



POSTERLAND 2019 SIFIR ATIK TEMALI AFİŞLERDE RENK KULLANIMI

COLOR USE IN POSTERLAND 2019 ZERO WASTE THEMED POSTERS

Tilbe Şeyda Tilbe*

Öz

Afiş tasarımı, kültürel, sosyal veya reklam amacı olan bilgileri görseller ile anlatmak için tasarlanan bir grafik tasarım ürünüdür. Sosyal afişler, küresel ısınma, insan hakları, çevre, sağlık vb. seçilen konu bağlamında, ticari amacı olmayan, toplumlara farkındalık oluşturma amacı taşır. "Sıfır Atık"; israfın önlenmesi, kaynakların daha verimli kullanılması, atık oluşum sebeplerinin incelenerek atık oluşumunun engellenmesi veya en aza indirerek, atığın oluşması durumunda da kaynağın ayrı toplanması ve geri kazanımının sağlanmasını kapsayan atık yönetim felsefesi olarak tanımlanan bir hedeftir dolayısıyla bütün toplumu yakından ilgilendiren önemli bir konu olmaktadır. Bu anlamda birçok etkinlik organize edilmektedir. Bu konuda yapılan etkinliklerin duyurulması ve ilgili görsel iletişimin oluşması için afiş tasarımları önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada Posterland'ın 2019 yılında düzenlemiş olduğu uluslararası '0 Atık' temalı afiş yarışması için hazırlanan afiş tasarımlarından on tanesi seçilip doküman inceleme ve biçimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Farkında olmasak da renkler bilinçaltımızı etkilemekte ve bazı mesajları algısal olarak ifade etmektedir. Tasarımcıların 0 Atık konusunda afiş tasarım sürecinde kullanılan renkleri özellikle sosyal afiş tasarımı olarak incelendiğinde, spesifik ve etkileyici olacak biçimde rengi nasıl kullandıklarını analiz etmek ve anlamak için renk analizi yapılmıştır. Afiş tasarımında mesajı taşıyan olguların renk kullanımı tasarımcıların tasarım süreci hakkında fikir verir. Bu doğrultuda bu çalışma da hazırlanan afişlerin renk analizleri, tasarımcıların yaratıcı süreçlerine fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Afiş, Posterland, Sıfır Atık, Renk.

Abstract

Poster design is a graphic design product used to visualize information that has an advertising, cultural or social purpose. Social hood; communities, human rights, global warming, environment, health and so on. The chosen topic aims to raise awareness in the society that has no commercial concerns. "Zero waste"; It is a goal that emerged as a waste management philosophy that includes the prevention of waste, the prevention of waste, the prevention or minimization of waste generation by reviewing the causes of waste generation, and the collection and recovery of waste at its source. Therefore, it is an important social problem that concerns society. In this sense, many events and organizations are held. On this important basis, graphic design has an important place for organizations to obtain information and present the relevant visual. The poster meeting of the international '0 Waste' themed poster competition organized by Posterland in 2019 is a color analysis. Even though we are not aware of it, colors affect our subconscious and express some messages perceptually. In 0 design waste, the color of the designers was especially evaluated as social poster design and color analysis was carried out to analyze and understand how they use it effectively. The use of color in bags carrying messages in poster designs gives an idea about the design process of the designers. Accordingly, it is estimated that the color analysis of the posters will benefit the outputs.

Keywords: Poster, Posterland, Zero Waste, Color.



Geliş Tarihi / Received
05.06.2021

Kabul Tarihi / Accepted
19.08.2021

Yayın Tarihi / Publication Date
01.09.2021

Sorumlu Yazar/Corresponding author
E-mail: seyda.tilbe@ogr.dpu.edu.tr

Cite this article: Tilbe, Ş. T. ., (2021).
Posterland 2019 Sıfır Atık Temalı
Afişlerde Renk Kullanımı, *D-Sanat*,
Cilt:1, Sayı:2.



Content of this journal is licensed under a
Creative Commons Attribution-
Noncommercial 4.0 International License.

* Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, seyda.tilbe@ogr.dpu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-5890-3961



Giriş

Renkler günlük hayatta, evde, işte, kıyafetlerde, doğada, çevremizde her yerde karşımıza çıkmaktadır. Renklerin insan psikolojisini etkilediği bilimsel çalışmalarla ortaya konulmuş bir gerçektir. Dolayısıyla markalar ve şirketler logo ve reklam çalışmalarında renklerin gücünü kullanırlar. Her rengin insanlara hissettirdiği bir duygu var ve bu his biz farkında olmadan bizi etkilemektedir. Buradan hareketle tasarımda renk uyumu ve renk psikolojisine dikkat edilmelidir. Tasarım çalışmaları yapılırken renk uyumunu ve seçilen rengin markaya uygun olup olmadığının göz önünde bulundurulması gerekir. Renk uyumuna dikkat edilerek yapılan tasarım çalışmaları daha etkili olmuştur. Çünkü tasarımın kalitesini belirleyen en önemli etkenlerden biri de renk uyumudur. Yapılan bir tasarımda desenler ve simgeler çok başarılı olsa da renk uyumu iyi değilse tasarım istedik sonuçlar doğurmayacaktır. Kullanılan renkleri sıcak, soğuk ve nötr olarak sınıflandırabiliriz. Bu sınıflama ve tasarım yapılan sektöre uygun renk seçimleri tasarımları etkin ve başarılı kılacaktır. Bu çalışmada 'Sıfır Atık' temalı Posterland Uluslararası afiş yarışmasında dereceye giren afişlerde tercih edilen renklerin incelenmesi yapılmıştır.

1.BÖLÜM

1.1.Araştırmanın Önemi

Bu çalışma da dereceye giren afiş tasarımlarında; Renk analizleri ile tasarım sürecini oluşturan fikir bulma, hedef kitleyi etkilemesi açısından fikri görselleştirme, görselin oluşum sürecinde doğru renklerin seçimi konusunda değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Elde edilen verilerin tasarımcıların afiş tasarım süreçlerinde faydalanabilecekleri öngörülmüştür.

Uluslararası platformda 4.sü organize edilen ve birçok farklı ülkelerden katılım sağlanan Posterland Uluslararası Afiş Yarışması, alanında uzmanlaşmış yerli-yabancı akademisyen ve tasarımcılarından oluşan jüri ile uluslararası platformda etkili olmuş, konu ile ilgili farkındalık oluşturmuştur.

Bu çalışmada uluslararası jürinin penceresinden bakmak onların birikim ve deneyimlerinden faydalanıp, tasarımcıların daha sonraki afiş tasarımlarında; genel çerçeve ve renk açısından daha etkili çalışmalar için fikir sağlaması amaçlanmıştır.

Bu amaçla afiş çalışmalarında mesajın renklerle hedef kitleye ulaştırılması renklerin aracılığı ile hedef kitlenin psikolojik algısını etkileme anlamında önemli bir sürece sahiptir. Bu sürecin incelenmesi ve kullanılan renklerin analizi ile elde edilen veriler tasarımcılar için yeni farkındalıklar oluşturacaktır.

1.2.Sınırlılıklar

Bu çalışma 2019 yılında 4.sü organize edilen Posterland Uluslararası Afiş Yarışması'nda ödüle değer görülmüş ve sergilenmiş eserlerin arasından seçilen on adet afiş tasarımlarının biçimsel analiz yöntemi incelenmesiyle sınırlıdır.

1.3.Çalışmanın Yöntemi

Bu araştırma nitel araştırma yöntemi ile belge incelemeye dayalı bir süreç içerir. Belge inceleme, kültür, sanat ve genel anlamda uygarlık temelli araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003, s.140). Posterland Uluslararası Afiş Yarışmalarında dereceye girmiş afiş



tasarımlarından on tanesi üzerinde biçimsel analiz yöntemiyle çözümlenmesi yapılmıştır. Afişlerde kullanılan renklerin insanlar üzerindeki algısı ele alınmıştır.

2. BÖLÜM

2.1. Posterland

Posterland 2019 yılında dördüncüsünü düzenlenen Uluslararası “Sıfır Atık” Konulu Afiş Yarışması (www.posterland.org),. Dumlupınar Üniversitesi ve Adnan Kahveci Vakfı desteği ile Proje yürütücülüğünü Prof.Dr.Levent MERCİN'in yaptığı Afiş Tasarım Yarışması, birçok tasarımcının katılımı ile dikkat çekmiş ve bu konuda farkındalık oluşturmak açısından önemli bir başarı elde etmiştir. Yarışma insanlığın geleceği için hayati önem taşıyan 0 atık konusunda, toplumlara duyuru yapmış ve konuyu gündeme getirmiştir, tasarımcıların sosyal amaca hizmet eden konularda üretime yönlendirmiş, uluslararası bir platformu oluşturmaktadır.

Günümüzün en önemli sorunlarından birinin çevre ile ilgili problemlerin olduğu söylenebilir. Çocuklarımıza yeşil bir Dünya bırakabilme, var olan doğal kaynakları en verimli bir şekilde kullanabilme, doğayı ve çevreyi sürdürülebilir bir hale getirme, küresel ısınmaya sebep olan durumları ortadan kaldırabilme, sıfır atık, temiz su ve hava vb. birçok konuda insanlar bir çaba içerisindeyler. Bu çaba bireysel olarak yapılabildiği gibi toplumsal olarak da gerçekleştirilebilmektedir. Ancak bunun yeterli düzeyde olduğu ve farklı mecraların kullanılarak gerçekleştirildiği söylenemez. Bu yüzden özellikle Sivil toplum kuruluşları ile Üniversitelerin bu konuda daha çok çaba sarf etmesi gerektiği belirtilebilir. Ayrıca çok fazla kullanılmayan ancak kullanıldığı zaman etki değeri fazla olan ve görünürlüğü sayesinde, bu görüntülerin birçok alan ve ürün üzerinde kullanılması ve kullanıldığında kamuoyunda dikkat çekmesi ile oluşan farkındalık, sanat/tasarım etkinliklerini öne çıkartmaktadır. Bu gerekçeden hareketle uluslararası afiş yarışması düzenlenmektedir (<https://posterland.org/tr/sartname>).

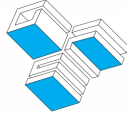
2.2. Afiş

Afiş, ilk çağlardan beri toplumlarda var olan bir sanattır, M.Ö.4000 yıllarında Asur ticaret kolonilerinin Anadolu'daki alışverişlerinde mallarını daha iyi tanıtmak ve satmak amacıyla, kil tabletler üzerine çivi yazıları yazar ve halka duyururlardı. Bu çalışmalar afişin ilk örnekleri sayılabilir.

Roma İmparatorluğu'nda gladyatörlerin savaşları ve sirk oyunları gibi gösterilir. Tahtadan yapılmış levhalara yazılır ve Roma sokaklarında duvarlara asılarak halka duyuru yapılırdı. Bunlarda afişin Roma dönemi örnekleri sayılabilir.

Bugünkü anlamda bilinen en eski afiş, Fransa'nın başkenti Paris'teki Notre Dame de Saint Flour Psikoposluğuna bağlı kiliselerin kapılarından yardım toplama izni ile ilgilidir. 1881 yılında Fransa'da çıkan basın özgürlüğü ile ilgili yasanın, afişlerle ilgili kararında, resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışında her yere asılabileceğine izin vermesidir. Fransa'da kültürel hareketlerle gelişme gösteren afiş sanatı, sanayi devrimi ile birlikte yeni bir anlayış kazanmış, çok sayıda üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilere sunulmasında etkili bir tanıtım aracı olmuştur. Bu dönemin Arts and Crafts sanat hareketleri afişin gelişiminde önemli rol oynamıştır.

Afiş sanatının ilk çağdaş temsilcisi, Fransız sanatçı, Jules Cheret'tir (1836-1933) Daha çok kadın figürlerinin yer aldığı Paris'in eğlenceli dünyasını eserlerine taşımıştır. Büyük renkli afişler tasarlamıştır. Bu dönemin önemli sanatçılarından birisi de, Henri de Toulouse Lautrec'tir (1864-



1901). Paris'in renkli gece hayatını afişlerine konu seçmesi ve yazıyla resmi bir arada kullanması açısından önemli bir yenilik getirmiştir. (www.kiragetiren.com.tr).

3.BÖLÜM

Posterland 2019 Sıfır Atık Temalı Afişlerde Renk Kullanımı

3.1. Afiş 1

Polonya'dan Agnieszka Doczyńska'nın tasarladığı sıfır atık temalı afişte bedeni naylonla sarılmış ve elinde fazla sayıda naylon poşet bulunan bir kadın görseli kullanılmıştır. Görselin bu şekilde yani elinde fazla sayıda naylon poşet ile sunulmasından aslında günlük hayatta, hemen hemen tüm mağaza ve perakende sektörlerinin satış sonrası ambalajı olarak naylon poşetleri kullanmasına dikkat çekilmiştir. Kadının her tarafının şeffaf naylon ile kaplı olmasından da naylon poşet naylon poşet kullanımının kontrol altına alınmasına ve azaltılması gerektiğine dikkat çekilmiştir. Ayrıca afişte bilgi amaçlı "stop plastic-plastik ambalaj kullanma" başlıklı bir kutucuk hazırlanarak plastiğin dünyadaki kullanımı hakkında bilgiler verilmiştir. Bu kutucuğun içinde; plastik ürünlerin dörtte üçünün zehirli olduğu, bozulma sürelerinin ne kadar olduğu, dünya çapında geri dönüştürülme oranı ve kullanım miktarı bilgilerine yer verilmiştir. Bu açıklamalardan hareketle afişte hem plastik kullanım düzeyinin ne denli tehlikeli bir boyutta olduğu noktasında düşündüren hem de plastik kullanımı ile ilgili bilgilendirici bilgiler ile bilinç düzeyine katkı sunulmaktadır.



Resim 1. Agnieszka Doczyńska

Diğer taraftan afişte kullanılan renkler incelendiğinde beyaz ve mavi renlerin hakim olduğu görülmektedir. Beyaz Saflığı çağrıştırır (Uçar, 2004: 48). Kadının naylon ile kaplı kıyafetinin beyaz renkte olması beyaz rengin saflığı, temizliği ve masumiyetini çağrıştırır. Görseldeki kadın objesinin etrafı naylon ile koruma altına alınmıştır ve bununla naylon poşet kullanımından korunmakla saflık ve temizliği elde edebileceği anlatılmak istenmiştir. Tipografik olan bilgi kutucuğunun mavi renkte olması ile de verilen bilgilerin daha çarpıcı olması amaçlanmıştır.



3.2. Afiş 2

Türkiye’den Çağdaş İnci’nin hazırlamış olduğu bu afişte görsel, dört adet plastik poşet, bir adet plastik şişe ve iki adet plastik pipet kullanılarak kelebek şekline benzetilmiştir. Afişin bu malzemeler kullanılarak kelebeğe benzetilmesinden maksat kelebek etkisi kavramına atıfta bulunmaktır. Zaten afişte yer alan yazıda da “WARNING! BUTTERFLY EFFECT” ifadesiyle kelebek etkisine uyarıda bulunulmuştur.

Kelebek etkisi, küçük bir etkenin kestirilemez büyüklükte sonuçlar doğurmasıdır. Burada doğan sonuçlar olumsuz sonuçlar olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda afişte plastik malzemelerden kelebek şeklinin ortaya çıkartılmasıyla, kelebek etkisine vurgu yapılmıştır. Dolayısıyla kelebek etkisinin anlamı bağlamında belki küçük çapta bir plastik kullanımın doğuracağı zararın küresel çapta bir sorun haline dönüşebileceğine dikkat çekilmek istenmiştir. Bireysel olarak önemsiz olduğunu algılayabildiğimiz plastik kullanımına dikkat edilmez ise tüm dünyayı saran bir plastik atık sorununa sebep olunabilirliği ifade edilmiştir.



Resim 2. Çağdaş İnci

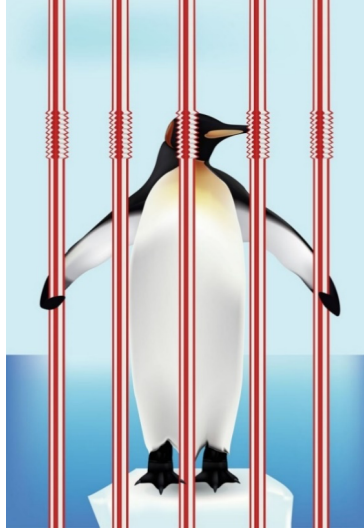
Afişte renklerin kullanımı açısından değerlendirmede bulunursak; afişte mavi renk kullanılmıştır. Mavi, gökyüzü ve suyun rengi olarak bilindiği için genel olarak sonsuzluk ve huzurun rengi olarak bilinmektedir. Bu yüzden de sakinleştirici bir renk olarak hassasiyet, barış, sadakat anlamında da kullanılır (Mazlum, 2011: 132). Bu açıdan afişte mavi renk kullanılarak verilmek istenen kelebek etkisi mesajının plastik ürün kullanıma dikkat edilerek evrensel olarak bu anlamda doğa düzenine destek olunabileceğini belirtmiştir.

3.3. Afiş 3

Türkiye’den Mine Kıyamççek’in hazırlamış olduğu afişte, küçük bir buzul parçasının üzerinde duran penguenin plastik pipetlerin arkasında pipetlere tutunur vaziyette durduğu görülmektedir. Burada plastik pipetlere demir parmaklıklar görüntüsü verilerek, penguenin bir bakıma cezaevine hapsedildiği, özgürlüğünün elinden alındığı anlamı çıkmaktadır. Bu afişte asıl vurgulanmak istenen, plastik pipetlerin demir parmaklıklar şeklinde kullanılmasıyla, eğer plastik kullanımına ve plastik



atığa dikkat edilmez ise penguen özelinde diğer canlıları yaşam alanlarını ve özgürlüklerini ellerinden alınmış olunacağı vurgulanmak istenmiştir. Ayrıca penguenin küçük bir buzulun üzerinde durmasıyla da plastik kullanımı ve plastik atık konularında gerekli önlemler almaz ve azaltmaz ise küresel ısınmanın artacağı, bunun neticesi olarak da buzulların yok olacağı ifade edilmek istenmiştir. Bu da buzullarda yaşayan penguenlerin yaşam alanlarını yok etmek anlamı taşır. Bir canlı türünün yok olması tüm ekosistemi etkileyeceğinden bu açıdan plastik kullanımının ve atıklarının özensiz atılmasının aslında tüm dünyayı etkileyeceği sonucuna da varılabilir.



Resim 3. Mine Kıyamççek

Ana renkler denilince akla gelen renkler arasındadır kırmızı. Kırmızı diğer renklerde olduğu gibi farklı toplumlarda farklı anlamlar kazanmıştır. Heyecan, 74 Farklı Kültürlerde ve Eğitimsel Süreçlerde Renklerin aşk, tutku kırmızının çağrıştırmış olduğu anlamlardan sadece birkaçıdır (Akkın, Eğrilmez ve Afrashi,2004: 275).

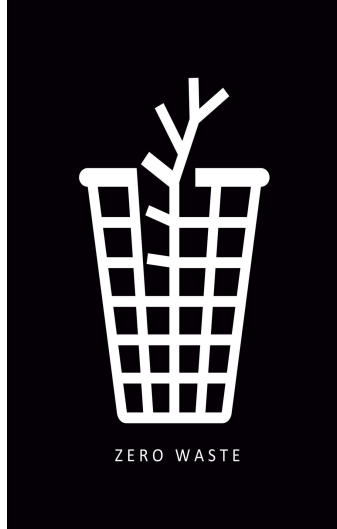
Afişte plastik pipetlerde beyaz ve kırmızı renkler kullanılmıştır. Yukarıda bahsedilen bilgilerden hareketle Kırmızı renk, duygusal yoğunluğu arttıran ve coşturan bir renktir. Zemin olarak değil, vurgulama yapmak için kullanılmalıdır. Diğer taraftan kırmızı renk kan rengidir, tehlikenin ve tahribatin simgesidir. Bu açıdan afişte beyaz zemin üzerine kırmızı kullanılarak plastik kullanımı ile beklenen tehlike ve tahribata vurgu yapılmak istenmiştir. Beyaz renk ise saflığı ve temizliği sembolize eder. Zemin olarak beyaz rengin kullanılmasıyla da eğer plastik kullanımına dikkat edilmez ise dünyanın ve üzerinde yaşayan canlıların saflık ve temizliklerini kaybedecekleri ifade edilmek istenmiştir.

3.4.Afiş 4

Şili'den Gonzalo Holtheuer'in tasarladığı afişte, delikli plastik bir çöp kovasını oluşturan plastik şeritlerin bazılarının koparak bir ağacı andırarak şekilde büyüdüğü görülmektedir. Ayrıca afişte "zero waste-sıfır atık" yazısı da göze çarpmaktadır. Afişte görselin bu şekilde kullanılması ve altında sıfır atık ibaresinin bulunması ile verilmek istenen mesaj; eğer atık konusunda tedbirli davranıp istenilen düzeyde bir atık oluşumu sağlanırsa doğanın yeniden canlanacağı ve canlıların doğup büyümelerinin



sağlanabileceği vurgulanmaktadır. Çünkü görselde delikli çöp kovasında bir ağaç sanki topraktan çıkıyormuş gibi bir şekle yer verilmiştir. Bu da atıkların minimize edilmesiyle doğadaki canlıların hayat bulmalarını simgeler.

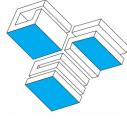


Resim 4. Gonzalo Holtheuer

Afişte siyah ve beyaz renkler bir arada kullanılmıştır. Siyah renk zeminde kullanılmıştır. Siyah renk, birçok ülkede matemi çağrıştırır ve korku, ölüm, umutsuzluk gibi duyguları ifade eder (Akın, Eğrilmez ve Afrashi, 2004: 277). Afişte siyah renk kullanımı ile plastik atığın gelecek adına korku verdiğini ve birçok canlının ölümüne sebep olacağını ifade etmektedir. Beyaz renk ise saflık, temizlik ve masumiyet ile ilişkilendirilir. Afişte siyah zemin üzerine beyaz rengin kullanılmasıyla sıfır atık sayesinde karanlık bir gelecekte aydınlık bir geleceğe erişebilmenin mümkün olabileceğine vurgu yapılmıştır. Diğer taraftan siyah zemin üzerine beyaz rengin kullanılması çöp kovası görselinin daha dikkat çekici olmasına ve hafızada yer etmesine olanak sağlar.

3.5. Afiş 5

Türkiye’den Ertuğrul Karahan’ın tasarladığı afişte, buruşturulup yere atılmış vaziyette bir pet şişe ve onun aynadaki görüntüsü olarak köşeli plastik bir boru görünmektedir. Ayrıca afişin sağ alt köşesinde “RECYCLING FOR ZERO WASTE-Sıfır Atık İçin Geri Dönüşüm” yazısı mevcuttur. Afişte görselin kullanılış şekli ve sağ alt köşedeki yazının birlikte değerlendirilmesi ile, kullanıldıktan sonra çöp olarak atılan bir pet şişenin aslında geri dönüşüme kazandırılarak hem plastik atık oluşmasının önüne geçileceği hem de atık durumda olan plastiklerin kullanılabilir yeni ürünlerin üretiminde ham madde olarak kullanılabilmesine dikkat çekilmek istenmiştir. Diğer taraftan kullanılan plastik ürünlerin geri dönüşümü noktasında bilinç uyandırmak da afişte verilen başka bir mesaj olarak ifade edilmiştir.

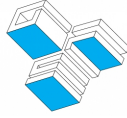


Resim 5. Ertuğrul Karahan

Afişte zemin rengi olarak gri renk, görsellerde ise mavi renk kullanılmıştır. Gri renk, Ağırbaşlılık ve sadakatin rengi olarak bilinmektedir; bu renk işini ciddiye alan kimselerce çok tercih edilmektedir (Altıntaş ve Çamur,2013: 124). Ayrıca siyah ve beyaz renklerin değişik oranlarda karıştırılması elde edilir ve gözün rahat algıladığı renklerden biridir. Dolayısıyla gri renk kullanımı ile zeminin daha net bir biçimde algılanabilmesi sağlanmış ayrıca ciddi bir durum söz konusu olduğuna değinmek istenmiştir. Görselin mavi renk ile sunulmuş olması görselin hafızada daha iyi şekilde yer etmesi ve mavi rengin düşündürmeye sevk eden yönü ile de düşünce sistemini hareketlendirme amacı güdülmüştür. Bu yönüyle afişte verilmek istenen mesajın alıcıların düşünmelerine yol açtığı söylenebilir.

3.6. Afiş 6

İran'dan Fanodî'nin hazırlamış olduğu afişte, içi dolu siyah bir çöp torbasının tarantula'nın gövdesini oluşturacak şekilde sunulduğunu görmekteyiz. Ayrıca afişin üst kısmında, "DEADLY GARBAGE-Ölümcül çöp" ve "Environment is in danger-çevre tehlikede" ibarelerinin olduğunu görmekteyiz. Afişte kullanılan görsel ve yazıları göz önünde bulundurarak değerlendirme yapacak olursak; görselde tarantulanın gövde kısmının bir çöp torbası ile tasvir edilmesi ve tarantulanın zehirli bir böcek olması sebebiyle atıklarımızın dünyamız ve çevre için ölüm saçan bir unsur olduğuna vurgu yapılmıştır.



Resim 6. Fanodi

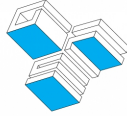
Afişte zemin olarak beyaz renk, görsel rengi olarak ise siyah renk kullanılmıştır. Beyaz renk, saflık ve temizliği simgeler. (Çalışkan, vd., 2010: 104) Ayrıca beyaz renk, tüm renklerin pozitif ve negatiflerini temsil etme özelliği ile renkler arasında bir denge unsurudur. Buradan hareketle beyaz zemin kullanılması ile hem çöpsüz bir çevrenin temizliğine atıf yapılması hem de siyah rengin negatif yönünün ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Siyah rengin negatif yönü kötülüğü ve karanlığı simgelemesidir. Beyaz zemin üzerine siyah rengin görsel kullanılması ile siyah rengin kötü ve karanlık yönüne vurgu yapılmak istenmiştir. Afişte görselin siyah renk ile kullanılması atıklarımızın çevremiz için kötü günleri getireceği noktasında mesaj verilmek istenmiştir.

3.7. Afiş 7

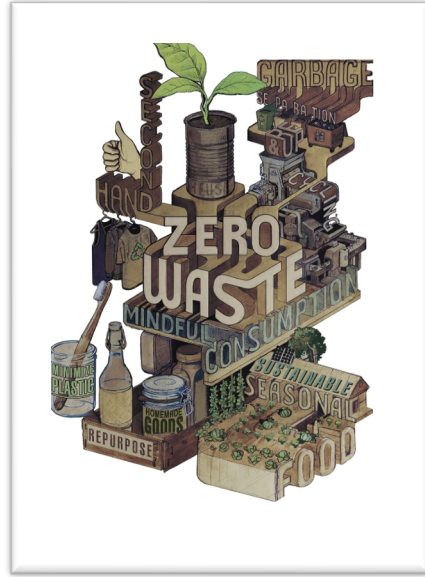
Almanya'dan Kirste'nin tasarlamış olduğu afişte birbirleriyle bağlantılı olacak şekilde bir yapıyı andıran ve çeşitli konulara değinen yazı ve görsellere yer verilmiştir. Afişte ana görsel içerisinde birçok küçük görsele yer verilmiştir. Görselin orta kısmında diğer yazılara göre daha büyük puntuyla yazılmış olan "ZERO WASTE- sıfır atık" yazısı dikkat çekmektedir.

Görselde "ZERO WASTE" yazısının arka kısmında "GARBAGE SEPARATION-çöp ayırma" yazısı ve bu yazının altında çöplerin kendilerine ayrılan çöp kutularına atıldığı görülmekle beraber hemen bunun devamında "RE&UP-yenilemek" yazısı bir geri dönüşüm makinesinin üzerinde durmaktadır. Diğer taraftan "ZERO WASTE" yazısının solunda "SECOND HAND-ikinci el" altında ise "MINDFUL CONSUMPTION-dikkatli(bilinçli) tüketim" yazıları göze çarpmaktadır.

Son olarak görselin alt kısmında ise "SUSTAINABLE SEASONAL FOOD-sürdürülebilir mevsimlik gıda" ve "REPURPOSE- yeniden kullanma" kısmında ise cam şişelerin üzerinde sırasıyla "MINIMIZE PLASTIC- plastiği azaltmak", "REFILL-yeniden doldurmak", "HOMEMADE GOODS-ev yapımı ürünler" yazılarının uygun görsellerle kullanımı görülmektedir.



Tüm bu yazıları ve kullanılan küçük görselleri göz önünde bulundurarak afişi değerlendirecek olursak; afişe göre öncelikle atıklarımızın ayrıştırılıp çöp kutularına atılması ve devamında geri dönüşüme sokulması ile atık sorununu azaltabiliriz. Bunun yanında sadece atıklarımızı kontrol ederek değil aynı zamanda bilinçli bir tüketim ile mevsimlik gıdaların tüketimine, kullanılıp atılan değil de tekrar kullanılabilen ürünlerin tercih edilmesiyle, ev yapımı ürünlere ve ikinci el ürünlerin kullanımının yaygınlaştırılması ile ortaya daha az atık çıkararak da atıklarımızı azaltabilir ve istedik düzeyde tutabiliriz.

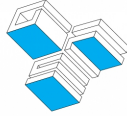


Resim 7. Kirste

Afişte neredeyse görselin tamamında yeşil renk ve tonları kullanılmıştır. Yeşil; mavi ve sarının birleşiminden meydana gelen yeşil hem sarı rengin vermiş olduğu sıcaklık hem de mavideki sakinlik ve huzuru yapısında bulunduran bir renktir. Yeşil Batı’ da ilkbahar, tazelik ve yenilenmenin rengi olarak bilinmektedir (Çalışkan, vd., 2010: 102). Yeşil, genel olarak akla doğayı, cenneti, huzuru, tazeliği, verimliliği ve doğurganlığı temsil eder (Çalışkan, 2014: 75). Bu bağlamda afişte ağırlıklı olarak yeşil renk ve tonlarının kullanılması ile afişin vermek istediği mesaj birlikte değerlendirildiğinde yeşil renk ile hem doğanın canlanması ve yenilenmesi noktalarına vurgu yapılmak istenmiştir. Ayrıca mesajın doğru algılanabilmesi için de yeşilin sakinleştirici etkisinden de yararlanılmıştır.

3.8.Afiş 8

Türkiye’den Koza Otmar’ın hazırlamış olduğu afişte plastik çatal-kaşık, naylon poşet, pipet, plastik şişe gibi hammaddesi plastik olan malzemeler uygun bir şekilde birleştirilerek yürür vaziyette bir insan silüeti ve afişin sol alt kısmında “don’t leave a trace like this- Böyle bir iz bırakma” yazısı görülmektedir. Afişteki şekli ve yazıyı beraber değerlendirdiğimizde; öncelikle plastik atıkların insanlar eliyle oluşturulduğuna dikkat çekilmiştir. Diğer taraftan yazılan yazıyı dikkate aldığımızda plastik atık kullanımına gereken özen gösterilmesi uyarısı yapılmış ve kullandığımız plastik malzemelerin atıkları konusunda daha özverili olmaya çağrıda bulunulmuştur.



Resim 8. Koza Otmar

Afişi renk kullanımı açısından değerlendirecek olursak; afişte zemin olarak siyah renk, ana görseldeki hammaddeyi plastik olan malzemeler ise beyaz renkte kullanılmıştır. Siyah renk, son, ama her zaman yeni bir başlangıç anlamında kullanılabilir. Işık görüldüğünde nasıl ki siyah beyaz olur, beyaz ise yeni başlangıçları temsil edebilir, dolayısıyla siyah da yeni başlangıçları temsil eden beyazın ortaya çıkmasına sebeptir. Afişte siyah renkli zemin üzerine beyaz rengin kullanılmasıyla siyah ile sonun, beyaz ile de siyahın temsil ettiği sona yeni bir başlangıç yapılmasına dikkat çekilmek istenmiştir. Bu başlangıç da insanın sebep olduğu plastik atıkların azaltılması ve kontrol altına alınması yolu ile insan eliyle doğada plastik atıkların oluşturacağı ize neden olmamaktan geçecektir.

3.9. Afiş 9

Meksika'dan Moises Romero'nun tasarlamış olduğu afişte siyah bir zemin üzerine 'P' 'I' ve 'C' harfleri buğulu bir şekilde olan "PLASTIC" kelimesi ve altında daha küçük puntuyla yazılmış "FOREVER" sözcüğü görülmektedir. "PLASTIC FOREVER-Sonsuza kadar plastik" kelimesinde "LAST-Son" kelimesinin diğer harflerin buğulu bir şekilde yazılması neticesinde öne çıkarılmasıyla plastik kullanımının gelecekte azaltılmamasının dünyanın ve insanlığın sonunu getireceğine vurgu yapılması amaçlanmıştır.



Resim 9. Moises Romero

Afişi renk kullanımı açısından değerlendirecek olursak; afişte siyah renk zemin rengi olarak, beyaz renk ise görsel rengi olarak kullanılmıştır. Siyah renk, birçok ülkede matemti çağrıştırır ve korku, ölüm, umutsuzluk gibi duyguları ifade eder (Akkın, Eğrilmez ve Afrashi, 2004: 277) Beyaz saflığı simgeler (Çalışkan, vd., 2010: 104). Afişte siyah üzerine beyazın kullanılmasıyla plastik kullanımının kontrol altına alınarak siyahın temsil ettiği karanlığın beyazın temsil ettiği aydınlığa dönüşeceğine atıfta bulunulmak istenmiştir.

3.10. Afiş 10

Türkiye'den Turhan Eşit'in hazırlamış olduğu afişte suyun içinde vücudu naylonla sarılmış vaziyette olan ve bundan dolayı solunum sıkıntısı çeken bir balık görseli kullanılmıştır. Afişte görselin bu şekilde kullanılması ile akarsu, göl, deniz veya okyanuslara atılan plastik atıkların bilhassa naylon poşetlerin buralarda yaşayan canlıların yaşamlarını ciddi tehlikeye soktuğuna vurgu yapılmıştır. Görselde vücudu naylonla sarılı vaziyette duran balığını solunum sıkıntısı çekmesi ve suyun yüzeyine çıkma çabası gösteriyor şekilde sunulması balığın naylon yüzünden hayati bir sorun yaşadığını ifade eder. Buradan hareketle plastik kullanımının sadece karada yaşayan canlılar için değil suda yaşayan canlılar içinde tehlike teşkil ettiği sonucuna ulaşılabilir.



Resim 10. Turhan Eşit

Afişte su içinde balık görseli kullanıldığından suyun mavi renkli görünümü kullanılmıştır. Ayrıca zeminin dışından görsel de ve görselin üzerindeki naylonda mavi renkte kullanılmıştır. Diğer taraftan suyun zemini olarak kayalar siyah renkte verilmiştir. Afişte kullanılan renklerde renklerin psikolojisinden ziyade görsel olarak uygun renklerin kullanılması dolayısıyla kullanıldığını görmekteyiz. Çünkü görselde su, balık ve kayalar kullanılmıştır. Bunların zaten gözdeki yansıması örneğin su mavi renkte yansır göze, kayalar genellikle siyah renktedir. Buradan hareketle afişte renklerle ilgili psikolojik bir kullanımdan çok görsellerin sunumuna uygun olan renkler seçilmiştir.

Sonuç

Uluslararası platformda düzenlenmiş olan Posterland Uluslararası Afiş Yarışması, birçok tasarımcının ve sanatçının katılımı ile dikkat çekmiş ve bu konuda farkındalık oluşturmuştur ve bu anlamda önemli bir başarı elde etmiştir. Yarışma insanlığın geleceği için hayati önem taşıyan 'sıfır atık' konusunda, toplumlara bilgilendirme yapmış ve konuyu gündeme getirmiştir, tasarımcıları sosyal projelerde üretime teşvik etmiş, uluslararası bir etkinlik olmuştur.

Bu çalışmada 4.sü organize edilen Uluslararası Afiş Yarışması'nda ödüle değer görülen eserler içerisinde on afiş seçilmiş ve biçimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Ödül alan tasarımların, genel kompozisyonu incelenmiş ve renk analizi yapılarak yorumlanmıştır. Genel olarak bakıldığında çalışmalarda tipografinin daha az etkili olduğu, görsellere daha çok yer verildiği ve tasarımda renk ilişkisi kurularak, görsellerle bütünlük kazanacak şekilde doğa ile ilişkilendirilebilir akılda kalıcı psikolojik olarak insan algısını yönetebilen renk ve tonlarının kullanıldığı oldukça da etkili olduğu gözlemlenmiştir. Renk analizleri açısından, afiş tasarımlarının mesajı görselleştirme süreci değerlendirilmiştir. Bu süreçte renklerin dili etkili ve sade bir şekilde kullanılmıştır. Afiş çalışmalarında mesaj metafor anlam taşıyan imgelerle tasarlanmıştır. Akılda kalıcı olması açısından doğayı anımsatan renk ve tonlarının tercih edildiği anlaşılmıştır. Geri dönüşüme ve plastik kullanımına atıfta bulunulmuş ve geleceği etkileyecek bir olgu olduğuna değinilmiştir afişlerin toplumu özellikle psikolojik olarak etkileyecek renk kullanımı farkındalık oluşumuna neden olmuştur.



Renk insanların üzerinde durduğu, evrensel ve gizemli bir konudur. Renkler göz ve beyin aracılığı ile insan psikolojisinde yer edinebilme özelliğine sahiptirler. Bunun içinde renklerin insan üzerindeki etkilerini ve her rengin ayrı bir psikolojik birikim ifadesine sahip olduğunu inkar edilmemelidir. Bu gibi psikolojik birikimlerin ifadeleri, insanın psikolojik yapısına göre bazen olumlu bazen ise olumsuz etkiler yaratabilir. Bu da insan psikolojisinde dengeyi kuran önemli bir etmendir. Aslında iyi ya da kötü renk diye bir şey yoktur. Renklerin, çevreye göre güzel veya çirkin kullanımları bizde bu düşünceleri doğurur.

Renklerin en çok irdelendiği yerler, insanın psikolojisini, duygularını ele alan sanat alanlarıdır. İnsanı sanatçı yapan psikolojik birikimleri, gözlemleri, yöntemleri, bilgileri ve becerileridir. Sanatçı eseri için gerekli olan renksel ifadeyi psikolojik çağrışımları, renk karışımlarından doğacak yeni renk özelliklerini ve bu karışımlardan doğacak psikolojik tepkileri iyi ve dengeli bir biçimde harmanlamalı ve o şekilde kullanılmalıdır. Bu açıklamalardan hareketle afiş tasarımları insan psikolojisi ve duyguları ile doğrudan etkileşimli bir alan olması sebebiyle, tasarımcı afiş tasarımlarında renkler ve renklerin insanlar üzerindeki psikolojik etkileri üzerinde özenle durmalıdır.

Kaynakça

- Akkin, C., Eğrilmez, S. ve Afrashi, F. (2004). Renklerin insan davranış ve fizyolojisine etkileri. Türk Oftalmoloji Derneği XXXVI. Kongresi, 33, 274- 282.
- Akyüz, A. (1995). Afiş Tasarımı, Yayınlanmamış Ders Notları, Ankara,
- Altıntaş, E. ve Çamur, D. (2013). Beden dili sözsüz iletişim. Mentis.
- Arıkan, A. (2008). Grafik tasarımda Görsel Algı, Eğitim Akademi Yayınları, Konya
- Boztaş, E. (2017) Organ Bağışı Temalı Sosyal Afiş Tasarımlarının Göstergibilim Yöntemi ile Analizi, İdil Dergisi
- Çalışkan, N., Karadağ, E. ve Çalışkan, F. (2010). Eğitim, iletişim ve öğretmenin beden dili. Ankara: Kök Yayıncılık.
- Çalışkan, N. ve Kılıç, E. (2014). Farklı Kültürlerde ve Eğitimsel Süreçte Renklerin Dili. Ahi Evren Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakülte Dergisi (KEFAD), Cilt 15, Sayı 3, Aralık 2014.
- Çallı, D. (2007). Bir Sözsüz İletişim Ögesi Olarak Renk ve Renk Kullanımının Basılı Reklam Araçlarında Tüketici Algısı Üzerine Etkisi.
- Delemare F ve Guineau B. (2007). Renkler ve Malzemeleri. Çeviren: Orçun Türkay İstanbul, 1.baskı Yapı kredi Yayınları
- Durmuşkaya, C. (2006). Doğadan Gelen Renkler. Bilim ve Teknik Dergisi Temmuz 2006 sayı
- Mazlum, Ö. (2011). Rengin kültürel çağrışımları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31, 125- 138.
- Uçar, T. F. (2004). Görsel iletişim ve grafik tasarım. İstanbul: İnkılâp Yayınevi.
- Yalur, R. "1990-2013 Yılları Arasında Afiş ve Sosyal Afişlerin Grafik Tasarım ve Teknolojik Açından İncelenmesi", İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,2014



Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.

Yılmaz, Ü. (1991). Renk Psikolojisi. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi

İnternet Kaynakları

<http://www.hasippektas.com/Konfer/Tasarimci%20Fark%20Yaratmali-mi.pdf>

<https://aklinizikesfedin.com/renk-psikolojisi-renklerin-anlami-ve-yapabilecekleri/>

<https://paratic.com/renklerin-anlamlari-ve-psikolojik-etkileri/>

<https://www.kigem.com/renklerin-psikolojik-etkileri.html>

<https://www.kisiselgelisim.com/renklerin-psikolojisi-renklerin-anlamlari-ve-renklerin-dili/>

[https://www.kiragetiren.com/blog/afisin-tarihcesi/#:~:text=Fransa'da%20k%C3%BCit%C3%BCrel%20hareketlerle%20geli%C5%9Fme,tir%20\(1836%2D1933\).](https://www.kiragetiren.com/blog/afisin-tarihcesi/#:~:text=Fransa'da%20k%C3%BCit%C3%BCrel%20hareketlerle%20geli%C5%9Fme,tir%20(1836%2D1933).)

<https://posterland.org/tr/şartname, www.posterland.org>

Görsel Kaynakları

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/1eb243b9e5e6269c6923db2b58fc82bd.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/d6505d38bcdb0b05d39ae044624746b2.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/679dc5e308eac86141465192c3a78387.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/fa2a343aa0365a32cab8f4963cee3827.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/0e5758514f080dc5150551c941094f64.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/17fd661f4d0c42e250a4daf4193a4fbe.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/e7dfcc27462706bdc30c69d68d524156.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/9045a8374d9c7767caee1e5c7744aadcc.jpg>, 2019

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/155cbc4b5016284b6e8055b4728cee9c.jpg?v=1>

<https://posterland.org/documents/images/kazananlar/88c960d76ca8c982697819bbc24d54dc.jpg>, 2019