

FİLM AFİŞLERİ ÖRNEKLERİ ÜZERİNDEN TİPOGRAFİK DÜZENLEMELERİN GÖRSEL ALGI DEĞERLERİNE GÖRE İNCELENMESİ

Gültekin AKENGİN¹, Hakan MAZLUM²

Öz

Grafik tasarım, bilgi ya da mesajı ileten ve pek çok alanı kapsayan bir görsel sanat disiplini. İletişim çağı içinde olduğumuz günümüz şartlarında etrafımız ambalaj, dergi, kitap, gazete, görsel kimlik, hareketli medya, bilgilendirme tasarımı, afiş, dijital medya gibi grafik tasarımı üzerine yapılan her türlü çalışmalarla çevrilmiş durumdadır. Bu tasarım konuları arasında afiş tasarımı, büyük kitlelere kolayca ulaşma becerisi ve anlam pratikliği yönünden diğer bilgilendirici ya da mesaj iletilen tasarımlardan ayrılmaktadır.

Afişler, kitle iletişim bakımında sosyal ve kültürel yaşamın bir parçasıdır ve oluşturulurken bugüne kadar oluşan tasarım bilgisinin sanatsal birikimi ile harmanlanarak tasarımda son şeklini almaktadır. Bu olgular doğrultusunda oluşturulan her afiş çeşidine göre farklılık göstermektedir. Afiş tasarımında ürün, hizmet ve etkinlik doğrultusunda yazı karakterinin seçimi konuyla bütünlüğü sağlayan biçim ve özellikte, görsel öğeleri destekleyen yapıda ve anlatılmak istenen mesajla uyum içinde olmalıdır. Tasarımcı afiş tasarlarlarken tipografiyi sadece bilgi amaçlı değil amaca hizmet eden, estetik olan ve işlevselliği mesajı iletmeye katkıyla birleştirerek sunabilmelidir.

Araştırmanın örneklemini için seçilen beş adet tipografik düzenleme ile tasarlanmış film afişleri, tipografik öğelerin analizi ve görsel algı ilkelerine göre değerlendirilerek yorumlanması amaçlanmaktadır. Çalışmada incelenen afişler; tipografi okunurluğu, tasarımın algılanırlığı ve tipografinin anlam aktarımını içeren üç kriter temelinde oluşturulan bir yöntem ile ele alınmıştır.

Anahtar kelimeler: Afiş, film afişleri, grafik tasarım, tipografik düzenleme.

INVESTIGATION OF TYPOGRAPHIC REGULATIONS ON FILM POSTER SAMPLES ACCORDING TO VISUAL PERCEPTION VALUES

Abstract

Graphic design is a visual art discipline that conveys information or message and covers many areas. Nowadays conditions of communication, we are surrounded by all kinds of works on graphic design such as packaging, magazines, books, newspapers, visual identity, mobile media, information design, posters and digital media. Among these design topics, poster design distinguishes itself from other informative or message-oriented designs in terms of the ability to reach large audiences and the practicality of meaning.

Posters are a part of social and cultural life in mass communication and are formed in design by blending the artistic knowledge of design knowledge to date. According to these facts, each poster is different according to the type of poster. In the design of posters, the choice of typeface in line with the products, services and activities should be consistent with the form and the feature, the structure supporting the visual elements and the message to be expressed. The designer should be able to present the typography not only for information purposes but also for the purpose of serving the purpose by combining it with the aesthetics and the fear of communicating functionality.

The aim of the study is to interpret the film posters designed with the five typographic arrangements selected for the sample of the study, and to evaluate and interpret the typographic elements according to the principles of visual perception. Posters examined in the study; Typography is studied with a method based on three criteria including the legacy of reading, the perception of design and the transfer of the meaning of typography.

Keywords: Poster, movie posters, graphic design, typographic arrangement.

¹ Doçent, Ankara Hacı Bayram Üniversitesi, Görsel Sanatlar Bölümü, gultekinakengin@gazi.edu.tr

² Araştırma Görevlisi, Ankara Hacı Bayram Üniversitesi, Grafik Tasarımı Bölümü, hakanmazlum24@gmail.com

1. Giriş

Her geçen gün gelişen teknoloji ile inanılmaz boyutlara ulaşan iletişim artık insanlar arası kullanılan konuşma dilinin ötesinde iletişimin her türlü biçimi ile mesajlar ve anlamlar taşımaktadır. Bu iletişim türleri arasında evrensel olarak yer alan, içerisinde görsel öğeler bulunduran ve en yaygın biçimde kullanılan görsel iletişim tasarımlarıdır. Görsel iletişim tasarım kollarından en çok tercih edileni ise hiç kuşkusuz afiş tasarımlarıdır.

Afişlerin kullanılmaya başlandığı ilk dönemlerde çoğunlukla gazete sütunları arasına yerleştirilmiş illüstrasyon ve süslenmiş yazılardan oluşan düzenlemelerden oluşmaktaydı. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları, Endüstri Devrimi ile şekillenen yeni dünya düzeni, gelişen teknoloji ve radyo, televizyon gibi iletişim araçlarının ortaya çıkıp yaygınlaşması ile reklama duyulan ihtiyaç giderek artmıştır. Bu ihtiyaçlar baskı sektöründeki büyük gelişmeleri tetiklemiş ve buna paralel olarak grafik tabanlı bilgisayarların da gelişmesine olanak tanımıştır. Bu olanaklar tasarımcıların afişleri sınır tanımayan bir yaratıcılıkla tasarlamalarını sağlamıştır.

Günümüzde ise giderek artan reklam ihtiyacını karşılamak amacıyla yaygın biçimde kullanılan afişler toplumsal ve bireysel iletişimi sağlayan en önemli görsel iletişim araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. Afiş

İngilizce’de “Poster”, Almanca’da “Plakat” sözcüklerinin karşılığı olan ve dilimize Fransızca “Affiche” kelimesinden gelen afiş, Türk Dil Kurumu’nda geçen tanımıyla da, “*Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası*” olarak yer almaktadır (TDK, Erişim Tarihi: 17.10.2018).

Günümüz şartlarında kitle iletişimi için oldukça sık kullanılan afişlerin ilk halleri süslenmiş duvar biçiminden oluşmaktadır. Daha sonraları bu süslemeler ve dekoratif unsurlar zamanla mesaj ileten imgelere dönüşmüş, mesaj iletme işlemi imgelere yüklenince sözcüklerin sayısı azalmaya başlamıştır. Afişte imge sözel unsurlardan daha fazla önemsenmeye başlanmış böylece tasarlandığı ülkenin kültürel ve sosyal özelliklerini yansıtan canlı ve estetik bir gösterge halini almıştır (Alaman, 2014: 22).

Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir (Becer, 2011:201). Tasarım ve sanat kaygısının ağırlıkta olduğu afişler, güçlü bir anlatım türü olarak ortaya çıktığı tarihten günümüze kadar geçerliliğini sürdürmüştür. Aynı zamanda Art Deco, Art Nouveau, Dışavurumculuk, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Stil gibi tasarıma yön veren akımların ve çağdaş afiş dilinin gelişmesinde büyük etkisi olmuştur (Becer, 2011: 201).

Afiş, toplumun yaşadığı, toplandığı caddede, meydan veya sokak gibi alanlarda duvara yapıştırılan ya da ilan panolarına asılan ve dolayısıyla buradan geçen insanları bilgilendiren, bilinçlendiren değişik boyutlarda olan tanıtım medyasıdır (Kaptan, 1996).

Afiş, iletilmek isteneni topluma duyurmak veya tanıtmak için tasarlanan bir iletişim aracıdır. Basit bir iletişim aracı olmanın ötesinde afiş, kimi zaman insanlara yeni ve farklı bir şeyler söyleyebilen, kimi zamanda onu güldüren, eğlendiren, zaman zaman da uyaran bir iletişim türüdür. Afişin asıl amacı insanları aydınlatmaya, yönlendirmeye ve ikna etmeye yönelik etkili bir sosyal amaçlı iletken görevini yerine getirirken (Özmutlu, 2009:44), hedef kitlenin dikkatini çekip harekete geçirmelidir (Alaman, 2014: 3).

Afişi, her şeyden önce geniş kitlelere görsel yöntemlerle hitap eden etkili bir haberleşme aracı olarak tanımlayan Mengül Ertel, aynı zamanda afişi, çoğalma ve yayılma gibi sonsuz olanaklar taşıyan bir silah olarak görmüştür (Özmutlu, 2009: 45).

Resim ve grafik tekniklerine özgü görsel bir dil kullanan bu kitlesel bildirişim aracında, ruh bilimciler tarafından incelenmiş bazı teknik ve estetik nitelikler de aranmaktadır. Afişin mesajı iletmedeki başarısı vuruculuğuna, inandırma gücüne ve okunma kolaylığına bağlıdır. Tasarlanan bir afişte öncelikle insan belleği tarafından bir anda kavranabilecek, çarpıcı görüntüsüyle kendini kabul ettirecek ‘görsel bir slogan’ içermesi gerekir. Afişin genel başarısı düzenleniş biçimine, görüntünün yalnlığına ve az sayıda sözcüğün en iyi biçimde kullanılmasına bağlıdır. Beklenen ilgiyse, özellikle renklerin bütünlük sağlayacak biçimde seçilmesiyle sağlanır (Alaman, 2014;57).

2. 1. Afiş Çeşitleri

Teknolojide yaşanan büyük gelişmelere ve bu gelişmeler bağlı olarak değişen iletişim araç ve ortamlarına karşın afişler, hayatımızda hala bilgilendirme ve ikna etme aracı olarak yer almaktadır. Genel olarak türlerine göre afişler; bir ürün ya da hizmetin tanıtımını gerçekleştiren reklam afişleri “ticari afişler” ulaşım, sivil savunma, sağlık gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişler ile siyasi bir partiye ya da düşüncüyü tanıtan “sosyal afişler” ve seminer, konferans, festival, konser gibi kültürel etkinlikleri tanıtan “kültürel afişler” olmak üzere afişler üçe ayrılmaktadır (Elden, 2009: 254).

2.1.1. Reklam Afişleri

Reklam afişleri yaygın olarak; endüstri, basın-yayın, moda, gıda, turizm ve kurumsal reklamcılık alanlarında kullanılan, bir ürün ya da hizmeti kitlelere tanıtmak için tasarlanan afişlerdir. Kendi aralarında; “Kurumsal Reklamcılık, Moda, Gıda, Turizm ve Endüstri afişleri” gruplarına ayrılmaktadır

Reklam afişlerinin en belirgin özelliği ise halkı etkileyip yönlendirmek için hazırlanması, hedef kitleyi satın almaya yönlendirmeyi amaçlamasıdır. Bu amaca uygun olarak hedef kitle ile tüketiciyi buluşturmaya çalışırlar. Aynı zamanda hedef kitleyi alıcı durumuna getirmeyi amaçlayan bu ticari afişlere endüstri afişleri de denebilir (Alaman, 2014: 56). Bu tür afişlerde reklamı yapılan ürün ya da hizmetin tüketiciyi satın alma isteğine yönlendirerek tercih etme isteği uyandırmalıdır.

2.2.2. Sosyal Afişler

Sağlık, sivil savunma, ulaşım, çevre ve trafik gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, siyasi bir görüşü veya politik bir düşüncüyü tanıtan afişler de sosyal afişler grubu içinde yer almaktadır (Yüksekbilgili, 2013: 47).

Sosyal içerikli afişler yönetildiği alanlar içinde geniş ve farklı özelliğe sahiptirler. Çoğunlukla davet niteliği taşımaktadır bundan dolayı yalnızca bilgi verme amacıyla yapılmamaktadır. Çeşitli bilgilerin, düşüncelerin, öğretilerin afişlerde yer alarak toplumun yönlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda eğitim alanında yapılan afişler bireyler üzerinde önemli etkilere neden olabilmektedir. Örneğin; bireylere sigara ve alkolün zararlarını, AIDS, verem gibi hastalıklara karşı korunma yollarını iletmektedir (Alaman, 2014;47).

2.2.3. Kültürel Afişler

Tiyatro, festival, sinema, konser, spor, seminer, konferans gibi kültürel etkinlikleri tanıtmak amaçlı hazırlanan, gerçekleştirilmekte olan ya da gerçekleştirilmesi planlanan etkinlikleri kitlelere duyurarak insanların ilgisini bu tür organizasyonlara yönlendirmeyi hedefleyen afişlerdir.

Afişler, kitle ve bireyler üzerinde oldukça etkili bir yöntem olmasından dolayı alışkanlıkları, beğenileri ve düşünce biçimlerini yönlendirme açısından önemli bir etmendir. Bundan dolayı kültürel afişlerin arasında tiyatro afişlerinin yeri ayrıdır. Tiyatro afişlerinin diğer kültürel afişlere göre daha farklı olmasının nedeni sanatsal değeri de içermeleridir. Tiyatro afişlerinden sonra film afişleri de kültürel afişler arasında önemli bir yere sahiptir. Film afişleri ise grafik sanatının imkânlarının sinema sanatı adına kullanıldığı ve işlevselliği ön plana çıkartan bir iletişim aracıdır (Karacan, 2017: 13).

3. Film Afişlerinde Kullanılan Tipografik Düzenlemelerin Görsel Algı Değerlerine Göre İncelenmesi

Belirli bir iletişim amacının gerçekleşmesi açısından toplumda önemli bir yere sahip olan afişler sosyal ve kültürel yaşamın da bir parçasıdır. Afişler, etrafımızda gösterime açık olan birçok yerde sosyal projelerin, ticari ürün veya hizmetlerin, konser, festival tiyatro gösterimleri gibi çeşitli kültürel olayların, ya da sinema filmlerinin tanıtılmasında, duyurulmasında oldukça önemli etkili rol oynamaktadır. İstenilen iletiyi iletmekte afişlerin bu denli etkili olmasının nedeni, hem görsel hem sözel duyu organlarımıza hitap etmesi, geniş halk kitlelerinin görebileceği iç ve dış mekanlara asılarak dikkatimizi anında çekmesidir. Afişin bu işlevini doğru bir şekilde gerçekleştirebilmesi için tasarımcısının bir iletici olmasının yanı sıra biçimsel kurgusunun da önemsenmesi gerektiği açıktır. (Köksal, 2014: 4). Baskı ve dijital tipografi teknolojisinin sınırsız olanaklarından yararlanan tasarımcılar afişleri farklı kombinasyonlar ile tasarlayarak ivmesi yüksek yaratıcı çalışmalar ortaya koymaktadır. Hiç kuşkusuz yaratıcı afiş tasarımları sıklıkla başvuru yöntemlerinden biride afişin biçimini şekillendiren tipografik düzenlemelerdir.

Önceleri daha çok harflerin boyutları, kalınlıkları, şekilleri gibi özellikleri üzerine yapılan çalışmalara tipografi denirken, günümüzde yazının kendisi de tipografi olarak adlandırılmaktadır. İletilmek istenen mesajın etkili olabilmesi için okunaklılığın sağlanması gereklidir. Afişte ise okunaklılık tipografik tasarım, iletişim ve söz dizimi üzerine kuruludur. Afişte görsel bütünlük oluşturabilmek ancak kullanılacak tipografik unsurların imgeyle bir bütünlük oluşturması ile elde edilebilir. Yani, afişte kullanılacak yazı karakterleri ve imge birbirini desteklemelidir.

Aşağıda yer alan beş adet tipografik düzenleme ile tasarlanmış film afişleri, tipografik öğelerin analizi ve görsel algı ilkelerine göre değerlendirilip yorumlanırken; tipografi okunurluğu, tasarımın algılanırlığı ve tipografinin anlam aktarımını içeren üç kriter temelinde oluşturulan bir yöntem ile ele alınmıştır.

3.1. The Truth About Lies



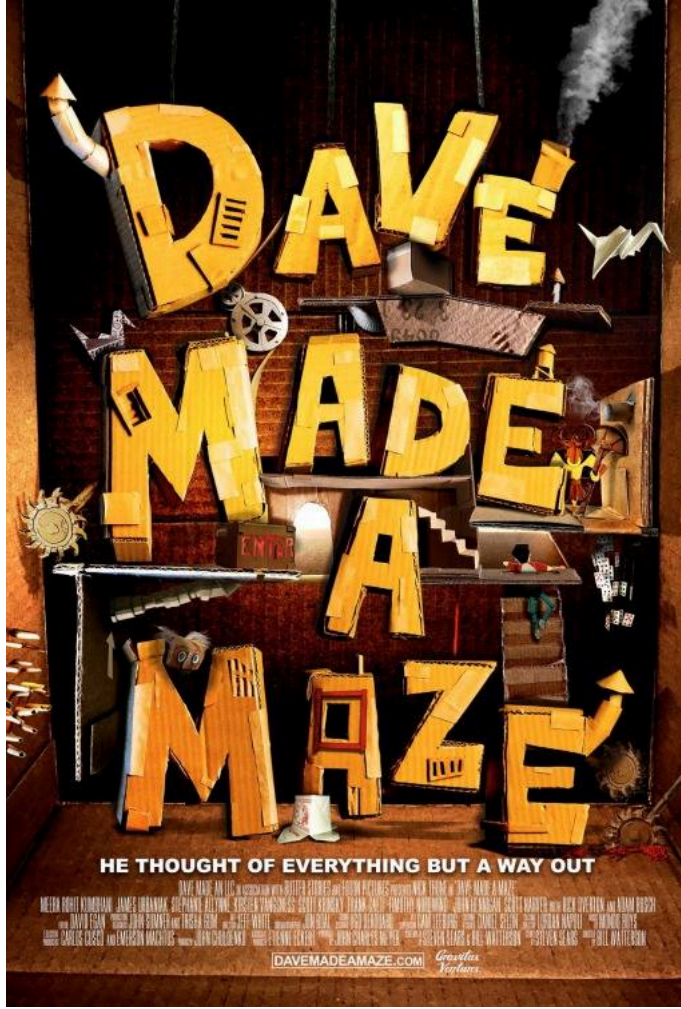
Görsel 1: “The Truth About Lies” film afişi.

2015 yılı ABD yapımı olan ve 2017 yılında vizyona giren Romantik / Komedi türünde olan “The Truth About Lies” adlı film afişinde tipografik düzenlemeler ön plandadır. Afişin alt kısmına konumlandırılan figürlerin eğlenceli yüz ifadesi ve ruh halleri filmin türünü ya da konusunu yansıtır niteliktedir. Figürlerin eğlenceli ruh halini ve filmin türünü destekleyen The Truth About Lies için kullanılan tırnaksız yazı karakterleri, yazı stili ve kullanılan renkler bloklanmış olarak kullanılan tipografik düzenlemeden sıyrılmakta ve dikkat çekmektedir. Afişte yapımcı, oyuncu, türü gibi bilgiler dışında kullanılan tipografik unsurlarda el yazısı stili seçilmiştir ve yine filmin konusu, türü hakkında izleyicilere çağrışım yapmayı kolaylaştıran niteliktedir.

The Truth About Lies yazısında kullanılan kırmızı, mavi, turuncu ve pembe renklerin ayrı ayrı anlamları vardır. The için kullanılan kırmızı renk heyecan, aşk ve tutkuyu temsil etmekte, Truth için kullanılan mavi renk doğruluğu ve saflığı temsil etmektedir. About için kullanılan turuncu renk, neşeyi ve canlılığı, Lies için kullanılan pembe renk ise Lies (yananlar) zararsız yalanları vurgulamaktadır.

Afişte figürlerin üstünde konumlanan şemsiye, bulutlar ve yağmur damlaları ile desteklenmiş ve yağmur etkisi oluşturulmuştur. Tipografik düzenlemeler de yağmur etkisini destekleyecek şekilde bloklanarak kullanılmıştır. Umut, ilişki, arkadaşlık, hayat, doğru, yalan gibi ifadelerin yer alan ve yağmur etkisinde düzenlenen tipografik düzenlemelerde aşk ve arkadaşlık ilişkini etkileyebilecek unsurlar olarak düşünülmüş ve afişte yer alan figürler bu etkilerden korunması için kullanılan şemsiye mizahi yönden ele alınmıştır.

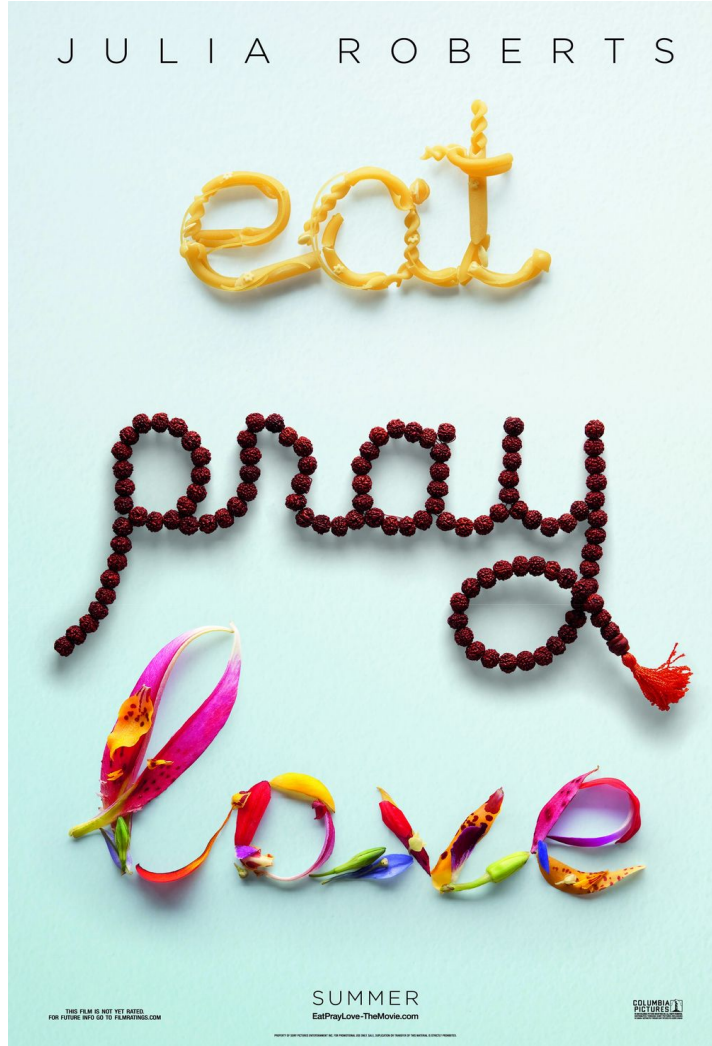
3.2. Dave Made a Maze



Görsel 2: “Dave Made a Maze” film afişi.

Brezilya yapımı macera, korku türünde olan “Dave Made a Maze” filmi 2017 yılında vizyona girmiştir. Afişe genel olarak bakıldığında tipografik düzenlemeler bir çocuğun iç dünyasını çağrıştırmaktadır. Tipografik düzenlemelerin ön planda olduğu afişe ilk bakışta insan figürüne yer verilmediği düşünülebilir. Fakat afiş detaylı olarak incelendiğinde çatı katı izlenimi oluşturan görselin içinde kaybolmuş gibi gözükken çocuk figürünü çıktığı merdivenlerden bir bölmeye doğru tırmandığı fark edilmektedir. Çatı katı ya da ev görüntüsünü destekleyecek baca, merdiven, oda gibi detaylara yer verilmiştir. Afişte “Dave Made a Maze” için seçilen yazı karakteri macera ve gizem hissini yansıtmakta, yazı karakterinin dokusu ise çocuk figürüne gönderme yapmaktadır. Afişte kullanılan yön okları, yönlendirme yazıları, keskin çarklar ve karanlık bölgeler ile yazı karakterinin dokusunda kullanılan kartonda yama, mazgal ve merdiven görselleri filmin konusu ve türü hakkında çağrışım yapmayı kolaylaştırmaktadır. Bu film afişinde tipografik unsurlar rahat bir şekilde okunduğu ve algılandığı sonucuna ulaşılabilir. Görsel unsurlar ile tipografik düzenleme uyum içinde olduğu söylenebilir.

3.3. Eat Pray Love



Görsel 3: "Eat Pray Love" filmi afişi

2010 ABD yapımı "Eat Pray Love" filmi drama, romantik türündedir. Tamamen tipografik düzenlemeye yer verilen afişte açık renk zemin rengine yer verilmiştir. Yazı fontu için seçilen tırnaksız el yazısı karakteri kolay okunabilir formdadır. Afişte film adı için kullanılan yazı karakterinde her kelime için farklı doku kullanılarak anlamlarına gönderme yapılmıştır. Kullanılan makarna dokusu eat (yemek fiili) kelimesine, tespih dokusu pray (ibadet etmek) kelimesine, çiçek dokusu love (sevmek) kelimesine gönderme yapmaktadır. Yapılan bu tipografik düzenlemeler ile afiş tasarımının kolay algılanmasına ve filmin konusu hakkında çağrışım yapılmasını sağlamaktadır.

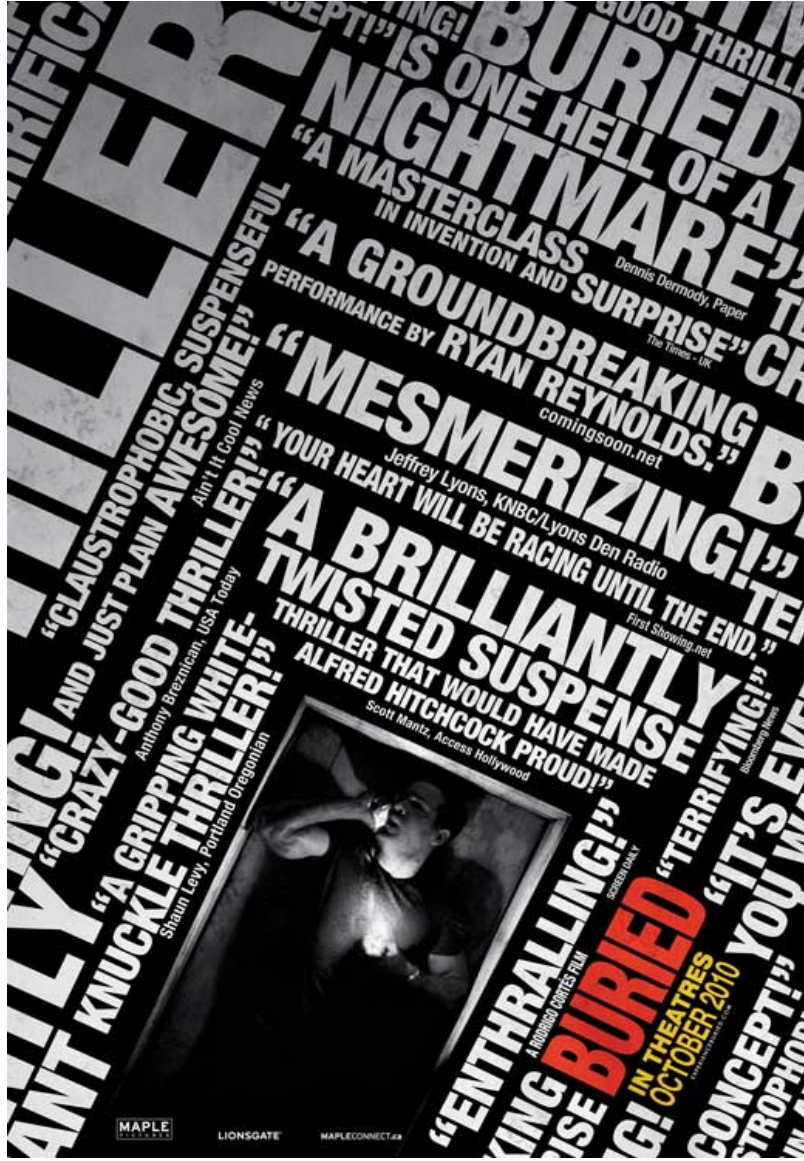
3.4. 4N1K-2



Görsel 4: “4N1K-2” film afişi.

2018 yılında vizyona giren Türk yapımı “4N1K-2” filmi romantik komedi türündedir. Tipografik unsurlar figürü tamamlar şekilde kullanılan afişte zeminin açık renkte kullanımı figürü ve tipografik düzenlemeyi ön plana taşımıştır. Afişte 10’den fazla yazı karakteri kullanılmıştır. Tipografik unsurların yoğun kullanımı okunurluğu zorlaştırmaktadır. Fakat figürü tamamlayan tipografik unsurların düzenlenmesinde her bir kelime için, kelimenin anlamı ile uyuşan yazı karakterinin seçilmiş olması filmin türü, değindiği konu ve içeriği hakkında çağrışım yapmayı kolaylaştırır niteliktedir. Tipografik düzenlemelerde kullanılan pastel renkler figürle uyum içindedir. Film afişine karşıdan bakıldığında film ismi sol üst köşede dikey olarak konumlandırılmış olması dikkat çekmektedir.

3.5. Buried



Görsel 5: “Buried” film afişi.

Dram, gerilim, gizem türünde olan “Buried” filmi ABD, İspanya ve Fransa ortak yapımı olarak 2010 yılında vizyona girmiştir. Harflerden elde edilen farklı birimler kompozisyon ilkeleri ile farklı biçimde yan yana getirilerek oluşturulan bu film afişinde, siyah zemin üzerine tipografik düzenlemelerin yoğun bir şekilde yer almaktadır. Afişte kırmızı ve sarı renkte olan film adı ve vizyon tarihi dikkat çekmektedir. Kullanılan tipografik düzenleme ve figürün yatar pozisyonundaki hali bir yığın, enkaz ya da toprak altında mahsur kalma izlenimi oluşturmaktadır. Tırnaksız seçilen yazı fontların büyük, küçük punto ölçülerinde kullanımı mahsur kalma izlenimi desteklemektedir. Afişte büyük harflerle yazılan kelimeler ve bu kelimelerin anlamlarını destekleyen tipografik düzenlemelerde endişe, çaresizlik ve korku duygularını yansıtmaktadır. Bu duygular afişin altında sağ yöne yatık şekilde konumlandırılan figürün ruh halinde de görülmektedir.

SONUÇ

Bir tanıtım ya da bilgilendirme aracı olarak afişler, toplumlara ve büyük kitlelere hitap eden ve bilgilendirme amaçlı hazırlanan grafik tasarım ürünleridir. Basit bir tanıtım ya da bilgilendirme aracı olmanın ötesinde afiş tasarımı hedef kitlelerine yönelik uygun özellikler doğrultusunda bilgi kodlanması ve görselleştirilmesidir. Kendi içinde farklı tanıtım türlerine ayrılabilen ve bir iletişim aracı olarak kullanılan afiş, barındırdığı mesajı grafiksel bir dille tasarlayarak iletmesi, hedef kitlesine bilgiyi hızlı ve pratik bir şekilde iletmesi yönünden birçok alanda kullanılmaktadır. Bu alanlardan biri olan ve büyük harcamalar ayrılarak çekilen sinema filmlerinin tanıtımında film afişleri olmazsa olmazdır.

Genel olarak film afişlerinde; film hakkında çeşitli bilgilere yer vermesi, dikkat çekici olması ve izleyicilerin filmi izlemeye ikna etmesi gibi beklentileri karşılaması istenmektedir. Buna karşın film afişinde yer alan çeşitli bilgiler ve bu bilgileri destekleyen görsel unsurlar izleyiciyi film hakkında merak, ilgi ve seyretme isteği uyandırmaya yöneliktir. Bunun içinde öncelikle afişin fark edilmesi, kolay anlaşılması, beğenilmesi ve akılda kalıcı olması gerekmektedir. Bundan dolayı tasarımcı film afişi tasarlarlarken tipografiyi sadece bilgi amaçlı değil amaca hizmet eden, estetik olan ve işlevselliği mesajı iletme kaygısıyla birleştirerek sunabilmelidir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre film afişlerindeki tipografik düzenlemeler kendi bileşenleri ile bir kompozisyon oluşturmakta bu şekilde izleyici ile iletişime geçerek kitlelere istenilen mesajı doğru olarak ve kendi kurallarını koyarak verebilmektedir.

KAYNAKLAR

Alaman, Ş., (2014), “Afişlerin Görsel ve İşlevsel Olarak İncelenmesi”, İstanbul: Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).

Becer, E. (2011). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi.

Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları.

Işık, D. (2010). Görsel İletişim Aracı Olarak Afiş Tasarımı: 2009 Yılı Yerel Seçimlerinde İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adaylarının Afiş Tasarımlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).

Kaptan, A. Y. (1996) “Afişte İllüstrasyonun Yeri ve Önemi”, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisan Tezi).

Karacan, B. (2017). Görsel İletişim Tasarımı Açısından Afiş Çözümlemeleri: Uluslararası İstanbul Film Festivali Afişleri, Kocaeli Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).

Köksal, K. (2014). Türkiye’deki Kültürel Afişlerin Tipografik Açından İncelenmesi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisan Tezi).

Özmutlu, A., (2009), “Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergebilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı”, Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).

Yüksekbilgili, N., (2013), “Afiş Tasarımında Dikkate Alınan Kriterlerin Algılanmasının Analizi”, İstanbul: Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).

Türk Dil Kurumu (2018). “Afiş”
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bc85aecc201e4.94527943, Erişim tarihi: 17.10.2018

GÖRSELLER KAYNAKÇA

Görsel 1: “The Truth About Lies” film afişi.
<http://fs.kinomania.ru/image/file/film/3/67/367a1b7794458ca47f0f26faaa98b52e.306.443.jpeg>,
Erişim Tarihi: 15.05.2018.

Görsel 2: “Dave Made a Maze” film afişi.
<https://yts-subtitles.com/uploads/images/posters/1/dave-made-a-maze-22871-thumb.jpg>,
Erişim tarihi: 15.05.2018.

Görsel 3: “Eat Pray Love” filmi afişi. http://blogs.forbes.com/dorothy pomerantz/files/2010/08/0817_eat-pray-love-poster_400x400.jpg, Erişim Tarihi: 16.05.2018.

Görsel 4: “4N1K-2” film afişi. http://tr.web.img4.acsta.net/c_300_300/picture9481.jpg,
Erişim Tarihi: 17.05.2018.

Görsel 5: “Buried” film afişi.
<http://www.birdunyafilm.co/wp-content/uploads/2012/09/buried-movie-poster-1020556249.jpg>, Erişim tarihi: 17.05.2018.