

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI



GÖRSEL İLETİŞİM AÇISINDAN TANITIM AFİŞLERİNDE
FOTOĞRAFIN KULLANIMI: ELAZIĞ İLİNE YÖNELİK
TANITIM AFİŞ UYGULAMALARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN

HAZIRLAYAN
Gülten ACAR

2016

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

**GÖRSEL İLETİŞİM AÇISINDAN TANITIM AFİŞLERİNDE FOTOĞRAFIN
KULLANIMI: ELAZIĞ İLİNE YÖNELİK TANITIM AFİŞ UYGULAMALARI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN

HAZIRLAYAN
Gülten ACAR

Jürimiz, 23/01/2015 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1. Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN
2. Yrd. Doç. Dr. Derya ÇETİN
3. Yrd. Doç. Dr. Mustafa KARACA
- 4.
- 5.

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih ve sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Zahir KIZMAZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****Görsel İletişim Açısından Tanıtım Afişlerinde Fotoğrafın Kullanımı: Elazığ İline
Yönelik Tanıtım Afiş Uygulamaları****Gülten Acar****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ – 2015, Sayfa: VIII + 60**

Grafik tasarım çalışmalarının önemli ürünlerinden biri olan afiş çalışmalarına hayatımızın hemen hemen her alanında rastlamaktayız. Afişler, bir ürünün tanıtılmasını, yeniliğin duyurulmasını sağlayan, herhangi bir konu ile ilgili iletilmek istenen mesajın en net biçimde verildiği grafik tasarım ürünü ve görsel iletişim araçlarıdır. Afiş tasarımında kullanılan en önemli unsurlardan biri de fotoğraftır. İnsanın dünyayı algılamasında ve iletişim kurma sürecinde görme duyusunun öncelikli olması, fotoğrafın da önemini arttırmıştır. Fotoğraf genellikle metinlerin ve fikirlerin tanıtılması, açıklanması, anlamının güçlendirilmesi ve mesajın hedef kitleye dolaysız olarak iletilmesi amacıyla sıkça kullanılan görsel iletişim aracıdır. Bu çalışmada (Tüm bunlardan yola çıkarak) bir kentin tanıtılması, adının duyurulması için afiş ve afişlerin ana malzemesi olan fotoğrafların kullanımı, tanıtıma ne kadar katkı sağladığı üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda, afiş ve fotoğrafın tarihsel gelişim süreci incelenerek, sanat çalışmalarının temel konularından biri olan kompozisyon konusuna değinilmiştir. Ayrıca, görsel iletişim kavramı üzerinde durularak, görsel iletişim çalışmalarının tarihsel serüveni, kullanım alanları ve insanlar üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

Araştırmanın örneklemini Elazığ'ın tarihi ve kültürel unsurları oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışmada Elazığ ve yöresinin sosyo-kültürel yapısı hakkında bilgiler yer almaktadır. Son bölümde ise, araştırmanın kuramsal altyapısını yansıtacak örnek afiş çalışmaları tasarlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Afiş, Görsel İletişim, Elazığ

ABSTRACT

Master Thesis

**The use of photograph in promotional posters for visual communication design:
The applications of promotional posters for city of Elazığ**

Gülten Acar

The University of Firat

The Institute of Social Science

The Department of Communication Sciences

Elazığ – 2015; Page : VIII + 60

The poster is one of the most important product of graphic design studies where we can encounter in almost every area of our lives. The posters are providing the announcement of the novelty and delivering the desired message most clearly at any topic. Photograph is even one of the most important element of poster design. The importance of photography has increased by human perception and the priority of eyesight in the process of communication. Photograph is a virtual communication tool which is mostly used in order to promote the ideas and the texts, their explanation, strength the meaning and communicate direct messages to the target audience. In this study, (all of them starting) there will be dwelled on how contribute to the promotion of the city, the use of photos and posters. In this respect, the historical development process of poster and photograph is examined the composition subject as one of the key issues for art works is also discussed. In addition, the virtual communication concept is examined and the historical adventure of virtual communication and its working areas and their effects on people have been analyzed.

The research sample consists of historical and culturel elements of Elazığ. Therefore the research contains information about socio-culturel nature of Elazığ and its community. In the last section some posters are designed to reflect the theoretical background of the research.

Key Words: Photograph, Poster, Visual Communication, Elazığ



İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER.....	V
RESİMLER LİSTESİ	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ	VIII
ÖNSÖZ	IX
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YÖNTEM	3
1.1. Problem Tanımı	3
1.2. Araştırmanın Amacı.....	3
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Sayıtlılar.....	4
1.5. Araştırmanın Yöntemi	4
1.6. Evren-Örneklem.....	4
1.7. Kapsam ve Sınırlılıklar	4
1.8. Veri Toplama ve Verilerin Analizi	5

İKİNCİ BÖLÜM

2. GÖRSEL İLETİŞİM VE FOTOĞRAF.....	6
2.1. İletişim ve Görsel İletişim.....	6
2.2. Görsel İletişimde Anlamlandırma.....	8
2.3. Göstergebilim ve Fotoğraf.....	9
2.4. Fotoğrafın Kısa Tarihi	11
2.4.1. Camera Obscura.....	12
2.4.2. Joseph Nicephore Niepce.....	12
2.4.3. Daguerreotype: Louis Jaques Mande Daguerre.....	13
2.4.4. Fotoğrafta Kompozisyon	13
2.4.4.1. Belirginlik	14
2.4.4.1.1. Sadelik	15
2.4.4.1.2. Şemalar	15

2.4.4.1.3. Ritim	15
2.4.4.1.4. Uyum (Armoni)	16
2.4.4.1.5. Karşıtlık (Kontrast)	16
2.4.4.1.6. Işık	16
2.4.4.1.7. Perspektif	16
2.4.4.1.8. Doku.....	17
2.4.4.1.9. Hız ve Hareket	17
2.4.4.2. Bütünlük.....	17
2.4.4.3.Ufuk Çizgisi	18

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ	19
3.1. Grafik Tasarım	19
3.2. Afiş.....	19
3.2.1. Afiş Türleri	21
3.2.1.1. Reklam ve Tanıtım Afişleri	21
3.2.1.2. Kültürel Afişler	22
3.2.1.3. Sosyal Afişler.....	22

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ELAZIĞ	23
4.1. Tarihçe	24
4.2. Tarihi ve Turistik Yerler	25
4.3. Elazığ'da Kültür.....	27
4.4. Afiş Önerileri	30
SONUÇ VE ÖNERİLER	54
EKLER	57
KAYNAKLAR	58
ÖZGEÇMİŞ	60

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. J. N. Niepce tarafından evinin penceresinden çekilen ilk fotoğraf	13
Resim 2. Elazığ'ın en önemli kültür simgelerinden çaydaçıra oyunu.....	31
Resim 3. Elazığ'ın turizm yerlerinden biri olan Hazar Gölü ve Hazar Baba Dağı.	32
Resim 4. Elazığ'ın turizm yerlerinden biri olan Hazar Gölü ve Hazar Baba Dağı.	33
Resim 5. Elazığ'ın turizm yerlerinden biri olan Sivrice ilçesi.	34
Resim 6. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Harput Kalesi.....	35
Resim 7. Cevizli sucuk olarak bilinen Orcik.....	36
Resim 8. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Ulu Camii.	38
Resim 9. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Ulu Camii.	39
Resim 10. Harput Kalesi'nden bir kesit.	40
Resim 11. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Palu Kalesi.....	41
Resim 12. Murat Nehri ve Palu ilçesi.....	42
Resim 13. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Hazar Gölü.....	43
Resim 14. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Keban Barajı.	44
Resim 15. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Keban Barajı.	45
Resim 16. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Keban Çırçır Şelalesi.	46
Resim 17. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Harput Kalesi.....	47
Resim 18. Harput'un girişinde yer alan tarihi ev ve tarihi minare.	48
Resim 19. Harput'un girişinde yer alan tarihi ev ve tarihi minare.	49
Resim 20. Sultan Alparslan'ın kumandanlarından biri olan Balak Gazi'nin heykeli.	50
Resim 21. İzzet Paşa Camii.	51
Resim 22. Sultan Alparslan'ın kumandanlarından biri olan Balak Gazi'nin heykeli.	52
Resim 23. Çedene Kahvesi (Menengiç Kahvesi).	53

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Saussure'un anlam öğeleri.....	9
Şekil 2. Pierce'ın anlam öğeleri.....	9
Şekil 3. Camera Obscura	12
Şekil 4. Elazığ'ın konumu	23
Şekil 5. Elazığ İl Haritası.....	23



ÖNSÖZ

Grafik tasarım çalışmalarının başlıca ürünlerinden biri afiştir. Afişler, tasarlanmaya başlandığı günden bu güne sıklıkla karşımıza çıkan önemli görsel iletişim araçlarından biridir. Afiş tasarımlarında çeşitli teknik uygulamaların yanı sıra üzerinde barındırdığı tasarım elemanlarından bahsetmek mümkündür. Bunlardan sıklıkla kullanılanlardan biri de fotoğraftır. Fotoğraf da grafik tasarımcıların afiş çalışmalarında sıklıkla kullandıkları önemli tasarım araçlarından biridir. Fotoğrafın, tarihi incelendiğinde karşımıza farklı işlevlerde çıktığı görülmektedir. Kimi zaman herhangi bir amaçla kullanılmak üzere bir belge, kimi zaman bir grafik tasarım elemanı, kimi zaman da tek başına bir sanat çalışması olarak kendini göstermiştir.

Bu araştırmanın oluşmasındaki en büyük etken, fotoğrafın görsel iletişim tasarımlarındaki etkinliğini ortaya koymaktır. Doğru kullanıldığı takdirde birçok görsel iletişim aracı olduğu gibi afiş tasarımlarında da ne denli etkili olduğunu belirtmek gerekir. Araştırmanın uygulama kısmında Elazığ ilini yansıtan afiş tasarımları bulunmaktadır. Hazırlanan afişlerde Elazığ ilinin kültürel ve tarihsel bağlamda simgeleri sayılabilecek görsel unsurlara yer verilmiştir.

Bu çalışmanın her aşamasında benden desteğini ve yardımlarını esirgemeyen değerli hocam ve danışmanım Yrd. Doç. Dr. Tamer Kavuran'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ders aşamasında kendilerinden çok şey öğrendiğim Fırat Üniversitesi İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'ndaki değerli hocalarım Prof. Dr. Mustafa Yağbasan, Yrd. Doç. Dr. Nural İmİK Tanyıldızı ve Yrd. Doç. Dr. Derya Çetin'e, tez sınav jürisinde yer alan Yrd. Doç. Dr. Mustafa Karacaya, ayrıca yüksek lisans eğitimim boyunca bana destek olan, benimle birlikte bu sürecin sıkıntılarına katlanan ve varlığıyla bana güç veren eşim Hacı Mehmet Acar'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

Sanatın varlığı çağlar boyunca insanı ve toplumları etkilemiştir. Toplumların sosyal ve kültürel yapılarındaki çeşitlilik sanat alanlarına da yansımış, çeşitli sanat akımları ortaya çıkmıştır. İnsanoğlunun ürettiği resim sanatı günümüzde birçok sanat alanının doğmasına neden olmuştur. Tarih öncesi dönemlerde mağara ve sığınakların duvarlarına çizilen resimlerin ilk görsel iletişim çalışmaları olduğunu söylemek mümkündür.

19. yüzyıla gelindiğinde toplumsal gelişmeler, sanat alanlarındaki önemli gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Farklı toplumlarda farklı sanat dalları gelişerek, çeşitli akımlar ortaya çıkmıştır. Sanat alanlarında yaşanan gelişmeler, sadece sosyal ve kültürel gelişmelere bağlı olmamış teknolojik gelişmelerin de etkisinde kalmıştır. Teknolojinin ilerlemesi ve insanın doğayı taklit etme çabası ve bilim adamlarının çeşitli deneyleri fotoğrafın icadında etkili olmuştur. 1826 yılında Joseph N. Niepce tarafından evinin penceresinden görünen manzarayı görüntülemesiyle fotoğrafın tarihsel serüveni başlamıştır. İlk görüntünün elde edilmesinden sonra fotoğraf hızlı bir gelişim süreci yaşamış, kimyasal ve teknolojik icatlar fotoğrafın şekillenmesinde etkili olmuştur.

Fotoğraf sanatı ile paralellik arz eden bir başka sanat ve görsel iletişim alanı da grafik tasarım olmuştur. Grafik sanatı da tıpkı fotoğraf gibi evrimsel sürecini toplumsal gelişmeler ve teknolojik ilerlemeler paralelinde sürdürmüştür. Bir çok görsel iletişim mecralarında grafik tasarım uygulamaları kullanılmıştır. Grafik tasarım ürünlerinden biri olan afiş, güçlü bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmıştır.

Günümüzde de hızlı ve akılda kalıcı iletişim kurma isteği, görsel çalışmaların önemini artırmıştır. İnandırıcılığı, insanların görme duyusuna hitap etmesi ve akılda kalıcılığı bakımından fotoğraf önemli bir araçtır. Bu bağlamda tasarımcılar, afiş çalışmalarında da çoğu zaman fotoğraf kullanmaktan kendilerini alamamışlardır. Fotoğraf kullanılarak oluşturulan sayısız afiş tasarımı ile karşılaşmak mümkündür. Tasarımcılar afiş çalışmalarında, mesajı doğru, etkili, hızlı ve anlaşılır bir şekilde oluşturmayı hedeflerken, bir yandan da sanat ve estetik kaygısı güderler. Bu nedenle afişte kullanılması planlanan fotoğrafın da bu doğrultuda oluşturulması önemlidir.

Araştırmada afiş tasarımları ile bir kentin tanıtımının nasıl yapılacağı gösterilmeye çalışılmıştır. Afişler tasarlanırken, tasarım elemanı olarak fotoğraf kullanılmıştır. Bu çalışmada tasarımların ilk aşaması olarak Elazığ ilinin sosyal, tarihi

ve kültürel özellikleri incelenerek kentin simgesi olabilecek unsurlar tespit edilmiştir. Kenti ifade edebileceği düşünülen görüntülerin fotoğraflanması aşamasında da ortaya çıkacak olan ürünün bir görsel iletişim aracı olduğu düşünülmeli, aynı zamanda sanatsal bakış açıları geliştirilerek ve estetik kaygı güdülerek çekimlerin tamamlanması önemlidir.

Araştırmanın kuramsal bölümünde; görsel iletişim, grafik, afiş ve fotoğraf kavramları literatür taraması yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada afiş ve fotoğrafın tarihsel gelişim sürecinden görsel iletişim aracı olarak kullanılmasına kadar çok yönlü ve kapsamlı bilgi, özlü bir biçimde sunulmuştur. Elde edilen bulgular göz önünde bulundurularak Elazığ ili afiş çalışmaları ile görselleştirilmeye çalışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. YÖNTEM

1.1. Problem Tanımı

Görselliğin önem kazandığı günümüzde, önemli görsel iletişim araçlarından biri olan afişler, tasarlanmaya başladığı ilk zamanlardan günümüze kadar etkin bir şekilde varlığını sürdürmüştür. Zaman içerisinde teknoloji ve sanatsal gelişmeler sonucunda çeşitli teknik uygulamalar ile karşımıza çıkmıştır. Afiş tasarımlarını oluşturan önemli tasarım unsurlarından biri de fotoğraftır. Afiş tasarımları geçmişte olduğu gibi günümüzde de farklı işlevlere sahiptir. Tasarım ve fotoğraf sorunsalının bir araya gelerek tanıtım amaçlı oluşturulan afişlerde teknik, içerik ve estetik sorunların olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmada fotoğrafın teknik ve estetik boyutları incelenerek bir afiş üzerinde tasarım unsuru olarak nasıl kullanılması gerektiği, tanıtım afişlerinde nelere dikkat edilmesi gerektiği sorusuna Elazığ ili örneğinde yapılan çalışmalarla yanıt aranmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, afiş tasarımlarında fotoğraf kullanımını tüm boyutlarıyla inceleyerek, afiş tasarımlarında bir tasarım unsuru olarak fotoğrafın nasıl kullanılması gerektiğini örnek afiş çalışmalarıyla ortaya koymaktır. Görsel iletişim, afiş ve fotoğraf konularına değinerek, bir kentin tanıtımına yönelik afiş tasarımlarının nasıl olması gerektiğini göstermeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu araştırma ile Elazığ ilinin tanıtımına katkı sağlanması hedeflenmektedir. Uygulama aşamasında nasıl bir kadraj olması gerektiğine dair sanatsal bakış açıları ve estetik görüntüler yaratılmaya çalışılacaktır. Bu aşamada tasarım ilkelerinden nasıl yararlanılması gerektiği üzerinde de durulacaktır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma ile afiş tasarımlarında fotoğraf kullanımının nasıl olması gerektiği gösterilmeye çalışılmıştır. Amaca uygun olarak sanat ve çeşitli iletişim ortamlarında afiş tasarımlarının hazırlanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma, afiş tasarımlarında fotoğraf kullanımının uygulanmasına ve öğretimine bir kaynak olması açısından önem arz etmektedir.

1.4. Sayıtlar

- Araştırmada yararlanılacak kaynaklar, konu hakkında yöneltilebilecek soruların tümünü karşılayabilecek içerikte, uluslararası normlara uygunlukta ve yeterlilikte olacaktır.
- Uygulamada kullanılan araç gereçlerin araştırmanın amacına uygun olduğu varsayılmaktadır.
- Görsel iletişim açısından fotoğrafların kadrajı ve kompozisyon seçimi önemlidir.
- Görsel iletişimde algılamanın önemli olduğu varsayıldığında, tasarımın oluşumunda algılama ilkeleri göz önünde bulundurulmazsa mesajı vermek zorlaşır.
- Araştırmada yer alacak bilgi ve öneriler, araştırmanın amacını karşılayacak nitelikte olacaktır.

1.5. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada, daha önce sanat ve iletişim ortamlarında hazırlanmış olan afiş tasarımları incelenerek teknik analizleri yapılacaktır. Afiş, tasarım, fotoğraf kavramları araştırılarak, fotoğrafın afişi oluşturan bir tasarım unsuru olarak nasıl kullanılması gerektiği üzerinde sanat kuramları bağlamında değerlendirilecektir. Ayrıca araştırmada göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılacaktır. Araştırma kapsamı dahilinde, afiş tasarımları, örnek görseller ve çeşitli yazılımlar kullanılarak, dijital ortama aktarılma yöntemi anlatılmıştır.

1.6. Evren-Örneklem

Araştırmanın evrenini Kültürel ve Turizm amaçlı hazırlanmış olan afiş tasarımları oluştururken, örneklemini Elazığ ilinde çekilmiş fotoğraflar ile oluşturulan afiş tasarımları oluşturmaktadır.

1.7. Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu araştırma çeşitli görsel iletişim ortamlarında kullanılan kültürel ve turizm afişlerinin incelenmesiyle Elazığ iline yönelik afiş tasarımlarının oluşturulması ile sınırlıdır.

1.8. Veri Toplama ve Verilerin Analizi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak, literatür tarama yöntemi kullanılmıştır. Konuyla ilgili kitaplar, süreli yayınlar, internette var olan güncel kaynaklar edinilecek, makaleler ve var olan tezler incelenerek gerekli bilgilere ulaşmaya çalışılacaktır. Bu kaynaklardan elde edilebilecek bilgiler dahilinde, başarılı afiş tasarımları için gerekli olan kriterler belirlenecektir. Afiş tasarımlarının sanat ve görsel iletişim ortamlarındaki yeri ve önemi üzerinde durularak, afişlerde fotoğraf kullanımının nasıl olması gerektiği sorgulanacaktır.



İKİNCİ BÖLÜM

2. GÖRSEL İLETİŞİM VE FOTOĞRAF

2.1. İletişim ve Görsel İletişim

Görsel iletişim kavramının tanımını yapmadan önce iletişim kavramının ne olduğuna bakılması gerekir. İletişim, “sözcük olarak ilk kez ne zaman kullanıldığı belli değil, ancak sözcüğün kökeninin Latineden geldiği bilinmektedir (Güngör, 2011:36). İletişim, “gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir” (Becer, 2011:11). Bir başka iletişim tanımı ise şöyledir: “herkesin bildiği ancak çok az kişinin doyurucu biçimde tanımlayabildiği bir insan etkinliğidir. İletişim yüz yüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir” (Fiske, 1996:15). “İletişim her zaman ve her yerde varlığını gösteren aktif bir süreçtir. Bilgiyi paylaşmak, aktarmak, diğerlerini (iletişimin paydaşlarını) etkilemek ve yönlendirmek günlük eylemlerimiz içinde iletişim yoluyla gerçekleştirilir” (Arslan ve Ertürk, 2012:12).

İletişim, insan hayatının vazgeçilmez bir parçasıdır ve farklı zamanlarda farklı iletişim biçimleri gerçekleşebilir. “İletişimi türlere ayırırken farklı ölçütler kullanılabilir. Kullanılan simge biçimi bakımından iletişimi sözsüz, sözlü, yazılı ve görsel gibi kategorilere ayırmak mümkündür. İkinci bir ayırım da doğrudan veya (dolaylı) aracılı iletişim olarak yapılabilir” (Güngör, 2011:37).

İnsanoğlu görme duyusunu geliştirmek için on binlerce yıl harcamış; çevresinde olup bitenleri gözlemleyip anlamlandırmaya çalışmıştır. Bu çaba, görsel iletişim gelişimini etkilemiştir. İletişimin en etkili türlerinden biri görsel iletişimdir. İletişimde kullanılan görseller, simgeler, işaretler genellikle evrensel olduklarından konuşarak kurulan iletişimden daha anlaşılır ve daha etkilidir. İnsanoğlu ilk çağlardan itibaren bir durum ya da bilgiyi aktarma ihtiyacını, şekiller ve görsel imgeler aracılığıyla yapmaya çalışmıştır. Görsel iletişimin, doğrudan göze, görsel algıya seslenen bir iletişim biçimi olduğu söylenebilir. “Görsel İletişim, mesajın aktarım sürecinde daha çok görme duyusuna gerçekleştirilen bir iletişim şekli olarak tanımlanabilir” (Arıkan, 2008:21). Görsel iletişimin, yazılı iletişimin temellerini oluşturduğunu söylemek mümkündür. “Yaklaşık olarak MÖ 15 000’li yıllarında bize ulaşan en eski mağara resimlerini yapmış

olan atalarımız, gördüklerini algılayabiliyor ve resmedebiliyordu. Bu resimlerde av sahneleri ve insanoğlunun varlık sembolü olarak kullanılmışçasına el resimleri vardı” (Uçar, 2004:17). Mağara duvarlarına çizilen bu resimler için ilk görsel iletişim çalışmaları olduğunu söylemek mümkündür.

“Mağara duvarlarına, taşlar, kayalar, ağaç gövdeleri, çamur, toprak vb. üzerine çizilen çizgiler, resmedilen figürler zaman içerisinde yazının gelişmesine temel oluşturmuştur. Bir yandan da görsel iletişim, resim, karikatür, heykel gibi sanatlar içerisinde varlığını sürdürmüştür” (Güngör, 2011:41).

“Çevresinde gözlemlediği nesneleri görselleştiren, onları yorumlayan insanoğlu, hayal gücünün de yardımıyla farklı bir boyut keşfetmiş, hatta kimi zaman görmediklerini görünemeyen soyut kavramları da görselleştirerek yeni sanat türleri yaratmıştır. Hiç kuşkusuz bugün “resim” dediğinde bir sanat dalı aklımıza gelse de, bundan 17000 yıl önce bu güçlü bir iletişim, mesaj ve dışavurum aracı olarak kullanılmaktaydı” (Uçar, 2004:19).

“Görsel iletişim, doğrudan göze, görsel algıya seslenen bir iletişim biçimidir. İlkel çağlardaki mağara resimlerinden, ateş ve dumanla aracılanan iletişim biçimlerinden günümüzün sinema, televizyon ve internet teknolojisine kadar uzanan uzun soluklu ve çok yönlü bir serüveni vardır” (Güngör, 2011:41). “Görsel iletişim, işitsel iletişim tekniğine (radyo, teyp vb), sadece görsel (sessiz film) sesli ve resimli (sesli film, tv vb.) olmak üzere çeşitli tekniklere uygulanmaktadır. Bunların dışında plan, kroki, maket, fotoğraf, model ve grafik gibi tekniklerde görsel-işitsel yöntemler olarak değerlendirilebilir” (Tutar, Yılmaz ve Erdönmez, 2004:141).

Bir iletişim aracı olarak görsel iletişim, günümüzde de çok kullanılan iletişim araçlarından biridir. Görsel iletişim, diğer iletişim araçlarını destekleyici niteliktedir. Ses ve görüntüden dolayı mesajı etkili ve anlaşılır biçimde vererek iletişim kolaylığı sağlayabilmektedir (Acar, 2014:7).

“Görsel iletişim şeklinde oluşturulmuş mesajların işitsel iletişimden belirgin bir farkı ise, kalıcılığı ve dolaylı olarak farklı zamanlarda etkinliğini sürdürebilmesidir. Bu önemli fark görsel iletişimin kalıcılığını ve belge niteliğinde kullanılmasını öne çıkarmıştır” (Uçar, 2004:18).

2.2. Görsel İletişimde Anlamlandırma

Görme duyusu nesnel dünyanın algılanmasında ilk basamaktır. Görme durumunun oluşması ortamdaki ışığa bağlıdır. Nesneler üzerine düşen ışığın yansımaları görme duyusu ile beyne iletilir ve anlamlandırılır. “Görme işlemi dediğimiz bu olay, ilke olarak her gözlemcide aynı biçimde yürümektedir. Görme sürecindeki benzerliklerin aksine anlamlandırma kişilerde farklı frekanslarda oluşur (Uçar, 2004:59). Anlamlandırma süreci bireyin, sosyo-kültürel durumuna, yaşadığı toplumun yapısına, eğitim durumuna, estetik beğenisine, zekasına, bilgi birikimine, deneyimlerine vs. göre değişiklik gösterebilir. Bu nedenle görsel iletişimde kültürler arası farklılıkların olabileceği gibi evrensel bir niteliğinin olabileceği de söylenebilir. Görsel iletişimi güçlü kılan önemli etkenlerden biri evrensel dilinin olmasıdır. Zaman içerisinde anlamlandırma sürecinin gelişmesi, hızlanması ve anlaşılabilirliğinin genişlemesi, ilk zamanlar karmaşık bir yapıda olan resimlemelerin sembollere dönüşmesini sağlamıştır. Örneğin, havaalanlarında kullanılan piktogramlar yönlendirme levhaları farklı dilleri konuşan bireylerin aynı şeyleri düşünmesine olanak sağlamaktadır. Dilleri farklı olsa da anlamlandırdıkları şeyler aynıdır. Bu ve buna benzer örnekleri çoğaltmak mümkündür.

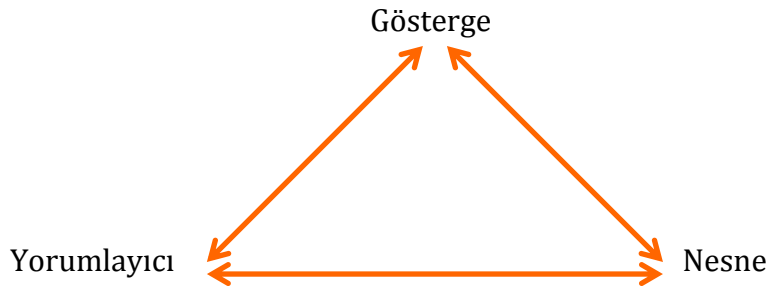
Giderek karmaşık bir hal alan görsel iletişim çalışmalarının evrimi grafik tasarım sanatı ile bambaşka bir boyut kazanmıştır. “Grafik, görsel olarak algılanan araçlar bütünüdür. Görsel iletişimi oluşturan tüm bu teknikler ya da unsurlar, çizgiler ve renklerden meydana gelir” (Esmeray ve diğerleri, 2012:86). “Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim, görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuşu olarak tanımlanabilir” (Becer, 2011:28). Bilginin değiş-tokuşu sürecinin başarılı olması mesajın net ve anlaşılır olması ile doğrudan ilişkilidir. Tasarımcının bu çabası göstergebilimsel düşünmesini gerektirir. “Göstergebilim bilgisi, bir tasarımcının çalışmalarına çok sayıda katman üzerinden kitleye erişebilecek göndermeler yerleştirmesini sağlar” (Ambrose ve Harris, 2012:66). Grafik tasarımcılar, ürettiği görsel iletişim çalışmalarında olabildiğince anlaşılır olmayı hedeflerler. Bu nedenle kullandıkları görsel argümanları ekonomik kullanma eğiliminde olurlar. “Grafik iletişimin ekonomik olması demek, mümkün olan en az sayıda görsel imgenin, mümkün olan en yüksek sayıda bilgiyi aktarabilmesi demektir. Bu aynı zamanda iletişimde temel kurallarından birisidir. Her grafik unsur mesajın etkisini arttıracak biçimde tasarlanmalıdır (Becer, 2011:29).

2.3. Göstergebilim ve Fotoğraf

Göstergebilimin temelinde gösterge yer alır. Göstergebilimi anlamak için öncelikle gösterge kavramı üzerinde durulmalı, göstergenin ne olduğu bilinmelidir. “Bir gösterge, kendisinden başka bir şeye gönderme yapan, duyularımızla kavrayabileceğimiz fiziksel bir şeydir ve varlığı, kullanıcıların onu bir gösterge olarak kabul etmelerine bağlıdır” (Fiske, 1996:63). “Göstergeler, ister üç boyutlu bir araç olsunlar, ister iki boyutlu birer resim olsunlar, başka bir şeyin yerini tutuyorlar. Bu başka şey, bir durum, bir eylem, bir varlık olabiliyor. Yani göstergeler o şeyin kendisi değil, gene de bize bir mesaj iletiyorlar, bildiğimiz bir şeyi çağrıştırıyorlar ya da yorum yapmamızı sağlıyorlar” (Erkman-Akerson, 2005:20). Göstergebilimin kurucusu olarak bilinen Saussure, göstergenin bir gösteren ve gösterilenden oluştuğunu söyler. Gösteren, göstergenin zihinde canlanan ve anlamlandırılan görüntüsüdür. Pierce ise, göstergenin anlam öğelerini kullanıcı ve göstergenin gönderme yaptığı şeyi bir üçgenin üç köşeleri gibi gösterir.



Şekil 1. Saussure'un anlam öğeleri



Şekil 2. Pierce'ın anlam öğeleri

“Pierce’e göre bir göstergenin anlamı onun kullanım değerine göre ölçülür. Bu da göstergeye toplumsal bir değer atfetmesi, dinamikliğinin ve değişkenliğinin kabul edilmesi anlamına gelir. Bu görüşe göre her toplum kendine özgü bir gösterge sistemi geliştirir” (Güngör, 2011:187).

“Pierce terminolojisinde göstergeler; işaretler, ikonlar ve simgeler şeklinde sınıflandırılmaktadır. İşaret, gönderme yaptığı nesneyle bitişik bir ilişki içindedir. Ateşle duman arasındaki ilişki buna örnektir. İkon nesneyle benzerlik desteklemektedir. Portre buna örnektir. Simge bir görüntü ile nesne arasındaki ilişkiyi tam anlamıyla veya iki nesne arasındaki yerleşik ilişkiyi içermektedir. Bu ilişkiler sosyo-kültürel koşullara bağlıdır. Örneğin terazi adaletin simgesidir. Bütün kültürler çok çeşitli simgelere sahiptir ama onu izleyen kültürlerle göre bazı simgeler değişmektedir. Sözelimi siyah renk batılı toplumlarda yaşın simgesidir. Ama Asya’da beyaz renge yüklenen yan anlam yaşır. Dilbilimsel bir çözümleme için çok önemli olan bu farklılıklara rağmen, iletişimde simge, işaret ve ikon, ikonik iletiler taşıyan göstergeler olarak kabul edilmektedir” (Lazar, 2001:78).

Göstergebilim ise işaretleri inceleyen bilim dalıdır. Bireyin sesler, semboller, kelimeler ve imgelerden nasıl anlamlar çıkardığını açıklamayı hedefler. “Göstergebilimin temel ilgi alanının merkezinde gösterge yer alır. Gösterge, bir gösteren ile bir gösterilenden kuruludur” (Barthes, 1993:40). Lazar’a göre, (2001:78) insanlar, fotoğrafik görüntülerle ve resimlerle de iletişim kurabilirler ve bunların hepsi birer göstergedir. Lazar, dili de bir gösterge sistemi olarak görür. “Göstergebilim, tüm toplum ve insan bilimlerine değilse bile, kuşkusuz kendi kendine nesnel olma yükümlülüğünü getirmiştir. Göstergebilim insanların, kendilerini ilgilendiren her konuya göstergeler aracılığıyla yaklaştığını varsayar ve bu olguyu inceler” (Erkman-Akerson, 2005:15). Saussure dil ve söz ayrımı yaparak, dilin bireysel değil toplumsal olduğunu öne sürmüştür. Söz ise dilin somut kullanımıdır. Yani dili toplumsal, sözü ise bireysel olarak belirlemiştir. Örneğin, “göstergebilimsel bir sistem olarak sinema bir dildir, her bir film ise sözdür. Bir dil olarak sinemanın işleyiş kurallarına da ancak tek tek filmlerin incelenmesi ile ulaşılabilecektir” (Atabek, 2007:69).

Fotoğrafın icadı ile birlikte görsel iletişim çalışmaları da ivme kazanmıştır. Fotoğrafın var olan görüntüyü yansıtması onun anlaşılabilirliğini artırmış ve gerçekliği inandırıcı bir özellik olarak kitleleri etkilemiştir. Fotoğrafın evrensel olması, bireyi ikna edebilme gücü, fotoğrafın icadından günümüze kadar sık kullanılan bir görsel iletişim aracı olmasını sağlamıştır. Güçlü bir görsel iletişim aracı olarak fotoğrafın dili ve verdiği bir mesajı olabilmektedir. “Bir başkası aynı şeyi farklı görebilir ve gösterebilir. Dolayısıyla önümüze çıkan her fotoğraf, onu çekenin görüşü ve gördüğünün görüntüsüdür. Nesnel bir kanıt değil, fotoğrafçının tanıklığının kanıtı değil, fotoğrafçının tanıklığının kanıtı olarak bir anlam ifade eder” (Yurdalan, 2012:59).

Grafik sanatçıları, ressamlar ve farklı sanat alanlarıyla ilgilenen sanatçılar çalışmalarında sıklıkla fotoğrafa yer vermişlerdir. Günümüzde bir çok mecrada fotoğrafın çok kullanılan bir görsel iletişim aracı olduğu görülmektedir. Gazete, dergi, internet, kitap, afiş vb. görsel iletişim araçlarında sıklıkla kullanılmaktadır. Özellikle reklam çalışmalarında inandırıcılığı artırması bakımından yeri önemlidir. Grafik tasarım çalışmalarının temelini iletişim oluştursa da çoğu zaman tasarımcılar sanat ve estetik kaygısı güderler. Fotoğraflarını bu bağlamda çeker ya da seçerler.

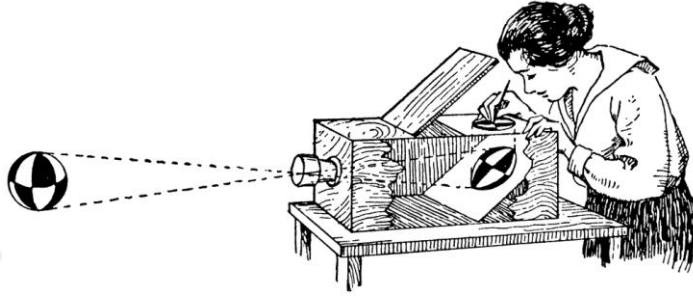
2.4. Fotoğrafın Kısa Tarihi

Fotoğraf 19. Yüzyılın başlarında birçok bilim adamının uğraşı sonucunda ortaya çıkan ve günümüze kadar da gelişimini sürdüren insanlık tarihi için önemli bir icat olmuştur. “Fotoğraf sözcüğü, eski Yunanca ve Latince’de aynı kökten gelen photos (ışık) ve graphis (yazı) sözcüklerinin birleşiminden oluşmuştur ve “ışık ile yazmak” anlamına gelir. Yani, fotoğrafın temel malzemesi ışıktır. Bu nedenle fotoğrafla bir mesaj iletme kaygısı taşıyan kişinin ışığı iyi tanınması gerekmektedir” (Akbaş ve İkizler, 2010:13). “Fotoğraf, icat edildiği tarihten itibaren hem bilim hem de sanayi için vazgeçilmez bir araç oldu. Kitle iletişiminin, örneğin sinemanın, televizyonun ve video kasetlerin temelini oluşturdu” (Freud, 2007:8).

Fotoğrafın tarihsel serüvenin mihenk taşı olarak “camera obscura”nın icadı kabul edilebilir. “Karanlık bir odanın bir duvarına bir iğne deliği açılacak olursa dışarıdaki cisimlerin görüntüsü deliğin karşısındaki duvara ters olarak düşmektedir. Bu sisteme camera obscura denilmektedir” (Kanburoğlu, 2004:21).

2.4.1. Camera Obscura

“Fotoğrafın ortaya çıkışını hazırlayan teknik gelişmeler iki ayrı alanda meydana gelmiştir. Birincisi camera obscura (karanlık oda) ile görüntünün elde edilmesi, diğeri ise ışığa duyarlı maddelerin geliştirilmesi. Camera obscuranın gelişmesi ile birlikte 16. yüzyıldaki resimlerde optik görüntüler ortaya çıkar.” (Ertan, 2009:2) “Camera Obscura, ucunda bir delik olan siyah bir kutu ya da odaydı. Eğer delik yeterince küçükse görüntü karşı duvarda ters olarak görülebilmekteydi. İngiliz Roger Bacon (1214-1292) Arapçadan yaptığı çevirilerde Camera Obscura’nın 13. yüzyılda keşfedildiğini yazmaktadır” (Modiano, 2007:12). “Obscura ile ilgili, Leonardo da Vinci ise Camera Obscura’nın çalışma biçiminin aynı zamanda insan gözünde de meydana geldiğini açıklamıştır” (Ertan, 2009:6). Camera Obscura fotoğraf makinesinin atası olarak bilinir. Günümüzde kullanılan son teknoloji fotoğraf makinelerinin çıkış noktası Camera Obscura olmuştur.



Şekil 3. Camera Obscura

2.4.2. Joseph Nicéphore Niepce

Fotoğraf olarak nitelendirilen ilk görüntüyü Joseph Niepce (1765-1833) evinin penceresinden (bazı kaynaklara göre 8 bazı kaynaklara göre ise 12 saatte) çektiği bilinmektedir. Tüm bu çalışmaları yaparken Niepce'nin üç amacı olduğu söylenebilir. “Bu amaçlardan ilki, daha net görüntü elde edebilmek, ikincisi görüntüleri renkleri ile gösterebilmek ve sonuncusu görüntünün uzun ömürlü olmasını sağlayabilmek. Niepce, bu amaçlardan sadece sonuncusuna ulaşabilmiştir. Elde ettiği görüntü, Teksas Üniversitesi Kütüphanesi'nde muhafaza edilip günümüze kadar sapasağlam ulaşmıştır” (Ertan, 2009:3).



Resim 1. J. N. Niepce tarafından evinin penceresinden çekilen ilk fotoğraf

2.4.3. Daguerreotype: Louis Jaques Mande Daguerre

Fransız bilim adamı Louis Jaques Mandé Daguerre, fotoğrafın gelişimine katkı sağlayan önemli kişilerden biridir. Daguerre çalışmalarını Niepce ile birlikte ortak devam ettirmiş, Niepce'nin ölümünden sonra çalışmaları tek başına sürdürmüştür. Daguerre, 8-12 saat arasında gerçekleşen pozlama süresini 1 saate kadar düşürmeyi başarmıştır. “Daugerre, 1835’de gümüş bileşiği içeren bir yüzey üzerinde oluşan gizli görüntünün cıva buharıyla görünür duruma geldiğini gözledi. 1837’de bu görüntüyü sıcak sodyum klorür çözeltisiyle sabitleştirilmesi” (Modiano, 2007:26) yöntemini bulmuştur. Bu yöntem, daha sonra Daguerreotype olarak da tarihteki yerini almıştır.

2.4.4. Fotoğrafta Kompozisyon

Kompozisyon, fotoğraf sanatının en önemli konularından biridir. İnsan duygu, düşünce ve hislerini ya da gördüğünü ifade etme çabasında bir çerçeveleme hep var olmuştur. Gördüklerini ya da duygularını bu çerçeve içine yerleştirirken bazı kurallar aranmaktadır. Fotoğrafta kompozisyon, “genel olarak bir yüzey sanatının, özel olarak fotoğrafın dilini oluşturan tüm anlatım öğelerinin, belli bir çerçeve içinde, anlatımı etkili kılacak, izleyicinin duygu ve düşünceleri ile anlatılanı paylaşmasını sağlayacak doğrultuda düzenlenmesidir” (Kalfagil, 2011:22). Bu çerçeveleme yapılırken sanat ve estetik unsurları ile ilişkilendirilip yapılmalıdır.

Fotoğrafın bir dilinin anlatmak istediği bir şeyin ya da vermek istediği bir mesajın olduğu önceki bölümlerde verilmişti. Fotoğraf neyi anlatıyor, ne mesaj veriyor? sorusu fotoğrafçının kompozisyonu oluştururken düşündüğü ve kurguladığı bir süreçtir.

Fotoğrafçı kompozisyonunu oluştururken, anlatmak istediği konuyu, objeyi ve objelerin görsel ve estetik değerlerini gözlemler. Bu görsel değerler, konuyu anlatan yardımcı öğe olabileceği gibi tek başına konunun kendisi olabilirler. “Bu öğeler fotoğrafta çoğunlukla kombine olarak bulunurlar. Yalın halde bulunmalarına daha seyrek rastlanır. Uygun dozda bir araya gelmeleri ise fotografik yapıyı zenginleştirir” (Kalfagil, 2011:34). Kompozisyonda kullanılacak öğeler, anlatımı güçlendirmesi bakımından önemlidir. Bu nedenle fotoğrafta kullanılan bazı yapısal öğeler vardır. Bunlar, doku, leke, renk ve formdur.

Doku, fotoğrafta ışığın doğru kullanımı ile ortaya çıkan yüzeysel görüntülerden oluşur. Işık belirli bir düzleme yandan verilmesi ile dokular belirgin hale getirilebilir. Fotoğrafta kullanılan dokular bir grafik tasarım çalışmasına zemin olarak kullanılabilir. Leke, daha çok fotoğraf karesi üzerinde renk parçaları halinde kendine yer bulan alanlardır. Leke öğesi kompozisyon içerisinde kendini kontrastlık olarak da gösterebilir. Renk, plastik sanatların sıkça kullandığı bir kompozisyon öğesidir. Renk bazen tek başına konunun kendisi olabilmektedir. Fotoğrafta renkler kontrastlık yaratabilir veya uyumlu renkler kullanılarak anlatılmak istenen mesaja katkı sağlayabilirler. Renklerin insanlar üzerindeki psikolojik etkisi düşünüldüğünde fotoğrafta renk kullanımının önemi daha da artmaktadır. Fotoğraf, doğada mevcut üç boyutlu görüntülerin görüntüsünü iki boyutlu yüzeyde gösterilmesidir. Bu bağlamda nesnelerin formları ışık kullanımı ile ortaya çıkarılarak iki boyutlu düzlemde üç boyutlu görüntüler elde edilebilmektedir. Objelerin formlarının ortaya çıkması fotoğraftaki belirginliği artırabilir ve fotoğraf daha vurgulu olabilir.

Fotoğrafta kullanılan bu yapısal öğeler tek başlarına hedeflenen görüntülerin elde edilmesini sağlamayabilirler. Burada en önemli etken fotoğrafçının nasıl gördüğü, estetik duygusu, bilgi birikim ve yaratıcılığı gibi soyut kavramlardır. “Bir görüntünün gücü, teknikten çok yaratıcısının düşüncesinin saflığında, berraklığında gizlidir” (Boubat, 1996:128). Bu aynı zamanda diğer sanat alanlarında da geçerli bir durumdur.

2.4.4.1. Belirginlik

Fotoğrafta belirginlik, bazı yapısal çözümlerle ortaya çıkan bir unsurdur. Belirginlik ile fotoğrafı vermek istediği mesaj daha anlaşılır olabilmektedir. “Fotoğrafın mesajının izleyicilerin çoğunda aynı olması o fotoğrafın belirginlik özelliğiyle ilişkilendirilebilir. Fotoğrafta belirginlik fotoğrafın amacıyla doğru orantılı olmalıdır.

Birebir anlatım gerektiren konularda belirginlik en üst düzeyde olmalı ve herhangi bir yanlış anlaşılmaya imkan vermemelidir” (Kalfagil, 2011:68). Belirginliği sadelik, şemalar, ritim, uyum, karşıtlık, ışık, perspektif, doku, hız ve hareket olarak inceleyebiliriz.

2.4.4.1.1. Sadelik

Sadelik kavramı ile fotoğrafta olabildiğince az elemanla yapılabilecek bir anlatım amaçlanmaktadır. Anlatılması hedeflenen ana konu dışında olabildiğince az öğeden yararlanılarak fotoğrafın kadrajı buna uygun olarak düzenlenmelidir. Sadelik bir ressamın resmini yaparken gereksiz gördüğü şeylere kompozisyonunda yer vermemesi gibi fotoğrafçı da fotoğraflarında anlatımı güçlendirmek ve belirginliği artırabilmek adına kullanabilir. “Bir fotoğrafçı vizörden baktığında, sadece fotoğrafını çekeceği nesneye odaklanmamalıdır. Tüm çerçeve incelenmeli, kadraja giren her şey görülmelidir. Burada fotoğrafın amacına göre kadrajdan fazla olan şeyler çıkarılmalı veya eksiklikler dahil edilmelidir” (Acar, 2014:15).

2.4.4.1.2. Şemalar

Çerçeve içinde karmaşık olarak duran öğelerin belirli bir düzene sokulması ve okunaklı bir şemaya dönüştürülmesi gerekir ve bu da fotoğrafı sadeleştirme çabasının bir yolu olarak düşünülmektedir. Kompozisyonadaki şema arayışının nedeni elde edilen görüntünün düzenli olmasının isteniyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bazı kaynaklar da şemalar x, kare, daire, üçgen ve köşegen gibi kategoriler de değerlendirilirken Sabit Kalfagil’e (2011:97) göre şemaları böyle sınırlandırmak oldukça yanlıştır ve şemalarda asıl amaç kompozisyonu dağınıklıktan kurtarmaktır.

2.4.4.1.3. Ritim

Ritim görüntüde birbirini tekrar eden ve birbirine benzeyen nesnelerin oluşturduğu görüntülerden oluşur. “Çoklu anlatımın tekli anlatıma göre net bir üstünlüğü vardır. Göz alıcı ritmik öğeler içeren doğada ritim duygusu, gözü bir uçtan diğerine sürükleyerek, devinim oluşturur (Akbaş, 2007:140). “Ritim görüntüye zenginlik katmasının yanı sıra doğrultu ve yön de gösterir. Örneğin yolun etrafına dizilmiş ağaçlar yolun doğrultusu hakkında fikir verirken, bir koyun sürüsü fotoğrafında

koyunların başlarının dönük olduğu taraf onların hareket yönünü gösterir” (Kalfagil, 2011:105).

2.4.4.1.4. Uyum (Armoni)

“Uyum, iki ya da daha çok ögenin birbirini desteklemesi sonucunda anlatımın daha güçlü olması halidir. Görsel açıdan uyum, öğelerin büyüklüğü, biçimi, hareketi (doğrultu ve yön), ton değerleri ve renkleri bakımından söz konusu edilebilir” (Kalfagil, 2011:114). Uyum denildiğinde ritimden farklı olarak eşdeğer öğelerin eşit aralıklarla tekrarı değil, benzer öğelerin beraberliği kastedilmektedir. Uyum, biçim, hareket ve renk olarak kompozisyonlarda yer alabilir.

2.4.4.1.5. Karşıtlık (Kontrast)

Özellikle renk ve ışık açısından düşünüldüğünde karşıtlık fotoğrafta anlatımı güçlü kılacak önemli bir uygulamadır. Bu noktada fotoğrafçının sanat ve estetik duygusunun yanı sıra teknik bilgisinin de önemi vardır. “Fotoğrafçılık deyiminde kontrast, bir görünümdeki en parlak ve en karanlık noktaların gerektirdikleri pozlandırma arasındaki farktır. Filmin en parlak ve en karanlık noktadaki detayları kaydedebilmesi için aradaki pozlandırma farkının fazla olmaması gerekir” (Hedgecoe,1999:18).

2.4.4.1.6. Işık

Fotoğrafın en temel bilgilerinden biri hammaddesinin ışık olduğudur. Fotoğrafın oluşması için ışığın olması gerekir. Kalfagil (2011:126), fotoğrafı fotoğraf yapan ışıktır, ama ışık fotoğrafa yansımış haliyle kaydedilir ve ışığı, tür bakımından doğal ve yapay ışık olarak ikiye ayırır. Işığın özelliklerini de parlaklığı, yönü, rengi ve kontrastı olarak ayırır. Ona göre ışığın halleri ise şöyledir; doğrudan, yansımış ve süzülmüş ışık”. Işığın farklı kullanımları ile fotoğraf üzerinde farklı etkiler oluşturulabilir.

2.4.4.1.7. Perspektif

Perspektif, “cisimlerin gözden olan uzaklıklarına göre şekil ve renklerin belirtilmesidir” (Hotan, 1999:12). Kamburoğlu (2011:140), fotoğrafı anın saptanması başka bir deyişle tüm anların temsilcisi olarak nitelendirir ve bu

özelliğinin yanı sıra fotoğrafın eninin, boyunun ve derinliğinin de olduğuna vurgu yapar. Perspektif, fotoğrafta derinliğin bir göstergesidir. Aynı zamanda sıralanmış kubbeler, sütunlar, bir dizi ağaçlar gibi derinlik hissi yaratan görüntüler perspektifi gösterir.

2.4.4.1.8. Doku

Doku, fotoğrafta ışığın farklı kullanımları ile ortaya çıkan yüzeysel görüntülerden oluşur. Doku fotoğraflarında iki boyutlu düzlemde olmasına rağmen doku hissi oluşturarak üç boyutlu yüzey görüntüsü oluşur. Işık yandan verilmesi dokunun daha da belirgin hale gelmesini sağlayabilir. “Aynı ya da benzer cisimlerin bir araya gelerek oluşturduğu doku ve örgüler, neredeyse dokunulması bir etki yaratarak izleyicinin konuyu hissetmesini sağlar. Doku belirginleştirilerek, yüzeyin fiziksel özellikleri algılanabilir duruma getirilir” (Akbaş, 2007:144). Kalfagil (2011:38), doku öğesinin doğada bol miktarda bulunduğu bahsederek fotoğrafa malzeme olacak dokuya iki şekilde rastlanabileceğini söyler. Birincisi, taşla örülmüş bir duvar ya da bir hasır gibi objelerin kendi yapısal dokularından oluşan yüzeylerdir. İkincisi ise maddelerin aşırı sıklıkla bir araya gelmelerinden oluşan dokulardır. Bunlara da bir pazar yerindeki insan kalabalığı ya da yan yana park edilmiş araçların uzaktan görüntüsü örnek verilebilir.

2.4.4.1.9. Hız ve Hareket

Hız ve hareket barındıran görüntülerin fotoğraflanması öncelikle teknik altyapı gerektirir. Fotoğraf makinelerinin bazı ayarları kullanılarak fotoğraflanması mümkündür. “Hareketli olan objenin hareketle aldığı biçimlerden sadece birinin fotoğrafa yansıtılması şeklinde gerçekleşir. Görüntüde netlik sağlanması bazı koşullara bağlıdır. Söz konusu objenin hızı, fotoğraf makinasına olan uzaklığı ve objektifin özelliğine bağlı olarak görüntüdeki netlik değişkenlik gösterebilir” (Kalfagil, 2011:162). Hareket eden nesnelerin hareketleri olduğu gibi görüntülenebilirken fotoğraf üzerinde silik bir şekilde hareket hissi gösterilebilir.

2.4.4.2. Bütünlük

Bütünlük bir arada olmayı, birlikte bir bütünü oluşturmayı ifade eder. Becer, (2011:72), grafik tasarım açısından bakıldığında bütünlüğün yüzey

üzerindeki görsel elemanların birlikteliği ile ortaya çıkacağından bahseder. “Bütünlük içeriksel ve biçimsel bütünlük olarak iki şekilde ele alınır. İçeriksel bütünlükte amaçlanan fotoğrafın anlattığı şey ve onu ifade eden temel öge ile destekleyen ikincil öğeler çerçeve içinde yer almalıdır” (Kalfagil, 2011:168).

2.4.4.3.Ufuk Çizgisi

Ufuk çizgisi en basit haliyle gökyüzü ile yeryüzünün birleştiği çizgi olarak tanımlanabilir. Kanburoğlu (2013:187) ufuk çizgisinin kullanılacağı yerin nasıl olması gerektiğini söyler. Kadrajın hangi tarafı (alt-Üst) güçlü ise, çizgi diğer tarafta olmalıdır. Yani gökyüzü alt tarafa göre daha güçlü bir görüntü veriyorsa ufuk çizgisi, gökyüzünün kadrajda daha fazla yer almasını sağlayacak şekilde alt tarafta olmalıdır. Bunun tam tersi olarak, alt taraf gökyüzüne göre daha güçlü ise, o takdirde ufuk çizgisi alt tarafın kadrajda daha fazla yer almasını sağlamak için üst tarafta olmalıdır. Ufuk çizgisinin her iki tarafa oranı $1/3$, $1/4$, $1/5$ hatta $1/7$ oranında olabilir. Bu oran, güçlü tarafın ne kadar güçlü olduğuna bakılarak fotoğrafçı tarafından ayarlanır diyerek bir anlamda ufuk çizgisinin fotoğrafçı tarafından önceden hesaplanması gerektiğini vurgular.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ

Araştırmanın bu bölümünde grafik tasarım ve afiş hakkında bilgi verilerek, afişin ne olduğu, nasıl tasarlandığı, tasarım aşamasında nelere dikkat edilmesi ve hangi malzemelerin kullanılması gerektiği konusunda bilgiler yer almaktadır.

3.1. Grafik Tasarım

Grafik tasarım, tasarımcıların sanat ve estetik kaygılarıyla birlikte iletişim kavramlarını da düşündükleri, vermek istedikleri mesajları çeşitli araçlarla oluşturdukları görsel iletişim çalışmalarıdır. “Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim, görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuşu olarak tanımlanabilir” (Esmeray, 2012:86). Grafik tasarım bir anlamda fikirlerin görselleştirilmesidir. Grafik tasarımcılar, bir fikri, bir mesajı verirken hedef kitleye ulaşma gayretindedir. Hedef kitlenin verilmek istenen mesajı algılaması grafik tasarım çalışmalarının önceliğidir. Grafik tasarım çalışmalarının temeli ilk çağlara kadar dayanmaktadır. Yazı ve tipografi, ambalaj, reklam, billboard, kitap, dergi, gazete, amblem, logo gibi birçok görsel iletişim çalışması birer grafik tasarım çalışmasının ürünüdür. “Grafik düzenleme adına yapılan tercihleri, tasarımcının yaratıcılığı, estetik kaygıları kadar reklamın amaç ve hedefleri de belirlemektedir. Bununla birlikte tasarımcı en iyi etkiyi verecek ve anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde görselleri, metinleri, sembolleri, renkleri sınırlı bir alan içinde yerleştirir” (Ürper, 2012:67). Bu yaklaşım tüm grafik tasarım çalışmaları için geçerli bir durumdur.

Grafik tasarımın insan hayatında pek çok kullanım alanı vardır. Önemli ve yaygın kullanılan grafik tasarım ürünlerinden biri de afiştir.

3.2. Afiş

Afiş, “...bir haberi bir olayı, siyasal, sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan, topluma duyurmak amacıyla, değişik yüzeyler üzerine yapılan ve belirli boyutlarda köy, kasaba ve şehirlerin çeşitli yerlerine asılan duyurulardır” (Tepecik,

2002:72). Tasarım açısından ise “...afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir” (Becer, 2002:201).

“Afiş kısa ömürlü bir tanıtım aracıdır. Önemli bir konu hakkında halkı en etkin bir biçimde haberdar eder. Kent içindeki çeşitli yerlere asılarak, insanlara olayları sürekli hatırlatması açısından, çok kullanılan bir kitle iletişim aracıdır. Afiş sadece üretim ve tüketim ilişkilerinde halka bilgi vermez. Bunun dışında sosyal, siyasal ve kültürel olayların halka ulaştırılmasında da önemli ve etkili rol oynar. Günümüz dünyasında televizyon gibi bir iletişim aracı bile afiş kadar etkili değildir. Çünkü afişin sürekli hatırlatıcı özelliği söz konusudur. Afiş insanlar üzerinde ideolojik ve estetik bir etkilenme yaratır. Bu etkilenme sayesinde insanların günlük alışkanlıkları ve düşünce biçimlerini yönlendirir. Çevresiyle sürekli bilgi alışverişi içinde bulunan insan, buradan aldığı uyarılar sonucu birtakım davranışlarda bulunmaktadır. Bu davranışların çevresini kullanması doğrultusunda olumlu ya da olumsuz oluşu, davranışı doğuran etkenlerdir” (Tepecik, 2002:59).

İlk afiş tasarımları daha çok süslü birer duyuru niteliğindeydi. “Dekoratif unsurlar zamanla mesaj ileten imgelere dönüştü. İmgelere mesaj iletme işlevi yüklenince sözcüklerin sayısı azalmaya başladı. Sonuçta imge sözel unsurlardan daha fazla önemsenmeye başlandı. Afiş tasarlandığı ülkenin kültürel ve sosyal özelliklerini yansıtan canlı ve estetik bir göstergedir” (Erden, 2011:13). Afişler tasarlanmaya başladığı zamanlardan günümüze kadar farklı tekniklerle oluşturulmuşlardır. Tasarlandığı döneme göre teknik ve içerik olarak çeşitlilik göstermiştir. Kübizm, Ekspresyonizm, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, De Stijl gibi modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur. Özellikle 18. Yüzyılda geliştirilen taşbaskı tekniği ile afiş tasarımları başka bir boyut kazanmıştır. Afişler mesaj verdiği gibi görsel olarak da daha sanatsal bir biçim kazanmıştı. Türkiye’de de “1920’lerde Münif Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan kitap kapağı, basın ilanı ve afiş alanında yaptıkları nitelikli çalışmalarla Türk grafik tasarımına öncülük etmişlerdir” (Becer, 2006: 114).

3.2.1. Afiş Türleri

Afişler dış mekan afişleri ve iç mekan afişleri olarak ikiye ayrılabiliriz. Dış mekan afişleri duvarlara, panolara asılırken, iç mekan afişleri ise salonlara, koridorlara asılır. İzlenme süresi dış mekan afişlerde, iç mekan afişlere göre daha kısadır. İç mekan afişleri boyut olarak da dış mekan afişlerine göre daha küçük ölçüde izlenme süresi daha uzun olan afişlerdir.

Afişler, reklam afişleri, kültürel afişler ve sosyal afişler olarak üç ana gruba ayrılarak incelenebilir. Reklam afişleri daha çok bir ürünü ya da bir hizmeti tanıtan, onu hedef kitleye pazarlamayı hedefleyen afişlerdir. Özellikle ekonomi sektöründe sıkça kullanılırlar. Kültürel afişler, adından da anlaşılacağı gibi kültürel faaliyetlerin duyurulmasını amaçlar. Sinema, tiyatro, konser, sergi festival vb. gibi etkinliklerin duyurulması için tasarlanırlar. Sosyal afişler ise çevre, trafik, eğitim, sağlık vb. gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikte tasarlanan afişlerdir. Üç grupta yer alan afişlerde de tasarımcının afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıkça aktarabilmeli, verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır.

3.2.1.1. Reklam ve Tanıtım Afişleri

Reklam afişleri hakkında bilgi sahibi olmak için öncelikle reklamın ne olduğu üzerinde durmak gerekir. Reklam, “bir ürün veya hizmet satmak üzere tasarımılanan ikna edici mesajlar. Daha geniş bir tanımı ise, malların ve hizmetlerin elde edilebilirliğiyle ve nitelikleriyle ilgili bilgilerin kimi araçlarla (basın, film, televizyon, vb.) geniş bir kamuya bildirmesi süreci şeklindedir” (Mutlu, 2012:260). Reklam, “firmanın hedef kitlesi içerisinde yer alan potansiyel alıcılarını reklama söz konusu olan mal, hizmet veya markanın gelecekteki alıcısı haline getirmeye yarayan bir süreçtir. Reklam öncelikle hedef tüketiciye bilgi veren, bir sonraki aşamada mal, hizmet ya da markaya karşı olumlu tutum geliştirmesini, sonuç olarak da tüketiciyi motive ederek amaçladığı yönde davranışta bulunmasını sağlayan bir etkileme aracı olarak karşımıza çıkmaktadır” (Ürper, 2012:59).

Reklam afişleri, ticari bir ürünü veya hizmeti tanıtmaya amaçlı üretilen grafik ürünlerdir. “Reklâm afişi, reklâmı yapılan ürünün çoğu zaman görüntüsü olmayı üstlenir. Hedef kitleyi alıcı durumuna getirmeyi amaçlamaktadır. Söz konusu ürünü satın alacak olan

tüketicinin karar verme sürecinde yeni girdiler sağlar” (Erden, 2011:14). Moda, endüstri, turizm vb. gibi sektörlerde reklam afişleri kullanılır.

Reklam afişlerinde diğer grafik tasarım çalışmalarında olduğu gibi farklı teknik ve tasarım elemanları kullanılabilir. Çok hızlı bir biçimde mesaj vermesi ve hedef kitleyi etkilemesi bakımından fotoğraf, reklam afişlerinde sıkça kullanılan etkili bir görsel tasarım ögesi olmuştur. “Çıplak gözle görülen biçimiyle, belgeleyici bir fotoğraf nesnel olup öznel yorumlardan uzaktır. Fotoğraf, grafik tasarımda ise, öznel bir yaklaşımla, konunun taşıdığı kavramları yansıtan bir görüntü haline gelir. Bu nedenle, bir tasarım çözümünde, önceden çekilmiş bir görüntüyü uydurmaya zorlamak yerine, iletiyi yansıtabilecek yeni bir fotoğraf çekilmesi daha doğru olacaktır” (Turgut, 2013:46). “Tanıtım fotoğrafında fotoğrafçının en önemli görevi, bir düşünceyi doğru algılayıp, bir mesajı, estetik değerleri de kullanarak kendi teknik olanakları ve yeteneği ile görsel kılmasıdır” (Ürper, 2012:73). Bu bağlamda reklam afişlerinde kullanılacak olan fotoğrafların, reklam fotoğrafçılığı başlığı altında değerlendirilmesi ve o doğrultuda çekimlerin gerçekleştirilmesi önemlidir. Burada bilinmesi gereken en önemli şeylerden biri de tasarımcının veya fotoğrafçının sadece estetik ve sanatsal bakış açısı yeteneğinin yeterli olmayacağı, bunun yanında fotoğrafta ışık, kadraj ve kompozisyon gibi teknik bilgilere de yeterli seviyede sahip olması gerektiğidir.

Bu araştırmanın temelini oluşturan örnek uygulamalar, bir ilin tanıtımını ve reklamını yapması bakımından reklam afiş grubunda yer almaktadır.

3.2.1.2. Kültürel Afişler

İnsanların toplu olarak bir eyleme çağırılması veya davet edilmesi için afişlerin yaygın kitlelere hitap etme gücünden yararlanılır. Fakat bu eylem kültürel bir özellik taşır. “Festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, tiyatro, sergi ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler bu gruba girer” (Becer, 2002:202) ve bu etkinliklerin kitlelere duyurulmasını hedefler.

3.2.1.3. Sosyal Afişler

Sosyal içerikli konular karşısında halkı bilinçlendirmek ve izleyicilerde belirli bir düşünce ve davranış değişikliği oluşturmak, onları sosyal sorunlar karşısında harekete geçmeye çağırmak, sosyal içerikli afişlerin ve grafik tasarım ürünlerinin amaçlarıdır. “Sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşünceyi ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler ise sosyal afişler grubunda yer alır” (Becer, 2002:202).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

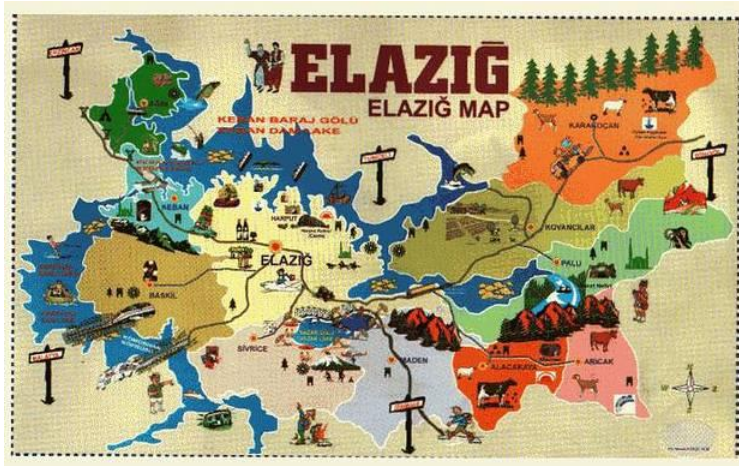
4. ELAZIĞ

Araştırmanın bu bölümünde Elazığ ili hakkında bilgiler verilerek genel bir çerçeve oluşturulacaktır. Elazığ ve yöresinin sosyal, kültürel ve tarihsel özelliklerinden bahsedilmiş ve Elazığ ilini tanıtmaya amacı ile hazırlanmış afiş tasarımlarına yer verilmiştir.

Elazığ'ı tanıtan afişlerin tasarlanabilmesi için öncelikle kent hakkında bilgi edinmek gerekir. Araştırmanın bu bölümünde örnek uygulamaların yapılacağı Elazığ ili ile ilgili bilgiler yer alacaktır. Elazığ'ın mekansal, sosyal, doğal, coğrafi, tarihi ve kültürel değerleri üzerine bir araştırma yapılmıştır.



Şekil 4. Elazığ'ın konumu



Şekil 5. Elazığ İl Haritası

4.1. Tarihçe

Elazığ ilinin tarihçesi incelenirken birçok medeniyete ev sahipliği yapması bakımından Harput ile bir bütün olarak değerlendirilmesi daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Zira Elazığ il merkezi yerleşim alanı olarak çok eski değildir. Fakat bölgenin tarihi oldukça eskilere dayanır.

Elazığ ve yöresinin yazılı tarihinin Hitit tabletlerindeki bilgilerle aydınlatıldığı görülmektedir. “Harput’un en eski sakinleri M.Ö. 2000 yıllarından itibaren Doğu Anadolu’ya yerleşen Hurriler’dir. Yine tarihi kaynaklara göre Hurriler’den sonra bölgenin Hitit hakimiyeti altına girdiğini görmekteyiz” (Çakmak, 2011:9). Hititler’den sonra M.Ö. 12. ve 7. yüzyıllar arasında yöreye Urartular hakim olmuştur. “Urartu dönemi ile ilgili olarak, Harput Kalesi başta olmak üzere, Altınova Norşuntepe’de ortaya çıkarılan Urartu yerleşmesi, Palu Kalesi, Karakoçan ve İzoli (Kuşsarayı)’ndaki çivi yazılı kitabeler yöredeki Urartu hakimiyetini açıkça ortaya koymuştur” (www.elazig.gov.tr, 01.09.2014).

1110 yılında Artuklu Belek Behram Harput ve yöresini ele geçirerek Artukoğulları dönemini başlatmıştır. Sultan Alparslan’ın kumandanlarından Artuk Bey, “Malazgirt Meydan savaşında bulunmuş ve Selçuklu Devleti’nin çeşitli yüksek mevkilerinde görev almıştır. Artuk Bey’in oğlu İlğazi Bey, Mardin’de “Mardin Artuklularını” ve Sukman bey ise “Hısnı Keyfa Artuklularını” kurmuştur. Artukluların bir kısmı da Harput’ta hüküm sürmüştür” (Buran ve Oğraş, 2003:3). Bunlara da Harput Artukluları denmiştir.

1234 yılında I. Alaaddin Keykubad’ın Artuklu hanedanına son vermesiyle Harput, Selçuklu Devleti’nin hakimiyeti altına girmiştir. Selçuklulardan sonra, bölgeye İlhanlılar, Dulkadiroğulları, Akkoyunlular sahip olmuşlardır. 1516 yılında Çaldıran Savaşı ile birlikte Harput, Osmanlıların eline geçmiştir.

“Coğrafi konumu itibariyle tarihin hemen her döneminde önemli bir yerleşim merkezi olan Harput, 1834’te doğu eyaletlerini ıslah etmek üzere görevlendirilen Reşid Mehmed Paşa, ovada yer alan Agavat Mezrası’nı merkez haline getirince, Elazığ Vilayeti’nin merkezi buraya taşınmıştır. Yeni kurulan şehir önceleri eyalet ve bilahare vilayet merkezi olmuş, bir ara Diyarbakır Vilayeti’ne bağlı bir sancak haline gelmiştir.

1875'te müstakil mutasarrıflık, 1879'da tekrar vilayet olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu'nun son yıllarında Malatya ve Dersim sancakları da buraya bağlanmış, 1921'de bu iki sancak Elazığ'dan ayrılmıştır” (www.elazig.gov.tr, 01.09.2014).

Elazığ ve yöresi günümüzde de Doğu Anadolu bölgesinin önemli kültür ve turizm şehri olarak varlığını sürdürmektedir.

4.2. Tarihi ve Turistik Yerler

Elazığ ve yöresi, tarihi ve coğrafi değerleri bakımından Türkiye'nin önemli şehirlerinden biridir. Yöre turistik anlamda da zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Kalelerin, hamamların, camilerin, çeşmelerin, türbe ve kümbetlerin çokça yer aldığı ve tarihi boyunca bir çok farklı medeniyete ev sahipliği yaptığı Harput ve yöresi, tarihi mekanların oldukça fazla olduğu bir bölgedir.

Bölgenin en önemli tarihi yapılarından biri Harput Kalesi'dir. Kale, Harput'un güneydoğusunda kayalar üzerine inşa edilmiştir. Tarih boyunca bölgeye hakim olan devletler tarafından kullanılmıştır. “Kale'nin ön yüzü yaklaşık 75-80, güneyi 150-200, yanları ise 400-450 metre arasında olup, yüksekliği yer yer değişmektedir. Kalenin asıl yapısı M.Ö. takriben 900. yıla aittir. Urartular devrinde yapıldığı bilinmektedir. Bu kale çeşitli tarihlerde onarımlar görmüş ve önemli ölçüde günümüze kadar gelebilmiştir” (www.elazig.bel.tr, 01.11.2015). Harput Kalesi'nin yapımı sırasında harcında süt kullanıldığı rivayetlerinden dolayı yörede ‘Süt Kale’ olarak da bilinmektedir. Son yıllarda yapılan restorasyon çalışmaları ile kalenin içinde çeşitli yaşam alanları, farklı medeniyetlere ait izler görülmüştür.

Ulu Camii, bölgenin en eski ve önemli tarihi eserlerinden bir diğeridir. Dışardan bakıldığında en belirgin özelliği minaresinin eğri olmasıdır. “Dikdörtgen planlı, duvarları moloz taştan, kubbe, kemerler ve minare tuğladan yapılmıştır. İki kapısı bulunmaktadır. İki yanı birbirinden ayrı motiflerle süslü olup, kufi yazılar dikkat çekicidir. Artukoğulları dönemine ait olan bu cami 1156-1157 yıllarında Fahrettin Karaaslan tarafından yaptırılmıştır” (www.elazig.bel.tr, 01.11.2015). Ulu Camii, günümüzde de ibadete açık olan ender tarihi camilerden biridir.

Dabakhane, Harput'un kuzeyinde yer alan tarihi hamamlardan biridir. Yöre halkı suyunun şifalı olduğuna inanır. “Sıcaklığı 5°C olan su renksiz, kokusuz, berrak, içme

suyu kriterlerine uygun olup, iletkenliği 410mg ve PH 7,9'dur. İçerisinde sodyum, potasyum, karbonat, sülfat, klorür, iyodür, amonyak, nitrat ve nitrit bulunur" (www.elazig.bel.tr, 03.10.2015). Günümüzde de yerli ve yabancı turistlerin ilgi gösterdiği Dabakhane, ziyaretçilere hizmet vermektedir.

Balakgazi Heykeli, Elazığ'lı heykeltıraş Nurettin Orhan tarafından 1964 yılında yapılmıştır. "Balakgazi parkı içerisinde bulunan bu anıt Oğuzların Kayı boylarından ve Sultan Alparslan'ın kumandanlarından olan Artuk Bey'in torunu (Behram Bey'in oğlu) Belek Gazi'ye aittir" (www.elazig.bel.tr, 03.11.2015). Heykelin bulunduğu yerin Elazığ şehrini yüksekten görmesi, Harput'a giden turistlerin uğrak yeri olmasına neden olmuştur.

Arap Baba, halk arasında efsaneleriyle bilinen, rmemiş cesediyle türbesi Harput'ta bulunan zatlardan biridir. Arap Baba'nın cesedi, türbe içinde yer alan, üzeri yeşil kumaşla örtülü, camdan bir sanduka içerisinde bulunmaktadır. Türbe, Arap Baba Mescidi kitabesinde yer alan bilgilere göre 1279 yılında Selçuklu hükümdarı III. Gıyasettin Keyhüsrev zamanında Yusuf Bin Arap şah Bin şaban tarafından yaptırıldığı bilinmektedir. "Minaresi dıştan türbe ile mescidin tam orta kısmına gelen bölümde yapılmıştır. Kapısı mescidin içindedir. Kaidesi alttan beş sıra taş üstünde alçı ve sıva izi görülen ve hemen hiçbir Selçuklu Mescidinde bulunmayan, emsalsiz sıra bordrldr. Mescit kare planlıdır. Selçuk genleri ile kubbeye geçilir" (akmak, 2011:23).

Yörenin kültürel anlamda zenginliğinin bir göstergesi de İşlami eserlerin bolca bulunduğu bir kentte kilisenin de olmasıdır. "Tarihi Harput şehrinde M.S. 179 yılında yapılan Meryem Ana Kilisesi, Harput kalesinin doğusunda bulunmaktadır. Zemini ile arka duvarını Harput kalesinin üzerine yapıldığı kaya teşkil etmektedir. Kilise 150m² büyüklüğünde taştan yapılmıştır" (www.elazig.bel.tr, 01.11.2015). 1999 yılında bakımı yapılan kilise günümüzde de ibadet ve ziyarete açıktır.

Buzluk mağarası, Harput'un kuzeydoğusunda yer alan büyük bir mağaradır. Mağaranın tarihi Harput'un tarihi kadar eskidir. Urartular döneminde mağaranın yazın yiyeceklerin saklandığı soğuk bir mekan olarak kullanıldığı düşünülmektedir. "Buzluk mağaralarının, jeomorfolojik yapısı nedeniyle burada gerçekleşen klimatolojik şartlar ve hava sirkülasyonu özelliğinden dolayı yaz ayları içinde doğal olarak tabakalar sarkıt ve dikitler halinde, bazı kısımlarında bal peteğini andıran buz tabakaları oluşmaktadır. Kış aylarında ise tam tersine sıcak hava oluşur" (www.elazig.bel.tr, 05.10.2015).

Pertek Kalesi, Keban baraj gölü içerisinde bir ada olarak günümüze ulaşan tarihi mekanlardan biridir. İlk zamanlar Murat Nehri'nin kenarında yer alırken, Keban Barajı'nın yapılmasıyla etrafı sularla çevrili bir ada haline gelmiştir. "Kale kesme ve moloz taştan yapılmıştır. Çevresindeki kayalardan da savunma amaçlı olarak yararlanılmıştır. Kale iç içe iki surdan meydana gelmiştir. Kuzeybatısındaki bir kapıdan iç kaleye girilmektedir. Güney duvarında da yer yer taşlar arasında mavi renkte çini parçaları ile karşılaşmıştır." (www.e-tarih.org, 02.11.2015).

Birçok farklı medeniyetin izlerini taşıması bakımından yörenin önemli tarihi eserlerden biri de Palu Kalesi'dir. Elazığ'ın Palu ilçesinde bulunan ve Murat Nehri kenarında inşa edilen kale, kuzey ve batısının sarp olması nedeniyle ele geçirilmesi zor bir kale haline getirilmiştir. "Palu Kalesi'nde Urartu dönemine ait birçok eser günümüze kadar ulaşmıştır. Kitabe, kaya mezarları, kaya tünelleri, tapınaklar, su sarnıçları, tapınma nişleri, kaya merdivenleri ve kaya ambarları gibi yeryüzünde örneğine az rastlanan birçok yapı mevcuttur" (www.palu.gov.tr, 02.11.2015).

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinin önemli turizm alanlarından biri de Hazar Gölü'dür. Hazar Gölü, Elazığ'ın güneyinde yer alan Hazarbaba ve Mastar dağları arasında bulunan tektonik bir göldür. "Uzunluğu 22 km, genişliği 5-6 km. olan göl, günün her saatinde değişik görünüm kazanarak mavinin ve yeşilin her tonunu gösterir. Suyu berrak, sodasız ve tuzsuzdur" (www.elazig.gov.tr 15.10.2015). Hazar Gölü'nde "sualtı arkeologları tarafından yapılan çalışmalar sonucunda, 11. yüzyıla ait bir yerleşim yerinin izleri bulundu. Evliya Çelebi'nin de Seyahatname'sinde de adı geçen, sular altındaki yerleşim bölgesi pek çok özelliği ile bölgenin tek örneği sayılıyor" (Çakmak, 2011:29). Hazar Gölü her yıl çevre illerden birçok turisti ağırlamaktadır.

Türkiye'nin en önemli ve en büyük barajlarından biri olan Keban Barajı, Elazığ'ın Keban ilçesinde bulunmaktadır. Keban Baraj Gölü ise Türkiye'nin en büyük ikinci yapay gölüdür. "1965 yılında yapımına başlanılmıştır. 1974 yılında ilk 4 büyük tribünü, 1981 yılında da diğer 4 tribünü devreye girmiştir. Barajın yıllık enerji üretimi 6 Milyar KW/Saat'dir. Kurulduğunda Türkiye'de üretilen elektriğin %20'sini tek başına karşılamıştır" (www.dsi.gov.tr, 03.10.2015). Bölgenin önemli geçim kaynaklarında biri de göl üzerinde yapılan balıkçılıktır. Elektrik üretiminin yanı sıra göl ve akarsu üzerinde kurulan çiftliklerde balık üretimi yapılmaktadır.

4.3. Elazığ'da Kültür

Tarihi boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan Harput, kültürel anlamda da zengin bir coğrafyaya sahiptir. Elazığ, dünyaca ünlü Çaydaçıra halk oyunu, kürsübaşı geceleri, musiki, el sanatları, yöresel kıyafet, orcik, orcik şekeri, öküzgözü üzümü, Ağın leblebisi ve çedene kahvesi gibi kültürel değerlerin yer aldığı bir yöredir.

Harput Musikisi ve halk oyunları Elazığ'da kültür deyince ilk akla gelen kültürel faaliyetlerdir. Elazığ'da icra edilen müzik Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne göre farklılık göstermektedir. Bu farklılık, "Harput'un idari bir merkez olması nedeniyle saray müziğinin bu yöreye hakim olması ile izah edilebilir" (Özer, Kaya, Kazazoğlu, ve Bircan, 2004: 31). Yöre halkı tarafından 'gırnata' olarak adlandırılan klarnetin yanı sıra cümbüş, kanun, keman, ud, davul, darbuka ve tef Harput musikisinin icra edildiği müzik aletleridir.

Yörenin halk oyunları incelendiğinde birçok farklı oyunun olduğu görülmektedir. Başta Çayda Çıra olmak üzere Halay, Delilo, Nure, Temirağa, Avreş, Keçike, Çepik, Büyük Ceviz, Tamzara, Güvercin, Kılıç - Kalkan, Şeve Kıрма, Çiftetelli, Ağırlama, Çikçiko, Habudiyar, Gelin Oyunu ve Üç Ayak gibi halk oyunları oynanmaya devam etmektedir. Bunların dünyaca ünlü olanı, mumlu dans olarak da bilinen Çayda Çıra oyunudur. Çayda Çıra oyununun halk arasında bazı efsaneleşmiş hikayeleri bulunmaktadır. "Oyun, orijini itibarıyla aydınlatma amacı güdülerek ortaya" (Çakmak, 2011: 32) çıktığı düşünülmektedir. "Düğünlerde kına gecelerinde ve belli başlı eğlencelerde mutlaka oynanır. Oyunu kadın erkek birlikte veya ayrı ayrı oynarlar. Her iki elde tutulan tabaklar içine kına ve çamura dikilmiş yanan mumlarla oynanan kıvrak ve neşeli bir oyundur" (Özer, Kaya, Kazazoğlu, ve Bircan, 2004: 67). Çayda Çıra oyunu, Elazığ'ın simgeleyen kültürel unsurlardan biri haline gelmiştir.

Harput musikisinin icra edildiği kültürel faaliyet alanlarından biri de Kürsübaşı eğlenceleridir. "Eski Harput evlerinde kış mevsiminde kullanılan adeta soba görevi yapan özel olarak düzenlenmiş kürsü etrafında ısınmak sohbet etmek eğlenmek amacıyla bir araya gelinmesine kürsübaşı denilir" (Çakmak, 2011:36). Kürsübaşı eğlenceleri, günümüzde de varlığını korumakta, fakat daha çok sohbet ve eğlence amaçlı düzenlenmektedir.

150'ye yakın yemek çeşidi ile Türkiye'nin en zengin mutfaklarından biri olan Elazığ mutfağı, Elazığ'ın önemli kültürel değerlerinden biridir. Harput Köfte, Patıla, Taş Ekmeği, İçli Köfte, Gömme, Sırrın, Ekşili Köfte, Elazığ Güveci, Keşkek, Dolanger, Bulamaç, Peynirli Ekmek, Kelecoş, İşkene, Üfeleme bunların önde gelenleridir.

Yemeklerin yanı sıra kayısı, dut, erik, armut, elma gibi kurutulmuş meyveler de yöre halkı tarafından tüketilen yiyeceklerdendir. Elazığ'ın ünlü yiyeceklerinden biri de orcik adı verilen pekmezle yapılan cevizli sucuktur. Yine menengiç ile yapılan 'çedene kahvesi' de özellikle kış aylarında tüketilen yöresel bir içecektir. Bu yöresel ürünler, yöre halkı tarafından yapılmaya devam ettiği gibi Elazığ'ın eski çarşılarından biri olan 'Kapalı Çarşı' başta olmak üzere hemen her alışveriş merkezinde de bulunabilmektedir.

Harput ve yöresinin kültürel özelliklerini yansıtan bir diğer kültür mirası kılık kıyafetleridir. Günümüzde şehir merkezinde çoğunlukla modern kıyafetlerin tercih edildiği görülmektedir. Köy ve ilçelerde yöresel kıyafetlerin kullanılmaya devam ettiği görülmektedir. Yöresel kıyafetlere bakıldığında erkekler, gömlek, ceket, kolsuz yelek, kuşak, şalvar ve kundura giyerler. "Fesin Harput giyim kültürüne girmesinden sonra fese puşu sarmak adet olmuştur. Ancak günümüzde bu giysi yoktur. Cumhuriyet döneminde başa "Sekiz köşe" diye tabir edilen şapkanın giyildiği görülür. Bugün dahi köylerde sekiz köşeli şapka giyenlerin sayısı epeyce kabarıktır" (www.elazigkulturturizm.gov.tr, 20.11.2015). Yöresel kadın kıyafetleri ise, üçetek-şalvar, cepken-şalvar, entari olmak üzere üç tiptir. Yöreyi sembolize etmesi ve bir gösterge haline dönüşmüş olması bakımından en önemli yöresel kıyafetin sekiz köşe şapka olduğunu söylemek mümkündür.

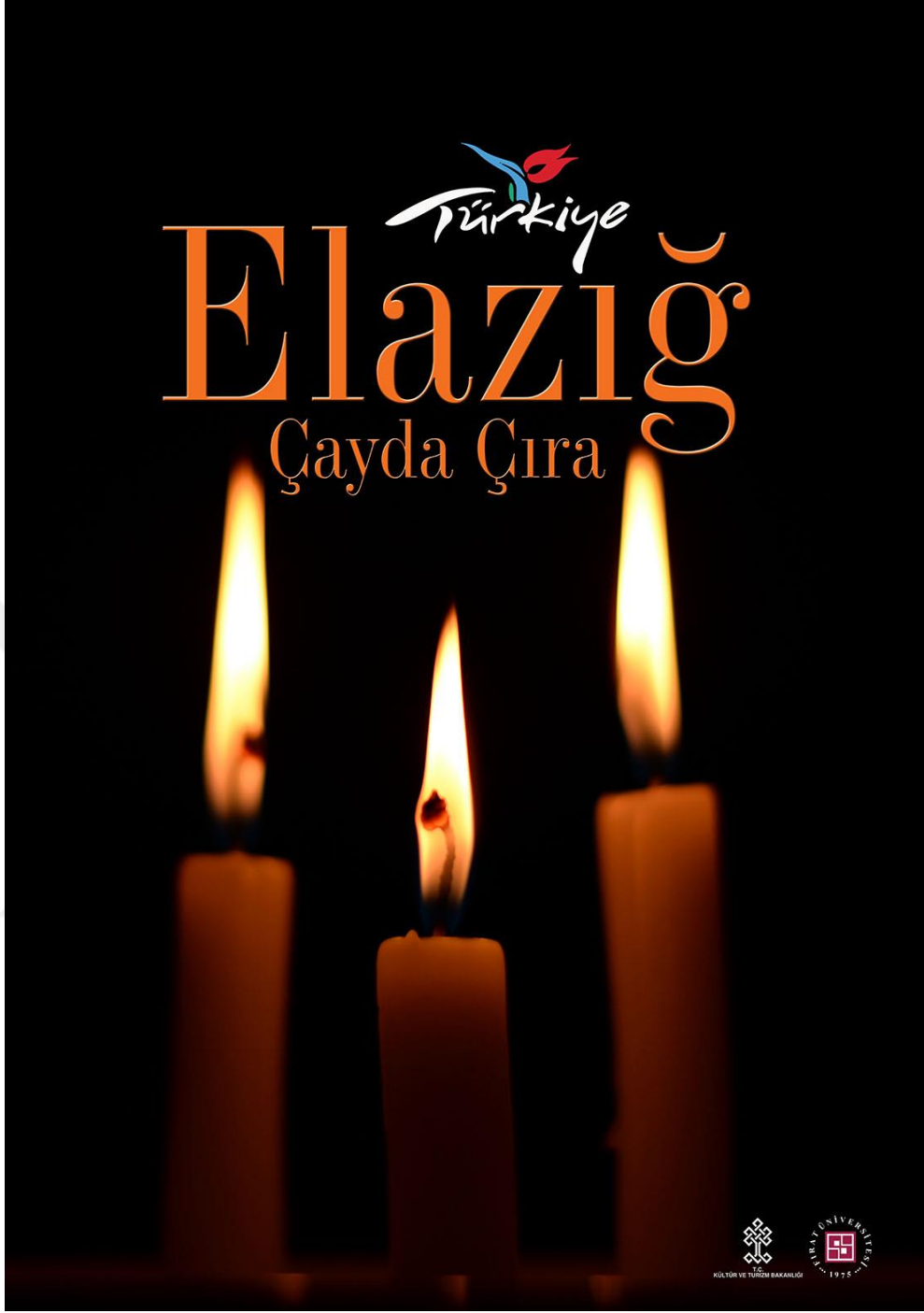
Harput'un en eski ekonomik kaynaklarından biri olan geleneksel el sanatları, Elazığ'ın kültürel zenginliklerinden biridir. "Sanayileşme ve bunun getirdiği ekonomik değerler ve toplumsal değişiklikler, gelenekselliği ağır basan el sanatlarının kiminin tamamen yok olmasına (ipekçilik, yemenicilik, keçecilik, debakçılık, kökboyacılığı, bakırcılık, halk mimarisi oymacılık ve çit baskıcılığı bunların arasındadır), kiminin de azalmasına neden olmuştur" (Özel, 2008:31). Yörenin geleneksel el sanatları günümüzde varlığını sürdürse de çok azı devam etmektedir.

Elazığ kültürünün en önemli bir parçalarından birinin Harput Ağzı olduğu söylenebilir. "Türkü, mani, hoyrat, atasözü, masal, deyim, ninni gibi sözlü edebiyat ürünleri ile günümüze ulaşan Harput ağzı, hala canlı bir biçimde gerek merkez ve merkeze bağlı köylerde gerekse Ağın, Keban, Maden, Sivrice, Pertek, Çemişgezek, Hozat, Kemaliye, Arapgir yörelerinde çok az farklılıkla kullanılmaktadır" (www.elazigkulturturizm.gov.tr, 15.10.2015). Ancak, toplumsal hayattaki gelişmeler dili de etkilemiştir. Günümüzde Harput ağzı konuşmaların ve yazılı anlatımların azaldığını söylemek mümkündür.

4.4. Afiş Önerileri

Araştırmanın bu bölümünde Elazığ'ın kültürel özelliklerinin yanısıra tarihi mekanlarının da yer aldığı 22 fotoğraf üzerinden afiş uygulamaları yapılmıştır. Tasarımlarda kullanılan fotoğraflar, Nikon DF ve Nikon D7000 dijital fotoğraf makineleri ile çekilmiştir. Afişler, 70x100cm ebatlarında, Adobe Photoshop yazılımı ile tasarlanmıştır.

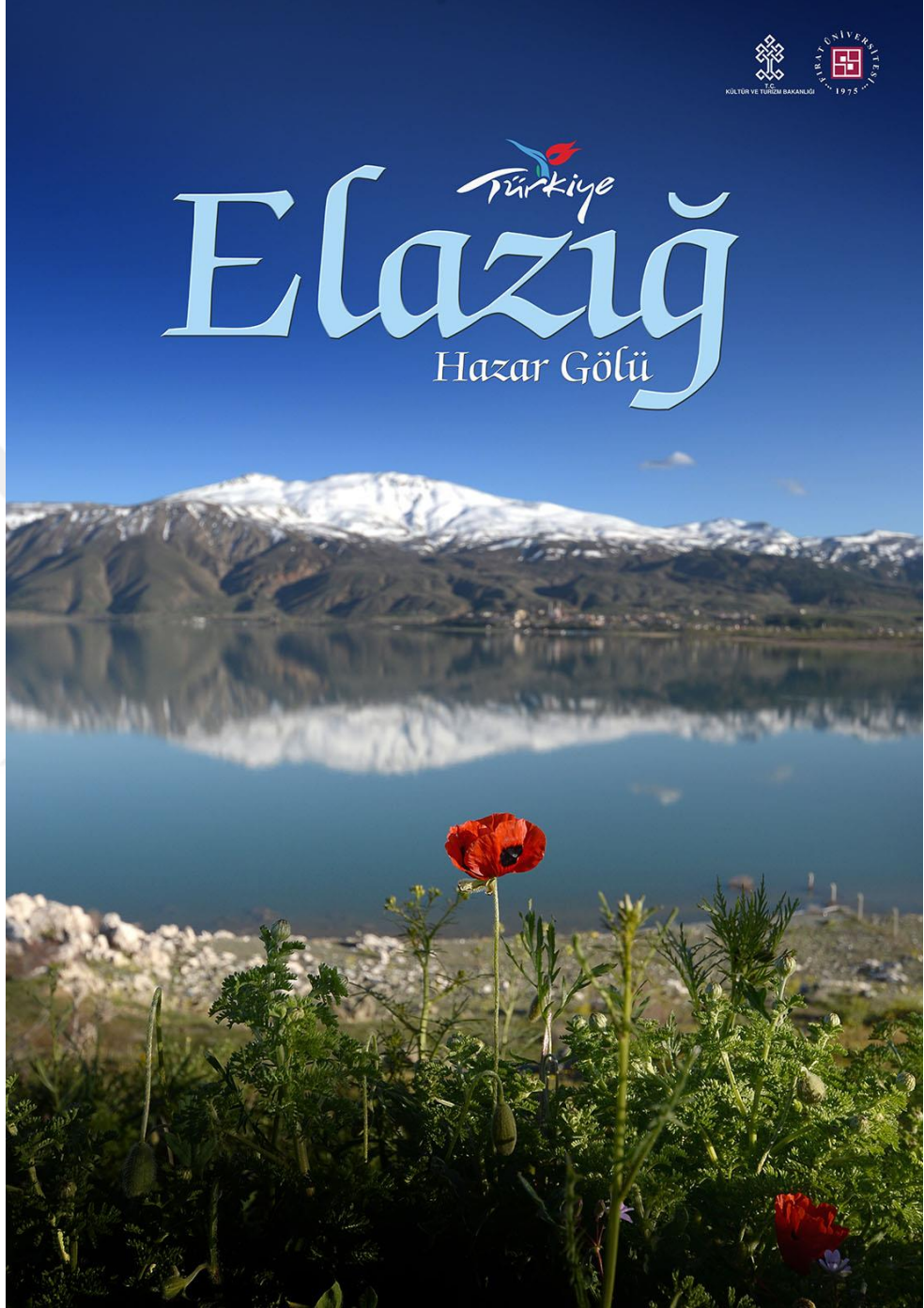




Resim 2. Elazığ'ın önemli kültür simgelerinden Çayda Çıra. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

Elazığ kültürünün önemli kültürel simgelerinden biri Çayda Çıra halk oyunudur. Afişte kullanılan mum görseli, çayda çıra oyununu simgelemektedir. Genellikle şamdan içerisinde kına veya çamura batırılmış üç adet mum ile oynanan çayda çıra oyunu, afişte

yakın plan gösterilen mumlar ile vurgulu bir şekilde yansıtılmıştır. Afişte gösterilen Çayda Çıra oyunu ile yörenin geleneksel motiflerine gönderme yapılmıştır.



Resim 3. Hazar Gölü. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Hazar Gölü ve Hazar Baba Dağı fotoğrafının yer aldığı afişte, ön planda gösterilen gelincik çiçeği ile aynı zaman diliminde farklı mevsimsel görüntülerin

oluştugu vurgulanmıştır. Hazar Gölü ve Hazar Baba Dağı turizm açısından bir bütünlük arz ettiği gibi bu afişte de görsel olarak bir bütün halinde sunulmuştur. Kar, su ve çiçeğin varlığı, yörenin coğrafi bakımdan canlılığına göstergedir.



Resim 4. Elazığ’ın turizm yerlerinden biri olan Hazar Gölü ve Hazar Baba Dağı. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Hazar Gölü ve Hazar Baba Dağı fotoğrafının yer aldığı afişte, ön planda gösterilen gelincik çiçeği ile aynı zaman diliminde farklı mevsimsel görüntülerin olduğu vurgulanmıştır. Yatay kadraj fotoğraf ile daha dengeli ve kararlı bir görüntünün olduğu söylenebilir. Gelincik, dağ ve tipografik görüntülerin çakışması ile ön arka ilişkisi kurularak afişte derinlik ve perspektif vurgusu yaratılmıştır. Hazar Gölü ve Hazar Baba Dağı turizm açısından bir bütünlük arz ettiği gibi bu afişte de görsel olarak bir bütün halinde sunulmuştur. Kar, su ve çiçeğin varlığı, yörenin coğrafi bakımdan canlılığına göstergedir.



Resim 5. Elazığ’ın turizm yerlerinden biri olan Sivrice ilçesi. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Afişte, Hazar Gölü ve Hazar Gölü kıyısında yer alan Sivrice ilçesinin görüntüsü yer almaktadır. Afişin üçte ikilik kısmında verilen Hazar Gölü ve üzerindeki yansıma dikkat çekmektedir. Tipografinin fotoğraf ile uyumu açısından göle yansıması uygulanarak görsel bir bütünlük sağlanmıştır. İlçenin bir tarafında karla kaplı bir dağın, diğer tarafında ise berrak ve dingin bir gölün arasında bulunması, turistik açıdan önemli bir yerinin olduğunu göstermektedir. Yansımanın ön plana çıktığı bu çalışmada, Hazar Gölü’ndeki batık şehre gönderme yapmaktadır. Suyun üstünde olduğu gibi altında da yaşam olduğunu çağrıştırmaktadır.



Resim 6. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Harput Kalesi. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Afişte, Elazığ'ın ve bölgenin en eski ve en önemli tarihi mekanlarından biri olan Harput Kalesi görüntüsü yer almaktadır. Farklı açılardan farklı etkiler yaratabilen Harput Kalesi bu afişte, batı yönünden fotoğraflanmıştır. Bu açıdan bakıldığında yatay bir görüntü veren kale, dikey kadraj kullanılarak afişin daha hareketli ve dinamik bir

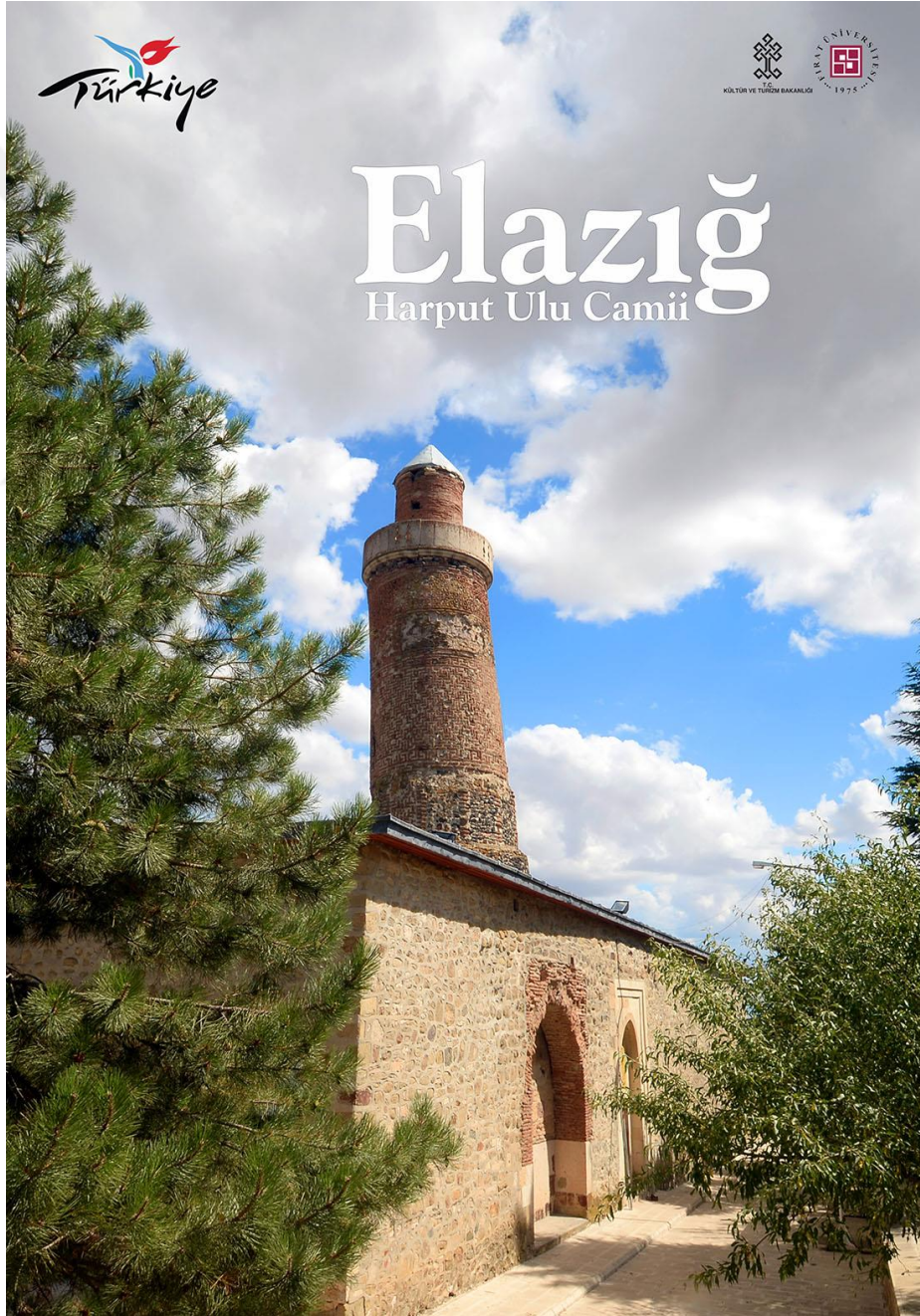
yapıya dönüşmesi sağlanmıştır. Kalenin görüntüsü, yörenin tarihi geçmişine vurgu yapmaktadır.



Resim 7. Cevizli sucuk olarak bilinen Orcik. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

Genellikle cevizli sucuk olarak bilinen fakat Elazığ'da Orcik adıyla nam salmış olan bu yiyecek, afişin ana teması olarak kullanılmıştır. Orcik Türkiye'nin pek çok yöresinde yapılsa da Elazığ'da çeşitli malzeme ve uygulamaları ile farklı bir tat olarak

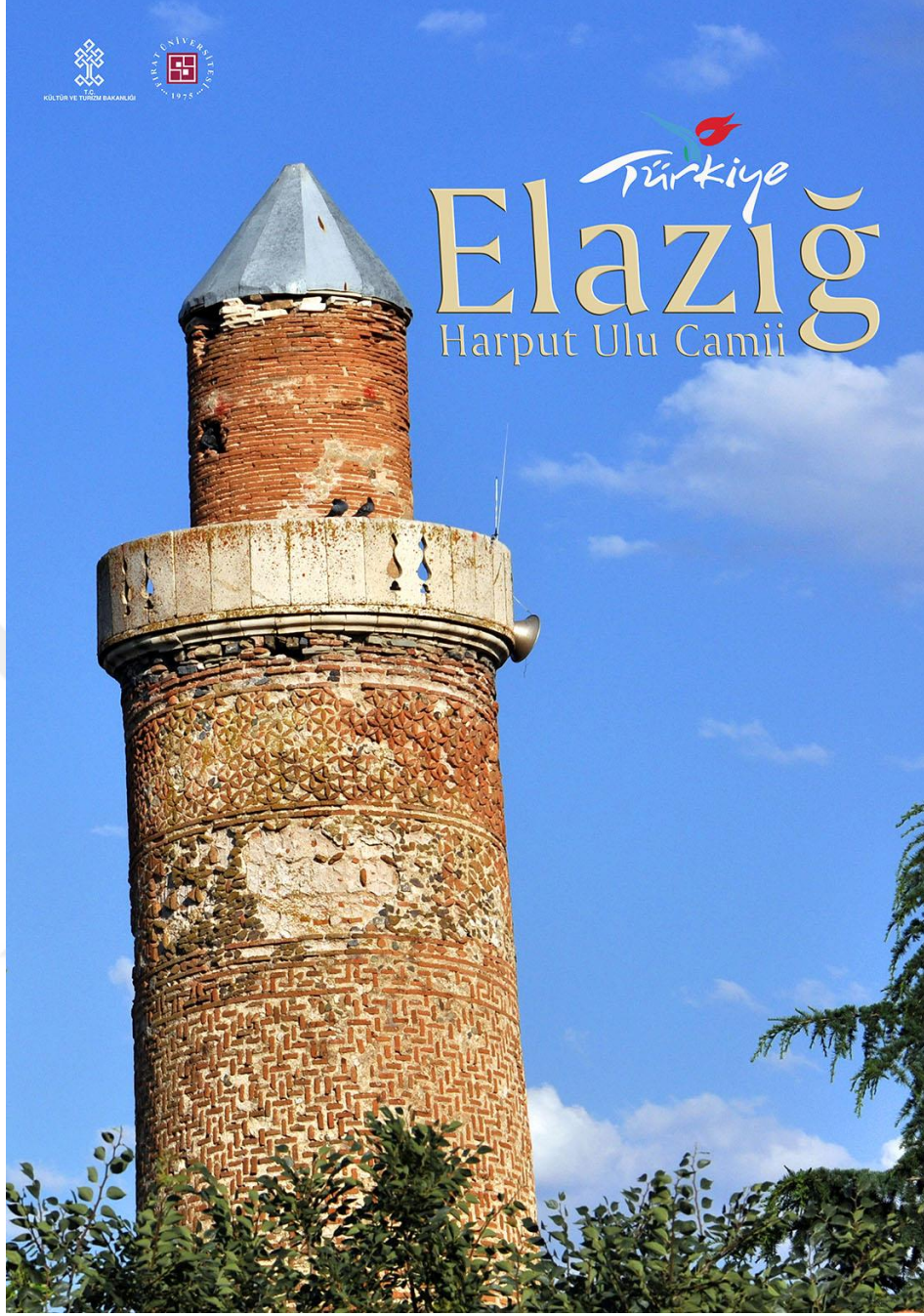
sunulmaktadır. Afişte yer alan fotoğrafa bakıldığında alan derinliği kullanılarak vurgu tamamen orçik üzerindedir. Ön ve arka plan flulaştırılarak dikkat çekmesi gereken yerin orçik olduğu gösterilmektedir. Arka planın flu olmasına karşın mekana ilişkin göndermeler ve o mekanın nasıl bir yer olduğuna ilişkin ip uçları verilmiştir. Fotoğrafta oluşan bokeh etkisi, o mekanın kapalı bir mekan olduğu ve ışılandırılmış bir çarşı olduğu izlenimi yaratmaktadır. Bu mekan, orçik ve diğer yöresel ürünlerin satıldığı Elazığ'ın en eski alışveriş merkezlerinden biri olan Kapalıçarşı'dır. Afişte kullanılan renkler, yörenin canlılığına gönderme yapmaktadır.



Resim 8. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Ulu Camii. (Fotoğraf: Gülten Acar)

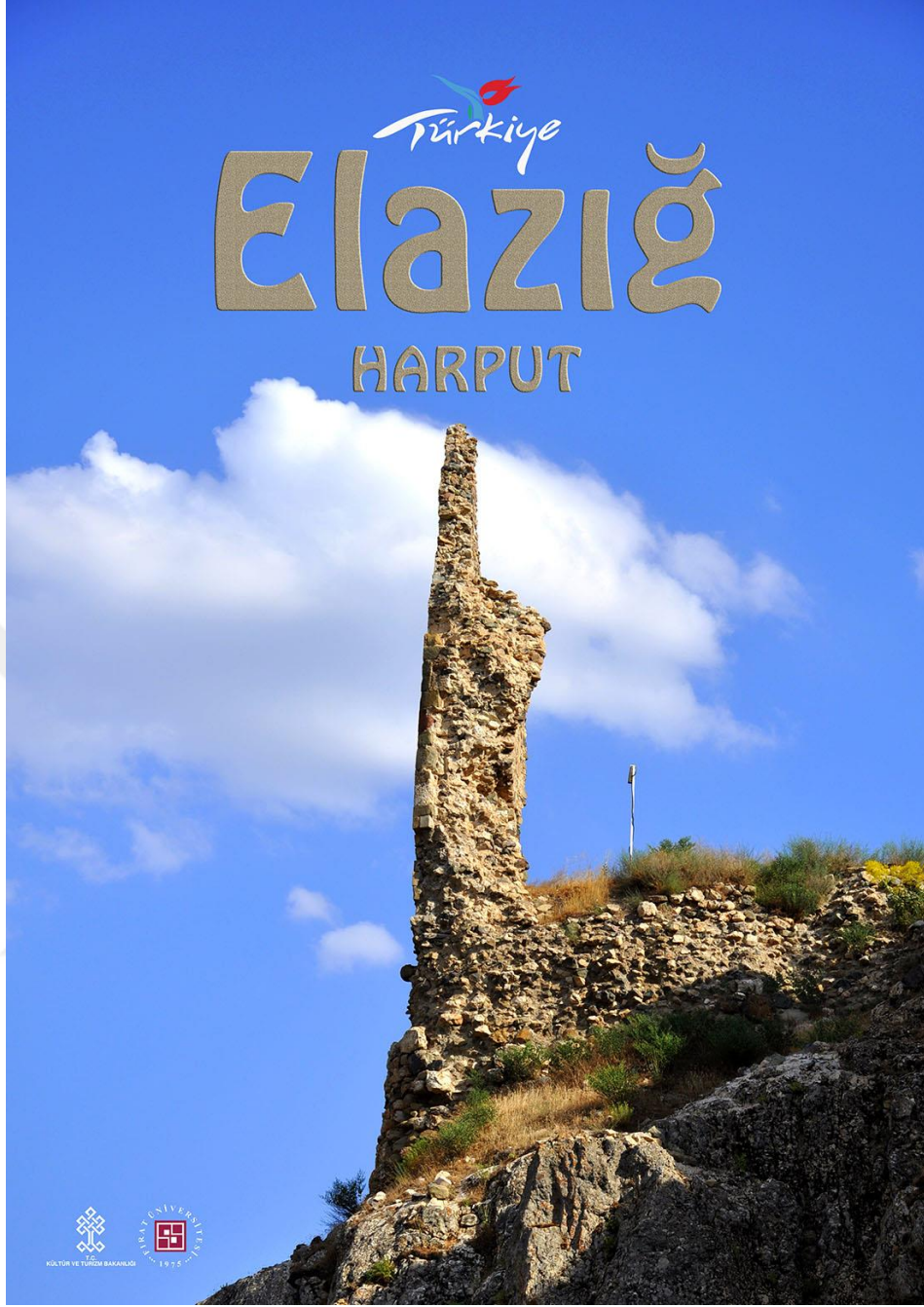
Afişte, Elazığ'ın ve bölgenin en eski ve en önemli tarihi mekanlarından biri olan Ulu Camii görüntüsü yer almaktadır. Afişte yer alan fotoğrafta caminin minaresi ön plan çıkarılmıştır. Ulu Camii'nin en önemli özelliği minaresinin eğri olmasıdır. Bu çalışmada da kullanılan fotoğrafın çekildiği açıya bakıldığında minarenin eğriliği açıkça gösterilmiştir. Minarenin eğri ama sağlam bir görüntü vermesi zamana karşı dik durması olarak yorumlanabilir.





Resim 9. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Ulu Camii. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Harput Ulu Camii'nin konu edildiği bir diğer afişte ise yine minare ön plan çıkarılmıştır. Fotoğrafın çekildiği açı minarenin eğriliğini bariz bir şekilde göstermektedir. Fakat asıl vurgu minarenin bir diğer özelliği olan işlemesindedir. Yakın plan fotoğraflanarak hem minarenin işlemesi gösterilmiş hem de minimalist bir yaklaşımla görsel bir vurgu yaratılmıştır.



Resim 10. Harput Kalesi'nden bir kesit. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Elazığ ve yöresinin tarihi mekanlar açısından oldukça zengin olduğu önceki bölümlerde verilmişti. Bu afiş çalışmasında tarihi mekanların zenginliğini gösteren bir kesit yer almaktadır. Afişte bulunan görüntü Harput Kalesi'nden bir yapıya aittir. Görsel açıdan sade ve vurgulu bir görüntü oluşmaktadır. Afişte yer alan görüntü işaret parmağı gibi görünmektedir. Bu da yöre halkının inancı hakkında ip uçları vermektedir.



Resim 11. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Palu Kalesi. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

Afişte, Elazığ'ın ve bölgenin en eski tarihi mekanlarından biri olan Palu Kalesi'nden bir minare görüntüsü yer almaktadır. Fotoğrafın çekildiği açıya bakıldığında aşağıdan yukarıya doğru görüntülendiği görülmektedir. Minarenin oluşturduğu perspektif gökyüzüne doğru oluşan hareket ile verilmiştir. Böylece izleyicide 'yüce' 'ulu' gibi kavramları hissettirecek dini duygulara hitap edecek görüntü

oluşturulmaya çalışılmıştır. Yine fotoğrafta kullanılan boşluk, vurgunun mekan üzerinde olmasını sağlamış ve tipografi mekan ile uyumlu bir şekilde verilmiştir.



Resim 12. Murat Nehri ve Palu ilçesi. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Bölgenin eski yerleşim yerlerinden biri de Elazığ'ın Palu ilçesidir. Afişte Palu Kalesi'nden çekilmiş bir fotoğraf yer almaktadır. Oluşturulan kompozisyona bakıldığında Murat Nehri kadraj üzerinde “S” biçiminde kıvrılarak fotoğrafta yapısal bir kompozisyon ögesi olarak gösterilmiştir. Nehrin bu görüntüsü afişe bir derinlik ve

hareket katmasının yanında içerik olarak da zaman ve tarih göndermeleri yaptığı söylenebilir.



Resim 13. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Hazar Gölü.

Hazar Gölü, günün farklı saatlerinde farklı görüntüler veren doğal bir göldür ve Elazığ'ın önemli turizm merkezlerinden biridir. Afişte Hazar Gölü günbatımında görüntülenerek verilmiştir. Kompozisyon yapısal olarak üçte bir kuralına uygun bir şekilde oluşturularak afişte yer alan tipografik öğelerin kullanılmasına olanak sağlamıştır. Tipografide kullanılan renk, afişte bulunan renklerle uyumlu bir şekilde gösterilmeye çalışılmıştır. Güneşin ve suyun varlığı bolluk-bereket gibi kavramlara gönderme yapmaktadır. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)



Resim 14. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Keban Barajı.
(Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

Keban Barajı Elazığ'ın olduğu kadar Türkiye'nin de önemli ve en büyük barajlarından biridir. Bu nedenle turizm açısından önemli bir yere sahiptir. Barajın elektrik enerjisi üretiminin yanında göl ve akarsu kısımlarında balıkçılık, tarımsal sulama, sportif faaliyetler yapılmasına olanaklı bir yer olması nedeniyle Keban bölge için önemli turizm alanlarından biridir. Afişte yer alan fotoğraf, Keban Barajı'nın kuzeybatısında yer alan Seyir Tepesi denilen dağdan çekilmiştir. Bu fotoğraf ile hem barajın göl kısmı, hem de akarsu kısmı bir arada verilmiştir. Arka planda bulunan dağların görüntüsü ile birlikte bakıldığında barajın ne kadar büyük bir yapıya sahip olduğu gözlenmektedir.



Resim 15. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Keban Barajı.
(Fotoğraf: Gülten Acar)

Keban Barajı'nı konu edinen bir diğer afişte yer alan fotoğraf ise, karşıdan çekilerek barajın mimari yapısı ön plana çıkarılmıştır. Fırat Nehri'nin başlangıç yeri olan Keban Barajı, bolluk ve bereketin simgesi olmuştur.



Resim 16. Elazığ'ın en önemli turistik yerlerinden biri olan Keban Çırçır Şelalesi. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

Dünyanın en genç şelalelerinden biri olan Çırçır Şelalesi bu afişin ana teması olmuştur. Son dönemlerde tanınırlığının artması ile turizm açısından bölgenin önemli uğrak yerlerinden biri olmuştur. Suyun akışı uzun pozlama ile bir tül gibi fotoğraf karesi üzerinde gösterilmiştir. Kompozisyon olarak yapısal açıdan üçgen görüntüsü vermesi dikkat çekiciliği artırmasına yardımcı olmuştur. Suyun rengindeki tonlamalar izleyicide soğuk hissini uyandırmaktadır. Suyun hareketi bereket-bolluk kavramlarını çağrıştırmaktadır.



Resim 17. Yörenin en eski tarihi eserlerinden biri olan Harput Kalesi. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

Afişte, Elazığ'ın ve bölgenin en eski ve en önemli tarihi mekanlarından biri olan Harput Kalesi farklı bir açıdan gösterilmiştir. Farklı açılardan farklı etkiler yaratabilen Harput Kalesi bu afişte, aşağıdan geniş açılı bir lens ile çekilmiştir. Bu açıdan bakıldığında kalenin heybetli yapısı gökyüzü ile buluşarak güçlü ve hareketli bir görüntü oluşturmuştur.



Resim 18. Harput'un girişinde yer alan tarihi ev ve tarihi minare. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

Bu afiş çalışmasında tarihi mekanların zenginliğini gösteren ve Harput'un girişinde yer alan tarihi ev hemen yanındaki tarihi minarenin görüntüsü yer almaktadır. Afişte yer alan fotoğrafa bakıldığında tamamen tarihi mekanlardan oluştuğu görülmektedir. Görsel açıdan sade ve vurgulu bir görüntü oluşmuş; ilin tarihi dokusunun olduğu öne çıkarılmaya çalışılmıştır.



Resim 19. Harput'un girişinde yer alan tarihi ev. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Harput'a giden hemen herkesin karşılaştığı bu ilk görüntü bu afiş çalışmasının ana teması olmuştur. Afişte tarihi mekanların zenginliğini gösteren ve Harput'un girişinde yer alan eski evin görüntüsü yer almaktadır. Fotoğrafta geniş açılı lens kullanılarak mekanın tamamı gösterilmiş, derinlik ve perspektif ile görsel bir vurgu sağlanmıştır.



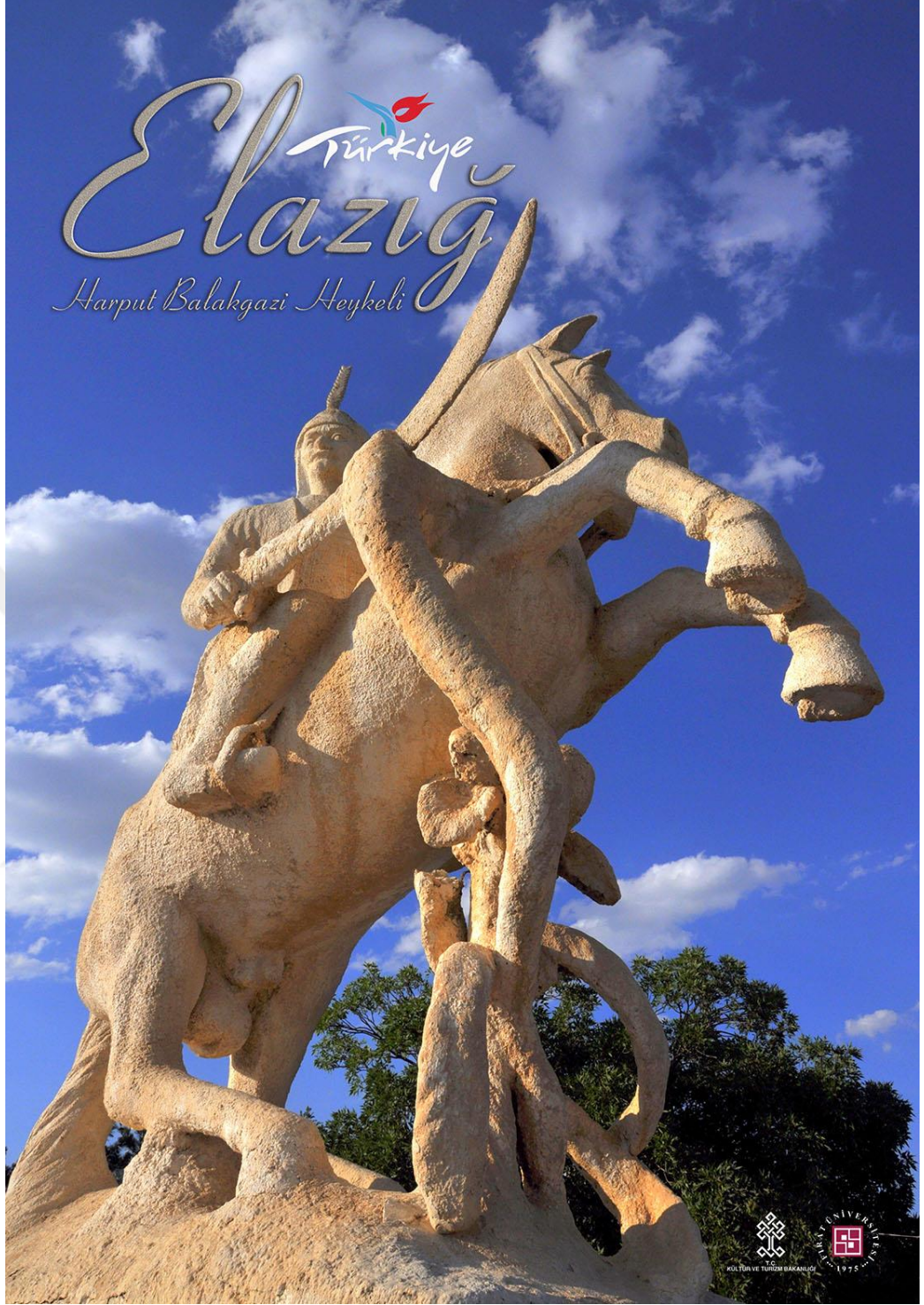
Resim 20. Sultan Alparslan'ın kumandanlarından Balak Gazi'nin heykeli.
(Fotoğraf: Gülten Acar)

Balakgazi heykeli yapı olarak çok eski olmasa da Harput'un önemli kumandanlarından biri olan Balakgazi'yi temsil etmesi bakımından önemlidir. Balakgazi heykelinin bulunduğu Balakgazi parkı Harput'un turizm açısından önemli mekanlarından biridir. Afişte yer alan fotoğrafta ters ışık kullanılarak heykelin silueti gösterilmiştir. Detayların kaybolması, gökyüzünün fon olması ile vurgulu ve sade bir görüntü elde edilmiştir.



Resim 21. İzzet Paşa Camii. (Fotoğraf: H. Mehmet Acar)

İzzetpaşa Camii kentin önemli kültürel değerlerinden biridir. Mimari açıdan klasik islam eserlerini yansıtmaktadır. Afişte İzzetpaşa Camii'nin yer alması, camiinin yöre halkı tarafından manevi açıdan oldukça önemsemesinden kaynaklıdır. Fotoğrafa bakıldığında mimari açıdan heybetli bir görüntü olmasının yanında namaz kılan cemaatin yoğunluğu ile yörenin inanç turizmi açısından önemine vurgu yapılmaktadır. Tipografide kullanılan yazı karakterinin kaligrafik bir yapıda olması yine din ve islam vurgusu yapmaktadır.



Resim 22. Sultan Alparslan'ın kumandanlarından Balak Gazi'nin heykeli.
(Fotoğraf: Gülten Acar)

Balakgazi heykeli bu afişte aşağıdan fotoğraflanarak yer almıştır. Kadrajdan heykel dışında başka görüntülerin arındırılması ile vurgu tamamen heykel üzerine verilmiştir.

Elazığ

Çedene Kahvesi



Resim 23. Çedene Kahvesi. (Fotoğraf: Gülten Acar)

Doğu ve Güneydoğu bölgesinde sıkça tüketilen menengiç kahvesi Elazığ'da 'Çedene' olarak adlandırılan ve yöre halkı tarafından tüketilen sıcak bir içecektir. Elazığ'a turistik amaçlı gelen birçok kişinin hediyelik olarak aldığı Çedene Kahvesi bu afiş çalışmasının ana konusunu oluşturmaktadır. Kahvenin fincandaki görüntüsünün yanında menengiç tanelerinin de kadrajda yer alması kahvenin diğer kahve türlerinden farklı olduğunun göstergesi olarak yorumlanabilir. Kahve yörenin geleneksel yapısına gönderme yapmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Görsel iletişim çalışmalarının ilk basamağı fikir aşamasıdır. Ne olursa olsun tasarımcının öncelikle konu üzerinde yeterli bilgiye sahip olması gerekir. Bu durum ortaya çıkacak olan tasarımın ne denli anlaşılır olduğunu doğrudan etkileyebilmektedir. Grafik tasarımcılar, işleyeceği konu hakkında öncelikle kuramsal bilgi edinmelidir. Bu nedenle araştırmanın ilk aşamasında kuramsal bir araştırma yapılarak bilgiler derlenmiştir. Araştırmanın kuramsal bölümünde iletişim, görsel iletişim, grafik tasarım, fotoğraf ve afiş üzerine kapsamlı bilgiler edinilmiştir. Araştırmanın uygulama aşamasında ise örnek il olarak ele alınan Elazığ ili ile ilgili araştırmalar yapılarak, yörenin tarihi, kültürel ve coğrafi bilgilerine ulaşılmıştır.

Grafik tasarım çalışmaları bir anlamda görsel iletişim araçları üretmektedir. Doğru kullanıldığı takdirde görsel iletişim araçları hedef kitle üzerinde etkili olacak ve amaca uygun hizmet edecektir. Grafik tasarımcıların reklam amaçlı kullandıkları önemli görsel tasarım ürünlerinden biri de afişlerdir. Afiş tasarımları, ekonomiden turizme, siyasetten spora kitleleri ilgilendiren hemen her şeyi tanıtmaya ve duyurma anlamında kullanılan iletişim araçları olmuşlardır. Afiş tasarımları, tasarlandıkları döneme göre teknik olarak farklılıklar göstermiştir. İlk zamanlar sadece duyurma amaçlı olan afişler, taş baskı tekniğinin icadıyla farklı bir boyut kazanmış, görsel açıdan daha sanatsal bir görünüme dönmüştür. Deri, kağıt, fırça, boya gibi malzemelerden günümüz dijital tasarım araç ve baskı makinalarına kadar çok farklı biçimler almıştır. Fotoğrafın icadı görsel iletişim çalışmalarını etkilemiştir. Afişlerde farklı tasarım elemanları kullanılmış, fotoğraf da bu tasarım unsurları arasında kendin yer bulmuştur.

Fotoğraf, icat edildiği günden bu zamana kadar insan üzerinde etkisi olan bir sanat ve görsel iletişim aracı olmuştur. Fotoğrafın tarih boyunca bazen bir belge bazen bir sanat eseri olarak çeşitli işlevlerde kullanıldığı görülmektedir. Fotoğrafın insanlar üzerindeki etkisi, ikna gücü ve inandırıcılığı fotoğrafın afişlerde sık sık kullanılmasına neden olmuştur.

Araştırmada ilk olarak fotoğraf, bir görsel iletişim aracı olarak kullanılmış, sanat ve estetik kaygısı güdülerek farklı bakış açılarıyla oluşturulmuştur. İkinci aşamasında ise fotoğrafı bir tasarım elemanı olarak kullanıp Elazığ ilinin tanıtılmasını hedefleyen afişler tasarlanmıştır. Aynı zamanda örnek uygulamalar ile fotoğrafın afişlerde nasıl kullanılabileceği gösterilmeye çalışılmıştır. Elazığ'ın tarihi ve kültürel unsurları

belirlenip afişlerde kullanılmak üzere fotoğraflanmıştır. Fotoğrafların oluşturulması aşamasında fotoğrafta kompozisyon konularına özen gösterilmiştir. Araştırmanın kuramsal bölümünde de fotoğrafta kompozisyon konusu irdelenmiştir.

Reklam afişleri kitlelerin bulunduğu hemen yerde kendine yer bulmuştur. Açık ve kapalı mekanlarda, gazete ve dergiler başta olmak üzere basın yayın organlarında sıkça kullanılan görsel iletişim araçları olmuşlardır. Afişler, izleyicileri tarafından algılanıp yorumlanabilirler. Aldıkları mesaj ile karar değiştirip, yönlendirilebilirler. Araştırmada Elazığ ilini konu edinen afişlerin aynı zamanda kentin tanıtımında önemli rol oynayacağı düşünülmektedir.

Elazığ'ın tarihi dokusunun, kültürünün, ve coğrafyasının reklam afişleri için gerekli olan fotoğraflara yeterli çeşitliliği sağlayan bir bölge olduğu söylenebilir. Elazığ'da birçok tarihi mekanın varlığı tespit edilmiştir. Bu da yörenin birçok eski medeniyete ev sahipliği yapmasına ve bu dönemlerde siyasi öneme sahip olmasına bağlanabilir. Coğrafi bakımdan da ovaların, akarsuların, dağların, tepelerin, ormanlık alanların, doğal ve yapay göllerin bulunduğu bölgede, doğa fotoğrafları elde etmek için yeterli çeşitliliğe sahip olduğu gözlenmiştir. Araştırmanın uygulama aşamasında birçok fotoğraf çekilmiş ancak fotoğraf anlatan esas konunun Elazığ'ı sembolize edip etmediği düşünülmüştür. Konu bakımından yeterli çeşitlilik sunan Elazığ ve yöresi kendine has karakteristik yapısıyla hemen her bölgeden tanıtımına katkı sağlayacağı düşünülen fotoğrafların elde edildiği düşünülmektedir.

Afişlerde kullanılan görsellerle içeriğin uyumlu olabilmesi, kuramsal çerçevenin oluşturulması ile doğru orantılıdır. Kuramsal hazırlık aşamasında elde edilen veriler uygulamaya ışık tutmuş ve hangi konunun fotoğraflanması gerektiğinin belirlenmesine yardımcı olmuştur. Fotoğrafların çekim aşamasında görsel iletişim bağlamında düşünülmüş, sanatsal ve estetik kaygılarla çerçeveler belirlenmiştir. Yine kuramsal bölümde verilen kompozisyon konusu temel alınarak, nasıl bir kadraj oluşturulması gerektiği saptanmıştır. Afişler fikir aşamasındayken elde edilecek olan fotoğraflar için uygun malzeme kullanımının önemi gözlenmiştir. Manzara ve dış mekan çekimlerinde geniş açılı lensler, detay çekimlerde ise dar açılı lensler kullanılmıştır.

Bu çalışma için Elazığ ve çevresinde, yaklaşık 500 adet fotoğraf çekilmiştir. Fotoğraflar arasından 22 adet fotoğraf seçilerek afiş tasarımlarında kullanılmıştır. Çalışmanın içeriğini Elazığ ve yöresi teşkil ettiği için yörenin sosyal ve kültürel özelliklerini yansıtan unsurlar tespit edilmiş; çalışmada yer alacak her bir bölüm için

farklı zaman ve açılar değerlendirilmiştir.

Fotoğraf çekimleri yapılırken anlatıma katkı sağlayacağı düşünüldüğünden farklı malzemelerin kullanılmasının yanı sıra farklı fotoğraf teknikleri de kullanılmıştır. Hızın ve hareketin etkin bir biçimde görünmesi için bazı bölümlerde uzun pozlama tekniği kullanılmıştır.

Fotoğrafların çekimlerinin tamamlanmasından sonra yapılması gereken önemli işlerden biri de fotoğrafların dijital ortamda işlenmesidir. Ham olarak çekilmiş fotoğraflar bilgisayar ortamında işlenerek gerekli, ışık, renk, kontrast, keskinlik vb. gibi düzenlemeler yapılmıştır. Bu işlemler için farklı yazılımlar kullanılabilmektedir. Bu çalışmada kullanılan fotoğrafların düzenlenmesi aşaması Adobe Photoshop CC yazılımının deneme sürümü kullanılmıştır. Fotoğraflar üzerinde yapılan düzenlemelerin anlatımı güçlendirecek niteliğe kavuşmasında önemli rol oynadığı gözlenmiştir.

Uygulama aşamasının son bölümünde Elazığ ilini tanıtan afişler tasarlanmaya başlamıştır. Tasarımlarda Elazığ ilinin simgelendiği düşünülen fotoğraflarla birlikte uygun tipografi kullanımına da özen gösterilmeye çalışılmıştır. Anlatımı güçlendirmesi bakımından tipografi konuyu anlatacak yardımcı bir öğe olarak kullanılmıştır. Tasarımın ana görsel unsuru fotoğraf olduğu için fotoğraflar ön plana çıkarılmış, tipografi ise fotoğrafla uyumlu karakter ve renkte verilmeye çalışılmıştır. Afişlerin tasarlanması aşamasında denge, bütünlük, perspektif, vurgu, sadelik gibi tasarım ilkelerinden faydalanılmıştır. Yine yapılan afişlerin turizm sektörüne hizmet ettiği düşünüldüğünden Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "Türkiye" logosuna afişlerde yer verilmiştir.

Son olarak tanıtım afişlerinin, geçmişten günümüze kadar insanlar üzerinde etkili bir görsel iletişim aracı olduğunu söylemek mümkündür. Tasarımların tek başlarına fotoğraf veya tipografi ile çözülemeyeceğini, bunların bir bütün halinde afiş üzerinde uyumlu bir şekilde gösterilmesinin önemli olduğunu belirtmek gerekir. Afişler tasarlanırken görsel iletişim tasarımı açısından ele alınması ve tasarım ilkeleri doğrultusunda sanat ve estetik kaygılarla oluşturulması daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

EKLER

Ek 1. Orjinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Gülten ACAR
Öğrenci Numarası	132209109
Enstitü Anabilim Dalı	İletişim Bilimleri
Programı	İletişim Bilimleri
Danışmanının Unvanı, Adı-Soyadı	Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN
Tez Başlığı (Türkçe)	Görsel İletişim Açısından Tanıtım Afişlerinde Fotoğrafın Kullanımı: Elazığ İline Yönelik Tanıtım Afiş Uygulamaları

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 86 sayfalık kısmına ilişkin, 23/Şubat 2016 tarihinde şahsen/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orjinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 20'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin yüksek lisans tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğuna beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN
Danışman Adı-Soyadı
(İmzası)

Doç. Dr. A. Fulya ŞEN
Anabilim Dalı Başkanı
(İmzası)

F.Ü.LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

Maddesi 41- Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ve ilgili makale şartını¹ sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

¹ Makale şartı doktora öğrencilerini kapsamaktadır.

KAYNAKLAR

- Akbaş F., *Fotoğrafta Pratik Kompozisyon*, Say Yayınları, 1, İstanbul, 2007, s58. s140. s144.
- Akbaş F., İkizer E., *Fotoğraf Teknik Okumaları*, Say Yayınları, 3, İstanbul, 2010, s13.
- Ambrose G., Harris P., *Grafik Tasarımın Temelleri*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2012, s66.
- Arıkan A., *Grafik Tasarımda Görsel Algı*, Eğitim Akademi Yayınları, Konya, 2008, s21.
- Arslan E., Ertürk A., *Genel ve Teknik İletişim*, Lisans Yayıncılık, 2, İstanbul, 2012, s12. s26.
- Atabek G., Atabek Ü., *Medya Metinlerini Çözümlemek*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2007, s69.
- Barthes R., *Göstergebilimsel Serüven*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1993, s40.
- Becer E., *İletişim ve Grafik Tasarım*, Dost Kitabevi Yayınları, 8, Ankara, 2011, s11. s28. s29. s72. s114. s201. s202.
- Boubat E., *Fotoğraf Sanatı*, İnkılap Yayınları, 4, İstanbul, 1996, s128.
- Buran A., Oğraş Ş., *Elazığ İli Ağızları*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Elazığ, 2003, s3.
- Çakmak Y., *Elazığ'dan Esintiler*, Çayda Çıra Yayınları, 1, Elazığ, 2011, s9, s23. S29, s32, s36.
- Erkman-Akerson F., *Göstergebilime Giriş*, Multilingual, İstanbul, 2005, s15. s20.
- Ertan G., *Dünden Bugüne Fotoğraf*, Golden Medya, 1, İstanbul, 2006, s3. s6. s24. s27.
- Fiske J., *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Ark, 1, Ankara, 1996, s15. s63.
- Freund G., *Fotoğraf ve Toplum*, Sel Yayıncılık, 2, İstanbul, 2008, s171.
- Güngör N., *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*, Siyasal Kitabevi, 2011, s36-37.
- Hedgercoe J., *Her Yönüyle Fotoğraf Sanatı*, Remzi Kitabevi, 3, İstanbul, 1999, s18.
- Hotan H., *Mimari Perspektif ve Gölge*, Yem Yayın, 3, İstanbul, 1999, s12.
- Kalfagil S., *Fotoğrafın Yapısal Öğeleri ve Fotoğraf Sanatında Kompozisyon*, Fotoğrafevi Yayınları, 4, İstanbul, 2011, s22. s68. s34. s97. s38. s162. s105. s114. s126.
- Kanburoğlu Ö., *A'dan Z'ye Fotoğraf*, Say Yayınları, 4, İstanbul, 2013, s21. s187. s402.
- Lazar J., *İletişim Bilimi*, Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s78

- Modiano A., *Fotoğraf Tarihine Giriş*, Art Studio Yayıncılık, 1, İstanbul, 2007 s12. s26.
- Mutlu E., *İletişim Sözlüğü*, Sofos, 6, Ankara, 2008, s260.
- Özel G., *Elazığ El Sanatları*, Elazığ Valiliği, Elazığ, 2008, s31.
- Özer E., Kaya H., Kazazoğlu N., ve Bircan Z., *Elazığ Halk Oyunları*, Elazığ Valiliği, Elazığ, 2004, s31, s67.
- Tepecik A., *Grafik Sanatlar Tarih Tasarım Teknoloji*, Detay ve Sistem Ofset, 1, Ankara, 2002, s59.
- Turgut E., *Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri*, Anı Yayıncılık, 1, Ankara, 2013, s46.
- Tutar H., Yılmaz M.K., Erdönmez C., *Genel ve Teknik İletişim*, Nobel Yayın, 2, Ankara, 2004, s141.
- Uçar T.F., *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İnkılap Yayınları, 1, İstanbul, 2004, s17. s18. s19. s59.
- Ürper O., *Dijital Teknoloji Çağında Reklam Fotoğrafçılığı*, Say Yayınları, 1, İstanbul, 2012, s67.
- Yurdalan Ö., *Belgesel Fotoğraf ve Fotoröportaj*, Agora Kitaplığı, 4, İstanbul, 2012, s59.
- Erden B., *Afiş Tasarımında Rengin Estetik, Sembolik, Psikoloji Etkileri ve Sanat Eğitimi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2011, s13, s14.
- www.dsi.gov.tr, 03.10.2015
- www.elazigkulturturizm.gov.tr, 20.11.2015
- www.elazig.gov.tr, 15.10.2015
- www.palu.gov.tr, 02.11.2015
- www.elazig.bel.tr, 01.11.2015
- www.e-tarih.org, 02.11.2015

ÖZGEÇMİŞ

Gülten ACAR

Eğitim

2016 - Yüksek Lisans – Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

2014 - Pedagojik Formasyon Eğitimi – Ege Üniversitesi Eğitim Fakültesi

2009 - Lisans - Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

2004 - Lise – Konya Cumhuriyet Lisesi

2000 - Şükriye Onsun İlköğretim Okulu

Etkinlikler

2010 - **Grafik Sertifikası** - Mersin Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi

2010 - **Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim** - Türkiye Gazeteciler Cemiyeti

2008 - **Deborah Potter's News Lab Seminars** - Mersin Üniversitesi