T.C.

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GÖRSEL KÜLTÜR ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KÜLTÜR VE SANAT AFİŞLERİNİN GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI AÇISINDAN İNCELENMESİ; İSTANBUL KÜLTÜR SANAT VAKFI AFİŞ ÖRNEKLERİ

FERDAL CEBE

TEZ DANIŞMANI

DR. ÖĞR. ÜYESİ RAMAZAN ÇELİK

EDİRNE 2023

Tezin Adı: Kültür ve Sanat Afişlerinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi; İstanbul Kültür Sanat Vakfı Afiş Örnekleri

Hazırlayan: Ferdal CEBE

ÖZET

Görsel iletişim işaret, sembol, şekil ve çizimlerle bireyler arasında söze gerek kalmadan gerçekleştirilen iletişim şeklidir. İnsanlığın var olmasından günümüze kadar gelinen süreçte iletişim mağara duvarlarına çizilen resimler, işaretler anlamlandırılarak toplumlar arasındaki etkileşimi sağlamaya çalışmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte görsel semboller yoğun şekilde yaşamın içerisinde yer almaya başlamış, insanları bilgilendirme ve yer-yön bulma gibi hayatı kolaylaştırıcı yanıyla kitlelere hızlı şekilde ulaşmayı başarmıştır. Görsellerin okunup, anlamlandırılması görsel iletişimin önem kazandığı günümüzde, öğrenme yöntemlerine çeşitlilik kazandırmıştır. Bireyler yazılı metinleri okumak yerine, görsel imgelerle bilgi edinmeyi ve anlamlı hale getirmeyi tercih etmektedirler.

Görsel iletişim aracı olan afiş, grafik tasarımının önemli bir ürünü olarak kitlelere hitap etmektedir. Asıl amacı iletilmek istenen mesajları açık ve anlaşılır bir şekilde iletebilmek olan afişler; ilk bakışta görsel teması sağlamalı, hedef kitlenin duyusuna etki etmeli, verilmek istenen mesaj az sözcükle özgün bir şekilde olmalı, görsellik sade, yalın ve çarpıcı olarak verilmelidir. İlk kullanılmaya başladığı dönemlerde duyuru, haber niteliği taşıyan afişler, süreç ilerleyip kitle iletişim araçlarının gelişmesi, yaygınlaşmasıyla daha çok tanıtım ve reklam amaçlı kullanılmaya başlamış, teknolojik gelişmeler sonucunda aynı ülke içerisinde farklı coğrafyalarda yaşayan topluluklarda bile kültürlerin etkilenmesine sebep olmuştur. Afişler kültürel ve sosyal anlamda toplumu bilgilendirme, kültürel farkındalığı artırma amaçlı kullanımıyla günümüzün görsel iletişiminin vazgeçilmez parçasıdır.

Çalışmamızda, kültürel anlamda öneme sahip olan İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın (İKSV) caz, film, müzik ve tiyatro festival afişleri, son beş dikkate alınarak değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma örneklemleri görsel iletişim tasarımı açısından incelenmekte, yorumlanarak anlamlandırılmakta ve değerlendirildiği şekliyle bir

bütün halinde ele alınmaktadır. Afişlerin incelenmesi aşamasında temel tasarım öğe ve ilkelerinden olan çizgi, renk, denge, bütünlük, zıtlık, tekrar, tipografi, kompozisyon vb. değerlerden faydalanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsel İletişim, Afiş, İKSV, Tasarım

Name Of Thesis: Analysis of Culture and Art Posters in Terms of Visual Communication Design; Istanbul Foundation for Culture and Arts Poster Samples

Prepared by: Ferdal CEBE

ABSTRACT

Visual communication is a form of communication between individuals with signs, symbols, figures and drawings without the need for words. In the process from the existence of humanity to the present day, the pictures drawn on the walls of the communication caves have tried to provide the interaction between the societies by making sense of the signs. With the technological developments, visual symbols have started to take place in life intensively, and it has managed to reach the masses quickly with its life-facilitating side such as informing people and finding place and direction. Reading and making sense of visuals has added variety to learning methods in today's world where visual communication gains importance. Instead of reading written texts, individuals prefer to obtain information and make it meaningful with visual images.

The poster, which is a visual communication tool, appeals to the masses as an important product of graphic design. Banners whose main purpose is to convey the messages to be conveyed in a clear and understandable way; At first glance, it should provide visual contact, affect the sense of the target audience, the message to be conveyed should be unique with few words, the visuality should be given in a plain, plain and striking manner. In the period when they were first used, posters with the quality of announcements and news started to be used more for promotional and advertising purposes with the development and spread of mass media, and as a result of technological developments, cultures were affected even in communities living in different geographies within the same country. Posters are an indispensable part of today's visual communication with the aim of informing the society in cultural and social sense and raising cultural awareness.

In our study, examples of the last five festivals from the Jazz, Film, Music and Theater Festival posters of the Istanbul Foundation for Culture and Arts (İKSV), which have cultural significance, are handled as a whole as they are analyzed, interpreted,

interpreted and evaluated in terms of visual communication design. Line, color, balance, integrity, contrast, repetition, typography, composition, etc., which are the basic design elements and principles, during the examination of the posters. values are used.

Key Words: Visual Communication, Poster, İKSV, Design

ÖN SÖZ

Kültür ve Sanat Afişlerinin farklı türler arasındaki karşılaştırmalarıyla ilgili çalışma yapılmaması bir eksiklik oluşturduğundan dolayı çalışmamızda İstanbul Kültür Sanat Vakfı Afişlerini 4 başlık altında incelemek ve karşılaştırma yaparak anlamlı veriler elde etmek büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmanın bir diğer açıdan önemi ise kültür ve sanat afişlerinin yaşanılan toplum ve kültürü ne kadar yansıttığını da tespit etmeye çalışması ve konu ile ilgili sorular sorarak anlamlı veriler elde etmeyi amaçlamasıdır.

Çalışmanın şekillenmesindeki yönlendirmeleri ve kaynak konusundaki destekleri için tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ramazan ÇELİK'e teşekkürlerimi sunarım.

Görsel Kültür Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans programında okurken bana katkı sunan değerli hocalarım Prof. Dr. Engin BEKSAÇ'a ve Doç. Dr. Üyesi Nilgün BECENEN'e, tez sürecinde desteğini esirgemeyen meslektaşım Mehmet ÖZYÜREK'e teşekkür ederim.

Ferdal CEBE

İÇİNDEKİLER

ÖZET ……...…... I

ABSTRACT ……..…... III

ÖN SÖZ ……...……...…… V

İÇİNDEKİLER …….....……. VI

GÖRSEL LİSTESİ ……...……. X

KISALTMALAR ……...…… XII

GİRİŞ ……...…….….. 1

I. BÖLÜM ……...…….... 2

1. KÜLTÜR, SANAT ve İLETİŞİM İLİŞKİSİ ……...…….... 2

1.1. Kültür Nedir? ……..... 2

1.1.1. Kültür Sosyolojisi ve Kültürel Çalışmalara Genel Bakış …...….... 4

1.1.2. Sanat Kültürü …….……..…..... 5

1.1.3. Popüler Kültür ……..…..…… 8

1.1.4. Kitle Kültürü …….……..…..... 10

1.2. İletişim Kavramı ……..……...……..… 11

1.2.1. Sanat ve Tasarımda İletişim ……...…….…. 12

II. BÖLÜM ……... 15

2. GÖRSEL İLETİŞİMDE TASARIM SÜREÇLERİ …….. 15

2.1. Görsel İletişimin Gelişimi ……...……...…… 15

2.2. Toplumsal Hayatta Görsel İletişimin Önemi ……...…..…. 16

2.3. İşaret, Sembol ve Simgelerle İletişim ……..... 17

2.4. Görsel İletişimde Anlam ve Anlamlandırma ……..... 18

2.4.1. Göstergebilim ……..…….. 20

2.5. Tasarım Kavramı ……..…..….. 23

2.6. Temel Tasarım Öğeleri ……...… 24

2.6.1. Çizgi …….…..... 24

2.6.2. Renk ……...…. 25

2.6.3. Ton …….…..... 29

2.6.4. Doku ……...…..…..… 29

2.6.5. Biçim-Form ……...…..…….. 30

2.6.6. Ölçü …….…...….. 30

2.6.7. Yön …….…..... 30

2.7. Temel Tasarım İlkeleri ……...…….…...… 31

2.7.1. Denge …….…….. 31

2.7.2. Oran-Orantı ……...….. 32

2.7.3. Ritim …….… 32

2.7.4. Vurgu …….... 33

2.7.5. Bütünlük ……...…..... 33

2.7.6. Zıtlık ……...…. 33

2.7.7. Devamlılık ……..... 34

III. BÖLÜM ……..... 35

3. GÖRSEL İLETİŞİMDE AFİŞ TASARIMLARI ……..... 35

3.1. Afiş Tasarımı ve Tarihsel Gelişimi …….…… 35

3.2. Afişlerin Oluşturulma Süreçleri ……..... 40

3.2.1. Tipografi ……..…. 41

3.2.2. Kompozisyon …….. 42

3.2.3. Boşluk (Espas) ……...…… 42

3.2.4. Mekân ……...…... 43

3.3. Afiş Çeşitleri ve Kullanıldığı Alanlar ……....……. 43

3.3.1. Kültürel İçerikli Afişler …….....…... 44

3.3.2. Sosyal Afişler …….…….. 45

3.3.3. Ticari (Reklam) Afişleri ……....…….. 46

3.4. Afiş Tasarım Teknikleri ……....…....…….. 48

3.4.1. Fotoğraf Tekniği ……...…….…… 49

3.4.2. İllüstrasyon Tekniği ……...…….…. 49

3.4.3. Karışık Teknik ……...……...…… 51

3.4.4. Bilgisayar Tekniği ……...……..…….. 51

IV. BÖLÜM ……...……...……. 53

4. GÖRSEL TASARIM SÜRECİNDE İSTANBUL KÜLTÜR SANAT VAKFI AFİŞ ÖRNEKLERİNİN İNCELENMESİ ……..... 53

4.1. Örneklem ……..……...…..... 56

4.2. Yöntem ……..……...…….. 57

4.3. İnceleme ……...…….…… 58

4.3.1. Caz Festival Afişleri ……..……..…… 58

4.3.2. Film Festival Afişleri ……..……..…… 71

4.3.3. Müzik Festival Afişleri ……..……. 83

4.3.4. Tiyatro Festival Afişleri ……..…….. 96

SONUÇ ……... 109

KAYNAKÇA ……..…….. 113

İNTERNET TABANLI KAYNAKÇA ……..……. 115

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: Moulin Rouge ……..…… 37

Görsel 2: Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali (1989) ……...… 45

Görsel 3: Kızılay Afişi ……...…..….. 46

Görsel 4: Shell Kampanya Afişi ……...……..…… 48

Görsel 5: İKSV Müzik Festival Afişi (1973) ……...…..…… 54

Görsel 6: İKSV Caz Festival Afişi (2015) ……...……..…..… 58

Görsel 7: İKSV Caz Festival Afişi (2016) …….…… 60

Görsel 8: İKSV Caz Festival Afişi (2017) ……..……..…..…… 62

Görsel 9: İKSV Caz Festival Afişi (2017) ……..……...…… 64

Görsel 10: İKSV Caz Festival Afişi (2018) ……..……..…… 65

Görsel 11: İKSV Caz Festival Afişi (2018) ……..……..…… 67

Görsel 12: İKSV Caz Festival Afişi (2019) ……..……..…… 68

Görsel 13: İKSV Caz Festival Afişi (2019) ……..……...…… 70

Görsel 14: İKSV Film Festival Afişi (2017) ….…….…… 71

Görsel 15: İKSV Film Festival Afişi (2018) ….…….…… 73

Görsel 16: İKSV Film Festival Afişi (2019) ….…….…… 75

Görsel 17: İKSV Film Festival Afişi (2020) ….…….…… 78

Görsel 18: İKSV Film Festival Afişi (2021) ….…….…… 80

Görsel 19: İKSV Müzik Festival Afişi (2017) ..…….…… 83

Görsel 20: İKSV Müzik Festival Afişi (2018) ..…….…… 85

Görsel 21: İKSV Müzik Festival Afişi (2019) ..…….…… 88

Görsel 22: İKSV Müzik Festival Afişi (2020) ..…….…… 91

Görsel 23: İKSV Müzik Festival Afişi (2021) ..…….…… 93

Görsel 24: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2017) ..…….……..…… 96

Görsel 25: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2018) ..…….……..…… 98

Görsel 26: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2019) ..……...……..…. 101

Görsel 27: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2020) ..…...……..…… 104

Görsel 28: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2021) ..…….…..… 106

KISALTMALAR

a.g.e.: Adı Geçen Eser

Avm: Alışveriş Merkezi

İKSV: İstanbul Kültür Sanat Vakfı

PSM: Performans Sanatları Merkezi

SBE: Sosyal Bilimler Enstitüsü

TDK: Türk Dil Kurumu

VR: Sanal Gerçeklik

GİRİŞ

İlk çağlarda gerçekleşen sosyal etkileşimle mağara duvarlarına ve kayalara çizilen işaret, sembol, figür çizimleri yerini teknolojik gelişmelerle birlikte afiş, billboard, logo, otobüs durakları, metro istasyonları, avm girişleri, yönlendirme levhaları ve trafik işaretlerine bırakmıştır. Görselliğin çağı dediğimiz günümüzde görsel nesneler yaşamın ayrılmaz birer parçası olarak yerini almakta, bireylerin yaşantılarını kolaylaştırmak, bilgilendirmek, bakış açılarını geliştirmek ve sosyal yaşantı içerisinde etkileşimi sağlayarak önemli katkılar sunmaktadır.

Afişler bireysel ve toplumsal iletişimin en önemli araçlarından biridir. İletilmek istenen mesajları açık ve anlaşılır bir şekilde iletebilmek olan afişler; ilk bakışta görsel teması sağlamalı, hedef kitlenin duyusuna etki etmeli, verilmek istenen mesaj az sözcükle özgün bir şekilde olmalı, görsellik sade, yalın ve çarpıcı olarak verilmelidir.

Görsel iletişim tasarımı anlamında kültür ve sanatın önemli temsilcilerinden biri olan İstanbul Kültür Sanat Vakfı Festival Afişleri tek bir alanla sınırlı kalmayıp, farklı alanlarda faaliyetlerle ulusal ve uluslararası düzeyde etkinlikler gerçekleştirmektedir. İKSV'nin Caz, Film, Müzik ve Tiyatro gibi alanlarda gerçekleşen son beş festival afişlerinin ele alınacağı çalışmamızda tasarımlar görsel ve iletişim açısından inceleme, anlamlandırma, yorumlama ve değerlendirmelerle ele alınacaktır.

1.BÖLÜM

KÜLTÜR, SANAT ve İLETİŞİM İLİŞKİSİ

1.1. Kültür Nedir?

Kültür, Türk Dil Kurumu tarafından, *''Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü''* olarak tanımlanmaktadır[1]. Kültür, geçmişten günümüze çağlar içerisinde kuşaktan kuşağa aktarılan maddi ve manevi değerlerin tümüdür. Bundan dolayı toplumların kendi yaşayış biçimlerini oluşturmasını ve diğer toplumlardan farklı kimliklere sahip olmasını sağlar.

Hayatın her alanında yansıması görülen kültür, karmaşık bir yapıya sahiptir. Kültürü oluşturan etkenlerin çeşitli olması ve hatta toplumu oluşturan küçük yapı birimleri olan toplulukların dahi kendine özgü kültür oluşturmaları, toplumların kendi içerisinde kültürel farklılıklarının doğmasına neden olmaktadır. Kültür kavramının tarih içerisindeki seyri hakkında dönem dönem geliştirilen yeni bakış açıları kültürün kapsamı, sınırları hakkında farklı değerlendirmeler yapılmasına sebep olmaktadır. *"Temelde kültür, toplumsal yaşamın birçok alanını kapsayan bir olgu, toplumun parçası gibi düşünülmektedir. Toplum ile kültür arasındaki ilişkileri belirlemek söz konusu olduğunda, daima bu tanım üzerinde durulmaktadır. Bu tanıma dayanarak kültürün, kendisi dışındaki diğer toplumsal olgularla bir arada bulunduğu varsayılmaktadır"*[2].

Kökeninde anlamsal farklılıklar olmasına rağmen kültür kelimesi farklı dillerde ortak özellik olarak üretme, biriktirme, çalışma vb. anlamlar içermektedir. Demek ki kültür insan davranışlarından bağımsız olarak düşünülemez. Toplum yaşantısında insan davranışlarının çoğu doğal olmayan ve sonradan üretilen

[1] TDK, https://sözlük.gov.tr. (10.12.2021)
[2] Vadim Mejuyev, *Kültür ve Tarih,* (2. Baskı). Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul, 1998. s.143

eylemlerden oluşmaktadır. Bu eylemler düşünen, yorumlayan insan davranışlarıdır. Ortaya çıkan ürün ise kültürdür. İnsanoğlunun oluşturduğu çeşitli toplumlar arasında kültürün durumu, şu ana kadar genel ilkeleriyle incelenebildiği haliyle, insan düşüncesinin ve eyleminin yasalarını çalışmayı da gerekli kılan bir konudur. *"Bir yandan, uygarlığa geniş bir biçimde yayılmış tek biçimlilik, büyük oranda, aynı nedenin aynı eylemi doğuracağı düşüncesine atfedilebilir"*[3]. Geçmişten günümüze medeniyetler, gelecek nesillere bıraktıkları kültürel mirasla bir yandan tarihe ışık tutarken öte yandan kültürlerin şekillenmesini de sağlamıştır.

Kültür, sürekli yeniyi arayan, gelişme gösteren uygarlıkların tarih, dil, inanç, gelenek, görenek gibi değerler içerisinde bireylerin duygu ve düşünce biçimlerine işleyerek onların yaşantılarına etki etmesiyle oluşmaktadır. Kültür toplumlara esin kaynağı olarak onları ortak değerlerde buluşturan, kolektif bir yaşam sunan, topluluklar halinde hareket edebilme güdüsü sağlayan tavır ve davranışların bütünüdür. *"Kültür, geliştikçe insanın dışa, doğaya dönük yaşamına katılan ve onu tamamlayan içe dönük bir yaşam görüşünün oluştuğunu görüyoruz"*[4]. İnsan yaşantısının maddi-manevi tüm alanlarında kültürün belirleyici olması sebebiyle yaşam içerisinde gerçekleşen üretim, tüketim, alış-veriş gibi her durumda kültürel değerler oluşmakta, üretilmekte, aktarılmaktadır.

Kültür tek bir ifadeyle açıklanamaz çünkü kültür evrensel bir olgu olmasına rağmen bölgelere ve yörelere göre şekillenebilmektedir. Kültür insanların davranışlarını yönlendirebilmektedir. Kültür yaşanan değişimlerle bağlantılı olarak sürekli bir değişim halindedir. Bütün bunları düşündüğümüzde kültür, hayatın kendisidir. Dünyada ne kadar topluluk varsa o kadar kültür vardır. Güvenç'e göre: kültür tarihçileri, insanoğlunun hayatta kalma ve varlığını sürdürme savaşındaki başarısını, kültürel bir varlık oluşuna, yani yaşayarak öğrendiklerini kültüründe saklayıp yeni kuşaklara aktarma yeteneği ile iletişim becerisine bağlamıştır[5]. Kültürlenme küçük yaştan itibaren aile içerisinden başlar ve sırasıyla insanoğlunun

[3] Sır Edward Burnett Tylor, "Kültür Bilimi", *Vira Verita,* Sayı: 4, 2016, s.91
[4] Doğan Özlem, *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi,* (5. Baskı). Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2008, s.181
[5] Bozkurt Güvenç, *Kültürün abc'si,* (10. Baskı). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2021, s.10

eğitim hayatı, sosyal yaşamı içerisinde sürekli yeni şeyler öğrenmesiyle gruplar, topluluklar şeklinde yayılım gösterir.

Kültür dinamik bir yapıya sahip olmasından dolayı teknolojik yeniliklerle birlikte zaman içerisinde etkileşim yoluyla veya zoraki olarak da değişime uğramaktadır. Değişim, toplumların eğitim, din, ekonomi gibi toplumsal kurallarının kendi alanı içinde gelişip dönüşerek kültürel süreçlere yön vermesidir. Toplumlar ne kadar tutucu, geleneksel olursa olsun içinde yaşadığı çağa ve değişime ayak uydurmak zorunda kalmaktadır. Göçler, ekonomik krizler, ulaşım, iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, etkileşimi zorunlu kılan bireysel ve toplumsal ihtiyaçlar gibi birçok sebepten dolayı günümüzde kültürel değişimler daha fazla yaşanmaktadır.

1.1.1. Kültür Sosyolojisi ve Kültürel Çalışmalara Genel Bakış

Sosyoloji toplum ve toplumsal yaşamla ilgili olayların tümüdür. Williams'a göre: kültür sosyolojisi çok farklı yaklaşım ve yöntemlerin birbirlerine yakınlaşmasıyla ortaya çıkan bir alan olarak görülmelidir[6]. Bir toplumun gelişimi, değişimi, işleyişi kültür sosyolojisinin ilgi alanına girmektedir. İçerisinde yaşadığımız toplumda sosyal yaşantımızı şekillendiren unsurlar kültür, din, ekonomi, coğrafi yapı etmenlerdir. Örneğin; Anadolu kültürüyle yetişmiş insanların iş, eş, meslek seçimleri ve kültürel etkinlikleri değerlendirme biçimleriyle, Avrupa'da yetişmiş insanların seçimleri arasında farklılıkların olduğu bariz görülmektedir. İnsan davranışlarının yaşanılan toplumdan etkilenmesi, ona ayak uydurması sosyal yaşantının bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanoğlunun yapısı gereği tek başına değil de bir arada yaşaması, iletişim halinde olması gerektiği, bunun sonucunda da toplum hayatının ortaya çıktığı görülmektedir. Toplum hayatı öteki ile temasa geçen ilk insandan günümüze kadar tarihsel süreç içinde değişerek etkilenerek ve etkileyerek varlığını sürdürmektedir.

Kültürel çalışmalar geniş toplumsal kesimlere popüler, marjinal, etnik alanlarda ve sosyal bilimler kapsamındaki bilim alanlarındaki çalışmalara öncelik

[6] Raymond Williams, *Kültür,* İmge Kitabevi, Ankara, 1993, s.7

vermiştir. Kültürel çalışmalar Batı'da popüler kültür, medya, iletişim teknolojileri, toplum, feminizm gibi alanlarda yoğunlaşmaktadır. Ülkemizde ise konu ile ilgili yapılan çalışmalar öncelikle geç başlamakla birlikte, Batı'dan alınan bilimsel örnek ve entelektüel birikimin doğrudan kopyalanması ya da içselleştirilmeden aktarılması gibi nedenlerden dolayı pek de başarılı olamamış ve etkin çalışma alanlarına dönüşememiştir.

Kültürel çalışmaların çıkış noktası 20. yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte Birmingham Okulunda yapılan kültüre yönelik çalışmalarla başlamıştır. Bu çalışmalar adını Centre Contemporary Cultural Studies'ten (Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi) alır. Kültürel çalışmaların kurucuları arasında Raymond Williams, Edward Palmer Thompson ve Richard Hoggart yer almaktadır. Yazarların çalışmaları ağırlıklı olarak edebiyat araştırmaları etrafında oluşmuştur. Kültürel çalışmalar insanların yaşantılarını, toplumsal olayları birçok yöntemden yararlanarak inceler. İletişim, medya, edebiyat, hukuk, sosyoloji, ekonomi gibi çalışmalar bunun net örnekleridir. Günümüzde son derece güncel bir alan olan kültürel çalışmalar, yeni kültürler ve alt kültürler üzerine yönelmiş; spor, moda, gastronomi ve medya gibi alanları doğal kültürel çerçeveden çıkartarak popüler şekilde kullanıp dönüştürmüştür.

1.1.2. Sanat Kültürü

Sanatın tarihine baktığımızda yapılan ürünlerin, insanların yaşantısına fayda sağlamak için yapıldığını görmekteyiz. Sanatın değerini sanatçı üzerinden düşünecek olursak tohumu ağaca, ağacı meyveye dönüştüren, diğer insanlar gibi gezip dolaşmasına rağmen kimsenin görmediğini görüp, düşünmediğini düşünerek geçmişi ile geleceği arasında bugünü oluşturandır. Sanatı da kültür gibi sınırlandırmak ve tek bir tanıma sığdırmak oldukça güçtür. İnsanlık tarihinin varlığı kadar eski olan sanat, her dönemde varlığını sürdürmüş; insanlar ve toplumlar sanatın diliyle iletişim kurmaya gereksinim duymuşlardır. *"Genel olarak herhangi bir etkinliğin ya da bir işin yapılması ile ilgili yöntemlerin, bilgilerin ve kuralların tümüne sanat adı*

verilmektedir"[7]. Sanat olabildiğince geniş alanları kapsamaktadır. Bu açıdan sanatın alanını sınırlandırmak ve sanatı bir kalıba sokmak zordur. Sanatı; görsel (resim, heykel, fotoğraf, seramik), işitsel (şiir, roman, öykü) ve sahne sanatları (tiyatro, bale, dans) olarak gruplara ayırabiliriz. Yapılan bu ayrımlar ilk toplumlardan sanatın gelişme gösterdiği çağımıza kadar ihtiyaçlar doğrultusunda, duyguların yön vermesiyle şekil almıştır. Geleneksel toplumlarda sanat eserleri genellikle dini anlamlar taşırken günümüzde daha çok estetik duygulara hitap etmektedir. Sanat eserleri dönemin kültürel mirası olarak giyimden günlük kullanılan eşyalara ve mimari yapılara kadar yaşam birikintisi halinde varlıklarını sürdürmektedir. Sanat her toplumda kendi yapısına göre şekillenmekte, belli bir sisteme dayanmaktadır. Toplumların gelenek, görenek ve inanç yapılarına bağlı olarak sanat eserlerindeki renk, sembol ve şekillerin anlamsal farklılıkları insanların hayatlarını etkileyerek kültürel değişime katkı sağlamaktadır.

Sanatın genellikle; teknolojik ve ekonomik açıdan gelişmiş toplumlarda ön plana çıkması sanatın gelişmesinde bilimin, eğitimin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Ekonomik özgürlüğü olan toplumlar aldıkları eğitimler doğrultusunda bilime, sanata yönelerek kültürel zenginliklerini arttırmaktadır. *"Hiç kimse bir eğitimden geçmeden, estetik ve pratik bir ön hazırlığı olmadan ne üretici olarak sanata katkıda bulunabilir ne de sanata ilgi ve sevgi duyabilir. Bir başka deyişle, sanatı öğrenmemiş kişi, içinde yaşadığı toplumun kültür varlıklarından, sanat yapıtlarından ve doğal güzelliklerinden tat alamaz"*[8].

Sanat söz konusu olduğunda kaçınılmaz olarak her dönemde ve toplumda karşılaşılan bir soru gündeme gelir: Sanat sanat için mi yapılır? Yoksa toplum için mi? Bu sorular değerli ve anlamlı sorular olmakla beraber asıl üzerinde düşünülmesi gereken sanat eserinin değeri, işe yarama özelliğinin insanlar tarafından nasıl yorumlandığı ve ona ne anlamlar yüklendiğidir. Hiçbir sanat eseri toplumda karşılık bulmadıkça yüz yıllar boyunca değerini koruyamaz. Oluşturulduğu döneme ait kültürel izler taşımaması, mesajlar içermemesi sanat eserinin yok olup gitmesine sebep

[7] Melike Güney, *Sanat ve Psikiyatri,* (2. Baskı). Ankara, 2011, s.11

[8] Olcay Tekin Kırışoğlu, *Sanatta Eğitim,* (4. Baskı). Ütopya Yayınevi, Ankara, 2019, s.95

olmaktadır. Leonardo Da Vinci'nin 13. yüzyılda yapılıp günümüze kadar halen konuşulan ve gizemini koruyan "Monalisa" ve "Son Akşam Yemeği" eserleri bunun en güzel örnekleridir. *"Bir toplumda Leonardo gibi dâhiler yanında, o toplumun kültürüne yön veren daha pek çok yetenekli kişiler de bulunur"*[9].

Kültür ve sanatın geldiği noktayı daha iyi anlayabilmek adına tüketim, popüler kültür ve medya teknolojileri kavramlarını değerlendirmek gerekiyor. *"Sanat yapıtı ya da sanat varlığı, özel bir etkinlik işidir"*[10]. Sanatın kendine has bir anlatım tarzının olması, toplumu aydınlanmaya iterek yenilik hissi uyandırması toplumlarda kültürel değişimlere yol açmaktadır. İçinde yaşadığımız medya teknolojileri çağının tüketim odaklı olması, kişisel isteklerin, arzuların alışkanlıklarımızı etkilemesi de sanatın kalıcılığını ve anlamını yitirmesine sebep olmaktadır. *"Son yıllarda şehirleşmenin hızla artması, kaynakların azalması, ekonomik problemler, teknolojinin baş döndürücü hızla ilerlemesi, ahlaksal değerlerin azalması ve zamanın verimli kullanılamaması gibi problemler yüzünden insanoğlu estetik duyarlılıktan biraz uzaklaşmış ve yine bu problemler nedeniyle sanata gerekli önem verilememiştir"*[11]. Medyanın toplumları etkileyerek geçmişte moda olan şeylerin günümüzde tekrar popüler olmasını sağlaması veya tam tersinin olması gibi durumlardan o toplumun kültür ve sanatının da etkilenmesi kaçınılmazdır. Toplumlar her dönemde kendi kültür özelliklerini ekonomik şartlar ölçüsünde yaşantılarına yansıtmışlardır. Günümüzde sosyal hayatta, sanatsal ürünlerin üretimi ve paylaşımı yaygın olarak teknolojik gelişmeler doğrultusunda bilgisayar imkânlarıyla ve internet üzerinden arttırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ya da simülasyonlar şeklinde yapılmaya başlamıştır.

[9] Olcay Tekin Kırışoğlu, *a.g.e,* s.14
[10] İsmail Tunalı, *Estetik,* (13. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2011, s.79
[11] Volkan Yavuz, "Yeni Medyada Sanat Yönetimi", *Yıldız Journal Of Art And Design,* Cilt No:2, Sayı: 2, 2015, s.54

1.1.3. Popüler Kültür

Popüler kelimesi en basit anlamıyla halka ait olan olarak ifade edilebilir. Popüler kültür özellikle sanayileşme, kentleşme ve teknolojik gelişmelerle daha ön plana çıkan bir kavramdır. Ülkemizde popüler kültür, gündelik yaşamın kültürü olarak ifade edilmektedir. Bu popülerizm gündelik yaşam içerisinde giyim, yeme-içme, eğlence gibi sektörlerde insanların tercihlerine göre olabilmektedir. Teknolojik yeniliklerle beraber iletişimin kitleselleşmesi sonucunda insanlar günümüzde yaşantılarının her anını paylaşarak popüler kültürün ayrılmaz parçası haline gelmektedirler. Niedzviecki popüler kültürün dijital ortamlarda eriştiği boyuta şöyle işaret eder: "abartılı paylaşım" ilk bakışta mükemmel ve gelişmeye çok müsait bir kavrama benziyor. Ne kastettiğini çok da zorlanmadan anlıyoruz. Üstelik aldığımız terbiyeye göre, paylaşmak iyidir; öyle değil mi? Tıpkı paylaşım ağlarında gezinme, güncelleme, yükleme, tweetleme, bloglama, arkadaşlık teklifleri gönderme, mesaj atma ve link verme gibi[12]. Tüketim toplumu çağı dediğimiz bu çağda popüler kültürün yanılsaması bir boyutu ile sisteme bağlıyken, bir diğer boyutu bizim sisteme karşı başkaldırışımızın ifadesi gibidir. Hatta bazen İngiltere'de Beatles topluluğunun konserini sıradan insanlar ile kraliyet ailesinin üyelerinin birlikte izlemesi ve kraliyet aile üyelerinin bu "ne idüğübelirsiz" müzisyenler tarafından açıkça hakarete uğratılışına tanık olunması gibi uç örneklerde yaşanabilir[13].

Popüler kültürün en önemli özelliklerinden biri belirli bir dönem gözde olması ve bir müddet sonra değerini yitirip kaybolmasıdır. *"Bazılarına göre de popüler kültür halkın sevdiğinden ziyade halka kabul ettirilmeye çalışılan ve küreselleşme adı verilen yapıda pazar yaratmak için oluşturulmuş olgudur"*[14]. Çağımızın bu tüketim hastalığından kurtulması için asıl yapılması gereken bizim kültürümüze ait olan değerlere sahip çıkarak dünyada ses getirebilecek bilim ve sanat gibi alanlarda nitelikli çalışmalara yer verebilmektir.

---

[12] Hal Niedzviecki, *Dikizleme Günlüğü,* (2. Baskı). Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2019, s.10
[13] Ünsal Oskay, *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım,* (3. Baskı). İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2018, s.158
[14] Erol Sakallı, "Türkçe Popüler Kültür", *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi,* Sayı: 3/2, 2014, s.307

Günümüzde hayatın her anında yer alan popüler kültür, teknolojik yeniliklerle birlikte özellikle televizyon, internet, spor ve sinema gibi araçlarla geniş kitlelere rahatlıkla ulaşmaktadır. İnternetin her evde bulunduğu günümüzde popüler olan televizyon uygulamaları ülkemizde olduğu kadar tüm dünyada da yayınladıkları dizi ve filmlerle yeni kuşakları etkisi altına almakta, başka kültürlere ait bir yaşamı özendirerek toplumu yönlendirebilmektedir. Geçmişi daha eski dönemlere dayanan televizyonda ise yayınlanan şiddet içerikli dizilerin toplumumuzu etkilemesi popüler kültürün yansımalarının önemli örneklerinden biri olarak ifade edilebilir. Spor özellikle futbol, popüler kültür etkisinin gözlemlenebildiği önemli bir alandır. Z kuşağı dediğimiz yeni neslin kolay yoldan para kazanma arzusuna ek olarak popüleritesinin fazla olması nedeniyle spora ilgisi arttıkça artmaktadır. Ekranlarda sürekli yer alan sporcuların şatafatlı yaşamları genç kuşağın ilgisini çekmekte, bazı spor dallarına ilgiyi artırmaktadır. Ülkemizde fanatikliğin üst seviyelere ulaştığı futbol müsabakaları, birçok sosyal olayın önüne geçebilmektedir.

Gündelik yaşantımızın kültürü olan popüler kültür, daha çok alt seviyedeki toplumların kültürü olarak yer edinmekte, üst seviye toplumların egemenliklerine alet olmaktadır. Eğitimsiz sıradan insanların daha çok etkilendiği popüler kültürde içinde yaşanılan anın hevesiyle meşhur olma, kendini ön planda tutma ümidi ortaya çıkmaktadır. Okumanın ve eğitimin öneminin kaybolduğu çağımızda Atay'a göre: "Kitap okumayı sıkıcı bulan, kitap okuma 'alışkanlığı' olmadığını, olağan bir şeymişçesine belirten şimdiki gençliğe ne anlatılabilir ki bu kitap düşmanlığı! İnsanların işkenceyle değil eğlenceyle denetlendiği bir zamanın gençliği için bu, 'gaipten gelen ses' olmanın ötesine geçemez"[15]. Tüm toplumlarda egemen kültürler, popüler kültürün vermiş olduğu etkiyle birlikte araştırmayan, sorgulamayan, sorumluluk bilincinde olmayan tek düze nesillerin yetişmesine sebep olmaktadır.

[15] Tayfun Atay, *Görünüyorum O Halde Varım,* (3. Baskı). Can Yayınları, İstanbul, 2019.s.133

1.1.4. Kitle Kültürü

Kitle kelimesi TDK'ya göre bir yerde toplanmış, bir araya gelmiş insan topluluğu anlamına gelmektedir[16]. Kitle kültürü, 18. ve 19. yüzyıl arasında gelişme göstermiş, özellikle 19. yüzyılın yarısından sonra hızlı sanayileşme ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle toplumsal değişimlerin yaşanmasıyla yaygın bir hale gelmiştir. Kitle kültürü daha çok gerçeği değiştiremediğimiz ve ondan kaçmak istediğimiz anda ortaya çıkar. Sadece alıcı konumundadır. Oskay'a göre kitle kültürü, yöneten ile yönetilen, varlıklı ile yoksulu, özgür olan ile olmayanı, mutsuz insan ile onu mutsuz kılan toplumsal realiteyi özdeş kılacak bir yanılsama oluşturma işleviyle üretilir[17]. Kitle kültürü ile popüler kültür birbirine benzetilip, karıştırılsa da popüler kültür daha özgürlükçü ve etkin konumdadır.

Ülkemizde 1950'lerden sonra kırsal ve kentsel kesim nüfus oranları değişmiş, dışa bağımlı sanayi toplumuna geçilmiş, kitle iletişim araçlarının basım teknikleri, dağıtım kuralları, satış oranları, reklama bağlılıkları, haber alma kaynakları, haberleri kullanma yöntemleri değişmiştir[18]. Teknolojik gelişmelerin etkisinin artmasıyla toplumların eğitim, sanat ve bilim gibi kültürel değerlerden uzaklaşması, çağın hastalığı haline gelen ekonomik savaşların ön plana çıkması toplumların hızla değişimine sebep olmaktadır. Ekonomik güç savaşlarının, insanları etkilemesi kültür, gelenek, görenek ve toplumsal değerlere verilen önemin azalmasına, toplumsal mutluluk yerine bireysel çıkar ve mutlulukların oluşmasına sebebiyet vermektedir.

Teknolojik gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının artmasıyla birlikte kültür, tüm dünyada yazı ve sözden ziyade görselliğe doğru kaymaktadır. Özellikle internet ve sosyal medya kullanımının arttığı günümüzde görsel nesnelerin yoğunlukta olması, kültürel değerlerin aktarılıp yaşatılmasını zorlaştırmakta, engel olmakta, kültürlerin tek tipleşmesine sebep olmaktadır. Hayatımıza giren kitle iletişim araçlarından önce insanlar toplu olarak gerçekleştirilen etkinliklerle sosyalleşmekte, toplum bilinci oluşturmaktaydı. Radyo, televizyon ve internet gibi araçların yaygınlaşması toplumsal ilişkileri zayıflattığı gibi düşündürmeyi değil de yönlendirmeyi önceleyen tek düze

[16] TDK, https://sözlük.gov.tr. (28.12.2021)
[17] Ünsal Oskay, *a.g.e*, s.152
[18] Mukadder Çakır, *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü,* Ütopya Yayınevi, Ankara, 2014, s.262

insanların çoğalmasına sebep olmaktadır. Modern zamanlar dediğimiz bu dönem sosyal yaşam içerisinde kitle iletişim araçlarının çevremizi kuşatmasıyla etrafa dağılan görsel, işitsel mesajlarla toplumun beğenilerini kısa süreli, ortak hedeflere sürüklemektedir. Bazı araştırmacılar medyanın etkisi konusunda kişilerden ziyade daha geniş bir alan olan toplumsal sistemden hareket etmişlerdir. Buna göre medyanın, kişilerin davranışından ziyade sosyal sisteme ve toplumsal gündemin oluşmasına etkisi araştırılmalıdır. Çünkü medyanın gücü onun gündemi belirleyebilmesindendir[19].

1.2. İletişim Kavramı

İnsanoğlunun doğumundan ölümüne kadar toplum içerisinde iletişim halinde olması kaçınılmazdır. İnsanların doğal yaşantıları doğrultusunda duygu ve düşüncelerini ifade etmeleri, sosyal yaşam alanlarında varlıklarını sürdürebilmeleri çevreleriyle kurdukları iletişime bir şekilde bağlıdır. İletişim, iki kişiyi ilişki içine sokan psikososyal bir süreçtir[20]. İnsanların bir arada olduğu her yerde iletişim farklı şekillerle de olsa vardır. İlk çağlardan beri resim, işaret, semboller aracılığıyla duygu ve düşüncelerin iletilmesi iletişimin bir diğer boyutudur. Bu şekilde gerçekleşen diyaloglar çerçevesinde insanlar arasında kültürel bir etkileşim meydana gelmekte ve toplumların gelişmesine katkı sağlanmaktadır.

İletişim, iki veya ikiden çok kişinin karşılıklı diyalog halinde olmasıdır. Kitle iletişim araçlarından radyo, televizyon, gazete ve bilgisayar gibi işitsel, görsel, yazınsal mesajların aktarımında hedef kitlenin genelde pasif, alıcı konumda olması iletişimi tek yönlü hale getirmektedir. Kitle insanı gittikçe yalnızlaşmakta, yalnızlaştıkça kitle iletişim araçlarına daha bağımlı hale gelmekte ve medyada gördükleri onun adeta gerçek deneyimi olmaktadır[21]. Tüketime dayalı düzen içerisinde yalnızlaşan insanlara sunulan kitle iletişim araçları, toplumsal sorunlara çözüm bulmaktan ziyade, onları görsel ve işitsel etki altına alarak bağımlı hale getirmektir.

[19] Levent Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları,* (11. Baskı). Dipnot Yayınları, Ankara, 2021, s.79
[20] Doğan Cüceloğlu, *İnsan İnsana,* (61. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2021, s.13
[21] Levent Yaylagül, *a.g.e*, s.22

Sosyal ortamlarda bile vazgeçilmez hal alan iletişimin çeşitliliği, teknolojik yeniliklerle sürekli artmaktadır. Toplumlar içerisinde gerçekleşen her yenilik ve buluş neticesinde iletişim teknolojilerinin ilerlemesi sağlanmıştır. Özellikle günümüzde iletişim teknolojilerindeki yeniliklerle insanların iletişim kurma yöntemleri değişime uğramaktadır. Kullanılan yeni iletişim şekilleriyle yüz yüze iletişim azalmakta, yerini samimiyetten uzak teknolojik araçlar almaktadır. İletişimin bu kadar önemli olduğu, fakat bir o kadar da iletişimden kopuk, birbirini anlamayan, duygusal bağdan yoksun, insanlar arasındaki mesafelerin uzadıkça uzadığı bir dünya oluşmaktadır. Yaşanılan bu süreç farklı bir insan algısı ve anlayışının da biçimlenmesine yol açmaktadır. *Artık "düşünmek"ten çok "seyretmek"; "bilmek"ten çok "görünmek"; kafaya değil göze hitap etmek; meslek sahibi olmaktan çok şöhret sahibi olmak; çalışmaktan çok kolay para kazanmak; "emek"ten çok "eğlenmek", toplumsal tercih olarak rağbet görmeye başlamaktadır*[22].

Son dönemde birey yeni iletişim ortam ve teknolojileri ile sanal evrenin bir parçası olmaya başlamıştır. Bu yeni iletişim ortamları gelenekselden kurtularak internet odaklı, hızlı ve kolay ulaşılabilir olması sebebiyle çok daha dikkat çekici bir şekilde işlerlik kazanmıştır. Yine klasik iletişim yöntemlerinde tek yönlü iletişim vardır. İzleyici, okuyucu ya da dinleyici pasif konumdaydı. Şimdi ise yeni iletişim ortam ve teknolojileri sayesinde "kullanıcı" pozisyonunda yer almakta, sadece bilgi elde etmiyor, internette içerik üreterek pasif konumdan aktif konuma geçiyor. Böylelikle iletişimin kitlelere etkili şekilde ulaşması bu yeni teknolojinin gün geçtikçe aktif kullanılmasını sağlamaktadır.

1.2.1. Sanat ve Tasarımda İletişim

İnsanlar arasındaki iletişimin izini sürdüğümüzde mağara duvarlarına yapılan resimlerden, yazının icadına kadar farklı şekillerde iletişim kurulmaya çalışıldığını görürüz. İlk çağlardan günümüze sanat, toplumları birbirine yakınlaştırarak sosyal ve kültürel birçok alanda aktarımlar gerçekleştirmiştir. Teknoloji ve bilgi çağı olan günümüzde sanatın da kitle iletişim araçlarının etkisine rağmen iletişimde rol aldığı

[22] Tayfun Atay, *a.g.e,* s.20

görülmektedir. Sanatçı duygularıyla, dünyayı algılama biçimi, toplumsal olay ve olgulara bakışıyla pek çok mesajı eseri aracılığı ile izleyicilerine sunmaktadır[23]. Sanat eserinin yaratılma sürecinde tasarlanan, düşünülüp hayal edilen nesnelere ulaşmak adına çizgi, renk, doku, espas gibi değerler arasında bağlantının sağlam olması gerekmektedir. Yaşanılan kültürler içerisinde toplumların sanat biçimi, sanata bakış açıları ihtiyaçları doğrultusunda farklı duyulara hitap etmektedir. İnsanların duygu ve düşünceleri yaratıcılıkla birleşerek görsel veya işitsel olarak kitlelere ulaşmaktadır. Bu açıdan sanatın iletişim ile bağı kitlelere nasıl ulaştığıyla ilgilidir (görüntü, ses, yazı vb). Tolstoy'a göre "Her sanat eseri, alıcısının, hem sanatı üreten ve üretmekte olan ile hem de eş zamanlı olarak aynı sanatsal etkiyi alan ya da alacak olanlarla arasında özel bir ilişki kurar"[24].

Hiç şüphesiz bir tasarım çağında yaşamaktayız. Dört bir yanımız en ince ayrıntısına kadar tasarlanarak gelişmektedir. Tıpkı popüler kültürde olduğu gibi insanlara empoze edilen nesneler, tasarımda da karşımıza çıkmaktadır. Ne düşünüp, nasıl konuşacağımızdan, hissettiklerimize kadar bireylerin yaşantıları tasarım ürünüdür. Tasarım düşüncenin eyleme dönüşmüş halidir. Bayazıt'a göre: sözlük anlamı, bir plan ya da eskizi yapmak üzere zihinde canlandırmak; biçim vermek ya da üretilmek üzere zihinde canlandırılan bir plan ya da şey olan tasarımın olmazsa olmazı yaratıcılık kavramı; yeniden üretme veya var olan nesneye farklı bakış açısı kazandırarak kitlelere sunmaktır[25]. Tasarım; çevre, endüstri, grafik ve iletişim gibi farklı alanlarda kullanılmaktadır. İlk çağlarda ihtiyaç olarak üretilen eşyaların, teknolojik gelişmelerle beraber artık tasarım kavramının ön planda olduğu etkilerle yeniden üretilmesi neredeyse bir zorunluluk halini almıştır. Gelinen noktada sürekli yeni şeylerin üretilmesi ve ihtiyaçların artmasıyla üretimler gerçekleşmekte bunun sonucunda da tasarım sürecinin gelişmesine katkı sağlanmaktadır. Modernleşen toplumlarda yaşam biçimleri, sanat ve tasarıma bakış açıları değişirken, her toplum kendi kültürüne göre ürünlerini ortaya koymaktadır. İhtiyaçlardan meydana gelen bu

[23] Elif Akdoğanoğlu ve Gonca Yayan, "Sanat ve İletişim Bağlamında Aydın Ayan'ın Sanat Görüşü ve Eserlerinin Çözümlemeleri", *Kesit Akademi Dergisi,* Sayı: 7(28), 2021, s.468

[24] Lev Nikolayeviç Tolstoy, *Sanat Nedir,* İlgi Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2017, s.91

[25] Nigan Bayazıt, *Tasarlama Kuramları ve Metotları,* Birsen Yayınevi, İstanbul, 2004, s.13

farklılıklar estetik duygunun insanlar üzerindeki rolü gereği sanat ve tasarımın gün geçtikçe popüler bir hal alması kaçınılmaz olmaktadır.

2. BÖLÜM

GÖRSEL İLETİŞİMDE TASARIM SÜREÇLERİ

2.1. Görsel İletişimin Gelişimi

Görsel iletişim; işaret, sembol, çizim ve şekillerle insanlar arasında söze gerek kalmadan gerçekleştirilen iletişim şeklidir. İnsanoğlu dünyaya geldiği ilk andan itibaren konuşmadan önce görmeye başlar. Yüz yıllar önce insanoğlunun mağara duvarlarına çeşitli şekiller çizmesiyle başlayıp günümüze kadar süregelen görsel nesnelerle iletişim, çeşitli dönemlerde iletişimin önemli bir parçası haline gelmiştir. Henüz yazının icat edilmediği ilkel toplumlarda doğada var olan işaretleri tesadüfi olarak çizen insanlar daha sonra bilinçli bir şekilde çizimler yaparak görselliğin iletişim boyutunu somut hale getirmiştir. İnsan büyüyüp geliştikçe, yaşantı ve deneyimler sayesinde görsellerle kurduğu ilişki de artmaktadır. Bunun sonucunda insan kendi görsel iletişimini üreterek çevresiyle etkileşim sağlar. Günay ve Parsa'ya göre: Günlük yaşantımızda görüntüler bizi sarmalar[26]. Okuduğumuz dergi, kullandığımız ambalaj, çevremizi gösteren trafik işaretleri, levhalar, evimizin içerisindeki televizyon ve bilgisayardan gelen görsel iletilerle karşılaşırız sürekli. Görsel nesnelerin gittikçe baskınlığının arttığı bu çağda, görsellere yüklenen anlam kadar görsellerle kurulan bağ da o derece önem kazanmıştır. Görselliği olan her şeyin akılda kalıcılığının fazla olması ve daha kolay algılanabilmesi iletişimde görsellerin oldukça yoğun şekilde kullanılmasını, yaygınlaşmasını sağlamaktadır.

Görsel iletişimin tarih sürecinde bazı dönüm noktaları vardır. Bu dönemler görsellerin kullanımından, anlamlandırılmasına ve yorumlanmasına kadar etkili olmuştur. Yazının icadı, dini inanç değişimleri, sanatın önem kazandığı dönemler, politik görüşler, televizyonun icadı, bilgisayar ve internetin gelişimi görsel çağı hızlandıran başlıca örneklerdir. Günümüzde görsel hayat zengin bir alanı kapsar;

[26] Doğan Günay, Alev Parsa, *Görsel Göstergebilim,* (74. Baskı). Es Yayınları, İstanbul, 2012, s.55

görsel tasarım ürünleri, internet tabanlı uygulamalar, televizyon, reklam, afiş, sinema gibi iletişim araçlarıyla zenginleştirilerek insanlara sunulmaktadır. İçinde bulunduğumuz görsel çağda konuşmanın yetersiz kaldığı veya mümkün olmadığı ortamlarda en etkili iletişim yöntemlerinden biri görsellerle iletişimdir. Özellikle internetin ve sosyal medyanın çok yoğun kullanıldığı bu dönemde akıllı telefon, tablet ve bilgisayarlarda kullanılan uygulamalar üzerinden iletilen reklam görselleri, görsel iletişimin yaşantımızdaki boyutunu gözler önüne sermektedir.

2.2. Toplumsal Hayatta Görsel İletişimin Önemi

İnsanlık tarihinin başlangıcından bugüne toplumsal yaşantı gerekliliği, insanları din, eğitim, sosyo-ekonomik durum, cinsiyet, iş farklılıklarına rağmen bir arada yaşamaya zorlamaktadır. Bu yaşantı içerisinde "iletişim" ise olmazsa olmaz bir olgudur. Mağara duvarlarına yapılan resim ve şekillerin görsel yolla iletişimi sağlaması görsel iletişimde başlangıç olarak kabul edilmektedir. Görsel iletişimin temel unsuru olan görme birçok şeyi algılamada önemli bir etkendir. Her insan bakar fakat görmek farklı bir eylemdir. Algıda seçicilik dikkatimizi çeken nesneleri "özellikle" görmemizdir. Nerde olursa olsun insanoğlu çevresindeki binlerce görsel uyarıcıdan sadece o anki duygu durumuna bağlı nesneleri algılamakta ve anlamlandırmaktadır.

Görme, beş duyu organının en gelişmişidir. Bilmeyi, anlamayı, kavramayı kolaylaştırıcı özelliği sebebiyle öğrenmede çok yönlülüğe sahiptir. Seylan'a göre; Görsel yolla gerçekleşen algılarımız çevre ile etkileşim sürecinde genel algılarımız içerisinde yüzde seksenlik oranda kalıcılığa etki yapmaktadır[27]. Bu da demek oluyor ki yaşam içerisinde öğrenilen bilgilerin birçoğu görerek öğrenilmektedir. Görerek öğrenilen bilgilerin daha kalıcı olduğundan yola çıkarak günümüzde halen etkisini yitirmeyen "Çok okuyan mı bilir? Çok gezen mi?" tartışmasının kişiye göre değişebileceği düşünülmektedir. Ancak görselliğin ön planda olduğu gezme eyleminde yaparak, yaşayarak, görerek öğrenme imkânlarının bulunmasının görsel iletişimin ne kadar önemli olduğunu gösterdiği de kabul edilmelidir. Günümüzde

[27] Ali Seylan, *Temel Tasarım*, M Kitap, Ankara, 2005, s.76.

teknolojik gelişmelerle birlikte seyahatler, geziler artmıştır. İnsanlar çeşitli ülkeleri gezip dolaşmasına rağmen, gittikleri ülkelerin dillerini öğrenmekte güçlük yaşamaktadır. Ancak bulundukları ülkelerde karşılaştıkları görselleri ise hafızalarında daha kolay tutabilmekte ve öğrenmektedirler. Bu seyahatler esnasında kullanılan terminaller, tren garları, hava alanlarının çevresinde bulunan görsel nesneler dikkatleri çekerek insanları yönlendirmektedir. Berger'e göre: Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz[28]. Yaşamın doğal akışı içerisinde evden dışarı adımımızı attığımız ilk andan itibaren çevremizi saran görsel nesneler hayatımızı kolaylaştırmaktadır. İletişimin en etkili yöntemi olan konuşma dahil tüm algılama kaynaklarında başvurulan görsel iletişim yaşam açısından artık vazgeçilmez bir gerekliliktir. Elimizden düşürmediğimiz akıllı telefonlar, iş ve eğlence için kullandığımız tablet, bilgisayar gibi cihazlar bunun en basit göstergeleridir. Her gün izlediğimiz televizyon programları görsel olarak yüzlerce mesaj iletmektedir. Sartori'ye göre; televizyonun işlevi, adından da anlaşıldığı gibi, "uzaktan görmek" hangi uzaklık ve mekânda olursa olsun, görülecek olanı izleyiciye taşımaktır[29]. Görselliğin yaşamımızdaki öneminin artması, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte televizyon, bilgisayar, telefon gibi araçların görüntüyü aktarmadaki etkili rolüne paralel olarak sürmektedir.

2.3. İşaret, Sembol ve Simgelerle İletişim

İnsanların topluluklar halinde yaşamaya başladığı ilk andan itibaren iletişim bir zorunluluk olmakla birlikte, bunun gerçekleşmesi söz, resim, işaret, sembol gibi birçok unsur sayesinde mümkün olmuştur. İnsanlar görsel araçlarla anlatımı daha güçlü ve anlamlı kılarak kişiler arasında iletişimi güçlendirmeyi sağlamaya çalışmışlardır. İşaret ve sembollerle anlatım insan hayatında geçmişte olduğu gibi bugün de önemini korumaktadır ancak bu iletişim görselliğin önem kazandığı günümüzde daha farklı boyutlarda devam etmektedir. İnsanların tarih boyunca birçok nesneye sembolik olarak kazandırdığı anlamların iletişim dili şeklinde kullanıldığı, çeşitli simge ve

[28] John Berger, *Görme Biçimleri,* (27. Baskı). Metis Yayınları, İstanbul, 2020, s.7.
[29] Giovanni Sartori, *Görmenin İktidarı,* (2. Baskı). Karakutu Yayınları, İstanbul, 2007, s.20

sembollerin ise çağın kültürel değerlerini yansıttığı görülmektedir. Tarihi süreç içerisinde dünya üzerinde birçok kültür ve devlette kullanılan semboller dini, siyasi, kültürel ve toplumsal alanda kendini göstermiştir. Sadece eski devletlerde ve toplumlarda değil günümüzde de bu semboller devlet armalarında, bayraklarında, flamalarda gücünü etkili olarak hissettirmeyi sürdürmektedir.

Günümüzde şekil ve semboller teknolojik imkânların da yoğun olarak kullanılmaya başlaması ile birlikte bireylerin bilgilendirme amacıyla etkin olarak kullanılmaktadır: Yer-yön bulma, özellikle hastaneler, alışveriş merkezleri, havalimanları gibi yoğun ve karmaşık yapılarda bu işaret, sembol ve simgelerin insan hayatını kolaylaştırıcı etkisi görülmektedir.

Modern çağda bir nesnenin, kavramın, işaretin, farklı görsellerin resimlendirilerek sembol halini alması ve yazıyla birlikte kullanılmasına piktogram adı verilmektedir. *"Piktogramları anlamlı hale getiren durum da insanların piktogramlar aracılığı ile 17.000 yıl önce resimle, sembollerle ve çizimleri ile birlikte birbirlerini anlamaya ve iletişim kurmaya başlamalarıdır"*[30]. Piktogramlar gelişmemiş toplumlarda yazı şeklinde kullanılırken, teknolojiyle birlikte gelişmiş toplumlarda semboller olarak kullanılmaya başlanmıştır. Evrensel bir dil olan piktogramlar hangi bölge veya ülke de olursa olsun ortak bir iletişim aracı olduğu gerçeğini bizlere göstermektedir. Trafik levhaları piktogramların kullanıldığı en güzel örneklerdir. Dijital iletişim ve medyanın çokça insanların yaşamlarında yer edindiği günümüzde, birçok ürünü tanıtma açısından piktogramların simgesel gücünden yararlanılmaktadır.

2.4. Görsel İletişimde Anlam ve Anlamlandırma

Anlam, TDK'ye göre: *"Bir kelimeden, bir sözden, bir davranış ve olgudan anlaşılan şey" veya "Bir önermenin, bir tasarının, bir düşüncenin ve eserin anlatmak istediği şey"* olarak tanımlanmakta olup, anlamlandırma ise bir işe anlam kazandırma, açıklama, anlam verme şeklinde yorumlanmaktadır. Dünyaya geldiğimiz ilk andan

[30] Reyhan Uludağ Eraslan, "Sanat Tarihindeki Eserleri ile Piktogramlar Arasındaki Etkileşim ve Benzerlikler", *The Journal Of Social Science,* Cilt No:4, Sayı:7, 2021, s.122.

itibaren çevremizi tanımaya başlarız. Bedenin, beynin gelişmeye başlaması, yaşantı tecrübeleri insanda anlama ve anlamlandırma ihtiyacı doğurur. Bu ihtiyacın karşılanması gerekmektedir. Anlama ve anlamlandırma insanları soyut düşüncelerden, somut düşüncelere yönlendirmekte ve görsel imgelerle düşünceye derinlik kazandırmaktadır. Dijital çağ dediğimiz 21. yüzyıldaki gelişmelerle düşünme, anlama ve anlamlandırma gibi içsel olaylar yerini akıllı uygulamaların etki-alanına hapsetmiş görünmektedir; insanlar neredeyse yalnız başına hareket edemez hale gelmiştir. Eskiden trafikte tabelalarla yön bulan, çevresini inceleyen bireyler, navigasyon uygulamalarıyla birlikte gittiği yerlere bakan fakat göremeyen topluluklar haline gelmiştir. Arnheim'e göre: Görme ile düşünme arasındaki geleneksel ayrım sebepsiz değildir[31]. Bir nesneye bakarken düşüncelerimizle farklı yerlere gidebilir, hayal dünyamızda görünenden başka şeyler görebiliriz. İnsanların düşünceleri kelimeler, cümleler, sayılarla sınırlı olmayıp görsellerle anlamlandırılarak zenginlik kazanmaktadır.

Kültürel etkileşimin başlangıcından günümüze görsel uyarıcılar iletişimin kilit noktasını oluşturmuştur. Özellikle son yüzyıl içerisinde bilgi üretiminin giderek artması sonucu bilgi yoğunluğu yaşanmaktadır. Bu durum aynı zamanda görseller üzerinden (resim, şekil, sembol, işaret vb.) anlamlandırılarak öğrenmeyi kolaylaştırmakta ve yaygınlaştırmaktadır. Görsellerin anlamlandırılmasında öncelikle fark etmek, algılamak gerekmektedir. Dış dünyadan gelen uyarıcıları ilk olarak zihinde görsel canlandırma ile bir kavrama dönüştürmek gerekmektedir. Önceden karşılaştığımız bir bireyle tekrar karşılaştığımızda zihin; düşünmeye, çıkarım yapmaya, bilgileri beyne getirmeye çalışmaktadır.

Görsellerin okunup, anlamlandırılması görsel iletişimin önem kazandığı günümüzde insanların öğrenme yöntemlerine çeşitlilik kazandırmıştır. İnsanlar birçok yazılı metni okumak yerine, görsel imgelerle bilgi edinmeyi ve anlamlı hale getirmeyi tercih etmektedirler. "*Görsel dile dayalı iletişimde kodlama becerisi olarak konuşma ve yazma yerine düşüncelerin, resim yapma, fotoğraf çekme gibi görsel ortamda verilmesi, kod çözme becerisi olarak da sözel dildeki dinleme ve okuma yerine görsel*

[31] Rudolf Arnheim, *Görsel Düşünme,* (2. Baskı). Metis Yayınları, İstanbul, 2018, s.29.

dilde verilen mesajların anlamlandırılması ve yorumlanması vardır"[32]. Görsel zekâsı gelişmiş bireylerin görselleri okuyup değerlendirmesi diğer bireylere göre hızlı gerçekleşmektedir. Teknolojik yenilikler, sosyal yaşantılarla insanların bilgi dağarcığı ve hayal dünyası arasında bağ kurması daha da kolaylaşmıştır. Görselleri iyi okumak için etkili bir iletişim, iyi gözlem yapmak ve anlamlandırma açısından büyük önem taşımaktadır. Görsel okuma; düşünmeyi geliştirerek çizgi, resim, şekil gibi görsellerin kavranmasını sağlamaktadır. Görsel okuma anlamayı geliştirmekte soyut kavramları anlaşılır kılıp, somut hale dönüştürmektedir. Bilgileri bir bütün haline getirerek zihinde karmaşık konuların gruplama, sınıflama, sıralamasını yaparak öğrenilmesini sağlamaktadır. Görselleri okuma ve anlama, diğer duyuşsal yaşantılarla bütünleşerek gelişmekte, insanların gelişimi, öğrenmesi için temel etken oluşturmaktadır. Bireylerin algılamalarının çoğu görsellerden oluşurken beklenti, yaşantı gibi kültürel ve toplumsal etkenlerin rolü önemli bir yer kaplamaktadır. Arnheim'e göre: Görsel algı, görsel düşünme ile aynı şeydir. Çevremizdeki görsel uyarıcıların dikkatimizi çektiği bir noktayı görsel algı olarak düşünürsek insanlar gördükleri nesneleri, bildikleri bilgileri anlamak için uyarıcıları çeşitli şekillerle ayırt etmekte, düşünüp yorumlayarak genelleme yapmaktadır. Dünya üzerinde yaşayan milyarlarca insan kendi yaşantı ve deneyimlerine göre algıda seçiciliğiyle beyne gelen bilgileri, bazen yok sayarak bazen ise ihtiyaçları doğrultusunda anlamlandırarak değerlendirmektedir. Görsel nesnelerin algılanması ve anlamlandırılmasıyla birlikte görsel okuma, yorumlama becerileri gelişmektedir.

2.4.1. Göstergebilim

İnsanlar bir arada yaşamaya başladıkları andan itibaren göstergeler üretme, göstergeler arasında bağlantı kurma ve göstergelere anlam yükleme çabasında olmuştur. Bu anlamlandırma çabası, çok eskilere dayanmasına rağmen bilim olarak 20. yüzyılın başlarında Hjelmslev, Saussure, Barthes gibi dilbilimcilerin öncülüğünde ilerlemiştir. Özellikle İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure göstergebilimin

[32] Gülgün Alpan, "Görsel Okuryazarlık ve Öğretim Teknolojisi", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt No:5, Sayı:2, 2008, s.78.

kurucusu olarak kabul edilmektedir. Geçmişe bakıldığında göstergebilimin dilbilim, mantık gibi disiplin alanlarının temsilcileri tarafından yönlendirildiği görülür. Günümüzde ise teknolojik gelişmelerle paralel olarak göstergebilimin önemi artmakta ve göstergebilim sanat yapıtlarından bilime, doğaya varıncaya kadar çeşitli başka disiplinlerle de ilişkilendirilmektedir.

Görsel iletişim içerisindeki şekil, sembol, yazı ve görsellerin tümü birer gösterge özelliği taşımaktadır. Bu göstergelerden her biri bir düşünceyi, bir nesneyi işaret etmekte veya bir şeyi çağrıştırmaktadır. Yaşam alanlarının görsel nesnelerle çevrili olmasından dolayı insanlar iletişim kurmak adına göstergeler üretmişlerdir. *"Toplum içindeki bir davranışımız, kullandığımız parfüm, giydiğimiz elbisenin özelliği, saçımız ve sakalımızın bırakılma şekli, her türlü toplumsal bir olgu kendi başına bir göstergedir ve toplum içinde kendisi bir anlam taşıyıcı olmaktadır"*[33]. Görsel imgelerin etkili olduğu günümüz toplumlarında kullanılan birçok obje gösterge ürünüdür. Önemli olan karşımıza çıkan bu göstergeleri işlevselliği açısından doğru anlamlandırarak, gerektiği yerde kullanabilmektir. Kişisel özellikleri bakımından insanoğlunun iletişim kurarken çeşitli göstergeler kullandığı görülmektedir. Sözlü iletişim, görsel imgelerle iletişim (şekil, sembol, gösterge), el-kol, jest ve mimiklerle iletişim şeklinde gerçekleşen iletişim yöntemleri bunlardan birkaçıdır. Sözel iletişim daha yaygın olmasına rağmen her durumda kullanılamadığından diğer iletişim şekillerinden yararlanılmaktadır.

Görsel nesnelerin çağı olan günümüz dünyasında insanlar, yaşadığı çevrede olup biteni anlamaya çalışmakta, belli kurallar çerçevesinde göstergeleri yorumlamaktadır. Toplumların gelişme düzeyini belirleyen en belirgin ögelerden biri olan kültür kavramı, göstergebilimin inceleme konularından biridir. Toplum içerisinde yaşanan olayları kavrayıp, çözüm önerileri sunma yöntemleri o toplumun kimliğini oluşturmaktadır. Adorno'ya göre: Günümüzde kültür her şeye benzerlik bulaştırır. Filmler, radyo ve dergiler bir sistem meydana getirir[34]. Göstergebilim insanların günlük yaşantıları ve hayat felsefelerine kadar bütüncül bir süreçtir. Kullandığımız bir ayakkabı, sevdiğimiz bir yemek, yolculukta dinlenilen bir müzik, billboardlardaki

[33] Doğan Günay, Alev Parsa, *a.g.e,* s.14.
[34] Theodor W. Adorno, *Kültür Endüstrisi,* (11. Baskı). İletişim Yayınları, İstanbul, 2020, s.47.

reklam görüntüleri, okunan farklı türde kitaplar bunların hepsi bakıldığı zaman farklı nesneler olarak görülmektedir. İnsanlar için ortak yönü bunların tümünün birer gösterge olmasıdır. Modern dünyada bireyler tüm bu göstergeleri okuyup, düşünmekte, anlayıp yorumlamaktadır.

Göstergebilimin Fransız düşünürü Barthes, "Göstergebilimsel Serüven" başlığı altında ilkeler ve alanlardan bahsetmiştir. İlkeler bölümü; kavram, temel ilke ve yöntemlerin anlatıldığı yazı grubunu kapsamaktadır. Alanlar bölümünde ise farklı alanlarda yaptığı araştırmaları yazarak yayınlamıştır. Bu iki bölümü alt başlıklar halinde 1964-1985 yılları arasında farklı dergilerde yer almış, Fransızca yazılmasına rağmen başka dillere de çevrilmiştir. Süreç içerisinde değişim ve dönüşüme maruz kalacak olan göstergebilim, Roland Barthes'e göre, başlangıçta her ne kadar dil dışı tözler[35] üstünde çalışırsa da ilerlediği yol üstünde er, geç gerçek anlamda dili bulacak, gösterilen olarak kendini ortaya koyacaktır[36].

Roland Barthes göstergebilimde anlamlandırma kavramını düz anlam ve yan anlam diye iki basamakta ele almakta, çalışmasının merkezini oluşturmaktadır. Anlamlandırma; gösterge, gösteren (biçim), gösterilen (içerik) arasındaki bağlantılardır. Düz anlam, göstergelerin neyi temsil ettiği, yan anlam ise nasıl temsil edildiğiyle ilişkilidir. Düz anlam adından da anlaşılacağı gibi dolaysız direk akla gelen, yan anlam kültürle ilgili çevresel etkilerle ve ilk anlamıyla değil ikincil anlamıyla var olmaktadır. *"Düz anlam, fotoğraf makinasının doğrultulduğu nesnenin film üzerinde mekanik bir yeniden üretimidir. Yan anlam ise bu sürecin insani boyutudur. Çerçeve içine neyin dahil edileceğinin, odağın, ışığın, kamera açısının, filmin kalitesinin ve benzerlerinin seçimidir. Düz anlam neyin fotoğraflandığı, yan anlam nasıl fotoğraflandığıdır"*[37].

[35] Töz; değişen durumlara karşı kalıcı olan. Ayrıntılı bilgi için www.felsefe.gen.tr'ye bakabilirsiniz.
[36] Roland Barthes, *Göstergebilimsel Serüven,* (10. Baskı). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2021, s.28.
[37] John Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş,* (2. Baskı). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003, s.116-117

2.5. Tasarım Kavramı

Tasarım, bireylerin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda düşüncelerini eyleme dönüştürmesidir. İnsanların yaşamlarında sürekli gerçekleşen planlı faaliyetler olarak adlandırılmaktadır. Tunalı'ya göre: Biçim vermek, temsil etmek gibi kavramlara tasarlama, planlama, eskiz yapma, biçimlendirme ve kurgulama gibi değişik ifadelerin eklenmesiyle tanımlanması güç bir kavram haline gelmiştir[38]. Günlük hayatta kullandığımız en küçük bir objeden tutunda, ev eşyası olarak kullandığımız mobilya ürünlerine kadar hepsi bir tasarımın ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle insanların karşılaştığı sorunlara çözüm üretme veya estetik açısından duygularına karşı beklentileri karşılamak için zihinde geliştirdikleri planlı, programlı fikirlerin tasarımıdır.

Tasarım olgusunun en önemli parçası "yaratıcılık" kavramıdır. Bir nesneyi insanlar defalarca tasarlayarak çizerek ürün haline getirmektedirler. Böylece daha önceden yapılmamış, ortaya çıkmamış ürünleri, fikirleri yaratıcılık eşliğinde yeni haliyle ortaya çıkarmaktadırlar. Tasarım hangi alanla ilgili gerçekleşiyorsa o alandaki ihtiyaçlar doğrultusunda ürünlere; yenilikçi fikirler katmalı farklı bakış açıları sunmalı eski objeleri modernize etmeli ve alıcının beğenisini, dikkatini kendine çekebilmelidir. Tasarım belirli süreç içerisinde gerçekleşir. Bu sürecin ilk aşaması araştırmadır. Tasarıma geçmeden önce araştırma yapılmalı, bilgi edinilmeli ve fikirler üretilmelidir. Üretilen bu fikirler çeşitli eskiz[39] (taslak) çalışmalarıyla ortaya çıkarılmalı, sonrasında çizilen taslaklar seçilerek uygulama aşamasına geçilmelidir.

İnsanlık tarihi boyunca toplumlar hayatlarını sürdürebilmek adına doğanın insanlığa sunduğu imkânlarla yetinmeyip, doğadaki şartları kendi lehine kullanarak ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmışlardır. Bu doğrultuda yeni keşifler, icatlar gerçekleştirip tasarım süreçlerini tek bir noktayla sınırlandırmayıp birçok alana yönelmişlerdir. "*Artık geleneksel tasarlama yaklaşımlarıyla yapım ve ürün oluşturmak mümkün değildir. Yenilik ve insanları memnun edecek buluşlara yönelmek için*

[38] İsmail Tunalı, *Tasarım Felsefesi,* (3. Baskı). Yem Yayın, İstanbul, 2009, s.18.
[39] Eskiz; Kelime olarak ön çalışma, taslak anlamına gelmektedir. Genellikle resim sanatında kullanılan terimdir. Ayrıntılı bilgi için www.makaleler.com/eskiz-nedir.

mutlaka yeni metotlarla çalışmak gerekmektedir"[40]. Teknolojik gelişmelerle birlikte tasarım günümüzde sanatın ve estetik bakış açısının soyut haliyle değil, grafik tasarımı, endüstri tasarımı, çevre tasarımı gibi birçok alanda da artarak kullanılmaktadır.

2.6. Temel Tasarım Öğeleri

Temel tasarım ögeleri; çizgi, renk, ton, doku, biçim, ölçü, yön çerçevesinde yapılacak tasarımların uygulamalarında kullanılmaktadır. Bu elemanlar birbirinden bağımsız düşünülemez. Eserleri var eden bu tasarım öğeleri, bir bütünlük içerisinde izleyiciye sunulmaktadır.

2.6.1. Çizgi

Sanat ve tasarımın ilk uygulama adımlarından biri olan çizgi, doğada var olmayan, bireylerin kafasında canlandırdığı temel tasarım elemanlarından biridir. Temel iletişim unsuru olmasının yanında, insanlar çizme eylemini gerçekleştirerek içinde bulundukları duygu durumlarının açığa çıkmasını sağlamaktadırlar. Çizginin birçok tanımı bulunmakla birlikte, çizgiyi tek başına bir eylem olmaktan ziyade noktaların kesişmesi ve birleşmesi şeklinde açıklayan tanım en sade tanım olarak tercih edilmektedir. Tansuğ'a göre: Çizgi, yüzey üzerinde nesnenin ilk dış sınırlandırma eylemi olduğu için renkten önce gelir[41]. Tasarım sürecinde çizginin bıraktığı dış konturlar insanlar üzerindeki anlamsal etkisine göre şekillendirilmektedir. Çizgiler tasarımın hareketle ritim bulmuş halidir. Bu hareketliliği kalın-ince, kısa-uzun, düz-kırık, yatay-dikey, oval, diyagonal, kesik, sert-yumuşak biçimlerle göstermektedir. Var olan bu çizgi çeşitleri yapıları ve anlamları bakımından yerine göre süreklilik, canlılık, sadelik, rahatlık, sertlik, yumuşaklık, dinginlik gibi ifadeler taşımaktadır.

---

[40] Nigan Bayazıt, *a.g.e*. s.1.

[41] Sezer Tansuğ, *Resim Sanatının Tarihi,* (7. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2011, s.12.

Çizgilerin güçlü bir anlatım dili vardır. Ünlü ressamların çizimlerinde kullandıkları çizgi şekilleri onların ruh hali ve kişiliklerini yansıtmaktadır. Van Gogh'un buhranlı yaşam hikâyesi eserlerindeki çizgilerde bitkinlik, korku, karamsarlık, yok oluş, ölüm gibi izler taşımaktadır. Diğer bir ünlü ressam Rembrandt ise çizgilerindeki sakinlik, yumuşaklık, sadelik ve sükûnet ile dikkat çekmektedir. Her iki sanatçı da farklı yüz yıllarda farklı şartlarda yaşayıp, yaşantılarının izlerini eserlerinde göstermişlerdir. Bugün bile o eserleri incelediğimizde çizgilerin ne kadar önemli mesajlar içerdiğini görmekteyiz. Cündioğlu'na göre, gerçekte yani doğada ve zihinde kendi hakikatinde önde olan, önemli olan çizgilerdir[42]. Sanat ve tasarım bir iletişim aracı ise bu iletişimin amacına ulaşması çizginin anlatım gücüne bağlıdır.

2.6.2. Renk

Görsel iletişimin etkili olduğu bu teknolojik çağda, iletişimi kolaylaştırma ve görselliği daha kalıcı hale getirmede renklerin insanların üzerindeki psikolojik etkisinden faydalanılmaktadır. "*Renk, algılamaları etkileyen, dikkat, uyarı, motivasyon, verimlilik, iletişim ve yaratıcılık rolüyle sosyolojik bir faktör olarak iletişimde önemli bir yere sahiptir"*[43]. Renkler sembolik ve psikolojik anlamlar açısından görsel iletişime önemli katkı sunmaktadır. Renk algısı ve renklerin anlamları toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Bir toplumda rengin anlamı ortak olsa bile verilen mesajlar insanların içinde bulunduğu şartlar dolayısıyla farklı yorumlanabilmektedir.

Renk, ışığın nesneler üzerine çarpması sonucunda gözümüzde bıraktığı etkiye denir. Görsel nesnelerin önem kazandığı günümüz toplumlarında sosyal etkileşim araçlarının hızla yayılmasıyla görsel dilin, insanlar üzerindeki algısını renklerle anlamlandırmak çok daha kalıcı olmaktadır. Teknolojik hareketlilikle beraber yaşamın içerisinde insanların karşısına sık sık görsel imgeler gelmektedir. Bu imgelerin algılanması alıcı dediğimiz insanların kişisel duygu ve düşüncelerine bağlıdır. *"Renk algısı bizim gördüğümüz nesnelerin ne olduğunu ayırt etmemize yardımcı olur. Uzaktan*

[42] Dücane Cündioğlu, *Sanat ve Felsefe,* (2. Baskı). Kapı Yayınları, İstanbul, 2013, s.18.
[43] Sibel Onursoy, ''Haber Türleri Boyutunda Gazetelerde Renk Kullanımı'', *Marmara İletişim Dergisi,* Sayı:16, 2010, s.57.

bir araziyi gördüğümüz zaman bu arazinin çorak olup olmadığını yeşil ya da kahverengi olduğundan anlarız. Bu gibi birçok durumda renk algıları bize maddeleri ayırt etmemiz konusunda yardımcı olur"[44]. Bireylerin iş hayatları ve özel yaşantıları içerisinde karşılarına çıkan bir sürü uyarıcı yer almaktadır. Bu uyarıcıların ilk dikkat çeken yönlerinden biri de renklerdir. Karşımıza çıkan nesneler bireyler için önem arz etmese de rengin verdiği o etkileyici hisle ilgi duyulmaktadır. Bu sadece insanlara özgü bir durum olmayıp doğadaki canlıların hayatında da yer almaktadır. Örneğin İspanya da yapılan boğa güreşlerinde, boğaların kırmızı renge verdikleri tepkileri düşünebiliriz.

Renklerin insan psikolojisi üzerinde değişken farklı boyutları mevcuttur. Sevinç, hüzün, öfke, arzu vb. psikolojik etkileri bireyden bireye farklılık gösterir. Bu psikolojik etkiler kültürler arasında da değişmekte, insanların yaşantılarında anlam kazanıp yer edinmektedir. İnsanların doğup büyüdüğü yerlere göre renge bakış açıları değişmekte ve bu bakış açıları hayatlarına yön vermektedir. Renklerin psikolojik etkisinden bahsederken, renklerin pozitif ya da negatif anlamlar ifade ettiği, bunun etkisinin bireyin içinde bulunduğu duygusal durumdan bağımsız değerlendirilemeyeceği göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca rengin psikolojik etkisinin dışında fizyolojik etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Yıllardır hastaların tedavilerinde bir yöntem olarak da kullanılmaktadır. Renkler içerdiği anlamlar bakımından birçok hastalığa umut olurken, bu sayede toplumlarda yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Renklerin anlamlarını kavrayabilmek ve renk bilgisine hâkim olabilmek adına, renk gruplarının yapısını bilmek gerekmektedir. Bu gruplar; Ana renkler, ara renkler, sıcak renkler, soğuk renkler, zıt renkler ve nötr değer dediğimiz gruplardır. Ana renkler; sarı, kırmızı ve maviden oluşmaktadır. Ara renkler, ana renklerin karışımıyla ortaya çıkmaktadır. Sarı ve kırmızının karışımından turuncu renk, kırmızı ve mavinin karışımından mor renk, mavi ve sarının karışımından ise yeşil renk oluşmaktadır. Sıcak renkler; kırmızı, turuncu ve sarıdır. Soğuk renkler; mavi, yeşil ve mordur. Nötr dediğimiz renkler ise siyah, beyaz ve ikisinin karışımından oluşan gridir. Zıt renkler; kırmızı-yeşil, mavi-turuncu, sarı-mordur. Bu renkler aynı zamanda birbirini

[44] Birsen Ahbap, *Renklerin Pazarlama Üzerindeki Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi SBE. 2014, s.38.

tamamlayan renklerdir. Diğer tüm renkler bu renklerin karışım oranlarına göre oluşmaktadır.

Beyaz; tüm renklerin ton değerini açmada kullanılır. Masumiyeti, saflığı, temizliği ifade eden ışığın rengidir. *"Bazı toplumlarda beyaz matem rengi olarak da kabul edilir. Bu toplumlarda, ölüm olaylarında beyaz tercih edilmektedir. Beyaz ferahlık veren bir renktir. Beyaz giyenler istikrarlı güvenli, soğukkanlı, hayal dünyası geniş insanlardır. Karşı tarafın bizi algılaması bakımından beyaz insanlara bu tip anlamlar katabilir"*[45].

Siyah; karanlığın rengidir. Karamsarlık, yas, gibi olumsuz düşünceler oluşturmakla beraber hırs, otorite, güç gibi farklı anlamlar da içermektedir. Batıl düşünceler çerçevesinde olumsuzluğun rengi olarak düşünülse de bunun dışında birçok farklı anlamlar barındırmaktadır. Ciddiyet ve zarifliği temsil etmesi nedeniyle devlet kurumlarında resmiyetin rengi olan siyah, günümüz dizi, film sektöründe mafyayı anlatan yapımlarda ağırlıklı kullanılan renktir. Yine afiş, tablo gibi eserlerin arka planında fon olarak çokça kullanılmaktadır. Işığın olmadığı karanlık bir yerde renklerden söz edilemeyeceğinden dolayı ışığı yutan renk olarak da bilinmektedir.

Gri; siyah ve beyazın karışımından oluşan ara bir tondur. Olumsuzluğu ve düşük enerjiyi çağrıştırmaktadır. Tek başına olmaktan ziyade diğer renklerle yan yana geldiğinde daha fazla anlam kazanmaktadır. Kötü hava muhalefetlerinin rengi olması nedeniyle iç sıkıntısı ve mutsuzluk çağrıştıran renk olarak görülmektedir.

Kırmızı; içerisinde birçok anlamı barındırmaktadır. Güç, canlılık, azim, aşk, ısı, heyecan gibi olumlu duyguların yanında tehlike, nefret, korku gibi olumsuz duyguların da kırmızıyla ifade edildiği görülür. Bununla beraber tüm renklerde olduğu gibi kırmızının da farklı kültürlerde etkisinin değiştiği; farklı yorum ve anlamlar içerdiği bilinmektedir. Sıcak bir renk olması itibariyle pozitif duygular vermektedir. Bizim kültürümüzde eski dönemlerden bugüne birçok alanda kullanılan kırmızı uyarıcı bir etkiye sahiptir. Anlam çeşitliliği nedeniyle dünyadaki birçok ülkenin bayrağında bulunmaktadır.

---

[45] Birsen Ahbap, *a.g.e.* s.43.

Sarı; *"Renkler içinde konuşmayı ve iletişim kurmayı sevenlerin rengidir. Bu bağlamda networkerlerin, gazetecilerin, muhabirlerin kısacası iletişime dayalı mesleklerin gözdesi bir renktir"*[46]. Güneşin rengi olması nedeniyle sıcaklık hissinin yoğun olduğu; neşe, özgürlük, iyimserlik, bolluk, parlaklık gibi olumlu düşünceleri yansıtmakla beraber sarı tonların ağırlıklı bulunduğu ortamlarda fazla bulunmanın psikolojik olumsuzluk oluşturduğu bilinmektedir. En fazla dikkat çeken renklerden biri olması sebebiyle uyarıcı renk olarak kullanılmaktadır.

Turuncu; iki ana renk olan kırmızı ve sarının karışımından oluşur. Aynı zamanda sıcak renklerin bir üyesi olarak heyecan ve duygunun rengidir. Enerji, cesaret, coşku, yaratıcılık gibi duygularla ilişkilendirilir. Kendi içerisindeki tonlamalarla farklı duygu durumlarına yol açabilmektedir. Özellikle canlı tonlamaların dikkat çekiciliğinden dolayı birçok kurumsal firmanın logolarında kullanılmaktadır.

Mavi; sakinlik, dürüstlük, merhamet ve huzurun rengi olarak adlandırılabilir. Mavi rengin erkek kimliğiyle özdeşleştiği toplumlarda en çok sevilen ve kullanılan renklerden biridir. Mavinin bir tonu olan lacivertin, koyu değer olarak resmi bir boyutu bulunmaktadır. Koyu tonlarının iç karartıcı etkisi sebebiyle açık tonları daha çok tercih edilmektedir. Gökyüzü ve yeryüzünün birleştiği yer olan denizlerin rengi mavi, sessizliğin ve sakinliğin anlam kazandığı bir görsellik sunmaktadır.

Yeşil; doğanın ve tabiatın rengidir. Tazelik, serinlik, canlılık, güven, huzur gibi anlamlar çağrıştırarak mutluluğu simgeler. İlkbaharın rengi olması ve mavi renkle buluşmasıyla doğada, insanlar üzerinde pozitif enerji yaymaktadır. Yaratıcılığın, denge ve uyumun rengi olan yeşil İslamiyet'te dini sembol olarak da kullanılmaktadır.

Mor; kırmızı ve mavi renklerin karışımından oluşur. Asalet, zenginlik, kudret, gösteriş gibi anlamlar taşımaktadır. Mistik bir etkisi bulunan mor renk aristokrat toplumları temsil etmektedir. Mor ve eflatun birbiriyle karıştırılmaktadır. Kırmızı ve mavinin karışımı mor rengi verirken, eflatun mor rengin bir değeridir.

Kahverengi; ana renk olan sarı, kırmızı ve mavinin karışımından oluşur. Bu üç rengin karışım oranına göre tonlanmaktadır. Doğanın ve toprağın rengi olan kahverengi

[46] Renklerin Psikolojisi Sarı Renk ve Sarı Rengin Anlamı, https://www.kisiselgelisim.com/, Erişim Tarihi: 06.04.2022.

doğurganlığı ve verimliliği simgelemektedir. Ciddiyetin rengi olması sebebiyle orta yaş üstü kişilerce tercih edilen kahverengi insanlara güven hissi vermektedir.

Pembe; kırmızının beyazla karışımından oluşmaktadır. Yumuşaklık, uyum, neşe ve sevginin anlam kazandığı özellikle kadınlar tarafından tercih edilen mutluluğun rengidir.

2.6.3. Ton

Turani'ye göre: Bir rengin çeşitleri, aynı aileden olduğu halde bir başka nüansı yapılamayan renklere o rengin tonları denir[47]. Müzik alanında da kullanılan ton, sesler arasındaki derecelendirmeyi ifade etmektedir. Ton daha çok sanat çalışmalarında kullanılan renklerin ışıkla olan ilişkisi sonucu aldığı değerlerdir. Renkten bağımsız olarak açık-koyu değerleri veya belirli bir alanı vurgulamak için de kullanılmaktadır. Bir ressam tarafından çizilen natürmort çalışmasında kullanılan rengin kendi içerisinde tonlama geçişleri sağlanarak derinlik, boyutluluk etkisi katması görselliği artırmaktadır.

2.6.4. Doku

Doku, beş duyu organımızdan görme ve dokunma duyusuna hitap eden tasarım öğesidir. Bir yüzeyin olduğu her yerde dokudan bahsetmek mümkündür. Her objenin düz, pürüzlü, girintili, sert, yumuşak gibi özelliklere sahip kendine has dokusu vardır. Dokunamayıp görsel olarak algıladığımız dokular iki boyutlu görsel dokular, dokunma duyusuyla hissedilenler ise üç boyutlu, derinliği olan dokulardır. Doğada birçok doku çeşidi bulunmaktadır. Genel anlamda dokuları doğal ve yapay olarak sınıflandırabiliriz. Doğal dokular, yeryüzünde kendiliğinden var olan dokulardır. Yapay dokular ise insanlar tarafından oluşturulan dokulardır. Sanatta dokuya en iyi örneklerden birisi rölyef[48] çalışmalarıdır.

---

[47] Adnan Turani, *Sanat Terimler Sözlüğü,* (15. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2014, s.145.

[48] Rölyef; yüzeyde çökertme ya da yükseltme şeklinde yapılan sanatsal çalışmalara verilen genel bir isimdir. Ayrıntılı bilgi için www.lavitasarim.com'a bakabilirsiniz.

2.6.5. Biçim-Form

İnsanoğlu yapısı gereği hayatı boyunca doğayla iç içe olmuştur. Dünya üzerinde var olan her şeyin kendine özgü biçimi vardır. Şekil, çizgi, renk, doku ve valör[49] (değer) gibi elemanlar biçimin oluşmasını sağlamaktadır. Tasarım öğesi olarak biçim bir nesnenin görme ve dokunma duyusu yoluyla algılanabilme özelliğine sahiptir. Nesnelerin sınırlarını göstererek ayırt edilmesini sağlar. Çoğu kaynakta biçim ve form birbiri yerine kullanılsa da biçim iki boyutlu, form ise üç boyutlu düzenlemeleri ifade etmektedir. Seylan'a göre: Form, sözlük anlamı ile görüntü, temsil, figür, metot veya stil, kalite derecesi, mükemmellik, var olanlardan farklı modda olanı biçimlendirme, düzenleme kelimeleriyle tanımlanmaktadır. Form; yükseklik, derinlik, genişlik gibi düz veya geometrik olarak isimlendirilmiş alanlardır.

2.6.6. Ölçü

Ölçü bir nesnenin diğer nesnelere göre küçüklük, büyüklük gibi değerlerinin zihinde algılanması ve gruplanmasıdır. Tasarım öğesinde ölçünün önemi, gerçekleştirilen eylemlere uygun, dengeli, estetik açıdan görsellik sunmasından kaynaklanır. Görsel sanatlarda sıkça kullanılan ölçünün insan figürü modeli, diğer objeler üzerinde ölçü birimi olarak kullanılmaktadır. Perspektif çizimlerinde "bakış noktası", "kaçış noktası" ve "ufuk noktası" gibi elemanların kullanılması ölçü biriminin önemini vurgulamaktadır. Perspektif kurallarındaki nesne boyutlarının giderek küçülmesi, renklerin uzaklaştıkça soluklaşması ve uzaklaşıp küçülen nesnelerin görüntü detaylarının kaybolması ölçüdeki etkileyiciliği ve algılamayı azaltmaktadır. Ölçü biriminin büyümesi tam tersi etki oluşturmaktadır.

2.6.7. Yön

Tasarlanan tüm ürünlerin kompozisyonlarda belirli yönleri vardır. Yazılar, çizgiler ve noktalar yönü belirlemede önemli birer etkendir. Bunlar kullanım yerlerine

[49] Valör; açık ve koyu tonlar arasındaki ilişki demektir. Aynı zamanda ton derecelerini de ifade eder. Ayrıntılı bilgi için www.tamsanat.net'e bakabilirsiniz.

göre tasarımlara hareket katarak görselliği güçlendirmektedir. Kompozisyonlar oluşturulurken yatay-dikey çizgiler yönleri değiştirerek devamlılık, hareketlilik ve dinamizm kazandırır.

2.7. Temel Tasarım İlkeleri

Tasarımda düzen, bütünlük, devamlılık ve uyumu sağlayan temel tasarım ilkeleri çalışmaları değerli kılmaktadır. İletilmek istenen mesajlar önem, duygu durumu ve hitap edilen kitlenin özelliklerine göre tercihleri yönlendirmektedir. Tasarımlarda temel tasarım ilkelerinin düzenli dağılımı kompozisyonun denge unsurunu oluşturmaktadır. Bu ilkeler; denge, oran-orantı, ritim, vurgu, bütünlük, zıtlık, devamlılık gibi elemanlardır.

2.7.1. Denge

Tasarımda denge, iki karşıt nesnenin birbirine olan konumu, uyumu, durma şekli olarak ifade edilmektedir. Plastik sanatlarda ise oluşturulan kompozisyonların birbirlerini tartarak dengeleyeceği düzenlemeler şeklinde olmasıdır. Sanat ve tasarım dışında denge, doğanın yaşam ilkesi olarak düşünülebilir. Tasarlanan bir kompozisyonun içerisine yerleştirilen objeler büyüklük-küçüklük, ton değerleri, hareketlilik, yatay-dikey gibi durumlara göre dengelenmektedir. Denge simetri ve asimetri olmak üzere ikiye ayrılır. Simetri, bir eksende iki yönde aynı mesafede, benzer olan şeklinde tanımlanır. Asimetri ise benzerlik göstermeyen farklı yerlerde olana denir. Simetride iki yönde eşitlik olması sebebiyle durağanlık, hareketsizlik duygusu, birbirini tekrarlama varken, asimetride bunun tam tersi zıtlığın, düzensizliğin olduğu görülmektedir. Tasarım simetri ve asimetrinin kullanılmasıyla bir bütünlük içinde uyumlu halde gerçekleşebilir.

2.7.2. Oran-Orantı

"*Nesnelerin birbiriyle olan ilişkisi, nesnenin eni ile boyu arasındaki farka oran, iki veya daha fazla oranın eşitliğine ise orantı denir"*[50]. Bir tasarımda kompozisyonun küçük-büyük, yatay-dikey, dar-geniş gibi unsurların orantılı olması estetik görüntüyü artırmaktadır. Tasarımda oran ve orantının dengesi tasarıma hareket katarak görselliğin monotonluktan kurtulmasını sağlar. Görsel nesneleri tekdüzelikten kurtarmak için tüm ölçülerin eşit değil, yerine göre uzaklığı, yakınlığı, rengi, tonu vb. öğelerin doğru şekilde kullanılması gerekir.

Altın oran bireylerin doğal yaşantıları içerisinde ve tasarım ürünlerinde sürekli var olan önemli bir unsurdur. Herhangi bir çizginin iki parçaya bölünmesiyle küçük parçanın büyük parçaya göre oranı, büyük parçanın bütün oranına eşit olması gerekir. Altın oran, matematik, sanat ve mimaride kullanılmaktadır. Etkisini Rönesans[51] dönemi ve Leonardo Da Vinci'nin eserlerinde kullanmasıyla birlikte göstermiş olsa da diğer sanatçıların da eserlerinde kullandığı bilinmektedir

2.7.3. Ritim

Ritim, görsel tasarımda kompozisyonlar içerisindeki nesnelerin uyumlu bir şekilde dengelenerek tekrar edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Evrenin doğal akışı çerçevesinde zamansal olarak tekrarlanmasıdır. Buna bir günün yirmi dört saatinin düzen içerisinde süreklilik göstermesi, güneşin dünyanın etrafında dönmesiyle mevsimlerin gerçekleşmesi gibi örnekler verilebilir. Ritmin temel unsuru harekettir. Hareket tasarımda durağanlığın önüne geçerek, görsel canlılığa ve tasarımın tek noktada kalmasına engel olmaktadır. Plastik sanat çalışmaları ve tasarımların çizim aşamalarında ritmi en iyi yansıtan araçlar hareketli (kalın-ince, kısa-uzun, düz-kırık, yatay-dikey, oval, diyagonal, kesik, sert-yumuşak vb.) çizgilerdir.

---

[50] Nesne Çizimi ve Oran-Orantı, https://www.resimhocam.com/, Erişim Tarihi: 12.04.2022.

[51] Rönesans; kelimesi ilk kez dini bir terim olarak kullanılmıştır. Yaşamını yitirmiş bir kişinin yeniden hayata gelmesine verilen isimdir. İtalyanca "Rinascita/Rinascimento",Fransızca "Rönesans" yani hepimizin aşina olduğu "Yeniden Doğuş" anlamına gelir. Ayrıntılı bilgi için www.tarihlisanat.com'a bakabilirsiniz.

2.7.4. Vurgu

Tasarımı gerçekleştirilen kompozisyonun vurgulanmak istenen noktasının tasarım öğeleri yoluyla ifade edilmesidir. Kompozisyon içerisindeki odak noktanın diğer objelere göre konumunun tam tersi durumda olmasıdır. Tasarımda kimi zaman vurgu bir tipografi yoluyla, renk çeşitliliğiyle, çizim şekilleriyle, zıtlıklarla gerçekleşebilir. Vurgu görsel iletişimde bireylerin gözüne ilk çarpan, dikkati çeken, vurgulanan noktanın olduğu yerdir. Cenaze töreninde kalabalık bir kitlenin siyah rengi tercih etmesi normal olmasına rağmen beyaz giyinen bireyin dikkatleri üzerine çekmesi buna örnek olarak verilebilir.

2.7.5. Bütünlük

Kompozisyonda görsel nesnelerin birbiriyle uyumunu sağlayan temel tasarım ilkesidir. Düzenlenen kompozisyonda parçaların tümü bir bütünlük ifade etmez. *"Bir kompozisyon içerisindeki tasarım unsurları bütünlük oluşturacak biçimde bir araya getirilip konumlandırıldığında, dağınıklığın ve parçalanmanın önüne geçilmiş olacaktır"*[52]. Bu sayede tasarım elemanları-doğru şekilde bir araya geldiğinde hareket kazanarak görselliği sağlamış olacaktır. Kompozisyon içerisinde gözle görülebilen çizgi, renk, şekil, doku gibi öğelerin yanında espas[53] (boşluk) tasarımın bütünlüğünün sağlanması için önemlidir. Bir tasarımda kullanılan boşlukların yeri ve şekli o tasarımı daha etkili kılmaktadır.

2.7.6. Zıtlık

Tasarımların oluşum aşamasında objelerin yerleştirilmesi, uyumu, dengesi zıtlıkların kompozisyon içerisinde görselliğini artırmaktadır. Zıt unsurlar sayesinde tasarımdaki vurgu noktası belirgin olarak gözükebilmektedir. Zıtlıklar; küçük-büyük, açık-koyu, durağan-hareketli, yatay-dikey şekillerinde değerlendirilebileceği gibi daha

---

[52] Ömer Can Sorgunalp, *Kitap Kapağı Tasarımında Görsel Bütünlük,* (Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi G.S.E. Grafik Ana Sanat Dalı, Isparta, 2017, s.34

[53] Espas; derinlik etkisidir. Yani bir obje yahut nesnenin ön arka ilişkisine denir. Bulunan objelerin boşlukları diyebiliriz. Ayrıntılı bilgi için www.sanatbilgisi.blogspot.com'a bakabilirsiniz.

dikkat çekici olan renk zıtlıklarıyla da görselliği güçlendirmek mümkündür. Özellikle görselliğin yoğun yaşandığı günümüzde karşımıza çıkarılan nesnelerin daha kolay fark edilebilmesi ve anlamlandırılmasında zıtlıkların kullanımı akılda kalıcılık açısından önemlidir.

2.7.7. Devamlılık

"Ardı ardına ve belli bir düzende devam eden ancak birbirinden ayrı birden fazla aynı maddenin aynı madde gibi görünmesini temel alan ilkedir"[54]. Tasarımda göz objeler üzerinde hareket ederken kopukluk yaşanmadan devam ediyorsa kompozisyondaki devamlılık sağlanmıştır. Devamlılık sağlanırken kullanılan hareket, form, ritim gibi tekrarların gereğinden fazla olması çalışma üzerinde tekdüze görüntüye sebep olabilir. Bu unsurlar kullanılırken birbiriyle tutarlı olması ve bütünlüğü sağlaması gerekir.

[54] Parçalarından Ayrı Bir Bütün Gestalt İlkeleri, https://wannart.com/devamlılık/, Erişim Tarihi:13.04.2022

3. BÖLÜM

GÖRSEL İLETİŞİMDE AFİŞ TASARIMLARI

3.1.Afiş Tasarımı ve Tarihsel Gelişimi

Afiş dilimize Fransızca kelime olan "affiche"ten türetilerek girmiştir. Türk Dil Kurumunda; *"Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanları"* olarak ifade edilmektedir. Uluslararası camiada yaygın olarak kullanılan İngilizcedeki karşılığı olan "poster" kelimesi de dilimizde sıkça kullanılmakta ve afişin yerini almaktadır. Görsel iletişim aracı olan afiş, grafik tasarımının önemli bir ürünü olarak kitlelere hitap etmektedir. Afişler teknolojik yeniliklerle birlikte sosyal medya, internet siteleri, billboardlar, tanıtım amaçlı broşürler, kurumsal firma logo ve amblemleri gibi görselliğin ön planda olduğu birçok alanda kullanılmaktadır.

Asıl amacı iletilmek istenen mesajları açık ve anlaşılır bir şekilde iletebilmek olan afişler; ilk bakışta görsel teması sağlamalı, hedef kitlenin duyusuna etki etmeli, verilmek istenen mesaj az sözcüklerle özgün bir şekilde olmalı, görsellik sade, yalın ve çarpıcı olarak verilmelidir. İlk kullanılmaya başladığı dönemlerde duyuru, haber niteliği taşıyan afişler, süreç ilerleyip kitle iletişim araçlarının gelişmesi, yaygınlaşmasıyla daha çok tanıtım ve reklam amaçlı kullanılmaya başlamış, teknolojik gelişmeler sonucunda aynı ülke içerisinde farklı coğrafyalarda yaşayan topluluklarda bile kültürlerin etkilenmesine sebep olmuştur. Bu açıdan bakıldığında afişler topluma vermek istenen mesajların hedef kitleyi sloganlarla, metinlerle ve görsel imgelerle inandırması etkinliğini artırmaktadır. Afişler kültürel ve sosyal anlamda toplumu bilgilendirme, kültürel farkındalığı artırma amaçlı kullanımıyla günümüzün görsel iletişiminin vazgeçilmez parçasıdır. Önceki bölümlerde bahsettiğimiz üzere neredeyse insanlık tarihi kadar eski olan görsel iletişim, ilk çağlarda mağara duvarlarına yapılan resimlerin toplumlara mesaj iletmesiyle gerçekleşmiştir. Geçmişten günümüze kadar ismi, yöntemi değişmiş olsa da afiş, 16. ve 17. yüzyıllarda baskı teknikleri yoluyla

yaygın olarak tanıtım amaçlı mesaj içerikleriyle insanların toplu olarak bir arada bulunduğu yerlere asılarak sunulmuştur. Afişler zamanla farklı içerik ve şekillerle farklı amaçlar için kullanılmaya başlamıştır. Ortaya çıktığı andan itibaren belli bir alanda sınırlı kalmayıp gelişen dünya ekseninde değişikliklere uğrayarak yer edinmiştir. *"Çok sayıda üretilmesi, sürekli bir mesajı vurgulamak adına birçok yere asılması ve çoğaltma özelliği bu değişimin özelliklerindendir"*[55]. Matbaanın gelişmeye başlayıp kullanılmasıyla duyuru ve haberlerin yaygınlaşmasında afişler kullanılmıştır. İletişim boyutunun ilerlemesi afiş tasarımının, sanatının gelişmesine katkı sunmuştur.

Afiş sanatının tarihine baktığımızda ortaya çıkışı eski çağlara kadar dayanmakta, yapılan tüm resimler, yazılar iletişim kurup, bilgilendirme amaçlı oluşturulmuştur. 19. yüzyılın ikinci yarısı ve 20. yüzyıl başlarında ise gelişmiş ülkelerde iletişim kanalının güçlü temsilcisi afişlerin, litografi[56] tekniğiyle kullanılması, renkli afişin babası olarak da bilinen afiş ustası Jules Cheret'in tasarımlarındaki canlı renklerin kullanımı ve kadın figürleriyle popülerlik kazanmıştır. Tasarımlarında ana renk olan kırmızı, mavi, sarının kullanımıyla görsel etkileyiciliği sağlayarak modern afiş döneminin adımları atılmıştır. Teknolojinin hızla gelişmesi, ticari ve ekonomik faaliyetlerin yaygınlaşması beraberinde sanatın da kitlelere kolay ulaşmasını sağlamıştır. Sanat adına yaşanan bu gelişmelere ek olarak tasarımla ilgili eğitim kurumlarının açılması sonucunda işleyiş profesyonel şekilde planlı, programlı ilerlemeye başlamıştır.

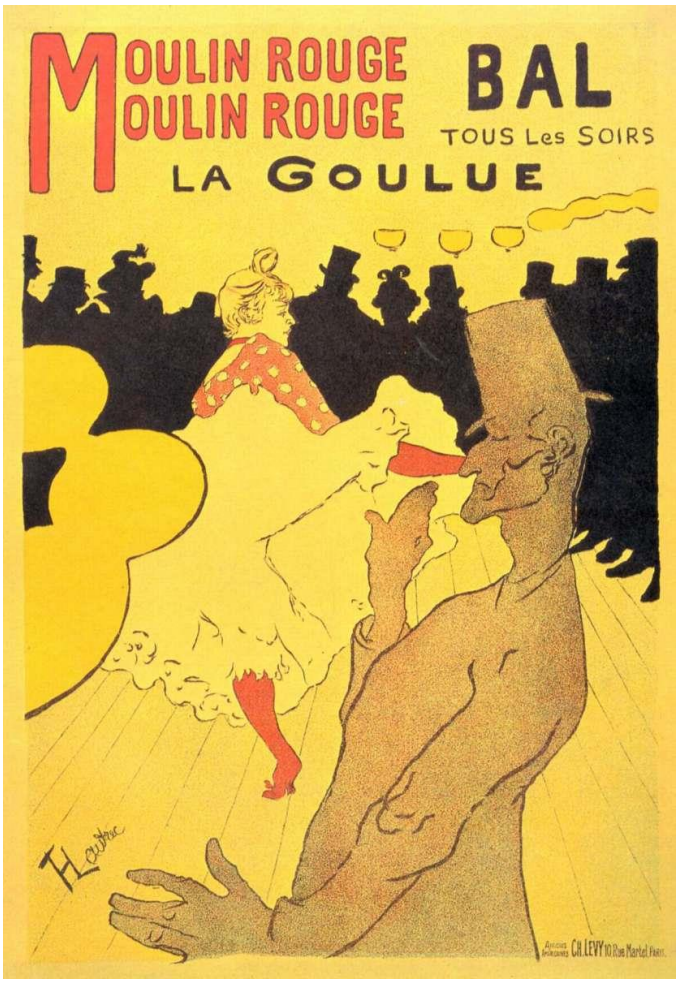
Avrupa'da ortaya çıkan birçok sanat akımının, çağdaş afiş tasarım sürecinde etkili olduğu görülmüştür. Modern afiş tasarımının önemli temsilcilerinden Fransız ressam Henri de Toulouse Lautrec, afiş sanatına değer katarak gelişmesine katkı sunmuştur. Afişlerinde post empresyonizm akımının etkilerinin görülmesi ve bunu modern afiş tasarımlarına yansıtması onun sanatının tanınmasını sağlamıştır. Çalışmalarındaki konu bütünlüğü, toplumu yansıtması, verilen mesajların sloganlarla iletilmesi günümüz modern afiş anlayışına ışık olmuştur. Ressam olarak başladığı

---

[55] Duygu Dinçeli, *Türkiye'de Afiş Sanatının Görsel Kültürdeki Yeri* (Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi SBE. 2016, s.38.

[56] Litografi; Antik Yunanca kökenli Lithos (taş) ve Graphein (yazmak) kelimelerinden türemiş olan litografi, yağ ve suyun karışmamasına dayalı bir düz yüzey baskı türüdür. Ayrıntılı bilgi için www.mixerarts.com/litografi'ye bakabilirsiniz.

sanat yaşamının son dönemlerinde afiş sanatına yönelmiş, tanıtım amaçlı yaptığı "Moulin Rouqe" isimli gece kulübü afişi sayesinde dikkatleri üzerine çekmiştir. Bir salonda ön planda dans eden kadın figürü, açık tonlardaki kıyafeti, sarı saçları ile afişteki tek detaylı çizimdir. Çevresindeki görsellerin grimsi tonlarda olması, zemindeki döşeme çizgilerinin düzeniyle arka plandaki görsellerin perspektif etkisi vermesi derinliği artırmaktadır. Gri tonlar haricinde sıcak renk tonlarının kullanılması renk uyumunu göstermektedir. Tasarımda yazılarla tipografi tamamlanarak bütünlük sağlanmıştır.



Görsel 1: Moulin Rouge

Kaynak: https://www.sanatinoykusu.com/henri-de-toulouse-lautrec/ 10.05.2022

Loutrec'in afişlerinde kullandığı yazılar ve görsel uyum dikkat çekicidir. Onun döneminde reklam amaçlı algılanan afiş bir sanat dalı olarak kabul görmüş ve halk ile

sanat arasındaki mesafe kaybolmuştur[57]. Bu dönemle birlikte afişle ilgili çalışmalar kendini göstermeye başlamış, afiş sanatının çıkış merkezi olan Fransa'nın Paris şehrinde ilk afiş sergisi düzenlenmiştir. Bu dönemle birlikte Avrupa'nın çeşitli bölgelerinde afiş çalışmaları ve sergileri düzenlenmeye başlamıştır.

Afiş sanatının diğer gelişmelerinden biri de İngiltere ve Almanya'da gelişme gösteren "Art Nouveau" akımıdır. 19. yüzyıl da gelişmekte olan sanayi endüstrisinin hızla yayılmasına karşı meydana gelmiştir. Gerçekleştirilen afişlerin çoğunda işçi kesimini ve sömürülen toplumları ele almışlardır. Özellikle İngiltere'de tasarlanan afişlerin büyük boyutta yazı afişleri şeklinde olması bu noktaya dikkatleri çekmektedir. Avrupa'da görülen bu akımın sanatçılarının Amerika'ya göç etmesiyle burada yayılmaya başlamıştır. Will Bradley ve Edward Penfield tarafından kitap ve dergileri tanıtmak için yapılan çalışmalar modern afiş tasarımlarına katkıda bulunmuştur. Bu yüzyılda meydana gelen endüstri devrimi, sömürgeci yaklaşımlar nedeniyle afiş sanatında da değişimler yaşanmıştır. Eğlence, reklam tanıtımlarının yerine tüketim merkezli tasarımlar gerçekleştirilmeye başlamıştır. 1. Dünya savaşının birçok ülkeyi etkilemesi neticesinde tasarımlardaki bakış açısı da değişime uğramış yapılan afişler bu tema çerçevesinde olmuştur.

Afişin, ülkemizde 19. yüzyılın başlarında Osmanlı devletinin son dönemleri ve Cumhuriyet yıllarının başlangıcında örneklerinin görüldüğü, halkın toplu olarak bulunduğu yerlerde yardım, duyuru, bilgi amaçlı kullanıldığı bilinmektedir. Özellikle Osmanlı devletinin dağılma sürecindeki olayların duyurulması, haber değeri taşıması açısından son derece önemlidir. Dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda bu afişlerin reklam amaçlı kullanılmasından ziyade toplumu bilgilendirmeye yönelik olduğu görülmektedir.

Ülkemizde modern tarzda afiş sanatının gelişimi 1930 yıllara doğru İhap Hulusi Görey tarafından başlatılmıştır. Türkmen kökenli olan Görey, Mısır'da dünyaya gelmiştir. Üniversite eğitimine kadar çalışmalarına burada devam eden sanatçı, resim yeteneği sayesinde Almanya'da yüksekokul eğitimi almaya başlamış ve sonrasında afişle ilgili çalışmalara katılmıştır. Almanya'nın kültürel, siyasi, ekonomik

[57] www.sanatinoykusu.com/henri-de-toulouse-lautrec (10.05.2022)

anlamda Türkiye'yi etkilemesi, Görey'in eğitimini burada tamamlayıp ülkemize dönerek yaptığı çalışmalardaki kullanmış olduğu teknik, üslup aldığı eğitimin izlerini taşımakta ve Cumhuriyetimizin ilk yıllarında afiş sanatının modern tarzına yansıdığı görülmektedir. İhap Hulusi sadece afiş çalışmalarında değil, modern sanatın yaratılmasında o dönemde aldığı resim ve afiş tasarım eğitimlerinin yardımıyla ülkemizdeki afiş sanatının gelişmesine 1950'li yıllara kadar katkı sunmuştur.

Çağdaş Türk afiş sanatında 1950'li yıllara kadar görülen İhap Hulusi etkisi sonrasında Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Kenan Temizhan, Yurdaer Altıntaş ve Fikret Akgün gibi isimler çok sayıda afiş üretmişlerdir. Hızlı gelişen teknoloji ile birlikte çalışmalarda tipografi etkisi, dengeli kompozisyon anlayışı, renklerin etkili kullanımı sayesinde modern afiş tasarımlarının gelişmesine katkı sunan Kenan Temizhan akımın öncülerinden biri olmuştur. 1960'lı yıllara doğru özellikle Yurdaer Altıntaş birlikte çalıştığı Mengü Ertel ile birlikte tiyatro afişleri üzerine yoğunlaşmıştır. Tiyatro afişlerinde duygu ve estetiğe önem vererek sembolik anlatımlar ortaya koyup, tasarıma farklı bir bakış açısı getirmişlerdir. Sanatçılar Türk-Alman Kültür Merkezinde açtıkları sergi sayesinde tanınmış yurtdışına açılarak Türk afiş sanatının gelişimine katkıda bulunmuşlardır.

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde teknolojik yetersizlikler nedeniyle çalışma tekniklerinde çeşitlilik az iken, ilerleyen dönemlerdeki yeniliklerle birlikte değişimler yaşanmıştır. Baskı tekniklerinin gelişmesiyle daha büyük boyutlu çalışmalar yapılmaya başlanmış, çeşitlilik artmıştır. Günümüzde ise reklam sektörünün etkisiyle afişlerde resim ve fotoğrafların yoğun olarak kullanılmasına neden olmaktadır. Tüm sanat dallarında olduğu gibi afiş alanında da geçmişten günümüze düşünce, yöntem ve uygulama alanlarına kadar birçok farklılık gerçekleşmiştir. Geldiğimiz noktada tasarım öğeleri birbirinden bağımsız değil, birbirini destekleyici ve tamamlayıcı güç olarak devam etmektedir. Cumhuriyet öncesi ve sonrasındaki çalışmalar süreç içerisinde değişime ayak uydurmuş, kendini yenileyerek bugün ki halini almıştır.

3.2. Afişlerin Oluşturulma Süreçleri

Topluma birçok yolla iletilebilen afişler, içinde bulunduğu toplumun tüm değerlerini sorgulayabilmektedir. Tek bir yöntemle değil, fotoğraftan bir metnin parçasına kadar bir sürü yüzey üzerine uygulanabilmekte, bireylerin düşünce ve duygularına hitap ederek onları yönlendirmektedir. Afiş tasarımlarındaki etkileyici güç Berger'in bahsettiği gibi "görmenin konuşmadan önce gelmesiyle" başlamıştır. Bu açıdan afişlerin geniş kitlelere ulaşabilme özelliği sayesinde yüzyıllar boyu değerini kaybetmemiş, her dönemde kendini yenileyerek varlığını sürdürmüştür. Önemli bir tanıtım aracı olan afiş sanatı; reklam, spor, turizm, ticaret, müzik vb. alanlardan faydalanarak kendine özgü bir dil oluşturup değişik insanları bir araya toplamıştır. Bu sayede evrensel bir iletişim dili olarak görsel iletişim çağında yerini almıştır.

Teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının yoğun kullanıldığı günümüzde bile afişlerin etkisi gün geçtikçe artmaktadır. Günlük yaşantı içerisinde halkın yoğun kullandığı otobüs durakları, metro istasyonları, alışveriş merkezi girişleri, hastane girişleri vb. alanlarda afişlerin görsel gücü yadsınamaz. Görselliğin ön planda olmadığı, yazının ve matbaanın gelişmediği dönemlerde iletişim halka çığırtkanlar tarafından duyurulmaktaydı. Sözel şekilde gerçekleşen bilgilendirme zamanla görsellik kazanmış, çizimlerle daha anlamlı hale gelmeye başlamıştır.

"Bir tasarım çalışması, hangi uygulama alanında olursa olsun bazı ortak gerekliliklere ve işlevlere sahiptir. Bu ister bir afiş çalışması olsun, isterse billboard, broşür, kurumsal kimlik, hareketli, hareketsiz reklam uygulaması, tümünün ortak amacı hedef kitleye mesajı açık, anlaşılır, doğrudan ve en kısa zamanda iletmek olmalıdır"[58]. Bu süreçte afişlerin oluşturulmasında kompozisyon, tipografi, boşluk (espas), mekân, içerik, aralık ve renklerin birbiriyle olan ilişkisi oldukça önemlidir. Afişin tasarım aşamasında yaratıcılık fikri temeli oluştururken, birlikte kullanılan renk bilgisinden kullanılan yazı çeşitliliğine kadar tüm unsurlar verilmek istenen mesajların hedef kitlenin ilgi alanına etki edecek şekilde kurgulanmasını gerektirmektedir.

[58] Berna Küçük, *Görsel İletişim Tasarımı Açısından Sanatsal ve Kültürel Afişlerin Çözümlenmesi; Uluslararası İstanbul Caz Festivali Afişleri* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi SBE. 2013, s.45.

Tasarımcı fikir aşamasında ulaşılmak istenen hedef kitlenin psikolojisi hakkında bilgi sahibi olmalı, ihtiyaçlar doğrultusunda en iyi tasarımı gerçekleştirmelidir.

3.2.1. Tipografi

İletişimin önemli bir parçası olan yazı, ortaya çıktığından itibaren çeşitli alanlarda kullanılmıştır. Görsel iletişimin geliştiği günümüz teknolojisinde yazının görsel boyutu olan tipografi afiş tasarımının gelişmesine katkı sunmaktadır. Tipografi, simge ve sembollerin izleyici, okuyucu gibi hedef kitlenin görsel beğenisini estetik açıdan çekecek biçimde tasarlanmasıdır. Görsel iletişim ve grafik tasarım için vazgeçilmez unsur olan tipografi; bilgilendirme, yönlendirme boyutuyla şeritler, reklam panoları, yön levhaları, trafik işaretleri gibi uygulamalarla insanların karşısına sürekli çıkmaktadır. Arnheim'e göre, görme duyusu seçici olarak iş görür. Şekilleri algılamak, basitlikleri ve genelliklerinden dolayı görsel kavramlar olarak adlandırılabilen biçim kategorilerinin uygulanmasına dayanmaktadır[59]. Beş duyu organından en önemlisi olan görmenin afiş tasarımlarında kullanılan tipografi ve kaligrafi gibi tekniklerle görsel beğeniyi arttırmadaki etkisini her zaman göz önünde bulundurmak gerekir.

Tasarımların vazgeçilmez parçası olan tipografi ve kaligrafi görsel imgelerin yoğun olduğu günümüzde görsel iletişimi sade, anlaşılır bir dille açıkça sunması nedeniyle tercih edilmektedir. Kaligrafi, toplumda güzel yazı yazma sanatı ve hat sanatı olarak bilinmektedir. *"Tipografi, tarihte Gutenberg'in icat ettiği değiştirilebilen hurufat tekniği ve bununla birlikte gelişen kitap basımı ve çoğaltımının kullanımı ile ortaya çıkmış bir terimdir"*[60]. Matbaanın ve baskının gelişmediği dönemlerde birçok tasarım kaligrafik tekniklerle yazılmaktaydı. Yazı yoluyla gerçekleşen tasarımların görsel imgelerle anlam kazandırılarak insanların duygularına etki edecek şekilde kullanılması artık vazgeçilmez bir uygulama halini almıştır. Alışverişte, sokakta yürürken karşılaştığımız birçok görsel arasından tümünü algılayıp incelemek mümkün değildir. Dikkat çekici olan ise tasarımda bireysel ihtiyaç ve farklılıklara göre

[59] Rudolf Arnheim, a.g.e. s.53.
[60] H. Irmak Artan, T. Fikret Uçar, "Kaligrafi ve Tipografinin Afiş Sanatına Yansımaları", Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, 2019, s.17.

değişmekle birlikte verilmek istenen mesajları en etkili ve kısa yolla veren görsellerin okunup, algılanabilmesidir. Bu açıdan tipografi ve kaligrafi ağırlıklı tasarımlarda yazı karakterleri görsellere dönüştürülerek kullanılmalıdır.

3.2.2. Kompozisyon

Tasarımda yerleşim olarak eksiklikler varsa görsel olarak düzensizlik göze çarpar. Afiş tasarımı gerçekleştirilirken kullanılan nesnelerin kompozisyon olarak bütünlük sağlaması gerekmektedir. Resim, heykel, grafik, edebiyat, müzik ve birçok tasarım alanında kullanılan kompozisyon, farklı parçaların bir araya gelerek anlamlı bütün oluşturma sürecidir. Tasarım ürününde kompozisyon düşüncesi yatay-dikey çizgiler, açık-koyu değerler, renk çeşitlilikleri, durağan ve hareketli objelerin görsel anlamda birbirini tamamlamasıyla oluşmaktadır. Sanatı oluşturan kişinin estetik kaygısının yanında izleyici, hedef kitlenin de estetik bakış açısı, kompozisyondaki nesnelerin birbirine olan dengesinin sağlanmasında önemlidir. Tunalı'ya göre, ürün ile kullanıcı özne arasındaki ilgi sadece duyusal psikoloji nitelikte değildir. Örneğin, çay içtiğim bardak, görerek ve dokunarak algıladığım bir ürün olduğu kadar, aynı zamanda hoşuma giden bir üründür. Bu hoşlanma olayı, duygusallığa bağlı olmakla birlikte onu aşan bir estetik duygusunu ifade eder[61].

3.2.3. Boşluk (Espas)

Resimde ve tasarımda boşluk; parçaları doldurmak, kompozisyona canlılık katıp dengeyi sağlamak için kullanılan araçlardır. *"Espas, en basit tanımıyla karakterlerin birbirine olan boşluğudur"*[62]. Boşluk tasarımın önemli araçlarından biri olmasına rağmen, her espas kendi alanı içerisinde değerlendirilmelidir. Boş bir kâğıdın doldurulması iyi bir mimarın eserini dengeli şekilde temelden sağlamlaştırarak katları çıkmasıyla, tasarımcının da tasarımını o hassaslık ölçüsünde gerçekleştirmesiyle sağlanır. Espas, görsel sanatların birçok alanında kullanılmasının yanında özellikle

[61] İsmail Tunalı, *a.g.e.* s.82.
[62] www.babblela.com/espas yazı karakterlerinin boşluğu (27.06.2022)

grafik tasarımı afiş çalışmalarında uygun boşluklarla çalışmanın etkisinin artırılıp azaltılmasında kullanılmaktadır. Kullanıldığı alana göre üçüncü boyut etkisiyle derinlik hissi vermektedir.

3.2.4. Mekân

Genel tanımı oturulan yer, çevre, ortam olan mekân içinde yaşadığımız evrendeki her yer şeklinde ifade edilmektedir. Mekânın var olmasının asıl amacı insanoğlunun barınma, korunma ve ihtiyaçlarını rahat şekilde giderebilmesinden oluşmaktadır. Tüm canlılarda bu durum söz konusu olmakla birlikte görsel iletişimin öneminin artması ve teknolojinin gelişmesiyle günümüzde bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasının dışında duygu ve düşünce durumlarının etkisiyle farklılaşmaktadır. Göçebe yaşamdan yerleşik yaşamın yaygınlaştığı dönemlere kadar insanların süreç içerisinde gerçekleştirdiği, topluma yön verdiği ve yenilikler kazandırdığı görülmektedir. Günümüzde görsel iletişimin geldiği boyutta bireyler mekânlara değer katarak yeniyi bulma, var olan kalıpların dışına çıkma ve sürekli yeni arayışlara yönelerek dönüştürüp şekillendirmektedir. Çağımızın getirdiği estetik değer hissi neticesinde oluşturulan yaşam alanlarının toplumun bir parçası olduğu kaçınılmaz bir gerçeklik olarak görülmektedir.

3.3. Afiş Çeşitleri ve Kullanıldığı Alanlar

"Afiş tasarımlarını günümüzde sosyal hayatın dışında, sanal hayatın çeşitli kademelerinde de görmek mümkündür. Öyle ki çeşitli internet sitelerinde her türlü ürünün tanıtımında veya reklamında kullanılan afiş tasarımları son derece geniş kitlelere kolaylıkla ulaşabilmekte ve bu kitleleri rahatlıkla etkileyebilmektedir"[63]. Günümüzde popüler kültürün etkisi ile tüketim toplumunun "hız"ı afiş tasarımlarında "güncellemeler" yapmayı zorunlu kılmaktadır. Afiş tasarımları görsel iletişim açısından sade, anlaşılabilir ve etkileyici boyutta olmalıdır. Bu afişlerin gün içerisinde

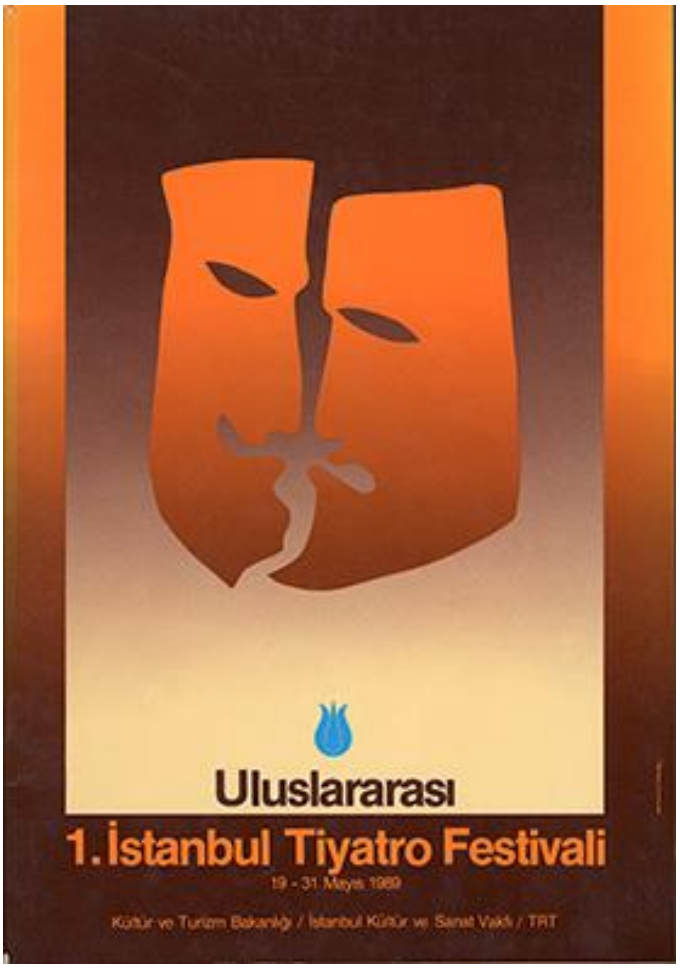
[63] Canan Deliduman, Sinan Çakmak, "Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon", İdil Dergisi, 2017, s.315.

insanların yoğun kullandığı alanlar olan otobüs durakları, billboardlar, metro istasyonları, iş yeri vitrinleri gibi yerlerde kullanılması rahat algılanması açısından son derece önemlidir. Bunun yanında tasarlanan afişlerin bireylerin ilgi alanına hitap etmesi, yenilikçi fikirler ortaya koyması da beğeni ve etkiyi arttıracaktır. Algıda seçicilik düzeyi yüksek insanlar dışında normal yaşam içerisinde afişler izlenmek için izlenmezler. Bu yüzden afişlerin görsel iletişim açısından ilgi çekici, heyecanlandırıcı, düşündürücü ve estetik açıdan dikkat çekici olması gerekir.

3.3.1. Kültürel İçerikli Afişler

Kültür ve sanat gibi konuları ele alan spordan sinemaya, festivallerden sergilere ve müzecilik faaliyetlerine kadar birçok başlık altında hazırlanan afiş türüdür. Daha çok üretildikleri dönemler içerisinde kültürel ve toplumsal olayların özelliklerini yansıtan birer ayna görevi taşımaktadırlar. Bu açıdan tasarlanan her kültürel afiş o kültürün önemli ürünlerinden ve göstergelerinden biri olarak adlandırılabilir. Kültürel afişler ticari kaygı taşımadıkları için bu afişlerin kendilerine özgü tarzları vardır: Toplumun kültür ve sanata olan ilgisini artırmaktadır. Bir toplumda ne kadar çok kültürel afiş çeşitliliği varsa bu o toplumun kültürel açıdan gelişmişliğinin göstergesi sayılır. *"Kültürel afişler alışveriş oranı en öncellikli kapsamda olan afişlerdir. Kültürel afişler diğer tüm afiş çeşitlerine göre daha kapsamlı ve amaca yönelik olmalıdır"*[64]. Bu afişler tasarlanırken kendi tarzını yansıtmalı, konu içindeki estetik kaygının izleyiciyi içsel dünyasına taşıyarak rahatlamasını sağlamalıdır. Kültürel afişlere örnek olarak aşağıda İstanbul Kültür Sanat Vakfının 1989 yılında gerçekleştirilmiş olan 1. Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali afiş örneğinde tiyatronun simgesi olan iki yüzün görüntüsü (gülen yüz-asık yüz) yer almaktadır. Soyut şekilde tasarlanan afişin sadeliği en belirgin özelliği olarak dikkat çekmektedir.

[64] www.linakurtaran blog.tumblr.com/kültürel afiş (03.07.2022)



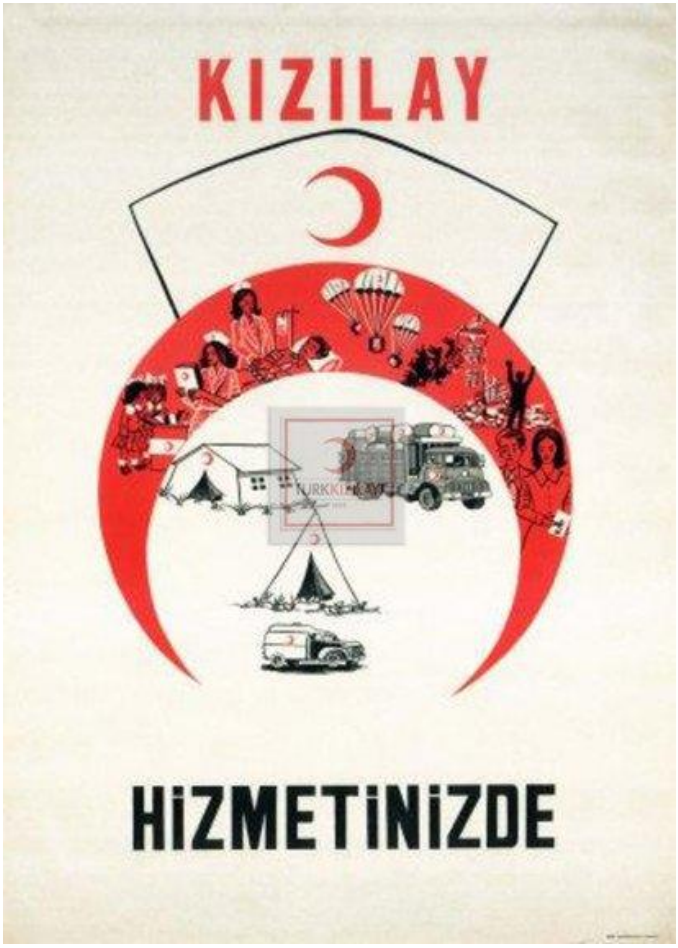
Görsel 2:1. Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali 1989

Kaynak: https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/festival-arsivi. 04.07.2022

3.3.2. Sosyal Afişler

Sosyal afişler, toplumdaki bireylerin yaşadıkları çevredeki kuralların belirlenmesinde eğitim, sivil savunma, ulaşım, trafik ve sağlık gibi konularda bilinçlendirici, eğitici mesajlar veren afiş türüdür. Bu afişler, farkındalık sağlamak amacıyla daha çok sloganlar kullanılarak hazırlanır. Sosyal afişlerde tipografinin katkısı gözetildiğinde ve buna etkili bir slogan eşlik ettiğinde verilmek istenen mesajlar açık bir şekilde hedef kitleye iletilebilir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de gelişme gösteren sosyal sorumluluk projeleri kapsamında birçok sosyal afiş tasarımları yoluyla farkındalıklar oluşturulup sorumluluklar kazandırılmak

istenmektedir. Günümüzde varlığını sürdüren sivil toplum örgütlerinin gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerin afişlerinde de bunu görmekteyiz. Sosyal afişlere örnek olarak aşağıda Kızılay Vakfının hizmetlerini ifade eden afiş örneği verilmiştir. Kızılay'ın yaşanan olumsuz olayların olduğu her yerde insanlığın yanında yer aldığını belirten tasarım evrensel bir dil taşımaktadır. Kızılay'ı simgeleyen görseller ve renklerin odak noktayı oluşturduğu tasarımda verilen sloganla mesajı net olarak iletmektedir.



Görsel 3: Kızılay Afişi

Kaynak: http://kizilaytarih.org/galeri-afisler.html.04.07.2022

3.3.3. Ticari (Reklam) Afişleri

Reklam afişleri diğer adıyla ticari afişler, hedef kitlenin ürünü tercih etmesi ve satın alması amacıyla tasarlanan afiş türüdür. Ülkemizde özellikle kitle iletişim

araçlarının gelişmeye başlamasıyla ön plana çıkan reklam afişleri ticari faaliyetlerin yoğunluk kazanmasıyla daha da önem kazanmıştır. Reklam afişlerini diğer afişlerden ayıran asıl nokta tasarlanan ürünün pazarlanması, alıcı bulmasının amaçlanmasıdır. Görsel iletişimde çok tercih edilen reklam afişleri moda, turizm, reklamcılık ve endüstri gibi alanlarla yoğun olarak kullanılmaktadır. *"Beğenilme ve belli bir hayata ait olma duygusu tüketim duygusunu harekete geçirerek ticari afişlerin gelişim göstermesini sağlamıştır"*[65]. Reklam afişleri ticari kaynaklı birçok ilanın konusu olmakla birlikte üretim aşamasındaki faaliyetlerin hepsini kapsamaktadır.

Afiş tasarımları geçmiş dönemlerde sloganların ağırlıkta yer aldığı ürünler olurken, teknolojinin ve görsel iletişimin geliştiği günümüzde resim, fotoğraf gibi görseller yeni tasarımlarda ön plana çıkmaktadır. Metinlerin ve sloganların, fotoğraflara göre hafızada daha az kalıcı olması bunun en bariz sebeplerinden biridir. Reklam işlerinin yaratıcılık gerektirmesi, gerçekleştirilen tasarımların hayal etmenin yanında ikna kabiliyetine dayanması bilgisayar programlarının kullanım gücünü ve etkisini artırmaktadır. Popüler kültür etkisiyle tüketim zorunluluk haline gelmiş sürekli bir değişim, yenilik ihtiyacı hissedilmeye başlanmıştır. Ticari (reklam) afişlere örnek olarak aşağıda ünlü petrol firması Shell'in Türk Hava Yolları için tasarladığı afiş örneği verilebilir.

[65] Duygu Dinçeli, *a.g.e.* s.146.



Görsel 4: Shell Kampanya Afişi

Kaynak: https://www.behance.net/gallery/88448131/Shell-Kampanya-Afisi-Tasarım. 05.07.2022

3.4. Afiş Tasarım Teknikleri

Birçok tasarım alanında olduğu gibi afiş tasarımlarında da farklı teknikler kullanılmaktadır. Afişlerin ilk çıktığı dönemlerde tasarımlar elle çizilip, taslak şeklinde kağıtlara aktarılıp renklendirilerek yapılırdı. Günümüzde ise teknolojinin getirdiği yenilikler, yeni imkanlar doğurmuştur; artık bilgisayar ve tasarım programlarının gelişmesiyle afiş tasarımlarında çeşitli teknikler kullanılarak izleyici kitlenin beğenisine yönelik daha iddialı çalışmalar yapılmaktadır. Bununla beraber

illüstrasyon, fotoğraf, bilgisayar ve karışık afiş tekniklerinin kullanım şekilleri hedef kitleye ve ihtiyaca göre kendi içerisinde değişmektedir.

3.4.1. Fotoğraf Tekniği

Fotoğrafın kendisi yalnız başına bir afiş olarak kullanılmasının yanında, üzerinde çeşitli düzenleme ve değişiklikler yapılarak da kullanılabilir. Afiş tasarımlarında çok kullanılan tekniklerden biri olan fotoğraf tekniği, dikkat çekici yönüyle izleyiciyi etkilemektedir. Berger'e göre, fotoğraf makinasının bulunması insanların görüşünü, düşüncesini değiştirdi. Gözüken imgeler başka anlamlara gelmeye başladı ve tasarımlara yansıdı[66]. Tasarım içerisinde kullanılan fotoğraf, tasarlanan konuyla bir bütünlük sağlamalı, renk ve tipografi seçimi uyumlu olarak izleyiciye açık bir şekilde mesajı iletebilmelidir. Tasarımın özelliğine göre fotoğrafın belli bir boyutta arka planda olması, ön planda etkileyici bir sloganla birlikte değerlendirilmesi yoluyla tasarım güçlendirilebilir. Afiş tasarımında kullanılan fotoğrafın arka planda kalmasını sağlamak adına görseller soyutlaştırılıp, tasarımda vurgulanmak istenen noktalar tipografiyle verilmeye çalışılmaktadır.

3.4.2. İllüstrasyon Tekniği

"İllüstrasyon, posterler, dergiler, kitaplar, öğretim materyalleri, animasyonlar, video oyunları ve filmler gibi yayınlanmış medyaya entegrasyon için tasarlanmış bir metin, kavram veya sürecin görsel olarak ifade edilmesidir"[67]. Afiş tasarım tekniklerinden biri olan illüstrasyonlar, iletilmek istenen mesajları hedef kitleye özgün ve yaratıcı bir şekilde iletmektedir. Gelişen teknolojik araçlar sayesinde günümüzde birçok afiş tasarımında illüstrasyon örnekleriyle karşılaşırız. Sulu boya, kuru boya, pastel, guaj boya gibi birçok teknikle yapılabilen illüstrasyonların günümüzde kullanılmayan kâğıttan kaleme, fırçadan yapıştırıcılara kadar çeşitli temel malzemelerle değişik afiş çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Farklı alanlarda kullanılan

[66] John Berger, a.g.e. s.19.
[67] https://www.arkhesanat.com/illustrasyon-nedir (22.07.2022)

illüstrasyonlar verilmek istenen mesajları diğer araçlara göre kısa sürede daha etkili verebilmektedir.

Latincede aydınlatmak olan illüstrasyon, açıklamak, anlaşılamayanı anlatmak olarak ifade edilmektedir. İlk bilinen illüstrasyon örneklerine Fransa ve İspanya'daki mağaralarda rastlanmıştır. İnsanlık tarihine baktığımızda ilk çağlarda mağara duvarlarına yapılan çizimlerin, bireylerin hayatını kolaylaştırma amaçlı iletişim kurma ve bilgileri paylaşmakta kullanıldığı görülmektedir. Yazının bulunmasından matbaanın icat edilmesi ve geliştirilmesine kadar bu süreç devam etmiştir.

Görsel iletişimin ön planda olduğu çağımızda illüstrasyon çalışmaları mimari, arkeoloji, botanik, konsept sanat, moda, teknik resim, bilimsel, tıbbi, kitap ve dergi illüstrasyonları şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Gerçekleştirilen afiş tasarımlarında illüstrasyonların etkin gücü kullanılarak çeşitli anlatım biçimleri ortaya konulmaktadır. Tasarımlar üzerindeki bu güç sıra dışı örneklerle akılda daha kalıcı olmakta ve kitleleri çabuk etkileyebilmektedir. Bu açıdan illüstrasyonları kullanım alanları açısından farklı gruplarda değerlendirebiliriz.

Reklam illüstrasyonları; bir tasarım ve ürünü tanıtım amacıyla gerçekleştirilen çalışmalardır. Detayların önemli olduğu reklam illüstrasyonlarında kültür ve eğlence sektöründeki tiyatro, konser, sinema afişleri uygulama alanlarına girmektedir.

Yayın illüstrasyonları; gelişen görsel iletişim ağıyla birlikte önemli kitle iletişim araçları haline gelmiştir. Gazete, makale ve dergi gibi yayın organlarındaki bilgileri okuyucuya iletme, açıklama ve yorumlama olanağı sunmaktadır. Günümüzde ise daha çok popüler kültür etkisiyle görsel etkisi yüksek, eğlenceli, medyatik illüstrasyonlar kullanılmaktadır.

Bilimsel illüstrasyonlar; çeşitli sanat çalışmalarının ve bilimsel gözlemlerin karışımından oluşmaktadır. Bilimin, evrenin var oluşu hakkında ilgili sorulara yanıt araması sürecinde resim ve fotoğraflardan yararlanması bu yöntemin gelişimine katkı sunmuştur. Bilim ile ilgili konuların kolay ve anlaşılabilir şekilde bireylerin beyninde yer etmesi çizilen görseller sayesinde gerçekleşmektedir. Bilimsel illüstrasyonlara tıp, biyoloji, zooloji, ziraat, botanik gibi belirli alanlardaki eğitici, öğretici faaliyetleri de ekleyebiliriz.

3.4.3. Karışık Teknik

Bu teknikle farklı malzemelerin bir arada kullanılmasıyla başarılı ürünler çıkarmak mümkündür. Resimde kolaj[68] dediğimiz teknikle benzerlik gösteren karışık teknik, tüm tekniklerin bir arada veya ayrı ayrı kullanılmasıyla oluşturulabilir. Karma teknik kullanılırken oluşturulan özgürlükle birlikte daha yaratıcı ve yenilikçi şeylerin ortaya çıkması tekniğin artılarından biridir. Bu teknik kullanılırken yapılması gereken en önemli şey tasarımlar içerisinde bir bütünlük oluşturması ve birbirini tamamlayıcı nitelikte olmasıdır. Aksi durumda bütünlük sağlanamaz ve ortaya etkili bir afiş tasarımı çıkmamış olur. Karışık teknikte birden çok çizim ve boyama tekniği kullanılmaktadır. Tasarımın çizim aşamasından sonra renklendirme boyutunda farklı bir sürü boyama tekniği uygulanabilmektedir. Yukarıda da bahsettiğimiz resimdeki kolaj tekniğiyle benzerlik göstermesi uygulama aşamalarında tekniklerin içe içe geçmesini sağlamaktadır.

3.4.4. Bilgisayar Tekniği

21. yüzyıl içerisinde hızla gelişmekte olan bilgisayar ve dijital tabanlı programlar geleneksel tasarım yöntemlerinin önüne geçmiş, dijital tasarımlar gerçekleştirilmeye başlamıştır. Üniversitelerin lisans bölümlerinde animasyon, oyun tasarımları, moda ve endüstriyel tasarım alanlarında verilen eğitimler sayesinde bu teknik oldukça yaygınlaşmıştır. Bu teknik sayesinde yapılan hatalar en aza indirilmiş, anında geri dönüş yapılarak telafi edilmiştir. Geleneksel yöntemlerin aksine taslak çalışma çıkarma anlamında üretkenlik artmış, tasarım çeşitliliği oluşmaya başlamıştır. Dijital teknoloji kullanılırken tasarımcının yeteri kadar bilgi ve donanım sahibi olmaması ortaya çıkacak çalışmanın basit bir görselden ibaret olmasını engelleyemez. Bu tekniği kullanan kişiler dijital teknoloji sürecini iyi bilmeli, farklı programlar hakkında bilgi sahibi olmalı, görseller üzerinde oynamalar ve değişiklikler yaparak kullanımı yaygın hale getirmelidir. Tüm bu kolaylıkları sağlasa da tasarımlar için

[68] Kolaj; en temel anlamıyla yapıştırmaktır. Halk arasında da en sık yapıştırmak anlamında kullanılır. Yapıştırılan malzemeler oldukça fazla çeşitliliğe sahiptir. Ayrıntılı bilgi için www.artopol.com.tr'ye bakabilirsiniz. 23.07.2022

bilgisayar bir araçtan ibaret olup, fikir aşamasından tasarımın son aşamasına kadar geleneksel yöntemler kullanılmaya devam etmektedir.

4.BÖLÜM

İSTANBUL KÜLTÜR SANAT VAKFI AFİŞ ÖRNEKLERİNİN GÖRSEL TASARIM SÜREÇLERİ YÖNÜNDEN İNCELENMESİ

"İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV), 1973 yılından itibaren İstanbul'un kültür ve sanat yaşam alanlarını zenginleştiren çalışmalar gerçekleştirmektedir. Düzenli olarak Caz, Film, Müzik, Tiyatro, İstanbul Bienali, İstanbul Tasarım Bienali, Leyla Gencer Şan Yarışması ve Filmekimi'ni düzenleyen, yıl boyunca özel etkinlikler gerçekleştiren vakıf, farklı disiplinlerdeki etkinliklere ev sahipliği yapmakta ve çocuklara, gençlere yönelik yaratıcı bir etkinlik programı sunmaktadır"[69].

"Vakfın birincil hedefi kültür ve sanat çalışmalarının en seçkin örneklerini sunmak, aynı zamanda sanat yoluyla uluslararası bir platform oluşturarak Türkiye'nin ulusal, kültürel ve sanatsal değerlerini tanıtmaktır"[70]. Cumhuriyetin 50. Kuruluş yıldönümü olan 1973'te ilk kez düzenlenen festivalde ağırlıklı olarak klasik müzik yer almış, sonrasında ise caz, film, tiyatro gibi sanatsal faaliyetler gerçekleştirilmeye başlamıştır. Yıllar içerisinde ilginin artması sonucunda etkinlikler ayrı ayrı festivaller şeklinde gelişerek devam etmiştir. 1973 yılında gerçekleşen müzik festivali afişinin; "İstanbul Festivali" başlığı, mozaik tarzı süsleme şekliyle görsellerin İstanbul tasviri, renk olarak ağırlıklı olarak ana renklerin tonlamaları afişin ilk dikkati çeken özelliklerindendir. Afişin yazı karakterleri tasarımın tam ortasında yer alması, tasarımı ortadan ikiye bölerek İstanbul boğazını vurgulamaktadır. Afişte yukarıdan aşağıya kullanılan renkler ise doğadaki yaşamı simgelemektedir. Afişte küçük detay olarak verilen lale görseli ise İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nı işaret etmektedir.

[69] https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/iksv. (25.08.2022)
[70] https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/tarihce. (25.08.2022)



Görsel 5: İKSV Müzik Festival Afişi (1973)

Kaynak: https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (25.08.2022)

İstanbul Kültür Sanat Vakfı 1982'de "Sanat Filmleri Haftası" adıyla afiş yayınlamıştır. 1983 yılından itibaren "Sinema Günleri" adıyla ayrı bir bölüm olarak düzenlenmeye başlamıştır. Daha sonra gelişerek 1989 yılında Uluslararası İstanbul Film Festivali adını almıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfının Festivalleri sırasıyla 1989'da Tiyatro, 1994 yılında Caz olmak üzere devam etmiştir. 1987'de İstanbul Bienali ve 2012 yılında gerçekleşen İstanbul Tasarım Bienali ile birlikte İKSV dört festival ve iki bienal düzenlemeye başlamıştır. Her yıl nisan ayında Film, haziran ayında Müzik, temmuz ayında Caz ve kasım ayında Tiyatro Festivalleri gerçekleşmektedir. Ayrıca iki yılda bir eylül-ekim aylarında İstanbul Bienali ve İstanbul Tasarım Bienali yapılmaktadır[71].

2021 yılı itibariyle 49. İstanbul Müzik Festivali, 40. İstanbul Film Festivali, 28. İstanbul Caz Festivali ve 25. İstanbul Tiyatro Festivali olmak üzere dört festival

[71] https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/iksv. (25.08.2022)

düzenleyen İKSV'nin bu etkinliklerini 122 bin 500 civarı izleyici takip etmiştir. Dijital platformlarda 1 milyon 600 bin izleyiciye ulaşan festivaller farklı alanlarda 38 ödül almıştır[72].

2020 yılında tüm dünyada etkisini gösteren Covid-19 salgını nedeniyle tüm etkinliklerin İKSV tarafından dijital olarak gerçekleştirme kararı alınmış, çevrimiçi olarak kısa sürede gerçekleşen etkinlikler bir önceki yıla göre ciddi artış oranıyla yaklaşık 190 bin kişi tarafından izlenmiştir. Çevrimiçi gerçekleşen etkinlikler sayesinde İstanbul dışından da izleyici kitlesine hitap edilmiştir. Çeşitli internet siteleri sayesinde festival etkinlikleri belli bir döneme değil yıla yayılarak sürdürülmüştür[73].

İKSV 2019 yılı raporuna göre, 13 gün boyunca 722 bin izleyici, bin 266 sanatçı, 67 farklı mekân, sosyal medyadan 5 milyon 820 bin civarı kişiye erişim sağlamış ve 31 ödülle yılı tamamlamıştır[74].

2018 yılında 500 bin civarı izleyici, bin 430 sanatçı, sosyal mecralarda 5 milyon 500 bin kişiye erişim, farklı alanlarda 41 ödül, İKSV web sitelerinde 720 bin ziyaretçi sayısıyla yıl boyunca etkinlikler gerçekleştirilmiştir[75].

İstanbul Kültür Sanat Vakfı çalışmalarına başladığı ilk günden günümüze kadar sürekli gelişme göstermiştir. Vakıf, giderek geniş kitlelere yayılan, teknolojik gelişmeler neticesinde yerellikten ulusallığa ve uluslararası etkiye sahip festivaller gerçekleştirmesiyle Türkiye'nin sanatsal ve kültürel zenginliğini tüm dünyaya tanıtma, İstanbul'u sanatın önemli bir merkezi haline getirme hedefi yolunda ilerlemektedir. Yakın zamanda kuruluşunun 50. yılını kutlayacak olan kuruluş Türkiye'de ve dünyada gerçekleştirdiği etkinliklerle kültürel mirasımızın korunmasına, gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sunmaktadır.

[72] https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2021 (26.08.2022)
[73] https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2020 (26.08.2022)
[74] https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2019 (26.08.2022)
[75] https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2018 (26.08.2022)

4.1. Örneklem

Kültür ve sanatın önemli tanıtım araçlarından biri olan afişler, günümüze kadar farklı kanallar aracılığıyla verilmek istenen mesajları en açık ve anlaşılır şekilde iletmeyi amaçlarlar. Teknolojik araçların gelişme göstermesi, kullanımının artmaya başlamasıyla birlikte çeşitli internet siteleri ve sosyal medya ortamlarında da paylaşılan afişler görselliğin ön planda olduğu birçok farklı alanda da karşımıza çıkmaktadır. Birçok farklı alanda gerçekleştirdiği etkinlikler için hazırladığı afişler sayesinde İstanbul Kültür Sanat Vakfı Festivalleri bu alanın yaygınlaşmasına katkı sunmaktadır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı Festivalleri kendini tek alanda sınırlandırmayıp farklı alanlara yönelerek kültürel anlamda izleyiciye zenginlikler sunmaktadır. Farklı mekân seçimleriyle de İstanbul'un tarihini gözler önüne sermektedir. Vakfın bu özelliklerini festivaller için hazırladığı afişlerde de görmek mümkündür.

Afişler günümüzde görsel iletişimin güçlü anlatım yöntemlerindendir. Bu nedenle büyük küçük organizasyon çalışmalarının temel noktalarından birini oluşturmaktadır. Kültürel değer taşıyan film afişleri tasarlandığı döneme ait izler taşıyarak gelecek nesillere bilgi aktarımı sağlamaktadır.

Yakın zamanda 50. kuruluş yılını kutlayacak olan İstanbul Kültür Sanat Vakfı hem İstanbul hem de ülkemizin tanıtımına katkı sağlamakta, kültürel ve sanatsal anlamda önemli görevler üstlenmiş bir kuruluş olarak adından söz ettirmektedir.

Çalışmamızın bu bölümünde İKSV'nin Caz, Film, Müzik ve Tiyatro başlıkları altında 2022 öncesinde gerçekleştirilen son beş festivalinde kullanılan afişleri ele alınacak ve değerlendirilecektir. İnceleme için;

- Caz Festivalinin; 2019, 2018, 2017, 2016 ve 2015 afişleri,
- Film Festivalinin; 2021, 2020, 2019, 2018 ve 2017 afişleri,
- Müzik Festivalinin; 2021, 2020, 2019, 2018 ve 2017 afişleri,
- Tiyatro Festivalinin; 2021, 2020, 2019, 2018 ve 2017 afişleri seçilmiştir.

Gerçekleştirilen festivallerin afişlerinin dönemler içerisinde gelişen teknolojiyle doğru orantılı olarak sergilediği değişim boyutu da tezin amacına uygun olarak değerlendirilmektedir.

4.2. Yöntem

Araştırmamız kapsamında İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın caz, film, müzik ve tiyatro festival afiş örneklerinin görsel iletişim tasarımı açısından karşılaştırma, inceleme ve yorumlaması yapılmaktadır. Bu ölçekler bağlamında afiş tasarımları okunurluluk, algılanırlılık ve anlamları temelinde bir bütün olarak alınmakta, sonrasında ise afişte yer alan görsel öğeler teker teker incelenmektedir.

Afişlerin incelenmesi aşamasında yöntem olarak temel tasarım, öğe ve ilkelerinden olan çizgi, renk, denge, bütünlük, zıtlık, tekrar, tipografi, kompozisyon vb. değerlerden faydalanılmaktadır. İKSV afişleri dört sanat alanı (caz, film, müzik ve tiyatro) üzerinden temel tasarım öğe ve ilkeleri bağlamında incelenmektedir.

Görsel iletişimin önemli olduğu günümüzde afişlerin yaşamın içerisinde sosyal ve kültürel anlamda toplumun bir parçası olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan bakıldığında İstanbul Kültür Sanat Vakfı ilk kurulduğu andan itibaren kültür ve sanat yaşamını zenginleştiren çalışmalara imza atmaktadır. Çalışmamızda İstanbul Kültür Sanat Vakfı festival afişleri tek bir sanat dalıyla sınırlandırılmamış olup, dört festivale ait afişler ele alınmıştır. Festivaller sanat dallarının içeriğine uygun tasarımlarla görselleştirilerek afişlerin etkinliğini ve okunabilirliğini arttırmıştır. Caz müziğinin kendi içerisindeki atmosferi, sinema sanatının filmler üzerindeki etkisi, geçmişten beri müziğin toplumlar üzerindeki rolü ve tiyatro sanatının canlı ve etkileyici performansı izleyici kitleler üzerinde her zaman ilgi uyandırmıştır.

Literatürde afiş tasarımlarıyla ilgili pek çok örnek çalışma bulunmakla birlikte sanatsal afiş çalışmalarında birden çok alanın birlikte yeteri kadar değerlendirilmediği görülmektedir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı festival afişlerinin tek bir alanı ile sınırlı kalmayıp farklı alanları da kapsayan detaylı bir örneklem üzerinde çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir.

4.3. İnceleme

4.3.1. Caz Festival Afişleri



Görsel 6: İKSV Caz Festival Afişi (2015)

Kaynak: https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (29.09.2022)

Afiş Bilgisi

İstanbul Kültür Sanat Vakfı 22. İstanbul Caz Festivali 27 Haziran- 15 Temmuz 2015 tarihleri arasında 24 farklı mekânda, 56 konser düzenleyerek 30 bin izleyiciye ve 250'nin üzerinde sanatçıya ev sahipliği yapmıştır. 22. İstanbul Caz Festivali Marcus Miller, Joan Boez, Melody Gardot ve Jools Holland gibi caz ve blues müziğin önde gelen isimlerini Türkiye'den farklı sanatçılarla aynı ortamda buluşturmuştur. Bu

festivalde ilk defa yapılan “Gece Gezmesi” adlı etkinlik en çok ilgi gören etkinlikler arasında yerini almıştır. Yine bir önceki festivalde ilgi gören “Parklarda Caz” isimli etkinlikte de yer almıştır. Festival Yaşam Boyu Başarı Ödülü besteci ve piyanist Emin Fındıkoğlu’na takdim edilmiştir.

Tasarım ve Renk

Afişte çizgisel tasarımlar ön planda olup, atılan her çizgi tasarıma küçük bir anlam ve değer kazandırıp fark yaratmıştır. Tasarımda görsel olarak tekrarlar afişin tamamında kullanılmıştır. Çizgisel tasarım ve tipografi iç içe kullanılarak soyuttan somuta geçişlerle festival afişinin anlamsal bütünlüğü sağlanmaya çalışılmıştır. İKSV logosu kurumu, festivali simgeleyen yazı ve görselden oluşmaktadır. Afişin merkezine yerleştirilen İstanbul’un simgelerinden Galata Kulesi’nin etrafına yerleştirilen insan figürleri ve onları bütünleştiren enstrümanlar hareketli ve tasarımın belirleyici unsurlarıdır. Türkçe ve İngilizce yazılan festival ismi tasarımın geneline hâkim olan labirent görüntüsünü tamamlamaktadır. Ana sponsor Garanti Bankası’nın logosu alt kısımda kendi çizgisinde yer alarak tasarımdaki odak noktayı dağıtmaktadır.

Tasarımda kullanılan renkler siyah zemin üzerine yeşil, pembe, beyaz ve mavidir. Siyah üzerine ağırlıklı kullanılan yeşil ve pembenin dağılımı afişin tamamına yayılarak hareket, canlılık ve dikkat çekicilik sağlamaktadır. Az renk kullanılması, tasarımın iki renk üzerinden önem kazanması tasarımdaki bütünlüğün oluşmasındaki başlıca etkenlerden biridir. Çizgilerin dikey-yatay kullanımı hareketliliği sağlayarak afişin durağanlıktan kurtulmasını sağlamıştır. Beyaz renk festival sponsorunun bulunduğu yerde ve tasarımın üst kısmında kullanılarak kendi içerisinde denge unsuru oluşturmaktadır. İKSV logosunda kullanılan mavi renk ise tasarımda zıtlık oluşturması nedeniyle gözün tek yere odaklanmasının önüne geçmektedir.



Görsel 7: İKSV Caz Festival Afişi (2016)

Kaynak: https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (3.10.2022)

Afiş Bilgisi

Afiş, İstanbul Kültür Sanat Vakfı 23. İstanbul Caz Festivali'nin tanıtım afişi olarak kullanılmıştır. Festival kapsamında 27 Haziran, 25 Temmuz 2016 tarihleri arasında 20 farklı mekânda 200'den fazla yerli ve yabancı sanatçının katılımıyla toplam 42 konser gerçekleştirilmiş ve bu etkinliklere 18 bin civarı müziksever katılmıştır.

Afişin temasını oluşturan görsel imgeler tasarımın ortasına yerleştirilerek festivalin içeriği hakkında bilgi vermektedir. Tasarımda görsellerin dikey dengesi, yatay yazılarla sağlanmıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı Caz Festivali logosu afişin

sağ üst köşesine yerleştirilmiş, festivalin sponsor firmasının logo ve sloganı ise alt kısma yerleştirilerek görsel denge sağlanmaya çalışılmıştır. “Caz Yeşili” sloganı ise festivalin ve sponsor firmanın birleştiği ortak noktayı ifade etmektedir.

Tasarım ve Renk

Tasarım düzeninin ağırlık noktasını afişin orta kısmı oluşturmaktadır. Yerleştirilen farklı nesnelerin festivali simgelemesi dikkatleri odak noktaya çekmektedir. Çevresine yerleştirilen farklı boyuttaki yazı karakterleri, afiş logosu ve sponsor firma logosu ise tasarımdaki kompozisyon bütünlüğünü sağlamaktadır. Yazılar ve imgeler arasındaki mesafelerle espas dengesi de oluşturulmuştur. Festivalin adına uygun görsellerin olduğu (keman, piyano, gitar, saksofon, mikrofon vb.) tasarımda, sponsor sloganıyla ilgili görsellerin iç içe kullanılması verilen mesajı açıkça dile getirmektedir.

Tasarımda kullanılan renk ağırlıklı olarak mor ve tonlarıdır. Asaletin rengi olan mor, tasarıma heyecan ve ağırlık katmaktadır. Arka planda yer alan açık tonların üzerine yerleştirilen görsellerin daha koyu renklerde olması imgeleri ön plana çıkarmaktadır. Mor rengin zıttı olan sarı ve tonlarının ara ara kullanılması dikkati çekmekte, zıtlıklar oluşturmaktadır. Koyu tonların az kullanıldığı, ışığın belirli noktalara temas ettiği tasarımda soğuk renkler hakimdir. Renk geçişlerinin mor renkten mavinin tonlarına geçmesi tasarımda görsel olarak yumuşaklığı yansıtmaktadır.



Görsel 8: İKSV Caz Festival Afişi (2017)

Kaynak: https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (12.10.2022)

Afiş Bilgisi

İstanbul Kültür Sanat Vakfı 24. İstanbul Caz Festivali 4-21 Temmuz 2017 tarihleri arasında 24 farklı mekânda, 50'den fazla konserle, 30 bine yakın izleyici, 200'den fazla sanatçı katılımı ve toplam kapasitesinin tamamına yakınının doluluk oranıyla gerçekleştirilmiştir. Festival afişlerinde Caz Festivaline konuk olmuş çeşitli sanatçıların farklı dillerden şarkılarının sözlerine yer verilerek süreç içerisindeki farklı anlara atıfta bulunulmuştur. Festivalin son gününde İnsan Kaynağını Geliştirme Vakfı'nın (İKGV)[76] katkılarıyla Suriyeli mültecilere destek kapsamında, Türkiye'ye

[76] İnsan Kaynağını Geliştirme Vakfı (İKGV). Ayrıntılı bilgi için www.ikgv.org'a bakabilirsiniz.

göç etmiş Suriyeli kadınların oluşturduğu "Kadınlar Korosu" konuk olmuştur. Bu festivalde ayrıca çocuklara yönelik "Çocukça Bir Gün" adı altında ücretsiz konserler ve çeşitli atölyelerde çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Afişin ana teması Azeri besteci, şarkıcı Aziza Mustafa Zadeh'in[77] 1995 yılında yayınladığı eserinin ismi ile Azeri kelimelerle kompozisyon oluşturulmuştur.

Tasarım ve Renk

Afişte tasarım olarak tipografi tekniği kullanılmış, görsellik nesnelerle değil, yazılarla sağlanmaya çalışılmıştır. Farklı büyüklük ve karakterle yerleştirilen yazı şekilleri görsel dikkati afişin geneline yaymaktadır. Sponsor firmaların isim ve logoları afişin alt kısmında yer alacak şekilde belirli ölçülerde, sırayla yerleştirilerek tasarımın düzenine katkı sağlanmıştır. Afişin sloganı olan "Çare Sensin Bilebile Gel" yazısı tasarımın merkezinde yer alarak anlatımı güçlendirmektedir. Dikey kompozisyona yatay tipografik karakterlerle destek sağlanarak tasarımdaki doluluk boşluk dengesi sağlanmıştır.

Festivale katılımı artırmak adına festivalin çeşitli sosyal medya hesapları tasarımın alt kısmında ayrı ayrı paylaşılarak etkileşim yoğunlaştırılmaya çalışılmıştır. Festival sponsorunun yazı ve sloganı ise vakfın diğer tasarımlarına göre daha dikkat çekici yerde kullanılarak algıda seçiciliğin gerçekleşmesini sağlamıştır.

Tasarımda dikkat çekme amacıyla arka plana pembe renk, tek ton üzerinden yerleştirilmiştir. Tipografik olarak tasarlanan slogan ise fon renginin üzerine daha açık tonda, sarı renkle yansıtılarak aydınlık simgelenmiştir.

Afişte bilgi amaçlı paylaşılan yazılar ve sponsor firmalarının isimleri boyut açısından farklılık gösterse de siyah olarak tasarlanmıştır. Festivalin ana sponsorunun sıcak renkler yerine, kendi renginde kullanılması afişteki dikkati tek bir noktaya çekmektedir. Afişte sıcak renklerin hakimiyetinin yanında İKSV logosu da yine soğuk renk kullanımı nedeniyle tasarımdaki diğer farklı unsurdur. Ana renk olarak sarı ve mavinin yer aldığı, yeşil ve arka fon pembenin ağırlıklı olduğu ara renkler dışında

[77]Aziza Mustafa Zadeh. Ayrıntılı bilgi için tr.wikipedia.org/wiki/Azize_Mustafazade'ye bakabilirsiniz.

tonlamanın belirleyici renkleri siyah ve beyazın tasarımın belirli noktalarına yerleştirilmesiyle tamamlamıştır.

Özdemir Erdoğan, Aynur Doğan, Mahsa Vahdat, Nile Rodgers, Jane Birken ve Mercedes Sosa gibi sanatçıların katılımıyla 14 farklı dilde şarkıların söylendiği festivalin anısına farklı dillerde de yapılan afiş tasarımları aşağıda gösterilmiştir.



Görsel 9: İKSV Caz Festival Afişleri (2017)

Kaynak: https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari (13.10.2022)



Görsel 10: İKSV Caz Festival Afişi (2018)

Kaynak: https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (19.10.2022)

Afiş Bilgisi

İstanbul Kültür Sanat Vakfı 25. İstanbul Caz Festivali 26 Haziran-17 Temmuz 2018 tarihleri arasında 22 gün boyunca 27 farklı mekânda, 50'nin üzerinde konserle, yaklaşık 53 bin izleyiciye ulaşmış ve yüzde yüze yakın doluluk oranına sahip olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında gerçekleşen festivalde 25. yıla özel hazırlanan tanıtımda "25 Yıldır Caz ve Dahası" sözüyle farklı türdeki müzikal etkinliklere göndermede bulunulmuştur. Caz festivaline yakışır nitelikte özel bir konserle açılış gerçekleşmiştir. Adeta yıldızlar geçidini andıran konserde, çeşitli solist ve topluluklar yer almış, Kâmil Özler şefliğindeki TRT Hafif Müziği ve Caz Orkestrası farklı eserler seslendirmişlerdir. Yahya Dai, Şenova Ülker, Tuna Ötenel, Kerem Görsev, İlham

Gencer, Önder Focan, Sibel Köse, Volkan Hürsever, Emin Fındıkoğlu, Neşet Ruacan, Nezih Yeşilnil, Nilüfer Verdi, Okay Temiz, Ayşegül Yeşilnil, Ayşe Tütüncü, Ateş Tezer, Ayşe Gencer, Deniz Dündar gibi sanatçıların yer aldığı dev kadro festivale yakışır bir gece gerçekleştirmişlerdir.

İKSV, Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı ortaklığı ve Sığınmacılar ve Göçmenlerle Dayanışma Derneği, İnsan Kaynağını Geliştirme Vakfı ve Habitat Derneği iş birliğiyle İstanbul'da yaşayan 200 civarı mültecinin festivalin kapanış konserine katılımı sağlanmıştır.

Tasarım ve Renk

Afiş, festivalin 25. yılını simgeleyen görselle tasarlanmış, 25. yıla özel hazırlanan tanıtım sloganıyla bütünleştirilmiştir. Diğer afişlerde olduğu gibi bu tasarımda da logonun, sloganların yerleştirilme yeri ve şekilleri benzer olup, 25. yıl vurgusu tipografiyle ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. İKSV logosunun tasarımlarda en üst kısımda yer alması kurumun önemine vurgu yapmak olarak değerlendirilebilir. Tipografik metinlerin sırayla ve belirli büyüklüklerde yerleştirilmesinin yatay-dikey dengesinin sağlanmasına yönelik olduğu düşünülebilir. Festival simgesinin tasarımı içerisine yerleştirilen görseller afişe derinlik etkisi kazandırmış, afişi monotonluktan uzaklaştırarak hareketlilik getirmiştir.

Afişte ağırlıklı olarak yumuşak renklere ön planda yer verilmiş, arka fon grinin tonlarıyla tasarlanmıştır. Tipografik metinlerin gri fon üzerinde açık tonlar ve beyaz renkle tasarlanması afişin okunabilirliğini artırmıştır. Kurum logosunun standart renk tasarımı ile sponsor firmalarının değişmeyen renk özellikleri korunmuş, tasarımdaki ana temada kullanılan turkuaz tonlar, bordo-kırmızı karışımı afişe heyecan getirmiştir. Renk ve çizgilerle verilen derinlik etkisi görselliğe hareket kazandırmıştır. Afişte genel olarak üç farklı ağırlıktan söz etmek mümkündür. Bunlar; belirleyici olan siyah, beyaz, gri renkler canlı, yumuşak renkler ve mavi, yeşilin vurgusudur.

Festivalin anısına, yabancı caz gruplarına ithafen bu özel gün için aşağıda gösterilen afişler de tasarlanmıştır.



Görsel 11: İKSV Caz Festival Afişleri (2018)

Kaynak: https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari (20.10.2022)



Görsel 12: İKSV Caz Festival Afişi (2019)

Kaynak: https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (22.10.2022)

Afiş Bilgisi

İstanbul Kültür Sanat Vakfı 26. İstanbul Caz Festivali 29 Haziran-18 Temmuz 2019 tarihleri arasında 27 farklı mekânda 50 civarı konser, 300'e yakın yerli, yabancı sanatçının katılımı ve yaklaşık 40 bin izleyiciyle gerçekleşmiştir. Festivalin gerçekleştiği mekanlar arasında Esma Sultan Yalısı, Beykoz Kundura ve Beyoğlu'nun en eski binalarından olan Venedik Sarayı'nın olması dikkat çeken noktalardan biridir.

Festivalin yaşam boyu ödülleri davul sanatçısı Hasan Hürsever ve Türkiye Ses Kralı olarak bilinen Ömer Göksel'e verilmiş, bu sanatçılar gecenin anısına verdikleri

mini konserde trompet, tuba, korno, perküsyon, trombon, davul ve klarnet gibi farklı enstrümanlarla izleyicilere çok sesli güzel bir gece yaşatmışlardır.

Mülteciler için 4. kez bir araya gelen yardım kuruluşları bu festivalde farklı olarak beş mülteciyi asistan olarak istihdam etmişlerdir. Caz Festivali'nin sevilen etkinliklerinden biri olan "Caz Vapuru" uzun aradan sonra bu festivalde gerçekleşmiş, boğaz turuyla müziğin buluştuğu güzel ezgiler eşliğinde izleyiciye keyifli anlar yaşatmıştır.

Tasarım ve Renk

Tasarım düz fon üzerine yerleştirilen tipografik öğelerin, müziği simgeleyen görsellerin afişin odak noktasında, merkezinde olduğu görülmektedir. Caz Festivali'nin konseptine uygun olarak yerleştirilen telli çalgı görseli, sanata dokunan el figürü dikey ve yatay şekliyle hem kompozisyonu hem de anlatımı güçlendirmektedir. Afişin tamamlayıcı unsurları İstanbul Kültür Sanat Vakfı logosu, festival bilgilerinin yer aldığı tipografik çalışmalar ve diğer görseller görevini yapmaktadır. Afiş tasarımında yerleştirilen ürünlerin boşluk, doluluk dengesinin gözetilmesi ile izleyicinin dikkatini bir noktaya toplamayıp gözün rahat hareket etmesi sağlanmış böylece görselliğin etkisi artırılmıştır.

Tasarımda beyaz, sarı, siyah, mavi, yeşil olmak üzere beş renk ve grinin tonları kullanılmıştır. Arka planda tercih edilen beyaz renk sayesinde afişe yerleştirilen görsellerin ön plana çıkması sağlanmıştır. Kompozisyondaki el figürünün zeminle aynı renk olması görünürlülüğü zorlaştırması gerekirken, üç boyutluluk, derinlik etkisiyle tasarıma sarı renkteki kıvrımlarla birlikte canlılık, hareket kazandırmıştır. Afişte beyaz ve gri tonlarının ağırlıkta olmasına rağmen İKSV logosundaki mavi, sponsor firmanın yeşili ve ön planda kullanılan sarı renk tasarımı tek düze olmaktan çıkarmıştır. Afişte yer alan slogan ve festival bilgilerinin yazılı olduğu görsellerin saf beyaz renkle yazılması, tipografinin tasarımda önemini vurgulamaktadır.

26. İstanbul Caz Festivali'nin sloganı olan "Caza Dokunan Eller" temalı çalışmalar festival için müzik yapan kişilerden faydalanılarak oluşturulmuştur.



Görsel 13: İKSV Caz Festival Afişleri (2019)

Kaynak: https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari (23.10.2022)

4.3.2. Film Festival Afişleri



Görsel 14: İKSV Film Festival Afişi (2017)

Kaynak: https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (25.10.2022)

Afiş Bilgisi

İstanbul Kültür Sanat Vakfı 36. İstanbul Film Festivali 5-16 Nisan 2017 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. 11 günde, 10 farklı salonda, 463 seansta, 61 ülkenin 186 uzun, 17 kısa metrajlı filminin sergilendiği festivalle 100 bin izleyiciye ulaşılmıştır. Festivale Jo Sol, Carla Simon, Gabe Klinger ve Moe Dunford gibi isimlerin de yer aldığı 162 yönetmen, oyuncu ve yapımcı konuk olmuştur. "Yeniden Türk Klasikleri Projesi" adı altında Ömer Kavur'un "Anayurt Oteli" filmi yeniden düzenlenerek sinemaya kazandırılmıştır. Film Festivali kapsamında sinemaya gönül

veren isimlere takdim edilen Sinema Onur Ödülleri Selma Güneri, Barış Pirhasan, Çetin Tunca, Sir Lan Mckellen ve Macit Koper'e verilmiştir. Sinema Emek Ödülü 2016 Kasım'da yaşamını yitiren Mithat Alam'a verilmiştir. Bu festivalde geliştirilen projeyle hafta içi gündüz seanslarında öğrencilere 20 bin adet bilet 1 TL'den satışa sunulmuş ve biletler kısa sürede tükenerek festivale katılımın artışı sağlanmıştır.

Festivalde 7-11 Nisan tarihleri arasında İstanbul Kalkınma Ajansının desteğiyle Köprüde Buluşmalar etkinliği düzenlenmiş, bu etkinliğe 25 ülkeden 72 konuk katılmıştır. Bu etkinlik kapsamında 3 film ve dizinin gösterimi gerçekleştirilirken 12 sinema konuşmasında, 10 ülkeden 43 konuşmacı yer almıştır. Köprüde Buluşmalar etkinlikleri film festivali süresince değil yıl boyunca düzenlenerek yaygınlaşmıştır.

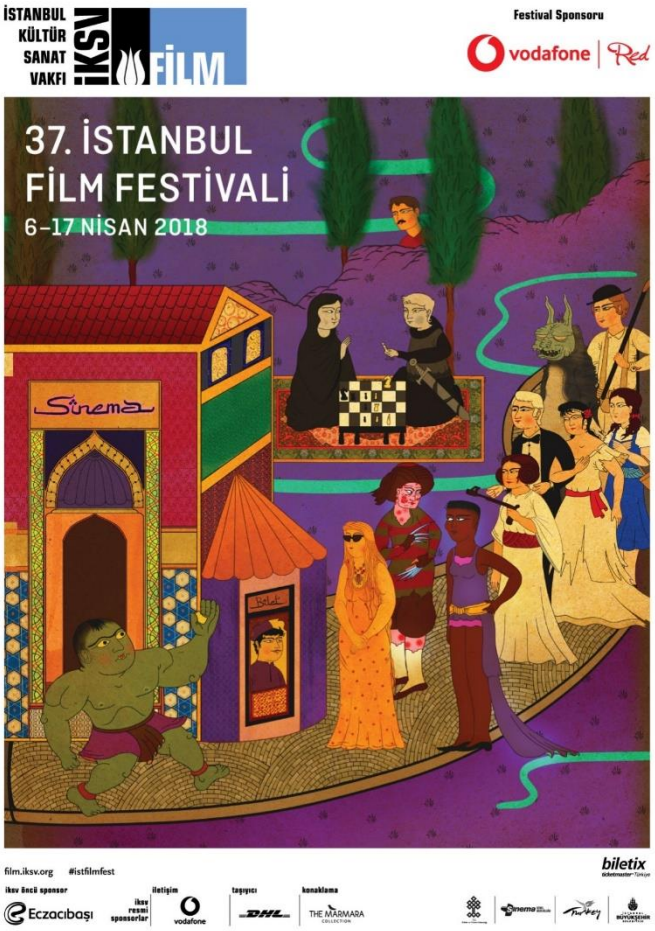
Tasarım ve Renk

"Kaldır Kafanı" sloganının kullanıldığı 36. İstanbul Film Festival afişinin tasarımı iletişimin günümüzde geldiği noktaya vurgu yapmak adına güzel bir örnektir. Afişte dikey ve yataylar düzensiz gözükse de belli bir düzen içerisinde yerleştirilerek kompozisyonda denge sağlanmıştır. Tasarım İKSV logosu, sponsor firma bilgileri, iletişim ve festival bilgilerinin yer aldığı ayrıntılardan oluşmaktadır. Afiş hem görsel hem de dilsel mesajlar içermektedir.

Tasarımın merkezine yerleştirilen görsellerin yoğunluğu kenarlardaki ve aralardaki boşluklarla sağlanmaya çalışılmıştır. Kullanılan farklı tipografi karakterleri ile de afişe görsel zenginlik ve hareketlilik kazandırılmaya çalışılmıştır. Tasarımdaki arka plan düz ve flu, ön plan ise renkli ve dikkat çekicidir. Ön plana çıkan görsellerle çağımızdaki yaygın sosyal medya kullanımına dikkat çekilmiştir. Verilmek istenen mesaj nettir. Sabah uyanır uyanmaz elimize aldığımız telefon, tablet, bilgisayar gibi eşyalara bağımlılığımız bu aletlerden belli bir süreliğine uzaklaşarak yüzümüzü sinemaya çevirmemiz için davettir.

Afişte düz beyaz arka plan üzerine diğer renklerle hareket kazandırılmıştır. Tasarımda çeşitli renkler kullanılsa da siyah ve beyazın tonları hakimdir. Afişte kullanılan canlı renkler, ışık, parlaklık vurguları tasarımın görselliğine anlam

katmıştır. Afişte kullanılan tipografi ve yazı karakterleri beyaz zemin nedeniyle siyah yazılmış böylece tasarım unsurları ile zıtlıklar oluşturulmuştur. İKSV logosunun klasik kullanımı ve sponsor firmaların yerleştirilme şekilleri de buna ayak uydurarak tasarımdaki bütünlüğün sağlanmasına katkıda bulunmuştur.



Görsel 15: İKSV Film Festival Afişi (2018)

Kaynak: https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (27.10.2022)

Afiş Bilgisi

37. İstanbul Film Festivali 6-17 Nisan 2018 tarihleri arasında 9 farklı salonda, 478 seans olmak üzere, 198 uzun metraj, 12 kısa ve 10 sanal gerçeklik filmi olmak üzere 200'den fazla filmin sergilendiği yoğun bir etkinlik takvimiyle yaklaşık 100 bin izleyiciye ulaşım sağlayarak gerçekleştirmiştir. 37. Film Festivali'nde ilk defa dijital

seanslar ve sanal gerçeklik (VR) gösterimleri düzenlenmiştir. Ayrıca bu festival sinema severleri kadın baş kahramanların yer aldığı iki yeni bölüm "Çiçek İstemez" ve "Bergman 100 Yaşında" derlemeleriyle genç izleyici kitlesinden yoğun ilgi görmüştür. Yine bu festival kapsamında öğrencilere sponsorlar sayesinde 1 TL'den biletler satışa sunulmuştur.

Her festivalde düzenlenen Sinema Onur Ödülleri bu yıl Aram Gülyüz, Perihan Savaş, Osman Şahin ve Arif Keskiner'e verilmiştir. Sinema Emek Ödülü ise Beyoğlu'nun eski sinemalarından Atlas Sinemalarının uzun süre müdürlüğünü yapan Cevdet Pişkin'e verilmiştir. Bu yılki Köprü Buluşmaları 11-14 Nisan tarihleri arasında 30 farklı ülkeden 93 konuğun, 17 proje ile katıldığı, 11 ödüllün verildiği, 18 ülkeden, 63 konuşmacının katıldığı 13 sinema filminin konuşulması ile gerçekleşmiştir.

Tasarım ve Renk

Afiş çeşitli film karakterlerinin minyatür[78] tekniğiyle Osmanlı dönemi geleneksel motifleri ve çağdaş batılı sinema örneklerinin birleştirildiği bir şekilde tasarlanmıştır. Tasarımda kullanılan dikey nesnelerin ağırlıkta olması sebebiyle çalışma dikey kompozisyon şeklindedir. Afişte minyatür sanatının etkisiyle perspektif kurallarına uyulmamıştır, bu yüzden ön kısımda yer alan figürlerle arka kısımda yer alan figürler arasında oransal hacim bulunmamaktadır. Afiş tasarımı dikdörtgen çerçeve çizilerek tablo görüntüsü şeklinde, tamamlayıcı unsurlar tipografik biçimde üst kısımda İKSV logosu, festival sponsor firma, alt kısımda festival bilgileri ve yine sponsor firmaların bilgilerinin yer aldığı şekilde organize edilmiştir. Çalışmayı tablo görüntüsünden kurtaran son detay ise 37. Film Festivali'nin bilgilerinin yer aldığı bölümdür.

Çalışmada sinema salonu, giriş kapısının üzerinde Osmanlı ve çağdaş dönemin karışımı bir tarzda tasarlanan "Sinema" yazısı, gösterilecek filmin afişi, sinemaya bilet almak için kuyrukta bekleyen insanlar ve etkinliği beklerken satranç oynayarak vakit geçirmeye çalışan kişilerin görüntüleri afişin merkezinde yer almaktadır. Afişte 13

[78] Minyatür; çok ince işlenmiş küçük boyutlu resimler ve bu türdeki resim sanatları için kullanılmaktadır. Ayrıntılı bilgi için www.kulturportali.gov.tr'ye bakabilirsiniz.

figür, arka planda yer alan ağaçlar ve küçük tepe görseli minyatür sanatının özellikleriyle kullanılmıştır. Figürlerin birbiriyle gerçekleştirdikleri görsel zenginlik sayesinde tasarımda hareketlilik sağlanmıştır. Afişin arka bölümüne yerleştirilen figür ile tasarıma gizem katılarak gözün arka plana da kayması sağlanmıştır.

Afiş bir önceki festival afişine göre daha renklidir ve daha fazla görsel öğe kullanılmıştır. Tasarımın arka planı mor rengin hakimiyetindedir. Sarı, kırmızı, mavi, yeşil, turuncu gibi ana ve ara renklerin yer aldığı, bu renk karışımlarının da oluşturduğu ara değerlerle afiş olabildiğince renkli hale getirilmiştir. Renklerin canlı olması tasarımdaki canlılığı artırmakta, özellikle mor-yeşil-sarı üçgenindeki zıtlıklar dikkat çekiciliği sağlamaktadır. Minyatür tasarımının dışında kalan kısımda kullanılan dış yapıdaki beyaz renk ve üzerine siyah renkle yazılan yazılar afişte gözün dağılmasını sağlayarak tasarımı bütünleştirmektedir.



Görsel 16: İKSV Film Festival Afişi (2019)

Kaynak: https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (01.11.2022)

Afiş Bilgisi

38. İstanbul Film Festivali 5-16 Nisan 2022 tarihleri arasında 8 salonda, 469 seans olmak üzere, 175 uzun metraj, 11 kısa filmin sergilendiği bir etkinlik olarak, 100 binin üzerinde izleyiciye ulaşarak toplam 21 ödülle gerçekleşmiştir. Festival boyunca yönetmen ve oyuncularla çeşitli söyleşi, gösterim ve sunumlar gerçekleştirilmiş, bu etkinlikler Festival Günlüğü adı altında festivalin web sitesinde izleyicilere sunulmuştur. 6 festival sohbeti ve 1 anma etkinliğiyle sinemacılar, eleştirmenler ve sinema severler bir araya gelerek renkli görüntüler oluşturmuşlardır. Bu festivale özel gerçekleşen konserde "Yeşilçam Birlikte Güzel" adı altında Yeşilçam şarkılarını; Derya Alabora, Gonca Vuslateri, Meltem Cumbul, Belkıs Özener, Mert Fırat ve Ayta Sözeri gibi isimler seslendirmiştir.

Festivalde yönetmen ve senarist Ümit Ünal'ın 2012 yılından itibaren çektiği fotoğraflar arasından seçilen 65 eserin sergisi düzenlenmiştir. Festival dünya sinemasının büyük yönetmenlerinden Stanley Kubrick'in 20. ölüm yıldönümü nedeniyle özel bir bölümle taçlandırılmıştır. Bu festivalde 32 yıl aradan sonra beyaz perdede izleyiciyle buluşan Şerif Gören'in On Kadın adlı filmi de ilkler arasına girmiştir.

Son yıllardaki festivallerde gerçekleşen "Film Festivali Hafta İçi Gündüz Seansları Öğrenci Hamiliği Projesi" kapsamında 15 bin öğrenci 2 TL karşılığında festivale kolayca katılım sağlamıştır. Yaşam Boyu Başarı Ödülü ünlü yönetmen Şerif Gören'e, Sinema Onur Ödülü Selda Alkor ve Göksel Arsoy'a, Sinema Emek Ödülü ise akademisyen Jak Şalom'a verilmiştir. Ayrıca bu yılki festivale dünyanın çeşitli ülkelerinden 180'den fazla oyuncu, yönetmen ve senarist konuk olarak katılmıştır. Bunlardan bazıları; Barbara Miller, Lynne Ramsay, Gaspard Ulliel, Nadav Lapid gibi isimlerdir.

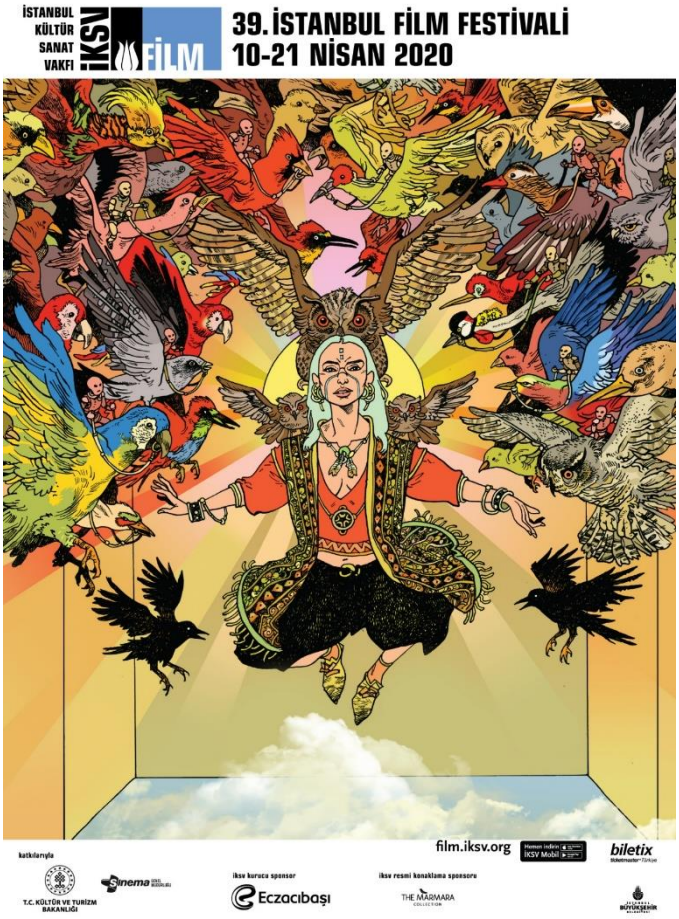
Festivalde yarışan 52 film arasından Uluslararası kategoride Şakir Eczacıbaşı anısına Altın Lale ödülünü Bora Kim'in yönetmenliğini yaptığı Sinekkuşu, Jüri Özel ödülünü Suhaib Gasmelbari'nin yönettiği Ağaçlardan Bahsetmek kazanmıştır. Ulusal kategoride ise Altın Lale ödülünü Emin Alper'in yönettiği Kız Kardeşler, Onat Kutlar anısına Jüri Özel ödülünü Emre Yeksan'ın yönettiği Yuva filmi almıştır. İnsan Hakları

Yarışması En İyi Film ödülünü ise Enrique Castro Rios'un Aralık'ta isimli filmi kazanmıştır. 11-14 Nisan tarihlerinde Köprüde Buluşmalar etkinliğinde 30 farklı ülkeden, 93 konuğun katılımıyla birlikte 20 proje ve 8 film, 14 farklı ödül almıştır. 71 konuşmacının katılımıyla da 14 filmin sinema konuşmaları gerçekleşmiştir.

Tasarım ve Renk

Festivalin afişini Berlinli yönetmen, yazar, fotoğrafçı ve sanatçı Sebastian Bieniek tasarlamıştır. Tasarımı ünlü yönetmen Stanley Kubrick'in Otomatik Portakal filmindeki Alex karakterine göndermede bulunarak gerçekleştirmiştir. Tasarımda görsel olarak kullanılan fotoğraf afişin bütününü kaplayacak şekilde yerleştirilmiş, böylece diğer iki film afişinin aksine diğer öğelerle tamamlanarak sinema filmi afişi izlenimi oluşturmaya çalışılmıştır. Fotoğraf sanatındaki portre çekimi özelliği nedeniyle arka kısım flu, ön kısım net olarak tasarlanmıştır. Ön planda yer alan ve tasarımın odak noktası olan insan portresinin yüz bölümü, tek elle tutulan içi dolu bardak objesi dikkatlerin çekildiği yerdir. Fotoğraftaki yüz ifadesini ilgi çekici kılan tasarımın dört göz, üç burun, üç dudaktan oluşması ve kulaklarla bir hat oluşturmasıdır. Tasarımdaki dikey-yatay dengesini görseldeki el figürü, şapkanın yatay çizgisi, insan yüzü, bardak objesi ve afiş bilgilerinin yer aldığı görseller sağlamaktadır. Portrenin arka kısımda, İKSV logosunun, afiş bilgilerinin, tasarımcı bilgilerinin yer aldığı yazıların yer aldığı boşluk (espas) oldukça azdır. Afişin alt ve üst kısmında yer alan festival tanıtım bilgileri iletişimsel olarak izleyiciyi aydınlatmaktadır.

Tasarımın bütününe hâkim olan açık tonlardır. Kullanılan renkler beyaz, siyah, mavi, kırmızıdır. Afişte açık tonlardan, koyu tonlara geçiş izlenimi vardır. Tasarımdaki arka planın net olmaması ve açık tonda olması, görselin iletişim gücünü artırmaktadır. Siyah-beyaz dengesini tasarımın ortasındaki kırmızı renk dağıtarak afişi iki eşit parçaya bölmüştür. Işığın arkadan vurması parlaklığın öne yansımasını engellemiştir. Tasarımdaki durağanlığı yüz bölümündeki renk hareketliliği sağlamaktadır.



Görsel 17: İKSV Film Festival Afişi (2020)

Kaynak: https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (04.11.2022)

Afiş Bilgisi

39. İstanbul Film Festivali 10-21 Nisan 2020 tarihlerinde gerçekleşmesi gerekirken Türkiye'de ve Dünya'da yaşanan Covid-19 salgını sebebiyle ertelenerek 15 Mayıs-29 Aralık 2020 tarihleri arasında ilk kez çevrimiçi gerçekleştirilmiştir. 176 film, 190 bin izleyicinin katılımıyla çevrimiçi, açık hava ve salonlarda Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim, Kasım ve Aralık gibi yılın yarısında gösterilmiştir. Youtube üzerinden 14 çevrimiçi gösterim 20 binin üzerinde izleyiciyle buluşturulmuştur.

Köprüde Buluşmalar etkinliği kapsamında Film Geliştirme Atölyesi, Work in Progress, Komşular Platformu ve Kısa Film Atölyesine 227 proje ve film başvurusu yapılmıştır. İlk kez bu festivalde Köprüde Buluşma Dizi ve Köprüde Buluşma Kitap bölümleriyle birçok konukla dizi, kitap projeleri gerçekleştirilmiştir.

Tasarım ve Renk

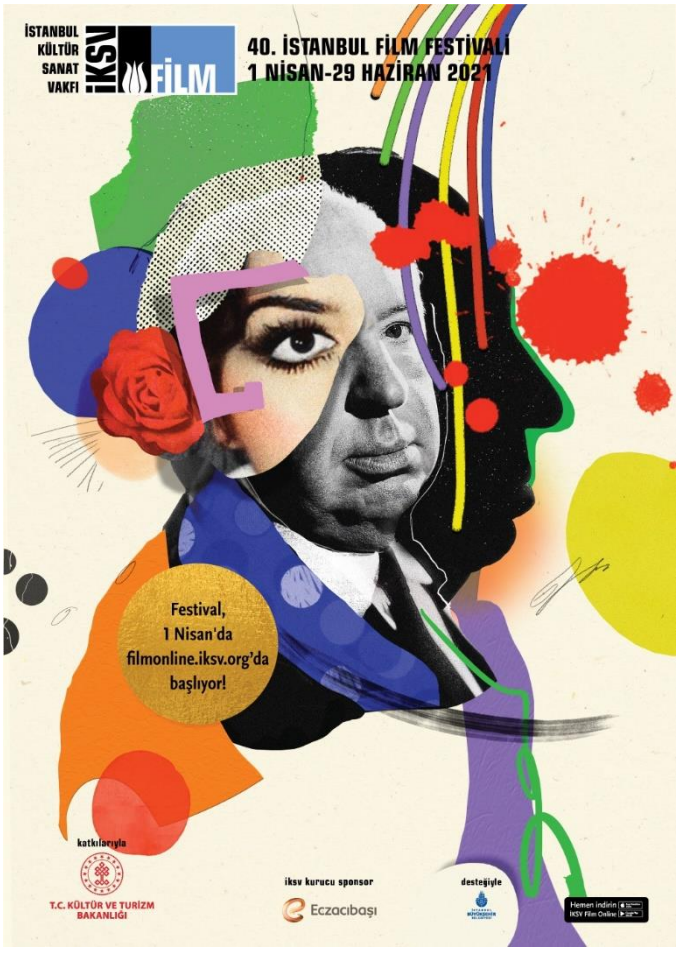
Çizgi roman, yönetmen ve senarist Cem Özüduru'nun tasarladığı 39. İstanbul Film Festivali afişi yönetmen Alfred Hitchcock'un[79] 40. ölüm yıldönümüne ithafen hazırlanmıştır. Afiş Özüduru'nun teknik müdahaleleriyle "Sinemanın heyecanlandırıcı, yükseltici etkisi ve adeta bir büyücü kadın gibi bulutların üzerinden hayatlarımızı kimi zaman kutsuyor, kimi zaman lanetliyor çevresini saran Hitchcock sever egzotik kuşlarla çevreleniyor, adeta bir film sonrası uyuyakalıp görülen bir garip rüyaya dönüşüyor."

Afiş, usta sanatçı Özüduru'nun çizim tarzından esinlenilerek tasarlanmış olan figürlerin karmaşık bir düzen içerisinde tek bir noktaya odaklanmalarıyla görselleştirilmiştir. Tasarımda kullanılan onlarca kuş ve üzerlerindeki insan figürleri büyücü kadına doğru adeta hipnoz olmuş şekilde kilitlenmişlerdir. Bulutların üstünde uçuyormuş hissi uyandıran tılsımlı bir atmosfer oluşturulmuştur. Egzotik kuşların üzerlerinde yer alan insan görselleri, kuşların sahibi görüntüsü verse de büyülü gücün karşısında çaresiz ve donuk ifadeler göstermektedirler. Kadın figürünün arka kısmına, sağına ve soluna yerleştirilen baykuş görselleri ise gücü temsil etmektedir. Yine baykuşların arkasında yerleştirilen güneş resmi ışık saçması sebebiyle sihirli bir etki yaratmaktadır. Büyücü kadın figürü tasarlanış itibariyle - kıyafetinden takılarına, dövmesinden aksesuarlarına (yüzük, kolye, bilezik, küpe) varıncaya kadar - afişi anlamlandırmaktadır. Farklı birçok kuş cinsinin resmedildiği tasarımda yoğun bir hareketlilik düşüncesi oluşmaktadır. Afişte gösterilen üç tarafı çevrili bölüm kısmı ile birlikte dikey bir kompozisyon oluşturulmuştur. İKSV logosu ve festival bilgileri tasarımın üst kısmına, sponsor ve iletişim bilgileri alt kısmına yerleştirilerek bu

[79] Alfred Hitchcock; sinema tarihinin en etkili figürlerinden biri olarak kabul edilen İngiliz film yapımcısıdır. Ayrıntılı bilgi için https://en.wikipedia.org/wiki/Alfred_Hitchcock'a bakabilirsiniz.

unsurların görselliğin ön planda olmasına engel teşkil etmemesi sağlanmış böylece bu ayrıntıların tasarımla bütünleşmesi sağlanmıştır.

Tasarımda sarı, kırmızı ve mavinin dışında ara değerler, renkler kullanılmıştır. Afişte kullanılan renklerin canlılığı tasarımı hareketlendirmektedir. Büyücü kadın temasına uygun olarak renklendirilen siyah kuşlar ile karamsarlığın, batıl düşüncelerin veya başka bir bakış açısıyla gücün sembolleştirildiği düşünülebilir. Arka plandaki güneş görselinin gökkuşağı izlenimi ile oluşturduğu derinlik etkisi, öndeki canlı renklere destek vermesi tasarımdaki iletişim gücünü yansıtmaktadır. Birçok İKSV afiş tasarımında olduğu gibi bu afişte de üst bölüm ve alt bölüm görselliği siyah-beyaz tonlamalarından oluşmaktadır.



Görsel 18: İKSV Film Festival Afişi (2021)

Kaynak: https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (06.11.2022)

Afiş Bilgisi

40. İstanbul Film Festivali 1 Nisan-14 Temmuz 2021 tarihleri arasında çevrimiçi olarak, açık hava ve salonlarda olmak üzere 86 uzun metrajlı, 19 kısa metrajlı film gösteriminin yapıldığı etkinliklerle; Nisan, Mayıs, Haziran ve Temmuz Aylarında 40 bine yakın izleyicinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Ülkemizden toplam 38 filmin ilk gösterimi bu festivalde gerçekleştirilmiştir. Ulusal ve uluslararası kategorilerde toplam 20 ödül dağıtılmıştır. Turkcell iletişim firmasının katkılarıyla festivalde görme engelli bireyler için "Cepten Sesli Betimleme" özellikli sinema gösterimleri gerçekleştirilmiştir. Türk Klasikleri Yeniden bölümünde Atıf Yılmaz'ın yönettiği "Asiye Nasıl Kurtulur" filminin gala gösterimi gerçekleştirilmiştir. Açık havada düzenlenen etkinlikler ulusal anlamda belgesel, kısa film ve yarışmalar kategorisinde 13 uzun, 12 kısa metrajlı film gösterilmiştir. Covid-19 salgın sürecinin ortadan kalkması neticesinde açılan sinema salonlarında yıl sonuna doğru Kasım, Aralık Aylarında İKSV Galaları gerçekleştirilmiştir.

Köprüde Buluşmalar kapsamında Film Geliştirme Atölyesi, Work in Progress, Fragman Atölyesi ve Kısa Film Atölyesine 250 film başvurusu olmuştur. 24 farklı ülkeden yaklaşık 100 konukla 300 çevrimiçi toplantı yapılmıştır.

40. Film Festivali'nde Uluslararası alanda Altın Lale ödülünü kazanan yönetmen Madiano Marcheti filmi Madalena olmuştur.

Tasarım ve Renk

Festivalin afişi ünlü kolaj sanatçısı Selman Hoşgör tarafından sinema sanatçılarından ilham alınarak kolaj tekniğiyle tasarlamıştır. Çekya'nın Jihlava kentinde Jihlava Uluslararası Belgesel Film Festivali'nde düzenlenen afiş yarışmasında Hoşgör'ün tasarladığı 40. İstanbul Film Festivali afişi halkın oylarıyla birinci seçilmiştir.

40. İstanbul Film Festivali afiş tasarımı Hoşgör'ün sanat tarzının yansımasıdır. Afiş fotoğraf, tipografik öğeler ve canlı renklerden oluşmaktadır. Sanatçının tekniği olan kolajın güzel bir örneğini sunan afiş tasarımında yüz ifadeleri soyuttan somuta,

flu görüntüden netliğe doğru yerleştirilmiştir. En alt katmanda yandan görünen yüz çizimi, üst kısımda profilden görünen bütüne yakın bir fotoğraf bulunmaktadır. En üst kısımda ise göz ve kaş kısmının net olduğu fotoğrafik görseller yapıştırılmıştır. Çizgisel, dairesel nesneler modern sanat anlayışına uygun şekilde planlanarak afişin tamamını kaplamıştır. Dikey kompozisyon şeklinde tasarlanan afişte odak nokta merkez olup, tasarımdaki boşluklarla denge sağlanmıştır. Tipografi ve yazı anlamında oldukça yalın olan afişte İKSV logosunun ve festival bilgisinin yer aldığı kısım üst tarafta, sponsorların isimlerinin ve festival tanıtıcı yazıların bulunduğu kısım ise alt tarafta yerleştirilerek bu unsurlar adeta birer iletişim sembolü olarak kullanılmış böylece görselliği yansıtmaya katkı sağlanmıştır.

Tasarımda sarı, kırmızı, mavi, yeşil, turuncu, mor, siyah ve beyaz renkler canlı şekilde kullanılmıştır. Beyaz arka fon üzerine çizilen, yapıştırılan ve boyanan nesnelerin görselliği renk zıtlıklarıyla sağlanmıştır. Geçişlerin renklerle sağlandığı, sanat eseri izlenimi veren fırça darbeleri görüntüsü afişin doğallığını yansıtmaktadır.

Afişte kolaj tekniği kullanılmış, yapılan çizimlerin üzerine yapıştırılan görseller, şekiller ve renklerle tasarımın bütünleştirilmesi sağlanmıştır. Afişin üst kısmında yer alan mavi, sarı, kırmızı, mor, yeşil ve turuncu renkli kalın çizgiler kompozisyonun devamlılık boyutunu temsil etmektedir. Afişte İKSV logosu, festival bilgileri ve sponsorlar gibi bilgiler içeren yazıların sadeliği, az yer kaplaması tasarımın renklerle ve görsellerle ön plana çıkmasına sebep olmaktadır.

4.3.3. Müzik Festival Afişleri



Görsel 19: İKSV Müzik Festival Afişi (2017)

Kaynak: https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (10.11.2022)

Afiş Bilgisi

45. İstanbul Müzik Festivali 29 Mayıs-21 Haziran 2017 tarihleri arasında 15 mekânda, 29 konserle, 20 binden fazla izleyiciye erişen yoğunlukta, 600 yerli ve yabancı sanatçının katılımıyla, yüzde yüze yakın doluluk oranıyla gerçekleştirilmiştir. Festival alternatif yaklaşımlar ve sıra dışı mekanlarda klasik müziğe yeni heyecanlar getirmek amacıyla "Sıra Dışı" temasıyla farklı konser deneyimleri yaşatmıştır. Renklerin Sesi başlığıyla Kandinsky, Chagall, Mozart ve Handel gibi dünyaca ünlü

müzisyen ve ressamlar arasında etkileşim kurularak disiplinler arası çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Bu yılki festivalde mekân olarak kullanılan Galata Mevlevihanesi bahçesi, Kapalıçarşı, Sait Halim Paşa Yalısı, Surp Asdvadzadzin Ermeni Kilisesi, Aya Yorgi Rum Ortodoks Kilisesi gibi yerler sayesinde izleyicilerin hem tarihi hem kültürel atmosfer eşliğinde unutamayacakları bir müzik yolculuğuna çıkmalarını sağlamıştır. Geleneksel olarak gerçekleşen İstanbul Filarmoni Orkestrası açılış programı, Londra Oda Orkestrası, St. Petersburg Rus Oda Filarmonisi ve Viyana Oda Orkestrası gibi dünyaca ünlü topluluk ve solistler eşliğinde yapılmıştır.

20. Yüzyılın etkili besteci ve piyanistlerinden biri olan Amerikalı Philip Morris Glass'a 80. Yaş günü nedeniyle 45. İstanbul Müzik Festivali Yaşam Boyu Başarı Ödülü takdim edilmiştir. Glass 11. Senfonisinin seslendirildiği konserle festivale renk katmıştır. Festivalin Onur Ödülü eğitmen ve müzik yazarı Evin İlyasoğlu'na verilmiştir.

Tasarım ve Renk

İstanbul Kültür Sanat Vakfının 45. İstanbul Müzik Festivali afişi dikey kompozisyon üzerine Türkçe, İngilizce görsel ve dilsel iletilerle sade şekilde tasarlanmıştır. İKSV'nin festival logosu dikdörtgen formda dikey-yatay biçimde afişteki tasarıma göre dizayn edilerek bütünlük sağlanmıştır. Sıra dışı temasının görsel ve dilsel olarak yer aldığı tasarımda, bulutların üzerinde asılı olan ipin üstünde piyano çalan sanatçı, kendini müziğin ritmine kaptırmış görüntüsü sergilemektedir. Özgürlüğün simgesi kuş görselleri ise hareketliliği göstermektedir. Tasarımdaki hareket unsurları kuş figürü ve sanatçının piyano çalarken sergilediği performanstır. Afişteki dikey kompozisyona tasarımın tam ortasından yatay geçen ip ve üzerine yerleştirilen piyano görsele/afişe denge katacak şekilde yerleştirilmiştir. Onların tam üzerine yerleştirilen tipografik şekilde tasarlanmış festival bilgileri ise dilsel iletişim açısından afişin en dikkat çekici kısmını oluşturmaktadır. Afişin üst kısmında yer alan festival sponsoru E.C.A markası kendi çizgisinde yıllarca beraber sloganıyla yer almaktadır. Alt kısımda yer alan festival ve sponsor bilgileriyle birlikte tasarım sade,

dengelidir. Arka plandaki boşluk görüntüsü sayesinde tasarımda derinlik hissi uyandırılmaktadır.

Tasarımda tek hâkim renk mor ve tonlamalardır. Bunun yanında siyah, beyaz, gri ve mavi renkler de kullanılmıştır. Arka plandaki gökyüzü bulutların etkisiyle ışık-gölge oyununa ayak uydurarak ön kısımdaki nesnelerin görünürlüğünü artırmış, tasarımı ön plana çıkarmıştır. Ana sponsor ve festival bilgisinin İngilizce yer aldığı yazıların haricinde kalan tüm dilsel öğeler siyah renkle tasarlanmıştır. Tasarımda kullanılan renkler sayesinde yalınlık, zarafet ve mistik bir atmosfer dili oluşturulmuştur.



Görsel 20: İKSV Müzik Festival Afişi (2018)

Kaynak: https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (12.11.2022)

Afiş Bilgisi

46. İstanbul Müzik Festivali 23 Mayıs-12 Haziran 2018 tarihleri arasında 17 mekânda, 22 konserle, 17 bin izleyiciye ulaşarak, 500 yerli, yabancı sanatçının katılımıyla; kapasitenin tamamına yakın doluluk oranı ile "Aile Bağları" temasıyla gerçekleştirilmiştir. İstanbul'un tarihi, kültürel yerlerinde gerçekleştirilen etkinliklerde Amsterdam Sinfonietta, La Scala Filarmoni Orkestrası, İngiliz Oda Orkestrası, Franz Liszt Oda Orkestrası gibi büyük orkestralarla Mischa Maisky, Joyce Di Donato, Renaud Capuçon, Güher ve Süher Pekinel gibi sanatçılar da yer almıştır. Festival içerisinde ücretsiz konserler, söyleşiler ve çocuk atölyesi etkinlikleri de düzenlenmiştir.1982 yılında kurulan La Scala Filarmoni Orkestrası uzun bir aradan sonra tekrar İstanbul Müzik Festivali'nde müzikseverlerle buluşmuştur

46. İstanbul Müzik Festivali'nde Türkiye Sınai Kalkınma Bankası öncülüğünde yetenekli genç kadın müzisyenlerin kariyerlerine katkı sunmak amacıyla proje başlatılmıştır. Oluşturulan fonlarla genç kadınların eğitimlerini yurtdışında sürdürmeleri sağlanmış; İdil Biret'in sahne aldığı festival etkinliğinde bu kadınların bazıları sahneyi onunla paylaşma fırsatı bulmuşlardır.

Festivalin Onur Ödülü sanatçı ve sanat yönetmeni Yekta Kara'ya verilmiştir. Yaşam Boyu Başarı Ödülü ise özgün yorumun efsanelerinden Mischa Maisky'e takdim edilmiştir. Maisky festivalde Franz Liszt Oda Orkestrası ile performans sergilemiştir. Konsere Doğru Söyleşiler etkinliğinde aralarında İnci Kadribegiç, Yekta Kopan, Yrd. Doç. Dr. Gaye Soley, Mario Levi ve Evin İlyasoğlu gibi isimlerinde olduğu toplam 13 konuşmacı yer almıştır.

İstanbul Müzik Festivali geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış İstanbul'un önemli tarihi ve kültür yerlerinden olan Kapalıçarşı ve Sirkeci Garı alanında özel konserlerle misafirlerini ağırlamıştır. Kapalıçarşı'da gerçekleştirilen festivalde İbranice Ninniler, Sefarad Şarkıları, Süryanice İlahiler, Ermeni Türküleri, Türk Sanat Müziği ve Makedon, Yunan Türküleri seslendirilerek festivale renk katılmıştır.

Tasarım ve Renk

46. İstanbul Müzik Festivali afişinde, aileyi temsilen çocuk fotoğrafı kullanılarak festivalin teması olan "Aile Bağları" ile tasarımın bütünleştirilmesi amaçlanmıştır. Dikey bir kompozisyon şeklinde tasarlanan afişteki festival bilgileri denge unsuru olarak Türkçe ve İngilizce dillerinde yatay biçimde yazılmıştır. İKSV logosu, festival ana sponsoru ve diğer bilgilendirmelerin yer aldığı afişte renkli bir fotoğraf kullanılmıştır. Küçük çocuk görselinin ev içerisinde oyuncak bir müzik aletiyle gösterildiği tasarımda dikkatin odağı, çocuğun hareketleri ve müzik aletinin olduğu kısımdır. Çocuğun başına uzanan el figürü şefkatin ve sevginin simgesidir. Diğer festival afişlerinde olduğu gibi bu afiş tasarımında da logo, sponsor, bilgi amaçlı yazıların görsel yeri ve ifadesi benzerlikler göstermektedir. Dilsel anlamda en belirgin tipografik tasarımlar logo, festival ismi, festival tarihi ve ana temayı oluşturan yazıdır. Çocuğun resimdeki göz ifadesi ise afişin en net ayrıntısıdır. Tasarımdaki el nesnesi, müzik aleti ve aletin altındaki sandalye/tabure gibi objeler afişteki devamlılık ilkesinin göstergelerinden biridir.

Afiş tasarımında ağırlıklı olarak pastel renkler kullanılmıştır. Afişteki arka plan net bir görüntü vermeden karanlık ve solgun tasarlanırken, ön kısımdaki figür ve nesneler ışık-gölge oyunlarıyla aydınlatılmıştır. Mor, sarı, siyah, beyaz, mavi, kahverengi, kırmızı gibi renkler tonlamalar halinde pastelleştirilerek kombine edilmiştir. Tasarım renkli olmasına rağmen açık-koyu şeklinde görselleştirilmiştir. Görseller, kullanılan renkler geçmişi, nostaljiyle birlikte sakinliği ve durgunluğu vurgulamaktadır. Tasarımdaki tipografik öğeler siyah, mor, beyaz tonlarında hareket kazanmış, yatay-dikey yerleşimle görselliği zenginleştirmiştir.



Görsel 21: İKSV Müzik Festival Afişi (2019)

Kaynak: https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (15.11.2022)

Afiş Bilgisi

47. İstanbul Müzik Festivali 11-30 Haziran 2019 tarihleri arasında 15 farklı mekânda, 22 konserle, 18 bin izleyicinin katılımıyla, 600 civarı yerli, yabancı sanatçı ile müzik içerisindeki aydınlanma yolculuğundan yola çıkılarak Var Olmanın Karanlığı, Var Olmanın Aydınlığı temasıyla gerçekleştirilmiştir. Festival Barok dönemi sanatçıları Vivaldi, Bach, Handel ve yakın yüzyılın bestecilerinden Şostakoviç'in eserleri ile Osmanlı Dönemi Klasik Müzik geleneğinin buluşturulduğu yaklaşık 150 eserin icra edildiği konserler eşliğinde sahnelenmiştir.

Festivalin Onur Ödülü Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası Müzik Direktörü devlet sanatçısı Rengim Gökmen'e verilmiştir. Yaşam Boyu Onur Ödülü ise dünyanın yaşayan büyük müzisyenlerinden biri olan Yuri Bashmet'e verilmiştir. Vakfın kültür sanat alanını desteklemek amacıyla, geleceğin sanatçılarının yetişmesi için verdiği Aydın Gün Teşvik Ödülü klasik müzik dalında 22 yaşındaki piyanist Can Çakmur'a verilmiştir.

Festivalde konserleri Lüksemburg Filarmoni Orkestrası, Şanghay Filarmoni Orkestrası ve Berlin Radyo Korosu eşliğinde Fazıl Say, Çinli Piyanist Yuja Wang gibi büyük sanatçıların sahnelediği performanslar müzikseverlerle buluşturulmuştur.

Farklı mekanlarda gerçekleştirilen etkinliklerin bu festivaldeki durakları Aya İrini Müzesi, Galata Kulesi, Rahmi Koç Müzesi, Altımermer Panayia Rum Ortodoks Kilisesi, Ermeni Katolik Kilisesi, Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, Süreyya Operası, Aya Konstantinos ve Eleni Rum Ortodoks Kilisesi gibi tarihi ve kültürel yerler olmuştur.

Fanfar;[80] Müzikli Bir İstanbul Masalı kapsamında çok sayıda okuma etkinlikleri düzenlenmiş, festivaldeki mekanlarda ve kitapçılarda Türkçe, İngilizce, Arapça olmak üzere üç farklı dilde dergi hazırlanarak çocuk izleyicilere resimli birer sözlük halinde ücretsiz olarak sunulmuştur. Ayrıca çocuk ve gençlere yönelik Birlikte Güçlü Sesler Korosu, Parıltı Görmeyen Çocuklara Destek Derneği, Türkiye İşitme Engelliler Derneği, Türkiye Sağırlar Milli Federasyonu, Türkiye Sağırlar Tesanüt Derneği, Barış İçin Müzik Vakfı'nın katkıları ve iş birliğiyle 13'ü görme, 19'u işitme engelli, 5-16 yaş aralığında 40 çocuğun konserlerden ücretsiz olarak faydalanması sağlanmıştır.

Festival kapsamında farklı alanlardan Konsere Doğru söyleşilerine müzik yazarı Evin İlyasoğlu, besteciler Zeynep Gedizlioğlu, Özkan Manav, piyanist Can Okan, edebiyat eleştirmeni Asuman Kafaoğlu, gazeteci Murat Yetkin ve milli jimnastikçi Ayşe Begüm Onbaşı gibi isimler katılmıştır.

[80] Fanfar; Üflemeli bakır çalgılardan meydana gelen orkestra, bu orkestranın çaldığı canlı parça. Ayrıntılı bilgi için www.wiktionary.org/wiki/fanfar.

Tasarım ve Renk

Afişte 47. İstanbul Müzik Festivali'nin Var Olmanın Karanlığı, Var Olmanın Aydınlığı temasından yola çıkılarak varoluş süreci müziğin diliyle anlatılmaya çalışılmıştır. Afiş dikey kompozisyon şeklinde tasarlanmıştır. Afişin tam ortasından geçen ve telli çalgı aletlerini simgeleyen çizgiler tasarımı iki farklı bakış açısına yönlendirmektedir. Festivalin sloganı olan sözlerin temaya uygun şekilde yerleştirilmesi afişin anlamını güçlendirmektedir. Tasarımın sol tarafında İKSV logosuna, "var olmanın karanlığı" sözüne/kavramına, festival hakkında bilgilere ve sponsorlara, sağ tarafında ise festivalin ana sponsoruna, "Var Olmanın Aydınlığı" sözüne/kavramına, festival bilgilerine ve katkı sunan kurumlar hakkında bilgilere yer verilmiştir. Bu bilgiler tipografik şekilde görseller şeklindedir. Afişin ortasına yerleştirilen ay görseli, gece, yıldızlar, gökyüzü tasarımdaki durgunluğu, boşluğu simgelemektedir. Hareketin ışıkla gözlendiği tasarımda denge, yazıların yerleştiriliş biçimiyle sağlanmaktadır.

Tasarımda siyah, beyaz, lacivert, mor, mavi renkleri kullanılmıştır. Gökyüzü ve gece görüntüsünden dolayı koyu lacivert arka plan üzerine nesneler yerleştirilmiştir. Afiş sloganı eşliğinde soldan sağa doğru ışığın etkisiyle renkler ve görsellik artmaktadır. Lacivert fon üzerine sade net beyaz, mavi, mor gibi renklerin gelmesi tasarımdaki durağanlığa hareket katmakta görsel ve dilsel iletişimi artırmaktadır. Tasarımdaki ışık vurgusu afişin anlamını gözler önüne sermektedir.



Görsel 22: İKSV Müzik Festival Afişi (2020)

Kaynak: https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (18.11.2022)

Afiş Bilgisi

48. İstanbul Müzik Festivali 18 Eylül-5 Ekim 2020 tarihleri arasında dijital olarak 18 mekânda, 20 konserle gerçekleştirilmiş, 80 bin izleyici tarafından takip edilmiştir. Açılış konseri ücretsiz olarak Youtube kanalından bir hafta boyunca izleyicilerle buluşturulmuş ve bu konseri yaklaşık 12 bin kişi izlemiştir. Tekfen Filarmoni Orkestrası, Bilkent Senfoni Orkestrası, Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası, Beethoven Trio Berlin gibi toplulukların ve Bülent Evcil, Ezgi Karakaya, Yurdal Tokcan, Derya Türkan, Benjamin Schmid, Thomas Hampson gibi sanatçıların sahne performansları festivale renk katmıştır.

2020 yılında tüm dünyada Beethoven'in 250. doğum yıldönümü kutlanırken, 48. İstanbul Müzik Festivali'nde de Beethoven'in Aydınlık Dünyası temasıyla eserlerine ve ondan esinlenerek oluşturulan çalışmalara yer verilmiştir.

Festivalin Onur Ödülü müzik yazarı Ahmet Say'a, Yaşam Boyu Başarı Ödülü Rus Alexander Rudin'e verilmiştir. 2012 yılından itibaren geleceğin genç müzisyenlerinin yetişmesine katkı amaçlı verilen Aydın Gün Teşvik Ödülü ise genç keman sanatçısı 1997 Ankara doğumlu Azeri Elvin Hoxha Ganiyev'e verilmiştir.

2011 yılından itibaren müzik üretimine katkı sağlamak amacıyla bestecilere verilen festivale eser yaratma siparişlerinde 48. Müzik Festivali'nde besteci Turgay Erdener'in Pastoral Dokuzlu (Alla Turca) eseri ilk kez dinleyicilerle buluşmuştur. Erdener, Beethoven'in Pastoral Senfonisi dönemindeki ve Osmanlı dönemi bestecilerin eserlerinden seçerek müzikleri birleştirip modern tarzda yeni eser üretmiştir. Erdener'in bu eseri Derya Türkan, Serkan Mesut Halili, Yurdal Tokcan ve Kağan Yıldız gibi birçok ünlü sanatçıyı bir araya getirmiştir. Hafta sonu etkinlikleri kapsamında müzikseverlere Caz, Latin ve Dünya müziklerinden farklı konserler ücretsiz olarak verilmiştir.

Tasarım ve Renk

Afiş tasarımında iletişim dili üç kısımdan oluşmaktadır. Bu kısımlar üst ve alt kısımdaki bilgi içerikleri, tipografik festival ismi ve sloganı, çiçeklerle tasarlanan orta bölümdeki kompozisyondur. Düz bir arka plan üzerine festivali simgeleyen tipografik tasarım, etkinliğin gerçekleşeceği tarihler, dönemini ifade eden slogan ve görsellerle tamamlayıcılık sağlanmıştır. Tasarımda görsel nesnelerin dikey, bilgilendirici yazıların yatay şekilde yerleştirilmesi kompozisyondaki dikey-yatay dengesini oluşturmuştur. Festivalin adının tasarlandığı tipografik görsel hem dilsel hem de görsel iletişim açısından mesajı başarıyla yansıtmaktadır. Tasarımın merkezinde yer alan farklı çiçek çeşitleri, yatay şekilde tasarlanan ağaç dalları ve telli müzik aletlerinin simgesi görsellerde devamlılığı sağlamakta, müzikle birlikte sonbaharın bütünleştiği duyguyu ifade etmektedir. Afişte yukarıdan aşağıya doğru dal üzerinden sarkan çiçek

figürleri, küçükten büyüğe doğru tasarlanırken perspektif etkisinden çok minyatür sanatında karşımıza çıkan küçük, ince detayların görüntüsünü yansıtmaktadır.

Afişte beyaz, siyah, yeşil, sarı, turuncu, kahverengi, mor gibi renkler kullanılmıştır. Tasarımda kullanılan renkler afişin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Yumuşak renklerin ağırlıkta olduğu afişte hareketlilik renklerle sağlanmıştır. Düz beyaz bir arka plan üzerine İKSV logosu, festival bilgileri, sponsor firma bilgileri, sosyal medya iletişim bilgileri ve festival ismi koyu tonlarla tasarlanmış, çeşitli renklerle süslenmiş çiçek görselleri ise tonlamalarıyla afişin boyutluluğunu güçlendirmektedir. Kullanılan renklerin yumuşak tonda olması festivalin gerçekleştiği süreçle ilgili mesaj içerirken, güllerin aşağı doğru sarkması renklerdeki duygusal anlamı ön plana çıkarmaktadır.



Görsel 23: İKSV Müzik Festival Afişi (2021)

Kaynak: https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (22.11.2022)

Afiş Bilgisi

49. İstanbul Müzik Festivali 18 Ağustos-16 Eylül tarihleri arasında 14 mekânda, 20 konserle, yurtiçi, yurtdışından 30'dan fazla katılım sağlayan solist ve topluluğun 10 binden fazla müzikseverle buluşmayı sağlayarak Başka Bir Dünya Mümkün Mü? temasıyla gerçekleştirilmiştir. Festival kapsamındaki konserlerde Borusan İstanbul Orkestrası, Festival Orkestrası, Accademia Bizantina, Tekfen Filarmoni Orkestrası gibi orkestraların yanında İdil Biret, Anna Vinnitskaya, Hande Küden, Alexander Rudin, Fazıl Say ve Paul Meyer gibi usta sanatçılar da sahne almıştır.

Konserler Sakıp Sabancı Müzesi, Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Tiyatrosu, Maximum Uniq Açıkhava, Venedik Sarayı, Rahmi Koç Müzesi, Fıstıklı Teras ve Saint Benoit Fransız Lisesi bahçesi gibi mekanlarda düzenlenmiştir. Festivalde ayrıca Atatürk Kent Ormanı, Yıldız ve Fenerbahçe Parkları'nda hafta sonu düzenlenen ücretsiz konserlerle izleyiciler buluşturulmuştur. Hafta sonu aktivitelerinde gençlere doğa yürüyüşleri, çocuklara atölye çalışmaları yine ücretsiz şekilde gerçekleştirilmiştir.

Festival Onur Ödülü Peteris Vasks'a, Yaşam Boyu Başarı Ödülü Prof. Dr. Cihat Aşkın'a verilmiştir. Festival kapsamında 2020 yılında Peteris Vasks'a verilen eser yaratma siparişi, bu festivalde Modigliani Quartet tarafından seslendirilmiştir. Konserden önce etkinlikleri Youtube, Spotify gibi iletişim kanallarından yayınlanmıştır. Konserlerden önce gerçekleşen Konsere Doğru Söyleşileri Mehmet Nemutlu, Ahmet Altınel, Özkan Manav, Aydın Büke, Ali Bektaş, Arzu Öztürkmen ve Hasan Uçarsu gibi isimlerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

Tasarım ve Renk

Başka Bir Dünya Mümkün Mü? Temasıyla hazırlanan afiş düz bir fon üzerine el figürlerinin belirli bir düzen içerisinde yerleştirilmesiyle tasarlanmıştır. Kompozisyon dikey olarak el görsellerinin afişin bütününü kapsayacak şekilde yerleşmesiyle düzenlenmiştir. Afişte sözlü iletişim dili olarak sadece İKSV Müzik Festivali logosu ve festival bilgilerinin yer aldığı dilsel karakterler kullanılmıştır.

Afişte sadelik, yalınlık ve durağanlık hakimdir. Tasarımda çizimlerin afişin dışına taşmasıyla devamlılık vurgusu yapılmak istenmiştir. Afişte boşluk, doluluk dengesi eşit paylaşılarak gözün tek bir noktaya odaklanması engellenmiştir. Tasarımdaki tek hareketlilik ellerin hareket yönlerinin birbirinden farklı olmasıdır. Tasarımda kullanılan el görselleri ile müziğin iletişim diliyle başka dünyalara ulaşmanın mümkün olduğu, bunun bireylerin ruhlarına dokunmakla olabileceğini gösteren işaretler sergilemektedir.

Afişte siyah, beyaz, mor ve yeşilin tonları kullanılmıştır. Düz beyaz bir arka plan üzerine tasarlanan afişte yukardan aşağı renkler koyudan açığa doğru yerleştirilmiştir. El figürlerinin oran-orantı kurallarına dikkat edilmeden ve soyut şekilde çizilmesi tasarımdaki rahatlığı ifade etmektedir. İKSV logosunda kullanılan mor renk yeşil tonlarla zıtlık oluşturarak odak noktanın merkezde toplanmasına engel olmaktadır.

4.3.4. Tiyatro Festival Afişleri



Görsel 24: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2017)

Kaynak: https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (25.11.2022)

Afiş Bilgisi

21. İstanbul Tiyatro Festivali 13-26 Kasım 2017 tarihleri arasında 14 mekânda, yurtiçi ve yurtdışından 13 dans, performans topluluğunun toplam 55 gösterisi ile, 20 bin izleyici, yüzde yüze yakın doluluk oranıyla gerçekleştirilmiştir. 1989 yılında başlayan Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali 2002 yılına kadar her yıl düzenlenirken, 2002 yılından itibaren bu festivale kadar iki yılda bir düzenlenmiştir. Tekrar her yıl düzenlenmeye başlayan festivalde açılan yeni sahnelerle birlikte tiyatro etkinlikleri artarak izleyiciyle gösterileri buluşturmuştur. İstanbul Kültür Sanat Vakfı

genç izleyiciler etkinliklere daha rahat katılım göstersin diye proje başlatarak öğrenciler için bilet fiyatlarını 10 TL yaparak ve öğrencilere büyük oranda kontenjan ayırarak gençlerin katılımını arttırmıştır.

Festival Onur Ödülleri yönetmen, senarist Duygu Sağıroğlu, koreograf Angelin Preljocaj ve gazeteci, yazar Zeynep Oral'a verilmiştir. Festivalde ayrıca söyleşiler, tanıtımlar, okuma etkinlikleri, atölye çalışmaları ve film gösterimleri de ücretsiz olarak izleyicilere sunulmuştur. Uluslararası etkinlikler kapsamında ülkemizin başarılı tiyatro örneklerini tanıtmak amacıyla Rusya, Fransa, Almanya, Yunanistan ve Belçika gibi ülkelerden yetkin kişiler festivale davet edilerek bu etkinliklere katılımları sağlamışlardır.

Tasarım ve Renk

21. İstanbul Kültür Sanat Vakfı Tiyatro Festivali afiş tasarımı görsel ve sözel iletişimsel ifadeler sunmaktadır. Afiş dikey kompozisyon üzerine tipografik, görsel tasarımlarla gerçekleştirilmiştir. Düz bir zemin üzerine yerleştirilen tasarımda, boşluk-doluluk dengesi tek bir noktaya odaklanmadan afişin tamamına yayılmaktadır. Tasarımın üst kısmında yer alan İKSV logosu, alt kısmında yer alan festival bilgileri ve sponsorların markalarının yerleştirilme şekilleri odak noktanın önüne geçmemekte, görselliği artırmaktadır. Festival bilgilerinin yer aldığı Türkçe ve İngilizce bilgiler afiş tasarımının uluslararası yönüne dikkat çekmektedir. Tasarımdaki durağanlığı görsel ve tipografik şekilde yerleştirilen yazılar hareketlendirmekte, afişi kompozisyon içinde sınırlandırarak devamlılığı sağlamamaktadır.

Afişte Festivalin Tiyatro Bağımsızlık Yapar teması ve tasarımda kullanılan görsel figürle, tiyatronun özgürlüğü, duygusallığı gibi yönlerine vurgu yapılmaktadır. Tiyatro diğer anlatım türlerinden farklı olarak seslerin, sözlerin, duyguların, olayların, hareket, jest ve mimiklerin izleyici önünde aktartılması sanatıdır. Afişte seçilen "Kanatlı Balık" görseli ile tiyatroya mutluluğa götüren bir araç anlamı yüklendiği gibi kuşlar kadar özgür olmak, hayallere hayali bir yolculuk yapmak gibi anlamlar da yüklemektedir.

Afiş siyah, beyaz, mavi, pembe ve kırmızı renklerden oluşmaktadır. Düz beyaz bir arka fon üzerine siyah renkle çizilen figür, afişin üst kısmına yazılan sloganın ve diğer yazıların çoğu aynı renkte tasarlanmıştır. Uçan balık görselindeki geçişler siyah-beyaz-gri tonlamalarla sağlanmıştır. Tiyatro festivali logosunda kullanılan pembe renk ve sponsor firmalarının yazımında kullanılan mavi renkler nedeniyle afişteki canlılık artmaktadır.



Görsel 25: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2018)

Kaynak: https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (28.11.2022)

Afiş Bilgisi

22. İstanbul Tiyatro Festivali 17 Kasım-4 Aralık tarihleri arasında 21 mekânda, 12 yerli, 12 yabancı dans, performans grupları, 155 sanatçının yaklaşık 50 gösterimi

ve 25 bin izleyici katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Festival Tiyatro Bir Kez Yaşanır, Ama Her Zaman Yanındadır sloganıyla benzersizliği vurgulayarak, farklı el yazıları ile hazırlanmış birçok afişle sanatseverlere sunulmuştur. Tiyatrocular, festivale renk katmak maksadıyla festival sloganını hatıra defterine, kendi el yazılarıyla yazarak anı bırakmışlardır.

Festival İstanbul'un iki yakasında da etkinlik gerçekleştirmiştir. Caddebostan Kültür Merkezi, Zorlu PSM, Dasdas Oyun Atölyesi, Moda Sahnesi, Müşfik Kenter Sahnesi, Salon İKSV, Üsküdar Tekel Sahnesi, Uniq Hall, Duru Tiyatro ve Yapı Kredi Kültür Sanat gibi mekanlarda sahnelenmiştir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın 45. Yılına özel olarak öğrencilerin sanata erişimini kolayca sağlamak amacıyla festival sponsorları desteklediği bir proje kapsamında öğrencilere biletler 10 TL'den satışa sunulmuştur.

Festival Onur Ödülleri birçok önemli oyunda başrol oynayan oyuncu, yönetmen Zeliha Berksoy ve Rusya'nın önemli oyuncularından Evgeny Mironov'a verilmiştir. Uluslararası etkinlikler kapsamında yerli yapımların yurt dışındaki etkinliklerde yer alarak daha geniş kitlelere duyurulması amacıyla başlanan çalışmalarda bu festivale 8 ülkeden 15 tiyatro ekibi katılmıştır. Festivalde söyleşiler, film gösterimleri, okuma tiyatroları, atölye çalışmaları gibi etkinlikler de izleyicilere ücretsiz olarak sunulmuştur.

22. İstanbul Tiyatro Festivali'nde yerli yapım etkinlikler dikkat çekmemiş; Yüzleşme adlı hikâye Duru Tiyatro ekibi yorumuyla, 45'lik isimli koreografi Çağdaş Dans Sanatçısı Tuğçe Tuna tarafından, Kral Lear Oyun Atölyesi yapımcılığıyla Haluk Bilgiler tarafından canlandırılmış, Zebercet isimli oyun Talimhane Tiyatrosu yapımcılığında, Kafka'nın Artık Bir Davan Var'da Bay K karakteri ve birçok oyun sahnelenerek izleyicilerle buluşturulmuştur.

Tasarım ve Renk

22. İstanbul Tiyatro Festivali Afişi, festivalin teması olan Tiyatro Bir Kez Yaşanır, Ama Yanındadır ifadesinden "Tiyatro Bir Kez Yaşanır" cümlesini afiş tasarımının konusu haline getirmiştir. Afiş düz zemin üzerine dikey kompozisyon

şeklinde tipografik öğelerle tasarlanmıştır. Afiş olabildiğince sade ve durağan şekilde görselleştirilmiş, afişteki tek hareket sloganın tipografik şekilde tasarlanmasıyla sağlanmaya çalışılmıştır. Dilsel ağırlıklı iletişim sergileyen afişte görsellik sözcüklerle ifade edilmiştir. İKSV logosunun düz formatta yerleştirildiği, festival isminin Türkçe, İngilizce yazıldığı ve sponsor firmaların alt kısımda yer aldığı dikdörtgen kompozisyonda yatay bilgilerle sadeleşmiş afiş tasarımı tamamlanmıştır.

Sahne sanatlarının canlı performanslara dayanan aktiviteler olması ve hafızalarda kalıcılığının, gerçekleşen sahneler üzerinden görselleşmesi tasarımın odak noktasını oluşturmaktadır. Sergilenen tiyatro oyununun ilk izlendiği duyguyla, ikinci, üçüncü kez izlendiği duygular arasında farklılıkların olabileceği anlık duyguların yer aldığı eserlerdir. Bu ifadeden yola çıkarak verilmek istenen mesaj diğer kültür sanat etkinlikleri ile farklılıklarının olacağıdır.

Afiş, siyah, beyaz, mavi, kırmızı, pembe renklerinden oluşmaktadır. Tasarım düz beyaz zemin üzerine siyah tipografik yazıların tasarlanmasıyla görselleştirilmiştir. Afiş sloganı kalın, farklı boyutlar şeklinde yerleştirilerek dikkat çekicilik ve hareket unsuru oluşturmaktadır. Afişte renkli kısımlar logonun yer aldığı pembe renk ve alt kısımda yer alan sponsor firmaların isimleridir.



Görsel 26: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2019)

Kaynak: https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (01.12.2022)

Afiş Bilgisi

23. İstanbul Tiyatro Festivali 13 Kasım-1 Aralık 2019 tarihleri arasında 17 mekânda 78 gösteri ve 28 oyunla, 23 bin izleyici katılımıyla yüzde yüze yakın doluluk oranlarıyla gerçekleşmiştir. Etkinlikler Zorlu PSM Turkcell Sahnesi, Fransız Kültür Merkezi, Dasdas, Moda Sahnesi, Caddebostan Kültür Merkezi, Salon İKSV, ENKA Oditoryumu, Tiyatro Pera ve Uniq Hall gibi mekanların yanı sıra festivale ilk kez ev sahipliği yapan Kuzguncuk İskelesi'nde de gerçekleştirilmiştir. Yeditepe Üniversitesi sponsorluğunda düzenlenen Öğrenme ve Gelişim Programına Pera Müzesi, Salt Galata, Kolektif House, The Marmara Pera ve Yeditepe Üniversitesi gibi merkezler ev sahipliği yapmıştır. Öğrenme ve Gelişim Programı kapsamında hikâye anlatıcılığı,

hikâye anlatma ve tiyatroda alternatif anlatım arayışları gibi başlıklarda ücretsiz etkinlikler gerçekleştirilmiştir.

Festival Onur Ödülleri hem yazar hem yönetmen hem oyuncu yönleri bulunan büyük usta Ferhan Şensoy'a, sahne tasarımcısı, yönetmen Metin Deniz'e ve Theatre de la Ville Paris artistik direktörü Emmanuel Demarcy-Mota'ya verilmiştir.

Festival kapsamında 2014 yılından itibaren düzenlenen Uluslararası Platform yerli tiyatro ve dans topluluklarının uluslararası alanda tanınması ve bu toplulukların çalışmalarının yurt dışında sahnelenmesi için gerçekleştirilmektedir. Bu platform usta sanat danışmanları festivale davet edilerek yerli yapımların görücüye çıkmasını sağlayarak dünyaya duyurulmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda 6 ülkeden 10 tiyatro profesyonelinin katılımıyla Öyle Durdum Bekliyordum Geçmeyenler Köprüsünden, Yangınlar, Kaçmış Evlatlar Ormanı, Sahibinden Kiralık gibi oyunlar sergilenmiştir.

Tiyatroda Bir Gün etkinlikleriyle, minik okuyucuların tiyatronun güzelliklerini keşfetmesi amacıyla yazar Sevinç Erbulak, tasarımcı Gözde Eyce ve yönetmen Burcu Ural Kopan tarafından hazırlanan kitap Türkçe, İngilizce ve Arapça dillerinde basılarak oyun mekanlarında ve ilgili kitap evlerinde dağıtılmıştır. Masal Sahnesi etkinlikleriyle de çocukların yazdığı masallar festivalde izleyicilerle buluşturulmuştur. İstanbul Masalları Yazım ve Anlatım Atölyesinde yazılan masallara İstanbul'un birçok bölgesinden 7-9 ve 10-12 yaşları arasında yaklaşık 30-35 çocuk katılım sağlamıştır.

Tasarım ve Renk

23. Tiyatro Festivali'nde kullanılan afişin tasarımı Hayat Ters Yüz slogan çerçevesinde kurgulanmıştır. Festival sloganından yola çıkılarak olağan dışılığa işaret etmek amacıyla kullanılan görselde açılmış bir şemsiye, onu tutan bir el figürü ve ama yağmurun şemsiye içerisinden yağışı sergilenerek afiş tasarımı görselleştirilmiştir.

Afiş dikey kompozisyon şeklinde tasarlanmış, yatay dengesi tipografik görsellerle ve el figürüyle sağlanmıştır. Afişteki kolun tasarımın dışına taşması tasarımdaki devamlılık, hareketlilik unsurunu ifade etmektedir. Tasarımda görsel iletişim dili olarak ön planda şemsiye ve el figürü olsa da afişin bütünü görselliği

sağlamakta, sözsel iletişim ise tipografik karakterlerle sunulmaktadır. Düz bir arka fon üzerine sol üst kısımda İKSV logosu, sağ üst kısımda festival ana sponsorları, afişin merkezinde tasarım öğeleri, alt kısımda 23. İstanbul Tiyatro Festivali bilgileri ve festival sloganı, en alt sol, sağ kısımda ise sponsor firmalar, sosyal medya adresleri, iletişim bilgileri ve katkı veren kuruluşların isimleri yer almaktadır.

Afiş tasarımında siyah, beyaz, kırmızı, pembe, mor ve tonlamaları kullanılmıştır. Düz mor arka fon üzerine şemsiyenin kırmızı rengi ile, fona uygun el figüründeki eldiven rengi ve festival sloganının tasarım renkler arasındaki uyum tasarımdaki bütünlüğü sağlamıştır. Klasik İKSV logosu dışında afiş üzerinde kullanılan tüm yazı görselleri beyaz renkte tasarlanarak görsel zenginlik oluşturulmuştur. Tasarımda dikkat çeken detaylar arasında şemsiye altındaki yağmur damlacıkları, arka planda gözlemlenen tasarımın gölgesi ve ışığın etkisiyle açık-koyu değerlerin tonlamalar oluşturması sayılabilir.



Görsel 27: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2020)

Kaynak: https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (04.12.2022)

Afiş Bilgisi

24. İstanbul Tiyatro Festivali 14 Kasım-1 Aralık tarihleri arasında yurtiçi ve yurtdışından toplam 30 tiyatro, performans, dans gösterisi icrası ile gerçekleştirilmiştir. Pandemi nedeniyle dijital platformlarda sergilenen etkinlikler 13 bin izleyici tarafından takip edilmiştir. Festivalin dijital ortamlarda paylaşılması sayesinde sadece İstanbul'daki sanatseverler değil İstanbul dışındaki sanatseverler de etkinliklere erişim sağlayabilmiştir.

Festival kapsamında Moda Sahnesi, Caddebostan Kültür Merkezi, Zorlu PSM, Dasdas, Yapı Kredi Bomontiada ve Fişekhane gibi alanlarda belirli sayıda izleyici

grubuyla 14 yerli yapım sahnelenmiştir. 1 Aralık tarihinde sona eren festival, 28 Aralık tarihine kadar çevrimiçi olarak devam etmiştir.

Festivalin Öğrenme ve Gelişim etkinlikleri kapsamında söyleşiler, atölye çalışmaları, paneller, okuma tiyatroları çevrimiçi şeklinde İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın Youtube kanalında ücretsiz olarak yayınlanmıştır. 24. İstanbul Tiyatro Festivalini Instagram'dan 55 bin, Facebook'dan 24 bin ve Twitter'dan 102 bin takipçi takip etmiştir. ENKA Vakfı'nın destekleriyle Varlık, Eften Püften Şeyler, Lear Mutfakta, Olağan İçi Bir Gezi, Andan Daha Kısa ve Her Güne bir Vaka adlı yerli yapımlar festivalin online adresinde izleyiciyle buluşturulmuştur. Festivalin Onur Ödülleri yönetmen Işıl Kasapoğlu, Belçikalı yönetmen Ivo Van Hove ve dansçı Geyvan Mcmillen'a verilmiştir.

Tasarım ve Renk

24. Tiyatro Festivali afişi dijital bir çağa ayak uydurma düşüncesini yansıtacak şekilde, tiyatroya farklı bir bakış açısını sergiler şekilde tasarlanmıştır. Günümüzde dijital teknoloji imkanlarının gelişerek çeşitlenmesi sayesinde tasarımda soyut, grafiksel nesneler üzerinden çalışmalar ile dikey kompozisyon tasarlanmış, yatay dengesi tipografik görsellerle ve çizgilerle sağlanmıştır. Afişte soyut bir pencere çerçevesi, önünde silüet şeklinde çizilen insan figürü ve arkada pencere perdesinin yarım biçimde gösterilmesi tasarımdaki devamlılık, hareketlilik boyutunu yansıtmaktadır. Tasarımda görsel iletişim dili olarak kullanılan grafiksel çizimler afişi tamamlayarak görselliği sağlamaktadır. Düz bir arka fon üzerine sol üst kısımda İKSV logosu, sağ üst kısımda festival ana sponsorları, afişin merkezinde çizgisel tasarım nesneleri, sağ ve sol kenarda dikey tasarlanan Tiyatro Festivali bilgileri, alt kısımda ise sponsor firmaların adları, sosyal medya adresleri, iletişim bilgileri ve katkı veren kuruluşların isimleri yer almaktadır.

Afişte siyah, beyaz, mavi, pembe ve kırmızı renk tonlamaları kullanılmıştır. Düz pembe fon üzerine aynı renk kartelasından gelen kırmızı bordo karışımı çizgisel soyut tasarım çizilmiştir. Soyut insan figürünün koyu renkle gösterildiği, geçişlerin

açık koyu tonlarla sağlandığı afişte derinlik, hava perspektifi[81] kuralının tam tersi şeklinde görselleştirilmiştir. Afişte pembe ve beyaz renk hakimiyetinin dışında mavi, siyah yazı görselleriyle tasarımdaki renk hareketliliği sağlanmıştır.



Görsel 28: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2021)

Kaynak: https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar (08.12.2022)

Afiş Bilgisi

25. İstanbul Tiyatro Festivali 22 Ekim-20 Kasım tarihleri arasında sahnelerde ve çevrimiçi olarak yurt içi, yurt dışı yapımlarla gerçekleştirilmiştir. Bu etkinliklerde toplamda 15 bin izleyici sayısına ulaşılmıştır. Festival Atlas 1948 Sineması, Moda

[81] Hava (Renk) Perspektifi; uzaktaki nesnelerin havanın etkisiyle daha açık tonla algılanması temeli üzerine kurulmuştur. Ayrıntılı bilgi için www.gorselsanatlar.wordpress.com'a bakabilirsiniz.

Sahnesi, Duru Ataşehir, Caddebostan Kültür Merkezi ve Zorlu PSM gibi salonlarda salgın önlemlerine karşı alınan tedbirler eşliğinde tamamlanmıştır. Festival boyunca gerçekleştirilen panel, söyleşi, okuma tiyatroları gibi etkinliklere izleyiciler ücretsiz olarak katılım sağlamışlardır.

Festival kapsamında İtalya, Fransa ve Hollanda ülkelerinden 7 uluslararası yapımın gösterimi çevrimiçi gerçekleştirilmiştir. İstanbul Tiyatro Festivali-Hollanda Konsolosluğu ve İstanbul Tiyatro Festivali-Golden Mask Rus Sahne Sanatları arasındaki iş birliği ve ENKA Vakfının destekleriyle Medea, Alice, Oedipus, Ayı, Boris, Güneşin Çocukları adlı oyunlar sahnelenmiştir.

İlk defa bu festivalde gerçekleşen Bu İşte Bir Kadın Var başlıklı etkinlikle tamamı kadınlar tarafından yönetilen Birazdan Gideriz Şimdi Yağmur Yağıyor, Kendine Ait Bir Oda ve Yüzleşme isimli oyunlar izleyiciyle buluşturulmuştur. Kırmızı Başlıklı Kız, Rapunzel, Sindrella, Kurbağa Prens ve Pamuk Kalpli Prens gibi çocuk oyunları da Bu İşte Bir Kadın Var etkinliği kapsamında sahnelenmiştir.

Festival kapsamında Koleksiyoncu, Toz, Izdırap Korosu, Irgat, Yüzleşme, Gabriel'in Düşü, Vişne Bahçesi, Beni Sakın Yumruklardan ve çocuk oyunları Eşit Masallar, Mitolojik Hikayeler gibi yerli yapımlar ilk kez seyirci karşısına çıkmıştır. Bu yılki festival Onur Ödülleri Prof. Dr. Ayşegül Yüksel ve İtalyan yönetmen Pippo Delbono'ya verilmiştir.

Tasarım ve Renk

25. İstanbul Tiyatro Festivali afişi Bu Zamanda Tiyatro Nefes Aldırır sloganıyla, tipografik öğeler ve figüratif[82] resim şeklinde tasarlanmıştır. Afiş dikey kompozisyon olarak tasarlanmış, düz arka plan üzerine figüratif çalışmanın soyut kaldığı, üst kısımda İKSV Tiyatro logosu, logonun altında festival adı, orta kısımda festival sloganı, festival bilgileri ve en alt kısımda ise festival sponsorlarının yer aldığı görsel ve dilsel iletişim öğeleri yer almaktadır. Tasarımın en dikkat çekici özelliği

[82] Figüratif; gerçek dünyaya ve özellikle insan figürüne güçlü atıflarda bulunan her türlü modern sanat biçimini tanımlar. Ayrıntılı bilgi için www.boslevha.com/figüratifsanat'a bakabilirsiniz.

figüratif resmin üzerine tipografik tarzda tasarımın etkili bir şekilde yerleştirilmesidir. Slogana uygun objelerin soyut biçimde görselleştirildiği afişte perspektif etkisi görülmektedir. Afişin dışına çıkan figür görüntüsüyle devamlılık, hareketlilik sağlamıştır. Tasarımda yerleştirilen dilsel sözcükler, figür üzerindeki çizgisel hareketler yatay-dikey dengesinin yanında odak noktayı merkeze toplayarak, espas dengesinin eşit dağılmasına engel olmuştur.

Afiş tasarımında siyah, beyaz, pembe, mavi ve kırmızı renkler kullanılmıştır. Beyaz fon üzerine tasarlanan afişte tipografik tasarımlar siyah, figüratif çalışma kırmızı, pembe, mavi renklerde görselleştirilmiştir. Afiş sloganı büyük ve koyu fontla tasarlanarak festival etkinliğini vurgulamaktadır.

Bu çalışmada İstanbul Kültür Sanat Vakfı, uluslararası caz, film, müzik ve tiyatro festival afişleri dört başlık altında değerlendirilmiştir. Her bir festival başlığı altında örnek beş afişin incelendiği çalışmamızda tasarımlar soyut figürler, tipografik öğeler, realist çizimler, fotoğraf resimleri dilsel ve görsel iletişim tasarımı bakımından incelenmiştir.

SONUÇ

Görsel iletişim çağının bu kadar ön planda olduğu günümüzde görsel imgelerin önemi teknolojik yeniliklerle beraber daha da artmaktadır. Görsellerin yaşam içerisinde sosyal ve kültürel anlamda önemli bir gösterge olarak toplumun bir parçası halini alması kültür ve sanat afişlerinin de görünürlüğünü daha etkili kılmaktadır.

Afiş tasarım örnekleri toplumsal ve bireysel etkileşimi sağlayan sembolik görsel iletişim araçlarıdır. Çalışmamızda, kültürel anlamda öneme sahip olan İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın festival afişleri incelenmiştir. Araştırmamızda İKSV'nin caz, film, müzik ve tiyatro festival afiş örneklerinin görsel iletişim açısından incelendiği, yorumlanarak anlamlandırıldığı ve değerlendirildiği şekliyle bir bütün halinde ele alınmıştır.

Kültür ve sanat afişlerinin görsel iletişim tasarım açısından incelendiği İstanbul Kültür Sanat Vakfı afiş örneklerinin birinci bölümünde, kültür, sanat, iletişim ilişkisi, kültür sosyolojisi, kültürel çalışmalara genel bakış, sanat kültürü, popüler kültür, kitle kültürü, iletişim kavramı ve sanatın tasarımla ilişkisi ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, görsel iletişimin önemi, toplumsal hayatta görsel iletişimin önemi, işaret, sembol, simgelerle iletişim, görsel iletişimde anlam, anlamlandırma, tasarım kavramı, temel tasarım öğeleri ve ilkeleri alt başlıklar halinde ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde, afiş tasarımının tarihsel gelişimi, afişlerin oluşturulma süreçleri, kültürel, sosyal, ticari (reklam) afişler, afiş çeşitleri ve afişlerin kullanıldığı alanlar alt başlıklarla değerlendirilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde "Görsel Tasarım Süreçleri Yönünden İstanbul Kültür Sanat Vakfı Afiş Örneklerinin İncelenmesi" başlığı altında İKSV sinema, caz, müzik ve tiyatro festival afişlerinden örnek beşer afiş bütünlük, denge, tekrar, tipografi, kompozisyon, renk tasarım bakımından değerlendirilmiştir.

İncelemesi yapılmış olan afişlerin hangi festival olursa olsun standart birer format üzerine tasarlanmış olduğu görülmektedir. Bu afişlerde İKSV logosunun tasarımı, festival ismi ve renk seçeneği farklı olup belirli bir büyüklükte aynı düzende yerleştirilmiştir. Ana sponsor bilgilerinin belirli bir çerçevede yerleştirildiği, festival

bilgilerinin, katkı sunan kuruluşlarında yer aldığı tasarımlarda festival başlıklarıyla ilişkili şekilde kullanılan çizimler, figürler, renkler kendi içerisinde bütünlük sağlayarak afişlerin sanat severlerle bağ kurmasına vesile olmuştur.

Caz Festivali; 2015 yılında gerçekleştirilen 22. Caz festivali afişinde müziğin, İstanbul'un tarihiyle buluştuğu soyut tasarımda insan figürleri ve müzik aletlerinin çizgisel, dairesel kıvrımları afişin hareketliliğini sağlamaktadır. İKSV logosu, festival sponsor logosu tasarımın dışında izlenimi vermektedir. 2016 yılında 23. Caz Festivali afişi, baharı müjdeleyen çiçek demetiyle müziğin insan ruhuna yansıttığı ışığı vurgulamaktadır. Görselliğin ön planda olduğu tasarımda yumuşak renk seçenekleri ve kullanılan obje çizimleri çeşitliliği artırmaktadır. 2017 yılında 24. Caz Festivali afişi, tipografik tasarım merkezli ve canlı renk kullanımıyla izleyicinin dikkatini çekmektedir. 2018 yılında gerçekleştirilen 25. Caz Festivali afişi, festival yılına özel tasarımıyla süreci vurgulamaktadır. 2019 yılında 26. Caz Festival afişi ise soyut, figüratif, tipografik görsellerle festivalin ruhuna uygun tasarım bütünlüğü oluşturmaktadır.

Film Festivali; 2017 yılında 36. Film Festivali'nin teknoloji, iletişim, sosyal ağlar gibi günümüz dünyasının vazgeçilmez unsurlarının bir araya getirildiği afiş tasarımında görsellerin tipografik çizimlerle, renklerle, birleştirildiği dilsel ve görsel iletiler ile anlaşılabilirlik sağlanmıştır. 2018 yılında 37. Film festivali afişi minyatür sanatından esinlenerek hazırlanmıştır. Afiş canlı renkler ve görsel figürleriyle izleyiciye iletilmek istenen mesajı açık ve net bir şekilde vermektedir. 2019 yılında 38. Film festivali afiş tasarımında kullanılan fotoğraf görselindeki göz resmi tasarımın ana temasını oluşturmakta, tasarıma boyutluluk katarak dilsel, görsel iletişimi artırmaktadır. 2020 yılındaki 39. Film festivali afişi renklerin dilinin yanında çizimlerin etkileyici görselliğiyle büyülü bir atmosfer oluşturarak tasarımdaki odak noktayı kadın figürünün üzerine çekmektedir. 2021 yılında 40. Film festival afişi ise resim sanatındaki kolaj tekniğinden esinlenilerek katmanlar şeklinde tasarlanmış, canlı renkler, zıtlıklarla yansıtılarak hareketli afiş tasarımı oluşturulmaktadır.

Müzik Festivali; 2017 yılındaki 45. Festival afişi "Sıra Dışı" başlıklı teması ve görseliyle müzik severleri etkilemeyi başarmış, sade tasarım fikri, tipografik iletişim diliyle de sanatseverlerin hayal dünyasına dokunarak onları etkilemeyi hedeflemiştir.

2018 yılında 46. Müzik festival afişi, fotoğraf görselinin aile bağlarına vurgu yaptığı, müzik sevgisinin küçük yaşlardan itibaren aile içerisinde başladığını gösteren tasarımla kurgulanmıştır. 2019 yılındaki 47. Müzik festival afişi, tipografi tasarımının ve görsel nesnelerin iç içe geçip birbirini tamamladığı, ışık-gölge etkisinin hissedildiği, varoluş sloganıyla sanatseverlere sunulmuştur. 2020 yılındaki 48. Müzik festival afişi, müzikle sonbahar vurgusunu, yumuşak renklerle yansıtmış sonbaharı ve hüznü görsel ve dilsel ileti şeklinde ifade etmiştir. 2021 yılındaki 49. Müzik festivali afişi ise başka bir dünyanın da mümkün olabileceğini el figürleri görseli ile yansıtılmış, figürlerdeki tek rengin ton geçişleriyle görselleştirilmiştir.

Tiyatro Festivali; 2017 yılındaki 21. Festival afişi, tipografi ve görsel tasarım unsurlarının yalın bir şekilde bağımsız, özgürleştirici ruhunu yansıtarak siyah, beyaz, gri tonlamalarla tasarlanmıştır. 2018 yılındaki 22. Tiyatro Festival afişi düz, sade tipografik bir anlatım diliyle anın yaşanılabilirliğini ifade etmek üzere tasarlanmıştır. 2019 yılındaki 23. Tiyatro Festival afişi, realist, gerçeküstü tasarımıyla hayatın içerisindeki olayların bazen tersten de akabileceğini gösteren biçimiyle, belli bir renk çerçevesinde ışık-gölge, açık-koyu değerlerle görselleştirilmiştir. 2020 yılındaki 24. Tiyatro Festival afişi soyut, tipografik ve grafiksel biçimde tek bir rengin tonlamalarıyla hareketten uzak tasarlanmıştır. 2021 yılındaki 25. Tiyatro Festivali ise soyut, tipografi, figüratif izler çerçevesinde "Bu Zamanda Tiyatro Nefes Aldırır" sloganıyla sanatseverlerin beğenisine sunulmuştur.

İstanbul Kültür Sanat Vakfı caz, film, müzik ve tiyatro festival afişlerinin farklı tarihsel, kültürel yapılarıyla kendi içerisindeki anlamlarına uygun tasarım modelleri ve sloganları eşliğinde gerçekleştirdiği görülmektedir. Afişlerde mesaj olarak verilen öğeler bağlamında sanat severlere içinde yaşadıkları çağı, anı hissettirerek onları geçmişe götürüp, gelecekten beklentiler oluşturan çalışmalar olduğu görülmektedir. Son olarak İKSV afişlerinin minimal olarak değerlendirildiği akademik çalışmaların yanında bu çalışma İKSV'nin hazırladığı bütün sanat alanları afişlerinin bütüncül değerlendirilmesi bakımından önem taşımaktadır. Zira caz, sinema, müzik ve tiyatro sanat dalları ile ilgili hazırlanan afişler bütüncül olarak ilk kez bu çalışmada ele alınmaktadır.

Sonuç olarak “Kültür ve Sanat Vakfı Festival Afişlerinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi” başlığında İstanbul Kültür Sanat Vakfı afiş örneklerinin incelendiği çalışmada, ilk bölümde kültürün genel yapısı, etkileyen etkilenen hali, sanata kattığı değerler, tüketim çağında olduğumuz günümüzde değişim şekli ve iletişim boyutuyla geçmişten bugüne kadar varlığını sürdürdüğü görülmektedir. İkinci bölümde yer alan çizgi, renk, ton, doku, biçim, form, ölçü, yön gibi tasarım öğeleri ve denge, oran, orantı, ritim, vurgu, bütünlük, zıtlık, devamlılık gibi tasarım ilkelerinin özellikleriyle çalışmaların tasarlanmasındaki öneminden bahsedilmektedir. Üçüncü bölümde ise afiş tasarımının tarihsel gelişiminin önemi, kullanıldığı alanlar ve afiş çeşitlerinin tasarım süreçlerine katkılarından bahsedilmektedir. Son bölüm olan afişlerin incelenmesi aşamasında festival afişlerinin genel bilgi, değerlendirme, görsel, dilsel iletişimi, tasarım öğeleri ve ilkeleri gibi yönleriyle gözlemlenmektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, Theodor, W. *Kültür Endüstrisi,* (11. Baskı). İletişim Yayınları, İstanbul, 2020.

Ahbap, Birsen Öztürk, ‘‘Renklerin Pazarlama Üzerindeki Etkisi’’, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi SBE. 2014.

Akdoğanoğlu, Elif ve Yayan, Gonca, “Sanat ve İletişim Bağlamında Aydın Ayan’ın Sanat Görüşü ve Eserlerinin Çözümlemeleri”, Kesit Akademi Dergisi, 2021.

Alpan, Gülgün, “Görsel Okuryazarlık ve Öğretim Teknolojisi”, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2008.

Arnheim, Rudolf, *Görsel Düşünme,* (2. Baskı). Metis Yayınları, İstanbul, 2018.

Artan, H. Irmak, Uçar, T. Fikret, “Kaligrafi ve Tipografinin Afiş Sanatına Yansımaları”, Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, 2019.

Atay, Tayfun, *Görünüyorum O Halde Varım,* (3. Baskı). Can Yayınları, İstanbul, 2019.

Barthes, Roland, *Gösterbelimsel Serüven,* (10. Baskı). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2021.

Bayazıt, Nigan, *Tasarlama Kuramları ve Metotları,* Birsen Yayınevi, İstanbul, 2004.

Berger, John, *Görme Biçimleri,* (27. Baskı). Metis Yayınları, İstanbul, 2020.

Cüceloğlu, Doğan, *İnsan İnsana,* (61. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2021.

Cündioğlu, Dücane, *Sanat ve Felsefe,* (2. Baskı). Kapı Yayınları, İstanbul, 2013.

Çakır, Mukadder, *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü,* Ütopya Yayınevi, Ankara, 2014.

Deliduman, Canan ve Çakmak, Sinan, “Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon”, İdil Dergisi, 2017.

Dinçeli, Duygu, “Türkiye’de Afiş Sanatının Görsel Kültürdeki Yeri”, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi SBE. 2016.

Fiske, John, *İletişim Çalışmalarına Giriş,* (2. Baskı). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003.

Günay, V. Doğan, Parsa, Alev F. *Görsel Göstergebilim,* (74. Baskı). Es Yayınları, İstanbul, 2012.

Güney, Melike, *Sanat ve Psikiyatri,* (2. Baskı). Ankara, 2011.

Güvenç, Bozkurt, *Kültürün abc'si,* (10. Baskı). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2021.

Kırışoğlu, Olcay Tekin, *Sanatta Eğitim,* (4. Baskı). Ütopya Yayınevi, Ankara, 2019.

Küçük Berna, "Görsel İletişim Tasarımı Açısından Sanatsal ve Kültürel Afişlerin Çözümlenmesi; Uluslararası İstanbul Caz Festivali Afişleri", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi SBE. 2013.

Mejuyev, Vadim, *Kültür ve Tarih,* (2. Baskı). Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul, 1998.

Niedzviecki, Hal, *Dikizleme Günlüğü,* (2. Baskı). Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2019.

Onursoy, Sibel, ''Haber Türleri Boyutunda Gazetelerde Renk Kullanımı'', Marmara İletişim Dergisi, Sayı:16, 2010.

Oskay, Ünsal, *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım,* (3. Baskı). İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2018.

Özlem, Doğan, *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi,* (5. Baskı). Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2008.

Sakallı, Erol, "Türkçe Popüler Kültür", Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, 2014.

Sartori, Giovanni, *Görmenin İktidarı,* (2. Baskı). Karakutu Yayınları, İstanbul, 2006.

Seylan, Ali, *Temel Tasarım,* M Kitap, Ankara, 2005.

Sorgunalp, Ömer Can, "Kitap Kapağı Tasarımında Görsel Bütünlük", Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi G.S.E. Grafik Ana Sanat Dalı, Isparta, 2017.

Tansuğ, Sezer, *Resim Sanatının Tarihi,* (7. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2011.

Tolstoy, Lev Nikolayeviç, *Sanat Nedir,* İlgi Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2017.

Tunalı, İsmail, *Estetik,* (13. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2011.

Tunalı, İsmail, *Tasarım Felsefesi,* (3. Baskı). Yem Yayın, İstanbul, 2009.

Turani, Adnan, *Sanat Terimler Sözlüğü,* (15. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul, 2014.

Tylor, Sir Edward Burnett, "Kültür Bilimi", *Vira Verita,* Çev: Esra Dabağcı, Sayı:4 2016.

Uludağ Eraslan, Reyhan, "Sanat Tarihindeki Eserleri ile Piktogramlar Arasındaki Etkileşim ve Benzerlikler", The Journal Of Social Science, 2020.

Williams, Raymond, *Kültür,* İmge Kitabevi, Ankara, 1993.

Yavuz, Volkan, "Yeni Medyada Sanat Yönetimi", Yıldız Journal Of Art And Design, 2015.

Yaylagül, Levent, *Kitle İletişim Kuramları,* (11. Baskı). Dipnot Yayınları, Ankara, 2021.

İNTERNET TABANLI KAYNAKÇA

http://kizilaytarih.org/galeri-afisler.html. Erişim Tarihi: 04.07.2022.

https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 03.10.2022.

https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 12.10.2022.

https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 19.10.2022.

https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 22.10.2022.

https://caz.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 29.09.2022.

https://en.wikipedia.org/wiki/Alfred_Hitchcock. Erişim Tarihi: 02.11.2022.

https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 01.11.2022.

https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 04.11.2022.

https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 06.11.2022.

https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 25.10.2022.

https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 27.10.2022.

https://gorselsanatlar.wordpress.com/tag/hava-perspektifi-nedir. Erişim Tarihi: 02.12.2022.

https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 10.11.2022.

https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 12.11.2022.

https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 15.11.2022.

https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 18.11.2022.

https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 22.11.2022.

https://muzik.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 25.08.2022.

https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 01.12.2022.

https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 04.12.2022.

https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 08.12.2022.

https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 25.11.2022.

https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar. Erişim Tarihi: 28.11.2022.

https://tiyatro.iksv.org/tr/arsiv/festival-arsivi. Erişim Tarihi: 04.07.2022.

https://wannart.com/icerik/19699-parcalarindan-ayri-bir-butun-gestalt-ilkeleri. Erişim Tarihi: 13.04.2022.

https://www.arkhesanat.com/illustrasyon-nedir. Erişim Tarihi: 22.07.2022.

https://www.artopol.com/sayfa/kolaj-sanati-nedir. Erişim Tarihi: 23.07.2022.

https://www.babblela.com/espas-yazi-karakterlerinin-boslugu-nedir-nasil-ayarlanir. Erişim Tarihi: 13.04.2022.

https://www.behance.net/gallery/88448131/Shell-Kampanya-Afisi-Tasarım. Erişim Tarihi: 05.07.2022.

https://www.boslevha.com/figuratif-sanat-nedir. Erişim Tarihi: 04.12.2022.

https://www.felsefe.gen.tr/toz-nedir-ne-demektir. Erişim Tarihi: 04.04.2022.

https://www.ikgv.org. Erişim Tarihi: 12.10.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari. Erişim Tarihi: 13.10.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari. Erişim Tarihi: 20.10.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari. Erişim Tarihi: 23.10.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2018. Erişim Tarihi: 26.08.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2019. Erişim Tarihi: 26.08.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2020. Erişim Tarihi: 26.08.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2021. Erişim Tarihi: 26.08.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/iksv. Erişim Tarihi: 25.08.2022.

https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/tarihce. Erişim Tarihi: 25.08.2022.

https://www.kisiselgelisim.com/renklerin-psikolojisi-sarı-renk-ve-sarı-rengin-anlamı. Erişim Tarihi: 06.04.2022.

https://www.kulturportali.gov.tr/portal/minyatursanati. Erişim Tarihi: 01.11.2022.

https://www.lavitasarim.com/rolyef-ve-rolyef-cesitleri. Erişim Tarihi: 08.04.2022.

https://www.linakurtaran blog.tumblr.com/kültürel afiş. Erişim Tarihi: 03.07.2022.

https://www.makaleler.com/eskiz-nedir. Erişim Tarihi: 04.04.2022.

https://www.mixerarts.com/litografi. Erişim Tarihi: 13.04.2022.

https://www.resimhocam.com/nesne-çizimi-ve-oran-orantı Erişim Tarihi: 12.04.2022.

https://www.sanatbilgisi.blogspot.com. Erişim Tarihi: 13.04.2022.

https://www.sanatinoykusu.com/henri-de-toulouse-lautrec, Erişim Tarihi: 10.05.2022.

https://www.tamsanat.net/sanat-terimleri-sozlugu/deger-valor. Erişim Tarihi: 11.04.2022.

https://www.tarihlisanat.com/ Rönesans. Erişim Tarihi: 13.04.2022.

https://www.wikipedia.org/wiki/Azize_Mustafazade. Erişim Tarihi: 12.10.2022.

https://www.wiktionary.org/wiki/fanfar. Erişim Tarihi: 04.11.2022.

TDK, https://sözlük.gov.tr. Erişim Tarihi: 10.12.2021.

TDK, https://sözlük.gov.tr. Erişim Tarihi: 28.12.2021.