiş incelemesi.....	127
Tablo 7.12 Cars 2 (Arabalar 2) afiş incelemesi.....	130
Tablo 7.13 Brave (Cesur) afiş inceleme.....	133
Tablo 7.14 Monsters University (Canavarlar Üniversitesi) afiş incelemesi.....	136
Tablo 7.15 Inside Out (Ters Yüz) afiş incelemesi.....	139
Tablo 7.16 The Good Dinosaur (İyi Bir Dinozor) afiş incelemesi.....	142
Tablo 7.17 Finding Dory (Kayıp Balık Dory) afiş incelemesi.....	145
Tablo 7.18 Cars 3 (Arabalar 3) afiş incelemesi.....	148
Tablo 7.19 Coco (Koko) afiş incelemesi.....	151
Tablo 7.20 Incredibles 2 (İnanılmaz Aile 2) afiş incelemesi.....	154
Tablo 7.21 Toy Story 4 (Oyuncak Hikayesi 4) afiş incelemesi.....	156
Tablo 7.22 Onward (Hadi Gidelim) afiş incelemesi.....	159
Tablo 7.23 Soul (Ruh) afiş incelemesi.....	162

## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

### Kısaltmalar

<b>Akt.</b>	: Aktaran
<b>M.Ö</b>	: Milattan Önce
<b>Megep</b>	: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
<b>s.</b>	: Sayfa
<b>Tdk</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>vb.</b>	: ve benzeri
<b>yy.</b>	: Yüzyıl



## 1. GİRİŞ

İletişim; gönderici ve alıcı arasında yaşanan bildirimlerin duygusal, sözel, görsel, ritimsel ve bedensel faaliyetlerle aktarılma sürecini ifade eden bir kavramdır. Hedef kitleyle etkili bir iletişim kurmanın yolu; grafik tasarımın faaliyet alanını oluşturmaktadır. Grafik tasarım; iletilmek istenen mesajın görsel içeriklerle, özgün ve yaratıcı uygulamalarla alıcıya iletilmesi işidir. Bu iş çeşitli masa üstü yayıncılık ürünleri de denilen tasarımlarla sağlanmaktadır. Bu anlamda en etkili grafik ürünlerinden biri olan ve yüzyıllar boyunca popülaritesini kaybetmeksizin, günümüzde de sıklıkla tercih edilen “afiş” tasarımları, görsel iletişimin en etkili araçlarından birisidir. Afiş; hedef kitesini bilgilendirmek, ikna etmek veya farkındalık yaratmak amacı ile hazırlanan halkın çoğunluğunun görebileceği alanlarda yer verilen resimli yazılı ilanlardır. Afiş tasarımının başarılı olabilmesi için tasarım ilke ve unsurlarının özümsererek doğru bir şekilde kullanımı grafik tasarım alanının olmazsa olmazıdır. Tasarım ilke ve elemanları tasarımı fark ettiren, görünür kılan, iyileştiren ve tasarımın okunurluğunu arttıran kurallar bütünüdür. Grafik tasarım çok geniş bir faaliyet alanına sahiptir. Afiş tasarımlarına ihtiyaç duyulması ve kullanılması nedeniyle sinema sektörü de faaliyet alanlarından biridir. Sinema; ardışık hareketli fotoğrafların keşfi ile başlayarak, film görüntü makinasının (kinetoskop) icadı ve sinematografin keşfi ile gelişerek beyaz perde deyiimiyle günümüzdeki halini almıştır. Günümüz sineması içerisinde yer alan animasyon (canlandırma); elle yapılan çizimlerin hareketli hale getirilmesiyle hayat bulmuş ve teknolojik gelişmelerle birlikte bugün bağımsız bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Zaman içerisinde animasyon şirketlerinin çoğalması, gelişmesi ve teknolojinin günümüzde geldiği nokta neticesinde artık animasyon uygulamaları; dijital platformlardan, reklam filmlerine, oyunlardan, sinema filmlerine vb. pek çok alanda varlığını göstermektedir. Bu alanda en önemli oluşum; Walt Disney animasyon şirkettir. Başlangıcından bugüne hazırlamış olduğu içerikler ve geliştirdiği tekniklerle animasyon sektörünün gelişimini hızlandırmıştır.

Animasyon alanının öncüsü olan Walt Disney 2006 yılında yine bu alanda ses getiren işlere imza atan Pixar’ ı bünyesine dâhil etmiştir. Pixar 1979 yılında Lucas Film

Stüdyosu çatısı altında kurulan bir şirkettir. 1984 yılında; “The Adventures of Andre and Wally B.” isimli ilk animasyon film projesini oluşturmuştur.

1986 yılında “Luxo Jr.” isimli lamba ile, ilk üç boyutlu kısa animasyon film dalında Oscar’a aday olmuştur. Disney bünyesinde, 2006 yılından günümüze uzun metrajlı film üreten Pixar, kısa filmler (tiyatro şort, kıvılcım şort) da üreterek birçok başarıya imza atmıştır. Animasyon/Sinema sanat dalı topluma aktarılmak istenen kültürü, düşünceyi, oluşturulmak istenen farkındalığı ya da ideolojileri anlatmak için uğraşmaktadır. Sanatın ve tasarımın bütünleştiği bu alanda grafik tasarımda müdahil olmaktadır. Afiş tasarımları bu birlikteliğin en önemli unsurudur.

Çalışma kapsamında Disney-Pixar animasyon film afişleri; grafik tasarım ilkeleri açısından incelenmiştir. Literatür alt yapısı, yazılı ve dijital kaynaklarla oluşturulmuş, elde edilen bulgular ışığında tesadüfi örneklem yoluyla elde edilmiş 23 adet uzun metraj Pixar film afiş incelemesi yapılmıştır.

Bu bağlamda araştırmanın birinci bölümünde grafik tasarım ile ilgili temel kavramlar genelinde tasarım ilkeleri ve afiş tasarımı üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde; animasyon (canlandırma) ile ilgili temel açıklamalar ile Walt Disney ve Disney Pixar şirketleri ile ilgili bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi hakkında açıklamalar yapılmış ve dördüncü bölümünde belirlenen Disney Pixar animasyon film afişlerinin grafik tasarım ilke ve elemanları paralelinde görsel çözümleme ve betimsel analizleri yapılmıştır. Araştırmanın beşinci ve son bölümünde ise edinilen bulgular ışığında değerlendirmelerde bulunulmuş ve öneriler geliştirilmiştir.

## 2. GRAFİK TASARIM

Yavuz (2018, s.1198)'un belirttiği üzere grafik tasarım; “anlatılmak istenen konuyu etkili, bilgi verici, estetik biçimde sunan ve .... içerisinde çok sayıda öge barındıran geniş kapsamlı bir görsel sanat dalıdır”. Verilmek istenen mesajın görsel içerikler ve tipografik formlarla kullanılan renk, biçim, illüstrasyon yoluyla aktarılan mesajları, yaratıcı şekilde yansıtan görsel iletişim sanatıdır da denilebilir.

“Grafyn” sözcüğü Latince kökenlidir. Türkçe olarak grafik kelimesinin telaffuzudur. Görüntü almak, yazmak, çizmek, çoğaltmak anlamları taşıyan grafik aslında bir sanat alanıdır. İngilizce “graph-ic”, Fransızca “graphique” Yunanca “grapnein” (yazmak) olarak isimlendirilse de “grafik” kelime manası ile evrensel bir terim olarak isimlendirilmektedir (Tepecik, 2002, s.17).

Grafik tasarım; harfleri, kelimeleri, şekil ve biçimleri, görsel içerikli unsurları, fotoğrafları, çizgileri, renkleri, tonları, ahenk ve uyum içerisinde estetik öğelerle tasarlayarak bir zemine aktarma süreci olduğu bilinmektedir. Bu süreçte amaç; tasarım yoluyla, iletmek istenen görsel veya sözel mesajın doğru ve etkili bir şekilde alıcıya iletilmesidir. Becer (2019, s.33)' grafik tasarımı; görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de, bir mesaj iletmek ... bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. .... Teknoloji geliştikçe, sadece basılı malzemeler değil; film aracılığıyla perdeye yansıtılan, video ile ekrana gönderilen ve bilgisayar yardımıyla üretilen görsel malzemelerde grafik tasarım kapsamındadır.” şeklinde tanımlamıştır.

Grafik sanatı; sanatçıya ait düşsel ürünün özgün bir biçimde tasarlanıp çoğaltılma işlemi ile ortaya konulan eserlerdir. İçerik olarak; baskı süreci, tasarımın bilgi vericiliği, kitle iletişim araçları için tasarlanan video, görsel, çizgi, yazı, renk, şekil, biçim gibi içeriklerin tasarımsal açıdan düzenlenmesini kapsar (Sözen ve Tanyeli, 2001, s.93, akt., Bilirdönmez, 2016, s.3).

Grafik tasarımdaki “tasarım” sözcüğü Türkçe’ de “dizayn” İngilizce “desing” Latince “designare” kelimelerinin anlamı; tasarı, imgesel taslak, zihinde canlandırılan (tasavvur) anlamını taşımaktadır. Tasarım; ortaya konulan problemin

tanımlanmasıyla, konuyla ilgili araştırmaların yapılması ve tasarımcının yaratıcılığı katılarak hazırlanan taslaklar neticesinde elde edilen yaratıcı Şekil veya biçimlendirmelerdir. Değişim ve yenilik, tasarımın modernleşme sürecindeki aşamalarıdır. Grafik tasarım sektörü, hedef kitleye hizmet etmekle birlikte müşteri memnuniyeti odaklı bir yapıya sahiptir. Grafik tasarımda, verilmek istenen mesajın hedef kitleye etkili ve yaratıcı biçimde ulaşması durumunda tasarım başarılı olduğu kabul edilmektedir. Tasarımda yapılan uygulamalar sonucunda; verilmek istenen mesaj hedef kitle tarafından algılanamıyor ve anlaşılmıyorsa tasarım ürünü estetik ve yaratıcı dahi olsa başarısız bir çalışma olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda grafik tasarımın temel amacı; hedef kitleye mesajı net ve yalın biçimde ulaştırmaktır. Görsel içerikler, tipografik tasarımlar, deneysel tasarımlar, illüstrasyonlar, sanal ortam ve video gibi dijital kaynaklı içeriklerin yaratıcı ve estetik bir anlayışla kurgulanarak hedef kitlenin eyleme geçmesi sağlanır. Bu eyleme geçme süreci; “gönderici-mesaj-iletişim-alıcı-geri bildirim” aşamalarından oluşmaktadır. Grafik tasarım ile hayatın her alanında karşılaşmak mümkündür. Kitaplar, dergiler, gazeteler, zarf tasarımları, kartvizit, amblem, kurumsal kimlik ürünlerinde, araç giydirmelerinde, sokak tabelalarında, piktogramlarda, video içeriklerinde, dijital ya da basılı olsun birçok tanıtım ve yaşam unsuru grafik tasarım yoluyla hayat bulmaktadır. Grafik tasarım, ihtiyaca yönelik hizmet sunmaktadır. Tasarımcıların; görülmeyeni görebilmesi, soruna yönelik yaratıcı çözümler üretebilmesi, bulduğu çözümler ile hedef kitlenin beklentisini karşılayabilmesi gerekmekte ve bunun için yaratıcı, çağdaş ve estetik tasarımlar üretme yeteneği gelişmiş olması gerekmektedir. Becer (2019, s. 36)’n deyimiyile “grafik tasarımcı hem bir mesaj aktarıcı, hem de biçim düzenleyicisidir. Grafik tasarım ise iletişim sağlayıcı mesajı doğru ve yalın bir biçimde yansıtmayı işlevidir.” İfadesiyle kavramı tanımlamıştır.

İletişimde grafik ürünlerinin gücü; toplumda ortak dil görevi görerek genel kitlelere hitap edebilmesidir. Küreselleşmeyle birlikte, tüm imkânların ulaşılabilir olduğu dünyada; grafik tasarımın da etkisi günden güne artmıştır. Teknolojik olanaklarla birlikte oluşturulan sembolik dil ile farklı kültürler yakınlaşmaya başlamıştır. Tasarımda kullanılan simgeler, renkler ve grafik tasarım ürünleri ile aynı dilin ve düşüncenin, algılanmasını sağlamaktadır. Bu nedenle tasarım; toplumsal bağların kurulabildiği ortak düşüncenin oluşturulabildiği görsel iletişim aracıdır. Grafik

tasarımda; sosyal anlamda zihinsel tasarımlar veya ticari anlamda sektör tabanlı hizmetler üretir. Bu üretim düşüncesinin görsel tasarımlara dönüştürülerek hedef kitle ile buluşturulması ve çalışmanın sunulması aşaması ile tamamlanır. Toplumda izlerin tasarımıda yer verilmesi hedef kitle ile tasarım arasında bağı oluşturmaktadır.

Sonuç olarak; grafik tasarım, sorunun çözümüne yönelik üretilen görsel tasarım içerikleriyle, izleyicide bir farkındalık yaratma, anlamlandırmayı ve mesajın algısal aktarılma sürecini oluşturmaktadır.

## 2.1 Grafik Tasarım Tarihi

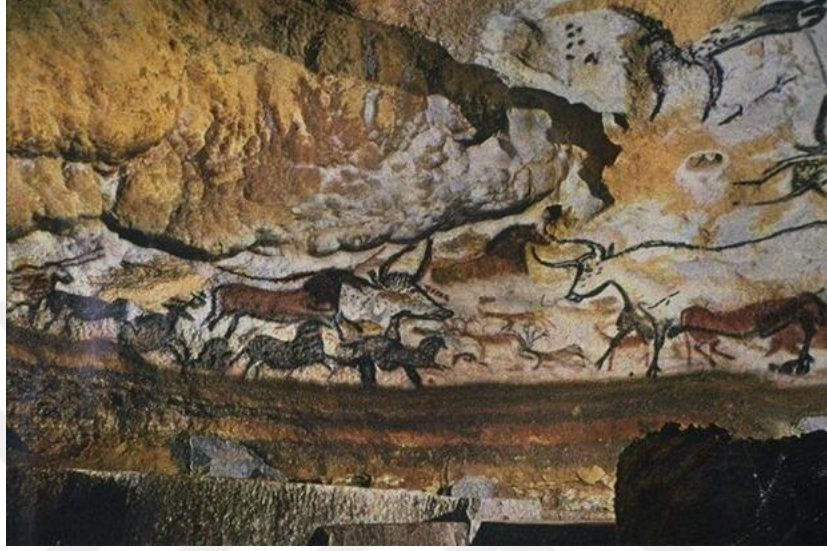
İnsanlığın varoluşundan günümüze gelen süreç içinde en temel ihtiyaç beslenmek ve iletişim kurabilme çabası olmuştur. Paleolitik (yontma taş çağı) dönemde insanların bu çabaları; düşlediklerini, yaşamlarında gördükleri ve kullandıkları nesnelere, avlandıkları avların görsel tasvirlerini duvar yüzeylerine, duvarlara, taşlara kazıyarak karşılık bulmuştur. İnsanlık tarihinin başlangıcında çizilen tasvirler sonraki dönemlere ışık tutarak insanlığın etkileşimini arttıran bir kaynak görevi görmüştür.



Görsel 2.1 (M.Ö. 15. 000) Altamira mağarası, ilk duvar resim örneği

İspanya'da ki Altamira mağarasında resmedilen hayvan tasvirleri ve şablon el çizimleri, ilkel yollar ile iletişim çabalarının ilk örnekleri olarak görülmektedir (Görsel 2.1).

Benzer şekilde; M.Ö. 15. 000 yıl önce Güney Fransa’da bulunan Lascaux mağarasında bizon ve boğaların stilize edilerek mağara duvarlarına resmedilişi (Görsel 2.2), sade üslubu ve simgesel tasarımlarıyla insanlık tarihinin ilk grafik ürünleri olarak görülmektedir (Becer, 2019, s.84).



Görsel 2.2 (M.Ö. 15.000) Güney Fransa Lascaux mağarası

Stilize edilen tasvirler soyutlaşarak sembollere, sembollerse yazıya dönüşmüştür. Tarihte bilinen ilk yazı örneği Mezopotamya uygarlıklarına ait Sümerlilerindir. Çivi yazısı olarak bilinen yazı simgelerden oluşmaktadır (Balaban, vd., 2019, s.39).

Sümerliler çivi yazısını kil tabletler üzerine kazıyarak kullandıkları yazı ve görselleri çoğaltmak amacıyla çivi yazısı ile oyulmuş yuvarlak formlu kil tabletleri ıslak kil tabletler üzerinde gezdirilerek çoğaltmayı sağladıkları ilkel bir sistem geliştirmişlerdir. Sümerlilerin ve M.Ö. mağara duvarlarına çizilen resimlerin tekrarlanıp çoğaltılması tarihte ilk baskı örnekleridir (Tepecik, 2002, s.18).

Avrupa’nın yazıyı ve baskıyı keşfetmediği dönemlerde, Çin yazı ve baskıyı kullanıp geliştirerek sanat alanında çalışmalar üretmiştir. Çin, dünyada grafik tasarım tarihinin gelişiminde önemli bir paya sahip olmuştur. Bu bağlamda Çin ilk kez iletişim aracı olarak kullanılan yazıyı estetik ile sanata dâhil etmiştir (Tepecik, 2002, s.19).

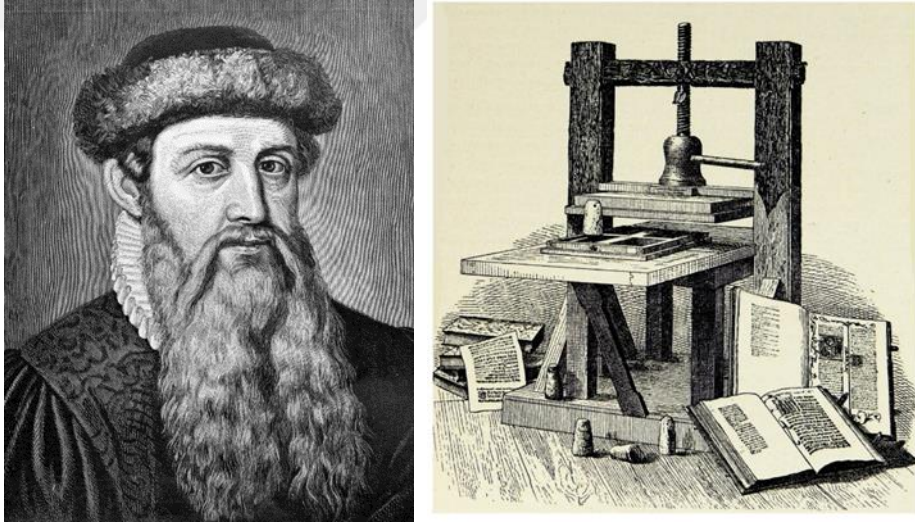
Çin’de Kâğıdın bulunuşu ve yazının kullanımı kaligrafi sanatının zeminini oluşturmuştur. “Çin kaligrafi sanatında kullanılan her karakter bütün bir sözcüğü

temsil etmektedir.” Bu bağlamda Çin tarihi boyunca resim ve kaligrafi sanatı iki temel görsel anlatım biçimi olarak kullanılmıştır (Becer, 2019, s.88).

Yazı sanatının gelişimi, kâğıdın bulunması, baskının gelişimi ile ilerleyen zaman diliminin ardından matbaanın icadı, grafik tasarım teriminin doğuşunu başlattığı söylenebilir.

Grafik tasarım; iletişimin varlığı ile başlayan süreçte yazı sanatının keşfi ile kendini kanıtlamıştır. Dünyada kullanılan yazıların bulunuşunda birçok uygarlığın rolü büyüktür. Bu uygarlıklara örnek olarak; Asurlular, Finikeliler, Giritler, Mısırlar ve Museviler yazının gelişiminde katkıları mevcuttur (Tepecik, 2002, s.19).

Grafik tasarım terimi; ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında Johannes Gutenberg öncülüğünde metal kalıplar ile oyulup şekillendirilen harf ve görsel kalıpların tarihin ilk baskı sistemi kullanılarak (Görsel 2.3) basılmasıyla ve bu sistem sayesinde çoğaltılmasıyla kullanılmıştır (Akgül, 2019, s.4).



Görsel 2.3 Gutenberg ve öncülüğünde yapılan ilk baskı sistemi (temsili)

Baskı sisteminin gelişim sürecinde metal kalıpların yerini mürekkeplerin, parşömenlerin yerini kâğıt türevlerinin ve el gücünün yerini teknolojinin aldığı süreç sonuncunda; 2000'li yıllarda bilgisayarların ve dijital teknolojinin insan hayatına girmesi ile tasarımın seyri de değişmiştir.

19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında yer alan endüstri devrimi, sanayi faaliyetlerinin artması ile iş kapasitesinin ve üretimin geliştiği dönemde insan gücünün yerini makinaların alması ile var olan toplumsal sınıfları iyileştirmeyip aksine daha da körüklemiştir. Endüstri devrimi ile başlayan seri üretim sanattaki el emeğini azaltmıştır. Toplumsal bir kesim ise; orta çağ sanat anlayışını savunarak eser sanatçı ilişkisini yeniden canlandırmanın yollarını aramışlardır. Farklı bir kesim ise; endüstrinin hayatımıza getirdiği yenilikleri sanat ile buluşturup seri üretimle geniş kitlelere hitap edebilmeyi amaçlamıştır. Bu durum ise çağdaş sanatın gelişimine zemin hazırlamıştır (Bektaş, 1992, s.13, akt., Bilirdönmez, 2016, s.5).

Endüstri devrimi ile grafik tasarımda hızlı üretime ve gelişime devam etmiştir. Litografinin, fotoğraf ve dizgi makinalarının icadı ile grafik tasarım imkânları ve tekniklerinin gelişmeye başladığı görülebilmektedir. Grafik tasarımla paralel doğrultuda ilerleyen modern sanat akımlarının doğuşu da grafik tasarımın gelişimini desteklemiştir. Bu akımların birkaçı ise; “Arts and Crafts, Art Nouveau, Kübizm, Fütürizm, De Stijl, Bauhaus, Art Deco, Dadaizm, Sürrealizm, Süprematizm, Konstrüktivizm” dir (Balaban, vd., 2019 s.42, 44).

Dijitalleşen ve teknolojinin geliştiği dünyada grafik tasarımda ilerlemeye ve gelişmeye tâbi olacaktır. Bu nedenle tasarımcının tasarım eğitimi hayat boyunca devam etmektedir. Grafik tasarımcı görülmeyeni görmek, estetiği tasarımında yansıtmak ve hayal gücünün ürününü hayata geçirerek tekrara düşmeden değişime ve yeniliğe ayak uydurması gerekmektedir (Ketenci ve Bilgili, 2006, s.278).

Dünyaya örnek çalışmalar sunan Bauhaus tasarım okullarındaki, eğitim anlayışı endüstri ve sanatın iş birliği oluşturan eğitim yapısı ile yeni açılan tasarım okullarına ışık tutmuştur. Grafik tasarım eğitimlerinin artması ile afiş tasarımları, broşür tasarımları, kitap kapak tasarımları, amblem tasarımları, etiket, sayfa tasarımları gibi basılı ürünlerde çalışmalar sunulmuştur (Umur, 2009, s.2).

## 2.2 Türkiye’ de Grafik Tasarım Tarihi

Kültürlerin, uygarlıkların veya milletlerin, sanata olan yaklaşımı incelenirken, o milletin tarihiyle bütünlük kurulmaktadır, tarihin ve sanatın gelişimi paralel ilerlediğinden, biri birinden bağımsız düşünülmemelidir.

Göçebe bir hayat süren Türk uygarlıkları yanlarında götürebilecekleri ve taşınılabılır eserlerle sanat icra etmişlerdir. Güney Sibirya’nın Altay dağlarında Hunlar’ a ait halı motiflerinde “insan, hayvan, bitki, bezeme” gibi süslemeli motiflere rastlanmaktadır. Türklerin sanat anlayışı İslamiyet öncesi ve sonrası olarak ayrılmaktadır. Türkler İslamiyet’i Karahanlılar’ la kabul etmişlerdir. Karahanlılar İslamiyet’in kabulü ile yerleşik yapıtlar icra etmiştir. “Camiler, hanlar, hamamlar, kervansaraylar, köprüler, medreseler, saraylar” yaparak, mimari yapıtlarını taş işlemeciliği ile güzelleştirmişlerdir. Bu bağlamda; İslamiyet ve yerleşik hayata geçerek Türk kültürünün sanat anlayışı da farklılaşmaya başlamıştır. İslam dini, put anlayışından korunması adına heykel ve resim sanatından uzak durmuş ve farklı sanat alanlarına yönelmiştir. “Hat, minyatür, tezhip, desenli çini ve seramik, cam” sanatı yapmışlardır. Arkeolojik kazılardan günümüze ulaşılan sanat eserleri; çini, seramik, desen verilmiş taş işlemleri ve halen varlığını sürdüren mimari yapıları görmek mümkündür. Türk sanatındaki değişim ve gelişimin hızı Türk sanat eğitimiyle paralel ilerlediği düşünülebilir. Türk sanat icraatlarının sabır ve emek ile hazırlanarak özgün biçimlerle işlenmesi, şekillendirilmesi, sanatın yenilenme sürecine destek olmaktadır (Umur, 2009, s.5).

Türklerde Grafik tasarımın gelişiminin başladığı dönem Osmanlı dönemidir. 18. yüzyılda Türk kültürüne ait ilk matbaa Mehmet Sait Çelebi ve İbrahim Müteferrika tarafından 1727 yılında kurulmuştur. Matbaadan yalnız Türkler değil, dönemin azınlıklarından; Ermeni, Musevi ve Rum toplulukları da kendi dini eserlerini basmak için faydalanmışlardır. Kanuni Sultan Süleyman döneminde sarayda Enderun mektebi kurulmuştur ve sanatsal alanda önemli adımların atılması ve gelişmelerin sağlanması adına İran, Özbekistan ve Batıdan sanatçılar getirilerek Enderun mektebinde öğretmenlik yaptırılmıştır. Matbaanın gelişimi üzerine mektepte kitap resimleme ve sayfa tasarımları konularına ağırlık verilmiştir (Bilirdönmez, 2016, s.7,8).

1729 ve 1742 tarihleri arasında Türk matbaası toplam 17 kitap basmıştır. Bu kitaplardan “Cihanname” ve “Tarih-i Hind-i Garbi” ilk kez resim ve haritaya yer verilmiştir (Görsel 2.4). Latin harflerin kullanıldığı ilk kitap ise; “Grammaire Tutque” (Türkçe’ nin Grameri) ‘dir (Becer, 2019, s.113).



Görsel 2.4 Türk matbaasında basılan ilk resimli kitapta (Tarih-i Hind-i Garbi) yer alan illüstrasyon çalışması.

1745 yılında İbrahim Müteferrikanın vefatı üzerine Türk baskı sanatının gelişiminde istikrar sağlanamamış ve uzun süreli bir krize girilmiştir. Baskı tekniği ile çoğalan kitap maliyetlerinde düşüşler yaşanmadığından, bilgi ve baskı yönetimi azınlıkların himayesinde kalmıştır. Türk dünyasında, İbrahim Müteferrikanın ölümü ile başlayan baskı sanatındaki tevakkuf (duraklama) dönemi, Choiseul Goffier tarafından yeniden hareketlendirilmiştir. Fransa’dan, Türkiye elçiliğine tayin edilen Choiseul Goffier 1784 yılında, kendi gayreti ile İstanbul’da basımevi kurmuş ve Türk dünyasında yeniden baskı çalışmalarının başlamasını sağlamıştır (Becer, 2019, s.113). 1830’lu yıllara gelindiğinde, Jacques ve Henri Caillol İstanbul’da litografi (taşbaskı) baskı atölyesi kurarak birçok görsel, resim ve çizimleri taşbaskı yoluyla tezyit (çoğaltmak) etmişlerdir. Baskı sanatı ile, 1850’li yıllarda posta pulu basımı ve dergi yayıncılığı üretimleri başlanmış ve ülkede eğitimli grafik tasarım sanatçıları olmadığından,

ürünlerin tasarımlarını ressamlar, hattatlar ve kaligrafi sanatçıları üstlenmiştir (Becer, 2019, s.114).

Baskı teknolojisinin Türk dünyasında yeniden canlandırma çalışmalarının temelleri atılmış olsa da toplumun genel kesiminin benimsediği dini hükümler gereğince resim ve suret betimlemekten çekince yaşadığı düşünülebilir.

Bu nedenle Peygamber hayatını konu edinen; Siyer-ün-nebi, Fetihname, Sefername, Surname ve Hamseler gibi çalışmalar hattatlar, nakkaşlar, müsavvirler ve müzehhip adıyla isimlendirilen sanatçılarca yazılmış ve resmedilmiştir (Becer, 2019, s.112).

Bu öğretiler süsleme amacı ile yapıldığından sanatın teknik bilgilerinden yoksun ilerlemiştir, ışık, gölge, değer, oran-orantı, derinlik gibi öğretileri olmayan sanatın nesneyi ve doğayı gerçekçi yansıtabilmesi adına “Batı tarzı resim” anlayışı gelişmeye başlamıştır. Bu bağlamda ilk kez 18. yüzyılın sonlarında Osmanlı devleti sanatsal faaliyetlerini, Batı tarzı resim anlayışı ile ordunun teknik anlamda gelişmesi adına “Mühendishane-i Berri-i Hümayun’ da hat sanatının yanı sıra ilk kez resim dersi, ders olarak verilmiştir (Etike, 1991, s.24). Türk sanat eğitimi açısından Mühendishane-i Berri-i Hümayun’ da eğitim gören gençlerin yurt dışına gönderilerek sanat alanda ileri yönlü bir adım atılmıştır. Bu gelişmeye müteakip; sanat alanındaki eğitimlerin artması adına Tanzimat döneminde açılan “Darülmualimin-i Rüşdi” de öğretmenler yetiştirilmiştir. Batıya ayak uydurma anlayışıyla sanat, düşünce ve kültür yaklaşımı Çağdaş bakışlarla 1869 yılında “İstanbul Galatasaray Mekteb-i Sultaniye”, 1873 yılında “Daruşşafaka Lisesi’nde batı dillerine eş olarak resim dersleri de okutulmuştur (Tansuğ, 1993, akt., Umur, 2009, s.7).

Resim derslerinin müfredatta yer verilmesi “Devlet Güzel Sanatlar Akademisi” nin zeminini oluşturmaya destek olmuştur. “Sanayi-i Nefise Mektebi” (Güzel Sanatlar Akademisi) 1883 yılında Osman Hamdi Bey tarafından kurulmuştur. Akademinin önemi; öncesinde orduya ve askeriye verilen resim eğitimlerinin, akademinin kurulması ile toplumunda yararlanmasına olanak tanınmıştır. Osmanlı devleti son yıllarında batıya açılması, batıdaki gelişmelerin takip edilmesi ve dönemin hükümdarı sultan Abdülhamit’in sanata olan ilgisi ile batı tarzı bir akademi “Sanayi-i Nefise

Mektebi Âlisi” (Güzel Sanatlar Akademisi) kurulmuştur. “Sanayi-i Nefise Mektebi” nin adı 1927 yılında “Devlet Güzel Sanatlar Akademisi” şeklinde ismi değiştirilmiştir. Akademide resim, mimari ve oymacılık dersleri verilmiştir (Etike, 1991, s.33). 1908 yılında başlayan II. Meşrutiyet ilanının ardından, 1909 yılında “İlancılık Kolektif Şirketi” kurulmuştur. Bu kuruluş grafik tasarımın, günlük ürün ve hizmetlerde kullanılmasına ilişkin ilk girişimi olmuştur (Umur, 2009, s.10). 1909 yılında Türk basın ilanı girişimleri ile grafik tasarım varlığını göstermeye başlamıştır. Dönemin basılan gazetelerine örnek ise; “Tercüman-ı Ahval, Tercüman-ı Hakikat, Tasvir-i Efkân’dır”. Türk grafik tasarımının gelişimine katkı sağlayan dergiler ise; “Diyojen ve Servet-i Fünun” dur. Bu dönemde Avrupa gazetelerinde karikatür sanatına bolca yer verilse de Osmanlı devletinde basılan gazetelerde karikatür sanatı yeni yeni görülmeye başlanmıştır (Bilirdönmez, 2016, s.8). Fakat bu girişim Balkan Savaşı ve I. Dünya Savaşının etkisi ile gelişiminde devamlılık sağlayamamıştır. İlancılık Kolektifin bilinen ilk grafik ürünü ise, Ferah Tiyatrosu adına hazırlanan afiş çalışması olmuştur. İlancılık alanında dışarıdan ithal edilen ürünlerinde afiş çalışmaları yapılmıştır (Umur, 2009, s.10).

Grafik tasarımın Türkiye’ de modern anlamda gelişimi Cumhuriyetin ilk yılları ile başlamıştır. Cumhuriyet kurulmaya başladığında Avrupa’da öğrenimini tamamlayarak Türkiye’ ye dönen grafik tasarımcı ve ressam İhap Hulusi Görey Türkiye’nin kimlik oluşum sürecini yansıtan eserleri ve yalın anlatımı ile “Cumhuriyeti Afişleyen Adam” olarak anılmaktadır. Bu dönem ülke koşulları gereğince Cumhuriyet yeni yeni kurulmuş ve grafik tasarım alanında profesyonelleşme adımları atılmaya başlanmıştır. “İhap Hulusi Görey, Münih Fehim ve Kenan Temizan” basın ilanları, kitap kapak tasarımları, afiş çalışmaları ile Türkiye’de grafik tasarım gelişimine liderlik etmiş ve önemli eserler üretmişlerdir. 1933 yılında Mithat Özar liderliğinde Afiş atölyesi kurularak, Türkiye’de ilk kez grafik tasarım eğitimleri vermeye başlanmıştır. 1956 yılında Afiş atölyesi; “Güzel Sanatlar Akademisi, Afiş Atölyesi, Grafik Bölümü” olarak isim değiştirilmiştir. Burada eğitim gören tüm tasarımcılar, “Grafik Sanatçısı” olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Güzel sanatlar ile birlikte “Grafik sanatı terimi” de Türkiye’de kullanılmaya başlanmıştır (Balaban, vd., 2019, s.49).

Cumhuriyet dönemi ve sonrasına ait diğer grafik tasarımcılar ise; “Kenan Temizan, Münih Fehim, Atıf Tuna, Kenan Ramiz Gökçe, Sait Maden, Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Bülent Erkmen, Mesut Manioğlu” gibi isimlerdir (Balaban, vd., 2019, s.49).

1920’li yıllarda Türkiye’de sanayi alanındaki yenilikler ve ülkede artan üretim ile üretim çeşitliliğindeki hareketlilik grafik tasarım alanına da yansımıştır. Bu süreçte; Eli Acıman ve arkadaşları 1940’lı yıllarda “Faal Reklam Ajansı” nı kurarak ürün tanıtımları yapmışlardır. Süreç içerisinde Koç şirketinin ürün tanıtım çalışmalarını üstlenmişlerdir (Umur, 2009, s.10). Bu bağlamda Türkiye’nin ilk reklamcılarında biri de Eli Acıman’ dır.

1946 yılında Türkiye’ de, çok partili sisteme geçişle beraber yeni kurulan partilerin tanıtım ve görüşlerini halka iletmek amacıyla afişten yararlanılmıştır. Bu bağlamda grafik tasarım alanında hareketlilik yaşanmıştır. Toplumun dinamizmi ve yaşanan siyasi gelişmeler grafik tasarımın kendi içinde çeşitlenmesine destek olmuş, siyasi afişlerde illüstrasyon kullanımına ek olarak tipografi ve amblemler eşlik etmeye başlamıştır.

1950 ve 1960’larda günümüz grafik tasarım bakışının temelleri atılmıştır. Bu yıllarda grafik tasarım gerek eğitim alanında gerekse içerik anlamında gelişme göstermiştir. 50-60’lı yıllarda Türkiye dış pazara açılmış ve dış sermayedarların desteği ile gazete ve dergilerde yer alan reklam içerikleri sayıca artmıştır. Baskı sistemindeki hareketliliğe bağlı; afiş, kitap, gazete, dergi basımlarının sayıca artmasına ek, baskılarda niteliksel bağlamda iyileşmeler gözlemlenmiştir (Bilirdönmez, 2016, s.10).

Döneme özgü ekonomik hareketlilik, üretim ve tüketim malları reklam ve tanıtım alanlarında çeşitlilik, yeni ürünlere ve bu ürünlere yapılacak ambalaj tasarımlarıyla grafik tasarımın çalışma alanını genişletmiştir. Bu yıllarda basın ilan kuruluşunun da var olması sebebi ile reklamcılık hizmeti hız kazanmıştır (Bilirdönmez, 2016, s.10).

1970 ve 1980’li yıllarda grafik tasarım ve reklamcılık alanında, gelişen teknolojik imkânlarla birlikte dönüşümler yaşanmaya başlamıştır. Reklamcılık faaliyetlerinin artması ile bireysel çalışmalar 1970’lerle yerini ekip çalışmalarına bırakmıştır. Bu doğrultuda çalışmalar profesyonelliğe taşınmaya başlanmıştır. Aynı yıl televizyon

yayıncılığında da hareketlenmeler görülmüştür. 1980' yılında ise; gelişmekte olan ve çoğalan reklamcılık faaliyetlerinde hareketlilik yaşanmıştır. Yerli ve yabancı reklam ajansları birbirleri ile ortaklık oluşturarak uluslararası platformlarda markaların ürün tanıtımı ve tüketiciye erişim amaçlı ajanslar arası iş birliği kurulmuştur. 80'lerdeki bir diğer gelişme ise; bilgisayarlar, grafik tasarım sektörü ile buluşmuştur. Grafik tasarımın alanında bilgisayar kullanımı üretimde serilik yaşatmıştır (Balaban, vd., 2019, s.50).

90'lı yıllara gelindiğinde ise; yabancı ajanslarla kurulan ortaklıklar, yerini yerli ve butik ajanslara bırakmış, bu girişimler yabancı ajanslardan edindikleri bilgi birikimi ve tecrübelerle sektörde başarı kazanmışlardır. Aynı yıllarda bilgisayar teknolojisi ve baskı sistemlerinin gelişim göstermesiyle birlikte tasarım alanında çeşitlilik artmıştır.

2000'li yıllarda ise; yapılan çalışmaların, ihtiyaç halinde revize edilebilir ve depolanabilir olması tasarımın işini kolaylaştırmaktadır. Gelişen teknolojiyle tasarımda kullanılan içeriklerin çeşitliliği (font, fotoğraf, illüstrasyon vb.) aynı paralellikte artmıştır.

### **2.3 Grafik Tasarım Süreci ve Tasarım İlkeleri**

Grafik tasarımda tasarım süreci;

- Tasarımcının var olan sorunu veya ihtiyacı fark etmesi ile başlamış olur.
- Sorun (ihtiyaç) yönelik çözüm bulmayı hedefleyecek yaratıcı fikirler bulunur.
- Tasarımcı; soruna yönelik çözüm önerilerini (taslak planını) genel hatları ile belirler.
- Hedef kitleye iletmek istediği mesajı tasarlar.
- Soruna hizmet edecek tasarım hedef kitlenin ihtiyacını karşılıyor mu? Sorusu sorulur.

- Soruna yönelik özgün tasarımlar oluşturulur ve sorunun en iyi karşılandığı tasarım seçilerek geliştirme yolları aranır.
- Tüm bunların sonucunda tasarımcı ihtiyaca uygun çözümü yaratıcılığı ile birleştirerek bütünleştirir.

Tasarımcı hayata geçirmiş olduğu grafik tasarım ürünü ile hedef kitleden dönütler almaktadır. Alınan dönütler neticesinde hedef kitle üzerinde yarattığı etkiler değerlendirilebilir. Bu geribildirimler ile geliştirilip yeniden düzenlenebilir. Grafik tasarım gelişime ve değişime açık bir iletişim alanıdır. Bulduğu dönemin ihtiyacına yönelik ürünler üreterek dönemin sanat ve toplum iletişimini kullandığı teknik ve teknolojik gereçler ile geleceğe yansır.

## **2.4 Grafik Tasarım İlkeleri**

Grafik tasarım ürününün doğru ve sağlıklı ilerleyebilmesini sağlayan ve tasarımcının ve tasarımcının yol haritası olan unsur; grafik tasarım ilkeleridir. Tasarımcı tasarım ilkeleri ile başarılı bir ürün ortaya koymaktadır. Tasarım ilkelerinin birbirlerini destekleyici nitelikleri vardır. Hazırlanan tasarımda tüm ilkelerin dengeli bir şekilde kullanılması tasarımı sağlıklı kılmaktadır. Tasarımcı, hedef kitleye aktarılmak istenen duygu, düşünce, fikir ve sezgilerini özgün ve yaratıcı bir biçimde, tasarım ilkeleri ışığında düzenlemelidir. Tasarımın beş temel ilkesi vardır. Bunlar; 1- Bütünlük (Birlik), 2- Denge, 3- Oran-Orantı (Proporsiyon), 4- Vurgu (Odak Noktası), 5-Ritimdir (Devamlılık), (Becer, 2019, s.64).

### **2.4.1 Bütünlük (Birlik)**

Tasarımın tüm yönlerinin uyum, birlik ve düzen teşkil etme durumudur. Tasarımı belirli bir üslup içerisinde ışık gölge ve tasarım öğelerinin bir araya gelerek oluşturulan varyasyonların uyum ve birlik durumunu yansıtmaktadır (Çınar ve Çınar, 2018, s.14). Bütünlük çalışmaların algılana bilirliliğini kolaylaştırarak daha okunur kılmaktadır. İlkenin doğru kullanımı hedef kitle ile etkileşimini arttırmaktadır. Tasarımda tekrar edilen yapı, biçim, desen, renk veya boşluk, bütünlüğü oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Birlik ilkesinin kullanımı aykırılık ve parçalanmaları dengeleyerek

iyileştirebilmektedir. Tasarımda kullanılan elemanlar ve ilkelerin oluşturduğu bütünlüğün yanı sıra kullanılacak görsel- yazı, fotoğraf-yazı veya kolaj gibi farklı tekniklerin uyumu yakalanmalıdır (Görsel 2.5).



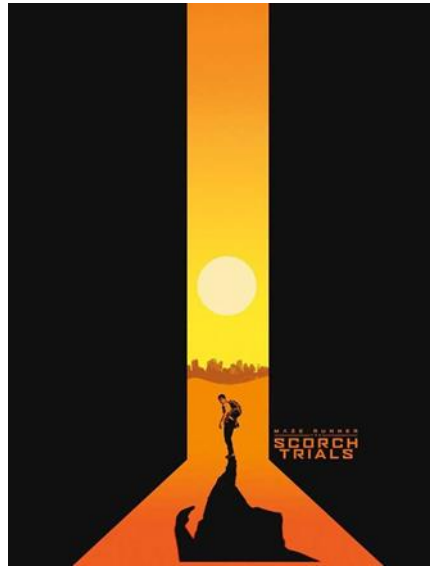
Görsel 2.5 Bütünlük ilkesi örneği

Tasarımcı, yaratıcı bir içerik üretmek amacıyla, tasarım unsurlarını farklı teknikler ve materyaller kullanarak parça bütün ilişkisi oluşturarak, izleyiciye farklı ama bütüncül bir tasarım sunmaktadır (Doğan, 2019, s.21). Tasarımcıya yol gösteren tüm tasarım elemanları (biçim, boşluk, çizgi, değer, doku, görsel hiyerarşi, ton, ölçü, şekil, renk, yalınlık, yön, zıtlık) ve tasarım ilkeleri (bütünlük, düzen, oran-orantı, vurgu, ritim) kullanılarak birlik, düzen, uyum ve tasarımda yer alan öğeler arası, bir bağlantı içerisinde tasarım şekillendirilmektedir. Bütünlük, tasarımdaki tüm içeriklerin birbirini tamamlaması, zihinde bir uyum ve ahenk ile göze hitap etmesiyle gerçekleşmektedir. Bu nedenle tasarımın yönü, görsel düzeni, tipografi kullanımı ve yazı hizalamaları, şekil ve doku tekrarlamaları vb. kullanılan tüm unsurların zihinde genel bir bakış ile bir arada görülmesini sağlamaktadır. Bütünlük ilkesi tasarımda çok önem verilmesi gereken bir ilke olmakla beraber diğer tasarım unsurları ile de desteklenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde kargaşa ve kalabalık bir görüntü oluşması nedeniyle tasarımda başarı elde edilememektedir

## 2.4.2 Denge (Balans)

Denge kavramını doğanın her alanında görmek mümkündür. Tabiatta kendiliğinden var olan tüm oluşumlarda, renklerde ya da sonradan dizayn edilen tüm nesnelere denge görülebilmektedir. “Dengeyi oluşturan her bir harekete karşıt başka bir hareket vardır” (Üner, 2010, s.13 akt., Yılmaz, 2018, s.21). Denge, bir eksen üzerinde var olan tasarım elemanlarının (biçim, boşluk, değer, doku ölçü, renk, çizgi, yön, ton, şekil, yalınlık, hiyerarşik düzenin) uyum ve ahenk içerisinde birbirlerini tartma ve dengeleme sürecinden oluşmaktadır. Çalışmanın yüzeyinde kullanılacak nesne veya içeriklerin birbiri arasındaki uyumu ve bütünlüğü ne kadar artarsa denge de doğru orantıda artmaktadır. Tasarımda kompozisyonun dağılımı tek bir yöne doğru yoğunlaşmamalıdır. Tasarımcı tasarımdaki dengeyi sağlamak adına tüm öğeleri doğru konumlandırmalıdır (Görsel 2.6).

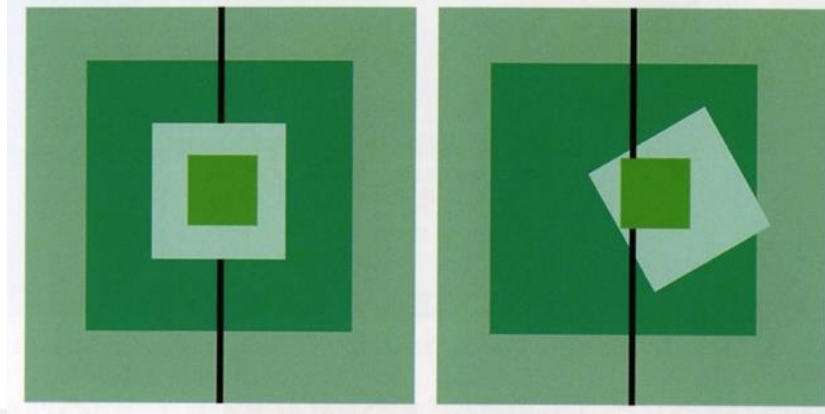
Tasarımda nesnelere arasındaki eşgüdümsel bağın oluşumunu denge kavramı sağlamaktadır. Tasarım elemanlarının doğru ve uyumlu yerleştirilmesi tasarımcıya bütünlük ve denge ilkesini beraberinde getirmektedir.



Görsel 2.6 Denge ilkesi afiş örneği

Tasarımda denge kavramı; rengin, içeriğin (tipografi, fotoğraf, görsel, vb.) izleyiciyi rahatsız etmeyecek şekilde yerleştirilmesidir. Tasarımcı dengeyi sağlayamamışsa çalışmanın göze batmasına ve başarısız bir tasarım olmasına neden olmaktadır. Denge

unsuru kendi başına etkileyici ve bütünlüğü amaçlayan bir yapısı vardır. İki farklı denge biçimi vardır (Görsel 2.7). Asimetrik ve simetrik denge (Doğan, 2019, s.18).



Görsel 2.7 Simetrik ve asimetrik denge örneği

#### 2.4.2.1 Simetrik denge

Yılmaz; 2007, s.36'ın belirttiği üzere; “simetrik denge; karşılıklı denge, yani eşitlikler. Bu tür denge kesin ve karardır. Fakat simetrinin ilgiyi sürdürme gücü zayıftır.” İfadesine değinmiştir (Seçkinöz vd. 1986, s.29 akt., Yılmaz, 2007, s.36). Yeryüzünde simetrik denge için akla gelen örneklerden biri insan vücudunun karşıdan bakıldığındaki, anatomik formlardaki yansımaları simetrik dengeyi ifade etmektedir. Simetri denge mimari formlarda yoğunluklu olarak rastlanılmaktadır (Görsel 2.8).



Görsel 2.8 Simetri denge örneği

### 2.4.2.2 Asimetrik denge

20 yy. başlarında ortaya çıkmıştır. Simetrik dengeye karşıt görüş olarak doğan asimetrik denge, hareketli formlar ile esnek rahat ve uzaklık-yakınlık ilişkili yapıyı temsil etmektedir. Simetride tekrarlamalarla denge ilkesi oluşturulurken asimetrik dengede ise bu durum karşıtlık ile yani kontrast ile sağlanmaktadır (Akgül, 2015, s.33). Dışavurumcu yapısı ile asimetri dinamizmi, özgürlüğü ve hareketli yapısıyla duygu aktarımını yansıtmaktadır. Asimetrik dengede simetrik dengedeki gibi her iki alanda eşit konumdadır. Yalnız asimetrik dengenin kullanıldığı yüzeydeki öğeler birebir aynısı olmayıp farklılıklarla eşitliğin sağlanması amaçlanmaktadır. Asimetrik denge hareketli yapısı ile hedef kitlenin ilgisini çekmektedir. Simetrik dengeye kıyasla asimetrik dengenin algılanması güçtür (Yılmaz, 2018, s. 24,25) (Görsel 2.9).



Görsel 2.9 Asimetrik denge örneği

### 2.4.3 Oran-Orantı (Proporsiyon)

İki veya daha fazla tasarım materyallerinin yan yana gelmesi sonucu oluşan boyutlar arası düzeni yansıtmaktadır (Doğan, 2019, s.19). Tasarımda bulunan tüm öğelerin ölçüleri, boyutları, genişliği ve derinliğinin ölçülendirme ve dengeleme sürecidir. Dikkati ve etkileşimi arttırmaktadır (Demirkol, 2019, s.23). İnsanoğlu; zihinsel ve görsel olarak tüm görülen form ve şekillerdeki ölçülerin birbirleri arasındaki orantısal ilişkiyi kavramayı ve bir bağ kurmayı hedeflemektedir. Farklı orantılardaki yapıların

birbirleri arasındaki dengeli ve ölçekli kullanımını, tasarımda bütünlüğü destekleyebilmektedir.

Orantılı bir çalışma; hedef kitlenin dikkatini çekmekte, dinamik tutmakta ve içeriklerin hedef kitle üzerindeki algı ve fark edilebilirliğe doğrudan etki etmektedir.

Tasarımda kullanılan öğelerin ebatları arasında ilişki kurularak hedef kitleye başarıyla sunulmaktadır. Herhangi bir odaklama veya vurguya yer verilmeden eşit bir bağıntı oluşturulursa eğer tasarım; sığ, hareketsiz, renksiz ve tekdüze kalır. Bu nedenle, dikkat çekici bulunmadığından başarıya ulaşamaz. Nesnelerin boyutları arasındaki proporsiyonlarının doğru kullanımı görsel algıyı ve iletişimi doğrudan etkilemektedir ve tasarımcıya da rehber niteliği taşımaktadır.

Oran orantı ilkesi göz önünde bulundurularak hazırlanan tasarımda, dikkat ve vurgulamanın yapıldığı görsel içeriklerin veya hedef kitleye etkili mesajın verileceği alan, ölçülendirilerek görsel hiyerarşiye uygun yerleşmelerin yapılması gerekmektedir. Burada amaç tek bir öğenin kendi başına orantılandırılmama durumudur. Öğeler arası niteliklerin ele alınabilmesi için bir diğerinden büyük ya da farklı olabilmesi gerekiyor ki kıyaslama söz konusu olabilsin. Farklılıklar ise (büyük, küçük, koyu, açık, vb.) tasarımı ayakta tutmaktadır ve orantısal farklarla dikkati kendi üzerine çekmektedir (Görsel 2.10).

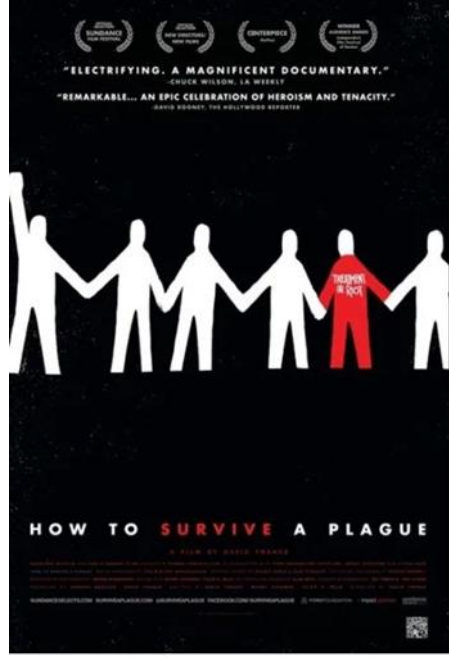


Görsel 2.10 Oran-orantı örneği

Oran orantı içerisinde bulunan altın oran kavramı doğada var olan tüm canlıların oluşumunda yer almaktadır. Doğada altın oranın varlığını tespit edilmesi ilk kez eski Yunan döneminde gerçekleşmiştir (Yılmaz, 2018, s.26).

#### **2.4.4 Vurgu (Odak Nokta, Baskınlık)**

Tasarımı farklı kılan ve ön plana çıkaran yönünün belirlenme durumudur. Amaç, odak noktada dikkatin toplanmasını temel almaktadır (Yılmaz, 2018, s.32). İlkeyi yansıtmamanın yolu; zıtlık elemanından yararlanılarak, baskın alan belirlenebilir veya elamanlar içerisinde renk, doku, ton, çizgi, ölçü, şekil, yön, biçim, boş alan vb. unsurlar ile çalışma ön plana çıkarılabilmektedir. Her kompozisyonun tek bir merkezi bulunmaktadır. Burada iletilmek istenen mesaj, içeriğin odak noktasında yer alması gerekmektedir. Çoklu vurgulama yapılırsa eğer örneğin; görsel, yazı ve renkler baskın olursa, karmaşa oluşmaktadır. Bu nedenle etki kaybolmaktadır. Birden fazla görsel içeriğin dikkat çekmesi gerektiği durumlarda birincil öge ön planda tutularak diğerleri ise ikinci, üçüncü planlara yerleştirilerek görsel hiyerarşiye uygun düzenlemelerle hedef kitlenin dikkatinin çekilmesi sağlanmaktadır. Öncelik sıralaması oluşturulmuş kompozisyonda boş alanların yaratmış olduğu etki ile vurgu daha rahat algılanmaktadır (Becer, 2019, s.74). Tasarımda vurgu noktası belirlenirken; kullanılacak yazı veya görsellerin büyüklüklerinin ve renk, ton değerlerinin ayarlanması tasarımda kullanılacak tüm unsur ve görsel biçimlerinin denemelerinin yapılarak en uygun nitelikte yerleştirilmesi gerekmektedir (Arı, 2019, s.47). Tasarımda vurgunun kullanımındaki başarı düzeyi, hedef kitlenin ilgi ve dikkat düzeyi doğru orantılıdır. Vurgulanacak alanı en iyi yansıtacak içerik, hedef kitlenin bakış açısı göz önünde bulundurularak hazırlanmalıdır ve ardından hedef kitleye sunularak çözümlenmeleri beklenmelidir. Sade ve dikkat çekici bir tasarımı fark edilip okunur kılmanın yolu, ilk bakışta algılanması istenilen alanın; öğelerin rengi, dokusu, tonu, biçimi, görsellerin yapısı ya da tipografik içeriklerle etkili ve yaratıcı bir şekilde vurgulanmasıyla ayarlamalar yapılarak sağlanabilmektedir. Vurgulama; Hedef kitlenin dikkat ve ilgisini canlı tutma imkânı yaratmaktadır. Bu nedenle iletişimi sağlayan destekleyici bir görev üstlenmektedir (Yılmaz, 2018, s.32,33) (Görsel 2.11).



Görsel 2.11 Vurgu ilkesi örneği

#### 2.4.5 Ritim (Devamlılık)

Tasarımda kullanılacak aynı veya benzer içeriklerin ardışık sıralar ile bir düzen doğrultusunda birbirini tekrar etme ve birden fazla yansıtılma durumu, ritmi (devamlılık) oluşturmaktadır.

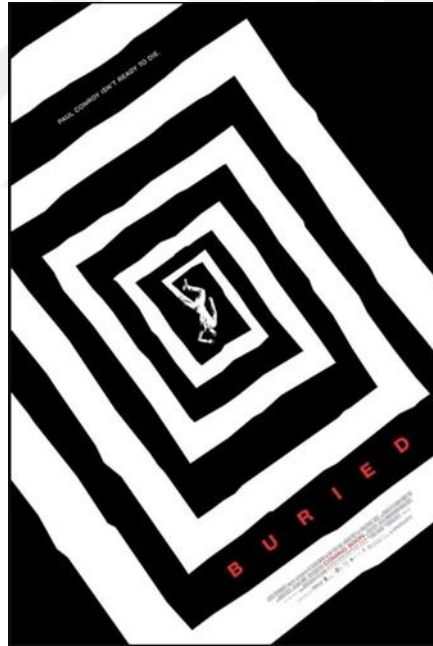
İzleyici, kompozisyonun başlangıç ve bitiş aşamasını ritmik düzen hiyerarşisiyle gözünü gezdirerek incelemektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.159).

Ritim, hareketin gidişatını belirlemektedir. Yazı, tipografi, fotoğraf, görsel, şekil, renk ve formların belirli aralıklarla akustik biçimde bir yöne doğru ilerleme, akma durumunu oluşturmaktadır. Bu olgu tasarımın farklılıklarını yansıtırken çalışmanın odak noktasını, vurgulanmak istenen içeriğin net ve kolay algılanabilmesini de sağlamaktadır. Ritmi destekleyici doku, ton, renk, çizgi, vb. elemanların belirlenen hiyerarşiye uygun, düzenli hareketler ile dengenin oluşmasını desteklemektedir.

Renk kavramının açıklık ve koyuluk değerlerini veya beyaz alanların, şekil ve içeriklerin renk, ton veya yön kontrastlarının ardışık biçimde yineleme sürecini oluşturmaktadır (Akgül, 2015, s.39). Zihinsel olarak algılanamayan ile algılanabilen içeriğin birleşmesi sonucu ya da kolay algılanabilenden daha zor algılanabilene doğru

ilerleyište de ritim oluşturmaktadır. Koyudan açığa ilerleyen bir akış, kalabalıktan azlığa giden bir akış, canlı, yoğun ve baskın renkli bir içerikten softlaşarak pasifleşen ve solgun renklere giden bir akış ile devamlılık oluşturulabilir. Ritmin yönü tasarımın yönünü de belirlemektedir. Tüm bu zıtlıkların ilke ile bütünleşik bir içerik oluşturduğunda, tasarımı izleyici bütüncül okumaktadır ve ritmin tamamını görmektedir.

Tasarımda kullanılacak ögelerin zıtlıkları ile de bir bütünlük oluşturularak tasarımın dengesi sağlanabilmektedir. Örneğin; simetrik-asimetrik, yakınlık-uzaklık, küçük-büyük, negatif- pozitif, renkli-renksiz, dokulu-dokusuz, dar- geniş, bitişik-ayrık, artarak- azalarak, art arda veya arka arkaya görsel hiyerarşi ile denge sağlanarak düzenli tekrarlamalarla oluşturulan sarmal görüntü çeşitliliğinden ritim oluşturulabilmektedir (Görsel 2.12).



Görsel 2.12 Ritim ilkesi rneği

Tasarımda ritmi sağlamak için;

-Görsel, işitsel, biçimsel tekrarlamaların olması,

- Görsel ge ve içeriklerin, insan gözünün algılayabileceği uzaklıkta ve devinimde konumlandırılması,

-Tasarımın odak merkezinde gözün yüzeyde akan içeriği algılayabilmesi ve gözün akışı devam ettirmesi gerekmektedir.

-İnsanın bulunduğu kültür içerisinde kazanmış olduğu öğretilerce, gözün akış hareketleri yukarıdan aşağı ve soldan sağa doğru olabilmektedir. Gözün akışına uygun ve akışı bozmayacak biçimde tasarımlar yapılması gerekmektedir.

-Göz yoğunluktan ferahlığa kalabalıktan açıklığa doğru ilerlemektedir ve dikey olarak tasarım incelendiğinde daha dinamik ve kıvrak olabiliyorken bu durum yatay harekette ise yapı gereği daha yavaşlamaktadır.

## **2.5 Grafik Tasarım Elemanları**

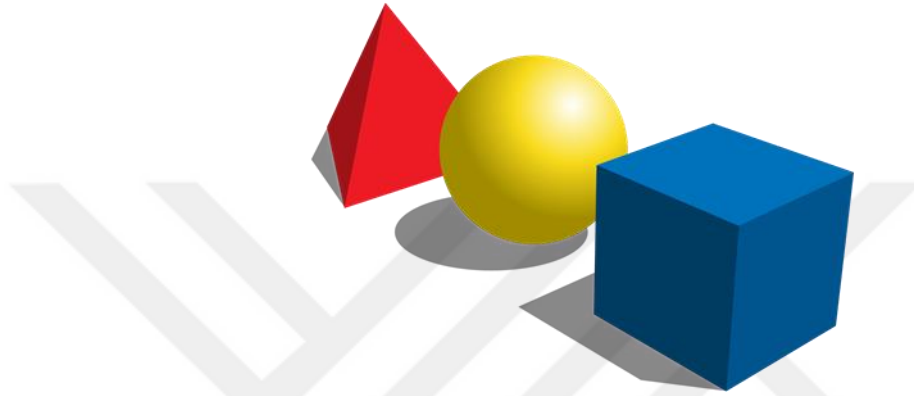
Tasarıma yön vermekte ve ön plana çıkarmaktadır. İlkeleri destekleyerek tasarımcıya yol gösteren, etkileyciliği ve başarı düzeyini arttırmaya yardımcı temel elemanlardır. Bir grafik ürününün başarılı olabilmesi ve hedef kitleyle etkili bir iletişim kurabilmesi bakımından belli başlı kurallar çerçevesinde hazırlanması gerekmektedir. Bu gereklilik içerisinde; “biçim, boşluk, çizgi, doku, değer, görsel hiyerarşi, ton, ölçü, şekil, renk, yalınlık, yön ve zıtlık” olmak üzere, grafik tasarım elemanları yer almaktadır.

### **2.5.1 Biçim (Form)**

Tasarımda kullanılan çizgilerin yoğunlukları ve formların farklı tonlamalar ile yansıtılmasına biçim denilmektedir (Taş, 2020, s.19). Yeryüzündeki tüm yapı ve öğelerin özelliklerine uygun bir biçimi bulunmaktadır. Çizgi, renk ve tonlamalarla yapılan içeriklerin birbirleri arasındaki ilişkisini oluşturmaktadır (Yılmaz, 2018, s. 18). Tasarım elemanları ve ışık/gölgenin vermiş olduğu açık koyu değerler kullanılarak, iki boyutlu yüzeyde hazırlanan tasarımın üç boyutlu bir yapıya dönüştürülmesidir (Buyurgan ve Buyurgan, 2001, s.58), (Görsel 2.13).

Biçimin oluşum sürecinde; tasarım elemanlarının birini veya aynı anda birkaçının da kullanımı tercih edilebilmektedir. Elemanların ne yoğunlukta kullanılacağı tamamen tasarımcının üslubuna bağlıdır (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.130). Sadece bir eleman

ile biçim oluşumu düşünülebilir, çizgi elemanı kullanılacaksa eğer, kıvrımlı, kesitli, sıkı ya da seyreltili yerleştirilmesiyle hacimli ve üç boyutlu bir yapı elde edilmektedir. Bu yapıya genişlik, yükseklik ve derinlikte verilmektedir. Çizginin vermiş olduğu aralıklardaki açık koyu renk geçişleri ile biçim oluşturulabilmektedir. Yaratıcı bir biçimin, hayal gücü ile var olduğu gibi doğada var olan temel yapıdaki formlardan da esinlenilmektedir.

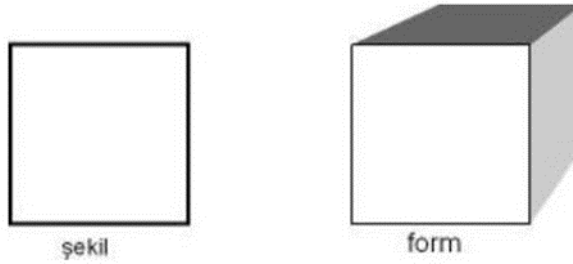


Görsel 2.13 Biçim (form) örneği

Sınıflarına göre biçimler ise; dinamik ve durağan, organik ve geometrik, simetrik ve serbest (asimetrik), köşeli ve yuvarlak, gerçekçi ve sembolik, doğal ve yapay, serbest ve sınırlı (belirli)'dir (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.132). Hitap edilen tüm hedef kitle için aynı etki ve anlamın yalın olarak algılanması sağlanmalıdır. İletişim net olması gerekmektedir. Tasarımda, biçim kullanıldığında sürecin ilerleyişi; şekil ve hareket alanındaki fonksiyonelliği yani işlevi – işleve uygun tasarlanan biçim – tasarıma uygun elde edilen estetik yapı ile parçadan-bütüne doğru bir ilişki kurulmaktadır. Formlar, doğadan ilham alınan tasarımlarda geometrik veya esnek, rahat yapılardan oluşmaktadır. Doğada var olan organik biçimlere örnek olarak insanlar-hayvanlar-bitkilerden oluşmaktadır. Bir diğer içerik ise geometrik biçimlerdir; küre, küp, prizma ve dikkörtgenler prizmasından oluşmaktadır.

Tasarımda form terimi biçimle karşılık bulmaktadır. Fakat bazı durumları ifade ederken “biçim ve şekil” i aynı anlamda kullanılsa da kavram karmaşasına sebebiyet yaratmaktadır. Tasarımda iki farklı terim olarak bilinmektedir. Şekil; iki boyutlu yüzeylere verilen isimken “biçim” ise üç boyutlu ve hacimli yapılara kullanılan terimlerdir (Gezer, 2019, s.601). Biçimin diğer özellikleri ise; içerisinde şekilleri de

barındırmaktadır, malzeme ile ilişkisi bulunmaktadır ve iki boyutlu yüzeylerde ışık gölge kullanımı biçimin daha iyi algılanmasını sağlamaktadır. Biçim tasarlanırken fonksiyonel oluşu ve kendine has özelliği bulunmaktadır. Bulunduğu döneme ait yapısal üsluplar ile sanatçının tarzı bütünleşerek, özü ve yeni bir üslubu oluşmaktadır (Görsel 2.14).



Görsel 2.14 Biçim (form) ve şekil farkı

### 2.5.2 Boşluk (Alan-Espas-Aralık)

Boşluk yokluğu, hiçliği ifade etmemektedir. Aksine bir alanı ve hacmi simgelerken, tasarımın yapı taşlarını da oluşturmaktadır (Lehimler, 2019, s.408). Nesnelerin, birbiri arasına bilinçli bırakılan uzaklığı ve öğeler arasındaki anlamlı aralığını ifade etmektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.145). Negatif alan veya beyaz alan olarak da bilinmektedir. Çizgi, nokta, şekil, renk, ton, doku gibi yerleştirilebilen elemanların aksine boşluk; yerleştirilemeyerek bu elemanlar arası uzaklığı ifade etmektedir. Hedef kitlenin algısını kolaylaştırmaktadır. Boşluk tasarımda rehber niteliği taşımaktadır. Hedef kitle incelediğinde; boş alanlar gözde rahatlama hissi yaratırken, izleyiciyi de dinlendirmektedir (Uygun Sarı, 2020, s.32). Çalışmayı ön plana çıkaran ve dengeleyen elemandır. Hedef kitleye erişimde etkili, dikkat çekici ve destekleyici elemanlardan renk, tipografi ve boşluk kullanımı, tasarımı güçlendirmektedir (Görsel 2.15). Yerleştirilen tüm öğeleri ferahlatmakta ve nefes almasını sağlamaktadır. Boşluk denge ilkesiyle de eş değer ilerlemektedir. Denge ilkesi, göz ardı edilmeyen boş alan kullanımında; hedef kitlenin dikkatini çekebilen başarılı bir süreç oluşturmaktadır. Dengesiz kullanımda ise; tasarımı güçsüz ve başarısız yapabilmektedir.

Boşluk kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar;

- Tasarımcı, çalışmasını boş hissederek doldurma kaygısı içerisine girmemelidir.

- İnsan gözü boşluğu dengede tutacak elemanlar aramaktadır. Fazla kullanımı ise bitmemiş hissi uyandırmaktadır.
- Tekrar eden aynı mesafede boşlukların kullanımı, çalışmayı monotonluğa götürmektedir.
- Boşluğun yetersiz kullanımı tasarımda kullanılan nesnelerin iç içe girmesine ve fazlasıyla doluluk hissi yaratmaktadır. Buda tasarımın başarısını olumsuz yönde etkilemektedir.
- Çalışmalarda uzaklık ve derinlik etkisi ters orantıda ilerlemektedir. Göz nesneden uzaklaştıkça derinlik algısını da yitirmeye başlamaktadır (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.148).



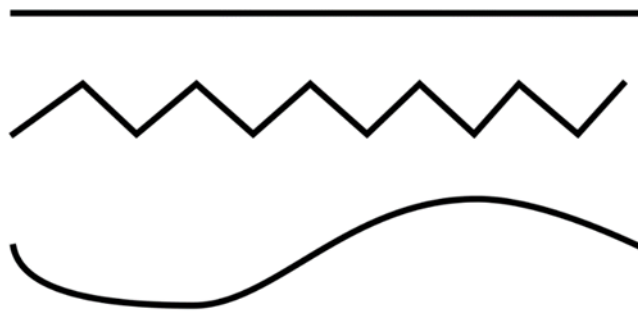
Görsel 2.15 Boşluk örneği

### 2.5.3 Çizgi

Tasarımda oluşturulacak her bir işlem çizgi ile gerçekleşmektedir. İki nokta arasındaki mütemadiyen hareketle oluşmaktadır. Nokta, başlangıç ve doğuş iken çizgi, derinliği,

genişliği olmayan çok sayıda noktaların hareketli yapısı ile devamlılık sağlayarak, tasarımın ve sanatın başlamasına zemin hazırlayan tek boyutlu bir elemandır.

İki boyutlu bir yüzeyde, çizgi elemanı nesnede hacmi oluşturmaktadır (Kaplan, 2015, s.13). Sadeliği, bütünlüğü, dengeyi oluşturan temel yapıdır. Bir yüzeye aktarılmak istenen düşsel ve geometrik hareketleri yansıtılmaktadır. Tasarımda oluşturulacak dinamizm ve durağanlık çizgi ile verilebilmektedir. Kıvrık, inişli çıkışlı veya kesik kesik çizgiler; hareketi, enerjiyi yansıtırken, yuvarlak hatlı veya düz yapılı sabit çizgiler; durağanlığı, güçlülüğü, kararlılığı ve devamlılığı yansıtılmaktadır. Dikey çizgiler ise; hareketi, enerjiyi, akışı ve saygıyı temsil etmektedir. Düşey izgilerse; yorgunluk, aşağı yönlü bir enerji düşüşünü yansıtılmaktadır. Bu nedenle hedef kitlenin ilgisini çekmek için kullanılan temel elemanlardandır (Görsel 2.16). Tasarımlarda kullanılış biçimine göre; heyecanlı veya durağan yapısındaki, duygu aktarımlarının hedef kitle üzerinde etkileyici rolü bulunılmaktadır. Tasarımcı, izgi ile tasarıma sınırlar çekebilmekte, erevelendirebilmekte veya açık kompozisyon ile zgr bırakabilmektedir. Çizginin akış yönü, kombinasyonu, hedef kitlenin tasarımı okuma hızına ve şekline rehberlik etmektedir. izgi elemanının yoğun ya da seyrek kullanılmışlık hissi; ışık, gölge, doku ve tonlamalarla verilebilmektedir. Çizginin bir diğer görevi de stilizasyondur. Stilizasyon; tasarımda yer alan içeriğin sadeleşebildiği kadar sadeleşmesi, daha az çizgi ile ifade edilebilmesidir.



Görsel 2.16 izgi biçimleri

eşitliliğe sahip bir elemandır; kesikli, düz, yamuk, dik- düşey, yatay, uzun, kalın, ince, oval, grenli, keskin, kıvrımlı, ritmik veya diyagonal vb. rneklendirilebilmektedir. Tasarımın odak noktasını oluşturabilmektedir. izgi antropomorfik özelliklere bürünebilen ve bu duyguları izleyiciye yansıtabilen ana

eleman görevi görmektedir (Taş, 2020, s.11). Çizginin yoğun, seyrek veya tekrarlanmalar ile kullanılması doku hissini oluşturulabilmektedir. Tasarımda temel eleman görevi gören çizgi, denge ve bütünlük ilkelerinin de destekleyici unsurudur. Denge sağlanamamış bir tasarımda; tasarımcı çizgi kullanımıyla, dengeyi sağlanabilmekte veya var olan dengeyi bozabilmektedir. Aynı sirkülasyon bütünlük içinde geçerlidir. Tasarımcı; helezonik çizgilerle, dikkatin belirlenen noktada toplanmasını sağlayabilmektedir. Çizgi; hareketleri ile ritim, motif, desen, doku ve kompozisyon oluşturulmaktadır.

#### **2.5.4 Doku**

Doğada yer alan objenin yüzeydeki tekrarlamalarıyla boyutsal olarak, biçim ve düzeni oluşturması doku kavramını yansıtmaktadır (Taş, 2020, s.18). Doğadaki tüm nesnelerin dokusu bulunmaktadır. Dış yüzeylerde kendiliğinden var olan doğal yapının biçimsel tekrarlarıyla oluşmaktadır. Oluşan doku nesnenin özellikleriyle karakterize bir görünümü bulunmaktadır. Yüzeyde beliren görüntünün kalitesi de duyu organlarınca görülmektedir. Duyulara hitap eden bu eleman hem görülebilmekte hem de dokunarak hissedilebilmektedir. Becer dokulu kâğıt yüzeyler için; “grafik tasarımcının vazgeçilmez malzemesi olan kâğıtlar da farklı dokularda üretilirler; sert ve düz, sert ve grenli, yumuşak ve düz, yumuşak ve grenli vb. dokularda üretilen birçok kâğıt türü bulunmaktadır” ifadesinde bulunmuştur (Becer, 2019, s.62).

Dünyada var olan her yapının kendine has bir dokusu mevcuttur. Tasarımda kullanılacak yapının dokunsal duyunun hissettirdiği pürüzsüzlük, yansıtıcı, tırtıklı yumuşak, sert hissini oluşmasıdır. Zihnimizde algıladığımız cismin homojen yapısının dokunsal değerinin nitelendirilişini ifade etmektedir. Dokular yapay ve doğal doku olarak sınıflandırılır (Erdem, 2014, s.18).

##### **2.5.4.1 Yapay dokular**

Evrende var olan objelerin gayret ve teknik donanım ile şekil ve biçim verilip işlenmesidir. Çok çeşitli doku türleri mevcuttur. Yapıların, dokunsal hissiyatının zihinde algılanma biçimidir. Dokulara örnek içerikler ise; girintili, kabartmalı, çukur, kabuklu, pütürlü, pürüzsüz dokular akla gelmektedir. Yapay dokular ise insani

üretimin ürünü olan her şeyin yüzeysel hissiyatıdır. Bunlar; cam çeşitleri, perde, tavan, duvar, kilim, örgü gibi örneklerini çoğaltabileceğimiz nesnelerin biçimsel görülür ve hissedilir halidir (Görsel 2.17).



Görsel 2.17 Yapay doku örnekleri

#### 2.5.4.2 Doğal dokular

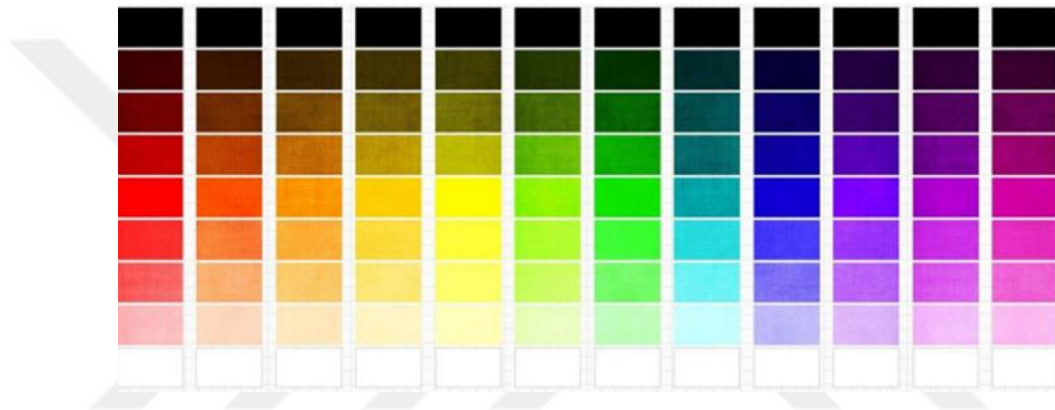
Doğadaki cismin gerçek dokusunu yansıtmakta ve dokunma hissi yaratmaktadır. Doku kavramı içerisinde birçok tasarım elemanını barındırarak (çizgi, renk, biçim) boyut kazanma biçimidir (Erdem, 2014, s.19). Duyusal olarak algılayabildiğimiz ve kendiliğinden var olan yapıların yüzey üzerindeki üç boyutlu şekillenmiş halidir. Taşın, ağaç gövdesinin ya da yaprağının yüzeysel dokusu, bir çiçeğin ya da bir kaplumbağanın kabuğunun dokusu doğal dokulara örnek verilebilir (Görsel 2.18), (Taş, 2020, s.18).



Görsel 2.18 Doğal doku örnekleri

### 2.5.5 Değer (Valör)

Tasarımda kullanılacak renk içeriklerinin, sınıflandırma işlemini oluşturmaktadır. Rengin açıklık, koyuluk değerlerinin yansıtılmasını ifade etmektedir (Doğan, 2019, s.249). Valör, en açık, pastel tonlarından en yoğun, koyu tonlar arasındaki renk akışıdır. Bir renkte siyah veya beyaz pigmentlerinin yoğunluğu ışık-gölge aracılığı ile açık-koyu farklılıkları yansıtmaktadır (URL-3, Megep, 2007, s.5). Herhangi bir rengin, siyah ile başlayarak en koyudan en açığa giden tonlamalardaki geçişlerle beyaza ulaşabilme sürecini oluşturmaktadır (Görsel 2.19), (Becer, 2019, s.261).



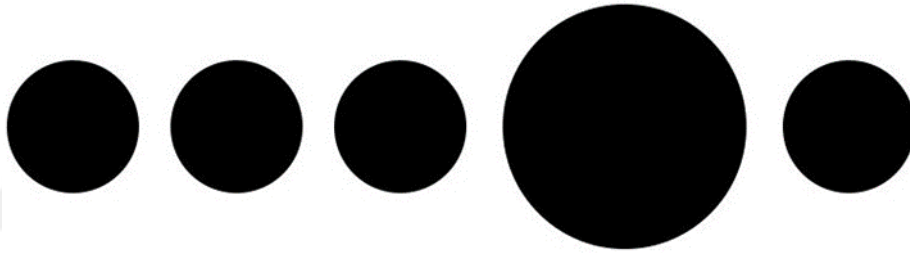
Görsel 2.19 Renklerin değer/ valör skalası

Renk skalasındaki siyahtan beyaza dönüşü, varyasyon derecesi değeri yansıtmaktadır. Kompozisyonda derinlik hissi yaratmaktadır. Kontrast ayarlamalarındaki yumuşak geçişler ile tasarımda vurgu noktası belirlenebilmektedir (Lauer ve Pentak, 1995, s.218. akt., Kaçıran, 2019, s.14). Değerin bir diğer özelliği ise, nesnelere arası yakınlık uzaklık ilişkisi kurmaktadır. Bir nesnenin rengi açıldıkça sanki uzaklaşıyormuş hissi oluştururken aynı nesne koyulaştıkça, yakındaymış hissi uyandırmaktadır. Tasarıma derinlik ve doygunluk hissi katmaktadır. Çeşitleri bakımından valör ise; frekans, yoğunluk, koyu-açık, ışık-gölge ve renksiz valör olarak çeşitlenmektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.100,101).

### 2.5.6 Görsel Hiyerarşi (Sıralama, Koram)

Tasarımda dikkatin ve önemin yoğunlaşacağı alana göre şekillendirilme sürecidir. Tipografinin mi ya da görselin mi vurgu noktası olacağının belirleme durumudur. Tipografik düzenlemeden oluşan bir tasarımın hiyerarşik yapısını belirleyebilmeyen

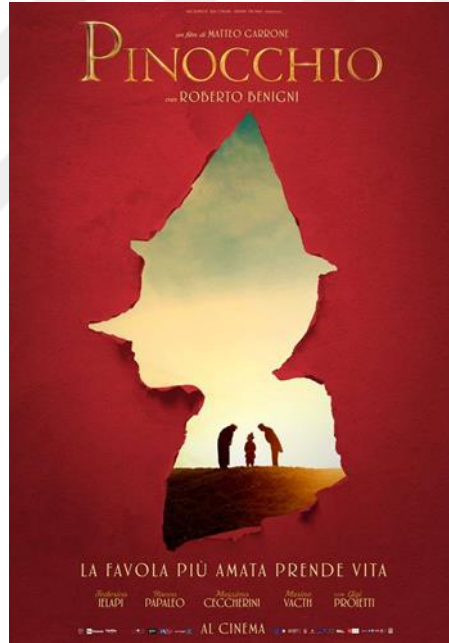
yolu yazıya verilen renk ve boyut ile sağlanmaktadır (Demirkol, 2019, s.24). Sayfaya yerleştirilecek öğelerin, öncelik sırasınca ölçülendirilmesidir. Bu şekilde öne çıkarılacak yönleri belirlenmektedir. Ön plana getirilen öğenin vurucu noktası, ilk sıraya alınarak tasarımın görsel ve zihinsel sıralaması yapılmaktadır (Becer, 2019, s.69). Tasarımda; okurun görsel okumaları, düzen içerisinde ve sistemli takip etme durumudur. Tipografik düzenlenen metinler ülkeler bazında değişiklik gösterebilir. Türkiye soldan sağa, Arabistan sağdan sola okuma yönüne sahiptir. Bu bağlamda hazırlanan çalışmaların ülkelere göre hiyerarşik düzeni oluşturulmaktadır. Görsel hiyerarşi; öğelerin önem sıralamasına göre kademeli şekilde düzenlenme sistemidir. Hedef kitleye ilk ve son hitap edecek görsel içeriğin ne olacağını belirlenmesidir. Bu görsel düzenlemeler içerisinde görsel, fotoğraf, tipografi ya da illüstrasyonlar; slogan, alt başlık ve kısa metnin yerleştiriliş sıralamasını ifade etmektedir (Görsel 2.20).



Görsel 2.20 Görsel hiyerarşi

Hiyerarşi sözel ve görsel içerikler olarak ayrılmaktadır. Her ikisinde de sıralama ve ölçülendirme mevcuttur. Sözel hiyerarşide; slogan, alt başlık ve bilgilendirici metinler yer almaktadır. Görsel hiyerarşide ise; hitap eden görselin vurgulanış biçimi, düzeni ve sıralanış şekliyle oluşmaktadır. Bir tasarımda görsel hiyerarşiyi destekleyici unsurlar bulunmaktadır (Taş, 2020, s.44). Tasarımda kullanılan içeriklerin ön planda tutulması için renk değerleri, yakınlık-uzaklık ilişkisi, sıralamada vurgulanacak içeriğin büyüklük-küçüklük oranı, renk kontrastlarındaki solukluk ve baskınlık, oluşturulacak zıtlık veya doku, kullanılacak boşluk, yaratılacak denge, vurgulanacak yapının tasarım yüzeyindeki konumlandırılış yeri dâhil görsel hiyerarşiyi etkileyici unsurları oluşturmaktadır. Tasarımcı, görsel hiyerarşi aracılığıyla hedef kitleyi yönlendirebilme imkânı bulmaktadır. Görsel hiyerarşi; tasarımda hedef kitle ile temastaki akışın ilerleyişini belirleyen elemanlardandır. İzleyici tasarıma ilk baktığında neyi görmeli ve en son neyi görmeli, bu sıralamada; slogan, kreatif alan görsel, fotoğraf, yazı, bilgilendirici açıklamalar ya da boş alanlar bulunmaktadır.

Buradaki sıralamada hangisinin baskın olacağını, hangi içeriğin geri planda kalacağını ve tasarımın hiyerarşik düzenini belirlemektedir (Görsel 2.21). Görsel hiyerarşi ile birincil, ikincil, üçüncül gibi derecelendirilmeler ile izleyici tasarımı daha rahat okumaktadır (Öztuna, 2007, s.44, akt., Balkan, 2016, s.37). Tasarımcı, derecelendirme yaparken bütünlüğünü bozmayacak şekilde bir görsel hiyerarşi oluşturması gerekmektedir. Aksi takdirde bütüncül olmayan bir tasarımda hiyerarşiden söz edilemez. Görsel hiyerarşi yoksunluğu izleyicinin dikkatini çekmemektedir ve başarısız olarak kabul görmektedir. Gözün, çalışmaları incelerken okuyuş sıralamasına göre akmasını sağlamaktadır. Tasarımın ön plana çıkartılması adına ilke ve elemanların aynı oranda kullanılması üstünlük çatışmasına neden olmakta ve karmaşa yaratabilmektedir.

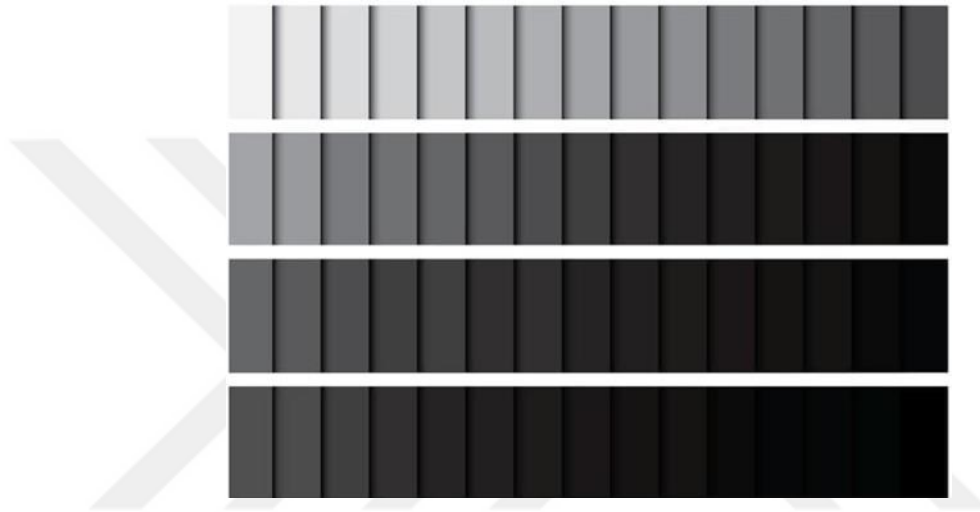


Görsel 2.21 Görsel hiyerarşiye örnek çalışma

### 2.5.7 Ton

Tasarımda belirlenen kompozisyonun genel renk değerlerini, tayfını yansıtmaktadır. Renk skalasında belirlenen siyah ve siyahın çeşitleri (tonları), kırmızı ve kırmızının tonları yani kullanılacak rengin geçiş evrelerini, kontrastını ifade etmektedir (Taş, 2020, s.12). Renklerin açıklık-koyuluk değerlerinin elde edilişi tonu oluşturmaktadır. Rengin içerisine beyaz katıldığında, açık bir tona ilerlerken aynı renk siyah ile buluşturulduğunda, koyu bir tona dönüştüğü görülmektedir (Görsel 2.22). En önemli

öğelerden biride tondur. Çalışma yüzeyinde kullanılan ton geçişleri ile üç boyut etkisi yaratılarak tasarıma derinlik ve vurgu katılmaktadır. Ön plana çıkan ve hedef kitlenin ilgisini çekecek içeriklerin oluşumu tasarımda ışık ile açık koyu değerlerinin kazandırılması ile üç boyut etkisini, tasarımın yönünü ve odak noktasının vurgulanmasında, bütünlüğünün oluşturulmasında veya var olan bütünlüğü korumak, kendi içerisindeki hiyerarşik düzeni yaratmak ton elemanı ile desteklenmektedir (Öztuna, 2008, s.104, akt., Tutaş, 2014, s.23).



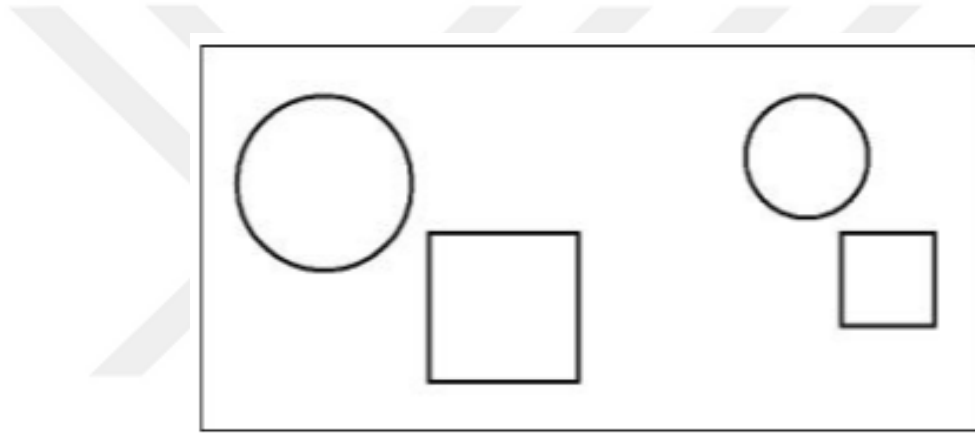
Görsel 2.22 Ton skalası

“Tasarım yüzeyleri üzerinde en fazla izlenen tonlar; grinin çeşitlendirmeleri ve siyahtır. Gri tonlar genellikle görsel imgenin yarım ton reproduksiyon tekniğiyle tramlanması yöntemiyle elde edilmektedir. Ton ve çizgi; tasarımda kontrast oluşturabilen elemanlardır” (Becer, 2019, s.57). “Bir rengin tonlarıyla yapılan tasarımda ya da sadece siyah-beyaz arasındaki ton değerleriyle bile pek çok düzenleme yapılabilir. Böyle çalışmalara tek renkli (monokrom) düzenlemeler denilmektedir” (Güngör, 1983, s.37, akt., Yılmaz, 2018, s.13).

### 2.5.8 Ölçü

Tasarımda kullanılan öğelerin boyutsal farklılıklarındaki sayısal değeri yansıtmaktadır (Genç, 2012, s.32, akt., Yılmaz, 2018, s.19). İnsanlar aracılığı ile nesnelerin boyutlandırılması veya boyutlar arası birimsel ilişkisini yansıtmaktadır (Atalayer, 1994, s.203, 205). Ölçü kavramı tasarımda kullanılan her nesne için verilmektedir.

“Bir grafik tasarım ürünü, daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların bir araya gelmesiyle oluşur” (Becer, 2019, s.62). Ölçüler, boyutlar büyüdükçe tasarımda görsel güç ve izleyicinin kavrama gücü paralel olarak artmaktadır. Bir kavram veya içeriğin öz yapısı gereği ölçülü olma durumuna ölçü denilmektedir. Yüze aktarılan bir kavramın nitelik ve nicelik bakımından bütünlük sağlaması ölçüyü oluşturmaktadır. Tasarımda kullanılacak içeriğin sayısı, büyüklük küçüklüğü, derinliği, genişliği, uzaklık yakınlık ilişkisi, şekli, nesnenin parlaklığı, yer aldığı konumu, fizyolojik ve psikolojik yapısı gibi çoğalabilen içeriklerin tümü ölçünün oluşmasındaki karakteristik özelliklerdir. Tasarımda ölçüler büyüdükçe algılarına bilirlilik ve hedef kitleye hitap kolaylaşmaktadır.



Görsel 2.23 Ölçüde yakınlık-uzaklık

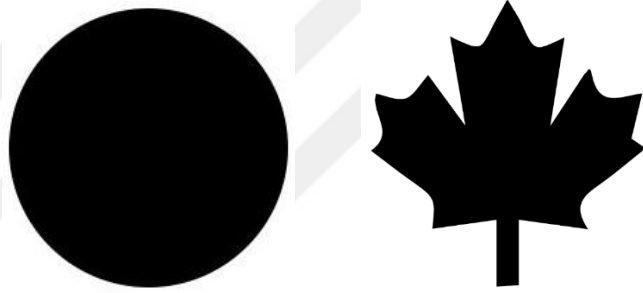
Tasarımda nesneye verilen ölçü büyükse yakınlık, küçükse uzaklık hissi uyandırmaktadır (URL-4, Megep, 2011, s.5), (Görsel 2.23). Gürer’ e göre ölçü; “... her nesne bir niteliğe sahiptir. ... Genellikle nicelik bir sayı ile ifade edilmektedir. Nicelik ve nitelik birbirine bağlıdır. Çünkü bir ve aynı nesnenin yönlerini temsil ederler. Bir başka deyişle nitelikle niceliğin birliğine ölçü denmektedir” (Gürer, 1990, s.29).

### 2.5.9 Şekil

Şekil; kapalı bir yapı olan ve tasarımı, hedef kitleye aktarmakta yardımcı görsel elemanlardandır (Peterson, 1996, s.152, akt., Erdoğan Aydın, 2015, s.70). Dış hatlardan, konturlardan oluşan iki boyutlu yapılardır. Şekil; derinliği bulunmayan iki

boyutlu olgudur. Yüzeğe aktarılan Şeklin, derinliği olmasa bile yüksekliği ve genişliği bulunabilmektedir.

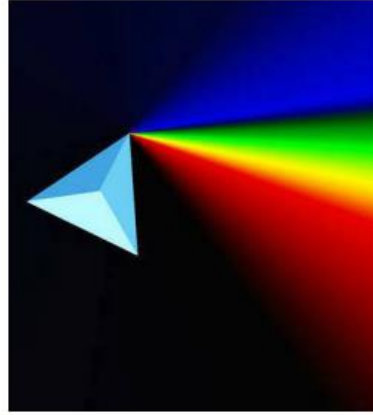
Bir tasarımımda yer alan görsel içeriklerin çevrelendiği formlardır. Kare, yuvarlak, sivri, keskin oval veya hareketli yapıların aldığı boyutlara, Şekil denilmektedir (Çokokumuş, 2020, s.2). Şekil, aldığı boyutsal ve dış görünüŐ özellikleriyle farklı anlamlar ve iletiŐimsel mesajlar taşımaktadır. Dış görüntünün yansıtılmasında, geometrik ve organik Şekiller olmak üzere iki başlık altında çeşitlenmektedir. “Geometrik Şekiller; kare, üçgen ve yuvarlağa temellendirilmiŐ matematiksel biçim özelliklerine sahip doğrusal ve sert kenarlı Şekillerdir. Organik Şekiller ise; doğada sıklıkla karşılaştığımız düzensiz, karmaşık, esnek ve doğrusal olmayan dış hatlara sahip Şekillerdir” (Görsel 2.24), (Erdoğan Aydın, 2015, s.70).



Görsel 2.24 Geometrik ve Organik Şekiller

### 2.5.10 Renk

Cismin yüzeyine yansıyan ışığın görsel algı sonucu gözde oluşturduğu duyuma renk denilmektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.68). ışığın belirli nesnelere çarpıŐması sonucu kırılan ışık parçalarının yansıması ile renkler meydana gelmektedir (Doğan, 2019, s.24). Beyaz ışığın, kristal prizma aracılığı ile kırılmasından orta çıkan kırmızı, turuncu, sarı, yeşil, mavi, lacivert ve mordan yedi temel renk tayfi oluşmaktadır (Görsel 2. 25), (Yolcu, 200, akt., Bilgiç, 2010, s.48).



Görsel 2.25 Renk tayfi

Renk kavramının oluşabilmesi için bir ışık kaynağının olması gerekmektedir. Işığın cisim yüzeyine düşmesiyle renk pigmentlerinin spektral dağılımı, en yoğun renk yoğunluğuna ve dalga boyuna göre cisimlerin renkleri belirlenmektedir. Renk olgusu tasarımı farklı kılabilmekte ve ön planda çıkarabilmektedir.

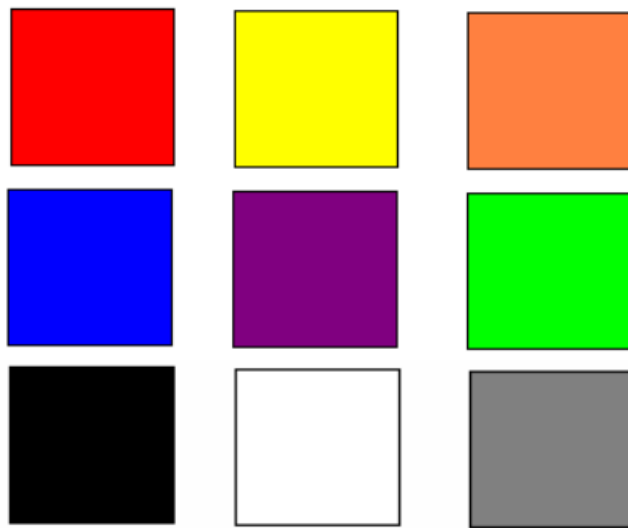
Renklerle üç boyut hissi oluşturulurken, renklerin tonu ile genişlik hissi yaratılabilmekte ve rengin türüyle de içeriğin uzunluğu yansıtılabilmektedir. Rengin yoğunluk derecesi ile yani kroma değeriyle derinlik hissi de verilmektedir (Bilgiç, 2010, s.49).

Tasarımda nesnelerin uzaklaşmasıyla; rengin etkisi azalarak sönük ve donuk görülmektedir. Nesnenin yaklaşmasıyla; etki artmakta, daha parlak ve canlı algılanmaktadır (Sezer, 2001, s.34, akt., Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.77). Tasarımda renk; ana renkler, ara renkler ve nötr renk kavramları ile hayat bulmaktadır. Doğada var olan ana renkler; kırmızı- sarı ve mavidir. Ana renklerin karışımı ile ara renkler; turuncu = (kırmızı, sarı renk karışımı), yeşil = (mavi, sarı renk karışımı) ve mor= (kırmızı, mavi renk karışımı) renkleri oluşturmaktadır (Görsel 2.26), (URL-4, Megep, 2011, s.10).



Görsel 2.26 Ana ve ara renk çemberi

Sıcak ve soğuk renkler, insan üzerindeki hissiyatı ile tasarıma yön veren temel elamanlardandır. Sıcak renkler, dalga boy yüksek olan; kırmızı, sarı ve turuncudan oluşmaktadır. Soğuk renkler ise, dalga boyu düşük; mavi, mor ve yeşil renklerinden oluşmaktadır (Uçar, 2014, s.47). Nötr renkler; gri ve tonlarını yansıtmaktadır (Görsel 2.27). Sıcak renkler; uyarıcı harekete geçirici, soğuk renkler ise; dinginlik, rahatlık hissi vermektedir. Nötr renkler; belirlenen renk pigmentlerine göre sıcaklık soğukluk hissi vermektedir. Renk seçimlerinde, tasarımdaki hiyerarşik düzene göre tasarımı farklı kılmayı, rengin tonu, yoğunluğu, türü, şekli, biçimi, stilizasyonları veya tasarımın odak noktasının belirlenmesinde renk kavramından yararlanılmaktadır (Taş, 2020, s.14).



Görsel 2.27 Sıcak, soğuk ve nötr renkler

Bu kavramlara ek olarak renklerin tonlamalarıyla tasarımın özü yansıtılmaktadır. Renklerle oluşturulan zıtlık tasarımı ön plana çıkarmakta ve kontrast renklerle tasarımın etkisi artmaktadır. Birbirine zıt renkler; kırmızının kontrastı yeşil, sarının kontrastı mor, mavinin kontrastı ise turuncudur. Kontrastlıklar (zıtlıklar) tasarımı dinamik ve parlak göstermektedir.

Rengin fizyolojik ve psikolojik etkileri arasında; iletişimi, algıyı ve mesajı doğrudan hedef kitlesine iletebilen bir yapısı bulunmaktadır (Uçar, 2014, s.47). Renklerin insan üzerinde ki etkilerinin yanı sıra kültürler arası renklerin farklı etkiler yarattığı da görülmüştür (Durmaz, 2009, s.72).

Tablo 2.1 Renklerin algısal etkileri

Renkler	İnsan üzerindeki etkisi
Beyaz	Tüm renkleri içinde barındıran nötr renktir. Genel anlamı ile saflığı, temizliği, sağlığı ve barışı, bilgiyi ifade etmektedir (Taş, 2020, s.17). Olumlu ve kabul edici, onaylayıcı bir yapısı bulunmaktadır (Uçar, 2014, s.48). Çin kültüründe beyaz renk ölümü ve yası temsil etmektedir (Durmaz, 2009, s.70).
Sarı	Genel manası ile neşeyi, zekâyı, dikkati, pozitifliği, dinamizmi, içtenliği ve sıcaklığı yansıtmaktadır. Tasarımda sarı renk vurguyu ve dikkati ifade etmektedir. Sağlığın ve iyimserliği yansıtmaktadır. Bu açıdan gıda ambalajlarında sıklıkla tercih edilmektedir (Becer, 2019, s.60). Sarı rengin pek çok ülkeye göre farklı algılanma özellikleri vardır. Örneğin; eski Mısır'da gözden düşme, utangaçlığı (Uçar, 2014, s.52), Fransa'da kıskançlığı, Çin'de değerli, kutsanan renk, Batı toplumunda ise ihaneti ve korkaklığı sembolize etmektedir (Sözen, 2003, s.100 akt., Durmaz, 2009, s.75).
Turuncu	Turuncu ana renklerin birleşimi ile sıcaklığı yansıtmaktadır. Uyum, canlılık, gençlik, dayanıklılık, neşe, yüreklilik ve sıcaklığı sembolize etmektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.84). Stratejiyi, yapıcılığı, iletişimi, bilimi, uygarlığı, enerjiyi simgelemektedir (Becer, 2019, s.60).

Tablo 2.1'in devamı

Renkler	İnsan üzerindeki etkisi
Kırmızı	Sıcak bir renktir. Dikkat çekici ve tasarımı ön plana çıkarıcı özelliği bulunmaktadır. İştah açıcı bir renktir, aşkı, ateşi, heyecanı, korkuyu, tutkuyu ve hırsı simgelemektedir (Durmaz, 2009, s.72). Kırmızı renk gayreti, inancı, mutluluğu yansıtırken kan basıncını da yükselten renktir (Becer, 2019, s.60). Çin'de şans ve rahatlığı temsil etmektedir (URL-1, Megep, 2012, s.8).
Yeşil	Genel ifadesi doğallığı, katkısızlığı, tazeliği ifade etmektedir. Sakinleştirici ve dinginleştirici bir etkisi bulunmaktadır. Yeşil rengin güven vererek yaratıcılığı destekleyici ve rahatlatıcı bir yanı vardır. Mavi ve sarı renklerin bir arada kullanılması ile oluşmuştur. Doğanın huzurunu, baharı simgelemektedir. Trafik kurallarında hareketi simgelerken İslam coğrafyasında dini değeri olan cenneti temsil eden renktir (Tıgılı Tuzcu, 2012, s.31). Gençliği, zenginliği, ferahlığı, sükûneti, gelişmeleri ve tecrübesizliği simgelemektedir (Özsoy ve Ayaydın, 216, s.84).
Mavi	Mavi güveni, çalışkanlığı, resmiyeti, huzur, umut, kabulleniş, sadakati, ileri görüşlülüğü, dürüstlüğü ve ağırbaşlılığı temsil eden soğuk renklendir. Bu nedenden kaynaklı iş yerinde mavi renkler tercih edilir. Amerika'da cinsiyet ayrımlarında mavi renk kullanılır. Çin'de sonsuzluğu, İngiltere'de ise depresif hali, hüznün ve kederi sembolize etmektedir (Durmaz, 2009, s.77). Eski Mısır'da sonsuzluğu ve mutlaklığı ifade etmektedir (Uçar, 2014, s.55).
Lacivert	Sonsuzluk hissini ve otoriterliği simgeleyen lacivert kozmik bir renkten oluşmaktadır. Başarıyı, güçlülüğü ve verimliliği yansıtmaktadır. Derinlik hissini ve iktidarı simgelemektedir. Bu nedenle pek çok global firmaların logolarında lacivert rengi görülmektedir (Pircivan, 2010, s.25).
Mor	Mor kraliyetin rengi olarak bilinmektedir, lüksü, kaliteyi, zengin yaşamı ifade etmektedir (Durmaz, 2009, s.79). "Melankoli, drama, ciddiyet, azamet, hile ve desiseyi de sembolize etmektedir" (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.84).
Pembe	Çocuksuluğu, dişiliği, şefkat hissini, merakı, uyumu, sevgiyi, içtenliği ve neşeyi simgelemektedir. Rahatlık hissiyatını uyandırmaktadır (Pircivan, 2010, s.23).

Tablo 2.1'in devamı

Renkler	İnsan üzerindeki etkisi
Siyah	Asaleti, kararlılığı, gücü, yönetimi, ciddiyeti, özlemi temsil etmektedir (Durmaz, 2009, s.71). Avrupa'da ve Asya'da ölümün ve hüznü simgeleyen siyah, gizemliliği ve bilinmezliği de ifade etmektedir (URL-1, Megep, 2012, s.8). Japonya'da ise mutluluğu simgelemektedir.
Gri	Olgun ruh halini ve davranışlarda ölçülü olma hissiyatını uyandırmaktadır (URL-4, Megep, 2011, s.24). Kişide duygusallığı, pişmanlık hissinin oluşmasını ve asaleti temsil etmektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.84).
Kahverengi	Kahverengi insan üzerinde hızlı olma hissi uyandırmaktadır. Bu nedenle gıda sektöründe birçok içerik ambalajı ve mekân tasarımlarında kahverengine yer verilmektedir. Planlılığın ve sistemliliğin rengidir. Gerçekliği ifade etmektedir (Pircivan, 2010, s.26). "Rahatlık, doğallık, arkadaşlık, yaşlılığı ve olgunluğu simgelemektedir" (Özsoy ve Ayaydın, 2016, s.84).

Renk kavramı insanlar üzerinde fizyolojik ve psikolojik etkiler yaratmaktadır. Kullanıldığı alan içerisinde hedef kitleye mesajı doğrudan iletmeye yardımcı bir eleman görevi görmektedir (Uçar, 2014, s.47). Renkler, tasarım ve hedef kitle arasında sözsüz iletişimi sağlayan, tasarımın ve sanatın yapı taşları arasında yer almaktadır.

Renklerin bir tasarım yüzeyine aktarıldığındaki etkileri;

- Renkler, kullanıldığı yüzey üzerinde dikkati çekmeye yardımcı elemanlardandır.
- Tasarım ürünleri, renklerin desteğiyle akılda kalmakta ve hatırlanabilmektedir.
- Tasarımda kullanılan renkler göze hitap ederek güzelleşmekte ve çekiciliği artmaktadır.
- Renkler, kullanım amacına yönelik insan psikolojisini etkilemektedir. Örneğin; mavi renk, mesafeyi, güveni ve saygıyı yansıttığından iş görüşmesine giden bir kişinin mavi giymesi karşısındaki kişiye olumlu izlenimler yaratacağından insanların algısını değiştirebilmekte ve etkileyebilmektedir.

- Renkler ile içerikler vurgulanabilmekte ve kontrastlarıyla ön plana çıkartılabilmektedir.

### 2.5.11 Yalnlık

Yalnlık; estetik görünümü iyileştirirken, tasarımda algı ve etkiyi arttırmaktadır. Tasarımda sadeliğin kullanımı; dağınıklık hissini ortadan kaldırmak ve tipografik unsurların fazla kullanımını sınırlandırmaktadır (Kaçıran, 2019, s.16). Tasarımda sade bir üslup kullanılması, hedef kitlelerle iletişimin sağlıklı kurulmasını sağlamaktadır. Görsel ve tipografik içeriklerin yoğunluğunun sade oluşu tasarımı kolay okunur kılmaktadır. Kalabalık içeriklerle hazırlanan çalışmada çok fazla renk, görsel veya yazı gözü yormakta ve hedef kitle tarafından bütüncül algılanamamaktadır. Bu nedenle tasarım dikkat çekmeyerek, başarısız kabul görmektedir. Bu bağlamda; tasarımdaki tüm öge ve içerikler çok fazla yerleştirilmemelidir. İçerik sade, yalın tutulmalıdır (Görsel 2. 28).



Görsel 2.28 Yalnlık örneği

### 2.5.12 Yön

Tasarımın genel bütününde; hareket akışının ne tarafa doğru aktığını göstermektedir. Çalışmada renk, çizgi, nokta gibi içeriklerin hangi tarafa yoğunlaştığına bakılmaktadır. Görsel okumalar; sola, sağa, diyagonal, dikey, yatay, ileri, geri akış olmakla beraber

tasarımda verilecek görsel veya tipografik mesajın hareket yönüne yansıtılmaktadır (Taş, 2020, s.19). Tasarımdaki yönelişler incelendiğinde; Dikey yöneliş tasarıma hareket katmakta, yatay pasiflik hissi uyandırmakta ve eğik yönelişler tasarıma canlılık ve devinim kazandırmaktadır (Görsel 2.29).



Görsel 2.29 Yön örneği

Tasarımda çizgilerin veya noktaların farklı kutuplara yönelmesi akışı oluşturmaktadır. Tasarımcı, çalışmasında vereceği mesaj ile tasarımını yönlendirebilmektedir (Becer, 2019, s.62). Yön elemanı ile tasarım yüzeyinde yer alan tipografik veya görsel içeriklerin hareket ile devinim kazandırılmasıdır.

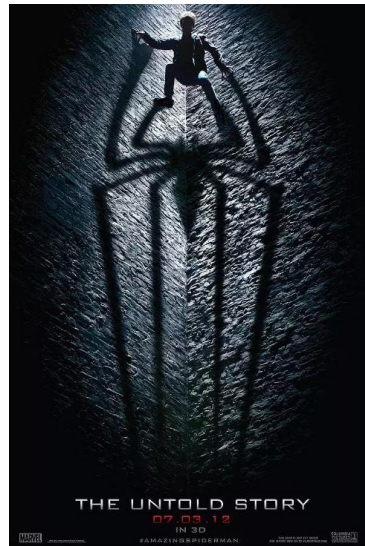
### 2.5.13 Zıtlık (Karşıtlık, Kontrast)

Zıtlık kavramı; tasarımı farklı kılmakta, dikkat çekmekte ve ön plana çıkarmada yardımcı bir elemandır. Tüm tasarım elamanları ile zıtlık bütünleştirilerek, göze hitap eden çarpıcı bir tasarım ortaya konulabilmektedir. Zıtlıktan yararlanılırken bütünlüğün bozulacağı durumlarda ve tasarımı geriye götürecek uyumsuzluklardan kaçınılmalıdır (Demirkol, 2019, s.24). Zıtlık, tasarım unsurlarının desteği ile oluşan farklılıklardır (Ocakoglu, 2010, s.50).

Her nesnenin kendisine ait özelliklerini, özümsemesi için zıttı ile birleştirildiğinde öz yapıları ortaya çıkmaktadır. Varlığı bilinen her şey zıttı yani karşıtı ile anlam kazanmaktadır. Canlılığın karşıtı cansız, gecenin karşıtı gündüz, yazın karşıtı kış, kalının karşıtı ince, yakının karşıtı uzaktır. Her öge karşıtı ile değer bulmaktadır. Grafik tasarımda biçim, ölçü, doku, değer, renk, ton, yön ve boyut uygulamalarıyla zıtlık sağlanabilmektedir. Zıtlıktaki misyonel bakış; kullanıldığı yüzeylerde klişeliği, sıradanlığı ve bayağılaşmış içeriklere canlılık kazandırarak çarpıcı ve farklı bir ahenk yaratmayı hedeflemektedir. Zıtlık, tasarımı tamamlamakta, dengelemekte ve hedef kitlenin ilgisini dinamik tutmaktadır (Ermiş, 2012, s.57). Tasarım yüzeyinde yer

verilen öğelerin her bakımdan uyumunun sağlanması tasarımı dingin kılmaktadır. Bir tasarımda birkaç yönden uygunluk yoksa zıtlık denilirken, hiçbir anlamda uygunluk kalmamışsa buna aykırılık denilmektedir (Güngör, 2005, s.97).

Tasarımcı, içeriğini hazırlarken odak merkezi ya da hedeflediği alanı göz önünde tutmak amacı ile zıtlık elemanına başvurmaktadır. Renklerle zıtlık oluşturulan bir tasarımda, tüm renklerin birbirine karşıt olması tasarımda karmaşa oluşturabilmektedir. Zıtlığın kullanılacağı yüzeyde, tasarımın ana fikri çeşitli renkler ile kontrast yaratılarak tasarımın ön plana çıkartılabilmektedir. Böylece, tasarım karmaşadan uzaklaşarak, canlı bir tasarıma dönüşebilmektedir (Görsel 2.30). Zıtlık, çalışmanın gücünü ve fark edilebilirliği arttırmaktadır. Hedef kitleyi dinamik tutmakta ve dikkatin dağılmasını engelleyerek tasarımı ilgi çekici kılmaktadır. Zıtlık ile standartlık, monotonluk bozularak tasarım farklı, canlı, yaratıcı, çeşitli ve çarpıcı hale dönüşebilmektedir. Karşıtlık, içerikleri özelleştirerek zenginleştirmektedir. Karşıtlık etkisi bulunmayan tasarımlarda ise; tekdüzelik, yüzeysellik, sıkıcılık ve hareketsizlik ve durağanlık hâkim olmaktadır. Bu sebeple, tasarımda yer verilen zıtlık elemanı hedef kitlenin tasarıma bakma süresini doğrudan etkilemektedir. Zıtlık hedef kitleyi uyarmakta ve tasarıma hayat vermektedir.



Görsel 2.30 Zıtlık örneği

## 2.6 Tasarımda Kompozisyon

Kompozisyon, bütünlüğün tamamını yansıtmaktadır. Tasarımda kullanılacak içerik ve öğelerin uyum içerisinde yerleştirilmesidir. Köken olarak ‘Componare’ den gelmektedir. Latince kökene sahip olan kompozisyon; düzenlemeler ve hizalamalar ile yerleştirilme işleminin genel anlatımıdır.

Başka bir ifade ile kompozisyon, tasarım ilke ve elemanlarının, çalışmaya bağlantılı yerleştirilme sonucu görüntüsel etkinin oluşturulma durumudur. (Becer, 2019, s.256).

Açık ve kapalı olmak üzere iki tür kompozisyon vardır.

### 2.6.1 Açık Kompozisyon (Sınırsız Görüntü)

İki boyutlu bir tasarımda, kullanılacak alana tasarımın sığmaması sonucu açık kompozisyon ortaya çıkmıştır (Becer, 2019, s.249). Görsel ve grafiksel elemanların tasarlanacak alanın dış yüzeyinde de devam etmesidir. Tasarım belirlenen zemin içerisinde sınırlı kalmayarak sınırsızlığı yansıtan kompozisyon türüdür.

Açık kompozisyonla hazırlanan çalışmalar öğelerin yerleşimi ve yönü gereği hareketli ve asimetrik görülebilmektedir. Açık kompozisyon, ilk kez Barok akımı ile kullanılmaya başlanmış ve sınırlı yüzeylere hâkim kalmayarak sınırsız görüntü ile alan özgürlüğünü yansıtmaktadır.

### 2.6.2 Kapalı Kompozisyon (Sınırlı Görüntü)

Tüm görsel veya sözel öğelerin tamamının, sayfa sınırları içerisinde sığdırılmasına kapalı kompozisyon denilmektedir (Becer, 2019, s.255). Çalışmanın hazırlanacağı alanın sınırları çerçevesince kalıplandırılmasıdır. Tasarımın, belirlenen düzlem içerisindeki aktarılacak alana, kapalı kompozisyon denilmektedir. Tasarımcının, belirlenen yüzey içerisinde, tüm tasarımı alıcıya yansıtabilmesi gerekmektedir. Dış alanda (açık kompozisyon) devamlılığı bulunmamaktadır. Zihin tamamen belirlenen yüzey içerisinde tasarımı okumaktadır. Kapalı kompozisyonda tasarım belirlenen şeklin içerisinde ibarettir.

## 2.7 Grafik Tasarım Ürünleri

İletişimde; iletilen içerik hakkında, hedef kitleyi bilgilendirme, düşünce, tutum ve duyguları değiştirebilme veya var olan düşüncenin yerini hedeflenen fikir ile değiştirilmesi amaçlanmaktadır (Akgül, 2015, s. 40). Grafik tasarım ürünleri, temsil ettiği kavramın tanıtılmasından hatırlanmasına kadar gerek ticari gerek sosyal amaçlı kullanımlarda yer alan unsurlardır. Kurumsal kimlik kavramı içerisinde yer alan, kapalı ya da dış mekân uygulamaları olarak kullanılabilen, günümüz teknolojileriyle paralel dijital uygulamalar da içeren, çoklu medya uygulamaları grafik tasarım ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Amblem-logo-logotaype, piktogram, illüstrasyon, masaüstü yayıncılık araçları, basılı ürünler ve yayıncılık, TV radyo reklamları, multimedya uygulamaları, dijital uygulamalar, vb. geniş kapsamlı ürün yelpazesine sahiptir. Grafik tasarım ürünleri hazırlanırken; tasarım ilke ve elemanları ile kompozisyon kuralları çerçevesinde tasarımlar oluşturulmalı, yapılan çalışma hedef kitlenin dikkatini çekebilmeli, beklenen ilgiyi uyandırabilmeli ve etki bırakabilmelidir. Tasarım, farklı bakış açılarıyla, ele alınarak hedef kitleye çarpıcı biçimde sunulmalıdır.

### 3. AFİŞ

Afiş, sanatsal kaygılarla hazırlanmış kısa ömürlü bir iletişim şeklidir. Fransızca ‘affiche’ kelimesinden dilimize geçmektedir. İngilizcede ‘poster’ Almandada ise ‘plakat’ olarak isimlendirilmektedir. Afiş, Türk Dil Kurumu’na “Bir şeyi duyurmak, tanıtmak amacı ile hazırlanmış kalabalık ortamlara asılan görsel duvar ilanı” olarak ifade edilmektedir (URL-2, TDK, 2022). Afiş; bulunduğu dönemin sanat anlayışını ve ülkenin kültürel izlerini taşımakta ve sanatın diğer dallarından beslenerek gelişmektedir. Tarih boyunca afişin gelişimi incelendiğinde, sanat akımlarının izlerini görmek mümkündür. Bu nedenle afişler geçmişin sanatsal, kültürel, sosyal, siyasi ve ekonomik olarak geçmişten geleceğe belge niteliği taşımaktadır (Işık, 2010, s.13,14).

Bir kurum hakkında bilgi vermek veya bir ürünü tanıtmayı amaçlayan kitle iletişim aracıdır. Toplumla hizmet ederken dikkat çektiren, kendini okutan geniş kitlelere hitap ederken görsel, tipografi, renk veya deneysellik ile odak noktasına baktıran basılı grafik tasarım ürünüdür. Afiş; hitap ettiği topluluğun ilgisini çektiği anda etkileşim sağlanmış olmaktadır. Hayatın her alanında karşılaştığımız, ideolojik ve estetik yapısı ile afiş, göz önünde olan bir sanat ürünüdür. Günlük hayatta karşımıza çıkan reklam, tanıtım ve bilgi verici içerikleri ile afişleri, dış ve iç mekânlarda dijital mecralarda kısacası insanların var olduğu her alanda görmek mümkündür. Afişin, hedef kitle ile teması anlık ve kısa süreli olması nedeniyle fark edilebilir ve dikkat çekici bir niteliğe sahip olması gerekmektedir. Bu durum ise yaratıcılık ve özgünlük ile mümkündür.

Dijital dünyada; iletişimde ve tanıtımlarda, farklı dijital kanallı kitle iletişim alanları (sosyal medya reklam alanları, dijital perde, video tabanlı içerikler) gelişse de afiş önemini koruyup insanın var olduğu her alanda varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Afiş; diğer iletişim kanallarına kıyasla toplumla birebir temasından kaynaklı, alıcıya en hızlı ulaşabilen kitle iletişim aracı olmaktadır. Önemi tarih boyunca koruyan afiş, bulunduğu topluma uygun gelişim göstermekte, halkın talep ve yaşam biçimine uygun örneklerle uygulanmaya devam edilmektedir. Geniş kitlelere hitap eden afiş; kültürel, siyasi, ticari, sosyal ve sanatsal boyutları ile dönemin sanat

algısı ve bulunduğu ülkenin çağdaşlık ve gelişmişlik düzeyi hakkında ipuçları veren, güncel olaylarla bütünlük kuran, topluma hizmet eden sanat ürünüdür.

Afiş; bulunduğu toplumun sorun ve yeniliklerini dikkate alarak, toplumun geneline yön verip düşüncelere farklı bakış açıları kazandırmaktadır. Afişte verilen mesaj ve yaratıcı görsel imgeler; sorgulamayı, farklı görebilmeyi sağlamaktadır. Afiş; farkındalığı arttırmayı, düşündürmeyi amaçlamaktadır (Alkoç, 2017, s.14).

Afiş iletmek istediği toplumsal (sosyal), ekonomik, kültürel, sanatsal ya da siyasi olayları, tanıtımları, hizmetleri veya mesajları doğrudan alıcıya sunmaktadır. Afiş tasarımına başlanmadan önce, toplumun hangi kesimine aktarılacağı doğru şekilde belirlenerek buna uygun mesaj ve içerikler oluşturulmalıdır. Her topluluğun, ilgi alanları ve afişe yönelimleri farklılık göstermektedir.

Afişte yer verilen iletinin kolay kavranabilir, yalın ve öz içeriklere sahip olması gerekmektedir. Afişte kullanılan imgeler, tasarlanacak geometrik formlar metinsel ileti ile uyum içerisinde olmalıdır.

Afiş süreç boyunca çoklu alanlarda kullanılmıştır. Tiyatro ve sinemalara teşvik etmek, filmi tanıtmak, bir kuruluşu ya da kişiyi yüceltmek, hizmeti tanıtmak, Cumhuriyetin ilk yıllarında topluma ulus bilinci kazandırmak, ürün sattırmak, tatil veya seyahati cezbedici göstererek ikna etmek, çevre kirliliği, küresel ısınma gibi duyarlı olmayı teşvik edecek içerikte afişler tasarlanmaktadır (Dinçeli, 2016, s.36).

Geniş kitlelere hitap eden afiş günümüzde rekabet içerisinde dir. Tasarımcı bu rekabet sistemi içerisinde farkını ortaya koyarak yaratıcı, çarpıcı çalışmalar oluşturmaktadır. Afiş değerlendirme kriterleri içerisinde yer alan mesaj- mesaj, görsel bütünlük, sözel hiyerarşi ve fark edilebilirlik kriterleri göz önünde bulundurularak tasarımlar yapılmaktadır. Afişte, görsel bütünlük ile sözel düzenin önemi bulunmaktadır. Afişteki çarpıcı- net slogan ve içerik başlıklarının, düzenine dikkat edilmesi gerekmektedir (Dinçeli, 2016, s.37).

Afişte görsel ve sözel iletilerin dizilimi hiyerarşik ve birbirlerini destekleyici nitelikte olması gerekmektedir. Sözel ve görsel temalı, iki farklı yapıyı insan gözü

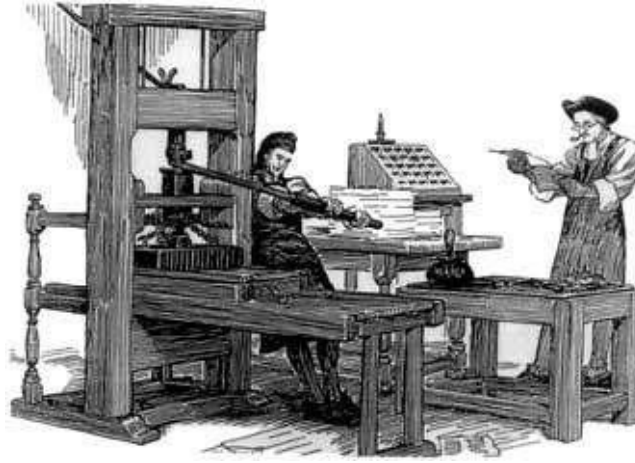
bütünleştirerek anlamlı ilişkiler kurmaya çalışmaktadır. Bu nedenle; sözel ve imgesel öğelerin anlamlı, bütüncül ve hiyerarşik konumlandırılması gerekmektedir (Tepecik, 2002, s.74). Teker'in ifadesi ile; “hedef, mesajı süratle iletmek olan afişler izlenmek için değil, anında fark edilmek için tasarlanmalı ve değerlendirilmelidir. Afişin ana amacı enformasyon vermek yerine, mesajı çarpıcı şekilde iletmek olmalıdır” (Teker, 2009, s.140).

### 3.1 Afiş Tasarım Tarihi

İlk çağ uygarlıklarında ifade biçimi olarak, görsel imgeler kullanılmıştır. Yazının bulunuşuyla, istekler, kurallar, şartlar tabletlere kazınarak iletişim sağlanmaya başlamıştır. Yazının kullanıldığı papirüs yaprakları, kil tabletler ya da dikili taş anıtları dönemin iletişim araçlarını oluşturmaktadır.

Asur ticaret kolonileri; M.Ö. 4000'lerde Anadolu'daki ticaretlerinde ürünlerini satmak amaçlı, ürün bilgilerini kil tabletlere yazarak tanıtımlarını yapmışlardır (Kaplan, 2015, s.37). Eski Yunan ve Roma döneminde gladyatör savaşlarının, çeşitli gösterilerin, şenliklerin, törenlerin, sirk oyunları gibi gösterilerin bilgilerinin yer aldığı yazılar, tahta levhalara yazılarak halka duyurmak amacıyla roma sokaklarına ve duvarlarına asılmıştır. Diğer yandan; ticari amaç ile satılan ürünler hakkında bilgiler içeren mermer taşlar, halkın yoğunlukta olduğu bölgelere dikilerek, duyuru işlemi yapılmıştır. Eski Mısırda ise; esir ve kölelerin satılması veya kaçakların yakalanması amacıyla, meydanlardaki taşlara veya papirüslere esirin özellikleri, yaşı ve fiyat bilgilerinin yazıldığı bilinmektedir (Akgül, 2015, s.46).

Afiş tasarımlarının gelişim evrelerinde matbaanın rolü büyüktür. Almanya'nın Mainz şehrinde, 1450 yılında Johann Gutenberg tarafından matbaa icat edilmiştir. Gutenberg; 1455'te metal harfler ile baskı tekniği kullanarak ilk basılı kitabı olan “Gutenberg İncili”ni basmıştır. Kitap 42 sayfadan oluşmaktadır (Erdal, 2015, s.78). Gutenberg tarafından icat edilen ahşap baskı makinası ‘tipo baskı’ olarak isimlendirilmiştir, sonraki yıllarda gelişen endüstri ve baskı teknikleri ile matbaanın gelişim süreci hızlanmıştır (Görsel 3.1).



Görsel 3.1 Matbaa makinası örnek gösterimi (temsili)

Matbaanın icadı ile çoğaltma işi kolaylaşmış, hızlanmış ve basılı ürünler geniş hedef kitlelere kolaylıkla ulaşmıştır. Matbaanın icadı, afişin gelişimini de hızlandırmıştır. İlk kez 11. yy.'da Fransa'da, Notre Dam De Saint-Four Piskoposluğuna ait kiliselerin kapılarına, yardım toplamak amaçlı asılan, kâğıt yüzeylere tasarlanan el yazılı afiş bildirisi 'bağışlayıcı Meryem Ana' afişi yapılmıştır. 17. yüzyılla birlikte afişe, talep ve ihtiyaç arttığından kullanım alanları genişlemiştir. Bu gelişmelerle 1772 yılında, afiş çalışmalarının takibini ve düzeninin sağlanması için Fransa' da 'Afişçiler Birliği' adı altında 40 kişilik üye oluşturulmuştur. Bu üyelerde aranan tek özellik ise, okuryazar olmalarıdır (Akgül, 2015, s.46). Matbaanın bulunuşunun ardından afişin sanatsal kaygılarla hazırlanması hemen gerçekleşmemiştir. Afiş; 18. yy. sonlarına doğru 1860'larda sanatsal bakış ile buluşmuştur (Işık, 2010, s.27). 18. yy. öncesine ait hazırlanan afiş tasarımlarında, görsel kullanımı mevcut olmadığından yazılı afişler bildiri niteliği taşımaktadır (Serin vd., 2006, s.116 akt., Arı, 2019, s.18,19). Afişçilik alanı, 1830 yıllarında 'litografi' taş baskının kullanımıyla, gelişmeye ve büyümeye başlamıştır (Akgül, 2015, s.46).

Alois Senefelder (Görsel 3.2), 18. yy.'da Almanya'nın Münih şehrinde, litografi tekniğinin buluşunu üstlenerek, görsel içerikler ile yazının aynı kalıpta yüzeye aktarma işlemini keşfetmiştir. Alois Senefelder; kendi kitabında litografiyi şöyle ifade etmiştir: "1796'da yeni olan bu yöntem, amacında tamamen mekanikti, oysa mevcut baskı yöntemine, 1799' da başladım, tamamen kimyasal olarak adlandırılabilir". (URL-5, Senefelder, 1911, s.32). Litografinin kelime kökeni Latince'den türemektedir. "Litos"

kelimesi taş “graphein” yazmak veya kazımak kelimelerinin bir araya gelmesi ile taş baskı oluşmaktadır (Akgün, 2017, s.430).



Görsel 3.2 Alois Senefelder

Taş baskı; afişte yazı ve görsel içeriklerin zenginleşmesini sağlamıştır. Renk geçiş ve tonlama yapabilme olanağı yaratmıştır (Arı, 2019, s.19).

Taş baskı kullanımı yaygınlaşmadan önce; afiş çoğaltımı, zorluk ve zahmet gerektirmekteydi. Renk ve tonlama düzenlemelerinde, tekrar çoğaltma imkânı olmadığından, maliyette paralel olarak artmaktaydı. Afişteki tüm bu zorluklar, taş baskının icadıyla kısmen de olsa çözüme kavuşmuştur. İlk yıllarda litografi kullanımının, maliyetli olduğu düşünülse de renklerin ve tonlamaların, tekrar kullanılabilir oluşu, afişte litografi yönelimini yaygınlaştırmıştır. Litografi kullanımıyla, görsel ebatlar büyümüş ve yazı-görsel uyumunun bütünlüğü kurulmuştur. Litografiyle renk kullanımı; mekanik seri üretimden, kimyasal seri üretime geçişi kolaylaştırmıştır.

17. yy’da kilise, meyhane veya dükkân gibi daha çok iç mekânlara asılan afişlerin konuları genel olarak; halkı din ile ilgili konularda aydınlatmak, dönemin tiyatro oyunlarını bildirmek veya askerlikle ilgili duyuruları içermekteydi. (Yılmaz, 2018, s. 40). Fransız devrimi ile birlikte afiş tasarımları iç mekânlara mahkûm kalmayıp artık cadde ve sokakları da süslemeye başlamıştır. Afişteki bu özgürleşme ve keskin

değişimin sebebi 1881’de çıkarılan Fransız basın özgürlüğüdür. Fransız devriminin, başlamasındaki ana düşünce; “Özgürlük, eşitlik ve kardeşlik” kelimeleridir. Bu düşünce ile “Yurttaşlık Hakları Bildirgesi” yayınlanmıştır. Dönemin özgürlük anlayışı; dil, din, statü fark etmeksizin, ülkeden ülkeye yayılarak, tüm dünyada yankı uyandırmıştır. İlk değişim ise; sokaklarda başlamış, halkın özgürlük bilinci afiş tasarımının gelişiminde ve özgürleşmesinde basamak görevi görmüştür. Bu değişimle artık afişler şehrin her köşesine asılabilir hale gelmiştir. (Kolçak, 2019, s.9,10).

Fransız devriminin etkileriyle okur-yazarlıkta artış gözlemlenmiş ve eğitime talep artmıştır. Bu doğrultuda baskı- yayıncılık endüstrisinde yaşanan yoğunluk ile kitle iletişim çağının adımları atılmıştır.

19. yüzyıla geçildiğinde, sanayi; diğer adıyla endüstri devrimi başlamıştır. Mekanikleşme ve seri üretim hız kazanmış bu paralellikte baskı endüstrisi de gelişmiştir. Bunun sonucunda grafik tasarım kavramı hayat bulmuş ve ürünleri değer kazanmıştır. Bu bağlamda afiş sanatı da önem kazanarak başta; endüstri alanında olmak üzere; reklam, ürün tanıtımları ve bilgilendirmeler yapmak amacıyla, toplumun birincil kitle iletişim aracı olmuştur.

Endüstri devrimiyle yayıncılık alanı doğmuştur. Baskı endüstrisindeki çoklu renk kullanımı, afişleri daha göze hitap eder kılmıştır. Bu dönemde insanların hayatına “kentleşmek ve teknoloji” gibi yeni oluşumlar girmiştir. Kentleşmenin beraberinde oluşan, eğlence endüstrisi, afiş sanatının gelişimini desteklemiştir. Afişin; eğlence, tiyatro, opera gibi sanat alanlarında kullanım talebinin artmasıyla, afiş tasarımlarındaki görsel kalite de artmıştır (Kolçak, 2019, s.10). Endüstri devriminin, sanat ve tasarım alanına kurduğu ticari hâkimiyet zamanla sanatçılar tarafından tepkiyle karşılanmaya başlamıştır. Bu tepki süreç içerisinde “Arts and Crafts” adıyla bir tasarım akımına dönüşmüştür. “Arts and Crafts” tasarım dünyasında, yeni bir akıma yönelimin, imkânını oluşturmuştur (Yılmaz, 2018, s.42). William Morris liderliğinde başlatılan bu yönelimin felsefesinde; endüstrinin getirisi olan, kalitesiz ve niteliksiz ürünleri reddederek tasarım ve el sanatlarının kullanılması vurgulanmıştır (Becer, 2019, s.99).

Arts and Crafts akımı ile yaşanan gelişmeler, afişe ve tasarım dünyasına önemli derecede yön vermiştir. Bu akıma yönelen ilk sanatçı; çağdaş afişin simgesi olan Fransız Jules Chéret'tir. Yaptığı tüm afiş tasarımlarında kadın tiplerini kullanarak kadın özgürlüğünde öncü isim haline gelmiştir.

İskin (URL-6, 2014, s.32) kitabında Jules Chéret' i "Paris duvarlarının ilk ressamı, afişteki sanatın mucidi olarak onurlandırıldı. Chéret tarafından başlatılan sanatsal poster, ham ticari çekiciliği estetize etti" şeklinde ifade etmiştir.

Jules Chéret; Art Nouveau hareketinin de önemli temsilcilerindendir. Evrensel bir sanat akımı olan Art Nouveau' un (1890-1910) yirmi yıl etkisi görülmüştür. Ülkeler arası akımın adında ve yapısında değişiklikler görülse de temelinde, karşı çıkmayı ve değişimi savunmaktadır. "Avustralya'da: Secessionstil, Almanya'da: Jugendstil ve Fransa: Art Nouveau" şeklinde isimlendirilen akımın görsel yaklaşımı çiçek motifli, hareketli yuvarlak formlu çizgiler ve organik şekillerden oluşmaktadır. Art Nouveau (Görsel 3.3); dekoratif sanat düzeni ve tasarım tarzıyla; endüstri tasarımı, iç mimarlık, dış mimarlık ve grafik tasarım gibi birçok alana hitap etmektedir (Kurt, 2019, s.12).



Görsel 3.3 Art Nouveau sanat akımına örnek gösterim

Jules Chéret' in öncülük ettiği sanat afiş geleneği Henri de Toulouse-Lautrec ile devam etmiştir (Yılmaz, 2018, s.43). Çağdaş afiş sanatının bir diğer simgeleşmiş ismi; 1864

Fransız ressam Henri de Toulouse-Lautrec' tir. Afişlerinde çoğunlukla, bahar ve kadın imgeleri ile eğlenceli yaşamı, renkli gece hayatını, dansçıları yansıtan uygulamalar yapmıştır. Eserlerinde; genellikle hareketli yazılar, yuvarlak hatlı, kıvrak çizgisel formlar kullanmıştır. 1891 yılında, ürettiği “Moulin Rouge” afişi taş baskı ile hazırlamıştır. (Akgün ve Bulduk, 2015, s. 60).

“20. yy. başlarında ortaya çıkan Kübizm, Fütürizm, Dada, Sürrealizm De Stijl, Süprematizm ve Konstrüktivizm gibi modern sanat akımları dönemin grafik tasarımını da yakından etkilemiştir” (Becer, 2019, s.101). Sanatsal akımlar ve evrensel gelişmeler, yaşanan savaşlar, dünyada köklü değişikliklere sebebiyet vermiştir, sanat, ekonomi ve siyasi pek çok alanı etkilemiştir. Yaşanan olaylar ekseninde afiş tasarımlarında, ikna etme ve algısal yönlendirmeden kaynaklı kitle iletişim aracı olmaktan çıkartılarak, savaşın etkisi ile kitle iletişim silahına dönüştürülmüştür (Yılmaz, 2018, s.44).

1919 yılında Walter Gropius' tarafından Almanya' da Bauhaus okulu kurulmuştur. Bu okul işçiliği mimari ve tasarımla bütünleştirmeyi hedeflemektedir. Bu anlayış ve bakış açısı grafik tasarımın gelişiminde ve şekillenmesinde rol oynamıştır. Bauhaus' un sade, yalın ve işlevselliğe önem verilmesi günümüz grafik tasarım düşüncesinde de hala korunmaktadır (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s.18, akt., Kurt, 2019, s.15).

1960'larda Pop Art akımı gelişmiştir. Bu yıllarda sinema ve müzik sektöründeki hareketlilikle afişe ilgi yoğunlaşmıştır. 70'lerde ise; baskı teknolojisindeki yeniliklerle, renkli ofset makinalarının kullanımıyla afişin içerisine fotoğraf da dâhil edilmiştir. Teknolojinin gelişimi ile dijital cihazların ve bilgisayar destekli grafik ürünleri afişin gelişimini destekleyerek birçok yenilik ve kolaylık sağlamıştır (Kaptan, 1996, s.25 akt., Kurt, 2019, s.16).

*“Teknolojik gelişmeler, grafik tasarımı dil ve biçim yönünden oldukça etkilenmiştir. Post-Modernist tasarımlarda izlenen, görsel efektlere yüklü imge kalabalıklarının en önemli nedeni; bilgisayar teknolojisidir. 1980 ve 1990'ların grafik ürünlerini dijital bilgisayarlar ve lazer teknolojisi biçimlendirmektedir. Buna karşın; günümüzde bazı tasarımcılar, bilgisayarların tasarım işlevini sıradanlaştırdığını ve bu yüzden tasarımcının bir yaratıcı olarak kendi rolünü yeniden tanımlaması gerektiğini savunmaktadır”* (Becer, 2019, s. 111,112).

### 3.1.1 Sergilenecek Alanlara Göre Afişler

Afiş tasarımları sergilendikleri alanlara göre ikiye ayrılmaktadır. Bunlar; dış mekâna yönelik ve iç mekâna yönelik afiş tasarımlarıdır.

#### 3.1.1.1 Dış mekân afiş tasarımı

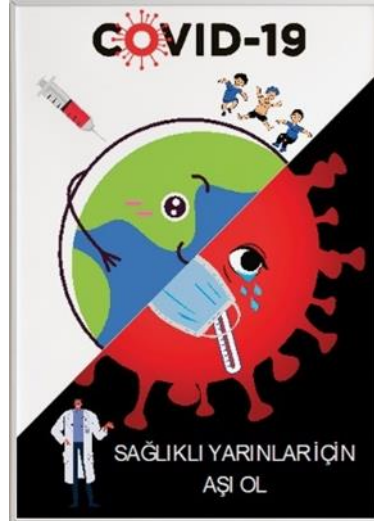
Dış mekân afiş tasarımları; iç mekân afişlere kıyasla daha çok dikkat çekmektedir. Okunurluk süresi kısa olduğundan görsel içeriği zengin tutulmakta, yazı ise az ve öz kullanılmaktadır. Dış ortamda afiş; çevresindeki nesnelere de tasarıma dâhil edebildiğinden, dikkat çekici ve etkili bir tasarım oluşturmaktadır. Kullanım alanları; Bina dış cepheleri, reklam panoları, duraklar ve araç yüzeyleridir (Görsel 3.4).



Görsel 3.4 Dış mekân afiş örneği

#### 3.1.1.2 İç mekân afiş tasarımı

İç mekân afişlerde afişin okunma süresi uzundur. Bu sebeple afişte tipografik unsurlara daha geniş yer verilmektedir. Dış mekân afişlere kıyasla bilgi içeriği yüksek afişlerdir. Kullanım alanları ise; duyuru panoları, bina içinde veya giriş kapılarında, koridorlarda, salonlarında ve iç mekân bildiri alanlarında kullanılmaktadır (Görsel 3.5).



Görsel 3.5 İç mekân afiş örneği

### 3.1.2 Afiş Tasarımı ve Üretiminde Kullanılan Unsurlar

Tüm sanat alanlarında, farklı teknik ve üslup ile çalışıldığı gibi afiş sanatında da birçok teknik, yöntem ve uygulamalar kullanılmaktadır. Bu bölümde bu unsurlara yer verilmiştir.

#### 3.1.2.1 Serigrafi baskı

El ile hazırlanabilen ve şablonlardan oluşan bir baskı tekniğidir. Serigrafi baskı 20. yy.'ın önem verilen bir baskı çeşididir. Baskıda imgeyi oluşturan şablonların, elle kesilerek ya da fotografiyle de hazırlanabilmektedir. İlk olarak 8. yy'da Çin ve Japonya' da ortaya çıkmıştır. Geliştirilerek günümüz renkli, özel, çok renkli baskıların kullanımı başlamıştır. Serigrafi baskıda sıklıkla ipek kalıp tercih edilmektedir. Bu nedenle ipek baskı olarak da isimlendirilebilmektedir. Diğer baskı tekniklerine kıyasla daha yavaştır. Serigrafi baskının çok yönlü işlevinin olması, baskı endüstrisindeki önemini korumaktadır (Becer, 2019, s.140,141).

#### 3.1.2.2 Bilgisayar teknolojisi

Teknolojinin gelişimi ile bilgisayar kullanımı, hayatın bir parçası haline gelmiş ve afişte bir unsur olarak yer almıştır. Bilgisayar, tasarımcılara yaratıcılıklarını yansıtabilmeleri için büyük kolaylıklar sağlamıştır. Bu bağlamda hayal güçlerini

destekleyecek, tasarımları üretebilmeleri için birçok tasarım programı üretilmiştir. Bilgisayar tabanlı afişlerde, tasarım süreci hız kazanmıştır. Tasarımda renk, görsel ve içerik denemelerini bir tık ile düzeltme imkânı sağlarken, hataların onarımını da kolaylıkla telafi edebilmeyi mümkün kılmıştır.

### 3.1.2.3 Fotoğraf

Kaplan (2015, s.71) “Fotoğraf; yalın bir şekilde afiş olarak kullanılabilceği gibi, çeşitli laboratuvar teknikleriyle fotoğrafın üzerinde grafiksel değişiklikler yapılarak afiş tasarımında kullanılabilir” açıklamasında bulunmuştur.

*“Bu teknik fotoğrafın üzerine, yazı uygulaması doğrudan yapılabileceği gibi, transfer yazılar kullanılabilir veya baskıdan önce montaj aşamasında yazılar yerleştirilebilir. Bu işlemleri siyah beyaz veya renkli fotoğraf üzerinde yapmak mümkündür. Bir fotoğrafın kendi başına sanat değeri taşımasının dışında grafik tasarımda bir iletiyi yansıtan simge konumundadır ve konunun taşıdığı kavramı yansıtan simge konumundadır ve konun taşıdığı kavramı yansıtan bir görüntü haline gelir. Kendi nesnel gerçekliği içinde bir görüntünün, grafik tasarımda bir iletiyi yansıtan nitelikleri, tasarımcının öznel buluşlarına bağlıdır ve bu öznel yaklaşım, daha çok tasarıma özgü kurgulanan fotografik görüntüye yüklenen anlama ilişkilidir” (Akgül, 2015, s.70,71).*

### 3.1.2.4 İllüstrasyon

İllüstrasyon; resimle eş özellikler taşıdığından, resim sanatının bir çeşidi olarak görülmektedir (Uludere, 2019, s.57). İllüstrasyon tekniği grafik tasarımcının kâğıt yüzeyine çeşitli malzemeler kullanarak veya dijital ekrana özgünlüğünü ve yaratıcılığını aktarmasıyla yapılan bir tasarımdır (Yılmaz, 2018, s.74).

Becer’e göre; “başlık slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak “illüstrasyon” adı verilmektedir” (2019, s.210). Bir illüstrasyon çalışması hedef kitlenin dikkatini kolaylıkla çekebilmektedir (Mücellit, 2019, s.20).

İllüstrasyon geleneksel ve dijital olarak iki başlık altında incelenebilir. Geleneksel yöntem; “elde çizim” teknikleriyle veya çeşitli malzemeler kullanılarak tasarımın belirlenen yüzeye aktarılma işlemidir. Tasarımcı geleneksel yöntemle düşüncesini yalnızca kâğıt zeminde değil, hayal ettiği tüm yüzeylerde özgürce ifade edebilmektedir.

Tasarımcı çalışmasını hazırlarken; kâğıt, maket bıçağı, cetvel, fırça, kalem, silgi, gönye, pergel, yapıştırıcı, renkli kâğıtlar, kâğıt çeşitleri, makas gibi çoğaltabileceğimiz birçok araç kullanmaktadır (Becer, 2019, s.211). Geleneksel çizim, kara kalem, renkli kuru boya, guaj boya, pastel boya, lavı, sulu boya, akrilik, püskürtme, çini mürekkeple tarama, karışık, kolaj, fotoğraf gibi birçok teknik kullanılarak tasarımcı yaratıcı düşüncesini ortaya koyabilmektedir (Yılmaz, 2018, s.74). Dijital yöntem ise; tasarı taslak aşaması kâğıt yüzeyinde tamamlandıktan sonra, dijital kanallar aracılığıyla tasarıma dönüştürülmektedir. Geleneksel çizim ile hazırlanan bir çalışma bilgisayar ortamında düzenlenerek dijital yönteme dönüştürülebilmektedir. İnternetin verdiği imkânla tasarımcı aradığını kolaylıkla bulabilmektedir. Bu sayede tasarımını düşlediği gibi şekillenmektedir. Grafik programlarındaki efektler ve çeşitli özellikler sayesinde illüstrasyonlar daha dikkat çekici ve çarpıcı olabilmektedir. Seri üretim ve düzenleme grafik programlarında çok daha kolaydır ve tasarımcı hata yapmış olsa bile geri dönüşü ve düzenlemesi geleneksel yönteme kıyasla çok daha kolaydır.

*“İllüstrasyon, herhangi bir problem için betimlemeyle çözümün sağlanmasıdır. Çözüm sağlanırken genellikle; yorum yapma, eğitime, teşvik etme, şaşırtma, hikâye anlatma, açıklama, yönlendirme, bilgilendirme, süsleme ve eğlendirme gibi mesaj unsurları kullanılmaktadır... Fikirlerin resmedilmesi ve mesajın, hedef sapmaksızın iletilmesi, illüstrasyonun çerçevesini çizmektedir. Yorumlayarak sunmak dışında, yoruma açık olmaktan kaçınan bir görselleştirme yöntemidir” (Dursun, 2013, s.39).*

İllüstrasyonun temelinde tasarımcının hayal gücüyle kurguladığı görselleri anlamlı ve doğru biçimde hedef kitleye iletmek amaçlanmaktadır. Benzer şekilde, bir afiş çalışmasında da mesajın yaratıcı ve net bir biçimde alıcıya iletilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda illüstrasyonun afiş ile dinamik bir bağı bulunmaktadır. Afişte anlatılmak istenen konu, çeşitli malzemeler, dijital çizimler ve fotoğraf çalışmaları ile desteklenebildiği gibi, tasarımcı bir afiş hazırlarken illüstrasyon yöntemlerinden faydalanabilir.

### **3.1.2.5 Tipografi**

Afiş tasarımları, hedef kitleyle genellikle hareket halindeyken iletişim halinde oldukları için; okunabilen font seçimi önemlidir. Afişi biçimlendiren tipografi, harflerle sanatı bütünleştiren ve hedef kitlenin dikkatini çeken önemli bir unsurdur. Tipografi yazıyı sanatla ifade etme serüvenidir. Tipografi; yaratıcı fikrin görsel

temalarla bir araya getirilerek, dönüştürmesi ve estetik bir biçim verilme işlemidir. Tipografi tasarıma duygu ve hareket kazandırmaktadır. Hedef kitlenin tasarıma bakışını da değiştirebilmektedir.

Etkili bir tipografi yaratabilmek için tasarımda dikkat edilmesi gereken hususlar vardır. Bunlar;

- Tipografik unsurlar tasarımda önem sırasına uygun yerleştirilmelidir. “Bölüm, alt bölümler, mantıklı biçimsel değişimler, simge ve renkler anlaşılabilirliğe katkıda bulunur ve okuyucuya zaman kazandırır” (Becer, 2019, s.176)
- Görsel malzeme tipografinin önüne geçmemelidir.
- Hedef kitleye kendini kolay okutturmalıdır.
- Tipografinin tasarımda ileteceği mesajın net ve söz diziminin dolaysız olması gerekmektedir.
- Tipografi; iletişim akışını bozacak şekilde estetik yapıya bürünmemelidir. İletimden yoksun ve yalnız estetik formu önde tutulan bir tipografi tasarımı temel işlevini kaybederek iletişim görevini yerine getirememektedir. Becer, (2019, s.176)’in ifadesiyle “güzellik ve estetik tipografinin ham maddesi değil, yan üründür”. Buradaki ana yapı net-iletişimdir.
- Tasarımda tipografi; karakterlerin boyutsal oranı, yazı tipi, kalınlığı ve satır aralığı, espası tipografiyi oluşturan aşamalarıdır. Hedef kitlenin dikkatini koruyarak tasarıma uygun yerleştirilmelidir (Uludere, 2019, s.63).

### **3.1.2.6 Karışık teknik**

"Karışık teknik" terimi, farklı grafik öğelerin veya tasarım unsurlarının bir araya getirilerek kullanıldığı bir yaklaşımı ifade eder. Bu yaklaşım, tasarımcının farklı teknikleri, stilleri veya malzemeleri bir arada kullanarak ilgi çekici ve özgün tasarımlar oluşturmasını sağlar. Karışık teknik, grafik tasarımda çeşitli unsurların birleştirilmesini içerebilir. Örneğin, bir grafik tasarımda fotoğraflar, illüstrasyonlar, tipografi, renkler ve desenlerin kombinasyonu kullanılarak karışık bir teknik uygulanabilir. Bu yaklaşım, tasarımın daha dinamik, zengin ve görsel olarak ilgi çekici hale gelmesini sağlar. Aynı şekilde, dijital ortamda da karışık teknik uygulanabilir.

Örneğin, bir dijital grafik tasarımda farklı efektler, katmanlar, düzenlemeler ve diğer dijital araçlar kullanılarak karışık bir teknik oluşturulabilir. Bu, tasarımcının farklı öğeleri bir araya getirerek dikkat çekici ve etkileyici bir tasarım yaratmasına olanak tanır.

Karışık teknik, grafik tasarımda yaratıcılığın ön plana çıktığı bir yaklaşımdır. Tasarımcı, farklı unsurları bir araya getirerek kendine özgü bir tarz oluşturabilir ve tasarımına farklı katmanlar ekleyerek görsel çeşitlilik sağlayabilir. Bu şekilde, tasarım daha dinamik, ilgi çekici ve etkileyici bir hale gelebilir.

### **3.1.3 İletişim ve Reklam Aracı Olarak Afiş Tasarımı ve Çeşitleri**

Afiş çeşitleri dört başlık altında değerlendirilebilir. Bunlar ticari-reklam afişleri, kültürel afişler, sosyal afişler ve siyasi afişlerdir.

#### **3.1.3.1 Ticari-reklam afişleri**

Piyasaya yeni sürülen ürün-hizmet ya da var olan bir ürün-hizmet hakkında, bilgi veren ve tanıtımını yapan afişlerdir. Ticari reklam afişlerinin hedefi, ürün hakkındaki bilgileri hedef kitleye iletip, ürünü satın almaya ikna etmektir. Moda, endüstri, gıda sektörü, mobilya, beyaz eşya, turizm, çeşitli hizmet sektörleri vb. alanlarda sıklıkla tercih edilmektedir.

#### **3.1.3.2 Kültürel afişler**

Kültürel afiş; topluma sanatsal ve kültürel aktiviteleri estetik kaygılarla duyurmayı, bilgi vermeyi amaçlayan grafik tasarım ürünüdür. Seminer, sergi, sempozyum, film, sinema, tiyatro, opera, bale, spor, festival, bahar şenlikleri, konserler gibi kültürel etkinliklerin düzenlendiği içeriklere yönelik yapılan duyuruları içerir. Kültürel afişler daha sanatsal etkinliklerin tasarımlarını içermesi bakımından tasarımcı açısından yaratıcılığını ve kendi üslubunu özgürce yansıtabilme imkânı sunan afişlerdir.

### 3.1.3.3 Sosyal afişler

Sosyal sorumluluk içerikli afişler; toplumu bilgilendirmek ve eğitmek amacıyla yapılmaktadır. Sağlık, trafik kuralları, çevre koruma, hayvan hakları, eşitlik gibi konuları ele alan hedef kitleyi düşündüren, mesaj veren ve olumlu davranışlar kazandırmayı amaçlayan afişlerdir.

### 3.1.3.4 Siyasi afişler

Siyasi afişin temeli “ikna etmek” tir. Politik grupları, partileri, kişileri, kuruluşları, kurumları, olayı veya bir görüşü savunarak, topluma vermek istediği mesaj, vaat ve taleplerin aktarıldığı afiş türüdür (Yılmaz, 2018, s.117). Siyasi afişler; propagandalar ile siyasi topluluğu öne çıkarmak, toplumu ikna etmek ve bilgilendirme kaygısı gütmektedir.

Aynı zamanda karşı düşünce-görüşü ekarte ederek, eleştirmektedir. Savunulan düşünceyi veya yapıyı topluma kabul ettirilmek hedeflenmektedir. Afişte işlenen konular genelde toplumsal konulardır; savaş, seçim, enflasyon, olumsuz hayat şartları, can güvenliği, işsizlik, elde edilemeyen yaşam haklarını konu edinmektedir (Yılmaz, 2018, s.117,118).

### 3.1.4 Afiş Değerlendirme Kriterleri

“Afişin ana işlevi, bir ürün ya da hizmetin tanıtımını yapmaktır” (Becer, 2019, s. 204). Hedef kitle ve ürün- hizmet arasında, kanal görevi gören afiş, içeriklerin genel değerlendirme biçimlerinin neler olması gerektiğini ifade etmektedir. Doğru ve etkili bir afiş için tasarımcı gerekli ve belirli kriterler doğrultusunda afişi oluşturması gerekir. Afişin görsel ve tipografik yerleşiminin uygunluğu, afişin hazırlandığı ortamamecraya uygunluğu, mesajın hedef kitleye uygunluğu önemli ölçütlerdir. Buna göre izlenecek tasarım anlayışında olması gereken kriterler şu şekildedir: mesaj imge bütünlüğünün sağlanması, mesajların anlaşılır, sade ve net verilmesi, fark edilebilir olması, sözel hiyerarşi ve dikkat çekicilik aranmaktadır. Bu maddeler eşliğinde afişin, estetik ve ekonomik olması da beklenmektedir (Becer, 2019, s.204).

### 3.1.4.1 Mesajın anlaşılır ve net verilmesi

Becer (2019, s.202)' in belirttiği üzere; “tasarımcı; afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı, verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel sistem oluşturmalıdır” ifadesiyle açıklamıştır.

Afiş Tasarımında Tasarımcı, afişin kullanım alanına yönelik mesajını anlaşılır, yalın ve direkt vermelidir. Tipografik unsurlardan yararlanarak, tasarımsal estetik mesajlarda verebilir. Burada okuyucunun mesaja baktığında kısa sürede, yazıyı anlaması ve okuma gücüğü yaşamadan net okuma yapabilmesi önemlidir.

### 3.1.4.2 Mesaj-imge kullanım tekniği

“İlk afişler, süslenmiş duyurular biçimindeydi. Dekoratif unsurlar, zamanla mesaj ileten imgelere dönüştü. İmgelere mesaj iletme işlevi yüklenince, sözcüklerin sayısı azalmaya başladı”. Bu süreç tasarım anlayışını yeniden şekillendirerek yeni bir anlam kazandırmıştır (Becer, 2019, s.203).

Tasarımda mesajın en etkili biçimde nasıl iletileceğine karar verilmelidir. Tasarımda mesaj ve imge birbirini tekdüze tekrar etmesi afişin etkisini azaltmaktadır (Becer, 2019, s.203). Afişte; içeriğin veya görsel unsurların hangi teknikle (illüstrasyon, tipografi, fotoğraf vb.) sunulacağı belirlenmeli, görsel ve mesaj bütünlüğü korunarak, afişin güçlendirilmesi sağlanmalıdır. Tasarımda hedeflenen yapının, soyut imgesel anlatımla mı, mizahi ya da trajik bir imgeleme ile mi aktarılacağı mesaj-imge kullanım tekniği aşamasında belirlenmektedir.

### 3.1.4.3 Sözel hiyerarşi

Afişin okuma yönü ve görsel dizininin sıralanmasıdır. Sloganlar; bilgi verici, içerik yazılarının ise; hizalı ve hiyerarşik bir düzen içerisinde olması gerekmektedir. Başlık, alt başlık ve slogan sıralamasındaki sözel öğelerin hiyerarşik yapısı, kreatif düzenlemelerle hedef kitleye etkili şekilde sunulması gerekmektedir. Tasarımda yer verilen yazılarda; gereksiz fazlalıklardan kaçınılıp, anlaşılır ve yalın içerikler kullanılmalıdır.

Sözel öğeler afişte, dikkatli ve az kullanılması gerekmektedir. Kısa-net oluşturulan slogan veya başlıklar, mesajı direkt iletmektedir. Sözel öğe on sözcüğü aştığında, hedef kitlede okuma zorluğu başlamaktadır (Becer, 2019, 202).

#### **3.1.4.4 Fark edilirlilik**

Afiş tasarımında kullanılan, farklı teknikler ile tasarımda özgün içerikler üretmek mümkündür. Tüm tasarım kuralları ve yardımcı elemanların doğru kullanımı ile beraber özgün bir yaklaşım tasarımı fark edilir kılmaktadır. Mesajın net ve anlaşılır olması da fark edilirliliği desteklemektedir. Aynı zamanda afişin estetik öğeler barındırması ve işlevsel olması gerekmektedir.

Hayal gücü yaratıcı sürecin temelidir ve ilk aşamasıdır. Afiş tasarımında hayal gücünün sınırları zorlanması gerekmektedir (Kurt, 2019, s.24). Yaratıcı düşünce ile hayal gücünün geliştirilmesi, afişi fark edilebilir kılmaktadır. Öyle ki; kreatif fikirlerin bir sınırı bulunmamaktadır. Afişin en temel prensibi, fark edilebilir olmasıdır. Fark edilebilir içerik oluşturulmadığında, afiş etkisiz ve yavan kalarak, hedef kitlenin dikkatini çekememektedir (İncearık, 2011, s.34).

#### **3.1.5 Afiş Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar**

Afiş tasarımlarında kullanılan; “teknik, görsel içerik, yazı ve tasarımın aktarılacağı yüzey” olmak üzere, dört temel yapıda ele alınmalıdır.

-Afişteki tipografinin; kısa anlaşılır tutulması ve yalın bir üslup ile anlatılması, tasarımın algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Afişte yer alacak uzun sloganlar, etkiyi kaybettirmektedir (Becer, 2019, s. 202).

-Afişte yer alan tipografik tasarımlarda veya yazılı metinlerde düz ve okuması kolay fontlar kullanılmalıdır. Başlıkta ise büyük puntolar tercih edilmelidir. Göz uzaktan gördüğünde ya da bir-iki saniyelik göz temasında, hedef kitle okuma zorlu yaşamayıp afiş içeriği hakkında bilgi sahibi olabilmelidir. Süslü ve okuması zor fontlardan kaçınılmalı daha sade, düz ve okunaklı fontlar tercih edilmelidir (Becer, 2019, s. 203).

-Afiş tasarımında görsel içeriklerin ölçüleri, büyük tutulmalıdır. Nedeni ise; görsel algılama kolay olmalı, tasarım direkt olarak hedef kitle tarafından algılanmalıdır (Becer, 2019, s. 203).

-Afişte kullanılan görsel içeriklerde ayrıntı (detay), azaltılarak görsel etki artırılmalıdır.

-Afişte yer alan görsel ve sözel içerikler birbirini destekleyecek nitelikte olmalıdır.

-Afişte kullanılan mesaj bilgi verici, uyarıcı ve dikkat çekici olmalıdır (Becer,2019, s.204).

-Kullanılan teknik ve yaratıcılık ile “afiş kendini okutturmalıdır”.

-Tasarımlarda kullanılan ve canlılık katan renk; insan üzerindeki etkileri düşünülerek, tasarımı destekleyecek nitelikte seçilmelidir.

- Hedef kitleye uygun afişler tasarlanmalıdır. Tanıtım yaparken geniş kitlelere ulaşmalı ve hedef kitlenin beklentisini karşılaması gerekmektedir (Kurt, 2019, s.71).

Teker’e göre afiş tasarımında dikkat edilmesi gereken unsurlar şu şekildedir;

*-Afiş İlk bakışta algılanabilir olmalı, Mesaj çarpıcı ve hızlı iletilmeli, Mesaj duygusal ve uyarıcı olmalı, Sözcükler kısa, ilginç ve anlaşılır olmalı, Mesaj bilgilendirmekten ziyade eyleme geçirici olmalı, Mesaj iletme görevi özgün imgeler yüklenerek, sözcüklerin sayısı azaltılmalıdır, Görsel düzenlemesi çarpıcı, basit ve yalın olmalı, Özgün tasarlanmalı ve benzer kuruluşların afişlerinden ayırt edilebilmeli, Tasarım ve tipografi gereksiz detaylardan arındırılmalı, Alışılmışlığın dışında dikkat çekici tasarım unsurları içermeli, Görüntü karmaşası yaratacak kadar çok resim ve yazı ya yer verilmemeli, Kullanılan imge (görüntü) tek olmalı, birden çok imge kullanılmalı, Resimde ayrıntı azaltılarak etki artırılmalı, Yazı imgenin can sıkıcı bir tekrarı olmamalı, Tipografi en az on metreden okunacak büyüklükte ve sade olmalı, Tipografik düzen tasarımın bir parçası olarak algılanmalı, Renkler, sembolik, kimlikli ve dikkat çekici olmalı, Zemin rengi kontrast olmalı imgeyi öne çıkarmalı, Etrafındaki afişlerden az etkilenecek şekilde tasarlanmalı, Birlikte yan yana asıldıklarında oluşturacakları görüntü dikkate alınmalı, Günün her saatinde ve her mevsim koşullarında (kar, yağmur, sis gibi.) algılanmalıdır, TV ve basın ilanları ile birlikte bütünlük sağlanmalıdır (Teker, 2009, s.141).*

#### 4. ANİMASYON (CANLANDIRMA)

Animasyon sözcüğü Latince kökenli olup “Animatus” (ruh, nefes), “Animare” (canlandırmak, hayat vermek) kelimelerinden meydana gelmektedir (Yapıcıoğlu, 2010, s.39).

Animasyon; “tek tek resimleri ya da hareketsiz nesnelere, filmin gösterilmesi sırasında, hareket ediyormuş duygusunu verecek biçimde düzenleme ve filme aktarma işi” olarak tanımlanmaktadır (URL-7).

Animasyon anlam gereği; durağan görüntülerin, belli bir sıra düzleminde birleşmesiyle oluşan hareket illüzyonu yani bir canlandırma sanatıdır. Animasyon, beyaz perdede hareketsiz nesne veya karakterlerin canlandırıcılar tarafından resmedilmesiyle ve uygun teknik ile boyanarak kare kare hareket verilme sürecidir. Animasyon sanatında; ardı sıra görsel karelemelerin önüne, kareler arasındaki devinimsel yapılarının, başlangıç ve sonundaki akışta neler yaşandığı ve senaryonun nasıl şekillendirildiği geçmektedir. Çelik’e göre (2019, s.21). Animasyon filmlerinin öncü isimlerinden olan Norman McLaren animasyon sanatını “hareket eden resimlerin değil, resimlenen hareketin sanatıdır” şeklinde ifade etmiştir (Türkmenoğlu, 2013, s.10).

Animasyon; çizimlere ve görsel nesnelere sadece hareket kazandırılan bir yapı olarak görülmemelidir. Bu sürecin temelini yaratıcılık ve hayal gücü oluşturmaktadır. Bu aşamada ekip ruhu ile bir senaryo yaratılmaktadır. Cansız nesnelere karaktere dönüşme sürecinde insani tüm duygu, tepki motivasyon, kişilik ve duyguların nesneye aktarılma işlemi ile oluşmaktadır. Bu alan zahmetli, zaman alan ve emek harcanan bir süreçtir (Çakın, 2012, s.90).

Kaba (1992, s.1)’ya göre animasyonun şekillenmesi; “19. yy. sonlarında fotoğrafın, daha sonra sinemanın gelişimi ile paralel bir yapılanma izlenmiş, sinema ile olan bazı prensiplerinin ilişkisi animasyonu sinemanın bir dalı olarak kabul etmemizi sağlamıştır” Her iki sanat dalının da hareket temelli oluşu birbiri ile özdeşleşmiştir. Animasyonda hareket dizinini oluşturacak durağan görsellerin, tek tek filme alınıp

saniyede 24 kare hızla izleyiciye gösterilmesi, her bir hareketsiz resim ardındaki resmin gösterimine kadar gözün retina tabakasında kalarak, izleyicinin zihninde hareket izlenimi oluşturmaktadır. Animasyonu gerçek filmlerden farklı kılan bu temel prensip; grafik ya da plastik sanatlar temelli oluşu ve filmlerin kare kare yansıtılmasıdır. Animasyonun grafik-plastik sanatlara dayalı oluşu yaratıcılık ve hayal gücü ile tasarlanan çizimlerin renginin, hareketlerinin animatörler tarafından diledikleri gibi şekillendirilişi alanı özgür kılmaktadır (Kaba, 1992, s.1). Animatör; zihninde yaratmış olduğu hayali bir dünyayı kurgulayarak görselleştirme imkânına sahiptir. Animasyonda düşlenen bir ütopya da filler kanatlanıp uçabilir, kediler konuşabilir ya da iskeletler dans edebilir. Animasyondaki tüm bu hareketlerin bir başlangıç aşaması ve sonlandırılışı mevcuttur. Animasyon sanatçılarının yarattığı her bir kare bir önceki kareyle bağlantılı olması gerekmektedir. Ardı sıra getirilen kareler arasında küçük değişiklikler yapılarak hareket sirkülasyonu oluşturulmaktadır. Bu kareler birbirlerini destekleyen, takip eden niteliktedir ve bir dizinin parçalarıdır (Uğur, 1996, s.4). Ardışık görsellerin içeriğinin ne olduğundan çok, iki kare arasında ne yaşandığı daha önemlidir. Bu nedenle; animasyon, sıralı görsel kareler arasında görülmeyen aralıklar oluşturma sanatıdır (Aydın, 1989, s.28 akt., İğit, 2016, s.12). Aralıklar zihinde hareketliliği sürdürmeyi sağlamaktadır. Bu durum sürekliliği oluştururken, izleyicinin zihninde tamamlanan bilişsel bir sürecin oluşumunu yansıtmaktadır. Bilişsel süreç animatörlerin tercihine göre geleneksel yöntemlerle veya teknolojik imkânlarla da sağlanabilmektedir.

Animasyonun tüm aşamalarında teknolojinin gelişimi de farklı teknik, stil ve programların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Geleneksel animasyondaki kare kare görsellerin yerini pikseller almıştır. Dijital çağın getirisi ile animasyonla temas artmıştır. Kişi kendi duygu ve düşüncelerini animasyonlarla yansıtabilmektedir. Bu nedenle animasyon; görsel ve işitsel bir iletişim kaynağı olmuştur. Veri görselleştirme tekniği ya da bilgi alışveriş kanalı olarak da kullanılmaktadır (Fırat, 2021, s.8).

#### 4.1 Animasyon (Canlandırma) Tarihi

Canlandırma sanatında; günümüz teknoloji evresine gelene kadar, birçok yöntem kullanılmıştır. Her dönemin kendi imkânları doğrultusunda canlandırma çalışmaları bulunmaktadır.

İspanya'nın kuzeyindeki Altamira ve Fransa' Lascaux mağaraları, animasyon (canlandırma) tarihine ışık tutmaktadır (Türkmenoğlu, 2013, s.10). İlk olarak Neanderthal insanları; avlanırken hayvan ve insan uzuvlarının hareketliliğini anlatmak amacıyla her hareketi adım adım mağara duvarlarına çizmişlerdir. Hayvan hareketlerini yansıtan bacak uzuvları, fazladan çizilerek hareket kazandırılmaya çalışılmıştır (Görsel 4.1). Mağaraların dışında vazo veya küplerin dış yüzeylerine dizgesel hareketlerle devinimli figürler çizilmiştir. Mısır'da ise; duvarlara yapılan süslemelerde de olay örgüsüne uygun hareket yansıtılmıştır (Türker, 2011, s.228).

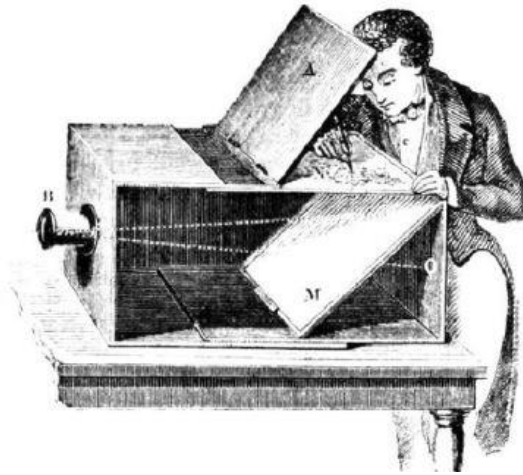


Görsel 4.1 Altamira mağaralarında (sekiz ayaklı) koşan yaban domuzu örneği

Zaman içerisinde görüntüler üretme ve harekete geçirme isteği gelişerek, hareketli görüntü denemeleri yapılmıştır. Farklı yöntem ve tekniklerle gölge oyunları keşfedilmiştir. Gölge oyunlarında yer alan figürler; deve derisi kullanılarak yapılmaktadır. Figürler eklem yerlerinden birbirlerine bağlı ve hareketlidir. Arkadan gelen kaynak bir ışıkla, yarı saydam bir perde üzerinde, ses ve görüntü hikâyesel biçimde anlatılmaktadır. Gölge oyunundaki karakterin hareket hâkimiyeti, gösteriyi sunan kişi tarafından sağlanmaktadır. İlk kez Asya ve Uzak Doğu' da ortaya çıkmıştır. Türklerde ise Karagöz ve Hacivat tiplerini ile bilinmektedir. Çin gölge oyunlarından esinlenen Alman canlandırma sanatçısı; Lotte Reiniger, günümüz

animasyon tekniklerini gölge oyunlarıyla harmanlayarak birçok animasyon filmi de üretmiştir (Türker, 2011, s.228).

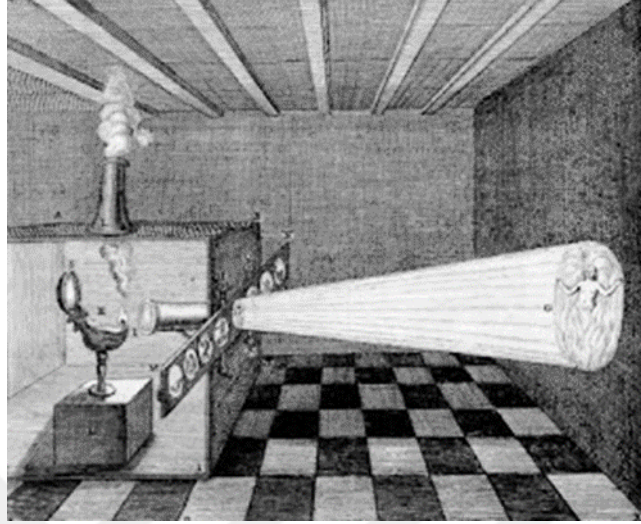
Animasyonun gelişiminde gerek görüntü oluşturma aşamasında gerekse hareketli görüntünün aktarılması için icat edilecek teknolojilerin temelinde bir projeksiyon aracı olarak kullanılabildiği gibi resim yapma aracı olarak da kullanıl "Camera Obscura /Karanlık oda" da vardır. (Görsel 4.2) "Camera Obscura ışıktan arındırılmış bir mekâna iğne deliği büyüklüğünde ışık sızdırılarak tasarlanan ilkel optik bir görüntüleme cihazıdır (Işık, 2010, s.6). Mum veya güneş gibi aydınlatıcı kaynaklardan herhangi biriyle, yüzey üzerinde hareketli görüntüler üretilebilmektedir. Karanlık odanın bir duvarında, ışık kaynağının ulaşabilmesi için küçük bir delik bulunmaktadır. Bu deliğin tam karşısında ise yansıtılmak istenen görüntüye yer verilmektedir (Doğramacı, 2011, s.8).



Görsel 4.2 Karanlık oda

Fakat bu görüntülerin kaydedilebilirliği veya kalıcılığı bulunmamaktadır. Oluşturulan görüntünün tekrar tekrar izlenebilme imkânı Magic Lantern "büyülü / sihirli fener" in icadıyla mümkün olmuştur (Görsel 4.3). 17. yy.'da Cizvit rahibi olan Athannsius Kirchner tarafından tanıtılmıştır. Sihirli fener; günümüz slayt makinalarının ilk örneğini oluşturmaktadır. Sinema cihazlarının ilkel örnekleri olarak gelişen basit düzeneklerle hazırlanmıştır. Sihirli fener; bir metal kutudan biraz daha küçüktür ve içerisinde lambası bulunmaktadır. Düzenekğin bir yüzeyinde delikli bir mercek vardır. Merceğin hemen arkasına sürgülü cam yüzey yerleştirilmiştir. Bu yüzeye çizimler,

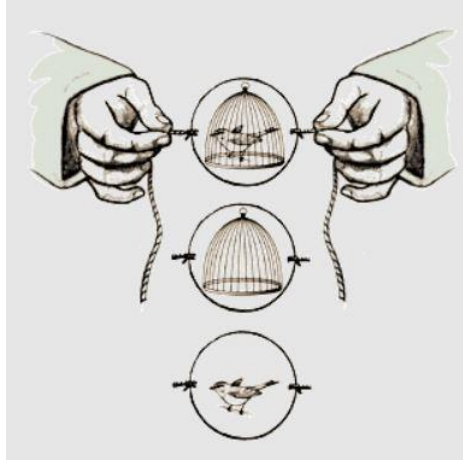
boyamalar yapılarak arkadan gelen ışık gücü sayesinde cam yüzeye çizilen görseller duvara ya da perdeye yansıtılabilmektedir (Türker, 2011, s.228).



Görsel 4.3 Magic Lantern / Sihirli fener

Sihirli kutunun ardından 17. yy. sonlarında Alman Johannes Zahn, hareketli dönen disk yapmıştır. Uzaktan ışık kaynağı vererek cam yüzeye çizmiş olduğu canlandırma görsellerini yapıştırılmıştır ve daire döndükçe resimlerde devinim sağlanmıştır (Türkmenoğlu, 2013, s.11). 18. yy.’da Pieter Van Musschenbroek “çift yansıtıcı fikrini tasarlamıştır. Bu yansıtıcı eşit zamanlı izdüşümü/projeksiyon için iki sıralı slaytları taşıyabilmekteydi. Bir slayt sabit kalıyordu ve genellikle bir arka planı resmediyordu. Diğer slayt ya da sıralı slaytlar şerit parçalarının yardımıyla hareket ettiriliyordu” (Kinsey, 1973, s.10 aktaran, Buğdaylı, 2007, s.11).

19. yy.’da ise insanları eğlendirmek amaçlı oyuncak formunda hareketli bir aygıt geliştirilmiştir. “Thaumatrope” adı verilen bu aygıtın iki yüzeyinde de farklı görseller bulunmaktadır (Görsel 4.4). Diskin iki yanında delikler ve ipler mevcuttur. Kenarlarındaki ipleri çekildiğinde hareket kazanarak disk dönmektedir. Dönen disk ön ve arka yüzeyindeki görseller iç içe girmesiyle bütüncül tek bir görüntü algılanmaktadır (Hünerli, 2005, s.9).



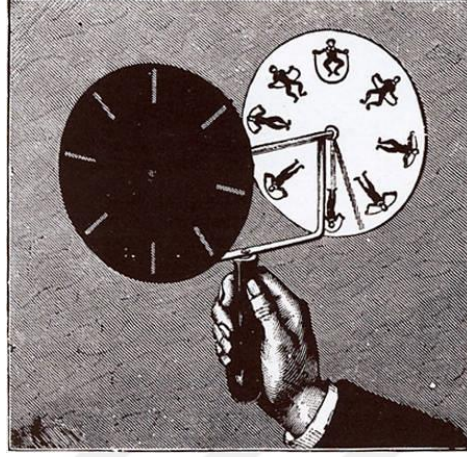
Görsel 4.4 Thaumatrope

Animasyon sanatındaki yeniliklerin bilimsel olarak temellenişi 1824’de Peter Mark Roget tarafından İngiliz kraliyet dergisinde yayımlanan; “görüntünün sürekliliğiyle devinimli nesnelere bakış” adlı eseri ile gerçekleşmiştir. Bu araştırma 1824’de canlandırma/animasyon alanında yazılan, “ilk araştırma yazısı” olarak kabul görmüştür. Bu yayımla Roget; görüntünün sürekliliğini yansıtan dört temel ilke saptamıştır. Hünerli bu ilkeleri aşağıdaki şekilde sıralamıştır;

- 1- “Görüntünün izleyicinin yalnızca bir anda bir resim görmesine izin verecek biçimde gösterilmesi ilkesi;
- 2- Birçok görüntünün tek bir noktada art arda ve hızla gösterildiğinde retinada izinin kalması ilkesi;
- 3- Gözde yanılsamayı sağlamak için gösterim sırasında retina da izin kalmasını sağlayacak hızın sağlanması ilkesi;
- 4- Görüntünün sürekliliğini inandırıcı kılabilmek için büyük bir ışık kaynağı gereksinimi ilkesi” (Hünerli, 2005, s.10).

Bu ilkeler ışığında “Belçikalı bilim insanları; Dr. Joseph Antoine Plateau ve Dr. Simon Rittler” 1832’ de devinimle oluşan illüzyon makinası, “Phenakistiscope (fenakistiskop)” yi geliştirmiştir (Görsel 4.5). Bu makinanın sistemi birçok pencereden oluşmaktadır (Kozan, 2021, s.58). Dönen hareket halindeki diskin merkezinde yer alan görüntüler, senkronize biçimde devinim kazanarak animasyonu oluşturmaktadır. Disk 16 çizimden oluşmaktadır. Hızlı döndürülen disk, retinada görsel bir yanılsamaya

uğrayarak hareket kazanmaktadır. Bu gelişme; animasyon ve sinemanın gelişimini başlatan en önemli etmen olmuştur (Gayret, 2018, s.46).



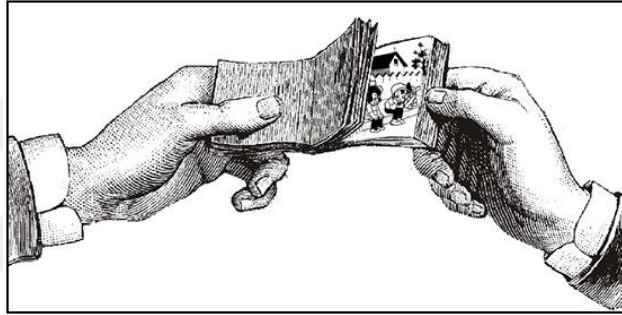
Görsel 4.5 Phénakistiscope

Phénakistiscope'nin icadı Amerika ve Avrupa' da yankı uyandırmış ve benzer birçok animasyon oyuncakları üretilmiştir. Bu oyuncaklardan biride; 1834' te İngiliz bilim adamı William George Horner aracılığı ile geliştirilen "Zeotrope" dir (Görsel 4.6). Hayat tekerleği adıyla da bilinen bu icatta Horner; hareketli görüntüleri birçok izleyicinin bir arada görüntüleyebilmesini amaçlamıştır. Zeotropenin iç çember yüzeyinde, sıralanmış düzenli görseller bulunmaktadır. Bu resimlerdeki hareket oluşumu ise; üstü açık çember döndürüldüğünde resimlerde devinim izlenimi oluşmaktadır (Doğramacı, 2011, s.14).



Görsel 4.6 Zeotrope

1868’ e gelindiğinde ise; İngiliz mucit John Barnes Linnett, animasyon alanında büyük bir yenilik olarak görülen “flipbook” u keşfetmiştir. Flipbook diğer adıyla da kineograf olarak ta bilinmektedir (Kozan, 2021, s.58). Küçük büyük fark etmeksizin, defter-kitabın her sayfasına bir hikâye doğrultusunda çizilen sistematik görsellerdir (Görsel 4.7). Görseller defterin tek bir kenarından ilerlemektedir. Hızlı bir şekilde tüm sayfalar çevrilmeye başlandığında, tüm görsellerde hareket kazandırılmış izlenimi oluşmaktadır. Günümüzde sıklıkla tercih edilen bir hareketlendirme yöntemidir. Klasik animatörler çalışmalarını video-film kamerasına yansıtmadan önce, flipbook yöntemiyle çizimlerini test etmektedir (Doğramacı, 2011, s.15).

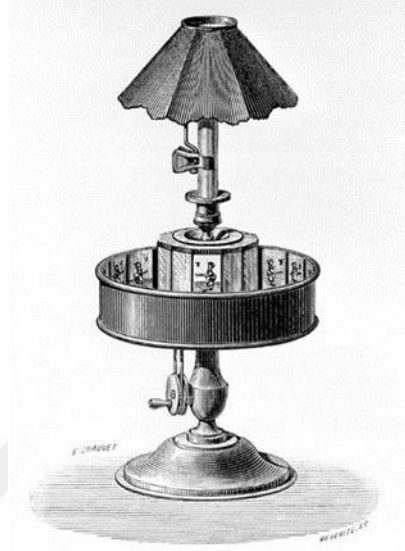


Görsel 4.7 Flipbook (Kineograph)

1877’de ise; Charles-Êmile Reynaud tarafından icat edilen “Praxinoscope” optik oyuncakların icadında yeni bir dönem oluşturmuştur. Birçok izleyicinin görebileceği şekilde tasarlanan praxinoscope (praksinoskop), diğer icatlara kıyasla izleyiciye daha net hareketli görüntüler sunmaktadır (Görsel 4.8). Praxinoscopenin dış silindirin iç yüzeyine yerleştirilen görseller bulunmaktadır. Orta kısmındaki silindirde ise; aynalar kaplıdır. Döndürülen silindirde aynalardan yansıyan resimler hareketli görüntülere dönüşmektedir (Krasner, 2008, 3,4, akt., Kozan, 2021, s.59). Bu icat film projektörlerinin gelişim sinyallerini vermiştir. Reynaud; icadını geliştirerek bir mercek yardımı ile birleştirmiş ve tarihteki ilk sinema salonunu açarak (Praxinoscope tiyatrosu) halka sergilemiştir (Ünal, 2019, s.63).

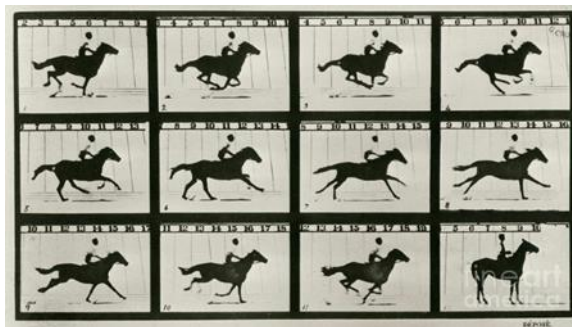
Optik tiyatronun ilk kez halka açık animasyon gösteriminin sergilenişi 1892’ de Emile Reynaud tarafından Paris’teki Grêvin müzesinde yapılmıştır. Tarihteki ilk animasyon gösterisi niteliği taşıyan bu şovun her görsel karesi elde çizilmiş 500-600 adet çizimlerden oluşmaktaydı. Animasyon gösteri süresi ise 15 dakikadır. Çizimlere uygun müzik parçaları eşzamanlı olarak görsellerle birleştirilmiştir. Bu gösteride; “Un

bon bock, Le clown et ses chiens, Ppauve pierrot” isimleriyle üç animasyon dizisi izlenime sunulmuştur (Wells, 2005, s.2 akt., Kozan, 2021, s.59). Tarihin ilk optik tiyatro gösterisi, animasyon dünyasına yeni bir boyut kazandırmıştır.



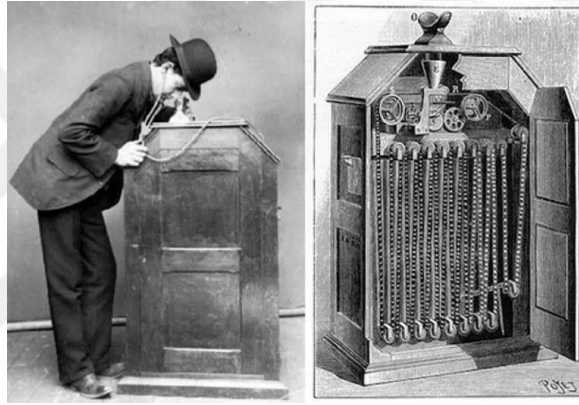
Görsel 4.8 Praxinoscope

Geçmişte icat edilen tüm optik oyuncaklar, keşifler, günümüz animasyon-sinema dünyasının atası sayılmaktadır. 19. yy.’da animasyondaki yeniliklerin bir diğeri ise; Eadweard Muybridge tarafından, kamera deklanşörünün icadı ile ilk çekilen fotoğraflar olmuştur. Seyir halinde koşan bir atın tüm ayaklarının dörtlüğe giderken yere basmadığını kanıtlamak amacıyla, atın her hareketlerini birçok kameradan çekim yaparak düşüncesini kanıtlamıştır (Görsel 4.9). Eadweard Muybridge bu deneyini 1879’ da “zoopraxiscope” optik cihazını icat ederek art arda çektiği fotoğrafları sıralı şekilde yansıtabilecek zoopraxiscope’ ye yerleştirmiştir (Kozan, 2021, s.59). Bu sayede kalıcı görüntüler hareket kazanmış oldu.



Görsel 4.9 Eadweard Muybridge seri at çekimi

Hareketli görüntü üretme isteği; birçok yeniliği ve keşfi beraberinde getirmiştir. Fotoğrafın keşfiyle; animasyon ve sinema dünyasını ileri taşıyacak, yeni bir buluş gerçekleşmiştir. 1889’da George Eastman; selüloit tabaka yüzeyine film rulolarını takarak yeni bir kayıt cihazı üretmiştir. Fotoğrafın kullanımıyla, animasyon alanındaki teknolojik gelişmelerde hız kazanmıştır. 1892’de ise Thomas Alva Edison; “kinetograph” (kinetograf) adıyla, çekilen fotoğrafları hareketli görüntülere dönüştürebilen bir cihaz üretmiştir. Bu cihazda seri çekilmiş fotoğraflar 35 mm film ruloya kaydedilmiştir. Bu hareketli görüntülerin izlenebilmesi için; “kinetoscope” (kinetoskop) adıyla farklı bir film gösterim cihazı da üretmiştir ve bu gösteriyi yalnız tek bir kişi izleyebilmektedir (Görsel 4.10), (Kozan, 2021, s.60).



Görsel 4.10 Kinetoscope (kinetograf)

Fakat cihazın gösteri ve çekim aşaması yetersiz bulunmaktaydı. Bu eksiklik; Auguste ve Louis Lumière kardeşler öncülüğünde, yeni bir sinema cihazı üretilmiştir. “Cinematographe” (sinematograf) teknolojisiyle ilk film kamerasını tasarlamışlardır. Cihazın üretilmesi, günümüz sinemasına ilerleyişi sağlamıştır. 1895’ te ise; ilk biletli sinema filmleri olan “La Sortie des Ouvriers de l’usine Lumière (Lumière Fabrikasından Ayrılan İşçiler)” ismiyle filmlerini halka açık bir alanda sergilemişlerdir. Bu gelişmeyle sinemanın doğuşu başlamıştır. Bu sebeple animasyon alanında da yenilikler hız kazanmıştır (Ünal, 2019, s.65).

## 4.2 Animasyon Sineması

Animasyon tarihi teknolojinin gelişimiyle farklı bir boyut kazanmıştır. 20. yy. girişle üretilen animasyon skeçlerinin ardından popülerleşmeye başlayan animasyon

sinemasında; canlılık artmış, yeni teknikler geliştirilmiş ve birçok animasyon şirketi bu dönemde kurulmuştur. Animasyon sinemasına oluşan yoğun merak ve talep animasyon endüstrisini kaçınılmaz kılmıştır. İzleyicinin animasyon sinemasına duyduğu ilgi ve heyecandan ötürü 1900' lü yıllarda birçok animasyon yapım şirketleri kurulmuştur. Bu şirketlerin yanı sıra birçok öncü sanatçılarda animasyon sinemasına yön vermiştir. Bunlardan birkaçı; James Stuart Blackton, Winsor McCay, Walt Disney, United Production of America Stüdyosu (UPA), Warner Bros, Paul Terry, Walter Lantz Productions, MGM Cartoon Studio' dur.

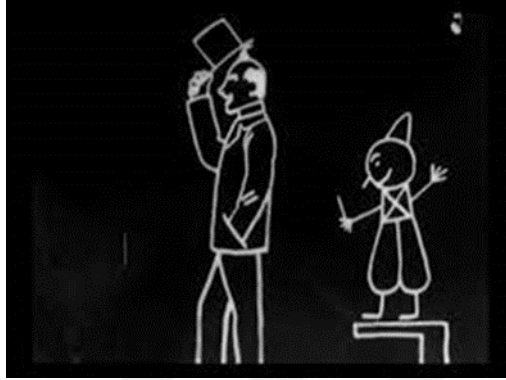
Animasyon alanındaki tarihi icatların neticesinde, animasyon sinemasının gelişimi kaçınılmaz olmuştur. Bu gelişmelere örnekler ise: 1899' da "Arthur Melbourne Cooper" ın hazırladığı "Matches: An Appeal" adında ilk animasyon filmi kayda alınmıştır. (Dursun, 2013, s.153). Kaydedilen film daha sonra seyircilere sunulmuştur. Fakat animasyon tarihi açısından 1906' da James Stuart Blackton' ın hazırladığı "Humorous Phases Of Funny Faces / komik yüzlerin esprili aşaması" filmi; gerçek anlamda animasyon çalışması olarak tarihte kabul edilmiştir (Görsel 4.11), (Williams, 2001, s.15 akt., Kozan, 2021, s.61). Bu yapıtıyla animasyon sanatında öncü oluşu; Blackton'ı animasyon sinemasının temellerini oluşturan kişiler arasında göstermektedir (Balaban, 2014, s.15).



Görsel 4.11 Blackton'un filmi: Humorous Phases Of Funny Faces'dan bir kare

Animasyon sinemasının önemli temsilcilerinden biride Emile Cohl'tur. 1908'de ilk Fransız animasyon filmi "Fantasmagorie" yi oluşturmuştur (Görsel 4.12). Cohl'un hazırladığı animasyon filmlerinde; özgün tiplere-karakterler, grafik, teknik, çizim olarak gelişmiş güçlü bir görsel anlatım bulunmaktadır. Genel aktörlerin sahne

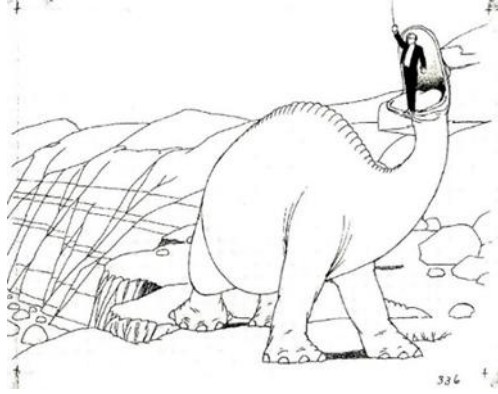
performansında ki sistemden farklı olarak Cohl; ünlü flaş skeçlerinde çizimlerden soyut bir dünya kurarak kendine özgü teknik ve yöntemlerle, animasyon dünyasına yön vermiştir (Kozan, 2021, s.61).



Görsel 4.12 Emile Cohl filmi: Fantasmagorie'den bir kare

Yine bu dönemde hareketli görüntü üretimi iki farklı teknikle uygulanır olmuştur. Birinci yöntemde; oyuncu, set ve hareketli kameralarla “canlı sinema” uygulanırken, ikincisi ise; elle çizilmiş nesne, arka plan, oyuncu, detaylı çizimler ve durağan kameralarla “canlandırma sineması” olarak sürdürülmüştür (Yapıcıoğlu, 2010, s. 63).

Animasyon sinema sanatçılarından Amerikalı karikatürist Winsor McCay'in hazırladığı “Little Nemo” isimli çizgi roman serisini, 1911’ de çizgi filme dönüştürmüştür. Bu film tarihteki ilk renkli animasyon film olarak kabul görmüştür. Film, New York / Hammerstein tiyatrosunda izleyicilere sunulmuştur. McCay’ in dikkat çeken diğer animasyon filmi ise; 1914’te hazırladığı “Gertie the Dinosaur” dur (Görsel 4.13). Film gösteriminden beyaz perdeye yansıtılan dinazor karakterine yönetmen, McCay’ in elindeki elmayı uzatarak dinazorun yemesini sağlamıştır. Gösteriyi izleyen seyirciler filmi etkileyici bularak şaşırmışlardır (Williams, 2001, s.16 akt., Kozan, 2021, s.61).



Görsel 4.13 McCay'in filmi: Gertie the Dinosaur

1914'te I. Dünya savaşı sebebiyle birçok ülke sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Bu durumun etkisiyle Avrupa'da animasyon ve sinema üretiminde düşüş yaşanmıştır. Amerika ise piyasada belirleyici konumda kalarak animasyon ve sinema sektörüne hâkim olmuştur. Amerika'da animasyon sinemasındaki ilerleyişte bireysel animatörler yerlerini deneyimli elemanlara bırakarak, animasyon sinema endüstrisinin ilk adımları atılmıştır. I. Dünya Savaşı sonrasında ise; 1920'lerde Amerika; animatörlerin kendi tarzına uygun animasyon çalışmalarıyla, özgün denemeleriyle ve popüler canlandırma karakterleriyle, dünya pazarında yerini korumuştur (Doğramacı, 2011, s.50). Animasyon sinemasının endüstrileşmesinde ve bu sektörün Amerikan merkezli şekillenmesinde, Amerikalı yapımcı ve yönetmen Walter Elias Disney'in de payı büyüktür. Walter Elias Disney ve kardeşi Roy Oliver Disney 1923'te "Walt Disney Productions" şirketini kurarak animasyon sinemasında yerini almıştır (Kozan, 2021, s.61,62). 1928' de Disney; Steamboat Willie adında geliştirdiği Mickey Mouse karakterleriyle siyah beyaz hazırlanan ilk senkronize "sesli" kısa filmini üretmiştir (Töre Özsel, 2017, s.36).



Görsel 4.14 Mickey Mouse kısa film serisi: Steamboat Willie

Animasyon alanındaki köklü yeniliklerle, Disney kendi bünyesinde çalıştırdığı animatörler için canlandırma atölyesi açmış ve eğitimler vermiştir. Doğru, başarılı çizgi tiplerini oluşturabilmek ve karakterlerdeki hareket sirkülasyonlarının izleyiciler üzerinde inandırıcılığının sağlanabilmesi adına 1930'larda Walt Disney Stüdyosunda, animasyonun temel ilkeleri oluşturulmuştur. Bu sayede animasyonların gerçekçiliği arttırılmış ve çizgi canlandırma sürecinden, karakter animasyonuna giriş yapılmıştır. İlkelerin kullanılmaya başlanmasıyla, animasyonların teknik anlamda temel yapı taşları oluşmaya başlamıştır. Bu sebeple animasyon alanındaki gelişmeler döneme özgü bir yenilik olarak görülmemiş, sanatsal bir biçime dönüşmüştür (Balaban, 2014, s.36).

20. yy. ile beraber animasyon sanatının gelişimine ivme kazandırarak yön veren animasyonun 12 temel ilkesini; Balaban (2014, s.38)' şu şekilde sıralamıştır;

***Squash and Stretch:*** Bastırma (ezme) ve uzatma (germe).

***Anticipation:*** Tahmin (hareketi önceden sezme).

***Staging:*** Gösterim (sahneleme).

***Pose to pose and Straight - ahead action:*** Pozdan Poza ve Düz Eylem.

***Follow Through and Overlapping Action:*** Tamamlama (arka arkaya takip), Üst Üste Binme Hareketi.

***Slow - out & Slow- in:*** Yavaşlama ve Hızlanma.

**Arcs:** Yaylar (kavis).

**Secondary Action:** İkincil Eylem.

**Timing:** Zamanlama

**Exaggeration:** Abartma.

**Solid Drawing:** Üç boyutlu çizim.

**Character Appeal:** Karakter Çekiciliği (Balaban, 2014, s.38).

Disney; kendi karakterlerinin üretiminde yeni teknikler geliştirerek, gerçeği andıracak doğal ve sinemasal bir anlatım tercih etmiştir. Bu nedenle; Disney’in hazırladığı filmlerle animasyon sineması en parlak dönemini yaşamıştır. Kendine özgü sinemasal anlatım tarzı ile Disney, kısa metrajlı film serilerinde edindiği başarıya ek olarak 1930’larda uzun metraj film üreterek sektöre öncülük etmiş ve animasyon sinemasını endüstri haline getirmiştir (Özbayram, 2020, s.16).

1932’de Disney yapım “Flowers and Trees / Çiçekler ve Ağaçlar” filmi ile ilk kez animasyonlarda renk kullanımı başlamıştır. 1937’de ise “Snow White and Seven Dwarfs / Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler” filmiyle animasyon dünyasına Disney stüdyosu renkli ve ilk uzun metraj filmini üretmiştir (Solomon, 1987, s.37 akt., Doğramacı, 2011, s.72). Bu gelişmeyle sinema da animasyon filmlerinin de yer alması sağlanmıştır. Yeniliklerden kısa bir süre sonra, II. Dünya savaşı (1939) başlamıştır. Savaş sebebiyle yaşanan ağır koşullar, toplumun sinemadaki gerçek hayat kesitleri izleme arzusunu değiştirerek, gerçeklerden uzaklaşma isteğini doğurmuştur. Animasyon filmlerinin sinema filmlerine dahil edilışinin ardından, eğlence, hayal gücü ve yaratıcı içerikleriyle animasyon sineması, insanları buldukları psikolojiden uzaklaştıran filmler üretmiştir (Samancı, 2004, s.65,66 akt., Yapıcıoğlu, 2010, s.74).

Yaşanan koşulların etkisiyle Hollywood sinema filmlerinin popülaritesini, hayal dünyasının kapılarını izleyicilere açan animasyon filmleri almıştır. Animasyon filmlerinde kurgulanan teknolojik maketlerle, matte painting (mat boyama)<sup>1</sup> gibi

<sup>1</sup> “Matte Painting: sanatsal anlamda “fotoğraf gibi” boyama sanatıdır. Hayal gücünün “inandırıcılık” kaygısıyla oluşturduğu, aslında gerçekte olmayan bir yerin, çevrenin, ortamın gerçekmiş gibi çizilip, renklendirilmesi ve boyut katılarak yansıtılmasıdır. Temel amacı çizgilerle “ortam” yaratmak ve gerçekmiş gibi yansıtmaktır” (Kadılar, 2007, s.42 akt., Çeşme, 2019, s.37).

uygulamalarla efektler oluşturulmuş ve izleyicilere; uzayda yaşam, yabancı cisimlerin dünyaya gelişi ve geleceği kurgulayan bilim kurgu filmleri sunulmuştur.

1945'e gelindiğinde II. Dünya savaşı sona ermiştir. Savaş sebebiyle dünyada oluşan silahlanma, büyük teknolojik gelişmelerin yaşanmasını sağlamıştır. Teknolojinin bu çıkışı animasyon ve sinema alanını da etkilemiştir. Filmler eskiye kıyasla özel efekt kullanımını geliştirilmiş daha estetik ve etkileyici içerikler üreilmeye başlanmıştır (Kozan, 2021, s.68,69).

1960' la bilgisayar ortamında geliştirilen ilk görsel grafik çalışmaları denenmiştir (Kozan, 2021, s.71). Kozan'ın ifadesiyle; "1961 yılında "mainframe" adıyla bilinen ana bilgisayarlarla ilk dijital ortamda üretilmiş soyut görüntüler yapılmıştır" (2021, s.72). Bu yıllarda animasyon sinemasında kullanılan teknikler geliştirilmiştir (Yapıcıoğlu, 2010, s.75).

70' lerde ise; analog tekniğin kullanıldığı filmlerin yerini, yeni teknolojiyle hazırlanmış bilgisayarlarda üretilen özel efektli filmler almıştır. Bu filmlere ilk örnekler ise; 1977 yapım filmlerden "Star Wars Episode IV: A New Hope" 1978 yapım "Superman" gibi filmlerdir (Görsel 4.15), (Kozan, 2021, s.69).



Görsel 4.15 1978 yapım Superman filminden özel efektler

Bu dönemle sıklıkla kullanımı tercih edilen dijital animasyonlar ve görsel efekt teknolojisi 1980'le endüstri dünyasının hızıyla sinema dünyasında da kullanılmaya başlanmıştır. Ersin Kozan; 80' le filmlerde sıklıkla kullanılan özel efektleri şu şekilde sıralamıştır.

*"double exposure (çift pozlama), multiple exposure (çoklu pozlama), slow motion (yavaş çekim), optical printing (optik baskı), front projection (önden yansıtma), quick motion (hızlı çekim), rear projection (arkadan yansıtma), matte painting (mat boyama), miniature (minyatür), schufftan process (schufftan işlemi), compositing (birleştirme), rotoscoping (rotoskop), wire removal (tel kaldırma), mirror shots (ayna yansıtması)*

*forced perspective (zorla derinlik), slit-scan (kesit tarama), flashing (parlama), mechanical effect (mekanik efekt) vs.*” (Kozan, 2021, s.69).

1990'lara gelindiğinde dijital ortamda birleştirilen filmlerle animasyon ve sinema enstitüsü yeni bir döneme girmiştir (Doğramacı, 2011, s.77). Yaşanan teknolojik gelişmelerle zaman alan film yapım çalışmaları, bilgisayar ortamında hazırlanmasıyla kolaylık ve hız kazanmıştır. Bilgisayar animasyon üretimleri ile maket kullanımı yerine dijital kurgular, efektler ve ışıklar yerini almıştır. Gelişen teknolojik yeniliklerle dijital animasyon üretim tarihi, Pixar animasyon stüdyosunun gelişim tarihiyle eşdeğer ilerlemiştir (Özbayram, 2020, s.40). Bu süreçte animasyon ise yalnız çocukların ilgi duyduğu bir platform olmaktan çıkarak gerek teknik gelişim, yaratıcı kurgu ve gerekse efekt teknolojileriyle her kesime hitap edebilen yeni bir dönemi doğurmuştur. Bu gelişim 2000'lerde yaşanan yenilikleri de etkilemiştir. Yayın kuruluşlarında ve eğlence dünyasında 2000' le beraber global dijital dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönüşüm oyun platformlarında, animasyon ve efekt kullanımının hızlı gelişme yaşandığı bir dönem olmuştur. Sektördeki bu yükseliş yaşanan dijital çağın getirisi olduğundan, kullanılan bilgisayar, televizyon, tablet, telefon gibi birçok sanal ekranların kullanımı animasyon, görsel efekt ve yazılım gelişimini desteklemiştir. Sanal dünyadaki erişim kolaylığı ise; Netflix, YouTube gibi dijital kanallarda, “arttırılmış gerçeklik” (augmented reallity) ve “sanal gerçeklik” (virtual reality) üretimleriyle bilgisayar animasyon film tasarımlarının izlenmesiyle animasyon alanındaki yükseliş ileri yönlü devam etmektedir (Kozan, 2021, s.77).

### **4.3 Walt Disney Animasyon Şirketi**

Animasyon alanında birçok ilke imza atan Walt Disney Animation Studios'ın doğuşu 16 Ekim 1923' te Amerika'nın Los Angeles şehrinde Walter Elias Disney ve Roy Oliver Disney kardeşler tarafından kurulmuştur. İlk olarak şirket “Disney Company” adıyla kurulsa da kısa bir süre sonra Walt Disney Studios olarak yeniden isimlendirilmiştir (Chepkemoui, 2017, akt., Metin Tekin, 2018, s.17). Walter Elias Disney; yapımcı, yönetmen, senarist, seslendirmen ve animatördür (Açıl, 2022, s.35). Walt Disney bu alandaki başarısını çok yönlü bilgi birikimi ve tecrübeleriyle de destekleyerek sayısız kısa metrajlı filmler üretmiştir (Metin Tekin, 2018, s.17). Disney dünyaca edindiği başarılarıyla ve aldığı ödüllerle kuruluşundan bugüne değin

toplamda 61 uzun metrajlı animasyon film üretmiş ve halende bu alanda hizmet vermektedir. İlk uzun metrajlı animasyon ürünü (1937) “Pamuk prenses ve yedi cüceler (Snow White and Seven Dwarfs) ve son çıkardığı (2022) “Garip Dünya” (Strange World) filmidir.

Disney’in bu yolculuğunda, animasyon sineması endüstrisi de en parlak dönemlerini yaşamıştır (Doğramacı, 2011, s.68). Günümüzde de halen eğlence sektörüne hizmet etmekte olan ve merkezi yerleşimi Burbank, California’da olan Walt Disney animasyon şirketi geniş çaplı birçok animasyon stüdyolarıyla bu alana hizmet etmektedir. (Metin Tekin, 2018, s.17). Disney Theatrical Group, Pixar Animation Studios, Disneytoon Studios, Lucasfilm, Marvel Studios, Searchlight Pictures ve 20th Century Studios bunlara örnek olarak sunulabilmektedir (URL-8, Disney, 2022).

## 5. DISNEY PIXAR

Lucasfilm adıyla kurulmuş bir bilgisayar grafiği üretim şirketidir. Şirket sahibi George Lucas; animasyon filmlerinde kullanılması için son teknoloji “dijital (doğrusal olmayan) ses ve görüntü düzenleme sistemleriyle” bilgisayar grafikleri üretmeyi hedeflemektedir (URL-9, Pixar, 2022). Şirketin kurulduğu dönemde dijital bilgisayar animasyonlarının kullanımı yaygın olmadığından sektörde dijital beceriye sahip uzmanlar önemsenmekteydi. Bu nedenle animatörler bilgisayar uzmanlarıyla eş zamanlı çalışmaktaydı. 1977’de Lucas; çalışmak için Larry Cuba’yı programcı olarak işe almış ve “Yıldız Savaşları” (Star Wars) kısa filmi için bilgisayar grafikleri oluşturmasını istemiştir. Cuba imzasıyla hazırlanan ilk dijital bilgisayar animasyonu unvanını “Star Wars” Film almıştır (Furniss, 2013, s. 296, 297, akt., Özbayram, 2020, s.37).

Lucas; 1979’da bilgisayar grafiği uzmanlarına ait bir bölüm oluşturmuş ve bu bölümü “Industrial Light & Magic” olarak isimlendirmiştir. Bilgisayar grafiği uzmanlarından oluşan profesyonel ekibe başkanlık yapması için George Lucas, New York Teknoloji Enstitüsü’nden (NYIT) Edwin Catmull’u görevlendirmiştir. 1980’de ise Ed Catmull; bilgisayar grafikleri departmanına (CGL) araştırma direktörü olarak Alvy Ray Smith’i işe almıştır (URL-9, Pixar, 2022). Bilgisayar grafiği üretim alanında çalışmalar yapan Catmull; büyük ekibiyle bilgisayar efektleri, karmaşık görüntüler ve yüksek çözünürlüklü görüntü üretebilen “Industrial Light & Magic;” görüntü bilgisayar optimizasyonunu üreterek piyasaya sürmüştür. Lucasfilm; bu teknolojiden büyük kazanç elde edeceğini düşünse de cihaz talep görmemiştir. Teknolojik cihazlarındaki arz talep dengesini yakalayamayan bilgisayar grafiği üretim departmanı “Industrial Light & Magic” ürettikleri cihazlarla kendi filmlerini oluşturmayı hedeflemişlerdir (Fırat, 2021, s. 50). 1982’ye gelindiğinde bilgisayar bölümü, tamamı bilgisayar animasyonlarıyla hazırlanmış ilk sekans; “Star Trek II: The Wrath of Khan’ a ait “Genesis Effect” i üretmiştir. 1983’te ilk yüksek çözünürlüklü film görüntüsü olan “The Road to Point Reyes” oluşturulmuştur (URL-9, Pixar, 2022). 1984’te ise John Lasseter; Disney’ den ayrılarak Lucasfilm bilgisayar ekibine “arayüz tasarımcısı” olarak dâhil olmuştur (Ündağ, 2021, s.58). Lasseter, “The Adventures of Andre &

Wally B” animasyonunu hazırlamış ve Sıggraph’ ta gösterime sunulmuştur. Filmde yer verilen karakterler; karakter animasyonunun ilk örneklerini taşımaktadır ve bilgisayar grubunun hazırladığı ilk kısa film ürünüdür (URL-9, Pixar, 2022). 1986’da George Lucas, “Industrial Light & Magic’i Lucasfilm ‘den ayırmış ve Steve Jobs’ a 5 milyon dolara satmıştır. Aynı yıl Jobs; “Lucasfilm’ in adını “Pixar” olarak değiştirme kararı almıştır. Pixar; “İspanyolca resim yapmak anlamı taşıyan “pixer” ve yüksek teknoloji anlamına gelen “radar” kelimelerinden oluşturulmuştur” (Catmull, 2014, s.30 akt., Fırat, 2021, s. 50). Bu satışla beraber Pixar artık tek başına 40 kişiyle istihdam sağlayan bir şirket olmuştur (URL-9, Pixar, 2022). Şirketin yeni yeri Amerika’nın California eyaletindeki Point Richmond semtinde yer almaktadır (Lvy, 2018, s. 24). Steve Jobs, son teknoloji yazılım geliştirme ve görüntü işlem bilgisayarı üretmek için şirketine milyarlarca dolar yatırım yapmış fakat başarı elde edememiştir. Bu nedenle bilgisayar geliştirme fikrinden uzaklaşmış ve bu bölümdeki çalışmalarını durdurarak, Pixar’ın donanım bölümünü kapatma kararı almıştır (Lvy, 2018, s. 20). Jobs; Pixar’ı satın alırken bir bilgisayar donanım şirketine yatırım yapmıştı, masallar anlatan bir şirket hayali kurmamıştı. Jobs, Pixar’ın vizyonundaki bu değişimle masal ve animasyon üretimini zor kabullenmiştir (Lvy, 2018, s. 29). 1986’da Pixar “CAPS” “(Computer Animation Production System) Bilgisayar Animasyon Üretim Sistemi” modifiye donanım ve yazılımını tasarlamış ve Disney şirketi programın lisansını alarak Pixar’ın birincil müşterisi olmuştur (Bostan, 2018, s.175). Yine aynı yıl John Lasseter’ in ilk yönetmenlik deneyimi olan “Luxo Jr.” adında bir masa lambası ve çocuğunun hikâyesini anlatan iki dakikalık kısa film oluşturmuştur (Ündağ, 2021, s.58). Film oyuncuğunu yanlılıkla kıran küçük bir lamba ve ona bilgece izleyen ebeveyni konu alan bir bilgisayar animasyonudur (Levy, 2018, s.67). İzleyici tarafından beğenilen “Luxo Jr.” kısa film alanından ilk üç boyutlu bilgisayar animasyon filmi olarak Oscar ödülüne aday olmuştur (URL-9, Pixar, 2022). Tasarlanan lamba karakteri (Luxo Jr.) (Görsel 5.1). İlerleyen yıllarda Pixar animasyon stüdyosunun bir amblemi/simgesi haline gelmiştir (Fırat, 2021, s.51).



Görsel 5.1 Pixar'ın tasarladığı "Luxo Jr." kısa filminden kare

Luxo Jr.'ın ödüle layık görülmesinin ardından Ed Catmull; "Pixar'ın bilgisayar destekli animasyonun hikâyeyi, karakter ve duyguyu nasıl aktarabileceğini gösterdiği ilk andı" sözlerini Lawrence Levy' ile paylaşmıştır (Levy, 2018, s.67). Bu sözlere eşlik eder nitelikte Pixar animasyon stüdyosunun; animasyon üretimindeki ilk ideolojisi filmin hikâyesidir. Levy; Pixar ve Ötesine kitabında Pixar liderlerinden John Lasseter "Harika grafikerler bizi birkaç dakikalığına eğlendirebilir; bizi koltuklarımızda tutan ise hikâyedir." cümlesini kurmuştur (Levy, 2018, s.15).

1987'de kısa film "(Red's Dream) Red 'in Rüyası"'nı üretmiştir (URL-9, Pixar, 2022). 1988'de ise; "Ed Catmull, Tom Porter, Darwyn Peachey, Tony Apodaca, Loren Carpenter" ekibi ile bilgisayar yazılımları geliştirilmiştir (Levy, 2018, s.57). Bu yazılımlardan ilki; Marionette olarak tanımlanan "Modelleme ortamı"'nın kısaltması Menv (men-vee) olarak isimlendirilen tescilli animasyon sistemidir. Diğer program ise; tescilli oluşturucusu RenderMan yazılımıdır (URL-9, Pixar, 2022). RenderMan (foto-gerçekçi) üç boyutlu bilgisayar görüntüleri üretmek için tasarlanmış bir yazılım programıdır. Tasarlanan yazılımının patenti alınarak ticari amaçlı piyasaya sürülmüştür. Daha sonra bu teknoloji bilimsel ve mühendislik gelişim alanında Oscar ödülü olarak Pixar'ın gurur kaynağı olmuştur (Levy, 2018, s.57). RenderMen'in en dikkat çeken özelliği; "hareket bulanıklığı (motion blur)"dır. Bu özellik sayesinde bilgisayarda üretilen görüntüler gerçekçi ve canlı film hissi uyandırmaktadır (Levy, 2018, s.61). "Bilgisayarla yaratılan görüntüler bu özellik olmaksızın filmlerde gördüklerimizden çok daha kusursuz ve temiz görünürdü. Bu problemi çözmek, bilgisayar grafiklerini canlı çekilen filmler ile birleştirmeyi ve böylece bilgisayarla

yaratılan özel efektlerin yeni çağına girmeyi mümkün kılmıştır.” (Levy, 2018, s.61). Jurassic Park (dinozor görüntü oluşturmada), Terminatör 2 (cyborg görüntülerin kullanımında) ve Forrest Gump gibi birçok filmlerde kullanılan özel efektler RenderMan yazılımıyla oluşturulmuştur (Levy, 2018, s.56). Bu yazılım Pixar’a birazda olsa para kazandırmıştır (Levy, 2018, s.57).

1988 yapım “(Tin Toy) Teneke Oyuncak” kısa filminde tasarlanan her iki yazılım da kullanılmıştır (URL-9, Pixar, 2022). Aynı yıl en iyi kısa animasyon filmi seçilen “Teneke Oyuncak” ilk bilgisayar animasyon filmi olarak Akademi Ödülüne layık görülmüştür. 1989 yılında ise ilk 3D kısa animasyon filmi “(Knick Knack) İvır Zıvır” üretilmiştir. (URL-9, Pixar, 2022). Pixar 1995’te dünyanın ilk uzun metrajlı bilgisayar animasyon filmi “(Toy Story) Oyuncak Hikâyesi” ni üretmiştir (Kozan, 2021, s.8). Film Amerika’da 192 milyon dolar, dünyada ise 362 milyon dolar kazanarak yılın en çok hasılat yapan filmi olmuştur. (URL-9, Pixar, 2022) Pixar’ın ilk ve en büyük halka arzı olmuştur ve film üç dalda Oscar ödülüne aday gösterilmiştir. 1996’da ise “(Toy Story) Oyuncak Hikâyesi” filminin “en iyi orijinal şarkı, en iyi müzik ve en iyi orijinal senaryo” dalında Akademi ödülüne aday olmuştur. Fakat bu başarı iki şirket arasında tartışmaları ve soru işaretlerini de beraberinde getirmiştir. Oyuncak hikâyesi yapım aşaması sonrası edindiği başarı hangi şirkete aitti? Pixar sadece Disney’in projelerini halleden dış bir şirket miydi yoksa Disney Pixar’ın projelerini destek olan bir dağıtıcı mıydı? tüm bu soru işaretlerinin eşliğinde Pixar yönetim kurulu başkanı Steve Jobs’un düşüncesi; Disney’in bu filmdeki görevinin sadece Pixar filmlerinin distribütörü olduğunun altını çizerken; Disney CEO’su Michael Eisner ise, Pixar tasarımı “Oyuncak Hikayesi” nin ilklerde hit bir proje olabilmesi için pazarlama stratejilerinin nasıl etkin kullandıklarını savunmaktadır (Bostan, 2018, s.176). Bu düşüncesinin yanı sıra Michael Eisner; Pixar’ın haklarını savunmasını anlıyor fakat eğlence sektörüne Pixar’ı kazandırmak için bu kadar çabayı gerekli görmüyordu. Bir gün anlaşmanın son bulması ile Disney en büyük rakibini kendi yaratacağını düşünüyordu. Bu nedenle Steve’nin taleplerini ısrarla reddederek Disney’in gücünü korumaya amaçlıyordu. Gösterime giren filmlerde Pixar’ın adının küçük bir şekilde yer almasının yeterli olduğunu düşünerek film afişlerinde ve filme ait ticari malzeme ürünlerinde Pixar markasına yer vermek istememekteydi (Levy, 2018, s.276,277). Bunun üzerine Pixar anlaşmanın fes edilmesini istemiş ve geri çekilmiştir. Michael Eisner ise Pixarın bu

isteklerinin tek bir şartla kabul edeceğini belirtir. Teklifi ise; Pixar’ dan hisse satın almakta (Levy, 2018, s.284). Steve Jobs, ise filmin kime ait olduğunun ve mali açıdan şirketinin Disney ile eşit konumda olabilmesi için tüm bu karmaşıklığın çözümünün Disney ile yeniden masaya oturulup anlaşılması gerektiğini savunmaktadır. Fakat bu düşüncesinin arkasında durabilmesi için finansal açıdan Disney ile eşit konumda olmalıydı bunun üzerine Steve Jobs, Pixar’ ı halka arz etmeye karar vermiş ve bu arz ile şirket 1,2 milyon dolar kazanç sağlamıştır (Bostan, 2018, s.176). İki şirkette kendilerini yeniden ifade edip kanıtlayabilmek adına 1997’ de tekrardan masaya oturarak on yıl sürecek bir anlaşma daha yaptıklarını duyururlar. Bu anlaşma süresince beş film üretilecektir (URL-9, Pixar, 2022). Anlaşmaya göre; Disney ve Pixar üretilen filmlerin kâr getirisini, filmin maliyetini ve logo haklarını eşit biçimde (50/50) paylaşacaktır. Üretilen filmler Disney-Pixar yapım olacağından şirketler kendi markalarını da aynı düzeyde paylaşmış olacaktır (Lohr, 1997 akt., Levy, 2018, s.291). Bu anlaşma ile Pixar artık yaptığı filmlerde Disney’in altında kalmayarak, şirketler eşit konumda olacak ve Pixar markasını dünyaya tanıttacaktır (Levy, 2018, s.290,291). Önceki filmlerde Disney son sözü söylerken Pixar artık bu anlaşma ile nihai yaratıcılık kontrolüne de sahip olarak gücünü ortaya koymuştur (Levy, 2018, s.289). Anlaşmanın sonrası Pixar 1998 ‘de “(A Bug’s Life) Bir Böceğin Yaşamı” adlı ikinci uzun metraj film üretmiştir. Film bir karınca kolonisini korumaya çalışan böcekleri konu almaktaydı (Levy, 2018, s.73). Film en iyi enstrümantal müzik dalında “Grammy” ödülü kazanmıştır (Levy, 2018, s.314). 1999’a gelindiğinde “(Toy Story 2) Oyuncak Hikâyesi 2” üretilerek gösterime sokulmuştur. Film yılın en iyi (müzikal / komedi) dalında “Altın Küre” ve en iyi film müziği dalında da “Grammy” ödülü almıştır (Levy, 2018, s.314). Ayrıca Oyuncak Hikayesi 2 filmi Dijital animasyon ve görsel efekt teknolojisi ile “tasarlanmış, yönetilmiş ve sergilenmiş” ilk film olma özelliği taşımaktadır. Bu başarı ile Pixar yine başarısını kanıtlamıştır (URL-9, Pixar, 2022). Fakat “Oyuncak Hikâyesi” bir devam filmi niteliği taşıdığından anlaşmadaki beş filme dâhil edilmemiştir (Levy, 2018, s.314). Aynı yıl Pixar önceki yıllarda yaratmış olduğu “Luxo Jr.” kısa film çalışmasını yeniden yayınlamıştır. Pixar Disney’le olan birlikteliğinden kaynaklı 2000 yılında Point Richmond semtindeki yerleşimlerinden ayrılarak, California eyaletindeki Emeryville şehrindeki yeni binasında hizmetine devam etmektedir. 2001’de ise “(Monsters, Inc.) Canavarlar Inc.” animasyon filmi ve “(For The Birds) Kuşlar için” kısa filmi yayınlanmıştır (URL-9, Pixar, 2022).

“Canavarlar Inc” dört dalda Oscar’a aday olmuş ve en iyi şarkı dalında Oscar ve Grammy ödülü almıştır. Disney ve Pixar şirketlerinin anlaştığı beş filmde üçüncüsü olan “(Finding Nemo) Kayıp Balık Nemo” filmi 2003’te gösterime girmiştir. Film en iyi animasyon dalında Oscar ödülü almıştır. Filmin geliri ise toplamda 1 milyar dolar olmuştur. 2004’te ise “(The Incredibles) İnanılmaz Aile” animasyon filmi üretilmiştir. Doğüstü süper güçleri olan bir aileyi konu edinen film ana karakterlerinin tamamının insanlardan oluşturulduğu ilk film olma özelliği taşımaktadır (Özbyram, 2020, s.52). Bu bakımdan film Oscar’a dört dalda aday olmuştur. En iyi ses düzenleme ve en iyi animasyon film ödüllerini kazanmıştır (Levy, 2018, s.314). Aynı yıl Pixar (Boundin’) Bağlanmış’ kısa filmi de üretmiştir. 2005 ile sektörde yirmi yılını tamamlayan Pixar orijinal sanat eserlerini ilk kez New York, Museum of Modern Art’ta sergilemiştir (URL-9, Pixar, 2022). 2006’da ise Disney ve Pixar ortaklığında üretilen beş filmde sonuncusu “(Cars) Arabalar” vizyona girmiştir. Disney ortaklığında Pixar’ın tasarladığı tüm filmler yurtiçinde 250 milyar dolardan fazla gişe hasılatı elde etmiştir (Levy, 2018, s.314). Aynı yıl “(One Man Band) Tek Kişilik Grup” adlı kısa filmde üretilmiştir (URL-9, Pixar, 2022). Üretilen tüm filmlerin başarısı ile finansal açıdan Pixar’ın hisseleri yükselerek 1,5 milyar dolardan 6 milyar dolar üzerine çıkmıştır (Levy, 2018, s.313,314). Bu yükselişle Steve Jobs’un hisselerini 24 Ocak 2006’da Walt Disney; 7, 6 milyar dolar karşılığında tamamen satın aldığını belirtmiştir (Levy,2018, s.13). Anlaşmanın bir parçası olarak Ed Catmull hem Pixar hem de Disney stüdyolarının süpervizörlüğünü üstlenmiştir. John Lasseter ise Disney ve Pixar stüdyolarının yaratım ekibine liderlik/başkanlık etmeye devam edecektir (Levy,2018, s.322). 2007’de “(Lifted) Kaldırdı” kısa film ve “Ratatouille” animasyon filmi vizyona girmiştir. Film restoran şefi ve sıra dışı bir farenin öyküsünü konu edinmektedir. 2008’de ise “(Wall.E) Duvar-E” animasyon filmi ve “Presto” kısa film gösterime sunulmuştur (URL-9, Pixar, 2022). “(Wall.E) Duvar-E” IMDb tarafından dünyanın en iyi dördüncü animasyon filmi seçilerek Pixar’ın başarısını katlamıştır (Radikal, 2008, akt., Yapıcıoğlu, 2010, s.118). Film terk edilmiş ve harabe içindeki dünyayı temizlemek için görevlendirilen robotları konu edinmektedir. 2009’da “(Up) Yukarı” animasyon filmi gösterime girmiştir. Helyum balonlarıyla evini uçurmaya çalışan yaşlı bir adamın hikayesi işlenmiş ardından “(Partly Cloudy) Parçalı Bulutlu” kısa film tamamlanmıştır. 2010’da ise “(Toy Story 3) Oyuncak Hikayesi 3” devam filmi yayınlanmıştır. Kısa film üretimlerinden “(Day & Night) Gündüz ve Gece”

hazırlanmıştır. 2011’de Pixar 25 yıllık birikimi ile Emeryville kampüsüne yeni bir hizmet binası daha ekleyerek çalışma alanını genişletmiştir. Aynı yıl “(Cars 2) Arabalar 2” animasyon devam filmi oluşturulmuştur. 2012’de ise “(Brave) Cesur” animasyon filmi ve “La Luna” kısa film üretilmiştir. Pixar önceki yıllarda kullanımdan kaldırdığı “Menv (men-vee)” animasyon sistemini 2012’de yeniden geliştirerek, programın son sürümüyle “Cesur” filmini hazırlamıştır. 2013’te “(Monsters University) Canavarlar Üniversitesi” animasyon filmi eşliğinde “(The Blue Umbrella) Mavi Şemsiye” adlı kısa film üretilmiştir (URL-9, Pixar, 2022). 2015’te ise “(Inside Out) Ters Yüz” ve “(The Good Dinosaur) İyi Dinozor” animasyon filmi hazırlayan Pixar ilk kez aynı yıl iki uzun metraj filmi gösterime sokmuştur (Özbayram, 2020, s.54). Pixar aynı yıl “(Sanjay’s Super Team) Sanjay’ın süper takımı” ve “(Lava) Lav” kısa filmlerini de oluşturmuştur. 2016’ da ise “(Finding Dory) Doriy’yi Bulmak” animasyon filmi sinemalarda yayınlanırken kısa filmlerden “(Piper) Kavalcı” da gösterime sunulmuştur. Bir sonraki yıl “Piper” kısa animasyon film dalında Akademi ödülünü kazanmıştır. Pixar bu başarının ardından 2017’ de “(Coco) Hindistan Cevizi” animasyon filmi, “(Cars 3) Arabalar 3” animasyon devam filmi ve “Lou” kısa filmini çekerek animasyon üretimindeki istikrarını devam ettirmiştir. Pixar önceki yıllarda üretmiş olduğu “RenderMan” animasyon yazılımını, lisanssız kullanım imkânıyla piyasaya sürmüştür. Yine aynı yıl Pixar; Khan Academy ile birlikte “Pixar in a Box” adlı bir eğitim programı hazırlayarak halka çevrimiçi eğitim imkânı da sunmuştur. 2018’e gelindiğinde ise; Pixar “Bao” kısa filmini ve “(Incredibles 2) İnanılmaz 2” animasyon filmi gösterime sokmuştur. Tüm zamanların en iyi ilk animasyon filmi olma özelliği ile Pixar filmlerindeki kendi rekorunu da yenilemiş oldu. Film yayınlışının ardından tüm dünya genelinde 1,2 milyar dolardan fazla gelir elde etmiştir. Bu sebeple “İnanılmaz 2” tüm zamanların en çok hasılat getirisine sahip film olma özelliğini taşımaktadır (URL-9, Pixar, 2022). 2019’ da ise Pixar “(Smash and Grab) Parçala ve tut”, “(Burrow) Oyuk açmak”, “(Out) Dışarı”, “Kitbull” gibi birçok animasyon film üretmiştir. Pixar bu süreçte “(Toy Story 4) Oyuncak Hikayesi 4” animasyon devam filmini de yayınlamıştır. Aynı yıl “Bao” kısa film dalında Akademi ödülüne layık görülmüştür. 2020’ de ise “Oyuncak Hikayesi 4” filmi en iyi animasyon film dalında Oscar ödülünü kazanarak başarısını sürdürmüştür. “(Loop) Döngü”, “(Onward) İleri” ve “(Soul) Ruh” animasyon filmini hazırlamıştır. 2021’ de “Dug Days” kısa film ve “Luca” animasyon filmi gösterime girerken “(Soul) Ruh” filmi ise

en iyi animasyon film dalında Oscar kazanmıştır. 2022’ de ise Pixar; “(Turning Red) Kırmızıya Dönmek” ve “(Lightyear) Işık Yılı” animasyon filmlerini gösterime sunmuştur. (URL-9, Pixar, 2022).



## 6. YÖNTEM

### 6.1 Araştırmanın Amacı

Grafik tasarım bağlamında, Pixar animasyon film afişlerini incelemektir. Pixar animasyon film afişleri grafik tasarım ilkeleri açısından incelenmiş, tasarımda kullanılan unsurların (görsel, font, tipografi, vb.) nasıl ele alındığı tartışılmıştır. Ayrıca hazırlanan tez ile animasyon film afişleri ve grafik tasarım ilkeleri konularında literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

### 6.2 Araştırmanın Önemi

Sanatın her alanında tasarım kurallarını görmek mümkündür. Animasyon ve grafik tasarım alanları; günümüze kadar birbirine paralel şekilde gelişim göstererek ilerlemişlerdir. Bir grafik tasarım ürünü olarak afiş tasarımı birçok faaliyette kullanıldığı gibi, animasyon filmlerinin tanıtımında da kullanılmaktadır. Zengin içeriği ile günümüzde çok geniş bir kitleye hitap eden animasyon filmlerinin kitle iletişim araçlarıyla tanıtımı da önemlidir. Bu anlamda grafik tasarım ilke ve unsurları ön plana çıkmaktadır. Kuralına uygun yapılan tasarımlar nasıl ki hizmet ettiği alanda olumlu geri dönüşler sağlıyorsa, ticari bir tasarım ürünü olan afiş tasarımlarında da bu konu önem arz etmektedir. Dünya çapında önemli bir animasyon üreticisi olan Disney Pixar özelinde konunun irdelenmesi ve literatüre kazandırılmasının önemli olduğu düşünülmüştür.

### 6.3 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada Disney Pixar'a ait, uzun metraj animasyon afiş tasarımı incelenmiştir. Afiş incelemesinde grafik tasarım bağlamında değinilecek içerikler ise; tasarım ilke ve unsurlarıdır. Tasarımın bütünü, kompozisyon biçimleri ve kullanılan unsurlar, bu çerçevede ele alınmış ve bu kapsamda betimsel analiz ve görsel çözümler yapılmıştır.

#### **6.4 Araştırmanın Sınırlılıkları**

Bu araştırma Disney Pixar animasyon film afiş tasarımları ile sınırlıdır. Konuyla ilgili 1998 ve 2021 yılları arasında vizyona giren animasyon filmlerine ait, tesadüfi örnekleme ile belirlenen yirmi üç adet uzun metraj afiş incelemesi yapılmıştır.

#### **6.5 Araştırma Modeli**

Araştırma nitel araştırma yöntemleri doğrultusunda, literatür taraması modelinde ele alınmıştır. Grafik tasarım tüm yönleriyle irdelenmiş, animasyonun tarihi gelişimi sıralanmıştır. Araştırma kapsamında ele alınacak afişler random (tesadüfi) yöntemle seçilerek, betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir.

#### **6.6 Araştırma Evreni ve Örnekleme**

Araştırmanın evreni animasyon film afişleri, örnekleme ise; Disney Pixar' a ait, yirmi üç uzun metraj animasyon filmi afişidir.

#### **6.7 Veri Toplama Araçları**

Kavramsal çerçevede ele alınan literatür basılı ve dijital kaynaklardan derlenmiştir. Araştırmada yer verilen Disney Pixar' a ait tüm içerik ve bilgilere gerek firmaya ait, gerekse sektörle ilişkili yasal web sayfalarından erişilmiştir. Yasal sayfalarında yer almayan gerekli içeriklere ise mail aracılığı ile bildirilerek sayfalarında yer vermeleri talep edilmiştir. Pixar animasyon film afişlerine <https://www.pixar.com/> adresinden erişilen “gelecek filmler” kategorisinden temin edilmiştir.

#### **6.8 Verilerin Toplanması**

Araştırmanın kavramsal çerçevesi basılı yayın ve dijital kaynaklardan oluşturulmuştur. Araştırmada yer alan konu içeriklerine uygun tezler, makaleler, sempozyum bildirileri, basılı ve elektronik kitaplardan edinilen veriler de değerlendirilmiştir. İncelenen afişler <https://www.pixar.com/> adresinden 2021-2023 tarihleri arasında temin edilmiştir.

## 6.9 Verilerin Analizi

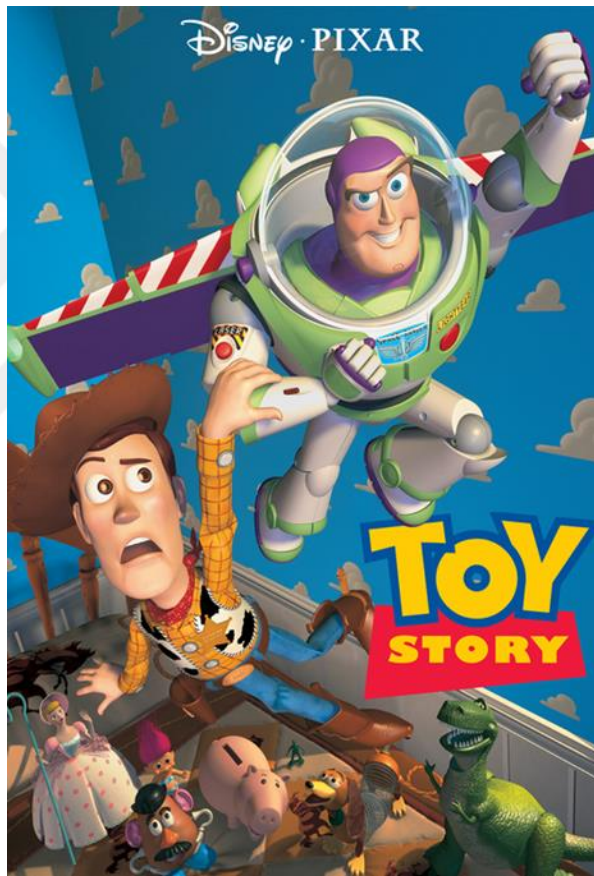
Araştırmada grafik tasarımın gelişimi ve tasarım ürünleri ile animasyonla ilgili temel konular incelenerek sıralanmış, belirlenen afişler grafik tasarım ilke ve elemanları açısından incelenerek, analiz edilmiştir.



## 7. BULGULAR

Bu bölümde; araştırmanın örneklemini oluşturan 23 adet Pixar animasyon film afişleri incelenmiştir. Araştırma kapsamı ve sınırları içerisindeki afiş tasarımları temel tasarım ilkeleri doğrultusunda çözümlenerek, değerlendirilmelerde bulunulmuş, tasarım ilke ve elemanlarının ne derecede ele alındığı tablolaştırılarak anlatılmıştır.

### 7.1 “Toy Story” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.1 Toy Story (Oyuncak Hikâyesi) Film afişi

Tablo 7.1 Toy Story (Oyuncak Hikâyesi) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Toy Story (Oyuncak Hikâyesi)
	Filmin Yılı	1995
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş

Tablo 7.1'in devamı

	Filmin Konusu	<p>Altı yaşında Andy isimli çocuğun oyuncaklarının kimse yokken antropomorfik özelliklerinin macera dolu hikâyesini konu almaktadır. Film birbirlerini rakip gören iki oyuncak kovboy Woody ve uzay bekçisi Buzz Lightyear'ın heyecan dolu yolculuklarını anlatmaktadır. Oyuncakların huzur dolu zamanları Andy'nin doğum gününde yeni oyuncak Buzz Lightyear'ın gelişiyle bozulmaktadır. Son teknoloji uzay koruyucusu Buzz'un gelişi, Kovboy Woody'de sahibinin kendisine karşı ilgisini kaybedeceği duygularını yaratmıştır. Bu nedenle Buzz'u kendisine rakip görmektedir. Buzz' dan kurtulmayı planlayan Woody'nin planları tersine dönmüş ve her ikisi de sahiplerinden bir yolculuk esnasında ayrılmışlardır. Amaçları her iki oyuncağında sahiplerine kavuşmak olmuştur. Bu nedenle ikili samimi dostluk içerisinde eğlenceyle yolculuklarını tamamlamışlardır.</p>
Tasarım Elemanları	Renk	<p>Afişin genelinde pastel ve nötr renkler hakimdir. Tipografi de kullanılan sıcak renkler ile afişteki renk dengesi sağlanmıştır. Afişteki zemin ve tipografi ilişkisinde zıtlık kullanılarak "toy story" yazısı ön plana çıkartılmıştır.</p>
	Biçim	<p>Afişteki tüm figürler ve zemin yüzeyi incelendiğinde; renk geçişlerindeki açık-koyu değerleri ve ışık -gölgelerle imgelere boyut ve hacim kazandırılmıştır. Uzay bekçisinin kanatlarındaki kırmızı ve beyaz renkler açık-koyu renk geçişleriyle derinlik oluşturularak biçim verilmiştir. Aynı zamanda oyuncağın eklem yerlerindeki geometrik bir biçim yerleştirilerek hareket fonksiyonelliği sağlanmıştır. "Toy" yazısındaki çerçvelendirmeler derinlik verilmiş bu sayede tipografi biçimlendirmiştir.</p>
	Çizgi	<p>Tasarımda yer alan paralel çizgiler ve ritmik desenler ile sert ve yumuşak hatlı çizgiler bir arada kullanılmıştır.</p>

Tablo 7.1'in devamı

	Görsel Hiyerarşi	Ana karakterler büyük boyutlarla ön plana çıkarılarken yardımcı karakterler önem sırasına göre hiyerarşik bir düzen doğrultusunda birincil, ikincil, üçüncül sıralamalarıyla afişe yerleştirilmiştir. Afişte yer alan yazıda da öncelik belirlenerek vurgulanmak istenen “toy” yazısı “story” yazısından büyük tutulmuştur. Görsel-tipografi hiyerarşi dengesi kurularak afişte bir kargaşa oluşmamıştır.
	Boşluk	Afiş tasarımının üst bölümünde diyagonal boşluk bırakılarak firmanın adı, Ana karakterlerden Uzak bekçisinin ayaklarının altında bırakılan boşluğa da filmin adı yazılmıştır.
	Doku	Tipografide doku kullanılmamıştır. Arka planda duvar kağıtlı bir mekân tasvir edilmiş, masa sandalye lambri gibi ahşap mobilya dokuları kullanılmıştır. Karakterler incelendiğinde; Uzak bekçisinin kıyafeti ve yaylı köpeğin dokusu sert bir plastiği, kovboyun ve prensesin kıyafetinin yumuşak bir kumaş hissi ve dinazorun derisindeki kaygan pütürlü plastik yapı algılanabilmektedir.
	Yön	Tasarımda uzak bekçisinin kanatları ve duruşu arka plan perspektifi ile uyumlu, yazı afiş yüzeyine paralel “toy” yazısının harfleri küçük açılarla farklı yönlerde dir.
	Şekil	Tasarımda üçgen, yuvarlak, dikdörtgen gibi geometrik şekiller mevcuttur.
	Zıtlık	Yeşil dinazor ile “story” yazısının kırmızı zeminle renkte zıtlık yansıtılmıştır. Korkusuz uzak bekçisi “Buzz” gülümserken, endişeyle Buzz’a tutunan kovboy “Woody” oyuncak karakterlerinin ifade zıtlıkları da dikkat çekmektedir. Afişteki karakterlerin yakınlık ve uzaklık ilişkileriyle zıtlık oluşturulmuştur. Aynı zamanda karakterlerin boyutsal olarak büyük/küçük dengesi kurulmuş ve bu açıdan da zıtlık yaratılmıştır.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tasarımda kullanılan renkler, yazı-zemin ve figür ilişkileri bir bütün olarak görülmektedir.

Tablo 7.1'in devamı

	Oran-Orantı	Tasarımda 1/3 kuralı uygulanmıştır. Karakterlerin birbiri arasındaki proporsiyonları kıyaslandığında dengeli ölçülandırılmıştır. Biçimler arası uzak-yakın ilişkisiyle afişte oran/orantı sağlanırken başkarakterler ile tipografide odaklama yapılmıştır.
	Ritim	Renk tekrarlamaları; afişin okunurluğunu ve dikkat çekiciliğini arttırmış ve renklerin devamlılık sağlanmıştır. Oyuncakların kıyafetlerindeki geometrik desenlerde ritmik biçimde tekrarlamalar mevcuttur. İmgesel ve biçimsel devamlılıkta; kalabalıktan azlığa gidiş ve pasif solgun renklerden sıcak canlı renklere giden bir görüntü sirkülasyonu mevcuttur. Afişte yer alan tipografinin renklendirmesinde devamlılık sağlanmıştır.
	Denge	Yazılar arasında oyuncak (toy) ön plana çıkarılmak istenmiş ve hikâyesi (story) ise geri planda tutularak tasarımdaki sözel unsurların kendi içerisinde dengesi kurulmuştur. Afişteki figürlerde irili ufaklı ve ön-arka dengesi verilerek tasarım ön plana çıkarılırken tipografi ile de bu denge korunmuş ve görsel-tipografi uyumludur. Zemin renginde nötr renk kullanılırken bulutlarla ve uzay bekçisi oyuncuğuyla da bu denge sağlanmıştır.
	Vurgu	Afişte yer verilen tüm film karakterlerinin yüzlerindeki heyecan ve tedirginlik vurgulanmıştır. Ayrıca soğuk renkli zemine sıcak renkli yazı kullanılarak tasarımda yazı ön planda tutularak filmin adı vurgulanmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Afişte tipografi serifsiz ve “toy” yazısı çerçevelendirilmiş, “story” yazısı ise renkli bir zemine yerleştirilerek aslında filmde anlatılmak istenen konuya uygun bir tasarım oluşturulmuştur.
	Kullanılan unsurlar	Figürler, (gerçekçi karakterler- hayali karakterler-teknolojik(robot) karakterler vb.

## 7.2 “A Bugs Life” Animasyon Film Afiş



Görsel 7.2 A Bug's Life (Bir Böceğin Yaşamı) film afişi

Tablo 7.2 A Bug's Life (Bir Böceğin Yaşamı) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	A Bug's Life (Bir Böceğin Yaşamı)
	Filmin Yılı	1998
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Flik adında mucit ve bir o kadar sakar bir karıncanın kolonisini kurtarma öyküsünü anlatmaktadır. Filmde belalı bir çekirge çetesi karıncaların yiyeceklerine her seferinde el koymaktadır. Yine toplanan besinler korsan çekirgelerin yemesi için toplanırken Flin'in sakarlığı yüzünden kolonilerini çekirgeler istila eder. Kraliçenin güvenini yeniden kazanmayı isteyen Flik bir grup savaşçı böcekleri kraliçeye tanıştırır. Fakat bu böceklerin bir sirk hayvanı olduğundan habersizdir. Gerçeği öğrenen Flik kendisine ve icatlarına güvenerek karınca adasını kurtarmaktadır.

Tablo 7.2'nin devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tasarım yeşil ve mavinin tonlarından oluşmaktadır. Yazının nötr (beyaz) renk oluşu okunurluğu kolaylaştırmıştır.
	Biçim	Tipografinin; böcekli tasarımı ve boyutu afişteki dikkat çekiciliğini arttırmıştır. Tasarımda organik formlar kullanılmıştır ve açık-koyu renk geçişleriyle boyutlandırılmıştır.
	Çizgi	Afişte oval ve kıvrımlı hatlar kullanılmıştır. Yapraktaki çizgilere ışık ve ton geçişleriyle hacim kazandırılmıştır. Tipografideki böcek stilizasyonu ile kesik kesik çizgilerin kullanılışı tasarıma hareket katmıştır.
	Görsel Hiyerarşi	Afişin odak noktası çerçevelendirilerek karınca ön planda tutulmuştur.
	Boşluk	Afişteki yeşil alanda diyagonal bir boşluk bırakılarak tipografi ve kurum adı ile değerlendirilmiştir.
	Doku	Afiş zemininde doğal dokular (yaprak) kullanılmıştır. Yazıda doku bulunmamaktadır.
	Yön	Tasarımda karıncanın perspektif açısı ile yaprağın perspektifi farklı yöndedir. Tipografideki böcekler birbirlerine zıt yönde ilerlemektedir. Karınca anteni yaprağın damarlarına doğrusal değildir.
	Şekil	Tasarımda organik şekiller kullanılmıştır.
	Zıtlık	Yaprakta dikey çizgilerin karşıtı olarak karıncada yuvarlak hatlı çizgiler görülmektedir.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte tipografi ile görsel arasında bütünlük kurulmuştur. Tasarımın genelinde kullanılan renkler, beyaz ile dengeli bir bütünlük sağlamıştır.
	Oran-Orantı	Yazıda kullanılan böcek tasarımı, yazının formunu bozmayacak biçimde yerleştirilmiş ve tipografide orantı kurulmuştur. Yazının boyutunun küçük-büyük olması zemindeki yaprak damarlarının kalın-ince uyumunu destekleyerek afişin orantısını korumuştur.

Tablo 7.2'nin devamı

	Ritim	Karıncanın göz bebeklerindeki kesik kesik çizgiler ve afiş zeminindeki birbirini tekrar eden yaprak damarları görsel ve zemin arasında ritmi oluşturmaktadır. Tipografide ise; böcek 100iluetlerinin bacakları, yazıdaki tekrarı oluşturmaktadır.
	Denge	Afişte yazı ile karıncanın gözlerindeki beyaz alan birbirlerini desteklemiş ve tasarımda yazı görsel dengesi kurulmuştur. Yazı boyutunun küçük/büyük kullanılması yazıya hareket katarak tipografideki böcek tasarımıyla denge sağlanmıştır. Afiş zemini aşağı sola akarken karıncanın silüetinin sağa yönelmesi afişin dengesini korumuştur.
	Vurgu	Afişte vurgu zeminin ana merkezindeki çerçevelemede toplanmış karınca karakterinin bakışlarına odaklanılmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Görseldeki karınca ile tipografideki böcek figürleri, konuya ve tasarıma uygun tasarlanmıştır.
	Kullanılan unsurlar	Figür (hayali bir karınca, silüet ve tipografide yer verilen böcekler), yaprak, yeşil alan.

### 7.3 “Toy Story 2” Animasyon Film Afiş



Görsel 7.3 Toy Story 2 (Oyuncak Hikayesi 2) film afişi

Tablo 7.3 Toy Story 2 (Oyuncak Hikayesi 2) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Toy Story 2 (Oyuncak Hikayesi 2)
	Filmin Yılı	1999
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Buzz ve Woody sahiplerine kavuşmak için heyecan ve aksiyon dolu yolculuk yaşadılar ve sonunda evlerine, arkadaşlarına kavuştular. Sahipleri Andy ise; oyuncaklarını odasında bırakarak kovboy kampına gitmeye karar verir. Andynin olmayışını fırsat bilen Al's Toy Barn'ın sahibi takıntılı oyuncak koleksiyoneri Al McWhiggin; Woody kaçırarak oluşturduğu oyuncak koleksiyonlarının arasına dahil eder. Woody; koleksiyon yapılmış hepsi birbirinden özel diğer oyuncaklar ile tanışır. Bu süreçte izlediği bir programda kendisinin aslında çok değerli bir oyuncak serisinin bir parçası olduğunu da keşfeder. Woody'nin oyuncak dostları Buzz Lightyer ve diğerleri Woody'yi yalnız bırakmayarak kurtarma planı yapmaktadırlar. Fakat Woody'yi nereye ait olduğu konusunda zor bir seçim beklemektedir.

Tablo 7.3'ün devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tasarımda uzay bekçisi karakterinde pastel renkler kullanılmıştır. "Toy story 2" yazısı ise sıcak renklerden oluşmaktadır. Kovboyda ise nötr renkler tercih edilmiştir. Zeminde beyaz alan kullanımı tasarımı ferah ve kolay algılanabilir kılmıştır.
	Biçim	Afişte geometrik biçimler kullanılmıştır. Koyu-açık değerler karakterlere derinlik ve boyut kazandırmıştır. "Toy ve 2" yazılarında ana hat kullanımı ise yazıyı boyutlandırmıştır.
	Çizgi	Kovboyun gömleğindeki ve şapkasındaki çizgilere ışık ve gölge verilerek hacim sağlanmıştır. Karakterlerdeki inişli çıkışlı ve kıvrık çizgilerin kullanılması afişe hareketlilik katmıştır.
	Görsel Hiyerarşi	Afişteki görsel sıralama renk kontrastlarıyla sağlanmıştır. Birincil sıra sıcak renklerin kullanıldığı yazı, ikincil; soğuk renkli uzay bekçisi üçüncül ise; nötr renklerin yer verildiği kovboydur.
	Boşluk	Tasarımın arka planında beyaz alan kullanılmıştır. Boş alana tipografik öğeler yerleştirilmiştir.
	Doku	Afişteki karakter görsellerin plastik yapıda yapay dokulardan oluştuğu görülmektedir. Yazıda ise doku bulunmamaktadır.
	Yön	Afişte figür yerleşimi ile tipografinin açısı farklıdır. Tipografide de "toy" ile "story" yazılarının perspektifi farklı yönlerde dir. Tasarımda (sıcak-soğuk-nötr) renklerden yararlanılarak figürlerdeki öncelik sıralamasına yön verilmiştir.
	Şekil	Kovboyun kareli gömleği, yuvarlak gözler, üçgen burun hatları ve uzay bekçisinin kıyafeti ile tasarımda, geometrik şekillere yer verilmiştir. Yazıda ise "story" nin arka zemininde bulunan dikdörtgen hat ile yazı-görsel arasında geometrik şekilde bütünlük sağlanmıştır.
	Zıtlık	Sıcak renkli yazıyı çevreleyen, soğuk renkli ana hatlarla afişte zıtlık oluşturulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tasarımda yazılar arası mesafe ve boyutsal farklılıklarının dengeli dağılımı görülmektedir. Afişteki renklerle hiyerarşik düzenin sağlanması afiş bütünü okutturmaktadır.

Tablo 7.3'ün devamı

	Oran-Orantı	Karakterlerin kompozisyon içinde kendi anatomik özelliklerinden kaynaklı orantısal farklılıkları bulunmaktadır. Görsel ve yazı dizaynındaki hiyerarşik yapılar tasarımdaki orantının göstergesidir.
	Ritim	Afiş kompozisyonu karakterlerin gözlerinin yuvarlak tekrarlayışları ritmi yansıtmaktadır. Yazı görsel arasındaki biçimsel devamlılık ise “iki”nin tekrarıdır. Yazı rengi ve kovboyun gömlek rengi ritmik ilerlemektedir.
	Denge	Yazıda biçimsel tekrarlayış ve büyük-küçük kullanımıyla ön arka ilişkisi kurulmuştur. Bu bağlamda yazılar arasında denge sağlanmıştır. Afişte asimetrik denge hakimdir. Karakterlerin baş ve vücut yapılarının orantısal farklılıkları da görsel dengeyi sağlamıştır. Yazı görsel arası denge ise her iki yapının da ön arka ilişkisinin verilmesi ile sağlanmıştır.
	Vurgu	Animasyon serisinin ikinci film olduğu hem yazı ile hem de karakterin el işaretiyle vurgulanmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Karakterlerdeki hareketlilik çizgi ve ritimle oluşturulurken yazıdaki hareketlilik ise; seçilen yazı karakterinin biçimsel özelliği ile sağlanmıştır. “story” yazısındaki zemin perspektifi hızı yansıtmaktadır. Bu bağlamla görsel tipografi uyumu sağlanmıştır.
	Kullanılan unsurlar	Tipografi (başlık) ve karakter figürleri (yumuşak dokulu bez kıyafetli bir kovboy ve sert plastik yapıda robot) kullanılmıştır.

#### 7.4 “Monsters, Inc.” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.4 Monsters, Inc. (Sevimli Canavarlar) film afişi

Tablo 7.4 Monsters, Inc. (Sevimli Canavarlar) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Monsters, Inc. (Sevimli Canavarlar)
	Filmin Yılı	2001
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Canavarlar dünyasındaki (Mostropolis) çığlık işleme fabrikasında görevli olan ve canavarlar arasında en iyi korkutucu olan James P. Sullivan çocukların dolaplarına girerek onları korkutmayı hedeflemektedir. Fakat bu sefer işler umduğu gibi gitmemiş, Sullivan farkında olmadan montropolis'e küçük tatlı bir kız çocuğunu da beraberinde getirmiştir. Artık canavarlar dünyasında hiçbir şey Sullivanve arkadaşı Mike için eskisi gibi olmayacaktır.

Tablo 7.4'ün devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Pastel renklerle hazırlanan kompozisyonda zemin rengi kullanılmamıştır. Figürlerde kullanılan renklerin ton geçişleriyle uyum sağlanmıştır. Afişte kompozisyona uygun olarak yazıda soğuk renklerden oluşturulmuştur.
	Biçim	Afişte biçim; tonlamalarla renk geçişleri oluşturulurken, ışık ve gölgeyle açık koyu değerleri verilerek karakterlere boyut kazandırılmıştır. Yazının dış hatlarına koyu ana hat kullanılarak dolgunluk ve hacim verilmiştir.
	Çizgi	Afişteki karakterin tüyleri çizgisel yapıda sunulmuştur.
	Görsel Hiyerarşi	Kompozisyondaki büyük/küçük+yazı ilişkisinde sistemli takip sağlanarak hiyerarşik düzen oluşturulmuştur. Zemin yalın tutularak, hiyerarşik düzenin ön plana çıkarılması desteklenmiştir.
	Boşluk	Arka zeminin tamamında boş alan tercih edilmiştir. Afişin alt bölümündeki doğrusal boş alana firma logosu ve film adı yazılarak değerlendirilmiştir.
	Doku	Karakterlerin kendilerine has dokusal özellikleri afişe yansıtılmıştır. Küçük canavar karakterinde; zihinde deri algısı oluşmaktadır. Afişteki tüylü canavarın ise zihinde peluş tüy algısı yaratmaktadır. Doğal ve yapay dokunun bir arada kullanılması afişi zenginleştirmiştir. Yazıda doku bulunmamaktadır.
	Yön	Tüylü canavarın sol kolu ve sağ bacağı aşağı akışta aynı yöne bakarken, sağ kolu ve sol bacağı yukarı yönde kaldırılarak yönde denge sağlanmıştır. Küçük canavarın kollarında ise tam tersi hareket sergilenerek aşağı ve yukarı yöneliş ile yönde zıtlık oluşturulmuştur.
	Şekil	Yazıda serifsiz düz bir yazı tercih edilmiştir. Aynı zamanda geometrik tasarım ile göz şekli oluşturulmuştur. Afişteki karakterlerde geometrik şekillerle biçimlendirilmiştir.
	Zıtlık	Afişteki karakterlerin büyük/küçük dengesi ile zıtlık oluşturulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte etkin biçimde ışık gölge kullanımı ve renk tercihleri birliği oluşturmuştur. Zeminin boş kullanımı tasarımdaki bütünlüğü güçlendirmiştir.

Tablo 7.4'ün devamı

	Oran-Orantı	Kompozisyonda orantısız farklılıklarla (büyük/küçük) zıtlık oluşturularak tasarıma hareket kazandırılmıştır. Aynı zamanda karakterlerin proporsiyonlarındaki orantısız farklılıklar ile tasarıma duyulan dikkat/ilgi artmaktadır. Afişte yazı ve görsel arasındaki ilişki orantılıdır.
	Ritim	Canavarın postundaki oval desenlerdeki tekrarlayışla renkte devamlılık sağlanmıştır. Şekilsel ritim ise; gülümseyen canavarın dış dizimindeki tekrarlayışla afişte ritim oluşturulmuştur. Yazıda ise ritim bulunmamaktadır.
	Denge	Tasarımdaki görsel öğelerde asimetric dengeden yararlanılmıştır. Yazıda ise simetric denge kullanılmıştır. Afişte her iki canavarında kollarının dış yöne bakması dengenin tek taraflı yoğunlaşmasını engelleyerek tasarımı dengede tutmuştur. Büyük canavarın bir kolunu küçük canavarın başına koyarak ayağını ise tam tersi yöne bükmesi de afişte oluşabilecek tek taraflı boşluğun ve denge bozukluğunun önüne geçmiştir.
	Vurgu	Animasyon karakterleri ile ve başlıkta "Monsters" yazısı içerisinde tasarlanan göz sembolüyle vurgu yapılmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Afişteki görsel asimetric, tipografi ise simetric yapıda kullanılmıştır. Bu farklılıklar afişi zenginleştirmiştir.
	Kullanılan unsurlar	Figürler (Tüylü peluş bir karakter ve deri dokulu küçük bir figür), tipografi.

## 7.5 “Finding Nemo” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.5 Finding Nemo (Kayıp Balık Nemo) film afişi

Tablo 7.5 Finding Nemo (Kayıp Balık Nemo) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Finding Nemo (Kayıp Balık Nemo)
	Filmin Yılı	2003
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Meraklı küçük Nemo ve babası Marlin evlerinde güven ve huzur içerisinde yaşamaktadırlar. Nemo'nun okula başlaması ile okyanusa duyduğu merakta bir hayli artmıştır. Ana karakter Nemo bir gün güçsüz bir yüzgeci olmasına rağmen evinden uzaklaşmaya cesaret eder ve ummadığı şekilde kendini bir dişçinin akvaryumunda bulur. Nemo korku ve endişeyle oradan kurtulma planları yapar. Marlin ise hayattaki tek varlığı oğlunu kurtarmak için okyanustaki korkularıyla yüzleşir ve oğlunu arama mücadelesi verdiği uzun aksiyon dolu yolculuğu tamamlama gücünü kendinde görür.

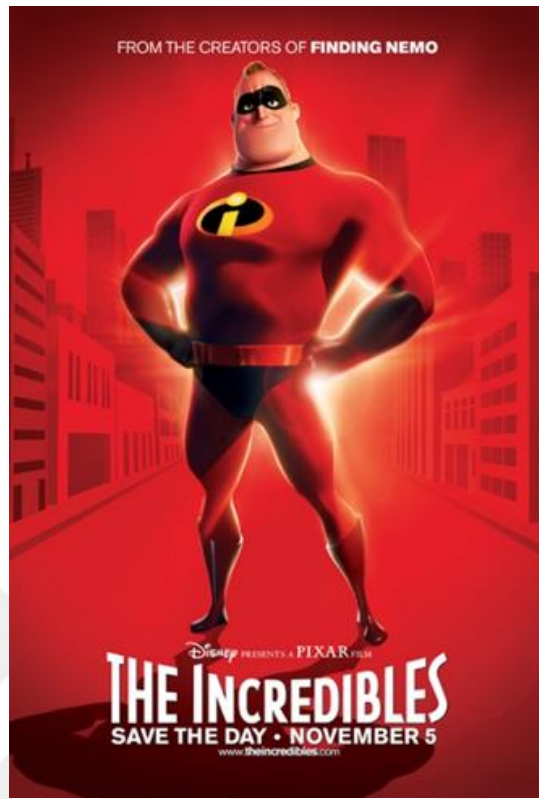
Tablo 7.5'in devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Soğuk renklerden mavi ve tonlarına, sıcak renklerden turuncu ve sarıya nötr renklerden siyah ve beyaza yer verilmiştir. Mavinin kroma değeri ile zeminde derinlik oluşturulmuştur. Yazı nötr renk tercih edilerek ön planda tutulmuştur. Aynı zamanda zıt renklerin bir arada kullanılışı afişteki dikkati arttırmıştır.
	Biçim	Köpek balığının sırt kısmına ışık-aydınlık renk geçişleri, alt kısmına ise gölge- koyu renk değerleri ile biçim verilerek derinlik ve hacim oluşturulmuştur. Köpek balığının dişlerindeki iniş çıkış tasarıma hareket kazandırmıştır. Afiş organik biçimle hazırlanmıştır. Yazının içine yerleştirilmiş balık figürü ve altındaki dalga hareketi yazıya hacim ve hareket kazandırmıştır.
	Çizgi	Dişlerdeki düz, iniş çıkışlı çizgiler köpek balığındaki enerjiyi ve güçlülüğü yansıtmaktadır. Küçük balıkların kuyruklarındaki düz çizgiler hareketliliği ve heyecanı vurgulamıştır. Yazının alt zeminindeki kalın inişli çıkışlı çizgi; yazıya hareket kazandırmıştır.
	Görsel Hiyerarşi	Afişte figür/zemin uyumu sağlanmıştır. Küçük balıkların renklerindeki zıtlıklar karakterleri ön planda tutularak ana karakter olma özelliklerini korumuştur. Bu bağlamla hiyerarşide birincil sıradadır. Köpek balığı ise büyüklüğünün vermiş olduğu kolay algılanabilirliği olsa da afişte kullanılmış olan soğuk ve nötr renk tonları nedeniyle ikincil planda algılanmaktadır. Yazı ise beyaz nötrlüğüyle üçüncül plandadır.
	Boşluk	Tasarım deniz altı görünümünü yansıtmaktadır. Alt kısımda; filmin tanıtım bilgileri ve dalgalı formda film adına yer verilmiştir.
	Doku	Afişteki imgelerde doğal doku kullanılmıştır. Karakterlerdeki balık (deri-pul) hissi afişe yansıtılmıştır. Zeminde doku renk değerleri ve ışık gölgeyle desteklenerek deniz, derinlik ve kum hissi oluşturulmuştur. Yazıda ise; doku bulunmamaktadır.
	Yön	Afişte yazının akışı ile figürlerin yerleşimi aynı açıda ilerlemektedir. Afişteki okyanus zemin Perspektifi ile köpek balığının vücut akışı birbirine paraleldir.
	Şekil	“Nemo” yazısındaki balık figürüyle organik şekil kullanılmıştır. Yazının alt kısmında dalga formundaki çizgi ise geometrik şekli oluşturmaktadır.

Tablo 7.5'in devamı

	Zıtlık	Afişteki karakterlerin arasında boyutlar arası zıtlık bulunmaktadır. Köpek balığının azının yukarıya bakması diğer balıklarının ağız ise; aşağı yöne bakması (yukarı /aşağı) yöndeki zıtlığı oluşturmaktadır. Küçük balıklarda sıcak ve soğuk karşıt renkler kullanılmıştır. Yazıda da boyutsal açıdan büyük/küçük karşıtlığı kullanılmıştır. Zemin figür ilişkisi uygun tutularak zıtlık kurulmamıştır.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Figürlerdeki organik dokularda birlik görülmektedir. Tüm kompozisyonun sayfa ortasında kullanılması ile yazı/görsel arasında düzen ve bütünlük sağlanmıştır. Zemin ve figürler arasındaki renk değerlerine ışık-gölge ile bütünlük verilmiştir.
	Oran-Orantı	Görseller arasındaki orantısal farklılıklar ile yakınlık-uzaklık ilişkisi kurulmuştur. Afişteki balıkların proporsiyonlarının doğru kullanımı algılarına bilirliliği arttırmıştır. Yazı ve görsel arasındaki orantısal farklılıklarla dengeli bir bağıntı kurulmuştur.
	Ritim	Renk ve ton kullanımlarında; koyu-açık değer farklılıkları ile zemin ve balıklarla devamlılık sağlanmıştır. Küçük balıkların kuyruklarında ritmik çizgiler bulunmaktadır. Turuncu balığın gövdesindeki yatay şeritlerde ritim görülmektedir. Köpek balığındaki diş dizimindeki eksenlerde de ritim oluşturulmuştur.
	Denge	Köpek balığı ve küçük balıklar anatomik formları gereği simetrik dengeye sahiptirler. Yazıda bulunan balık figürü ile afişteki balık figürü arasında eşgüdümsel bağ kurularak denge oluşturulmuştur. Zemin ve görselde kullanılan uygun renk değerleriyle zemin-figür dengesi sağlanmıştır.
	Vurgu	Afişte vurgu soğuk renk zemine, sıcak renkli bir balık yerleştirilerek ön plana çıkarılmıştır. Koyu zeminde beyaz yazı ile film başlığı vurgulanmıştır.
	<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu
Kullanılan Unsurlar		Figürler (büyük balık (köpek balığı) ve küçük balıklar (Nemo ve Dory), Su- Okyanus betimlemesi, deniz altı taşları.

## 7.6 “The Incredibles” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.6 The Incredibles (İnanılmaz Ailem) film afişi

Tablo 7.6 The Incredibles (İnanılmaz Ailem) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	The Incredibles (İnanılmaz Ailem)
	Filmin Yılı	2004
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	İnanılmaz Parr ailesinin süper güçleri vardır. Aile üyelerinden süper güçlü bir baba, elastik bir anne, çocuklar ise; ultra hızlı bir Dash, görünmez Violet ve daha yeteneği keşfedilmemiş küçük kardeşleriyle inanılmaz yeteneklere sahip bir ailedir. Ancak insanların var olduğu alanlarda yeteneklerini kullanmayarak insanlarla uyum içinde yaşamaktaydılar. Fakat kötülüklerle mücadele etmek için artık yeteneklerini kullanmaları gerekmektedir. Film Parr ailesinin mücadelecisi ve aksiyon dolu hikâyesini anlatmaktadır.

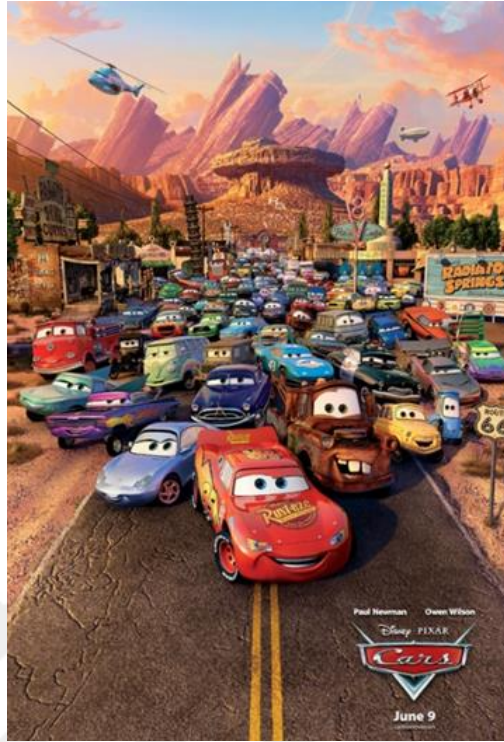
Tablo 7.6'nın devamı

	Renk	Afişte yoğun sıcak renk kullanımı mevcuttur.
<b>Tasarım Elemanları</b>	Biçim	Kırmızı ve kırmızının tonlarıyla zeminde bir boyut oluşturulmuştur. Afişte açık-koyu tonlamalar ile derinlik elde edilmiştir. Arka planda ki geometrik yapılarda (binalar) kare ve dikdörtgen biçimler kullanılmıştır. Karakter afişte simetrik açıyla yerleştirilmiştir. Yazı ise eğik biçimde düzenlenmiştir.
	Çizgi	Zeminde kullanılan çizgilerle tasarımın okunma hızı da değişmektedir. Arka yüzeydeki binalarda kullanılan durağan yatay çizgiler durağanlığı ve devamlılığı, dikey çizgilerle ise hareketi yansıtmaktadır.
	Görsel Hiyerarşi	Işık gölgenin süper kahraman üzerinde yoğunlaştırılması ve kostümünün canlı renkli oluşu afişte figürü birincil öge yapmaktadır. Yazıdaki kalınlaşmalar ve incelmelerdeki hareket dalgalanması yazıyı ikincil öge yapmaktadır. Arka zemin soluk ve durağan tutulması zemini geri planda algılatmaktadır.
	Boşluk	Afişin alt bölümdeki boşluk figürün konumu ile birbirine paralel üç parçaya ayrılmıştır. Alt kısımdaki bütün alana ise; Hareketli tipografi yerleştirilerek boşluk değerlendirilmiştir. Afişin üst kısmındaki boş alan ise reklam niteliğinde film tasarımcısının yönlendirici içeriği yerleştirilmektedir.
	Doku	Afişte görülmekte olan tüm öğeler; yazı, ana karakter ve arka zemindeki yapılar pürüzsüzce tasarlanmış yapay dokulardır.
	Yön	Yazı yay formunda tasarlanarak yukarı doğru bir yöneliş görülmektedir. Arka zemin incelendiğinde; paralel doğrularla ileri yönlü bir perspektif oluşturulmuştur. Kahraman; dikey yönlü kullanılarak tasarıma hareket kazandırmıştır. Afişte zeminin perspektifine uygun olarak figüre de açı verilmiştir. Tasarımdaki yoğunluk ve doluluk iki tarafa da eşit biçimde yerleştirilmiştir.
	Şekil	Afişteki arka plan tasarımı geometrik şekillerden (kare ve dikdörtgen) oluşmaktadır. Kompozisyondaki karakterin kostümünde de üçgen, daire, oval yapılar ve dikdörtgen şerit gibi geometrik şekiller görülmektedir. Yazıda ise şekil bulunmamaktadır.

Tablo 7.6'nın devamı

	Zıtlık	Tasarımdaki kahramanın proporsiyonundaki irili/ufaklı dengesizliklerle zıtlık kurulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Zemindeki tekrar eden yapılar ve desenlerle birlik oluşturulmuştur. Tasarımda kullanılan kırmızı ve tonlarıyla da renkle bütünlük verilmiştir. Zemindeki düz ve köşeli yapılara uygun yazıda serifsiz ve düz tercih edilerek birlik sağlanmıştır.
	Oran-Orantı	Afişteki kahramanın proporsiyonunda orantısız dengesizlikler bulunmaktadır. Kahramanın alt ve üst bedenindeki farklılıklar ile dikkat ana karakterde toplanmaktadır. Zemindeki öğelerin dengeli ve orantılı kullanımı afişteki düzeni sağlamıştır. Yazı ana karakterin genişliğine uygun orta hatlı yerleştirilerek karakter ve yazı arasındaki orantı dengelenmiştir.
	Ritim	Afişte renk tekrarı görmek mümkündür. Arka zemindeki yapıların ritmik tekrarlamalarındaki dikey öğeler hareketi, yatay öğeler ise; durağanlığı simgelemektedir.
	Denge	Yay formundaki yazının iki ucu da dengeli ve karaktere uygun yerleştirilmiştir. Kahramanın binalardan büyük tasarlanması yakınlık-uzaklık ilişkisini göstermektedir. Arka zemindeki yapılar ve kahraman simetrik denge ile tasarlanmıştır. Renkte denge tek renk yoğunluğu sebebiyle ışık-gölge ve tonlamalarla sağlanmıştır.
	Vurgu	Afişteki kahramanın proporsiyonundaki orantısız ve boyutundaki farklılıklarla vurgu yapılmıştır. Aynı zamanda ışık-gölge ve renk değerleriyle vurgu desteklenmiştir. Başlık beyaz yazılarak film adı vurgulanmıştır.
	<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu
Kullanılan Unsurlar		Figür (İnsan betimlemesi, hayali süper kahraman, gizemli karakter), yol, yatay ve dikey formda binalar, gölge, aydınlatıcı parlak ışık.

## 7.7 “Cars” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.7 Cars (Arabalar) film afişi

Tablo 7.7 Cars (Arabalar) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Cars (Arabalar)
	Filmin Yılı	2006
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Havalı ve başarılı yarış arabası şimşek McQueen'in; Nakliye aracı Macg'in kasasında yarışlara gitmek için dinlenirken kasadan düşerek birden yolda tek başına kalır. Eyalet otoyolunda şerifin kovalamacasının ardından şimşek McQueen kendini Radyatör kasabasında bulur. Kasabaya izinsiz giren şimşek McQueen kasabanın yollarını bozar. Bunun üzerine mahkeme kararınca kasabanın yollarının düzenlenmesinden sorumlu olur. Tüm bu zorlu mücadele popüler ve havalı yarış arabası için anlamsız gelir. Fakat şimşek McQueen bu süre içerisinde sahne ışıklarından ve popülerliğinden uzak macera dolu yolculuğunda muhteşem dostluklar edindiği sıra dışı hikâyeyi konu almaktadır.

Tablo 7.7'nin devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Gök yüzünde mavinin pastel tonları, bulutlarda ve kayalıklarda ise kızıl tonlara yer verilmiştir. Sağda mavi solda ise kırmızı uçak kullanılarak, afişin üst bölümünde sıcak soğuk dengesi sağlanmıştır. Arabalardaki renk dağılımında çoğunlukla soğuk renkler tercih edilmiştir. Aralara ise sıcak renkler serpiştirilmiştir. Nötr renklerin arabaların yüz ifadelerinde ve asfaltta zemininde kullanımı afişteki baskın rengi hafifleterek rahatlatmaktadır.
	Biçim	Taş yapıtlarında ki yüksekliklere vuran ışık ve kayalıklarda ki gölgenin oluşturduğu derinlik afişe boyut kazandırmıştır. Arabaların; tekerlerindeki yuvarlak yapılar, camlarındaki dikdörtgenler ve yüzeyindeki esnekliklerle geometrik biçim kullanılmıştır. Yazıda biçim açık koyu renk değerleriyle verilmiştir. Ayrıca başlık araba markası (etiketi) biçiminde düzenlenmiştir.
	Çizgi	Asfalt yüzeyindeki sarı ve beyaz dik şeritler afişe hareketlilik ve enerji kazandırmıştır. Sarı rengin uyarıcı bir renk oluşu afişte arabaların hızını sembolleştirmiştir. Aynı zamanda sarı çizgilerin kırmızı arabaya (ana karakter) doğrusal oluşu dikkati bir yere yöneltmektedir. Uçak pervanesinin ve elektrik tellerinin yatay formda kullanılması enerjiyi afişte aşağı yönlü akıtmaktadır. Çizgi elemanı "cars" yazısının dış hatlarına tonlamalarla açık koyu geçişi yapılarak metal dokusu oluşturulmuştur.
	Görsel Hiyerarşi	Afişin görsel düzeninde ana karakter vurgulanmış diğer arabalar ise düzeni takip ederek yoğunluk oluşturmuşlardır. Yazı görsele oranla küçük kullanılarak tasarımda ikincil planda kalmıştır. Arka zemin ise toprak renkleriyle tasarımda geri planda tutulmuştur.
	Boşluk	Afişin ön alanındaki asfalt tasviriyle bırakılan boşluğa film adı ve şirket amblemleri yerleştirilmiştir.

Tablo 7.7'nin devamı

	Doku	Afişin iki yanında bulunan çakıl toprak dokusu pütürlü gerçek görünümüyle, ağaçların ışık gölge desteğiyle yüzeysel dokusunu ve kaya parçalarındaki tırtıklı yapılar doğada kendiliğinden var olan doğal dokulardır. Yapay dokularda ise; zemine uygun yapının biçimsel tekrarlayışıyla asfalt dokusu oluşturulmuştur. Karakterize görüntüsü ışık gölgenin uygun kullanımıyla arabalarda ve uçaklarda parlak ve pürüzsüz yapıda metal dokusu algılanmaktadır. Lastiğin biçimsel özelliği gereği kabartılı dokusu zihinde canlanmaktadır.
	Yön	Afişte arabalar yoldan çıkarak sağ ve sol alanları doldurmuş olsa da hepsi ileri yöne bakarak tasarımdaki hareketi sağlamışlardır. Yazı tasarımındaki ok işareti ve zemindeki şeritler de ileri yönlü ilerleyerek hareketin akışını desteklemektedir. Dağların eğik yönelişi de afişe canlılık ve devimin kazandırmıştır.
	Şekil	Arabaların yüzeyindeki görsel içeriklerin hareketli yapıları ve gözleri, afişin ön planındaki tabelada yer alan oval yapıdaki 66 yazısı ve arka planındaki billboard derinliği bulunmayan iki boyutlu geometrik şekle örnektir.
	Zıtlık	Araba boyutlarındaki büyük küçük farklılıklar ve kontrast renklerin kompozisyonda ki dağılımı afişteki zıtlığı göstermektedir.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişteki arabaların sıcak-soğuk renk değerlerinin dengeli kullanımı ve arka plandaki görsel devamlılık ile tekrarlayan yapılar afişteki bütünlüğü desteklemektedir. Yazı tasarımında gerek şekil gerekse doku olarak afişte birlik oluşturulmuştur.
	Oran-Orantı	Afişte görsel öğeler arası orantılama yakınlık uzaklık ilişkisi kurularak ölçülü biçimde verilmiştir. Arabalardaki görsel yoğunluk sebebiyle "cars" yazısı araba görsellerine oranla küçük ve afişe uygun ideal boyutta tercih edilmiştir.
	Ritim	Arabaların sağa ve sola ritmik yayılımı mevcuttur. Zemindeki kaya yapıtlarının doğrusal tekrarlayışları ve eğik ritmik hareketliliği bulunmaktadır. Ağaçlarda da ritimsel tekrarlayışlar görülmektedir. Yazıda devamlılık bulunmamaktadır.

Tablo 7.7'nin devamı

<b>Tasarım İlkeleri</b>	Denge	Ön plandaki kırmızı arabanın büyük boyutta kullanımı arkasındaki araba yoğunluğunu dengelemiştir. Aynı zamanda büyük boyutlu ana karakterin sıcak (kırmızı) renkli oluşu arka plandaki arabaların soğuk renk yoğunluğunu dengelemiştir. Soğuk rengin homojen dağılımı için yer yer sıcak renklerin tekrarı da görülmektedir. Yazı ve görsel arası dengede görsel baskınlık kurarak yazı ikici planda kalmıştır.
	Vurgu	Tasarımda en kuvvetli yansıtılan içerik arabalardır bu nedenle vurgu arabalarla verilmiştir. Ön plandaki kırmızı araba afişte ana karakter olması sebebiyle odak nokta olarak algılanmaktadır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Afişte arabaların metal dokusu ile yazı ve yazı tasarımının metal dokusu bağdaştırılarak uyum yakalanmıştır.
	Kullanılan Unsurlar	Figür (Araba, kamyonet, otobüs, uçak vb. ulaşım araçları). Marka (etiket) biçiminde film başlığı

## 7.8 “Ratatouille” Animasyon Film Afışı



Görsel 7.8 Ratatouille (Ratatotuy) film afişi

Tablo 7.8 Ratatouille (Ratatotuy) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Ratatouille (Ratatotuy)
	Filmin Yılı	2007
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Filmde konu alınan minik fare Remy ‘in en büyük hayallli mükemmel bir şef olabilmektir. Remy Paris’in kanalizasyonlarında gezerken kendisini Aguste Gusteau’nun meşhur restoranın altında ki giderde olduğunu farkeder. Gusteau’da çöpçülük yapan Linguini ve Remy şans eseri karşılaşırlar. Kovalamacanın ardından ikili dost olur. Linguini’n restoranında başarılı olması için Remy; Linguini’n şapkasının altına gizlenerek ona komut vermektedir. Remy’ nin mükemmel koku alma kabiliyeti ve lezzetleri birleştirmedeki harika kombinasyon yeteneği ile ikilinin heyecan ve aksiyon dolu şeflik serüveni başlamıştır.

Tablo 7.8'in devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tasarımda pastel tonlamalar ve vurgulayıcı sarı renk kullanılmıştır. Renk tekrarları ile ana figür çerçeveselendirilmiştir. Zeminde nötr renk kullanımı tercih edilmiştir. Figürlerdeki renk devamlılığı Yazıda da sürdürülmüştür.
	Biçim	Kesici aletlerin yön ve duruş biçimleriyle derinlik ve boyut oluşturulmuştur. Farenin anatomik yapısına ışık verilerek yan kısımları gölgede kalmıştır. Bu nedenle ışık gölgenin vermiş olduğu açık koyu renk değerleriyle organik bir boyut oluşturulmuştur. Zemindeki fayansların derinlik ve yüksekliklerin sağladığı koyu değerler de biçime örnektir.
	Çizgi	Kapıda ve fayanstaki yatay çizgiler durağanlığı yansıtmaktadır. Dikey çizgiler hareket akışının algılanmasını sağlamaktadır. “Ratatouille” yazısında fareyi simgelemek için, çizgi elemanı ile bıyık formunda stilize edilmiştir.
	Görsel Hiyerarşi	Afişteki hiyerarşik düzende; fare ve elindeki peynir birincil sırada yer verilirken, ikincil sırada bıçaklar ve çatalların çerçeveselendirilişi bulunmaktadır. Film adı yazılı tabela tasarımı ise; bıçaklardan arka planda tutularak üçüncül düzeyde hiyerarşi oluşturulmuştur.
	Boşluk	Afiş zemininin üst ve alt kısımlarında doğrusal boşluklar bırakılmıştır. Bu kısımlar filmin künye bilgileri ile değerlendirilmiştir.
	Doku	Farenin vücudundaki tüylerin biçimsel tekrarlarıyla doğal bir doku oluşmuştur. Peynirdeki koyu açık değerler ile dokuda biçim elemanından yararlanılmıştır. Afişteki yapay doku; Metal uçları ve ahşap kulplarıyla bıçaklar ve çatallar ön plana çıkmaktadır. Afişte ağaç kapı ve geometrik desenlerde fayanslar kullanılarak bir mekân tasvir edilmiştir. Yazıda doku bulunmamaktadır. Fakat yazı zeminindeki tabelada metal dokusu algılanmaktadır.
	Yön	Afişte fare figürü diyagonal biçimde yerleştirilmiştir. Peynirin perspektifi ile farenin eğimi birbirine paraleldir. Tipografi yatay eksende kullanıldığından afişteki yazıda durağanlık algılanmaktadır. Kesici aletlerin resmedilme biçimiyle perspektif algı yaratılmıştır.

Tablo 7.8'in devamı

	Şekil	Film başlığı, tabela şeklinde tasarlanmıştır. Tabelada ve üzerinde yer alan başlık tipografisinde (fare stilizasyonu, yuvarlak burun ve çizgisel bıyıklar) geometrik şekillerle oluşturulmuştur.
	Zıtlık	Afişteki renk kullanımlarında, çerçeveselendirilen bıçaklardaki küçük büyük kullanımında ve farenin kafa yönü ile kuyruk yönünde zıtlık bulunmaktadır.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tasarımda dengeli öge dağılımı ve orantısal farklılıkla ile bütünlük kurulmuştur.
	Oran-Orantı	Afişteki bıçak ve çatalın boyutlarına kıyasla yoğunluk oranları afişte baskındır. Yazı ve karakterin orantısı dengelidir. Tasarımda sağlanan derinlik ve perspektif ile uzak yakın ilişkisi kurularak dengeli bir kompozisyon orantısı sağlanmıştır.
	Ritim	Afişte serifli yazı biçiminde devamlılık sağlanmıştır. Nesnel olarak bıçak ve çatalda tekrar görülmektedir. Afişteki renk kullanımında devamlılık mevcuttur. Bıçak saplarındaki yuvarlak halkalarda ve peynir yüzeyindeki deliklerde biçimsel tekrar bulunmaktadır.
	Denge	Yazılar tek bir alanda kullanılmayarak afişin alt ve üst kısımlarında dengeli dağılmıştır. Peynir, fare ve yazı tabelanın aynı düzlemde kullanılışı afişteki figür-yazı dengesini kurmuştur. Zemindeki renk devamlılığı ve afişteki bıçak çatal gibi öğelerin tekrarlarıyla yoğunluk bir tarafa biriktirilmeden afişte dengeli dağılım sağlanmıştır.
	Vurgu	Afişte bıçaklarla çerçeveselendirme yapılarak fareye vurgu yapılmıştır. Lacivert zeminli film başlığı dikkat çekicidir.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	“Ratatouille” yazısındaki fare tasarımı ile afiş içeriğindeki görsel öğelerin uyumu sağlanmıştır.
	Kullanılan Unsurlar	Figür (fare, hayali şef), nesne (peynir, bıçak, çatal, şef şapkası, mutfak)

## 7.9 “Wall.E” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.9 Wall.E (Vol.i) film afişi

Tablo 7.9 Wall.E (Vol.i) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Wall.E (Vol.i)
	Filmin Yılı	2008
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Film terk edilmiş bir dünyada kapatılmayı unutulmuş atık toplayıcı ve yük kaldırıcı robotun sıra dışı öyküsünü konu almaktadır. İnsanlar dünyayı terk ederek Axiom adındaki uzay gemisinde yaşamlarını sürdürmektedirler. Dünyada 700 yıldır çalışır halde unutulmuş Wall.E kendisini yalnız hissetmektedir. Dünyada tek başına yapayalnız olduğunu düşünerek çöp yığınlarını küp haline getiren Wall.E olacıklardan habersizdir. Yıllar sonra ana gemiden dünyaya arama robotu “eve” gönderilir bu robot son teknoloji ile hazırlanmış hızlı, uçabilen ve lazer savunma sistemli bir robottur. Meraklı Wall.E, Eve’yi görür ve arkadaş olmak ister. Eve dünyada olup bitenleri raporlayarak ana gemi Axiom a gider. Uzay gemisine tutunan meraklı Wall E’nin aksiyon dolu macerası başlamıştır.

Tablo 7.9'un devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tasarımda uzay konusunu vurgulamak adına mavi renk yoğunluktadır.
	Biçim	Uzaydan tasvir edilen dünya; ışık ve gölgelendirmelerle koyu-açık değerler verilerek boyut kazandırılmıştır. Afişte uçan robot Eve'nin arkasında oluşturduğu halkalar da çizgi elemanı kullanılarak derinlik verilmiştir.
	Çizgi	Uçan robot Eve'nin arkasında uçuş izi yuvarlak hatlı çizgilerle oluşturularak hacim verilmiştir. Uzay gemisinin yüzeyinde kalın ve ince şeritli çizgiler bulunmaktadır.
	Görsel Hiyerarşi	Yakınlık uzaklık ilişkisi kurularak ön planda tutulan Wall.E, (ana karakter) vurgulayıcı ve sıcak renk tonuyla birincil düzeyde tutulmuştur. İkincil sıralamada ise; tipografiye yer verilerek sıcak renkle desteklenmiştir. Diğer sıralamayı; Uzay gemisi, uçan robot ve dünya takip etmektedir.
	Boşluk	Uzay boşluğunun ve dünyanın bulunduğu geniş ve boş alana tipografi yerleştirilerek tasarımdaki denge sağlanmıştır
	Doku	Afiş zeminindeki doğal dokular toprak ve taştır. Figürlerdeki yapay dokular ise; metal, demir, cam ve sert plastik gözlemlenmektedir. Yazıda doku kullanılmamıştır.
	Yön	Tasarımda uzay gemisi dikey eksen ve açık kompozisyonla kullanılmıştır. Diğer figürler ise ışık kaynağına doğru açılarda yerleştirilmiştir.
	Şekil	Tipografideki; yuvarlak zemin derinliği olmadığından şekil olarak değerlendirilmektedir. Uzay gemisindeki kalın şeritlerde şekle örnektir.
	Zıtlık	Kompozisyondaki figürlerin boyutlarında (büyük-küçük) orantısal farklılıklar bulunmaktadır. Koyu alan ve aydınlık alan arasında değersel zıtlık kurulmuştur. Pastel ve sıcak renk kullanımında renkte zıtlık oluşturulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte ana ve nötr renk kullanımındaki açık koyu değerler ile tasarımda bütünlük oluşturulmuştur. Figürlerin uzak-yakın ilişkisi dengeli sıralanarak afişte uyum yakalanmıştır.
	Oran-Orantı	Afiş 1/3 kuralı ile hazırlanmıştır. Figürler arası boyutsal farklılıklar olsa da afişe konumlandırılışı dengeli ve orantılıdır. Tipografinin boşluğa uygun boyutta yerleşimi ile figürler ve yazı arası orantısal denge kurulmuştur.

Tablo 7.9'un devamı

	Ritim	Uzay boşluğunda yer alan yıldızlar birbirlerinin devamını sağlamıştır. Uçan robot Eve'nin arka yüzeyinde oluşturduğu halkalar figürlerdeki biçimsel tekrarlamaları oluşturmaktadır. Afişin arka zemininde ve figürlerde mavi renk tonunun tekrarları görülmektedir.
	Denge	Afişteki figürlerin yerleşimi ve yazının konumlandırılışıyla tasarımda yoğunluğun akışı dengeli biçimde dağılmıştır. Afişte yer verilen yazılar küçük büyük oranla kullanılarak tasarıma hareket kazandırmıştır bu durumsa tasarımda yazılar arası dengeyi oluşturmuştur. Zemin rengindeki figürlerde, renk dağılımı açık-koyu değerler ile denge kurulmuştur
	Vurgu	Tasarımda vurgu; figürün (Wall E) ön planda tutuluşu ve sarı renginde desteği ile sağlanmıştır. Tipografide vurgu ise; soğuk zemine negatif yazılması ve "E" harfinin sıcak zeminde kullanılmasıyla vurgulanmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Afişte yazı karakteri serifsiz tercih edilerek "E" harfi renkli bir zeminle birlikte kullanılmıştır. Tasarımda görsel yazı uyumu birbirine uygundur. Tasarım ise film konusu ile bağdaşık yapıda ilerlemiştir.
	Kullanılan Unsurlar	Figürler (Uçan robotlar, yük taşıyıcı araçlar, uzay gemisi), dünya, uzay

### 7.10 “Up” Animasyon Film Afışı



Görsel 7.10 Up (Yukarı Bak) film afışı

Tablo 7.10 Up (Yukarı Bak) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Up (Yukarı Bak)
	Filmin Yılı	2009
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Carl ve eşi Ellie' nin en büyük hayali Güney Amerika'daki yağmur ormanlarının derinliklerinde bulunan dünyanın en yüksek şelalesi Paradise Falls'a gitmekti. Evliliklerinin ardından hayat mücadelesi rutin döngüleri dışına çıkamayan çift heyecan ve macera dolu hayalini gerçekleştiremeden Ellie hayata gözlerini yumar. Carl; eşinin ve kendi hayalini gerçekleştirmek için evine bir sürü balon bağlayarak uçabilen bir ev yapmayı amaçlar. Carl başarmıştır balonlar evini havalandırmıştır ama Carl için yolunda gitmeyen bir şeyler vardır. Evde 8 yaşındaki davetsiz misafir Russel bu yolculukta Carl'a arkadaşlık etmektedir. Birlikte heyecan ve macera dolu deneyimler yaşayan fantastik bir yol arkadaşı olurlar.

Tablo 7.10'un devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Afişteki balonlarda, canlı parlak renklerin kullanılması tasarıma hareket kazandırmıştır. Kontrast renklerinde bir arada kombine edilmesi sonucu afişte dikkat artmıştır.
	Biçim	Figürlerde ışık-gölge desteği ile boyutlandırma yapılmıştır. Afişte köpeğin gerçekçi yapısı ve koyuluk -açıklık değeri ile biçimlendirilmesi sağlanmıştır. Küçük çocuk Russel; yuvarlak hatlı formu ve ana karakter Carl'ın biçimlendirilişi oval köşe hatlarıyla ve gerçekçi karakter betimlemesi ile tasarıma uygun biçimlendirilmiştir. Figürler (insan ve hayvan betimlemesi) organik biçime örnektir. Tasarımda ki ev yüzeyindeki geometrik yapılar (dikdörtgen, kare vb.) Carl'ın gözlüğü ve balonlar afişteki geometrik biçimlerdir.
	Çizgi	Kompozisyonun üst bölümündeki dikey çizgiler (ipler) ve karakterlerin tuttuğu dalgalı çizgi (hortum) tasarıma hareketi ve yukarı yönlü enerji akışını yansıtmaktadır. Evin dış cephesindeki yatay çizgi şeritleri durağanlığı simgelemektedir. Karakterlerden Carl'ın saç, kaşları ve yüzündeki kırışıklıklar çizgi elemanı ile hacimlendirilmiştir.
	Görsel Hiyerarşi	Afişte hiyerarşik düzenleme büyük/küçük dengesi ile sağlanmıştır. Tasarım incelendiğinde izleyici ilk neyi görmesi gerekliyse o öne çıkarılmıştır. Afişte hem boyut hem de yön bazında görsel tipografi birliği sağlanmıştır. Afişteki diyagonal yerleşimle okuma yönünde hiyerarşik düzen sağlanmıştır.
	Boşluk	Tasarımın sağ üst ve sol alt kısmında boşluklar birbirlerini destekleyerek tasarımda denge sağlanmış ve ferahlık oluşturulmuştur. Üst kısımdaki boşlukta film adı ve firma isimlerine yer verilirken alt kısımda ise filmin künyesi ile boş alanlar değerlendirilmiştir.

Tablo 7.10'un devamı

	Doku	Tasarımda koyu açık değerlerle dokulara derinlik verilerek zihinde algılanma biçimine de destek olmuştur. Afişteki objelerin dokular incelendiğinde; kompozisyonun sol üst bölümünde yer alan balonlarda yumuşak esnek plastik dokusu, balonların bağlı olduğu ip dokusu, evin baca kısmında tuğla, dış yüzeyinde ise; ahşap dokusu kullanılmıştır. Evden sarkan bahçe hortumunun sert plastik dokusu ve metal dokudaki musluk tasarımı kullanılmış yapay dokulardır. Figür yüzeyinde incelenen dokular ise kıyafetlere ait kumaş dokusu, ayakkabı ve kemerlerin deri dokusu, trampet, madalyalar, tasma ve kemer tokalarındaki metal dokusu, gözlükteki sert plastik dokusu da afişteki yapay dokulara örnektir. Doğal doku örnekleri incelendiğinde; insan derisi, saç ve hayvansal tüy bunlara örnektir.
	Yön	Afişteki figürler ve film adı birbirine paralel hizada diyagonal yönlü yerleştirilmiştir.
	Şekil	Afişte geometrik şekiller kullanılmıştır
	Zıtlık	Balonların birlikteliğinde kontrast renklerin bir arada kullanılışı renkte zıtlık oluşturmuştur. Yaşlı adam Carl'ın korku ve tedirgin bakarken küçük çocuk Russel'in mutlulukla gülümsemesi karakterlerde ifade zıtlığı yaratmıştır. Karakterlerin ayak konumlandırılışlarının birbirine zıt oluşu tasarımı hareketlendirmiştir. Aynı zamanda karakterler arası yaş farkı da (genç/yaşlı) görüntüsel zıtlığı oluşturmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tasarımda zemin-figür ve tipografi uyumunda birlik kurulmuştur. Tipografi ve figürler diyagonal yerleştirilerek bütünlük sağlanmıştır.
	Oran-Orantı	Figürler arası gelişim basamağı (yaş) düşünüldüğünde proporsiyon ve orantısal farklılıklarının bulunması uygundur. Afişte yer verilen öğelerin tümünde yakınlık uzaklık ilişkisi kurularak dengeli ve ölçekli bir düzen oluşturulmuştur. Tipografi ve figür arasında ebatlar orantılı kullanılmıştır.
	Ritim	Çok sayıda balonun kullanımı renkte devamlılık oluşturmuştur. Evin alt tabanındaki yatay-dikey çitler ve balkon pervazındaki çitler görsel devamlılığı sağlamıştır.

Tablo 7.10'un devamı

	Denge	Afişin üst bölümündeki büyük öğeler (uçan balonlar, ev) ve tipografi alt bölümünde ise ana karakterin boyutunun büyüklüğü görsel algıyı iyileştirmiş ve afişin dengesini korumuştur. Tipografinin büyük puntoyla beyaz renkli olarak kullanılması alt bölümdeki bulutlarla denge sağlamıştır.
	Vurgu	Tasarımda boş alanların yaratmış olduğu etki ile başlıktaki vurgu rahat algılanabilmektedir. Beyaz renk de bunu ayrıca destekleyen bir unsur olmuştur. Aynı zamanda balonlardaki tüm renklerin birbirleri ile bağıntısı afişe canlılık katarak renklerle de vurgu oluşturulmuştur.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Afişte tipografi "serifsiz" bir karakterle kullanılmıştır. Film adının diyagonal yerleşimi filmin adı ve konusunu yansıtmaktadır.
	Kullanılan Unsurlar	Figürler (gerçekçi insan ve hayvan tasvirleri) ev, uçan balonlar.

### 7.11 “Toy Story 3” Animasyon Film Afiş



Görsel 7.11 Toy Story 3 (Oyuncak Hikayesi 3) film afişi

Tablo 7.11 Toy Story 3 (Oyuncak Hikayesi 3) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Toy Story 3 (Oyuncak Hikayesi 3)
	Filmin Yılı	2010
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Kovboy Woody ve uzay bekçisi Buzz’un sahibi Andy artık üniversite gitme hazırlıkları yapmaktadır. Andy; büyümüştür. Eskisi gibi oyuncaklarına zaman ayırmayan Andy annesinin de teklifiyle oyuncaklarını kolileyerek kreşe gönderme kararı alır. Oyuncakları seçerek verilecekleri ayırırken kovboy Woody’i vermek istemez. Woody onun için hep değerli olmuştur. Kolilene diğer oyuncaklar belirsiz geleceklerinden endişe duydukları sırada Woody’nin bir karar vermesi gerekir. Andy’ nin hatıra kutularında mı kalmalı yoksa arkadaşlarının yanında mı olmalıdır. Woody Andy’e not yazarak arkadaşlarının yanına gider. Yeni yaşamlarında artık Woody ve arkadaşlarının tek bir amacı vardır. Macera dolu yolculuklarında hep bir arada kalmak için mücadele edecekleri heyecan dolu fantastik bir serüven yaşarlar.

Tablo 7.11'in devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Afiş arka planında soğuk ve sıcak renk kombinasyonu ile dikkat çekici bir zemin elde edilmiştir. Figürlerden uzay bekçisinin kostümünde kırmızı ve yeşil renkler kullanılarak kontrast oluşturulmuştur. Kovboy Woody'nin ise sıcak renklerde tercih edilen gömleği nötr renk yeleği ile kombine edilmiştir.
	Bıçım	Filmin seri bilgisini ifade eden zemindeki 3'e ışık-gölge ve koyu-açık geçişleriyle hacim ve derinlik elde edilmiştir. Figürlerden kovboyun parmak aralarındaki gölgelendirmeler karaktere boyut kazandırmıştır. Uzay bekçisinin kostümündeki üç boyut ve oval eklem bağlarındaki hacim renk tonlamalarındaki koyu açık değerlerle ve ışık gölgeyle verilmiştir.
	Çizgi	Figürlerden kovboy şapkasında helezonik çizgiyle desen ve hareket oluşturulmuştur. Gömleğindeki dikey çizgilerle hareketliliği temsil edilirken yatay çizgilerle de durağanlık yansıtılmıştır. Uzay bekçisinin düz yapılı ve yuvarlak hatlı çizgiler karakterin güçlülüğünü sembolleştirmiştir.
	Görsel Hiyerarşi	Afişte birincil öge zemindeki tipografi olmuştur. Arka plandaki tipografide (3) renk, boyut ve hacim olarak figürlerden üstünlüğü bulunmaktadır. Figürler arası hiyerarşi ise uzaklık yakınlık ilişkisi ile sağlanmıştır.
	Boşluk	Arka planda kullanılan koyu ve tek ton renk zemine derinlik katmıştır. Siyah rengin algısal özelliği gereği afişe güç ve kararlılık atfetmiştir.
	Doku	Tasarımda doğal doku bulunmamaktadır. Figürler üzerindeki uygulamalarla; cam, sert plastik, metal, deri ve kumaş dokuları hissedilmektedir.
	Yön	Afişte tüm öğeler dikey konumdadır. Kovboy ve uzay bekçisi birbirine paralel yöndedir.
	Şekil	Figürlerden kovboyun kemer tokasının üzerindeki görsel derinliği ve hacmi bulunmadığından geometrik şekil olarak değerlendirilmektedir.
	Zıtlık	Tasarımda kontrast renkler (yeşil ve kırmızı) kullanılarak renkte zıtlık oluşturulmuştur. Aynı zamanda soft renk ile sıcak renk kombinasyonu kurulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Kompozisyonda kullanılan renklerde birlik sağlanmıştır.

Tablo 7.11'in devamı

	Oran-Orantı	Figürlerin proporsiyonları orantılı biçimde tasarlanmıştır. Tasarımın sol alt köşesindeki yazı ile zemindeki “3” rakamında orantısal uyum bulunmamaktadır. Yazı figür arası orantısal farklılıklar bulunmaktadır.
	Ritim	Yazıda devamlılık bulunmamaktadır. Kovboyun gömleğindeki yatay dikey çizgi sirkülasyonunda devamlılık bulunmaktadır. Yine kovboyun şapkasında helezonik yapıyla ritim oluşturulmuştur.
	Denge	Afişte zemin figür arasında ön arka ilişkisi kurulmuş ve boyutsal farklılıklarda denge sağlanmıştır. Zemin yazısı ile bilgilendirici yazılar arası denge bulunmamaktadır. Zeminin tek ton ve sade oluşu tasarımı ön plana çıkararak zemin-renk uyumu dengelidir.
	Vurgu	Tasarım zeminindeki “3” rakamın boyutsal farklılıkları ve sıcak-soğuk renk kullanımıyla film serisine vurgulama yapılmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Tipografi kullanımında serif bulunmamaktadır. Arka zemindeki “3” rakamında boyutsal ve çizgisel çerçeveleme yapılarak zeminde derinlik oluşturulmuştur.
	Kullanılan Unsurlar	Figür (gerçek karakterler, hayali, karakterler, teknolojik robot)

### 7.12 “Cars 2” Animasyon Film Afışı



Görsel 7.12 Cars 2 (Arabalar 2) film afışı

Tablo 7.12 Cars 2 (Arabalar 2) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Cars 2 (Arabalar 2)
	Filmin Yılı	2011
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	<p>Şimşek McQueen ve sadık dostu çekici, Mater'ı görmeye Radyatör kasabasına gider. Dünyanın en hızlı arabasının seçilmesi için bir yarış düzenlenecektir.</p> <p>Kasaba halkı ve Mater şimşek McQueen'inde yarışa katılması için ikna eder. Macera dolu bu serüvende şimşek yarışırken Mater casusların aksiyon macera dolu olaylarına karışır ve gizemi çözer. Yarışmanın yıldızı olan şimşek McQueen sadık dostu Mater ve sevgilisi Sally'le birlikte Radyatör kasabasına dönerek mutlu ve eğlenceli yaşamlarına kaldıkları yerden devam ederler.</p>

Tablo 7.12'nin devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Afişte soğuk ve sıcak renk kombinasyonu oluşturulmuştur. Tasarımda kullanılan valörde; ışık-gölgenin yoğunluğuna uygun biçimde renk pigmentleri verilmiştir.
	Biçim	Dünyanın dış hatlarını aydınlatan ışık kaynağı afişte boyut ve hacim oluşturmuştur. Dünya yüzeyindeki kıtalarda; ışık-gölge ve çizgi elemanın kullanılması sonucu boyut ve derinlik yaratılmıştır. "Cars 2" yazısı ve sembolünde koyu-açık değerler ile derinlik ve yükseklik elde edilmiştir. Tasarımın genelinde yeterli düzeyde ışık gölge kullanılarak biçimin daha iyi algılanması sağlanmıştır.
	Çizgi	Afiş zeminde helezonik yapıda çizgiler bulunmaktadır. Dünya yüzeyindeki kıtaların dış hatlarındaki çizgisel hareketlilik ışık-gölge desteğiyle belirgin hale getirilmiştir. Mavi arabanın ön cephesinde büyük figürünün eklendiği alanda kısa tekrar eden çizgiler kullanılmıştır. Yukarıda ele alınan çizgilerin tamamı kıvrımlı, inişli çıkışlı ve dikey çizgilerden oluşmaktadır. Bu çizgiler afişe hareket kazandırmış ve yukarı yönlü enerji akışını sağlamıştır. "Cars" yazısının zemininde düz yatay çizgiler kullanılmıştır. Bu çizgiler; alana durağanlık sağlarken tasarımın enerjisini de "2" seriyeye yani aşağı yönlendirmiştir.
	Görsel Hiyerarşi	Afişteki birincil öge "Cars 2" sembolünün merkeze yerleştirilme sebebi ve boyutuyla dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Yazının dış hatlarındaki ok işareti, kırmızı arabayı yönelttilerek afişte ikincil sıralama oluşturulmuştur. Figürler ise önem sırasına uygun ön arka ilişkisi içerisinde hiyerarşik düzenleme yapılmıştır.
	Boşluk	Afişte boş alan bulunmamaktadır.
	Doku	Afişte doğal doku bulunmamaktadır. Yapay dokular incelendiğinde afişteki "Cars 2" sembolünde metal dokusu algılanmaktadır. Arabalarda ise genel dış kaplamalarında metal, lambalarında cam, tekerleklerinde ise lastik dokusu görülmektedir. Zemin ise pixel çözünürlüğünde parlak zemin görüntüsü algılanarak, zihinde dijital ekran hissi uyandırmaktadır.

Tablo 7.12'nin devamı

	Yön	Afişteki tüm öğeler diyagonal biçimde yerleştirilmiştir. Afişte tek kaçışlı perspektif kullanılmıştır.
	Şekil	Arabalara verilen antropomorfik özelliğe ait göz yapısı şekilsel olarak ele alınmıştır.
	Zıtlık	Afişte zıtlık sıcak soğuk renk farkıyla verilmiştir.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişteki arka plan-tipografi birlikteliği bütünlük oluşturmuştur. Kullanılan renk geçişleriyle de bu birliktelik desteklenmiştir.
	Oran-Orantı	Afişteki figürlerde ön arka ilişkisi kurularak ölçülendirilme yapılmıştır. Bu bağlamda orantısız farklılıklar afişi dinamik tutmuştur. Tipografi ve dünyanın orantılı konumlandırılışı ile afişte bütünlük ve uyum oluşturulmuştur. Perspektif uygulama büyük küçük algısını ve oran-orantıyı desteklemektedir.
	Ritim	Yazıda devamlılık bulunmamaktadır. Renklerde devamlılık incelendiğinde; arka plandaki dünyada, arabada ve zeminde mavi ve tonları kullanılmıştır. Yazının arka planında, araba şimşek McQueen' de ve zemindeki yansımalarda Kırmızı ve tonları görülmektedir. Afişteki çizgisel ritimler ise; yazı zemininde bulunan yatay düz şeritler, mavi arabadaki büyük sembolünde ki dikey düz şeritler, zemindeki helezonik çizgiler ve kıtaların devamlılığı afişte ritim olarak görülmektedir.
	Denge	Afişteki kompozisyonun dağılımı boyutsal olarak büyük-küçük dengesi ile sağlanmıştır. Zeminde kullanılan renkler ile arka planda kullanılan renk değerleri afişin renk dengesini korumuştur. Afişteki figürlerin yakın plan yerleştirilmesi ve tipografinin de doğru boyutta kullanılması figür-yazı dengesini oluşturmuştur. Afişteki "Cars 2" sembolü simetrik denge ile tasarlanırken afişin geneline asimetrik denge hâkimdir.
	Vurgu	Tipografi kompozisyonun ana yerleşkesinde kullanılarak film sembolüne ve serisine vurgulama yapılmıştır. Sembolde bulunan ok işaretleri ile ikinci vurgulama alanı olan kırmızı araba şimşek McQueen'e yönlendirme yapılmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	"Cars 2" sembolü dünyanın boşluğuna yerleştirilerek afişte tipografi görsel bütünlüğü oluşturulmuştur. Afişte kullanılan "Cars 2" sembolü filme uyumlu biçimde tasarlanmıştır.
	Kullanılan Unsurlar	Figür (araba karakterleri çeşitleri), dünya

### 7.13 “Brave” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.13 Brave (Cesur) film afişi

Tablo 7.13 Brave (Cesur) afiş inceleme

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Brave (Cesur)
	Filmin Yılı	2012
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Özgür ruhlu cesur Merida bir kraliyet mensubudur fakat o sadık atı Angus'a binip Highland'da koşturmayı, kılıç ve ok kıllanmayı tercih eder. Merida'nın annesi Elinor kendisi gibi kızını da naif ve zarif biçimde kraliyet adabını aşlamaya çalışsa da Merida'nın asi ruhu bunu kabul etmez. Bu durum annesinin başına vahim olaylar getirerek ayıya dönüştürür. Üzücü bir durumdur ki kocası kral Fergus ayı avcısıdır. Merida cadının yaptığı büyüyü çözmeye çalışırken macera dolu ve sıra dışı olaylar yaşayacaktır.

Tablo 7.13'ün devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tasarımda yumuşak geçişler ile mavi ve yeşilin renk değerleri kullanılmıştır. Vurgulayıcı renk olarak sıcak tonlarda turuncu kullanılmıştır.
	Biçim	Tipografiye ters ışık yöntemiyle boyut verilmiştir. Tipografinin içerisindeki örgüsel desenler tasarıma derinlik ve dolgunluk katmıştır.
	Çizgi	Tipografide kıvrık ve arkalı-önlü çizgilerle desen oluşturulmuştur. Bu çizgiler tasarıma enerji ve hareketlilik kazandırmaktadır. “b” “e” harflerinde çizgisel sarmal gözlemlenmektedir. Bu tarz çizgiler ise güçlülüğü ve kararlılığı temsil etmektedir. Yayın esnek kısmında da yatay düz çizgi kullanılmıştır. Bu çizgi ise yorgunluk ve aşağı yönlü enerji akışını simgelemektedir. Figürün saçlarında ise; hareketli, kıvrık, inişli-çıkışlı çizgilerle de hareket ve enerji yansıtılmaktadır.
	Görsel Hiyerarşi	Tipografide kullanılan ışık, boyut ve biçim tasarım zemininden önde tutulmuştur. Fakat afişteki ana figür “Merida” tipografiyi arkasında bırakarak birincil sırada ele alınmıştır. Figürün kostümü ile arka plan renk değerleri uyumlu kullanılarak afişteki renk düzeni sağlanmıştır.
	Boşluk	Arka zemindeki aydınlık alanda oluşturulan boşluğa yatay biçimde tipografi yerleştirilmiştir.
	Doku	Tipografide örgü motifli sağlam biryapı algılanmaktadır. Afişte ormanlık bir alan içerisinde tabiatına uygun yaprak ve ağaçlarda ahşap dokusu görülmektedir. Figürün kostümünde kumaş kemerinde ise deri dokusu bulunmaktadır. Ok ve yayda tekrar ahşap ve metal dokuları gözlemlenmektedir.
	Yön	Tasarımda açık kompozisyon kullanılmıştır. Afişte dikey bir yön akışı bulunmaktadır.
	Şekil	Afiş incelendiğinde başlık tipografisinin deseninde ve “yay” yüzeyindeki motiflerde geometrik dizilimler görülmektedir.
	Zıtlık	Renk kullanımındaki sıcak soğuk kombinasyonu ve ışık gölge ile oluşmuş açık koyu değerlerinde zıtlık kullanılmıştır.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte ışık gölge ile tipografi ve zemin bütünleşerek aykırılık oluşturmamıştır. Tasarımda kullanılan renk değerleriyle de bütünlük sağlanmıştır.

Tablo 7.13'ün devamı

	Oran-Orantı	Afişteki figür; insan anatomisine uygun orantılı biçimde tasarlanmıştır.
	Ritim	Çimlerin arasında yanan küçük mavi ışıklar zemindeki devamlılığı göstermektedir. Tipografide kullanılan motiflerde de devamlılık oluşturulmuştur. Arka planda ağaçların devamlılığı da mevcuttur. Son olarak ise; afişte renk ve tonlamalarda değer devamlılığı sağlanmıştır.
	Denge	Afişte zemin renk dengesi sağlanmıştır. Figür sayfanın tam merkezine yerleştirilerek eğik bir açı verilmiştir. Bunun sebebi figürün “Merida” ın dolgun saçları ve uzun pelerini afişin yoğunluk merkezini bir yöne saptırmadan dengede tutulması amaçlanmıştır.
	Vurgu	Vurgulayıcı sıcak renk kullanımı ile ve ön planda konumlandırılışıyla ana figürde vurgulama yapılmıştır. Afişte yazı ve görsel uyumu renk geçişleri ile verilmiştir. Yazı boyutunun büyük tutulması figürü desteklemiştir.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Yazıda kullanılan renk değerleri ile figürün kostümünde kullanılan renk değerleri benzeşmektedir. Afişteki tipografinin kelime (anlam) karşılığı ile resmedilen figür biçiminde uyum sağlanmıştır.
	Kullanılan Unsurlar	Figürler (gerçekçi insan betimlemeleri, hayvanlar, orman, ok, yay).

### 7.14 “Monsters University” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.14 Monsters University (Canavarlar Üniversitesi) film afişi

Tablo 7.14 Monsters University (Canavarlar Üniversitesi) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Monsters University (Canavarlar Üniversitesi)
	Filmin Yılı	2013
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Minik canavar Mike ve Sullivan dostlar, artık hayallerinin kapılarını aralamış ve canavarlar üniversitesine kabul edilmişlerdir. Mike'nin hayali üniversiteki en iyi korkutucu olmaktır. Fakat Mike'nin hayallerini bir grup isyankâr canavar topluluğu kurar. Sullivan'ın mizacı gereği korkutucu olması onu biraz özgüven sahibi yapmış fakat arzuladığı korkutuculuğa sahip olabilmesi için çalışması gerektiğini anlar. Canavarların eğlence ve yeteneklerinin sergilendiği bu filmde Mike ve Sullivan'ın hedeflerine ulaşabilme yolculuğu anlatılmaktadır.

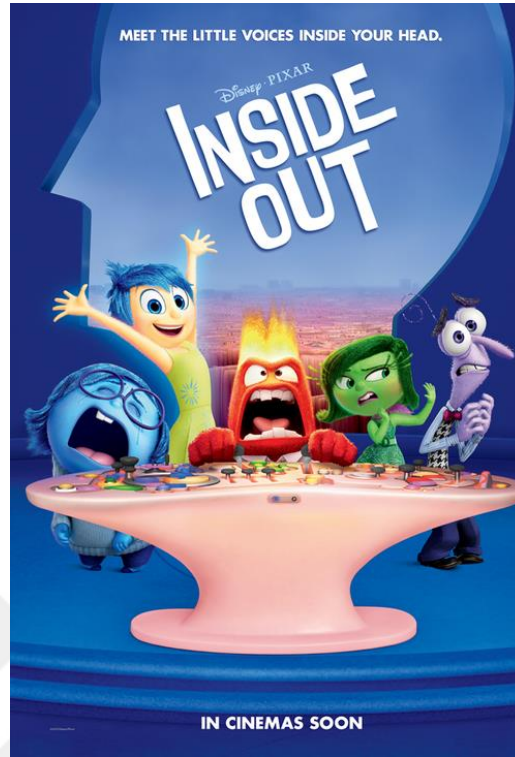
Tablo 7.14'ün devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tasarımda soğuk ve soft tonlar hâkimdir. Afişteki canlılığın korunması için sıcak renklerde yer verilmiştir. Kullanılan ışık-gölge desteğiyle figürlerdeki renk değerleri arttırılmıştır.
	Biçim	Afişteki kıyafetlerin boyutlandırılışı koyu-açık değerler ile sağlanmıştır. Tasarımda kullanılan her öğeye ışığın geliş açısına uygun gölgelendirmeler yapılarak derinlik ve hacim verilmiştir. Tüylü canavarda kullanılan renk tonları ve tüylerindeki çizgi yoğunluğu figürü iri, ağır ve yumuşak algılatmaktadır. Tüylü canavarın boynuzlarındaki çizgisel hareketlilik ile derinlik ve biçim oluşturulmuştur.
	Çizgi	Canavarların formalarının bilek ve yaka detaylarında dikey çizgisel hareketlilik görülmektedir. Tüylü canavarın boynuzlarında oval çizgiler mevcuttur. Tüyleri de yoğun çizgisel yapıdadır.
	Görsel Hiyerarşi	Afişte büyük küçük dengesi ile görsel sıralama sağlanmıştır. Film adı "MU" şeklinde kısaltılmıştır. Yazının tasarımda sönük durmaması için tüylü canavarın boyutuna uygun yerleştirilmiştir. Afiş bütününde kullanılan renk özelliklerinde de hiyerarşik yapı bulunmaktadır.
	Boşluk	Tasarım zemini beyaz alan olarak bırakılmıştır. Bu alanın üst kısmı film adı alt kısmında ise firma ve filmin vizyon tarihi bulunmaktadır. Tasarımda zeminin boş bırakılması; yazı ve figürlerin ön plana çıkarılmasını sağlamıştır.
	Doku	Canavar Sullivan'ının çizgi formu ve ışık gölge ile hacim verilerek tüy dokusu oluşturulmuştur. Küçük canavar Mike' nin ise parlak ve pürüzsüz cildinde deri algılanmaktadır. Canavarların tırnaklarındaki yükseklik- derinlik ve açık koyu dengesi ile verilen renk değerleri tırnak yapısını ortaya koymaktadır. Ayrıca canavarın boynuzlarına ışık-gölge ve çizgisel sirkülasyon ile boynuz hissi verilmiştir.
	Yön	Afişin yönü sol üstten sağ alta doğru ilerlemektedir. Afiş tasarım okumalarına uygun yerleştirilmiştir.
	Şekil	Üniversite (kolej) görsel sembolleri (yazı, mont, aksesuarlar vb.) baskındır.
	Zıtlık	Figürlerde (büyük-küçük, iri-sıska) boyut ve hacim ile zıtlık oluşturulmuştur. Kitaplarda kullanılan kontrast renkle zıtlık yaratılmıştır.

Tablo 7.14'ün devamı

<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte bütünlük renk ve şekillerin devamlılığı ile sağlanmıştır. Ayrıca kompozisyonda figürlerin dengeli yerleştirilişi bütünlüğü de desteklemiştir.
	Oran-Orantı	Figürlerden küçük canavarın boyunun büyük canavarla orantılı olabilmesi için ayaklarının altına kitaplar yerleştirilmiştir. Afişte yer verilen film adının; figürlerin yanında orantısız kalmaması adına çerçeveleştirilerek boyutlandırılmış ve tüylü canavar ile dengelen dirilmiştir.
	Ritim	Afişte tekrar eden yapı üniversitenin sembolüdür. Yazıda ve formalarda şeklin devamlılığı sürmektedir. Tüylü canavarın postundaki puantiyelide de devamlılık görülmektedir. Tasarımdaki her öğede mavi ve beyaz renklerin devamlılığı sürdürülmüştür. Tasarımın bütününde renk tekrarları görülmektedir.
	Denge	Afişte film adı ve firma bilgilerinin yer verildiği yazıların birbiri arasında denge bulunmamaktadır. Film adı canavarların proporsiyonuna oranla dengeli ve ölçülü kullanılmıştır.
	Vurgu	Afişte başlık vurguludur. Aynı zamanda üniversitenin sembolü birçok yerde kullanılarak sağlanan devamlılık desteğiyle vurgulama yapılmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Tasarımda yazılar serifli kullanılmıştır. Karakterlerin dolgun proporsiyonları sebebiyle yazılara ana hat ve çerçeveleme eklenmiş ve yazı kabartılmıştır.
	Kullanılan Unsurlar	Figürler (hayali canavar karakterleri), kitaplar ve formalar.

### 7.15 “Inside Out” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.15 Inside Out (Ters Yüz) film afişi

Tablo 7.15 Inside Out (Ters Yüz) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	İnside Out (Ters Yüz)
	Filmin Yılı	2015
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Duygular; (neşe, tiksinti, korku, öfke ve üzüntü) antropomorfik özellikler yüklenen duygular beynin düşünce merkezlerinde insanları yönlendirerek tavsiyeler vermektedir. Bu süreçte Riley büyümeye çalışan küçük bir kız çocuğudur ve büyümenin bu zorlu yolculuğunda Riley duygularının farkındadır. Riley ve ailesi buldukları yerleşkelerinden ayrılarak yeni bir şehre yerleşir bu süreçte yoğun duygular yaşayan Riley yeni hayatına uyum sağlamaya çalışır. Fakat zihnindeki duygu merkezinde üzüntünün odasından çıkarak Riley’in mutlu anılarına dokunmasıyla duygu merkezinde işler karışır. Duygular neşe, korku, üzüntü, öfke ve tiksinti bu karışıklıkla ve yeni yaşamlarıyla mücadele etmektedir.

Tablo 7.15'in devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Figürlerde soğuk sıcak renkler dengeli yerleştirilmiştir. Arka plandaki insan silüetinin içinde bulunan ton geçişlerinde soğuk renklere sıcak renklere bir akış görülmektedir. Tasarımda soğuk renkler dinginlik ve rahatlık sağlarken sıcak renklerle tasarım hareket kazanmıştır. Figürlerde ve objelerde kullanılan kontrast renkler afişe canlılık vermiş ve tasarımın etkisini arttırmıştır.
	Biçim	Afişteki insan silüetinin boyutlandırılması ışığın geliş açısına uygun açık-koyu değerler ile sağlanmaktadır. Afişteki silüet organik biçime örnektir. Figürlerin parmaklarındaki dolgunluk ve hacim renk (koyu-açık) değerleri ile verilmiştir. Masadaki tuş ve kolların ışığın düştüğü açıya uygun olarak açık renkli iken, ışığın az alındığı alan koyu tutularak öğelere derinlik ve boyut kazandırılmıştır.
	Çizgi	Figürlerin kıyafetlerinde kesik kesik, düz ve kıvrımlı çizgiler bulunmaktadır. Yeşil figürün kaşları düz kalın çizgilerle tasvir edilirken, mor figürün anteninde spiral çizgi kullanılmıştır. Tasarımda incelenen çizgilerin tamamı hareketliliği simgelemektedir.
	Görsel Hiyerarşi	Tasvir edilen mekânda boyutu ve hacmi sebebiyle tasarım sıralaması silüetin algılanması ile başlamakta ardından yazı ve figürler ile devam etmektedir.
	Boşluk	Tasarımda insan silüetinin içerisindeki gökyüzü olarak tasvir edilen boş alana tipografi yerleştirilmiştir.
	Doku	Afişte doğal doku bulunmamaktadır. Yer verilen yapay dokulardan kumaş, plastik, metal ve figürlere ait olan pürüzsüz plastik deri dokusu gözlemlenmektedir.
	Yön	Afişte tipografinin yönü diyagonal yerleştirilerek tipografide hareketlilik sağlanmıştır.
	Şekil	Figürlerin kıyafetlerinde bulunan desenlerin derinliği ve hacmi bulunmaması sebebiyle afişte şekle yalnızca kıyafetlerde yer verilmiştir.
	Zıtlık	Kontrast renklerin bir arada kullanılması tasarımda zıtlık yaratmıştır.

Tablo 7.15'in devamı

<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte tasvir edilen soğuk renkli mekânda sıcak renkli objeler ve figürlerin kullanılışı tasarımda bütünlük oluşturmuştur.
	Oran-Orantı	Arka plan silueti ile yazının birbirine oranı dengeli kullanılmıştır. Afişin alt kısmında figürlerin yoğunluğu yazının diyagonal yerleşimiyle birbirine orantılıdır.
	Ritim	Yazıların biçiminde; firma ve film adı aynı yönde ve diyagonal biçimde devamlılığı bulunmaktadır. Figürlerde ve zeminde mavi ve tonlarının renkte devamlılığı sağlanmıştır. Masa yüzeyindeki tuşların diziliminde de devamlılık görülmektedir.
	Denge	Figürlerin birbirleriyle olan bağlantı ve kullanımlarıyla denge sağlanmıştır. Diyagonal yazı biçimiyle durağan alan hareketlendirilerek figür yazı dengesi oluşturulmuştur. Siluetin içerisindeki mekân kırmızının ve mavinin tonlarıyla dengelenmiştir.
	Vurgu	Afişte başlık beyaz olarak kullanılmış ve vurgu sağlanmıştır. Bununla beraber figürler de kontrast renk kullanımıyla vurgulanmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Figürlerdeki hareketlilik tipografinin konumlandırılışıyla bütünlük oluşturmuştur.
	Kullanılan Unsurlar	Figür (İnsani duygular canlandırılmış hayali karakterler: kızgınlık, tiksinti, neşe, üzüntü, korku), insani karakterler.

### 7.16 “The Good Dinosaur” Animasyon Film Afışı



Görsel 7.16 The Good Dinosaur (İyi Bir Dinozor) film afışı

Tablo 7.16 The Good Dinosaur (İyi Bir Dinozor) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	The Good Dinosaur (İyi Bir Dinozor)
	Filmin Yılı	2015
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Ürkek dinozor Arlo vahşi doğada yaşayan küçük bir insanla arkadaş olur. Arlo'nun ürkekliğinin aksine küçük çocuk vahşi, korkusuz ve güçlüdür. Arkadaşından da cesaret alan Arlo kendi potansiyelinin farkında olacağı zorlu ve keşiflerle dolu yolculuğa çıkar. Arlo'nun gizemli ve heyecanlı yolculuğunda kendi gücünü ve istediğinde yapabileceklerini gördüğü, korkularıyla yüzleştiği heyecan dolu bir deneyim yaşar.
<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Afişte ateş böceklerinin ışıklarının kroma değeriyle derinlik ve canlılık hissi oluşturulmuştur. Tasarımda soğuk ve koyu renkler hâkimdir. Film başlığı fosforik renk kullanılarak ön plana alınmıştır.

Tablo 7.16'nın devamı

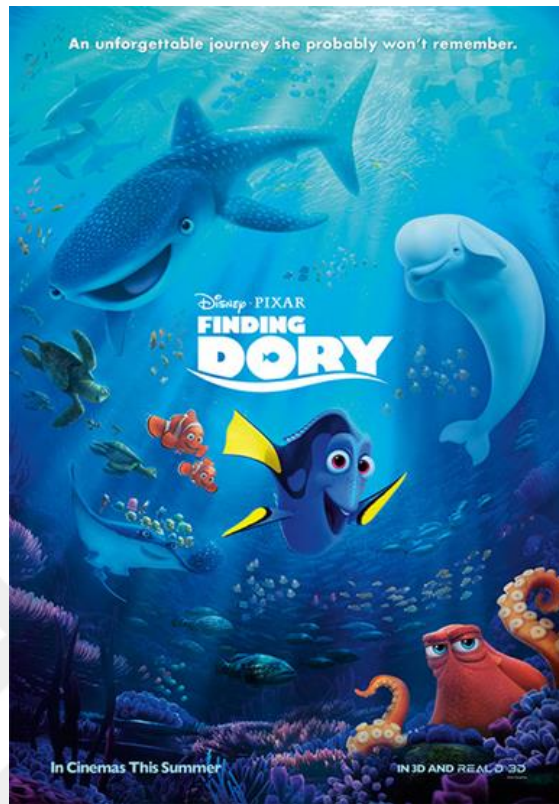
	Biçim	Ateş böceklerinin hacimsel yoğunluğu ve ışıklarının tonları incelendiğinde afişte organik biçim görülmektedir. Dinozor ve insana ışık-gölge verilerek figürlere boyut kazandırılmıştır.
	Çizgi	Karakterlerin dış hatları parlak bir renkle çizgisel olarak ortaya çıkarılmıştır. Çocuğun saçlarında ve ateş böceklerindeki ışıltılarda da çizgisel görünüm mevcuttur.
	Görsel Hiyerarşi	Afiş; tasarımın okunma yönüne uygun biçimde tasarlanmıştır. Dinozoru boyutunun büyüklüğünden kaynaklı figür birincil sıradadır. Yazıdaki renk kontrastının canlı oluşu ve baskınlığı ikincil sıralamada görülmektedir.
	Boşluk	Ateş böceklerinin ritmik hareketleri sonucu afişin sağ üst alanı boş bırakılmıştır. Geceyi yansıtan koyu zemine dikkat çekici renkte bir yazı yerleştirilmiştir.
	Doku	Afişte doğal dokulardan insan ve hayvan derisi hissi bulunmaktadır.
	Yön	Afişte figürler dikey, yazıda ise yatay yöneliş gözlemlenmektedir. Tasarımda dikey yöneliş hareket, yatay yöneliş ise pasiflik hissi uyandırmaktadır.
	Şekil	Tipografideki "the"nin altında ince bir dikdörtgen şerit kullanılmış ve başlıkta (iki yana bloklama) dikdörtgen bloklama yapılmıştır. şekil gözlemlenmiştir.
	Zıtlık	Tasarımda figürler arasındaki boyutsal yapıda (küçük/büyük) zıtlık görülmektedir.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte renk ve figür birliği sağlanmıştır.
	Oran-Orantı	Figürler arasında orantısal farklılıklar bulunmaktadır.
	Ritim	Ateş böceklerinin sarmal şerit döngüsünde hem biçimsel hem de renksel devamlılık görülmektedir.
	Denge	Yazılar iki yana yaslı blok halinde yerleştirilerek denge sağlanmıştır. Figürün boyutu, yazınsa vurgulayıcı rengi sebebiyle yazı görsel dengesi sağlanmıştır. Zeminin pasif oluşu yazı ve figür renklerini ön planda tutmuştur.
	Vurgu	Koyu zemin üzerine, sıcak renkli ve aydınlık yazı yerleştirilerek vurgulama yapılmıştır.

Tablo 7.16'nın devamı

<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Yazıdaki kroma değeri ile afişte kullanılan renk değerlerinde uygunluk görülmektedir.
	Kullanılan Unsurlar	Figürler (Dinozor, insan, ateş böcekleri)



### 7.17 “Finding Dory” Animasyon Film Afışı



Görsel 7.17 Finding Dory (Kayıp Balık Dory) film afışı

Tablo 7.17 Finding Dory (Kayıp Balık Dory) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Finding Dory (Kayıp Balık Dory)
	Filmin Yılı	2016
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Hayatı unutkanlık üzerine kurulmuş Dory; en yakın Palyaço balığı arkadaşları Marlin ve Nemo ile yerleşimlerinde mutlu ve huzur içinde yaşamaktadır. Fakat unutkan dory hafızasını kontrol ettiğinde birde ne hatırlasın, aslında onu unutmayan ve arayan bir ailesi olduğunu aklına gelir. Tüm zorlukları ve korkularını aşarak ailesini aramaya çıkan Dory okyanusun ardından bir akvaryuma hapsolür. Bu karar Dory'nin hayatını tamamen değiştirse de film; ailesini arama mücadelesini asla bırakmadığı heyecan ve keşiflerle dolu yolculuğunu konu almıştır.

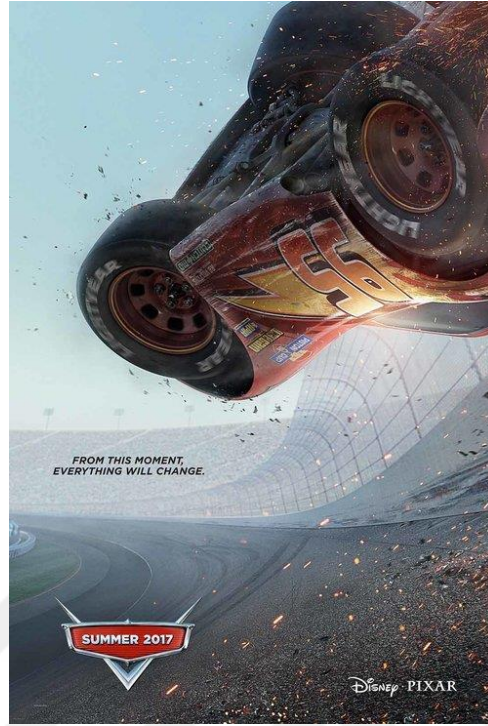
Tablo 7.17'nin devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Renk pigmentlerinin doygunluk değerleri yoğun biçimde kullanılmıştır. Işık gölge desteği ile mavi ve tonları kullanılmış ve afişte renk geçişlerindeki düzeye göre kroma değeri pasif ve canlı olarak kullanılmıştır. Afişteki baş figür Dory; ana renklerle oluşturulmuştur. Tamamlayıcı renklerden mavi ve turuncu afişte kullanılmıştır.
	Biçim	Zeminde bulunan bitkiler çizgisel formun yarattığı yoğunluk ve ışık gölgenin vermiş olduğu değerler ile biçim oluşturulmuştur. Figürlerdeki renk geçişleri ve tonlamalar ile biçim verilerek figürlere boyut kazandırılmıştır.
	Çizgi	Zeminde bulunan bitkiler hacimli yapısıyla çizgisel formda tasarlanmıştır. Tipografinin altında bulunan su dalgası şeklide çizgi ile tasvir edilmiştir.
	Görsel Hiyerarşi	Afişte balıkların homojen bir dağılımı görülmektedir. Film adı; etraftaki balıklarla çerçeveslendirilerek afişte birincil öge olmuştur. Ana karakterin uyarıcı ve ana renk kullanımıyla merkezi kompozisyon desteklenmiştir.
	Boşluk	Karakterlerin hiyerarşik biçimde sıralanması sonucu kompozisyonun merkezi alanı boş bırakılmış ve bu boşluk tipografi ile değerlendirilmiştir.
	Doku	Afişte organik dokular görülmektedir. Bunlar; balık ve çeşitlerinin dokusu, kaplumbağa kabuğu, ahtapot kolu, su altı bitkilerinin kendilerine özgü dokuları görülmektedir.
	Yön	Afişte ışık yönü dik ve doğrusal açıyla yansıtılsa da su altı canlılarının afişte sarmal bir yönelişi bulunmaktadır.
	Şekil	“Dory” yazısının içinde tasarlanan balık figürü ve altında bulunan su dalgası afişte göze çarpan şekillerdir.
	Zıtlık	Afişteki figürlerin küçük büyük kullanımıyla zıtlık oluşturulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişte merkezi kompozisyon ve kullanılan renklerle bütünlük oluşturulmuştur.
	Oran-Orantı	Figürlerin orantısal ve biçimsel farklılıkları afişe hareket katmıştır. Afişte kullanılan tipografi ve figürler orantılı kullanılmış ve karmaşaya sebebiyet vermemiştir.

Tablo 7.17'nin devamı

	Ritim	Kompozisyonda renkte ve figürlerde devamlılık görülmektedir. Su altı bitkilerinde de devamlılık bulunmaktadır. Köpekbalığı ve ahtapotun yüzeyindeki desenlerde de devamlılık mevcuttur.
	Denge	Yazılarda ve figürlerde küçük/büyük yerleşimiyle boyutsal farklılıklar afişte figür yazı dengesini sağlamıştır. Bir diğer gözlem ise zemin rengi ile figür renklerinde yer yer devamlılık sağlanarak afişte denge korunmuştur.
	Vurgu	Afişte film adı zeminli yapıda beyaz renkle kullanılarak ve balıklarla çerçeveslendirilerek vurgulama yapılmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Figürlerin şekilsel yapısı tipografide yansıtılmıştır. Başlığın altındaki dalga hareketi ise suyu simgeleyerek afişte tipografi imge bütünlüğü sağlanmıştır.
	Kullanılan Unsurlar	Figür (Antromorfik özellikler taşıyan su hayvanları), okyanus

### 7.18 “Cars 3” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.18 Cars 3 (Arabalar 3) film afişi

Tablo 7.18 Cars 3 (Arabalar 3) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Cars 3 (Arabalar 3)
	Filmin Yılı	2017
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Yeni nesil yarış arabaların gerisinde kalan dünya şampiyonu şimşek McQueen teknolojiye ayak uyduramayarak feci bir kaza yapar. Teknoloji bilgisine sahip Cruz Ramirez 'den eğitim alır. Fakat yarışlara kendisi girmeyerek Cruz'un girmesini ister. McQueen ise Cruz'u yönlendirerek teknoloji donanımı yarış arabalarını yenerler.

Tablo 7.18'in devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tasarım soft zemin yüzeyine sıcak renk kullanılarak dikkatlerin figürde yoğunlaştırılması sağlanmıştır. Aynı zamanda afişin alt kısmında film sembolünün yerleştirildiği alanda yeşil kırmızı yakınlığıyla da kontrastlık oluşturulmuştur. Figürün lastiklerinde nötr renk bulunurken yan yüzeyindeki şimşek sembolünde sarı ve turuncu analog renkler, kırmızı zeminle bir arada kullanıldığında renkte tamamlayıcılık yansıtılmıştır.
	Biçim	Tasarımda film sembolünde kullanılan renk geçişleri ve gölgelendirmelerle derinlik ve boyut verilmiştir. Bu sembol aynı zamanda marka etiketi biçimindedir.
	Çizgi	Arabanın yüzeyinde şimşek görseli keskin ve hareketli çizgisel formda beyaz dolgu ile verilmiştir. Tasarımda kullanılan file ise düz ve yatay çizgi ile oluşturulmuştur. Yarış pistindeki yol kenarlarında da oval çizgi kullanılmıştır.
	Görsel Hiyerarşi	Kompozisyonda figür; büyük boyutlu ve sıcak ve baskın renkli oluşuyla birincil öğedir. İkincil sırada tipografi bulunmaktadır. Zemine göre daha baskın ve koyu renklere sahiptir. Pasif renkli oluşu tasarımda zeminin geri planda algılanmasına sebep olmaktadır.
	Boşluk	Gökyüzündeki boş alana figür yerleştirilerek kompozisyonda alt üst dengesinin korunması açısından yazılar alt zemine yerleştirilmiştir.
	Doku	Doğal ve yapay dokuların bir arada kullanıldığı afişte zemininde çim ve çakıl taşı ve çamur doğal, file ve asfalt yapaydır. Figürde ise metal, lastik, cam gibi yapay dokular kullanılmıştır.
	Yön	Figür afişte diyagonal yönde yerleştirilerek afişe hareket kazandırılmıştır.
	Şekil	Tasarımda aracın yüzeyinde bulunana şimşek işaretinin derinliği ve hacmi bulunmaması nedeniyle afişe şekilsel yapıda yerleştirilmiştir.
	Zıtlık	Film sembolü ile yarış pistinin yanında bulunana yeşil alanın bir arada kullanımı renkte zıtlığı oluşturmaktadır. Figürün ters bir biçimde kompozisyona yerleştirilmesi yönde zıtlığı yansıtmaktadır.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tasarımda figür zemin uyumu bulunmaktadır. Mekân ve figür arasındaki oran bütünlüğü tamamlamaktadır.

Tablo 7.18'in devamı

	Oran-Orantı	Mekân, figür ile marka (etiket) biçimindeki film sembolünün yerleşiminde ki boyutsal farklılıklar afişte orantısal dengeyi sağlamıştır.
	Ritim	Afiş zemininde yer alan filenin her çizgisinde devamlılık görülmektedir. Figürün tekerlerindeki yazıda devamlılık bulunmaktadır. Figürde kullanılan kırmızı rengin tonları film sembolünde de kullanılmıştır.
	Denge	Tasarımda figürün boyutunun büyük oluşu ve sağ tarafa yoğunlaşması sebebiyle afişteki yazılar sol tarafta kullanılarak yazı figür dengesi oluşturulmuştur. Zeminin soft figürünse canlı renkli oluşu gözü rahatlatarak zemin figür dengesi sağlanmıştır. Yazılar arasında denge renk kullanımıyla hiyerarşik düzende yerleştirilmiştir.
	Vurgu	Figürün kaza anı tasarımda vurgulanmıştır. Afişte vurgu filmin ana fikrine uygun biçimde tasarlanarak vurgulama yapılmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Yazı serifsiz ve italik biçimde yazılarak hız hissi uyandırmıştır. Yarış arabasına ve pistine uygun bir tercih olmuştur.
	Kullanılan Unsurlar	Figür (Eski ve yeni nesil yarış arabaları) yarış pisti.

### 7.19 “Coco” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.19 Coco (Koko) film afişi

Tablo 7.19 Coco (Koko) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Coco (Koko)
	Filmin Yılı	2017
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	İki dünya arasında geçen fantastik bir filmidir. Yaşayanların dünyası ile ölüler diyarındaki yaşamı konu almaktadır. Ölüler dünyasında ruhlar eğitilip, yetiştirilmektedir. Bir gün Adrion ölüler diyarından yaşayanlar dünyasına gitmek ister fakat iki dünya arasına geçiş yapılabilmenin bazı şartları bulunmaktadır. Yaşayanlar dünyasında birilerinin sizi hatırlaması ve fotoğraflarınızın birileri tarafından hatıralarında saklanması gerekmektedir. Başka türlü karşı tarafa geçiş yoktur. Film; Adrion'ın bu zorlu sınavı verip iki dünya aranda yaşadıklarını anlatmaktadır.

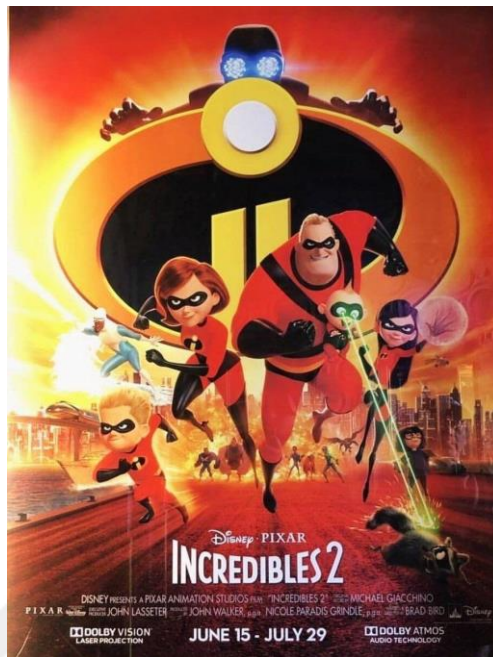
Tablo 7.19'un devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Afiş sıcak renkler ve yumuşak uygulamalarla harmanlanmıştır. Ana karakterlerde nötr renkler kullanılırken arka zemindeki karakterlerde zıt renklerin kullanıldığı görülmektedir. Afişin ön kısmında bulunan dairesel yapıdaki ara renk turuncu ile ana renk mavi kombinasyonu renkte tamamlayıcılığı sağlamıştır.
	Biçim	İskeletlerin ve insan figürlerinin ten renklerinde koyu renk değerleri ve ışık-gölgelendirmelerle biçim oluşturulmuştur. Binalarda ve kiremitlerde de açık-koyu renk değerleriyle derinlik kazandırılmıştır.
	Çizgi	Gitarın dış hattında ve ortasında şekilsel çizgiler bulunmaktadır. Sapında yatay çizgi kullanılırken tellerinde ise dikey çizgi kullanılmıştır. Dikey çizgilerin yoğunluğu gölge ve derinlik oluşturmuştur. Yaşlı karakterin yüz hatlarındaki kırışıklıklarda çizgi elemanı görülmektedir. Bu çizgiler koyu-açık değerler ile hacimlendirilmiştir.
	Görsel Hiyerarşi	Gitar; boyutsal farklılığı ve tasarımın merkezine yerleşimiyle afişin ana figürü olmuştur. Afişin sol bölümü aydınlık, sıcak ve kontrast renklerle harmanlanmıştır. Afişin sağ bölümü ise; daha pastel tonlarda ve daha karanlık yapıda tasarlanmıştır. Tipografinin yer verildiği alan ise afişin 1/3'lük bir kısmını kapsamaktadır.
	Boşluk	Tasarımın alt zemininde ışıltıların aktığı alan altındaki mavi zemin boş bırakılmıştır. Bu boşluk afişte film ve firma isimlerinin yerleştirilmesiyle değerlendirilmiştir.
	Doku	Arka planda iki farklı dünyada da birçok doku örneği görülmektedir. Bu bağlamda; insan derisi, saç ve karakterlerin kıyafetlerinde kumaş dokusu bulunmaktadır. İskeletlerde kemik ve şapka dokusu Sokaklarda; taş, ahşap, metal, kiremit, cam, fotoğraf kâğıdı, hayvan derisi, yaprak, beton dokuları görülmektedir.
	Yön	Tasarımda dikey yönelim mevcuttur.
	Şekil	“Coco” yazısının içinde bulunan koyu oval yapılarda geometrik şekiller görülmektedir. Gitarın alt kısmındaki çıkartmada ve gitardaki motiflerde de bu tarz uygulamalar bulunmaktadır. Hayali karakterlerin yüzlerine çizilen desenlerde de şekil görülmektedir.

Tablo 7.19'un devamı

	Zıtlık	Sıcak ve soğuk renklerin kullanımında zıtlık görülmektedir. Yaşam ve ölümün simgelendiği temada zıtlık kullanılmıştır.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Afişteki öğelerin dağılımı dengeli ve hiyerarşik düzene uygunluğu sebebiyle afiş bütüncül bir yapıda algılanmaktadır.
	Oran-Orantı	Ana karakterlerin birbirlerine oranı dengelidir. Afişte sol taraftaki sıcak rengin baskınlığı sağ taraftaki soğuk rengin yoğun ve doluluğu ile orantısı sağlanmıştır. Yazı zemini tasarıma aykırı olmayarak orantılı renkte ve alanda kullanılmıştır.
	Ritim	Yazıda "o" harflerinin içerisindeki yuvarlak desenlerde devamlılık mevcuttur. İskeletlerin yüzlerindeki motiflerinde ve yaşlı kadının yüzünün kırışıklıklarında devamlılık bulunmaktadır. Binaları çevreleyen ritmik ışıklarda ve havai fişek parçacıklarında da devamlılık sağlanmıştır. Ayrıca gitarın sapının iskelet kafası formunda tasarlanması ile gitardaki dış diziliminde devamlılık vardır. Yine gitarın gövdesindeki motiflerde ve sapındaki yatay çizgisel yapıda, tellerde ve noktalarda devamlılık oluşturulmuştur. Renkte devamlılık ise gitardaki desenlerde görülmektedir.
	Denge	Afişte figürler orantılı biçimde yerleştirilmiştir ve renkte sıcak-soğuk dengesi sağlanarak afişin dengesi korunmuştur. Afiş zemininde kullanılan sıcak soğuk kombinasyonu tipografi zemininde de kullanılarak görsel yazı dengesi sağlanmıştır.
	Vurgu	Gerçek ve ölümler dünyasının ortak tutkusu müzik gitar ile vurgulanmıştır.
	<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu
Kullanılan Unsurlar		Figürler (insanlar, hayali karakterler, hayvanlar)

## 7.20 “Incredibles 2” (İnanılmaz Aile 2) Animasyon Film Afişi



Görsel 7.20 Incredibles 2 (İnanılmaz Aile 2) film afişi

Tablo 7.20 Incredibles 2 (İnanılmaz Aile 2) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Incredibles 2 (İnanılmaz Aile 2)
	Filmin Yılı	2018
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	İnanılmaz aile süper yeteneklerini kullanmak yerine aile içerisinde günlük yaşamlarına huzur içinde devam ederken kötü güçlerle yeniden mücadele etmeleri gerekir. Anne Parr süper güçlerin yeniden varlığını sürdürmeleri adına bir görev alır. O sırada baba Parr evdeki minik ufaklık Jack-jack'a ve diğer çocuklara bakması gerekmektedir. Parr ailesinin aksiyon ve macera dolu hayatlarında yeniden kötülerle mücadele edeceklerdir.
<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Afişte sıcak renkler kullanılmıştır. Işık gölge desteğiyle renk değerlerine canlılık ve parlaklık verilmiştir.
	Biçim	Afişteki “i” ambleminin dış hatlarında kullanılan ışık gölge tasarıma yükseklik ve iç kısımlarına derinlik katmıştır.

Tablo 7.20'nin devamı

	Çizgi	Tasarım yüzeyindeki oval ve çizgisel yapıya ışık-gölge verilerek "i" harfi çerçevlendirilmiştir. Zemindeki yol üzerinde, merkeze doğru perspektifi yansıtacak şekilde çizgiler mevcuttur.
	Görsel Hiyerarşi	Tasarımın ana teması "i" harfi olmuştur. Harfi çevreleyen karakter ve yapılar ise birincil öğeyi destekleyici elemanlar olarak görev yapmaktadır.
	Boşluk	Figürler merkezden kenarlara doğru dağılım gösterecek şekilde yerleştirilmiş ve kenarlara doğru boşluklar bırakılmıştır.
	Doku	Afiş tasarımında karakterler üzerinde plastik, metalik dokular hissedilmektedir. Binalar, yol ve deniz dokusal anlamda hayatın doğal akışını yansıtmaktadır.
	Yön	Tasarımda merkezi bir yönelim bulunmaktadır. Tasarımda çerçevlendirilerek ön plana çıkarılan "i"nin dikey yönlü olması tasarımın yönelişini yukarı çekmektedir.
	Şekil	Afişte oval, daire gibi geometrik şekiller bulunmaktadır
	Zıtlık	Tasarımda oval ve köşeli yapıların bir arada kullanımı ile zıtlık oluşturulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Merkezi kompozisyon biçimi, figür yerleşimleri ve film başlığı tipografisinin kullanım biçimi ile bütünlük sağlanmıştır.
	Oran-Orantı	Karakterler sembol ve mekân kurguları arasında belli bir oran orantı yaklaşımı görülmektedir.
	Ritim	Yazıda oval bir yerleştirme yapılmıştır. Bu da üst bölümdeki "i" sembolü ile bir devamlılığa sahiptir. Renk tekrarları, "i" harfindeki dikdörtgen ve yuvarlak yapılar da ritmi gösteren uygulamalardır.
	Denge	Afişte zemin ve figürlerde renk dengesi oluşturulmuştur. Merkezi kompozisyon da dengeyi vurgulamaktadır.
	Vurgu	Tasarımda "i" harfi vurgulanmaktadır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Kompozisyonun bütününde ele alınan yaklaşımla, renk ve şekilsel birlik sağlanmıştır.
	Kullanılan Unsurlar	Plastik yapıda ana karakterler, şehir, diğer animasyon karakterleri, sembol (daire, dikdörtgen, elips)

## 7.21 “Toy Story 4” Animasyon Film Afişİ



Görsel 7.21 Toy Story 4 (Oyuncak Hikayesi 4) film afişi

Tablo 7.21 Toy Story 4 (Oyuncak Hikayesi 4) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Toy Story 4 (Oyuncak Hikayesi 4)
	Filmin Yılı	2019
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Woody ve arkadaşlarının yeni sahibi Bonnie adında küçük bir kız çocuğudur. Woody sahibini önemseyerek onu mutlu olması için heyecan dolu olaylar yaşar. Bu süreçte Woody, Bonnie'nin ana sınıfında kendisinin yaptığı geri dönüşüm bir oyuncak kaşık Forky'e bağlı olduğunu anlar. Ama forky oyuncak olduğunu kabullenemeyerek atık olduğunu düşünür. Woody, Forky'i oyuncaklar dünyasına kazandırmanın mücadelesini verirken eski arkadaşlarından Bo peep'e kavuşur ve onu ne kadar özlediğini anlar. Onsuz bir sürü maceralar yaşamışlardır ve anlatmak için sabırsızlanır.

Tablo 7.21'in devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Afişte “toy story 4” yazısı ve zemin; ana renklerden oluşturulmuştur. Kompozisyondaki civciv ve tavşan karakterlerinin yan yana konumlandırılması sarı-turuncu ve sar-yeşil kombinasyonlarıyla analog renkler görülürken sarı-mavi=yeşil birlikteliği ile tamamlayıcılık mevcuttur. Uzay bekçisinin kostümünde kontrast renkler bulunmaktadır. Arka plandaki ekranda soft renklerin hâkimiyetinde bir çember oluşturulmuştur. Kovboyda ise sıcak ve nötr renkler kullanılmıştır.
	Biçim	“Toy ve 4” yazısı mavi ana hat ile derinlik verilerek tipografide boyut elde edilmiştir.
	Çizgi	Kovboyun şapkasında ve Barbie'nin sırtındaki kancaya sarılı ipler sarmal yapıda çizgilerden oluşmuştur. Kovboyun gömleğinde dikey ve yatay formda çizgiler bulunmaktadır.
	Görsel Hiyerarşi	Tasarımda tipografi “Toy ve 4” baskın tutulurken “story” pasif tutularak ön arka ilişkisi kurulmuştur. Bu olay afişteki figürlerin yerleşiminde de kullanılarak ana karakter ve yardımcı karakterler şeklinde hiyerarşik düzen oluşturulmuştur.
	Boşluk	Mekânın üst bölümündeki karartılı üçgen köşe ye film adı yerleştirilerek alanda değerlendirme yapılmıştır. Mekânın alt kısmındaki üçgen ahşap yapıyı zemin kabul ederek firma, film, içerik bilgileri yerleştirilmiştir
	Doku	Arka plan iç mekânında; cam, metal, ahşap çerçeveler ve dolaplar vb. doku türleri kullanılmıştır. Uzay bekçisi ve beyaz kaşık sert bir plastiği. Çatal, kaşık, Barbie bebeğin arkasındaki çengel ve motosiklette metal dokulara yer verilmiştir. İnsani karakterlerin kıyafetlerinde kumaş ve deri dokusu gözlemlenirken tavşan ve civciv de yumuşak bir pelüş dokusu bulunmaktadır.
	Yön	Afişte görsel akış yukarıdan aşağıya doğrudur.
	Şekil	Kovboy' un yeleğindeki siyah desenler hacimsiz olması nedeniyle şekil olarak değerlendirilmiştir.
	Zıtlık	Uzay bekçisinin kostümündeki kontrast renklerle renkte zıtlık oluşturulmuştur. Karakterlerdeki endüstriyel oyuncaklar ve geri dönüşüm oyuncaklarıyla figürlerin yapısında zıtlık yansıtılmıştır.

Tablo 7.21'in devamı

<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tasarımda arka plan öğeleri ve figürlerin bir aradaki kombinasyonu, bütüncül ve uyumlu olarak algılanmaktadır.
	Oran-Orantı	Afişte figürlerin hiyerarşik düzenine uygun orantısal boyut verilmiştir. Tasarımdaki tipografi ve figürler orantılı yerleştirilmesi sebebiyle yazı figür dengesi korunmuştur.
	Ritim	Afişin arka planındaki soft renk çemberinde tekrarlamalar mevcuttur. Yine arka plan duvarın üst kısmındaki asılı saatin oklarında devamlılık vardır. "Toy ve 4" yazısında hem renk ile hem de biçimsel devamlılık görülmektedir.
	Denge	Arka planda mekânın tavanında karatma yapılmış ve figürlerin üzerinde durduğu ahşap yapı ile zemin dengesi oluşturulmuştur. Tasarımdaki sözel unsurların yerleştirilişi de üst kısımda film adı ve alt kısımda filmin içerik bilgileri olarak aynı doğrultuda üst-alt ilişkisinde yerleştirilmiştir. Film adındaki boyutsal farklılıklar ile ön arka ilişkisi kurularak tipografiye hareket kazandırılmıştır. Afişteki tasarlanan zemin koyu ve soft renklerle tasvir edilirken tam tersi biçimde tipografi ve karakterler renkli ve dinamik tutularak afişte karmaşa oluşmadan mekân figürde renk dengesi oluşturulmuştur. Yazı renklerinin ana renk olması sebebiyle tasarımdaki baskın gücünü artırarak yazının figürlerin gerisinde kalmasını engellemiştir.
	Vurgu	Afişte film adı ve serisi "Toy ve 4" çerçeveselendirilerek vurgulanmıştır. Yazı karakterlerinin boyutunun büyük tutuluşuyla da desteklenmiştir. Figürler arasında yakınlık uzaklık ilişkisi kurularak ana karakter kovboy figürler arasında vurgulayıcı karakter olmuştur.
	<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu
	Kullanılan Unsurlar	Karakterler, (geçekçi ve hayali karakterler), mekân ve aksesuarlar

## 7.22 “Onward” Animasyon Film Afişi



Görsel 7.22 Onward (Hadi Gidelim) film afişi

Tablo 7.22 Onward (Hadi Gidelim) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Onward (Hadi Gidelim)
	Filmin Yılı	2020
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Babalarının özlemini yaşayan elf kardeşlerden “Lan” babalarıyla geçirdikleri zamanı anımsarken ona doğum gününde aldığı hediye merhaba ve güle güle kelimeleri idi bu bir gizemin kapılarını mı aralıyor yoksa bir mesaj mıydı? Lan ve kardeşi Barley’in sıra dışı fantastik hikâyeleri burada başlıyor. Aile sihir yapma kabiliyetine sahipti fakat Lan bir o kadar tedirgin ve korkaktı kardeşi onu cesaretlendirse de Lan işlerin tersine gideceğini düşünerek endişelenmektedir. Lan ve kardeşini sıra dışı olaylarla yepyeni bir sihirli dünya beklemektedir.

Tablo 7.22'nin devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Soğuk ve sıcak renk sıralanmıştır ve afişte tüm ana renkleri görmek mümkündür. Tamamlatıcı renklerden mavi, kırmızı ve mor kombinasyonu da kullanılmıştır. Renk çemberinde yer verilen yan yana kullanılmış analog renklerden kırmızı ve mor afişte de bir arada bulunmaktadır.
	Biçim	Afişteki çerçeveli alan koyu açık renk değerleriyle boyut verilmiş ve kıyafetlerdeki çizgiler figürün formunu alarak tasarımda biçim oluşturulmuştur.
	Çizgi	Figürlerin kıyafetlerinde dik ve yatay çizgiler kullanılarak boyut kazandırılmıştır. Biçim çizgi elemanı ile desteklenmiştir.
	Görsel Hiyerarşi	Figürlerde orantısız farklılıklar bulunsun da sıcak soğuk renk kullanımıyla fark dengelenmiştir. Sınırlandırılan figürlerin aksine tipografi hareketli ve boyutu figürlerle doğru orantılı kullanılmıştır.
	Boşluk	Tasarımın arka zemininde ve kenarlarda boşluk kullanılmıştır.
	Doku	Yazda taş dokusu mevcuttur. Figürlerde ise; deri, ahşap, pırlanta, kumaş, plastik ve metal dokuları hissedilmektedir.
	Yön	Karakterlerde dikey yönelim kullanılmışken asada diyagonal tutum görülmektedir. Arkadaki figürün kolu ile asanın yönü desteklenmiştir.
	Şekil	Merkezdeki çerçevede ve arkadaki karakterin kot ceketinde bulunan çıkartmalardaki görsel içerikler de şekil görülmektedir.
	Zıtlık	Karakterlerin yüz ifadelerinde (mutlu-endişeli) ve anatomilerinde (zayıf-şişman) zıtlık görülmektedir. Renkte ise; kontrast renkler (sarı-mor) kullanılarak afişe canlılık verilmiştir.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tasarımda kullanılmış olan renklerle figür zemin dengesi kurulmuş ve bütünlük oluşturulmuştur. Ayrıca merkezdeki çerçevede bütünlük algısında etkindir.
	Oran-Orantı	Figürler arasında oran orantı farklılıkları bulunmaktadır. Tipografiye açı verilmiş ve boyutunun tasarıma uygun kullanımı tipografi-figür arası orantıyı desteklemiştir.

Tablo 7.22'nin devamı

	Ritim	Tasarımda figürlerin kıyafetlerinde çizgisel devamlılık bulunmaktadır. Yazıda kullanılan dokunun devamlılığı sağlanmıştır.
	Denge	Tipografinin figürlere eşgüdümsel yerleşimi ile tipografi figür arası denge korunmuştur. Zeminde kullanılan soğuk renkler sıcak şeritlerle dengelenmiştir.
	Vurgu	Tasarımda figürler çerçeveselendirilerek vurgulanmıştır. Başlık tipografisi de kullanılan doku, büyüklük ve yerleşimi ile ön plana çıkmaktadır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Serifli ve hareketli yazı biçimi ile figürlerin hareketli uzuvlarında tipografi imge bütünlüğü kurulmuştur.
	Kullanılan Unsurlar	Figürler (hayali karakterler), asa.

### 7.23 “Soul” Animasyon Film Afışı



Görsel 7.23 Soul (Ruh) film afışı

Tablo 7.23 Soul (Ruh) afiş incelemesi

<b>Animasyon Filmin İçerik Bilgisi</b>	Filmin Adı	Soul (Ruh)
	Filmin Yılı	2020
	Film Afişinin Türü	Kültürel Afiş
	Filmin Konusu	Ortaokulda öğretmenlik yapan Jon' un asıl tutkusu ve hayali caz sanatçısı olmaktır. Her an bu hayalinin yaşanabileceği düşüncesi ile bu alanda araştırmalar yapmıştır. Müziğe olan ilgisi sebebiyle tek başına yaşayan Jon bir gün farklı bir boyutun kapılarını aralayarak bilmediği ve yabancı olduğu bir âleme gider. Orada ruhlar dünyaya gelebilmek için çeşitli koşullar taşıması gerektiği düşünülerek eğitilmektedir. Fantastik hikâyede bu macera anlatılmaktadır.

Tablo 7.23'ün devamı

<b>Tasarım Elemanları</b>	Renk	Tipografinin içerisinde (sarı ve turuncu) analog renkler kullanılmıştır. Tasarımın geneli değerlendirildiğinde soft ve koyu renkli afişe tipografideki sıcak renkler ile canlılık kazandırılmıştır.
	Biçim	Karaktere arkadan vuran ışık ve koyu açık tonlamalarla ve ruha biçim verilerek öğeler boyutlandırılmıştır.
	Çizgi	Figürün kıyafetinde ve bıyıklarında dikey kısa çizgiler kullanılmıştır. Kedinin kaşlarında da dikey bıyıklarında ise yatay çizgiler bulunmaktadır. Bu bağlamca dikey çizgiler tasarıma enerji verirken yatay çizgiler durağanlık hissi yaratmaktadır.
	Görsel Hiyerarşi	Afişte görsel hiyerarşi figür, tipografi, kedi ve zemin şeklinde boyutsal düzlem doğrultusunda ilerlemektedir.
	Boşluk	Afişte zemin boş bırakılmıştır. Yazı ile değerlendirilmiştir.
	Doku	Figürde yapay dokulardan; kumaş, sert plastik ve cam dokuları bulunurken, doğal dokularda ise; insan ve hayvan derisi, bıyık görülmektedir.
	Yön	Tasarımın yönü dikey doğrusal yöndedir.
	Şekil	“Soul” yazınının içerisindeki turuncu ve sarı halkalarda geometrik şekiller kullanılmıştır.
	Zıtlık	Tasarımda sıcak soğuk renk tercihiyle renkte zıtlık oluşturulmuştur.
<b>Tasarım İlkeleri</b>	Bütünlük	Tipografi ve figür karakterlerinin özdeş kullanımı ve tipografi zemin renginde uygunluk afişi bütüncül okutmaktadır.
	Oran-Orantı	Figür, ruh ve kedi arasında dengeli bir orantısal farklılık oluşturulmuştur. Tasarımda tipografi ise; afişin merkezine yerleştirilmiştir. Tipografinin boyutu figürle orantılı tasarlanmıştır.
	Ritim	Karakterin kıyafetinin boyun, kol ve uç kısımlarındaki lastikli yapıların dikey çizgilerinde devamlılık bulunmaktadır. Kedinin bıyıklarında ve kaşlarında da devamlılık kullanılmıştır. Mavi ve tonlarında devamlılık sağlanmıştır.

Tablo 7.23'ün devamı

	Denge	Sol kısma figür yerleştirilirken sağ kısımdaki küçük kedinin dengesinin sağlanması için yazılar yerleştirilmiştir. Koyu zemine açık renk yazı kullanımını zemin-renk dengesi oluşturmuştur. Afişte kullanılan tipografinin boyutunda büyük-küçük oranı figür-tipografi dengesini sağlamıştır.
	Vurgu	Tasarımda vurgu tipografi üzerinde yapılmıştır. Karakterin illüstre edilmiş hali tipografiye yerleştirilmiş ve karakterlerin büyük küçük kullanımı ile tasarım hareketlilik kazanmıştır.
<b>Kompozisyon</b>	Tipografi - İmge uygunluğu	Tipografideki karakter figürün ruhu olmasından kaynaklı görsel birlik kurulmuştur.
	Kullanılan Unsurlar	Figürler (insani karakterler, hayali karakterler, hayvan)

## 8. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlık tarihinde iletişimin; sanat ve toplumun şekillenmesinde büyük rolü bulunmaktadır. İletişim; gönderici tarafından duygu, düşünce, aktarım veya davranışsal hareketlerin, sözel veya görsel bir kanal aracılığıyla alıcıya yansıtılma biçimidir. İletişimin görsel dünyasında yer alan alanlardan biri de grafik tasarımıdır. Grafik tasarım; hedef kitlenin özelliklerine uygun içerikler üreterek iletişimde rol alır. Verilen mesajın anlaşılması adına; fotoğraf, illüstrasyon, tipografi gibi unsurları bir araya getirerek, estetik ve sanatsal bir anlayışla iletiyi topluma aktarma sürecini yönetir. Grafik tasarım; kavramın sanat ve iletişimle birleşmesi sonucu, yaratıcı fikrin görsel iletiye dönüşümüdür. Bu dönüşüm tasarımı ile başlayarak tasarıma dönüşmektedir. Tasarımın varoluş süreci; hayal edilen olgunun insan zihninden başlayarak taslak kâğıdına oradan da sonuçlanmasına kadar giden dönüşüm yolculuğudur. Burada teknolojik araçlar tasarımsal dizge olarak değil zihindeki olgunun dönüşüm aracı olarak görülmelidir. Bir tasarımın ortaya konulabilmesi veya ön planda tutulabilmesi için ilke ve elemanların dengeli ve ölçülü kullanılması gerekmektedir. Grafik tasarım ürünlerinin doğru ve anlaşılır olabilmeleri için tasarım ilke ve elemanlarının desteği gerekmektedir. Tasarım ilke ve elemanları tasarımcıya rehberlik ederek tasarıma yön vermektedir.

Bir grafik tasarım ürünü olan afiş; bir ürün veya hizmetin tanıtımını yapmak, bilgi vermek, hedef kitleyi bir fikre veya görüşe ikna etmek, toplumu bilinçlendirerek farkındalık yaratmak gibi birçok görevi yerine getirir. Tasarımcı; afişinin yaratım sürecinde yaratıcılığı ve özgünlüğünün yanı sıra, tasarım ilke ve unsurlarının yönlendirmeleriyle çalışmasını şekillendirmelidir. Tasarım kurallarına uygun hazırlanan afişler bir yandan sanatsal değer taşıırken, diğer yandan etkili bir iletişim kurma rolüyle daha dikkat çekici bir hal alabilmektedir. Küreselleşen dünyada yeni nesil iletişim teknolojileri ortaya çıkmakta ve kitle iletişim araçlarının etkinlik alanı da eşgüdümsel olarak artmaktadır. Bu artış tanıtım ve pazarlama faaliyetleri açısından da önem kazanmaktadır. Bu anlamda animasyon filmlerinin tanıtımlarında yer alan afiş tasarımları önemli bir görevi yerine getirmektedir. Animasyon; daha az kitlesi olan ve geçmişte hareketsiz görüntüler ve çizimlerin hareket kazandırılmasıyla başladığı

yolculuğuna, günümüzde çok daha teknolojik içeriklerle donatılmış başarılı kurgu ve uygulamalarla, çok daha geniş kitlelere hitap edebilir duruma gelmiştir. Tarihi geçmişı incelendiğinde sinemadan ayrılamayan animasyon günümüzde özel efektler, yaratıcı film jenerikleri ile kendi alanın yetkinliğini kazanmış durumdadır. Animasyon sineması; insan zihnindeki hayali görüntüleri ve gerçekleşmesini düşlediği olağanüstü eylemleri animasyon sanatı çatısında gerçek dünyaya sunmaktadır. Bu alan endüstriyel pazara dönüşerek birçok mecrada varlığını göstermekte ve fazla sayıda iş gücüne sahip birçok firmayla faaliyetlerini sürdürmektedir.

Küresel platformun en yetkin firmalarının başında Walt Disney animasyon şirketi gelmektedir. Şirket, geçmişten günümüze animasyonun gelişimine katkı sağlayarak kaliteli ve sıra dışı işlerle birçok ilke imza atmıştır. Süreç içerisinde bünyesine birçok animasyon stüdyosunu dâhil etmiştir. Animasyon üretimindeki başarısıyla dünya standartlarına uygun içerikler üreterek birçok ödül kazanmıştır. Disney'in bünyesine dâhil olan animasyon stüdyolarından biride Pixar'dır.

Pixar animasyon yolculuğuna Lucasfilm şirket adıyla başlamıştır. Başlangıçta Pixar'ın hedefi bir animasyon üretim stüdyosu olmak değil, dijital platformlarda son teknolojik ses ve görüntülerin düzenlenebildiği bilgisayar grafikleri üretebilmektir. İlk girişimleri olan "Industrial Light & Magic" ile yüksek çözünürlüklü bilgisayar optimizasyonunu üreterek piyasaya sürmüştür. Fakat düşündükleri gibi bir kazanç elde edememiştir. Bunun üzerine şirket ürettikleri programlarla kendi filmlerini oluşturmayı hedeflemiştir.

Pixar karakter animasyonun ilk örneklerinden olan "The Adventures of Andre & Wally B" adlı kısa animasyon filmi üretilmiştir. Ardından "CAPS" adında bilgisayar animasyonu üretim yazılımı tasarlanmıştır. Pixar ikinci kısa bilgisayar animasyon filmi "Luxo Jr."yi oluşturmuştur. Luxo kendi alanında ilk üç boyutlu bilgisayar animasyon filmi olarak Oscar dalında ödül almıştır. Pixar ilk ödülünü stüdyosunun simgesine dönüştürmüştür. Pixar üç boyutlu dijital görüntüler üretebilmek için "Render Man" (foto-gerçekçi) yazılımını üreterek görsellerde canlılık ve gerçeklik hissi uyandırması sebebiyle teknoloji ve mühendislik gelişim alanında başarı elde ederek Oscar ödülü almıştır.

Pixar birçok kısa film tasarımlarının yanı sıra uzun metraj film üretme kararı alarak ilk uzun metraj animasyon filmi “Toy Story”yi piyasaya sürmüştür. Pixar bu alanda da başarı elde ederek, Oscar ve Akademi ödülüne aday gösterilmiştir. Bu başarının ardından çok sayıda uzun metraj film üreterek ödüller kazanmaya devam etmiştir. Bu gelişmelerin sonucunda, Pixar, Disney ile ortaklık imzalamıştır. Disney ile uzun yıllar ortaklıklarını sürdüren Pixar zaman içerisinde hisselerini tamamen Disney’e satmıştır.

Pixar filmleri değerlendirildiğinde; her yaş kesiminden izleyici kitlesine sahip olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle her yaş kesimine yönelik hitap dili kullanılmıştır. Film konuları yaratıcı ve sürükleyici olay örgüleri ile tasarlanmıştır. Hayali oluşturulmuş yapılara veya cansız nesnelere antropomorfik özellikler verilerek film akışları renklendirilmiştir. Filmlerin içeriklerinde genellikle, olağan üstü yetenekler, hayali karakterler, ütopyik hikayeler ve fantastik olay örgüleri yaşanmaktadır. Fakat Pixar’ı diğer animasyon içerik üreticilerinden ayıran fark; filmleri gerçek mekân ve olay örgülerinden ilham alarak, konuya uygun gerçekçi sahnelerde kurgulamasıdır. Ayrıca insan karakterlerini gerçek görünümde tasarlayarak seyircinin ilgisini kazanmaktadır. Gerçek insan karakterleri ile hayali figürlerin bir arada tasarlanması animasyona farklılık kazandırmaktadır.

Araştırmanın çıkış noktası; her kesime hitap edebilen animasyonun, tanıtım kanallarında kullanılan afiş çalışmalarının grafik tasarım ilke ve unsurları bakımından incelenmesidir. Bu anlamda geniş bir hedef kitlesi olan ve çok sayıda üretim gerçekleştiren Disney Pixar firması konu edinilmiş ve şirketin, 1998 ve 2021 yılları arasında vizyona giren animasyon filmlerine ait, tesadüfi örnekleme ile belirlenen yirmi üç adet uzun metraj afiş incelemesi yapılmıştır. Animasyon filmlerinde senaryonun ve kurgunun başarısı kadar pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin de iyi planlanması gerekmektedir. Bu anlamda incelenen afişlerde özgünlüğün ön planda olduğu, yaratıcı tasarım anlayışı ile güçlü ve nitelikli afişler tasarlandığı görülmektedir.

Yapılan afişlerde genel olarak filmde yer alan karakterlerin kullanıldığı ve çalışmalarda tasarım ilke ve elemanlarının kurallar bütünü doğrultusunda hazırlandığı görülmüştür.

İncelenen afişlerde kullanılan yazı sitilleri ve tipografiler filmin içeriğine uygun olarak şekillendirilmiştir. Bu yapılırken daha çok hikâyenin (konunun) niteliğine uygun doku, renk, hacim ve boyut uygulamalarının tercih edildiği görülmüştür. Afişlerin genelinde canlı renkler tercih edilmiştir. Karakterlerin yaratılmasında kullanılan renklere afiş tasarımlarında da yer verilerek renk bütünlüğü elde edilmiştir. Tasarımlarda derinlik ve devamlılığın sağlanması için çoğunlukla açık kompozisyon kullanılmıştır. İncelenen afişlerde denge ilkesi diğer tasarım elemanlarıyla desteklenerek tasarımda hiyerarşik bir bütünlük oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Afişlerde kullanılan tipografilerde (başlık, film adı) aykırılık görülmemiş aksine karakterlerle bütünleşik bir yapı oluşturulmuş ve film konusunu yansıtan tasarımlar hazırlanmıştır. Afişteki bu uyum genellikle; yön, şekil, doku, oran-orantı, hiyerarşi ya da renk akışlarıyla sağlanmıştır.

Dünya çapında önemli bir animasyon üreticisi olan Disney Pixar özelinde konunun irdelenmesi ve literatüre kazandırılmasının önemli olduğu düşünüldüğü bu araştırma belli bir tarihsel dönemde yer alan afişler üzerinde değerlendirilerek çıkarımlar yapılmıştır. Bu anlamda benzer araştırmalarla farklı üretici ve zaman aralıklarıyla ya da farklı tür üretimlerin konu edileceği yeni araştırmaların yapılmasıyla literatüre yeni bakış açıları kazandırılabilir.

## KAYNAKLAR

- Açıl, A.İ. *Yerli ve yabancı animasyon filmlerinin sosyo-kültürel ve teknolojik açıdan karşılaştırması*. [Yüksek Lisans Tezi], Kastamonu Üniversitesi.
- Akgül, H. A. (2019). *Hareketli afiş tasarımında illüstrasyon kullanımı*. [Yüksek Lisans Tezi], Kütahya Dumlupınar Üniversitesi.
- Akgül, Y. (2015). *Türk sinema afişlerinin tasarım ilkeleri açısından incelenmesi: yeşilçam dönemi*. [Yüksek Lisans Tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Akgün B. (2017). Litografi sanatı ve hoca Ali Rıza. *Art-Sanat* 7, s.429-434
- Akgün, B. ve Bulduk, E. Ö. (2015). Afiş sanatı ve grafikte Henri De Toulouse Lautrec etkisi. *Uluslararası Hakemli Tasarım ve Mimarlık Dergisi*. 6. 57-66.
- Alkoç, S. (2017). *Savaş ve propaganda afişlerinde renk ve slogan kullanımı*. [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Arel Üniversitesi.
- Arı, İ. (2019). *Türkiye’ de tasarlanan tiyatro afişlerinin tasarım ilkeleri açısından analizi*. [Yüksek Lisans Tezi], Giresun Üniversitesi.
- Atalayer, F. (1994). *Temel sanat öğeleri*. Anadolu Üniversitesi Yayıncılık.
- Balaban, Y. (2014). *Canlandırma filmlerinde kültür bağlamında beden dilinin kullanımı: disney ve miyazaki filmlerinin incelenmesi*. [Doktora Tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Balaban, Y. v.d. (2019). *Grafik tasarım (medya ve iletişim)*. (Editör: Dr. Öğr. Yüksel Balaban, Dr. Öğr. Didem Akdağ Satır).
- Balkan, S. (2016). *Alphonse Mucha'nın afişlerindeki tipografik ve görsel elemanlar arasındaki ilişkinin temel tasarım ilkeleri açısından incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Becer, E. (2019). *İletişim ve grafik tasarım*. Dost Kitapevi.
- Bilgiç, T. (2010). *Cumhuriyet sonrası Türk resim sanatında görülen peyzaj resimlerinin tasarım ilkelerine göre incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Dumlupınar Üniversitesi.
- Bilirdönmez, K. (2016). *2010-2015 yılları arası animasyon film afişlerinin 3D tekniği ile uygulanması*. [Sanatta Yeterlilik Tezi], Akdeniz Üniversitesi.
- Bostan, A. D. (2018). *Disney animasyonlarında toplumsal cinsiyet: prenseslik anlatılarının göstergebilimsel çözümlemesi*. [Doktora Tezi], Marmara Üniversitesi.

- Buğday, H. (2007). *Hollywood'un canlandırma sinemasını yeniden keşfi:200 yılı ve sonrası*. [Yüksek Lisans Tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Buyurgan, S. Ve Buyurgan, U. (2001). *Sanat eğitimi ve öğretimi*. Detay Yayıncılık.
- Çakın, A. Ç. (2012). *3B animasyon filmlerin yapım sürecinin incelenmesi ve bir animasyon denemesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Hacettepe Üniversitesi.
- Çelik, B. (2019). *Animasyon destekli değerler eğitimi programının akademik başarıya, derse ve bilişim değerlerine yönelik tutuma ve kalıcılığa etkisi*. [Doktora Tezi], Adnan Menderes Üniversitesi.
- Çeşme, M. (2019). *Türkiye' de matte painting çalışmaları ve uygulama alanları*, [Yüksek Lisans Tezi], Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Çınar, K. ve Çınar, S. M. (2018). *Temel tasarım*. KTO Karatay Üniversitesi Yayınları.
- Çokokumuş, B. (2020). *Tasarım unsur ve ilkeleri*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Demirkol, U. (2019). *Türkiye Cumhuriyeti valilik logo ve amblemlerinin tasarım elemanları, tasarım ilkeleri ve içerik açısından incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Giresun Üniversitesi.
- Diñçeli, D. (2016). *Türkiye'de afiş sanatının görsel kültürdeki yeri*. [Yüksek Lisans Tezi], Trakya Üniversitesi.
- Doğan, T. M. (2019). *Türkiye'de yayınlanan kültür sanat dergi kapaklarının görsel ifade ve tasarım ilkeleri açısından incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Ordu Üniversitesi.
- Doğramacı, T. (2011). *Başlangıcından günümüze animasyon-sinema ilişkisi*. [Yüksek Lisans Tezi], Dumlupınar Üniversitesi.
- Durmaz, Ö. (2009). *Hızlı tüketim ürünlerinin ambalaj tasarımında çağrışımsal öğrenme ile renk kararları*. [Yüksek Lisans Tezi], Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Dursun, N. (2013). *Evrimleşen grafik ile illüstrasyon ve animasyon ilişkisi*. [Yüksek Lisans Tezi], Arel Üniversitesi.
- Erdal, G. (2015). *İletişim ve tipografi*. Hayalperest Yayınevi Grafik.
- Erdem, S. (2014). *Hattat Hamid Aytaç ve Halim Özyazıcı' nun bazı eserlerinin temel tasarım ilkeleri bakımından tahlili*. [Yüksek Lisans Tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Erdoğan Aydın, D. (2015). *Kitap ve e-kitap tasarımının tarihsel gelişimi ve grafik tasarım ilkeleri üzerine inceleme*. [Yüksek Lisans Tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Ermiş, S. (2012). *Grafik tasarım ilkelerinin öğretiminde etkileşimli CD'ye dayalı tasarım programlarının öğrencilerin başarısına etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi], Gazi Üniversitesi.

- Etike, S. (1991). *Türk sanat eğitiminin tarihsel gelişimi içinde ortaokul resim eğitimi ve resim öğretmeni yetiştirmesi (19273-1950)*. [Doktora Tezi], Ankara Üniversitesi.
- Fırat, M. (2021). *Dijital çağda bilgisayar animasyonları üzerine bir inceleme: Pixar evreni*. [Yüksek Lisans Tezi], Altınbaş Üniversitesi.
- Gayret, T. (2018). *Türkiye’de grafik ve animasyon sanatı tarihi*. [Doktora Tezi], Ankara Üniversitesi.
- Gezer, Ü. (2019). Çağdaş sanat ve tasarım eğitiminde görsel tasarım öge ve ilkeleri. *Ulak Bilge Sosyal Bilimler Dergisi*. 07-40-02, s.595-614.
- Görsel 2.1. Bilirdönmez, K. (2016). 2010 2015 Yılları arası animasyon film afişlerinin 3d tekniği ile uygulanması. [Sanatta Yeterlilik Tezi]. Akdeniz Üniversitesi.5. Erişim Tarihi: 19.05.2021
- Görsel 2.2. <https://ahmetustanindefteri.blogspot.com/2015/01/Cave-Art-Lascaux-Magarasi.html> Erişim Tarihi:19. 05. 2021
- Görsel 2.3. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Johannes\\_Gutenberg](https://tr.wikipedia.org/wiki/Johannes_Gutenberg) <https://blog.baskiltd.com/index.php/2021/02/24/matbaanın-mucidi-kimdir-matbaa-nasil-gelismistir/>Erişim Tarihi: 22.05.2021
- Görsel 2.4. Becer E. (2019), *İletişim ve grafik tasarım*. Dost Kitapevi. Erişim Tarihi: 01.05.2021
- Görsel 2.5. <https://www.pointeriorblog.com/post/gestalt-kurami-ve-tasarim-i-lkeleri> Erişim Tarihi: 23.12.2021
- Görsel 2.6. <https://fixthephoto.com/graphic-design-ideas.html> Erişim Tarihi: 23.12.2021
- Görsel 2.7. <https://www.google.com/search?q=konu+3+tasar%C4%B1m+ilkeleri&oeq=konu+3+tasar%C4%B1m+ilkeleri&aqs=chrome..69i57j0i546l3.22013j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> Erişim Tarihi: 23.12.2021
- Görsel 2.8. <https://www.pointeriorblog.com/post/gestalt-kurami-ve-tasarim-i-lkeleri> Erişim Tarihi: 24.12.2021
- Görsel 2.9. <https://www.pointeriorblog.com/post/gestalt-kurami-ve-tasarim-i-lkeleri> Erişim Tarihi: 24.12.2021
- Görsel 2.10. <https://www.medyacuvali.com/yazilar/ayzen-balci-cinar/tasarim-ilkeleri-oranti-ve-gorsel-hiyerarasi> Erişim Tarihi: 24.12.2021
- Görsel 2.11. <https://filmloverss.com/collidera-gore-son-10-yilin-en-iyi-50-film-afisi/> Erişim Tarihi: 24.12.2021
- Görsel 2.12. <https://filmloverss.com/collidera-gore-son-10-yilin-en-iyi-50-film-afisi/> Erişim Tarihi: 24.12.2021

- Görsel 2.13. <https://online.pembrokeshire.ac.uk/learnonline-courses/functional-skills-maths-3d-shapes/> Erişim Tarihi: 06.06.2022
- Görsel 2.14. <https://www.hobidunyasi.web.tr/temel-bilgiler/tasari-ilkeleri> Erişim Tarihi: 06.06.2022
- Görsel 2.15. <https://bluesyemre.com/2016/12/21/the-best-movieposters-of-2016/lobster-movie-poster/> Erişim Tarihi: 14.12.2022
- Görsel 2.16. <https://medium.com/turkishkit/temel-tasar%C4%B1m-e72acd788ad> Erişim Tarihi: 09.06.2022
- Görsel 2.17. <https://www.google.com/search?q=yapay%20doku%20%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fmalar%C4%B1&tbm=isch&tbs=rimg:CbJ93uwtwLdjYRMVP8zrSyc8AEAsgIMCgIABAAOgQIABAA&hl=tr&sa=X&ved=0CB0QuIIBahcKEwjI8Lq4iqH4AhUAAAAAHQAAAAAQBg&biw=1519&bih=664> Erişim Tarihi: 09.06.2022
- Görsel 2.18. <https://grslsntl.blogspot.com/2020/11/9sinif-23-kasim-9-aralik-gunluk-plani.html> Erişim Tarihi: 09.06.2022
- Görsel 2.19. [https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/102384/mod\\_resource/content/1/Temel%20Sanat%20E%C4%9Fitimine%20Giri%C5%9F%20Hafta%209.pdf](https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/102384/mod_resource/content/1/Temel%20Sanat%20E%C4%9Fitimine%20Giri%C5%9F%20Hafta%209.pdf) Erişim Tarihi: 10.06.2022
- Görsel 2.20. <https://www.medyacuvali.com/yazilar/ayzen-balci-cinar/tasarim-ilkeleri-oranti-ve-gorsel-hiyerarasi> Erişim Tarihi: 15.06.2022
- Görsel 2.21. <https://www.eczacibasi.com.tr/tr/basin-odasi/haberler/39-istanbul-film-festivali-sinemalarda-ve-dijital-platformda> Erişim Tarihi: 14.12.2022
- Görsel 2.22. <https://www.uidownload.com/tr/vector-dmlse> Erişim Tarihi: 17.06.2022
- Görsel 2.23. <https://docplayer.biz.tr/21491665-T-c-milli-egitim-bakanligi-grafik-ve-fotograf-tasari-ilkeleri-211gs0003.html> Erişim Tarihi: 06.06.2022
- Görsel 2.24. <https://medium.com/turkishkit/temel-tasar%C4%B1m-e72acd788ad> Erişim Tarihi: 17.06.2022
- Görsel 2.25. [http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Renk.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Renk.pdf) Erişim Tarihi: 18.06.2022
- Görsel 2.26. [http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Renk.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Renk.pdf) Erişim Tarihi: 18.06.2022
- Görsel 2.27. [http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Renk.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Renk.pdf) Erişim Tarihi: 18.06.2022
- Görsel 2.28. <https://www.bidolubaski.com/blog/afis-tasarimi-ve-en-iyi-afis-ornekleri> Erişim Tarihi: 20.06.2022

- Görsel 2.29. <https://docplayer.biz.tr/21491665-T-c-milli-egitim-bakanligi-grafik-ve-fotograf-tasari-ilkeleri-211gs0003.html> Erişim Tarihi: 06.06.2022
- Görsel 2.30. <https://onedio.com/haber/en-ufak-bir-fikriniz-olmasa-bile-hemen-izlemek-icin-sabirsizlanmaniza-sebep-olacak-25-film-afisi-845834> Erişim Tarihi: 25.06.2022
- Görsel 3.1. <http://www.beycan.net/607/matbaayi-kim-buldu-matbaanin-icadi.html> Erişim Tarihi: 08.07.2022
- Görsel 3.2. <https://www.abebooks.com/art-prints/SENEFELDER-Alois-1771-1834-Erfinder-Lithographie-1871/30445663788/bd> Erişim Tarihi: 08.08.2022
- Görsel 3.3. [https://arthive.com/artists/62031~Eugene\\_Grasse/works/526808~Exhibition\\_poster\\_by\\_Eugne\\_Grasset](https://arthive.com/artists/62031~Eugene_Grasse/works/526808~Exhibition_poster_by_Eugne_Grasset) Erişim Tarihi: 09.08.2022
- Görsel 3.4. <https://all.biz/tr-tr/afis-ve-poster-urunleri-g165904> Erişim tarihi: 10.09.2022
- Görsel 3.5. <https://www.ieu.edu.tr/tr/news/type/read/id/7662> Erişim tarihi: 10.09.2022
- Görsel 4.1. [https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/612990/yokAcikBilim\\_404746.pdf?sequence=-1](https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/612990/yokAcikBilim_404746.pdf?sequence=-1) Erişim tarihi: 30.09.2022
- Görsel 4.2. [https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/612990/yokAcikBilim\\_404746.pdf?sequence=-1](https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/612990/yokAcikBilim_404746.pdf?sequence=-1) Erişim tarihi: 30.09.2022
- Görsel 4.3. <http://arch365bilgi.blogspot.com/2016/03/buyulu-fener.html> Erişim tarihi: 03.10.2022
- Görsel 4.4. <https://sadako5primaria.wordpress.com/2012/01/19/cinematica/> Erişim tarihi: 05.10.2022
- Görsel 4.5. <https://www.stephenherbert.co.uk/phenakPartOne.htm> Erişim tarihi: 05.10.2022
- Görsel 4.6. <https://www.gettyimages.com/photos/zoetrope> Erişim tarihi: 05.10.2022
- Görsel 4.7. <http://infinitedictionary.com/blog/2015/06/03/design-exercise-flip-book-animation/> Erişim tarihi: 05.10.2022
- Görsel 4.8. <https://fineartamerica.com/featured/1-praxinoscope-science-photo-library.html> Erişim tarihi: 05.10.2022
- Görsel 4.9. <https://fineartamerica.com/featured/movements-of-a-galloping-horse-eadward-muybridge.html> Erişim tarihi: 08.10.2022
- Görsel 4.10. <https://onedio.com/haber/dickson-ve-edison-un-sinema-ve-bilimi-tek-potada-eritip-tarihte-bir-ilke-imza-attiklari-dickson-deneysel-ses-filmi-883212> Erişim tarihi: 08.10.2022

- Görsel 4.11. [https://rateyourmusic.com/film/humorous\\_phases\\_of\\_funny\\_faces/](https://rateyourmusic.com/film/humorous_phases_of_funny_faces/)  
Erişim tarihi: 18.10.2022
- Görsel 4.12. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:La\\_Fantasmagorie\\_\(1908\).webm](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:La_Fantasmagorie_(1908).webm) Erişim tarihi: 18.10.2022
- Görsel 4.13. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gertie\\_with\\_cartoon\\_McCay.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gertie_with_cartoon_McCay.jpg) Erişim tarihi: 18.10.2022
- Görsel 4.14. <https://trendsinternational.com/rp16062r.html> Erişim tarihi: 18.10.2022
- Görsel 4. 15. <https://www.youtube.com/watch?v=3oIQct6GVcY> Erişim tarihi: 28.03.2023
- Görsel 5.1. <https://www.pixar.com/our-story-pixar> Erişim tarihi: 15.12.2023
- Güngör, İ. H. (2005). *Temel tasar (bassis design) görsel sanatlar ve mimarlık için*, Esen Ofset Matbaacılık.
- Gürer, İ. (1990). *Temel tasarım*. İstanbul Teknik Üniversitesi Matbaası.
- Hünerli, S. (2005). *Canlandırma sineması üzerine (sinema tekniği / başlarken: 2)*. Es Yayınları.
- Işık, D. (2010). *Görsel iletişim aracı olarak afiş tasarımı: 2009 yılı yerel seçimlerde İzmir büyük şehir belediye başkan adaylarının afiş tasarımlarının göstergebilimsel çözümlemesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Ege Üniversitesi.
- Işık, G. (2010). *Yüzey üzerine ışık yoluyla resmetmenin aygıtı camera obscura'nı ortaya çıkışı ve kullanım alanları*. [Yüksek Lisans Tezi], Anadolu Üniversitesi.
- İğit, A. (2016). *Animasyon filmlerinde insan ve insan dışı doğa ilişkisi*. [Yüksek Lisans Tezi], Kocaeli Üniversitesi.
- İncearık, M. E. (2011). *Grafik-tasarım rehberi*. Kodlob Yayıncılık.
- Kaba, F. (1992). *Animasyon' un eğitim amaçlı kullanımı*. [Yüksek Lisans Tezi], Anadolu Üniversitesi.
- Kaçıran, B. (2019). *İllüstre edilmiş fotoğrafların grafik tasarım ilkeleri bağlamında değerlendirilmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Arel Üniversitesi.
- Kaplan, K. (2015). *Tiyatro afişlerinin tasarım ilkeleri bakımından analizi ve eğitsel açıdan değerlendirilmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Ketenci, H. F. ve Bilgili C. (2006). *Yoncaların 10 000 yıllık gizemli dansı-görsel iletişim & grafik tasarım*. Beta Basım A.Ş.
- Kolçak, V. *2000 ile 2016 yılları arasında yapılmış Türk filmlerinde kullanılan afiş tasarımlarının grafik tasarımı bağlamında incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Arel Üniversitesi.

- Kozan, E. (2021). *Sinemada dijital dönüşüm animasyon & görsel efekt -sektör ve seyircilere yönelik araştırmalar-*. Kriter Yayınevi.
- Kurt, N. O. (2019). *2010-2017 yılları arasında yapılmış çocuk film afişlerinin göstergebilimsel analizi*. [Yüksek Lisans Tezi], Ordu Üniversitesi.
- Lehimler, Z. (2019). Afiş tasarımında boşluk kullanımı. *Atatürk Üniversitesi*. (407-417).
- Levy, L. (2018). *Pixar ve ötesine- Steve Jobs ile birlikte animasyon tarihini yazmamızın sıra dışı hikayesi*, (Çeviri: Ali Atav), Buzdağı Yayınevi.
- Metin Tekin, B. (2018). *An analysis of translation strategies and loss & gain in the translation of songs in Walt Disney animated musical movies into Turkish*. [Doktora Tezi], Gazi Üniversitesi.
- Mücellit, B. C. (2019). *1980-2018 yılları arasında İstanbul'daki kültürel afişlerin grafik tasarım öğeleri ve ilkelerine göre incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Yeditepe Üniversitesi.
- Ocağolu, M. (2010). *16. ve 17. yüzyıla ait İznik çinilerinin grafik tasarım ilkeleri bakımından değerlendirilmesi (tabak süslemeleri üzerine bir inceleme)*. [Yüksek Lisans Tezi], Dumlupınar Üniversitesi.
- Özbayram, H. (2020). *Dijital dönemde animasyon sineması: Pixar filmlerinin incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Özsoy, V. ve Ayaydın, A. (2016). *Görsel tasarım öge ve ilkeleri*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Pircivan, C. (2010). *Amblemler üzerine (2037 çizim)*. Alternatif Yayıncılık san. ve Tic. Ltd. Şti.
- Taş, A. (2020). *2000-2019 yılları arasında düzenlenen uluslararası İstanbul caz festivali afişlerinin grafik tasarım ilkeleri bakımından değerlendirilmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Arel Üniversitesi.
- Teker, U. (2009). *Grafik tasarım ve reklam*. Yorum Sanayi Yayınevi.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik sanatlar (tarih-tasarım-teknoloji)*. Detay Yayıncılık.
- Tıgılı- Tuzlu, İ. (2012). *Film afişleri tasarımında göstergeler: Prof. Yurdaer Altıntaş'ın film afişleri çözümleme örneği*, [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Töre Özsel, K. (2017). *Walt Disney animasyon sinemasında kadın tipler: 2010 öncesi ve sonrası*. [Yüksek Lisans Tezi], Ege Üniversitesi.
- Tutaş, V. (2014). *Tasarım ilkelerinden uygunluk ve seramik sanatındaki yeri*. [Yüksek Lisans Tezi], Uşak Üniversitesi.

- Türker, İ. H. (2011). “Canlandırma” ın tarihçesi ve Türk canlandırma sanatı. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*. 1(2). 227-241
- Türkmenoğlu, H. (2013). *Televizyon reklamlarında animasyon kullanımı ve animasyon öğelerinin hedef kitle üzerinde hatırlanma etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Uçar, T. F. (2014). *Görsel iletişim ve grafik tasarım*. İnkılap Kitapevi.
- Uğur, A. (1996). *Üç boyutlu çizim ve animasyon*. [Yüksek Lisans Tezi], Ege Üniversitesi.
- Uludere, K. A. (2019). *Film afişlerinde imgeler: Saul Bass film afişlerinin göstergebilimsel incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Yalova Üniversitesi.
- Umur, G. (2009). *Türkiye’ de grafik tasarımında afiş ve Türk sinema afişlerinin 1904’den bugüne gelişimi*. [Yüksek Lisans Tezi], Yeditepe Üniversitesi.
- URL-1: MEGEP, (2012). Mesleki eğitim ve öğretim sisteminin güçlendirilmesi projesi. Grafik ve fotoğraf. [http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Afi%C5%9F%20Tasar%C4%B1m%C4%B1.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Afi%C5%9F%20Tasar%C4%B1m%C4%B1.pdf) Erişim tarihi: 06.08.2021
- URL-2: TDK 2022; <https://sozluk.gov.tr/> Erişim tarihi: 19.06. 2022
- URL-3: Megep, (2007). Mesleki eğitim ve öğretim sisteminin güçlendirilmesi projesi. Grafik ve fotoğraf. <https://docplayer.biz.tr/13607861-T-c-milli-egitim-bakanligi-megep-mesleki-egitim-ve-ogretim-sisteminin-guclendirilmesi-projesi-fotograf-ve-grafik-acik-koyu-isik-golge.html> Erişim tarihi: 18.07.2022
- URL-4: MEGEP, (2011). Mesleki eğitim ve öğretim sisteminin güçlendirilmesi projesi. Grafik ve fotoğraf. <https://docplayer.biz.tr/21491665-T-c-milli-egitim-bakanligi-grafik-ve-fotograf-tasari-ilkeleri-211gs0003.html> Erişim tarihi: 18.06.2022
- URL-5: Selefeder, A. (1911). The invention of lithography. (Çev. J.W. Muller). The Fuchs & Lang İmalat A.Ş. <https://www.scribd.com/book/438543517/The-Invention-of-Lithography> Erişim tarihi: 28.08.2022
- URL-6: İskin, R. E. (2014). The poster: art, advertising, design end collecting, 1860s-1900s. Dartmouth College Press. <https://www.scribd.com/read/399518923/The-Poster-Art-Advertising-Design-and-Collecting-1860s-1900s#> Erişim tarihi: 28.08.2022
- URL-7: <https://www.google.com/search?q=tdk+animasyon&oq=tdk+animasyon&aqs=chrome..69i57j0i22i30.5593j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> Erişim tarihi: Eylül 2022
- URL-8: Disney 2022; <https://www.disneystudios.com/#/> Erişim tarihi: 29.11.2022
- URL-9: Pixar 2022; <https://www.pixar.com/our-story-pixar> Erişim tarihi: 02.12.2022

- Uygun Sarı, H. (2020). *Etkileşimli ortaokul eğitim yazılımlarının grafik tasarım ilkeleri ve kuralları açısından öğretmen görüşleri*. [Yüksek Lisans Tezi], Ondokuzmayıs Üniversitesi.
- Ünal, C. (2019). *Çağdaş sanatın farklı formlarında dijital sanat, disiplinlerin birbirleri ve animasyon ile etkileşimleri*. [Yüksek Lisans Tezi], Dumlupınar Üniversitesi.
- Ündağ, E. (2021). *Toplumsal ekoloji felsefesi bağlamında animasyon filmlerinde ekolojinin temsili; Pixar örneği*. [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Ürtekin, Ö. (2018). *Geçmişten günümüze animasyon filmlerinde mekân kullanım analizi*. [Yüksek Lisans Tezi], Işık Üniversitesi.
- Yapıcıoğlu, G. (2010). *Bir popüler kültür ürünü olarak animasyon sinema: kayıp balık nemo, buz devri, wall-e*, [Yüksek Lisans Tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Yavuz, E. (2018). *Grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin önemli grafik tasarımcıları ve çalışmalarını tanıma düzeyi*. *6.Uluslararası Matbaa Sempozyumu*.1(3).1197-1214
- Yılmaz, M. (2007). *Görsel sanatlar eğitiminde uygulamalar (182 uygulama biçimi ile)*. Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Yılmaz, Ö. (2018). *Uluslararası Troia festivali afiş tasarım yarışması' nda ödül kazanan eserlerin grafik tasarım ilkelerine göre incelenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi], Beykent Üniversitesi.