



**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

Resim Anasanat Dalı

**İLETİŞİM ARACINDAN SANAT NESNESİNE: POSTERİN ARAÇSAL
DÖNÜŞÜMÜ ve KİŞİSEL ÜRETİMLER ÜZERİNDEN İNCELEME**

Nisa Harman

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2026



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

Resim Anasanat Dalı

İLETİŞİM ARACINDAN SANAT NESNESİNE: POSTERİN ARAÇSAL
DÖNÜŞÜMÜ ve KİŞİSEL ÜRETİMLER ÜZERİNDEN İNCELEME

Nisa Harman

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2026

İLETİŞİM ARACINDAN SANAT NESNESİNE: POSTERİN ARAÇSAL DÖNÜŞÜMÜ ve KİŞİSEL ÜRETİMLER ÜZERİNDEN İNCELEME

Danışman: Doç. Dr. Ozan BİLGİNER

Yazar: Nisa HARMAN

ÖZ

Bu çalışma, posterin tarihsel süreç içerisinde geçirdiği dönüşümleri ve çeşitli sanat akımlarıyla kurduğu ilişkiler doğrultusunda nasıl bir sanat medyumuna dönüştüğünü ele almaktadır. Poster, temelde iletişim ve duyuru işleviyle ortaya çıkmış olmasına rağmen zaman içerisinde estetik, politik, eleştirel ve sorgulayıcı anlamlar üretebilen görsel bir ifade alanına dönüşmüştür.

Çalışma kapsamında posterin çoğaltılabilir yapısı, kamusal alandaki görünürlüğü, tipografi ve eleştirel dil ile kurduğu ilişki incelenmiştir. Bu süreçte Art Nouveau, gündelik popüler imgeleri sanatın merkezine yerleştiren Pop Art ve eserlerinde sıklıkla posterlerden yararlanan Yeni Gerçekçilik akımı sanatçıları ele alınmıştır. Posterin sanat alanında medyum olma sürecinde üretim yapan Jules Chéret, Alphonse Mucha, Andy Warhol gibi sanatçıların yanı sıra, Barbara Kruger, Guerrilla Girls, Shepard Fairey, Wes Wilson, Lawrence Weiner ve Jenny Holzer gibi çağdaş sanatçıların çalışmaları da posterin sanat alanındaki konumunu tartışmak amacıyla incelenmiştir.

Anahtar sözcükler: Kamusal alan, sanat medyum, görsel kültür, tipografi, Çağdaş Sanat.

**FROM A MEDIUM OF COMMUNICATION TO AN ART OBJECT: THE
INSTRUMENTAL TRANSFORMATION OF THE POSTER AND AN
EXAMINATION THROUGH PERSONAL ARTISTIC PRACTICES**

Supervisor: Doç. Dr. Ozan BİLGİNER

Author: Nisa HARMAN

ABSTRACT

This study examines how the poster transformed into an artistic medium through the changes it underwent throughout history and through its relationship with various art movements. Although the poster initially emerged with the functions of communication and announcement, over time it evolved into a visual field of expression capable of producing aesthetic, political, critical, and questioning meanings.

Within the scope of the study, the reproducible structure of the poster, its visibility in public space, and its relationship with typography and critical language are examined. In this process, movements such as Art Nouveau, Pop Art, which placed everyday popular images at the center of art, and New Realism, whose artists frequently made use of posters in their works, are discussed. In relation to the poster's process of becoming a medium within the field of art, the works of artists such as Jules Chéret, Alphonse Mucha, and Andy Warhol, as well as contemporary artists such as Barbara Kruger, Guerrilla Girls, Shepard Fairey, Wes Wilson, Lawrence Weiner, and Jenny Holzer, are analyzed in order to discuss the position of the poster within the field of art.

Keywords: Public space, art medium, visual culture, typography, Contemporary Art,

TEŞEKKÜR

Tez sürecimin başından sonuna kadar her aşamada desteğini hissettiren ve her zaman yapıcı yaklaşımıyla bana yol gösteren kıymetli danışmanım Doç. Ozan Bilginer'e; tez savunma sürecinde görüşleri, eleştirileri ve katkılarıyla çalışmanın gelişmesine destek olan değerli jüri üyelerim Dr. Öğr. Üyesi Engin Esen'e, Prof. Sezin Tük Kaya'ya ve Doç. Aslı Işıksal'a teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

ÖZ.....	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
GÖRSELLER DİZİNİ	v
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: POSTERİN TARİHSEL ARKA PLANI: İLETİŞİM REKLAM ve KENT KÜLTÜRÜ	3
2. BÖLÜM: İFADE BİÇİMİ OLARAK POSTER.....	10
2.1 Erken Dönemde Poster	10
2.2. Poster, Politika ve Toplumsal Dönüşüm	22
2.3 Pop Art ve Popüler İmgenin Sanata Taşınması	33
2.4. Poster ve Dekolaj.....	38
2.5. Çağdaş Sanatta Poster.....	43
2.6 Alternatif Kültür ve Konser Posterleri: Psychedelic ve Gig Posterler	53
3. BÖLÜM: KİŞİSEL SANAT UYGULAMALARI	62
SONUÇ	74
KAYNAKÇA	76
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	76
ETİK BEYANI	81
YÜKSEK LİSANS ORJİNALLİK RAPORU	83
MASTER’S THESIS ORIGINALITY REPORT.....	84

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1. Efes'te bulunan ayak izi, kalp ve kadın figürünü içeren işaret, Erişim: 20.08.2026 https://h1.nu/1wvtO	4
Görsel 2. Kararname, 1770, Ağaç baskı 22,5 x 18,7 cm (Döring, 2020 s. 12)	4
Görsel 3. Theodor Hosemann, Martin's Beer, 1842, Litografi, 26.8x23.3 cm, Berlin (Döring, 2020, s.15).....	6
Görsel 4. Druckerei Endicott, The Steamers Commonwealth & Connecticut, 1855/1860, 68.7 × 106.3 cm, New York. (Döring, 2020, s.16)	6
Görsel 5. Harry Furniss, How We Advertise Now, 1887, Punch Dergisi Erişim: 25.06.2026. http://bit.ly/4eJPurY	8
Görsel 6. Kunst-Anstalt, Liqueur Factory, 1869, litografi, 60 × 42.8 cm, Frankfurt 1869 (Döring, 2020, s. 19)	13
Görsel 7. Wilhelm Heuer, The English Clothing Magazine of Ladage & Oelke in Hamburg, 1890, litografi, 59 × 74 cm, Hamburg erişim (Döring, 2020, s.18)	13
Görsel 8. Schumacher & Ettlinger, The Moment of Triumph-Columbus Sighting Land on the Morning, 1891, litografi, 58.1 × 83.3 cm, New York (Döring, 2020, s.31)	14
Görsel 9. After John Everett Millais, "Bubbles", Pears Soap, 1886/1887, litografi, 22x14,5 cm, London. (Döring, 2020, s. 35)	15
Görsel 10. Jules Cheret, La Loïe Fuller aux Folies-Bergère, 1893, litografi, 122.8 × 87.2 cm, Paris. (Döring, 2020, s. 43).....	17
Görsel 11. Eugene Grasset, Salon des Cent-Exhibition E. Grasset, 1894, litografi, 60 × 40 cm, Paris 1894 (Döring, 2020, s.s50)	18
Görsel 12. Alphonse Mucha, Salon des Cent – 20. Sergi, 1896, litografi, 62,8 x 42,2 cm. (Döring, 2020, s.51)	19
Görsel 13. Alphonse Mucha, Job, 1896, litografi, Prag (Sato ve Mucha, 2022, s. 29)	20
Görsel 14. Henri de Toulouse-Lautrec, 1893, Divan Japonais, 81.2 x 60.3. Erişim: 22.08.2026 https://www.moma.org	20
Görsel 15. James Flagg, I Want You, 1917, litografi, 102x75,8 cm. (Döring, 2020, s. 126).....	24
Görsel 16. El Lissitzky, The Red Wedge Beats the Whites, 1920, Ofset baskı, 48.8 × 69.3 cm, Rome / Berlin 1966 (Döring, 2020, 129).....	25
Görsel 17. Theo van Doesburg, Kurt Schwitters, Little Dada Soirée, 1922/1923, litografi, 30.3 × 30.3 cm. (Döring, 2020, s. 134).....	25
Görsel 18. Otto Dix, Group 1919: Art Exhibition, 1919, litografi, 92.3 × 59.4 cm, (Döring, 2020, s.135).....	26
Görsel 19. Heinz Fuchs, Workers: Hunger, Death Approach, Strikes Destroy, Labor Nourishes. Do Your Duty, 1918, litografi, 74.5 × 103.9 cm, Berlin. (Döring, 2020, s.137).....	26
Görsel 20. Jan Lenica, Wozzeck. Opera by Alban Berg at the Teatr Wielki, 1964, litografi , 97.3 × 67.4 cm, Warsaw. (Döring, 2020, s.226).....	28

Görsel 21. Franciszek Starowieyski, 1985, litografi, 68 x 98 cm, New York. Erişim: 24.06.2026 https://bit.ly/3Qm1ckH	28
Görsel 22. Stasys Eidrigėvičius, Uncle Vania 1989, litografi, 65 × 92 cm. Erişim: 24.06.2026 https://bit.ly/3SxEois	29
Görsel 23. Stasys Eidrigėvičius, Posters from Poland 1945-1990, 1989, litografi, 68 x 98 cm. Erişim: 25.06.2026 https://bit.ly/3SxEois	29
Görsel 24. Pablo Picasso, Toros en Vallauris 1960, 1960, linol baskı, 75 x 62.5 cm. erişim: 24.06.2026 https://www.ifpdafoundation.org/frederick-mulder-vallauris-posters	31
Görsel 25. Pablo Picasso, Vallauris 1956 Toros, 1956, linol baskı, 100 x 65.7 cm. erişim: 24.06.2026 https://www.moma.org/collection/works/6342	31
Görsel 26. Shepard Fairey, Make Art, Not War, 2019, serigrafi baskı, 104.14 x 76.2 cm. erişim 24.06.2026 https://obeygiant.com/prints/make-art-not-war-2/	33
Görsel 27. Andy Warhol, Chicken Noodle, 1968, serigrafi, 89 x 58 cm. erişim: 24.06.2026 https://whitney.org/collection/works/5628	35
Görsel 28. Andy Warhol, 1970, serigrafi, 76 x 66 cm. erişim 24.04.2026 erişim: https://whitney.org/collection/works/5628	35
Görsel 29. Tadanori Yokoo, Made in Japan, 1965, serigrafi baskı, 103.3 x 74.5 cm (Döring, 2020, s.249).....	36
Görsel 30. Tadanori Yokoo, The City and Design- The Wonders of life on Earth, 1966, serigrafi, 104.3 x 73.8 cm. (Döring, 2020, 248)	37
Görsel 31. Tadanori Yokoo, Ballad Dedicated to an Amputated Little Finger, 1967, serigrafi baskı, 102.4 x 71.7 cm. (Döring, 2020, s. 250).....	38
Görsel 32. Raymond Hains, 1990, metal üzerine yırtılmış posterler, 300 x 400 cm. erişim: 24.06.2026 https://bit.ly/4w8GPXh	40
Görsel 33. Jacques Villegle, Rues Lafayette / d'Hauteville, 1988, tuval üzerine yırtılmış afiş, 235 x 185 cm erişim 24.06.2026, Erişim: 25.06.2026 https://www.galerie-vallois.com/artiste/jacques-villegle/	41
Görsel 34. Mimmo Rotella, the Comancheros, 1963-1974, dekolaj, 192 x 140 cm. Erişim: https://www.tornabuoniart.com/en/exhibitions/mimmo-rotella/	42
Görsel 35. Burhan Doğançay, Muhteşem Çağ, 1987, Tuval üzerine akrilik, kolaj, fümaj, 166.4 x 368.3 cm. Erişim: 04.09.2026 https://www.istanbulmodern.org/koleksiyon/muhtesem-cag	43
Görsel 36. Barbara Kruger, isimsiz, 1987, serigrafi baskı, 280 x 283 cm. Erişim: 24.04.2026 https://lesoeuvres.pinaultcollection.com/en/artwork/untitled-i-shop-therefore-i-am	44
Görsel 37. Barbara Kruger, isimsiz, 1989, serigrafi baskı, 284.48 x 284.48 cm. Erişim: 24.04.2026 https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground	45
Görsel 38. Guerrilla Girls, 1989, poster. Erişim: 24.06.2026 https://www.guerrillagirls.com/naked-through-the-ages	46

Görsel 39. Guerrilla Girls, 2025, poster. Erişim: 24.06.2026 https://www.guerrillagirls.com/naked-through-the-ages	47
Görsel 40. Guerrilla Girls, Dearest Art Collector, 2003, serigrafi baskı, 63.8 x 51.4 cm. erişim: 24.06.2026 https://www.tate.org.uk/art/artists/guerrilla-girls-6858/getting-know-guerrilla-girls	48
Görsel 41. Lawrence Weiner, Mowed From Up Front, 1970. Erişim: 24.06.2026 https://www.moma.org/artists/6288-lawrence-weiner#works	49
Görsel 42. Sergi görünümü: ARTIST ROOMS: Jenny Holzer, Tate Modern, Londra, 2018. Jenny Holzer. Erişim: 24.06.2026 https://spruethmagers.com/exhibitions/jenny-holzer-trucks-and-truisms/	50
Görsel 43. Jenny Holzer, Ttruisms, 1978-1987, fotokopi, 243.9 x 101.6 cm. Erişim: 24.06.2026 https://spruethmagers.com/exhibitions/jenny-holzer-trucks-and-truisms/	51
Görsel 44. Ed Ruscha, 2014, litografi, 73 x 71 cm. Erişim: https://www.thebroad.org/art/ed-ruscha/wall-rocket	52
Görsel 45. Alton Kelley, Victor Moscoso, Rick Griffin, Wes Wilson, Stanley Mouse, fotoğraf: Bob seidemann. Erişim 24.06.2026 https://bit.ly/4ewyyGE	54
Görsel 46. Wes Wilson, Byrds, Moby Grape, 1967, renkli litografi, 56.2 x 35 cm. (Döring, 2020, s.255).....	55
Görsel 47. Wes Wilson, Fillmore Auditorium, 1966, 51 x 36 cm. erişim: 24.06.2026 https://www.collectorsweekly.com/articles/psychedelic-poster-pioneer-wes-wilson/	55
Görsel 48. Victor Moscoso, Blues Project at The Matrix, 1967, renkli litografi, 50.7 x 35.2 cm. (Döring, 2020, s.252).....	57
Görsel 49. Victor Moscoso, Rise Of The Cloud, 1967, renkli litografi, 50.1 x 37.5 cm. (Döring, 2020, 252).....	57
Görsel 50. Bonnie Maclean, Blues Project, 1967, 54 x 35 cm, ABD. Erişim: 24.06.2026 https://bit.ly/4akIElj	58
Görsel 51. Rick Griffin, 1969. Erişim: 24.06.2026 https://bit.ly/4b4zu2H	59
Görsel 52. Smithe, Coachella Valley Music and Arts Festival, 2015, serigrafi, 60.9 x 45.7 cm. (Döring, 2020, s.366).....	60
Görsel 53. Mike Sandoval, The Prodigy, 2016, serigrafi baskı, 60 x 40 cm. (Döring, 2020, s.367).....	61
Görsel 54. Nisa Harman, Peace or Something, 2025, 5 renk serigrafi baskı, 70 x 50 cm.....	62
Görsel 55. Nisa Harman, Bencil Oyunlar Kayıp Hayatlar, 2025, 70 x 40 cm, 6 renk serigrafi baskı.....	63
Görsel 56. Nisa Harman, Ghostland, 2024, 50 x 35 cm, 6 renk serigrafi baskı. ..	64
Görsel 57. Nisa Harman, Ori, 2025, 70 x 40 cm, 3 renk serigrafi baskı.....	64
Görsel 58. Nisa Harman, The Radicant, 2026, beş renk serigrafi baskı.....	65
Görsel 59. Nisa Harman, Birds Within Me serisi, 2026, her biri 35 x 18 cm, transparan kağıt üzerine 2 renk linoleum baskısı.....	66

Görsel 60. Nisa Harman, isimsiz, 50x35 cm, dört renk serigrafi, 2026	67
Görsel 61. Nisa Harman, isimsiz, 36x25 cm renkli karton üzerine serigrafi baskı, 2026	68
Görsel 62. Nisa Harman, isimsiz, 70x33.5 cm, beş renk serigrafi, 2026.	69
Görsel 63. Nisa Harman, “They Have Never Wanted Peace”, 85x28 cm, tek renk serigrafi, 2026	70
Görsel 64. Nisa Harman, isimsiz, 50x35 cm, tek renk serigrafi, 2026	71
Görsel 65. Nisa Harman, “Yardım Eli”, 70x33.5 cm, üç renk serigrafi, 2026.....	72
Görsel 66. Nisa Harman, “Cruelty in Disguise”, 47x49.5 cm, iki renk serigrafi, 2026	73

GİRİŞ

Bir iletişim aracı olarak ortaya çıkan poster, süreç içerisinde yaşanan teknolojik, toplumsal ve kültürel gelişmeler ile hem biçimsel hem de içerik açısından dönüşüme uğramıştır. Ortaya çıktığı ilk dönemlerde ağırlıklı olarak tipografik unsurlara dayanan ve temel işlevi bilgi aktarmak olan posterlere olan bakış açısı, baskı alanlarında gerçekleşen teknik ilerlemelerle ve renklerin kullanıma girmesiyle birlikte değişime uğramaya başlamıştır.

Özellikle modern sanat piyasasının oluşmaya başladığı dönemlerde, dünya savaşlarının yarattığı toplumsal dönüşümler posterin konumunu yeniden şekillendirmiştir. Bu süreçte uygulamalı sanatlar ile güzel sanatlar arasındaki ayrım belirginleşmiş ve poster iki alan arasında konumlanan bir üretim biçimi olarak varlığını sürdürmüştür. Sanatı gündelik hayatın içerisine taşımayı amaçlayan Art Nouveau veya popüler gündelik imgelerden ilham alan Pop Art gibi sanat hareketleriyle birlikte poster, yalnızca bir duyuru aracı konumundan çıkarak çağdaş sanatta etkili bir ifade dili haline gelmiştir.

Günümüzde çağdaş sanatçıların eserlerinde ana malzeme ya da ifade aracı olarak kullandıkları posterler, müzelerde, bienallerde, sanat fuarlarında ve çeşitli sergilerde sıkça karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte poster, tarihsel gelişimi boyunca endüstri, reklamcılık ve grafik tasarımla kurduğu güçlü ilişki nedeniyle çoğunlukla işlevsel bir grafik ürün olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle posterin eleştirel söylem üretme, geniş kitlelere ulaşma, kolay erişilebilir olma ve izleyiciye doğrudan mesaj iletebilme gibi özellikleri zaman zaman geri planda kalmaktadır. Bir iletişim aracı olarak ortaya çıkmış olması da posterin sanat medyumunu taşıdığı potansiyelin yeterince görünür olmamasına ve posterin hak ettiği konumu kazanmasını güçleştirmektedir.

Bu araştırmanın amacı, posterin ortaya çıkışından günümüze kadar geçirdiği tarihsel dönüşümü inceleyerek sanat ile poster arasındaki ilişkinin nasıl şekillendiğini ve posterin iletişim işlevinin ötesinde bir sanat medyumunu olarak nasıl değerlendirilebileceğini analiz etmektir. Bu doğrultuda çalışma, posterin estetik, eleştirel, deneysel ve politik ifadeler üretebilen çağdaş bir sanat medyumunu olarak ele alınabileceğini tartışmaktadır.

Posterin çoğunlukla işlevsel bir grafik tasarım ürünü olarak ele alınmasına karşın, bu araştırma onun sanat medyumunu taşıdığı potansiyeli görünür kılması bakımından önem taşımaktadır. Posterin tarihsel dönüşümü, sanat akımlarıyla kurduğu ilişki, kamusal

görünürlüğü ve eleştirel anlatım olanakları, grafik tasarım ile çağdaş sanat arasındaki bağı yeniden değerlendirilmesine katkı sunmaktadır.

Posterin gelişiminde önemli bir yere sahip olan Art Nouveau, Pop Art ve Yeni Gerçekçilik gibi sanat hareketleri araştırma kapsamında ele alınmıştır. Bu doğrultuda Jules Chéret, Eugène Grasset ve Alphonse Mucha gibi posterin erken dönem gelişiminde etkili olan sanatçıların yanı sıra Andy Warhol, Barbara Kruger, Guerrilla Girls, Wes Wilson, Jenny Holzer, Shepard Fairey ve Lawrence Weiner gibi farklı dönemlerde üretim yapan sanatçıların çalışmalarına yer verilmiştir. Bu örnekler, posterin estetikleşmesi, gündelik görsel kültürle ilişkisi, tipografik dili, politik ve eleştirel yönü, çoğaltılabilirliği ve kamusal alandaki kullanımı gibi farklı özelliklerini ortaya koymaları açısından değerlendirilmiştir.

Araştırma, nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüş olup doküman incelemesine dayanmaktadır. Çalışmada posterin tarihsel gelişimi, sanat akımlarıyla ilişkisi ve çağdaş sanat içindeki konumu yazılı ve görsel kaynaklar üzerinden incelenmiştir. Bu doğrultuda kütüphane taramaları yapılmış; kitaplar, akademik makaleler, tezler, sergi katalogları, müze arşivleri ve dijital kaynaklardan yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında ele alınan sanatçılar, posterin estetik, tipografik, politik, eleştirel, çoğaltılabilir ve kamusal yönlerini temsil eden çalışmalar üretmeleri doğrultusunda seçilmiştir.

1. BÖLÜM: POSTERİN TARİHSEL ARKA PLANI: İLETİŞİM REKLAM ve KENT KÜLTÜRÜ

19. yüzyılın ortalarından itibaren sokakların, kamusal alanların ya da dijital platformların tanıdık bir parçası olan posterler, ürünlerin, hizmetlerin, siyasi ya da toplumsal her türlü performansın tanıtımı ve yayımı için etkin bir iletişim aracı olmuştur (Saunders ve Timmers, 2020). Yaygın kullanımına rağmen özellikle 19. yüzyılın görsel kültürü söz konusu olduğunda, genellikle fotoğrafçılık ve sinema ön plana çıkmaktadır. Fakat poster kültürü, diğer alanlara nazaran arka planda kalmasına rağmen, dönemin birçok etkili yeniliğinin merkezinde yer almıştır.

Posterin bu denli olayların merkezinde yer alabilmesi, özellikle sanayinin gelişmesi ve baskı alanındaki teknolojik gelişmeler ile poster üretiminin hızlanması ve görsel kültürün geniş kitlelere yayılması sayesinde mümkün olmuştur (Iskin, 2014). Posterin yayılması açısından önemli bir yere sahip olan Sanayi Devrimi, teknolojik gelişmelerle seri meta üretimini artırmış ve bu durumun kontrolsüz reklamcılığı beraberinde getirdiği görülmüştür. Paris gibi Sanayi Devrimi'nin etkilerini yoğun biçimde yaşayan bölgelerde, kontrolsüz reklamcılığın etkisi belirgin biçimde hissedilmiştir.

Bu bölümde, bir iletişim aracı olarak doğan posterin zaman içindeki gelişimi incelenecek ve Sanayi Devrimi'nin ardından ortaya çıkan kontrolsüz reklamcılık ele alınacaktır. Bu doğrultuda posterlerin gelişim sürecinde önemli bir yere sahip olan Paris sokaklarında afiş kullanımının nasıl arttığı ve bu artışın kentin görsel kültürüne etkisi değerlendirilecektir.

Posterin kökenini belirlemek güçtür. Bu alandaki araştırmaların yeterli olmamasının yanı sıra, erken dönem posterlerin yalnızca küçük bir bölümünün günümüze ulaştığı düşünülmektedir. Bu durumun, posterlerin ucuz kâğıda basılmasının ve kalıcı olmalarının amaçlanmamasıyla ilişkili olduğu söylenebilir. Bazı eski yayınlar ve sanat tarihçileri posterin kökenini bilgi aktarma amacı olması dolayısıyla Roma'daki duvar yazılarına dayandırmaktadır (Döring, 2020).

Benzer şekilde, poster ve reklamın erken dönem örnekleri Antik Efes'te bulunan görsel işaretlerle de ilişkilendirilebilir. Starčević'in aktardığına göre, Efes'teki mermer yol üzerinde ayak izi, kadın başı ve kalp biçiminde çeşitli imgeler bulunmaktadır. Bu işaretlerin bir geneleve yönlendirme amacı taşıyan erken bir reklam biçimi olabileceği düşünülmektedir (Starčević, 2015). Ancak bu yorumun kesinlik taşıması ve pek çok farklı yorumun

bulunması dolayısıyla bahsi geçen imgeler doğrudan bir “poster” olarak değil, kamusal alanda kullanılan erken dönem görsel iletişim ve reklam örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir.



Görsel 1. Efes'te bulunan ayak izi, kalp ve kadın figürünü içeren işaret, Erişim: 20.08.2026
<https://h1.nu/1wvtO>

Bu erken dönem örneklerinden farklı olarak, poster bir yüzey üzerine basılı, amacı bilgi iletme olan ve dikkati olabildiğince kendisine çekmek isteyen bir nesne olarak kabul edilirse kökenleri 1800'lere dayandırılabilir. Almanya'da yerli üretimi teşvik eden bir “plakat” (afiş), kelimenin tarihine ışık tutması açısından iyi bir örnektir. 1770 yılına ait olduğu bilinen bu kâğıt parçası tam olarak afiş kabul edilemese de “afiş” kelimesinin erken dönem kullanım örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Sayfanın en üstünde yer alan “Plakat” sözcüğünün kökeni “yapıştırmak, asmak” anlamına gelen “plakken” fiiline dayanmaktadır. (Döring, 2020)

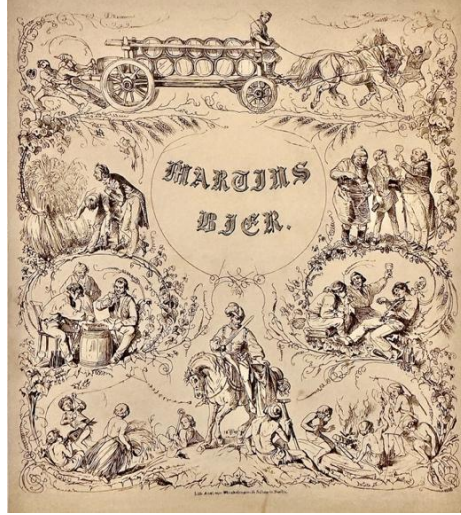


Görsel 2. Kararname, 1770, Ağaç baskı 22,5 x 18,7 cm (Döring, 2020 s. 12)

Alt bölümde el yazısı ile yazılmış türkçesi “Kellinghusen’de yayımlanacak ve tüm idari bölgede sergilenecektir (affiziert)” olan cümlede geçen “affizieren” kelimesi ilan etmek ya da sergilemek anlamına gelmektedir. Fransızcadaki “affiche” de doğrudan buradan türemiştir (Döring, 2020). “Poster” sözcüğünün temeli ise İngilizcedeki adını açık bir yere asılmak üzere tasarlanmış bir duyuru olan “posting-bill”den (ilan yapıştırma) ve bu tür ilanları yapıştırmaktan sorumlu esnaf olan “bill-poster”den (ilan yapıştırıcı) gelmektedir (Saunders ve Timmers, 2020). Tüm bu bilgiler değerlendirildiğinde “Almanca “Plakat”, Fransızca “affiche” ve İngilizce “poster” sözcüklerinin tümü, kamusal duyurular ve resmî bildirimlerle ilişkili ortak bir dilsel kökene dayandığı görülmektedir.

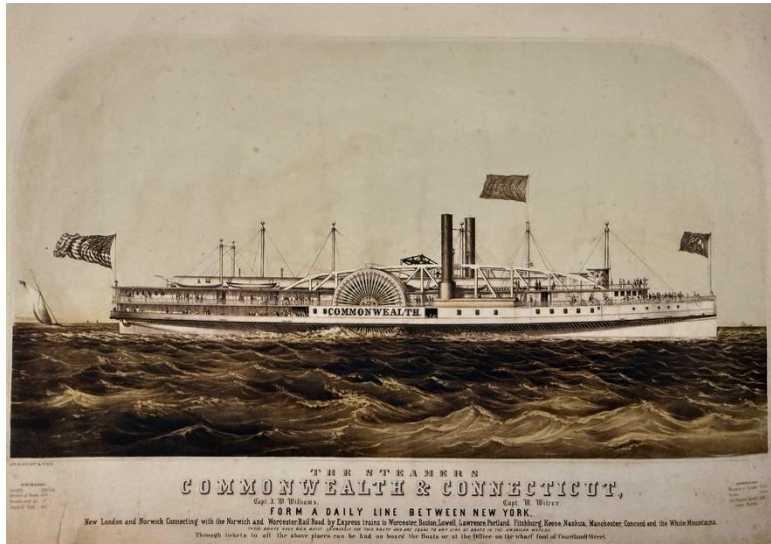
Posterler eylemleri, düşünceleri ya da istekleri hedef alarak etkileyici bir görsel ile yönlendirmeyi amaçlar ve bu amaç doğrultusunda, mizah, baştan çıkarma ve kışkırtma gibi farklı stratejilere başvurarak mesajlarını iletmeye çalışmaktadır (Saunders ve Timmers, 2020). Bu stratejilerin etkili olabilmesi, aynı zamanda görselin ve yazının uyum içinde kullanılmasına bağlıdır. Akdemir ve Yaşar’a göre poster hedef kitleye kısa sürede ulaşma, güçlü mesajlar verme ve izleyicide duygusal bir iz bırakma açısından etkili bir iletişim aracıdır (Akdemir ve Yaşar, 2024). Bu yönden bakıldığında, posterin reklamcılık alanındaki yaygın kullanımının önemi anlaşılabılır.

1830’lara kadar hem Avrupa’da hem de Paris’te posterlerin kamusal alandaki kullanımı sıkı sansür sebebiyle sınırlandırılmış, duyuru yapmak devlet başkanının ve hükümetin ayrıcalığı olarak konumlanmıştır. Bu süreçte duyurular, çok sayıda küçük boyutta basılı kâğıt aracılığıyla elden ele dağıtılmıştır. 1830’da Paris’te gerçekleşen Temmuz Devrimi’yle sansürler gevşemiş; böylece basın canlanmış ve yeni kitapları tanıtmak için küçük formattaki afişler moda olmuştur (Döring, 2020). Kamusal alanların özgürce kullanılamaması, duyuru ve reklam ayrıcalığının hükümete özel olması, posterin ilk dönemlerinde özgürce çoğalmasını ve gelişmesini sınırlandırdığı düşünülebilir. Devrim sonrası sansürün gevşemesi, posterlerin içerik açısından çeşitlenmesine katkı sağlamıştır. Bu dönüşümün somut örneklerinden biri olarak *Martin’s Beer* posteri gösterilebilir, Berlin’in başarılı illüstratörlerinden biri olan Hosemann, afişte şerbetçi otunun hasadından biranın tüketimine kadar uzanan süreci ele almıştır.



Görsel 3. Theodor Hosemann, Martin's Beer, 1842, Litografi, 26.8x23.3 cm, Berlin (Döring, 2020, s.15)

Boyutları dolayısıyla kitapların kapak sayfasını andıran bu küçük formatlı afişler iç mekânlar için tasarlanmıştır. Çok uzak olmayan tarihlerde iç mekânda sadece bir reklam aracı olarak değil, aynı zamanda duvar süsü amacıyla kullanılan afişler de bulunmaktadır (Döring, 2020). Bu bağlamda, savaş gemilerini konu alan posterler de bu duruma ilişkin diğer bir örnek olarak gösterilebilir.



Görsel 4. Druckerei Endicott, The Steamers Commonwealth & Connecticut, 1855/1860, 68.7 × 106.3 cm, New York. (Döring, 2020, s.16)

Bu ve bunun benzeri posterlerin cam arkasına yerleştirilmiş çerçeveli tabloları andırmaları ve dekoratif bir işlevde kullanılmaları, posterin erken dönemlerde sanat nesnesine yakın bir konumda görülmesine zemin hazırladığı düşünülebilir. Bu yaklaşım posterin yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda hem estetik hem de sanatsal değerler taşıyabilecek bir nesne olarak görülmeye başladığının ilk göstergelerinden biri olarak sayılabilir.

Posterin sanatsal ve estetik değer kazanmasında teknolojik gelişmelerin etkisi oldukça fazladır. Sanayi Devrimi'nin beraberinde getirdiği sosyoekonomik ve teknolojik değişimler posterler üzerinde de etkisini göstermiştir. Üretimin büyük ölçüde makineleşmesiyle birlikte buharla çalışan baskı sistemleri, renkli litografi, serigrafi ve fotogravür gibi yeni teknikler ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler, basılı materyallere olan talebin artmasına neden olmuştur ve geliştirilen baskı yöntemleri de bu talebe karşılık verecek kapasiteye ulaşmıştır. Bu süreçte afişler vazgeçilmez bir görsel iletişim aracı hâline gelmiştir (Wigan,2012). Sanayi bakımından gelişmiş birçok ülkede poster üretiminin artması, posterlerin uluslararası ölçekte yaygınlaşmasında etkili olmuştur. Fransa'da afiş üretimi ve dağıtımının geniş bir işgücüyle desteklenebilmesi de bu süreci hızlandırmıştır. Bu yönden Paris, posterin estetik ve sanatsal değer kazanmasında önemli merkezlerden biri olmuştur. Nitekim, Iskin de Paris'i yalnızca Fransa'nın değil, posterlerin de başkenti olarak değerlendirmiştir (2014, s. 2-3).

1800'lerden itibaren kamusal alanlardaki anıtların üzerinde bile görülmeye başlanan ve kontrolden çıkan afiş anlayışı üzerine bazı şirketlerle anlaşmalar yapılmış ve posterlerin düzenli bir şekilde sergilenmesi için dikkatli bir politika yürütülmeye başlanmıştır. Buna rağmen kontrolsüz bir reklamcılık anlayışıyla posterler yayılmaya ve çoğalmaya devam etmiştir (Saunders ve Timmers, 2020). Bu durum posterin ne derece kuvvetli ve durdurulamaz bir iletişim aracı olabileceğinin göstergesi olarak sayılabilir. 1881 yılında Fransa'da basın özgürlüğünü sağlayan yasa poster kültürü açısından kolaylık sağlamıştır. Bu yasa sayesinde poster yapıştırmak için izin almaya gerek kalmamıştır. Fakat bu özgürlük bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Özgürce yapıştırılan posterler ancak birkaç saat görünürde kalıp üzerine başka bir posterin yapıştırılmasıyla görevini tamamlamaktaydı. Bunun üzerine posterlerin daha uzun süre görünür olması amacıyla özel olarak tasarlanmış poster alanları ile düzen oluşturulmaya başlanmıştır. Kamusal alanlarda yerini alan ve giderek çoğalan reklam panoları, tren istasyonlarının, sokakların ve yolların metalaşmasına yol açmıştır (Iskin, 2014).

Tüm bu seri üretimler sanatsal posterler ortaya çıkmadan önce ticari posterlerin hem iletişim hem de reklamcılık yönünden ne derece başarılı bir konuma geldiğini gözler önüne sermiştir. Kamusal alanların neredeyse her yerinde karşılaşılan ticari baskının bu derece başarısı, posterlerin tartışma konusu olmaya başladığı zamanlar olarak değerlendirilebilir. Nitekim Harry Furniss'in "Şimdi Nasıl Reklam Yapıyoruz" başlıklı alaycı illüstrasyonu, bu durumu başarılı bir şekilde yansıtmıştır. Figürleri gölgede bırakacak derecede bağırان afişlerin kamusal alanları ne ölçüde kapladığını gözler önüne sermiştir.



Görsel 5. Harry Furniss, How We Advertise Now, 1887, Punch Dergisi Erişim: 25.06.2026. <http://bit.ly/4eJPurY>

Weill'in aktardığına göre Endüstri Devrimi'nin getirdiği hızlı ve ucuz üretim ile baskı aşamasındaki teknik gelişmelerin kolaylaştırdığı baskı, yaratıcılık kaygısı gütmeyen, niteliksiz ve birbirine benzeyen ürünlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Weill, 2021). Fransız gazeteci yazar Maurice Talmeyr posterleri son derece eleştirel bir şekilde kaleme almıştır. Posterlerin geçici doğası ve hızlı üretim süreçleri, sanayileşme ve kapitalizmin etkilerini yansıttığını savunurken şu sözleri eklemiştir:

Bugün Paris'te yataklı vagonunuzda uyuyorsunuz ve ertesi sabah Marsilya'da sıcak çikolatanızı içiyorsunuz. İnsanlar gece yarısı milyonlar kaybediyor; devasa oteller üç ay içinde inşa ediliyor; telgraf yazıyor ve telefonla konuşuyorsunuz. Bu modern gelişmeler gibi poster de istikrarsızlığın özüdür: durmaksızın çoğalır, sürekli değişir ve özden yoksundur. (Iskin, 2014, s.4)

Talmeyr'a göre posterin kendisi, hızla dönüşen kent yaşamının ve sanayileşmenin getirdiği modernleşme sürecinin yansımasıdır.

19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında Paris fotoğrafları artık her türlü şeyin reklam edildiğinin ve şehrin duvarlarını afişten mozaığe dönüştürdüğünün kanıtı olmuştur. Zamanla

reklamcılığın kontrol altına alınmasıyla şehirlerdeki görsel karmaşa azaltılsa da posterlerin bu denli yükselişi hem kırsal bölgelerde hem de şehirlerde etkisini sürdürmeye devam etmiştir (Saunders ve Timmers, 2020).

Bu seri ve ruhsuz üretim anlayışı, litografi tekniğiyle üretilen renkli ve illüstrasyonlu posterlerin yaygınlaşmasıyla bir nebze dönüşüme uğramıştır. Becer'in aktardığına göre afişlerin gelişiminde önemli bir yere sahip olan litografi tekniği, yaşanan dönüşümün temel taşlarından biridir. Litografi, 1796 yılında Alois Senefelder tarafından bulunmuş, daha sonra Godefroy Engelmann tarafından geliştirilmiştir. Senefelder, taş yüzey üzerine yapılan baskı prensibine dayanan bu teknikle çok sayıda renkli baskı denemesi gerçekleştirmiş ve yöntemin gelişimine katkı sağlamıştır. Çok renkli baskı tekniğinin afişlerde kullanılması, sanatsal bir etkileşimin ilk adımlarının atılmasında etkili olmuştur. Dönem açısından devrim niteliği taşıyan bu yenilik, tipografiyle basılan önceki afişlerin yerini görsel olanakları daha zengin ve dekoratif anlatımı öne çıkaran afişlere bırakmasının yolunu açmıştır (Becer, 2019). Bununla birlikte, Collins 1815 ve 1870 yılları arasında Fransa'da üretilen afişlerin çoğunluğunun tipografiye dayandığını ve çok azının illüstrasyonlu olduğunu belirtir (Collins, 1980). 1860'lı yıllardan itibaren Jules Cheret siyah ve üç ana rengi kullanarak tekniği sadeleştirmiş ve büyük boyutlu afiş üretimine uyarlamıştır. Böylece renkli, büyük ölçekli ve illüstrasyonlu baskılar kamusal alanlarda ve sokaklarda yaygınlaşmaya başlamıştır (Weill, 2021).

İllüstrasyonlu afişler ilk olarak Fransa'da, özellikle Paris'te gelişmiş olsa da sanayileşmiş ve tüketim kültürünü damarlarına kadar yaşayan ülkelerin her türlü tüketim unsurunun tanıtım biçimi haline gelmesiyle uluslararası bir fenomen haline gelmiştir. Paris'te illüstrasyonlu posterlerin gelişimi yalnızca sanayileşme ile beraber; Moravya doğumlu Alphonse Mucha, Paris'e yerleşen İsviçreli Alexandre Steinlein ve Eugene Grasset gibi farklı kökenlerden sanatçıların katkıları bu süreci büyük ölçüde etkilemiştir. Fransız posterlerinden ilham alan sanatçılar ayrıca Belçika, Avusturya, Almanya, Hollanda, İtalya, İspanya ve Amerika Birleşik Devletleri gibi diğer sanayileşmiş ülkelerde de illüstrasyonlu posterler tasarlamaya başlamışlardır (2014).

Baskı alanında yaşanan tüm bu teknik gelişmeler, özellikle illüstrasyonlu posterlerin yaygınlaşmasıyla birlikte, posterin işlevsel yönünün yanında estetik yönünün de öne çıkmaya başladığı ve sanat ile zanaat arasındaki ilişkiyi yeniden ele alan yaklaşımların, posterin sanatla kurduğu ilişkinin güçlenmesinde önemli bir rol oynadığı düşünülebilir.

2. BÖLÜM: İFADE BİÇİMİ OLARAK POSTER

İletişim temelli bir görsel araç olarak ortaya çıkan posterler, aynı zamanda üretildikleri dönemin sosyal, ekonomik ve sanatsal koşullarını yansıtan belgeler niteliğindedir. 19. yüzyıl posterlerinde kimi zaman sanat tarihinden ilham alınarak ya da direkt olarak eserlerin kullanıldığı görülmüştür. Fakat sanat eserlerine yapılan göndermeler, posterin tek başına bir sanat eseri olarak değerlendirilebilmesi için yeterli değildir. Posterin bir sanat medyumunu olarak ele alınabilmesi için belirli niteliklere sahip olması gerekir.

Bu bölümde posterin bir sanat medyumunu olarak değerlendirilebilmesini mümkün kılan unsurlar ele alınacaktır. Ardından Art Nouveau hareketiyle birlikte posterin estetik değer kazanma ve sanatsal bir ifade aracına dönüşme sürecinin ilk aşamaları incelenecektir. Posterin sanat medyumunu olarak konumunu incelemekten önce sanat kavramının nasıl tanımlandığına ve bir nesnenin hangi koşullar altında sanat eseri olarak değerlendirilebildiğine değinmek gerekir.

2.1 Erken Dönemde Poster

Sanatın tanımını kalıcı tek bir kalıba sığdırmak mümkün değildir; aksine zamanla değişen, ifade ve kavramsal ilişkiler üzerinden değişime uğrayan dinamik bir yapıdadır. İlk tanımı taklit (mimesis) kuramı üzerinden ilerlerken daha sonra duyguların ifadesi olduğu kuram ortaya çıkmış. Bu iki kuramda da sanatın ilişkiselliği ön plana çıkmaktadır. Sanat eserlerinin sadece fiziksel görünümüyle değil aynı zamanda izleyiciyle kurduğu ilişki ve bağlamı önemli bir konumdadır (Dickie, 1974).

Sanat tarihçisi Gombrich'in *Sanatın Öyküsü* (1995) adlı kitabında “aslında “sanat” diye bir şey yoktur. Yalnızca sanatçılar vardır.” ifadesini kullanmıştır (Gombrich, 1995, s. 15). Bu ifade, bir nesnenin hangi koşullarda “sanat” olarak değerlendirildiği sorusunu gündeme getirmektedir. Posterin bir sanat medyumuna dönüşümünü incelemekten önce “bir nesneyi sanat eserine dönüştüren nedir?” sorusuna yanıt aramak gerekir. Bu araştırma çerçevesinde ise “posterin bir sanat medyumuna dönüştüren nedir?” Sorusu üzerinden ilerlenecektir.

1970'lerden günümüze kadar görülen sanat üretim araçlarındaki çeşitliliğin artmasının yanı sıra, gündelik hayatta kullanılan nesnelerin kendisi sanat üretimine dahil olmuştur (Danto, 2014). Bunun üzerine Arthur C. Danto, *Sanat Nedir?* adlı kitabında şu soruyu gündeme

getirmiştir: “Böylece çağdaş sanat felsefesinin en temel sorularından biri doğdu: Sanat ile sanat olmayan, ama pekâlâ sanat eseri olarak kullanılabilecek gerçek şeyler arasındaki fark nedir?” (s.32). Bu soruyu alevlendiren olgu, “ready made”in (hazır-nesne) müzelerde yer alması sayılabilir. En dikkat çekici örneklerden biri, Marcel Duchamp’ın *Fountain* adlı pisuvar çalışmasıdır. Duchamp göze hitap etmeyi hedefleyen ve “retinal sanat” olarak adlandırılan sanat anlayışından uzak durmuştur. Estetik kaygıyı geri plana itmiş ve felsefi yönü ön plana çıkartmıştır. Duchamp’ın bu yaptığı düşünce biçimine bir göndermedir. Odağı görünene değil, altında yatan anlama yönlendirmektedir. Danto’ya göre bir nesnenin sanat olarak kabul edilmesinde, ona yüklenen anlam önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanında amaç da güçlü etkenlerden biridir. Gündelik ürünleri sanat üretiminin bir parçası yapan Andy Warhol’un *Brillo Kutusu* ile ilk tasarımı James Harvey tarafından yapılan *Brillo kutuları* bu konuya örnektir. Görünüş olarak farkları bulunmayan karton kutular, arka planda farklı niteliklere yani kavramsal olarak farklılıklara sahiptir. Harvey ticari bir yaklaşım ile tasarımı yapmış ve ardından binlerce kutu üretime geçmiştir. Warhol ise aynı nesneyi sanat bağlamı içinde sınırlı sayıda yeniden üretmiş ve farklı bir anlam yüklemiştir (Danto, 2014). Buradan anlaşılacağı üzere bir nesnenin sanat eseri sayılabilmesi için amaç ve ona yüklenen anlam belirleyici bir konumdadır. Danto (2014) bu konuda: “Sonuç olarak sanat eserlerinin cisimleşmiş anlamlar olduğunu iddia ettim” şeklinde bir yorumda bulunmuştur (s.46). Ona göre sanat fikirleri kısmen veya tamamen cisimleştirmektedir. Çağdaş sanatta her şey sanatın bir malzemesi olabilme potansiyeline sahiptir. Sanatçının fikrini ifade ederken izlediği yolun anlaşılması ve yorumlanması izleyiciye bırakılmıştır (Danto, 2014).

Posterler sadece bu açıdan değil aynı zamanda içerik olarak da çağdaş sanat üretim aracı olabilmeye elverişlidir. Erkek’in (2024) aktardığına göre filozof Theodor W. Adorno sanatı, mevcut olan düzeni olduğu gibi yansıtan ve güzelleyen bir araç olarak görmez. Aksine, sorgulayıcı ve mevcut düzenin çelişkilerine, problemlerine odaklanan bir yapısı olduğunu savunur. Fakat burada Adorno’nun kastettiği sanat özerk sanattır. Yani kitlelerin estetik tercihlerini ve gündelik yaşamlarını sinsice etkileyen kültür endüstrisinin etkisinden uzaktır. Fakat kültürün endüstrileştirilmesi özgür sanat ortamını ortadan kaldırmıştır. Adorno’ya göre kültür endüstrisi insanları estetik tercihlerine kadar etkisi altına almıştır. Bu süreçte eleştirel düşünce ve sorgulama zayıflamaya başlamış, kültür endüstrisi sanatı sahteleşen bir tüketim malı haline getirmiş ve onu metalaştırmıştır. Ona göre toplumun, kültür endüstrisinin meydana getirdiği bu kontrolden kurtulabilmesinin yolu özerk sanat ile mümkündür. Özerk sanat, topluma karşı her daim muhalif bir konumda olmalıdır. Erkek bu durumu “Sanat, bu

topluma karşı alternatif bir toplum, diğer bir deyişle daha iyi başka bir toplum yaratmanın bir yolu” şeklinde aktarmıştır (s. 199). Bu muhalif yönü sayesinde sanat eserleri özgün kalabilir ve özerk sanat olarak konumlanabilir. Özerk sanatın işlevi yalnızca mevcut durumu görünür kılmak değil, aynı zamanda bireyi düşünmeye ve sorgulamaya yönlendirmektir. Sanat özerkliğini korumaya devam ettiği sürece toplum da sorgulayıcı yönünü canlı tutar. Bağımsız ve özerk bir sanat, toplumu devamlı olumsuzlayarak kendisine bir alan açabilmektedir. Böylece sanat, toplumdan bütünüyle kopmadan, mevcut düzenin karşısında konumlanan ve onun çelişkilerini görünür kılan bir “toplumun toplumsal antitezi” haline gelir. Özerkliğini kaybeden ve kültür endüstrisine hizmet eden sanat, mevcut düzeni olumlayarak onun devam etmesine hizmet etmektedir. (Erkek,2024).

Bahsedilen sanat tanımları göz önüne alındığında, bir nesnenin sanat eseri olarak değerlendirilebilmesinde; sanat amacıyla yapılması, biriciklik ve özgünlükle ilişkili olması, fiziksel özelliklerinin ötesinde düşünsel ve felsefi bir anlam taşıması ve son olarak Adorno'nun yorumu ele alındığında eleştirel yöne sahip olması gibi unsurların önem taşıdığı söylenebilir. Bu çerçeveden bakıldığında, bu tez bağlamında, reklam amacı dışında eleştirmeyi ve düşündürmeyi hedefleyen posterler ve poster dilini kullanan üretimler, tüketimi teşvik eden görsel ürünler olmaktan çıkıp toplumsal çelişkileri yansıtabilen ve sorgulamaya yönlendiren çağdaş sanat formu olarak ele alınmaktadır. Aynı zamanda özerk sanat anlayışıyla kolaylıkla ilişkilendirilebilir.

Posterler temelde iletişim odaklı olmasına rağmen tarih boyunca döneminin sanatsal etkilerini yansıtmaktan geri kalmamıştır. Aksine, posterler gelişimi boyunca dönemin kültürel, sanatsal ve mimari gibi birçok yönünün aynası olmuştur (Döring, 2020). Sırasıyla Wilhelm Heuer ve Kunst-Anstalt'ın çok renkli litografilerinde bu durum açıkça görülmektedir. Her iki posterde de Neo-Rönesans'a dayanan mimari öğelerin kullanıldığı görülmektedir.



Görsel 7. Kunst-Anstalt, Liqueur Factory, 1869, litografi, 60 × 42.8 cm, Frankfurt 1869 (Döring, 2020, s. 19)



Görsel 6. Wilhelm Heuer, The English Clothing Magazine of Ladage & Oelke in Hamburg, 1890, litografi, 59 × 74 cm, Hamburg erişim (Döring, 2020, s.18)

Bunun dışında, renkli posterlerin yaygınlaştığı dönemlerde sanat tarihinden bilinçli referanslar alındığı görülmüştür. Temelinde bir sabun reklamı olan ve aynı zamanda

Christopher Columbus'un Amerika'yı keşfini betimleyen poster bu yaklaşıma bir örnektir. Columbus'un çevresinde yer alan ve İsa'nın on iki havarisini anımsatacak şekilde düzenlenmiş on iki yoldaş figürü, kompozisyonun dinsel bir alt metin taşıdığını göstermektedir. Aynı zamanda, figürlerin yerleşimi ve kompozisyonu, Théodore Géricault'nun "*Medusa'nın Salı*" adlı eserine açık bir referans sunmaktadır. Sol alt ve sağ üst bölümlerde bulunan saban görseli posterin asıl amacını hatırlatmaktadır. Döring'e (2020) göre tarihsel bir olayla kurulan bu ilişki sayesinde, sıradan bir endüstriyel ürün sanatsal ve simgesel bir anlam kazanmakta; reklam nesnesi, tarihsel bir anlatı aracılığıyla yüceltilmektedir. Bu tür posterler, geçici ve tek kullanımlık reklamlar olmaktan ziyade, izleyiciyi uzun süreli bir seyre ve incelemeye davet eden dekoratif duvar süsleri olarak varlıklarını sürdürmüştür (Döring,2020). Örnekteki posterin hem tarihi bir olayı yansıtmaması hem de kompozisyonuyla başka bir sanat eserine gönderme yapması, Danto'nun aktardığı bir eserin sanat eseri olabilmesi için esere yüklenen anlam fikrini akıllara getirmektedir.



Görsel 8. Schumacher & Ettlinger, The Moment of Triumph-Columbus Sighting Land on the Morning, 1891, litografi, 58.1 × 83.3 cm, New York (Döring, 2020, s.31)

19. yüzyıl posterlerinde sadece sanat eserlerinden esinlenme ile değil aynı zamanda sanat eserlerinin poster olarak doğrudan kullanıldığı da görülmüştür. 1800'lerde yeni bir pazarlama yönteminde ünlü ressam John Everett Millais'in *Bubbles* adlı tablosu kullanılmıştır. Popüler sanat eserlerinin kopyalandığı ve üzerine uygun yazıtların eklendiği bu pazarlama yöntemini bir sabun firmasının genel müdürü olan Thomas J. Barratt tanıtmıştır. Tabloyu satın aldıktan

sonra üzerine şirketin adını ekletmiştir. Aldığı sert eleştirilere rağmen Pears Soap posteri yıllarca en popüler reklam imgelerinden biri olmuştur (Döring, 2020)



Görsel 9. After John Everett Millais, "Bubbles", Pears Soap, 1886/1887, litografi, 22x14,5 cm, London. (Döring, 2020, s. 35)

Verilen örnekler göz önüne alındığında, poster her daim sanat ile çeşitli yönlerden temas kurmuş ve sanattan ilham almıştır. Posterlerin zamanının sanat anlayışlarına ve toplumsal yapısına göre şekillenmesine rağmen Danto'nun bakış açısına göre incelendiğinde iletişim ve reklamcılık alanına hâlâ daha yakın konumlanmaktadır.

Ancak Art Nouveau akımının öne çıkmasıyla poster açısından da önemli değişimler kapıdaydı. Merter'in aktardığına göre, baskı, afiş ve çeşitli dekoratif sanatlar; resim, heykel ve mimari gibi derin tarihi olan sanatlar arasında hâlâ hiyerarşinin bulunduğu 1890'larda gündelik hayatı ve sanatı bir araya getiren Art Nouveau, bu alanlar arasındaki hiyerarşinin ve sınırların silikleşmesinde etkili olmuştur. Bu akım sayesinde afiş yavaş yavaş artık bir sanat dalı olarak kabul görmeye başlamıştır (Merter, 2003). Yine de bu, baskının ticari bir araçtan birdenbire bir sanat ürünü haline geldiği anlamına gelmez. 1830'lardan itibaren süregelen uzun ve karmaşık bir süreç bulunmaktadır. Collins (1985), mevcut sanat hiyerarşisinin üst tabakasında resim, heykel ve mimari; bunların altında dekoratif ya da uygulamalı sanatların yer aldığı, en altta ise karikatür ve kitle üretimine yönelik popüler

sanatların bulunduğu yorumunda bulunmuştur. Bu düzende Realistler ve natüralistler sanatlar arasında bir sıralamaya son verilmesini savunurken, diğer yandan dekoratif sanat reformcuları aynı seviyeye yükselmeye çalışmışlardır (Collins, 1985).

Gerçekleşen yükselişte Art Nouveau da yer alıyordu. Ayaydın'ın tanımına göre toplum hayatında yerini hızla alan seri üretim materyallerinin estetikten yoksun ve tekdüze görüntüsüne karşı çıkan Art Nouveau, özellikle kumaş, kuyumculuk ve mobilya gibi alanlarda etkisini oldukça göstermiş; böylece sanatı gündelik yaşamın içine kaynaştırmış, doğadan ilham alarak ritim duygusu yüksek ve organik formları ön plana çıkarmıştır. Bu akım, düşünsel olarak toplumsal birliği savunmuş; sanatı yalnızca sergi salonlarıyla sınırlı tutmak yerine yaşamın bir parçası hâline getirmeyi amaçlamıştır (Ayaydın, 2015). Gündelik hayatın ve sokakların parçası olan posterler, yine gündelik hayatın içerisinde kendisini gösteren bu akım sürecinde etkili bir konuma sahiptir. Dolayısıyla dönemin poster sanatçıları akımın motiflerini benimsemekte gecikmemiştir.

Sanat hiyerarşisinde afişler giderek daha görünür bir konumda yer almaya başlamıştır. Becer'in aktardığına göre modern posterin gelişmesinde en büyük emektarlarından biri olan Jules Cheret dinamik ve canlı kompozisyonlara sahiptir. Cheret'in renkli litografi tekniğini sadeleştirerek ortaya koyduğu illüstrasyonlu başyapıtlar Paris'te 1890'ların "affichomanie"sini, Türkçe karşılığıyla poster çılgınlığını tetiklemiştir. Başlattığı sanatsal afiş geleneğinin, Henri de Toulouse-Lautrec ve Alphonse Mucha'nın sürdürdüğü görülmüştür (Becer, 2019).

Bu posterler bir yandan sanatsal değeri yüksek eserler olarak görüldüğünden, Paris'teki bazı en iyi posterler asıldıktan birkaç gün sonra koleksiyoncular tarafından sökülerek koleksiyonlarına dahil edilmiştir. 1890'larda poster toplama büyük bir çılgınlık haline gelmiş; bu sebeple yayıncılar, koleksiyoncular için ekstra kopyalar basmaya başlamıştır. Fazla talebi daha pratik bir yolla karşılamak amacıyla sokak posterlerini içeren abonelik dergileri bile ortaya çıkmıştır (Saunders ve Timmers, 2020). Bu gelişmeler yaşanırken posterlerin estetik ve ahlaki değerleri başından beri tartışılmış, övgü ve eleştiri aynı anda almıştır. Poster koleksiyonculuğunun pratikliği posterlerin statüsünün yükselmesini, piyasa değerinin artmasını ve müzelere dahil olmasını sağlamıştır (Iskin, 2014).

Heykel ya da resim gibi geleneksel sanat eserlerine erişimi sınırlı olan orta sınıf bireyler poster koleksiyonculuğu sayesinde sanata erişim imkânı elde etmişlerdir. Posterler sayesinde sanat, toplumun her kesimine ulaşabilmiş ve geniş kitlelere hitap edebilmiştir. Koleksiyonerlerin posterleri bu denli benimsemesi, posterlerin sanatsal ve koleksiyon değeri taşıyan nesneler olarak görülmeye başlamasında etkili olmuştur



Görsel 10. Jules Chéret, La Loïe Fuller aux Folies-Bergère, 1893, litografi, 122.8 × 87.2 cm, Paris. (Döring, 2020, s. 43)

Posterler koleksiyonerler ve geniş izleyici kitlesinden gördükleri ilginin ardından giderek daha fazla değer kazandığı görülmektedir. Sergi ve sanat kurumlarında yer almaya başlaması onları yalnızca koleksiyon nesnesi konumundan öteye taşımıştır. Çünkü böylece posterler yalnızca kamusal görünürlüğe sahip değil, kurumsal açıdan da değer kazanmaya başladıkları kabul edilebilir. Bu bağlamda *Salon Des Cent* sergileri de posterin kurumsal görünürlüğünün artması açısından iyi bir örnektir.

Döring'in aktardığına göre *Salon Des Cent* sergileri, *La Plume* dergisi bünyesinde düzenlenmeye başlamıştır. İsmi bünyesinde bulundurduğu yüz sanatçıdan alan sergiler bu sebeple Yüzlerin Salonu olarak da anılabilir. İsviçreli Eugene Grasset, Salon des Cent'te ilk kişisel sergisini gerçekleştirme fırsatı bulmuştur. Kişisel sergisini yine kendi tasarladığı posterle tanıtmış, aynı zamanda posterini de sergilemiştir. Önceki posterlerinden farklı olarak görsel ve metin öğelerini birbirinden ayırmış; böylece afişin sanatsal iddiasını daha belirgin hale getirmiştir. Benzer şekilde, iki yılın ardından Alphonse Mucha'nın aynı salon için hazırladığı poster bu serinin en ünlüsü olmuş; aynı zamanda kendi sanatının bildirisi olarak kullanılmıştır. Kendisini sembolist bir sanatçı olarak gören Mucha'nın posterini, sanatçının tüy kalem ve fırçayla sembolist yaklaşımını yansıtan bir ifade alanına dönmüştür. (Döring, 2020).

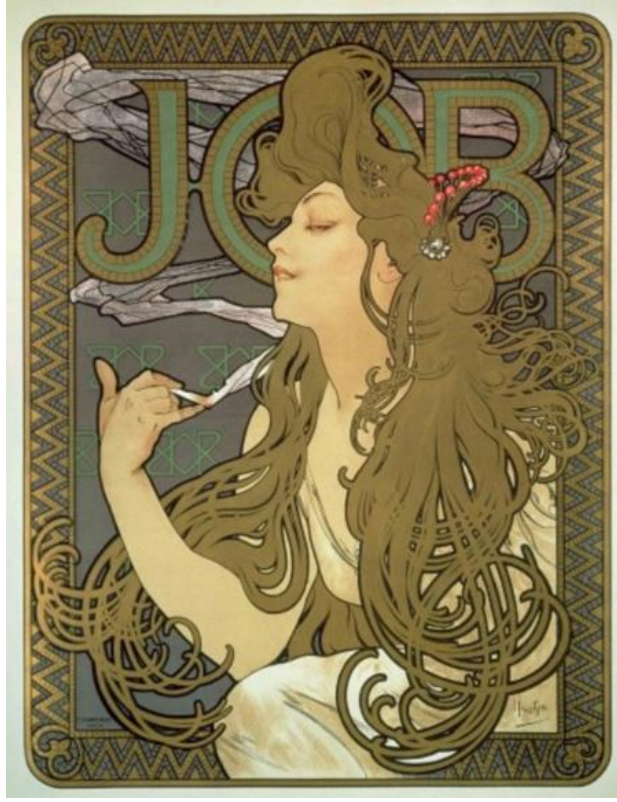


Görsel 11. Eugene Grasset, Salon des Cent-Exhibition E. Grasset, 1894, litografi, 60 × 40 cm, Paris 1894 (Döring, 2020, s.s50)



Görsel 12. Alphonse Mucha, Salon des Cent – 20. Sergi, 1896, litografi, 62,8 x 42,2 cm. (Döring, 2020, s.51)

Mucha, afişlerinin kendine özgü ve oldukça eşsiz bir stile sahip olması nedeniyle birçok sanatçı tarafından takdir görmüştür. İyi reklamcılık anlayışıyla eşsiz stilini harmanlaması, onu Art Nouveau akımının en gözde sanatçılarından biri yapmıştır. Mucha'nın *Gismonda* afişi oldukça ses getirmiştir. Sarah Bernhardt için tasarladığı bu afiş ile bir günde Paris sokaklarının tanınan ismi haline gelmiştir (Sağkol, 2022). Bir tütün kâğıdı markası olan JOB için yaptığı reklam posterlerinde görüldüğü üzere, Mucha'nın yalnızca reklam edilen öğeye değil, aynı zamanda kendi tarzını yansıtan bir estetik kaygı içerisinde olduğu anlaşılabılır. Kadın figürü, diğer çalışmalarında da olduğu gibi, oldukça zarif bir pozisyonda durmaktadır. Figürün saçları etrafa saçılırken sigara dumanı da figürün çevresinde bir tül misali dolanmaktadır.



Görsel 13. Alphonse Mucha, Job, 1896, litografi, Prag (Sato ve Mucha, 2022, s. 29)



Görsel 14. Henri de Toulouse-Lautrec, 1893, Divan Japonais, 81.2 x 60.3. Erişim: 22.08.2026
<https://www.moma.org>

Cheret, Grasset, Lautrec ve Mucha gibi sanatçılarda görüldüğü üzere bu dönemde sanatçıların posterin yalnızca reklam ve iletişim yönüne odaklanmadıkları, posterleri aynı zamanda kendi sanatlarının bir ifade alanı olarak da kullandıkları görülür. Hatta bu konuda Döring'in aktardığına göre sanatçılar, kendilerini yalnızca birer ressam olarak değil, afişlerini de diğer sanat eserleriyle eşdeğer gören sanatçılar olarak konumlandırmışlardır. Onlara göre posterler diğer çalışmalarıyla aynı sanatsal değere sahiptir (Döring, 2020).

Art Nouveau hareketiyle ve Cheret, Mucha ve Toulouse-Lautrec gibi önemli isimlerle ortaya çıkan posterler yalnızca bir iletişim ve reklam aracı olmanın ötesine geçmiş ve toplumun posterlere olan bakış açılarını değiştirmiştir. Bu yönden bakıldığında, Art Nouveau dönemindeki posterler sanatın dönüştürücü ve yönlendirici yönüne örnek olmuşlardır.

Poster, 1890'ların sanat ortamında resim, heykel ve mimari gibi geleneksel sanat alanlarına kıyasla üretim, sergilenme ve hitap ettiği kitle açısından daha esnek bir alan sunmuştur. Poster sanatının yüceleştirilmiş sanat anlayışından ve sanat merkezlerinden çok daha uzakta bir konumda yer alması, ayrıca çok daha rahat ve özgür bir medya olması ilgiyi kendisine çekmiştir. Ucuz kağıtlarla hızlı bir şekilde üretilmesi ve sokaklardaki ömrünün kısa olması, sanatçıların üzerindeki yüksek sanat üretmenin getirdiği kısıtlamaların ve baskıların azalmasında önemli rol oynadığı ileri sürülebilir. Poster sanatı, sergi salonlarında izole bir mekânda ve sadece belli bir kesime hitap eden bir tavırdan ziyade, sokak duvarlarında, çitlerde ve ilan panolarında; günlük yaşamın tamamen içinde, her kesimden izleyiciyle muhatap olabileceği bir noktada konumlanmıştır. Iskin'in yorumuna göre poster sanatçıları açısından eserlerini kapalı duvarlar içerisinde sergilemektense sokaklarda halk ile doğrudan iletişime geçebilmek çok daha kıymetliydi. Posterler sokaklarda sergilenmesiyle oldukça göz önünde bir konumda olmasına rağmen otoritenin etkilerinden de bir o kadar uzaktır. Iskin, poster sanatçılarının bu özgürlüğünü 1850'lerde Courbet, Manet ve diğer izlenimcilerin kendi sergilerini düzenleyerek jüri otoritesinden kurtularak özgürlüklerini yakalamalarına benzetmiştir. Ancak poster sanatçıları izlenimcilerin tadına baktığı bu özgürlüğün daha üst seviyesine sahip olmuşlardır. Bu konuda eleştirmenler posterlerin, varaklı ve süslü çerçevesinin olmamasının poster sanatının bu özgürlüğünü sembolik bir dille yansıttığını, sanat eleştirmeni Felix Feneon ise posterlerin altın çerçevede kirli örtüler yerine renkli posterlerin gerçek yaşamı yansıtan sanat olduğunu ifade etmişlerdir (Iskin, 2014).

Bu değerlendirmeler, posterlerin geleneksel sanat alanlarına göre daha deneysel bir yönünün olduğunu ve sanat kurumlarının sınırlarının dışında hareket edebileceği alternatif bir üretim alanı oluşturduğunu göstermektedir.

Iskin (2014) posterin zgrlk yönünün yanında maddi açıdan kesin bir getirisinin olması da sanatçılar açısından başka bir motivasyon olduğunu aktarmıştır. Britanyalı sanatçılar William Nicholson ve James Pryde, konuya ekonomik açıdan yaklaşmış ve resme ne kadar yakın hissetseler de poster satmayı resim satmaya tercih ettiklerini dile getirmişlerdir (Iskin, 2014). Sanatçıların da yorumları göz önüne alındığında, posterler sanatçılar açısından geniş kitlelere ulaşımı mümkün kılmanın yanında ekonomik açıdan da sanatçıları tatmin etmektedir.

Saunders ve Timmers'in (2020) aktardığına göre grafik tasarımcı Jean Carlu ve Cassandre posterini öncelikle tanıtım ve kamusal iletişim aracı olarak değerlendirmişlerdir. 1920'lerde yine bazı eleştirmenler, posterin güzel sanatlarla rekabet etmemesi gerektiğini; popüler sanatın bir yansıması olarak kimliğini benimsemesi ve dönemin ortalama zevkini yansıtmaması gerektiğini savunmuşlardır. Bu sebeple, Art Deco veya modernizmi benimseyen yeni poster tasarımları pazarlama açısından verimsiz posterler olarak değerlendirilmiştir. Posterleri bazı kesimler açık hava sanat galerisi olarak görürken, bazı kesimler ise kamusal alanların gereksiz bir şekilde ticarileştirilmesi olarak eleştirmiştir (Saunders ve Timmers, 2020). Bu değerlendirmeler göz önüne alındığında, posterin bir sanat medyumunu olarak kabul görmesi, işlevsel yönü dolayısıyla kolay olmamıştır ve farklı açılardan yaklaşımlar görülmüştür. Günümüzde ise birçok sanatçı posterleri ve grafik dilini bir sanat biçimi olarak kullanmasına rağmen, posterlerin bir sanat medyumunu olarak görülmesi hâlâ tartışmalı bir konudur.

2.2. Poster, Politika ve Toplumsal Dönüşüm

Art Nouveau akımı sürecinde Jules Chret, Henri de Toulouse-Lautrec ve Alphonse Mucha gibi sanatçıların posterlerinin etkisiyle "Afficho-mania" (afiş çılgınlığı) meydana gelmiş ve tipografik posterler yerini zamanla illüstrasyonlu posterlere bırakmıştır. Sanatçıların posterleri, halkın posterlere olan bakış aısını değiştirmiştir. Bu açıdan bakıldığında, posterlerin toplumu dönüştürücü ve yönlendirici etkisinden söz edilebilir. Ancak posterin yönlendirici ve dönüştürücü etkisinin özellikle politik posterlerde olduğu söylenbilir.

Döring (2020), Birinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla birlikte, kültürel ve reklam posterlerinin ardından politik posterlerin ortaya çıktığını belirtmiştir. Başlangıçta savaşı

kutsal bir görev olarak gören ve bu nedenle posterleri uygun bulmayan Almanya'da, zamanla halkı seferber etmek için daha ciddi ve disiplinli bir üslupla propaganda posterlerine başvurulurken; Amerika'da ise savaşa katıldığı andan itibaren propaganda posterlerini daha çok reklamcılık anlayışına yakın, daha hafif bir dille kullanmaya başladığı görülmüştür. Bu dönemde posterler geniş kitlelere ulaşan etkili bir propaganda aracına dönüşmüştür (Döring, 2020).

Propaganda, kökenini Latince "propagare" kelimesinden alan ve temel olarak belirli bir düşüncenin geniş kitleler tarafından benimsenmesini sağlamak amacıyla kullanılan bir iletişim yöntemidir. Ekonomiden siyasete, sanattan eğitime kadar pek çok alanda uygulanmaktadır (Akdemir ve Yaşar, 2024).

Sanatın propaganda amacıyla kullanılması dünya savaşlarıyla başlamamıştır. Aksine, sanat ve propaganda çok daha köklü bir geçmişe sahiptir. Eski Yunan'da halkın yönlendirilmesi için hazırlanan nutuklar propaganda uygulamalarının ilk örnekleri olarak sayılabilir (Karakuş, 2021). Bunun dışında, geçmişte kralları, yöneticileri veya geçirilen savaşları konu alan ve bunları yücelten çoğu eserin, anıtsal heykellerin ve yapıların propaganda amacıyla yapıldığı düşünülebilir.

Dünya Savaşları döneminde ise propaganda görevini üstlenen posterler, okuma yazma bilmeyen bireyler de dâhil olmak üzere geniş kitlelere hitap edebilme, anlaşılır yapısıyla güçlü mesajlar iletebilme ve izleyici üzerinde duygusal etki yaratabilme potansiyeli sayesinde kitleleri yönlendirebilen kritik bir role sahiptir. Dolayısıyla Dünya Savaşları dönemi yalnızca sıcak savaşların değil, aynı zamanda poster ve propaganda mücadelesinin de yaşandığı bir dönemdir (Akdemir ve Yaşar,

Propaganda posterlerinin en ünlü örneklerinden biri *I Want You for U.S. Army* posteridir.



Görsel 15. James Flagg, I Want You, 1917, litografi, 102x75,8 cm. (Döring, 2020, s. 126)

Posterdeki figür, izleyiciyle doğrudan göz teması kurmakta ve parmağıyla izleyiciyi doğrudan işaret ederek hedef almaktadır. “Sen/seni” anlamına gelen *you* sözcüğü daha büyük puntoda ve farklı renkte kullanılmış, tipografik vurgu verilmiştir. Bu konumda poster, görsel dil aracılığıyla bireyi yalnızca bilgilendirmenin ötesine geçerek izleyicinin tutumunu ve davranışını etkilemeye çalışan yönlendirici bir araca dönüşmektedir.

El Lissitzky diğer çalışmalarında gösterdiği soyut formlarını Rus Devrimi’nin bir simgesi haline gelen posterinde de kullanmıştır. *The Red Wedge the Whites* adlı poster, devrimcileri ve burjuvayı kırmızı ve beyaz arasındaki mücadeleyle betimlemiştir. Bir başka örnekte ise Theo van Doesburg, Kurt Schwitters ve diğer Dadaistler tarafından Dada hareketini Hollanda’da tanıtmak amacıyla düzenlenen etkinlikler için tasarlanmıştır (Döring, 2020). Posterde yer alan kaotik tipografi, programın içeriğini yansıtır niteliktedir. Bu doğrultuda


$$f_{\text{max}} = \frac{1}{2\pi} \left(\frac{1}{\tau_{\text{max}}} + \frac{1}{\tau_{\text{min}}} \right) \quad (3)$$


55.5 cm. (Doming, 2020, p. 101)

Öte yandan, Otto Dix'in *Gruppe 1919* için hazırladığı poster, dışavurumcu ve kübist unsurları bir araya getirirken tipografisi, gelişen kompozisyonu ve figüratif öğeleriyle dönemin sanatsal eğilimlerini yansıtmaktadır.



Görsel 18. Otto Dix, Group 1919: Art Exhibition, 1919, litografi, 92.3 × 59.4 cm, (Döring, 2020, s.135)

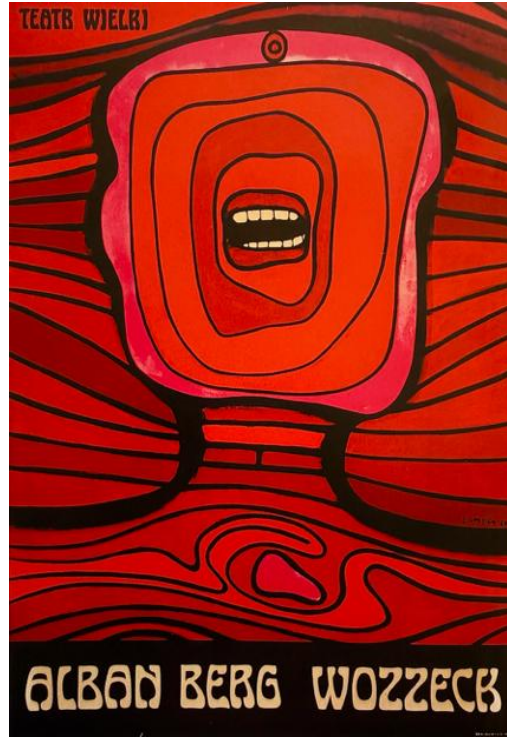


Görsel 19. Heinz Fuchs, Workers: Hunger, Death Approach, Strikes Destroy, Labor Nourishes. Do Your Duty, 1918, litografi, 74.5 × 103.9 cm, Berlin. (Döring, 2020, s.137)

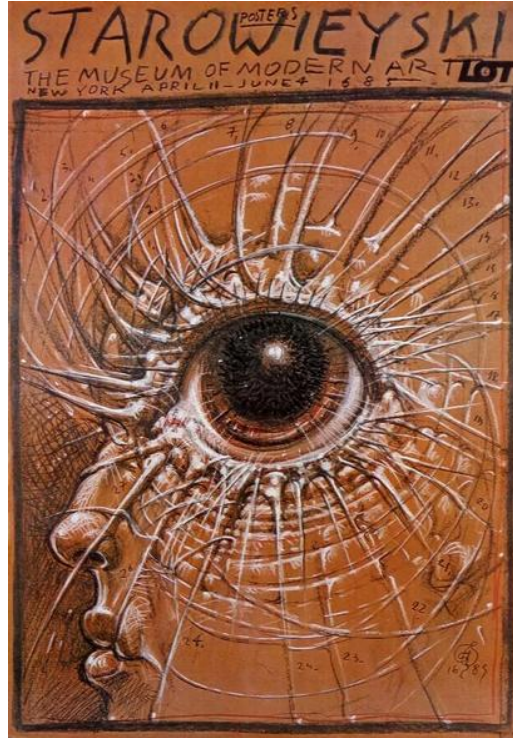
Verilen örnekler göz önüne alındığında, dünya savaşları döneminde daha çok öne çıkan politik posterlerde, yine dünya savaşlarının meydan getirdiği toplumsal ve siyasal dönüşümlerin etkisiyle ortaya çıkan kübizm, fütürizm, Dadaizm ve ekspresyonizm gibi avangard sanat hareketlerinin etkisi görülebilir. Avangard sanat hareketlerinin posterler üzerindeki yansımaları Polonya Poster Okulu'nda görülmüştür.

Williams'ın (2023) aktardığına göre, 1940 ve 1960'lı yıllarda etkili olan Polonya Poster Okulu, tasarım anlayışı posterini sadece bir iletişim aracı olarak görmekten ziyade onu aynı zamanda belirgin bir ifade aracı olarak kullanan hareketlerden biridir. Art Nouveau'nun ardından bu dönemde tasarlanan posterler de etkinlik duyurusunun ötesine geçerek sokakları sanat galerilerine çeviren koleksiyonluk ürünler olarak görülmüştür. Polonyalı sanatçılar akademik bilgilerini bir kenara bırakarak daha şiirsel bir üslupla yaklaşmış ve kendi tasarım anlayışlarını ortaya koymuşlardır. Bu sefer posterler yalnızca estetik kaygılarla değil, aynı zamanda derin altyapıları, güçlü kavramsal içerikleriyle sokaklarda yerlerini almaya başlamışlardır. Sembolleri sıradan, işaretleri ise fazla doğrudan bulan sanatçılar; şiirsel bir dil, ironi, metafor ve sürreal öğeler kullanmayı tercih etmişlerdir (Williams, 2023). Polonya Poster Okulu'nun posterlere yaklaşımı, posterin sanatsal bir ifade aracı olarak görülmesinde önemli bir hareket olarak değerlendirilebilir.

“Polonya Poster Okulu” terimini ilk defa ortaya atan sanatçı Jan Lenica'nın 1964'teki “Wozzeck” adlı afişi döneminde büyük bir yankı uyandırmıştır. Canlı renklere sahip olan bu poster, Varşova sokaklarına yerini aldığı gibi gecesinde tüm kopyaları ortadan kaybolmuştur. Bunun sebebi bir sansür değil; aksine evlerini bu canlı poster ile süslemek isteyen vatandaşlar tarafından çalınmasıdır (Williams, 2023).



Görsel 20. Jan Lenica, Wozzeck. Opera by Alban Berg at the Teatr Wielki, 1964, litografi , 97.3 x 67.4 cm, Warsaw. (Döring, 2020, s.226)



Görsel 21. Franciszek Starowieyski, 1985, litografi, 68 x 98 cm, New York. Erişim: 24.06.2026 <https://bit.ly/3Qm1ckH>

Franciszek Starowieyski'nin posterlerinde grotesk ve sürreal imgeler, Stasys Eidrigevicius'un posterlerinde ise kübizmin ve sürrealizmin etkileri açıkça görülmektedir.

Uncle Vania adlı poster, monokrom renk paleti ve düzensiz dokuların yanında kuklamsı figür ile göz teması kurarak izleyiciye ürkütücü bir atmosfer yansıtmaktadır.



Görsel 22. Stasys Eidrigevičius, Uncle Vania 1989, litografi, 65 × 92 cm. Erişim: 24.06.2026 <https://bit.ly/3SxEois>



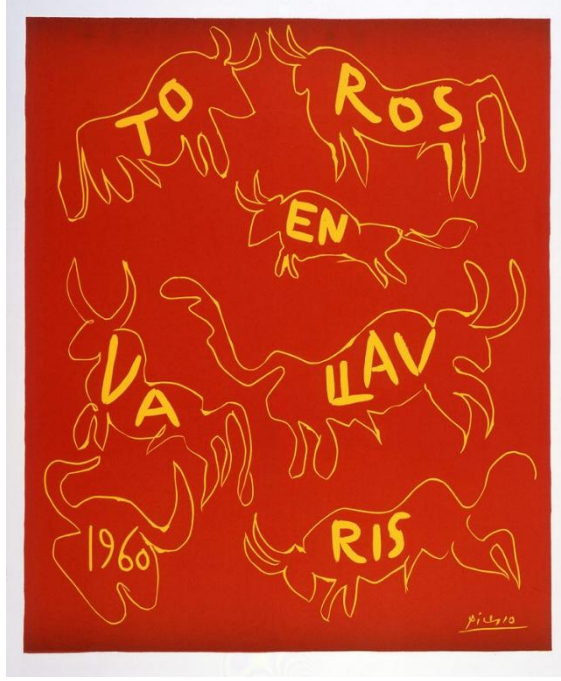
Görsel 23. Stasys Eidrigevičius, Posters from Poland 1945-1990, 1989, litografi, 68 x 98 cm. Erişim: 25.06.2026 <https://bit.ly/3SxEois>

Folga'nın aktardığına göre, okuldaki sanatçıların kurallara ve sınırlara boyun eğmemesi Polonya posterleri için en önemli unsur olan şiirsellik gücünü korumalarını sağlamıştır. Bu konuda sanat tarihçisi Zdzisław Schubert Polonya posterlerini şu şekilde yorumlamıştır:

“...genç afiş sanatçılarının bir afişin nasıl tasarlanması gerektiğine dair en ufak bir fikirleri yoktu. Savaş öncesi reklamcılığın deneyleri resmî olarak yasaklanmıştı. Çağdaş sanatın kazanımları ise erişilemez durumdaydı. Bu nedenle zorunluluktan en iyi bildikleri araçlara, yani resim tekniklerine başvurmuşlardır. Afişte ortaya çıkan şey, zengin ve geniş bir resimsel doku, yoğun ve renkli bir ifade olmuştur.” (Folga, 2018, s.290)

Schubert'in bu değerlendirmesinden anlaşılacağı üzere, Polonyalı sanatçıların resimsel dili ilk aşamada bilinçli bir üslup olarak değil, sınırlayıcı koşullarının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Bu durumun sonucunda poster ile resim alanı arasındaki sınırların bulanıklaşmasına ve posterin özgün bir ifade alanına dönüşmesine katkı sağladığı düşünülebilir.

Döring'in aktardığına göre Polonya afişlerinin benimsedikleri resimsel yaklaşım aynı dönemlerdeki “sanatçı posterleri” ile benzer nitelikler taşımaktadır. Sanatçı posterleri grafik tasarımcıları tarafından değil, resim ve heykel sanatçıları tarafından tasarlanan posterlerdir. Tasarım ürününden ziyade daha çok bireysel dokunuşların öne çıktığı görülmüştür. Daha çok ekspresyonist bir ortamda doğan bu tür posterlerin yaygınlaşması 1948 yılında Picasso'nun sanat ve zanaat fuarı için tasarladığı Vallauris afişleri ile olmuştur. Böylece Avrupa'da da sanatçıların kendi sergileri için tasarladıkları posterler artışa geçmiştir. (Döring, 2020).



Görsel 24. Pablo Picasso, *Toros en Vallauris 1960*, 1960, linol baskı, 75 x 62.5 cm. erişim: 24.06.2026 <https://www.ifpdafoundation.org/frederick-mulder-vallauris-posters>



Görsel 25. Pablo Picasso, *Vallauris 1956 Toros*, 1956, linol baskı, 100 x 65.7 cm. erişim: 24.06.2026 <https://www.moma.org/collection/works/6342>

Picasso bu posterlerinde profesyonel tipografi yerine el yazısı etkisiyle kendi tarzını yansıtmıştır. Yazı ve görsel iç içe işlenmiş ve güçlü kontrastlar kullanılmıştır.

Verilen örneklerden görüldüğü üzere, özellikle dünya savaşları dönemlerinde posterler halka birlik, dayanışma ve seferberlik mesajlarının geniş kitlelere hızlı ve etkili bir biçimde aktarılmasında önemli bir görsel iletişim aracı olmuştur. Bununla birlikte, 20. yüzyılda avangard sanat akımlarının gelişmesiyle poster, yalnızca ideolojilerin aktarımında kullanılan bir araç olmaktan çıkarak sanatçı posterleri ve Polonya posterlerinde görüldüğü üzere daha deneysel, politik ve sanatsal bir ifade alanına dönüşmüştür. Özellikle Polonya Poster Okulu'nda görülen metaforik ve şiirsel yaklaşım posterin dolaylı anlatım ve eleştirel yönünü ortaya koymuştur. Bu bağlamda poster, propaganda, politik eleştiri ve sanatsal ifade arasında konumlanan görsel üretim alanı haline geldiği söylenebilir.

Posterlerin propaganda ya da politik amaçla kullanımı dünya savaşları döneminden günümüze kadar farklı biçimlerde varlığını sürdürmüştür. Bu politik ve eleştirel yapı günümüzde Shepard Fairey gibi sanatçıların çalışmalarında kendisini göstermeye devam etmektedir. Boston Çağdaş Sanat Enstitüsü'nün aktardığına göre 2008 yılında ABD başkan adayı Barack Obama için hazırladığı “*Hope*” (umut) posterini ile tanınan Mural sanatçısı ve grafik tasarımcısı Fairey'nin çalışmalarında özellikle siyah, kırmızı ve beyaz renkler hâkimdir. Kullandığı güçlü grafik diliyle propaganda estetiği, popüler kültür ve politik söylemleri harmanlamaktadır (The Institute of Contemporary Art/Boston, t.y.).

Obey Giant arşivinde yer alan *Make Art Not War* adlı çalışmasında Fairy, 1960'lı yılların ünlü savaş karşıtı sloganı olan *Make Love, Not War* söyleminden esinlenmiştir. Irak Savaşı döneminde üretilen bu eser yıkıcı eylemler yerine yaratıcı eylemleri telkin etmektedir. Kompozisyonun Art Nouveau tarzında oluşturulması, bu akımın 1960'ların hippie ve psikedelik sanat anlayışı üzerindeki etkisine, özellikle Vietnam Savaşı karşıtı afişlerine bir göndermedir. Zarif görünüme sahip kadın figürü, boynunda yer alan “Obey” (itaat et) ifadesiyle posterin mesajını daha keskin ve politik hale getirmektedir. (Obey Giant)



Görsel 26. Shepard Fairey, Make Art, Not War, 2019, serigrafi baskı, 104.14 x 76.2 cm. erişim 24.06.2026 <https://obeygiant.com/prints/make-art-not-war-2/>

Adorno'ya göre mevcut olan sisteme karşı her daim muhalif bir konumda bulunan özerk sanat daha iyi bir toplum yaratmanın yollarından biridir (Erkek, 2024). Bu doğrultuda sanatın, toplumsal dönüşümü teşvik eden ve bireylerin mevcut düzeni sorgulamasını teşvik eden bir işleve sahip olduğu düşünülebilir. Başka bir deyişle, sanatın toplum üzerinde dönüştürücü bir etkisi olduğu söylenebilir. Sokaklarda toplumun her kesiminden bireylere hitap edebilen politik ve eleştirel mesajlara sahip posterler, sanatın dönüştürücü yönüne bir örnek olarak değerlendirilebilir.

2.3 Pop Art ve Popüler İmgenin Sanata Taşınması

Posterin gündelik yaşam, tüketim kültürü ve seri üretimle kurduğu ilişki, özellikle Pop Art ile birlikte daha belirgin bir konuma gelmiştir. Keçeci'nin aktardığına göre Sanayi Devrimi ve II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan ekonomik büyüme ve kitlesel üretim ve tüketim büyük ölçüde artmıştır. Tüketim kültürünün belirgin bir yükselişi kitle iletişim araçlarının da kapitalist sistemin bir aracı olarak konumlanmasına sebep

olmuştur. Böylece her seviyedeki sınıflara hitap etmeyi hedefleyen ortak bir yaşam tarzı, ortak bir kültür olan popüler kültür ve bu tüketim kültürünün getirdiği toplumsal değişimin sanatsal yansıması olan pop art ortaya çıkmıştır (Keçeci, 2015). Bu sanatsal yansıma her kesim tarafından tamamen kabul görmemiştir. Antmen'in aktardığına göre, Pop Art'ın yüzeysel ve kolay anlaşılır bir görsel dile sahip olması nedeniyle bir sanat akımı olarak değil, daha çok reklam estetiğinin bir uzantısı olarak değerlendirildiği görülmüştür. Nitekim pop art sanatçılarının ilham aldığı ve yüceltmeyi hedeflediği nokta tüketim kültürü, seri üretim ve reklam dilinin kendisidir (Antmen, 2009).

Tüketim kültüründen beslenen Pop Art, posterin çağdaş sanat üretim aracı olarak yol almasına uygun bir zemin sunmaktadır. Yüksek kültüre hitap eden sınırlı bir sanat anlayışının aksine, geniş kitlelere ulaşabilen ve gündelik yaşamın içinde yer alan posterler Pop Art'ın temel prensipleriyle örtüşmektedir. Gündelik nesneleri ve sıradan imgeleri merkeze alan bu akım ile poster arasında seri üretilbilirlik, hızlı algılanma ve geniş kitlelere hitap etme gibi ortak özellikler bulunmaktadır. Keçeci'nin aktardığına göre pop art sanatçıları sanatlarını yayarken her kesimden kitleye ulaşılabilir kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır. Kitle iletişim araçları hem yayım hem de ilham kaynakları olmuştur. Bu sebeple fotoğraf ve televizyon görüntüleri, posterler ve yine aynı dönemlerde yükseliş gösteren çizgi romanlardan alınan referanslara sıkça rastlanabilir (Keçeci, 2015). Bu bağlamda kitle iletişim araçları Pop Art akımı sürecinde yalnızca reklam ve iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda sanatsal üretimin malzemelerinden biri haline gelmektedir.

Seri üretim ve pop art denildiğinde akla gelebilecek ilk isim Andy Warhol'dur. Warhol bazı pop sanatçılar gibi tüketim kültürünü övmek ya da eleştirmek için kullanmak yerine onu olduğu gibi yansıtmayı hedeflemiştir. *Cambell's* çorba kutuları, kola şişeleri ve *Brillo* kutuları gibi ürünleri posterlerinde kullanmıştır (Bolton, 2002).



Görsel 27. Andy Warhol, Chicken Noodle, 1968, serigrafi, 89 x 58 cm. erişim: 24.06.2026
<https://whitney.org/collection/works/5628>



Görsel 28. Andy Warhol, 1970, serigrafi, 76 x 66 cm. erişim 24.04.2026 erişim:
<https://whitney.org/collection/works/5628>

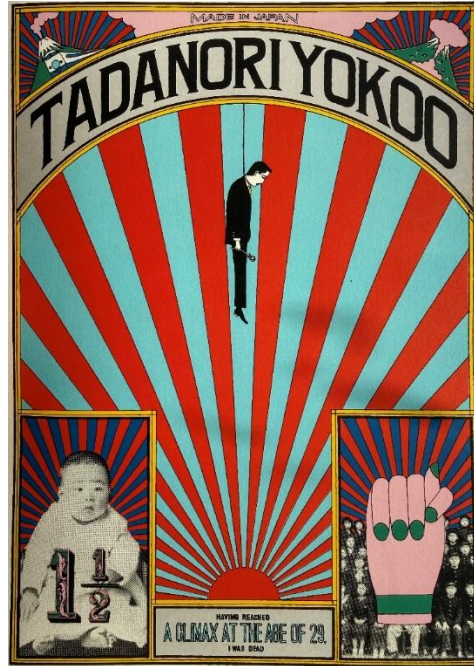
Andy Warhol'un fazla sayıda üretimleri için serigrafi baskı en doğru tekniktir. Bolton'un aktardığına göre Warhol üretimleri hakkında şu ifadelerde bulunmuştur:

"Bu şekilde çalışmamın sebebi makine olmak istememdir. Bunları elimle yapmayı denedim fakat serigrafi ile daha kolay olduğunu keşfettim. Bu şekilde nesnelerim üzerinde çalışmak zorunda kalmıyorum. Benim yerime herhangi biri de tasarımı yeniden üretebilir." (Bolton, 2002, s.16).

Sözlerinden anlaşılacağı üzere, Warhol içeriğin kendisinde derinleşmek yerine içeriğin çoğaltılmasına, seri üretimine daha çok önem göstermiştir.

Pop artın sanatı gündelik hayata yaklaştırma anlayışına halktan oldukça hızlı ilgi gelmiştir. Her kesimden izleyiciler anlamı belirsiz bırakılan eserlere rağmen sanatı anlayabildiklerini hissetmişlerdir (Bolton, 2002).

Amerikalı sanatçıların yanı sıra aynı yıllarda Asyalı sanatçıların da çarpıcı posterleri bulunuyordu. Japon sanatçı Tadanori Yokoo, yükselen güneşiyle hem siyasi göndermeler yapmış hem de sağ ve sol alt bölümlere eklediği bebek fotoğrafı ve el hareketi imgesiyle toplumsal normlara karşı çıkmıştır. "İntihar posteri" olarak da anılan bu poster hakkında Döring şu sözleri eklemiştir: "Bu serigrafi örneğinde olduğu gibi, Yokoo'nun bazı diğer çalışmaları da müşteri için reklam yapan posterler değil, poster kılıfına bürünmüş bağımsız eserlerdir." (Döring, 2020, s. 250).



Görsel 29. Tadanori Yokoo, Made in Japan, 1965, serigrafi baskı, 103.3 x 74.5 cm (Döring,2020, s.249)

Yokoo'nun çalışmaları Batı imgelerine gönderme yapmanın yanında kendi Japon geleneğine de sıkıca bağlı olduğu posterlerinden açıkça anlaşılabilir. Bunun bir örneği *The City and Design* adlı posteridir. Sanatçı bir başka örnekte belirli bir etkinlik için değil, Japon gangster yani yakuza filmlerine bir saygı duruşu olarak posterini tasarlamıştır (Döring, 2020).



Görsel 30. Tadanori Yokoo, *The City and Design- The Wonders of life on Earth*, 1966, serigrafi, 104.3 x 73.8 cm. (Döring, 2020, 248)



Görsel 31. Tadanori Yokoo, Ballad Dedicated to an Amputated Little Finger, 1967, serigrafi baskı, 102.4 x 71.7 cm. (Döring, 2020, s. 250)

Warhol seri üretim kültürünü, ambalajları kendi üretiminin merkezinde tutarken Tadanori Yokoo Pop art döneminde eserlerde sıklıkla karşılaşılan çizgi roman etkisini posterlerinde kullanmıştır. Sanatçıların ortaya koyduğu posterler göz önüne alındığında, posterlerin konumu etkinlik duyurusundan sanatçıların kendi kişisel referanslarını, fikirlerini ve bağımsız anlatılarını yansıtan bir üretim alanına dönüşmüştür.

2.4. Poster ve Dekolaj

1960'lı yıllarda savaş sonrası doğan ana akım karşıtı kuşaklar, tüketim ruhunun artması ve bilimdeki ilerlemelerle sanat tarihi değişim hareketlerine sahne olmuştur. Geleneksel sanat alanlarının dışına çıkma dürtüsüyle yeni akımlar öne çıkmıştır. Özellikle Duchamp'ın hazır nesneyi (ready-made) ortaya koyması yeni gerçekçilik, pop sanat, asamblaj ve benzeri sanat akımlarının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bu akımlar, gündelik hayat ile sanat arasındaki sınırların belirsizleşmesinde rol oynamıştır. Genellikle kolaj, asamblaj ve dekolaj tekniklerini kullanan ve gündelik hayattan seçilmiş nesneleri sanatsal malzeme olarak kullanan yeni gerçekçilik (Nouveau Realisme) hareketi bu akımlardan biridir.

Yeni gerçekçiler eserlerini günlük yaşamdan nesnelerden oluşturmaktaydı. Gözden çıkarılan ya da işlevini artık yitirmiş atık malzemeleri sanat üretimlerine dahil etmişlerdir. Tüketim çılgınlığına ve tarihsel konulara göndermeli çalışmalar ortaya koyan sanatçılar üst üste asılmış posterleri de sanatlarının malzemesi yapmışlardır (Farthing, 2017).

Şahin'in aktardığına göre, yeni gerçekçi sanatçıların posterleri yırtarak ve sökerek kullandıkları teknik olan dekolajın kökeni Fransızcadaki "d  collage" teriminden gelmekte ve temel olarak kolaj tekniğinin tersi niteliğindedir. Dekolaj daha fazla müdahale olmadan alttaki görüntünün ortaya çıkarıldığı ve eksiltici bir prosedür ortaya koymaktadır. Dekolaj aynı zamanda sökme ve çıkarma yöntemiyle posterleri iletişim ve bilgi aktarımı işlevselliğinden uzaklaştırmaktadır. Dekolajın sabit bir yapıya sahip olmadığını savunan şahin, "Dekolaj, sanatsal yaratım sürecinde teknik olarak uygulamaya konulan bir eylem olmanın yanında, anlamsal olarak yeni kavramsal bağların ve kurguların oluşmasında rol oynayan, yapıbozumsal bir düşünce biçimidir." sözlerini eklemiştir (şahin, 2022, s.6).

Yeni gerçekçi sanatçıların yaklaşımı göz önüne alındığında posterin iletişim ve işlevsel yönü tamamıyla arka plana atılmıştır. Bunun yanında, dekolaj tekniğinin öngörülemez yönü poster kullanımını deneysel bir boyuta taşımıştır. Bu durum posterlerin içerik olarak bir sanat medyumunu kullanılabileceğinin yanında, materyal olarak da sanatın bir aracı olarak kullanılabileceğinin göstergesidir.



Görsel 32. Raymond Hains, 1990, metal üzerine yırtılmış posterler, 300 x 400 cm.
erişim: 24.06.2026 <https://bit.ly/4w8GPXh>

Fransız sanatçı Raymond Hains döneminde özellikle yırtılmış afişleriyle tanınmıştır. Sanatçı sokaktan bulduğu yırtılmış afişleri kullanarak hazır nesne (ready-made) niteliğinde çalışmalar ortaya koymaktadır (Galerie Max Hetzler, t.y.).

Hains ile beraber sokaklardan yırtılmış afişleri toparlayan Jacques Villegle, sokak yaşamını “sokağın dünyasının günlüğü” olarak görmüştür. Ona göre posterler egemen kültürün bir yansımasıdır. Villegle posterlerden yararlandığı bu dekolaj üretim sürecinde yaşadığı dönemin politik, toplumsal ve kültürel koşullarını yansıtabilen, diğer yandan halk ile ilişki kurabilen eserler ortaya koymayı hedeflemiştir (Laurent Rigail, t.y.).



Görsel 33. Jacques Villegle, Rues Lafayette / d'Hauteville, 1988, tuval üzerine yırtılmış afiş, 235 x 185 cm erişim 24.06.2026, Erişim: 25.06.2026 <https://www.galerie-vallois.com/artiste/jacques-villegle/>

Popüler ve tüketim kültürünü kullanarak posterleri bir ifade aracı olarak kullanan bir başka sanatçı Mimmo Rotella'dır. Rotella çoğunlukla klasik reklam posterlerini kullanmıştır. İtalyan sanatçı, posterleri bir ifade aracı olarak kullanan diğer dekolaj sanatçıları gibi mevcut posterleri parçalama ve bir araya getirerek kendi sanatsal anlatımını oluşturmuştur. Bu yönüyle Rotella posterin kendisini doğrudan sanatsal üretiminin bir malzemesi olarak kullanmıştır (Deodato Arte, t.y.).



Görsel 34. Mimmo Rotella, the Comancheros, 1963-1974, dekolaj, 192 x 140 cm. Erişim: <https://www.tornabuoniart.com/en/exhibitions/mimmo-rotella/>

Sokaklardaki yırtılan, zarar gören ve böylece farklı formlara bürünen posterler pek çok sanatçıya farklı açılardan ilham olmuştur. Bu sanatçılardan biri de Burhan Doğançay'dır. Doğançay posterleri direkt kullanmasa bile ilham kaynağının sokaklar ve posterler olduğu söylenebilir. Ateş'in aktardığına göre, sanatçı New York sokaklarında gezerken duvarlarda gördüğü poster kalıntıları sanat çalışmalarına yeni bir yön vermiştir. Ona göre çeşitli zarar görmüş posterlerle dolan bu duvarlar modern kent insanının ve tarihin yansımasıdır. En etkili çalışmalarından biri olan muhteşem Çağ adlı işinde kıvrılmış ve zarar görmüş posterleri andıran bir kompozisyon kurmuştur. Tuval üzerine akrilik, kolaj ve fümaj tekniğiyle oluşturduğu eserde Osmanlı mimarisine ait resimlerin olduğu dergi ve gazetelerden alınan sayfalardan yararlanmıştır. (Kaçmaz Ateş, 2020).



Görsel 35. Burhan Doğançay, Muhteşem Çağ, 1987, Tuval üzerine akrilik, kolaj, fümaj, 166.4 x 368.3 cm.
Erişim: 04.09.2026 <https://www.istanbulmodern.org/koleksiyon/muhtesem-cag>

2.5. Çağdaş Sanatta Poster

Pop Art ve Yeni Gerçekçilik gibi hareketler, posterin gündelik görsel kültürle kurduğu ilişkiyi sanat alanı içinde görünür kılmıştır. Bu durum, çağdaş sanatçılar için posterin tipografi, çoğaltım ve doğrudan mesaj üretme özelliklerini eleştirel bir ifade dili olarak kullanabilecekleri bir zemin oluşturmuştur. Çağdaş sanatın disiplinlerarası yapısı da posterin farklı malzeme ve ifade biçimleriyle birlikte değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Bu bağlamda sanatçıların posteri hem görsel hem de eleştirel bir anlatım aracı olarak kullandığı görülmüştür.

Bu açıdan verilebilecek en iyi çağdaş sanatçı örneklerinden ilki Barbara Kruger'dır. Moma'nın (t.y.) sanatçı hakkındaki bilgilerine göre Kruger sanatını ortaya koyarken gündelik hayatın her daim içinde yer alan dergiler, televizyonlar ve gazetelerden referans almıştır. Kruger'in amacı ana akımda görülen ve duyulanların sorgulanmasını hedefler. Kullandığı tipografi yalnızca okunabilirliğe hizmet etmekle kalmayıp aynı zamanda sert ve baskın bir görsel dil de yansıtmaktadır. Sanatçı poster estetiğini galerinin dışına taşıyarak sanat ile tüketim kültürü arasındaki sınırları sorgulatır. Böylece poster ideolojik mesajların gündelik yaşam içerisinde dolaşıma girdiği bir araç haline gelir (MoMA, t.y.). Kruger'in eserlerinde kullandığı kuvvetli sloganlar ve açık tipografiler, poster tasarımlarında genellikle kullanılan mesajı doğrudan iletme yönüyle oldukça benzerdir. Sanatçının burada gerçekleştirdiği, poster estetiğini ve görsel dilini kullanarak çağdaş sanat pratiği içinde yeniden yorumlamaktır. Bu noktada grafik tasarım ve sanat arasındaki sınırların bulanıklaştığı

düşünülebilir. Danto'nun bir nesneyi sanat yapan unsurun fiziksel özelliklerinden çok ona yüklenen anlam olduğu düşüncesi göz önüne alındığında, Kruger'ın posterleri çağdaş sanat içerisinde bir ifade biçimi olarak değerlendirilebilir.



Görsel 36. Barbara Kruger, isimsiz, 1987, serigrafi baskı, 280 x 283 cm. Erişim: 24.04.2026
<https://lesoeuvres.pinaultcollection.com/en/artwork/untitled-i-shop-therefore-i-am>

Public Delivery'nin (2019) incelemesine göre modern tüketim kültürünü eleştiren sanatçı baskın kırmızı rengi ve açık tipografisiyle *Alışveriş yapıyorum, öyleyse varım* sloganını yerleştirmiştir. Bu söz filozof Rene Descartes'in "Düşünüyorum, öyleyse varım" sözüne bir göndermedir. Kruger'ın burada eleştirdiği nokta, insanların artık ne düşündükleriyle değil, neye sahip olduklarıyla tanımlanmasıdır. Sanatçıya göre kişisel niteliklerin veya derin fikirlerin bireyleri temsil eden nitelikler olmaktan çıkmış ve yerini maddi varlıkların almıştır. Feminist bir sanatçı olan Kruger eseri isimsiz bırakarak yorumlara açık olmasını sağlamıştır. Bir diğer yoruma göre, toplum içerisinde erkeklere nazaran daha fazla baskı altında ve gölgede kalan kadınların alışveriş yaparak görünümlerine önem vermek zorunda kalmaları ve böylece var oldukları şekildedir (Public Delivery, 2019).



Görsel 37. Barbara Kruger, isimsiz, 1989, serigrafi baskı, 284.48 x 284.48 cm. Erişim:24.04.2026
<https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>

Kruger medya ve siyasetin otoriter ve doğrudan söylem dilini yine aynı araçla yeniden üretir. *Your Body is a Battleground* adlı eser, kadınların bedenleri üzerindeki özgürlüklerini ve üreme haklarını savunmak amacıyla, ayrıca kürtaj karşıtı politikalara karşı bir protesto aracı olarak üretilmiştir (The Broad, t.y.). Bu yönüyle eser hem bir sanat eseri hem de bir protesto aracı olarak konumlanmıştır.

Kruger bu ve bunun gibi diğer eserlerinde poster estetiğini, tasarım dilini, serigrafi ve litografi tekniklerini kullanarak grafik tasarımın iletişim gücünü mevcut olan topluma hizmet etmek yerine toplumsal bir eleştiri dili olarak kullanmıştır. Özellikle odaklandığı tüketim kültürü ve cinsiyet rolleri ve medya manipülasyonu izleyiciye gündelik yaşamda maruz kaldığı mesajları tekrardan değerlendirmeye ve sorgulamaya davet etmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Kruger'ın eserleri Adorno'nun özerk sanat anlayışıyla uyumaktadır. Özerk sanat var olan toplum ile arasına mesafe koyar ve onun çelişkilerini, problemlerini ortaya çıkarır. Bu bağlamda Kruger'ın çalışmaları, Adorno'nun sanatın temel işlevlerinden biri olarak gördüğü eleştirelilik ilkesini çağdaş sanat pratiği içerisinde somutlaştıran örnekler

olarak değerlendirilebilir. Bunun yanında Kruger'ın tasarım ve çağdaş sanat arasındaki sınırları bulanıklaştırdığı düşünülebilir.

Diğer bir isim ise Guerrilla Girls'tir. 1980'lerde anonim kadın sanatçılardan oluşan bu grup, kendilerini resmi sitelerinde aktivistlerden oluşan feminist bir grup olarak tanımlamıştır. O dönemde kadın sanatçıların çok az sergi açması ve koleksiyonlara kadınların eserlerinin nadir dahil edilmesi üzerine bu ayrımcılığı kınamak ve gün yüzüne çıkarmak amacıyla bir araya gelmişlerdir. "Ana akım anlatının tek ve mutlak bir gerçeklik sunduğu fikrini sorgular; bunun yerine arka planda kalan hikâyeleri, alt metinleri, göz ardı edilenleri ve açıkça adaletsiz olan durumları görünür kılmaya çalışırız." (Guerrilla Girls, t.y.) ifadesiyle kendi anlayışlarını ortaya koymuşlardır. Ana akımı sorgulayan tavırları Adorno'ya göre eleştirel yapıya sahip olan özerk sanat anlayışıyla kesişmektedir.

Guerilla Girls kendi resmi sayfalarındaki açıklamalarına göre üyeleri New York'taki müzelerin önünde protestolar düzenlemenin yanında en özgün yönlerinden biri olan çarpıcı istatistikleri kullanarak ırkçılığı ve cinsiyetçiliği ortaya koyan posterler hazırlamaktadırlar. En ünlü eserlerinden biri olan *Do women still have to be naked to get into the Met Museum?* Posterinin ilk versiyonu 1989 yılında üretilmiştir. 2005, 2012 ve 2025 yıllarında yazılı olan istatistikler güncellenerek poster tekrardan sokaklarda yerini almıştır (Guerrilla Girls, t.y.).



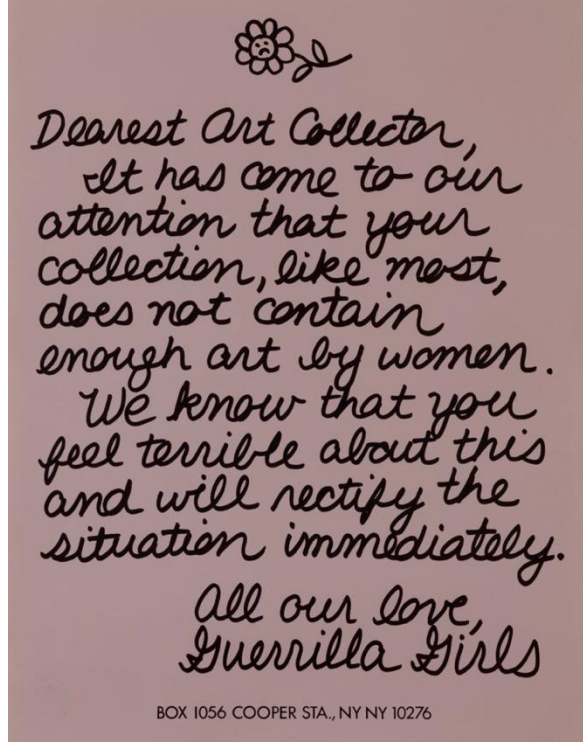
Görsel 38. Guerrilla Girls, 1989, poster. Erişim: 24.06.2026
<https://www.guerrillagirls.com/naked-through-the-ages>



Görsel 39. Guerrilla Girls, 2025, poster. Erişim: 24.06.2026
<https://www.guerrillagirls.com/naked-through-the-ages>

Posterde sanat tarihinde ikonikleşen Jean Auguste Dominique Ingres'in La Grande Odalisque adlı eserinde kullandığı kadın figüründen referans alınmış, ayrıca figür Guerrilla Girls'ün ikonik maskesini takmıştır. Kullandığı tek bir çarpıcı soru ve istatistik ile izleyicileri düşünmeye yönlendirmektedir. Çarpıcı bir tipografiyle yönelttiği *Do Women Still Have to Be Naked to Get Into the Met. Museum?*, Türkçesi "kadınların Metropolitan Müzesi'ne girebilmek için hâlâ çıplak mı olması gerekiyor?" olan soru açıkça müzelerde kadın bedenlerinin çoğunlukla "çıplak model" olarak yer almasına karşın, kadın sanatçıların oldukça düşük bir oranda müzelerde sanatçı olarak yer almasını gözler önüne sermiştir.

Resmi sitelerine göre posterler bugün Tate Modern'de kalıcı olarak sergilenmektedir. Sanatçı grubu aynı zamanda Venedik Bienali, Van Gogh Müzesi, National Museum of History ve daha birçok önemli mekânda sergilerde yer almıştır (Guerrilla Girls, t.y). Grubun sanat kurumlarını, müzeleri, galerileri ve eşitsizlikleri eleştirdiği ve protesto ettiği posterler, sokaklarda da görüldüğü gibi, müzelerde de yerini almıştır. Eleştirel bir yaklaşım sağlayan ve görünümün ötesinde yüklenen anlamlarıyla posterler, aynı zamanda sanat merkezlerinde de resmî olarak yerini almıştır.



Görsel 40. Guerrilla Girls, Dearest Art Collector, 2003, serigrafi baskı, 63.8 x 51.4 cm. erişim: 24.06.2026 <https://www.tate.org.uk/art/artists/guerrilla-girls-6858/getting-know-guerrilla-girls>

Tate'nin eser açıklamasına göre feminist sanatçı grubunun bir başka çalışmasında eleştirilerin hedefi sanat piyasasını şekillendiren özel koleksiyonerlerdir. Pembe kağıt üzerine el yazısı tipografisi ve başlığın üzerine eklenen üzgün çiçek nazik ve sevimli bir izlenim vermiştir. Fakat sanatçı grubu, görünenin aksine metin kinayeli bir şekilde koleksiyonerlerin koleksiyonunda kadın sanatçılara yeterince yer verilmediğini ve bu duruma çok üzüldüklerinin farkında olduklarını ifade etmişlerdir. Guerrilla Girls mizahı ve ironiyi eleştirel bir dille ustaca kullanmıştır (Tate, t.y.).

Bahsi geçen kadın sanatçıların eserleri incelendiğinde hem Kruger hem de Guerrilla Girls grafiğin bir unsuru olan tipografinin doğrudan mesaj iletebilme gücünü baskın ve eleştirel bir dille kullanmışlardır.

Grafik tasarımın temel öğelerinden biri olan tipografi, yalnızca mesaj taşıyan bir unsur değil, doğrudan sanatın ana malzemesi olarak da konumlanabilir. Lawrence Weiner tipografinin sanatsal bir ifade biçimi olarak doğrudan kullanılabileceğini gösteren önemli sanatçılardan biridir. Kavramsal sanatın önde gelen isimlerinden biri olan Weiner'in çalışmaları MoMa'nın tanımına göre dil aracılığıyla oluşturulmuş heykel niteliğindedir. Her sergilenişte yeniden üretilir ve anlam kazanır. Duygusal anlatımdan uzak ve reklam sloganları hissiyatı veren metinler sanatçının atölyedeki eylemlerine gönderme yapmaktadır. Çalışmalarının odağı, resim ve heykel gibi geleneksel sanat ortamlarına tanınan ayrıcalıkları reddetmesidir. Eserlerinin ana karakteri olan dil, sanatçıya göre "yüksek sanat" olarak görülen elitist yapıyı aşmanın ve izleyiciyi ön plana çıkarmanın bir yoludur. Sanatçı kitap, poster ve çeşitli basılı materyaller aracılığıyla geniş kitlelere ulaşabilme imkanına sahip olmuştur. Bu sebeple çalışmalarını galeri ve müzelerde sınırlı tutmamış gündelik yaşamın çeşitli yönlerine sanatını dahil etmiş ve görünür kılmıştır (MoMA, t.y.)



Görsel 41. Lawrence Weiner, Moved From Up Front, 1970. Erişim: 24.06.2026
<https://www.moma.org/artists/6288-lawrence-weiner#works>

MoMa'nın arşivinde bulunan Türkçesi "ön taraftan taşındı" anlamına gelen "moved from up front" çalışmasında Weiner'in kurduğu belirsizlik, izleyicinin sorular sormasını teşvik ediyor. "Ne taşındı? Nereye taşındı? Kim taşıdı?". Dolayısıyla Weiner'in yaptığı izleyicinin zihninde hayali bir olay örgüsü oluşturmaktı. İzleyicinin zihninde "burada ne olduğu belirsiz bir nesne vardı. Resim, heykel ya da başka bir şey. Ardından bu nesne ortadan kaldırıldı" gibi düşünceler ortaya çıkmaktadır. Böylece Weiner fiziksel bir nesne olmadan tipografinin

kendisiyle hayali bir olay meydana getirir. Kavramsal yaklaşımıyla sanatçı, sanatını fiziksel bir nesneyle değil, dilin gücüyle sanat anlayışını ortaya koymuştur (MoMA, t.y.).

Sanatçının tipografiye bu yaklaşımı posterlerde mesajı görünür kılan tipografinin yalnızca mesaj taşıyan grafik bir unsur değil, doğrudan sanatın ana malzemesi olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Tipografi ve poster yaklaşımından yararlanan bir başka sanatçı Jenny Holzer, Moma arşivindeki çalışmasında bazen düşündürücü, bazen de saldırgan tek satırlık cümleleri bir araya getirmiştir. Kendi ifadesiyle, şaka yoluyla Batı ve Doğu düşüncesinin Jenny Holzer tarafından hazırlanmış Reader's Digest özetidir. Holzer burada uzun makaleleri ve karmaşık fikirleri özetleyen popüler Amerikan dergisi olan Reader's Digest dergisine gönderme yapmaktadır. Sanatçı din, felsefe, ahlak gibi birçok toplumsal tartışma konularını tek satırlık çarpıcı cümlelere indirgemıştır. Cümlelerinden bazıları "gücün kötüye kullanılması şaşırtıcı değildir.", "Özel mülkiyet suçu yarattı", "Yaşadığın kuralların kurbanısın" şeklindedir. "Truism" yani özdeyişler anlamına gelen çalışmasını müze ve galerilerde, dijital ekranlarda, reklam panolarında sergilemenin yanında ayrıca düşük maliyetlere çoğalttığı kopyaları rastgele dağıtmış ya da şehrin çeşitli noktalarına poster olarak yapıştırmıştır. Holzer hem reklam panolarıyla hem de kullandığı poster yöntemiyle sanatını kamusal alanın bir parçası haline getirmiştir. (MoMA, t.y.)



Görsel 42. Sergi görünümü: ARTIST ROOMS: Jenny Holzer, Tate Modern, Londra, 2018. Jenny Holzer. Erişim: 24.06.2026 <https://spruethmagers.com/exhibitions/jenny-holzer-trucks-and-truism/>

A LITTLE KNOWLEDGE CAN GO A LONG WAY
A LOT OF PROFESSIONALS ARE CRACKPOTS
A MAN CAN'T KNOW WHAT IT'S LIKE TO BE A MOTHER
A NAME MEANS A LOT JUST BY ITSELF
A POSITIVE ATTITUDE MAKES ALL THE DIFFERENCE IN THE WORLD
A RELAXED MAN IS NOT NECESSARILY A BETTER MAN
A SENSE OF TIMING IS THE MARK OF GENIUS
A SINCERE EFFORT IS ALL YOU CAN ASK
A SINGLE EVENT CAN HAVE INFINITELY MANY INTERPRETATIONS
A SOLID HOME BASE BUILDS A SENSE OF SELF
A STRONG SENSE OF DUTY IMPRISONS YOU
ABSOLUTE SUBMISSION CAN BE A FORM OF FREEDOM
ABSTRACTION IS A TYPE OF DECADENCE
ABUSE OF POWER SHOULD COME AS NO SURPRISE
ACTION CAUSES MORE TROUBLE THAN THOUGHT
ALIENATION PRODUCES ECCENTRICS OR REVOLUTIONARIES
ALL THINGS ARE DELICATELY INTERCONNECTED
AMBITION IS JUST AS DANGEROUS AS COMPLACENCY
AMBIVALENCE CAN RUIN YOUR LIFE
AN ELITE IS INEVITABLE
ANGER OR HATE CAN BE A USEFUL MOTIVATING FORCE
ANIMALISM IS PERFECTLY HEALTHY
ANY SURPLUS IS IMMORAL
ANYTHING IS A LEGITIMATE AREA OF INVESTIGATION
ARTIFICIAL DESIRES ARE DESPOILING THE EARTH
AT TIMES INACTIVITY IS PREFERABLE TO MINDLESS FUNCTIONING
AT TIMES YOUR UNCONSCIOUS IS TRUER THAN YOUR CONSCIOUS MIND
AUTOMATION IS DEADLY
AWFUL PUNISHMENT AWAITS REALLY BAD PEOPLE
BAD INTENTIONS CAN YIELD GOOD RESULTS
BEING ALONE WITH YOURSELF IS INCREASINGLY UNPOPULAR
BEING HAPPY IS MORE IMPORTANT THAN ANYTHING ELSE
BEING HONEST IS NOT ALWAYS THE KINDEST WAY
BEING JUDGMENTAL IS A SIGN OF LIFE
BEING SURE OF YOURSELF MEANS YOU'RE A FOOL
BELIEVING IN REBIRTH IS THE SAME AS ADMITTING DEFEAT
BOREDOM MAKES YOU DO CRAZY THINGS
CALM IS MORE CONDUCTIVE TO CREATIVITY THAN IS ANXIETY
CATEGORIZING FEAR IS CALMING
CHANGE IS VALUABLE BECAUSE IT LETS THE OPPRESSED BE TYRANTS
CHASING THE NEW IS DANGEROUS TO SOCIETY
CHILDREN ARE THE CRUELEST OF ALL
CHILDREN ARE THE HOPE OF THE FUTURE
CLASS ACTION IS A NICE IDEA WITH NO SUBSTANCE
CLASS STRUCTURE IS AS ARTIFICIAL AS PLASTIC
CONFUSING YOURSELF IS A WAY TO STAY HONEST
CRIME AGAINST PROPERTY IS RELATIVELY UNIMPORTANT
DECADENCE CAN BE AN END IN ITSELF
DECENCY IS A RELATIVE THING
DEPENDENCE CAN BE A MEAL TICKET
DESCRIPTION IS MORE VALUABLE THAN METAPHOR
DEVIANTS ARE SACRIFICED TO INCREASE GROUP SOLIDARITY
DISGUST IS THE APPROPRIATE RESPONSE TO MOST SITUATIONS
DISORGANIZATION IS A KIND OF ANESTHESIA
DON'T PLACE TOO MUCH TRUST IN EXPERTS
DON'T RUN PEOPLE'S LIVES FOR THEM
DRAMA OFTEN OBSCURES THE REAL ISSUES
DREAMING WHILE AWAKE IS A FRIGHTENING CONTRADICTION
DYING AND COMING BACK GIVES YOU CONSIDERABLE PERSPECTIVE
DYING SHOULD BE AS EASY AS FALLING OFF A LOG
EATING TOO MUCH IS CRIMINAL
ELABORATION IS A FORM OF POLLUTION
EMOTIONAL RESPONSES ARE AS VALUABLE AS INTELLECTUAL RESPONSES
ENJOY YOURSELF BECAUSE YOU CAN'T CHANGE ANYTHING ANYWAY
EVEN YOUR FAMILY CAN BETRAY YOU
EVERY ACHIEVEMENT REQUIRES A SACRIFICE
EVERYONE'S WORK IS EQUALLY IMPORTANT
EVERYTHING THAT'S INTERESTING IS NEW
EXCEPTIONAL PEOPLE DESERVE SPECIAL CONCESSIONS
EXPIRING FOR LOVE IS BEAUTIFUL BUT STUPID
EXPRESSING ANGER IS NECESSARY
EXTREME BEHAVIOR HAS ITS BASIS IN PATHOLOGICAL PSYCHOLOGY
EXTREME SELF-CONSCIOUSNESS LEADS TO PERVERSION
FAITHFULNESS IS A SOCIAL NOT A BIOLOGICAL LAW
FAKE OR REAL INDIFFERENCE IS A POWERFUL PERSONAL WEAPON
FATHERS OFTEN USE TOO MUCH FORCE
FEAR IS THE GREATEST INCAPACITATOR
FREEDOM IS A LUXURY NOT A NECESSITY
GIVING FREE REIN TO YOUR EMOTIONS IS AN HONEST WAY TO LIVE
GOING WITH THE FLOW IS SOOTHING BUT RISKY
GOOD DEEDS EVENTUALLY ARE REWARDED
GOVERNMENT IS A BURDEN ON THE PEOPLE
GRASS ROOTS AGITATION IS THE ONLY HOPE
GUILT AND SELF-LACERATION ARE INDULGENCES
HABITUAL CONTEMPT DOESN'T REFLECT A FINER SENSIBILITY
HIDING YOUR MOTIVES IS DESPICABLE

Görsel 43. Jenny Holzer, *Ttruisms*, 1978-1987, fotokopi, 243.9 x 101.6 cm. Erişim: 24.06.2026 <https://spruethmagers.com/exhibitions/jenny-holzer-trucks-and-truisms/>



Görsel 44. Ed Ruscha, 2014, litografi, 73 x 71 cm. Erişim: <https://www.thebroad.org/art/ed-ruscha/wall-rocket>

Ed Ruscha çalışmalarına bakıldığında, reklam dilini andıran kısa ifadelerle karşılaşılır. Bu kısa ifadeler çoğunlukla ticari tabelaları çağrıştırmaktadır. Sıkça litografi baskı ile üretim yapmaktadır.

Litografi, serigrafi ya da diğer baskı teknikleri ile meydana gelen basılı ürünler tekniği dolayısıyla illüstrasyon ile ilişkilidir. Resim gibi diğer disiplinlerde daha kolayca verilen valör değerlerinin yansıtılması baskı tekniklerinde göz yanılması ile çözülmüştür (Bilginer,2014).

İllüstrasyon yüzyıllardır varlığını sürdürmesine rağmen ayrı bir disiplin olarak görülmesi 1901'de Amerika'da illüstratörler derneğinin (Society of Illustrators) kurulmasıyla olmuştur. İllüstrasyonun ticari temeller üzerine kurulmuş olması onun hâlâ güzel sanatlar camiasının bazı kesimlerinde küçümsenmesine neden olmaktadır (Male, 2007). İllüstrasyon Amerikan Grafik Tasarımcılar Birliği'nin açıklamasına göre kısaca, fikirlerin, kavramların veya sistemlerin analog ve dijital medya aracılığıyla görsel olarak ifade edilmesidir (AIGA, t.y.). Bu görsel iletişim dili yıllar boyunca ticari sanat, gravür, kitap çizimleri gibi birçok farklı alanla beraber anılmıştır. İllüstrasyonun amacı belirli bir bağlam içerisindeki mesajı hedef kitleye iletme (Male, 2007). Bu açıdan bakıldığında, grafik sanatları ve poster tasarımları ile ortak özelliklere sahiptir. İllüstrasyon geleneği sanatçıların kendilerini kolaylıkla ifade edebildikleri

etkili bir görsel dil niteliği taşıyabilmektedir. Serigrafi tekniği de bu ifade kolaylığına oldukça elverişli bir tekniktir.

2.6 Alternatif Kültür ve Konser Posterleri: Psychedelic ve Gig Posterler

1960'larda sanat dünyası hâlâ büyük ölçüde akademi çevresinde şekillenmekteydi. Bu sebeple yüksek ve popüler sanat arasındaki gerilim, beraberinde “ana akım karşıtı kültür”ün doğuşunu getirmiştir. Karşıt kültür, ana akım toplumsal değerlerine ve akademik, tekdüze sanat anlayışına karşı çıkarak ifade özgürlüğünün daha önde olduğu, sanat ile yaşam arasındaki sınırların belirsizleştiği bir anlayıştır. Gündelik yaşam ile sanatı bir araya getirmeye çalışan Pop Art akımının revaçta olduğu 1960'lı yıllar aynı zamanda karşı kültürün de canlandığı bir dönemdir. Sanatı mobilyalardan mimariye kadar yaşamın her alanına taşımaya çalışan Art Nouveau akımı, karşıt kültürü tetikleyen ilk adımlardan biri olarak görülebilir. Bu nedenle, Art Nouveau'nun estetik anlayışı, 1960'larda karşı kültür ortamında doğan psikedelik posterlerde güçlü bir biçimde etkisini göstermektedir 35. Oldukça zor okunur tipografilere sahip bu poster türleri döneminin özgür ruhlarını yansıtmıştır. Zaman içerisinde özgün konser posterleri kültürü ilerlemeye devam etmiştir. Günümüzde Gig posterler adı altında özgün posterler üretilmeye devam edilmektedir.

Posterde bilgiyi izleyiciye iletme açısından tipografi belki de en önemli elemandır. Fakat akademik tasarım anlayışlarını inkâr eden psikedelik poster tasarımcıları hem karakteristik hem de okunması güç tipografileriyle öne çıkmışlardır. Bu tavrın posterlerin iletişim aracı yönünü geri plana iterken estetik yönünü öne çıkardığı görülebilir.

Psikedelik, kişinin algısını, bilinç durumunu ve ruh hâlini değiştiren halüsinojenik maddeleri tanımlamak için kullanılan bir terimdir (National Library of Medicine, t.y.). Psikedelik posterler ya da “psychedelic art” ise bahsi geçen yıllarda sanatçıların LSD gibi zihni uyuşturan uyuşturucuların etkisi altında ürettiği ya da oluşan etkiden ilham aldığı işleri tanımlamaktadır (Tate, t.y.). Xu'nun aktardığına göre savaş sonrası özgür ruhlarıyla öne çıkan “Baby Boomer” kuşağı, bu özgürlükçü ruhlarını Art Nouveau tipografisi ve Viennese Secession ile harmanlayarak psikedelik posterleriyle öne çıkmıştır. Posterlerin çıkış noktası Londra ve San Francisco olan posterler stil olarak çeşitlilik gösterse de fantastik temalar, parlak renkler, akışkan kompozisyonlar ve okunması pek de kolay olmayan sıra dışı tipografiler ortak

özellikleri olarak sayılabilir. Psikedelik posterlerin poster tasarım anlayışına karşı sergilediği bu tavır, modern tasarımın yeniden sorgulanmasına yol açmıştır. Psikedelik posterler günümüzde modern sanat kadar hızlı ve etkili bir şekilde uluslararası bir stil haline gelemese de özgün yapısıyla, ileride gelişecek diğer poster anlayışlarının temellerini atmıştır. 1967’de psikedelik posterlerin önde gelen “Big Five” (Büyük Beşli) adıyla anılan bir grup sanatçı öne çıkmıştır. Sanatçılar Victor Moscoso, Wes Wilson, Rick Griffin, Stanley Mouse ve Alton Kelley’den oluşmaktaydı. (Xu, 2023)

Döring’in aktardığına göre Big Five grubundan Wes Wilson, Family Dog Productions ve Filmore’da çalışmış, bu süreçte posterlerinin karakteristik özelliği olan sıkışık, okunması zor ama akışkan kompozisyonlu tipografisini geliştirmiştir. Kullandığı figürler ve özgün tipografisi genellikle tüm yüzeyi doldurmaktadır (Döring, 2020). Wilson’u üne kavuşturan ilk işi, Bill

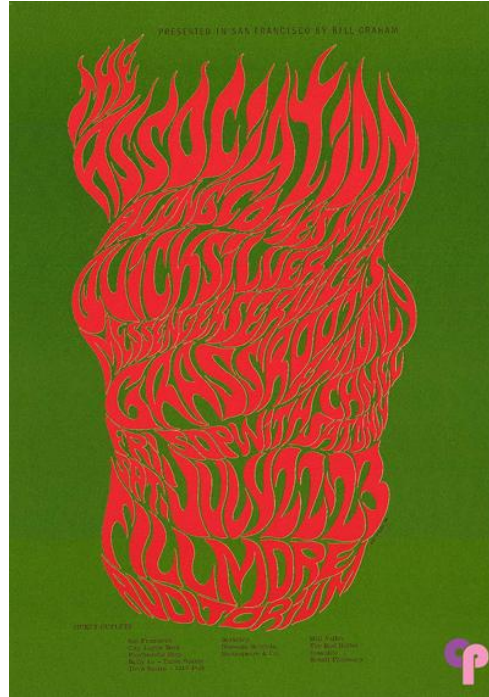


Görsel 45. Alton Kelley, Victor Moscoso, Rick Griffin, Wes Wilson, Stanley Mouse, fotoğraf: Bob seidemann. Erişim 24.06.2026 <https://bit.ly/4ewyyGE>

Graham tarafından düzenlenen konserler için tasarladığı posterdir. Canlı renk kullanımının yanı sıra, kırmızı alevleri andıran tipografisi, psikedelik posterlerin karakteristik özelliklerinden biri olarak oldukça zor okunmaktadır (Xu, 2023).



Görsel 46. Wes Wilson, Byrds, Moby Grape, 1967, renkli litografi, 56.2 x 35 cm. (Döring, 2020, s.255)



Görsel 47. Wes Wilson, Fillmore Auditorium, 1966, 51 x 36 cm. erişim: 24.06.2026
<https://www.collectorsweekly.com/articles/psychedelic-poster-pioneer-wes-wilson/>

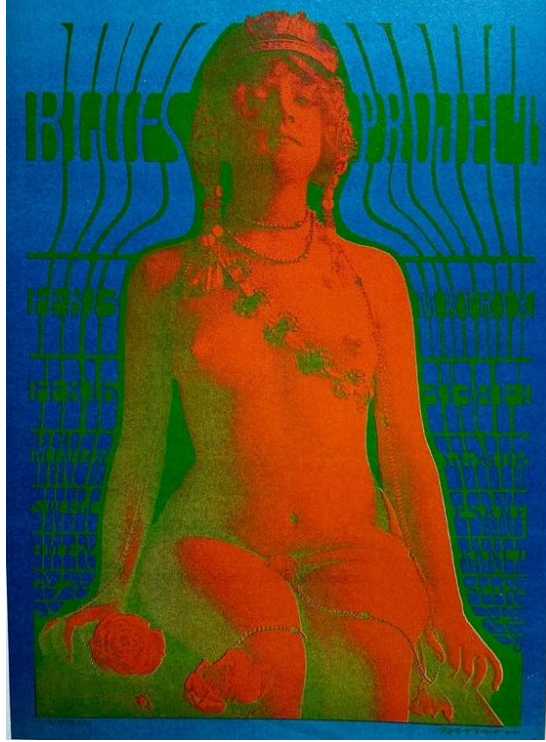
Classic Poster'te yer aldığına göre konser organizatörü olan Bill Graham, posterleri tasarlaması için Wes Wilson'a özgürlük tanımaktaydı. Böylece Wilson posterlerinde kendi tarzını yansıtmakta zorluk çekmemiştir. Wilson'ın Bill Graham için tasarladığı başka bir

posterde tavus kuşu ve tipografi dans edercesine kıvrılmış tüyleriyle sanatçının Art Nouveau'dan aldığı ilhamın belirgin olduğu görülmektedir (Classic Posters, t.y.).

“Big Five” grubundan titreşen renk kullanımıyla öne çıkan sanatçı Victor Moscoso özellikle “Neon Rose” poster serisi ile uluslararası bir üne kavuşmuştur. Moscoso posterlerinde kullandığı okunması zor tipografiler hakkında bir röportajda akademik eğitimi bir kenara bırakması gerektiğinden bahsetmiştir (Döring, 2020). Classic Posters’in aktardığına göre Akademiye aldığı tasarım anlayışları hakkında ayrıca şu sözleri eklemiştir:

bana harflerin her zaman okunaklı olması gerektiği öğretilmişti; ben de bunu tersine çevirip şöyle dedim: Harfler mümkün olduğunca okunamaz olmalı. Bir başka kural da posterin mesajını hızlı ve basit bir şekilde iletmesi gerektiğiydi. Ben ise şöyle dedim: Poster insanı mümkün olduğunca uzun süre oyalamalı. Bir diğer kural şuydu: Titreşen renkler kullanma; gözleri rahatsız ederler. Ben de şöyle dedim: Titreşen renkleri olabildiğince çok kullan. Sonuçta müzisyenler amplifikatörlerini kulak zarlarını patlatacak seviyeye kadar açıyorlardı. Ben de bunun gözler için eşdeğerini yaptım... Posterleri karmaşık yapın. Bir poster mesajını hızlı ve basit şekilde iletmemeli. İnsanlar hemen geçip gider dostum. Ben onların orada bir saat kalıp kalamayacağını görmek istiyordum.”(Classic Posters, t.y.)

Moscoso akademik eğitimin öğrettiği tüm poster tasarım kurallarını yıkarak kendine özgü bir yol çizmiştir. Birbirine yakın renkler ve zor okunan tipografi kullanımıyla poster tasarımının belki de en temel hedefi olan mesajı hızlı ve doğrudan iletme yönünü bir kenara itmiştir. Moscaso posterlerinde mesajı hızlı aktarmak yerine izleyicinin algısını zorlar ve mesajı yavaş yavaş keşfetmesini sağlar. Sanatçının yaptığı, modern ve tek düze tasarım anlayışından uzaklaşıp kendi sanat anlayışını özgürce ifade etmek için attığı bir adımdı. Okunması zor tipografiler posterin hızlı mesaj iletme kuralını yıkmaktadır.

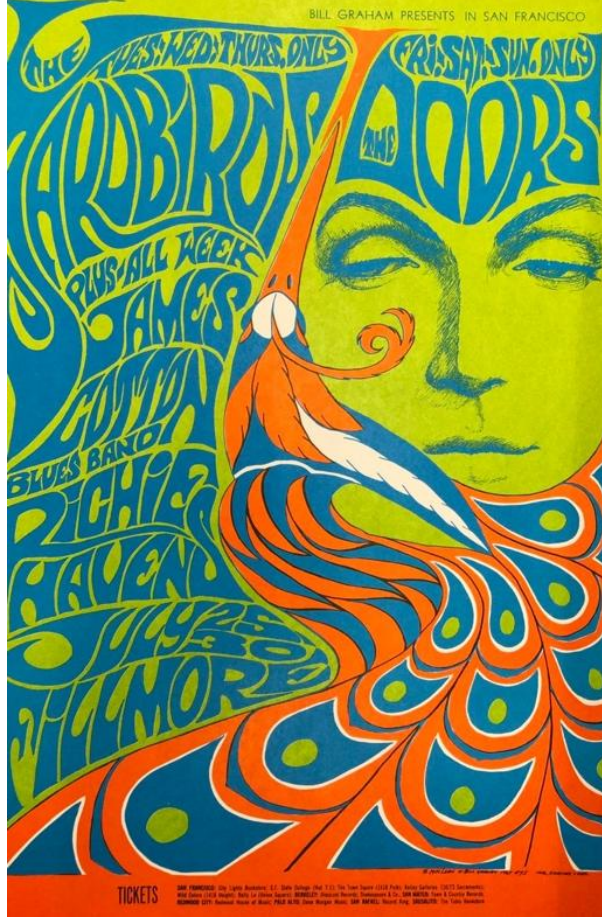


Görsel 48. Victor Moscoso, Blues Project at The Matrix, 1967, renkli litografi, 50.7 x 35.2 cm. (Döring, 2020, s.252)



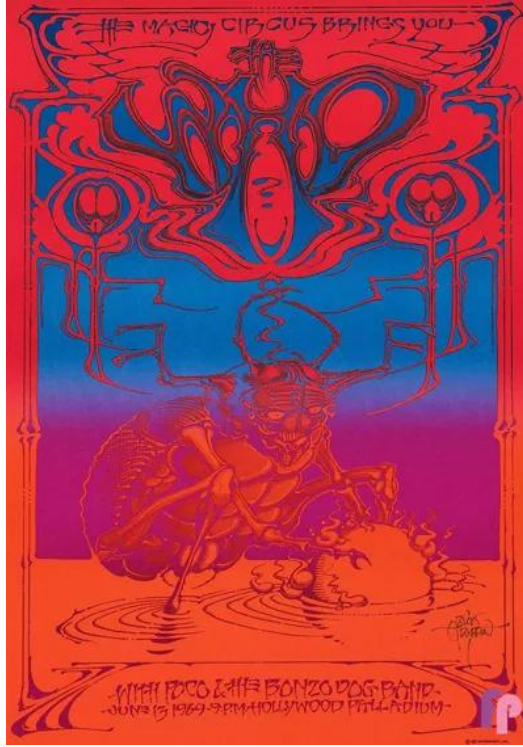
Görsel 49. Victor Moscoso, Rise Of The Cloud, 1967, renkli litografi, 50.1 x 37.5 cm. (Döring, 2020, 252)

Moscoso'nun kuralları yıkan bu yaklaşımı bir posteri başarısız yapmak yerine onu hedeflediği konuma getirmiştir. Paris'teki poster çılgınlığında Lautrec ve Jules Cheret de olduğu gibi Moscoso'nun da posterleri duvarlardan sökülmeğe başlanmıştır (Classic Posters, t.y.)



Görsel 50. Bonnie Maclean, Blues Project, 1967, 54 x 35 cm, ABD. Erişim: 24.06.2026 <https://bit.ly/4akIElj>

Sanatçı ve küratör Doug Harvey psikedelik posterlerin en önemli unsurunun bozulma olduğunu ve özellikle reklam amacına hizmet eden bölümün bozulmaya uğramasıyla posterin sözel yönünü geri plana atıp görsel yönünü öne çıkardığını ve izleyiciyi düşünmeye zorladığını belirtmiştir (Bahr, 2023).



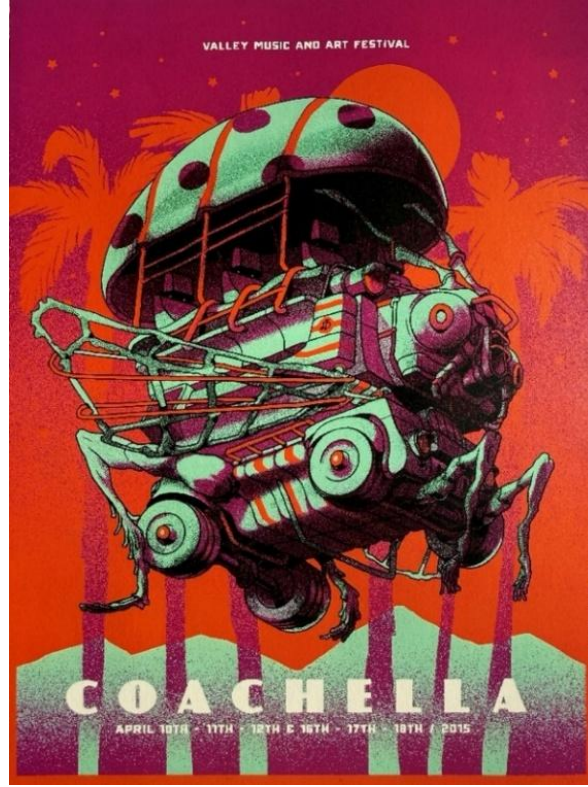
Görsel 51. Rick Griffin, 1969. Erişim: 24.06.2026 <https://bit.ly/4b4zu2H>

1960'larda yaşanan ana akım karşıtı kültürün gelişmesi sanatta ifade özgürlüğü için uygun zemin hazırlamıştır. Modern poster tasarım kuralları yıkılmış, yerine özgür ifade tarzları gelişmiştir. Başlıca amaçlarından biri olan mesajı izleyiciye hızlı bir şekilde iletme, psikedelik posterlere göre farklı yorumlanmıştır. Tipografiler, psikedelik posterin elinde izleyiciler tarafından çözülmesi gereken eğlenceli bir bilmeceye dönüşmüştür.

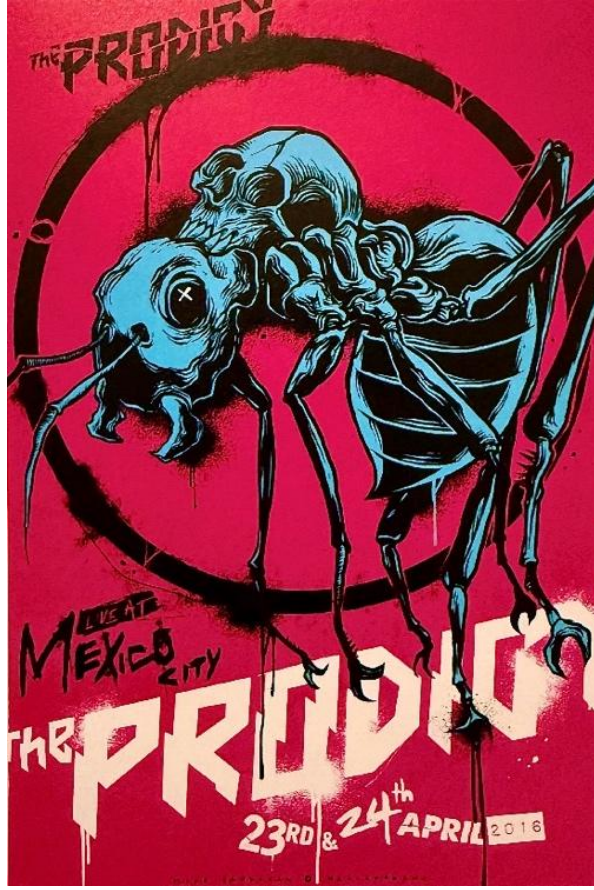
Psikedelik posterler, poster tasarım kurallarını baştan yazmıştır. Wes Wilson'ın gözü zorlayan tipografisi ve Victor Moscoso'nun titreşen renkleri poster tasarımının kurallarını baştan yazmıştır. Posterlerde kullanılan tipografi mesajı sadece hızlıca iletme ve iletişim aracı olmanın ötesine geçmiş, özgür bir ifade biçimine dönüşmüştür. Psikedelik posterleri sipariş eden konser organizatörlerinin sanatçılara sunduğu özgürlük sayesinde aynı zamanda deneysellik de ön plandadır. Psikedelik posterler ile artık iletişim aracı olarak değil, Paris'te Lautrec ve Chéret gibi sanatçıların posterlerinde olduğu gibi daha çok estetik bir amaca hizmet etmeye başlamıştır. Bu dönem posterin sanatsal bir ifade aracı olabileceğinin göstergesidir.

Psikedelik posterlerin ardından konser posteri kültürü Gig Posterler adı altında günümüze kadar gelmiştir.

“gig”in Türkçeye canlı konser olarak çevrilmesinin yanında kısa süreli iş olarak anlamı da bulunmaktadır (Deodato Arte, t.y.). Döring’in aktardığına göre 1990’lı yıllarda mevcut sanat piyasasının dışında ve geleneksel grafik tasarımdan bağımsız olarak özgün posterler oluşmaya başlamıştır. Organizatörlerin bu konuya destek sağlaması günümüzde küresel bir olgu haline gelmiştir (Döring, 2020). Austin City Limits 2004’te her sene gerçekleşen konserler için sanatçılarla iş birliği yapmış ve özgün poster geleneğini başlatmıştır (Austin City Limits, 2025). Bu posterler aynı zamanda onları tasarlayan sanatçının bir tür parmak izi olarak görülebilir. Sanatçıların tasarladıkları posterlerde, hem sanatçıların kendi sanat anlayışlarına hem de performans sergileyecek müzisyenlere uygun tasarımlarla öne çıktıkları görülmektedir.



Görsel 52. Smithe, Coachella Valley Music and Arts Festival, 2015, serigrafi, 60.9 x 45.7 cm. (Döring, 2020, s.366)



Görsel 53. Mike Sandoval, The Prodigy, 2016, serigrafi baskı, 60 x 40 cm. (Döring, 2020, s.367)

Strong ve Whiting'e göre bu posterlerin önemi yalnızca dinleyiciler ve müzisyenlerle kalmayıp performans mekânlarının yerel arşivi konumundadır. Posterler mekânların hem kolektif hafızasını görünür kılmakta hem de karakterini oluşturmaktadır. Bu posterler aynı zamanda koleksiyonluk bir değer kazanmaktadır (Strong ve Whiting, 2017). Ayrıca psikodelik ve gig posterlere genel olarak bakmak gerekirse, bu posterler ticari yönü bulunmasına rağmen sanatçılar için kendi sanat anlayışlarını ifade edebildikleri özgün bir alan oluşturmuştur.

3. BÖLÜM: KİŞİSEL SANAT UYGULAMALARI



Görsel 54. Nisa Harman, Peace or Something, 2025, 5 renk serigrafi baskı, 70 x 50 cm

Peace or Something adlı çalışma, merkezinde takım elbiseli bir maymun figürünün yer aldığı eleştirel bir kompozisyondur. Figür, izleyiciye yönelttiği bakışlarıyla, alaycı ve meydan okuyan bir ifade takınmaktadır. Takım elbise, genellikle otorite, iktidar ve devlet adamlığıyla ilişkilendirilen bir simge olarak kullanılmıştır. Bu temsilin maymun figürü üzerinden kurulması, otorite, iktidar sahipleri ve politik gücü elinde tutan bireylerin samimiyetsiz tavırlarına eleştirel bir yaklaşımdır.

Çalışmada kullanılan “Peace or Something” ifadesi Türkçeye “Barış ya da onun gibi bir şey” / “Barış falan” şeklinde çevrilebilir. Çalışma, bu iktidar sahiplerinin barış söylemini çoğu zaman yüzeysel, yapay ve samimiyetsiz bir biçimde kullandığını vurgular. Figürün alaycı tavrı, “barış” kavramının ciddiyetini yitirmesine yönelik görsel bir eleştiri oluşturur.

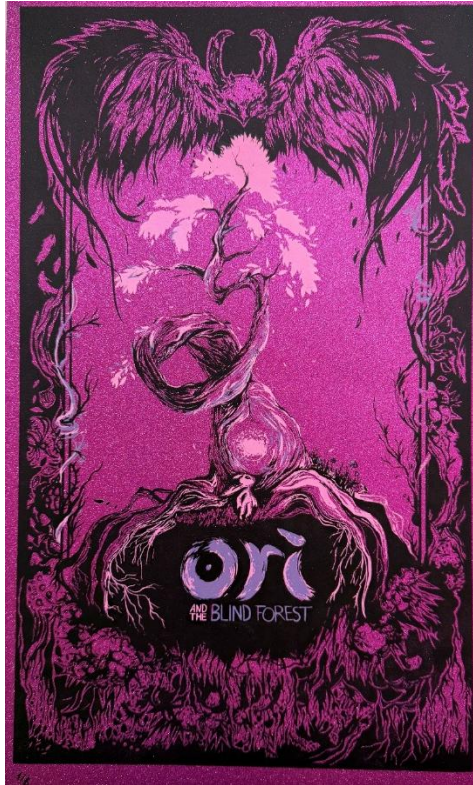


Görsel 55. Nisa Harman, Bencil Oyunlar Kayıp Hayatlar, 2025, 70 x 40 cm, 6 renk serigrafi baskı.

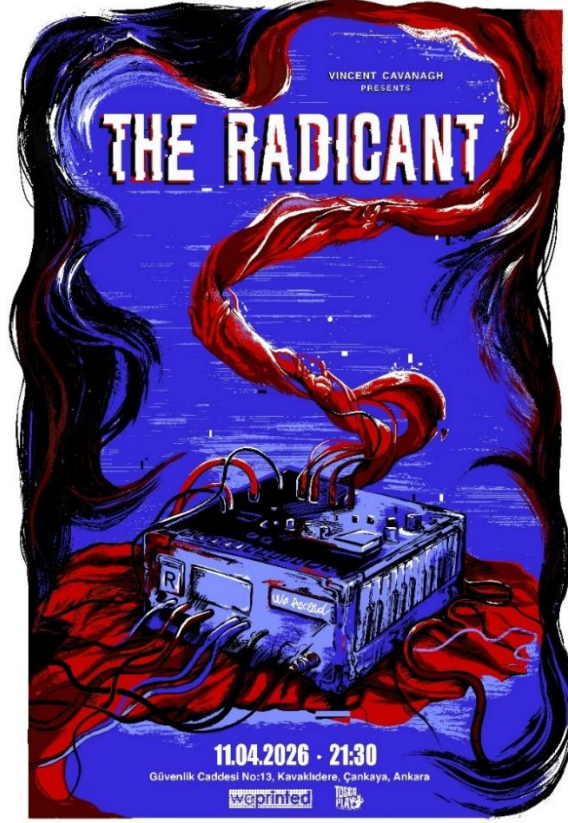
Bu çalışma, Türkiye’de 2023 yılında meydana gelen ve büyük can kayıplarına yol açan depremden esinlenerek hazırlanmıştır. Kompozisyonda yer alan yıkıntı hâlindeki meydana yer alan akbaba figürleri bireysel çıkarları uğruna insanların yaşamlarını hiçe sayan kişileri simgelemektedir. Geçmişten günümüze devam eden denetimsizlik, ihmal ve haksız kazanç amacıyla gerçekleştirilen usulsüz uygulamaların, zaman içerisinde telafisi mümkün olmayan sonuçlara yol açtığı vurgulanmaktadır. Bu usulsüz davranışlar sergileyenlerin leşle beslenen hayvanlardan farkı kalmamıştır. Çalışma toplumsal sorumluluk bilincinin zayıflaması ve etik değerlerin göz ardı edilmesi sonucunda ortaya çıkan yıkıcı sonuçlara yönelik eleştirel bir bakış sunmaktadır.



Görsel 56. Nisa Harman, Ghostland, 2024, 50 x 35 cm, 6 renk serigrafi baskı.



Görsel 57. Nisa Harman, Ori, 2025, 70 x 40 cm, 3 renk serigrafi baskı.



Görsel 58. Nisa Harman, The Radicant, 2026, beş renk serigrafi baskı.

The Radicant için tasarlanan bu gig poster, sanatçının müzikal kimliği ve konserlerinde benimsediği performans sanatından esinlenerek hazırlanmıştır. Tasarım sürecinde, sanatçının sahne performanslarında kullandığı görsel dil ve atmosfer temel alınmıştır. Böylece afiş, yalnızca konseri duyuran bir grafik ürün olmanın ötesinde, sanatçının sahne estetiğini ve müzikal yaklaşımını görsel bir anlatıma dönüştürmeyi amaçlamıştır.



Görsel 59. Nisa Harman, Birds Within Me serisi, 2026, her biri 35 x 18 cm, transparan kağıt üzerine 2 renk linoleum baskısı.

Birds Within Me serisi, sanatçının kendi içsel süreçlerini ve dönüşüm aşamalarını kuş imgeleri üzerinden ele aldığı üç ayrı çalışmadan oluşmaktadır. Seride yer alan her çalışma, yarı transparan kâğıt üzerine iki renk linol baskı tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Her bir parça ayrı bir aşamayı temsil etmektedir.

Serinin ilk çalışması, daha sert, acımasız ve vahşi bir atmosfere sahiptir. Bu aşamada karanlık bir atmosferle suçlayıcı ve daha içsel çatışmanın yaşandığı bir dil tercih edilmiştir.

İkinci çalışma, ilk aşamaya göre daha sorgulayıcı bir tavır taşımaktadır. Bu çalışmada karga figürü kullanılmıştır. Karga, çoğu kültürde zekâ, sezgi, ve sorgulama gibi anlamlarla ilişkilendirilen sembolik bir kuştur. Bu bağlamda sorgulama ve anlamlandırma sürecinin ele alındığını göstermektedir.

Serinin son çalışmasında ise daha aydınlık renkler tercih edilmiştir. Bu aşamada baykuş figürü kullanılarak bilgelik, huzur ve içsel dinginlik vurgulanmıştır. Baykuş, bilgelik ve farkındalıkla ilişkilendirilen bir imge olarak, sanatçının önceki aşamalarda yaşadığı çatışma ve sorgulamanın ardından ulaştığı daha sakin ve bilinçli ruh hâlini temsil etmektedir.

Bu yönüyle “Birds Within Me” serisi, sanatçının kendi iç dünyasında geçirdiği dönüşüm sürecini üç farklı kuş figürü aracılığıyla temsil etmektedir. Her bir aşamada poster sanatının estetiği ve slogan edasında tipografiler kullanılmıştır.



Görsel 60. Nisa Harman, isimsiz, 50x35 cm, dört renk serigrafi, 2026

Bu çalışma, Amerika Birleşik Devletleri'nde askerî propaganda amacıyla kullanılan ikonik “I Want You” afişinden ilham alınarak tekrar görselleştirilen bu poster, savaşın günümüzde nasıl şekil değiştirdiğine ve bireylerin buradaki konumuna parmak basmaktadır.

Günümüzde ülkeler arasındaki ekonomik savaş ciddi bir konuma gelmiştir. Sıcak savaşlardak bedenlerin yerini teknoloji; tüfeklerin yerini para almıştır. Dolayısıyla geçmişte yurtlarını savaşa çağıran propaganda posterleri yerini farklı stratejilere bırakmış ve bireyleri daha fazla tüketmeye, onları bu döngünün bir parçası olmaya teşvik etmeye başlamıştır. *I Want You to Buy More* ifadesi ile kinayeli ve propaganda estetiğini yeniden kullanan bu çalışma, izleyiciyi kendi tüketim davranışını sorgulamaya ve bilinçli bir tüketici olmaya ve arka tarafta görünür olmayan ekonomik güç ilişkilerine karşı bilinçli olmaya davet etmektedir.



Görsel 61. Nisa Harman, isimsiz, 36x25 cm renkli karton üzerine serigrafi baskı, 2026

I Want You To Buy More adlı çalışmanın devamı olan bu çalışma görsel çok sayıda çeşitli renklerde kağıtlara basılmasının ardından kamusal alanlara taşınmıştır. Bu noktada posterin yalnızca içerik olarak taşıdığı anlam değil aynı zamanda sergilendiği mekân üzerine odaklanılmıştır. Posterin biricik ve kıymetli sanat eseri yerine çoğaltılabilir yapısı iletilmek istenen mesajı desteklemektedir. Kolayca gözden çıkarılabilecek tek renk baskılar çeşitli kamusal alanlara yerleştirilmiştir. Poster diğer posterler gibi yıpranabilir, sökülebilir ve üzeri kapatılabilir bir konumdadır. Bu durum posterin kendisinin de ifade etmeye çalıştığı üretilme, tüketilme ve tekrardan üretilme döngüsünü desteklemektedir. Özellikle marketlerin çevresinde yerleştirilmesi çalışmanın mesajıyla mekân arasında bağ kurmasını sağlar.



Görsel 62. Nisa Harman, isimsiz, 70x33.5 cm, beş renk serigrafi, 2026.

Şahit olunan bir zulüm karşısında sessiz kalmak yalnızca ahlaki bir geri çekiliş değil, aynı zamanda o şiddetin devamına zemin hazırlayan bir tutumdur. Bugün başkasına yönelen baskı, görmezden gelindiğinde yarın herkesi tehdit eden daha büyük bir düzene dönüşebilir. Dolayısıyla, “bana dokunmayan yılan bin yaşasın” anlayışı ile bireylerin kendilerini olayın dışında tutması, toplumsal ve insani bir sorumluluktan kaçıştır. Zulmün üzeri örtüldükçe, kamuoyunun sessizliği de bu düzenin devamlılığına katkıda bulunur. Bu nedenle çalışma, tarafsızlık gibi görünen suskunluğun çoğu zaman ezenden yana bir konuma

dönüşebileceğini öne sürer. Bu bağlamda çalışma eleştiriyi şiddeti uygulayan aktörlere değil, şiddete karşı izleyici konumunda olan bireylere ve topluluklara yöneltilmektedir.



Görsel 63. Nisa Harman, “They Have Never Wanted Peace”, 85x28 cm, tek renk serigrafi, 2026

Diğer bölümlerde de ele alındığı üzere, Adorno’nun sanat anlayışı düşünüldüğünde bir nesnenin yalnızca biçimsel özellikleri değil, taşıdığı eleştirel yaklaşım, sorgulayıcı tavır ve altında yatan düşünsel yapı da onun sanat eseri olarak değerlendirilmesinde belirleyicidir.

Lawrence Weiner ise tipografiyi doğrudan bir ifade aracı olarak kullanmış, metni yapıtın kendisine dönüştürmüştür. Benzer bir yaklaşımın sürdürüldüğü *They Have Never Wanted Peace and Never Will* adlı çalışmada da süslemekten uzak, oldukça sade bir tipografi kullanılmıştır. Eser, doğrudan bir cümle aracılığıyla izleyiciyi sorgulamaya davet eder. Cümlelerin öznesinin belirsiz bırakılması, “they” ifadesinin kimleri temsil ettiğine dair açık bir cevap sunmaması, çalışmanın anlamını tek bir kişi ya da yapıyla sınırlandırmaz. Böylece

izleyici; devletler, siyasi liderler, askerî yapılar ya da iktidar sahibi gruplar üzerine kendi çağrışımlarını oluşturabilir.



Görsel 64. Nisa Harman, isimsiz, 50x35 cm, tek renk serigrafi, 2026

Bu çalışma, seri üretim yoluyla elde edilen gıdaların ardındaki üretim koşulları ile tüketicinin gündelik tüketim alışkanlıkları arasındaki kopukluğu ele alır. Çalışmanın çıkış noktasını, özellikle kafes sisteminde gerçekleştirilen yumurta üretimi ve tüketicinin satın aldığı ürünün hangi koşullarda üretildiğine dair farkındalığı üzerinedir

Günlük tüketimde ürün çoğu zaman yalnızca fiyatı, miktarı veya erişilebilirliği üzerinden değerlendirilirken, üretimin arkasındaki canlılar ve yaşam koşulları tüketicinin genellikle arka plana attığı ve düşünmediği bir durumdur. Kafesli üretim sistemlerinde tavukların hareket alanlarının sınırlandırılması tüketicilerin genellikle dikkatini çekmemektedir. Halbuki bilinçli bir tüketici “nereden geldiğini düşünme, nasıl üretildiğini sorgulama, yalnızca tüket” şeklinde durumlardan uzak durmalıdır. Bir ürünün arkasındaki üretim koşullarını bilmeden ya da bilme imkânı olduğu hâlde dikkate almadan tüketmek ne kadar masum bir davranıştır? “Ye Babam Ye” ifadesi ise bilinçsiz tüketim alışkanlığına yönelik ironik ve kinayeli bir çağrıdır.



Görsel 65. Nisa Harman, “Yardım Eli”, 70x33.5 cm, üç renk serigrafi, 2026

Yardım Eli adlı çalışma, Türkiye’de yardım derneği ya da yardım kuruluşu adı altında gizlenen ve insanların iyi niyetini, güvenini sömüren yapıları eleştirmektedir.

Yardım ediyor gibi gözüken eller kötü ve bencil niyetli insanların yalnızca altına gizlendikleri sömürüdür. Çünkü bazı yapılar ve kişiler insanların acısını, çaresizliğini ve dayanışma duygusunu kendi çıkarları için kullanarak yardım fikrini kirletmektedir. Bu durum yalnızca maddi bir istismar değil, aynı zamanda toplumsal güvenin zedelenmesine de sebep olur.

Yardım Eli, bu nedenle yardımı değil, yardım kisvesi altında gerçekleşen aldatmayı, güven suistimalini ve kriz anlarında insanlığın en temel dayanışma duygusunun istismar edilmesini konu edinmektedir.



Görsel 66. Nisa Harman, "Cruelty in Disguise", 47x49.5 cm, iki renk serigrafi, 2026

Bu poster, yardımseverlik ve iyi niyet görüntüsünün arkasına saklanan sömürüyü ele alır. Çalışmanın merkezindeki kuzu postuna bürünmüş kurt, dışarıdan masum, güvenilir ve koruyucu görünen; ancak gerçekte kendi çıkarı için insanların güvenini kullanan yapıları temsil eder. Kuzu, saflık ve masumiyetin; kurt ise açgözlülük, tehdit ve fırsatçılığın sembolü olarak kullanılmıştır. Bu iki karşıt figürün aynı bedende birleşmesi, görünüş ile gerçeklik arasındaki çelişkiyi vurgular.

SONUÇ

Günümüzde birçok sanatçının kimi zaman sanat üretiminin merkezine yerleştirdiği, kimi zaman ise yardımcı bir materyal olarak kullandığı poster, tarihsel gelişim sürecinde farklı anlayışlar ve bakış açılarıyla değerlendirilmiştir. Temelde bir iletişim aracı olarak ortaya çıkması ve işlevsel yönünün güçlü olması, posterin uzun süre ticari ve grafik tasarım bağlamında değerlendirilmesine neden olmuş; sanat alanındaki konumunu ise tartışmalı hâle getirmiştir. Bununla birlikte bu araştırma sonucunda, posterin bir sanat medyumuna dönüşümünün iletişim işlevini terk etmesiyle değil, aksine bu işlevsel özelliklerin sanatsal ifadeyi yansıtmaya katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada ulaşılan önemli bulgulardan biri, posterin sanat eseri olarak değerlendirilmesinde kullanılan malzeme ve tekniğin tek başına belirleyici olmadığıdır. Danto'nun sanat yapıtında anlam ve bağlama verdiği önem ile Adorno'nun sanatın eleştirel ve sorgulayıcı niteliğine ilişkin yaklaşımı göz önüne alındığında, posterin sanat alanındaki konumunun üretim amacı, taşıdığı anlam, sergilendiği bağlam ve izleyiciyle kurduğu ilişki üzerinden değerlendirilebileceği görülmüştür. Barbara Kruger, Guerrilla Girls, Jenny Holzer ve araştırmada ele alınan diğer çağdaş sanatçıların üretimleri, posterin grafik tasarımın sınırlarını aşarak kavramsal, politik ve eleştirel bir ifade biçimine dönüşebildiğini göstermektedir.

Posterin kamusal alanda dolaşıma girebilmesi, çoğaltılabilir olması, geniş bir izleyici kitlesine ulaşması, yazı ve görseli birlikte kullanabilmesi ve mesajını doğrudan aktarabilmesi, başlangıçta işlevsel özellikler olarak değerlendirilirken çağdaş sanat içerisinde sanatçının düşüncesini görünür kılan araçlara dönüşebilmektedir. Böylece posterin çoğaltılabilirliği ya da geçici olması, onun sanat nesnesi olmasına engel oluşturan özellikler olmaktan çok, sanatçının kavramsal yaklaşımını destekleyen unsurlar hâline gelebilmektedir.

Kişisel sanat uygulamalarında da posterin doğrudan iletişim kurma, çoğaltılabilme, tipografiyi güçlü bir görsel unsur olarak kullanma ve kamusal alana taşınabilme özelliklerinden yararlanılmıştır. Politik güç, savaş, tüketim kültürü, toplumsal sorumluluk ve bireysel sorgulama gibi konular posterin doğrudan ve eleştirel anlatım yönüyle ele alınmıştır. Özellikle *I Want You to Buy More* çalışmasının çoğaltılarak kamusal alanlara yerleştirilmesi, posterin yalnızca taşıdığı mesajla değil, bulunduğu mekân, geçiciliği ve çoğaltılabilir yapısıyla da anlam üretebildiğini göstermiştir.

Sonuç olarak poster çoğaltılabilirliği, kamusal niteliği, doğrudanlığı, tipografiyle kurduğu ilişki ve eleştirel mesaj üretme kapasitesi, onu yalnızca bilgi ileten işlevsel bir grafik ürünü ve iletişim aracı olmaktan çıkararak kavramsal, politik ve kişisel anlamlar taŐıyabilen bir sanat medyumuna dönüŐtürebilmektedir. Yani posterin işlevsel yönü sanatsal ifadeyi destekleyerek anlatılmak istenen mesajı daha güçlü bir konuma getirmektedir Bu nedenle poster ile sanat arasındaki sınırın kesin ve deėiŐmez olmadığı; sanatçının amacı, esere yüklediği anlam, üretim bağlamı ve izleyiciyle kurduğu ilişki doğrultusunda posterin aėdaŐ sanat içerisinde bir ifade alanı oluŐturabildiėi sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

AIGA. Erişim: 26.06.2026. <https://www.aiga.org>

Aydemir, Dilek, Yazar, Enes. (2024). Birinci Dünya Savaşında Görsel Propaganda: İngiltere'nin Propaganda Afişlerinin Biçim ve İçerik Analizi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25(1), s. 77-100.

Antmen, Ahu. (2009). 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Ayaydın, Abdullah. (2015). Art Nouveau Akımına 21. Yüzyıl Perspektifinden Bir Bakış. Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, 3(6), s. 59-73.

Bahr, Ted. (03 Nisan 2023). Focus on Topic: The Psychedelic Poster Art and Artists of the Late 1960s. IVPDA. Erişim: 25.06.2026. <https://www.ivpda.com/content/1142/Focus-on-Topic:-The-Psychedelic-Poster-Art-and-Artists-of-the-late-1960s>

Becer, Emre. (2019). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Bilginer, Ozan. (2014). Serigrafinin Tarihçesi ve Türkiye'de Serigrafi Sanatı. Sanat Yazıları, 31, s. 13-28.

Bolton, Linda. (2002). Andy Warhol. London: Belitha Press; Hong Kong: Franklin Watts.

Classic Posters. (t.y.). Wes Wilson. Erişim: 29.09.2026. <https://www.classicposters.com/artist/wes-wilson/>

Collins, Bradford R. (1985). The Poster as Art: Jules Chéret and the Struggle for the Equality of the Arts in Late Nineteenth-Century France. Design Issues, 2(1), s. 41-50.

Collins, Bradford R. (1982). Jules Chéret and the Nineteenth-Century French Poster. Doktora tezi, Yale University, 1980. University Microfilms.

Danto, Arthur C. (2014). Sanat Nedir? (Z. Baransel, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Deodato Arte. Mimmo Rotella. Erişim: 25.06.2026.
<https://www.deodato.art/en/artists/mimmo-rotella.html>

Dickie, George. (1974). Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

Döring, Jürgen. (2020). The Poster: 200 Years of Art and History. Munich: Prestel.

Erkek, Fatma. (2024). Bir Direniş Biçimi Olarak Sanat: Adorno'da Sanatın Toplum ve Politikayla İlişkisi. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi, 23(1), s. 191-224.

Fairey, Shepard. Make Art Not War. Obey Giant. Erişim: 25.06.2026.
<https://obeygiant.com/prints/make-art-not-war-2/>

Farthing, Stephan. (2017). Sanatın Tüm Öyküsü. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Folga, Dorota. (2018). The Art of Polish Poster. Polonya: Wydawnictwo BOSZ.

Galerie Max Hetzler. Raymond Hains. Erişim: 20.08.2026.
<https://www.maxhetzler.com/artists/raymond-hains#selectedworks>

Gombrich, E. H. (1995). Sanatın Öyküsü. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Guerrilla Girls. Erişim: 25.06.2026. <https://www.guerrillagirls.com/>

Iskin, Ruth E. (2014). The Poster: Art, Advertising, Design and Collecting, 1860s-1990s. Hanover: Dartmouth College Press.

Kaçmaz Ateş, Özlem. (2020). Resimde Gölgenin Kullanımı ve Burhan Doğançay'ın Yapıtlarında Gölge. Sanat ve Tasarım Dergisi, 26, s. 497-515.

Karakuş, Melis. (2021). Gelenekselden Dijitale Propaganda Araçlarının Dönüşümü. Selçuk İletişim, 14(1), s. 462-491.

Keçeci, Eser. (2015). Pop Art: The Art That Emerged from Popular Culture. Global Journal on Humanities and Social Sciences, 1, s. 415-422.

Keleşoğlu, Bengisu. (2008). Grafik Tasarımda Tipografinin Sesi: Sesin Tipografisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, Eskişehir.

Male, Alan. (2007). Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective. Lausanne: AVA Publishing.

Merter, Ender. (2003). 80. Yılında Cumhuriyeti Afişleyen Adam: İhap Hulusi Bey. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

MoMA. Barbara Kruger. Erişim: 25.06.2026. <https://www.moma.org/artists/3266-barbara-kruger>

MoMA. Jenny Holzer. Truisms. Erişim: 25.06.2026. <https://www.moma.org/collection/works/63755>

MoMA. Lawrence Weiner. Erişim: 25.06.2026. <https://www.moma.org/artists/6288-lawrence-weiner#works>

National Library of Medicine. Hallucinogens. MeSH. Erişim: 29.08.2026. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/mesh/68006213>

Public Delivery. (23 Kasım 2019). Barbara Kruger's I Shop Therefore I Am. Erişim: 29.09.2026. <https://publicdelivery.org/barbara-kruger-i-shop/>

Rigail, Laurent. Jacques Villeglé. Erişim: 25.08.2026. <https://www.galerie-vallois.com/en/artiste/jacques-villegle/>

Sağkol, Tuna. (2022). Mucha. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, İstanbul.

Sato, Tomoko, Mucha, Sarah. (2022). Mucha. Prague: Mucha Foundation Publishing.

Saunders, Gill, Timmers, Margaret. (2020). The Poster: A Visual History. London: Thames & Hudson.

Starčević, Sladjana. (2015). The Origin and Historical Development of Branding and Advertising in the Old Civilizations of Africa, Asia and Europe. Marketing, 46(3), s. 179-196.

Şahin, Hikmet. (2022). Yeni Gerçekçilik'in Yapıbozumsal Sanatı: Dekolaj. The Journal of Academic Social Sciences, 10(127), s. 1-22.

Tate. Getting to Know Guerrilla Girls. Erişim: 25.06.2026. <https://www.tate.org.uk/art/artists/guerrilla-girls-6858/getting-know-guerrilla-girls>

Tate. Psychedelic Art. Erişim: 25.06.2026. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/p/psychedelic-art>

The Broad. Barbara Kruger. Untitled (Your Body Is a Battleground). Erişim: 25.06.2026. <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>

The Institute of Contemporary Art/Boston. Shepard Fairey. Erişim: 25.06.2026. <https://www.icaboston.org/exhibitions/shepard-fairey>

Weill, Alain. (2021). Grafik Tasarım. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Wigan, Mark. (2012). Görsel İllüstrasyon Sözlüğü. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Williams, Harriet. (27 Ağustos 2023). The Polish School of Posters - A Remarkable Period in Graphic Design History. IVPDA. Erişim: 25.06.2026.
<https://www.ivpda.com/content/1502/The-Polish-School-of-Posters—A-Remarkable-Period-in-Graphic-Design-History>.

Xu, Mingxing. (2023). The Development of the Use of Acidic Design in Poster Design. BCP Social Sciences and Humanities, 22, s. 111-128.

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesi'ne verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversite'ye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikrî mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin/raporumun tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalara (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin/Sanat Çalışması Raporunun kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin/sanat çalışması raporumun tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde/sanat çalışması raporumda yer alan, telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversite'ye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*** kapsamında tezim/sanat çalışması raporum aşağıda belirtilen haricinde YÖK Ulusal Tez Merkezi/ H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

☐ Enstitü/ Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... yıl ertelenmiştir. (1)

☐ Enstitü/ Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir. (2)

☐ Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. (3)

28/09/2026

(İmza)

NİSA HARMAN

*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge

- (1) Madde 6.1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6.2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7.1. Ulusal çıkarılan veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan iş birliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

Tez Danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.

ETİK BEYANI

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tez Çalışması Raporu Yazım Yönergesi'ne uygun olarak hazırladığım bu Tez Çalışması Raporunda,

- Tez/Sanat Çalışması Raporu içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı bütün bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin bütününe kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- bu Tez/Sanat Çalışması Raporunun herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir Tez Çalışması Raporu çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

28/09/2026

NİSA HARMAN

YÜKSEK LİSANS ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ

Güzel Sanatlar Enstitüsü

İletişim Aracından Sanat Nesnesine: Posterin Araçsal Dönüşümü ve Kişisel Üretimler Üzerinden İnceleme

Yukarıda başlığı verilen Tez/Sanat Çalışması Raporunun tamamı aşağıdaki filtreler kullanılarak Turnitin adlı intihal programı aracılığı ile Tez Danışmanım tarafından kontrol edilmiştir. Kontrol sonucunda aşağıdaki veriler elde edilmiştir:

Raporlama Tarihi	Sayfa Sayısı	Karakter Sayısı	Savunma Tarihi	Benzerlik Oranı (%)	Gönderim Numarası
10/09/2026	85	90.715	10/09/2026	3%	3645108915

Uygulanan filtreler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar dâhil
3. 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez/Sanat Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. (28/09/2026)

(İmza)

Nisa Harman

Öğrenci No.:N23139534

Anasanat/Anabilim Dalı:Resim

Program (işaretleyiniz):

Yüksek Lisans	Sanatta Yeterlik	Doktora	Bütünleşik Doktora
X			

DANIŞMAN ONAYI UYGUNDUR.

Doç. Ozan Bilginer

MASTER'S THESIS ORIGINALITY REPORT

HACETTEPE UNIVERSITY

Institute of Fine Arts

From A Medium Of Communication To An Art Object: The Instrumental Transformation Of The Poster And An Examination Through Personal Artistic Practices

The whole art work report is checked by my supervisor, using Turnitinplagiarism detection software taking into consideration the below mentioned filtering options. According to the originality report, obtained data are as follows.

Date Submitted	Page Count	Character Count	Date of Thesis Defence	Similarity Index (%)	Submission ID
10/09/2026	85	90.715	10/09/2026	3%	3645108915

Filtering options applied are:

1. Bibliography excluded
2. Quotes included
3. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read the Hacettepe University Institute of Fine Arts Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations, I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge. I respectfully submit this for approval. (28/09/2026)

Signature
Nisa Harman

Student No.: N23139534

Department: Painting

Program/Degree:

Master's	Proficiency in Art	PhD	Joint Phd
X			

SUPERVISOR APPROVAL APPROVED

Doç. Ozan Bilginer

