



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI
GRAFİK TASARIM PROGRAMI**

**DİJİTAL FİLM-DİZİ
PLATFORMLARINA AİT AFİŞLERİN
TASARIM-İÇERİK İLİŞKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYŞEGÜL ÇETİNKAYA

İSTANBUL, 2023



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI
GRAFİK TASARIM PROGRAMI**

**DİJİTAL FİLM-DİZİ
PLATFORMLARINA AİT AFİŞLERİN
TASARIM-İÇERİK İLİŞKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**AYŞEGÜL ÇETİNKAYA
(200310015)**

**Danışman
(Dr. Öğr. Üyesi Yasemin Erengöz Kafkas)**

İSTANBUL, 2023

24/01/2023

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Grafik Tasarım Anasanat Dalı Grafik Tasarım Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi 200310015 numaralı Ayşegül ÇETİNKAYA'nın hazırladığı "Dijital Film-Dizi Platformlarına Ait Afişlerin Tasarım-İçerik İlişkisi" konulu Yüksek Lisans tezi ile ilgili Tez Savunma Sınavı 24/01/2023 Salı günü saat 13:00'da yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **Oy Birliği** ile karar verilmiştir.

Tez adı değişikliği yapılması halinde: Tez adının
.....
şeklinde değiştirilmesi uygundur.

Jüri Üyesi	Karar
1. (Danışman) Dr. Öğr. Üyesi Yasemin ERENGEZGİN KAFKAS	KABUL
2. Doç. Dr. Ali KILIÇ	KABUL
3. Dr. Öğr. Üyesi Yüksel BALABAN	KABUL
4.
5.
6. (İkinci Danışman)*.....

*2. Danışman varsa doldurulması gerekmektedir.

ETİK BİLDİRİM

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bağlı olduğum üniversite veya bir başka üniversitedeki başka bir çalışma olarak sunulmadığını beyan ederim.

Ayşegül Çetinkaya

TEŞEKKÜR

Akademik hayatımın başlangıcı lisans ve devam niteliğinde olan yüksek lisans eğitimimde bana şans veren ayrıca yol gösteren tüm akademisyenlere, bu çalışmayı yürütürken bana desteğini esirgemeyen, yoğun çalışmamız sırasında gösterdiği sabır ve katkılarından dolayı Dr. Öğretim Üyesi Yasemin Erengezin Kafkas'a; çalışmamı ilerletirken bana moral veren, ümitlendiren, her koşulda yanımda olan aileme çok teşekkür ederim.

Ayşegül Çetinkaya

DİJİTAL FİLM-DİZİ PLATFORMLARINA AİT AFİŞLERİN TASARIM-İÇERİK İLİŞKİSİ

Ayşegül Çetinkaya

ÖZET

Aktif olarak gelişimini devam ettiren teknolojinin bir sonucu olan dijital platformlar, günlük hayatın her anında, istenilen her yerde ulaşılabilirliği sayesinde kullanıcılar tarafından tercih edilen bir sektör olmuştur. Bu yoğun ilgi platformların güncellediği ve geliştirdiği özellikleri ile birlikte artmaya devam etmektedir. Televizyon gibi büyük ekranların dışında sınırsız içeriklerin, cep telefonları, tablet bilgisayarlar benzeri daha küçük ekranlarda izlenebilmesi de dijital platformların daha aktif kullanılmasına neden olmaktadır. Kullanılan bu platformlara ait afişlerin içerikleri ile tasarımları arasındaki uyum ya da uyumsuzluğu bulmak amacıyla bu akademik çalışma hazırlanmış olup tez çalışmasında kullanılmak üzere iki anket uygulaması yapılmıştır. Bu anketlerden ilki Covid-19 salgını sırasında üye ve kullanıcı sayılarındaki artışı görmek, platformlardan hangilerinin daha sık kullanıldığını tespit etmek amacıyla uygulanmıştır. Ankete katılan 249 kişinin cevapları sonucunda en sık kullanılan dijital platformlar, Netflix, Exxen ve Puhutv olarak belirlenmiştir. İkinci anket ise belirlenen afişlerin içerik ile uyumuna ve tasarımların ilgi çekici olup olmadığını incelemek amacıyla hazırlanmış olup 162 kişinin katılımı ile tamamlanmıştır. Hazırlanan bu nicel araştırmanın devamında ise seçilen platformlara ait yayınlanan afişlerin, tasarım-içerik ilişkisi incelenerek afişler ve anket sonuçlarının ışığında afiş tasarımlarının içerik ile bağlantılı olduğu fakat çoğu tasarımda içeriğin ve görsel niteliklerin arka planda tutularak izleyiciyi içeriği izlemeye yönlendirebilecek öğeler (popüler oyuncular, izleyicinin sevebileceği sahneler) öne çıkarılarak afişlerin hazırlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Dijital Platform, Netflix, Exxen, Puhutv, Afiş Tasarımı.

**THE DESIGN-CONTENT RELATIONSHIP
IN THE POSTERS OF DIGITAL MOVIE
AND SERIES PLATFORMS**

Ayşegül Çetinkaya

ABSTRACT

Digital platforms, which are the result of technology that continues to develop actively, have become everywhere a sector preferred by users thanks to their accessibility at any moment of daily life. This intense interest continues to increase with the updated and improved features of the platforms. Apart from large screens such as television, the ability to watch unlimited content on smaller screens such as mobile phones, causes digital platforms to be used more actively. This academic study was prepared in order to find the harmony or disharmony between the content and design of the posters of these platforms used and two questionnaires were conducted to be used in the thesis study. Two surveys were conducted to be used in the thesis study. The first of these surveys was conducted to see the increase in the number of members and users during the Covid-19 outbreak and to determine which platforms are used more frequently. As a result of the answers of 249 people participating in the survey, the most frequently used digital platforms were determined as Netflix, Exxen and Puhutv. The second questionnaire was prepared to examine the compatibility of the determined posters with the content and whether the designs are interesting or not, and was completed with the participation of 162 people. In the continuation of this quantitative research, the design-content relationship of the posters published by the selected platforms was examined and in the light of the posters and survey results, it was concluded that the poster designs are related to the content, but in most designs, the content is kept in the background and the posters are prepared using elements that can direct the audience to watch the content (like popular actors, scenes that the audience may like etc.).

Keywords: Digital Platform, Netflix, Exxen, Puhutv, Poster Design.

ÖNSÖZ

Teknolojinin sürdürmüş olduğu hızlı gelişimler sonucu günümüzde her kuşaktan kullanıcıya sahip ürünler piyasaya sunulmakta ve geniş kitlelere hitap etmektedir. Bu gelişimlere bağlı olarak dizi/film sektörü için “dijital platform” kavramı ortaya çıkmış ve sektörde benimsenmiştir. Kullanıcı kitleler tarafından da benimsenen dijital platformlar, kendi bünyelerinde içerikler oluşturmakta ve bu içerikler için tanıtım afişlerini farklı mecralarda yayınlamaktadır. Tasarlanan bu afişlerin içerik ile olan ilişkisini ele almış olduğum çalışmamın tasarım alanında yararlı bir kaynak olmasını diliyorum. Akademik kariyerimi kendimi geliştirerek sürdürmemi sağlayan değerli hocalarıma, çalışmamı planlama ve hayata geçirme sürecinde bana yardımcı olan, destekleyen tez danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Yasemin Erengezin Kafkas’a, beni başta yapmış olduğum bu çalışmamda olmak üzere, ilerlediğim her yolculukta destekleyen aileme, dostlarıma teşekkürlerimi sunuyorum.

Ocak, 2023

Ayşegül Çetinkaya

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ.....	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
GÖRSEL LİSTESİ	xi
KISALTMALAR	xiii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1. GÜNLÜK HAYATTA DİJİTAL FİLM-DİZİ PLATFORMLARININ KULLANIMI.....	3
1.1. DİJİTAL PLATFORMLARIN ÖZELLİKLERİ VE TERCİH EDİLME NEDENLERİ.....	7
1.1.1. Netflix.....	9
1.1.2. Exxen.....	13
1.1.3. Puhutv	15
İKİNCİ BÖLÜM	16
2. GÖRSEL İLETİŞİM VE AFİŞ TASARIMI	16
2.1. GÖRSEL İLETİŞİM NEDİR?	16
2.2. AFİŞ TASARIMI	17
2.2.1. Afiş Nedir?.....	17
2.2.2. Afiş Tasarımının Tarihsel Gelişimi.....	20
2.2.3. Afiş Tasarım Çeşitleri.....	32
2.3. SİNEMA SEKTÖRÜNDE AFİŞ TASARIMI	33
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	37
3. DİJİTAL FİLM-DİZİ PLATFORMLARINA AİT AFİŞLERİN TASARIM- İÇERİK İLİŞKİSİ.....	37
3.1. NETFLIX AFİŞ ÖRNEKLERİ VE İNCELEMELERİ.....	38
3.1.1. Don't Look Up.....	38

3.1.2. Squid Game	44
3.1.3. Arcane	47
3.1.4. Beastars	51
3.2. EXXEN AFİŞ ÖRNEK VE İNCELEMELERİ	54
3.2.1. Hükümsüz	54
3.2.2. Gibi	56
3.3. PUHUTV AFİŞ ÖRNEK VE İNCELEMELERİ	59
3.3.1. Şahsiyet	59
3.3.2. Seyyar	61
SONUÇ	65
KAYNAKÇA	68
EKLER	75

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. 1 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	5
Şekil 1. 2 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	6
Şekil 1. 3 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	6
Şekil 1. 4 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	6
Şekil 1. 5 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	7
Şekil 1. 6 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	10
Şekil 1. 7 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	10
Şekil 2. 1 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	19
Şekil 2. 2 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	19
Şekil 3. 1 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	38
Şekil 3. 2 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.	40
Şekil 3. 3 Afiş araştırması anketi, 2022.	46
Şekil 3. 4 Afiş araştırması anketi, 2022.	46
Şekil 3. 5 Afiş araştırması anketi, 2022.	49
Şekil 3. 6 Afiş araştırması anketi, 2022.	49
Şekil 3. 7 Afiş araştırması anketi, 2022.	52
Şekil 3. 8 Afiş araştırması anketi, 2022.	52
Şekil 3. 9 Afiş araştırması anketi, 2022.	53
Şekil 3. 10 Afiş araştırması anketi, 2022.	55
Şekil 3. 11 Afiş araştırması anketi, 2022.	56
Şekil 3. 12 Afiş araştırması anketi, 2022.	58
Şekil 3. 13 Afiş araştırması anketi, 2022.	60
Şekil 3. 14 Afiş araştırması anketi, 2022.	61
Şekil 3. 15 Afiş araştırması anketi, 2022.	63
Şekil 3. 16 Afiş araştırması anketi, 2022.	63
Şekil 3. 17 Afiş araştırması anketi, 2022.	64

GÖRSEL LİSTESİ

Sayfa

Görsel 1. 1 Netflix'in özelleştirilmiş içerik görselleri, 2017.....	11
Görsel 1. 2 Netflix'in özelleştirilmiş içerik görselleri, 2018.....	12
Görsel 1. 3 Exxen üyelik paket seçenekleri.....	14
Görsel 2. 1 Jules Cheret, Papier a cıgarettes, Paris, 1889.	26
Görsel 2. 2 Jules Cheret , Théâtre de L'opéra, 1896.	26
Görsel 2. 3 Alphonse Mucha, Sarah Bernhardt, 216 x 74.2 cm, Paris, 1894.....	27
Görsel 2. 4 İhap Hulusi Görey, Devlet Hava Yolları.	28
Görsel 2. 5 İhap Hulusi GöreyVatandaş.....	28
Görsel 2. 6 Xavier Mula, 'Sentit comú' poster-Barcelona en comú, 2020.	29
Görsel 2. 7 Xavier Mula, RRRREC Festival, 2019.....	29
Görsel 2. 8 Henri de Toulouse-Lautrec, Moulin Rouge – La Goulue, 1892,.....	30
Görsel 2. 9 Xevier Mula, Dans Festivali Afişi, 2015	30
Görsel 2. 10 Erman Yılmaz, Mural İstanbul, 2018.	31
Görsel 2. 11 Erman Yılmaz, Decay, 2015.....	31
Görsel 2. 12 Henri Brispot, Cinematographe, 105.4x75.5 cm.	33
Görsel 2. 13 İlk renkli Türk filmi "Halıcı Kız" afişi.	34
Görsel 2. 14 ABD, A Christmas Carol, 2009.....	35
Görsel 2. 15 Almanya, Eine Weihnachtslied Geschichte, 2009.....	35
Görsel 3. 1 "Don't Look Up" filmi uygulama içi görseli, 2022.....	39
Görsel 3. 2 "Don't Look Up" filmi platform içi görseli 2021.....	40
Görsel 3. 3 Don't look up, Instagram'da yayınlanan afiş tasarımları, 2021.	42
Görsel 3. 4 Don't look up, Instagram'da yayınlanan afiş tasarımları, 2021.	43
Görsel 3. 5 "Squid Game" dizisi uygulama içi görseli, 2022.....	44
Görsel 3. 6 "Squid Game" dizisi platform içi görseli 2021.....	45
Görsel 3. 7 "Squid Game" dizi tanıtım afişi, 2021.....	46

Görsel 3. 8 “Arcane” dizisi uygulama içi görseli, 2022.....	48
Görsel 3. 9 “Arcane” Netflix’in yayınladığı afişler, 2021.....	50
Görsel 3. 10 “Beastars” dizisi uygulama içi görseli, 2022.....	53
Görsel 3. 11 “Hükümsüz” dizi afişi, 2020.....	54
Görsel 3. 12 “Gibi” dizi afişi, 2020.....	57
Görsel 3. 13 “Gibi” dizi afişi, 2022.....	58
Görsel 3. 14 “Şahsiyet” dizi afişi, 2020.	59
Görsel 3. 15 “Seyyar” Dizi afişi, 2021.....	62

KISALTMALAR

v.d.	Çok yazarlı eserlerde ilk yazardan sonrakiler
Bkz.	Bakınız.

GİRİŞ

Başlangıçta bilgisayar ağları ile kullanılabilen internet, her an kullanıma hazır olan telefonlar hatta akıllı saatlere bağlanarak kullanım alanlarını genişletmiş, hız ve ulaşılabilirliğini geliştirmiştir. Genişleyen teknolojik kullanım alanları ile birlikte daha fazla kullanıcıya ulaşan internet, günümüzde tüm bireylerin kolaylıkla ulaşabildiği bir araç olmuştur.

Teknolojik ilerlemeler ile günlük hayatın her alanında karşılaşılan internetin bir birleşimi sonucu dijital dizi/film platformları ortaya çıkmıştır. Gelişimini sürekli devam ettiren, her geçen gün güncellemeler sonucu yenilenen dijital dizi/film platformları, bünyelerinde bulunan ve yeni ekledikleri içerikler için dış mekan, platform içi afiş tasarımları ile kullanıcıların dikkatini çekmektedir. Ayrıca 7/24 ulaşılabilirlik, reklamsız olmaları, sinema salonlarına göre ekonomik oluşu, içeriklerin sayı ve çeşitliliğinin fazla olması kullanıcıları platformlara yönlendiren diğer özelliklerdir. Akıncı ve Başer'e göre (2020), "tüketiciler hem daha az sinemaya gitme hem de daha fazla dijital platformlara yönelme eğilimindedirler. Diğer yandan ise bu iki eğilime reklamdaki kaçınma ve içeriğin bölünmemesi gibi unsurlar da eklenmektedir" (s. 482).

Aktif kullanıma sahip olan platformlar ve içerikleri hakkında yapılmış birçok araştırma, makale ya da akademik çalışma bulunuyor olsa da platformlara ait içeriklerin konu ile ilişkisini araştıran bir yazıya ulaşamamış olması, 'platformların içeriklerini tanıtmak amacıyla tasarladıkları afişlerin, konuya ne kadar bağlı kaldığı' ya da 'izleyicilerin afişlerde ne gibi öğeleri görmek istedikleri' üzerinden yola çıkılarak bu akademik çalışma hazırlanmıştır.

Tanıtım ve ilgi çekme konusunda başarılı bir iletişim aracı olan afişler dijital platformlar tarafından sıkça kullanılmaktadır. Dijital platformların yararlandığı bu iletişim araçları dizi/film içerikleri için oluşturulmakta ve sosyal medya, dış mekanlar gibi çeşitli alanlarda yayınlanabilmektedir. Tasarlanan bu afişlerin izleyicileri içeriklere yönlendirme konusunda ne kadar başarılı olduğunu ve içerik

(konu) ile olan tasarım ilişkisini incelemek amacıyla oluşturulan bu çalışmada dijital platformlara yönelimi ölçebilmek; en sık kullanılan, popüler platformları belirlemek için anket çalışması yapılmıştır. Bu araştırma sonucunda tezde ele alınacak dijital platformlar belirlenerek içerisinden incelenmek üzere platformlara ait en çok izlenen, popüler ve farklı kategorilere ait afiş tasarımları seçilmiştir. Seçilmiş olan afişler için anket çalışması yapılmış ve katılımcılara belirli sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplar analiz edilerek izleyicilerin hangi platformları daha çok tercih ettiği, izlemek üzere seçtikleri içerikleri neye göre belirledikleri gibi birçok konuda sonuçlara ulaşılmış ve çalışmanın temel hedefi olan platformlara ait afişlerin tasarım-içerik ilişkisi incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GÜNLÜK HAYATTA DİJİTAL FİLM-DİZİ PLATFORMLARININ KULLANIMI

Hayatın her alanında yerini alan internetin ortaya çıkışı 1962'ye dayanmaktadır. Ortaya çıkış amacı ile günümüzdeki kullanım alanları arasında oldukça fazla fark bulunan internet, ilk olarak ABD ve Sovyet Rusya arasındaki rekabetin sonuçlarından biri olarak var olmuştur. Olası bir nükleer saldırı durumunda hasar almış olsa bile çalışmaya devam edebilecek şekilde Amerikan Hava Kuvvetlerinin tasarladığı bilgisayar ağı projesi olarak internetin temelleri atılmıştır. “Bu açıdan bakıldığında özgürlüğün, açık bilgi ve paylaşımın esas olduğu internet aslında askeri amaçlı bir düşünce ve çabanın ürünüdür” (Aktaş, 2010, s. 148).

İnternetin Türkiye’de gelişimi ise dünyada varlığını göstermesinden yaklaşık 30 yıl kadar sonra olmuştur. 1990’lı yıllarda Türkiye’de yavaş yavaş kendini gösteren internet, bağlantı kurulduğu anda herkesin kullanabildiği ve teknolojik aletlerin her biriyle uyumlu halde halka sunulmamıştır. Bu durum hakkında Arısoy (2009), “Türkiye, internete Nisan 1993’ten beri bağlıdır. İlk bağlantı Ortadoğu Teknik Üniversitesi’nde (ODTÜ) gerçekleştirilmiştir. 64 kbit/sn hızında olan bu hat, çok uzun bir süre, tüm ülkenin tek çıkışı olmuş ve internet tüm Türkiye’de öncelikle akademik ortamlarda yaygınlaşmaya başlamıştır” (s.57) bilgisini vermiştir.

Türkiye’de akademik alanlarda kullanılmaya başlanan internet, günümüzde dünyanın her yerinde, hayatın her alanında varlığını sürdürmeye başlamış ve telefon, kol saatleri, evde kullanılan araç gereçler gibi birçok alana dağılmış olup günlük hayatın hemen hemen her alanına dahil olmuştur. İş hayatı, eğitim gibi konuların yanında günlük hayatta da sürekli zaman geçirilen internet, özellikle pandemi süreci ile sosyal hayat içinde daha sık kullanılan bir araç haline gelmiştir. Keseyak (2021)’e göre:

Teknoloji gelişimi yaşam tarzlarımızda değişime, yaşam tarzlarımızdaki değişim ise teknolojinin gelişimine neden oluyor. Birbirini besleyen bu iki değişkenle, günümüzde artık tıpkı elektrik gibi internetsiz bir dünya düşünmek de artık mümkün değil. İş, eğitim ve sosyal hayat için internet olmazsa olmazlarımız arasında yer alıyor.

İnternet, özellikle pandemi sürecinde hayatın her alanına dahil edilmiş ve bu süreç sonrasında da kullanımını aktif bir şekilde sürdürmüştür. 2019 yılının sonlarına doğru Çin’de ortaya çıkan ve Mart 2020’de Türkiye’de görülmeye başlayan Covid-19 virüsü küresel bir problem haline gelmiş ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) bu süreci pandemi olarak adlandırmıştır. Bu konuda her ülke farklı önlemler alarak virüsün önüne geçme amaçlı bazı sosyal eylemleri sınırlandırmaya başlamışlardır. Önlemler arasında dışarıya çıkma yasağı, eğitime uzaktan (online) devam etme, sosyal etkinliklerin bir süre durdurulması daha sonra ise katılım sayısı düşürülerek devam etmesi vardır.

Türkiye’de de bu süreçte kısıtlamalar uygulanmış ve bu durum sosyal hayatın internet üzerinden gerçekleştirildiği bir dönem olmasına neden olmuştur. Eğitimin uzaktan, iş hayatında toplantıların çevrimiçi gerçekleştirilmesi; yiyecek ve içecek sunulan mekanların sipariş üzerine çalışması mobil uygulamaların gelişmesine ve birçok alanda her işin internet üzerinden gerçekleştirilmesine neden olmuştur.

Sinema salonlarının kapatılması, daha sonra yarı kapasitede çalışması, kapalı alanlara getirilen kısıtlamalar sonucu evde geçirilen vakit artmış ve bu doğrultuda yapılacak etkinlikler internet ortamına aktarılmıştır.

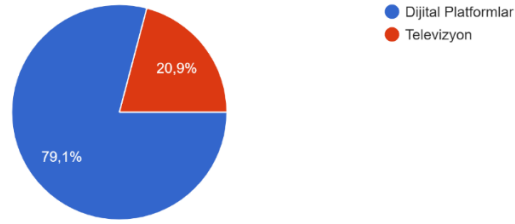
Bu süreçte, dijital platformlara yönelim ile film ve dizi izleme oranları artmıştır. Popüler bir dijital platform olan Netflix’in devam eden pandemi sürecinde 2021 yılı itibari ile üye sayısında artış görülmüştür.

Bağlantı kurabildiği alanların genişlemesi ile artan internet kullanımı sonucu; tablet, telefon gibi küçük ve taşınabilir teknolojik ürünler ile televizyon içerikleri, istenilen her yerde kolayca ulaşılabilir duruma gelmiştir. Bu durum günlük hayatta televizyon karşısında geçirilen zamanın azalmasına neden olmuştur. Sarı ve Türker’e göre (2021);

Görüntü teknolojilerinin tablet ve akıllı telefon gibi mobil cihazlarla entegre olmasıyla birlikte internet ortamındaki yayınların masa başı bilgisayarlara bağlı kalınmadan hareket halindeyken dahi izlenilebilir hale gelmesi izleme deneyimini değiştirirken yayıncıları da bu yeni izleyici modelini etkilemek ve yakalamak için alternatif yollar aramaya yöneltmiştir.

İnternet ve teknolojik alanlardaki bu gelişmeler sonucunda izleyiciler tek bir konuma bağlı kalmayarak içeriklere istedikleri her yerde ulaşabilmektedirler. Dijital platformlar, televizyonda yayınlanan içerikler dışında başka bir içeriğe ulaşamayan ve televizyona bağlı kalan “izleyici” kavramını değiştirmiştir.

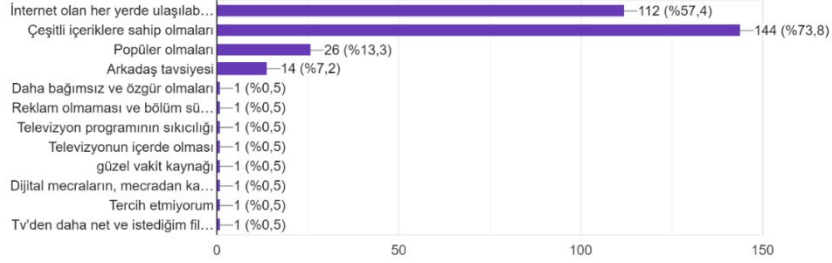
21. Birini tercih etmeniz gerekse Dijital platformlar mı yoksa TV seçeneğini mi seçersiniz?
249 yanıt



Şekil 1. 1 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

Yapılan anket çalışmasında yöneltilen “Birini tercih etmeniz gerekse Dijital Platformlar mı yoksa TV seçeneğini mi seçersiniz?” sorusunu katılımcıların hepsi cevaplamış ve %79,1 oranında “Dijital Platformlar” cevabı verilmiştir. Dijital Platformların tercih edilme nedenleri için ise ilk sırada “çeşitli içeriklere sahip olmaları” cevabı tercih edilmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında televizyon karşısında sadece televizyonda yayınlanan içerikleri izlemek yerine daha fazla seçeneğe ulaşmak için dijital platformların tercih edildiği görülmektedir.

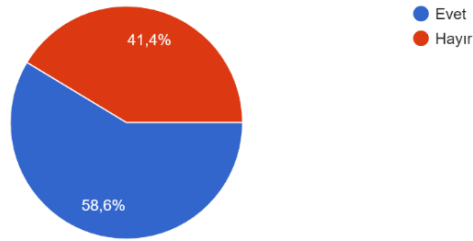
22. Dijital platformları tercih ediyorsanız bunun nedenleri nelerdir? Aşağıda size uygun olan kutucukları işaretleyiniz.
195 yanıt



Şekil 1. 2 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

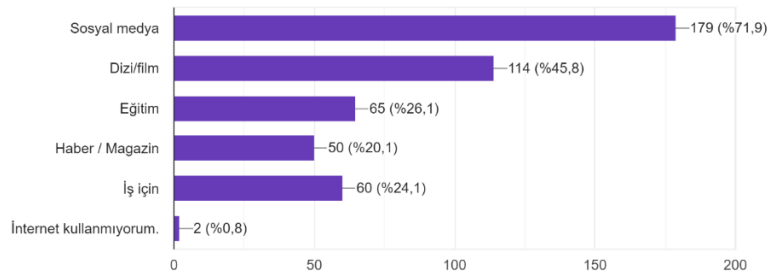
Yapılan ankete katılanların 147 (%58,6)'si dijital platformlarda üyeliğe sahiptir. Kullanıcılara yönlendirilen "İnternette en çok ne için zaman geçirirsiniz?" sorusuna %71,9 oranında "Sosyal Medya", %45,8 oranında ise "Dizi/Film" cevabı verilmiştir. Bu oranlar göz önünde bulundurulduğunda internet kullanıcılarının internette en fazla vakit geçirme nedenleri sosyal medyadır. Ayrıca bu sonuçlar ışığında dijital platformlarda üyeliği bulunan ve dizi/film seçeneğini seçen katılımcıların çoğunluğu aktif olarak platformları kullanmaktadır.

12. Dijital film dizi platformlarında üyeliğe sahip misiniz?
249 yanıt



Şekil 1. 3 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

7. İnternette en çok ne için zaman geçirirsiniz?
249 yanıt



Şekil 1. 4 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

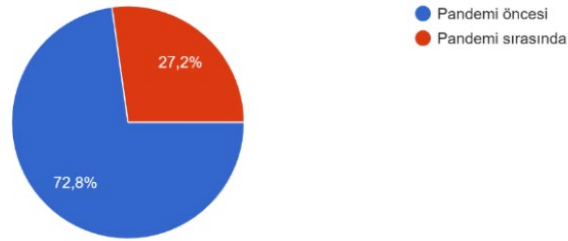
1.1. DİJİTAL PLATFORMLARIN ÖZELLİKLERİ VE TERCİH EDİLME NEDENLERİ

Teknoloji ile birlikte izleyici kitlesinin de gelişmesi, farklı ihtiyaçların oluşması ve bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik olarak dijital platformlar, kullanıcı sayısını arttırmak, popüler olmak için diğer platformlar ile bir yarış içerisindedir. Dijital platformlar arasındaki bu yarış; içerik, ara yüz tasarımının kolay ve anlaşılır olması, fiyatlandırma politikası gibi çeşitli özelliklere dayanmaktadır.

Pandemi sürecinde dış mekanlar ve sosyal hayatta gerçekleşen her türlü aktivitenin iç mekanlara taşındığı bir dönem başlamıştır. Bu dönem ile birlikte internet kullanımının yanında teknolojik ürünler ile geçirilen vakitlerde de artış görülmüştür. Eğitime uzaktan devam etme kararının alınması sonucu dersler, bilgisayar, tablet, telefonda işlenmeye başlanmıştır. İş görüşmeleri, toplantılar, arkadaşlar ile görüntülü sohbetler yine teknolojik araçlar ile sağlanmak zorunda kalmıştır.

Pandemi sırasında dijital platformların kullanıcı sayılarında da artış görülmüştür. Araştırma sonuçlarına da yansıyan bu artış, ayrıca dijital platformlara olan ilginin bu dönem öncesinde başladığını ve mecranın süreç içerisinde daha da aktif olarak kullanıldığını göstermektedir.

13. Ne zaman üye oldunuz?
147 yanıt



Şekil 1. 5 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

İnternet sitelerinden arayarak bulunmaya çalışılan film ya da dizilerin daha kolay ve pratik ulaşım yeri olan dijital dizi/film platformları sahip oldukları özellikler ile popüler kullanıma sahiptirler. Halihazırda birçok farklı isme ve özelliğe sahip

platform bulunmakta ve yeni isimlerle yeni dijital platformlar izleyicilere sunulmaya devam etmektedir.

Konum, ortam, zaman sınırlaması olmadan uyumlu olduğu telefon, televizyon, tablet gibi birçok teknolojik ürün ile kullanılabilmeleri, kullanıcıların aktif hayatlarına uyumlu olmalarını ve bu nedenle tercih edilmelerini sağlamaktadır. İlk ortaya çıktıkları yıllardan beri yeni özellikler, güncellemeler sayesinde günümüzdeki kullanım şeklini almış ve bazı platformlar geniş kitlelere ulaşarak küreselleşmiştir.

Platformlar, sinema salonları ile fiyat ve içerik miktarı olarak karşılaştırıldığında daha ekonomiktir. Bunun nedeni ise platformların aylık belirli bir ücret almaları ve bu ücret karşılığı daha fazla içerik sunmalarıdır. Bu karşılaştırma sonucunda dijital dizi/film platformları, sinema salonlarını, ev, toplu taşıma araçları gibi internet olan her alana taşımaktadır. Tek bir alana bağlı kalmadan kolaylıkla izlenebilmeleri, dijital izleyici sayısında artışa neden olan özellikler arasındadır.

İnsanlar salgın hastalıklardan korunmak için ev ortamına zorunlu olarak adapte olsalar dahi dışarıda bulamadıkları konforu sağlayabildikleri de aşıkardır. Sinema salonlarında istenilen yiyecekler tüketilemezken ya da ek bir maliyet olduğu için tercih edilmezken dışarıda lüks görünen bu eylemler ev ortamında rahatlıkla gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca izlenen içerikler istenildiği zaman durdurulabilmekte, izlemeye ara verilebilmekte hatta geri sarılarak kaçırılan yerler ya da dikkat edilmesi gereken sahneler yeniden izlenebilmektedir.

Netflix, PuhuTv, Amazon Prime gibi birçok platformun sadece yerel içeriğe sahip olmayışı, farklı kültürlere ait içeriklere kolaylıkla ulaşım sağlanmasına izin vermesi, tercih edilme nedenleri arasındadır. Sınırsız içeriğe sahip olan platformlar daha fazla tercih edilmektedir. Örneğin: Netflix çok sayıda içeriğe sahip olup birçok ülkenin işlerini bünyesinde barındırmaktadır. Exxen ise sadece Türk yapımı içeriklere sahiptir. Bu iki platform karşılaştırıldığında ise Netflix, büyük bir fark ile kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir.

1.1.1. Netflix

Dijital platformlar arasından kullanım ve tercih edilme konusunda ilk sırada yer alan Netflix, verdiği hizmeti şöyle tanımlamaktadır; “Netflix, üyelerimizin internete bağlı bir cihazda reklamsız dizi ve film izlemesine olanak tanıyan abonelik tabanlı bir yayın hizmetidir” (Netflix, yardım merkezi).

Netflix’in kendi sitesinde izleyicilere sundukları ayrıcalıklar hakkında şöyle bir açıklama bulunmaktadır. Netflix’e göre (2022):

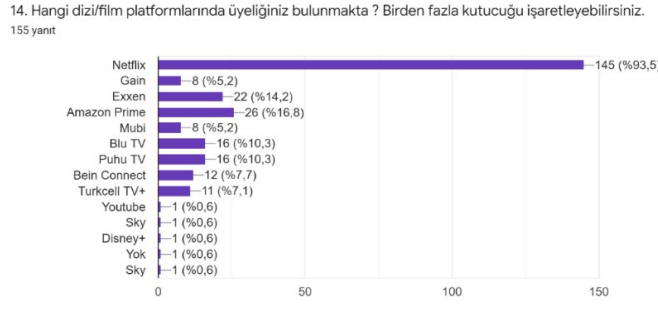
Netflix olarak dünyayı eğlendirmek istiyoruz. Zevkiniz ne olursa olsun ve nerede yaşarsanız yaşayın, sınıfının en iyisi olan dizilere, filmlere ve belgesellere erişmenizi sağlarız. Üyelerimiz, tek bir basit abonelikte reklamlar olmaksızın neyi izlemek istediklerini ve ne zaman istediklerini kontrol eder. 30’u aşkın dilde ve 190 ülkede yayın yapıyoruz, çünkü güzel hikâyeler herhangi bir yerden çıkabilir ve her yerde severek izlenebilir.

Dijital platformlar arasında adı en çok duyulan ve yaygın kullanıma sahip olan Netflix, kurulduğu ilk zamanlar DVD kiralama ve satış sitesi olarak faaliyete geçmiştir. İnternet ve teknolojik araçlardaki gelişim devam ettikçe bünyesine kazandırdığı özellikler sonucunda bugünkü halini alan Netflix, en çok üye sayısına 2020 yılında ulaşmıştır. Bu üye sayısındaki artışı konu alan CBR’ın baş haber editörü Jon Arvedon’un (2021) yazdığı haber, “Genel olarak 2020, 36,6 milyon yeni abonelik gördü ve bu, 2018’deki 28,6 milyonu geçerek şirketin bugüne kadarki en büyük yılı oldu. Bu büyümede elbette COVID-19 ve pandeminin getirdiği küresel karantinalar rol oynadı” şeklindedir.

Arvedon’un hazırladığı haberde de bahsettiği gibi bu artışta pandemi süreci de etkili olmuştur. Sokağa çıkma yasakları ve karantinalar sırasında uzun süre evde vakit geçiren insanlar, Netflix’e yönelmişlerdir.

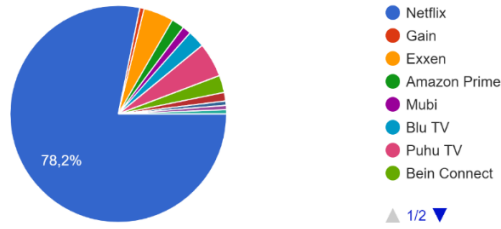
Dijital platformlar üzerine hazırlanan anketin sonuçlarına göre “hangi dizi/film platformlarında üyeliğiniz bulunmakta?” sorusuna 155 yanıt alınmış ve 145 kişi yani soruyu cevaplayanların %93,5’i Netflix cevabını vermiştir. Ayrıca en sık kullanılan platformu belirlemek için kullanıcılara yönlendirilen “hangi dizi/film platformunu daha sık kullanırsınız?” sorusuna %78,2 oranında Netflix cevabı

alınmıştır. Bu veriler ışığında Netflix, en çok üyeliği bulunan ve en sık kullanılan uygulama olarak tespit edilmiştir.



Şekil 1. 6 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

15. Hangi dizi/film platformunu daha sık kullanıyorsunuz?
156 yanıt



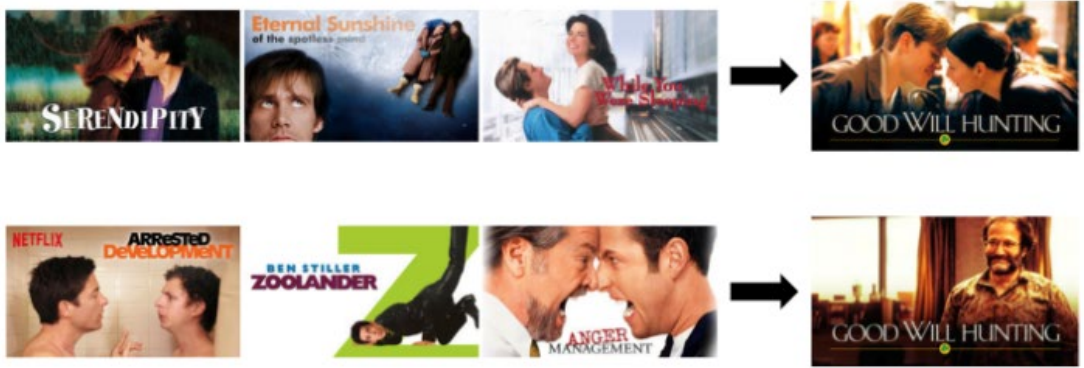
Şekil 1. 7 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

Netflix, kullanıcıları hakkında bilgi toplayan ve profil sahiplerini daha iyi tanımaya yardımcı olan algoritması sayesinde üyelerine daha önce izledikleri dizi/filmler doğrultusunda başka izleyebilecekleri içerik önerilerinde bulunmaktadır. Netflix, önerilerin nasıl çalıştığı konusunda yazdığı yazıda algoritmadan ve kullandıkları bilgilerden şu şekilde bahsetmiştir: “Önerileri en iyi şekilde kişiselleştirmek için Netflix'te ne izlediğinizi bilmenin yanı sıra şunlara da bakıyoruz: izlediğiniz günün saati, Netflix'i izlediğiniz cihazlar ve ne kadar izliyorsunuz. Tüm bu veri parçaları, algoritmamızda işlediğimiz girdiler olarak kullanılır” (Netflix, Yardım merkezi).

Yapay zeka kullanılarak her bir izleyicinin daha önce izlemiş olduğu içerikler doğrultusunda oluşturulan görseller platformda sunulmaktadır. Örneğin; romantik komedi ağırlıklı bir izleme listesine sahip olan kullanıcı için sistem diğer içeriklerin romantik komedi türüne uygun olan sahnelerini seçip görseller oluşturmaktadır. “Good Will Hunting” filmi üzerinden Netflix teknoloji blogunda örnekleme yapan

Chandrashekar vd. (2017), izlenen içeriklerin türlerine göre nasıl ilgi çekici bir görsel oluşturulduğu hakkında şunları söylemişlerdir:

Bir üyenin farklı türleri ve temaları ne kadar tercih ettiğine bağlı olarak bu kararı kişiselleştirilebilmektedir. Matt Damon ve Minnie Driver'ın yer aldığı tasarım çalışması incelendiğinde, pek çok romantik film izlemiş biri Good Will Hunting ile ilgilenebilirken, çok tanınmış bir komedyen olan Robin Williams'ı içeren bir tasarım kullanılırsa çok sayıda komedi izlemiş bir üyenin ilgisi filme çekilebilmektedir.



Görsel 1. 1 Netflix'in özelleştirilmiş içerik görselleri, 2017.

Ayrıca belirli bir oyuncunun olduğu içeriklerin daha fazla izlendiği analiz edildiye önerilecek olan yeni dizi/filmin kadrosunda yer alan oyuncu görselde ön planda tutularak tasarım oluşturulmaktadır. “Pulp Fiction” filmi üzerinden Kartal (2018), Netflix'in izleyicilere yönelik tasarladığı görsellerin nasıl bir yol izleyerek oluşturulduğunu şu şekilde açıklamıştır:

Netflix'in mevcut algoritmasında içeriklerin kapak fotoğrafları kullanıcılara göre belirleniyor. Basit bir şekilde örneklemek gerekirse; sürekli olarak Uma Thurman filmi izleyen biriyseniz, Pulp Fiction filminin kapak fotoğrafında Uma Thurman ile karşılaşsınız. Fakat John Travolta filmleri daha çok ilginizi çekiyorsa, Netflix algoritması size özel olarak John Travolta'nın bulunduğu bir kapak fotoğrafı sunuyor. Böylece içerik sizin için daha ilgi çekici bir hale gelmiş oluyor.



Görsel 1. 2 Netflix'in özelleştirilmiş içerik görselleri, 2018.

Netflix'in platform görsellerinde kullanmış olduğu bu algoritma sistemi ile tasarımlar platformda üyeliği bulunan herkes için farklı olarak meydana getirilmektedir. Algoritma sistemi ile oluşturulan bu görsellerin sahip olduğu öğeler tasarımların afiş niteliği taşımasına neden olmaktadır. Bu durumda yapay zeka kullanılan kapak fotoğraflarının aslında afiş olduğu söylenilebilir.

Afiş tasarımlarının dikkat çekici olması gerekmektedir. Algoritma sisteminin temel amacı da izleyicilerin dikkatini çekebilmek ve sayısını arttırmaktır. Bu doğrultuda afiş tasarımları genel olarak kitlelerin dikkatini çekmek üzere tasarlanırken, Netflix'in kullanmış olduğu algoritma sisteminde ise bireysel bir dikkat çekmenin amaçlandığı söylenebilir. Bu sistemin ilerleyen zamanlarda dizi-film sektöründe sıklıkla kullanılması sonucunda 'tasarımcı' kavramının yerini yapay zeka teknolojisine bırakabileceğini söylemek mümkündür. Fakat bu sistem ne kadar kullanılıyor olsa da şu an orijinal tasarımcı fikirlerine ulaşamamış olup izleyicilerin izlemiş olduğu içeriklerden belirli birkaç öğeyi belirleyerek tasarımları oluşturmaktadır. Bu gözlemler sonucunda algoritma sisteminin bir süre daha 'tasarım' ve 'tasarımcı' kavramlarının yerine geçemeyeceği öngörülebilir.

Netflix'in kolay kullanılan ve anlaşılabilir ara yüz tasarımı ile kullanıcılar rahatlıkla aramak istedikleri içeriklere ulaşabildikleri gibi ilgilerini çekebilecek başlıklar altında farklı içerikleri de görebilmektedirler. Amerikan yapımı dizi ya da film içeriğinin yanı sıra Türkiye dahil farklı ülkelerin yaptığı içerikleri de bünyesinde barındırmakta ve ülkeler ile yeni içerik anlaşmaları yapmaya devam etmektedir. Bu çalışmalar sayesinde farklı kültürlerle ulaşabilen Netflix, ayrıca birçok farklı dil ve alt yazı seçenekleri ile uluslararası bir platform özelliği taşımaktadır. Kategoriler ve

farklı fiyatlandırma seçenekleri ile üye olmak isteyen kullanıcılar kendilerine uygun kalite ve fiyatı seçebilmektedirler.

Öz'e göre (2020), "İletişim teknolojilerindeki gelişmeyle dünyanın küçüldüğü hissi daha da belirgin hale geldi. Dünyanın çeşitli coğrafyalarından, farklı kültürlerden, farklı dilleri konuşan ve birbirlerini tanımayan insanlar bugün Netflix aracılığıyla ortak bir zeminde buluşabiliyor."

Netflix, farklı dili konuşan, farklı ülkedeki insanların ortak alanlarda, aynı platformda buluşmasını sağlamaktadır. Kurulduğu günden günümüze kadar yıllar içerisinde gelişimini sürdürmeye devam etmesi ve bünyesine kazandırdığı özellikler, Netflix'i dünyada en çok kullanılan platform haline getirmiştir.

1.1.2. Exxen

Exxen, "Türkiye'nin dijital platformu" sloganı ile Acun Medya bünyesinde kurulmuştur. Oldukça yeni bir platform olan Exxen, 1 Ocak 2021 yılında yayına başlamış ve kısa zaman içerisinde birçok dizi, film, TV şovları gibi içerikleri bünyesine kazandırmıştır. Üyelik ile aktive edilen Exxen, cep telefonunda, tablette, bilgisayarda ve internet bağlantısı bulunan, uygulama olan ya da indirmeye uyumlu televizyonlarda kullanılabilir.

2021 Eylül ayında Acun Ilıcalı'nın, Haber Global YouTube kanalına yapmış olduğu açıklamaya göre üye sayısı 1 milyona yaklaşan Exxen, içeriklerini oluştururken "Türkiye'nin dijital platformu" sloganına bağlılığını korumakta ve Türkçe içerikler üretmektedir. Hazırlanan içerikler hakkında "Exxen'de ne gibi içerikler var?" soru başlığı altında Exxen yardım merkezinde bulunan açıklama: "Exxen'de, Türkiye'nin sevilen oyuncularını ve beğenilen sanatçıları, en çok takip edilen sosyal medya fenomenleri ve youtuberlar, diziler, formatlar, belgeseller, çocuklara ve gençlere özel içerikler izleyici ile buluşuyor" şeklindedir.

Exxen, üyelerine uygun olan paket seçimini gerçekleştirebilmeleri için farklı paket ve fiyatlandırma seçenekleri sunmaktadır. Exxen'in yapmış olduğu bu uygulama sayesinde kullanıcılar reklamlı ya da reklamsız, yıllık, aylık, Exxen + Exxenspor üyeliği gibi farklı seçenekler arasından kendilerine en uygun olanı seçerek üyeliklerini yaptıkları paket seçimi doğrultusunda devam ettirebilmektedirler.

EXXEN ÜYELİK PAKETLERİ

REKLAMLI

YILLIK PAKET 2 AY HEDİYE
VADE FARKSIZ 12 AY TAKSİTLE
AYLIK 19.90 TL YERİNE

16.60 TL x 12 AY

AYLIK PAKET
TAAHHÜT YOK
DİLEDİĞİN ZAMAN İPTAL ET

19.90 TL / AY

REKLAMSIZ

YILLIK PAKET 2 AY HEDİYE
VADE FARKSIZ 12 AY TAKSİTLE
AYLIK 29.90 TL YERİNE

24.90 TL x 12 AY

AYLIK PAKET
TAAHHÜT YOK
DİLEDİĞİN ZAMAN İPTAL ET

29.90 TL / AY

EXXEN + EXXENSPOR ÜYELİK PAKETLERİ

REKLAMLI

SEZONLUK PAKET
VADE FARKSIZ 12 AY TAKSİTLE
AYLIK 59.80 TL YERİNE

44.80 TL x 12 AY

AYLIK PAKET
TAAHHÜT YOK
DİLEDİĞİN ZAMAN İPTAL ET

59.80 TL / AY

REKLAMSIZ

SEZONLUK PAKET
VADE FARKSIZ 12 AY TAKSİTLE
AYLIK 69.80 TL YERİNE

54.80 TL x 12 AY

AYLIK PAKET
TAAHHÜT YOK
DİLEDİĞİN ZAMAN İPTAL ET

69.80 TL / AY

Görsel 1. 3 Exxen üyelik paket seçenekleri.

1.1.3. Puhutv

Diğer platformlardan farklı olarak ücretsiz olan bu platform yapılan anket sonuçlarına göre en sık kullanılan dijital platformlar arasında yerini almıştır.

Sevilen televizyon dizilerine, yerli ve yabancı filmlere bünyesinde yer veren Puhutv, bu içeriklerin dışında kendi bünyesinde oluşturduğu orijinal içeriklere de sahiptir. İçeriklere “www.puhutv.com” adresine giderek ya da telefona, tablete puhutv uygulamasını indirerek ulaşılabilmektedir. İstenilen içeriğe ulaşımın kolaylıkla sağlanabilir, ücretsiz ve arayüz tasarımının anlaşılabilir olması, platformun üye olmayı zorunlu tutmaması aktif kullanılan dijital platformlar içerisinde tercih edilme nedenleri arasındadır.

İçerik olarak oldukça zengin olan “Puhutv'de dramdan romantiğe, aksiyondan komediye birçok türde yüzlerce yerli dizi ve filmi bulabilirsiniz. Dün akşam televizyondaki en popüler dizileri, unutulmaz Türk dizilerini, sevilen Yeşilçam filmlerini ve çizgi filmleri keyifle seyredebilirsiniz” (Puhutv, Yardım merkezi, 2022).

Puhutv'ye üye olan kullanıcılar ile üye olmadan kullananlar için platformda farklılıklar bulunmaktadır. Üye olan kullanıcılar platform tarafından tanınmakta, kullanıcılar kendilerine liste oluşturabilmekte, izledikleri dizi ya da filme kaldıkları yerden istedikleri zaman devam edebilmekte olup yeni gelen bölümler için platform tarafından bilgilendirilmektedir. Üye olmayan kullanıcılar ise istedikleri dizi ya da filmi ücretsiz olarak izleyebilmekte fakat üye olan kullanıcılara sağlanan diğer imkanlara sahip olamamaktadırlar.

İKİNCİ BÖLÜM

2. GÖRSEL İLETİŞİM VE AFIŞ TASARIMI

2.1. GÖRSEL İLETİŞİM NEDİR?

İletişim, yaşamın başladığı andan itibaren var olan ve ihtiyaç duyulan bir kavramdır. Sözlü, yazılı, görsel gibi çeşitli türleri bulunan iletişim Adıgüzel'e göre (2021), "iletişim, mesaj / anlam üretilmesi ve bu anlamların kodlanmış mesajlarla karşımızdaki hedef (veya hedef kitleye) iletilmesi işlemidir. Bu basit tanımın kapsamı genişletilerek, yüzlerce, hatta binlerce farklı iletişim tanımı yapılabilir."

Çeşitli tanımları olan iletişimi kısaca 'kişiler arasında gerçekleştirilen bilgi alışverişi' olarak tanımlamak mümkündür. Teknoloji alanındaki gelişmeler sonucu değişen hayat şartları ile birlikte iletişim araçlarında, türlerinde de yenilikler ortaya çıkmıştır. Bu gelişimin sonuçlarından biri olarak sözlü ve yazılı iletişim türleri gibi zamanla günümüzdeki anlamıyla 'görsel iletişim' de bir kavram olarak literatüre girmiştir.

Sosyal canlılar olan insanlar, hayatlarının her anında iletişim halindedirler. Bu iletişim sadece kişiler arasında sözlü diyaloglar ile sınırlı kalmayıp, doğa ve diğer canlılar ile duygusal olarak da gerçekleştirilmektedir. Bu iletişim sonucunda fark etme ve keşfetme eylemlerini gerçekleştiren insanlar çevrelerinde gördükleri bu imgeleri diğer insanlarla paylaşmak için resimlemeye başlamışlardır. Mağaralarda bulunan resim, çizim ve semboller, görsel iletişim ile grafik tasarımın başlangıcı olarak kabul edilmektedir.

Yazı ve baskı aletlerinin keşfedilmesi ile iletişimde yeni bir döneme geçilmiştir. Bu dönemde görsel öğeler ve yazı birleştirilerek baskı teknikleri ile çoğaltılabilmektedir. Bu sayede diğer insanlara istenilen mesaj farklı iletişim yöntemleri ile aktarılmaya başlanmıştır.

Kağıdın keşfi ve matbaanın bulunması ile baskı alanının gelişip hız kazanması sonucu diğer iş alanları gibi tasarım da gelişmeye başlamış ve grafik

tasarım ürünlerinde artış görülmüştür. Zamanla tasarımlar sadece iletişim odaklı olmayıp estetik kaygı içerisinde üretilmeye başlanmıştır.

Görsel iletişim, farklı dile sahip insanların ortak konuşma alanı olmaktadır. “Görsel iletişim sırasında kullanılan belirteçlerin her birine işaret ya da sembol adı verilmektedir. İşaretler, evrensel bir dil oluşturmak için kullanılır, resimsel bir dil kullanılarak hazırlanır ve farklı dilleri kullananlar arasında da iletişim kurmayı sağlar” (Yaban, 2012, s. 975).

İletilen mesajı görsel ve metni kullanarak düzenleyen, anlaşılabilir hale getirmeye yardımcı olan ise grafik tasarımıdır. Grafik tasarım, iletilmek istenilen mesajı düzenleyerek hedef kitle tarafından fark edilmesini ve kitlelerin yönlendirilmesini sağlayan bir araçtır. Becer’e göre (2019),

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de bir mesaj iletmek ya da bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarım terimi ilk kez 20. Yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. (s.33)

2.2. AFİŞ TASARIMI

2.2.1. Afiş Nedir?

Bir görsel iletişim türü olan afiş, kelime anlamı olarak Türk Dil Kurumu’nda, “bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası” olarak tanımlanmaktadır.

Bireyleri bir ürün, sosyal konular hakkında bilgilendirmeyi amaçlayarak tasarlanan, duvarlara asılan veya günümüzde olduğu gibi sosyal mecralarda, billboardlarda yayınlanan, tasarım ilkeleri doğrultusunda değer taşıyan resimli yazı, ilanlar afiş olarak adlandırılmaktadır.

İletişim öğelerinden biri olan yazı, grafik tasarımın ayrılmaz bir parçasıdır. İlk yazı çeşitleri ve bu yazı çeşitlerinin grafik tasarım ile olan bağı, Demir (2010) şöyle açıklamaktadır:

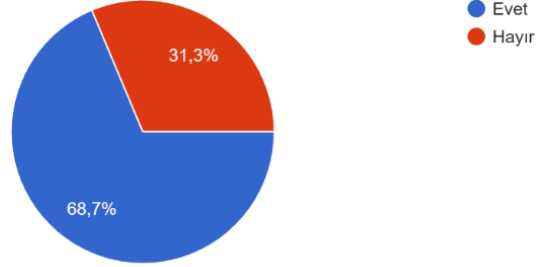
Sümerlerin bulduğu yazı belli simgelerin, sadeleştirilmiş resim ve işaretlerin kullanılmasından oluşmaktaydı. Piktogram yani düşünce yazısı asını alan bu yazı çeşidi, nesnelere farklı bir anlatım diliyle açıklamaya yarayan, şekillerin

yan yana getirilerek bir düşünceyi açıklanması esasına dayanıyordu. Sade, soyut, geometrik şekillerden oluşan piktogram yazısı düşünceyi yansıtır. Ancak İ.Ö. üçbin yıllarında daha etkili ve kalıcı olan ve yaşamdan örneklere yer verilen başka bir yazı türü ise Mısır yazısının karakterlerini belirten “hiyeroglif” sözcüğüyle anılan ve Tanrının Yazısı anlamına gelen yazı türüdür. Okunabilen ve simgelerden oluşan bu yazılar; görsel olarak grafik tasarımın ilk örnekleri sayılabilir. Oluşturulan “hiyeroglif” yazılar resme ilişkin özellikleriyle, sözleri ifadenin sembolleştirilip görselleştirilen şekliydi. Bu dönemden başlayarak, insanoğlunun görsel ve sözel ifade biçimlerini bir tasarım disiplini içinde sunması, grafik tasarımın iletişime dair yanını ve başlangıcı diye kabul edilebilir. (s.59)

Afiş ve afiş tasarımı, yazının bulunması, baskı yöntemlerinin kullanılması, dijitalleşme gibi zaman ve teknik süreçlerden geçerek günümüzdeki halini almıştır. Tasarlanan bu afişlerin dikkat çekici ve kısa süre içerisinde algılanabilir olması gerekmektedir. Özellikle dış mekan afişlerinde tasarımların yalın, yazıların kısa ve okunaklı olması önemlidir. Bunun nedeni ise insanların sıkça geçtiği yerlere yerleştirilen afişlerin, yürüyerek ya da araç ile kısa bir zamanda içeriğindeki mesajı doğru olarak anlayabilmelerini sağlamaktır. Günümüzde sosyal mecralarda yayınlanan afişlerin tasarımlarında da hızlı anlaşılabilir olmak ve ilgi çekicilik ön plandadır. Bunun sebebi ise ekran değiştirilmeden önce mesajın hızlıca iletilmek istenmesidir.

İzlenebilir içerikler için afişler tanıtım özelliği taşımaktadır. İçeriğin konusu, hangi türde yapıldığı ve oyuncu kadrosunda kimlerin olduğunu izleyicilere görsel olarak aktarmaktadır. Platform içerisinde yer alan dizi ya da filmler için tasarlanan afişler, diğer tasarımlar arasından ilgi çekici olarak ön plana çıkmalı ve izleyiciyi içeriği izlemesi konusunda ikna etmelidir. Bunun nedeni ise; izleyicilerin ilk olarak afiş ile karşılaşması, içerik hakkında merak duygusu oluşarak içeriğin konusunu okumaya yönelmesi ve izlemeye başlamasıdır. Ankette bu konu hakkında “dizi/film için tasarlanan afişler bu içerikleri izlemenizde etkili midir?” sorusunu 249 kişi cevaplamış ve %68,7’si “evet” cevabını vermiştir.

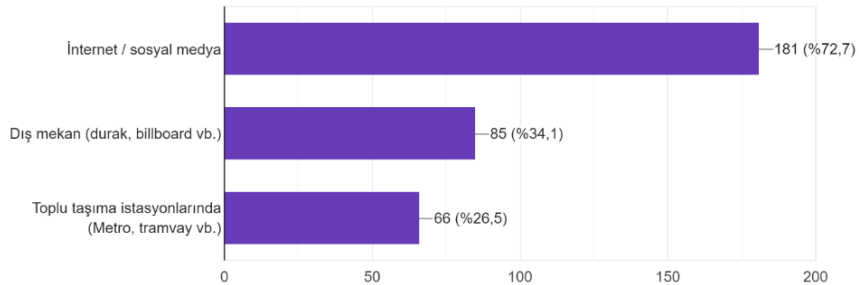
23. Dizi/film için tasarlanan afişler bu içerikleri izlemenizde etkili midir?
249 yanıt



Şekil 2. 1 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

Bu sonuçlara bakılarak afişlerin izleyicileri içeriklere yönlendirme konusunda başarılı olduğu görülmektedir. Ayrıca afişlerin insanlara ulaştırıldığı yerler de önemlidir. Bu yüzden insanların afişlerle karşılaşabilmeleri için sıkça kullandıkları yollar ya da toplu taşıma durakları gibi zorunlu olarak uzun süre vakit geçirdikleri yerler tercih edilmektedir. Günümüzde sosyal medya kullanımında görülen artış nedeniyle afişler, dijital mecralarda yayınlanmaktadır. Anket çalışmasında bulunan “afişler ile her yerde karşılaşabilirsiniz peki en çok nerede karşınıza çıkan afişler ilginizi çekmektedir?” sorusuna 181 kişinin “internet/sosyal medya” cevabını vermesine dayanarak izleyicilere dijital mecralardan ulaşmanın daha kolay olduğu söylenebilir.

24. Afişler ile her yerde karşılaşabilirsiniz peki en çok nerede karşınıza çıkan afişler ilginizi çekmektedir?
249 yanıt



Şekil 2. 2 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

2.2.2. Afiş Tasarımının Tarihsel Gelişimi

Grafik tasarım, temel olarak mağara resimlerine dayanmaktadır. Yazının bulunması ile kitap tasarım alanlarında daha çok varlığını göstermekte olup günümüzde yayın, reklam, ambalaj gibi birçok alan ile çeşitlenmiştir. Afişlerin, dönemin sanatçıları tarafından yapılması ve sanat akımlarından fazlaca etkilenmesi hatta çoğu kaynakta sanat türü olarak ele alınmasının nedeni, hayatın her evresinde var olmasına rağmen ‘grafik tasarım’ kavramıyla yakın dönemlerde karşılaşılmasından kaynaklanmaktadır.

Akman’a göre (2019), “20. yüzyıl ilk çeyreğinde oluşmaya başlayan “grafik tasarım” kavramı geçmişte sanatçı, ressam vb. isimlerle anılan tasarımcıların daha fazla uzmanlaşmasının önünü açmıştır” (s.6).

Kullanılan renkler, tipografi ve kompozisyonun birleşmesi sonucu estetik değer taşıyan afişler, Manet Bonnard, Henri de Toulouse-Lautrec gibi sanatçıların da ilgi göstermeleri sonucu bir tasarım alanı olmuştur. Kübizm, Art Nouveau, Bauhaus, Pop Art gibi sanat akımları, diğer sanat dallarını etkilediği gibi afiş tasarımlarında etkilemiş ve sanatçılar bu sanat akımlarını afiş tasarımlarına taşımışlardır. Zamanla fazla detaycılık kendini yalınlığa bırakmış ve bireylerin kısa süre içerisinde kolaylıkla anlaması gereken görseller haline gelmişlerdir.

Afiş tasarımları yapılırken öncelikli olarak tasarımın amacı ve hedef kitle belirlenmelidir. Bunun nedeni ise yapılacak tasarımın kimlere yönelik olacağını belirlemek ve bu doğrultuda planlama ve tasarım yapabilmektir. Farklı boyutlarda hazırlanabilen afişler, dış mekan (billboard, raket vb.) için hazırlandığında daha büyük boyutlara ulaşırken, iç mekanlar (metro, lobi vb.) için daha küçük boyutlar tercih edilmektedir. Hızlı anlaşılabilir tasarımlar en çok dış mekan afişleri için önem arz etmektedir. Dış mekan afişlerini yürüyen yayalar ya da araç kullananlar bir anlığına görebilecek ve çoğunlukla geriye dönüp tekrar bakamayacaklardır. Yani ortalama 3-5 saniye gibi kısa bir süre içerisinde iletilmek istenilen mesajın alıcılar tarafından algılanması gerekmektedir.

İç mekan tasarımlarında ise inceleme süresinde artış görülebilmektedir. Örneğin; metro durağına ortalama 5 dakika aralıklar ile metro geldiğini kabul edelim. Bu süre içerisinde yolcular afişlere tekrar bakabilmekte ve mesajı anlayabilmeleri için dış mekan afişlerinden daha fazla zamanları bulunmaktadır. Fakat bu durum iç

mekan afişlerinde mesajın uzun bir düşünmeden sonra anlaşılabilir olması gerektiği anlamına gelmemektedir. Bunun nedeni yolcuların her zaman araçları kaçırmaması yani 5 dakikalarının her zaman olmayışından kaynaklanmaktadır. benzer durumlar diğer iç mekan tasarımları içinde geçerlidir. Afiş tasarımları bireylerle iletişime geçmek için kullanılmaktadır bu yüzden mesajın kolay anlaşılabilir olması özellikle hızlı yaşama adapte olmuş günümüz toplumları için dikkat edilmesi gereken bir özelliktir.

Afiş tasarımı, anlaşılır kısa bir metin, tipografi, resim, renk, amblem gibi öğelerin tasarım kurallarına ve hedef kitleye uygun düzenlenmesi sonucu kısa zaman dilimlerinde mesajı kitlelere ileten bir araç olmaktadır. Hazırlanan tasarımlar siyasal, sosyal konuları halka taşıyabildikleri gibi sanat alanında yapılacak etkinlikler (opera, bale gösterileri, yeni çıkan filmler vb.) hakkında da görsel bir hatırlatıcı niteliğindedir. Kişilerin sıkça kullandıkları toplu taşıma alanlarında (metro, tramvay, otobüs vb.), herkesin görebileceği yerlerde bulunan afişler, estetik kaygı içerisinde hazırlandığında hem dikkat çekiciliği ile sıkça halkın karşısına çıkarak akılda kalmakta hem de çevre için görsel bir etki sağlamaktadır.

Tasarlanan afişlerde iletilmek istenilen mesaj, dengeli bir kompozisyon içerisinde olmalı ve dikkat çekici görsel, renk ya da tipografi ile desteklenmelidir. Seçilen sözcüklerin kısa, anlaşılır ve okunaklı yazı karakterine sahip olması, afişte anlatılan durum, tanıtılan ürün ya da hizmetin hedef kitle tarafından kolay anlaşılır olmasını sağlamaktadır. Tipografi ile afiş tasarımında kullanılan görsel ya da ürün uyum içerisinde ve bütünleşmiş olmalıdır.

Afiş tasarımı yapılırken dikkat edilmesi gereken öğelerden biri de renktir. Sağocak (2005)'a göre renk;

Işığın cisimlere çarptıktan sonra yansıyarak gözümüzde bıraktığı etkiye renk denir. Renk kavramı içinde birbirinden farklı dalga boylarına sahip, kendi fiziksel sınırları içinde farklı tonlara, doygunluklara ve değerlere ulaşabilen ışın gruplarını tanımlamak gerekir. Bir rengin yansıttığı ışık miktarına göre bir "değeri", aynı renk ailesinin değer ve doygunluk açısından ayrılan ancak yakın ilişkileri görülen derecelenmeye bağlı "tonu", görsel şiddetine ve saflığına göre de bir "doygunluğu" söz konusudur. (s. 78)

Grafikte temel tasarım elemanlarından biri olan renk, sadece görsel üzerinde denge kurmak ya da ilgi çekiciliği arttırmak için değil, görsel iletişimi gerçekleştirdiği insanlar üzerinde duygusal olarak anlatılmak istenilen olayı sözlü bir metin bulunmadan yansıtmak için de kullanılmaktadır. Renkler herkese aynı duyguları yüklemeyebilir. Bunun nedeni evrensel olarak aynı anlama gelen bir öge gibi görünmesine karşılık farklı kültürlerde farklı anlamlar taşıyabilmeleridir.

Renkler sıcaklık, soğukluk, ton değerleri gibi birçok özelliği ile farklı enerjiler taşımakta ve psikolojik olarak etkide bulunabilmektedir. Özdemir (2005)'e göre:

Örneğin kırmızı, bir ifade aracı, duyguların bir karşılığı olarak bize bazı anlamlarla görünür. Bu anlamlar her zaman, sözel açıklık kazanamamasalar da bizi ruhen etkiler. Bu nedenle mekanlarda kullanılan kırmızı, yarattığı ruh haliyle, psikolojik etkileşimleri ortaya çıkarır. Kırmızı bir gül, gerçek sevginin geleneksel bir ifadesidir, ancak kırmızıyı görmek, kontrolü kaybetmek anlamına da gelebilir. Pozitif bir renktir, hayatın rengidir, fakat aynı kırmızı, bilinç altında olsa bile kanlı ve şiddete dayalı kurumları, hırs, tutku, kızgınlık sonucu ortaya çıkan savaşları da ifade eder. Bu nedenle kırmızı, kaosun rengidir ve gerçekte, uygun tonlarda ve oranlarda kullanılmamışsa, bir mekan içerisinde de kaosa neden olabilir. Dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta renklerin pozitif-negatif etkilerini kontrol altına alabilmek için kullanılacak renk türünün, doymuşluk ve değerinin taşıdığı anlam açısından büyük öneme sahip olduğudur. (s. 392)

Bireyler farkında olmadan renklerin etkisinde kalabilmektedirler. İnsan beyni kısa sürede çok fazla şeyi görüp, sinyaller oluşturarak yorumlar ve bireyi farkında olmadan ona göre hissetmesi ve davranması için yönlendirir. Renkler ile algılama da aynı şekilde hızla gerçekleşir ve birey farkına varmadan iletilmek istenilen duygu aktarılmış olur.

İnsanlar yazıyı kullanmadan renkler sayesinde duygusal olarak iletişime geçebilmektedirler. Bu konuya sergiye gidildiğinde izlenen, sizinle konuşmayan, yazı içermeyen tablolar örnek verilebilir. Bu tablo ya da görsele baktıklarında bireyler üzerinde sevinç, öfke, telaş gibi birçok duygu oluşabilmektedir. Bu duygular eşliğinde görsel ve dolaylı olarak sanatçı ile duygusal olarak iletişim sağlanmış olur.

İnsan zihninin hızlı algılama özelliği sonucu hedef kitle farkında olmadan zihinsel mesajların etkisinde kalmaktadır. Görsel iletişimin her alanında zihinsel mesajlar bulunmakta ve renk kullanımı ile duygular alıcılara kolaylıkla aktarılmaktadır.

Temel tasarım öğelerinden olan renk, duygusal iletişimin dışında tüketiciyi harekete geçirmek için sıkça tercih edilmektedir. Bu duruma yiyecek sektörüne ait reklam ve ürün afişleri örnek olarak verilebilmektedir. Reklam filmlerinde, yiyecek ürünlerinin ambalaj tasarımlarında hem dikkat çekici hem de iştah açıcı olan kırmızı, sarı, turuncu renkler tercih edilmektedir. Buradaki amaç reklam filmi ya da ürün afişini gören tüketicilerin ürünü almaları için bir uyarıda bulunmaktır. Beynin gördüğünü hızlı yorumlaması ve hareket sinyallerini yollaması sonucu, tüketiciler çoğunlukla bu eylemi farkında olmadan sadece hislerine uyarak gerçekleştirmektedirler.

Sinema sektöründe kullanılan renkler ise izleyicinin duygularını, hislerini uyatarak izledikleri sahneler karşısında tepkilerini yönlendirmektedir. Duygusal etkiler sağlayan renkler, olaylara üzüntü, heyecan gibi duyguları yükleyebilmektedirler. Bu duygusal etkileri yansıtırken sinema sektörü ses ve sesin temposu ile renk, ışık kullanımı arasında bir bağlantı kurmak zorundadır.

Renklerle her toplum ve birey üzerinde aynı tepki ile geri dönüş alınmamaktadır. Her toplumun kendine ait kültürü ve bu kültürlerin renklerle kurdukları bağ farklıdır. Bunun yanında aynı toplum içerisinde de aynı renklere farklı anlamlar yüklenebilmektedir. Örneğin tiyatro sahnelerinde kırmızı renk heyecan gibi pozitif bir duyguyu yansıtabilirken, aynı zamanda ışık, ses ve rengin birlikte kullanımı ile tehdit içeren, negatif bir duyguya dönüşebilmektedir.

Aşağıda beyaz, siyah, ana ve ara renklerin duygusal anlamları farklı yorumlar ile yer almaktadır :

Beyaz, saflığın, sakinliğin ve barışın rengidir. Gelinlik rengi olarak günümüzde tercih edilmektedir. Bu tercihin nedeni ise beyaz rengin ayrıca masumiyet anlamı taşımasıdır. Her kültürün farklı özellikleri olduğu gibi “Çin’de beyaz bir gelinlik hiç uygun olmaz, çünkü onların kültüründe beyaz yas rengidir” (Akkın, Eğrilmez ve Afrashi, 2004, s. 277).

Siyah, batı kültürlerinde, ölüm, umutsuzluk, korku, matem gibi negatif duyguları bünyesinde barındırır. “Siyah tüm renkleri soğuran fiziksel bir yapıya sahiptir; gizli, gizemli, dışa kapalı, bilinmeyen bir anlamı vardır. Siyah aynı zamanda umutsuzluk, umutsuzluk, yasa dışılık ve hayal kırıklığının rengi olarak kabul edilmektedir. Siyah büyüklüğü, gücü gösteren bir simge olarak da kullanılmıştır” (Mazlum, 2011, s.131).

Renk kuramlarında beyaz ve siyah bir renk olarak kabul edilmemektedir. Bu durumu Adobe, (2022) şöyle açıklamıştır:

Bazıları beyazın bir renk olduğunu düşünür çünkü beyaz ışık görünür ışık spektrumundaki tüm tonları içerir. Birçok kişi de siyahı bir renk olarak kabul eder çünkü kağıt üzerinde siyahı oluşturmak için diğer pigmentleri birleştirirsiniz. Ancak teknik açıdan, siyah ve beyaz renk değil, gölgedir.

Mavi, özellikle açık tonları kullanıldığında rahatlatıcı bir etkiye sahip olan mavi, su ve gökyüzünün rengidir. Bu nedenle sonsuzluk, barış ve huzur anlamlarını taşımaktadır. Koyulaşmaya başlayan mavi tonları ise psikolojik olarak keder ve sıkıntı verici bir etkiye sahip olmaktadır.

Kırmızı, ana renklerden olup canlılık ve tutku anlamlarını taşımaktadır. Enerjik olduğu kadar iştah acıcı bir renk olan kırmızı, heyecan, aşk gibi olumlu duyguları çağırıyor olsa da aynı zamanda kullanıldığı ton ve yerlere göre kan, ateş, cehennem ve şeytanlığın rengi olarak da kullanılmaktadır. Birçok yiyecek firması logo ve ambalaj tasarımlarında kırmızı rengi iştah acıcı özelliği nedeniyle tercih etmektedir.

Sarı, uyarıcı ve dikkat çekici bir renk olup aynı zamanda güneş ve altının rengidir. Pozitif bir enerji olarak algılanan sarı, bazı nesnelere ile birleştiğinde taşıdığı anlamlar da değişebilmektedir. Örnek olarak sarı gül, dostluğu ve mutluluğu simgelerken, sevgiliye hediye edildiğinde ise ayrılığı ifade etmektedir.

Yeşil, sakinleştiren ve yenileyen bir duygusal etkiye sahiptir. Doğanın rengi olan yeşil, kültürler arasında genellikle ortak bir anlam taşımakta ve “doğa” ile bağdaştırılmaktadır. Akkın vd. (2004)’e göre;

Yeşil, ilk çağlardan beri batı kültürlerinde tazelik ve yenilenmenin rengi olmuştur. Renksiz bir kış gününden sonra her tarafın yeşile bürünmesi, doğurganlık ve gelişimin rengi olmasına yol açmıştır. Mental görüntülerin %99'u yeşildir, çünkü çimen-ağaç-bahçe hep yeşil bir armoni olarak karşımıza çıkar. Yeşil uluslararası dilde de doğa ve tazelik anlamına gelmektedir, dünyanın en tanınmış çevreci örgütü de ismini buradan alır (Greenpeace). (s. 276)

Mor, asaletin rengi olarak tanımlanmakta olup aynı zamanda gösterişi, duygusallığı, lüksü temsil etmektedir. Soyluluk, zenginlik ve saygı göstergesi olarak mor rengin tercih edilmesinin nedeni ise doğada üretilmesi zor bir renk olmasından kaynaklanmaktadır. Amblem ve logo tasarımlarında tercih edilen mor renk ve tonları Ceylan (2015)'a göre;

Çekici ve duyarlı bir renk olması nedeniyle, ürün kalitesini niteleyen bir özelliğe sahiptir. Unutulan çocukluk yıllarını akla getiren, rüya ve fantezi dünyası ile ilişkilendirilen leylak rengi ise, kısmen duygusallık taşıması nedeniyle, anne sevgisi gibi bir sevgiyi iletme amaçlı olarak kullanılabilir. (325)

Turuncu, enerjik renklerden birini temsil ediyor olup eğlenceyi simgeliyor olması nedeni ile komedi türündeki film ve dizilerde sıkça kullanılmaktadır. Ayrıca dikkat çekici bir renk olduğu için reklam sektöründe de kullanımı oldukça yaygındır.

Afiş tasarımlarında oldukça önemli bir öğe olan renk kullanımı, dizi/filmler için tasarlanan afişlerde hem dikkat çekici olmakta hem de içeriğin türü hakkında izleyiciye mesajlar vermektedir. İzleyiciler, merak duygusu yaratan bu mesajlar doğrultusunda izlemek istedikleri dizi ya da filmin künyesini okumakta veya hemen izlemeye başlamaktadırlar.

Grafik tasarım ürünü olan afişler, zamanla değişen reklam sektörü içerisinde gelişmeye devam eden ve güncelliğe adapte olmayı sürdüren bir alan olmuştur. Ceylan (2015)'a göre;

Afişlerin çok sayıda çoğaltılarak geniş alanlara ulaşması 1450' lerde Gutenberg'in matbaası ile doğrudan ilişkilidir. Bazı kaynaklara göre ilk duvar afişi 1480' de, Londra' da bir kilisenin kapısına asılan bir din kitabı afişidir.

Ancak, bugün anladığımız anlamda ilk afiş, 1860'ların başında, afiş sanatının babası olarak bilinen Jules Cheret tarafından tasarlanan Sarah Bernhardt'ın bir oyununa ait olduğu bilinmektedir. (s. 70)

Sanat ile bir bütün haline gelen afiş tasarımlarında Dünya'da öncü ilk isimler, Jules Cheret, Henri de Toulouse-Lautrec ve Alphonse Mucha olmuştur. 1836 yılında Paris, Fransa'da doğan Jules Cheret, afiş sanatının ustası, ressam ve litografi sanatçısıdır. Jules Cheret'in afiş tasarımları hakkında Elbir (2020), yapmış olduğu araştırmada şu şekilde bahsetmektedir;

Fransız sanatçı Jules Cheret (1836 – 1932), sanat eseri niteliğindeki tasarımlarıyla “Modern afişin babası” olarak bilinmektedir. İşlerinde çoğunlukla sarı daha ağırlıklı olmak üzere, kırmızı, siyah ve yeşil veya Fransa bayrağını hatırlatan renkler hakimdir (Görsel 5). Paris'te büyük boyutlarda afişi ilk defa Cheret kullanmıştır. Tasarımlarında gece hayatını, Paris'in hareketli atmosferini ve soylu kesimin eğlencelerini yansıtır. (s. 26)



Görsel 2. 1 Jules Cheret, Papier a cigarettes, Paris, 1889.



Görsel 2. 2 Jules Cheret, Théâtre de L'opéra, 1896.

Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901), ilk taş baskı afişini Paris'in gece kulüplerinden biri olan Moulin Rouge için tasarlamıştır. “Afişlerinde kullandığı yazılar ve görsel uyum dikkat çekicidir. Onun döneminde reklam amaçlı algılanan afiş bir sanat dalı olarak kabul görmüş ve halk ile sanat arasındaki mesafe kaybolmuş” (Sanatın Öyküsü, 2020).

1895-1905 yılları arasında Avrupa’da ortaya çıkan Art Nouveau akımının temsilcilerinden olan Alphonse Mucha, 1860-1939 yılları arasında yaşamını sürdürmüştür. Sanatçı, bu akım ile birlikte dekoratif, zarif, bitkisel desenler kullanılmaya başlanmış ve tasarımlarında bu akıma sıkça başvurmuştur. Balkan’a göre (2017),

Afişlerde kullanılan temel tasarım ilkeleri tasarımların yapı taşları gibidir. Mucha tarafından serbest elle üretilen yazı karakterleri tipografik yönden incelendiğinde amacına ve görsel bütünlüğe uygun bir biçimde tasarlanmıştır. Temel tasarım ilkeleri doğrultusunda amacına uygun olarak kullanılan görsel öğeler ve tipografik elemanlar Mucha’nın başarısını temellendirmiştir. (s. 1488)



Görsel 2. 3 Alphonse Mucha, Sarah Bernhardt, 216 x 74.2 cm, Paris, 1894.

Ülkemizde afiş tasarım sanatından bahsederken akla gelen ilk isim ise İhap Hulusi Görey'dir. Türkiye'ye afiş tasarımı konusunda öncülük eden, bu alanda ürünler çıkaran, Türkiye'deki ilk afiş sergisine Almanya'dan gönderdiği yapıtlarıyla katılan Görey, alfabemizin ilk kapağını tasarlamış ve birçok afiş çalışmasının tasarımını üstlenmiştir.

Türkiye'de afişe yeni bir boyut kazandıran sanatçı, Almanya'da eğitim görmüş ve Türkiye'de 1923 yılında ilk afiş sergisini açmıştır. Açılan bu sergi Türkiye'nin ilk afiş, grafik tasarım sergisi olmuştur. İhap Hulusi birçok farklı kurum ve alanlarda afiş tasarımı yapmıştır. Bu alanlar arasında bankalar, Tekel, Milli Piyango gibi kurumların afiş tasarımlarında sanatçının imzası yer almaktadır.



Görsel 2. 4 İhap Hulusi Görey, Devlet Hava Yolları.



Görsel 2. 5 İhap Hulusi Görey Vatandaş.

Modern zamanın tasarımcılarından olan Xavier Mula, 1983 yılında Igualada'da (Barselona-İspanya) doğmuştur. Gaspar Camps sanat okulunda sanat ve tasarım öğretmenliği yapan illüstratör, öz geçmişinde illüstrasyon alanında ulusal ve uluslararası ödüller bulundurmaktadır. Tasarımcının yapmış olduğu çalışmalardan biri (Görsel 10) 'Gezegen olmadan hayat olmaz' mesajı üzerinde yapmış olduğu bir çalışmadır. Afişte farklı ten ve kıyafetleri ile bir grup insan devrilmekte olan ağacı ayakta tutmaya çalışmaktadır. Verilen mesaj açık bir şekilde belirtilmekte ve

okunaklı bir yazı fontu ile tasarım desteklenmektedir. Yerleşim olarak çapraz noktalardan yararlanılmış ve dengeli bir kompozisyon oluşturulmuştur.

Müzik festivali için tasarlanmış olan afişte (Görsel 11) ise yaratıcı bir fikir ile tasarım yapılmış olup ilk bakışta dikkatleri üzerine toplayabilmektedir. Müzik festivalini sadece dans eden bir grup insan ile göstermek yerine el, bacak, ayak gibi insan uzuvları ile şekiller üzerinden farklı figürler elde etmiş ve bu figürler ile uzuvları kompoze etmiştir. Font seçiminde bir önceki çalışmasındaki gibi okunaklı sade bir font seçmiş ve illüstrasyonun arka planda kalmasına izin vermeyerek başarılı bir çalışma olmasını sağlamıştır. Tasarım yapılırken dikkatin tek bir noktada toplanmaması için kompozisyonun iyi planlanması gerekmektedir. Böylece afişin tamamına ilgi eşit bir şekilde dağıtılabılır ve temel tasarım ilkelerinden olan denge sağlanmış olur. Kompozisyon içerisinde yazı, illüstrasyon ve diğer öğelerin dağılımını başarılı bir şekilde birleştiren Xavier, tasarımında ilgiyi afişin tamamına yaymayı başarmıştır.



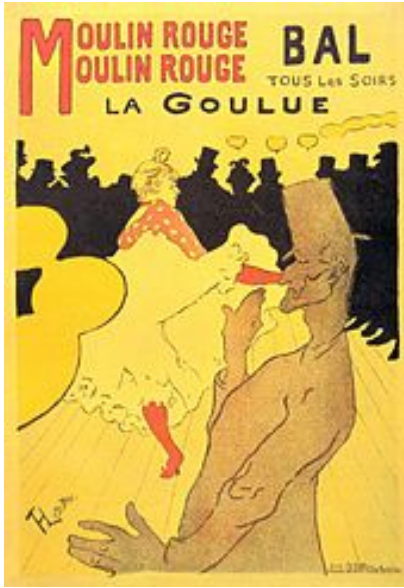
Görsel 2. 6 Xavier Mula, 'Sentit comú' poster-Barcelona en comú, 2020.



Görsel 2. 7 Xavier Mula, RRRREC Festival, 2019

Henri de Toulouse-Lautrec tarafından 1892 yılında Moulin Rouge için tasarlanan afiş (Görsel 12) ile Xevier Mula'nın 2015 yılına ait dans festivali afişine (Görsel 13) bakarak benzer içerikler için oluşturulmuş afişleri klasik ve modern

olarak karşılaştırmak mümkündür. İki tasarımında illüstrasyon çalışması ile yapıldığı görülmektedir. Lautrec'in çalışmasında kompozisyon içerisinde temel olarak dans eden kadın vurgulanmakta ve silüet halinde gösterilen kişiler dans eden kadını izlemektedirler. Kompozisyonda kullanılan bu öğeler bu afişin gösteri afişi oluğunu açıkça anlaşılır kılmaktadır. Benzer şekilde Xevier Mula'nın tasarımında balerin ön planda olup iletilmek istenilen mesaj oldukça sade bir şekilde verilmektedir. İki çalışmada da kullanılan tipografinin anlaşılabilir olması kişilere gösterinin nerede ve ne zaman olacağı bilgilerini vermektedir. Görsel 12'de kullanılan sarı tonları afişin dikkat çekiciliğini arttırmaktadır. Görsel 13'de ise arka plan renkleri koyu bir şekilde seçilmiş ve böylece balerinde kullanılan pembe ten ile beyaz elbise ön plana çıkarılarak dikkat çekici olması sağlanmıştır. Yakın zamanda yapılan afişler günümüzün getirdiği değişimlere göre yaratıcılık ön plana alınarak tasarlanmakta olsalar da tasarımın temellerine bağlılığını sürdürmektedirler.



Görsel 2. 8 Henri de Toulouse-Lautrec, Moulin Rouge – La Goulue, 1892,



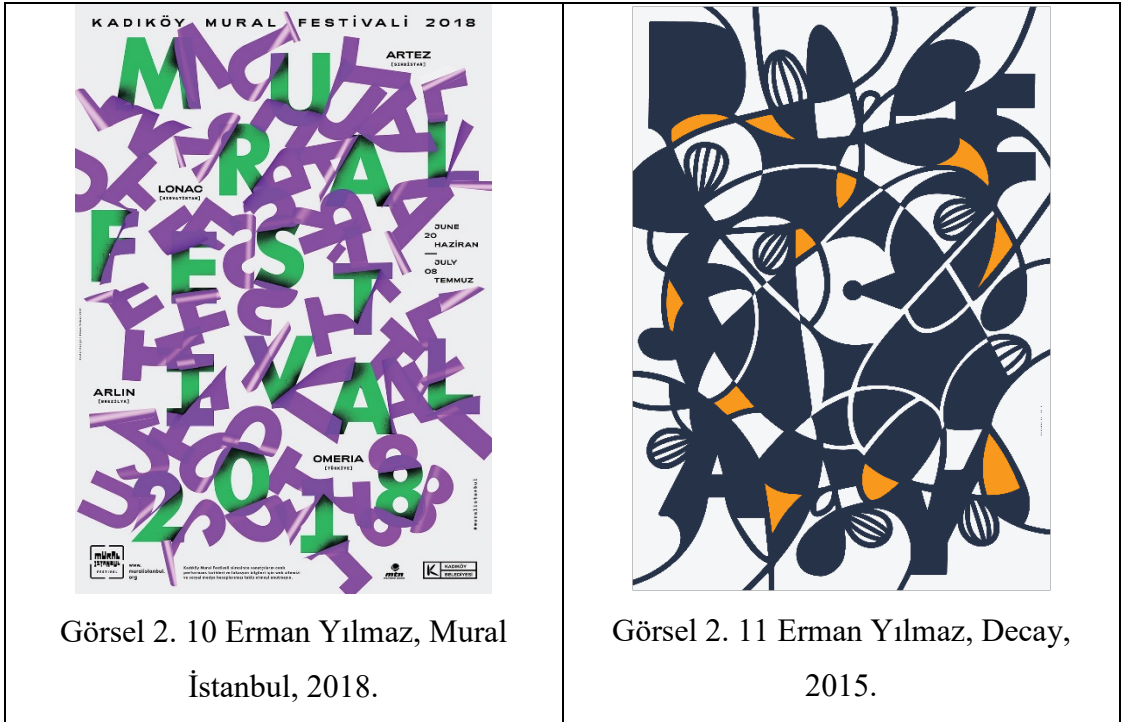
Görsel 2. 9 Xevier Mula, Dans Festivali Afişi, 2015

Artan ve Uçar'a göre (2018):

Geçmişe bakıldığında afiş tasarımlarının günümüzdeki çağdaş tipografik ve kaligrafik afiş tasarımlara göre okunurluklarının ve vermek istedikleri mesajların çok daha net olduğu görülmektedir. Afiş sanatının öncülerinden olan Lautrec'in tasarımlarında bu açıkça görülebilmektedir... İspanyol bir sanatçının

yaptığı “Espai d’arts dans festivali” afişinde (Bkz. Resim 2.2) [Görsel 13] Loutrec’in afiş tasarımında olan mesajı doğrudan iletme ve okunurluk kaygısını görülebilmektedir. Sadece birkaç yıl önce tasarlanan bu afiş, günümüz çağdaş tipografik afişlerinden farklı olarak klasik afiş anlayışına daha yatkındır. Afişte bulunan görsel ve tipografinin uyumu, yazıların okunabilir olması ve renklerine baktığımızda bunun bir dans festivali afişi olduğu tıpkı Loutrec’in Moulin Rouge afişinde olduğu gibi net bir şekilde anlaşılmaktadır. Dans festivali afişindeki bu klasik afiş tasarımı anlayışı görüldüğü gibi günümüzde de devam etmektedir. (s. 15-16)

Bir diğer modern tasarımcılardan biri olan Erman Yılmaz, 1985 yılında Mersin’de doğmuştur. GMK Türkiye Grafik Tasarımcılar Derneği üyesi olan Yılmaz, grafik tasarımcı olup bu alanda çalışmalarını sürdürmektedir.



İlk bakışta karışık halleriyle dikkat çekmeyi başaran yaratıcı fikir odaklı afişler biraz daha incelendiğinde verilmek istenilen mesaj, harflerin renk farklılıkları ya da şekillerin birleşmesi ile belirtilmektedir. Oldukça dikkat çekici çalışmalara imza atan tasarımcının eserleri gündelik hayatta kısa süre içerisinde anlaşılabilir olmak için oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Bunun nedeni Yılmaz’ın afiş çalışmalarını grafik sergi alanlarında sergilemek ya da yarışmalarda yer alması için tasarlamasıdır.

Tasarımların içerisinde yer alan mesajlar için kişilerin daha fazla vakti ve tekrar geri dönüp inceleme imkanları bulunmaktadır. Tipografiyi sadece okunması gereken bir öge olarak görmeyen tasarımcı, tipografiyi resimsel formlarda ele alarak estetik kompozisyonlara imzasını atmıştır. Tanıtım yapmak dışında bazen bir kelime ya da söz üzerinden duyguların somutlaştırılmak amacıyla olduğu kadar sanatsal açıdan da ele alınan bu tarz afişlerle, sergi alanları gibi tasarım odaklı yerlerde daha fazla karşılaşılmaktadır.

2.2.3. Afiş Tasarım Çeşitleri

Afiş türlerini sıralamak gerekirse temelde ticari afişler, kültürel afişler, sosyal afişler olmak üzere üç bölüme ayırabiliriz. Yayla'ya göre (2014) ise afişler dört ana başlığa ayrılmaktadır. Bunlar;

Afişler türlerine göre dört ana gruba ayrılırlar. Bunlar; kültürel afişler, sosyal afişler, reklam afişleri ve propaganda afişleridir. Afişler bu ana başlıkların altında da kendi içinde çeşitlere ayrılırlar. Kültürel afişler; tiyatro afişleri ve sinema afişleri, sosyal afişler; siyasi afişler ve sosyal sorumluluk kampanya afişleri, reklam afişleri; kurumsal reklamcılık afişleri ve moda, gıda, turizm ve endüstri afişleri, ve propaganda afişleridir. (s. 31)

Bu afiş türlerinden ticari afişler, reklam amaçlı tasarlanan ürün ya da hizmeti tanıtan afişlerdir. Kültürel afişler olarak tanımlanan afişler ise film, tiyatro, festival ve bunun gibi konuları ele alan yani kültür-sanata yönelik tasarlanan afişlerdir. Sosyal afişler, çevre, eğitim, siyasi konuları barındıran afişlerdir. Konu ve içerik olarak kültürel afişlerin içerisinde bulunan dizi/film afişleri bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Sinema sektörü ya da diziler için tasarlanan afişlerin amaçları arasında izleyiciyi sinema salonuna yönlendirmek ya da platforma üye olarak dizi/filmi izlemesini sağlamak yer almaktadır. Bu amaç doğrultusunda sektöre ve sektöre bağlı işletmelere kazanç sağlama söz konusudur. Bu doğrultuda dizi/film afişleri, kültürel afişlerin içerisinde yer alırken aynı zamanda ticari afişler sınıfında da yer almaktadırlar.

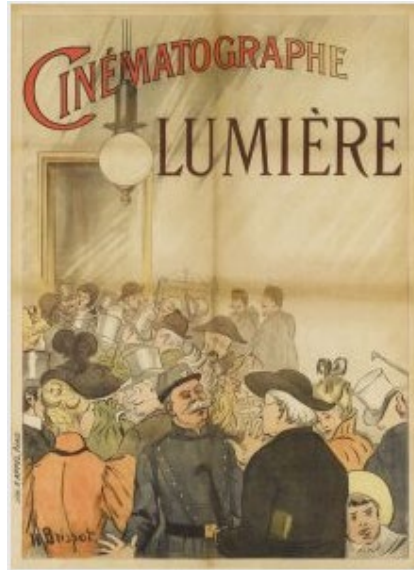
Afiş tasarımı, diğer sanat dallarında da olduğu gibi tasarımcıların zihninde oluşturduklarını yansıttıkları bir alandır. Bu doğrultuda tasarımlar yapılırken renk kullanımı, tipografi, alan, bütünlük gibi temel tasarım kuralları ve öğeleri dışında yaratıcı fikirler temel alınarak tasarımların yapıldığını söylemek mümkündür. Ayrıca tasarımcılar fotoğraf, illüstrasyon, desen ya da sadece tipografi kullanarak tasarımlarını oluşturabilmektedirler.

2.3. SİNEMA SEKTÖRÜNDE AFİŞ TASARIMI

Bir etkinlik, durum ya da ürünü tanıtmak amacıyla belirli yerlere asılan, farklı mecralarda paylaşılarak insanlara verilmek istenilen mesajı görsel olarak iletilmesine yardımcı olan afişler, sinema sektörüyle güçlü bir bağa sahiptir.

Dünya sinema tarihinin ilk filmi, Sinematografin mucitleri olan Lumiere kardeşlere aittir. Süreleri hemen hemen 1 dakikalık 20 adet filmin, 1895 yılında Paris'te halka ilk gösterimi yapılmış ve sunumu yaklaşık 30 kişi izlemiştir. Kontrast dergisinin sitesinde yayınlanan yazıda (2018), izleyici sayısındaki artış ve ilk film afişi şu şekilde ele alınmıştır.

Büyük ses getiren bu gösteri için Henri Brispot tarafından hazırlanan afiş ise, sinema tarihini bir film için yapılmış ilk afişi olma özelliğini taşıyor. 105.4 x 75.5 cm boyutlarındaki bu afiş Paris'te pek çok yere asılmıştı. Paris gazetelerinin konuyu gündeme taşınmasıyla Ocak 1896'nın ilk günlerinde 2,500 kişiye yakın izleyici 1 Frank karşılığında filmi izlemeye geldi.



Görsel 2. 12 Henri Brispot, Cinematographe, 105.4x75.5 cm.

Afişlerin izleyiciler üzerindeki olumlu geri dönüşlerinden bir örneğini yaşayan Lumiere kardeşler, yayınlanan ve insanların dikkatini çekmeyi başaran afiş tasarımı sayesinde hem daha fazla izleyiciye ulaşmış hem de yaptıkları filmde para kazanmışlardır.

Hürriyet'in sitesinde 1999 yılında güncellenen ve yayınlanan habere göre, "İlk Türk filmi Fuat Uzkınay tarafından çekilen 'Ayastefonos'daki Rus Abidesinin Yıkılışı' (1914)" olurken "İlk konulu Türk filmleri Sedat Simavi tarafından çekilen 'Pençe' ve 'Cusus' (1917)" adlı filmler olmuştur.

Türk sineması denildiğinde ise akla Yeşilçam gelmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2014 yılında düzenlemiş olduğu "Eski Yeşilçam Filmleri Sergisi" ile yaklaşık 30 tane afiş sinema severlerle buluşmuştur. Bu afişler arasında Türk sinemasının ilk renkli filmi olan ve Muhsin Ertuğrul'un çektiği "Halıcı Kız" da yer almaktadır.



Görsel 2. 13 İlk renkli Türk filmi "Halıcı Kız" afişi.

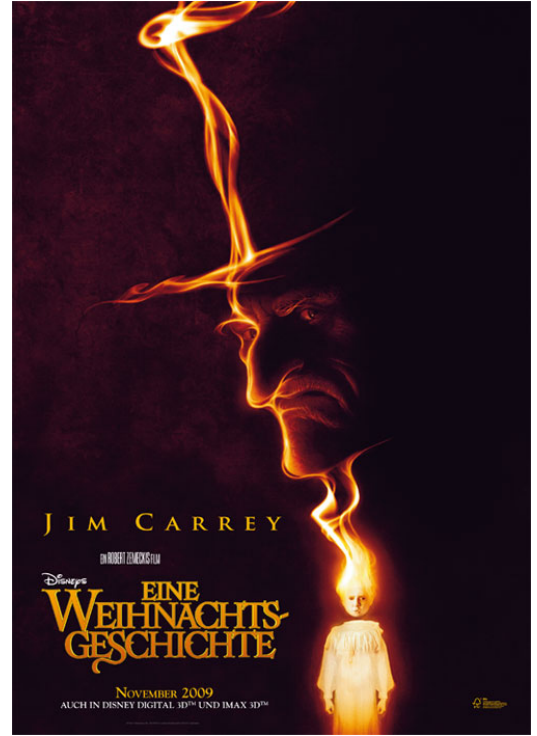
Sinema sektöründe yeni çıkan içerikleri tanıtmak ve insanlar üzerinde izleme arzusu yaratmak amacıyla tasarlanan afişler için kullanılan baskı teknikleri zamanla

yerini dijital alanlara bırakmıştır. Tasarımcı kavramının da kendini göstermesi ve sektörde yerini alması ile görsel iletişim yeni bir boyut kazanmıştır.

Tasarımcıların zihninden, yaşadıkları toplumdan beslenen fikirler sonucu ortaya çıkan sinema afişleri, ülkeler arasında da farklılık göstermektedir. Bu duruma Robert Zemeckis'in yönetmen ve senaristliğini üstlendiği orijinal adı "Disney's A Christmas Carol" olan Bir Yeni Yıl Şarkısı filmine ait tasarlanan iki farklı afiş örnek olarak verilebilir. ABD yapımı olan film, Kasım 2009'da vizyona girmiştir. CGI teknolojisi ile yapılan film, ABD ve Almanya için farklı afiş tasarımlarına sahiptir. Filmin yapıldığı CGI teknolojisi, "Computer generated imagery (ya da Türkçesiyle bilgisayar üretimli imgeleme) bilgisayar yazılımlarından faydalanarak sabit ya da animasyonlu görsel içerik oluşumu sağlayan teknolojinin ismidir" (Karakaya, 2022).



Görsel 2. 14 ABD, A Christmas Carol, 2009.



Görsel 2. 15 Almanya, Eine Weihnachtsgeschichte, 2009.

Başrollerini Jim Carrey, Gary Oldman, Colin Firth gibi isimlerin paylaştığı filmin konusu şöyledir: Ebenezer Scrooge, Noel'i neşeli ve sevecen kutlamak yerine eğlenen, mutlu insanların hevesini kaçırmayı tercih eden yaşlı bir adamdır. Noel

arifesinde rüyasında geçmiş, bugün ve gelecek hayaletlerini görmesi üzerine kötü bir karakter olmaktan vazgeçip yaptıklarının kötü olduğunu fark ederek davranışlarını telafi etmeye çalışır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde İngilizce olarak yayınlanan afiş tasarımı (Görsel 18) incelendiğinde Noel zamanını yansıtan beyaz tonlarının hakim olduğu bir kasaba görülmektedir. Başrol karakteri olan Jim Carrey ise filmdeki karakter olarak afişin en üst kısmında elinde bir mum ile yer almaktadır. Muma dikkatlice bakıldığında ise mumun alevinde bir yüz bulunmaktadır. Ebenezer Scrooge'a musallat olan hayalet aynı afişte olduğu gibi bir mum bedeni ve alevine sahiptir. Ayrıca hayaletin muma benzemesi dışında Scrooge'a doğru yolu aydınlatarak gösterdiği için afişte Carrey'in elinde tuttuğu mum ile bir bağ kurulmuş olabilir. Kompozisyonuna baktığımız zaman afişte renk, ön-arka ilişkisi, denge ve objelerin dağılımı oldukça başarılıdır.

Aynı film için Almanya'ya ait olan afiş tasarımında (Görsel 19) ise ilk bakışta renk, ışık-gölge yapısından dolayı barok etkisi dikkat çekmektedir. Işık kaynağı olarak mum formunda olan hayaletin yaydığı alev kullanılmıştır. Bu alevden çıkan ışık ise Scrooge yani Jim Carrey'nin silüetini oluşturmaktadır.

İki afiş karşılaştırıldığında ise kompozisyon açısından ikisi de başarılıdır. Film afişlerinde ilgi çekicilik önemli noktalardan biridir. Bunun nedeni izleyicinin dikkatini çekerek merak uyandırmak ve istenilen izleyici kitlesinde ulaşarak izleyicinin filmi izlemesini sağlamaktır. Bu açıdan fikir temelli, sade ve anlaşılır tasarımlar ön plana çıkmaktadırlar. İki afiş arasında fikir açısından karşılaştırma yapılacak olursa Almanya için yapılan tasarımın diğer tasarıma göre daha fazla fikir ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Aynı içeriğe sahip film için aynı zamanlarda tasarlanmış olan iki farklı ülkenin afişleri arasında farklılıklar görülebilmektedir. Bunun temel nedeni ülkelerin sosyolojik, ekonomik, teknolojik vb. farklılıkları ve bu farklılıklar içinde yetişmiş, eğitim almış olan tasarımcılardır. Tasarımcılar, aldıkları tasarım eğitimini uygularken büyüdükleri, yaşadıkları, gördükleri olay, mekan, toplumdan izleri tasarımlarına taşımaktadırlar. Bundan dolayı ülkeler arasında değişen tasarımlar için sadece ülkelerin sağladıkları iyi ya da kötü şartlar değil, tasarımcıların hayat kaliteleri ve yaşam şekillerinin de etkili olduğunu söylemek mümkündür.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DİJİTAL FİLM-DİZİ PLATFORMLARINA AİT AFİŞLERİN TASARIM-İÇERİK İLİŞKİSİ

Genel olarak bakıldığında dizi/film afişlerinde öncelik oyunculara verilmekte ve tasarımlarda başrol olan oyuncular ön plana çıkarılarak bir düzenleme yapılmaktadır. Bu zorunlu bir durum değildir fakat izleyiciler, tanıdıkları veya popüler kişilerin yer aldığı içerikleri izlemeye daha çok yöneldikleri için bu tarz afişlere oldukça sık rastlanılmaktadır. Bu durum temelde televizyon reklamlarında popüler sanatçıların ürün ya da hizmeti tanıtması ile aynı nedenler ile kullanılmaktadır.

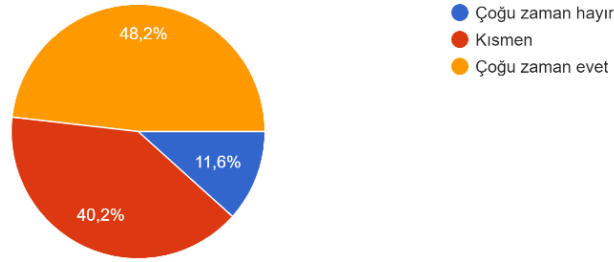
İnsanlar çocukluklarından beri kendilerine bir rol model aramakta olup bu rol modeli aile içerisinden ya da çevresinden bulabileceği gibi televizyonda veya dijital mecralarda gördüğü kişiler arasından da seçebilmektedir. İnsanlar tarafından sevilen ve toplumda popüler kabul edilen kişilerin yer aldığı afiş, sinema, reklam filmlerinin daha fazla insana ulaşmasının nedeni bireylerin bu kişiler ile aralarında kurdukları bağıdır.

Sevilen sanatçıların bulunduğu reklam filminde yer alan ürün, dizi ya da filmler sadece halka değil sanatçının geniş hayran kitlesine sunulmaktadır. Bu durum hayran kitlesi üzerinde içerikleri izleme ve ürünü satın alma isteği uyandırmaktadır. Sanatçıların popülerliği her zaman olumlu yönde olmayabilir. O sıra çokça eleştirilere maruz kalan ve sıkça magazinsel olaylarla gündeme gelen kişilerde aynı popülerliğe sahip olabilmekte ve sinema, reklam yüzü olarak kullanılmaktadırlar. Bu durumlarda ise alıcılar veya izleyiciler tarafından oluşan merak devreye girmekte olup içerikleri takip etme ve ürünü satın alma gerçekleşmektedir.

Afişler, insanların dikkatini çekmek ve istenilen ürün ya da tanıtımının yapılması için tasarlanmaktadır. Bu durum dizi ya da film için de geçerlidir. İzleyiciler, izleyecekleri dizi ya da film için ilk olarak afiş tasarımları ile karşılaşır. Film ya da dizilerin afişlerinde dikkat çekicilik unsuru olarak renk, şekil gibi

unsurların dışında dönemin popüler kişileri ön plana çıkarılarak da afişler insanlar için çarpıcı hale getirilebilmektedir. Kültürel afiş türü kapsamında değerlendirilen film ve dizi afişleri, dijital platformlarda grafiksel ya da sanatsal kaliteleri bazı durumlarda geri planda bırakılıp, oyuncular gibi farklı öğeleri ön plana çıkararak izleyiciye yönelmeye çalışmaktadır. Afişlerin dikkat çekiciliği ve tasarımlarda kullanılan dizi/film oyuncularının izleyiciler üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla ankette sorulan “Bir afişte sevdiğiniz/beğendiğiniz bir ismi görmek o dizi ya da filmi izlemenizde etkili midir?” sorusuna verilen %42,2 evet ve %40,2 kısmen cevabı ile izleyicilerin içerikleri seçmek için afişlerde görülen oyunculara önem verdikleri gözlemlenmiş olup dizi/film seçimlerinde oyuncuların etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

26. Bir afişte sevdiğiniz/ beğendiğiniz bir ismi görmek o dizi ya da filmi izlemenizde etkili midir?
249 yanıt



Şekil 3. 1 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

3.1. NETFLIX AFİŞ ÖRNEKLERİ VE İNCELEMELERİ

3.1.1. Don't Look Up

Başrollerini Leonardo DiCaprio ve Jennifer Lawrence'ın paylaştığı “Don't Look Up” filminin Netflix'te yayınlanma tarihi 24 Aralık 2021'dir. Netflix'in orijinal içeriklerinden olan filmin konusu kısaca şöyledir: “İki astronom, Dünya'yı yok edecek bir kuyruklu yıldızın yaklaşmakta olduğu konusunda insanlığı uyarmak için bir medya turuna çıkar, ancak hiç kimse onları umursamaz” (Netflix, Don't Look Up).



Görsel 3. 1“Don't Look Up” filmi uygulama içi görseli, 2022.

Dünya'ya çarpması ile yaşamı bitirecek olan kuyruklu yıldız Kate (Jennifer Lawrence) gözlem evinde fark eder ve Dr. Randall (Leonardo DiCaprio)'a iletir. Uzun zamandan beri hareket halinde bir yıldız görülmediği için araştırmacılar arasında bir sevinç söz konusu olur. Yapılan hesaplamalar sonucu, bu kuyruklu yıldızın 6 ay gibi kısa bir süre içerisinde çok hızlı bir şekilde dünyaya çarparak yaşamı sonlandıracağı ortaya çıkar ve yıldızın bulunması ile başlayan sevinç yerini korku ve telaşa bırakır. Bu korkutucu durumun keşfi ile başkana durumu iletmek isteyen baş karakterler, umdukları tepkiler ile karşılaşmazlar ve bu durumun ciddiyetini başka yollarla halka duyurmak için harekete geçmek isteyen astronomların ciddiye alınmayışını konu alan bu Adam McKay imzalı komedi, 2022 Oscar Adayı film olmuştur.

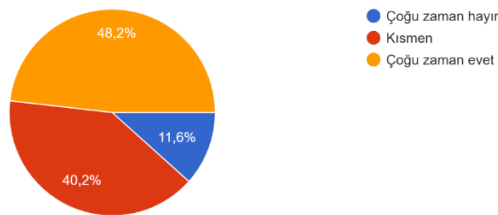
Don't look up filmi platformda gösterime girdiği hafta Netflix'in haftalık izlenme verilerine göre 20-26 Aralık 2021 haftasında Türkiye'de en çok izlenen ilk 10 film arasında 1.sırada yerini almıştır. Listede 3 hafta boyunca ilk sıradaki yerini korumuştur.



Görsel 3. 2“Don't Look Up” filmi platform içi görseli 2021.

Filmin platform içi görsellerine (Görsel 20 ve 21) bakıldığında ilk dikkat çeken unsur baş rollerin ön planda bulunmasıdır. İzleyicilerin birçoğu dizi ya da film konularına bakmadan önce afişlere bakmakta ve tanıdık yüzler aramaktadır. Ürün odaklı tasarlanan afişler nasıl tüketicilere satın aldırma odaklı yapıyorsa dizi/film afişleride izleyici sayısını artırma amaçlı yapılmaktadır. İzleyiciler, tanınmış baş rolleri gördükleri afişleri izleme eylemi içerisinde oldukları için tasarımcılar bu sonuca odaklanmaktadırlar. Gözlemlenen bu durum, tanınmış oyuncular ve baş karakterlerin tasarımda ön planda tutularak tasarım yapılmasına neden olmaktadır.

26. Bir afişte sevdiğiniz/ beğendiğiniz bir ismi görmek o dizi ya da filmi izlemenizde etkili midir?
249 yanıt



Şekil 3. 2 Dijital dizi/film platformları anketi, 2022.

Don't look up film afişi ve uygulama içerisinde bulunan tanıtım görsellerinde başrol karakterlerine ön planda yer verme, yapılan tasarımlarda yaygın bir kullanımdır. Platformun içerisinde kullanılan görsel (Görsel 20) film içeriğine uygun olarak ele alınmıştır. Görselde telaşlı olan iki karakter ve bu karakterlerin üzerlerinde duman ve patlama izleri bulunmaktadır. Aynı zamanda arka planda Dünya ve Dünya'ya yaklaşmakta olan kayan yıldız görülmektedir. Filmin içeriğine bakıldığında keşfedilen bir kayan yıldız ve bu yıldızın dünyaya düşerek yaşamı sonlandırması konu alınmaktadır. Yapılan tasarım ve içeriğin uyumuna bakıldığında konudan kopmayan içerik ile ilişkili bir tasarım söz konusudur. Işık renk açısından oldukça başarılı olan tasarım için olumsuz olarak; "Don't Look Up" yazısının arka plan renkleri dolayısı ile okunma açısından özellikle "don't" yazısında zorluk çekildiği yorumu yapılabilir.

Görsel 21'de daha kalabalık bir oyuncu kadrosu karşımıza çıkmaktadır. Filmin ismi ilk göze çarpan obje olmaktadır. Tasarımda diğer bir dikkat çeken durum ise karakterlerin ifadeleridir. Kate (Jennifer Lawrence) kuyruklu yıldızı bulan kişidir. Bu yüzden afişte yukarıyı gösteren bir görseli yer almaktadır. Yukarı bakan ve bu durumu ciddiye alan oyuncuların yüz ifadeleri daha sertken durumu ciddiye almayan karakterler ise gülerken ya da korku ve endişe dışında yüz ifadesine sahiplerdir. Görselin sağ alt köşesinde televizyon sektöründe kullanılan mikrofon bulunmakta ve mikrofonun arkasında iki karakter, televizyonda haber sunucusu olarak filmde yer almaktadır. Layout'a bakıldığında yazı fazla büyük ve karakterler aşağıda konumlandırılmıştır. Fakat bu görsel uygulama içerisindeki afiş tasarımlarından olduğu için böyle bir düzenleme tercih edilmiş olabilmektedir. Görsel 20 ile filmin ismi açısından karşılaştırıldığında okunurluk Görsel 21'de daha iyidir. Bunun nedeni yazının arka planında koyu, desen ya da görsel yer almadan sadece renk ile bir zemin kullanılmasından kaynaklanmaktadır.



Görsel 3. 3 Don't look up, Instagram'da yayınlanan afiş tasarımları, 2021.



Görsel 3. 4 Don't look up, Instagram'da yayınlanan afiş tasarımları, 2021.

Aynı filmin Instagram görselleri incelendiğinde ise tasarımlarda tek bir karakter bulunmaktadır. Karakterler filmin içerisinde izler taşımaya devam etmektedir. Örneğin durumun ciddiyetini anlayamayan spikerlerin yüzlerinde filmin içerisinde sıkça gördüğümüz gülümseme bulunmakta ve gözlerinde kuyruklu yıldız parlamaktadır.

Instagram için tasarlanan bu çalışmaların karakterlere yönelik oluşturulması ise tanınmış oyuncuların daha ön plana çıkmasını ve filmi daha ilgi çekici hale getirmeye yardımcı olmuştur. İzleyiciler sosyal medyada gördükleri tanınmış kişiler ve bireysel posterler sonucunda oyuncu kadrosunu kolaylıkla görebilmektedir. Beğendikleri ya da takip ettikleri oyuncuları görmeleri sonucu ise filmi izlemeye yönelmeleri oldukça yüksektir.

3.1.2. Squid Game

Kore yapımı olan Netflix dizisi Squid Game yayımlandığı tarih olan 17 Eylül 2021 tarihinde Türkiye’de en çok izlenen diziler arasında listeye 4.sıradan giriş yapmış ve daha sonraki 6 hafta boyunca listede 1.sırada yer almıştır.

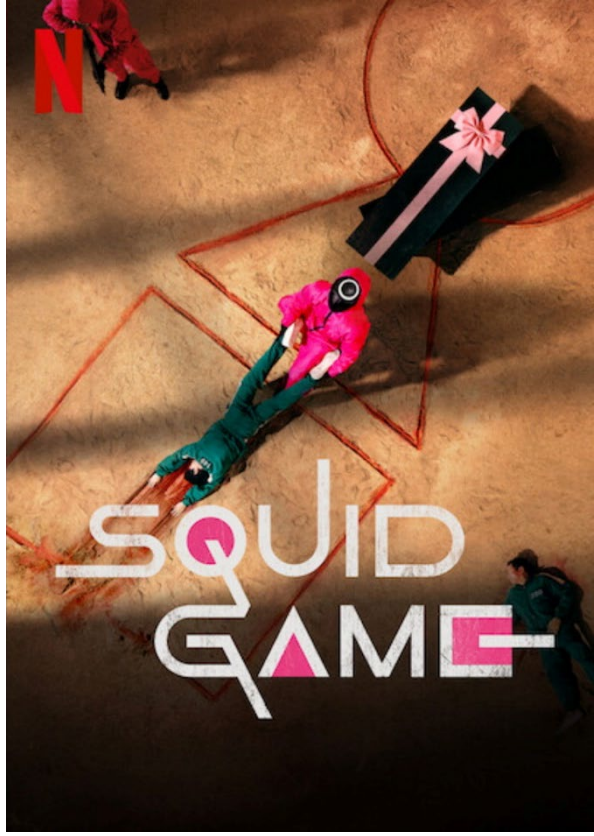
Türkiye’de oldukça popüler olan dram, gerilim, korku özelliklerini taşıyan ve başrollerini Lee Jung-jae, Park Hae-soo, Wi Ha-jun paylaştığı dizinin konusu, ortak noktaları para sıkıntısı yaşamaları olan bir grup insanın, içerisinde açlık, şiddet, ölüm gibi risklerden ve olacıklardan habersiz para kazanmak için katıldıkları çocukluk zamanlarındaki oyunlara benzeyen fakat daha tehlikeli bir şekilde oynanan oyunlarda hayatta kalmaya çalışmalarıdır.



Görsel 3. 5“Squid Game” dizisi uygulama içi görseli, 2022.

Kazananın 45.6 milyon ödüle kavuşacağı oyuna maddi sıkıntılar yaşayan kişiler davet edilir. Oyunu kabul edenlerin bilmediği şey ise oyunun görüldüğü kadar masum olmayışıdır. Oyun, çocukluk zamanlarında oynamaktan keyif alınan oyunların tehlikeli halleridir ve oyunda kaybedenler ölmektedir. Dizinin Netflix içerisinde bulunan görselinde (Görsel 34) ilk oyundan bir sahne yer almaktadır. Oyunda 2 dakika gibi kısa süre içerisinde devasa boyuttaki robot şarkıyı söyleyecek ve oyuncular hızla çizgiye yöneleceklerdir. Fakat bu robot şarkıyı durdurup arkasını döndüğünde oyuncuların hiçbirinin hareket etmemesi gerekmektedir. Robot, hareket algıladığı anda oyuncuları vurarak öldürmekte ve oyun dışı bırakmaktadır. Tasarlanan arayüz tasarımında bu robota büyük boyutlarda yer verilmiş ve yüzüne kan detayı eklenmiştir. Arka planda ise vurulan ve korkarak kaçan oyuncular bulunmaktadır. Konu ile görsel bağlantılı bir şekilde oluşturulmuştur.

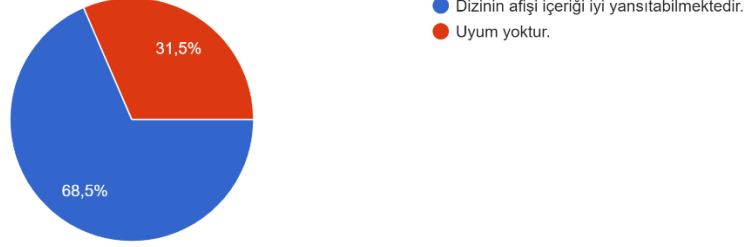
Squid game dizisi için tasarlanan logotype'ın içerisinde özellikle daire, kare ve üçgen şekilleri dikkat çekecek şekilde belirtilmiştir. Bu durumda dizinin içeriğine uygundur. Çünkü dizi içerisinde oyuncuları kontrol eden çalışanlar maske takmakta ve bu maskelerde bulunan kare, üçgen, daire şekilleri, kalamar oyunundan (squid game) gelmektedir. Oyunun içerisinde yer alan bu şekiller aynı zamanda çalışanların rütbelerini belirlemektedir.



Görsel 3. 6“Squid Game” dizisi platform içi görseli 2021.

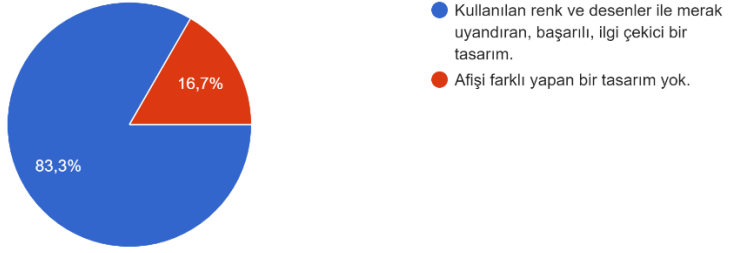
Afiş araştırmaları için hazırlanmış olan ikinci anket çalışmasında Görsel 35 için katılımcılara dizinin özetini okumalarını sağladıktan sonra yöneltilen “dizinin içeriği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?” sorusuna 111 kişi yani katılımcıların %68,5’i “dizinin afişi içeriği iyi yansıtılmaktadır.” cevabını vermiştir. “Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?” sorusuna ise %83,3 oranında verilen olumlu cevap dikkate alındığında anket sonuçlarına göre izleyicilerin içerik ve afiş tasarımı uyumlu buldukları sonucu pekiştirilmiştir.

4. Dizinin konusu şöyledir: "Para sıkıntısı çeken yüzlerce oyuncu, çocuk oyunlarında yarışmaları için aldıkları tuhaf daveti kabul eder. İçeride onları ...riği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



Şekil 3. 3 Afiş araştırması anketi, 2022.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt



Şekil 3. 4 Afiş araştırması anketi, 2022.



Görsel 3. 7 "Squid Game" dizi tanıtım afişi, 2021.

Dizi yayınlanmadan önce tanıtım amaçlı yayınlanan Squid game dizi afişinde (Görsel 36), ilk göze çarpan öğelerden biri arka planda kullanılan manzara görselidir. Bu görsel ön planda bulunan zemin, obje ve oyunculara göre oldukça sahte görünmektedir. Fakat bu durum tasarım hatası olmamalıdır çünkü dizinin içeriğine bakıldığında oyuncular kapalı bir alanda tutulmakta ve her oyun için alan tasarlanmakta olup duvarlarda gökyüzü görüntüsü kullanılmaktadır. Çoğu afişte görülen başrollerin ön planda tutulması Squid Game dizisinin bu afiş tasarımı içinde geçerli olmakta ve seyirciyi etkileyen başroller, oyunun sonuna gidebilmek için çabalamaktadırlar. Yukarıdaki afişin yayınlanmasını haber yapan Julie Lee (2021), afiş hakkında şu şekilde yorumda bulunmuştur;

Manzarada huzurlu görünen alan ve sıcak renkler göze çarpıyor. Ancak, alanda garip, dev bir robot duruyor ve katılımcılar korkulu ve tetikte görünüyor. Kaybolmuş ve vücutları her yere asılmış katılımcıların şok edici görüntüsü, güzel manzaraya çarpıcı bir görsel yan yana getiriyor. Hikaye kitabı benzeri robot kız ve katılımcıları ne tür ekstrem oyunların beklediği merak ediliyor. (Netflix)

3.1.3. Arcane

Türkçe “efsaneler ligi” anlamına gelen League of Legends, yaygın olarak bilinen MOBA türünde bir oyundur. Kısaltma olarak kullanılan MOBA kelimesinin açılımı “Multiplayer Online Battle Arena” dır. Türkçe anlamı ise “Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası” olan MOBA, iki rakip takım arasında oynanan ve rakibin merkezinde bulunan kuleyi yıkan takımın maçı kazandığı oyun türlerini tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu oyunlarda birçok farklı karakter ve bu karakterlerin özellikleri bulunmaktadır.

Oyun tutkunları arasında dünyaca üne sahip olan League of Legends’in yaratıcılarının imzasını taşıyan Netflix’in 2021 yapımı orijinal anime dizisi, “Arcane, Piltover adlı ütöpik bir bölgede ve baskı gören yer altı şehri Zaun’da geçiyor. Dizi, iki efsanevi League of Legends şampiyonunun doğuş öyküsünü ve onları birbirinden ayıracak gücün hikâyesini anlatıyor” (Sabah, 2021).

Dizinin başrolü olan Jinx, yer altı şehri olan Zaun’da yaşamaktadır. Jinx’in küçüklüğünden başlayan hikayenin ilk sahnesini Piltover ve Zaun şehrinin çatışması

oluşturmaktadır. Bu sahnede Jinx gözleri kapalı şarkı söylemekte, ablası Vi ise endişeli bir şekilde yürümektedir. Vi'nin ağlamasını gören Jinx, korkmaya ve ağlamaya başlar. Vi ise Piltover şehrine karşı kinlenir. Bu kinleşme yetişkin olduğunda da devam etmektedir. Jinx'i her durumda korumaya çalışan Vi, Jinx'in yaptığı bir hata sonucu hayatında çok sevdiği birini kaybedince sinirlenerek ona kızar. Bu durum sonucunda Vi'nin onu sevmediğini düşünen Jinx, güvenmemesi gereken kötü karaktere güvenir ve onun işlerini yaparak bir zamanlar sevdiği insanlara sırtını döner.



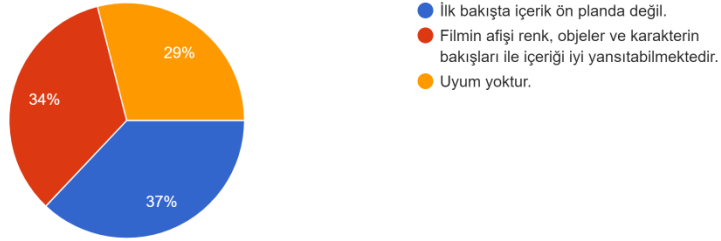
Görsel 3. 8“Arcane” dizisi uygulama içi görseli, 2022.

Netflix uygulaması içerisinde yayınlanan “Arcane” dizi afişinde Jinx tek başına yer almaktadır. Oturuş tarzı, görülen silah ve karakterin bakışlarında bulunan ciddiyet, dizi içeriğinin bu karakter etrafında dönen çatışmalara dair mesajlar içermektedir. Üzerinde ciddi bakışların yer aldığı kırık cam parçalarının kullanılması, dizinin içerisindeki şiddeti afişe taşımaya yardımcı olmaktadır. Bir diğer açıdan ise dizinin içeriğinde iki şehir arasında geçen bir çatışma söz konusudur. Fakat afiş içerisinde bu çatışma ya da çatışma sırasında ön planda yer alan karakterler ve

onların eylemlerinden izler yer almamaktadır. Dizinin platform içerisinde bulunan tasarımında başrol yer almakta ve içeriğe ufak detaylar ile göndermeler yapılmıştır.

Dizinin afiş ve içerik ilişkisi hakkında anket katılımcılarına sunulan “dizinin içeriği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?” sorusuna %37 oranında “ilk bakışta içerik ön planda değildir” ve %29 “uyum yoktur” cevabı verilmiştir. Bu sonuçlara göre içerikten bazı detayları bünyesinde barındıran afiş katılımcılara göre yeterince konu ile bağlantılı bulunmamıştır.

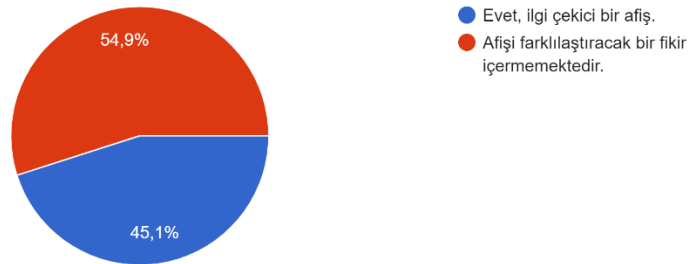
4. Dizinin konusu şöyledir: “Piltover ve Zaun kentleri arasındaki sert çatışmanın ortasında iki kız kardeş, büyüdü teknolojiler ve birbirine zıt inanışlar...iği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



Şekil 3. 5 Afiş araştırması anketi, 2022.

Ayrıca katılımcıların %54,9'u “tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu” sorusuna “afişi farklılaştıracak bir fikir içermemektedir” cevabını vererek afişi başarılı bulmadıklarını belirtmişlerdir. Anket katılımcılarının olumsuz cevapları ağırlıklı olarak sonuçlara yansımış olsa da afiş, içerisinde bulundurduğu obje ve karakter kullanımı sayesinde içerik ile bağlantısını korumaktadır.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt



Şekil 3. 6 Afiş araştırması anketi, 2022.

Ayrıca Netflix, diziye ait tanıtım afişleri yayınlamıştır. Aşağıda yer alan bu afişler içeriğe değil karakterlere yönelik olarak hazırlanmış ve karakterlerin ilgilendikleri, çalışma alanları ya da yaşadıkları yerlerden obje, ışık gibi detaylarla düzenlenmiştir.



Görsel 3. 9“Arcane” Netflix’in yayınladığı afişler, 2021.

3.1.4. Beastars

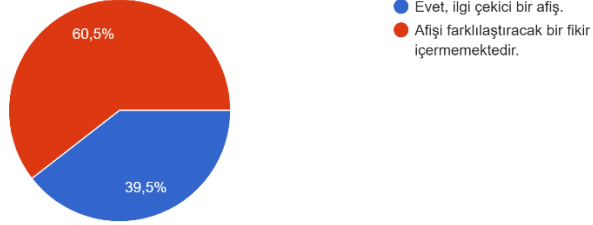
2019 yılında Netflix'te yayınlanmaya başlamış ve 2 sezondan oluşan Beastars anime dizisi içerik olarak bir lise hayatını konu almaktadır. Fakat bu lise hayatı insanlar yerine etobur ve otobur hayvanlardan oluşmaktadır. Ergenlik döneminde olan bu hayvanlar, türlerine ait özellikleri koruyor olsalar bile insani duygulara ve özelliklere sahiptirler. Okulda her canlı için yiyecek ve spor planları özel olarak hazırlanmıştır. Etobur öğrenciler protein ihtiyaçlarını karşılayan besinler ile beslenirler ve et tüketmeleri ne okulda ne de dışarıda yasaktır. Bunun nedeni vahşileşmeye başlamaları ve tehlike haline gelmeleridir. Bu nedenle et karaborsaya düşmüş ve mafyalar kurulmuştur.

Ana karakter olan Legoshi okulda tiyatro kulübü üyesi olan bir kurttur. Bir gün yakın arkadaşı okulda öldürülür ve bu durum, doğası gereği etoburlar tarafından av olma olasılığı bulunan otoburları tedirgin eder. Legoshi çok kibar, hassas bir kişiliğe sahip olmasına rağmen bir kurt olduğu için öldürülen etoburdan sonra gözler Legoshi'nin üzerinde dolaşmaya başlar. Bir gece kurt dürtülerini durdurmakta zorlanarak, okul öğrencisi Haru adındaki bir tavşana saldırmaya kalkar ve onu yaralar. Ona zarar verdiği için kendini kötü hissetmeye başlar çünkü bir canlıya zarar vermiş ayrıca ona aşık olmuştur.

Temelde bir cinayet ve aşk üçgenini konu edinen dizinin hayvanlar üzerinden ele alınması, ayrıca bir kurt ile tavşanın aşık olması, içeriğin dikkat çekiciliğini arttırmaktadır.

Dizinin Netflix içerisinde bulunan afişine bakıldığında ilk dikkat çeken unsur içerikte ele alınan aşk üçgenini oluşturan karakterlerin kullanılmış olmasıdır. İki otobur ve bir etoburun bulunduğu görselde temel konu olan cinayeti anımsatacak saldırganlık değil sakinlik söz konusudur. Haru isimli tavşanın elinde bir çiçek sulama kabı bulunmaktadır. Bu Haru'nun bahçe ve çiçeklerle ilgilendiğini afiş içerisinde belli eden bir detaydır. Fakat afiş oluşturulurken içeriğin sahnelerinden yararlanıldığı için tasarım açısından fikir bazında yaratıcılık bulunmamaktadır. Anket katılımcılarının da %60,5 oranında verdikleri cevapta olduğu gibi farklı bir fikir içermemektedir.

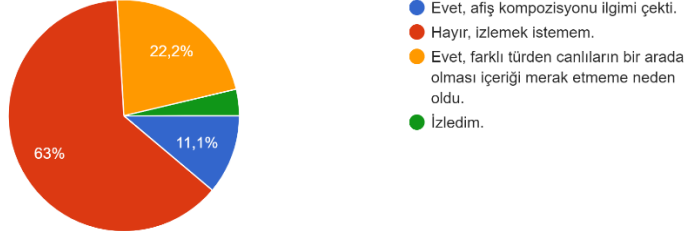
5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt



Şekil 3. 7 Afiş araştırması anketi, 2022.

Anket çalışmasında bulunan “Beastars dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı” sorusuna verilen %63 oranında “hayır, izlemek istemem” cevabı alınmıştır. İlgi çekicilik açısından geri planda kalan dizi katılımcıların ilgisini çekmeyi başaramamıştır.

3. Beastars dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?
162 yanıt



Şekil 3. 8 Afiş araştırması anketi, 2022.

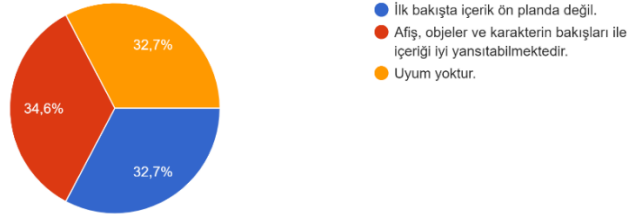
Dizinin ismi olan Beastars kelimesi Türkçe “Canavarlar” anlamına gelmekte olmasına rağmen logotype incelendiğinde ‘canavar’ kelimesinde bulunan sert ve ürkütücü yapı görülmemektedir. Font üzerinde birkaç küçük düzenleme yapılmış ve içerik ile uyumlu hale getirilmeye çalışılmıştır. Bu düzenlemelerden biri “B” harfi üzerinde yapılan renk değişimi ve tüyü andıran bir uzantının olmasıdır. Hayvanların dünyası ile lise hayatını birleştiren dizinin logotype tasarımında olması beklenebilecek bir düzenleme yapılmıştır. Font üzerinde yapılan uygulamaların dışında ikinci “A” harfinin merkez kısmında yıldız bulunmaktadır. Bu yıldız “star” kelimesinin yıldız anlamına gelmesinden kaynaklanıyor olabilir.



Görsel 3. 10“Beastars” dizisi uygulama içi görseli, 2022.

Dizinin içeriği ve afişi incelendiğinde içerikten izler taşıyor olsa da içeriğin konusu ile afiş uyumu hakkında yöneltilen soruya %32,7 oranında “uyum yoktur” %32,7 oranında “ilk bakışta içerik ön planda değil” cevaplarının verilmesi sonucu afişi görenler içerik ile afiş arasında bir bağ bulamamışlardır.

4. Dizinin konusu şöyledir: “Her türden canlıların bir arada yaşadığı bir dünyada nazik bir kurt gittiği okulda işlenen bir cinayetin ardından yırtıcı güdüler...ği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



Şekil 3. 9 Afiş araştırması anketi, 2022.

3.2. EXXEN AFİŞ ÖRNEK VE İNCELEMELERİ

3.2.1. Hükümsüz

Orijinal Exxen içeriklerinden olan hükümsüz dizisi, kadın cinayetlerini konu almaktadır. Yönetmen koltuğunda Ömer Faruk Sorak'ın oturduğu ve “Engellenebilir her ölüm, Cinayettir...!” sloganına sahip olan dizinin kadrosunda Burçin Terzioğlu (Esmâ), Hande Doğandemir (Filiz), İsmail Hacıoğlu (Selim), Alican Yücesoy (Serdar), Mehmet Ulay, Ruhsal Öcal, Şebnem Doğruer, Pınar Bibin bulunmaktadır.

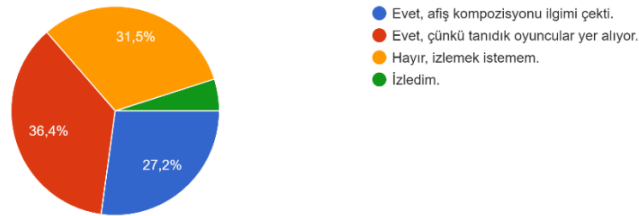
2021 yapımı dizide Esmâ (Burçin Terzioğlu), babasının hukuk bürosunda ikinci patron olarak çalışmaktadır. Avukat adayı olan Filiz (Hande Doğandemir) ile Esmâ'nın babası ve asistanının öldürüldüğü cinayet sonucu karşılaşılır. Babasının ve asistanının cinayet nedenini çözen Esmâ, Filiz ile Filiz'in kardeşinin 5 yıl önce gerçekleşen cinayetini çözmek için araştırmalara başlar. Yaşanmış olaylardan esinlenilmiş olan bu dizinin her bölümünde farklı bir kadın cinayeti ya da kadına karşı işlenen suç ele alınmaktadır. Tek sezona sahip olan dizi 10 bölümden oluşmaktadır.



Görsel 3. 11 “Hükümsüz” dizi afişi, 2020.

Dram, macera türünde olan hükümsüz dizisinin, Exxen'in instagram hesabında yayınlanan afiş tasarımında (Görsel 47) bulunan ve adaletin simgesi olan Themis Adalet Heykeli, Esmâ ve Filiz karakterlerinin önünde yer almakta ve dizinin adli konuları ele aldığını afişe taşımaktadır. Aynı görsel içerisinde arka planda “Nergis Saka'nın katil zanlısı kendini savundu”, “Ünlü iş insanının evinde kadın cesedi bulundu!” gibi haber yazıları bulunmaktadır. Bu haber manşetlerinden dizinin ciddi bir içeriğe sahip olduğu, kadınlara yönelik gerçekleştirilen cinayet ve suçları konu edildiği afişten anlaşılmaktadır. Yoğun bir şekilde kullanılan koyu mavi tonları afişe psikolojik açıdan sıkıntılı ve kederli bir enerji vermektedir. Dizi sahnelerinden olan orman, ağaç, ev, şehir görseli gibi görseller ile suç mahallerine yer verilerek kasvetli bir görsel oluşturulmaktadır. Aynı zamanda kullanılan açık ton maviler afişte denge sağlayarak dikkati oyuncuların olduğu merkeze toplamaktadır. Tasarım açısından afişte oldukça fazla obje bulunmasına rağmen bazı objelere saydamlık vererek, karakterler arasında ve objelerle ön-arka ilişkisini yakalayarak afiş içerisinde karmaşık görüntüden kaçılmıştır. Dizi afişinin izleyiciler üzerinde ilgi çekici etki yaratıp yaratmadığını öğrenebilmek adına anket çalışmasında “hükümsüz dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı” sorusunda %36,4 oranında “evet, çünkü tanıdık oyuncular yer alıyor” cevabı verilmiştir.

3. Hükümsüz dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?
162 yanıt



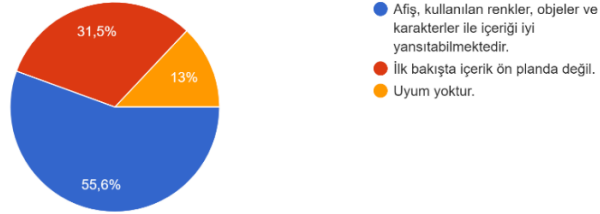
Şekil 3. 10 Afiş araştırması anketi, 2022.

İlk yapılan anket çalışması sonuçlarından da görüldüğü üzere afişlerde yer alan oyuncular izleyicilerin içeriği izlemesi için yönlendiren öğelerden birisidir. Bu yüzden afişlerde sıkça oyuncu kullanımı görülmektedir. Hükümsüz dizisi %27,2

oranında kompozisyon olarak izleyiciler üzerinde ilgi çekici olurken oyuncular ön planda yer aldığı için %36,4 katılımcıya ilgi çekici gelmiştir. Anket çalışması sonuçları oyuncuların afiş tasarımlarında yer almalarının izleyici sayısını arttırdığını göstermektedir.

Dizinin konu ile afiş ilişkisine yönelik olarak katılımcılara yönlendirilen uyum sorusuna %55,6 oranında “afiş, kullanılan renkler, objeler ve karakterler ile içeriği iyi yansıtılabilmektedir” cevabı ile olumlu yanıt alınmıştır. Yapılan inceleme ve bu sonuçlar ışığında afiş içerik ile uyumlu bulunmuştur.

4. Dizinin konusu şöyledir: “ Esmâ babasının hukuk bürosunun ikinci patronu olan güzel, hırslı ve güçlü bir kadındır. Filiz ise inatçı ama kırılğan bir a...iği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



Şekil 3. 11 Afiş araştırması anketi, 2022.

3.2.2. Gibi

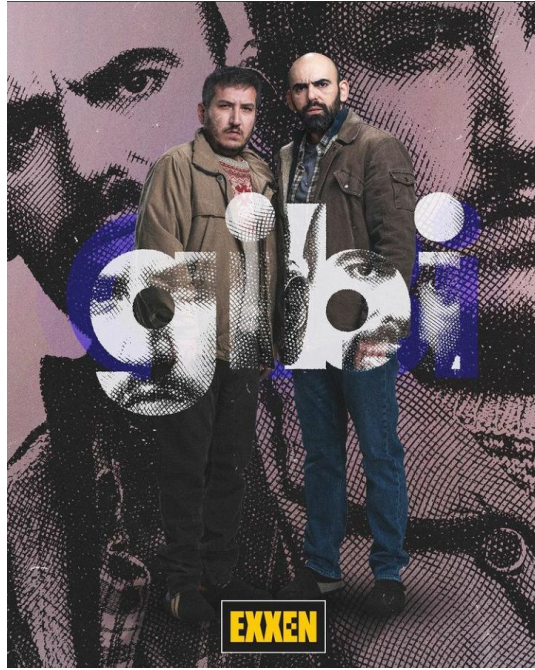
1988 doğumlu, yazar, oyuncu kimliğine ile özellikle ‘Ölümlü Dünya’, ‘Cinayet Süsü’ gibi filmlerden sonra komedilerin aranan ismi olan Feyyaz Yiğit Çakmak’ın başrolünü Kıvanç Kılınç ile paylaştığı gibi dizisi, orijinal Exxen içeriklerinden en çok izlenenler arasında yerini almaktadır.

Gibi dizisinin konusu:

Yılmaz ve İlkan, sürekli olarak birbiriyle didişmekte olan iki arkadaş. En büyük özellikleri ise sıradan hayatlarını altüst edecek bir şeyler yapmayı her zaman becermek. Küçük olayları inanılmaz bir ustalıkla büyütüyor, işleri saç baş yolduracak seviyeye getiriyorlar. Onlar her gün yaşadığımız talihsizliklerin, tuhaf olayların ve çaresizliklerin cisimleşmiş hali. (Exxen, Gibi)

Temelde gündelik karşılaşılan ufak tefek olayları konu alan dizide, iki arkadaş (Yılmaz ve İlkan) ile çevresi konuları oldukça büyütmede ve her bölüm başka senaryolar oluşmaktadır. İlk bölüm olan “kokariç”, karakterlerin kokoreç dükkanı önünde kokoreç isminin kokariç olarak yazılması ile dalga geçerlerken

olayların farklı ilerlemesi sonucu kokoreç işine girmelerini ele almaktadır. İkinci bölümde ise “vatka” konusu işlenmekte ve vatka sevenler ile sevmeyenler karşı karşıya gelmektedir. Konular ile içeriklerin ilerleyişi incelendiğinde gündelik küçük konuların abartılarak bir problem haline geldiği görülmekte ve her bölüm birbirine bağlı konular işlenmemektedir. Senaryonun bağımsız ve absürt olarak ele alınması, alışılmış dizilerden farklı bir yapı olmasını sağlamaktadır.



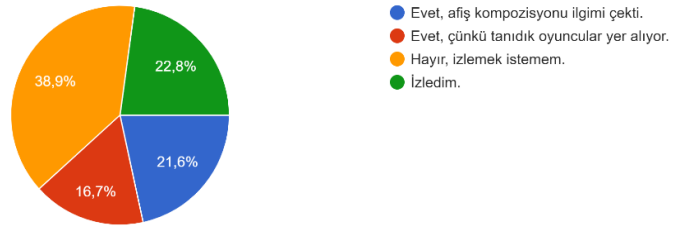
Görsel 3. 12“Gibi” dizi afişi, 2020.

Dizinin afişlerine bakıldığında ise içeriklerde bulunan bağımsızlık tasarımlarda da kendini belli etmektedir. İki başrolün tasarımlarda ciddi bakışlar ile karşıya bakması afişin kullanıldığı mecralarda kişilere izleniyor etkisi yaratarak dikkatleri üzerine çekebilmektedir. Tek görsel üzerinden farklı boyut, renk ve tarama tekniği kullanılarak sade, ayrı ayrı ele alındığında uyumsuz objeler ile bir bütünlük oluşturmuştur. Ayrıca dizinin iki afişinde de Pop Art akımından etkiler görülmektedir. Pop Art’ın karakteristik özelliği canlı tonlarda renk kullanımı olsa da temel olarak gündelik nesnelerin ele alınarak sanata dönüştürüldüğü bir akımdır. Pop sanatı aynı zamanda dergilerden kesilen görsellerin kolaj tekniği ile birleştirilmesi sonucu elde edilen eserleri de içerisinde barındırmaktadır. Gibi dizisine ait afişler üzerinde renklerin, tek ve canlı tonlarda kullanılmış olması, tarama tekniğinin

kullanılması, görsellerin kolaj tekniği yapılmış gibi birleştirilmesi pop art etkisini afişlere taşımıştır.

Tasarım açısından sade fakat oldukça hareketli bir afişe sahip olan dizi, anket katılımcılarının “gibi dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı” sorusuna alınan %38,9 “hayır, izlemek istemem” cevabını vermiş olsalar da katılımcıların birçoğu diziyi çeşitli nedenlerle izleme kararı almıştır.

3. Gibi dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?
162 yanıt



Şekil 3. 12 Afiş araştırması anketi, 2022.

Dizinin bir diğer afişinde ise oyuncular benzer bir ciddiyet ile karşımıza çıkmaktadırlar. Fazlasıyla mavi ve kırmızı tonları kullanılan afişin, renk tonları sayesinde ilgi çekiciliği artmıştır. Farklılık katabilecek bir düzenleme olarak afiş tasarımında katlanmış kağıt efekti kullanılmaktadır. İçeriğin temelinde bir konu yatmadığı için afişe taşınmış herhangi bir nesnenin olmayışı anlaşılabilir.



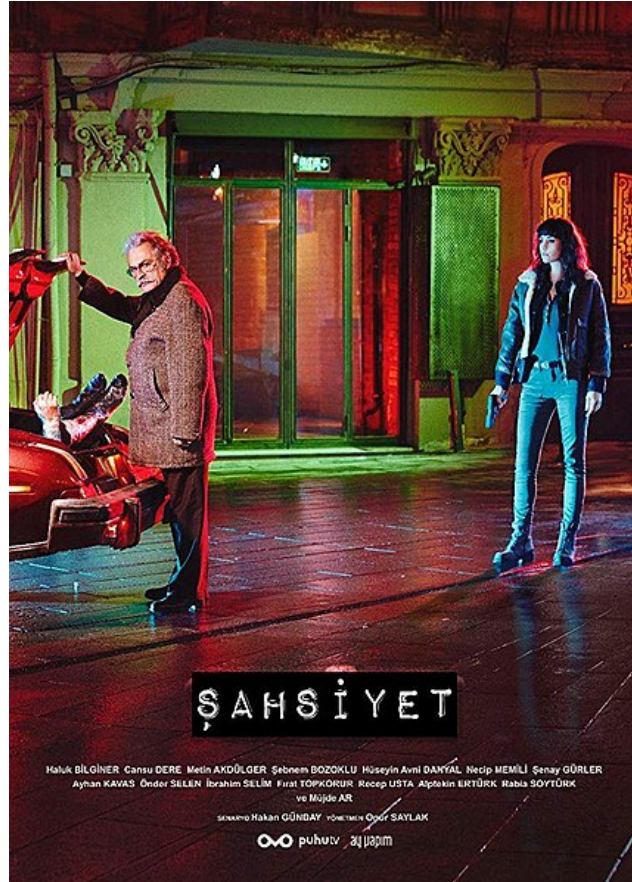
Görsel 3. 13 “Gibi” dizi afişi, 2022.

3.3. PUHUTV AFİŞ ÖRNEK VE İNCELEMELERİ

3.3.1. Şahsiyet

Uluslararası bir üne sahip olan Türk oyuncu Haluk Bilginer'in başrolünü Cansu Dere ile paylaştığı Puhutv'nin orijinal dram, polisiye dizisi şahsiyet, Haluk Bilginer'in canlandığı Agah Beyoğlu karakterine alzheimer tanısının konulması ile başlamaktadır.

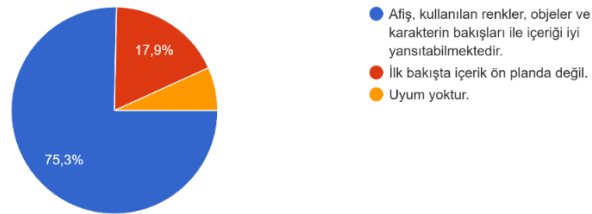
Agah Beyoğlu, eski bir adliye çalışmanıdır. Alzheimer olduğunu öğrendikten sonra 'nasılsa unutacağım' düşüncesi ile suç dosyalarını ve suç aletlerini alarak adliye binalarını kundaklar. Dosyalarda yer alan cezaları bitmiş ya da ceza verilmeden serbest bırakılan kişileri kendi cezalandırmak için seri cinayetler işlemeye başlar. Cesetlerin üzerine notlar bırakarak cinayet şubede çalışan tek kadın polis Nevra (Cansu Dere) ile iletişime geçmektedir.



Görsel 3. 14“Şahsiyet” dizi afişi, 2020.

Şahsiyet dizisinin afişinde iki başrole yer verilmiş olup afiş, renk ve ışıkların yoğunluğu ile desteklenmiştir. Polisiye türünde olan dizinin afişinde kullanılan renkler, polis araçlarında bulunan mavi ve kırmızı ışıklardan ilham alınarak afişe eklenmiş olabilir. Agah karakterinin ciddi ve soğuk kanlı bir şekilde önünde durduğu, içerisinde ceset bulunan araç cinayeti işleyen kişiyi afişe taşımaktadır. Nevra'nın elimde bulunan silah ve ciddi bir şekilde cesede doğru bakışı olayı araştıran polisin kendisi olduğunu belirtmektedir. Işığın yoğun bir şekilde Nevra karakterinde toplanması, Agah beyin Nevra hakkında her bilgiye sahip olduğunu ve Nevra'nın hedef kişi olduğunu belirtmek amacıyla kullanılmış olabilmektedir. 'Şahsiyet' isminde kullanılan font ve siyah arka plan, cesetlere bırakılan notların etiket şeklinde olduğuna bir gönderme yapmaktadır. Kontrast renklerden olan kırmızı ve yeşil birbirini tamamlayan iki renktir. Afişte yoğun olarak kullanılması ise Nevra ve Agah karakterinin polis-suçlu gibi zıt karakterler olmasına rağmen bir uyum içerisinde olmalarına gönderme yapmaktadır. Aynı zamanda dikkat çekiciliği yüksek olan bu renklerin kullanımı tasarımı ilgi çekici hale getirmektedir. Ayrıca katılımcılar dizi ve afiş arasında %75,3 oranında içeriği iyi yansıtabildiği düşüncesine sahiptir. Bu sonuç ile afişte kullanılan ve içeriği yansıttığı düşünülen objeler izleyiciler üzerinde de aynı etkiyi yaratmış ve içerik ile bağlantılı bir tasarım oluşturulmuştur.

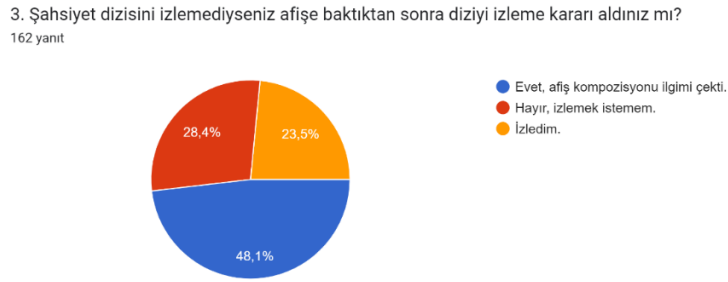
4. Dizinin konusu şöyledir: " Emekli bir adliye memuru olan Agâh Beyoğlu, İstanbul'un en kalabalık ve hareketli semti Beyoğlu'nda yalnız ve münzevi bir...i ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır? 162 yanıt



Şekil 3. 13 Afiş araştırması anketi, 2022.

Afişi tasarım açısından ele aldığımızda kullanılan objelerin dağılımı dengeli bir şekilde düzenlenmiş olup afiş üzerinde gözler tek bir noktada odaklanmak yerine tüm görsel üzerinde dolaşmaktadır. Bu durum tasarımın layout düzenlemesinin doğru yapıldığını ve renklerinde dengeli dağıldığını göstermektedir. Afişte kullanılan

yazıların dağılımları da afiş ile bağlantılı oluşturulmuş ve afişten ayrı değil bir bütün olarak algılanmaktadır. Bu nedenle afiş tasarımı oldukça başarılı ve ilgi çekicidir. Anket katılımcılarına yönlendirilen “Şahsiyet dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?” sorusuna %28,4 “hayır, izlemek istemem” ve %48,1 oranında “evet, afiş kompozisyonu ilgimi çekti” cevabının verilmesi ile afişin izleyici kitlesi üzerinde de dikkat çekme açısından başarılı olduğu sonucuna varılmıştır.



Şekil 3. 14 Afiş araştırması anketi, 2022.

3.3.2. Seyyar

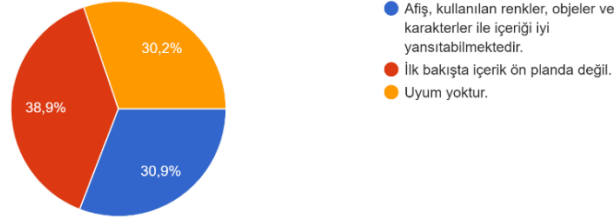
Yasin, lezzetli pilav tarifine sahip olan ve bu lezzeti seyyar olarak sürdüren bir pilavcıdır. Kendi küçük dükkanını açabilmek için büyük bir azimle çalışan Yasin'in satış yaptığı insanlar arasında polislerde bulunmaktadır. Bir gün polisler Beyoğlu'nda bir şüpheliyi ararken kimlik kontrolü yaptıkları sırada Yasin'in arabasına yasaklı madde konur. Polisler, Yasin'i tanıdıkları için onun aracını aramazlar ve Yasin aracı temizlerken paketi bulur. Paketi polise götürüp durumu anlatmayı dener fakat bu olaydan sonra bütün hayatı değişir. Bunun nedeni ise paketin emniyetten Suat adında bir polisle bağının olmasıdır. Suat, Yasin'i paketin satışını tamamlamaz ise sevgilisine zarar vermekle tehdit eder. Yasin mecburen durumu kabul etmek zorunda kalır çünkü sevgilisinin geçmişe ait bir sabıkası bulunmakta ve paketin çevresinde gelişen problemlerden dolayı yine sevgilisi Çiğdem'in mahkeme durumları söz konusudur. Beyoğlu'nun sevilen pilavcısı artık sadece masum bir pilav satıcısı değildir.



Görsel 3. 15“Seyyar” Dizi afişi, 2021.

Dizinin afişi incelendiğinde kompozisyonun merkezinde bir pilav aracı yer almaktadır. Tüm ışık ve renklerin araçta toplanmış olması, afiş üzerindeki tüm ilgiyi merkeze toplamıştır. Hafif flu ve koyu tonların kullanıldığı sokak görseli ile ön- arka ilişkisi kurulmuştur. İçerik açısından afiş, tasarlanırken dizinin geçtiği mekan ve objeler ile kurgulanmıştır. Bu yüzden içerik ile bir bütün olarak ele alındığını söylemek doğru olacaktır. Anket sonuçlarına göre afiş ve içerik arasındaki uyumu karşılaştırmalarını istediğimiz katılımcılar, %30,2 oranında uyumsuz bulurken %30,9 oranında afişin içeriği iyi yansıtabildiğini, %38,9 oranında ise ilk bakışta içeriğin ön planda olmadığını söylemişlerdir. Birbirine çok yakın olan bu oranlar sonucunda afiş tasarımı, bazı kullanıcılara içeriği yansıttığını, bazılarına ise içerikten bağımsız olduğunu düşündürmüştür.

4. Dizinin konusu şöyledir: " Yılmaz, İlkan ve Ersoy... Sürekli olarak birbiriyle didişmekte olan üç arkadaş. En büyük özellikleri ise sıradan hayatlarını...ği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt

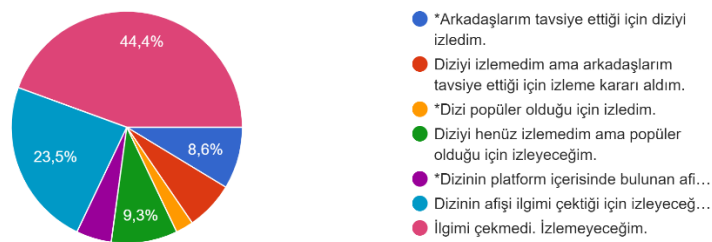


Şekil 3. 15 Afiş araştırması anketi, 2022.

İçerik dışında tasarım açısından yorumlamak istenirse afişte bulunan araç, görselden bağımsız durarak gerçekçiliği biraz bozulmuş görülmektedir. Ayrıca "seyyar" yazısı çok yukarıda yer almakta ve bu durum ilk bakışta yazının tasarımın dışında algılanmasına neden olmaktadır. Tasarım, kullanılan siyah alanlar ile çok merkezci görülmekte ve "yeni dizi" ile "yakında" yazıları da konum olarak araca çok yakın bir yerde oldukları için tasarımda ağırlık afişin alt kısmında toplanmıştır. Daha dengeli bir afiş için ufak düzeltmeler gerekiyor olsa da bir dizi afişi olarak başarılı bir afiştir.

Afişte ilk dikkat çeken unsur ise hiç oyuncu olmayışı ve mekan ağırlıklı ilerleyen bir tasarım olmasıdır. Peki bu durum izleyicileri kendisine çekebilmede midir? Katılımcılara seyyar dizisi için "diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz" sorusu yöneltildiğinde %44,4'ü dizinin afişi gösterildikten sonra bulunan bu bölüme "ilgimi çekmedi. İzlemeyeceğim" cevabını verirken, %23,5'i ise "dizinin afişi ilgimi çektiği için izleyeceğim" cevabını vermiştir. Bu sonuca göre dizi izleyicilerin birçoğunun ilgisini çekmeyi başaramamıştır.

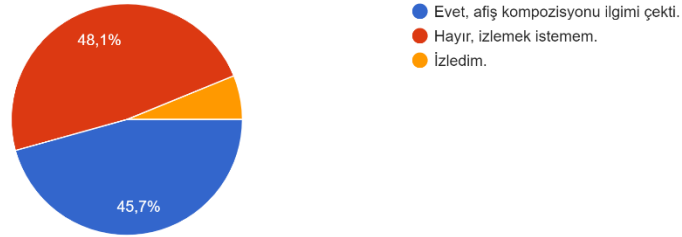
2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.
162 yanıt



Şekil 3. 16 Afiş araştırması anketi, 2022.

Aynı zamanda afişin dikkat çekiciliği konusunda arkadaş, aile gibi çevre etkilerini kaldırmak ve sadece kişinin afişi gördükten sonra diziyi izleme kararı alıp almadıklarını görebilmek adına yöneltilen “seyyar dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?” sorusuna hemen hemen yakın cevaplar alınmıştır. Soruyu cevaplayan katılımcıların %48,1’i “hayır, izlemek istemem” derken %45,7’si “evet, afiş kompozisyonu ilgimi çekti” demiştir. Bu soruya verilen cevaplar yakın olmasına rağmen izleyicilerin birçoğu yine dizi afişinin ilgisini çekmediğini belirtmiştir. Dizinin afişinde kullanılan objeler içerik ile bağlantılı olarak oluşturulmuş olsa da anket katılımcıları ilk bakışta uyum yakalayamamış olup dizinin afişi hakkında olumlu geri dönüşlerde bulunmamışlardır.

3. Seyyar dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?
162 yanıt



Şekil 3. 17 Afiş araştırması anketi, 2022.

SONUÇ

İnsan yaşamının başladığı andan itibaren gerçekleştirilen bir eylem olan iletişim, sürekli farklı arayışlar içerisinde olan insanın hayatında gelişimini sürdürmeye devam etmektedir. Teknolojik gelişmeler sonucunda hızlı hayat temposuna sahip olan toplumlar, özellikle görsel iletişim kullanılarak iletilmek istenilen mesajların kolaylıkla ve kısa süre içerisinde anlaşılır olmasını beklemektedirler. Mağara resimlerinden başlayan görsel iletişim günümüzde sinema ve reklam sektöründe oldukça fazla kullanılmaktadır. Bunun nedeni görsel iletişimin, farklı kültür, dil ve düşünceye sahip kişilerin ortak anlaşabilecekleri bir araç olmasıdır.

Dünyadaki teknolojik gelişmeler sonucu iş ve sosyal hayatın hız kazandığı görülmektedir. Bu hız ve teknolojinin ortak noktalarından biri ise dijital platformlar olmuştur. Hızlı yaşama alışan izleyiciler, dijital platformlarda bulunan çeşitli içerikler ve kolay ulaşım gibi ayrıcalıklar nedeniyle platformlara yönelmişlerdir. Ayrıca pandemi sürecinde evde geçirilen zamanın artması gibi durumlar karşısında dijital platformlardaki üye sayılarında daha fazla artış görülmeye başlanmıştır. Televizyonda yayınlanan film ve dizilerin uzunluğu, her hafta belirli saat içerisinde bir bölüm izleyebilme, uzun süren reklamlara karşı dijital platformların reklamsız, istenilen anda yayınlanan tüm bölümlere ulaşılabilirliği, her yaş grubu kullanıcı tarafından tercih edilmektedir. Bunun nedeni ise izleyicilerin tempolu hayat şartlarına dijital mecraların hızla uyum sağlayabilmiş olmalarıdır.

Bu uyum dijital mecralarda yayınlanan içeriklere ait afiş tasarımları için de geçerli olmaktadır. Bu duruma örnek olarak afiş tasarımlarının açık ve izleyicilere yönelik tasarlanması verilebilir. Geçmişten günümüze bir görsel iletişim aracı olan afişler, grafik tasarım alanında gerçekleştirilen buluş ve teknikler ile sıkça tercih edilmektedir. Çeşitli türleri bulunan afişler her alanda bilgi vermek için tasarlanmaktadır. Yapılan tez çalışmasının temelinde ise kültürel ve ticari afiş çeşitleri ele alınmıştır. Sinema ve dijital platformlar tarafından oldukça sık kullanıma

sahip olan afişler, kültür afişleri içerisinde yer alıyor olsa da izleyicileri sinemaya çekmesi ve bilet karşılığında izleniyor olması, platformların üye sayılarında artışa neden olarak ücret karşılığında içeriklere ulaşılabilirlik gibi durumlar sonucunda kültür afişleri dışında ticari afişler içerisinde de yer alabildiklerini söylemek mümkündür.

Temelinde fikir bulunan tasarımlar çoğunlukla yarışmalara katılacak veya sergilenecek afişler için tercih edilmektedir. Bu afişler görsel açıdan ilgi çekici olabilmektedirler fakat içeriğin anlaşılabilirliği için bir süre incelenmesi gerekebilmektedir. Bu yüzden kısa sürede anlaşılabilir içerikler ön plana çıkmakta, fikir odaklı tasarımlar her film ya da dizi için tercih edilmemektedir.

Dizi/filmler için tasarlanan afişler incelendiğinde çoğunlukla başrollerin merkeze alındığı tasarımlar karşımıza çıkmaktadır. Bu duruma neden olarak izleyicilerin oyuncuların rol model alması ya da canlandırdıkları karakterler ile aralarında sempatik bir bağ kurmaları gösterilebilir. Bu bağ sonucu izleyiciler oyuncuların yer aldıkları reklam filmlerindeki ürünleri satın alma eylemi göstermektedirler. Aynı şekilde bir yerde beğenilen oyunculuk ya da karakteri diğer bir senaryoda görmek isteyen izleyiciler oyuncuların ön plana alındığı afişleri gördüklerinde o içeriği izleme kararı almaktadır. Çalışma içerisinde incelenen dizi/film afişlerinin kompozisyonları oluşturulurken oyunculara öncelik verildiği görülmüştür. Bu durum karşısında içeriklere ait afişlerde beğenilen oyuncular kullanılarak dikkat çekiciliğinin artırıldığı ve içeriklerin izleyiciler tarafından daha sık tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yıl içerisinde oldukça fazla yerli ve yabancı dizi/film yayınlanmaktadır. Bu içerikler için dış mekan, iç mekan ya da dijital mecralarda yayınlamak üzere tanıtım afişleri tasarlanmaktadır. Afiş tasarımları ve tasarımı yapılan içeriğin konusu arasındaki ilişkiye bakıldığında, içeriğin konusu birçok tasarımda arka planda tutulmakta olup izleyici sayısını arttırmaya yönelik tasarlanmaktadır. Özellikle Netflix'in kullandığı algoritma ve yapay zeka ile hazırlanan tasarımlar incelendikten sonra afiş tasarımlarının seri üretime dönüştüğünü ve izleyicilere yönelik olarak hazırlandığını söylemek mümkündür. Bunun nedeni ise algoritma sistemi ile oluşturulan afişlerin platform üyelerine yönelik bireysel olarak tasarlanıyor olmasıdır. Teknolojinin ilerlemesi ile tasarım alanında oldukça gelişim sağlanmıştır.

Bu gelişim, Netflix'in algoritma sistemine bakıldığında ise tasarımcılara olan ihtiyacın azalmaya başladığını göstermektedir. Bunun nedeni sistem üzerinden herhangi bir tasarımcı olmadan yapay zeka yardımı ile görsellerin oluşturulabilmesidir. Yapılan anketlerin sonuçlarına göre afişler, kullanıcıların dikkatini çekmekte ve en çok kullanılan platform Netflix'tir. Bu verilere göre Netflix'in kullanmış olduğu algoritma sistemi ile oluşturulan görseller, izleyicilerin ilgisini çekmekte oldukça başarılıdır. Fakat bu durum sonucunda fikir aşamasından geçerek sanatsal boyutlara ulaşan afiş tasarımlarının yerini izleyici odaklı afiş tasarımlarının aldığını söylemek mümkündür.

Dizi ve film afişleri ayrı ayrı ele alındığında ise film yani sinema afişlerinin daha üstünde düşünülmüş, yaratıcı fikirler ile oluşturulduğunu söylemek mümkündür. Diziler için bir genelleme yapmak gerekirse, izleyici odaklı ve daha çok oyuncular üzerinde kurulan tasarımların benimsendiği söylenebilir. Bunun sebeplerinden biri çok sık ve çeşitli konular ile yayınlanan fazla dizi bulunması olabilir. Bu yoğunluk afişler üzerinde de olduğu için dolayısıyla tasarım odaklı olmak yerine seri üretim gibi yaklaşılacak ve izleyiciyi en kolay nasıl kendisine çekebilir düşüncesi ile hareket edilebilir. Bu durum sonucunda daha çok sevilen ve beğenilen oyuncular tasarımda ön plana çıkarılmaktadır.

İçerik ve tasarım temelde birbirinden ayrılamaz ikilidir. Bunun nedeni ise afiş tasarımında oyuncu kullanımı olsa da aslında oyuncu değil, oyuncunun canlandığı karakterin kullanılıyor olmasıdır. Bundan dolayı afişleri yapılan içeriklerin, konularından tamamen ayrı olarak görselleştirildiklerini söylemek yanlış olacaktır. Platformlar içerisinde ve farklı mecralarda bulunan dizi/filme ait afiş ya da tanıtım görselleri incelendiğinde yapılan anket ve gözlemler sonucu afişlerin, ufak detaylarla bazen içeriğin kilit sahnelerini kullanarak içerik ile bir bağlantı kurulmaya çalışıldığı görülmüştür. Bu doğrultuda içeriklerin afişleri konular ile farklı derecelerde bağlantılı fakat tasarımsal/sanatsal olarak ele alınmak yerine birçoğunun izleyici odaklı tasarlandığı sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

Adobe, Renk Olarak Siyah ve Beyazı Anlama.

<<https://www.adobe.com/tr/creativecloud/design/discover/is-black-a-color.html>>

erişim tarihi: 29.05.2022.

Akıncı, T. & Başer, E. (2020). Reklamdan Kaçınma Bağlamında Geleneksel ve Modern Film İzleme Ortamlarının Genç İzleyiciler Üzerinden Karşılaştırılması: Netflix ve Sinema Salonları Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1, Yıl: 2020, Sayfa: 473-486.

Akın, C., Eğrilmez, S. ve Afrashi, F. (2004). Renklerin insan davranış ve fizyolojisine etkileri. *Türk Oftalmoloji Derneği XXXVI. Kongresi*, 33, 274- 282.

Artan, I. & Uçar, F. (2018). Kaligrafi ve Tipografinin Afiş Sanatına Yansımaları. *Akademik Sanat; Sanat, Tasarım Ve Bilim Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 6, Yıl: 2018, Sayfa: 11-27.

Aktaş, H. (2010). İnternet Reklam Türlerinde Uygulayıcılardan Kaynaklanan Sorunlar ve Bir Sınıflandırma Önerisi. *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 3, Yıl: 2010, Sayfa: 147-166.

Adıgüzel, Y. (2021). İletişim Bilimi ve Sosyolojisinin Temel Kavramları. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

<https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/19_20_guz/iletisim_sosyolojisi/1/index.html> erişim tarihi: 01.12.2021.

Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar* 2009; 1:55-67.

Arvedon, J. (2021). Netflix, Muazzam 2020 Büyümesinin Ardından 200 Milyon Aboneyi Geçti. (Netflix Passes 200 Million Subscribers Following Massive 2020 Growth).

<<https://www.cbr.com/netflix-200-million-subscribers-2020/>> erişim tarihi: 18.03.2022.

- Balkan, S.** (2017). Alphonse Mucha'nın Eserlerindeki Tipografik Ve Görsel Elemanlar Arasındaki İlişkinin Temel Tasarım İlkeleri Açısından İncelenmesi. *İdil Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 33, Yıl: 2017, Sayfa: 1485-1502.
- Becer, E.** (2019). İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Ceylan, İ.** (2015). Amblem ve Logo Tasarımlarında Renklerin Dili. *Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, Cilt:8, Sayı:16, Yıl: 2015, Sayfa: 314-330.
- Ceylan, İ. & Ceylan, H.** (2015). Afiş Tasarımında Popüler Kültürün Yansımaları. *İdil Dergisi*, Cilt: 4, Sayı:17, Yıl: 2015, Sayfa: 67-86.
- Chandrashekar, A., Amat, F., Basilico, J. ve Jebara, T.** (2017). Artwork Personalization at Netflix (Netflix'te Sanat Eseri Kişiselleştirme). <<https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76>> erişim tarihi: 21.11.2022.
- Demir, H.** (2010). Geçmişten Günümüze Grafik Tasarımın İşlevi ve Başlıca Gelişim Evreleri. *Sanat Dergisi*, Cilt:0, Sayı: 4, Yıl: 2003, Sayfa: 57-62.
- Elbir, İ.** (2020.) Grafik Tasarımda İllüstrasyon Ve Resim Sanatı İlişkisi Açısından Sessiz Resimli Kitapların İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, 2020.
- Exxen, Gibi.** <<https://www.exxen.com/tr/detail/serie/gibi/22396>> erişim tarihi: 27.03.2022.
- Exxen, Yardım Merkezi.** Exxen'de Ne Gibi İçerikler Var? <<https://yardim-exxen.ortusdesk.com/exxende-ne-gibi-icerikler-var/>> erişim tarihi: 27.03.2022.
- Haber Global,** Youtube kanalı, (2021). Acun Ilıcalı Exxen'in Üye Sayısını Açıkladı. <https://www.youtube.com/watch?v=_OGeDubfJrQ> erişim tarihi: 27.03.2022.
- Hürriyet, (1999).** Türk Sinemasında İlkler. <<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/turk-sinemasinda-ilkler-39073756>> erişim tarihi: 24.11.2022.
- Karakaya, (2022). CGI Nedir?** <[https://teknoloji.org/cgi-nedir/#:~:text=Computer%20generated%20imagery%20\(ya%20da,3D](https://teknoloji.org/cgi-nedir/#:~:text=Computer%20generated%20imagery%20(ya%20da,3D)

%20Rendering%20ismi%20de%20verilmektedir> erişim tarihi:
12.11.2022

Kartal, (2018). Netflix'in Daha Çok İzlenmek İçin Uyguladığı Muhteşem Teknik.
<<https://www.webtekno.com/netflix-in-daha-cok-izlenmek-icin-uyguladigi-muhtesem-hile-h59951.html>> erişim tarihi: 21.11.2022.

Keseyak, B. (2021). İnternet Temel İhtiyaç Haline Geldi.
<<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/yazarlar/burak-kesayak/internet-temel-ihtiyac-haline-geldi-41729556?sessionid=2>>
erişim tarihi: 20.06.2021.

Kontrast, (2018). Dünya'nın İlk Film Afişi, Henri Brispot, Cinematographe Lumiere (1896). <<https://kontrastdergi.com/muzayede-dunyanin-ilk-film-afisi-henri-brispot-cinematographe-lumiere-1896/>>, erişim tarihi: 21.11.2022.

Lee, J. (2021). “Kill Or Be Killed” Squid Game Main Trailer & Ensemble Poster Released, Showing The Truth Behind The Deadly Games (“Öldür ya da Öldürül” Kalamar Oyunu Ana Fragmanı ve Ölümçül Oyunların Arkasındaki Gerçeği Gösteren Topluluk Posteri Yayınlandı). <<https://about.netflix.com/en/news/kill-or-be-killed-main-trailer-and-ensemble-poster-released-showing-the>>, erişim tarihi: 30.03.2022.

Mazlum, Ö. (2011). Rengin Kültürel Çağrışımları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:31, Yıl: 2011, Sayfa: 125-138.

Netflix, Hakkında. <<https://about.netflix.com/tr>> erişim tarihi: 20.03.2022.

Netflix, Don't Look Up. <<https://www.netflix.com/tr/title/81252357>> erişim tarihi: 20.03.2022.

Netflix, Yardım Merkezi. Netflix Nedir? < <https://help.netflix.com/en/node/412> > erişim tarihi: 18.03.2022.

Netflix, Yardım Merkezi. Netflix'in Öneriler Sistemi Nasıl Çalışır?

< <https://help.netflix.com/en/node/100639> > erişim tarihi: 19.03.2022.

Öz, Ö. (2020). Netflix'in sırrı ne? <<https://fikirturu.com/toplum/netflixin-sirri-ne/>> erişim tarihi: 20.06.2021.

- Özdemir, T.** (2005). Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 2, Yıl: 2005, Sayfa: 391-402.
- Puhutv,** Yardım Merkezi. Puhutv'de Hangi İçerikler Var? <<https://puhutv.com/yaritim-merkezi>>, erişim tarihi:08.04.2022.
- Sabah, (2021).** LOL Arcane Dizisi Konusu Ne, Nereden İzlenir? League Of Legends Arcane Dizisi Yeni Bölümleri Ne Zaman Yayınlanacak? <<https://www.sabah.com.tr/spor/futbol/2021/11/08/lol-arcane-dizisi-konusu-ne-nereden-izlenir-league-of-legends-arcane-dizisi-yeni-bolumleri-ne-zaman-yayinlanacak>>, erişim tarihi: 10.09.2022.
- Sağocak, M.** (2005). Ergonomik Tasarımda Renk. Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Cilt:6, Sayı:1, Yıl: 2005, Sayfa: 77-83.
- Sanatın Öyküsü,** (2020). Çağdaş Afiş Tasarımının İlk Temsilcisi Henri De Toulouse Lautrec. <<https://www.sanatinoykusu.com/henri-de-toulouse-lautrec/>>, erişim tarihi: 11.12.2022.
- Sarı, Ü. & Türker, H.** (2021). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 21, Sayı: 1, Yıl: 2021, Sayfa: 59-80.
- TDK,** <<https://sozluk.gov.tr/>> erişim tarihi: 07.03.2022.
- Yaban, N. T.** (2012). Sanat ve Görsel İletişimin Buluşma Noktası: Ekslibris. Yaşam Bilimleri Dergisi, Cilt:1, Sayı: 1, Yıl: 2012, Sayfa: 973-984.
- Yayla, H.** (2014). Afiş Sanatının Görsel İletişim Sanatlarındaki Yeri. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, 2014.

Görseller URL

Görsel 1. 1: Netflix'in özelleştirilmiş içerik görselleri, 2017.

<<https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76>>, erişim tarihi: 21.11.2022.

Görsel 1. 2: Netflix'in özelleştirilmiş içerik görselleri, 2018.

<<https://www.webtekno.com/netflix-in-daha-cok-izlenmek-icin-uyguladigi-muhtesem-hile-h59951.html>>, erişim tarihi: 21.11.2022.

- Görsel 1. 3:** Exxen üyelik paket seçenekleri. <<https://yardim-exxen.ortusdesk.com/planlar-ve-ucretler/>>, erişim tarihi:12.04.2022.
- Görsel 2. 1:** Jules cheret, Papier a cigarettes, Paris, 1889.
<<https://www.parismuseescollections.paris.fr/fr/musee-carnavalet/oeuvres/papier-a-cigarettes-job-hors-concours-paris-1889-0>>, erişim tarihi: 12.04.2022.
- Görsel 2. 2:** Jules cheret , théâtre de l'opéra, 1896.
<<https://www.artsy.net/artwork/jules-cheret-theatre-de-lopera>>, erişim tarihi: 12.04.2022.
- Görsel 2. 3:** Alphonse Mucha, Sarah Bernhardt, 216 x 74.2 cm, Paris, 1894.
<<http://www.muchafoundation.org/en/gallery/themes/theme/sarah-bernhardt/object/21>>, erişim tarihi: 12.04.2022.
- Görsel 2. 4:** İhap Hulusi Görey, Devlet Hava Yolları.
<<https://www.bidolubaski.com/blog/turkiye-grafik-sanatinda-ilklerin-insani-ihap-hulusi-gorey>>, erişim tarihi: 11.04.2022.
- Görsel 2. 5:** İhap Hulusi Görey, Vatandaş.
<<https://www.bidolubaski.com/blog/turkiye-grafik-sanatinda-ilklerin-insani-ihap-hulusi-gorey>>, erişim tarihi: 11.04.2022.
- Görsel 2. 6:** Xavier Mula, 'Sentit comú' poster-Barcelona en comú, 2020.
<<https://www.xaviermula.com/sentit-comu-barcelona-en-comu/>>, erişim tarihi: 28.05.2022.
- Görsel 2. 7:** Xavier Mula, RRRREC Festival 2019.
<<https://www.xaviermula.com/borrador-automatico-6/>>, erişim tarihi: 28.05.2022.
- Görsel 2. 8:** Henri de Toulouse-Lautrec, Moulin Rouge – La Goulue, 1892.
<https://fr.wikipedia.org/wiki/Moulin-Rouge_-_La_Goulue>, erişim tarihi: 12.04.2022.
- Görsel 2. 9:** Xevier Mula, Dans Festivali Afişi, 2015.
<<https://www.xaviermula.com/dance-festival-poster/>>, erişim tarihi: 28.05.2022.
- Görsel 2. 10:** Erman Yılmaz, Mural İstanbul, 2018.
<<http://ermanyilmaz.com/portfolio/mural-istanbul-2018-2/>>, erişim tarihi: 28.05.2022.

- Görsel 2. 11:** Erman Yılmaz, Decay, 2015.
<<http://ermanyilmaz.com/portfolio/decay/>>, erişim tarihi: 28.05.2022.
- Görsel 2. 12:** Henri Brispot, Cinematographe, 105.4x75.5 cm.
<<https://kontrastdergi.com/muzayede-dunyanin-ilk-film-afisi-henri-brispot-cinematographe-lumiere-1896/>>, erişim tarihi: 21.11.2022.
- Görsel 2. 13:** İlk renkli Türk Filmi “*Halıcı Kız*” afişi.
<<https://www.sabah.com.tr/galeri/kultursanat/yesilcam-filmlerini-hic-boyle-gormemistiniz>>, erişim tarihi: 24.11.2022.
- Görsel 2. 14:** A Christmas Carol, ABD, 2009.
<<https://www.firstshowing.net/2009/robert-zemeckis-a-christmas-carol-official-poster-revealed/>>, erişim tarihi: 12.11.2022.
- Görsel 2. 15:** Eine Weihnachtslied Geschichte, Almanya, 2009.
<<https://www.firstshowing.net/2009/beautifully-designed-german-poster-for-a-christmas-carol/>>, erişim tarihi: 12.11.2022.
- Görsel 3. 1:** “Don’t Look Up” Filmi uygulama içi görseli, 2022.
<<https://www.netflix.com/search?q=don%27t%20look%20up%20>>, erişim tarihi: 20.03.2022.
- Görsel 3. 2:** “Don’t Look Up” Filmi Platform içi görseli 2021.
<<https://top10.netflix.com/turkey/films/2021-12-26>>, erişim tarihi: 20.03.2022.
- Görsel 3. 3:** Don’t look up, Instagram’da yayınlanan afiş tasarımları, 2021.
<https://www.instagram.com/p/CXMAMNpOvbk/?utm_medium=copy_link>, erişim tarihi: 22.03.2022.
- Görsel 3. 4:** Don’t look up, Instagram’da yayınlanan afiş tasarımları, 2021.
<https://www.instagram.com/p/CXMAyUqLMhe/?utm_medium=copy_link>, erişim tarihi: 22.03.2022.
- Görsel 3. 5:** “Squid Game” Dizisi uygulama içi görseli, 2022.
<<https://www.netflix.com/search?q=squ%C4%B1d%20game>>, erişim tarihi: 20.03.2022.
- Görsel 3. 6:** “Squid Game” Dizisi Platform içi görseli 2021.
<<https://top10.netflix.com/turkey/tv/2021-09-26>>, erişim tarihi: 20.03.2022.

Görsel 3. 7: “Squid Game” dizisi tanıtım afişi, 2021.

<<https://about.netflix.com/en/news/kill-or-be-killed-main-trailer-and-ensemble-poster-released-showing-the>>, erişim tarihi: 30.03.2022.

Görsel 3. 8: “Arcane” Dizisi uygulama içi görseli, 2022.

<<https://www.netflix.com/search?q=arcane>>, erişim tarihi: 08.11.2022.

Görsel 3. 9: “Arcane” Netflix’in yayınladığı afişler, 2021.

<<https://me.ign.com/en/tv-shows/189692/news/netflixs-arcane-posters-show-off-the-league-of-legends-shows-cast>>, erişim tarihi: 11.12.2022.

Görsel 3. 10: “Beastars” Dizisi uygulama içi görseli, 2022.

<<https://www.netflix.com/search?q=beastars>>, erişim tarihi:21.09.2022.

Görsel 3. 11: “Hükümsüz” Dizi afişi, 2020.

<https://www.instagram.com/p/CJS7M_uq8Bl/?utm_medium=copy_link>, erişim tarihi:09.10.2022.

Görsel 3. 12: “Gibi” Dizi afişi, 2020. <https://www.instagram.com/p/CI_H-e8qBdB/?utm_medium=copy_link>, erişim tarihi:10.10.2022.

Görsel 3. 13: “Gibi” Dizi afişi, 2022.

<<https://www.exxen.com/tr/detail/serie/gibi/22396>>, erişim tarihi: 27.03.2022.

Görsel 3. 14: “Şahsiyet” Dizi afişi, 2020.

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:%C5%9Eahsiyet_Dizi_Afi%C5%9Fi.jpg>, erişim tarihi:27.07.2022.

Görsel 3. 15: “Seyyar” Dizi afişi, 2021. <<https://www.ntv.com.tr/yasam/yeni-dizi-seyyar-yakinda-puhutvde,4uHYH2jHc0qNINsaYRVcKA>>, erişim

tarihi:09.10.2022.

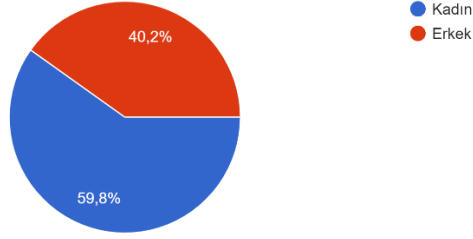
EKLER

“Dijital Dizi/Film Platformları” Anket Soruları

Yapılan ilk anket çalışmasının sonuçları aşağıda paylaşılmaktadır.

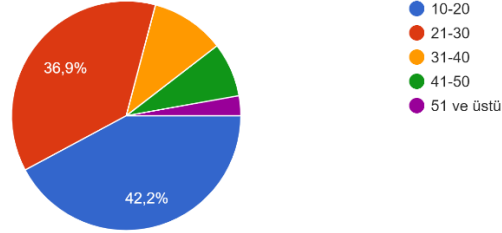
1. Aşağıdan size uygun olan kutucuğu işaretleyiniz.

249 yanıt



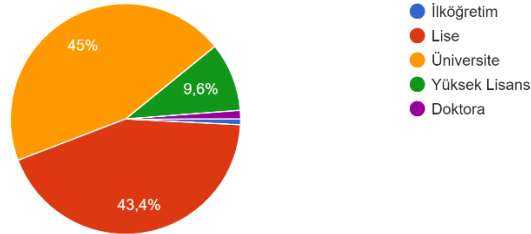
2. Aşağıda bulunan kutucuklardan size uygun olan yaş aralığını seçiniz.

249 yanıt



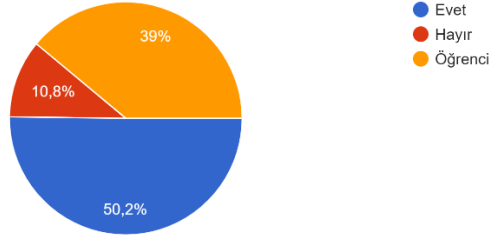
3. Aşağıda bulunan kutucuklardan eğitim seviyenizi seçiniz.

249 yanıt



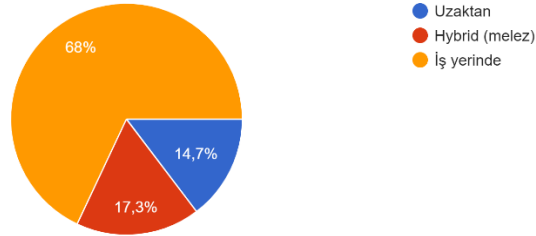
4. Şu an aktif olarak çalışıyor musunuz?

249 yanıt



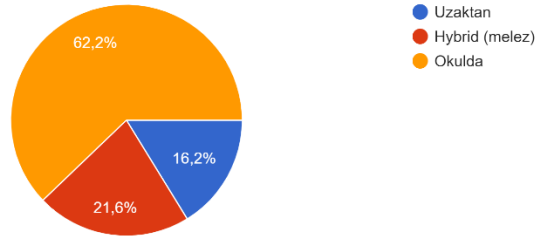
5. Çalışıyorsanız çalışma şekliniz nedir?

150 yanıt



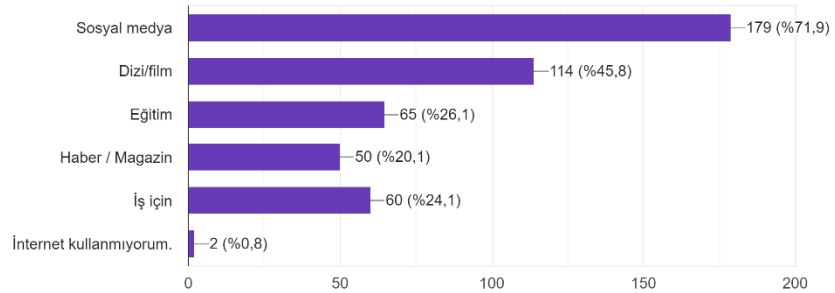
6. Öğrenciyseniz öğrenim şekliniz nedir?

148 yanıt



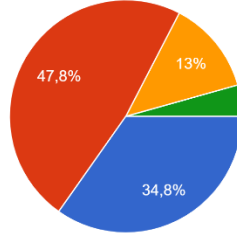
7. İnternette en çok ne için zaman geçirirsiniz?

249 yanıt



8. İnternet kullanıcısı değilseniz bunun nedenine en uygun seçeneği işaretleyiniz.

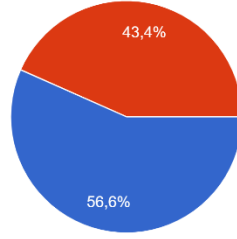
23 yanıt



- Zaman kaybı olduğunu düşünmeniz.
- Bunun için yeteri kadar zamanınızın olmayışı.
- Ücret açısından.
- ihtiyaç

9. Televizyonda film izler misiniz?

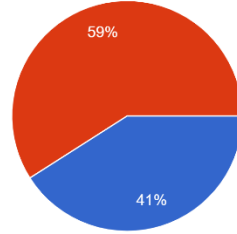
249 yanıt



- Evet
- Hayır

10. Televizyon dizilerini takip eder misiniz?

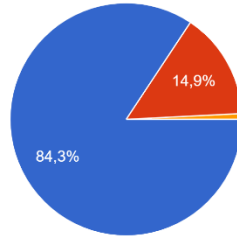
249 yanıt



- Evet
- Hayır

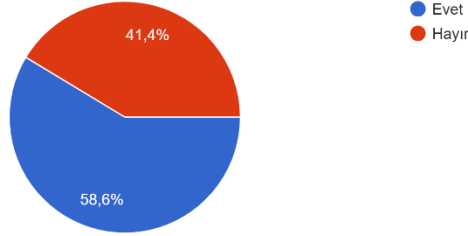
11. Gün içerisinde ortalama kaç saat televizyon karşısında vakit geçirirsiniz?

249 yanıt

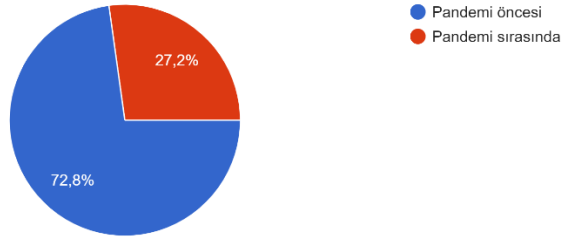


- 0-2
- 3-5
- 7 saatten fazla

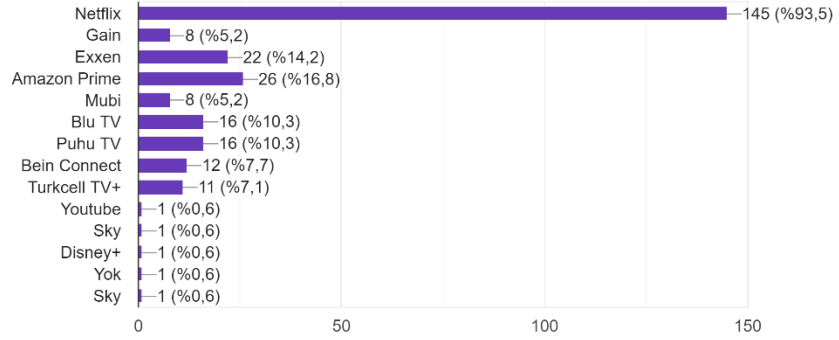
12. Dijital film dizi platformlarında üyeliğe sahip misiniz?
249 yanıt



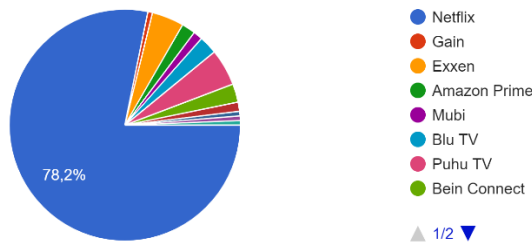
13. Ne zaman üye oldunuz?
147 yanıt



14. Hangi dizi/film platformlarında üyeliğiniz bulunmakta ? Birden fazla kutucuğu işaretleyebilirsiniz.
155 yanıt

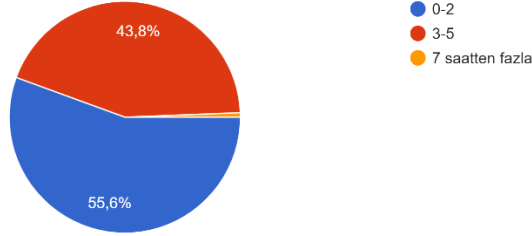


15. Hangi dizi/film platformunu daha sık kullanıyorsunuz?
156 yanıt



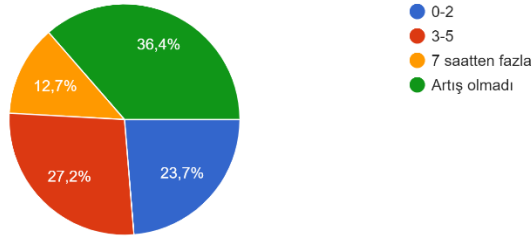
16. Dijital dizi/film platformlarında ortalama ne kadar vakit geçirirsiniz?

162 yanıt



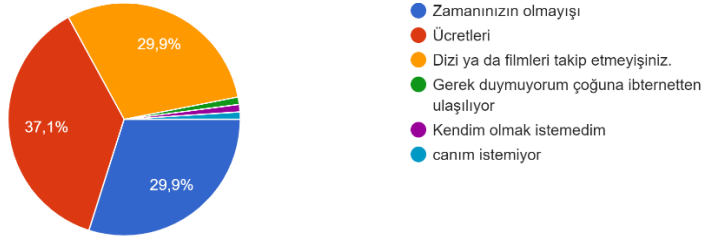
17. Pandemi sırasında dijital platformlarda geçirdiğiniz zamanda bir artış oldu mu? Eğer artış olduysa ortalama ne kadar artış oldu?

173 yanıt



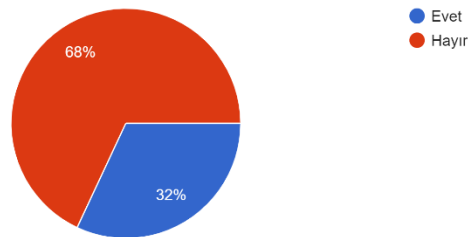
18. Dijital platformlarda üyeliğe sahip olmama nedeniniz nedir?

97 yanıt



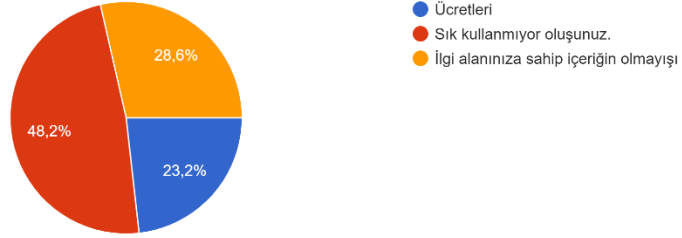
19. Daha önce dijital dizi/film platformuna üyeliğiniz var mıydı?

122 yanıt



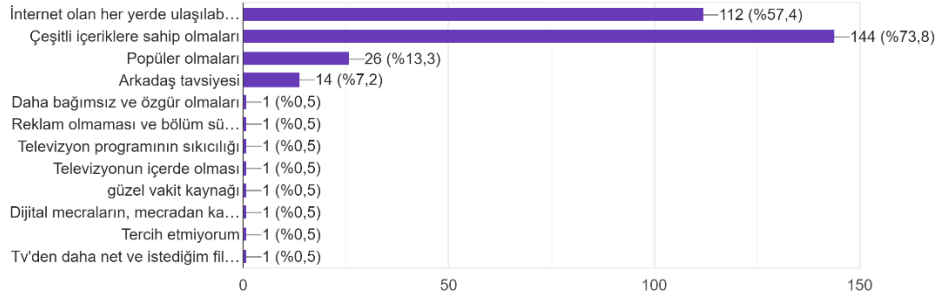
20. Daha önce bir üyeliğiniz varsa iptal etme nedeniniz nedir?

56 yanıt



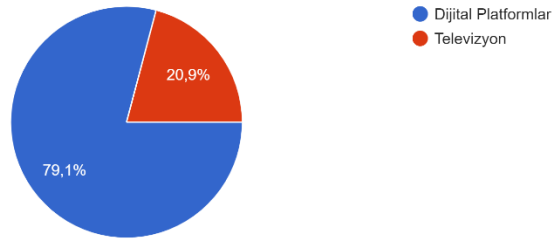
22. Dijital platformları tercih ediyorsanız bunun nedenleri nelerdir? Aşağıda size uygun olan kutucukları işaretleyiniz.

195 yanıt



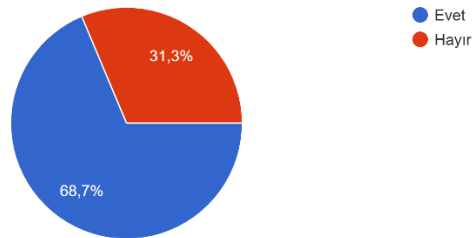
21. Birini tercih etmeniz gerekse Dijital platformlar mı yoksa TV seçeneğini mi seçersiniz?

249 yanıt



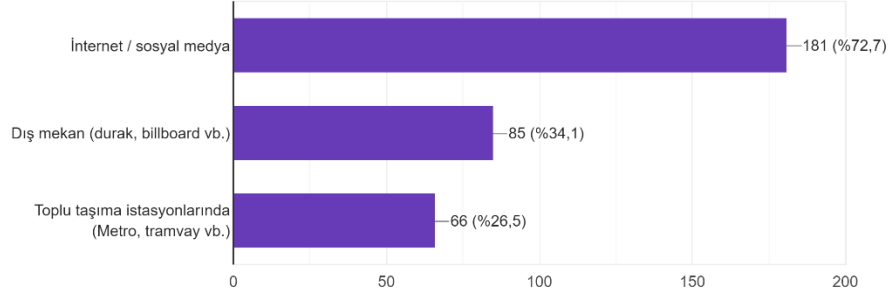
23. Dizi/film için tasarlanan afişler bu içerikleri izlemenizde etkili midir?

249 yanıt



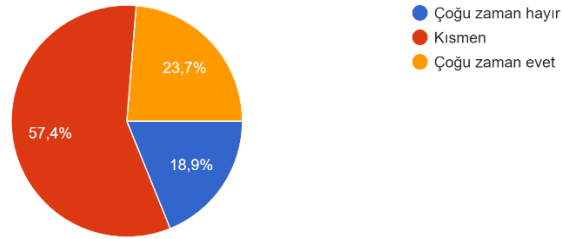
24. Afişler ile her yerde karşılaşabilirsiniz peki en çok nerede karşınıza çıkan afişler ilginizi çekmektedir?

249 yanıt



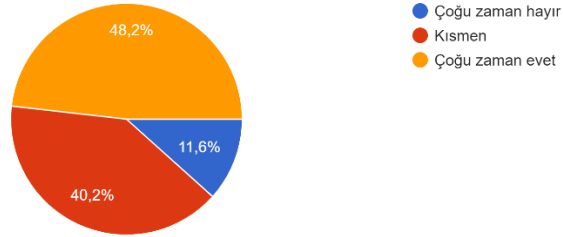
25. Afiş tasarımlarını görerek izlediğiniz dizi ya da filmler için afiş tasarımlarının içerik ile uyumlu (konu, renk, uygulama vb.) olduğunu düşünüyor musunuz?

249 yanıt



26. Bir afişte sevdiğiniz/ beğendiğiniz bir ismi görmek o dizi ya da filmi izlemenizde etkili midir?

249 yanıt

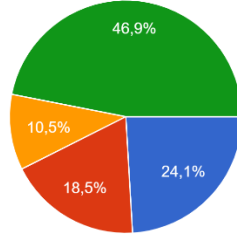


“Afiş Tasarımları” Anket Soruları

Yapılan ikinci anket bölümlerden oluşmakta ve sonuçları aşağıda paylaşılmaktadır.

1. Dizi/Film izlemek istediğinizde seçim yapmanıza yardımcı ilk etmen hangisidir?

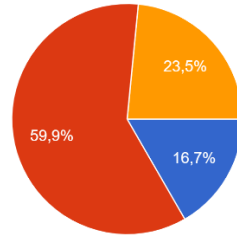
162 yanıt



- Dizi ya da filmlerin afişleri
- Dizi ya da filmin türü
- Dizi ya da filmin popülerliği
- Dizi ya da filmin konusu

2. Bir dizi ya da filmin afişine bakarak o içeriği izlemeye başlar mısınız?

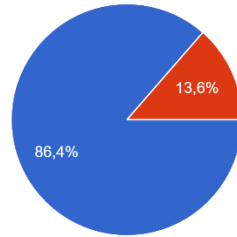
162 yanıt



- Evet, afişin ilgimi çekmesi yeterli.
- Evet, izlerim fakat önce içeriğin konusunu okumak isterim.
- Hayır, afişlerden daha çok içeriğin konusu ilgimi çekmeli.

3. İzlemek istediğiniz dizi/filmlerin afiş tasarımlarında içerik ile bir uyum arar mısınız?

162 yanıt

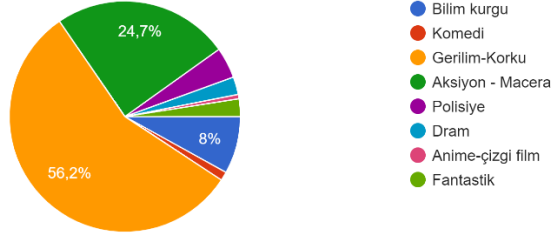


- Evet
- Hayır

Squid Game

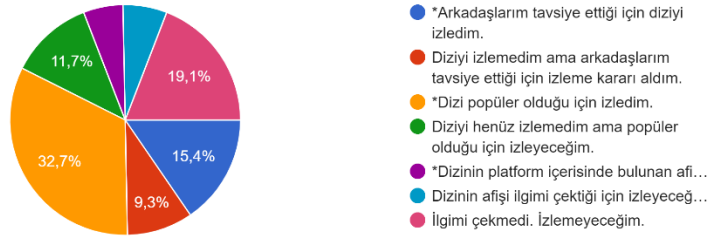
1. Aşağıdaki Netflix orijinal içeriklerinden "Squid Game" dizisinin afişine bakarak dizinin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

162 yanıt



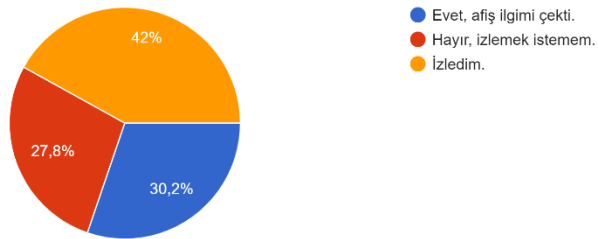
2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

162 yanıt

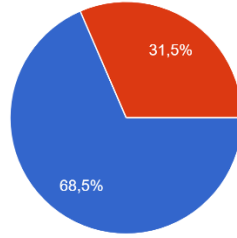


3. Squid game dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

162 yanıt

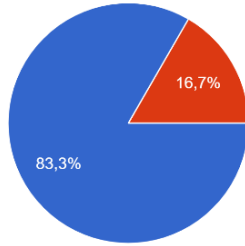


4. Dizinin konusu şöyledir: "Para sıkıntısı çeken yüzlerce oyuncu, çocuk oyunlarında yarışmaları için aldıkları tuhaf daveti kabul eder. İçeride onları ...riği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



- Dizinin afişi içeriği iyi yansıtabilmektedir.
- Uyum yoktur.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt

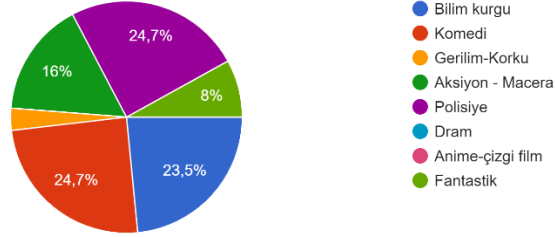


- Kullanılan renk ve desenler ile merak uyandıran, başarılı, ilgi çekici bir tasarım.
- Afişi farklı yapan bir tasarım yok.

Don't Look Up

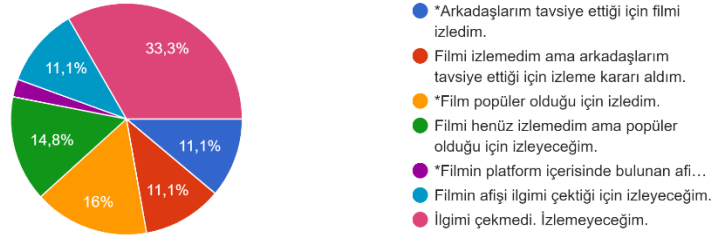
1. Aşağıdaki Netflix orijinal içeriklerinden "Don't look up" filminin afişine bakarak filmin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

162 yanıt



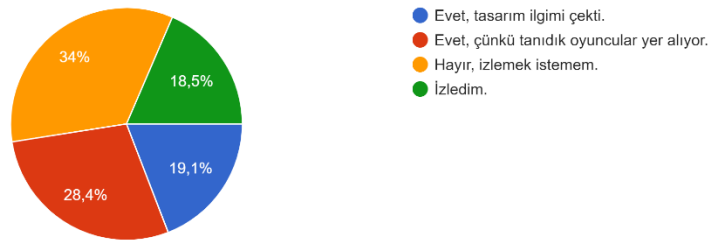
2. Filmi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

162 yanıt

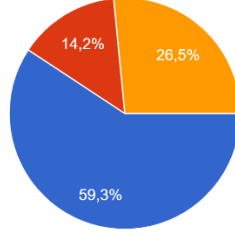


3. Don't look up filmini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

162 yanıt

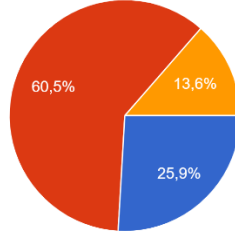


4. Filmin konusu şöyledir: "İki astronom, Dünya'yı yok edecek bir kuyruklu yıldızın yaklaşmakta olduğu konusunda insanlığı uyarmak için bir medya t...i ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?"
162 yanıt



- İlk bakışta içerik değil oyuncular ön plana çıkmaktadır.
- Filmin afişi içeriği iyi yansıtabilmektedir.
- Uyum yoktur.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt

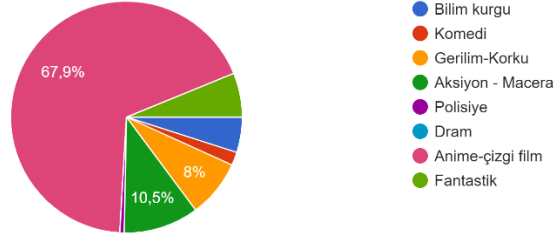


- Evet, kullanılan renkler ve kompozisyon ilgi çekmekte oldukça başarılı.
- Hayır, tasarım değil oyuncu odaklı bir afiş.
- Afişi farklılaştıracak bir fikir içermemektedir.

Arcane

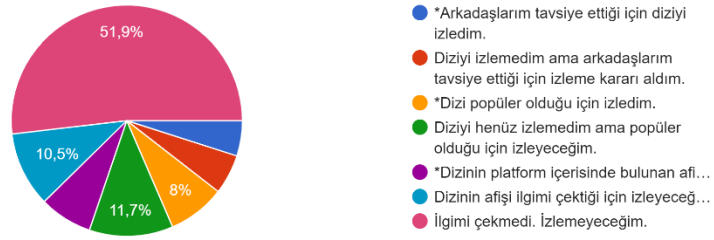
1. Aşağıdaki Netflix orijinal içeriklerinden "Arcane" dizisinin afişine bakarak dizinin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

162 yanıt



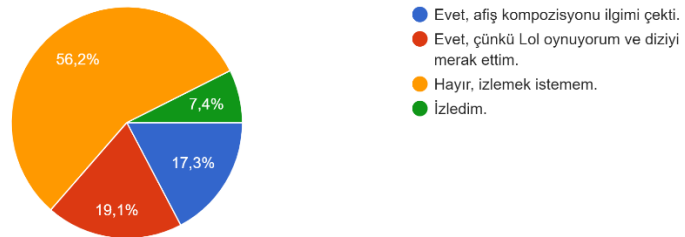
2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

162 yanıt

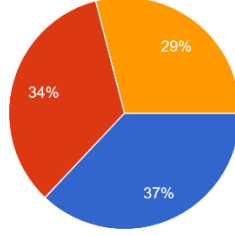


3. Arcane dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

162 yanıt

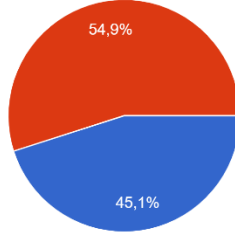


4. Dizinin konusu şöyledir: "Piltover ve Zaun kentleri arasındaki sert çatışmanın ortasında iki kız kardeş, büyülü teknolojiler ve birbirine zıt inanışlar...iği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



- İlk bakışta içerik ön planda değil.
- Filmin afişi renk, objeler ve karakterin bakışları ile içeriği iyi yansıtabilmektedir.
- Uyum yoktur.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt

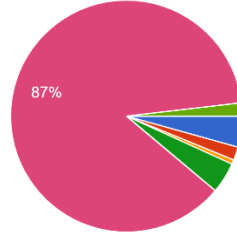


- Evet, ilgi çekici bir afiş.
- Afişi farklılaştıracak bir fikir içermemektedir.

Beastars

1. Aşağıdaki Netflix orijinal içeriklerinden "beastars" dizisinin afişine bakarak dizinin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

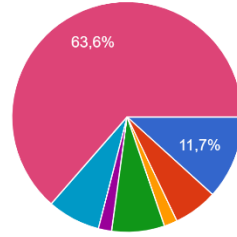
162 yanıt



- Bilim kurgu
- Komedi
- Gerilim-Korku
- Aksiyon - Macera
- Polisiye
- Dram
- Anime-çizgi film
- Fantastik

2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

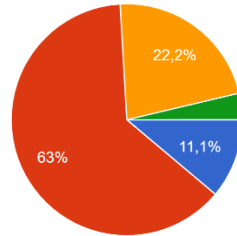
162 yanıt



- *Arkadaşlarım tavsiye ettiği için diziyi izledim.
- Diziyi izlemedim ama arkadaşlarım tavsiye ettiği için izleme kararı aldım.
- *Dizi popüler olduğu için izledim.
- Diziyi henüz izlemedim ama popüler olduğu için izlemeyeceğim.
- *Dizinin platform içerisinde bulunan afişine bakarak izlemeyeceğim.
- *Dizinin afişi ilgimi çektiği için izlemeyeceğim.
- İlgimi çekmedi. İzlemeyeceğim.

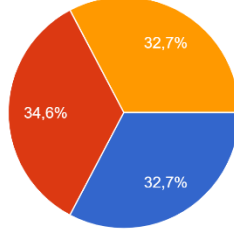
3. Beastars dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

162 yanıt



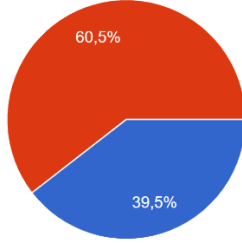
- Evet, afiş kompozisyonu ilgimi çekti.
- Hayır, izlemek istemem.
- Evet, farklı türden canlıların bir arada olması içeriği merak etmeme nedeni oldu.
- İzledim.

4. Dizinin konusu şöyledir: "Her türden canlının bir arada yaşadığı bir dünyada nazik bir kurt gittiği okulda işlenen bir cinayetin ardından yırtıcı güdüler...ği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



- İlk bakışta içerik ön planda değil.
- Afiş, objeler ve karakterin bakışları ile içeriği iyi yansıtabilmektedir.
- Uyum yoktur.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt

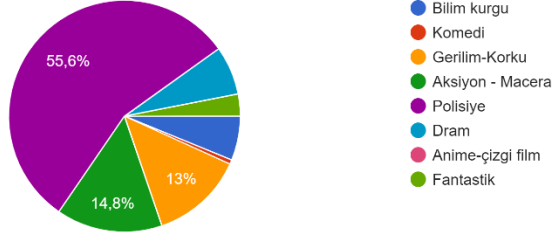


- Evet, ilgi çekici bir afiş.
- Afişi farklılaştıracak bir fikir içermemektedir.

Şahsiyet

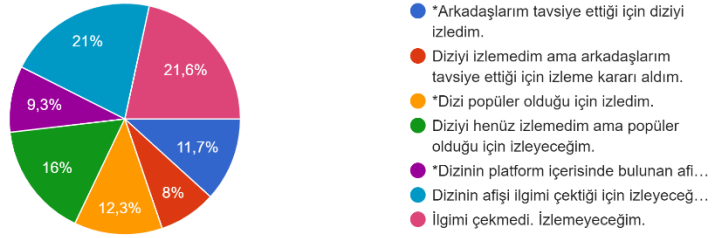
1. Aşağıdaki Puhutv orijinal içeriklerinden "şahsiyet" dizisinin afişine bakarak dizinin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

162 yanıt



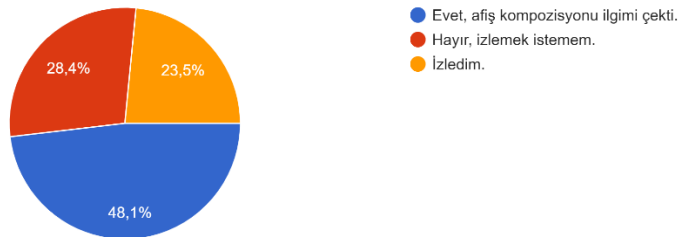
2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

162 yanıt

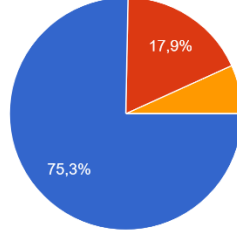


3. Şahsiyet dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

162 yanıt

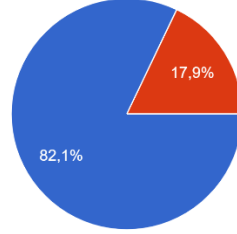


4. Dizinin konusu şöyledir: " Emekli bir adliye memuru olan Ağâh Beyoğlu, İstanbul'un en kalabalık ve hareketli semti Beyoğlu'nda yalnız ve münzevi bir...i ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



- Afiş, kullanılan renkler, objeler ve karakterin bakışları ile içeriği iyi yansıtılmaktadır.
- İlk bakışta içerik ön planda değil.
- Uyum yoktur.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt

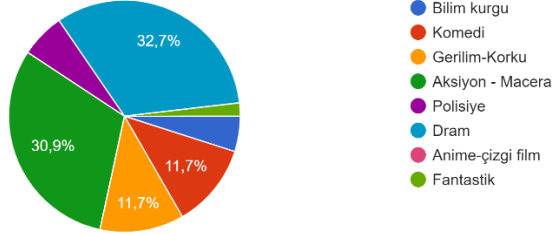


- Evet, ilgi çekici bir afiş.
- Afişi farklılaştıracak bir fikir içermemektedir.

Seyyar

1. Aşağıdaki Puhutv orijinal içeriklerinden "seyyar" dizisinin afişine bakarak dizinin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

162 yanıt



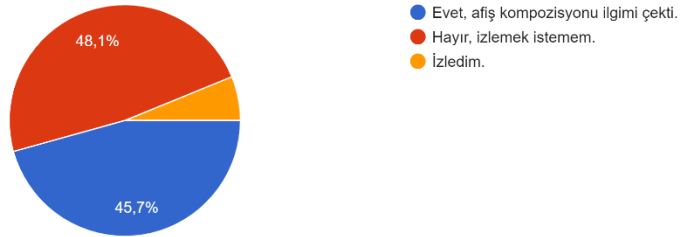
2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

162 yanıt

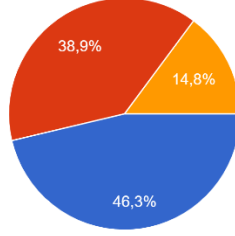


3. Seyyar dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

162 yanıt

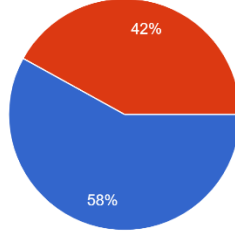


4. Dizinin konusu şöyledir: "Yasin Gencer, Taksim - Tepebaşı arası nohut pilav satan kendi halinde bir seyyar satıcıdır. Sevgilisi Çiğdem ile birlikte yaş...iği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



- Afiş, kullanılan renkler ve objeler ile içeriği iyi yansıtılmaktadır.
- İlk bakışta içerik ön planda değil.
- Uyum yoktur.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt

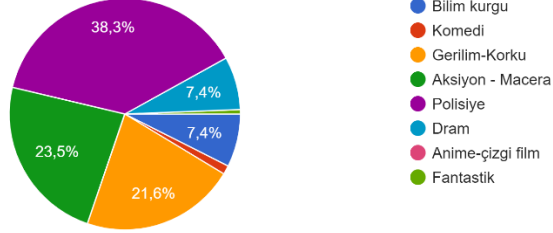


- Evet, ilgi çekici bir afiş.
- Afişi farklılaştıracak bir fikir içermemektedir.

Hükümsüz

1. Aşağıdaki Exxen orijinal içeriklerinden "Hükümsüz" dizisinin afişine bakarak dizinin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

162 yanıt



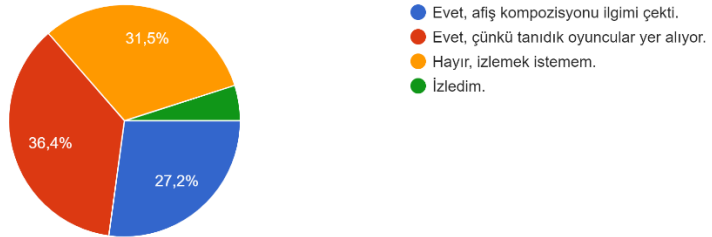
2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

162 yanıt

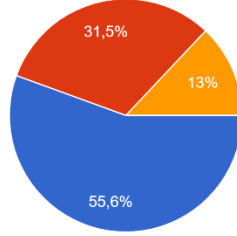


3. Hükümsüz dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

162 yanıt

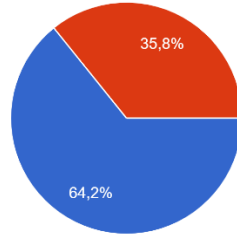


4. Dizinin konusu şöyledir: " Esmâ babasının hukuk bürosunun ikinci patronu olan güzel, hırslı ve güçlü bir kadındır. Filiz ise inatçı ama kırılğan bir a...iği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



- Afiş, kullanılan renkler, objeler ve karakterler ile içeriği iyi yansıtabilmektedir.
- İlk bakışta içerik ön planda değil.
- Uyum yoktur.

5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt

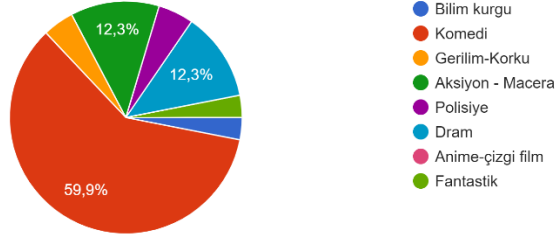


- Evet, ilgi çekici bir afiş.
- Afişi farklılaştıracak bir fikir içermemektedir.

Gibi

1. Aşağıdaki Exxen orijinal içeriklerinden "gibi" dizisinin afişine bakarak dizinin türü hakkında ne söyleyebilirsiniz?

162 yanıt



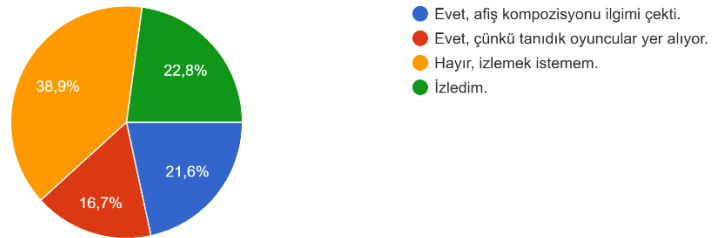
2. Diziyi izleme konusunda sizin için en uygun seçenekleri işaretleyiniz.

162 yanıt

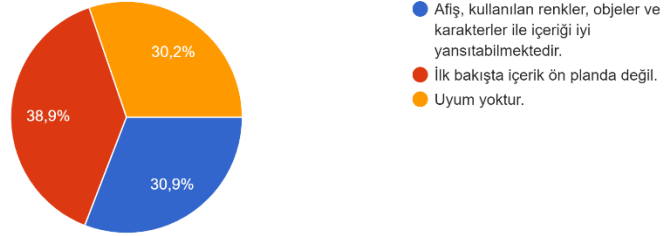


3. Gibi dizisini izlemediyseniz afişe baktıktan sonra diziyi izleme kararı aldınız mı?

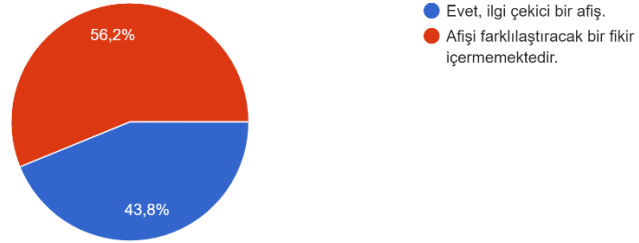
162 yanıt



4. Dizinin konusu şöyledir: " Yılmaz, İlkkan ve Ersoy... Sürekli olarak birbiriyle didişmekte olan üç arkadaş. En büyük özellikleri ise sıradan hayatlarını...ği ile afiş tasarımı arasında nasıl bir uyum vardır?
162 yanıt



5. Tasarım açısından afişi başarılı buldunuz mu?
162 yanıt



Netflix, Exxen ya da Puhutv dijital platformlarına ait içeriklerden afiş tasarımı beğenerek izlemeye başladığınız bir içerik varsa içeriğin ismini yazar mısınız?
50 yanıt

