İDİL
Sanat ve Dil Dergisi

İnceleme

RENGİN AFİŞE KATKISI VE MENGÜ ERTEL

Ayşe Derya KAHRAMAN[1] Süleyman DURGUTLUOĞLU[2]

1 Doçent Dr., KTO Karatay Üniversitesi, derya.kahraman(at)karatay.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0052-9145
2 KTO Karatay Üniversitesi Grafik Tasarım Programı Yüksek Lisans Öğrencisi, ORCID: 0000-0002-7823-788X

Kahraman, Ayşe Derya, Durgutluoğlu Süleyman,"Rengin Afişe Katkısı ve Mengü Ertel"
idil, 56 (2019 Nisan): s. 495- 501 . doi: 10.7816/idil-08-56-07

Öz

Görsel iletişim gündelik yaşamda etkileme gücü, yönlendirme ve düşünce değişimlerine neden olmasıyla önemini artırmaktadır. Grafik tasarım ürünlerinden olan afiş doğru bir renk seçimiyle, slogan ve görsel imgeyle kitle iletişim içinde günlük yaşamımızda her an karşımıza çıkmaktadır. Afiş yol kenarlarında, mekanlarda insan topluluklarının bulunduğu yerlerde ve daha bir çok yerde yaşamın bir parçası olmuştur. Afişler kitle iletişimini sağlayan önemli bir görsel iletişim aracıdır. Afişler duyurmak ve tanıtmak işlevlerini taşırlar. Ayrıca toplumu bilgilendirmek ve bilinçlendirmek amacı da taşımaktadırlar. Afişleri izleme süreleri kısadır. Bu sebeple afişler kısa sürede bilgiyi yada farkındalığı oluşturmak için dikkat çekici olmalıdırlar. Bu çalışmanın amacı afiş kavramını inceleyerek kitle iletişim aracı olan afişi Mengü Ertel afişleri üzerinden tasarım elemanlarının yanı sıra sanat boyutuyla da incelemektir.

Anahtar Kelimeler: renk, afiş, grafik tasarım

Makale Bilgisi
Geliş: 29 Aralık 2018 *Düzeltme: 3 Mart 2019* *Kabul: 19 Mart 2019*

© 2019 idil. Bu makale Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 lisansı ile yayımlanmaktadır.

Giriş

İlk insanlar çeşitli semboller, işaretler, figürler çizerken görsel iletişimin yaşantımıza bu kadar gireceğini düşünmemişlerdir. İletişim insanlıkla birlikte var olmuş gelişen teknoloji ile varlığını hissettirmeye başlamıştır. Her geçen gün gelişen teknoloji ile konuşma dili değil iletişimin her türlü biçimi mesaj taşımakta ve insanlar için anlamlı hale gelmektedir. İletişimin türleri içerisinde en fazla kullanılan ve etkin olan görsel öğeler içeren görsel iletişimdir. Görsel iletişimin en önemli dallarından biri afiş tasarımıdır. Afişler ilk dönemlerinde bir haberi duyurmak amacı ile kullanılmış kitle iletişim araçlarının artması ile reklama duyulan ihtiyaç artmıştır. Reklama duyulan ihtiyacın artması ile afişler reklam aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Afişler grafik tasarımın önemli alt yapı taşlarından biridir. Pek çok mecrada kullanılır. Grafik tasarımın yapı taşlarından biri olan afişlerin reklam sosyal ve kültürel olarak çeşitleri bulunmaktadır.

1.Grafik tasarım

Tasarım kelimesi günümüzde çok yaygın kullanılmaktadır. Tasarım belli kriterlere göre şekillendirme ve oluşturma sürecidir. bu sebeple tasarım; kendi içinde bir yapısı ve arka planda planlamaya sahip olan bir kavramdır. Tasarım aynı zamanda bir problemin çözülmesidir. Grafik tasarım ise tasarımın alt dallarından biridir. Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Öncelikli işlevi de, bir iletiyi iletmek ya da bir ürün veya hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarımda çoğunlukla sorun iki boyutlu yüzeyler üzerinde çözülür. Grafik tasarımda sorunlar genellikle görsel iletişim ile ilgilidir(Becer, 2015: s.34).

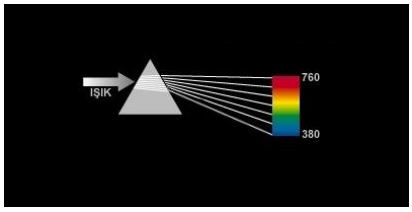
Grafik tasarım ve görsel iletişimin gündelik yaşamda önemi sürekli artmakta; sergileme tasarımı, çevre grafiği gibi üç boyutlu sahalarda ihtiyaçlar doğrultusunda yeni bazı tasarım ve uygulama alanları oluşmaktadır(Ölmez, 2017: s.9).

Bu bağlamda renk grafik tasarımda doğru bir ifade için güçlü bir destekleyici öğedir. Mağara dönemlerinde kelimeler olmadan iletişimi sağlayan renk, tasarımcı tarafından doğru seçimi ve kullanımıyla tasarımın başarılı bir şekilde ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

2.Renk

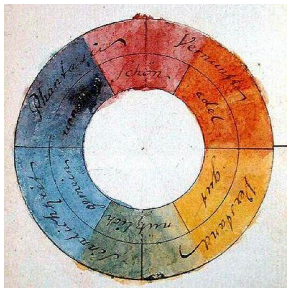
Renk cisimler üzerinden ışığın yansıyarak kişinin görme duyusunda oluşturduğu etkiye denir (Erbaş, 2013: s.33). Göz sinirlerinin yardımıyla renk dalgalarından oluşan titreşimlerin beynin ilgili bölümünün sinir sistemine gönderilerek algılanmasına renk denir(Çağlarca, 1993: s.2).

17 yy'da ilk kez İngiliz fizikçi Isaac Newton beyaz ışığı prizmaya tutar farklı renklerin ortaya çıkması ile renk kuramını oluşturmuştur(Parramon,1994: s.12). Nexton ışığı prizmadan geçirerek dalga boylarını oluşturmuş bu dalga boylarında bükülme ve kırılmalar tespit edilmiştir(Barda, 2018: s.2).



Resim 1:Newton Deneyi

19. yüzyıla kadar Newton'nun kuramı ile çalışmalar yapılmıştır. 1810 yılında Johann Wolfgang Von Goethe Renkler Teorisini ortaya atarak Newtonun Renk Teorisiyle karşılaştırmıştır(Fredmann, 2003: s.22).



Resim 2: Goethe Renk Çemberi

Newton'nun yedi renk tanımına karşı Goethe mavi ve sarı rengi ana renk olarak belirtmiştir diğer renklerde mavi ve sarının dereceleri denmiştir (Barda, 2018: s.4).

20. yüzyıla kadar Goethe ve Newton hipotezlerinin karşılaştırılması devam etmektedir. Bauhaus okulu sanatçıları bu durumu sonlandırmışlardır. Bauhaus okulu sanatçıları çalışmalarıyla renk konusunu yeni alanlara taşımışlardır(Holtzschue, 2009: s.91).

Rengin tanımı ile zaman içerisindeki yapılan çalışmalara bakıldığında renk ışık, cisim ve gözlemci olduğu zaman görülebilmektedir. Rengin gözde algılanmasının psikolojik etkileri vardır. Rengin psikolojik etkilerini bilen grafik tasarımcı doğru renk kullanımı ile başarılı bir iletişim oluşturur.

3.Grafik Tasarımında Renk Kullanımı

Grafik tasarımda renk dikkat çekiyor ve yönlendiriyor olması sebebi ile önemlidir. Grafik tasarımda renk algı, anlam oluşturur farklı algı ve anlamlara çağrışım yaratır, duyguları harekete geçirir. Renk; dikkati çeker ve akılda kalıcılığı ile yön vermek, farklılaşmak, tutum ve davranışları yönlendirmek için kullanılabilir (Barda, 2018: s.2). Renk görsel bilinci uyaran izleyiciyi hazır duruma getiren bir uyarıcıdır(Ölmez, 2017:s.18).

Bu özellikleriyle renk izleyici üzerindeki etki uyandırmaktadır. Bu sebeple grafik tasarımda renk kullanımı doğru şekilde ele alınması ve değerlendirilmesi gerekmektedir. grafik tasarımda renk seçimi yaparken;

Rengin kültürel çağrışımı

Hedef kitlenin tercihi

Firma ya da ürünün karakteri

Tasarımdaki yaklaşım biçimi gibi kriterlere dikkat edilmesiyle grafik tasarımda rengi tasarımcı doğru ve etkin bir biçimde kullanmış olacaktır(Ölmez, 2017: s.18)

4.Rengin İletişimdeki Rolü

Grafik tasarımda izleyiciye mesaj ileterek ikna etme çabası vardır ve tasarımcının en etkin kullanabileceği de renktir. Renk düşünce ve duyguları harekete geçirdiğinden doğrudan izleyiciyle sözsüz bir iletişime geçecektir(Ceylan, Ceylan ve Mansuroğlu: 2017)

Dikkat çekme işlevi olan renk, tasarımcının da ifadesin, zenginleştirerek fikirleri sembolize etme gücünden de yararlanılır. Rengin dikkat çekebilmesi için; renk kontrastı sağlanmalı, renklerin insanların psikolojisi üzerinde oluşturdukları etkilerden yararlanılmalı, renkler arasında uyum oluşturulmalı ve sosyokültürel duruma da uygun renkler seçilmelidir (Erbaş,2013: s.54).

5.Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Renk

Tasarımcı kullandığı renkler ve kontrastlarıyla izleyici ile iletişime geçerek hedef kitleye mesajı doğru aktarır. Hedef kitlede renk kullanımı ile görsel algının gerçekleşmesini sağlar. Renk hedef kitlede algılamayı gerçekleştirirken güdülenmeyi ve tutum kazanmayı da sağlar. Tasarım yapılırken farklı renklerden faydalanılmaktadır. Kırmızı, sarı ve maviden oluşan ana renkler. İki ana rengin eşit oranda karışımıyla oluşan yeşil, turuncu ve mor olan ara renkler. İki ana rengin karışımıyla oluşan ara renk, karıştırılmayan diğer ana renk ile zıtlık oluşturur. Bunlara da kontrast renkler denilmektedir. Kontrast renkler kullanıldığı zaman tasarımda birbirlerinin kuvvetini artırır. Tek bir rengin açıktan koyuya-koyudan açığa değişik tonlarıyla yapılan tek renk armonisi. Tasarımda görsel algıyı kuvvetlendirmek için kullanılan renk çeşitleridir. Her insan rengi birbirinden farklı olarak algılar. Bu nedenle renklere karşı her birey farklı tepkiler verebilir. Bu sebeple rengin psikolojik ve kültürel boyutu vardır. Renklerin etkisi toplumdaki farklı gruplara göre farklılık göstermektedir. Tasarımcı yaşadığı kültürde tepkilerin ve çağrışımların farklılık gösterebileceğini göz önünde bulundurmalıdır (Çatalcalı: 2015).

Renklerin genel algılanma şekilleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

RENK	ALGI
Kırmızı	Güçlü, tehlikeli,heyecanlı, sıcak, şehvetli,dışa dönük
Yeşil	Serin, sakin, doğal
Mavi	Serin- sakin, hüzünlü, saygıdeğer, otoriter
Siyah	Soğuk, prestijli, sofistike
Sarı	Lüks, zengin
Portakal	Sıcak, doğal, samimi
Mor	Asalet, imparatorluk
Şeffaf	Temiz, saf, katıksız

Tablo 1.Renklerin Algılanması (İçli ve Çopur, 2008: 25-26).

6.Afişlerde Renk Kullanımı

Göz sürekli hareket halindedir ve formun çevresindeki renklerden de etkilenir. Formun çevresindeki renkten etkilenen göz öz rengi farklı renkte algılar. Bu nedenle öz renk sade bir şekilde algılanamaz. Buna da renk sapması denmektedir. Renk etrafındaki renklerle etkileşir içinde olduğundan çevresindeki renge göre parlaklığı azalır ya da çoğalır. Bunun neticesinde insanlarda duygu durumları oluşturur (Gümüştekin: 2013).

Renk tasarımda ilk izlenimi oluşturur ve mesajı iletmek için önemli bir görsel iletişim aracıdır. Rengin sembolize etme gücü vardır. Duygusal tepkiler açığa çıkarır. Renk aynı zamanda ilgi çekiyor olmasının yanı sıra ikna ve iletişim kurmada da önemli bir rol oynar(Öztuna, 2007: s.91). Dikkat çekmek için kullanılan önemli unsurlardan biri renktir. Afişlerde kullanılacak renkle duygu durumunu yönlendirmeyle iletilmek istenen mesaj iletilebilmektedir. Görsel anlamda renk anlamlandırmada, bilinç altını etkilemede etkindir(Gümüştekin: 2013).

Bir rengin zeminde renk farklılık oluşturunca algılamada farklı olmaktadır. Sarı renk beyaz rengin üzerinde koyu, yumuşak ve sıcak bir etki oluşturmaktadır. Şekillerin arasındaki hiyerarşik durumu da renk sağlayabilmektedir. Bir şeklin açık renkte olması onun ön planda algılanmasını sağlarken koyu renkteki bir şekil ise arka planda algılanmaktadır (Ceylan, 2015). Ayrıca metin ile resim etkileşimi tam olmalıdır. Böylelikle bilgi algılanabilir olur, kavranabilir olur, hafızda kalıcı olur ve hatırlanabilir. Diğer bir deyişle izleyici bilincini etkin kulanı noktasında olur(Tepecik ve Kayabekir: 2017).

Hangi amaçla üretilirse üretilsin afiş tasarımında tasarımcı rengin etki gücünden yararlanmalıdır. Günümüzde kitle iletişimi önem kazanmış bir haldedir. Afiş türü ve tasarlanma amacı ne olursa olsun bir mesaj iletir. Bu nedenle afiş iletişim kavramını da içinde barındırır. Mesaj bir ileti iletmektedir. Bu sebeple afişin başarısı inandırıcılığından geçer. İnandırıcılıkla afişte kullanılan biçim, metin ve renk büyük önem taşır(Gümüştekin: 2013).

Afiş, yol kenarlarında, mekanlarda, insan topluluklarının bulunduğu yerlerde yaşamın bir parçası olmuştur. Afiş özellikle kentlerde çevre düzenlemesinde de etkindir. Afişin gündelik yaşamda her an yanımızda olmasına rağmen insanların algı süresi kısadır. Bu nedenle afiş dikkati çekebilmeli, çok kısa sürede bilgileri önem sırasına göre aktarabilmelidir(Gümüştekin: 2013). Afiş tasarımları bir dönemin ünlü grafik tasarımcıları ile de ses getirmiştir.

Türk grafik tasarımında yaptığı nitelikli afişler ile Mengü Ertel'in rolü büyüktür. 16 mart 1931 İstanbul doğumu olan Mengü Ertel DGSA afiş atölyesinden mezun olmuştur. Yapmış olduğu tiyatro ve sinem dekoru işiyle tasarıma adım attı. 1959'da Muhsin Ertuğrul'un desteğiyle tiyatro afişleri yapmaya başladı. Tiyatrolar için toplamda 150'den fazla afiş tasarladı (Durmaz, 2011: s.132).

Afiş serüvenini dönemin tüm özel tiyatrolarının afişlerini hazırlayarak devam etti. 1969 da ilk tiyatro afişleri sergisi açtı. Afişleri Varşova ve Münih Şehir Müzesi ve Wilanow Afiş Müzesi koleksiyonunda yer aldı. 1974 Cannes Film Şenliği Afiş yarışması jüri özel ödülü, 1975 Paris Uluslararası sinema sergisi "büyük ödülü", 1980 Moskova olimpiyat oyunları afiş yarışması üçüncülüğü alan Ertel 1969'dan bu yana 9 yurt dışında olmak üzere 25'i aşkın kişisel afiş ve grafik tasarım sergisi açmıştır (http://www.biyografi.net/kisiayrinti.asp?kisiid=3614) .

1974 yılında Cannes Film Festivalinde yapmış olduğu afiş ile jüri özel ödülünü kazanmıştır. 1975 yılında ise I. Uluslar arası sinema festivali kapsamında büyük ödülü kazanmıştır (Ertel, 1981,s.73). 1999 yılındaki "Büyültmeler" isimli sergisi son sergisidir. Oğlu tarafından sanatçıya dair sergiler halen açılmaktadır (Ertel, 1988: 8).



Afiş 1. İstanbul Festivali'nin ödüllü afiş tasarımı, 1973 (Erten ailesi arşivi)(Durmaz, 2011: s.133).

Mengü Ertel'in tasarımlarında kültürel bir yapı görmekteyiz. Bu çalışma İstanbul festivallinin ödüllü afiş tasarımı olmaktadır. Tasarımda Ertel mozaiklerle kompozisyon oluşturmuştur. İstanbul silueti ve hemen üzerine de yükselen bir güneş mozaiklerden oluşmaktadır. Yine Mozaiklerle oluşturduğu İstanbul siluetinin altında da mavi mozaikler ve beyaz boşluk ile İstanbul boğazını göstermiştir. Güneşte kullanılan kırmızı sarı tonları yükselen bir güneş olduğu hissini uyandırmaktadır. Güneşin mozaikle oluşturulması ve kullanılan renkler ile bir enerjinin, dinamizmin yayıldığını göstermektedir. İstanbul boğazını oluştururken kullandığı mavi tonlarıyla güneş arasında sıcak-soğuk renk anlayışını ortaya koymuştur. İstanbul siluetinde de yeşil tonlarına yer vermiştir ki buda güneşte kullandığı kırmızıyla kontrast oluşturmaktadır. Güneşte kullandığı kırmızıyla İstanbul boğazını oluşturmak için kullandığı beyaz boşluğa yerleştirmiş olduğu yazı fontunu aynı renktir.



Afiş 2. 1980 Moskova Olimpiyatları afiş tasarımı, 1980, İstanbul (Erten ailesi arşivi) (Durmaz, 2011: s.134).

Mengü Ertel afişte olimpiyatların simgesi olan meşaleyi kullanmıştır. Tasarımda rengin bilinçli kullanımı ile bazı imgeler önde bazıları arkada kullanılmıştır.

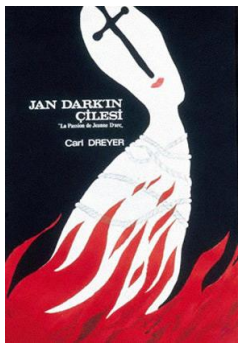
Fonda ve meşalenin alevinde kırmızının tek renk armonisini kullanmıştır. Meşale ve alevin ucundaki buğday başağını da açık bir renk ile ele almış ve afişte koyu, açık ve orta ton değerlerinde renkler dengeli bir biçimde yerleştirmiştir. Toplumun kültürünü afişte kullanılan buğday başağı yansıtmıştır. Alevde kullanılan çizgiler, renk coşkulu bir dansın, neşenin ve güven duygusunun ciddiyet içinde sergilendirildiğini hissettirmektedir.

Başak ve meşalede kullanılan renk tipografide ve logolarda kullanmıştır. Tipografiyle logoyu da afişin kurgusunda ustaca tamamlayıcı öğeler olarak kullanarak tasarımı nitelikli hale getirmiştir.



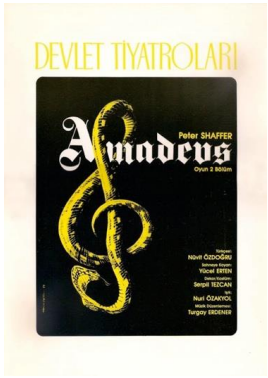
Afiş 3. Le Gardien tiyatro oyunu için afiş tasarımı, 1986, İstanbul(Erten ailesi arşivi)(Durmaz 2011: s.135).

Afişler çok kısa süreli izlenmesi nedeniyle karmaşıklıktan uzak olmalı ve mesaj çok az sayıda öğe kullanarak verilmelidir. Bu sayede iletişim esnasında izleyiciye mesaj doğru aktarılabilir. Ertel bu afişinde iki öğe ve tipografisiyle izleyiciye mesajını iletmektedir. Afişte açık, koyu ve orta ton ilişkisiyle kompozisyon kurulmuştur. Fonu beyaz olarak kullanmıştır. Düdük öğesi beyaz fon üzerinde koyu dursa da, fontları siyah kullanması sebebiyle gri bir etki oluşturmaktadır. Fontların siyahı ile düdüğün boşluğu ve o boşlukta kullandığı göz öğesinin siyahı birbirlerini destekleyip beyaz üzerinde dengeli bir dağılım göstermektedir. Tasarımda siyah, beyaz ve grinin kişi üzerinde ki etkisi tasarlanış dengesine göre duygu durumlarını oluşturmaktadır. Mengü Ertel'in siyah, beyaz ve grinin afişteki dağılımını oluşturması izleyicinin de duygu durumunu yönlendirdiği gerçektir. Kullanılan öğeler izleyicinin mesajın içeriği hakkında bilgi sahibi olmasına yardımcı olmaktadır.



Afiş 4. Jan Dark'ın çilesi filminin afişi (yurtdışına açılması bu afiş ile başlamıştır), 1979 İstanbul (Erten ailesi arşivi) (Durmaz, 2011: s.135).

Afişler kitle iletişimi oluşturmak amacıyla tasarlanır. Mengü Ertel Jan Dark'ın çilesi filminin afişiyle, filmi izleyecek olan kitle ile iletişim kurmak istemiştir. Afişte fon olarak siyah renk kullanmış ve üzerine beyaz stilize edilmiş bir figür kullanılarak zıtlık oluşmuştur. Bu zıtlıkla siyah ve beyaz birbirini güçlendirmiş ve figürü ön plana çıkarmıştır. Alt tarafta ise stilize edilmiş alev siyah ve beyazın üzerine gelecek şekilde kırmızı renk kullanılarak yerleştirilmiştir. Alevlerin çizgisi kırmızı, siyah fon beyazdır. figürler izleyende şiddetli bir duygu durumu oluşturmaktadır. Afişten hareketle izleyici filmde kapılacağı duygu durumlarını keşfetmeye yönelik hareket etmektedir. Afiş izleyiciyle iletişim kurarak film hakkında belirli bir bilgi sunmaktadır.



Afiş 5. Amadeus tiyatro oyunu afişi, 1976(Erten ailesi arşivi)(Durmaz, 2011: s.133).

Beyaz üzerine siyah bir dikdörtgen kullanılmıştır. Devlet tiyatrolarının altında Amadeus tiyatro eserinin sergilendiği mesajı izleyiciye direkt verilirken, siyah dikdörtgen içinde Amadeus fontuyla birlikte müzik işareti afişi tamamlayıcı öğe olarak kullanılmıştır. Müzik işaretini sarı, siyah bir renkle ele alınmış ve Amadeus fontu siyah dikdörtgene göre zıt olacak şekilde beyaz yazı ile oluşturmuştur. Devlet tiyatroları yazısı fontunu müzik işaretinde kullandığı

rengin tonuyla aynı şekilde krem renk zemin üzerine yerleştirmiştir. Ertel öğe ve renk kullanımında karmaşadan uzak durarak izleyiciyle iletişimi en sade şekliyle sunarak mesajı iletmiştir.

Sonuç

Görsel iletişim kavramıyla birlikte ele alınan afişte renk 19. yy'dan bu yana kullanılmaktadır. Tasarımda kullanılan elemanların yanında renginde ön plan yada geri planda kullanılması afişin tasarım sürecinde etkin bir rol oynamıştır. Yapılan tasarımlara bakıldığında renk öğesi hedef kitlede dikkat artırıcı özelliğe sahiptir. Rengin gözle algılanması kişide psikolojik etkiler yaratır. Grafik tasarımcı bilinçli olarak psikolojik hisleri yönlendireceği renkleri kullanımı ile etkili iletişimi sağlar.

Sözsüz bir iletişim kuran grafik tasarımcı fikirleri sembolize etme ve yönlendirme gücü olan rengi kullanırken kültürel çağrışımları hedef kitlenin anlamasını sağlar. Grafik tasarımdaki renk anlayışına göre grafik tasarımcı rengin bilinç ve psikolojideki etkisini kullanarak rengin insanların tercihlerinde rol aldığı göstermekte yardımcı olmaktadır. Mengü Ertel afişlerinde kullandığı rengi bir ifade aracı olarak ele aldığı ve mesajını kültürel yapıyla harmanlayıp hedef kitlesine ulaşmakta olduğu görülüyor. Bu çalışma ile afişte renk kullanımının önemi ortaya konmuş olup alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

Barda, P. "Grafik tasarım öğesi olan rengin kullanım alanlarına ve tüketim taleplerine göre seçilmesi, farklı uygulama önerileri" Yüksek Lisans Tezi, Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla: 2018.

Becer, E. *İletişim ve grafik tasarım.* Ankara: Dost: 2015.

Ceylan, İ.G. Amblem ve logo tasarımlarında renklerin dili. *SDÜ art-e güzel sanatlar fakültesi sanat dergisi,* 16(8),314-330. Isparta: 2015.

Ceylan, İ. G., Bahattin Ceylan, H., Mansuroğlu, Ö. Tasarım dersi almış öğrencilerin renk bilgisi ve rengin iletişimdeki rolü hakkındaki farkındalığının ölçülmesi. *İdil Dergisi,* 36, 2357-2373. Ankara: 2017.

Çağlarca, S. Renk ve armoni kuralları. İstanbul: İnkılap Kitapevi, 1993.

Çatalcalı, A. Grafik tasarımında renk sembolizasyonu üzerinden dergilerin kimlik oluşturma süreçleri: yemek ve dekorasyon dergileri üzerine bir inceleme. *Tmd uluslararası hakemli tasarım ve mimarlık dergisi, 05,19-38. 2015.*

Durmaz, Ö. *İstanbul'un 110 grafik tasarımcısı ve illüstratörü.* İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları: 2011.

Erbaş, Z. (2013), "Ülkemizde çok satan kitapların kapak tasarımlarında kullanılan renklerin grafik tasarım açısından analizi" Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: 2013

Gümüştekin, N.(2015). Rengin bir grafik tarım ürünü olarak afişe katkısı: tarihsel bir inceleme. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim dergisi,* 9, 35-50: 2015

İçli, G.E.ve Çopur, M.E. Pazarlama iletişiminde renklerin rolü. *Trakya üniversitesi sosyal bilimler dergisi,* 10(1), Trakya: 2008.

Ölmez, E. "Türk resim sanatında grafik tasarım öğelerinin incelenmesi" Yüksek Lisans Tezi, Doğuş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: 2017.

Öztuna, H. Y. (2007). Temel tasarım öğeleri: renk. *Grafik Tasarım: Görsel İletişim Kültürü Dergisi,* (8): 91: 2007.

Parramon, J.M. *Resimde renk ve uygulanışı.* İstanbul: Remzi Kitabevi. 1994.

Tepecik, A. ve Kayabekir, T. Resim-metin ilişkisinde yapısal ve bilişsel kavramların tasarım sürecine etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4):1641-1653. Erzurum: 1994.

http://www.biyografi.net/kisiayrinti.asp?kisiid=3614. 15 aralık 2018 tarihinde erişim sağlanmıştır.

İDİL
Sanat ve Dil Dergisi

CONTRUBITION OF COLOR TO POSTER AND MENGÜ ERTEL

Ayşe Derya KAHRAMAN[1] Süleyman DURGUTLUOĞLU[2]

1 KTO Karatay Unıversty ORCID: 0000-0001-8665-8038
2 KTO Karatay University Graphic Design Program Graduate Student, derya.kahraman (at) karatay.edu.tr

Kahraman, Ayşe Derya, Durgutluoğlu Süleyman," Contrubition of Color to Poster and Mengü Ertel"
idil, 56 (2019 April): s. 495-501. doi: 10.7816/idil-08-56-07

ABSTRACT

The importance of visiual communication is increasing more and more with its power impact, causing changes of thoughts and directing people in everyday life. Banner, as a graphic desingn product, is a part of every moment of our daily lives with a good choice of color, slogan and visual image. Banners has become an important part of life in lots of different fields such as roadsides, buildings and places hosting communities. Despite the fact that banners re everywhere, the time that people spend to look them is considerably short.So banners need to be attractive and transfer the information as quickly as possible according to the order of importance. The aim of this study is to analyzing banner which is a mass communication tool with an artistic aspect and also analyzing the color, which is one of the elements of design, with the banner samples of Mengü Ertel.

Keywords: bolour, banner, graphic design

Article History:
Arrived: December 29 2019 *Revised: March 3 2019* *Accepted: March 19 2019*