SANAT YAZILARI, 2016; (34): 147-165 / DERLEME MAKALESİ

REKLAM TASARIMINDA İLLÜSTRASYON ve "DIRT MAKES GOOD STORIES" KAMPANYASININ ANALİZİ

ILLUSTRATION IN ADVERTISING DESIGN and THE ANALYSIS OF "DIRT MAKES GOOD STORIES" CAMPAIGN

DOÇ. **ÇİĞDEM DEMİR**
Gazi Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
cdemir75@gmail.com

Öz: *En büyük amacı hedef kitleyle iletişim kurmak olan reklamcılık için reklam tasarımı hayati bir öneme sahiptir. Reklam tasarımı birçok görsel iletişim ve grafik tasarım alanlarından destek almaktadır. Bu alanların en önemlilerinden biri olan illüstrasyon, reklam ve tasarım tarihi boyunca basılı reklamlarda yerini almıştır. Hedef kitleyle kişisel ve benzersiz bir görsel dille iletişim kurmayı başarabilen reklam illüstrasyonu, günümüzde de gelişen teknolojik araçlarla başarılı bir şekilde reklam tasarımda var olmaktadır. Bu araştırmada verilerin toplanması, görsel ve metin içeriğinin incelenmesinde içerik analizine dayalı nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Makale doğrultusunda reklam örneklerinde illüstrasyonun yeri basılı reklamlarla sınırlandırılarak irdelenmiş ve illüstrasyonla çözümlenmiş ödüllü "Dirt Makes Good Stories" reklamları incelenmiştir.*

Anahtar Sözcükler: *Reklam Tasarımı, İllüstrasyon, Reklam İllüstrasyonu.*

Abstract: *Advertising design has a vital importance for advertising which has a majör aim in communicating with the target audience. Advertising design has a lot of assistance from visual communication and graphic design areas. Illustration, one of the most important of them, took place during the advertising and design history. Advertising illustration which manages to communicate personally and uniquely with the target audience, exists successfully with the developing technologic tools in nowadays advertising. For this study, qualitative research method was used for collecting the data, analyzing visual and text content. Towards this article the place of illustration in advertising examples, limited to the published advertising, were examined and awarded "Dirt Makes Good Stories"advertisements were analysed.*

Keywords: *Advertising Design, Illustration, Advertising Illustration.*

GELİŞ TARİHİ: 24.04.2016 | **KABUL TARİHİ:** 15.06.2016

Reklam Tasarımında İllüstrasyon

Doğru mesaj stratejisiyle her türlü hedef kitleye ulaşabilen reklam artık günümüzün vazgeçilmez iletişim biçimlerinden biridir. Dyck (2014, s. 13) reklamcılığı, diğer pazarlama iletişimi şekilleri gibi, tüketiciye ulaşıp satış sonrası, tüketici sadakati sağlamak için bir araç olarak tanımlarken, Tosun (2014, s. 507) ise; resim, simge, görüntü, yazı şeklinde olan mesajın, hedef kitleye farklı mecralar sayesinde iletilmesi olarak açıklar.

Günümüzün en önemli iletişim biçimlerinden olan reklam, hedef kitlesi üzerindeki hedeflerini gerçekleştirebilmek için iletişim yöntemlerini tasarım aracılığıyla güçlendirmektedir. "Hedef kitleye ısrarla, hiçbir yenilik ve yaratıcılık içermeyen aynı çağrının yapılması reklamın etkinliğinin yitirmesine neden olur" (Tosun, 2014, s. 576). Bu doğrultuda reklam tasarımının ana hedefi, hedef kitlenin dikkatini çekerek satın alma sürecine yönlendirebilmektir. Başarılı bir reklam tasarımı içinse; iyi bir yaratıcı ekip ve o ekipten çıkacak olan, hedef kitle iletişimine odaklı yaratıcı tasarım üretimleri gereklidir. Yaratıcı ekip için, reklam mesajını ifade edecek görsel iletişimi oluşturmada elbette farklı seçenekler vardır. "Reklam tasarımı, tasarımın amacı doğrultusunda; illüstrasyon, fotoğraf, resim gibi görseller yanında, metin, başlık, slogan, logo gibi diğer öğelerin tanımlı ve sınırlı bir boşluk içinde anlamlı bir bütün haline getirilmesidir" (Batı, 2010, s. 46).

İllüstrasyon, görsel iletişimde tarih sahnesine fotoğraftan önce çıkmıştır. İlerleyen zaman içerisinde illüstrasyon, tasarım ve reklam tarihi boyunca gelişen teknoloji ve alternatiflere rağmen önemini yitirmemiş, birçok özelliğiyle tercih edilirliğini sürdürmeyi başarmış bir alandır. "İllüstrasyonlar; problemlerin çözümü, süsleme, eğlendirme, bezeme, yorum yapma, bilgilendirme, esinlendirme, açıklama, eğitme, teşvik etme, şaşırtma, büyüleme ve hikaye anlatma gibi işlevler için yaratıcı, farklı ve son derece kişisel yollara başvurarak içeriğin görsel bir biçimde iletilmesini sağlar" (Wigan, 2012, s. 9).

Sanat ve tasarım arasında duran bu melez disiplin, çok farklı tasarım alanlarında varlık göstermektedir. Becer, geleneksel boyama ve bilgisayar malzemeleri, kolaj vb. tekniklerle sözel elemanları betimleyen öğeleri "illüstrasyon" olarak tariflerken, reklam illüstrasyonlarını ise ayrıntının ön planda tutulduğu, bir ürün /hizmet tanıtımı için yapılan çalışmalar olarak tanımlar (2002, s. 210).

Reklam illüstrasyonları, belirlenmiş bir reklam iletişimi doğrultusunda hazırlanır. Elbette reklam tasarımda tek seçenek illüstratif problem çözümleri değildir ama birçok farklı teknikle yapılan görsel çözümlemeler arasında sıklıkla tercih edilmektedirler.

Reklam tasarımda illüstrasyonun tercih edilme nedenlerini Ambrose ve Harris; fotografik imgelerin basılı medyada tüketilmişliğiyle doğan farklılık ihtiyacı, illüstrasyonun fotoğrafın yapamadığı ölçüde duyguları yansıtabilmesi ve özellikle elle yapıldığı zamanlarda kişisel olma hissini verebilmesi olarak sıralamaktadırlar (2013, s. 36). Benzer şekilde bu konuda Uçar da fotoğraf tekniklerinin en üst düzeye gelmiş olmasına rağmen, illüstrasyonun ayrıcalığını; gerçeküstü görseller oluşturabilme, samimi atmosfer ve mizah duygusunu yansıt-

mada ortaya koyduğunu belirtir (2004, s. 163). Fotoğrafla çözümlenemeyecek kurgularda ya da hayal gücünün yapılabilecek prodüksiyonun sınırlarını zorladığı durumlarda, illüstrasyon benzersizliğiyle tasarım problematiğinde yerini alır. Reklam tasarımında illüstrasyonun tercih edilmesinin diğer nedenleri arasında; fotoğrafta görünemeyecek detayların vurgulanması, fotoğrafla ifade edilemeyecek konuların anlatımı ya da hayal gücü ile görselleştirilmiş imgelerin gösterilme istemi vardır (Elden ve Özdem, 2015, s. 121).

Tasarım Tarihinde Reklam İllüstrasyonları

Afiş sanatçılarının ilk reklam uygulamalarını gördüğümüz dönemler aynı zamanda illüstrasyonun altın çağını yaşadığı Art Nouveau döneminde üretilen reklam afişleri ve ilanları incelendiğinde, illüstrasyonun baskın olduğu bir grafik tasarım anlayışı görülmektedir.

Günümüzde tasarımda çözüm alternatiflerinden biri haline dönüşmüş olan illüstrasyon, Art Nouveau döneminde ise reklam tasarımının adeta ham maddesidir. Heller ve Arisman, bu durumu "İllüstrasyon uzun zamandır tasarımın kardeş torunudur, oysa ki bir zamanlar –yirminci yüzyılın başlarında - amcasıydı" benzetmesiyle ifade eder (2008, s. xi). Bu dönemde yapılmış çalışmalara göz atıldığında, afiş sanatı sonrasında yavaş yavaş kendini göstermeye başlayan illüstratif reklamcılığın başarılı örnekleri karşımıza çıkar. Dönemin ilk akla gelen isimlerinden Jules Cheret, üretmiş olduğu reklam afişlerinde merkeze klasik ünlü Cheret kadın figürlerini koyarak, canlı renkler, ışık gölgenin ağırlıkta olduğu illüstratif çözümlemeler yapmıştır. Jules Cheret'in Saxoleine (Görsel 1) lamba yağı çalışması, özellikle reklam kampanyalarının modern kavramı olarak öngörülür (Weill, 2004, s. 19). 1897'de Theophile - Alexandre Steinlen'nin yaptığı Guillot sterilize süt reklamı afişi (Görsel 2) ise Bektaş'a göre; "...20. yüzyıl reklamcılık anlayışının ilk örneklerinden biridir" (1992, s.22). Bu reklam afişinin illüstratif anlayışında; Art Nouveau'nun da esin kaynaklarından biri olan Japon tahta baskı sanatının etkileri, merkezde lekesel alanın baskın bir şekilde kullanımı, tipografinin geri planda oluşu ve hikayesel anlatım tarzı görülmektedir.



Görsel 1. Jules Cheret, 1891, Saxoleine Reklamı. All Posters.
Erişim: 23.04.2016. http://www.allposters.com/-sp/Saxoleine-Ininflammable-Posters_i1615159_.htm



Görsel 2. Theophile– Alexandre Steinlen, 1897, Guillot sterilize süt reklamı.
Bektaş, Dilek. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 22.

Bu dönemde Paris'in afiş sanatının etkisiyle, illüstratörler tüm dünyayı etkileyecek ürünlere imza atmışlardır. Weill'a göre; Leonetto Cappiello'nun 1903'teki "Chocolat Klaus" işiyle (Görsel 3) reklam sanatı, realizmden ayrılır, sade zemin üzerinde merkezde yer alan figürle ürünün özdeşleştirilmesi fikri diğer reklamcılar tarafından da benimsenir (2004, s. 23); The Michelin Man Görsel 4'te yer alan serisiyle O'Galop ve Chocolat Meiner Görsel 5'te yer alan çalışmasıyla Firmin Bouisset benzer tarzda üretimler yapar.



Görsel 3. Leonetto Cappiello, 1903, Chocolat Klaus Reklamı.
Weill, Alan. (2004). Graphic Design: A History, New York: Discoveries,
Harry N. Abrams, Inc., s. 22



Görsel 4. O'Galop, 1898, The Michelin Man Reklamı.
Wikipedia. Erişim: 23.04.2016.
http://en.wikipedia.org/wiki/Bibendum#/media/File:Michelin_Poster_1898.jpg



Görsel 5. Firmin Bouisset, 1893, Chocolat Meiner Reklamı.
Wikipedia. Erişim: 23.04.2016. https://en.wikipedia.org/wiki/Menier_Chocolate#Pioneering_advertising_strategies

Hollis Ludwig Hohlwein ve Lucian Bernhard gibi önde gelen afiş sanatçılarının, dikkat çekici çalışmaları sayesinde ticari sanat, reklamcılığın içinde süregelmiş, hayatta kalmıştır (1994, s. 52). Reklamcılık kendi gelişim süreci içinde kendi kurallarını doğurmuştur. İllüstrasyonun samimi dili katkı sağlarken, Art Nouveau'nun dekoratif dili ürünün önüne geçme riskini beraberinde getirmektedir. Lucian Bernhard bu doğrultuda ürüne odaklanan, yalın bir görselliği benimseyen, dolambaçsız bir reklamcılık tarzı geliştirir; bu Obje Poster (Sachplakat)'dir (Clifford, 2014, s.18).



Görsel 6. Lucian Bernhard, 1910, Manoli Reklamı.
Design History. Erişim: 23.04.2016. http://www.designishistory.com/1920/lucian-bernhard/



Görsel 7. Julius Klinger, 1910, Hermanns & Froitzheim Reklamı.
Weill, Alan. (2004). Graphic Design: A History, New York: Discoveries, Harry N. Abrams, Inc., s. 34.



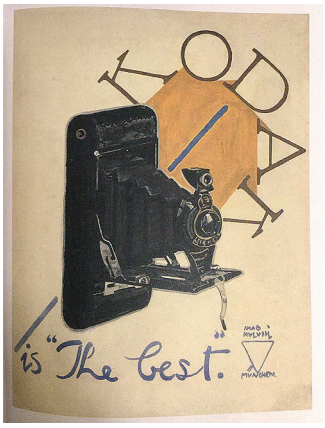
Görsel 8. Hans Rudi Erdt, 1911, Opel Reklamı. Clifford, John. (2014). Graphic Icons Visionaries Who Shaped Modern Graphic Design, USA: Peachpit Press. s. 25.

Bu yeni minimalist anlayış, illüstratif görsel dil ile buluştuğunda neredeyse mükemmel bir tasarım formülüne dönüşür. Bernhard'ın tasarımlarının (Görsel 6) ardından, Hohlwein, Erdt (Görsel 8) gibi birçok tasarımcı bu tarzda illüstrasyonla çözümlenmiş ve ürüne odaklı reklam tasarımları yapar. Hohlwein bu tarza doku kullanarak derinlik katma kaygısı güderken (Görsel 9), Weill'a göre genellikle hayvan figürü kullanarak betimlemeler karikatürist Julius Klinger ürettiği reklamlarda grafiğe bağlı kalır (2004, p.34) (Görsel 7) .

Tarihte reklam illüstrasyonlarının ışık gölge ile çözümlenmiş en başarılı örneklerine baktığımızda ise Türkiye'den bir isim İhap Hulusi karşımıza çıkar (Görsel 10). Ludwig Hohlwein tarafından çalışmaları takdir gören ve Amerika'ya gitmesi öğütlenen Görey yalın illüstrasyonlarla çözümlenmiş reklam afişleri yapar (Merter, 2003, s.12).



Görsel 9. Ludwig Hohlwein, 1911, Hermann Scherrer Reklamı. Clifford, John. (2014). Graphic Icons Visionaries Who Shaped Modern Graphic Design, USA: Peachpit Press. s. 26.



Görsel 10. İhap Hulusi, 1926/1927, Kodak Reklamı. Merter, Ender (2003). 80. Yılında Cumhuriyet'i Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey, İstanbul: Literatür Yayıncılık. s. 21.

İllüstrasyon'la çözümlenmiş reklam grafiklerinin en ilginç örneklerinden biri ise hiç şüphesiz 1932'de A.M. Cassandre'nin Du bonnet için yapmış olduğu, hareket anlarının resimlendiği bir dizi tasarımdır (Görsel 11). Bektaş bu yenilikçi ve başarılı soyutlamanın yapıldığı tasarımı "..ilk defa sinemasal bir sekans.." yaratılmış olarak tarif eder (1992, s. 100).



Görsel 11. A.M. Cassandre, 1932, Dubonnet Reklamları. Bektaş, Dilek. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 100.

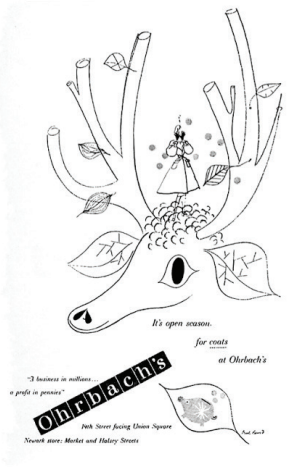
Dönemin reklam tasarımlarına en çok önem veren kurumlarından olan CCA (Container Corporation of America), A.M. Cassandre'nin sanat yönetmenliğinde yapılan illüstratif reklamlarıyla dikkat çeker (Görsel 12). Cassandre'nin imzasını taşıyan diğer bir illüstratif reklam; "Watch the Fords Go By", billboard gibi açıkhava ünitelerinde etkisini arttırmaktadır (Görsel 13). 1940'lara gelindiğinde Paul Rand'ın yaptığı, özellikle illüstrasyonların kullanıldığı Ohrbach reklam tasarımlarında tasarım tarihinin belki de eğlenceli ve samimi reklam kampanyaları ortaya çıkar (Görsel 14).



Görsel 12. A.M. Cassandre, 1938, CCA Reklamları. Bektaş, Dilek. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 113.



Görsel 13. A.M. Cassandre, 1937, Watch the Fords Go By Reklamı. Hollis, Richard. (1994). Graphic Design A Concise History. London: Thames and Hudson Ltd. s. 101.

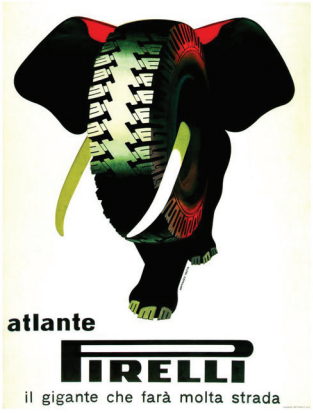


Görsel 14. Paul Rand, 1940, Ohrbach Reklamları. Paul Rand. Erişim: 23.04.2016. http://www.paul-rand.com/foundation/ads/#adsO

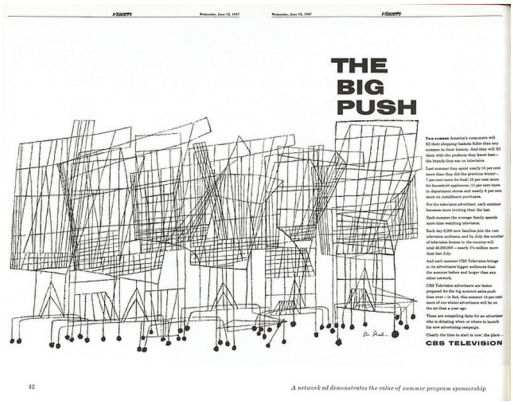
Reklam tasarımlarında standart bir çizgi izlemek yerine, farklı tasarımcılarla çalışmayı tercih eden Pirelli markası, bazı reklamlarında illüstrasyon ağırlıklı bir reklamcılık anlayışını tercih etmiştir (Hollis, 1994, s. 143). Bunlardan dikkat çekici iki illüstratif örnek olarak; 1954'te İtalyan grafik ve reklam tasarımcısı Armando Testa'nın (Livingston ve Livingston, 1992, s.188) Pirelli reklamı (Görsel 16) ile 1960'da Fransız illüstratör Andre François'in (Livingston ve Livingston, 1992, s. 78) yaptığı Pirelli reklamıdır (Görsel 15). Bektaş'a göre, 1957'de CBS'in William Golden'nın sanat yönetiminde yaptırdığı "The Big Push" (Büyük Hücum) reklamında kullanılan ve illüstratör Ben Shann'nın Klee tarzını anımsatan illüstrasyon ise ticari mesaja yeni bir değer getirmiştir (1992, s. 164).



Görsel 15. Andre Francis, 1960, Pirelli Reklamı . Hollis, Richard. (1994). Graphic Design A Concise History. London: Thames and Hudson Ltd. s. 143.



Görsel 16. Armando Testa, 1954, Pirelli Reklamı. Visual Advertising. Erişim: 20.04.2016 http://visualdvertising.altervista.org/it_IT/armando-testa-un-genio-della-comunicazione/



Görsel 17. William Golden ve Ben Shan, 1957, CBS Reklamı. Bektaş, Dilek. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 163.

İllüstrasyonun reklam kampanyalarında yer alan en dinamik ve sıra dışı örneklerini, illüstratör Kim Whitesides da görebilmekteyiz. Makale araştırması doğrultusunda iletişime geçilen illüstratör Kim Whitesides, 1970'lerin başında, 7 Up içecek markasının "The Uncola" kampanyası için "Visit Underland" reklamının ve Alcoa aliminyum markasının "The Big Sound" işlerini New York ve Chicago'daki ajanslar için yaptığını belirtmiştir (Görsel 18).



Görsel 18. Kim Whitesides, 1969, Alcoa Reklamı.
Tumblr. Erişim: 23.04.2016. https://www.tumblr.com/search/kim%20whitesides

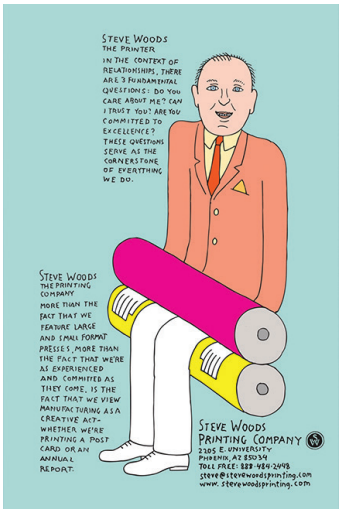


Görsel 19. Kim Whitesides'ın, 1969, 7 Up Reklamı. 7 Up Uncola Tumblr.
Erişim: 23.04.2016. http://7up-uncola.tumblr.com/

Etkili reklam illüstrasyonu örneklerine, ünlü grafik tasarımcı Seymour Chwast'tın çalışmaları verilebilir. Chwast, Push Pin Studio'yu kurduktan sonra uzun kariyeri boyunca illüstratif çözümlemeli grafik tasarımlar ve reklam tasarımları üretmeyi tercih etmiştir. Bu çalışmalardan 1979 yılında "Metropolitan" reklamı ve 1990-2000 arası yaptığı "Steve Wood Printing Company" reklam serisi illüstrasyonun reklamcılıkta ne kadar benzersiz ve etkili olduğuna örneklenebilir (Görsel 20).



Görsel 20. Seymour Chwast, 1979, Metropolitan Reklamı.
Seymour Chwast Archieve. Erişim: 23.04.2016.
http://www.seymourchwastarchive.com/collection/metropolitan-ad-ppg-81/?c=advertisements



Görsel 21. Seymour Chwast, 1990-2000,Steve Wood Printing Company Reklam Serisi.
Seymour Chwast Archieve. Erişim: 23.04.2016.
http://www.seymourchwastarchive.com/collection/the-nose-ads/?c=advertisements

"Steve Wood Printing Company" serisi, Push Pin Stüdyo grafik anlayışı geleneğini 2000'li yıllara taşırken, reklam veren Steve Woods da, seride kendisinin betimlendiği bu illüstratif dilin en büyük hayranlarından biri olur (Görsel 21). (Seymour chwast archieve, 2016). Steven Heller, Chwast'ın illüstrasyonlarını; sadeden karmaşığa çeşitlilik gösterebilen ve monoprint, tahta baskı, ahşap kolaj, montaj, boya, mürekkep vb. gibi pek çok farklı teknikle ürettiniği söyler (Seymour Chwast archieve, 2016)

Geçmişten günümüze reklam tasarımında yer edindiğini gördüğümüz illüstratif çözümlemeler, elbette günümüzde de vazgeçilmez tasarım alternatiflerindendir. Tarih sürecinde etkisini güçlenerek arttırmış illüstrasyon, artık reklamcılığın en benzersiz ürünlerinin doğmasında imza sahibidir.

Gelişmiş sayısal teknikler ve araçlar (çizim/boyama programları, çizim tabletleri, sayısal boyama kalemleri vb.) yardımıyla illüstratörler, baskıya çok daha uygun, geri dönüşü olabilen (revizeyi kolaylaştıran), renk kaybını azaltan bir ortama sahiptirler. Bu teknolojik imkanlar ve illüstrasyonun benzersiz olabilme yapısı, günümüz reklamcılığında başarılı ve dikkat çeken kampanyaların yaratılmasını da sağlamaktadır.

"Dirt Makes Good Stories" Reklam Kampanyası

Araştırma kapsamında, Dirt Makes Good Stories (Kir Güzel Hikayeler Doğurur) reklam kampanyasının illüstrasyonla çözümlenmiş görsel dili ve üretim süreci incelenmiştir. Makale araştırması doğrultusunda, reklamın illüstrasyonlarını yapan, grafik tasarımcı ve illüstratör Oscar Ramos ile röportaj ve görüşmeler yapılmıştır.

Lowe İstanbul Reklam ajansı tarafından "Omo" markası için yapılan "Dirt Makes Good Stories " kampanyası, reklamcılık alanında birçok uluslararası ve ulusal ödül kazanmıştır. Kampanya yurtdışında: Cannes Lions 2014'te basın dalında bronz, Golden Drum 2014'te basın dalında "Alice Harikalar Diyarında" ve "Kurbağa Prens" serisiyle gümüş, Epica Awards 2014'te gümüş ödülleri almıştır (Behance, 2016).

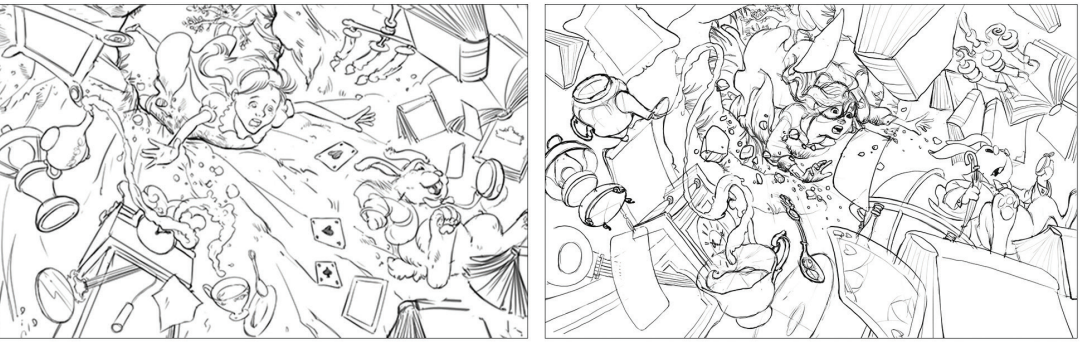
Yurtiçindeki reklam ve tasarım yarışmalarında "Peri Masalları" olarak isimlendirilen kampanya; 25. Kristal Elma Yaratıcılık Festivali'nde Basın dalında Büyük Ödül, İllüstrasyon, Açıkhava, Basın Kampanyası, Temizleme Ürünleri kategorilerinde Kristal Elma ödüllerini almıştır (Campaign Türkiye, 2015). Yine kampanya 33. Türkiye Grafikerler Meslek Kuruluşu Ödüllerinde de En İyi Basın Kampanyası ve En İyi İllüstrasyon dallarında ödül kazanmıştır. Reklam kampanyasının bu başarısını, özellikle hikaye anlatımı güçlü sayısal illüstrasyonuna borçlu olduğu söylenebilir. Kampanya'nın yaratıcı yönetmenleri olarak karşımıza Can Faga ve Cüneyt Özalp isimleri çıkarken, reklam illüstrasyonlarına imza atan kişi ise Oscar Ramos'tur.

"Dirt Makes Good Stories " serisinde izleyicinin karşısına; Lewis Carroll'un Alis Harikalar Diyarında adlı kurgu romanı ile Grimm Kardeşler'in Kurbağa Prens, Hansel ve Gretel masallarından 3 ayrı anahtar sahne çıkmaktadır (Görsel 23, 25, 27). Makale doğrultusunda illüstratörle yapılan röportajda, illüstrasyonlardaki sahnelerin seçimi ve çıkış noktası sorularına Ramos; üç ana illüstrasyonun, "Omo" markası için tasarlanmış olan global bir kavramın içine gömüldüğünü belirtmiş ve bu konsepti; daha çok oynamak, daha çok öğrenmek, kişisel gelişimini artırmak için "kıyafetlerini kirletmeye" davet etmek olarak açıklamıştır.

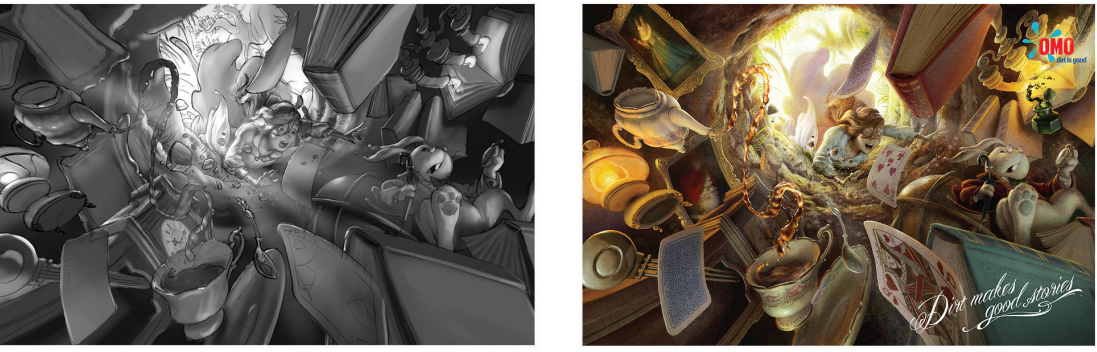
Yaratıcı ekip, bu içerik doğrultusunda klasik masallardan, karakterlerin üzerlerinin kirlenmiş olabileceği 3 anahtar sahne tasarlamıştır. Ramos ise bu doğrultuda görevinin; alışılagelmişin dışına çıkarak, yeni bir perspektifle ve çocuk hikayelerine olan yadsınamaz kişisel

bir bağla, zamansız evrensel bir noktaya çıkarmak olduğunu belirtmiştir. Üç ayrı hikayeden belirlenen üç sahne yaratıcı ekip tarafından illüstratöre iletildikten sonra, onun görevi "kirlenme" eylemini en iyi açı, komposizyon, renk gibi öğelerle vurgulamaya çalışmaktır.

Serinin ilk reklamı "Alis Harikalar Diyarında" çalışmasında, hikayenin tüm dinamizmini adeta tek sahneye toplandığı neşeli merak uyandırıcı bir görsel ifadenin yanı sıra, yoğun hareketi merkeze toplayarak ana karaktere vurgu yapıldığı görülmektedir (Görsel 23). Burada kirlenme, merak, keşfetme ve eğlenme gibi duyguların gerisinde kalarak olumlu bir duruma dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Orijinal çizime ulaşma sürecinde yapılan çizim aşamaları ise, yaratıcı ekibin sürece dahil olup yönlendirebilmesini sağlamak, illüstratöre yanlış efor sarf ettirmemek ve en doğru sonuca ulaşmak için gereklidir (Görsel 22, 23).



Görsel 22. Oscar Ramos, 2014, Omo - Peri Masalları / Dirt Makes Good Stories - Alice Harikalar Diyarında Basın İlanı için Kaba Taslak Çizim (solda) ve Temiz Çizim (sağda). Kaynak: Oscar Ramos tarafından araştırma sürecinde araştırmacıya iletilmiştir.



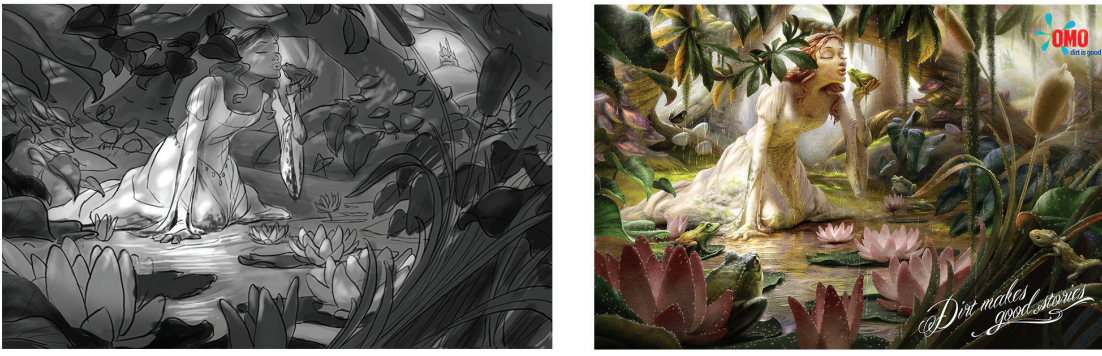
Görsel 23. Oscar Ramos, 2014, Omo - Peri Masalları / Dirt Makes Good Stories - Alice Harikalar Diyarında Basın İlanı için Boyutlandırılmış Çizim (solda) ve Orjinal Çalışma (sağda). Kaynak: Oscar Ramos tarafından araştırma sürecinde araştırmacıya iletilmiştir.

Kurbağa Prens konseptli reklama (Görsel 24), bakıldığında ise bir diğer başarılı atmosfer kurgusu daha görülmektedir. Reklamlardaki illüstrasyonların görsel dili için Ramos, antik hikayeleri anımsatan klasik masalları, Grimm kardeşleri akılda tutarak, klasik tabloların atmosferlerine vurgu yapan ama bilindik bir görsellikten de uzak duran, klasik ve aynı zamanda taze görünen bir yaratım içine girdiğini belirtir.

İzleyicinin merkeze odaklanmasını sağlayan bu kompozisyonda ana karakter için kıyafetinin kirlenmesi geri planda bırakılarak reklam mesajı başarılı ve eğlenceli bir şekilde iletilmektedir.



Görsel 24. Oscar Ramos, 2014, Omo - Peri Masalları / Dirt Makes Good Stories - Kurbağa Prens Basın İlanı için Kaba Taslak Çizim (solda) ve Temiz Çizim (sağda). Kaynak: Oscar Ramos tarafından araştırma sürecinde araştırmacıya iletilmiştir.



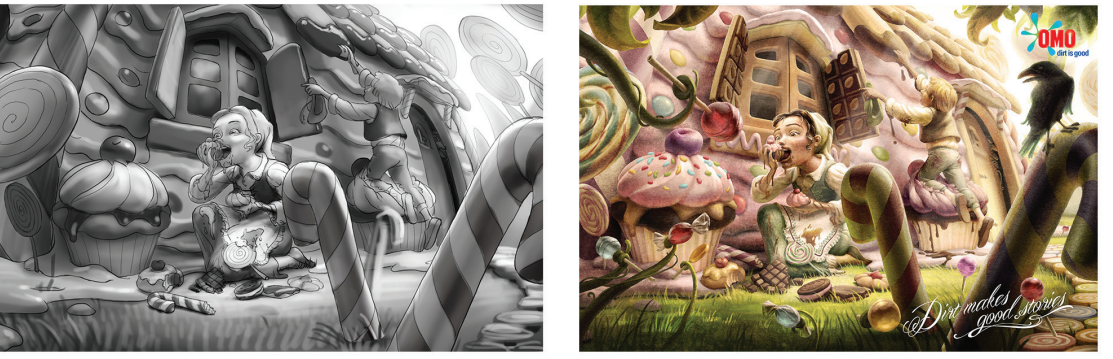
Görsel 25. Oscar Ramos, 2014, Omo - Peri Masalları / Dirt Makes Good Stories - Kurbağa Prens Basın İlanı için Boyutlandırılmış Çizim (solda) ve Orjinal Çizim (sağda). Kaynak: Oscar Ramos tarafından araştırma sürecinde araştırmacıya iletilmiştir.

Serinin sonuncu çalışmasında ise Hansel ve Gritel masalının anahtar sahnesi olan pastadan yapılmış bir evi yemeye başlayarak maceranın en can alıcı kısmını geçen ana karakterler için de yine aynı reklam mesajı, kirlenmenin iyi hikayeler doğurması, iletilmektedir (Görsel 26, 27). İllüstrasyonun farklı kadrajı görselliğe alışılmışın dışında bir etki sunarak, hedef kit-

leyle iletişime hazırdır. Ramos, bu görsel dili; dinamik ve taze etki içinse sert açıları (Görsel 23), stilize formları, doygun renk tonlarını kullanan, bazı detayları daha karanlık (Görsel 28) bırakan bir görsellik olarak tanımlamaktadır.



Görsel 26. Oscar Ramos, 2014, Omo - Peri Masalları / Dirt Makes Good Stories - Hansel ve Gretel Basın İlanı için Kaba Taslak Çizim (solda) ve Temiz Çizim (sağda). Kaynak: Oscar Ramos tarafından araştırma sürecinde araştırmacıya iletilmiştir.



Görsel 27. Oscar Ramos, 2014, Omo - Peri Masalları / Dirt Makes Good Stories - Hansel ve Gretel Basın İlanı için Boyutlandırılmış Çizim (solda) ve Orjinal Çizim (sağda). Kaynak: Oscar Ramos tarafından araştırma sürecinde araştırmacıya iletilmiştir.

Projedeki illüstrasyonlar dijital boyama tekniğiyle Adobe Photoshop programında yapılmıştır. Programdaki fırça (brush tool) aracıyla ağır doku (texture) kullanımı da vardır. Ramos, özellikle illüstrasyonlardaki dramatik atmosferini sağlamlaştırmak için ek dokular ve genel efektler eklediğini söylemektedir (Görsel 28).



Görsel 28. Oscar Ramos, 2014, - Peri Masalları / Dirt Makes Good Stories Reklam Kampanyası İllüstrasyonlardan Detay Kesitler. Kaynak: Oscar Ramos tarafından araştırma sürecinde araştırmacıya iletilmiştir.

Bir illüstratörün reklam tasarımı sürecinde bir yaratıcı ekiple ve yaratıcı yönetmenle çalışmasının nasıl bir süreç olduğu konusuna Ramos; komplike fikirlerinin geliştirilmesinde bir takım çalışmasına ihtiyaç olduğunu, deneyimli yaratıcı yönetmenlerin net fikirlerle illüstratörü doğru yönlendirmesinin ve fikir geliştirebilmek için ona mesafe bırakmasının final ürününün başarıyla ortaya çıkmasını sağladığını belirtmektedir.

Ramos bu kampanyada yaratıcı ekiple çok yakın bir çalışma anlayışı sürdürdüklerini, ekibin çok tanımlı bir fikirle geldiklerini ve güvenli bir yaratım süreci için ona özgür bir alan bıraktıklarını, projedeki illüstrasyona bir stil ayarlamak ve çok geleneksel bir tarza kaymamak için kabataslak çizimlerden, temiz çizimlere kadar tüm aşamalarda düzeltmeler ve yorumlarla ilerlendiğini açıklar (Görsel 22, 24, 26).

Sonuç

Tasarım tarihi boyunca sürekli gelişen, yeni tekniklerle dinamik bir görsellik sağlayan illüstrasyon, bir görsel iletişim aracı olarak reklam tasarımında yadsınamaz bir yere sahiptir.

Bu nitel araştırma doğrultusunda; incelenen örneklerde, reklam ve tasarım tarihi boyunca illüstrasyonların yer aldıkları reklamlarda evrildikleri gözlemlenmiştir. Başlangıçta sade ve tek görsele odaklı illüstrasyonlar, zamanla daha da yalınlaşmış kimi zaman daha da karmaşık çözümlemelerle, hatta animatik özellik kazandırma denemeleriyle hedef kitlenin karşısına çıkmışlardır.

İllüstrasyon üretiminde bir çok geleneksel teknik kullanılabilirken, reklam illüstrasyonlarında sayısal ortamda yapılan üretimler, tarama ya da fotoğraflama süreçlerini gerektirmedikleri için ve renk ayrımında, baskı süreçlerinde çok daha etkili, sağlıklı sonuçlar elde etmeyi sağlamaktadırlar. Elden ve Özdem, illüstratörlerin günümüzde elle çizim yapsalar dahi, çalışmalarını bilgiyasar ortamına aktarmalarının ya da doğrudan bilgisayar ortamında

çizim yapmayı tercih etmelerinin, tasarım ve reklam dalında önemli ilerlemeler sağladığını belirtmektedirler (2015, s. 122). Sağlıklı baskı sonuçları da illüstrasyonun tercih edilirliğini ve gelişimini bu alanda daha da arttırmaktadır. Günümüzde sayısal tekniklerin de ağırlıkla kullanılmasıyla illüstratörler, yaratıcı ekiple daha sağlıklı ve hızlı bir çalışma ortamı içinde yer almaya başlamıştır.

Ticari ve yaratıcı bir alan olan reklamcılıkta, kısa teslim süreleri nedeniyle yaratıcı ekip uyumlu bir işbölümü içinde çalışmalıdır, ki bu iş bölümüne illüstratörler; esprili, yaratıcı, şahsi bakış açıları, tasarım ve çizim yetenekleri ile katkı sağlarlar (Wigan, 2012, s. 204).

En küçüğünden en büyüğüne kadar hedef kitleyle sağlıklı ve güçlü bir iletişim kurma amacında olan reklamcılık için reklam tasarımı son derece önemlidir. Günümüzde hemen her tür görselin, hedef kitle tarafından hızla tüketildiği ve benzer görsellerin dikkat çekiciliğinin azaldığı ortadır. Benzersiz özellikleriyle illüstrasyon, reklam tasarımında geçmişten günümüze her zaman taze fikirler, görseller sunarak, doğru görsel iletişimi kurabilecek önemli bir grafik tasarım alanıdır. Günümüzde birçok reklam ajansı bünyesindeki yaratıcı ekipte tam zamanlı ya da proje bazlı birçok illüstratör çalışmaktadır. "Çizim yeteneği olan illüstratörler, reklam sektöründe önemli bir yere sahiptir" (Elden ve Özdem, 2015, s. 121). İllüstrasyonun, reklam ajanslarının yanı sıra, müşteriler ve hedef kitleler tarafından da anlaşılıp, etkileşim sağlayabilmesi sonucu tercih edilirliği artmaktadır. Gelecekte de reklam illüstrasyonun, sahip olduğu sınırsız hayal gücü ve üretim teknikleri için gelişen teknolojik araçlarla, reklam tasarımında varlığını etkili bir şekilde sürdüreceği öngörülmektedir.

Kaynakça

Ambrose, H., Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda İmge.* İstanbul: Literatür Kitabevi.

Batı, Uğur. (2010). *Reklamın Dili.* İstanbul: Alfa Basım.

Becer, Emre. (2002). *İletişim ve Grafik Tasarım.* Ankara: Dost Kitabevi.

Behance. Erişim: 01.03.2016, https://www.behance.net/gallery/16768477/Dirt-makes-good-stories

Bektaş, Dilek. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları Ltd.

Campaign Türkiye, Kristal Elma Festivali Özel Sayısı. (2015). İstanbul: Ofset Yapımevi.

Clifford, John. (2014). *Graphic Icons Visionaries Who Shaped Modern Graphic Design.* USA: Peachpit Press.

Dyck, Fons Van. (2014). *Yeni Nesil Reklamcılık.* İstanbul: The Kitap.

Elden, M., Özdem, Ö. (2015). *Reklamda Görsel Tasarım, Yaratıcılık ve Sanat.* İstanbul: Say Yayınları.

Heller, S., Arisman M. (2008). *Marketing Illustration: New Venues, New Styles, New Methods.* New York: Allworth Press.

Hollis, Richard. (1994). *Graphic Design A Concise History.* London: Thames and Hudson Ltd.

Livingston, A., Livingston, I. (1992). *The Thames and Hudson Encyclopaedia of Graphic Design and Designers.* London: Thames and Hudson Ltd.

Merter, Ender (2003). *80. Yılında Cumhuriyet'i Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey.* İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Seymour Chwast Archive. Erişim: 01. 03. 2016, http://www.seymourchwastarchive.com/

Tosun, Nurhan Babür. (2014). *Marka Yönetimi.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Uçar, Tevfik Fikret. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım.* İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Weill, Alan. (2004). *Graphic Design: A History.* New York: Discoveries, Harry N. Abrams, Inc.

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