

TÜRKİYE'DEN AFİŞLER

A-A AFİŞ

POSTERS FROM TURKEY

-----1993-1995-----



İSTANBUL
MENKUL KIYMETLER
BORSASI

İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI SANAT GALERİSİ

29 EYLÜL - 25 EKİM 1995

SEPTEMBER 29TH - OCTOBER 25TH 1995

İSTANBUL STOCK EXCHANGE ART GALLERY



**TÜRKİYE'DEN AFİŞLER
POSTERS FROM TURKEY
1993-1995**

BU SERGİ GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU TARAFINDAN DÜZENLENMİŞTİR

THIS EXHIBITION IS ORGANIZED BY THE TURKISH SOCIETY OF GRAPHIC DESIGNERS

Canan Beykal'ın bu yazısı, İstanbul Atatürk Kültür Merkezi Sanat Galerisi salonlarında aynı günlerde açılan Türkiye'den Afişler ve 13. Grafik Ürünler Sergisi üzerine yazıldı ve 29 Mayıs 1993'de Cumhuriyet Gazetesi'nde yayımlandı. Yazıyı, yazarın özel izniyle kataloğa alıyoruz.

Kültürel bir gösterge olarak grafik tasarım

Türkiye'den Afişler Sergisi'nin standı üzerinde bulduğum bir tanıtım yazısında Yurdaer Altıntaş, çağdaş tasarımların sunulmasının "çağdaş bir ülke" mesajını verme görevindeki başarısından söz ediyor. Son derece haklıdır. Bu afişlerin sadece kavram - imge kurgulamasındaki çağdaş biçimlendirmeleri değil, aynı zamanda pek çoğunun doğrudan kültürel bildirişim nesneleri olmalarından dolayı içeriklerinin de "çağdaş bir ülke" mesajını verdiğini saptıyoruz.

Grafik tasarım içinde afişin bu ayrıcalıklı konumu sanırım sadece herhangi bir tüketim nesnesinin göstergesel aracı olabilmesi yanında, özellikle kültürel alanda etkin işlevi nedeniyle başlı başına kültürel bir gösterge olabilmesinden ileri geliyor. Bu bakımdan grafik tasarımcıların çağdaşlık düzeylerini afişlerinde kullandıkları grafik biçimlendirme dilinde olduğu kadar, diğer sanat dallarına hangi düzlemde, nasıl bir biçimlendirmeye baktıkları ya da nasıl bir bakış farklılığı getirdiklerini de saptayabiliyoruz. Kimilerine göre sanat, kültürel bir tüketim, kimilerine göre herhangi bir içeriğe uygulanabilecek çarpıcı biçimsel bir tasarım için "serbest" alan, kimilerine göre içerik - biçim, kavram - imge bütünlüğünde çağdaş sanat ve çağdaş grafik tasarımın özgür bir vericisidir. Söz konusu afiş sergisi benim için ise son 10 yılın kültürel göstergesidir, kültürel etkinlik belgesidir.

Ürünleri farklı kılan nedir ?

Çoğumuzun daha önceden gördüğünden emin olduğum, örneğin satın aldığımız bir jean'i ya da gömleği taşıdığımız poşeti, bankamızın bize gönderdiği broşürü, çocuğumuza aldığımız ayakkabının kutusunu, yediğimiz krakerin, içtiğimiz çorbanın, kullandığımız yağın, çiğnediğimiz çikletin paketini şimdi farklı bir mekanda, gerçek işlevlerinden farklı bir işlev ve konum içinde gördüğümüzde, bu tanıdık nesnelerin daha önce kimin tarafından tasarlandığını, tasarımın iyi mi kötü mü olduğunu ve bunların "bizi" biçimlendirip biçimlendirmedığını düşünmediğimizi ve kusura bakmayıp doğallıkla kullanıp ativerdiğimizi, oysa bir çiklet paketinin bile çeşitli aşamalardan geçtiğini (anketler, kamuoyu yoklamaları, soruşturmalar, denemeler, tartışmalar, ikna biçimleri) pek aklımıza getirmiyoruz. Şimdi, bu ürünleri farklı kıldıran ve bizim onlara farklı biçimde bakmamıza neden olan şey, sergi mekanının ve sergileme koşullarının sonucu mudur, yoksa algılama saptamalarına bu ürünlerin kendileri mi neden olmaktadır ?

Aynı şey bir dikiş iğnesi için de geçerlidir. Kimse bir dikiş iğnesinin mucizevi bir buluş olduğunu ileri sürmüyor. Bu yararlı nesnenin mucidinin kim olduğunu benim gibi sıradan pek çok kişi bilmiyor ve de bilmeye niyetlenmiyor. Dikiş iğnesi tarihi değiştirecek denli önemli bir buluş olmadığından mı, yoksa kimse kimseyi bir dikiş iğnesiyle öldüremediğinden mi dikiş iğnesinin geçmişi bizi pek ilgilendirmiyor ? Belki de tarihi, en azından giyim tarihini değiştirmiştir. Günümüzde bu denli etkili olan giyim modasının gelişimini acaba dikiş iğnesine borçlu değil miyiz ? İncecik kumaşların dokunması belki de dikiş iğnesinden sonradır, ya da dikiş iğnesi bu gereksinimden doğmuştur. Ancak bir dikiş iğnesiyle teknik bir müzede karşılaştaydık, ilk icat edilen iğneyi camlı bölmelerde görseydik aynı vurdumduymazlıkla davranabilir miydik ? Bizi ve yaşamımızı biçimlendiren bu sıradan nesnelere farklı bir gözle bakmamamız sorumlusu bizim vurdumduymazlığımız mı, yoksa bu ürünlerin kendilerinin asıl mesajı mı bu ? Barthes "Salt tüketime yönelik bir kültür, anonimlikte yüzer" diyor. Burjuvazinin, insanla yaşam arasındaki ilişkileri tasarlama biçiminin damgasını taşıdığını ileri sürüyor. Çünkü tüketime yönelik nesneler olağan kılınmışlardır ve olağan kılınmış biçimleriyle yaygınlık derecelerine oranla dikkatleri üzerlerine çekmezler, yayıldıkları alanlarda yitip giderler (çiklet paketi ya da dikiş iğnesi gibi).

Afiş tasarımının gizleri

Oysa "bizi" ve kültürümüzü biçimlendiren bu ürünlere daha dikkatle bakmamıza, söylemi desifre edip okumamıza, asıl mesajlarını kavramamıza fırsat veren bu sergiler herkesin, bu kültürün içinde biçimlenen her vatandaşın izlemesi gerektiğini düşünüyorum artık. Bu düşüncelerden bizi alıkoyan afiş tasarımının gizlerini de araştırmamız gerektiğine inanıyorum. Afişlerin farklı konumunun bakış diyaletliğinden, onu her haliyle algılama sapmalarına meydan vermeyecek konumlarda izlediğimizden dolayı ileri geldiğini anlıyorum. Çünkü ister bir tiyatronun, vapur iskelesinin, metronun girişinde ya da bir sergi salonunun kapısında ya da boylu boyunca uzanan bir duvar üzerinde, isterse bir sergi mekanı duvarında görelim, bir afişle eninde sonunda bir duvar üzerinde karşılaşırız.

Algılama sapmaları

Bir afişle her zaman bakış hizamız, bakış açımız karışıklık, birbirine paralel düşey konumdadır. Bir afişin algılama sapmalarına neden olmamasının gizi (boyutunun küçük ya da büyük olması dışında) burada yatar kanımca. Oysa örneğin bir etiket de gerçek yaşamda yer aldığı alan ile sergi panosu alanı bile etkileyicidir. Bir kağıt poşetin bir ayakkabı kutusunun ya da üstü yazılı T-shirt'ün işlevinden kopartılmış konumu algılama sapmalarına açık bir biçimde yol açar. Ancak kültürümüzde asıl sapmanın bakışımızı biçimlendirmekte yattığı bir gerçek. Bu sapmaların en dikkate değer örneklerini, çağdaş sanatı konu alan bazı çağdaş afiş tasarımlarında ya da grafik ürünlerde görmemiz daha önemli.

Çağdaş sanata herhangi bir tüketim nesnesine bakışı biçimlendirmek mesajı içinde yaklaşılması daha önemli bir sorun olsa gerek. Eğer grafik tasarımlar, sadece tasarımcının biçimlendirilişindeki çağdaşlık düzeyini değil de (yani bu kadar masum bir işlevde değil de) insanla yaşam, insanla sanat ve kültür arasındaki ilişkileri, kısaca "bizi" tasarlama biçimleriyseler, aynı zamanda bu ülke insanının çağdaş sanata bakışını da biçimlendiriyorlar demektir. Bu bile grafik tasarımı kültürel bir gösterge yapmaya yeter. "Çağdaş bir ülke" mesajı vermedeki başarının içinde sanırım grafik tasarımcının, çağdaş sanata nasıl baktığı ve bakışımızı nasıl biçimlendirdiği sorunu da yatıyor.

CANAN BEYKAL

This article by Canan Beykal was written following two exhibitions: "Posters from Turkey" and the "13th Graphic Design Exhibition". The article was originally published in Cumhuriyet newspaper on May 29th, 1993. We reprint it here with the kind permission of the author.

Graphic design as a cultural indicator

In an article written on the occasion of the first "Posters from Turkey" exhibition, Yurdaer Altıntaş mentions the success achieved by contemporary design to reflect the notion of a modern country. He is absolutely right. This message can be extracted not only from their contemporary approach to the concept-image relation, but also from their contents, stemming from the fact that they are direct cultural information objects.

I guess posters have a distinctive status in graphic design as a whole. This status stems from its character of an indicative tool for any consumer good, as well as its culturally indicative aspect, due to its culturally effective function. Thus we can see the modernity of graphic designers in the graphical formats and tools they use, and also in their attitude towards and the novelties they bring into other fields of art. To some, art is a cultural consumption, to others, a "free-zone" for applying without excluding the content-form, concept-image consistency. As for myself, this poster exhibition is the cultural indicator of the last 10 years, a document of cultural activity.

What is the reason we perceive the objects differently?

Objects of everyday life, such as shopping bags in which we carry the items of clothing that we buy, the brochure we receive from the bank, the package of the crackers and of the soup we eat, of the gum we chew have all been designed by someone, however we simply use them and then throw them away without taking any time to think about who the designer was, whether the design is a good or a bad one and whether the design affects our behavior as a consumer or not. Even the simplest wrapping for chewing gum goes through a series of processes; test, discussions and research before being finalized. When we see these objects being displayed in a gallery, torn from their everyday context we can still be unaware of never having given a thought to their background. So what makes these objects and our way of perceiving them different?

The same is true for the sewing needle. Nobody maintains that a needle is a miraculous invetion. Many people including myself do not know the inventor of this useful artifact and lack the curiosity to learn any further about it. Is this because needle is incapable of changing the course of history, is it because one can not kill with a sewing needle? But maybe it did change the course of history,at least the history of clothing. It is certain that it changed the course of fashion. Maybe the sewing needle predates the weaving of very fine fabrics or may be the sewing needle emerged as a result of the need to sew these fine pieces of fabric together. But if we saw the sewing needle in a display case in a technical museum, could we still remain indifferent? This indifference towards these ordinary objects that affect us and our behavior may stem from our nature, or maybe the real cause is the true nature of these object. According to Barthes, " a culture based on sole consumption, floats in anonymity". He argues that the bourgeoisie carries the stamp of defining the relation between the human being and his/her life. Because consumer goods are made ordinary, and they do not attract our attention despite their wide availability. Instead, they just "fade away" in the fields they are spread (just like the chewing gum pack or the sewing needle).

The Mysteries of Poster Design

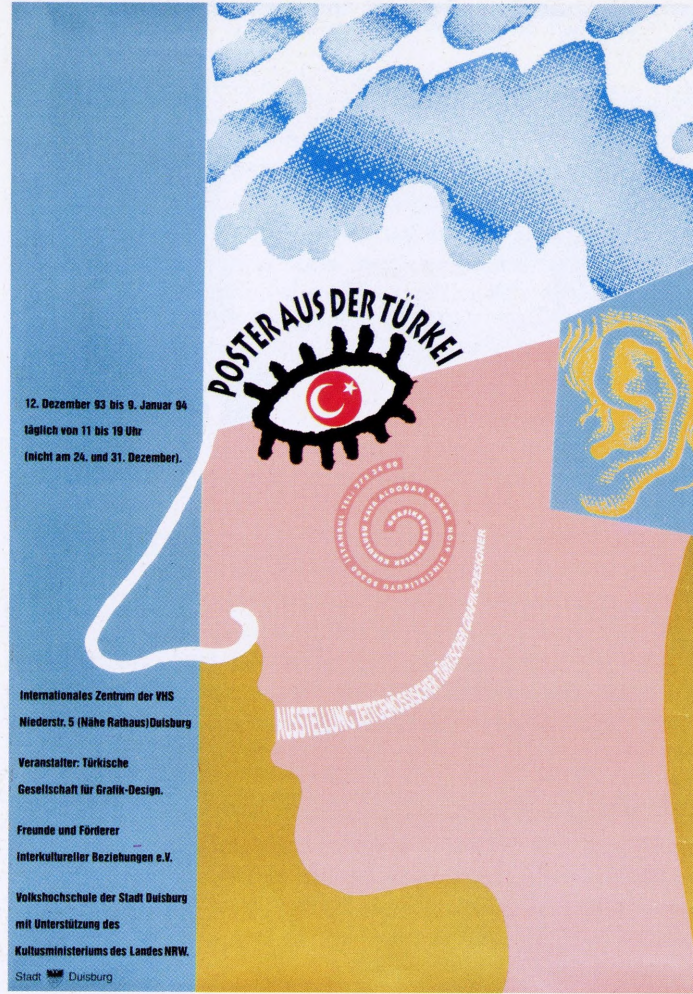
Such exhibitions are an opportunity for us to look closer at these "Products", to understand the true message they convey, to decipher and analyze their discourse. Now I think that every member of the society must see such exhibitions. I also think that we must work over these mysteries of the poster that keep us away from these thoughts. I now understand that the different status of these posters stems from the dialectics of the point of view, that we otherwise see them in places that would not allow any deviations in our perception. Because in the final analysis, we always face a poster hanging on a wall, be it the wall of a theatre building, of a gallery, of the entrance to the subway.

Deviations in Perception

We are always positioned vertically parallel to a poster. I think this is what restrains the deviations in perception (with the exception of size). But even a label ignites such a deviation when it is torn out of its context. The same thing is true for a shoe box, a paper bag or a T,shirt.. But the real deviation in culture is due to the formation of our point of view. The most striking examples of these deviations are among modern poster design or other graphical artwork, taking art itself as a subject.

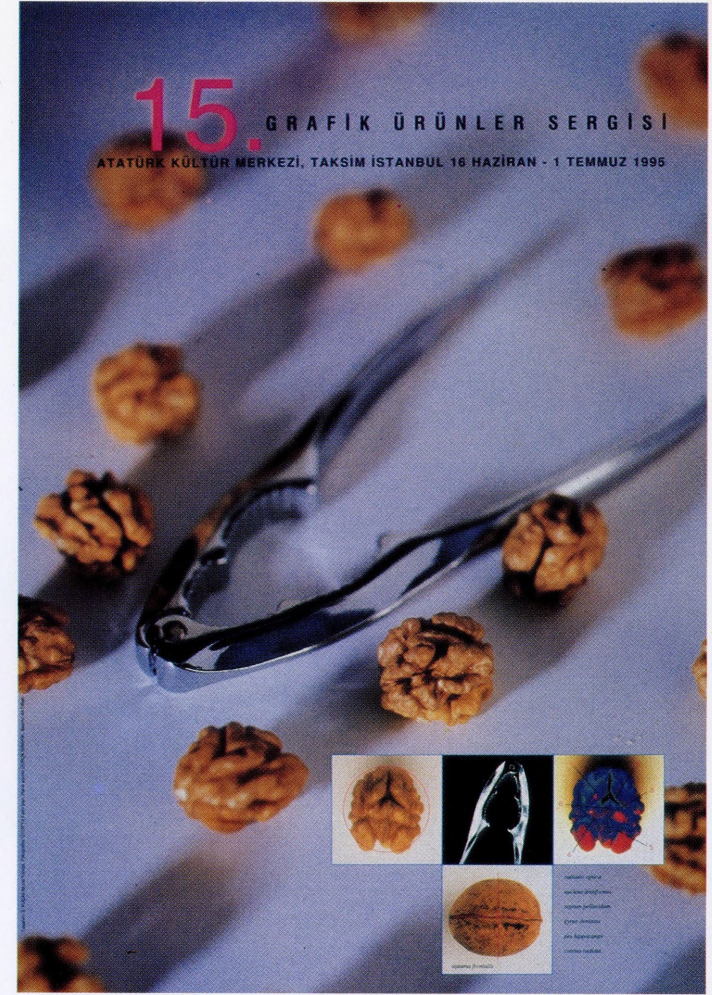
Another important problematic is the approach by which contemporary art is seen as forming the way see a consumer good. If there is more to graphical designs that just the formation of a designer from the point of view of modernity, if they are patterns defining the human-lifestyle, human-art relations, then they are also patterns defining the way a member of this society should look at contemporary art. This alone makes graphic design a cultural indicator. I guess the success in conveying the message of "a modern country" as also linked to the way the graphic designer look at contemporary art and thus the way he/she defines our look.

CANAN BEYKAL



Konu / Subject : Sergi
Exhibition
Tasarımcı / Designer : Emre Senan
Müşteri / Client : Grafikerler Meslek Kuruluşu
Turkish Society of Graphic Designers
Yapım Yılı / Years : 1994

Konu / Subject : Grafik Tasarım
Graphical Design
Tasarımcı / Designer : Murat Yılmaz
Müşteri / Client : Grafikerler Meslek Kuruluşu
Turkish Society of Graphic Designers
Yapım Yılı / Year : 1995



Dünyayı dolaşacak bir afiş sergisi açma fikri 1991'de Montreal'de pekişti ; pekişti diyorum çünkü daha önce GMK Yönetim Kurulu bir afiş kitabı yapma kararı almıştı. ICOGRADA'nın Ağustos 1001'de Montreal'de düzenlediği uluslararası tasarım kongresinde Kanada'da yaşayan ve çalışan, Akademi'den arkadaşım Necati Onat'a rastladım. Onat beni Kanada Grafik Tasarım Derneği Ontario Şubesi yöneticilerinden Catherine Didulka ile tanıştırdı. Onat, Didulka ve ben, ortak bir Kanada-Türkiye grafik etkinliği düzenlemeye karar verdik ve Türkiye'den Afişler sergisi fikri böyle doğdu. Sergi ilk kez Mayıs 1992'de Toronto'da York Quay Gallery'de 27 tasarımcıya ait 80 parça afişle açıldı. Kanada'da çok iyi eleştiriler aldık. York Üniversitesi öğretim üyelerinden Andrew Tomcyk'in Azure dergisinde yayınlanan yazısı şöyle bitiyordu:"Bizden binlerce kilometre uzakta yer almasına rağmen Türkiye bize sandığımızdan daha da yakın, sadece bir kaç adım ötede."

Kanada'daki sergi, Amerika kıtasından başka yolculuklar için beklerken Aralık 1993'te 68 afişten oluşan yeni bir sergiyi Almanya'nın Duisburg kentinde Internationales Zentrum der VHS salonlarında açtık. Ekim 1994'te ise Kanada'daki sergiyi yeni üretilmiş afişlerle destekleyerek New York'ta Parson's School of Design galerisinde AIGA/Amerikan Grafik Sanatlar Enstitüsü'nün işbirliği ile düzenledik. Bu arada sergi için hazırladığımız ve basını Aksoy Matbaacılık tarafından gerçekleştirilen 176 sayfalık kitap geniş ilgi gördü ve dünyanın dört bir yanına dağıtıldı. 1993'te Glasgow'da toplanan ICOGRADA / Grafik Tasarım Dernekleri Uluslararası Konseyi Genel Kurulu'nda Türkiye'den Afişler'in dia gösterisini gerçekleştirdik. Sergi dünya kültür merkezlerini dolaşmakla kalmadı, Ankara ve İstanbul'da da Türk izleyicisinin önüne çıktı. 1961-1992 arasındaki dönemde tasarlanan ürünleri içeren Türkiye'den Afişler'in ilk açılışının üzerinden üç yıldan fazla zaman geçti.

GMK Yönetim Kurulu artık sadece yeni afişleri içine alan bir sergi düzenlemeye karar verdi. Bundan böyle Türkiye'den afişler iki bölümden oluşacak : "1963-1992" ve "1993-1995" dönemleri. Serginin yeni duraklarında ilk sergi belgesel bir nitelik taşıyacak, ağırlık yeni afişlerde olacak. Birçoğu uluslararası bienallere ve yayınlara seçilen, ödüller kazanan, müze ve koleksiyonlara alınan yapıtlardan oluşan "Türkiye'den Afişler 1993-1995", dünya turnesine İstanbul'dan başlıyor. Sergiyi afişleriyle onurlandıran tasarımcı arkadaşlarıma, sergi için bize salonlarını açan İMKB Sanat Galerisi'ne ve Sayın Başkan Tuncay Artun'a, grafik tasarımımızın dünyaya tanıtılmasına yaptıkları katkılar için yürekten teşekkürlerimi sunarım.

Sadık Karamustafa Grafikerler Meslek Kuruluşu Yönetim Kurulu Başkanı

GMK (Grafikerler Meslek Kuruluşu; The Turkish Society of Graphic Designers) had taken the decision to publish a book on Turkish posters when the idea of organizing a touring exhibition emerged and gradually gained strength. The final decision concerning this exhibition was made after I was introduced to Ms Catherine Didulka, a member of the Executive Board of the Canadian Graphic Design Association, during the International Design Convention organized by ICOGRADA in Canada in 1991. I was introduced to Ms. Didulka by Necati Onat, a friend of mine living in Canada. Onat, Didulka and I agreed upon organizing a Turco-Canadian graphic design event. Our plan materialized when the "Posters from Turkey" exhibition opened in the York Quay Gallery in Toronto, on May 1992. The exhibition consisted of 80 posters designed by 27 Turkish graphic designers, covering the years between 1961-1992.

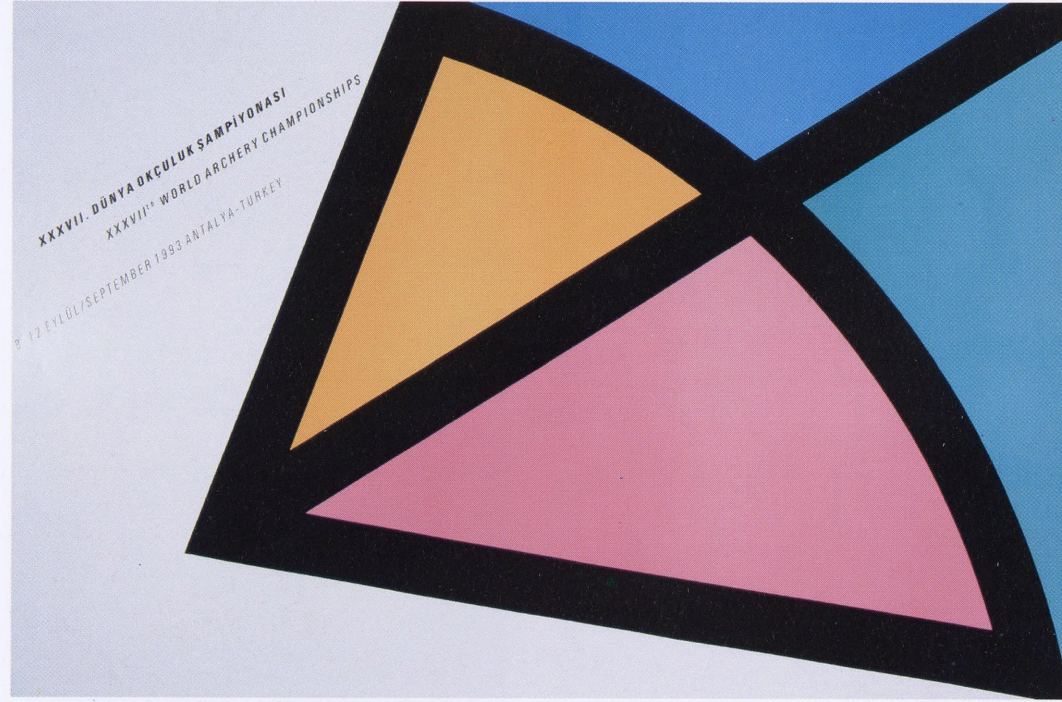
We were delighted by the response we received. Andrew Tomcyk, an academician from York University, commented in his article published in Azure Magazine: "Although physically miles away, Turkey is much closer to us than we think. It is in fact, only a few steps away".

A different exhibition consisting of 68 posters was opened in Duisburg's Internationales Zentrum der VHS on December 1993. During the same year we presented a slide show of the posters in Glasgow during the ICOGRADA convention. Meanwhile the group of posters which had been exhibited in Toronto was enlarged with new additions and transferred to New York's Parson's School of Design Gallery. The New York exhibition opened on October 1994 with the collaboration of AIGA. By this time the 176-page book on Turkish posters had been printed by Aksoy Matbaası and had been distributed worldwide. The exhibition has continued touring the major cultural centers of the world as visiting Istanbul and Ankara. Three years have passed now since the first exhibition was held. The GMK Executive Board has now decided to put together a new exhibition, covering solely recent work. As for the original "Posters from Turkey" exhibition, it will from now on consist of two parts; the period between 1961-1992 which will be of a documentary character; and the period of 1993-1995 which will form the main core of the exhibition.

"Posters from Turkey 1993-1995" starts its world tour in Istanbul. Many of the posters presented here have won various awards and have been selected for inclusion in international biennals and publications, museums and collections. I would like to extend my heartfelt thanks to my colleagues who participated with their work as well as to the ISE Art Gallery and the ISE Chairman Mr Tuncay Artun for their contribution to Turkish graphic design.

Sadık Karamustafa Turkish Society of Graphic Designers Chairman of the Executive Board

Konu / Subject : Okçuluk
Archery
Tasarımcı / Designer : Bülent Erkmen
Müşteri / Client : Türkiye Okçuluk Federasyonu
Turkish Archery Federation
Yapım Yılı / Year : 1993



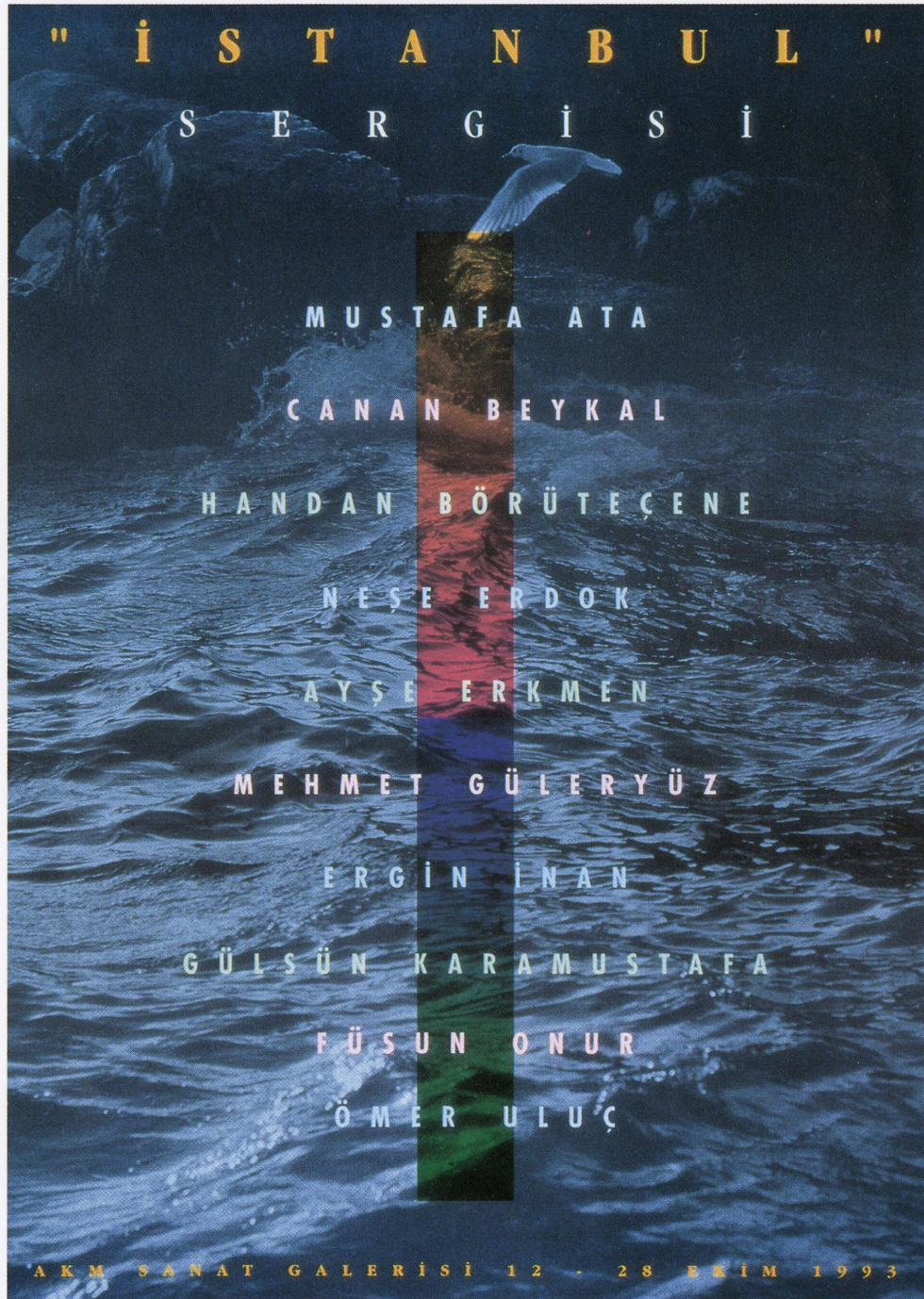
Cumhuriyet



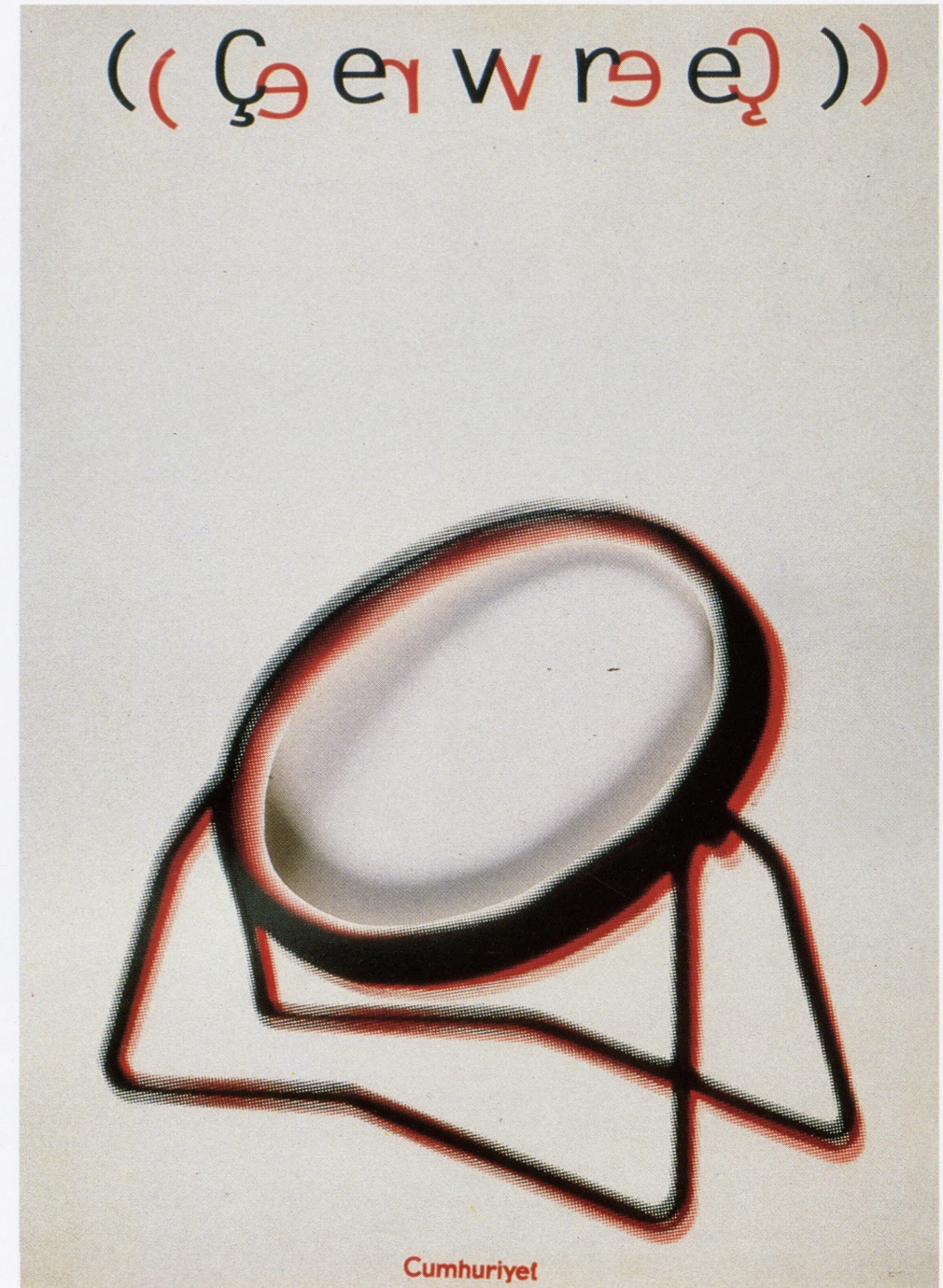
Konu / Subject : Yunus Nadi Ödülleri '94
Yunus Nadi Awards '94
Tasarımcı / Designer : Ahmet Naci Firat
Müşteri / Client : Cumhuriyet
Yapım Yılı / Year : 1993



Konu / Subject : Çevre
Environment
Tasarımcı / Designer : Mahmut Soyer
Müşteri / Client : İstanbul Makine Mühendisleri Odası
Istanbul Chamber of
Mechanical Engineers
Yapım Yılı / Year : 1995



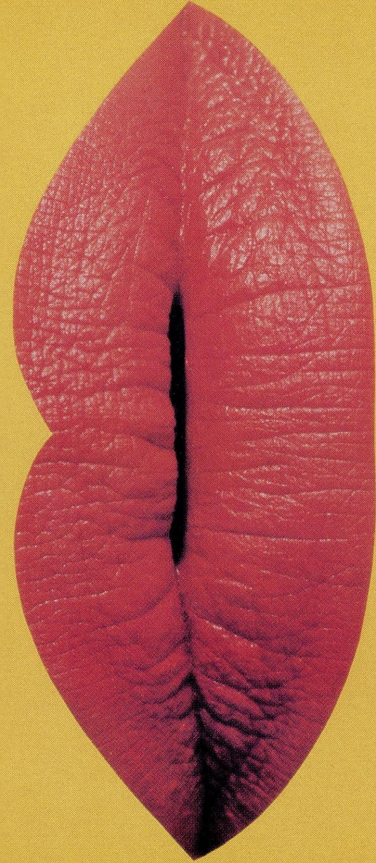
Konu / Subject : Sergi
Art Exhibition
Tasarımcı / Designer : Cemalettin Mutver
Müşteri / Client : Atatürk Kültür Merkezi
Atatürk Cultural Center
Yapım Yılı / Year : 1993



Konu / Subject : Çevre
Environment
Tasarımcı / Designer : Yetkin Başarır
Müşteri / Client : Cumhuriyet
Yapım Yılı / Year : 1994

SARI TEBESSÜM

YAZAN-YÖNETEN: SEÇKİN YASAR



ŞAHİKA TEKAND•MAHİR GÜNŞİRAY•LEVENT ÖZDİLEK

ZUHAL GENCER, GÜNER ÖZKUL, KUTAY KÖKTÜRK, SUNA SELEN, ORHAN ALKAYA, AYŞEN SAVAŞKAN, ECE USLU, NILGÜN ÜSTÜN, GÜVEN TURAN, TARIK GÜNERSEL

GÖRÜNTÜ YÖNETMENİ : ÜMIT ARDABAK SENARYO : SEÇKİN YASAR DİYALOG : İZZET YASAR

SANAT YÖNETMENLERİ: METE ÖZGENCİL, ESAT TEKAND, ALİ DIRİER KURGU : MEVLÜT KOÇAK

YAPIM SORUMLUSU : AHMET SONER YAPIMCILAR : ÜNAL KÜPELİ, SEÇKİN YASAR - FİLM DOKU

1993 / 5. ANKARA ULUSLARARASI FİLM FESTİVALI'NDE 4 ÖDÜL BİRDEN !



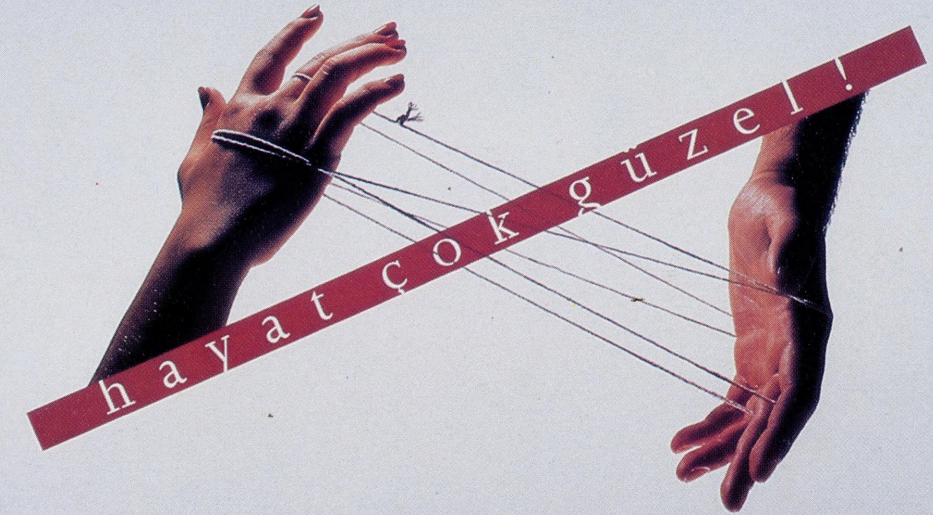
WARNER BROS.
Film ve Video Sat. ve Tic. A.Ş.
Türkiye Sinema ve Televizyon Kurumu



Konu / Subject : Film Afisi
Movie Poster
Tasarımcı / Designer : Hakkı Mısırlıoğlu
Müşteri / Client : Film Doku
Yapım Yılı / Year : 1993

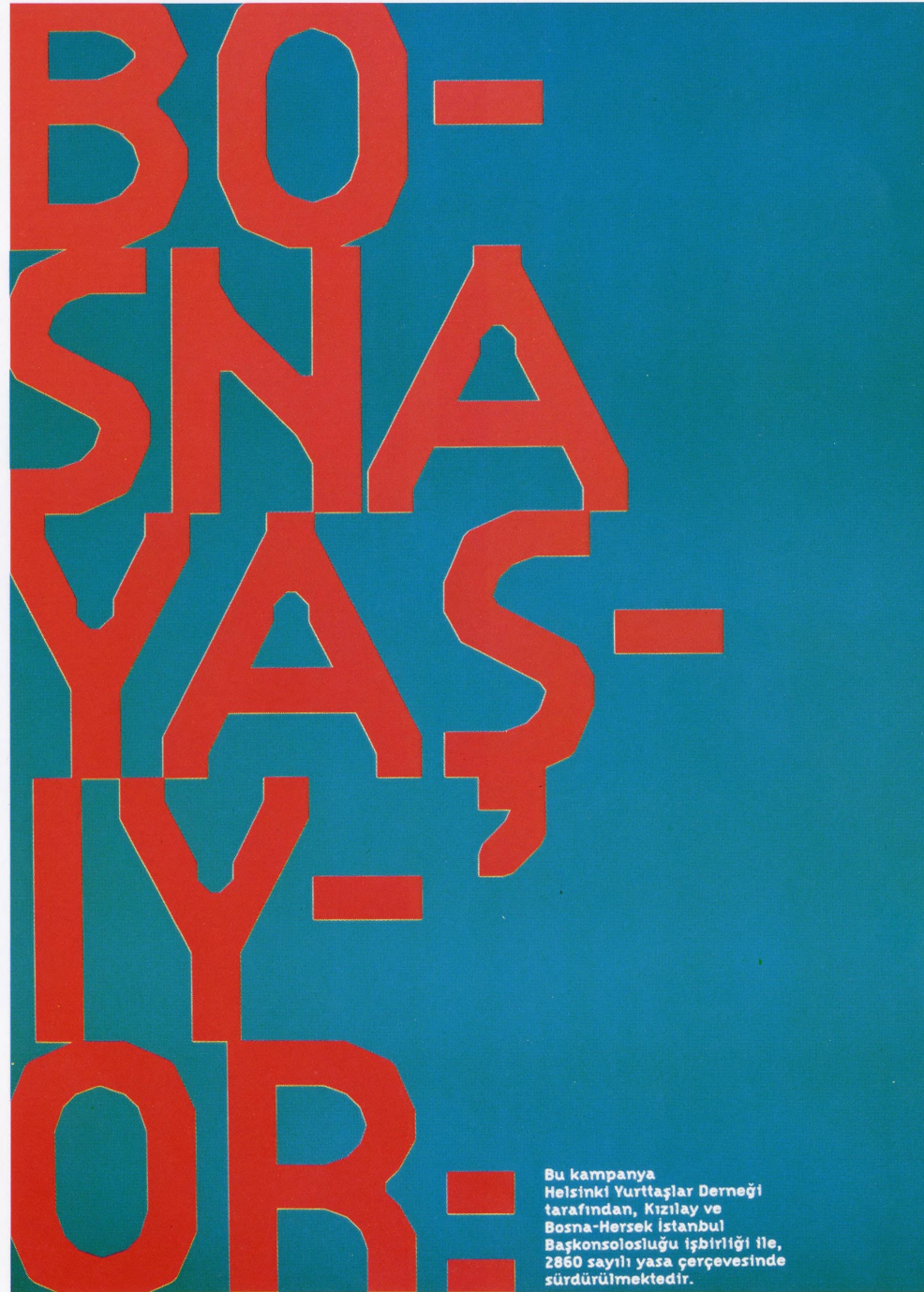
Kültür Bakanlığının Destekliyle

Tiyatrofil



Yazan: Anton Çehov Oyunlaştıran ve Yöneten: Kama Ginkas Dekor: Sergey Barhin
Müzik: Igor Desyatnikov Çevirmen: Hürman Nevruzova Koreograf: Alev Baymur

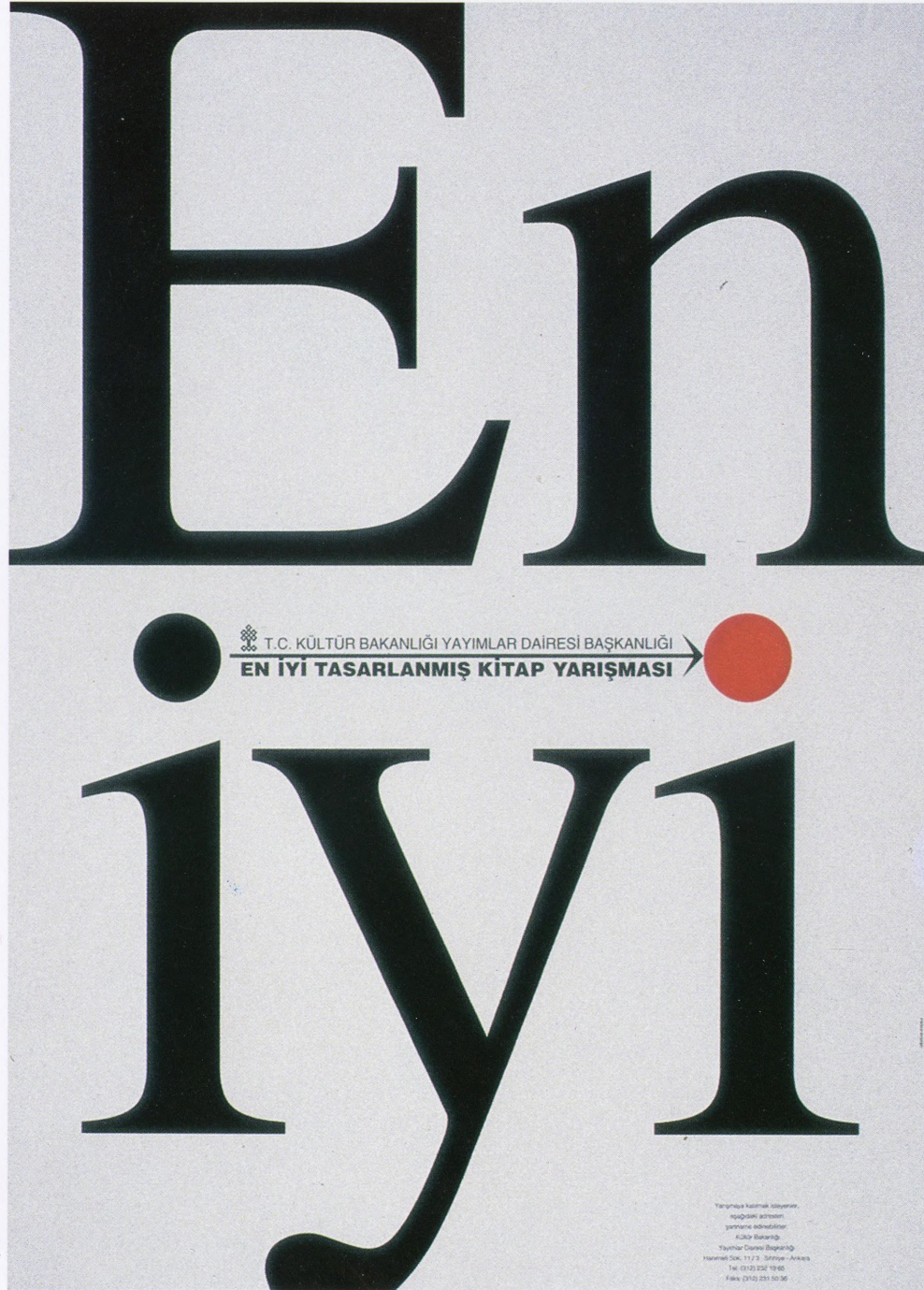
Konu / Subject : Tiyatro
Drama
Tasarımcı / Designer : Mehmet Ali Türkmen
Müşteri / Client : Tiyatrofil
Yapım Yılı / Year : 1995



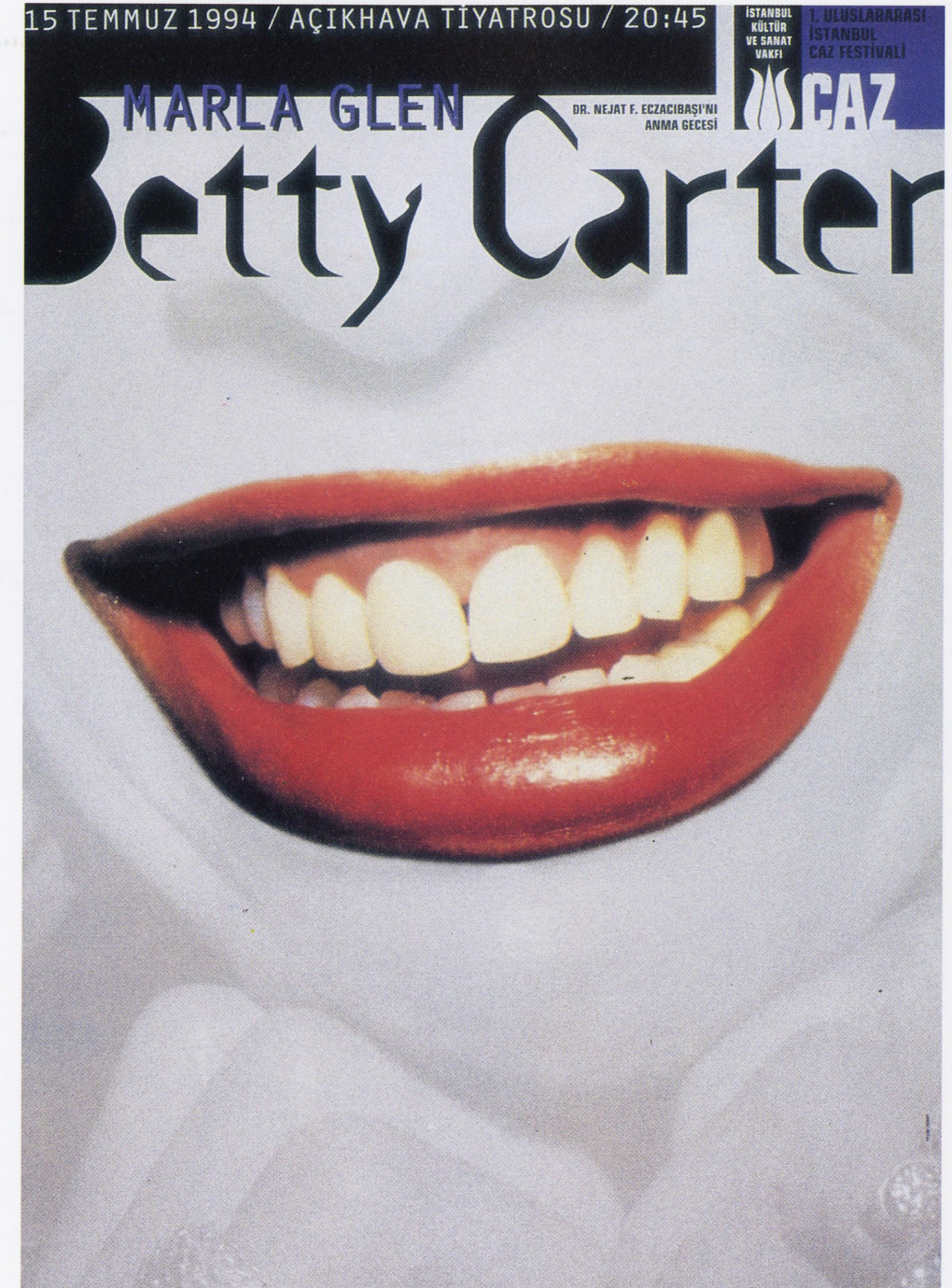
Konu / Subject : Başış Kampanyası
Donation Campaign
Tasarımcı / Designer : Bülent Erkmen
Müşteri / Client : Helsinki Yurttaşlar Meclisi
Helsinki Citizens Assembly
Yapım Yılı / Year : 1994



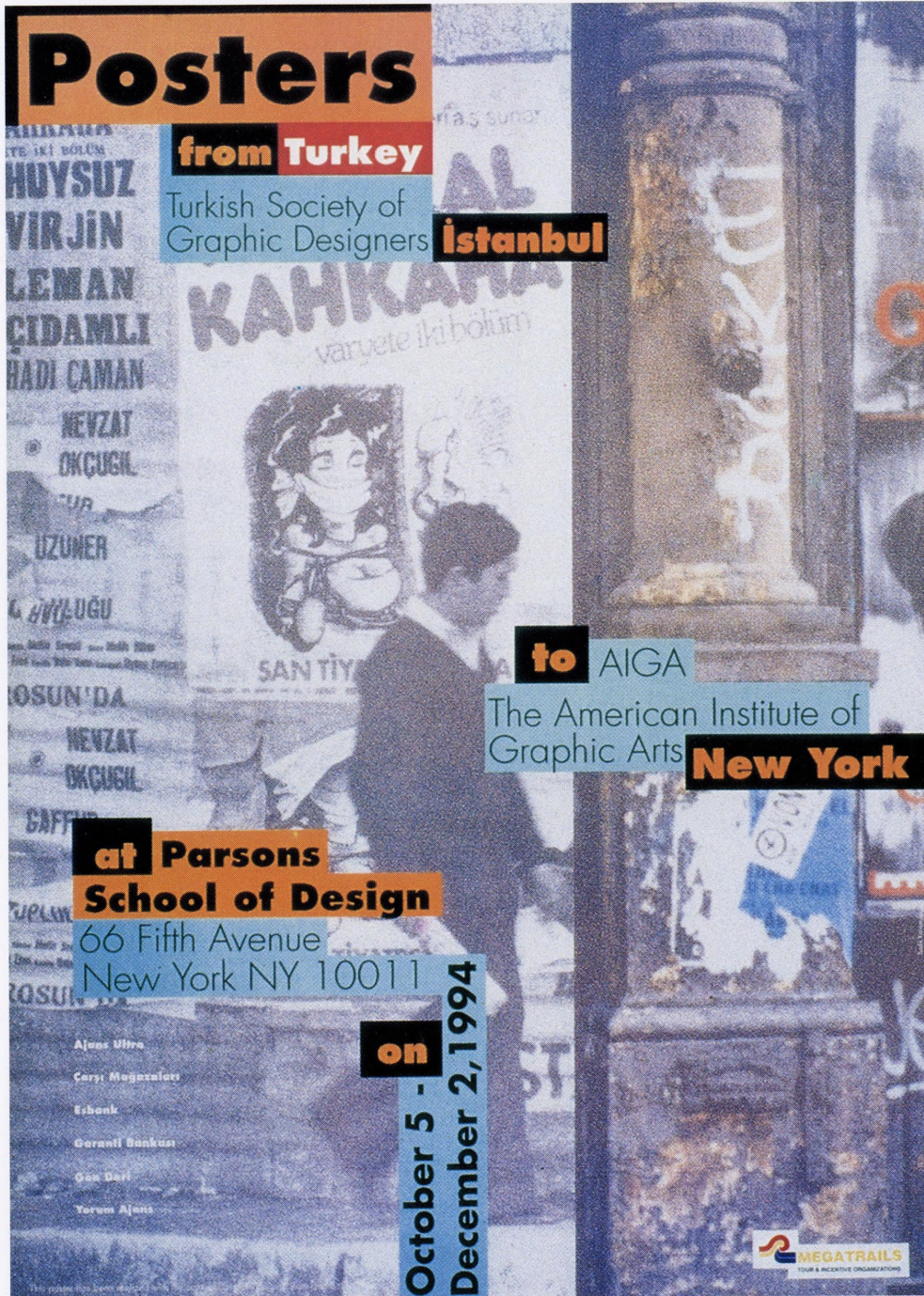
Konu / Subject : Uluslararası İstanbul Film Festivali
Istanbul International Film Festival
Tasarımcı / Designer : Haluk Tuncay
Müşteri / Client : İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı
Istanbul Foundation for Culture and Arts
Yapım Yılı / Year : 1995



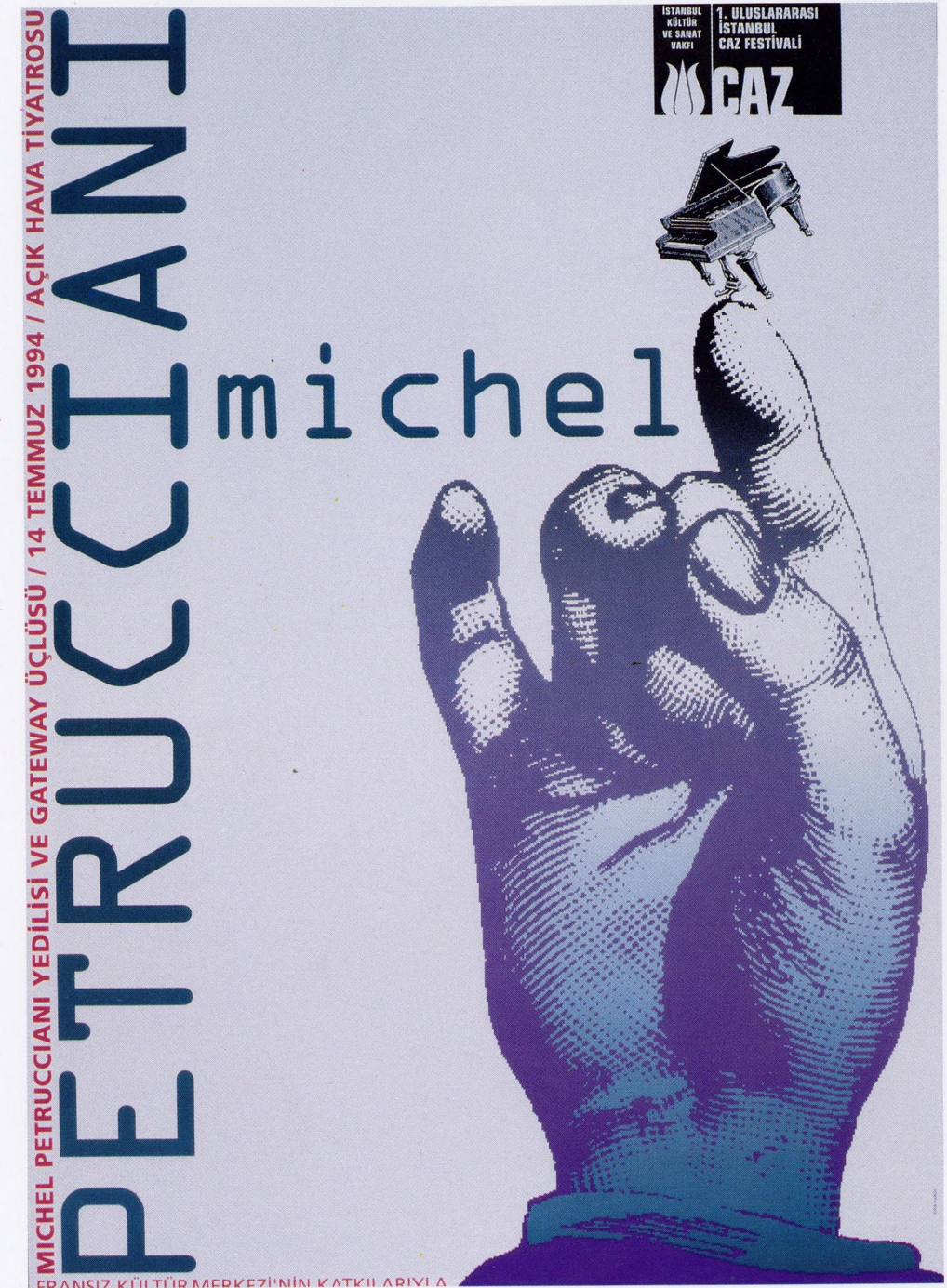
Konu / Subject : Kitap Tasarım Yarışması
Book Design Contest
Tasarımcı / Designer : Uğurcan Ataoğlu
Müşteri / Client : Kültür Bakanlığı
Ministry of Culture
Yapım Yılı / Year : 1995



Konu / Subject : Konser
Concert
Tasarımcı / Designer : Yeşim Demir
Müşteri / Client : İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı
Istanbul Foundation for Culture and Arts
Yapım Yılı / Year : 1994



Konu / Subject : Sergi
Exhibition
Tasarımcı / Designer : Sadık Karamustafa
Müşteri / Client : Grafikerler Meslek Kuruluşu
Turkish Society of Graphic Designers
Yapım Yılı / Year : 1994



Konu / Subject : Konser
Concert
Tasarımcı / Designer : Esen Karol
Müşteri / Client : İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı
İstanbul Foundation for Culture and Arts
Yapım Yılı / Year : 1994

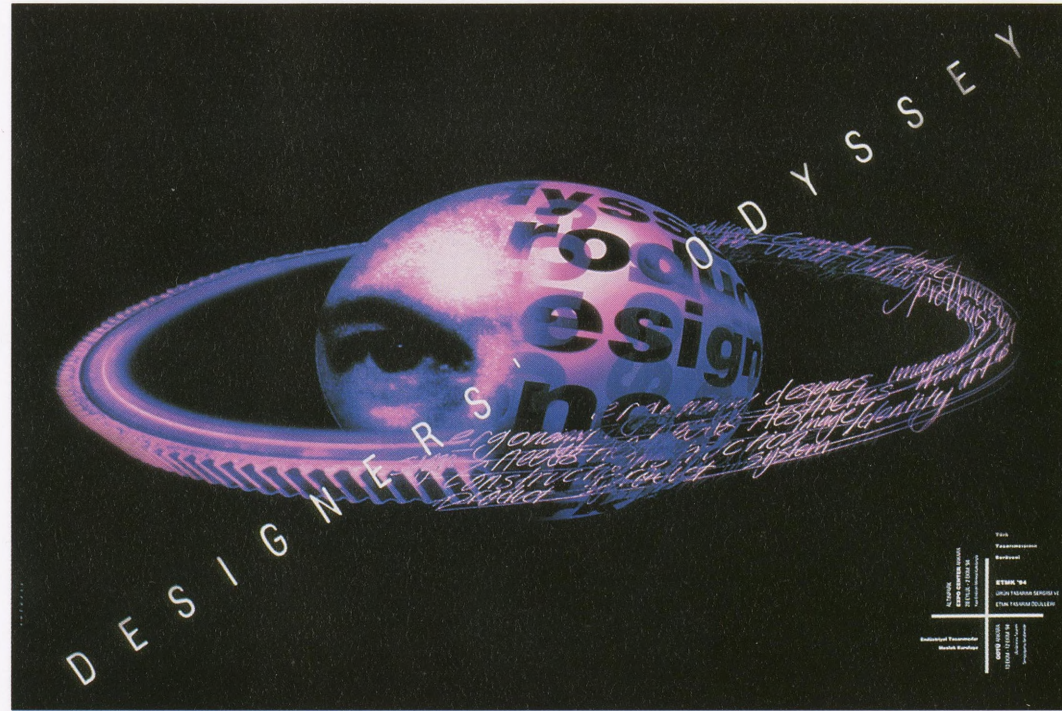


Konu / Subject : Sergi
Art Exhibition
Tasarımcı / Designer : Gülizar Çepoğlu
Müşteri / Client : İpek Aksüğür Duben
Yapım Yılı / Year : 1994



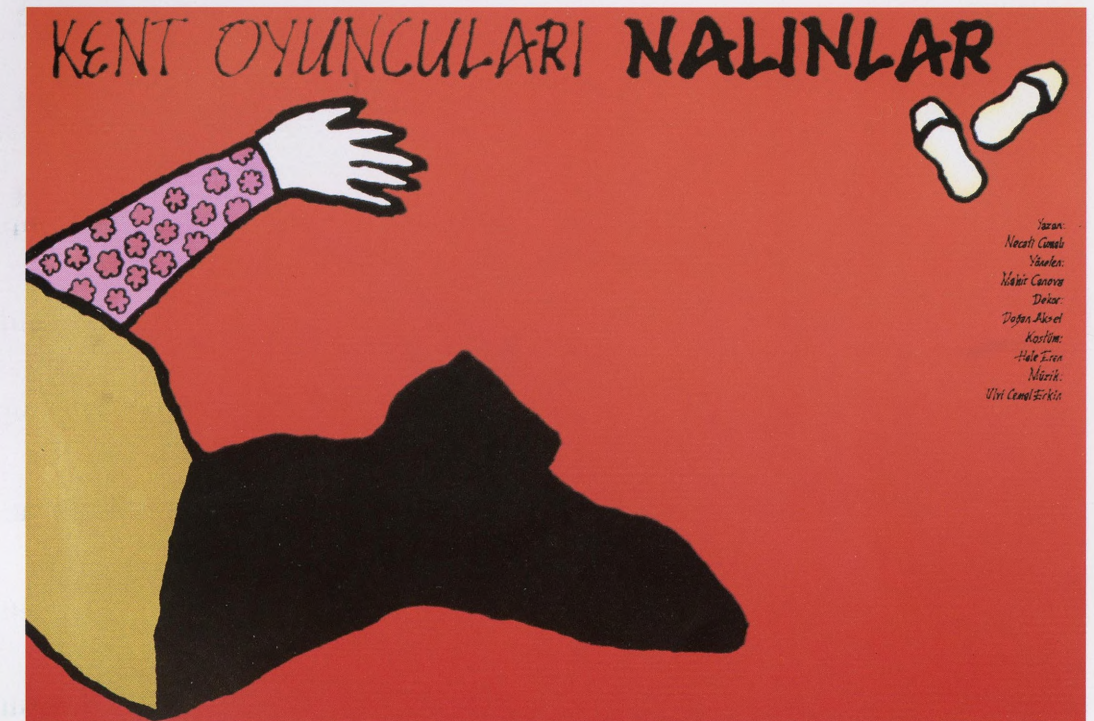
Konu / Subject : Tiyatro
Drama
Tasarımcı / Designer : Savaş Çekiç
Müşteri / Client : Şehir Tiyatroları
City Theater of Istanbul
Yapım Yılı / Year : 1995

Konu / Subject : Ürün Tasarım Sergisi
Industrial Design Exhibition
Tasarımcı / Designer : Solaris
Müşteri / Client : Endüstri Tasarımcıları Meslek Kuruluşu
Industrial Designers Association
Yapım Yılı / Year : 1994



Konu / Subject : Sergi
Graphic Design Exhibition
Tasarımcı / Designer : Tülay Ulukılıç
Müşteri / Client : Grafikler Meslek Kuruluşu
Turkish Society of Graphic Designers
Yapım Yılı / Year : 1994

Konu / Subject : AIDS
Tasarımcı / Designer : Yüksel Doğru
Müşteri / Client : AIDS Savaşım Derneği
Association for War Against AIDS
Yapım Yılı / Year : 1993



Konu / Subject : Tiyatro
Drama
Tasarımcı / Designer : Yurdaer Altıntaş
Müşteri / Client : Kent Oyuncuları
Kent Players
Yapım Yılı / Year : 1993

Türkiye'den Afişler 1993-1995
Posters From Turkey 1993-1995
(Tasarımcılar / The Designers)

Yurdaer Altıntaş
Uğurcan Ataoğlu
Anadolu Üniversitesi GSF
Zafer Baran
Yetkin Başarır
İlhan Bilge
Murat Celep
Coşkun Çağlayan
Savaş Çekiç
Gülizar Çepoğlu
Artun Çinetçi
Joelle Danon
Yeşim Demir
Yüksel Doğru
Gülbüz Doğan Ekşioğlu
Bülent Erkmen
Ahmet Naci Fırat
Cem Günöbek
Sadık Karamustafa
Esen Karol
Mesut Kayalar
Mert Kuş
Hakkı Mısırlıoğlu
Nadir Mutluer
Cemalettin Mutver
Namık Kemal Sarıkavak
Emre Sehan
Solaris
Mahmut Soyer
Terazi Tasarım
Haluk Tuncay
Mehmet Ali Türkmen
Tülay Ulukılıç
Çağlayan Yalçın
Murat Yılmaz



İSTANBUL
MENKUL KIYMETLER
BORSASI
İstinye - İstanbul