

İLLÜSTRASYONUN AFİŞ TASARIMINDA KULLANIMI VE İLLÜSTRASYON İÇEREN AFİŞ TASARIMLARININ ÇÖZÜMLENMESİ

Birsen ÇEKEN¹

¹Prof., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, [birsen.ceken\(at\)hvbv.edu.tr](mailto:birsen.ceken(at)hvbv.edu.tr),
ORCID: 0000-0001-8112-992X

Çeken, Birsen. “İllüstrasyonun Afiş Tasarımında Kullanımı ve İllüstrasyon İçeren Afiş Tasarımlarının Çözümlemesi”
idil, 66 (2020 Şubat): s. 285-295. doi: 10.7816/idil-09-66-10

Öz

Basılı reklam araçlarından biri olan afiş tasarımları tanıtımı yapmak istenen ürün ya da bir hizmet için gereken bilgiyi hedef kitleye ulaştıran bir iletişim aracıdır. İllüstrasyon, Fransızcadan türemiş bir kelime olup bir fikri çizgilerle resmedilme anlamına gelmektedir. Günümüzde illüstrasyon afiş aracı ile birleşince hedef kitleye ulaştırılmak istenen mesajların daha etkili olmasını sağlamıştır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, illüstrasyonun hedef kitle üzerindeki etkisi göz önünde bulundurularak illüstrasyon içeren basılı reklam araçlarından biri olan afiş tasarımlarını yaratıcı fikir, hedef kitle, problem durumu ve grafik tasarım açısından çözümlemektir. Çalışma nitel bir araştırma olup tarama modeli uygulanmıştır. Geniş kapsamlı literatür taraması yapılmıştır. Buradan edinilen bilgiler ve uzmanların görüşleri doğrultusunda bir çözümleme formu hazırlanmıştır. Daha sonra illüstrasyon içeren 5 adet afiş tasarımı çözümlenerek yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İllüstrasyon, grafik tasarım, afiş, reklam

Makale Bilgisi

Geliş: 13 Kasım 2019

Düzeltilme: 7 Aralık 2019

Kabul: 5 Ocak 2020

Giriş

İnsanlar birbiriyle iletişim kurarak anlaşmaktadır ve insanların mağara duvarlarına resimler çizmeleri sonucunda görsel iletişim ortaya çıkmıştır. Görsel iletişim, hedef kitleye iletilen mesajların görsel materyaller kullanılarak ulaştırılmasıdır. Sözlü iletişime göre akılda kalıcı olduğu için fazlasıyla tercih edilen bir iletişim biçimidir. Görsel iletişim olmadan grafik tasarım düşünülemez. Grafik tasarımda, görsel iletişim sayesinde hedef kitleye verilmek istenen mesaj yaratıcı ve anlaşılır bir dille iletilmelidir. Grafik tasarım çok fazla alandan oluşan görsel bir iletişimdir. Kullandığı görsellerle farklı ve etkileyici bir anlatım sergilemektedir. Grafik tasarımda önemli bir yere sahip olan illüstrasyon, düşüncelerin ve verilmek istenen mesajların hedef kitleye doğru bir biçimde iletişim kurarak görsel materyallere dönüştürülmesidir. Bu görseller çizimlerden oluşmakla birlikte tipografiyle bütünlük oluşturduğunda çok başarılı tasarımlar ortaya çıkabilmektedir. İllüstrasyonların afişte yer almasıyla etkileyici tasarımlar oluşmakta ve izleyicinin dikkatini çekmeyi başarmaktadır. Afişler halkı bilgilendirmek amacıyla duvarlara asılan görsel içerikli yazı ve ilanlardır. Genellikle reklam tanıtımı için sıkça karşılaşılan afişler illüstrasyonla birleştğinde görsellik açısından son derece çarpıcı bir görünüm sağlamaktadır. Bir ürünü tanıtmak ya da tüketiciye hizmet etmek amaçlı hedef kitleyi ürünü satın almak için ikna etmeye yönelik yapılan reklamlarda ortaya çıkan tasarımın yaratıcı olması büyük önem taşımaktadır. Kullanılan renk, tipografi ve görsellerin kompozisyonunun doğru yerleştirilmesi gerekmektedir. İllüstrasyonun kullanılmasıyla ortaya çıkan reklamlar izleyicide görsel olarak olumlu bir etki bırakmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, illüstrasyonun hedef kitle üzerindeki etkisi göz önünde bulundurularak illüstrasyon içeren basılı reklam araçlarından biri olan afiş tasarımlarını yaratıcı fikir, hedef kitle, problem durumu ve grafik tasarım açısından çözümlemektir.

Görsel İletişim

İnsanlar görme duyusuyla etraftaki olaylara daha kolay tepki verebilmektedir ve çevreyi görerek yaşananları daha kolay anlamlandırabilmektedir. Bu nedenle görebilmek hayatın vazgeçilmezleri arasındadır. Görerek iletişim kurmak her zaman daha etkili olmaktadır. Görsel iletişim, insanların birbiriyle anlaşabilmesi için gerekli olan en önemli iletişim biçimidir (Ketenci ve Bilgili, 2007). İnternet teknolojisinin gelişmesi sonucu önem kazanan görsel iletişim biçimi, görüntülü bilgi alışverişi olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle, insanlara iletilen mesajların görsel materyaller (fotoğraf, sembol, karikatür) kullanılarak ulaştırılmasıdır. Görsel iletişim, nokta, şekil, çizgi, hareket, renk, ölçü vb. kavramlarından oluşmaktadır. Bu kavramların kullanılmasının nedeni mesajı, hedef kitleye görsel olarak aktarmaktır (Künüçen ve Olguntürk, 2014). Görsel iletişim evrenseldir. İnsanlar görsel iletişim kurarak anlatılanı daha hızlı algılayıp anlamlandırabilmektedir. Sözlü iletişime göre görsel iletişim hafızada yer edinmektedir ve bu nedenle akılda kalıcı olmaktadır (Çıtav, 2015). Böylelikle görsel yolla kurulan iletişim, işitsel yolla kurulan iletişimden önemli ölçüde fark oluşturmaktadır. Bu farkla görsel iletişim belge amaçlı kullanılmaya başlanmıştır.

İllüstrasyon ve Grafik Tasarım

İllüstrasyonun sözcük anlamı "resimleme"dir. Bir konunun, bir metnin açıklanması ve yorumlanması amacıyla yapılmaktadır. Ambrose ve Harris'e göre "açıklamak, örneklendirmek ya da süslemek amaçlı resimlendirme çalışması" olarak açıklanmaktadır (Çıtav, 2015). İllüstrasyon, düşüncelerin ve verilmek istenen mesajların hedef kitleye doğru bir biçimde aktarılacak görsel materyallere dönüştürülmesidir. İllüstrasyon, birçok mecrada kullanılan, çarpıcı bir anlatımla mesajlar veren ifade, yorum ve iletişim aracıdır. Bir düşüncenin ya da iletinin hedef kitleyi etkileyerek başarılı sonuçlara ulaşmasını sağlamaktadır (Gedik ve Taşcıoğlu, 2018). Becer'e göre başlık, slogan ya da yazı gibi sözel unsurları görsel hale getiren ve yorumlayan bütün öğelere genel olarak illüstrasyon adı verilmektedir. İllüstrasyonlar hazırlanırken kullanılan çizim ve boya araçlarının yanında resim, kolaj ve bilgisayar programlarından faydalanılmaktadır (Çeken, Çiçekli ve Ersan, 2018). Ayrıca illüstrasyonlar; problem çözümü, yorum yapma, eğlendirme, eğitme ve hikaye anlatmada kullanılmaktadır. İşlevsel özellikleri düşünüldüğünde birçok alanda önemli bir yere sahiptir (Baldaş ve İpek, 2017) Türkiye İllüstratörler Derneği'nin açıklamasına göre illüstrasyon; yazı ve düşüncelerin betimlenmesi ve açıklanması için ortaya konulan en bilinen resimleme çeşididir. Bir ürünün tanıtılması için tasarlanan ve görsellik açısından yararlanılan en önemli araçlardandır. Yazıyla birlikte bir bütünlük oluşturarak hedef kitlede farklı anlamlara yol açmaktadır ve hedef kitlenin verilmek istenen mesajı yeniden algılamasını sağlamaktadır (Baldaş ve İpek, 2017). İllüstrasyon bir düşünceyi ya da belirli bir konuyu ele alan görsel şekildir, bundan dolayı çoğunlukla plastik sanat öğeleri

kullanılarak resimsel anlatım söz konusu olmaktadır. Resim, kolaj, tipografi ve hareketli tasarımlar gibi öğelerden oluşabilmektedir. Her ne kadar boyalar, kâğıt ve fırçalar kullanılmakta olsa da, illüstrasyonun tanımını bir çerçeveye sığdırmak doğru değildir. Hikâye anlatılırken teknolojiye dayanarak araştırmalar yapılmaktadır ve illüstrasyon teknikleri artabilmektedir (Dursun, 2013).

Grafik tasarımın içinde yer alan illüstrasyonun amacı, farklı dil ve kültür sahibi insanların, görsele baktıklarında verilmek istenen mesajı kolaylıkla alabilmelerini ve bu konu hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır. İllüstrasyon, günümüzde kitaplarda, afişlerde, dergi ve gazete sayfalarında, ambalajlarda sıklıkla karşılaşılabilecek bir sanattır. Ayrıca metro, otoban ve hava alanında bulunan piktogramlar da iletişimi kolaylaştırmak için kullanılan birer illüstrasyondan oluşmaktadır (Atabey, 2010). İllüstrasyonların resimlerden ayrılan en önemli yönü, bilgi sahibi olmayı sağlama veya bir mesajı iletme amacıyla olmasıdır. Resimler ise ortaya bir eser koymak için yapıldığından herhangi bir amacı olmayabilmektedir. İllüstrasyonlardaki özgünlük, yorum ve fikirler illüstrasyonu daha güçlü bir hale getirerek sanatsal bir dil kullanılmaktadır. Tasvir edilen illüstrasyonların tipografisi ve konusuyla bütünlük sağlaması gerekmektedir (Deliduman ve Çakmak, 2017). Grafik kelimesi (Yunanca’dan gelen grafikos ya da graphein) yazmak, desen, resim çizmek, işaret anlamlarına gelmektedir (Aslan Odabaşı, 2014). Grafik tasarım çok fazla alandan oluşan görsel bir sanattır. İçerisinde tipografi, bilgi teknolojileri, sanat yönetimi ve diğer yaratıcı alanlar yer almaktadır. Grafik tasarım, fikirlerden oluşan yazı ve görselleri baskı olarak veya başka işlemlerden geçirerek görsellik açısından etkileyici bir anlatım sağlamaktadır. İletilen mesajın anlaşılabilirliği için içerik yazı ve görselle bütünlük oluşturarak iletişimi daha kolay hale getirmektedir (Ambrose ve Harris, 2012). Grafik tasarım, tasarımcının hayal gücüyle ortaya çıkan düşüncenin çizimini yapma, boyama, fotoğrafını çekme vb. eylemleri görselleştirmesidir (Arıkan, 2008). Afiş, ilan, broşür, kitap gibi tasarım ürünlerinin baskı için hazırlanması grafik tasarımı diğer sanat dallarından ayırmaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte grafik tasarım görsel materyaller sayesinde bir iletişim dili yaratmaktadır (Aslan Odabaşı, 2006). Grafik tasarımın birinci işlevi bir mesajı iletme, bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Teknoloji sayesinde baskı için kullanılan malzemeler yerine bilgisayar yardımıyla ortaya çıkan görsel materyaller grafik tasarımın önemli öğeleri haline gelmiştir. Tasarımcı, hedef kitleye vermek istediği mesajı malzemelerle sunduğundan dolayı yeni gelişmeleri ve teknolojiyi yakından takip etmelidir. Çünkü teknoloji her yıl değişmekte ve gelişmektedir (Güzel, 2014). Grafik tasarımda en çok kullanılan afişler, hedef kitleye çarpıcı mesajlar vermektedir. Afişlerde yer alan illüstrasyonlar bazen gerçeğe yakın bazen de hayali olarak tasarlanmaktadır. Yaratıcı bir şekilde tasarlandığında hedef kitle tarafından ilgi çekmektedir. Çünkü tasarımcı, illüstrasyonu hayal gücünü kullanarak tasarladığı görsel materyali olduğundan daha farklı bir hale getirmektedir. Grafik tasarım kapsamı içerisinde afiş, ambalaj, broşür, etiket, çocuk kitapları vb. yerlerde illüstrasyon kullanılmaktadır. İllüstrasyon genellikle çocukların ilgisini çekerek onları hem eğitmekte, hem de eğlenmelerine katkı sağlamaktadır.

Afişin Tanımı ve Afişte İllüstrasyon Kullanımı

Kökeni Fransızca olan ve “affiche” kelimesinin türetilmesiyle afiş kelimesi ortaya çıkmıştır. İngilizce karşılığı “poster”, Almanca karşılığı ise “plakat” tir (Şimşek, 2013).

Kavuran ve Çetinkaya’ya göre bir fikir, bir ürün ya da bir olayın meydana gelmesi durumunda halkı bilgilendirmek amaçlı duvarlarda yer alan görsel içerikli yazı ve ilanlara afiş denir. Afiş, bir mesajı hedef kitleye aktarırken sanatsal kaygı duyan bir grafik tasarım unsurudur. Bir ürün ya da düşüncenin tanıtımını yaparak doğru bir şekilde hedef kitesine istenilen mesajı vermektedir (Oskouei, 2018). Afiş, bilgi vermek amaçlı kullanılması dışında hedef kitleye yeni ve sıradışı bir şeyler anlatmaktadır. Zaman zaman eğlendirmekle birlikte uyarıcı mesajlar veren bir iletişim aracıdır. İnsanları yönlendirerek ikna etme amaçlı kullanılan, etkileyici ve sosyal konular içeren bir anlatım dili vardır (Söylemez, 2015). Afişler ilk kullanılmaya başlandığında bir haber aracı olarak kullanılmaktaydı. Teknolojinin gelişmesi ve yayın yapan kurumların artması sonucu reklam vermek için afişlerden yararlanılmıştır. Günümüzde kentlere göre farklı nesnelerle, farklı bir anlatım diliyle ve farklı ürünlerin reklamı için çalışmalar yapılmaktadır (Yayla, 2014). Hedef kitleyi etkilemek ve hedef kitleye verilmek istenen mesajla daha farklı düşünceler sağlamak afişin ilk hedefi olmalıdır. Sade ve anlaşılır bir dille uygun görseli bütünleştirerek mesajı alıcıya iletmelidir. Tasarımının yaratıcı ve dikkat çekici olmasıyla hedef kitleyi pozitif olarak etkilemelidir (Ceylan, Bahattin ve Mansuroğlu, 2017). Afişler büyük veya küçük boyutlu olarak tasarlanmaktadır. Dış mekân için hedef kitlenin daha kolay görebilmesi amacıyla büyük, iç mekân için daha küçük boyutta olmaktadır. Dış mekânda duvar ya da panolarda yer almaktadır ve daha sade ve anlaşılır bir dil

kullanılmaktadır. İç mekânda ise izleyici afişi daha uzun süre inceleyebilmektedir. Bu nedenle afiş tasarlanırken bu noktalara dikkat edilmektedir (Çetin, 2005) Farklı tasarım stilleri ve tekniklerinden faydalanılarak yaratıcı afişler tasarlanmaktadır. Günümüzde illüstrasyon, fotoğraf, tipografi gibi teknikler afişlerde kullanılmaktadır. Afiş tasarımcıları vermek istedikleri mesajı daha anlaşılır bir hale getirmek için simge, görsel ve tipografik düzenlemeler yapmaktadır (Oskouei, 2018). Afiş tasarımcıları, afiş tasarımında duyuru yapmanın dışında sanat kaygısını da düşünmektedir. Geçmişte sunum aracı olarak kullanılan afişlere artık ilan panolarında rastlanmaktadır. Afişte hedef kitleye iletilmek istenen mesaj sessizce ve profesyonel olarak ulaştırıldığından güçlü bir iletişim aracı olarak görülmektedir (Deliduman ve Çakmak, 2017). Afiş tasarımında illüstrasyon, grafik tasarım açısından önemli bir hale gelmiştir. İllüstrasyon, çizimden oluştuğundan dolayı daha çarpıcı ve etkileyici yönüyle hedef kitleyi ikna etmektedir. Zamanla illüstrasyon tasarımları değişerek ve gelişerek çok fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Afişte illüstrasyon kullanılarak farklı yaklaşımlar elde edilmiştir (Gedik ve Taşçıoğlu, 2018).

Yöntem

Çalışma nitel bir araştırma olup tarama modeli uygulanmıştır. Geniş kapsamlı literatür taraması yapılmıştır. Buradan edinilen bilgiler ve uzmanların görüşleri doğrultusunda bir çözümleme formu hazırlanmıştır. Daha sonra illüstrasyon içeren 5 adet afiş tasarımı çözümlenerek araştırmacılar tarafından yorumlanmıştır.

Bulgular ve Yorum

Bu bölümde, çalışmada illüstrasyon kullanılarak hazırlanmış basılı reklam araçlarından biri olan 5 adet afiş tasarımı çözümleme formunda yer alan kriterler doğrultusunda çözümlenmiş ve elde edilen veriler yorumlanmıştır.



Resim 1. Ant Tv – Tv Programı

Reklam No: 1

Reklamın Konusu: Tv Programı Tanıtımı

Reklamveren: Ant Tv

Ajans: FRANK AND FAME

Basım Tarihi: 2019

Slogan: “Your Face Sounds Familiar”

“Yüzünüz Tanıdık Geliyor”

Başlık: -

Alt Başlık: -

Metin: -

Renk: Gül Kuruşu, Kırmızı, Kahverengi, Beyaz, Siyah, Sarı

Görsel: Ağız, Şarkıcı, Logo

Kurum Kimliği: 14 Mart 2015 tarihinde ilk yayınına başlayan televizyon programı, Google üzerine %91 oranında beğenilerek izleyiciler tarafından büyük ilgi görmüştür. Jürilerin bulunduğu bu televizyon programında, çocuklar ünlüleri taklit ederek şarkı söylemektedir. Programda çocuklar, taklit ettiği sanatçılarla birebir aynı giyinip aynı şekilde performans sergilemektedir ve çocuk oldukları için program daha sevimli bir hale gelerek izleyiciyi kendine çekmeyi başarmıştır.

Problem: Televizyon programlarının farklı nitelikte içerikler üretmemesi

Reklamın Amacı: Diğer televizyon programlarından farklı bir konsept ortaya koyarak izleyiciyi eğlendirmek.

Hedef Kitle: Şarkı dinlemeyi seven kişiler

Yaratıcı Fikir: Ağızın içine yerleştirilen Michael Jackson'la, taklit edilerek şarkı söylemenin anlatılması.

Değerlendirme

Frank and Fame ajansı tarafından yapılan tasarımda açık bir ağızın içine yerleştirilmiş şarkıcı görseli kullanılarak televizyon programının ünlüleri taklit ederek şarkı söylemek üzerine olduğu anlatılmaktadır. Şarkıcı görselinin Michael Jackson'a ait olduğu giyim tarzı ve hareketlerinden açıkça görülmektedir. Ağızdaki küçük dilden yararlanarak kafa görünümü sağlanması, tasarımı daha ilgi çekici hale getirmektedir. "Yüzünüz Tanıdık Geliyor" sloganıyla bütünleşen görselde, yüzün olmaması anlatımı etkileyici hale getirerek estetik bir görünümle mesaj (ünlülerin taklit edildiği bir program olması) hedef kitleye ulaşmaktadır. Michael Jackson'ın kıyafetinin kırmızı renkte tasarlanması onu ön plana çıkararak şarkı yarışması olduğuna vurgu yapmaktadır. Dilin arkasında oluşan gölge ve şarkıcının gölgesi gibi detaylar sahne etkisi yaratmaktadır. "Your Face Sounds Familiar" sloganının tipografisi incelendiğinde, sarı renk tercih edilerek yazı, kullanılan görselde dikkat çekmektedir. Yazı stilinde ise bir şarkı programı olduğundan yumuşak geçişli bir font tercih edilerek canlı bir etki bırakmaktadır. Oldukça sade ve anlaşılır bir dille mesaj izleyiciye başarılı bir şekilde iletilmektedir.



Resim 2. United Way – Çocuklara Yardım Sağlayan Site

Reklam No: 2

Reklamın Konusu: Çocuklara Yardım Sağlayan Proje Tanıtımı

Reklamveren: United Way

Ajans: RUSU+BORTUN

Basım Tarihi: 2018

Slogan: -

Başlık: "To Interrupt School Is To Interrupt A Career."

"Okula Ara Vermek Kariyere Ara Vermektir"

Alt Başlık: -

Metin: "In Romania, two-thirds of underprivileged children interrupt school. Donate 2 euro/month to support their education without interruption."

"Romanya'da, ayrıcalıklı çocukların üçte ikisi okuluna ara vermektedir. Kesintisiz eğitimlerini desteklemek için ayda 2 euro bağış yapın."

Renk: Mavi, Kırmızı, Sarı, Siyah, Gri

Görsel: Çocuk, Sepet, Harfler, Defter

Kurum Kimliği: 1887 yılında birçok kurucudan oluşan United Way, okulundan mahrum kalan çocuk ve gençlerin eğitime ve sağlığına katkıda bulunmaktadır. Bağış ve yardımlarla gelen destek sayesinde çocuklara daha iyi bir yaşam sağlamaktadır.

Problem: Çocukların okullarına ara vererek eğitim görememesi.

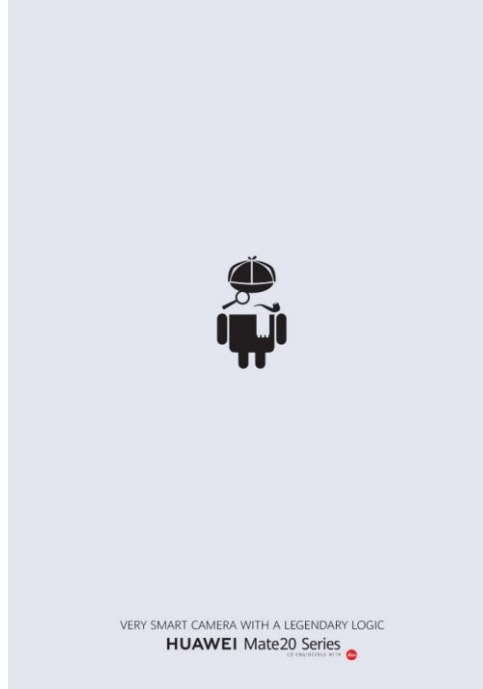
Reklamın Amacı: Çocukların daha iyi bir hayata sahip olması için hedef kitleyi bilinçlendirerek destek sağlamak.

Hedef Kitle: Maddi durumu iyi ve bağış yapmaya gönüllü olan kadın ve erkekler.

Yaratıcı Fikir: Doctor yazısındaki c harfinin çocuğun götürdüğü sepetle birlikte geleceğinin de elden gitmesi.

Değerlendirme

Tasarım, bir çocuk görseli ve doctor yazısından oluşmaktadır. Bu görsellerle Romanya’da çocukların çalışması gerektiği için okullarına ara vermek zorunda kalmaları anlatılmaktadır. Okula devam edemeyen çocuklara yönelik çalışmalar yapan United Way, çocukların eğitime önem verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu nedenle tasarımcı, tasarımında bir çocuğun yük taşımasını ele almaktadır ve yükle birlikte aslında okuyup iyi bir gelecek sahibi olabilecekken hayallerini de götürmesi dikkat çekmektedir. Doctor yazısı büyük boyutta olup çocuğun sepetine yerleştirilerek ağır işler yaptığı anlatılmak istenmiştir. Renkli bir tasarımla başarılı bir çizim yapılmıştır. Arka planda bir defter sayfası kopmuş efekti verilerek görsellerle bütünleşmektedir. Başlıkta kullanılan yazı okunabilir ve düzenli olduğundan izleyiciyi rahatsız etmemektedir.



Resim 3. Huawei – Telefon

Resim 3. Huawei – Telefon

Reklam No: 3

Reklamın Konusu: Telefon Kamerası Tanıtımı

Reklamveren: Huawei

Ajans: GREY

Basım Tarihi: 2019

Slogan: -

Başlık: -

Alt Başlık: -

Metin: “Very Smart Camera With A Legendary Logic”

“Efsanevi Bir Mantıkla Çok Akıllı Kamera”

Renk: Siyah, Gri, Kırmızı

Görsel: Profesör, Büyüteç, Pipo

Kurum Kimliği: Huawei, bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalananak yenilikçi ürünleri satışa sunan bir firmadır. 170.000’den fazla çalışanıyla dünyanın yaklaşık üçte birine hizmet vermektedir. Gelecekteki bilgi teknolojisinin ve iletişimin daha iyi olması için çalışmalar yapmaktadır.

Problem: Telefon kameralarının yeterli düzeyde kaliteli olmaması.

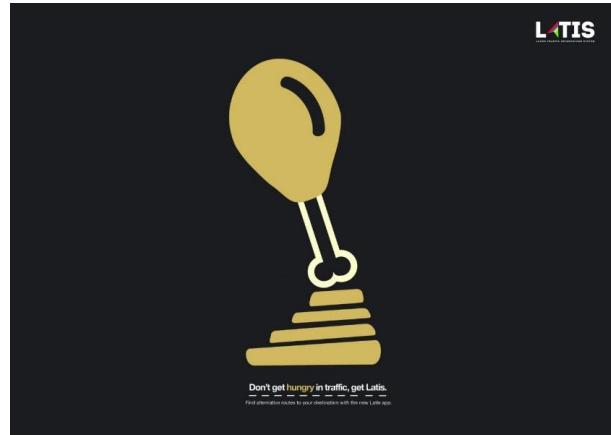
Reklamın Amacı: Telefonun akıllı bir kameraya sahip olması nedeniyle hedef kitleyi ürünü almaya ikna etmek.

Hedef Kitle: Akıllı bir telefona ve kaliteli bir kameraya sahip olmak isteyen herkes.

Yaratıcı Fikir: Telefon kamerasının akıllı olmasının bir profesör kullanılarak anlatılması.

Değerlendirme

Huawei reklamında kullanılan profesörle, telefon kamerası özdeşleşmektedir. Telefon görseli olmadan yaratıcı bir düşünce ile hedef kitleye mesaj çarpıcı bir şekilde verilmektedir. Profesör, büyüteç ve pipo kullanılarak telefon kamerasının akıllı olduğu yansıtılmaktadır. Tasarımcı, basit bir tasarımla tanıtımı etkileyici görsel haline getirerek piktogram kullanmayı tercih etmiştir. Böylelikle tasarım, anlaşılır bir dille izleyicinin dikkatini çekmektedir. Arka planda açık renkte gri kullanılarak profesör ön plana çıkarılmaktadır. Tipografisinde serifsiz bir font tercih edilerek metin kısmı ince, marka kısmı ise kalın fontla göze çarpmaktadır. Oldukça sade bir tanıtımla tasarımcı, mesajı izleyiciye başarılı bir şekilde ulaştırmaktadır.



Resim 4. Latis – Lagos Trafik Bilgi Sistemi

Resim 4. Latis – Lagos Trafik Bilgi Sistemi

Reklam No: 4

Reklamın Konusu: Trafik Bilgi Sistemi Uygulama Tanıtımı

Reklamveren: Latis

Ajans: DDB

Basım Tarihi: 2018

Slogan: -

Başlık: “Don’t get hungry in traffic, get Latis.”

“Latis’i edinin, trafikte acıkmayın.”

Alt Başlık: -

Metin: “Find alternative routes to your destination with the new Latis app.”

“Yeni Latis uygulamasıyla hedefinize alternatif rotalar bulun.”

Renk: Sarı, Beyaz, Siyah, Kırmızı, Mavi, Yeşil

Görsel: Tavuk, Patates Kızartması, Vites

Kurum Kimliği: 21 Haziran 2018 tarihinde kullanıma açılan Latis uygulaması, sensörler aracılığıyla rota bilgileri vererek kullanıcılarına kolay bir yolculuk geçirmelerine destek olmaktadır. Güneş enerjisinden

yararlanarak enerji tasarrufu sağlamaktadır.

Problem: Yolculuğa çıkan kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak için gidecekleri rota konusunda yeterince bilgi sahibi olmaması.

Reklamın Amacı: Kullanıcılara rota hedefleri bularak kolaylık sağlamak.

Hedef Kitle: Yolculuğa çıkan kadın ve erkekler.

Yaratıcı Fikir: Tavuk ve patates kızartmasının bir vites görünümünde tasarlanması.

Değerlendirme

Latis reklam tanıtımında kullanılan tavuk ve patates kızartması görseli düzenlenerek bir vites görünümü haline getirilmesi tasarıma anlam kazandırmaktadır. "Latis'i edinin, trafikte acıkmayın." başlığıyla da görsel bütünlük oluşturmaktadır. Araç kullanıcılarına yönelik herkesi kapsayan bu tasarımda sadelik ön plandadır. Arka planda siyah, tasarımda sarı renginin kullanılması tasarımı dikkat çekici kılmaktadır. Verilmek istenen mesaj açıkça belirtilerek izleyici tarafından anlaşılır özelliği göstermektedir. Tipografisinde kullanılan font ise serifsiz olup yumuşak bir formla estetik görünmektedir. Okunabilirliği açısından göze batmamakla birlikte görsel ve tipografi birbirine uyum sağlamaktadır.



Resim 5. Arche Warder – Hayvan Koruma Parkı

Resim 5. Arche Warder – Hayvan Koruma Parkı

Reklam No: 5

Reklamın Konusu: Hayvan Koruma Parkı Tanıtımı

Reklamveren: Arche Warder

Ajans: Leagas Delaney

Basım Tarihi: 2018

Slogan: -

Başlık: "Don't believe it until you've seen it for yourself."

"Kendin görene kadar inanma."

Alt Başlık: -

Metin: "The animal park "Arche Warder" in not thein Germany is the home to care farm animals, many on the brink of extinction. In order to maintain biodiversity, the park breeds and preserves these species, of which some happen to have truly peculiar names. Wanna find out more? Visit arche warder. Or better: Come round and see for yourself."

"Almanya'nın kuzeyinde yer alan "Arche Warder" hayvan parkı, nesli tükenmekte olan çiftlik hayvanlarının bakımına ev sahipliği yapıyor. Park biyoçeşitliliği korumak için kendine özgü isimlere sahip olan bu türleri besliyor ve koruyor. Daha fazlasını öğrenmek ister misin? Arche Warder'ı ziyaret et. Ya da daha iyisi: Gel ve kendin gör."

Renk: Sarı, Yeşil, Beyaz, Kahverengi, Siyah, Kırmızı, Mavi

Görsel: Sığır, Bank, Yeşil Alan

Kurum Kimliği: Bir hayvanat bahçesinden daha fazlası olan Arche Warder, nadir bulunan hayvanları

koruyarak onların bakımını üstlenmektedir. Aynı zamanda bağış yapmak isteyenlerin yardımlarıyla hayvanlara daha iyi bir yaşam sunmaktadır.

Problem: Hayvanların azalması ve yardıma ihtiyaçlarının olması.

Reklamın Amacı: Hayvanların yaşamını sürdürmesini ve izleyicilerin buna duyarlı olmasını sağlamak.

Hedef Kitle: Hayvanseverler ve hayvanlara yardımcı olmak kadın ve erkekler

Yaratıcı Fikir: Sığırın kişiselleştirilerek değerli görülmesi ve yeşil alan kullanımına dikkat çekilmesi.

Değerlendirme

İngiltere’deki sığırların az olması nedeniyle yapılan bu tanıtımda sığırların yaşamını sürdürmesi için önem taşıdığı yansıtılmaktadır. Sığırın kafasına ve gözüne İngilizlerin kullandığı materyaller yerleştirilerek sığır kişiselleştirilmektedir ve bu durum onları değerli hale getirmektedir. Bir şehir meydanında bulunan sığır üstündeki çimlerin biçilmiş olduğu gösterilerek onların yaşam alanının azaldığı anlatılmaktadır. Kullanılan materyallerle sığırların içinde bulunduğu durum ele alınarak izleyiciye bu etki geçmektedir. Tasarımdaki renkler ne kadar fazla olsa da büyük alanda kullanıldığı için rahatsız edici bir görünüm sergilememektedir. Oldukça canlı tasarıma sahip olan tanıtım, gerçekçi yaklaşımıyla izleyicide olumlu bir etki bırakmaktadır. Tipografik olarak incelendiğinde serifsiz ve ince bir yazı karakteri kullanılmıştır. Büyük boyutlarda kullanıldığında okunabilirlik açısından kolaylıkla incelenebilmektedir.

Sonuç

Görsel iletişim, grafik tasarım açısından önemli olan bir iletişim biçimidir. Görsel iletişim olmadan grafik tasarım düşünülemez. Çünkü grafik tasarım, görsel materyal kullanarak mesajı hedef kitleye aktarmaktadır. Birçok mecraada kullanılan, çarpıcı bir anlatımla mesajlar veren ifade, yorum ve iletişim aracı olan illüstrasyon; başlık, slogan ya da yazı gibi sözel unsurları görsel hale getiren ve yorumlayan bütün öğelerden oluşmaktadır. İllüstrasyon tasarımı daha etkili hale getirmek amacıyla kullanılmaktadır. Grafik tasarımın görsellikte yaratıcı olduğu ve illüstrasyonla birlikte estetik bir görünüm sağladığı görülmektedir.

Grafik tasarım, reklam tanıtımlarında da yer alan bir kavramdır. Bir ürünü tanıtmak ya da tüketiciye hizmet etmek için yapılan reklamların yaratıcı ve çarpıcı olması grafik tasarım sayesinde olmaktadır. Reklamın amacı, ürün ya da hizmeti alıcıya iletirken dikkat çekici bir şekilde hedef kitlenin ihtiyacını ortaya çıkarmak ya da ihtiyacı olduğunu hatırlatmaktır. Reklam tanıtımı yapılan görsellerdeki illüstrasyonlar incelendiğinde bazılarında sade, bazılarında ise daha gerçekçi tasarımlar yer almaktadır.

Afiş tasarımında illüstrasyon, grafik tasarım açısından önemli bir hale gelmiştir. İllüstrasyon, çizimden oluştuğundan dolayı daha çarpıcı ve etkileyici yönüyle hedef kitleyi ikna etmektedir. Renklerin doğru bir şekilde kullanılması, tasarımda olumlu bir izlenim sağlamaktadır. Kullanılan fontun stili, boyutu ve konumu da hedef kitleyi rahatsız etmeden doğru bir şekilde yerleştirilmelidir. Tipografinin okunabilirliği ve tanıtımda doğru bir konumda yer alması izleyiciler tarafından kolaylıkla incelenmektedir. Bu nedenle incelenen reklam tanıtımlarının yaratıcı olmasıyla başarılı sonuçlara ulaşılmıştır.

Kaynaklar

Ambrose, Gavin, Harris, Paul (2012), Grafik Tasarımın Temelleri, Literatür Yayınları, İstanbul.

Arıkan, Abdülgani. (2008), Grafik Tasarımda Görsel Algı, Eğitim Akademi Yayınları, Konya.

Aslan Odabaşı, Hatice, (2006), Grafikte Temel Tasarım, Yorum Sanat Yayınları, İstanbul.

Atabey, Zehra, (2010), Basın İlanı Tasarımlarında İllüstrasyonlar ve Vektörel İllüstrasyon Tekniğinin Uygulanması, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Baldaş, Belgin, İpek, Mustafa, (2017). “Bir İllüstrasyon Sanatçısı: Nazan Erkmen” Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, Y.9, C.9, s. 225-238, Karadeniz.

Ceylan, İbrahim, Gökhan., Bahattin Ceylan, Hatice, Mansuroğlu Özlem, (2017), “Farklı Disiplinlerdeki Grafik Tasarım Dersi Almış Olan Öğrencilerin Hedef Kitle ve Renk Konuları Hakkındaki Farkındalık Düzeyi: “Korku ve Çizgi Film Afışı Örneği”, Journal of Current Researches on Social Sciences Dergisi, C.7, S.3, s. 209-220.

Çeken, Birsen, Çiçekli, Kübra, Ersan, Merve, (2018), “Dijitalden Doğan İllüstrasyon Tekniği: Low Poly” Sanat Eğitimi Dergisi, C.6, S.2, 169-179.

Çetin, İsmail, (2005), Sanat Eğitiminde Afiş, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Çıtav, Nermin, (2015), *Kültürlerarası İletişim ve Afişte İllüstrasyon Kullanımı*, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Deliduman, Canan, Çakmak, Sinan, (2017), "Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon" *İdil Dergisi*, C.6, S.29, ss. 311-318.

Dursun, Nihat, (2013), *Evrimleşen Grafik ile İllüstrasyon ve Animasyon İlişkisi*, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Gedik, Burçin, Melek, Taşçıoğlu, Melike, (2018), "Afişte İllüstrasyonun Anlatım Biçimleri" *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, C.8, S.14, ss.104-125.

Güzel, Cengiz, (2014), *Grafik Tasarımda Görsel Kültür ve Görme Biçimleri*, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ketenci, Hasan, Fehmi, Bilgili, Can, (2007), "Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı", Beta Yayınları, İstanbul.

Künüçen, Hale, Olguntürk, Kağan, (2014), *Görsel İletişim Öğelerinin Yeni Bir Medya Dili Olarak Sinemada Yeniden Tasarımı*, *Online Journal of Art and Design*, C.2, S.3 ss. 27-36.

Oskouei, Asgari Hossein Amir. (2018), *Etkileşimli Film Afişleri ve Uygulamalar*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.

Söylemez, Yusuf, (2015), *Görsel İletişimde Çocuk Afişlerinin Hedef Kitle Üzerindeki Etkisi*, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şimşek, Yüksek Bilgili, Naime, (2013), *Afiş Tasarımında Dikkate Alınan Kriterlerin Algılanmasının Analizi*, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yayla, Hüseyin, (2014), *Afiş Sanatının Görsel İletişim Sanatlarındaki Yeri*, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Görsel Kaynaklar

Resim.1: https://www.adsoftheworld.com/media/print/ant1_tv_your_face_sounds_familiar_michael (Erişim Tarihi: 02.03.2019)

Resim.2: https://www.adsoftheworld.com/media/print/united_way_education_without_interruption_doctor (Erişim Tarihi: 02.03.2019)

Resim.3: https://www.adsoftheworld.com/media/print/huawei_very_smart_camera_for_legendary_pictures_2 (Erişim Tarihi: 02.03.2019)

Resim.4: https://www.adsoftheworld.com/media/print/latis_hungry (Erişim Tarihi: 02.03.2019)

Resim.5: https://www.adsoftheworld.com/media/print/arche_warder_rare_farm_animals (Erişim Tarihi: 02.03.2019)

THE USAGE OF ILLUSTRATION IN POSTER DESIGN AND THE ANALYSIS OF POSTER DESIGNS INCLUDING ILLUSTRATION

Birsen ÇEKEN

Abstract

Poster design is a medium which transmits the required information for the product or service to be promoted to the audience. Illustration is a word derived from French and means to figure an idea by drawings. Today illustration has enabled target messages to be transmitted more effective when it unites with poster medium. In this context, the purpose of this study is to analyse poster designs, one of the print ads media including illustration in terms of creative idea, audience, problem status and graphic design regarding the impact of illustration on the audience. The study is a qualitative research and screening model was applied. A literature review was conducted. An analysis form was prepared within the framework of the collected data and expert opinion. Finally, 5 poster designs including illustration were analysed and interpreted..

Keywords: Illustration, graphic design, poster, ads