

Türk Grafik Tasarımı Kapsamında Afiş Tasarımının Gelişimi

Öğr.Gör. Gürol Yeraltı

Celal Bayar Üniversitesi Sarıgöl Meslek Yüksekokulu, Manisa

ÖZET

Mağara devirlerinden günümüze kadar görsel iletişimini sağlamak düşüncelere ve kavramlara somut bir anlatım kazandırmanın yollarını araştıran insanoğlu, ilk olarak çizgiyi kullandı. Mesajını iletmek amacıyla kullandığı bu çizgiler, zamanla işaret ve sembollere dönüşerek grafik tasarım adı ile bugünkü düzeye ulaştı. Bu tasarım dalının bir ürünü olan afiş, kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesaj veren bir iletişim aracı olarak tanımlanmaktadır. Bu sayede afiş toplumla iç içe yaşar ve toplumun her kesimine seslenme olanağını taşır. Bu araştırmamızda grafik tasarımın içinde yer alan afişin Cumhuriyetin ilk yıllarından günümüze kadar geçirdiği büyük ve hızlı değişimi ele alınmıştır. Bu değişimde, zaman zaman kişisel girişimler ve başarılar, zaman zaman da yaratıcı ekipler ön plana çıkmaktadır. Bugünlere kolay ulaşılmamış, başarılı, özverili, çalışkan, yaratıcı kişi ve grupların çalışmalarıyla gelinmiştir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, afiş, görsel iletişim, sembol, işaret

The Development Of Poster Design Within Turkish Graphic Design

ABSTRACT

Man who has been researching the ways of visual communication and giving concrete expression to concepts since the primitive times, used the line first. Those lines that man used for conveying his message turned into signs and symbols in the course of time and reached to today's level getting the name "graphic design" poster, a product of this design branch, is defined as a communication medium transmitting messages to masses via the plastic arts. Therefore, poster lives within the society. In this study, big and rapid change of poster from the first years of Turkish Republic has been discussed. Along this changing, sometimes individual enterprises and successes and sometimes creative teams have come to the the fore. It has been come to nowadays by the help of succesful, altruistic, hardworking and creative person and groups.

Keywords: Graphic design, poster, visual communication, symbol, sign.

Sunuş

Gönderici ve alıcı olarak adlandırdığımız iki kitle arasında gerçekleşen duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanan iletişim; ilk çağlardan bu yana insanoğlunun birlikte yaşamasının başlıca gereksinimi olmuştur. Bu sayede duygu, düşünce ve kavramlara görsel bir anlatım yolu kazandırılmış, "Çizme, boyama, baskıresim ve çeşitli resim teknikleriyle tasvir etme" (Osborne, 1971:500) olarak ifade edilen grafik tasarım ortaya çıkmıştır. Çeşitli baskı teknikleriyle çoğaltılabilen her türlü yapıt (afiş, amblem, logotayp, ambalaj ve kitap tasarımı vb.) grafik kavramı içerisinde yer alır.

İletişim kavramı içerisinde değerlendirdiğimiz grafik ile topluma bir bilgi iletiyoruz. Bu bilgiyi, bu mesajı basılı ve çoğaltılmış bir görüntü ile

iletiyoruz. Soruna iletişim açısından bakarsak bilgi iletmenin, mesaj iletmenin belirli kuralları olduğunu görür ve tasarımlarımızı bu kurallar çerçevesinde ele alırız. Grafik tasarımın başlangıcını, insanoğlunun sanatta ilk ürünlerini verdiği mağara duvarlarına kadar götürmemiz mümkündür. “Buralarda yer alan resim ve işaretler görsel iletişimin başlangıcını oluştururlar. Hareket noktası ise, gözlerde, nesne düşüncesini algılanabilir kılan resim, özellikle de, görüntülerin taş ya da kil, ağaç kabuğu ya da parşömen üzerine sabitleştirilmesini sağlayan desendir. Bu ilk çizili ifadelerde resim ve yazı birlikte yer alırken, zamanla resimsel özelliklerin soyutlaşması ve sembollere dönüşmesiyle hem yazı hem resim özgün yapılarına ulaşır ve iki ayrı iletişim unsuru oluşur. İşte bu iki farklı iletişim unsuru birbirini tamamlayarak, yeni bir iletişim dalı olan grafik tasarımını yaratmıştır.” (Uygungöz, 1997:191).

Kurtuluş Savaşımızdan sonra meydana gelen yönetim değişikliği, birbirini izleyen devrimler, bunların, kültür ve sanat çevrelerinde yarattığı hareketlilik, değişim, coşku, batıya açılan kapılar, “Harf Devrimi” ile elde edilen yeni biçim olanakları, o dönemde sağlıklı bir grafik tasarım için yeterli görülüyordu. Çünkü, ülkemiz savaştan yeni çıkmış, yorgun ve fakirdi. Devletçiliği bir yönetim biçimi olarak kabul ettiğimiz 1923 yılından sonra bir çok kuruluş, çalışmalarını geniş kitlelere duyurabilmek amacıyla grafik ürünlerine gereksinim duymuşlardır. Fakat diğer alanlarda olduğu gibi grafik tasarıma özgü bir iş bölümü yoktu. Bu alanda sadece resim sanatçıları ve hattatlar ürün veriyor ve yaşamlarını bu yolla kazanıyorlardı. Sonuçta verilen ürünlerde dış yayınlardan etkilenmeler ve kopyalar görüldü. Bugünkü grafik olgusunu hazırlayan elverişli koşulların belirmesi ve bir uzmanlık dalı olabilmesi için uzun yıllar gerekiyordu. Bu bağlamda öğrenimlerini yurt dışında tamamlayıp yurda dönen tasarımcıların çalışmalarıyla grafik alanında bir hareketlilik başlar.

O dönemde Münif Fehim, Mithat Özar, İhap Hulusi Görey, Kenan Temizan gibi tasarımcılar grafik alanındaki tüm işleri nitelikli bir düzey tutturarak ellerinde bulunduran kişiler olarak görülmektedirler. Hatta denilebilir ki; kitap kapağı ressamlığı, piyango bileti tasarımı, şişe etiketi, pul dizaynı, afiş gibi çalışmalar bu kişilerle başlamıştır. Özellikle Münif Fehim; renk kullanımı, siyah beyaz taramaların gücü ve güçlü deseni, kişilikli çizgileri ile o dönemde oryantalizmin temsilcisiydi. “Pek çok eserde gördüğümüz, “Üstad sanatkar Münif Fehim’in eseridir”, ya da “Kapak ve resimler Münif Fehim tarafından yapılmıştır” gibi açıklamalar, bir dönemin en popüler tasarımcısından söz etmektedir”(Yurdakul, 2002:99). 1924-1927 yılları arasında ise, Beyoğlu’ndaki atölyesinde sinema kapılarına çok büyük boyda sinema afişleri yapan Mithat Özar, Paris’teki eğitiminden sonra yurda dönerek, Güzel Sanatlar Akademisi Afiş Atölyesinin başına geçer. Bu gelişmeler, grafik tasarım açısından çok önemli bir olaydır. Aynı zamanda sanayi ve ticaret alanındaki yenilikler tüm grafik tasarım ürünlerine olan ilgiyi de arttırmıştır. İşte bu grafik ürünlerinin en başarılılarından biri ve aynı zamanda yazımızın da konusunu oluşturan afiş,

savaştan yeni çıkmış, henüz kurulma aşamasında olan bir ülkenin kısa sürede en önemli görsel tanıtım aracı olur.

“Dilimize, Fransızların hem bildiğimiz duvar ilanı, hem de sanat değeri taşıyan grafik çalışması anlamına gelen “affiche” kelimesinden aktarılmıştır. Bu anlamıyla afiş denilince, akla hemen iki şey gelir: çok kısa bir metin ve uzaktan ilk bakışta dikkati çekecek, göze çarpmak hemen anlaşılabilir kadar sade bir görüntü.”(Türkiye Gazetesi Ansiklopedisi, Cilt.1, s:48).

Tarihi açıdan bakarsak afişin yeni bir buluş olduğunu görürüz. Her yeni olgu gibi afişin de kökenini araştırırken, temellerini ilk çağlara ait duvar yazılarına değin götürmemiz olasıysa da, baskı tekniklerinin gelişmesiyle birlikte duvarlarda yer alan duyuru ve bildirimleri, afişin tarihi için geçerli bir başlangıç sayabiliriz. Afiş kavramının kökünde bulunan özellikler, çok sayıda üretilmesi ve toplumun algılaması için duvarlara veya başka yerlere asılmış olması gereği, grafik çoğaltma tekniklerinin gelişmesine dayanıyordu. Tanım gereği afiş çoğaltılmış bir metadır. Bilgi verme, propaganda veya reklam amacıyla hazırlanarak, kağıt, kumaş gibi çeşitli yüzeyler üzerine uygulanabilmektedir. Sokaktaki insana en yakın sanat olarak kabul etmek gerekir afişi. Galerilerde ve müzelerde sergilenen yapıtlar ancak küçük ve eğitilmiş bir grubun beğenisine sunulurken, sokaktaki afiş ister istemez her insanın karşısına çıkar. Gazete ilanları gibi sadece okuyucularına değil, aynı zamanda geniş kitlelere de hitap etmekte, bu nedenle hem kitle, hem de bireyler üstünde ideolojik ve estetik bir baskı yaratmaktadır. Beğenileri, alışkanlıkları ve düşünce biçimini yönlendirmesi açısından da moda alanında belirleyici bir etmen olan afiş, gerek estetik düzlemde, gerekse insan davranışlarını etkileme düzleminde önemli bir rol oynar. Caddedeki bir afiş, kişilerin dikkatini, ilgisini veya en azından merakını çekmelidir. Tecrübelerimizden biliyoruz ki, anında veya daha sonra, bir afiş bizi şaşırtır ve kafamızı kurcalar öyle ki, afişin içeriğine göre, önünde durur mesajı okur ve karşıt bir harekette bulunuruz. Fakat bazı afişleri, çekici olmadıklarından dolayı dikkat etmeden geçeriz. Cassandre, “Afiş, kişilerin duygusal atmosferlerine sızmalıdır” der. Bu yüzden bir afiş, bir duvara veya sütuna da asılmış olsa aktif olmalıdır. Bizi ümit vaad ederek çeken başarılı bir afiş, kişinin yaşına, karakterine, tahsil derecesine ve o andaki durumuna göre harekete geçirir. Şüphesiz ki, bir afişin etkili olabilmesi için dizaynının da belirli kurallara göre yapılması gerekir. Bu kuralları: Form, Renk, Kompozisyon, Oran, Miktar, Ritim, Dinamik, Genişlik gibi kısımlara ayırabilmek mümkündür.

İlk ürünler çoğunlukla yazılı sözlerle, yani salt harflerle oluşturuluyordu. Daha sonra yavaş yavaş harflerin yanına resimler de girmeye başladı. Tahta gravürlerin çok sayıda kullanılmasıyla birlikte yazılı sözlerin tek başlarına ifade ettikleri sertliği, katılığı biraz olsun yumuşatmak için konuyla ilgili imgelerin yer aldığı resimler kullanmak moda olmaya başlar ve kısa sürede de afişlerin bölünmez bir parçası oldu.

Ülkemizde ise, önceleri yardım dernekleri ve tiyatro gibi konularda Arap harfleriyle daha çok yazılı afişler yapılmıştır. Zamanla bunların yerlerini, sayıları çok olmasa da, yurt dışından gelen tüketim ürünlerine yönelik afişler almaya başlamıştır. Bu afişler, ilaç, giyim, çikolata, bisküvi gibi genelde tüketim ürünlerine yöneliktir. XVIII. yüzyılda ise litografi yani “taşbaskı” tekniğinin ortaya çıkmasıyla birlikte afişler renkli olarak hazırlanmaya başlanır. Kısa zamanda resim sanatçılarının ilgi alanını oluşturan bu yeni yöntem aynı zamanda ofset baskı sisteminin de temelini atmış olur. Batıya resim öğrenimi için gönderilen sanatçılar birçok yenilikle birlikte bu tekniği de bizlere kazandırmışlardır. Kurtuluş Savaşının ardından geleneksel yaşam değerleri yerine yepyeni bir toplumsal düzenin olduğu yıllarda bir çok alanda yenilikler yapılmıştır. O yıllarda Balkanlar ve Ortadoğu ülkelerinden seçkin bir şekilde farklılaşan Türkiye Cumhuriyeti’nde İhap Hulusi Görey gibi bir sanatçının çalışmaları bir görsel anayasa oluşturulmasının ilk çabaları sayılır.

“Osmanlı ile Cumhuriyet Türkiye’si arasında bir geçiş köprüsü oluşturan İhap Hulusi Görey, Münih’te Haiman Schule’de üç yıl modelden resim çalıştı, iki yıl da Kunst Gewerbe Schule’de çalışmalarını sürdürdü. “İstanbul’a döndüğümde afiş sanatı diye bir şey olmadığını gördüm” diyen İhap Hulusi, ısrarla yaşamını sanatla kazanmak istiyordu. 1923 yılında Almanya’dan gönderdiği çalışmalarla İstanbul’da ilk afiş sergisini açtı. Bu sergi Türkiye’deki ilk afiş sergisidir. Sanatseverler bu yeni imzanın getirdiği yeni üsluba hayran olmuştur. Büyük ilgi gören sergisinden iki yıl sonra da ülkemize dönmüştür”(Yurdakul, 2002:103). İhap Hulusi sergi konusunda şunları söylüyor: “Türk inkılâbından sonra memlekette resme karşı bir alaka uyandırdığı yapılan resim çalışmalarıyla anlaşılmaktadır. Bu sergilerde ticareti alakadar eden resim türleri hemen hemen pek görülmemiştir. Hâlbuki ilan resimlerinin ticarete ne kadar büyük rol oynadığı su götürmez bir hakikattir. Bu noksanı nazari itibara alarak, bir başlangıç olmak üzere, bir afiş sergisi açmayı düşündüm ve açtım.”(Sakızlı, 1991:21).





(İhap Hulusi Görey'in Afiş çalışmaları)

Batı kültürüyle donanımlı bir öncü olan İhap Hulusi, buranın görenek ve zevkine uygun çalışmalarıyla yurt dışında bile kendini kabul ettirerek kısa sürede ülkemizin önemli tasarımcıları arasında yerini almıştır. Atatürk, sanatçıdan Ülkü'ye ders verirken resmini yapmasını istemiş, daha sonra uzun yıllar alfabenin kapağında gördüğümüz tasarım ortaya çıkmıştır. Kısa sürede kendi atölyesini açar. Çünkü bu yıllar sanayileşme dönemidir ve İhap Hulusi için büyük bir fırsattır. Çünkü sanayi ürünleri tanıtılacak, ambalaj sanayi gelişecek, ürün satışları özendirilecekti. Bütün bunları yapacak donanımdaki tek kişi kuşkusuz İhap Hulusi Görey'di. Çarşaf ve fesin yerini batılı giyime bıraktığı, savaşların ve ardından sarsıntıların olduğu dönemlerde büyük bir uyumla çeşitli kuruluşlara afişler yapmıştır. Örnek olarak, bugün Tekel olarak bilinen İnhisarlar İdaresi, Milli Piyango, Ziraat Bankası, Zirai Donatım Kurumu, Sümerbank, İş Bankası, Devlet Demir Yolları, Devlet Deniz Yolları gibi kuruluşları verebiliriz. Aynı zamanda, Yapı Kredi Bankası'nın ünlü leylekli afişi, Maliye Bakanlığının tahvilleri, Türk Hava Kurumu, Kızılay, Yeşilay, Tarih ile daha niceleri İhap Hulusi ile yaşam bulmuştur. 1928 yılında yeni bir alfabe gündeme gelir. İngilizce, Almanca, Arapça bilmesi, Almanya'da çalışmış olması onun için bir farklılık ve avantaj oluşturur. Kaligrafi, tipografi, görüntü ve grafik tasarım arasındaki çok yakın ilişkiye yabancı kalmaz. İlk Türk alfabesinin kapağını da o gerçekleştirmiştir. Bunun yanısıra binlerce afişin

altına atılan imzada hep İhap Hulusi Görey'in ismi görüldü. Ünlü afişçi Ludwig Hohlwein'i usta seçen Görey, onun gibi büyük ölçüde fotoğraftan yararlanır. Çalışmalarında birçok İstanbul fotoğrafı bulunmakta ve bu fotoğraflar afişlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bunlar ya konularına göre çekiliyor, ya da varolan fotoğraflar yardımıyla oluşturuluyordu. Hohlwein'in sağlamlık, bütünlük üzerinde yoğunlaşan bir desen gücü, onun eserlerinde de hakim olup, kompozisyonları büyük lekesel değerlerden oluşmaktadır. Çok titiz ve arınmış bir sanat işçiliğiyle bütünleşen afişlerinde ve uzun yıllar resimlemesini yaptığı Milli Piyango biletlerinde kullandığı suluboya tekniği, litografi ve renkler biletten öte, sanat eseri özelliklerine sahiptirler.



(İhap Hulusi Görey'in bir çalışması)

Biraz da o dönemdeki baskı tekniğini kullanmanın gereği olarak, yarım tonlardan kaçınmış figürleri tam bir kontrasta dönüştürmüştür. Afişlerinin yanı sıra; Türk ailesinin sosyal yaşantısını ve tarihimizi yaptığı illüstrasyonlarla resmederek bizlere sunar. Çalışma arkadaşları, dostları, ailesinden kişiler, zaman zaman da kendisi afişlerindeki insan figürlerinin modelini oluştururlar. Örneğin; kulüp rakısı etiketinde arkadaşı Fazıl Ahmet Aykaç'la birlikte kendisini de resimlemiştir. Galata Köprüsü, eski İstanbul evleri, seyyar satıcılar, hamallar, kayıkçılar, İhap Hulusi'nin yararlandığı diğer konular arasındadır. Çoğu taşbaskı yönteminden oluşan çalışmalarında yarım yüzyılı aşkın bir dönemin endüstri, kalkınma, ticaret ve sosyal yaşamın gelişmelerini belgelemiş, Cumhuriyet kuşaklarının belleklerinde yer etmiştir.

İhap Hulusi ile birlikte, eğitimini Almanya'da tamamlamış olan Kenan Temizan da afişlerinde büyük çapta fotoğraftan yararlanır. Varolan hemen bütün afişleri sinema afişleri olduğu ve sanatçının çalışmaları süratle gelişen basın teknolojisi ile atbaşı geliştiği için, onun çalışmalarında daha gerçekçi bir

figüratif çalışma egemen durumdadır. Temizan; güçlü deseni, renkçi yaklaşımı, seçkin kompozisyon anlayışı, ritmik, akıcı tipografi kullanımıyla çalışmalarında, çağdaş dili yansıtmayı başarmıştır. Mesut Manioğlu'nun çalışmalarında ise, yalın çizgi ve harf öğelerini rahatça kullandığı görülmektedir. “Bir kurumun düşüncesini, atılımlarını modern yapısını, kitlelere başarılı ve net bir şekilde nasıl iletileceğine örnek oluşturacak nitelikte çalışmalar üretmiştir. Manioğlu, yalınlığı kimi zaman afişlerinde amblem gücüne ve sadeliğine indirgemektedir. Tipografiyi yalın bir etkiyle ve figürün simgelediği hedef kitleyle bütünleştirmekte anlamı ve mesajı yalınlaştırarak iletmektedir.” (Yurdakul, 2002:119).

“Fırça oyunlarına girmeden, yalın ve dolaysız anlatıma yönelerek, dönemin Batı anlayışına uygun afişler üretir. Çalışmaları; renk, düşünce, düzenleme ve biçimleme açılarından İhap Hulusi'nin afişlerinden çok farklı ve o döneme göre daha çağdaş yapıtlardı.”(Ertel, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi: 823). Bunların yanısıra; banka şubelerine, çeşitli kuruluşlara Eczacıbaşı gibi büyük bir kuruluşa yıllarca afiş ve ambalaj tasarımları gerçekleştirmiştir.

1930-1945 yılları arasında ise afiş tasarımında Fransız afişinde egemen olan bir estetiğin etkileri olduğunu görüyoruz. “Bu akım, dünya resim sanatçılarının beğenisine paralel olarak gelişmişti ve genç Türk afişçilerinin de bu akımı izlemeleri kaçınılmazdı. Afiş öğreniminde baştan beri benimsenen aktarmacılığa dayanan öğretim, doğal olarak bunu gerektiriyordu. Bu tasarımcılar da, kendi yeteneklerine, güncel olayları da katarak eser vermeye başladılar. Çağı yansıtan, resimden farklı özgün anlatma biçimlendirmesini benimsediler. Afişlerde çarpıcı olmak çabası ağırlık kazanmasına rağmen, renk anlayışları daha farklı ve uyumlu idi” (Altıntaş, 1992: 8).

Yine bu dönemde Selçuk Önal, Fikret Akgün, Atilla Bayraktar gibi tasarımcılar gerçekçi çalışmalarının yanısıra, o dönemin çağdaş yapıtlarını da özenle seçtikleri canlı renklerle izleyicilere sundular. Çalışmalarında, soyut resmi çağrıştıran düzenlemeler hakimdir. Baskı tekniğinin gelişmesi ve özel sektörün de desteğiyle duvarlar daha da renklenir. Bu renklenmede Fikret Akgün'ün afişlerinin etkisi büyük olur. Paris'teki eğitiminden sonra yurda dönen Akgün, Fransız etkisini de beraberinde getirmiştir. Tasarımcılar, kendilerinden öncekilerden çok daha elverişli koşullarda çalışırlar. Çünkü, ülke endüstrisi artık sağlıklı da olsa gelişmiş, sanat etkinlikleri artmıştır. Bu koşullar içinde devreye giren İstanbul Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu, ülkemizin profesyonel sanatçı yetiştirmedeki ilk önemli adımı atmış olur. Akademi afiş atölyesi kökenli Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Bülent Erkmen, Turgay Betil, Sadi Pektaş, gibi tasarımcılarla, Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu Grafik bölümünden yetişen Aydın Erkmen, Sinan Baykurt, Leyla Uçansu, afişe biraz olsun farklı yaklaştılar. Çalışmalarına baktığımızda konu ile içeriğin çok önem kazandığını söyleyebiliriz. Hemen hemen her afişte özgün bir tarz ortaya koymuşlardır. Esinlendikleri estetik ise Polonya merkezli

diyebileceğimiz bir Orta Avrupa beğenisi ve deneyimidir. Resim kökenli grafik tasarımcıların etkin olduğu bu alanda daha çok fotoğrafın ön planda olduğu görülür. O yıllarda “Polonya tarzı” bir çok Batı ülkesinde olduğu gibi bizde de pek sevilmişti. Doğu Blok ülkeleri illüstratif yaklaşırken, Batı daha çok fotoğraftan yararlanır. Bu farklılıkların ülkelerin ve sanatçıların sosyal, politik ve ekonomik, özellikle de kültür ve yaşam biçimlerinden kaynaklandığı apaçık ortadadır.

Bizde ise, bazen illüstratif dediğimiz, bazen de fotoğraf yoluyla oluşturulan afişler görülür. Özellikle ticari alanda yapılan afişlerde tasarımcılar genellikle fotoğraftan yararlanmışlardır. Tipografi kullanımındaki problemler çözümlenmeye çalışılmış, özgün anlatım biçimleri denenmiştir. Ülkemiz grafik tasarım tarihinde, afişin ilk temellerinin yüzyılımızın ortalarında atıldığını söyleyebiliriz. Bu yıllarda, tasarımcıların başarılı çalışmalarıyla birlikte afiş kısa sürede istenilen yere geldi. Hatta denilebilir ki; İhap Hulusi’yi izleyen dönemin boşluğu, yarım yüzyıla varan bir aradan sonra Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş’ın kişisel plandaki çabalarıyla kapatılabilmektedir. Bu iki tasarımcı, afiş saygın bir sanatsal ifade aracına dönüştüren kişilerin başında gelirler. O yıllarda sinema endüstrisi için çok sayıda afiş üretilmesine karşılık zor koşullardaki tiyatroların yaptırdığı afişler dikkat çeker ve Türk grafik tasarımı için önemli bir rol oynar. Eserlerinde genellikle simgelere çok önem veren Mengü Ertel; ekolin, yağlı pastel, sulandırılmış çini mürekkebiyle çalışarak kendini çizgilere vermiş, kökü biraz da Art Nouveau’ya dayanan akıcılık ve çizgiler, onu tiyatronun içine kadar götürmüştür. Tiyatro afişleri dalında, amaçlı bir çizginin ve mesajla yüklü bir duyarlılığın adamı olmuş, sokak reklamcılığında yozlaşmaya yol açan tekdüzeliği aşmada, kendi çevresine ışık tutacak bir etkinlik göstermiştir. Çalışmalarında oyunları yorumlayarak, afiş tekniği içinde sunar. Bazı afişlerinde yazıyı ilgi çekici ana öğe olarak kullanırken, bazılarında da yazılarla biçimler arasında uyum sağlamaya çalışmıştır. Ertel’in yalnızca iki rengi kullanıp şaşırtıcı etkiler elde ettiği afişleri çok başarılıdır. “Jeanne D’arc’ın Çilesi” filmi için yaptığı afiş buna örnek olarak gösterilir. Kırmızı ve beyazı çok iyi kullanarak tasarımı ustaca çözümleyen Ertel, siyah-beyazı da öyle iyi kullanmıştır ki; izleyicileri eski dönemlere, karagöze, minyatüre, hattatlara, nakkaşlara kadar götürür. Özel tiyatroların afiş konusuna önem vermeleri Ertel’in araştırmacı çalışmalarına destek olmuş, bazen resimsel değerlerin ağır bastığı ve özel sergilere bile konu olan afiş çalışmalarıyla grafik tasarıma, özellikle de afişe karşı beğeni ve ilgi düzeyinin yükselmesinde önemli bir rol oynamıştır. Afişin ana kuralı olan basılmış olma ilkesine karşın, Mengü Ertel’in sergilediği afişlerin büyük bir bölümü basılmamış, salt sergi amacıyla hazırlanmıştır.

Yurdaer Altıntaş ise; Türk Alman Kültür Merkezi’nde açtığı sergiyle büyük ilgi görür. Sergi, İhap Hulusi’den bu yana açılan profesyonel anlamda kişisel ilk grafik sergisiydi. Altıntaş, uzun yıllar tiyatro afişleri yapmış, o döneme kadar gelen afiş anlayışına rağmen kendi tarzını oluşturmuştur.

“Çalışmalarında duyguya ve estetik değerlere yer vererek, mesajı genellikle simgeci anlatımlarla ve yeni bir biçimlemeyle iletmeye çalışmış, kalın konturlarla sınırlamış, büyük lekeler ve stilize figürler kullanmıştır. Altıntaş, geleneksel konuları çağdaş bir görüş ve kendine özgü renk ve leke anlayışı içinde resmetmiştir. Geleneksel hikayelerimizden; Dede Korkutlar, Karagözler, Nasrettin Hocalar, Anadolu Efsaneleri onun afişlerinde yer aldı.” (Benli, 1995:79). Grafik tasarımın bir çok dalında ürün vermesine karşın, daha çok tiyatro afişleriyle tanınan Altıntaş, karagöz resimlemelerini 70’li yıllarda tiyatrolara olan ilginin azalması ve ekonomik nedenlerle afiş yaptıramaz duruma gelmeleri ve biraz da gölge oyununun, oda tiyatrosunun bir şekli diye yaklaşarak yaptığını belirtiyor. Gerçekleştirdiği bir çok tasarımın yanında, Dormen Tiyatrosu için hazırladığı “Bit Yeniği” adlı afişi, diğer afişlerden farklı olarak, o günlere kadar hiç kullanılmayan “kolaj” tekniğiyle yapmıştır. Artan iletişim ve baskı olanakları, dünyanın her yanında üretilen özgün yaratımları hızlı bir şekilde ülkemize taşımıştır. Bu kuşağın çalışma dönemi diyebileceğimiz yıllarda, özellikle tiyatroların ve operanın afiş gereksinimlerinin artması bu gelişmelere dayanır. Özellikle Dormen ve Kent Oyuncuları Tiyatrolarının “Aptal Kız”, “Cinayetin Sesi”, “Ver Elini Yeni Dünya”, “Pembe Kadın” gibi afişlerinde Altıntaş’ın imzasını görüyoruz. Tasarımcılar, açmış oldukları sergilerle afiş tasarım alanının profesyonelleştiğini, sorunların da bu bağlamda gündeme geldiğini göstermişlerdir. Çalışmalarında geleneksel kültür ve birikim modern yorumlara ulaşmış, yurtdışındaki sergilere, yarışmalara, bienallere, müzelere katılarak beğeni toplamışlardır.

Bu iki tasarımcı ile birlikte amblem, logotayp, broşür, pul, kitap ve dergi kapağı, duvar panosu gibi grafik tasarım ürünlerine kültürel ve ticari alanda yaptığı afişleriyle de katkıda bulunan ve çalışmalarında yalın bir dil kullanan Bülent Erkmen, grafik tasarım tarihimizin mihenk taşlarından. Çalışmalarında vurgulanacak mesajın daima ön planda olduğunu görülür. Bu sayede mesaj iletmek için gereken her çeşit çözümü denemiştir. Afişleri herkesin kavrayamayacağı kadar incelikliymiş gibi görünen biçimlere ve anlamlara dayanmaz. İnsana tanıdık gelir. Her zaman bildiği bir şeymiş izlenimi verir. Daha önceki fotoğrafik ve hazır imgeleri, son yıllarda digital imgelere dönüşmüştür. Ülkemizde grafik tasarım olgusunu gündemde tutan, tartışan, eleştiren bir yaklaşımı vardır. Ona göre; yapıtlarının insanlar tarafından bu kadar etkileyici bulunmasının nedeni, bu ürünlerin kaçınılmaz olarak çarpıcı yaklaşım gerektirmesidir. Tipografik düzenlemelerden oluşan afişleri son derece başarılıdır. İmge oluşumu ise teknolojik ortamda hızla biçimlenmekte, amaca uygun ve gerekli her türlü imge kullanılmaktadır. Son çalışmalarında ise, insana dair (el, yüz gibi) öğeleri kullandığını görüyoruz. “İnsan yüzü bildiğiniz gibi çok imkanlı bir obje. Hem söylemek istedikleriniz, hem de izleyicinin çabuk dikkat çekmesi açısından. Bir kişiden söz edilecekse o kişiye ait kullanılacak ‘yüz’ çok güçlü bir aidiyet malzemesi. Üstünde ayrıca hareket

kabiliyeti yüksek başka malzemeler de var. Kaş, göz, ağız, dil gibi. El de öyle. Her bir elde beş ayrı hareket imkanı var. İnsan bedeninin bütünü dışında yüz ve elden başka böylesine ifade etme/ifade verme zenginliği olan bir parça da yok.”(Erdem, 2003:83).

Türkiye sınırlarını çok önce aşan bir isim Bülent Erkmen; yurtdışındaki önemli grafik tasarım dergilerinde işlerinin çok ve sık sayılabilecek miktarda yayımlandığını kaydediyor ve bunun bir talep oluşturduğunu söylüyor. Bienaller, toplu ve kişisel sergiler özel yayınlar, çok sayıda özel proje, konuşma, gösterilere katılan Erkmen, “Türkiye’de grafik tasarım olgusunun çağdaş ortamda yer almasını sağlamıştır. Ülkemizde diğer görsel alanlar içinde grafik tasarımının ayrıcalıklı yerinin tanınması, kabul edilmesini, önemsenmesini ve popüler hale gelmesini sağlayan üretken bir tasarımcıdır. Yapıtları, uluslararası alandaki yayınları çağdaş ölçütlerde ve kalitededir. Erkmen, kavramsal, kültürel ve teknolojik düzeyde hakim olduğu için tek bir anlatım biçimi ve üslupta karar kılmak yerine konseptin, ürünün, hedef kitlenin, mesajın gerektirdiği çözümleri yaratmaktadır.” (Yurdakul, 2002:126) Yine bu dönem içerisinde Sadık Karamustafa, Cemalettin Mutver, gibi tasarımcılar, grafik sanatların her dalında başarılı ürünler verdikleri gibi afiş dalında da çalışmalarını sürdürmektedirler. Özellikle Sadık Karamustafa, birçok tiyatro ve kuruluşlara afişler yapmıştır. Çalışmalarında desen ve illüstrasyonlara yer vermiş, daha sonraki yıllarda bu üsluba fotoğraf ve kolajı da katmıştır. Son yıllardaki çalışmalarında ise tipografiye çok önem vermekte, mesajı iletmeyi hedefleyen güçlü tasarımlar yapmaktadır. Hem tipografi kullanımı hem de görsel öğelerin efektlerle birlikte ele alınımı hazır dijital görüntü ve kolajlarla gerçekleşmektedir.

Ülkemizde grafik tasarımla uğraşanlar bu etkili iletişim öğesinin gelişmesi, özgünleşmesi ve tanıtılarak yaygınlaşması inancıyla çeşitli adlar altında bir araya geldiler. Bu birliktelikler ekonomik güçlükler ve bir çok tasarımcının ilgisizliği yüzünden kısa sürede kopma noktasına geldi. Afişin gelişiminde önemli bir yeri bulunan tiyatrolar afiş yaptıramaz hale geliler. Halkın tiyatrolara bakış açısı, tiyatroların yerine sinemaların tercih edilmesi sonucu bir çok tiyatro kapanır. Dış ülkelerde sanatın gelişiminde önemli bir payın sahibi olan tiyatrolar, ülkemizde ne yazık ki istenilen yerde değildi. Bu nedenlerden en önemlisi tiyatroların ekonomik güçlükler içinde olmasıdır. Afiş giderlerinin yüksek olması da ayrıca belirtilmesi gereken bir noktadır. O dönemlerde tiyatro afişlerine ilgi, istek merak nedense tiyatrolardan gelmemiştir. Afişi değil desteklemek, kösteklemek için ellerinden geleni yapan bu kurumlar, oyunlarını düz bir kâğıda yazıp duyuruyorlardı. Herhangi bir özenden, zevkten, dikkatten yoksun bu kâğıtlar, sokaktan geçenleri çağıracağına daha da itmekteydi.

Ülkemizde tiyatro afişleri uzun bir süre tasarımcıların dürtüsü, kendi çabası ve çalışmalarıyla sürdürüldü. Tiyatroların afişlere ilgi göstermemesi afişlerin bir anlamda yok olup gitmesine neden olur. Yapılan afişler

koleksiyonlarda kaldı, izleyicinin karşısına ancak sergilerde çıkabildi. O günlere kadar başarıyla uygulanan afişler arasında “Pembe Kadın”, “Şair’in Mektuplar”, “Aptal Kız”, “Cinayetın Sesi”, “Bit Yeniği” gibi başarılı eserler bulunmaktadır. Bunun yanı sıra; afişin gelişimine engel olan bir diğer unsur da, tasarlanmadan üretilen siyasi ve ticari afişlerin, kentin hiç olmayacak yerlerine asılmasıdır. Bu konudaki başıbozukluk ve belediyelerin yalnızca getirim kaygısıyla kötü, çirkin reklam panoları uygulamaları ve bu panolardan yalnızca parayı verenlerin yararlanması, kültür ve sanat olaylarının duyurulması için özel panolarının kullanılmaması ve daha birçok durum, afişin gelişmesini engellemektedir. Afiş tasarımı olgusu asıl çıkışını 1980’lerden sonra gerçekleştirir. Uzun bir suskunluk döneminden sonra Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel, çalışmalarıyla bu alana hızlı bir dönüş yaparlar. Özellikle Yurdaer Altıntaş’ın, Kent Oyuncularının sahnelediği Güngör Dilmen’in “Ben Anadolu” adlı afişiyile tiyatro alanına dönüşü muhteşem olur. Yedi memeli bereket tanrıçası illüstrasyonu tek başına bakıldığında biraz komik, biraz da sıradan. “Ben Anadolu” Yurdaer Altıntaş’ın sıradan görsel bir malzemeyi çok iyi kullanarak yaptığı bir çalışmadır. Bunun yanı sıra Mengü Ertel’in “Keşanlı Ali Destanı”, “Palyaço”, “Amadeus”, Sadık Karamustafa’nın “At”, adlı afişleri bu yılların başarılı örnekleri arasında yerini alır. Özel tiyatrolar arasında önemli bir yere sahip olan Dormen tiyatrosu, 1980’lerin sonunda afiş çalışmalarını Yurdaer Altıntaş ile sürdürmüştür. Bu afişleri şöyle sıralayabiliriz; (Kent Oyuncuları İçin), “Karmakarışık” ve “Çılgın Sonbahar”, “Uşak Ne Gördü” ile “Sarı Sabır Çiçeklerinden Bir Ders” adlı afişleri, (Yedi Tepe Oyuncuları İçin) “Bir Anarşistin Kaza Sonucu Ölümü” Yurdaer Altıntaş’ın olgunluk döneminin önemli çalışmaları arasında yer aldılar. Bu tiyatrolar için yaptığı afişlerde kullandığı iç içe girmiş dişi-erkek formları, fallik unsurlar, sıcak renk dokusu, son derece hızlı ve akışkan bulvar komedilerinin atmosferini yansıtıyor. Günümüz tasarım ortamında bilgisayarların yanlış kullanıldığı yüzlerce ruhsuz, soğuk ve sentetik iş arasında Altıntaş’ın el emeği ile yaptığı bu afişler, oyunda izleyici arasında hemen sıcak bir ilişki kurmayı başarıyor.

O dönemi takip eden yıllarda “Türk Grafik tasarımcıları seslerini uluslararası alanda duyurmak için çeşitli projeler gerçekleştirmişlerdir. Bu çabaların ilk ürünü Türkiye’den Afişler/Poster From Turkey başlıklı sergi ve kitap ile alındı. Çoğunluğu son on yılın yapıtlarından oluşan 80 parçalık bir afiş sergisi, 1992 yılında Kanada’nın Toronto kentinde Kanada Grafik Tasarımcılar Derneği’nin işbirliğiyle gerçekleşti.” (Türkiye’den Afişler, Cumhuriyet Gazetesi Kitap Eki, Sayı:172, s.8).

Bu sergide tasarım kalitesi ve sergilemedeki profesyonel düzey beğeni toplamıştır. Türkiye’nin dünyaya çağdaş tasarım ve sanat ürünleriyle sunularak çağdaş bir ülke mesajı verilmesi son derece önemlidir. Türkiye’den Afişler sergisinin bu görevi başarıyla yerine getirmiştir. Afişlerimiz bir yandan kültür elçisi olarak dünyayı dolaşırken, öte yandan ülkemizde de izleyici karşısına çıkmaya başlar. Daha önce duvarlarda tek tek izlenen yapıtlar ilk kez toplu

olarak Eylül 1992'de Ankara'da sergilenmiştir. Bunun yanısıra; düzenlenen yarışmalar da afiş tasarımının gelişmesi için önemli etkenlerden biri olmuştur. Daha sonraki yıllarda ise afiş tasarımları videonun güncelleşmesi, kötü film yapımı nedeniyle yalnızlığa terkedilmiş, bugün ise, teknolojik imkanların gelişmesi sonucu çok başarılı çalışmalar bulunmaktadır. İlk film afişlerinde illüstrasyon tekniğini görüyoruz, bunu takip eden dönemde teknolojinin gelişimi bir çok yeni tekniğin ortaya çıkmasına neden olur. Bu sayede film afişleri, sosyal, kültürel ve ticari alanda yapılan afişler tek bir teknikle sınırlı kalmamış, birçok teknik kullanılarak oluşturulmuştur. Fotoğraf, karakalem, kolaj hatta karikatür de kullanılmıştır. Ürünü tüketicinin ayağına götürmekten çok, tüketiciyi ürüne yönlendirmeyi amaçlayan ve giyecek, yiyecek, turizm, endüstri ürünleri gibi türlerden oluşan ticari afişler de o dönemin önemli afiş türleri arasında yer alır. Bu afişlerde görüntü daima ön plandadır. Çünkü amaç; görüntü, yazı, resim ve fotoğraf aracılığıyla tüketici de albeni yaratmaktır. Kültürel afişte olsun, ticari ve sosyal afişte olsun her ikisinde de grafik tasarımcıdan beklenen şey, bir mesajın içeriğine ve hedefine uygun bir grafik anlatımın oluşturulmasıdır. Toplumların yönlendirilmesinde; çeşitli bilgilerin, olayların, düşüncelerin, öğretilerin yayılmasında önemli rol oynayan sosyal afişler arasında; eğitim, savaş, siyasi parti afişlerini sayabiliriz. Eğitim alanında yapılan afişler bireyler üzerinde olumlu etkilere neden olmakta, bireylere sigara ve alkolün zararlarını ve çeşitli tehlikeli hastalıklara karşı korunma yollarını iletmektedir. Ayrıca günümüzün en önemli sorunları arasında yer alan doğal çevreyi koruma ve nükleer enerjiye karşı olma, afişlerde yer alan diğer konular arasındadır.

O yıllarda siyasi partiler bu sanat dalından alabildiğince yararlanırlar. Afiş bir haberleşme biçimi olmasına rağmen iktidarlarca hep tehlikeli görülmüştür. 12 Eylül askeri darbesinden önce gazetelerin birinde bir öğretmenin öğrencileri afiş asmaya azmettirmek suçundan sekiz yıl hapis cezasına çarptırıldığı yazmaktadır. Askeri darbeyle birlikte bombalı pankartlar ortaya çıkar. Duvarlar yönetimlerin denetimine girer. Bu denetimin en önemli göstergesi "Billboard"lar olmuştur. Reklâm dünyası bu modayı çok çabuk benimser. Konser, tiyatro, sinema, spor karşılaşması gibi etkinliklerin afişleri duvarlarda yer bulamazken, kiralari milyonlarla ölçülen billboardlar, kenti kısa sürede bir örtü gibi kaplar. Reklâm fotoğrafçılığının gelişmeye başlaması, afişler ve billboardlarda fotoğrafın ağırlık kazanmasına neden olmuştur. Az sayıda da olsa afişe tutku duyan, afiş yaptırmaya özenen işverenlerin ve bu isteği iyi karşılayacak grafik tasarımcılarının olması afişin gelişimini destekleyen unsurlardı. Bu iki önemli aracın ticarete hizmet etmesi sonucu da kültürel, sosyal, ticari alandaki faaliyetlerde artış kaydedilmiştir. Bu sayede afiş tasarımcıları daha özgür düşünüp, daha özgür yaratılar sunar hale gelirler. Atatürk'ün 100. doğum yılı olan 1981 ve onu takip eden yıllarda Atatürk'ü konu alan afişler yapılır. Bu afişleri Cumhuriyetin ve TBMM'nin kuruluş yıldönümü için yapılan afişler izler.

Sonuç

Cumhuriyet dönemi Türk Grafik Tasarımının en yoğun değişim ve gelişim sürecini yaşıyoruz. Bugün artık grafik tasarım yirmi-otuz yıl öncesine göre hem nicelik hem de nitelik bakımından doyurucu bir düzeydedir. Yoğun bir şekilde yaşadığımız, tanımının yapılmasına bile gerek kalmayan, çok geç tanıdığımız, fakat hızla haşır neşir olduğumuz afiş, tüm işlevleri yerine getirmektedir. Bu sayede, pek çok ajansın iş kapasitesi artmakta, grafik ürünlerine gereksinim duyan ve sayıları gittikçe daha çok bilgiye, görgüye ve donanımına kavuşan tasarımcıların karşılıklı iletişimi altında grafik tasarım hızlı bir tempoya girmektedir. Bugün, teknolojik araçların gelişimi sonucu sınırsız kaynaklar ortaya çıkmıştır. Afişler, billboardlar, tanıtım kampanyaları, pankartlar, promosyon eşyaları, paketlenmiş ürünler, faaliyet raporları, direct-mailler... Kitle iletişim araçları, basılı medya, bilişim ortamı ve yüz yüze gerçekleşen iletişimin de gündemde olduğu bu alanlarda görsel imgeler çok daha fazla yer almaktadır. Bugün artık fotoğraftan illüstrasyona, salt tipografik afişten kolâja, hatta bilgisayar çıkışlarına kadar birçok teknik kullanılmaktadır. Daha önceki yıllarda el emeği ile oluşturulan afişler artık bilgisayar yardımıyla oluşturulmakta, yazılım programlarıyla çok boyutlu, değişik ve yeni anlatım olanakları sunulmaktadır. Bunun yanı sıra, tasarımlar internet ortamında gerçekleşmekte; ortamın özelliklerine uygun tasarımlar oluşturulmakta ve iletişim sanal ortamlara taşınmaktadır. Bu renkli dijital ortamında etrafımızda yer alan afişler; tüketim ürünleri, otomobil, yiyecek vb. gibi sadece klasik konularla sınırlı kalmıyor, giderek daha sık başka ekonomi dalları da geniş yüzeylerde sunulmaya başlıyor. Lüks mallar, kozmetik ürünleri, bankalar ve sigortalar vb. vazgeçilmez afiş müşterileri arasına girdiler.

Afiş tasarımı ülkemizde son yıllarda yalnızca asıldığı yerde kalan bir sanat ürünü olmaktan çıkmış, toplu ya da kişisel sergilerle dışa da açılmaya başlamıştır. Bu alanda karma ve uluslararası geniş çapta düzenlenen ilk sergi Yurdaer Altıntaş'ın 60. doğum yılı nedeniyle Aksanat'ta açtığı "Uluslararası Çağrılı Afiş Sergisidir". Grafik tasarımın özellikle de afiş sanatının evrensel ve ortak özelliklerinin bir arada izlenme fırsatı vermesi bakımından oldukça ilgi çekici bir sergi olmuştur. "Altıntaş, ileride bir bienale, bir müzeye dönüşebilmenin temeli olur umuduyla böyle bir işe giriştiğini de sözlerine ekliyor. Farklı kuşaklardan, farklı ülkelerden eserlerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan sergide, genellikle kültürel, toplumsal ve çevreye ilişkin, birbirinden çok farklı düzenleme ve kurgularda etkili bir renkçilik ve özgün tasarımlarla uluslararası düzeyde özdeşleşen bir grafik dili geliştirilmiştir."(Tükben, 1995:22).

Afiş bir belge, toplumların aynası, ülke kültürünün, ekonomisinin, yaşam biçiminin, gelenek ve göreneklerinin yansımasıdır. Afişler yaşamdaki her şey gibi, tüm sanatlar gibi ekonomi kökenlidir. Üstelik üretimin tüketime dönüşmesinde en etkin öğelerden birini oluşturmaktadır. Bizler, bugün Avrupa'da ya da çeşitli dünya ülkelerinde düzenlenen bienallere katılıyoruz ve

çalışmalarımız yabancı yayınlarda başarıyla yayınlanıyor. Koleksiyonlarda ve müzelerde bir çok tasarımcımızın çalışmalarını görmek mümkündür. Afiş tasarımının önemini, değerini bugünden çok daha iyi kavrayabilecek büyük bir geleceğin beklediğini ve onun günümüzde üstlendiği görevlerden daha fazlasını üstleneceğini rahatlıkla söyleyebilirim.

KAYNAKÇA

- ALTINTAŞ, Yurdaer (1992) “Türkiye’den Afişler” Cumhuriyet Gazetesi Kitap Eki, Sayı:172, s.8
- BENLİ, Serdar (1995). “Yurdaer Altıntaş İle Söyleşi”, Dekorasyon Dergisi, Sayı:71, s.79
- ERDEM, Ceren (2003). “Çözüm Problemin İçinde Saklı” Art Decor Dergisi, Sayı:120, s:83-84
- ERTEL, Mengü “Türkiye’de Afiş Sanatı” Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim Yayınları, s.823
- OSBORNE, Harold (1971). Oxford Companion to Art, University Press, Oxford, s.500
- SAKIZLI, Enis Rıza (1991). “Enstantaneler”, Sanat Dünyamız, Yapı Kredi Kültür Yayınları, Sayı:43, İstanbul: s:21
- “Türkiye’den Afişler”, Grafikerler Meslek Kuruluşu Yayınları, Cumhuriyet Gazetesi Kitap Eki, Sayı:172, s.8
- TÜKBEN, Bilge. “Yurdaer Hoca’nın Düşleri” Yeni Yüzyıl Gazetesi 8 Haziran, 1995 s:22
- Türkiye Gazetesi Ansiklopedisi, (1923-1973) İstanbul: Kaynak Yayınları, Cilt.1
- UYGUNGÖZ, Mehtap (1997). “Resim ve Tipografi” Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Anadolu Sanat Dergisi, s.191
- YURDAKUL, İncilay. (2002) “Türkiye Cumhuriyetinin Temeli Kültürdür. II.” T.C. Kültür Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü Yayınları Birinci Baskı, Ankara: s.99-10-119-126

VERGİYE UYUMU BELİRLEYEN BİR FAKTÖR OLARAK VERGİ KÜLTÜRÜ

Yrd. Doç Dr. Tülin CANBAY

Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, Manisa

Araş. Görv. Güneş ÇETİN

Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, Manisa

ÖZET:

Vergi, mükelleflerden zorunlu olarak alınan bir kamu gelirdir. Vergilemenin mükellef nezdinde olumlu veya olumsuz bir etki yaratması ya da mükellefin gelirinden yaptığı fedakarlık karşısında gösterdiği tepki, onun, toplumun bir ferdi olması ile belirlenir.

Birey toplumun bir parçasıdır. Bireyin sahip olduğu ahlak, dini/siyasi düşünce vb. yanında özellikle vergileme gibi konularda sahip olduğu algılar, tutumlar, alışkanlıklar ve davranışlar kalımsal açıdan yansız olup, toplumsal etkileşim içinde şekillenir ve bir kuşaktan diğerine aktarılır. Dolayısıyla, bir toplumun kültürel alt yapısı ile vergiye gönüllü uyum arasında yakın bir ilişki olduğu söylenebilir. Ahlaki değerlerin ve geleneklerin güçlü olduğu bir toplumsal kültürde vergiyi gönüllü ödeme eğilimi yüksektir.

Anahtar Kelimeler; Vergi Kültürü, Vergiye Gönüllü Uyum, Vergileme Kültürü Vergi Ödeme Kültürü. Vergi Uyumsuzluğu.

THE DETERMINING FACTOR OF TAX COMPLIANCE ELSE TAX CULTURE

ABSTRACT

Tax is a public revenue that has to be taken from taxpayers compulsorily. Because of taxation create positive or negative effects by taxpayers or taxpayers reactions owing to the their sacrifices from their revenue, determined with one's being individual of society.

The individual is a part of society. Besides individual's moral, religious/political thought and etc. especially possessing perceptions, attitudes, customs and behaviours about taxation are being impartial (and) to take on a shape in social interaction and hands on. Consequently, it can be say that there is a close relationship between a society's cultural background and voluntary tax compliance . The social culture whose customs and moral values are mighty, voluntary tax paying tendency is being high.

Key Words; ; Tax Culture, Tax Voluntary Compliance, Taxation Culture, Tax Paying Culture, Tax Non-Compliance.