YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ 1911

asoscongress

5.

asoscongress

ULUSLARARASI GÜZEL SANATLAR SEMPOZYUMU

International Symposium on Fine Arts

TAM METİN KİTABI

ASOSCONGRESS CONFERENCE PROCEEDINGS

Editör
Prof. Dr. Turan SAĞER

ISBN: 978-605-2132-98-2

V. ULUSLARARASI GÜZEL SANATLAR SEMPOZYUMU TAM METİN KİTABI

ISBN: 978-605-2132-98-2

Yayın Yönetmeni
Muhammet Özcan

Yayın Editörü
Prof. Dr. Turan Sağer

Kapak Tasarımı
Bülent Polat

Erişime Açıldığı Tarih
26.12.2018

Asos Yayınevi
1.baskı
Adres: Çaydaçıra Mah. Hacı Ömer Bilginoğlu Cad. No: 67/2-4/MERKEZ/ELAZIĞ
Telefon: 0530 473 23 00
Mail Adresi: asos@asosyayinlari.com
Web: www.asosyayinlari.com
İnstagram: https://www.instagram.com/asosyayinevi/
Facebook: https://www.facebook.com/asosyayinevi/
Twitter: https://twitter.com/Asosyayinevi

Tam metin kitabında yayınlanan tüm bildiriler Sobiad tarafından indekslenmiş, İntihal.net tarafından benzerlik denetiminden geçirilmiştir.

Sempozyum Onursal Başkanı

Yıldız Teknik Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Bahri ŞAHİN

Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Turan Sağer

Sempozyum Düzenleme Kurulu

Dr. Öğretim Üyesi Tahir Çelikbağ
Dr. Öğretim Üyesi B. Burçak Erdal

Küratörler

Dr. Öğr. Üyesi Seyhan Mercan Kalaycı
Dr. Öğr. Üyesi Tahir Çelikbağ

Sergi Değerlendirme Kurulu

Prof. Dr. Aydın Ayan
Prof. Dr. Alaybey Karoğlu
Prof. Dr. Natig Eliyev
Prof. Dr. Nihat Begiri
Doç. Dr. Roza Sultanova
Doç. Dr. Samir Sadıkov
Doç. Dr. Abaz Dizdaroviç

Bilim Kurulu

Prof. Dr. Ali Tilbe
Prof. Dr. Abdulkadir Baharçiçek
Prof. Dr. Adnan Çelik
Prof. Dr. Ahmet Yatkın
Prof. Dr. Aleksandra Vranes
Prof. Dr. Ali Yılmaz Gündüz
Prof. Dr. Alper Maral
Prof. Dr. Anaid Donabedian Inalco
Prof. Dr. A. Melek Özyetgin
Prof. Dr. Belkacem Boumahdi

Prof. Dr. Bünyamin Akdemir
Prof. Dr. Canan Çetin
Prof. Dr. Candalene J. McCombs
Prof. Dr. Cemile Hesenzade
Prof. Dr. Choi Han – Woo
Prof. Dr. Cihan Işıkhan
Prof. Dr. Çağatay İnam Karahan
Prof. Dr. Daoud Djefafla
Prof. Dr. David Carr
Prof. Dr. Elena Oganova
Prof. Dr. Elif Yüksel Oktay
Prof. Dr. Emin Çelebi
Prof. Dr. Erica H. Gilson
Prof. Dr. Erol Asiltürk
Prof. Dr. Erol Parlak
Prof. Dr. Eva Agnes Csato
Prof. Dr. Fadime Suata Alpaslan
Prof. Dr. Flera Sayfulina
Prof. Dr. Güldane Araz Ay
Prof. Dr. Gwendolyn Alexander
Prof. Dr. H. Birsen Hekimoglu-Örs
Prof. Dr. Hacer Tor
Prof. Dr. Hasan Arapgirlioğlu
Prof. Dr. Himmet Karadal
Prof. Dr. Hocine Boukara
Prof. Dr. Işıl Uluçam Wegmann
Prof. Dr. İ. Gülsel Sev
Prof. Dr. İbrahim Halil Sugözü
Prof. Dr. İbrahim Örnek
Prof. Dr. İhsan Çapçıoğlu
Prof. Dr. İlhan Özkeçeci
Prof. Dr. Joachim Klose
Prof. Dr. Kathleen Malu
Prof. Dr. Kazuyuki Nagai
Prof. Dr. Khalil Awda

Prof. Dr. Kim Hyo Joung
Prof. Dr. Liptai Kalman
Prof. Dr. Ljiljana Markoviç
Prof. Dr. Lubov Kopanitsya
Prof. Dr. M. Ali Kırman
Prof. Dr. M. Cihat Can
Prof. Dr. Mahmut Tekin
Prof.Dr. Mehmet Koştumoğlu
Prof. Dr. Mashood Baderin
Prof. Dr. Mohammed Hardan Ali
Prof. Dr. Moheddin Bananeh
Prof. Dr. Mustafa Arslan
Prof. Dr. Mustafa İsmail Kaya
Prof. Dr. Mustafa Uslu
Prof. Dr. Nabeel Madallah Hamad Al-Obaidi
Prof. Dr. Nassıra Hedjerassı
Prof. Dr. Olena Ivanovska
Prof. Dr. Orhan Çoban
Prof. Dr. Recep Dikici
Prof. Dr. Robert Elliott
Prof. Dr. Roberto Veraldi
Prof. Dr. Sanjin Kodric
Prof. Dr. Sedat Cereci
Prof. Dr. Serpil Ağcakaya
Prof. Dr. Sevil Mehdiyeva
Prof. Dr. Sevgi Soylu Koyuncu
Prof. Dr. Sven Tarp
Prof. Dr. Tahir Akgemci
Prof. Dr. Tarık Özcan
Prof. Dr. Tetsuya Sato
Prof. Dr. Türev Berki
Prof. Dr. Tofiq Abdülhasanli
Prof. Dr. Tom Schoeneman
Prof. Dr. Viktoria Serzhanova

Doç. Dr. Ahmet Talimciler
Doç. Dr. Arda Eden
Doç. Dr. Besir Mustafayev
Doç. Dr. Beyhan Kanter
Doç. Dr. Beyhan Zabun
Doç. Dr. Burçin Cevdet Çetinsöz
Doç. Dr. Duygu Kızıldağ
Doç. Dr. Dündar Alikılıç
Doç. Dr. Elmas Şahin
Doç. Dr. Elmira Memmedova Kekeç
Doç. Dr. Erdal Arlı
Doç. Dr. Esra Birkan Baydan
Doç. Dr. Evrim Mayatürk Akyol
Doç. Dr. Fatih Arslan
Doç. Dr. Fatih Mehmet Öcal
Doç. Dr. Fatma Nur Yorgancılar
Doç. Dr. Ferit İzci
Doç. Dr. Fulya Erlüle
Doç. Dr. Funda Kızıler Emer
Doç. Dr. Gulnara Kanbarova
Doç. Dr. Gül Kayalıdere
Doç. Dr. Güldane Araz Ay
Doç. Dr. Güler Tozkoparan
Doç. Dr. Halil İbrahim Koruca
Doç. Dr. Halil Tokcan
Doç. Dr. Hasan Güner Berkant
Doç. Dr. İrina Pokrovskaya
Doç. Dr. Kader Sürmeli
Doç. Dr. Kemal Erol
Doç. Dr. Kürşat Çelik
Doç. Dr. Lütfiye Özdemir
Doç. Dr. Mahmut Yardımcıoğlu
Doç. Dr. Mary Beth Schaefer

Doç. Dr. Mehmet Ak
Doç. Dr. Muhittin Kapanşahin
Doç. Dr. Murat Elmalı
Doç. Dr. Mutlu Deveci
Doç. Dr. Nazile Abdullazade
Doç Dr. Necdet Yaşar Bayatlı
Doç. Dr. Nevin Özdemir
Doç. Dr. Okan Murat Öztürk
Doç. Dr. Olca Sürgevil
Doç. Dr. Özlem Demirel Dönmez
Doç. Dr. Sare Şengül
Doç. Dr. Sibel Kılıç
Doç. Dr. Şafak Kaypak
Doç. Dr. Tamer Budak
Doç. Dr. Tarana Khalilova Ahmed Gizi
Doç. Dr. Tuba Büyükbeşe
Doç. Dr. Tudora Arnaut
Doç. Dr. Turan Akkoyun
Doç. Dr. Yegane Çağlayan
Doç. Dr. Yılmaz Karadeniz
Doç. Dr. Yusuf Şahin
Doç. Dr. Yüksel Göğebakan

Dr. Öğretim Üyesi Ahmed Aldyab
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Turan Sinan
Dr. Öğretim Üyesi Bahadır Köksalan
Dr. Öğretim Üyesi Banu Tanrıöver
Dr. Öğretim Üyesi Bengü Hırlak
Dr. Öğretim Üyesi Beyzade Nadir Çetin
Dr. Öğretim Üyesi Birol İpek
Dr. Öğretim Üyesi B. Burçak Erdal
Dr. Öğretim Üyesi Burcu Özge Özaslan Çalışkan
Dr. Öğretim Üyesi Cihat Kartal
Dr. Öğretim Üyesi Duygu Koçak

Dr. Öğretim Üyesi Ebru Onurlubaş
Dr. Öğretim Üyesi Fadime Tosik Dinç
Dr. Öğretim Üyesi Gülsüm Vezir Oğuz
Dr. Öğretim Üyesi Hakan Yalap
Dr. Öğretim Üyesi İbrahim Görücü
Dr. Öğretim Üyesi İdil Tuncer Kazancı
Dr. Öğretim Üyesi İzzet Taşar
Dr. Öğretim Üyesi Kürşat Yusuf Aytaç
Dr. Öğretim Üyesi Lütfi Alıcı
Dr. Öğretim Üyesi Lütfiye Özaydın Akyol
Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Levent Erdaş
Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Yılmaz
Dr. Öğretim Üyesi Melahat ÖNEREN
Dr. Öğretim Üyesi Mustafa Uğraş
Dr. Öğretim Üyesi Nilüfer Alimen
Dr. Öğretim Üyesi Nurhodja Akbulaev
Dr. Öğretim Üyesi Özlem Yaşar Uğurlu
Dr. Öğretim Üyesi Ramazan Yirci
Dr. Öğretim Üyesi Recep Özdemir
Dr. Öğretim Üyesi Seçil Eda Kartal
Dr. Öğretim Üyesi Semra Kıranlı Güngör
Dr. Öğretim Üyesi Sezgin Demir
Dr. Öğretim Üyesi Tahir Çelikbağ
Dr. Öğretim Üyesi Tuncay Yavuz Özdemir
Dr. Öğretim Üyesi Türkan Askerova
Dr. Öğretim Üyesi Yavuz Haykır

Dr. Elçin İbrahimov

İÇİNDEKİLER

SOYUT RESİMDE 1950 VE SONRASI BİÇİMLENDİRME ÖĞESİ OLARAK ESPAS 2

KAĞIT ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN, GÖRSEL SANATÇILARA KATKILARI 14

GÖRSEL İLETİŞİM AÇISINDAN 22

BRÜTALİST MİMARİDE SANATSAL DOKUNUŞ ÖRNEĞİ OLARAK SERAMİK PANO KULLANIMI 42

MİMARİ YAPILARIN KALICI DEĞERLERİ: DUVAR SERAMİKLERİ 55

AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM PROGRAMLARINDA DEKOR TASARIMI;..... 65

AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ EĞİTİM PROGRAMLARI ÖRNEĞİ 65

TRABZON KEŞAN DOKUMALARI VE HAZIR GİYİM ÖRNEKLERİ 84

ALBERCHT DÜRER VE EZOTERİZM 111

RENE MAGRITTE ve DÜŞÜNCE: IŞIĞIN İMPARATORLUĞU II ÖRNEĞİ 119

RESİM SANATINDA IŞIK VE GÖLGENİN ÖNEMİ: KARAKALEM ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER 127

KAMU ALANLARINDA BULUNAN İNTERAKIF REKLAM PANOLARIN 132

SOSYAL FARKINDALIK OLUŞTURMADAKI ROLÜ 132

İNTERAKTİF REKLAMCILIKTA MOBİL UYGULAMALARDA VB. MECRALARDA OYUNLAŞTIRMA (ADVERGAMİNG)..... 143

FLUXUS AKIMI SANATÇISI JOSEPH BEUYS ve SANATI ÜZERİNE BİR İNCELEME 147

BARRY JENKINS İMZALI «MEDICINE FOR MELANCHOLY» ve «MOONLIGHT / AYIŞIĞI» FİLMLERİ ANALİZİ 158

ÇAĞDAŞ SANAT EĞİTİMİNDE SANATÇI DENEYİMİ DESTEĞİ 170

DÜNYA MARKASI OLMA YOLUNDA TÜRK ÇİNİSİ 187

ÖRNEKLERLE A/R/TOGRAFİ 194

ÇAĞDAŞ SANATTA YABANCILAŞMA KAVRAMI 203

TÜRKİYE'DE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNDE BULUNAN ELEKTRONİK 211

EKRANLARDAKİ DİJİTAL YÖNLENDİRMELERİN 211

TİPOGRAFİK İÇERİK ANALİZİ 211

RESİM SANATINDA IŞIK VE GÖLGENİN ÖNEMİ: KARAKALEM ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER 220

TOPLUMSAL OLGU BAĞLAMINDA GÜÇLÜ KADIN ALGISININ GÖRSELLEŞTİRİLMESİ VE KONUYLA İLİŞKİLİ KADIN TEMALI FİLM AFİŞLERİNİN ESTETİK AÇIDAN İNCELENMESİ 226

RESİM SANATINDA BEN'İN AŞKINLIĞI KAVRAMI 242

TRAFİKTE KADINA İSTİSMAR KONULU SOSYAL İÇERİKLİ AFİŞ TASARIMI 260

SERAMİK AYDINLATMALAR 272

SOYUT RESİMDE 1950 VE SONRASI BİÇİMLENDİRME ÖĞESİ OLARAK ESPAS

Doç. Dr. Mustafa Cevat ATALAY

Namık Kemal Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Resim Bölümü

Araştırmacı Aslıhan MUMCU

Namık Kemal Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Resim Bölümü

Öz

Bu araştırmanın amacı, soyut resimlerdeki espas kavramını, 1950 ve sonraki süreçlerde analiz etmektir. Espas görsel sanatlar için biçimlendirme ögelerinden birisidir. Espas uzay ya da boşluk anlamına gelir. Biçimlendirme ögesi olarak espas elemanının yapıtlar için biçimsel önemi, kavramsal amacı ile ilişkilidir. Görsel sanatlarda anlatım dilinin başarısı, amacına uygun bir espas kurgusu ile mümkündür.

Çalışmada, örneklem olarak, Soyut resim alanında üretim yapan beş sanatçı seçilerek, 1950 sonrası ürettikleri resimler analiz edilmiş ve espas kurguları, yapıtlar üzerinden açıklanmıştır. Çalışmada espasın tarihsel olarak resim sanatında geçirdiği dönüşüm ve eserlerin konuları, plastik öğeleri, betimleme yöntemini kapsayacak şekilde yapıtların boyutları, açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmada yöntem olarak, görsel araştırma yöntemlerinden görseli yorumlama tekniği uygulanarak belge analizi ve resimsel analiz yapılmıştır. Yapıtlar üzerinden çözümlenen espas yapılanmasında sanatçıların yaratım amaçları ve yapıt konuları da çalışılmıştır.

Sonuç olarak, sanatçı yapıtları incelenerek, diğer resim türlerinden farklılaşan biçimlendirme öğesi olan espasın soyut yapısında bulunan içerik ve biçim analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Biçimlendirme, Espas, Soyut Espas, Soyut Resim, Yapıt.

ESPACE AS A FORMATIVE ELEMENT in ABSTRACT PAINTING FOR 1950 and BEYOND

Abstract

This research aims to analyze the concept of espace in abstract paintings for 1950 and beyond. Espace is one of the formative elements for visual arts. Espace means outer space or space. The

importance of the espace as a formative element for artworks is related to its conceptual purpose. The success of the expression language in visual arts is possible with the espace editing which is fit its purpose. As a sampling in the study, five artists in the field of abstract painting were selected as samples and the paintings they produced after 1950 were analysed and their espace editings were explained through their artworks. In the study, the historical transformation of espace in paintings and the subjects of the artworks, plastic elements, the size of the works to cover the method of description were tried to explain. In the research, analysis of documents and pictorial analysis were made by applying visual interpretation technique from visual research methods. In the espace structuring which is analyzed through the artworks, the creative aims of artists and the subjects of the works were also studied. As a result, the artist's artworks are examined, the content and the form in the abstract structure of the espace which is the formative element that differs from other painting types were analyzed.

Key Words: Abstract Painting, Abstract Space, Artwork, Figuration, Space.

Giriş

Espas sözcüğü, dilimize Latince kökten, Fransızca ve İngilizce dilleri üzerinden çevrilmiştir. Latince Spatium: uzay, alan, saha, süre, aralık, boşluk anlamlarını karşılar. Espas sözcüğü, grafik ve müzik terimi olan harflerin komşu çizgilerin aralıklarını tanımlamak için kullanılır (Ülker, 2014, s. 26). Espasın kelime anlamı derinlik, uzam, atmosfer ve aralık olarak tanımlanabilir. Özdemir Altan'a göre espas, iki boyuta karşı direnen bir kavram olarak, yüzeyselliğe karşı derinlik anlamı taşıyor (Ders Belgeliği, 2018, s. 20).

Mekan kavramının düşünür ve sanatçılar tarafından bir çok farklı tanımı yapılmaktadır. Felsefe terimi olarak mekan, fiziksel bir anlam taşır ve uzay deyimiyle dile getirilir (Hançerlioğlu, 1978, s. 117). Newton'a göre; mutlak mekan, uzaydır. Leibniz ise mutlak bir mekanın varlığını kabul etmeyerek, mekanın bir varlık değil, bir ilinti ve mekanı meydana getiren şeyin, varlıkların oluşturduğu ilintilerden ibaret olduğunu söyler. Bu düşünceye göre: "Bu varlıklar ortadan kalkarsa, mekan da ortadan kalkar. Uzay ya da mekan üç boyutlu sınırsız boşluktur" (Yılmaz, 2006, s. 1). Adnan Çoker'e göre boşluk; soyut mekan, soyut boşluk denen bir mekandır (95/96 Notları, 2013, s. 15).

Resimde Espas

Resmin öğeleri, mekanın öğeleri gibi belli konumlarda ve ilişki içinde bulunmakla bir anlam ifade ederler (Ülker, 2014, s. 5). Bu ilişki, resmin oluşturduğu öğelerin, karışık halde olan kompozisyon elemanlarının, boşluk olmadan tutarlı bir bütünlük oluşturamayacağı düşüncesini barındırır. Birbirinin içine geçmiş, boşluksuz, aralıksız, nefes almayan elemanların bir araya gelerek tıkanıklık yarattığını söyleyebiliriz. Bu nedenle "espas" kavramının resimdeki rolü önemlidir ve

diğer kompozisyon elemanları, bu kavrama ihtiyaç duyar. Resimde espas, alan boşluğunun değerlendirilmesinde oluşturulan bütünlüğü sağlamak için oldukça önemlidir. Sonsuz uzamda, espasın resimle ilişkisi, resimdeki diğer elemanlarla sağlanan bütünlük ile ilgilidir.

Berger, ressamların hep resmetmeye çalıştıkları şeyin, görünmez boşluk olduğunu söyler. O'na göre; boyadıkları lekelere bir birlik sağlayabilecek tek şey, bu boşluktur. "Bir resmi kendisi kılan şey, nesneleri nasıl bir arada tuttuğu, ya da tutamadığıdır" der (2014, s. 21).

Resimde Espas Türleri

Planimetrik espas, planlar vasıtasıyla elde edilir. Planlar, ön-arka ilişkisiyle oluşturulur. Bu espas türü çoğunlukla, Ortaçağ Avrupa resmi ve Gotik akımda görülür.

"Perspektif yanılsama, Batı Sanatı'nda ilk kez Antik Yunan kültürü ile ortaya çıkmıştır." Leonardo da Vinci perspektif için: "Bir pencereden bakılarak, görülen şeylerin cam yüzeyi üzerine kaydedilmesinden başka bir şey değildir" demiştir (Akt Genç ve Sipahioğlu, 1990, s. 90). Perspektif espasta sanatçılar, oluşturdukları perspektifi alanlara göre çalışmalar yapmışlardır.

Biçimlerin hacimselliği yoluyla elde edilen espasa volümetrik espas denir. Volümetrik espas resimde; hacimsellik, modülasyon yoluyla oluşturulur.

Piramidal, figürlerin veya biçimlerin imgesel bir piramidin içine yerleştirilerek oluşturulduğu üçgen kompozisyona denir. Bu espas türüne dini konulu resimlerde ve Rönesans'ta rastlanır.

Somut espasta, nesnelerin üç boyutluluğunu iki boyutlu yüzey üzerinde yansıtabilme temel sorun iken, soyut espasta ise resmedilen elemanları yüzey kurgusuyla oluşturma ön plandadır.

Karşıtlıklarla oluşan espasta, biçimsel anlamda zemin, geometri, doku, hareket ve renk, değer, ışık, valör ile benzeri karşıtlıklarla oluşturulan farklılıklar mekana katkı sağlar.

Klasik espasta, pencereden sahnenin içine doğru bakışla oluşturulan atmosferik bir espas elde edilmeye çalışılır.

Çağdaş espasta ise yüzeye bağlı kalmaksızın yeni bir mekan anlayışı yaratılır.

Rastlantısal espas örneği için, Özdemir Altan'ın, birbirinden farklı kavram, köken, yapı ve mantıkların bir araya getirilerek oluşturduğu resimler gösterilebilir.

Soyut Resimde Espas

Resimde mekansal karakter, birbirinden bağımsız biçimlerle değil, biçimlerin yüzey ile olan ilişkisinin bütünlüğüyle ilgilidir. Biçimlerin kurguları, mekan ile derinlik algısı oluşturabilmek için önemlidir. Buna karşılık gelebilecek olan tanım, yüzey organizasyonu olabilir. Resmin içinde konumlandırılacak olan biçimler, boşluk kavramıyla organize olurlar. Resmin türü ne olursa olsun, espas kavramı dahil edilerek kurgulanmaktadır.

Nesneler resmedilirken perspektif ve derinlik arayışı içinde var olan espas etkisinin yanında, soyut resimde farklı bir espas anlayışı vardır. Soyut ya da somut espas; resim yüzeyinde derinlik etkisi yaratımı dışında, mesafe ve boşluk olgularını şekillendirerek bunları kompozisyon bütünlüğü içinde kurgular (İlyasoğlu, 2006, s. 41).

Klasik natüralist resimdeki espas anlayışında, nesnelerin üç boyutluluğu resmin odağını oluşturmuş, resimde gerçekçi bir etki yaratılmaya çalışılmıştır. Bu durum, resimlerde insan algısının yönlendirilmesiyle uzay boşluğunun iki boyutlu resim yüzeyinde somutlaştırma ve algı yanılsaması oluşturması ile sağlanmaktadır. Soyut sanat ise buna eleştiri oluşturarak, üç boyutun temsilciğini değil, resim yüzeyinde nesneyi bir yüzey biçimi durumuna getirerek, farklı bir sanat dili ortaya koyar (İlyasoğlu, 2006, s. 42).

Soyut sanatta, nesnelerden değil biçimlerden söz edildiği için mekan ve uzam geçerliliğini sürdürür. Yapıtta kullanılan elemanlar, espasın varlığı ve elemanların bütünlüğüyle sağlandığı için resimde espas yaratımında birlik ve organizasyonun önemi yadsınamaz.

20. Yüzyılın ilk yarısından itibaren, sanatçılar artık yeni şeyler keşfetmek istediler ve daha önce denenmemiş çalışmaların arayışına girdiler. Bu bağlamda bakıldığında, birçok sanatçı, dünyanın görünen kısmından ziyade, görünenin ardındakileri görmeye ilişkin yeni arayışlara girmişler ve mekan, uzam gibi pek çok kavramla birlikte, gerçekliklerini bulmaya ve ortaya çıkarmaya çalışmışlardır.

Boşluğun mekan, zaman ve hareket gibi kavramlar üzerinden irdelenebilecek fiziksel varlığının yanında, karşıtı kavramlarla birlikte düşünülmesi ve böylece tanımının varlık-yokluk, boşluk-doluluk gibi ikili karşıtlıklar üzerinden ele alınmasını gerekli kılmaktadır (Arığ, 2015, s. 1).

Sanatçılar ve Espasları

Hans Hofmann

Resim 1: Hans Hofmann, **"**A Certain Mood", 101.5 x 74.5 cm, Tuval Üzerine Yağlı Boya, 1959, New York.

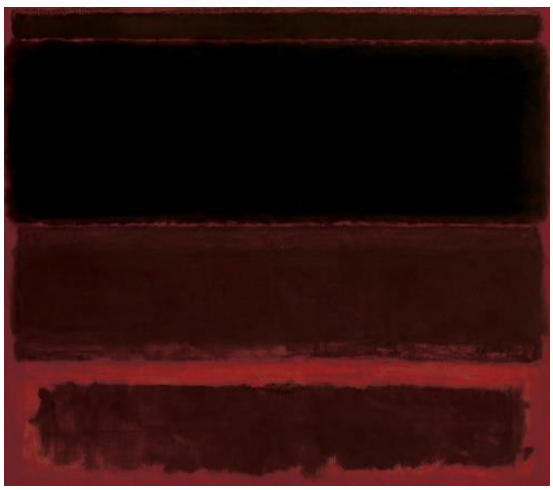
Hofmann'ın, 1958 yılı ve ardından yaptığı resimlerinde mekânın tasviri, renklerin biçimsel düzenlemesinden doğmaya başladı ve bunlar temsili manzaralardan sert bir biçimde ayrıldı. Sonuçta Hofmann, boyanın tuval üzerindeki elle tutulur hareketi ile ifade edilen organik hissi yakalamaya çalıştı. Bu çalışmanın başlığı, Hofmann'ın algılanan bir gerçekliğe atıfta bulunmasından ziyade, tuvalin içinde yaşam yaratarak sanatsal kaygılardaki değişimini teyit etmeye hizmet ediyor (www.bonhams.com).

Hofmann'ın başlıca ilgisi resimsel olgulardaydı: Üç boyutlu uzay, kompozisyon ve rengin optik etkileri. Bir keresinde, "Renk dikte eden form değil, formu ortaya çıkaran renk" dedi. 1950'lerde Hofmann, renklerin göreliliğini araştırdığı en ünlü resim serisini yaptı; sıcak ve soğuk renklerin hareket, mekan ve derinlik etkilerini etkilediği "itme-çekme" teorisini ve tekniğini geliştirdi (www.artsy.net).

Resim 2: Hans Hofmann, “To Miz-Pax Vobiscum”, 196.5 x 212.4 cm, T.Ü.Y.B., 1964, Modern Art Museum of Fort Worth, TX, US.

Hofmann, bir kompozisyonun aynı anda düzlük ve derinliğini göstermek için "itme ve çekme" terimini kullanmıştır. Sanatçı, bunun resmin özü olduğuna, “sadece itme ve çekmenin çeşitli karşıtlık ve yoğunluklardaki farklılıklarla plastik yaratımına” inandığını söyler. “*İtme ve çekme”* Tox - Pax Vobiscum'da, bitişik ve üst üste binen düzlemler, renk serilerinin yan yana olduğu yerler ve boya dokusunda, yüzey ve uzay arasında dinamik gerginlik ürettiği yerlerde çok belirgindir (www.themodern.org).

Mark Rothko



Resim 3: Mark Rothko, “Four Darks in Red”, 259.1 x 294.6 cm, T.Ü.Y.B., 1958, Whitney Museum of Amerikan Art, New York.

Mark Rothko, resimlerindeki ifade boyutunu renkle sağlamış ve renkle uzam üretmeyi sorun edinmiştir. Bu yarattığı uzam, rengin yanında, resimlerinin boyutlarıyla birlikte, izleyiciye doğru hareket alanları oluşturur. Sanatçı, resimlerinde dış gerçekliği taklit etmek yerine, oluşturduğu soyut renk alanlarıyla, ruhsallığı yansıtmak ister.

Mark Rothko'nun resim aracılığıyla derin bir duyguyu ifade etmek için yaptığı arayış, büyük tuvalleri dolduran, zengin renkli karelerden oluşan kompozisyonları ile sonuçlanmıştır. Rothko'nun resimleri, "yüce" olarak adlandırdığı şeyi çağrıştırıyordu. Renk Alanı Resminin öncülerinden biri olan Rothko'nun soyut şekil düzenlemeleri; karanlık karelere ve dikdörtgenlere dönüşene kadar, gerçeküstü biyomorfik olanlardan farklı olarak, izleyicilerin tuval ile kontrollü bir ortamda buluşması yoluyla metafiziği uyandırmayı amaçlar. Rothko, "Ben bir soyut sanatçı değilim" dedi bir keresinde. "Sadece temel insan duygularını ifade etmekle ilgileniyorum: Trajedi, coşkunluk hali, ölüm, vb." "Rothko Şapel Resim Sergisi'nden (1964-1967)" (www.artsy.net).

Barnett Newman

Resim 4: Barnett Newman, "Vir Heroicus Sublimis", 242.2 x 541.7 cm, T.Ü.Y.B., 1950-51, MoMA, New York.

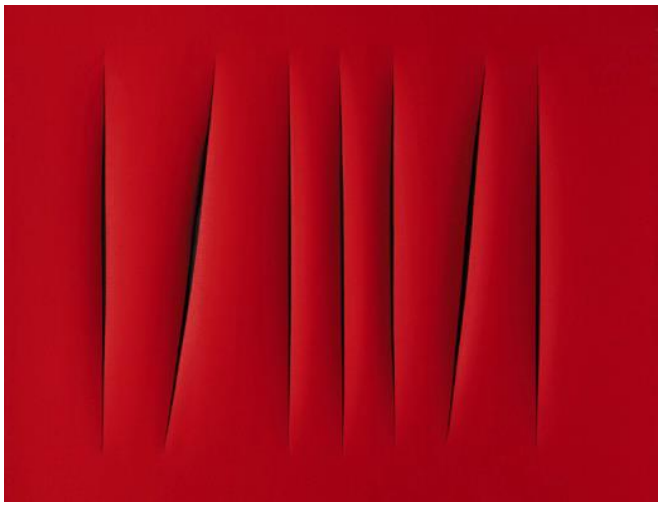
Adolf Gottlieb, Mark Rothko ve Barnett Newman, kaleme aldıkları Amerikan Soyut Dışavurumculuğu anlatan açıklamalarında: "Bizler, karmaşık düşüncelerin yalın ifadesinin peşindeyiz. Büyük boyutlardan ve biçimlerden yanayız çünkü bunlar kendilerini daha çok gösterebilmektedirler. Bizler resim yüzeyini yeniden görünür kılmayı arzu ediyoruz" demişlerdir (Antmen, 2009, s. 154). Sanatçılar bu yaklaşımlarıyla, yüzeyin hakikatini arama çabalarıyla öne çıkıyor. İki boyutlu yüzeyde derinlik oluşturmayı sağlayan resim öğelerinin dışında, tuval boyutlarıyla da yüzeyin sınırlarını zorluyorlar.

Newman'ın "Vir Heroicus Sublimisis" isimli oldukça büyük resmine bakıldığında, sanatçının tasarladığı gibi resim, beş ince dikey çizgiyle, geniş bir kırmızı alan yaratıyor. Bu incelikleriyle

farklılık gösteren dikeyler, karmaşık ve asimetrik bir şekilde tuvalin bölünmesini sağlar (www.moma.org). Ve bu ince dikey çizgiler, boyut ve renk farklılıklarıyla, resmin tam ortasında bir kare oluştururlar. Siyah ve beyaz çizgilerle oluşturulmuş kare alan, öteki çizgileri geri planda bırakarak öne çıkar.

Lucio Fontana

Fontana, 1965 yılında, resimlerinin uzamla ilişkisi hakkında, "Ressam olarak, delinmiş tuvallerimden birini gerçekleştirirken, pentür yapmak istemiyorum ben; uzama açılmak, sanatın yeni bir boyutunu yaratmak, tablonun sınırlanmış yüzeyinin ötesinde sonsuzluğa uzanan evrenle ilişkiye girmek istiyorum" demiştir (Ternar, 1986).



Resim 5: Lucio Fontana, "Concetto Spaziale, Attesa", 72 x 60 cm, Tuval Üzerine Karışık Teknik, Bilinmeyen Koleksiyon.

"Lucio Fontana, tuval yüzeyini delerek gerçek espası, sanatın malzemesi yaptı" (Ternar, 1986). Sanatçı, İtalya'daki başlıca üslerden ve uzamsal hareket teorisyenlerinden biriydi. Doğal ve yapay malzemelerin benzeri görülmemiş bir kullanımıyla, geleneksel resim düzleminin iki boyutlu halini kırmak amacıyla, heykel ve resimlerin mekânsal nitelikleri üzerine odaklandı (www.artnet.com). Fontana'nın tuvallerinin ötesindeki sezgisel alan, tuvalden çok daha gerçekçi bir şekilde, güçlü bir varlığa dönüşür (www.alaintruong.com). Fontana, eserleriyle başka bir uzama açılmayı hedefliyordu. Sanatçı, sorun edindiği uzam ile kadrajın ötesine geçerek, uzamın sınırlarını zorlamıştır. Tuvale uyguladığı müdahalelerin; boya, biçim ve perspektif kadar önemli olduğunu göstermiştir.

Clyfford Still

Resim 6: Clyfford Still, İsimsiz, 287 x 371.5cm, Tuval Üzerine Yağlı Boya, 1960, New York.

Onun olgun resimleri, insan ve doğa arasındaki anıtsal bir ölçekte gerçekleşen dramatik çatışmaları uyandırmak için büyük renk alanları kullanır (www.theartstory.com). Still, resimleri hakkında, "Bunlar, sıradan anlamdaki resimler değil, hayat ve ölüm, korkulu birliktelik içinde birleşiyorlar" ifadelerini kullanmıştır (www.artsy.net).

Still'in resimleri, büyük ölçüde ve çeşitli oluşumlarla farklı renk ve yüzeylerin bir araya gelmesiyle ilgilidir. Renklerini nispeten basit bir şekilde oluşturan Mark Rothko ve Barnett Newman'ın aksine, Still'in resimleri daha düzensizdir (www.wikiart.org). Kompozisyon öğeleriyle ön ve arka plan arasındaki karakteristik bir birliğe sahiptir (www.theartstory.org). Resimlerinde dikey ve büyük yatay biçimler arasında oldukça dinamik bir ilişki vardır.

Sonuç

Soyut Resimde Espas araştırması doğrultusunda yapıtların analizi, kaynak tarama araştırma verileriyle oluşturulmuştur. Araştırmada yapılan betimsel analizler doğrultusunda, sanatçıların yapıtlarındaki espas kullanımları araştırılarak, soyut resmin espasına yönelik sonuçlara varılmıştır.

Hofmann, itme ve çekme ifadesini kullanarak oluşturduğu resimlerinde direkt olarak espası hedeflemiştir. İtme ve çekme tabiriyle yaratılmak istenen, resim elemanlarının birbirleri ile olan ilişkileridir. Bu ilişkiler, yüzeyde; doku, renk, biçim, ebat farklılıklarıyla organize olurlar ve espası oluştururlar.

Rothko, Newmann ve Fontana üretimleriyle, uzamı kullanmaktan çıkarak salt uzamı yaratmak için resim yapmışlardır. Rothko yapıtlarında, renk alanlarıyla titreşimi yarattığı mekanlar

oluşturmuş ve çalışmalarına yeni bir boyut kazandırmıştır. Sanatçının espası ele alışı, renk ve biçim kullanımının yanında, yaptığı resimlerdeki ruhsallık ve büyük boyutlu çalışmalarının varlığıdır. Newman, resimlerinin boyutlarıyla ve fermuar adını verdiği alanlarla yüzeyler oluşturmuştur. Bu yüzeylerinde fermuarların renkleri, biçimleri ve yerleşim nitelikleriyle espas oluşturulmuştur. Sanatçı, fermuarlarıyla resim yüzeyini bölerek yeni alanlar yaratmıştır. Yarattığı alanlar, ön-arka ilişkileriyle uzam kurgusu oluştururlar. Fontana ise, yüzeye uyguladığı farklı müdahale yöntemleriyle, iki ve üç boyutlu mekanı sorgulamıştır. Fontana'nın yarattığı uzam, hem yüzeyle ilişkili hem de yüzeyin ötesindedir. Tuvalleri delerek, uzamın ötesine geçme isteğini gösterir. Bu müdahaleleriyle; tuvalin de ötesindeki alanı önemsediği, kavramsal bir boyutu hedeflediği anlaşılır.

Still'in espası, büyük renk alanlarıyla kurgulanmış düzensiz dikey ve büyük ölçekteki yatay biçimlerden oluşur. Bu elemanların sağladığı organizasyon, düzensiz ve hareketli, ön-arka birlikteliği iyi kurgulanmış alanlarla sağlanmıştır. Dinamik renk alanları, büyüklükleriyle de birbirini itip çekmektedir.

Sanatçıların espas kavramı üzerinde oluşturduğu düşünceler ve üretimler, resimlerde farklı arayışların oluşmasında etken roldedir. Yapıtları analiz edilmiş olan sanatçıların tümü soyut üretimler yapmalarına karşın, eserlerindeki espas farklılıkları açıkça görülmektedir. Bu farklılıklar soyut sanata zenginlik katmış ve espas uygulamaları açısından yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Çalışmada espas kavramı irdelenerek, soyut resimde kullanılan espas çeşitleri seçilen sanatçıların eserleri üzerinden analiz edilmiştir. Sonuç olarak, soyut resimde yaratılan espasın diğer resim türlerinden farklılaşan kullanımları vardır ve espas kavramını sanatçılar, düşünce ve üretimleriyle genişletmişlerdir.

Kaynakça

Antmen, A. (2009). 20. Yüzyıl batı sanatında akımlar*, İstanbul: Sel Yayıncılık.

Berger, J. (2014). Görünüre dair küçük bir teoriye doğru adımlar, (B. Somay, çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

Hançerlioğlu, O. (1976). Felsefe ansiklopedisi - Cilt 1, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Genç, A. & Sipahioğlu, A. (1990). Görsel algılama 'Sanatta yaratıcı süreç', İzmir: Sergi Yayınevi.

Köksal, M. (2012). Plastik sanatlar ve sinemanın ilişkisi, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 2 (4), 121-131.

Yılmaz, S. (2006). Kavram ve sorun olarak heykelde mekan, Anadolu Üniversitesi Anadolu Sanat Dergisi, (17).

Arığ, T. (2015). Günümüz sanatında boşluk ve yeni ifade olanakları, Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Heykel Anasanat Dalı, Ankara.

İlyasoğlu, C. (2006). Resim sanatında çizgi ve espas etkileşimleri, Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anasanat Dalı, Çanakkale.

Ternar, M. (1986). Sanatsal yaklaşımımın uzamla ilişkisini vurgulayan bir açıklama girişimi, Yüksek lisans çalışma raporu, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anasanat Dalı, İstanbul.

Ülker, D. (2014). Mekan yanılsamasından resim yüzeyine espas, Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Anasanat Dalı, Eskişehir.

H62 Doksanbeş doksanaltı ders notları. (2013). Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, İstanbul.

Altan, Ö. (2011). Derinlik; Düşüncede, Davranışta, Yaşam Biçiminde. ders BELGELİĞİ Söyleşisi. http://www.avnioztopcu.com/dersbelgeligi/dersbelgeyazilari/db13/altan.htm, (E.T:17.10.2018).

Thıstlethwaıte, M. Hofmann quoted in William C. Seitz, Hans Hofmann (www.themodern.org, New York: The Museum of Modern Art, 1963), https://www.themodern.org/collection/to-mizpax-vobiscum/1209, (E.T:24.05.2018).

The Art Story Modern Art Insight, Artists, Clyfford Still, www.theartstory.org, (E.T:24.05.2018).

http://www.artnet.com/artists/lucio-fontana/, (E.T:17.10).

https://www.artsy.net/artist/hans-hofmann, (E.T:17.10. 2018).

https://www.bonhams.com/auctions/23939/lot/8/, (E.T:24.05.2018).

https://www.theartstory.org/artist-still-clyfford-artworks.htm#pnt_4, (E.T:17.10.2018).

Görsel Kaynakça

Resim 1: http://www.markrothko.org/paintings/, (17.10.2018).

Resim 2: https://www.moma.org/collection/works/79250, (E.T:24.05.2018).

Resim 3: http://www.mrkcoolhunting.com/en/posts/view/1054/lucio-fontana.html, (E.T:24.05.2018).

Resim 4: https://www.bonhams.com/auctions/23939/lot/8/, (E.T:24.05.2018).

Resim 5: https://curiator.com/art/hans-hofmann-abstract-painter/miz-pax-vobiscum, (E.T:24.05.2018).

Resim 6: https://www.metmuseum.org/art/collection/search/484686, (E.T:20.05.2018).

KAĞIT ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN, GÖRSEL SANATÇILARA KATKILARI

Doç. Dr. Mustafa Cevat Atalay

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

Öz

Kağıt düşüncelerin yazılarak ya da çizilerek kayıt edildiği bir araçtır. Esnekliği, taşınabilirliği, farklı malzemelerden farklı coğrafyalarda amacına uygun olarak tercih edilmesi onun güçlü yanlarındandır. Günümüz dijital çağında, ekranların hayatımıza girmesinin yarım asırlık mevcudiyetinde dahi otantikliğini, doğallığı ile tercih nedeni. Kağıt üzerine yapılan resim(ler), eskiz, çizim ve boyama biçimleri olarak başlı başına sanat yapıtı kabul edilmektedir. Kağıt üzerine yapılan görsel çalışmalar değerini kaybetmeden güncelliğini koruyan sanatçıların fikirlerini yansıtmaları için en önemli araçlardan birisidir. Güncel sanat ortamı içinde Kağıt üzerindeki resimler, çizimler ve baskılar yalnız başına ya da başka sanat yapıtları ile kurgulanarak yeni yapıtlara dönüşmektedir. Birçok çağdaş sanat faaliyetinde bu yapıtları sanatçı betimlemeleri olarak görebilmekteyiz

Bu araştırmada, kağıt üzerine yapılan görsel çalışmaların görsel sanatçılar, izleyiciler ve sanat eğitimi alan öğrenciler açısından olumlu yönleri üzerinde durulmuştur. Kağıt üzerine yapılan çalışmaların fikirlerin hızlı kaydedilmesi ve sonuçlandırılması bakımından güçlü bir tazeliğe sahip olduğunu ve yaratıcı fikirler için avantajlı bir yaratım sahası oluşturduğunu da görebilmekteyiz. Kağıt işlerin güçlü yanlarından birisi taşınabilirliğe uygun olmasıdır. Bu nedenle sergileme alanlarında hızlı, ekonomik ve etkili bir kurulum yapabilmesine imkan sağlayan esnek bir yapısı vardır. Kurulum ve ulaştırma kolaylığı nedeniyle, daha fazla sanatçının eseri, izleyicilerle buluşabilmekte ve izleyiciler ile sanatçılar arasındaki pozitif ilişkileri arttırabilmektedir. Kağıt üzerine yapılan çalışmalar birçok farklı teknikte olabilir;

Ekslibris, afiş, mail art, özgün baskı, pul tasarımları, çağrılı desen sergileri, çağrılı fotoğraf sergileri, çağrılı minik kağıt Kağıt üzerine işler sergileri, bienal, ve trenal çağrıları vb. sonuç olarak, sanat eğitimi öğrencilerine sunduğu olanak olarak, network ağlarının geliştirme aşamalarında hız kazanmakta, özellikle uluslararası düzeyde yapılan etkinliklere orijinal işlerle ekonomik transfer ücretleri ödeyerek katılabilmektedir.

Bu türlü sergi faaliyetlerine katılmak özellikle sanat eğitimi alan öğrenciler için bir avantaj sağladığı gibi sergileyenler açısından da daha güçlü sergiler açabilmeyi sağlayan başvuru kitlesine ulaşabilen önemli bir kolaylığa dönüşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kağıt, Görsel Sanat, Ekslibiris, Posta sanatı, Mini print

CONTRIBUTIONS of ARTWORKS on PAPER to VISUAL ARTISTS

Abstract

Paper is a medium on which ideas are recorded by way of writing or drawing. Flexibility and portability are its strong aspects, so papers that are produced by different materials are preferable in different geographies. In today's digital era, even in presence of the screens for a half century, the paper is preferred for its authenticity and naturalness. Paintings, drawings and several sorts of colourings which are performed onto paper are considered as work of arts. Visual works that are performed on paper are one of the most important ways for visual artists who is aiming for reflecting their ideas without losing its actual value. In today's art scene, the paintings, drawings and printings on paper transform into new work of arts single handedly or by way of combining with other artworks. We can easily see these types of works in several contemporary art activities as descriptions of artists.

In this research, positive aspects of visual artworks performed onto paper for visual artists, viewers, and fine art studends are examined. We can see that artworks performed on paper have strong freshness because ideas can be recorded and be concluded quickly, so it generates advantageous creation area for creative ideas. One of the advantageous aspects of paper works are their portability. This provides flexible, quick, economical transportation and setup in exhibition areas, so bigger number of artworks meet the viewers. Performing art on paper can be in many diffeent techniques; as exlibris, poster, mail art, original print, stamp designs, invited drawing exhibitions, biennials etc. In conclusion, as an opportunity that is offered for fine arts studends, they can attend this kind of international activities with their original works with the help of accelerating network by paying low transferring charges. Paper artworks also enables more powerful exhibitions for exhibitors in terms of meeting more viewers.

Key Words: Paper, Visual Art, Exlibris, Post Art, Mini Print

Ekslibris

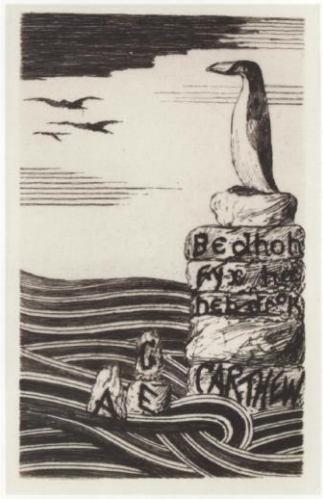
Ekslibris, kitapseverlerin kitaplarının iç kapağına yapıştırdıkları üzerinde adlarının ve değişik konularda resimlerin yer aldığı küçük boyutlu özgün yapıtlardır. Kitabın kartviziti ya da tapusudur. Kitap sahibini tanıtır, onu yüceltir ve kitabı ödünç alan kişiyi geri getirmesi konusunda uyarır. "Bir kitabın başlık sayfasında yer alan ve sahibinin kim olduğunu gösteren özel simge ya da damga. (Sözen, Tanyeli, 1999: 81). "Exlibris'in bu yalın iş görüsü dışına taşmasını, belki de

Albrecht Dürer'e borçluyuz. Dürer'in sanatsal yetisi, bu küçük tanıtım kartlarını birer estetik obje haline getirir. "(Erinç, 2004, 149) .

"Ekslibris" (Latince "kitaplardan") ifadesi genellikle kitapların üzerindeki kitapların sahibinin isminden önce görülür. İngilizce'de bir isim olan "Ex libris", kitabın kendisini gösterir."(Hopkinson, 2011).

Albrecht Duerer'den Edward Burne-Jones'a, Büyük bir çok sanatçı tarafından üretilmiş ekslibrisler göz alıcı bir biçimde kitapçığı sunar, aidiyet yaratarak, (www.britishmuseumshoponline.org/ex-libris-the-art-of-bookplates.html) kitaba estetik değer de kazandırır.

Ekslibris bir kitap etiketinden farklı olarak, "sahibinin adını veya başka bir kimliğini (genellikle bir tasarıma sahip) taşıyan ve sahipliğini belirtmek için bir kitaba yapıştırılan basılı bir etikettir." (Rights, Harris, Kent, Fuertes, & Ward, 1989). "EI yazması kitaplar döneminde ortaya çıkan exlibris geleneği, matbaanın icadıyla gelişme göstermiştir." (Denli, 2010: 125-132).



Joseph Hecht, Bookplate for Miss Alice Carthew , Engraving, 117 x 76 mm

Ekslibrisler sanat yapıtları gibi imzalanmaktadır. Kurşun kaleml imzalanan ekslibrisler el ile açıklayıcı bilgiler belirtilmektedir. Teknik, baskı sayısı gibi detaylar ekslibriste çok önemlidir.

Hüseyin Elmas için Ekslibris, CGD

Mustafa Cevat Atalay tarafından

9,74x 13 cm

Ekslibris, yer aldığı kitabın değil kitap sahibinin bir göstergesidir; kitap ile kitap sahibi arasındaki bir bağdır. Sözcük olarak "…'nın kitaplığından" veya "…'nın kütüphanesine ait" anlamına gelir. Örneğin üzerinde "Ekslibris Mürşide İçmeli" yazan bir çalışma,"Mürşide İçmeli'nin kitaplığından" hatırlatmasını yapar ve onun sahibi olduğu kitapların iç kapağında yeralır(Pektaş,2014).

Gianni Favaro "II monello" Via Aristotele 8 Acquaforte, Acquatinta 14 x10 cm

Yarışma şartnamelerinde ekslibrisin uzun kenarının 13 cm'yi, baskı kağıdı boyutunun ise 21 x 15 cm'yi geçmemesi gerektiği vurgulanmakla birlikte, koleksiyoncuların kullanışlı buldukları ekslibris boyutu: 5 x 7,5 cm. ve civarında olanlardır. Günümüzdeki modern kitaplar için en kullanışlı ekslibris boyutu uzunluğu 8-10cm, genişliği ise 6-7cm olanlardır. Çalışmaya dış hatlarıyla bir sınırlama getirilmemiştir (Pektaş, 2014: 55).

Mini Print

Baskı; şekil, yazı, grafik ve resimlerin gerçeğine en yakın biçimde, bir yüzey üzerine çoğaltılarak ve hızlı aktarılması olarak tarif edilebilir. "Baskı resim genellikle resim ve çizimden farklı olarak resim ve çizimden farklı olarak ayırt edici bir sanat formu olarak ele alınır."(Abell, 2015). Ölçülerin küçük olmasıyla birlikte günümüzde birçok sanatçının dünyanın dört bir yanında uyguladığı ve herhangi bir başvuru sahibinin dünyanın herhangi bir yerinden, posta ile bir baskı göndererek kolaylık sağladığı görülmektedir.

Jackson Pollock, Untitled, 1944–45. Engraving and drypoint, 14 x 17 cm

James Houston, Kneeling Ainu Priest (1958), woodcut, 25x 20 cm. Printed by the artist, Tokyo, Japan

Posta Sanatı (Mail Art).

Çoğu kez küçük bir objenin, kartpostalın, zarfın sanatçı tarafından hazırlanmasının ardından, pullanıp mühürlenip gönderilmesi ile başlayan ve her sanatçının zihninde yeniden şekillenebilen bir evrendir.

"Ray Johnson ve Fluxus (George Maciunas tarafından yönetilen) büyük ölçüde posta sanat tarihinde en önemli liderlerden bazıları olarak kabul edilir. Posta sanatına yaptıkları katkılar hem kavramsal hem de estetikti ve gelecek nesil posta sanatçılarının takip edeceği ilk örneklerden bazılarıydı." (Dunkin-Hubby, 2014).

Posta sanatı oldukça hızlı bir gelişim göstermiştir. Burada gelişimin en büyük nedenlerinden birisi ağlardaki sanatçı kişilerin oluşturduğu yeni sanatsal projelerdir. Sanatsal projeler yeni sanatçıların da katılımıyla yeni sanatsal aktivitelere dönüşmektedir. "Posta sanatının bir tanımına göre, sanatçıların posta sanatı ağının diğer üyelerine özlü bir biçimde bir fikir iletmesi, posta dilinin bir veya daha fazla öğesinin basit yoludur." (Greve, 2007).

Posta sanatının bu yaygınlaşmasındaki diğer nedenlerden biriside teknik olarak sanatsal bütün teknikleri kapsamı içine almasıdır. Posta sanatı belirli bir ritüel yada zanaatı sanatçısından talep etmeden sanatçının özgürce istediği malzemeyle çalışmasını istemektedir. *"Sanat olarak, posta*

sanatı tek bir nesnenin yanı sıra sınırlı bir çevrede bir değişim, bir performans, bir yayın, bir sergi ve başka bir şey olabilir. Posta sistemi ile oluşturulup dolaştırılmakta, bu sistem tarafından şartlandırılmış gibi görünmektedir" (Meijden, 2017).
Parmesani'ye göre, posta sanatının amacı, dünya çapında sanat piyasasının yapıları dışında birçok sanatçı tarafından paylaşılan bir etkinlik ve Serbest iletişimle dünyanın her köşesinde sanatçılar ve sıradan insanlar arasında estetik bir iletişim kurmaktır. Ücretsiz bir iletişim içinde kelime ve işaretler, metinler ve renkleri doğrudan ve hemen etkileşim için araçların gibi hareket ederler (Parmesani,1997).
20. yüzyılın başında Fütüristler, Sürrealister, Dadalar bazı Mail Art tekniklerini kullandılar.Dada sanatı felsefesi birçok Mail Art örneği ile yayılmıştır. Dadaizm ve Merz kolaj, damga, tipografi gibi teknikleri kullanmıştır.

Sonuç

Sanat Eğitimi Alanlar Açisindan kağıt çalışmaları Ulaştırmak ekonomiktir. Ekonomik olarak üretilebilir. Yaratıcılığa uygundur. Özellikle bunların içinde mail art ve ekslibris katılımı destekler. Sanat türünün bir tercihidir. Sergilemesi daha pratiktir. Ekslibrisin bir diğer avantajı onurlanmak ve anılmak istenen her şey adına ekslibris tasarlanabilir. Bu tür sergilere giriş nadirde olsa ücretli olsa da geneli ücretsizdir. Sanat eğitimi alanlar için yeni networklerin oluşması, farklı sanatçılarla tanışma, uluslararası görünürlük gibi sunduğu imkanlar açısından çok avantajlıdır. Dünyanın posta teşkilatı olan her yerde yapılan etkinliklere katılabilme imkanı sağlanmaktadır. Bu nedenle sanatçılar arasında kültürler arası tanışıklık, barış, kardeşlik ve paylaşım ortamını geliştirerek zenginleştirir.
Sanat Eğitimcileri, Sanatçılar arasında network ağlarının oluşabilmesi için sanatçı adayları bu tür çalışmalar için teşfik edilebilir. Sanatsal paylaşımlar karşılıksızlığa dayandığında daha özgür, yaratıcı çalışmaların ortaya çıkabileceği öğrencilere kavratılabilir.

Kaynakça

(https://www.britishmuseumshoponline.org/ex-libris-the-art-of-bookplates.html)

Abell, C. (2015). Printmaking as an Art. The Journal of Aesthetics and Art Criticism, *73*(1), 23-30.

Atalay M. C. International Thessalonıkı Art Desıgn Symposium (2016) Pektaş, H. İED 3. Baskı (2014) miniprint.org

Atalay, M. C. (2017) Hüseyin Elmas Ekslibris, CGD, 9,74x 13 cm, Lyuben, K. (2017) Regional Library, XIII International Ex Libris Competition, Catalog, Bulgaria

Denli, S . (2010). Exlibriste Tipografi Ve Kaligrafi. Sanat Dergisi, 0 (9), 125-132.

Dunkin-Hubby, L. (2014). Networking and Craft in Three Generations of Mail Art.

Erinç S. E., (2004) Sanatın Boyutları, Ütopya, Ankara

Fraser, V. (2012). Encounters in New York, Printmaking in Chile. *American Art*, *26*(2), 28-33.

Gianni F. (2012) “II monello"Via Aristotele 8 Acquaforte, Acquatinta 140x10531021 Mogliano Veneto (Tv) Etching, Aquatintitaly (C3 C5 Cinema,La Macchina Dei Sogni6° Concorso Internazionale“Ex Libris Biblioteca Di Bodio Lomnago” Catalog.

Greve, C. (2007). Danish Artists in the International Mail Art Network. *Nordlit*, *11*(1), 183-198.

Hecht,J. Bookplate for Miss Alice Carthew , engraving, 117 χ 76 mm (London, British Museum, Two Bookplates by Joseph Hecht Author(s): Martin Hopkinson Source: Print Quarterly, Vol. 28, No. 4 (DECEMBER 2011), pp. 448-450

Hopkinson, M. (2011). *Ex Libris: The Art of Bookplates*. British Museum Press.

Jackson Pollock, Untitled, Ca. 1944–45. Engraving And Drypoint, 145/8 X 177/8 In. The Museum Of Modern Art, New York, Gift Of Lee Krasner Pollock ©2012 Pollock-Krasner Foundation/Artists Rights Society (Ars), New York. Photo ©The Museum Of Modern Art/Licensed By Scala/Art Resource, New York

James Houston, Kneeling Ainu Priest (1958), woodcut, 25x20 cm. Printed by the artist, Tokyo, Japan

Klee, P.(1929) Rechnender Greis, 1929, etching, 298x238 mm (ZURİCH, Graphisce Sammlung der E.T.H)

Landau, D. (1999) Dealers Catalogues (Four centuries of printmaking) Volume 16-12 Issue 4, Print quarterly

Meijden, P. V. D. (2017). Cinderella and the Big Monster: Mail Art and the Museum. *Konsthistorisk tidskrift/Journal of Art History*, *86*(2), 75-96.

Rights, E. A., Harris, C. K., Kent, R., Fuertes, L. A., Ecb, & Ward, L. (1989). Bookplate Sleuthing. *Art Documentation: Journal Of The Art Libraries Society Of North America*, *8*(1), 3-6.

Sözen, Tanyeli, (1999) Sanat Terimleri Sözlüğü, 5. Basım, Remzi Kitabevi, 81, İstanbul.

Thompson, C. R. (2012). Inuit Prints, Japanese Inspiration: Early Printmaking in the Canadian Arctic. *Art in Print*, *2*(3), 32-34.

Two Bookplates by Joseph Hecht Author(s): Martin Hopkinson Source: Print Quarterly, Vol. 28, No. 4 (DECEMBER 2011), pp. 448-450 Published

GÖRSEL İLETİŞİM AÇISINDAN
SOSYAL MEDYADA YER ALAN ÜRÜN REKLAMLARININ ÇÖZÜMLENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Emel BİROL

İstanbul Gedik Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Mimarlık fakültesi

Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

Arş. Gör. Amine Refika ZEDELİ

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Grafik Tasarım Bölümü

Öz

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, özellikle en önemli bilgi paylaşım aracı olarak internet ve internet üzerinden sosyal paylaşım ağları, kaynak ve alıcılar arasındaki süreci etkilemiş, alıcıların daha aktif duruma gelmesini sağlamıştır. İnternet kullanımı ve sosyal medyanın işletmeler tarafından reklam aracı olarak kullanılması, alıcının, ikna olma durumunu büyük ölçüde etkilemiştir. Fark edilme, ikna olmanın bir ön koşulu olarak düşünüldüğünde, dikkat çekmenin en etkili yolu, görsel kodlardır. Görsel iletişim, görsel kodların, belirli bir düzen içerisinde bir araya gelerek kolay ve anlaşılır şekilde sunumudur. Görsel kodların, belirli bir düzen ve yapı içerisinde olması, görsel hiyerarşiyi oluşturur ve ürün reklamların tasarımında, görsel hiyerarşiyi kurmak, alıcının dikkatini, istenilen yere çekilmesinde büyük rol oynar. Böylece gözü rahatsız etmeyen ve içeriğin rahat algılanmasını sağlayan görüntünün oluşması sağlanmış olur.

Çalışma, sosyal medyada yer alan ürün reklamlarının, tasarımsal açıdan görsel ve dilsel iletileri oluşturan göstergelerin çözümlemesi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda sosyal medyada yer alan ürün reklamlarının anlamsal ve tematik açılardan incelemesi yapılarak, nasıl kurgulandığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda sosyal medyadaki ürün reklamlarını çözümlerken, bilimsel bir çözümleme yöntemi olan "yapısalcı" ve göstergebilim yaklaşımın temel ilke ve kavramlarından yola çıkarak, "seçme" yöntemi ile örnekleme oluşturulmuştur. Bu araştırma ile sosyal medyada yer alan ürün reklamları tasarımlarının nasıl dikkat çekici hale gelebileceği ve bu tasarımları oluşturan önemli unsurların neler olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma, gösterge bilimsel çözülmenin alan yazında diğer araştırmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Görsel İletişim, Göstergebilim

FROM VISUAL COMMUNICATION SOLUTION of PRODUCT ADVANTAGES in SOCIAL MEDIA

Abstract

Developments in communication technologies, especially as the most important means of sharing information, have affected the process between social networks, sources and receivers over the internet and internet, making receivers more active. The use of the Internet and the use of social media by advertisers as advertising media have greatly influenced the recipient's persuasion. The most effective way to draw attention when they are thought of as a precondition for being noticed, persuaded is the visual code. Visual communication is the presentation of visual codes in a clear and easy-to-understand manner. The fact that visual codes are in a certain order and structure forms a visual hierarchy and plays a big role in designing product advertisements, establishing a visual hierarchy, attracting the attention of the buyer, This ensures that an image that does not disturb your eyes and allows your content to be perceived comfortably is provided. The aim of the study is to analyze the advertisements of the product advertisements in the social media that constitute visual and linguistic communication. In line with this aim, it has been tried to reveal how the product advertisements in the social media have been constructed through semantic and thematic aspects. In this direction, while analyzing product advertisements in social media, sampling was done by "choosing" method based on the basic principles and concepts of "structuralist" and semiotics approach which is a scientific analysis method. Through this research, it has been tried to explain how product advertising designs in social media can become remarkable and what are the important elements forming these designs. The study suggests that the scientific solution of the indicator will shed light on other research in the field.

Key Words: Social Media, Visual Communication, Semiotics.

1. Giriş

İnternet, bilginin, sınırsız ve hızlı bir şekilde, kullanıcılara çevrim-içi işbirliği ve paylaşımı imkanını sağlar. İletişim süreci, internetle birlikte, bireyler arasında zaman ve mekana bağlı kalmadan çok yönlü biçimde gelişim göstermiş ve Web 2.0 olarak adlandırılan yeni nesil internet platformu, yeni bir iletişim kanalı olarak ortaya çıkmıştır.

Kitleleri ve insanları bir araya getiren, geleneksel medyanın aksine canlı ve esnek bir yapıya sahip olan sosyal ağlar, kullanıcıların birbirleriyle bağlantılı olmasını sağlayan web tabanlı servislerdir. Sosyal ağlar olarak ifade edilen sosyal medya, bilgiye ulaşma açısından yeni medya ortamlarıdır. Katılımcılar, açıklık, güncellik, erişilebilirlik, güvenirlilik, sanal ortamların temel özellikleridir

(Mayfield, 2010). Fikirlerin yaygınlaştırılmasında ve benimsenmesinde etkin rol oynayan ve eşzamanlı bilgi paylaşımına olanak sağlayan sosyal medya, yeni bir kaynak türüdür. İnternet araçları üzerinden gerçekleşen ilk eşzamanlı mesajlaşma, sanal sohbet odalarında, çevrimiçi olarak başlamış, Mark Zuckerberg tarafından facebook'un kurulmasıyla farklı bir boyuta taşınmıştır. Facebook sohbet etmenin ötesinde fotoğraf ve video paylaşılabilen bir sosyal medya sitesidir. Daha sonra internetin cep telefonlarında kullanılmasıyla, sosyal medyanın yeni bir var olma alanı oluşmuş ve twitter ortaya çıkmıştır. En son farklı özelliklere sahip, instagram, youtube, linkedIn, flickr gibi paylaşım siteleri olan sosyal ağlar, geniş kitleler arasında kullanılmaya başlamıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşması ve kullanıcı sayısının artması, içerik paylaşımlarının da artmasına neden olmuş ve bu durumu fark eden kurumlar hedef kitleye ulaşmak için sosyal medya araçlarını kullanmaya başlamışlardır. Özellikle ticari işletmeler, reklam vermek, yayın organları, haber paylaşmak ve dernekler, tanıtım yapmak için sosyal medyayı, uygun bir platform olarak görmektedirler.

Son dönemlerde sosyal medyanın, bir tutundurma faaliyeti ya da pazarlama amaçlı kullanıldığı yoğun olarak gözlemlenmektedir. Günümüzde tüketici odaklı, bütünleşik pazarlama anlayışlı modern pazarlama, pazarlama dünyasına yön verdiğinden reklam kavramı da büyük önem kazanmıştır. Reklam kavramı, toplumu etkileme, yönlendirme ve tüketicileri satın alma kararları hakkında yönlendirme gücüne sahip iletişim süreci şeklinde tanımlanabilir. Tüketim farkındalığı yaratan, ürün ve hizmetlerin niteliklerini açıklayan reklamlar, firmaların marka ve ürünlerinin benimsetecek nitelikte bir potansiyele sahiptirler (Gürdal, 2000). Ancak bir süre sonra teknolojinin insan hayatında büyük bir hızda yerini alması klasik reklam anlayışının, modern pazarlama karması içinde geçerliliğini kaybetmesine neden olmuştur. Klasik reklam anlayışından farklı olarak, tüketiciler internet ortamında etkin şekilde ihtiyaçlarını karşılama imkanı bulmuşlardır. İnternet reklamcılığı olarak tanımlanan ve pazarlama bünyesinde bulunan bu reklam türü, internet sitelerinde ses, görüntü veya video vb. araçlardan faydalanılarak gerçekleştirilen çevirim içi reklam şeklidir. İnternet reklamcılığı ile birlikte, tüketiciler internette yer alan reklama tıklayarak, ürün hakkında tüm bilgilere ulaşabilme ve ürünü satın alabilme imkanına sahip olmuşlardır. İnternet reklamcılığında, sosyal medya; müşteri pazarlama iletişiminde gün geçtikçe önemli bir konuma gelmiştir. Sosyal medyayı bu konuma, objektif ve yüksek maliyetli olmayışı taşımaktadır. Twitter, Instagram, Facebook gibi benzeri sosyal paylaşım ağları ile firmalar, reklamlarını doğru mesaj vererek ve güçlü bir iletişim kurarak, mesajın geniş kitlelere yayılmasını sağlamaktadırlar (Chaney, 2009).

1.1. Görsel İletişim Kavramı

İnsanların doğasında var olan ve yaşayan tüm canlılar için geçerli olan iletişim, bir gönderici ve bir alıcının arasındaki bilginin, duyguların, düşüncelerin doğal (dil, jest, mimik vb.) ya da kitle iletişim (gazete, tv, internet vb.) araçlarıyla iletilmesidir. En önemli iletişim yollarından biri, dile

dayalı iletişimdir. Çünkü kavram, simge ve semboller, dil kuralları sayesinde anlamlandırılır ve karşı tarafa aktarılır. İnsanların iletişim için kullandığı bir diğer yol ise, göze dayalı iletişimdir. İnsanlar görerek, çevresindekileri tanımlar ve anlamlandırırlar. Görsel iletişim, dile dayalı iletişime göre daha kısıtlı olarak görünse de daha evrenseldir. Bireyin gördüğü bir bilgiyi, duyduğu ya da okuduğu bir bilgiye oranla daha çok anımsadığı ve algıladığı bir gerçektir. Bu nedenle görsel iletişim, bireyi en kolay ikna ve motive eden etkili bir iletişim yöntemidir (Güzeloğlu, 2012).

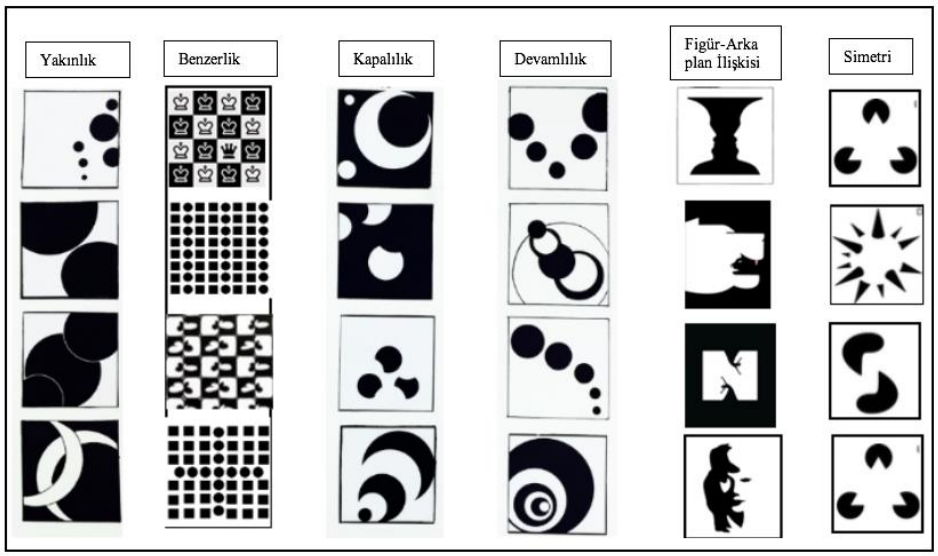
Görsel iletişim, iletilerin, imgeler aracılığı ile anlaşılır bir biçimde hedef kitleye iletilmesidir. Görsel iletiler, dikkat çekici, etkili ve kolay algılanabilir olması nedeni ile, görsel iletişim sürecinin önemli bir parçasıdır. Görsel iletiler; ifade, soyutlama ve sembolizmden oluşmaktadır. Çevremizde gördüğümüz her türlü ileti, bir ifadedir. İfadelerin altında yatan derin anlamların basit bir şekilde aktarılması ise soyutlamadır. Soyutlanan iletilerin basitleştirilmiş ve somutlaştırılmış haline sembolizm denir. Semboller bir kavramı temsil eden, işaret, simge veya şekillerdir. Görsel iletişimde amaç, içeriği en yalın ve anlaşılır şekilde akılda kalıcılığını sağlamaktır.

1.2. Görsel Algı ve Gestalt Kuramı

Görsel algı, bireyin, yaşantı ve deneyimlerinden yararlanarak, göz aracılığı ile nesneyi yorumlaması ve nesneye anlamlar yükleyerek, nesne ile kurduğu iletişimdir.

Gestalt kavramı, göz ve aklın birlikte sistematik bir biçimde, görsel ögelerin nasıl algılandığını açıklayan bir kuramdır. Bu kuram, bütünü oluşturan öğelerin ayrı ayrı çözümlenmesi ve algılanması ile değil, öğelerin birlikte algılanması ile ilgilenir. Bu nedenle kuramın temelinde bütünlük vardır, bütünün kendisi önemlidir. Görsel iletişimin görsel algı boyutunu anlamak ve yorumlayabilmek için Gestalt kuramını ve ilkelerini bilmek gerekir. Bu ilkeler, yakınlık, benzerlik, kapalılık, devamlılık, simetri ve figür-arka plan ilişkisidir.

Tasarım içerisindeki görsel öğelerin bir arada algılanması, yakınlık ilkesi; renk doku gibi özellikleri aynı olan görsel öğelerin bütün olarak algılanması, benzerlik ilkesi; gözün görsel öğeler arasında bir boşluk olsa dahi bu boşluğu doldurarak, görsel öğelerin bütün şeklinde algılanması kapalılık ilkesinin tanımıdır. Tasarım yüzeyindeki birbirinden bağımsız görsel öğelerin arasındaki kesintisiz geçiş, devamlılık; belli bir noktaya ya da düzleme göre uzaklıkları eşit olan görsel öğelerin bütün şeklinde algılanması simetridir. Ayrıca tasarım yüzeyinde odak noktası olan görsel öğeye figür, figürü taşıyan zemine ise arka plan denir.



Şekil 1: Gestalt İlkeleri Örnekleri

Görsel iletişimde, algıyı hızlı oluşturmak ve tasarımda anlatılmak istenen anlamı yaratmak için, tasarım yüzeyinde yer alan görsel öğelerin birbiri ile ilişkisini ve düzenini belirlemek önemlidir. Bu nedenle görsel tasarım unsurlarını ve ilkelerini bilmek gerekir.

Tablo 1: Görsel Tasarım İlke ve Unsurları

Görsel Tasarım Unsurları	**Görsel Tasarım İlkeleri**
Nokta, Çizgi, Şekil/Biçim/Form, Doku, Leke, Renk, Ton, Yön, Ölçü	Zıtlık, Egemenlik / odak noktası, Denge, Ritim, Şekil-Zemin İlişkisi, Vurgu, Bütünlük, Orantı ve Görsel Hiyerarşi, Devamlılık

1.3. Göstergebilim ve Reklam Çözümlemesi

Tasarımı oluşturan öğeler birer göstergedir. Göstergeler, tasarımda temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan biçim, nesne ve olgulardır. Gösterge sistemlerini inceleyen bilim dalına semiyoloji yani göstergebilim denir. Gösteren, gösterilen ve göstergenin birleşiminden oluşan göstergebilimde; gösterilen simgeyi açıklayan fiziksel nesneye gösteren denir. Fiziksel nesnelerin ifade ettiği kavram, düşünce ve duyguya gösterilen denir. Gösterge, gösteren ve gösterilenin arasındaki ilişkidir yani fiziksel nesne ile zihinsel ürün arasındaki bağdır. Her göstergenin, düz ve yan anlam etkisi vardır. Düz anlam, gösterilenin olduğu gibi kavranmasıdır. Yan anlam ise göstergeye yüklenen kültürel, sembolik anlamlardır. Bir düşüncenin ifade edilme biçimine retorik denir ve görsel iletişimde tasarım bir ifade ediş şekli yani retoriktir.

Bir tasarım kurgulanırken bir takım teknik nitelikli kodlardan ve göstergelerden yararlanılır. Bunlar: kompozisyon, çerçeveleme, açı, ışık, netlik, renk ve yazıdır.

Görsel tasarımda kompozisyon, görsel öğelerin tasarım yüzeyinde nasıl konumlandırıldığını ve nasıl bir düzen içinde bir araya geldiklerini gösteren yapıdır. Tasarımda kompozisyon oluşturulurken, denge, vurgu-çekicilik, uyum, görsel süreklilik ve görsel derecelendirmeye dikkat etmek gerekir. Çerçeveleme, tasarım alanında görsel ve sözel iletilerin konumlandırılmasıdır. Sayfa üzerindeki öğeler, sınırların dışına geçer ve hedef kitle, görüntüyü kendi zihninde tamamlama yoluna giderse açık çerçeveleme; bütün öğeler, sayfa sınırları içerisinde yer alıyor ise kapalı çerçeveleme yöntemi kullanılmış demektir. Tasarımda açı, iletilerin, tasarımda hedef kitle tarafından algılanması için belli bir bakış açısı ile aktarılması durumudur. Tasarımda ışık, görüntünün formunu, hacmini ve dokusunu belirleyen, hedef kitlenin görüntüyü anlamlandırmasına yarayan unsurdur. Netlik ise, tasarım yüzeyinde ön plana çıkması istenilen görsel unsurların, diğer görsel unsurlarla arasındaki karşıtlık durumudur. Renk, tasarımın vazgeçilmezidir ve dikkat çekiciliği sağlayan en önemli unsurdur. Tasarımda rengin parlaklığı, tonu, çağrıştırdığı etki tasarımın atmosferini belirler. Görsel tasarımda yazı ise görüntüyü tamamlayan anlamsal ve tasarımsal niteliktir.

Reklam üzerine yapılan araştırmalarda, verilmek istenilenin, hedef kitleye nasıl iletildiği konusu üzerinde durulan konulardan bir tanesidir. Bu anlamda reklamlar, hedef kitlenin yorumlaması gereken, maddi dünyanın kodlanmasıyla oluşan anlamlar evrenidir (Williamson, 2001). Bu nedenle göstergebilim çözümleme için, verilen mesajın içeriğinin, yapısının, deyiş bilimsel özelliklerinin, dilsel göstergelerinin analizini yapmak gerekir. Reklam ürünlerinin farklılığı, çevre, markaya bağlı imgeler, simgeler tarafından yaratılmaktadır. Yaratılan iletinin, gösteren/gösterilen bağlamında ne şekilde gerçekleştiğinin; dilsel ve görsel öğelerin göstergeler aracılığıyla nasıl ortaya konduğunun analizi göstergebilimin konusudur.

1.4. Görsel İletişim Açısından Sosyal Medyada Yer Alan Reklam Uygulamaları

Sosyal medya, hedef kitlenin seçimlerini belirlemek, ilgi alanlarını tespit etmek, beklentilerini karşılamak amacıyla, iş dünyası tarafından bir pazar şeklinde görülen bir mecra haline gelmiştir. Her geçen gün sosyal medyayı kullananların sayısının artması, marka ve üreticiler için de sosyal medyanın kullanımını zorunla hale getirmiştir (Todi, 2008). Pazarlama noktasında, bilgilerin çok hızlı ve basit şekilde aktarılması, sosyal medya uygulamalarının ivme kazanmasına yol açmıştır. Günümüzde markalar ve üreticiler, sosyal medyayı, tüketicilere efektif reklam uygulamaları sunarak, potansiyel müşteri kapasitesini arttırmak için bir pazarlama türü olarak kullanmaktadır. Sosyal medyanın kullanılmasında diğer önemli bir neden ise üreticilerin marka yaratmak için dijital itibar edinmelerinde fayda sağlayan ortamlar olmasıdır. Markalar ve üreticiler, sosyal medyada, süslü görseller, şaşırtıcı grafikler içeren reklamlar ile metin içerikli reklamlardan daha hızlı ve akılda kalıcı olunduğunu keşfederek en çok paylaşımlarını görsel içerikli yapmaya olanak

veren fotoğraf içerikli sosyal ağları tercih etmektedirler. Sosyal medyada paylaşılan en iyi reklamlar, görsel unsurları ile dikkat çeken, tüketiciyi doğal yollarla etkileyebilen reklamlardır.

Pazarlama açısından reklam yaparak marka farkındalığını yaratmak isteyen firmalar, sosyal medya ortamlarından facebook, twitter, instagram vb. internet sitelerini reklam aracı haline getirmişlerdir. Günümüzde en çok kullanılan sosyal ağlar şöyledir: Sosyal network siteleri; Facebbok, Myspace vb. Video paylaşım siteleri; Youtube. Resim paylaşım siteleri; Instagram, Flickr vb. İş dünyasında kullanılan networking siteleri; Linkedin. Haber kaynağı siteleri; Twitter. İşbirliği siteleri; Wikipedia. İçerik paylaşım siteleri; Piczo. Ticari topluluklar; Amazon, Ebay vb. (http://pazarlamakolik.wordpress.com/category/web-2-0/).

1.4.1. Facebook

2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan ve 2006 yılında dünyanın en popüler paylaşım sitelerinden biri haline gelen facebook, kullanıcıların fotoğraf, video ve yorumlarını paylaştıkları dijital ortamdır.

Facebook'un reklam alanına yönelik gereklilikleri; Like (Beğen) reklamları minimum görsel genişliği ve yüksekliği 600px, başlıklar 25 karakter ve Facebook'taki bağlantı açıklaması 30 karakter olmalıdır. Resim-Video en boy oranı, 9:16 ile 16:9; 125 karakter metin içeriği olmalıdır (https://tr-tr.facebook.com/business/ads-guide). Facebook, görsel algı anlamında kullanıcılara olanak tanır ve kullanıcıların reklam ile bağlantıya geçmesi durumunda bu bilgi reklamın altında görülür. Facebook reklamları arasında ürün reklamları, sayfa bağlantılı reklamlar ve anket reklamları yer almaktadır. Günümüzde Facebook reklamları, erişilmesi zor ve maliyetli kişilere erişmede TV reklamlarına oranla %37 daha fazla imkan vermektedir (https://tr-tr.facebook.com/business/ads-guide).

1.4.2. Twitter

Bir blog servisi olan Twitter 2006 senesinde Jack Dorsey tarafından geliştirilmiştir. Kısa sürede ve hızlı şekilde tüm dünyaya yayılan twitter, fikir ve görüşlerin mesajlarla paylaşıldığı bir iletişim ve bilgi ağıdır. Sosyal medyada çok kullanılan ağlardan olduğu için, pazarlama konusunda reklamların çok hızlı bir şekilde yayıldığı sosyal mecradır. Markalar ve Üretici firmalar genellikle reklam kampanyalarını Promoted Trend, Promoted Account, Promoted Tweet modelleri ile vermektedir.

1.4.3. Instagram

Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulmuş ve kısa sürede dünyada en çok kullanılan fotoğraf paylaşım sitesi olmuştur. Yapısı itibariyle; resim paylaşımı, beğeni, hashtag gibi unsurlarla etkileşim özellikli bir sosyal ağ olan instagram markalar ve reklam verenler için önemli bir sosyal ağdır. İnstagram reklamlarının sağ üst köşesinde "sponsorlu" simgesi bulunur ve bu simge, reklamı diğer paylaşımlardan ayırt eder. Görselin sağ alt köşesinde reklam

açıklaması yer alır. Reklamların görsel boyutları 1080x1080 piksel çözünürlükte, metin sayısı da 125 karakter olarak tavsiye edilmektedir.

2. Yöntem

Sosyal medyada yer alan ürün reklamları çözümlenirken çözümleme yöntemi olarak "yapısalcı" ve "göstergebilim" yaklaşımın temel ilke ve kavramlarından yola çıkarak, "seçme" yöntemi ile örnekleme oluşturulmuştur. Yapısalcılık kavramı, öğelerin toplamından daha fazla olan bütünsellik olarak tanımlanır. Tasarımın yapısındaki her bir görsel öğe ve metin, tasarım alanındaki diğer öğeler ile bir etkileşim içerisindedir. Bu nedenle sosyal medyada yer alan ürün reklamları çözümlenirken öncelikle bir bütün olarak algılanmış, sonra reklam yüzeyinde yer alan görsel öğeler ve metin tek tek ele alınarak özelliklerine ve diğer öğeler ile ilişkisine bakılarak incelenmiştir.

2.1. Veri Toplama Yöntemi

Sosyal medyada yer alan ürün reklamlarının çözümlemesinde, anlatısal ve teknik göstergelerin analizi yapılırken amaca uygun analiz yöntemi kullanılmıştır.

2.2. Örneklem ve Uygulama

Araştırmanın ana kitlesini sosyal paylaşım siteleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise en çok kullanılan sosyal paylaşım siteleri olan Facebook, Instagram ve Twitter'da yer alan ürün reklamları oluşturmaktadır. Sosyal medyada yer alan ürün reklamları göstergebilim yöntemi ile analiz edilecektir. Bu analiz, estetik değer yargılarının gelişmesine, kişilerde algısal ve yorumsal becerilerin gelişimine katkı sağlayacaktır.

Bu araştırma ile sosyal medyada yer alan ürün reklamlarının hedef kitleye ne anlatmak istendiği, ürün reklam tasarımında yer alan iletilerin nasıl kodlandığını göstergebilim yöntemi ile çözümlemesini yapmaktır. Bu amaçtan hareketle araştırma soruları şunlardır:

Araştırma sorusu 1: Sosyal medyada yer alan ürün reklamlarının iletilerini, diğer reklam içeriklerinden ayıran farklılıklar nelerdir?

Araştırma sorusu 2: Sosyal medyada yer alan ürün reklamlarının iletileri ile hedef kitlenin ürüne bakış açısı değişiyor mu?

Araştırma sorusu 3: Sosyal medyada yer alan ürün reklamlarının iletileri hedef kitleyi güdüleyebiliyor mu?

2.3. Analizin Kısıtlayıcıları

Bu çalışmada ele alınan verilerin sınırlı sayıda olması ve sürenin de kısa olması verilerin sadece görsel tasarım bağlamında çözümlenmesidir. Daha önce örnek bir analiz çalışmasının olmaması

ve bu kapsamda bir çalışmanın ilk örneğini gerçekleşmesi zorluklar ile karşılaşılmasına neden olmuştur.

3. Bulgular

Çalışmada Facebook, Twitter ve Instagram'da yer alan üç ayrı ürün reklamının göstergebilim yöntemi ile çözümlemesi yapılmıştır. Aşağıda reklam iletisi oluşturulurken, anlam aktarımında dilsel ve görsel öğelerin nasıl bir bütün oluşturduğu verilmiştir.

3.1. Facebook'da Yer Alan Ürün Reklamının Göstergebilim Yöntemi ile Çözümlenmesi

Knitts Triko Markasının Göstergebilim Yöntemi ile Çözümlenmesi

Çalışmada örnek alınan Knitts Triko markasının ürün reklamının teknik özellikleri, dilsel boyutu, görüntünün içeriği, görüntünün hedef kitleye göre belirlenmesi (kitlenin cinsiyeti, ekonomik durumu, gereksinimleri) amacıyla; çözümlenmiştir. Ayrıca örnek alınan ürün reklamının "anlamlandırma" düzleminde de çözümlenmesi yapılmıştır.

Resim 2: Facebook'da Yer Alan Ürün Reklamı Örneği

3.1.1. Teknik Özellikler Açısından Çözümlenmesi

Kompozisyon

Çözümlemesi yapılan ürün reklamının, ilk bakışta knitts markasının triko giyim ürünü oluğu anlaşılmaktadır. Reklamın kompozisyonu asimetrik bir denge ile şık, çarpıcı, renk tonları ile kurgulanmıştır. Ürünün sayfa düzeni çerçevesinde konumlandırılmasına bakıldığında, soldan sağa bir okumanın gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 2: Ürün Reklamının Teknik Göstergeleri

	Teknik Göstergeler					
	Çerçeveleme	**Açı**	**Işık**	**Netlik**	**Renk**	**Yazı**
Gösteren	Açık Çerçeveleme kullanılmıştır.	Önden bakış açısı vardır.	Koyu kahve rengi zemin üzerine sol üst yandan ışıklandırma	Ürünün Genel Detayları nettir.	Koyu gri, lacivert, bej ve turkuaz.	Reklam sloganı Majiskül ve Serifsiz bir karakterle beyaz renkte yazılmıştır.
Gösterilen	-	-	Kadın, Elbise, Sanatsal	-	Estetiklik, çarpıcı, modern, sıra dışı, rahatlık	Yenilikçi, Kendine Güvenen, Zarif ve İddialı

3.1.2. Dilsel İletinin Çözümlenmesi

Dilsel Göstergeler

"Yeni Gelenler" tümcesi çengel tümcedir. Ünlem tipinde verilen tümcede yeni kelimesi ile hedef kitlenin dikkatini çekerek, hedef kitlede ilgi uyandırılmaya çalışılmıştır. Metnin, tasarımda konumlandırılması koyu zemin üzerine dişi yazı olarak verilmiştir. Metin esnek ve dinamik yapısı ile "yenilik-rahatlık-iddialı-modern" vurgusu yapılmaktadır. Tasarımda tümce tek başına değerlendirildiğinde merak uyandırıcı ve farklı bir koleksiyona dikkat çekilmektedir.

Dil Düzeyi

Ürün reklamında kullanılan dil net ve hızlı anlamlandırılabilir yapıdadır. Yaşam tarzı, gelir statüsü yüksek olan bir hedef kitleye seslenilmesinden dolayı, rahat, modern ve seçkin bir dil

düzeyine sahiptir. Sözcüklerin seçimi, hedef kitlenin merakını uyandıran ve memnun bir etki yaratma amaçlı seçilmiştir.

Dilsel İletide Zaman ve Tümce Yapıları

"Yeni Gelenler" tümcesindeki şimdiki zaman kullanımı hedef kitlenin ilgisini çekmekte ve hedef kitlenin yönlenmesini sağlamaktadır. Ürün reklamında kullanılan çengel tümce, reklamda kullanılan ürünün özelliklerini ve özünü vurgulamasından dolayı bildirme tümcesi özelliği göstermektedir.

3.1.3. Ürün Reklam Görüntüsünün İçerik Çözümlemesi

İletinin Türü

Ürün reklam metni, ürünün kullanan görüntü ile birleşerek, hedef kitlenin mantığına seslenmiştir.

Ürünü satın almaya ikna eden bir dil kullanılmasından dolayı düz anlamsal reklam iletisi hakimdir. "Yeni Gelenler" iletisi hedef kitlenin ürünü yakından tanıyabilmesine işaret etmektedir. Reklamda ürünü satın almaları durumunda kendilerini özel, seçkin hissedecekleri duygusu verilmeye çalışılmaktadır.

İletinin Güdücü Özelliği

"Yeni Gelenler" tümcesi, bireyin kendini farklı, özel hissetmesine yönelik bir güdülemenin temel alındığı görülmektedir. Bu giyim reklamı ile hedef kitlenin ürünü kullanmasıyla ait olduğu veya olacağı sosyal sınıf duyumsatılmaya çalışılmaktadır. Hedef kitlenin üründe hem rahatlık özelliğini, hem de şıklığı ve göz alıcılığı yaşayabilmesi doğrultusunda aktarılan görsel ve dilsel öğeler son derece güdüleyici bir özellik taşımaktadır.

İletinin İletişim Ekseni

Ürünün reklam iletisinde, ürün ön plana çıkarılmakta ayrıca gösterilen ürün belli bir sosyal sınıfa ait olabilmenin anahtarını sunmaktadır. Ürünün kullanılması sonucunda yaşanacak seçkinlik ön plana çıkarılmaktadır. Bu özellikten dolayı bütünleştirici ürün ekseni kullanımı benimsenmiştir.

3.1.4. Ürün Reklam Görüntüsünün Hedef Kitleye Göre Çözümlemesi

Cinsiyet

Knitts Triko markasının ürün reklamı, kadın hedef kitlesine hitap etmektedir.

Ekonomik Durum

Gelir düzeyi yüksek olan kesime seslenmektedir.

Seslenme Biçimi

"Yeni Gelenler" tümcesi ürün odaklı seslenme biçimlidir. Dilsel iletide 3. Çoğul şahıs kullanılmıştır.

Gereksinimler

Maddi durumu yüksek, rahat, sportif ama aynı zamanda şık ve modern bir sosyal sınıfı simgelemektedir. Toplumda seçkinlik, ayrıcalık ve güç isteyen hedef kitleye yönelik sunulmaktadır.

3.1.5. Anlamlandırma

Anlamlandırma düzleminde Knitts Triko markasının reklam metninin görsel ve dilsel öğelerinin çözümlemesi yapıldığında; yenilikçi, seçkinlik, lüks, fark edilmek, rahatlık ve modern gibi gösterilenlere ulaşılmaktadır.

3.2. Twitter'da Yer Alan Ürün Reklamının Göstergebilim Yöntemi ile Çözümlenmesi

Fakir Hausgerate'nin Yeni Ürününün Göstergebilim Yöntemi ile Çözümlenmesi

Çalışmada örnek alınan Fakir Hausgerate ürün reklamının teknik özellikleri, dilsel boyutu, görüntünün içeriği, görüntünün hedef kitleye göre belirlenmesi (kitlenin cinsiyeti, ekonomik durumu, gereksinimleri) amacıyla; çözümlenmiştir. Ayrıca örnek alınan ürün reklamının "anlamlandırma" düzleminde de çözümlenmesi yapılmıştır.

Resim 3: Twitter'da Yer Alan Ürün Reklamı Örneği

3.2.1. Teknik Özellikler Açısından Çözümlenmesi

Kompozisyon

Çözümlemesi yapılan ürün reklamının ilk bakışta fakir markasının ürettiği "Kaave" isimli Türk kahvesi makinası oluğu anlaşılmaktadır. Reklamın kompozisyonu simetrik bir denge ile yalın, uyumlu renk tonları ile kurgulanmıştır. Ürünün sayfa düzeni çerçevesinde konumlandırılmasına bakıldığında, soldan sağa ve yukarıdan aşağı bir okumanın gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 3: Ürün Reklamının Teknik Göstergeleri

	Teknik Göstergeler					
	Çerçeveleme	**Açı**	**Işık**	**Netlik**	**Renk**	**Yazı**
Gösteren	Kapalı Çerçeveleme kullanılmıştır.	Ön ve Yandan bakış açısı vardır.	Koyu kahve rengi zemin üzerine merkezi ışıklandırma	Ürünün Genel Detayları nettir.	Koyu Kahverengi ve tonları, beyaz.	Reklam sloganı El yazısı bir karakterle beyaz renkte yazılmıştır.
Gösterilen	-	-	Kahve, fincan, estetik biçim	-	Doğallık, uyum, güven, sadelik, tazelik	Geleneksellik, hatır

3.2.2. Dilsel İletinin Çözümlenmesi

Dilsel Göstergeler

"Bir kahvemizi içer misiniz?" tümcesi çengel tümcedir. Soru tipinde verilen bu çengel tümce ile hedef kitlenin dikkatini çekerek, hedef kitlede ilgi uyandırılmaya çalışılmıştır. Tümce tek başına değerlendirildiğinde, hedef kitlenin iletiye yüklediği, reklamda yer alan kahve makinasını deneyin, yeniliklere açık olun anlamıdır. Metnin, tasarımda konumlandırılması "kaave" markasının altında ve fincan görseli ile verilmiştir. Metnin konumlandırılması göz önünde bulundurulduğunda, "değer-hatır-geleneksellik-misafirperverlik" vurgusu yapılmakta, kahve makinasını kullanacak olan hedef kitlenin, geleneksel kahve tadını yakalayacakları bir ürünü deneyimlemeleri yönünde bir seslenme bulunmaktadır.

" Tek seferde 4 fincan" iletisi ile mevcut kahve makinalarının, kahve yapabilme kapasitesinden daha fazla sayıda kahve yapabilme özelliği ile farklı oluşuna dikkat çekmektedir. Başka kahve 4

fincan kahve yapabilme ve geleneksel Türk kahvesi tadı kavramlarını bir araya getirme yeniliği vurgusu yapılmaktadır.

Dil Düzeyi

Ürün reklamında kullanılan dil yalın bir özellikte olduğu için anımsanabilir yapıdadır. Gelir statüsü orta düzeyde olan bir hedef kitleye seslenilmesinden dolayı, samimi, düzgün ve pozitif bir dil düzeyine sahiptir. Sözcüklerin seçimi, hedef kitlenin beklentisini karşılayan ve memnun bir etki yaratma amaçlı seçilmiştir.

Dilsel İletide Zaman ve Tümce Yapıları

"Bir kahvemizi içer misiniz?" tümcesindeki şimdiki zaman kullanımı hedef kitlenin ilgisini çekmekte ve geniş zaman işlevini vurgulamaktadır. Ürün reklamında kullanılan çengel tümce, reklamda kullanılan ürünün özelliklerini taşımasından dolayı bildirme tümcesi özelliği göstermektedir.

3.2.3. Ürün Reklam Görüntüsünün İçerik Çözümlemesi

İletinin Türü

Ürün reklam metninde kahvenin vurgulanışı ve reklamın görsel ürünü ön plana çıkaran öğeleri yansıtmasından dolayı ürün odaklı reklam iletisi hakimdir. "Tek seferde 4 fincan" iletisi ile ürünün performansı ve pratik oluşu yönünde bir içerik oluşturulmuştur. Reklamda bu ürünü satın almaları durumunda kendilerini hamarat ve özel hissedecekleri duygusu verilmeye çalışılmaktadır.

İletinin Güdücü Özelliği

"Bir kahvemizi içer misiniz?" tümcesi göz önünde bulundurulduğunda, bireyin kendini özel hissetmesine yönelik bir güdülemenin temel alındığı görülmektedir. "Tek seferde 4 fincan" iletisi ile bu ürünü kullanacak olan hedef kitlenin, hem zaman anlamında hem de keyifliği yaşayabilmesi anlamında görsel ve dilsel iletilerle güdülendiği gözlenmektedir.

İletinin İletişim Ekseni

Ürün reklamı gelir statüsü orta düzeyde olan bir topluluğa hitap ettiğinden, ürünü satın alacakların yaşayacakları keyifli, değerli bir zamanlama öne çıkartılmakta, metnin bu mesajı iletmesi açısından bütünleştirici ürün ekseni kullanımı ortaya çıkmaktadır.

3.2.4. Ürün Reklam Görüntüsünün Hedef Kitleye Göre Çözümlemesi

Cinsiyet

Fakir markasının ürettiği "Kaave" isimli Türk kahvesi makinası ürün reklamı, kadın hedef kitlesine hitap etmektedir.

Ekonomik Durum

Orta gelirli kesime seslenmektedir.

Seslenme Biçimi

"Bir kahvemizi içer misiniz?" tümcesi sen öyküsel seslenme biçimlidir. Dilsel iletide 2. Çoğul şahıs kullanılmıştır.

Gereksinimler

Maddi duruma sahip, gelenekselci bir sosyal sınıfı simgelemektedir.

3.2.5. Anlamlandırma

Anlamlandırma düzleminde Fakir markasının ürettiği "Kaave" isimli Türk kahvesi makinası reklam metninin görsel ve dilsel öğelerinin çözümlemesi yapıldığında; Fark edilmek, yenilikçi, estetik, geleneksellik, pratiklik, güç gibi gösterilenlere ulaşılmaktadır.

3.3. Instagram'da Yer Alan Ürün Reklamının Göstergebilim Yöntemi ile Çözümlenmesi

Pomellos Markası Ürününün Göstergebilim Yöntemi ile Çözümlenmesi

Çalışmada örnek alınan Pomellos ürün reklamının teknik özellikleri, dilsel boyutu, görüntünün içeriği, görüntünün hedef kitleye göre belirlenmesi (kitlenin cinsiyeti, ekonomik durumu, gereksinimleri) amacıyla; çözümlenmiştir. Ayrıca örnek alınan ürün reklamının "anlamlandırma" düzleminde de çözümlenmesi yapılmıştır.

Resim 3: Instagram'da Yer Alan Ürün Reklamı Örneği

3.3.1. Teknik Özellikler Açısından Çözümlenmesi

Kompozisyon

Çözümlemesi yapılan ürün reklamının ilk bakışta Pomellos Marka kolonya olduğu anlaşılmaktadır. Reklamın kompozisyonu simetrik bir denge ile, çarpıcı, kontrast renk tonları ile kurgulanmıştır. Ürünün sayfa üzerinde yerleşiminde altın orana dikkat edilmiştir, göz soldan sağa doğru bir okuma gerçekleştirmektedir.

Tablo 3: Ürün Reklamının Teknik Göstergeleri

	Teknik Göstergeler					
	Çerçeveleme	**Açı**	**Işık**	**Netlik**	**Renk**	**Yazı**
Gösteren	Kapalı Çerçeveleme kullanılmıştır.	Önden bakış açısı vardır.	Yeşil ve sarı zemin üzerine merkezi ışıklandırma	Ürünün Genel Detayları nettir.	Mavi, Turkuaz yeşil, turuncu ve sarı	Reklam sloganı yoktur.
Gösterilen	-	-	Kolonya şişesi, tropikal ürünler	-	Doğallık, tazelik, ferahlık, estetiklik, çarpıcı.	

3.3.2. Dilsel İletinin Çözümlenmesi

Dilsel Göstergeler, Dil Düzeyi ve Dilsel İletide Zaman, Tümce Yapıları

Reklam ürününde slogan yoktur. Reklam içeriği oluşturulurken sadece fotoğrafa odaklanılmıştır.

3.3.3. Ürün Reklam Görüntüsünün İçerik Çözümlemesi

İletinin Türü

Ürün reklamında sadece görsel ürün vardır ve ürün odaklı bir reklamdır. Hedef kitlenin duygularını harekete geçirmeye yönelik yan anlamsal reklam diline hakimdir. Yani sadece görüntünün var olduğu hedef kitlenin reklama katılımını amaçlayan reklam türüdür.

İletinin Güdücü Özelliği

Ürün reklamında, tek başına ürünü gösterme yaklaşımı vardır. Ürün arka planda bir fon üzerinde tek başına görülmektedir. Reklamda vurgu; ürün tasarımı, renk ve ambalaj şekline göre yapılmıştır. Reklamda ürünün "tek başına yettiği anlatılarak", ayrıcalıklığı ve saygınlığı ortaya

çıkarılmış ve ürünü kullanacak olan hedef kitlenin, hem kalite anlamında hem de seçkinlik anlamında görsel olarak güdülendiği gözlenmektedir.

İletinin İletişim Ekseni

Ürünün reklam iletisinde, ürün ön plana çıkarılmakta ve gösterilen ürün belli bir sosyal standartlıkta olabilmeyi vurgulamaktadır. Ürünün kullanılması sonucunda yaşanacak ayrıcalık ön plana çıkarılmaktadır. Bu özellikten dolayı öznel, toplumsal, simgesel bütünleştirici ürün ekseni kullanılmıştır.

3.3.4. Ürün Reklam Görüntüsünün Hedef Kitleye Göre Çözümlemesi

Cinsiyet

Pomellos Marka kolonya ürün reklamı, ambalajın renginden de anlaşılacağı gibi erkek hedef kitlesine hitap etmektedir.

Ekonomik Durum

Orta gelirli belli bir standart kesime seslenmektedir.

Seslenme Biçimi

Öznel, toplumsal seslenme biçimlidir.

Gereksinimler

Ayrıcalıklı, özel, seçici bir sosyal sınıfı simgelemektedir.

3.3.5. Anlamlandırma

Anlamlandırma düzleminde Pomellos Marka kolonya reklamının görsel çözümlemesi yapıldığında; ferahlık, fark edilmek, seçkinlik ve ayrıcalıklı gibi gösterilenlere ulaşılmaktadır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde internetin gelişimiyle, tüketici ve tüketici satın almalarındaki artış, markaların ve üreticilerin ürünlerini pazarlayabilecekleri bir sosyal ağ ortamına dönüşmesini sağlamıştır. Bu nedenle özellikle en çok kullanılan sosyal ağlarda ürün reklamı verme işi popüler hale gelmiştir. Rekabet avantajı sağlamak için bu sosyal ağların kullanımı kaçınılmaz hale geldiğinden marka ve üreticiler, hedef kitleyi büyütme çabası içine girmişlerdir. Bugün milyonlarca kişinin aktif olarak kullandığı sosyal medya ortamında yer alan ürün reklamları, tüketiciler tarafından paylaşılabilmekte ve bu paylaşımlar hızla yayılabilmektedir. Sosyal medyanın bu erişim gücü, marka ve üreticilerin bu alanda çalışmalar yapmasını sağlamıştır. Bu doğrultuda ortaya çıkan online reklamcılık, geleneksel reklamcılığa bir alternatif oluşturmuş ve sosyal medyada ulaştığı geniş kitleler sayesinde önemli bir reklamcılık alanı haline gelmiştir. Online reklamcılık ile

birlikte insanlar pek çok aktivitelerini internet üzerinden yapmaya ve alış verişlerini gerçekleştirmeye başlamışlardır. Online reklamlar bir taraftan bireyleri tüketime yönlendirirken diğer taraftan değerlerini korumaya ve kontrol altına almaya çalışmaktadır. Çünkü reklamların hepsinde bireylere gönderilen mesajlar ve anlamlar işaret edilmektedir. İşaret etme eylemi, anlamlandırma olarak tanımlanıp, bu anlamlandırmaları sağlayan göstergeler, reklam yapısı içinde iç içe yaşaması gerekmektedir. Görsel yönü iyi tasarlanmış bir reklam, rakiplerini geçerek başarıya ulaşabilecektir.

Bu araştırmada, ele alınan sosyal medyadaki ürün reklamları, yapılan değerlendirmelerden yola çıkarak, göstergebilim yöntemiyle analiz edilmekte ve takipçilere toplumsal değerler açısından pek çok gösterge sunmaktadır. Reklamın kompozisyonundan, sloganına, ürünün renginden, görsel figürlere kadar kodlamalara ve ürüne sahip olma sonucunda elde edilecek ayrıcalık ve statü hedef kitlenin zihnine iletilmektedir. Sosyal medyada yer alan hemen hemen tüm ürün reklamlarındaki göstergeler, markaların ve üretici firmaların kendi farkındalıklarını yaratma çabasında olduklarını göstermektedir. Bu nedenle incelenen sosyal medyadaki ürün reklam iletilerinde, sahip olma, keyif, rahatlık, ayrıcalıklı olma gereksiniminden yola çıkılarak hedef kitlenin haz açlığı giderilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada, hedef kitleye ürüne sadece verilmek istenen anlamların dışında, farklı yan anlamlar aktarıldığı görülmektedir. Bu nedenle reklam ürünlerinde kullanılacak göstergeler seçilirken göstergelerin dizisel ve dizimsel boyutu üzerinde dikkatle durulmalı, hedef kitleye verilmek istenen anlam aktarımı dışında farklı anlam aktarımlarına yol açacak göstergeler seçmekten uzak durulmalıdır. Böylece hedef kitlenin algısını pozitif yönde etkileyecek göstergeler kullanıldığında, reklamı yapılan ürünün kullanımı sonucunda hedef kitlenin kendini farklı, seçkin hissetme hazzı karşılanmış olacaktır.

Sonuç olarak, markalar ve üretici firmalar, sosyal medyada verdikleri ürün reklamları ile, sosyal paylaşım siteleri üyelerinin, bu sitelerde yayınlanan reklamlarla ilgili tutumlarını bilmesi, rakiplerine fark yaratmak açısından önemli olacaktır. Yapılan çalışma sonucunda markalar ve üretici firmalar, sosyal medyada daha etkin reklam stratejileri geliştirebilmesi için yol gösterici olacaktır.

Kaynakça

Agocuk, P. (2014). “Amarcord Filmi Özelinde Göstergebilimsel Film Çözümlemesi ve Anlamlandırma”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, (7), S.31

Akyüz, A. (2013). “Sosyal Medyada Müşteri Etkileşimi Ve Firmalar Açısından Önemi”, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(2).

Barthes, R. (1993). Göstergebilimsel Serüven. (Çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Becan, C. (2012). “Yeni (Duyuşsal) Reklam İletileri Bağlamında “Göstergeleri” Okumak: Göstergebilimsel Yöntemden Yararlanarak Bir Reklam İletisi Çözümlemesi”, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, S:4.

Becer, E. (1999). “İletişim ve Grafik Tasarım”. Ankara: Dost Kitabevi.

Bedir, S., Urgun, G. (2016). “Görsel Algı Kuramlarına Göre Reklam İçerikli Tasarımların Değerlendirilmesi”, Sdü Art-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 9(17).

Binder, V. A. (2010). "San Francisco Rock Posters And The Art Of Photo-Offset Lithography", The Book And Paper Group Annual, 29(5), 14.

Bircan, U. (2015). “Saussure’de Dil, Dilbilim ve Göstergebilim”, Akader Akademik Araştırma ve Dayanışma Derneği, Sbard Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, (2), S.26

Chaney, P. (2009). “The Digital Handshake”. Hoboken: John Willey & Sons.

Çeken, B. ve Yıldız E. (2015). “Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri”, Sed - Sanat Eğitimi Dergisi, 3(2).

Çiftçi, E., Eraldemir, B. (2017). “Görsel Kültür Elemanı Olarak Reklam Afişlerinin Toplumsal Süreçlerle Etkileşimi”, Sdü Art-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 10(20).

Ekim, B. (2011). “Görsel İletişim Tasarımı Açısından Dergi Kapak Tasarımları: Elele Dergisi Kapak Tasarımlarının Çözümlenmesi” İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Erişti, S. D. (2010). “An Evaluation Of Instructional Website Designs From The Perspective Of Visual Perception Theories: A Study On Scale Development”, Contemporary Educational Technology,(1)4.

Gürdal, S. (2000). “Satış Yönetimi”. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Güzeloğlu, C. (2012). “Basılı Reklamlarda Görsel Tasarım Yönetimi Ödül Almış Basın Reklamlarının Görsel Tasarım Analizi”, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

Kazançoğlu, İ. (2012). “Tüketicilerin Sosyal Ağ Sitelerindeki Reklamlara Yönelik Tutumlarının Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi: Facebook Örneği”, International Journal Of Economic and Administrative Studies, 4(8), 159-182.

Küçükerdoğan, R. (2009). Reklam Nasıl Çözümlenir?: Reklam İletişiminde Göstergeler ve Stratejiler. İstanbul: Beta Yayınları.

Özdem, E. (2006). “Açıkhava Reklam Ortamlarında Görsel Tasarım”, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Parsa, S. ve Parsa, A.F. (2002). “Göstergebilim Çözümlemeleri”. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.

Todi, M. (2008). “Advertising On Social Networking Websites”. Wharton Research Scholars Journal.

Tokel, A. (2012). “Viral Reklamların Görsel İletişim Tasarımıyla İlişkisi”, Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Yalur, R. (2014). “1990-2013 Yılları Arasında Afiş ve Sosyal Afişlerin Grafik Tasarım ve Teknolojik Açıdan İncelenmesi”, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Ying, M. (2012). “Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler”, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Williamson, J. (2001). Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam Ve İdeoloji. (Çev. A. Fethi) Ankara: Ütopya Yayınları.

https://tr-tr.facebook.com/business/ads-guide (Erişim Tarihi: Eylül 2018)

https://tr-tr.facebook.com/business/ads-guide ((Erişim Tarihi: Eylül 2018)

BRÜTALİST MİMARİDE SANATSAL DOKUNUŞ ÖRNEĞİ OLARAK SERAMİK PANO KULLANIMI

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖZÇELİK

Hacettepe Üniversitesi

Arş. Gör. Duygu KORNOŞOR ÇINAR

Hacettepe Üniversitesi

Öz

II. Dünya savaşının yarattığı yıkım sonucunda Avrupa'da hızlı yapılaşma ihtiyacına cevap olarak mimari anlayışta Brütalizm akımı doğmuştur. 1950 ve 1970 yıllar arasında mimariye damgasını vurarak altın çağını yaşamış olan bu mimarlık akımının en belirgin özelliği ekonomik, basit ve kolay bulunabilir olması ve kısa sürede uygulanmasından dolayı betonun ham kullanımıdır. Bunun yanı sıra koyu renkli işlenmemiş malzeme; tuğla, çelikvb yapıgereçlerinin, donatılarının ve taşıyıcı öğelerin açıkta bırakılması, işlevsel birimlerin modüler olarak tekrar etmesi, yapının doğallığı, süsten uzak olması, kütleselliği, boyutlarının devasa oluşu akımın diğer özellikleri arasında sayılabilir. Zamanla ekonomik şartların iyileşmesi ve buna bağlı olarak kültürel yapının değişmesiyle brütalist akım etkisiyle yapılan binalara kütlesel oluşları ve insanlarla yeterince ilişki kurmamaları gerekçesiyle eleştiriler yöneltilmeye başlanmıştır. Yapılan bu eleştirilere cevap olarak da brütalist projelerde yumuşak çizgilere, renk ve doku örneklerine yer verilmeye başlandığı görülmektedir. Daha yuvarlak hatlarda ve heykelsi yapılarla karşımıza çıkan brütalist mimaride bu aşamada duvar seramiklerinin yapılarda sıklıkla kullanıldığı gözlemlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Brütalizm, Mimari, Seramik Pano.

THE USE of CERAMIC PANEL in BRUTALIST ARCHITECTURE AS AN EXAMPLE of ARTISTIC TOUCH

Abstract

The Brutalism movement was born in architectural understanding in response to the need for rapid building in Europe as a result of the destruction caused by the Second World War. The most prominent feature of this architectural movement, which lived through the golden age between

1950 and 1970, is the raw use of concrete as being economic, simple, easy to find, and short-term application. In addition to that, dark untreated material; exposing construction materials like bricks, steel, etc, fixtures and carrier items, modular repetition of functional units, the nature of structure, simplicity, massiveness, gigantic formation of dimensions can be considered as other characteristics. Over time, due to the improvement of the economic conditions and the change of the cultural structure, the criticism has started to be made due to the buildings built by the influence of the brutalist movement as being massive existence and not to establish a sufficient relationship with the people. In response to these criticisms, it is seen that soft lines, color and texture samples are beginning to be included in the brutalist projects. It is observed that the brutalist architect which confronted with more rounded lines and sculptural structures frequently used wall ceramics in this stage. Key Words: Brutalism, Architecture, Ceramic Panels.

Brütalist Mimaride Sanatsal Dokunuş Örneği Olarak Seramik Pano Kullanımı

Brütalist Mimari

Mimari, binaları ve diğer fiziksel yapıları tanımlamak için kullanılan genel bir terim olmakla beraber aynı zamanda bir tasarlama sanatı bir bilimdir de. İnsan, var olduğu ilk andan itibaren saklanma, saklama, barınma gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla hep mekânlara ihtiyaç duymuştur. Bu sebeple de ilk başlarda çevresinde bulduğu ağaç oyuklarından, mağaralardan doğanın ona sunduğu tüm imkânlardan faydalanmıştır. İhtiyaçları çeşitlendikçe ve zamanla geliştirdiği teknolojin sunduğu yeni imkânlarla yapılar inşa etmeye başlamıştır. Mağaradan ağaç evlere oradan da daha karmaşık yapıların inşasına yönelen insan hem zamanın gereklerine ve elindeki imkânlara göre hareket etmiştir. Çağının kültürünü yansıtan mimari modern dönemlerde de bu yolu izlemeye devam ederek toplumun zamanın kaydını tutmuştur.

Özellikle nüfus artışı, göçler, ekonomik şartlar mimari yeni malzemeler yapı tercihlerini belirleyerek pek çok yeni akımın doğuşuna sebep olmuştur.

1900'lerde sanayi devrimini yarattığı yeni üretim kapasitesi ve teknik beceri politikadan aile yapısına kadar yaşamın tüm alanlarına etki etmeye başlamıştır. Yeniçağ geçmişe benzemeyen, kendi tarzının hâkim olduğu çizgilerle aile yapısından sanata kadar yaşamın her alanına yenilikler getirmiştir. Bu ortamda mimari alanda 1950 ve sonrasında II. Dünya savaşının yarattığı yıkım sonucunda Avrupa'da özellikle şehirlerdeki hızlı yapılaşma ihtiyacına cevap olarak mimari anlayışta Brütalizm akımı doğmuştur.

1950 ve 1970 yıllar arasında mimariye damgasını vurarak altın çağını yaşamış olan bu akım adını mimarlık akımını belirgin özelliği ekonomik, basit ve kolay bulunabilir olması, ucuz olması ve kısa sürede uygulanmasından dolayı betonun ham kullanımıdır. Adını da ham, işlenmemiş anlamına gelen Fransızca "brut" kelimesinden almıştır. İlk kez 1954 tarihinde mimari bir akım

olarak brütalizm terimini kullananlar ise İngiliz mimarlar Alison Smithson ve Peter Smithson'dır. (Hasol, 1995, s. 95).

Sosyalist anlayıştan etkilenen bu akım betonun ham kullanımının yanı sıra koyu renkli işlenmemiş malzeme; tuğla, çelik vb. yapı gereçlerinin, donatılarının ve taşıyıcı öğelerin açıkta bırakılması, işlevsel birimlerin modüler olarak tekrar etmesi, yapının doğallığı, süsten uzak olması, kütleselliği, boyutlarının devasa oluşu akımın diğer özellikleri arasında sayılabilir. Görsel olarak binayı oluşturan temel öğelerin ham halleriyle saklanmadan öne çıkarılması akımın niteliğidir. Brütalizm, mimari tasarlamada "kimliği bileşenleriyle belirtme" felsefesinden hareket eden ve sorumluluk, gerçeklik, objektiflik, konstrüksiyona bağlılık, bakınca tanınabilme, okunabilme vb. kavramlara dayanır ve malzeme kullanımında da aynı tutumu sergiler. Brütalist mimari de gözlenen bir diğer özellik ise yapıların birim tekrarlarından oluşan devasal boyutlarıdır.

Brütalizm: Fr. (brutalisme) Yapı ögelerinin kendilerine özgü nitelikleriyle belirtilmeleri yanında, çeşitli hacimlerin de karakterlerini plastik ögeler halinde iyice ortaya koymaları ve dıştan okunabilmeleri brütalizmin özellikleridir. Brütalizm mimariyi meydana getiren çeşitli bileşenlerin hakkını yeterince vermek amacını güder. Yapıda teknik mükemmellik yerine doğallık, kendi kendine oluşmuşluk, hatta biraz da hamlık, kabalık aranmıştır. Alüminyum veya öteki madenler yerine beton, tuğla; cilalı, kaplı yüzeyler yerine genellikle örtüsüz yüzeylerle malzemenin gerçek yüzü ortaya konmaya çalışılmıştır. Biçimi bazı işlevlere dayandırmak, işlevleri gizlemeden ortaya çıkararak bunlardan bilinçli olarak estetik yaratmak brütalizmin ilkesidir. (Hasol, 1995, s. 94)

Görsel 1. Mimarının Erno Goldfinder olduğu İngiltere-Londra'daki Trellick Tower https://www.archdaily.com/151227/ad-classics-trellick-tower-erno-goldfinger

Akım etkili olduğu dönemde devlet binalarından, okul yapılarına; apartman bloklarından alışveriş merkezlerine kadar pek çok binada kullanıldı.

Görsel 2. İngiltere Londra'da yer alan Peter ve Alison Smithson tarafından yapılan brütalist bina.

https://www.ibtimes.co.uk/there-beauty-brutalism-many-their-only-choice-live-concretopia-1590307

Brutalist Mimaride Yeni Arayışlar

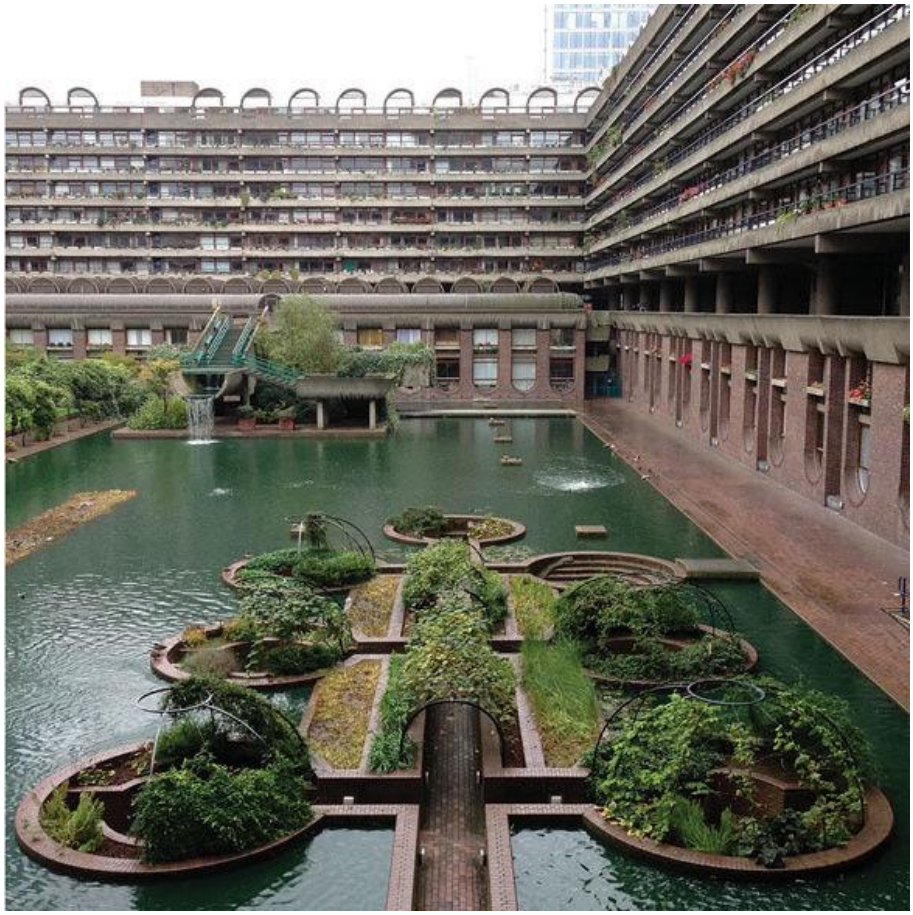
Zamanla ekonomik şartların iyileşmesi ve buna bağlı olarak kültürel yapının değişmesiyle brütalist akım etkisiyle yapılan binalara kütlesel oluşları ve insanlarla yeterince ilişki kurmamaları gerekçesiyle eleştiriler yöneltilmeye başlanmıştır.

Yapılan bu eleştirilere cevap olarak hızlı yapılaşma zorunluluğunun ortadan kalkmasıyla da brütalist projelerde yumuşak çizgilere, renk ve doku örneklerine yer verilmeye başlandığı ve yapıların ebatlarının daha küçük tutulduğu görülmektedir. Bu anlayışta meydana getirilmiş binalara örnek olarak hem insanla ilişki kurması hem de içinde yaşayanların birbiriyle ilişki kurmasına olanak sağlayan Le Corbusier'in yapıları verilebilir.

Görsel 3. Fransa Marsilya'da yer alan Le Corbusier adlı mimara ait toplu konut amacıyla yapılmış olan brütalist yapı.

https://www.lescouleurs.ch/en/journal/category

Binanın en dikkat çeken özelliklerinden biri de sosyal yaşamı hareketlendirecek şekilde tasarlanmış olması. Modüller arasındaki her üçüncü kat, binanın iki ucunu birleştiren geniş koridor ile bir sosyal alan oluşturuyor. Çatıda ayrıca, spor ve sanat etkinliklerinin yapılabileceği bir koşu pisti ve küçük bir sahne de yer alıyor. http://www.kilsanblog.com



Görsel 4. İngiltere Londra'da yer alan Chamberlin, Powell ve Bon tarafından yapılan brütalist yapı.

https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-10-icons-of-brutalist-architecture

Yapıda yeşile yer veren balkonlar ve orta alan dikkat çekicidir. İçinde sanat merkezinden, okula kadar pek çok olanağı barındıran yapı orta kesime hitap eden 2000 apartmandan oluşmaktadır. İçinde yaşayanlara sunduğu çeşitli imkânlarla bina mesken sahiplerine yapı içinde keyifli

zamanlar geçirme imkânı sunmakta ve yapıya aitlik duygusunu hissetmelerini sağlamak istemektedir.

Brütalist mimarinin insanla ilişki kurmak için geçirdiği bu yapısal evrimlere duvar panolarını da eklemek gerekir. Yüzey uygulamalarında kendini hissettiren bu eserler brütalist yapının mimari özelliklerine büyük müdahalelerde bulunmadan küçük dokunuşlarla etkili sonuçlar yaratmaktadırlar.

Görsel 5. Orange County UC Irvine Merkez Kütüphane'si ön yüzü

İnsanın tarih boyunca kendi varlığının en güçlü anlatım aracı olarak kullandığı el izi brütalist mimari anlayışla inşa edilmiş olan Orange County UC Irvine'de yer alan Merkez Kütüphane'nin ön yüzünde sanatsal bir dokunuş örneği olarak kullanılmıştır.

Görsel 6. Norveç Oslo'da bulunan başbakanlık ofisi

http://www.arkitera.com/haber/16687/picasso-resimlerinin-susledigi-brutalist-binalar

H ve Y bloklarının yan cephelerinde yer alan bu tasarımlar beş tane olup Picasso'nun beton zemini kullanarak meydana getirdiği ilk yapıtlarıdır.

Zamanla daha yuvarlak hatlarda ve heykelsi yapılarla karşımıza çıkan brütalist mimaride bu aşamada duvar seramiklerinin yapılarda sıklıkla kullanıldığı gözlemlenmektedir.

Brutalist Mimaride Seramik Pano Kullanımı

Duvar dekorasyonu çok eski zamanlara kadar gitmektedir. Antik Mısır'da insanların tanrılarını ve yaşanan olayları resmetmek için çok çeşitli renklerde oksitleri çamurla karıştırarak ve bazen de seramik karoları kullanarak bunlardan yararlandıkları görülmektedir. Zamanla bu uygulamalar değişse de yüzey dekorasyonu fikri hiçbir zaman için kaybolmayarak günümüze kadar devam etmiştir. Bulundukları yapıya kimlik kazandırıp mekân algısını arttırmaları bina ile temasta olan insanlara nefes aldırıp onları bulunduklarından öte farklı mekânlara taşıyabilmeleri duvar dekorlarının bu kadar uzun süre hayatımızda oluşlarının en büyük sebebidir.

Mekânlarda yer alan duvar panoları insanların zihinlerinde bulundukları çevreye dair bir iz bırakan, düş kurdurtan, estetik beğeni yaratan ve toplumsal ilişkileri kuvvetlendiren özellikler taşırlar. Düş; insanı bulunduğu mekânlardan uzaklaştırarak, dertlerinden ve sıkıntılarından uzaklaşıp ruhsal anlamda fiziksel dünyasına olumluluklar katmak açısından önemli zaman aralıkları yaratan zaman sınırlılıklarıdır. Yeri ve zamanı belli değildir. İçine girip, içinde kendini bulacağı, eşyasını ve kavramını yaratacağı bir puslu alandır. Mekânsal kalite arayışları ve mevcut değerin iyileştirmesinde insan ihtiyaçlarına cevap verebilmek önemli bir niteliktir.

Özellikle yapısının plastik oluşu, kolay şekillenebilmesi, dayanıklılığı, renk çeşitliliği, insanla kolay temasa geçişi ve bunun gibi pek çok sebeple seramik uygulamalar tasarımlarda ön plana çıkmaktadır.

Görsel 7. Hollanda Rotterdam'da bulunan Bouwcentrum(Building Centre) binası
https://couvreur.home.xs4all.nl/ned/rdam/architectuur/100jaar/1948.htm

Görsel 8. Hollanda'da bulunan Bouwcentrum(Building Centre) binasında bulunan tuğla duvar panosu.

https://www.sculptureinternationalrotterdam.nl/en/collectie/wall-relief-no-1-en

İngiliz heykeltıraş Henry Moore tarafından tasarlanmış olan bu pano yaklaşık 16.000 el oyması tuğladan yapılmıştır. Kompozisyon, merkezde beş organik formun gevşek bir şekilde yan yana yerleştirilmesi ve kenarların çizgisel motiflerle doldurulmasıyla meydana getirilmiştir. Kabartma tarzıyla yapılan bu panoda kullanılan organik formlar ve tuğlanın rengi doğayla bağlantı kurmaktadır

https://www.sculptureinternationalrotterdam.nl/en/collectie/wall-relief-no-1-en

Görsel 9. ABD Utah Havalimanı

http://bradevantaylor.com/portfolio/glaciated-mass

Görsel 10. ABD Utah'da bulunan Utah Havalimanı binasında bulunan porselen duvar panosu.

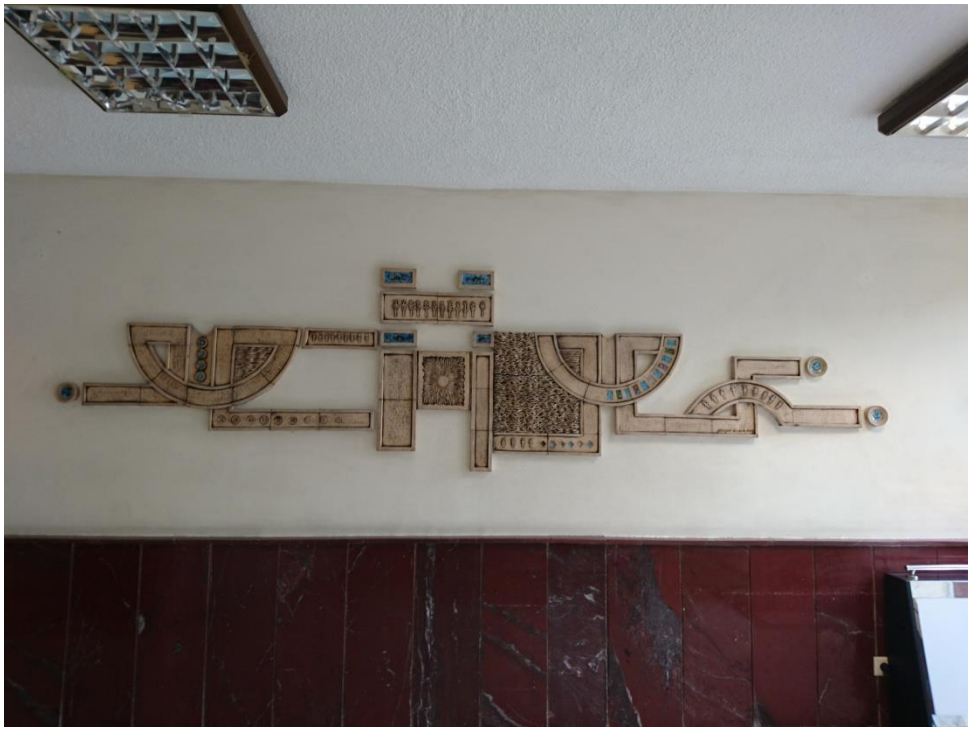
http://bradevantaylor.com/portfolio/glaciated-mass

Amerikalı seramik sanatçısı Brad Evan Taylor tarafından binanın Kuzey doğu girişine yapılan porselen pano.

Rocky dağlarındaki buzullardan ve toprak yapısından etkilenerek yapılmış bu porselen pano sanatçının belirttiği gibi dışarıda bulunan eşsiz manzaranın bir yansıması olarak tasarlanarak iç mekâna soluk aldırmaktadır.

http://bradevantaylor.com/portfolio/glaciated-mass

Görsel 11. Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampüsü'nde bulunan rektörlük binası



Görsel 12. Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampüsün'ndeki rektörlük binasının giriş katında yer alan Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Özçelik'e ait seramik duvar panosu.

Kaynakça

Hasol, D. (1995). *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü.* İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.

Arcasoy, A. (1993). *Seramik Teknolojisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Anasanat Dalı Yayınları.

Segurado, D.B .(2009). *Wall Pieces*. London: A&c Black Press.

Rainey,S.R. (1971). *Wall Hangings*. London: An Oak Tree Press.

http://www.kilsanblog.com

https://www.sculptureinternationalrotterdam.nl/en/collectie/wall-relief-no-1-en

http://bradevantaylor.com/portfolio/glaciated-mass

MİMARİ YAPILARIN KALICI DEĞERLERİ: DUVAR SERAMİKLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖZÇELİK

Hacettepe Üniversitesi

Arş. Gör. Sevgi KİLİNÇ

Hacettepe Üniversitesi

Arş. Gör Aylin ALKAN

Hacettepe Üniversitesi

Öz

Toplumların gelişmesi ile insanın yaşadığı çevre ile olan ilişkisi daha bilinçli olarak ele alınmaya başlamıştır. Bu ilişki, modern mimari düşünce içinde kendisini gösterir. Çevre ve mekân kurgulamalarında, mimar ve sanatçı birlikteliği ile koruma ve izole etme özelliği ile bilinen mekân kavramı, sanatçının katkısıyla düşünsel, ruhsal ve sosyal etkinliklerini de içeren bir kavram olmuş, sanat mekânın bir parçası olarak görülmeye başlamıştır. Bu özelliğinden dolayı duvar seramiği müze, galeri gibi yerlerde sergilenerek değerlendirilmesi özelliğinin dışında, insanın yaşadığı mekâna birebir katılarak yaşamın merkezine oturmuştur. Mimari yapılarda kendine çok iyi bir konum edinerek, iç ve dış mekân yüzeylerinde yapıya estetik değerler katmış, mekânda anlamlı ve yaşayabilen bir canlılık içinde yerini almıştır. Tarihsel sürecine bakıldığında dini, askeri ve yönetim yapılarının vazgeçilmezleri olan seramik duvar kaplamaları teknik özellikleri nedeniyle çevresel faktörlerden etkilenmeyen yapılara sahiptir. Mekân duvarlarına çeşitli kimyasallarla montajları yapıldığından yapının ömrü kadar yaşam şansına sahip eserler olarak karşımıza çıkarlar. Bu özellikleri nedeniyle mimari yapılarda kalıcı değerler olarak değerlendirilebilirler

Anahtar Kelimeler: Mimari, Mekân, Duvar Seramiği.

PERMANENT VALUES of ARCHITECTURAL STRUCTURES: WALL CERAMICS

Abstract

People's relationship with the environment that they live started to be considered more consciously with the development of the societies. This relationship manifests itself in modern architectural thought. The concept of space, known for its quality of preservation and isolation with the companion of architecture and artist in space design, turns out to be a concept including psychological and social activities with the contribution of the artist and the art is started to be perceived as a part of space. Due to this feature, the wall ceramics is placed on the centre of life by participating the place where people live except for its characteristic as to be evaluated by being exhibited in places such as museums and galleries. They added aesthetic value to interior and exterior surfaces of the structures and took their place in space in a meaningful and liveable manner by obtaining a good position in the structures. When we look at the historical process, the ceramic wall coatings are the indispensable part of religious, military and administrative structures. They are not affected by environmental factors because of their technical characteristics. The ceramic wall coatings appear as works which have the same lifespan as the building they are on since they are assembled on the walls with various chemicals. Therefore, it is possible to regard the ceramic wall coatings as permanent values.

Key Words: Architectural, Place, Wall Ceramics.

Mimari Yapıların Kalıcı Değerleri: Duvar Seramikleri

Mimari Yapı Ve Mekan

D. Hasol'un Mimarlık ve Yapı sözlüğündeki tanımına göre mimari; İnsanların yaşamasını ve barınma, dinlenme, çalışma, eğlenme gibi eylemlerini sürdürebilmelerini sağlamak üzere gerekli mekanları, işlevsel gereksinimleri ekonomik ve teknik olanaklarla bağdaştırarak estetik yaratıcılıkla inşa etme sanatıdır. Mimari, mimarlık, toplum yapısına, toplumun gereksinimlerine, ekonomik verilere, teknolojik gelişmelere bağlı olan bir sanattır. Mimari ve mimarlık uzmanlık alanlarına göre askeri, sivil, dini, bahçe ve şehir mimarisi olarak gruplandırılır.

Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü'nde mekan; İnsanı çevreden belli bir ölçüde ayıran ve içinde eylemlerini sürdürmesine elverişli olan boşluk, boşun." olarak tanımlanmıştır. Mimari açıdan mekan ise, "Geniş anlamdaki doğadan veya peyzaj mekânından insanın kavrayabileceği bir bölümü sınırlamaktır " (Hasol, 1998, s. 306).

İnsanoğlu barınma gereksinimine bağlı olarak ilk çağlardan günümüze, birtakım yerlere sığınmak, alanlar oluşturmak ve bu alanları kendi yararına uygun bir biçimde kullanmak durumunda kalmıştır. İnsanların bulundukları çevreye adaptasyonları ile kendi yaşam alanlarını oluşturması mekan tasvirinin ana içeriğini oluşturmaktadır. İlk kullanılmaya başladığı dönemlerde (mağara vb.), doğal içeriği ile var olan mekan; geçirdiği evreler doğrultusunda insanın gelişen gereksinimlerine göre şekillendirmesiyle, yapılı mekan şekline dönüşmüştür.

Mimarlığın esas öğesi olan mekan kavramına bakıldığında ise, insanların varoluşundan günümüze barınma ve yaşama gereksinimlerine paralel olarak şekillendiği ve geliştiği görülmektedir. İnsanların ilk barınma gereksinimlerini karşılamaya yönelik olarak doğa ve tasarım etkinliğinde yeryüzü topoğrafyasının şekillenme süreçlerinde oluşmuş olan ve halen günümüze kadar gelen mağara evler ilk mekan tasvirlerini oluşturan hacimlerdir (Yıldız, 2015, s. 15).

Bireyin oluşturduğu bir mekanda yer alıp hareketlenmesi ve ortamda bulunan nesnelerin biçimlerine uygun davranış sergilemesi ile mekan algısı oluşur. Bu algının işlevi mekan ile mekanda yer alan nesnelerin doluluk boşluk ilişkisi ile renk, biçim, doku ve ışık gibi tasarım özelliklerinin kişide uyandırdığı duygulardır. Yaşanılan çevrenin estetik ölçütlere göre düzenlenmesi, bireyin kendisini çevreleyen nesnelerle olan ilişkisinde önemli bir etken olmaktadır. Bir insanın diğer insanlarla olan ilişkisi kadar, nesnel çevresiyle de kurduğu bağ onun psikolojik yaşamı açısından önem taşımaktadır. Birey yaşadığı toplumun kültürünü, kendi kimliğini, estetik görüşlerini veya toplum içindeki statüsünü yaşadığı mekâna yansıtır.

Mimari Yapı Ve Sanat İlişkisi

Toplumların gelişmesi ile insan çevre ilişkisi, modern mimari düşünce içinde daha bilinçli ve çok boyutlu ele alınmaya başlanmıştır. Bunun nedeni çevre ve mekânın düşünen, tasarlayan, inşa eden sanatçı ve mimar tarafından ele alınmaya başlamasıdır. Başlangıçta mekân içerisinde insanı çevreleyen dört duvar güven hissi verirken, gelişen ve modernleşen dünya karşısında bu boş kalan duvarlar süsleme ve kimliklendirme gereksinimi yaratan, sanatçıya ilham veren birer nesne halini almıştır (Özer, 2003, s.18).

Amerikalı psikolog Abraham Maslow tarafından 1943 yılında yayımlanmış ve sonrasında geliştirilmiş insan psikolojisi teorisine göre; ilk olarak acil ve temel ihtiyaçlar giderildikten sonra gereksinimler değişim göstermektedir. Kendi içinde bir hiyerarşi oluşturan ihtiyaçlar piramidinde açlık, susuzluk, tehlikelerden korunma ve güvende hissetme gibi fiziksel gereksinimler giderilmeden üst basamaklara geçmenin mümkün olmadığı görülmektedir. Başka bir deyişle hiyerarşik sistemde kategorize edilmiş ihtiyaçlarını karşılayabilen birey, sonrasında daha karmaşık ve soyut konulara yönelip kendini geliştirmek ister. Basamaklarda yukarı çıkıldıkça

gereksinimlerin karşılanabilmesinin zorlaştığı ve türünün somuttan soyuta evrildiği görülmektedir.

Bu teori mekân-insan ilişkisine uyarlandığında, insanı sert doğa koşullarından ve dışarıdaki tehlikelerden koruyacak fiziksel koşullar ve temel ihtiyaçlar sağlandıktan, kabuk oluşturulduktan sonra estetik gibi psikolojik ve entelektüel ihtiyaçlar kendini göstermektedir. Estetik insanı besleyen, bulunduğu noktadan ileriye taşıyan, duyulara hitap eden bir gereksinimdir. Bu tinsel ihtiyaç ancak sürece sanatın dahil edilmesi ile doğru bir şekilde karşılanacaktır (Özçelik, İçemer, Yonuk, 2017, s. 144).

İnsanın yaşadığı çevrede oluşturduğu her tür nesne ve kavram bu ihtiyacın sonucunda ortaya çıkmıştır. Mekânın anlamı formların ve bu formların kullanımının getirdiği pratik ve sembolik mesajlardan oluşur. Bunların dönemlere ve içinde bulundukları kültürlere göre değişiklik gösterdiği söylenebilir. Sanatçı biçemleri düzenleyerek yaratıcılığı ile mekânsal düzeni oluşturur. Mekân içerisindeki biçemler bireyin duygularını etkileyerek, bireye bir düzenin var olduğu hissini verir. Bu nedenle tasarım yapılırken kütle, yüzey, plan, düzen, biçim gibi özellikler önem taşır. Sanat eseri- mimarlık ilişkisinde, eseri bütünün değişmez bir parçası, sabiti haline getirebilmek yapı için ayrıcalık sağlamaktadır. Yapılarda seçilmiş ve uygun duvar yüzeylerine yapılan sanat seramiği eserleri de bu anlamda uygulanan eserler arasında yer almaktadır.

Mimari Yapılar İçinde Duvar Seramiği

Mimari yapılarda seramik kullanımı çok eski dönemlere dayanmaktadır. İlk örneklerini tuğla ve tablet olarak gördüğümüz seramik ürünler yapılarda sıkça karşımıza çıkmaktadır. Günlük kullanım eşyası olmanın yanı sıra, tamamlayıcı bir öge olarak seramik, çeşitli dönem ve coğrafyalarda kendisine kullanım alanı bulmuştur. Ayrıca kil, ucuz ve bol bulunması nedeniyle de tarih çağları boyunca mimarinin hem inşasında hem de süslemesinde kullanılmıştır. Yaşanılan mekânı süslemek, sanatsal nesnelerle donatmak bazı dönemlerde bir gelenek haline dönüşmüştür. Böyle bir akımın etkisiyle mekân ve duvar süslemeciliğinde seramik kullanımı ortaya çıkmıştır.

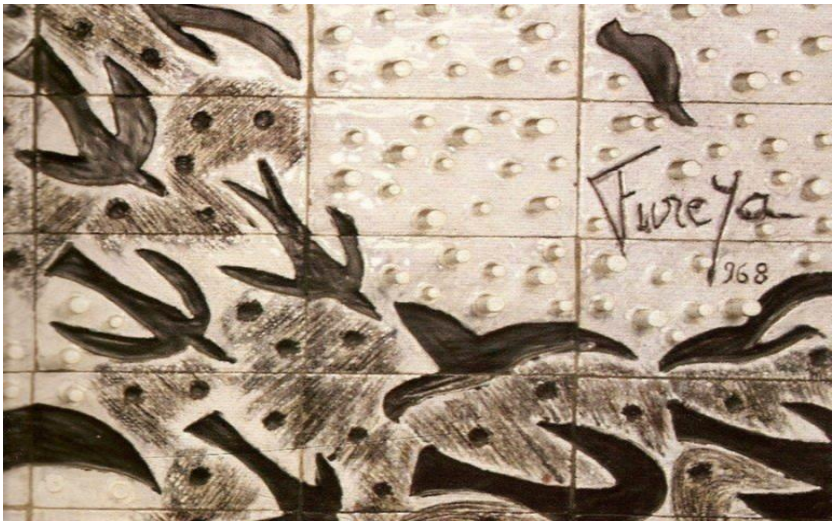
Duvar seramiği, mimariye estetik anlamda değerler katacak unsurlar arasında yer alır. Mimari yapıların iç ve dış duvar yüzeyleri için tercih edilen seramik panoları; kamu kurumları binalarında, otel ,okul, AVM gibi birçok sosyal alanda görmek mümkündür. Bu alanların insanları bir araya getirip sosyal bir ortam oluşturdukları düşünülürse, burada duvar seramiği sanatın birleştirici gücünü kullanarak ortak kültürel değerlerin varlığına ve paylaşımına büyük katkılar sağladığı gözlemlenebilir.

Mimari yapılarda; mekân ve işlevi, rengi, ışığı ve sirkülasyonu ile doğrudan ilişkili olarak yer alan Seramik panoları özellikle duvarlara monte edilmeleriyle mekânın kalıcı unsurları arasında yerlerini alırlar. Diğer bir yönden bakılacak olursa şekillendirme sonrası yüksek derecelerde (900-1100°C) pişirilmeleriyle dış etkenlere dayanıklı hale gelmeleri de kalıcılıkları üzerinde

katkı sağlar. Bir sanat formunun/eserinin her şeyden bağımsız sanatçının görüşüyle direkt ilgili olduğu açıktır. Ancak seramik panolar, sanatçısının özgün yaklaşımları sonucu ortaya çıkmalarının yanında, mekanla uyum, renk, ışık ve mekân kimliği ilişkileri birebir olan sanat çalışmalarıdır ve onlarla bina yaşadıkça var olurlar.

Görsel 1. Koral, F. (1968). Divan Pastanesi, İstanbul.

Füreya Koral'ın Kuşlar isimli bu çalışmasında ait olduğu mekâna özgürlük ve sadelik duygularını hissettiren değerler kazandırmıştır. Pano uygulamasında sanatçı, kuşlar ve bulutlarla oluşturduğu kompozisyonda, organik biçimlerin tekrarı, noktasal ve lekesel değerlerle figürlerin hareketliliğini pano bütünlüğünde değerlendirmektedir.

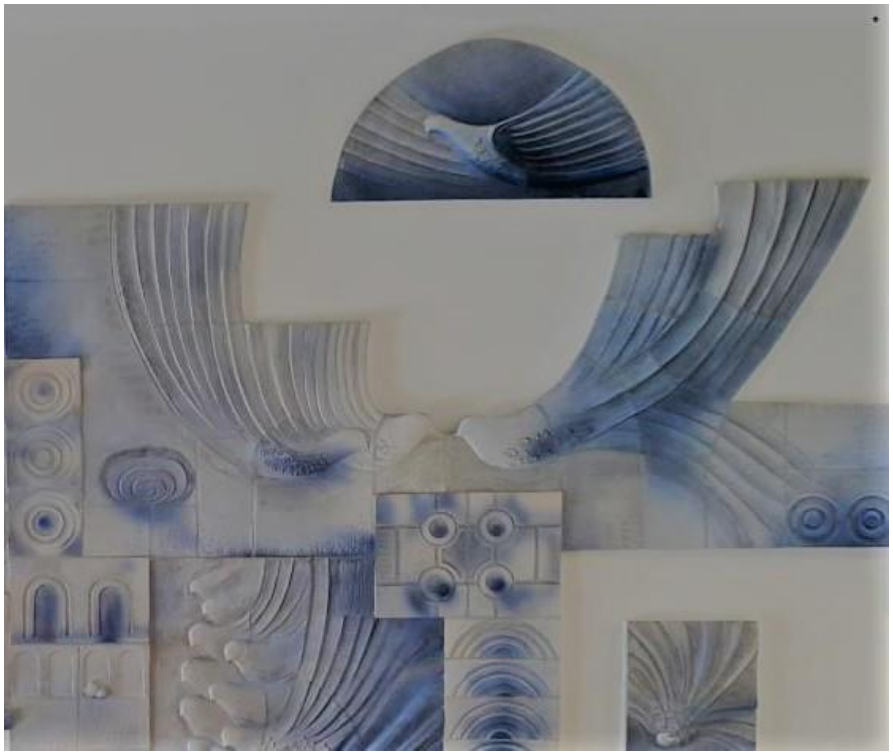


Görsel,2.Koral, F. (Detay).

Görsel 3. Çolakoğlu, H. (1981). Bilkent Üniversitesi Kütüphanesi “Evrende Barış Senfonisi”, Ankara.

Hamiye Çolakoğlu'nun Bilkent Üniversitesi Kütüphanesi iç mekânı için tasarlayıp uyguladığı "Evrende barış senfonisi" isimli çalışmasında yer alan Güvercin figürü ve zeytin dalı barışı simgelemektedir. Verdiği mesajla ve mekâna kattığı estetik kazanımları ile önemli bir örnektir.

Görsel 4. Çolakoğlu, H. (Detay).

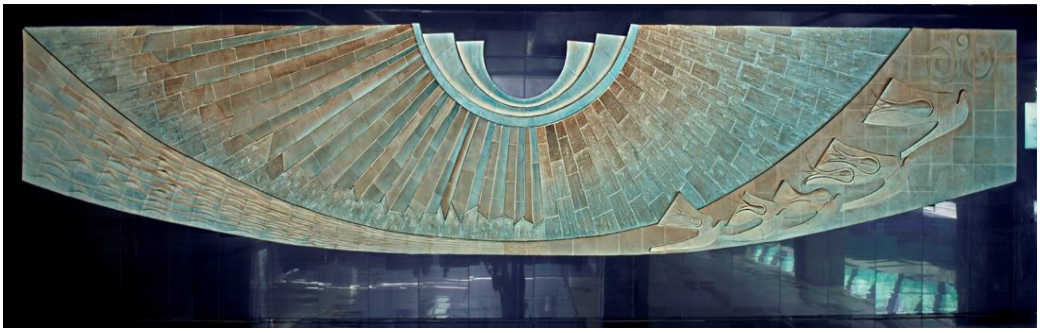


Görsel 5. Çolakoğlu, H. (Detay).

Görsel 6. Galatalı, A. (1982). Azot Sanayi Genel Müdürlüğü, Ankara.

Atatürk'ün "Siyasi ve Askeri zaferler ne kadar büyük olursa olsun iktisadi zaferlerle taçlandırılmazlarsa elde edilen zaferler söndürülemez". "Ülkemizin zenginleşme yolunu tarım ve sanayide arıyoruz" sözlerinin yer aldığı Atilla Galatalı'nın 1982 yılında Azot Sanayi Genel Müdürlüğü için yaptığı çalışma, Tarım ve Sanayi faaliyetlerini simgeleyen figür ve nesnelerle yapıya pek çok değer katmıştır.

Görsel 7. Galatalı, A. (Detay).



Görsel 8. Tunçalp, M. Lütfü Kırdar Kongre Merkezi, İstanbul

Mustafa Tunçalp'in Lütfi Kırdar Kongre merkezi için yaptığı panosunda yapıya kimlik üzerinden bir çok estetik değerler kazandırmıştır.

Görsel 9. Özçelik, H (2008). Hacettepe Üniversitesi Merkez kampüs rektörlük Girişi, Ankara.

Hüseyin Özçelik'in Hacettepe Üniversitesi Rektörlük Girişi için yaptığı panosunda Bilim ve Sanatın bir toplumun işleyen çarklarında büyük pay sahibi olan üniversitelerin önemine vurgu yapmaktadır.

Kaynakça

Hasol, D. (1975). *Mimarlık ve Yapı Sözlüğü.* İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.

Hasol, D.(1998). *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü*. İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi.

Özer, B. (2003). *İç Mekan Düzenlemelerinde Modüler Seramik Seperasyonu*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özçelik, H. İçemer, P. Yonuk, A. (2017). *''Evrenim'' İsimli Çalışma Özelinde Mimaride Seramik Duvar Panoları*. Intenational Journal Of Innovative Research In Education.

Yıldız P. (2015). *Mimari Mekan Tanımı- Niteliği- Mekan Analizleri*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM PROGRAMLARINDA DEKOR TASARIMI; AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ EĞİTİM PROGRAMLARI ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Nilgün BENLİ

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Radyo, Televizyon ve Sinema

Öz

Stüdyolar ışığın kontrol edilebildiği, aydınlık ve karanlık alanların düzenlenebildiği mekanlardır. Eğitim programları genellikle bu kontrollü ortamlarda yani stüdyolarda gerçekleştirilir. Stüdyoda çekilen program, yapısı itibariyle durağan bir programdır. Stüdyo programlarının bu durağanlıktan sıyrılabilmesi için içerik tasarımının akıcı olması yetmez. Bununla birlikte biçiminin de doğru tasarlanması gerekir. Stüdyoda çekilmiş eğitim programlarının biçim olarak tasarlanması; dekor başlığı altında, mekan, malzeme, aydınlatma, renk, perspektif, ön ve son jenerikler, illüstrasyon ve animasyon da dahil olmak üzere her türlü grafiksel bileşeni kapsar. Bir başka deyişle mekan, malzeme, aydınlatma, renk, perspektif ve grafik gibi teknik ve estetik bileşenlerin tamamı dekoru oluşturur. Bu bileşenler, ilgi çekici ve estetik bir görsellik sunacak şekilde tasarlanmalıdır. Dekor tasarımı programın temel düşüncesini temsil etmeli, program içeriğiyle bağıntılı tasarlanmalı, mekanı ve programın temel düşüncesini bütün yönleriyle görünür kılmalıdır. Dekoru görünür kılan, görüntüye üçüncü boyutu katan, anlam ve atmosfer yaratan da aydınlatmadır. Aydınlatmanın amaca uygun olarak etkili kullanılması programın görsel estetik bütünlüğüne katkı vermesi açısından önemlidir. Bu çalışmada Açıköğretim Fakültesi eğitim programlarından iki farklı eğitim programının farklı dekor tasarımları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Açık ve uzaktan eğitim programı, dekor tasarımı, mekan, aydınlatma, renk, grafik, stüdyo.

DECOR DESIGN FOR OPEN and DISTANCE EDUCATION PROGRAMS; SAMPLE of OPEN EDUCATION FACULTY PROGRAMS

Abstract

The studios are the places where light and dark areas can be arranged by controlling the light. Education programs are usually conducted in these controlled environments, ie in studios. The program made at the studio is a static program by its structure. Fluent content is not enough to get rid of being static. In addition to this, the format must also be designed correctly. Studio education programs' decor design includes lighting, color, perspective, front and end credits, illustrations and animation. In other words, all the technical and aesthetic components such as space, material, lighting, colour, perspective and graphic make up the decor. These components should be designed to provide an attractive and aesthetic visual. The decor design should represent the basic idea of the program, should be designed in relation to the program content, and make the program's basic idea visible in all aspects. Lighting makes the decor visible, adds the third dimension to the image and creates meaning and atmosphere. The correct and effective use of lighting is important to contribute to the visual and aesthetic integrity of the program. In this study, the decor designs of two different educational programs from Open Education Faculty are examined.

Key Words: Open and dıstance educatıon program, decor design, environment, lighting, colour, chart, studio.

Giriş

Kontrol edilebilir ışık kaynaklarının kullanıldığı bir ve/ya daha fazla kameranın bir masaya bağlı olarak çalışabildiği ve resim seçme masası aracılığıyla istenen kamera görüntüsünün kayda/yayına gönderilebildiği ses yalıtımı sağlanmış mekanlara stüdyo adı verilir. Stüdyolar ışığın kontrol edilebildiği, aydınlık ve karanlık alanların kontrollü olarak düzenlenebildiği ve anlam yaratacak aydınlatmanın sağlanabileceği en elverişli mekanlardır.

Tarihin ilk film stüdyosu, 1893 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde Kinotographic saloon adıyla da bilinen Thomas Alva Edison'un Black Maria stüdyosudur. Yaklaşık elli fit uzunluğunda ve on üç fit genişliğinde olan bu stüdyoda, katranlı siyah kağıt ile kaplanmış tamamen siyah bir arka fon yer almaktaydı. Thomas Alva Edison, Black Maria adlı stüdyosunu tekerlekler üzerinde hareket ettirerek güneşin durumuna göre konumlandırmakta ve böylece stüdyo aydınlatılmaktaydı. Güneşin konumuna göre tekerlekler üzerinde hareket edebilen bu stüdyoda, kameranın görüntüyü pelikül üzerine işleyebilmesi için gerekli ışık miktarı, çekimler esnasında

istenilen noktaya ve aktörlerin üzerine kontrollü olarak düşürülebilmekteydi (UC Press E-Books Collection, 1982-2004, s: 32).

Televizyon programları genellikle bu kontrollü ortamlarda yani stüdyolarda gerçekleştirilir. Bazen stüdyo dışı mekanlar kullanılırken bazen de bir programın içinde her iki mekan karma olarak kullanılabilir. Kapalı bir mekanda gerçekleştirilen her çekim stüdyo çekimi değildir. Stüdyo dışındaki kapalı bir mekanda yapılan çekimler de dış çekimdir ve "dış çekim/iç mekan" olarak adlandırılır. Televizyon programlarının stüdyo içinde çekilmesinin en önemli avantajı ses ve ışık açısından kontrollü bir ortam sağlaması olduğu kadar aynı zamanda teknik itibariyle kurguya ilişkin iş yükünü hafifletmesi ya da bütünüyle ortadan kaldırmasıdır da denilebilir.

Yapısı itibariyle durağan olan stüdyo programlarının bu durağanlıktan sıyrılarak ilgi çekici ve akıcı bir program olabilmesi için içerik ve içeriğin sunum tasarımı dışında biçiminin de doğru tasarlanmış olması gereklidir.

Araştırmanın Amacı

Yapısı itibariyle durağan olan stüdyo tipi eğitim programlarının ilgi çekici olabilmesi için içerik dışında biçiminin de ilgi çekici olması gerekir. Bu çalışmanın amacı AÖF eğitim programları örneğinden yola çıkarak mekan, malzeme, aydınlatma, renk, perspektif ve grafik gibi dekoru oluşturan farklı bileşenlerin incelenmesidir.

Araştırmanın Metodolojisi

Dekor bileşenlerinin başlıklar halinde açıklanması sonrasında AÖF eğitim programlarından 2012 yılı yapımlarından *İnsan Kaynakları ve Yönetimi* dersi ile *Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz* dersi özelinde bu bileşenler değerlendirilecektir.

Evren ve Örneklem

Anadolu Üniversitesi AÖF eğitim programları bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu çalışmanın yazarının 2012 yılında yönetmenliğini yaptığı, birbirinden farklı dekor tasarımları olan "*Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz"* ve "*İnsan Kaynakları Yönetimi"* derslerinin televizyon programları bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Programlar kasıtlı örneklem yoluyla seçilmiştir.

Bulgular

Stüdyo Tipi Televizyon Programlarında Dekor

Stüdyo tipi televizyon programlarının biçim olarak tasarlanması; dekor başlığı altında, mekan, malzeme, aydınlatma, renk, perspektif, ön ve son jenerikler, illüstrasyon ve animasyon da dahil olmak üzere her türlü grafiksel bileşenin (Görsel 1.) içerikle bağıntılı şekilde ilgi çekici ve estetik bir görsellik sunacak şekilde tasarlanması demektir.

D E K O R					
Mekan	Malzeme	Aydınlatma	Renk	Perspektif	Grafik
-Stüdyo içi -Stüdyo dışı	-Yüzey malzeme, kostüm, aksesuar -Dijital (sanal) malzeme	- Işık - Gölge	-Program -Sahne -Grafiksel öge		-Jenerik ön ve son jenerik -Yazı, tablo, şekil, el kartları vb. -İllüstrasyon -Animasyon

Görsel 1. Dekor Bileşenleri.

Dekora ilişkin tüm bileşenler;
- program içeriğiyle bağıntılı olarak tasarlanmalı
- programın temel düşüncesini temsil etmeli
- programın gerçekleştirileceği fiziki alanı, temel ve yan anlamlarıyla da görünür kılmalıdır.

Mekan

Mekan, malzeme, aydınlatma, renk, perspektif ve grafik gibi teknik ve estetik bileşenlerin tamamı dekoru oluşturur. Dekor denildiğinde akla ilk gelen şey malzemenin yerleştirileceği ve çekimin yapılacağı mekandır. Eğitim programları stüdyo dışında, iç veya dış mekanlarda çekilebileceği gibi çoğunlukla ışığın kontrol edilebildiği, aydınlık ve karanlık alanların kontrollü olarak düzenlenebildiği ve anlam yaratacak aydınlatmanın kontrol edilebildiği stüdyolarda gerçekleştirilmektedir. Çekimlerde sadece uygunsuz ses ve ışık unsurlarının değil, uygunsuz hava ve çevre koşullarının da bertaraf edilmesi gerekmektedir. Ses, ışık, hava ve çevre koşullarının çekimler esnasında kontrol edilebilmesi televizyon stüdyolarını, çalışma kolaylığı sağlayan mekanlar haline getirmektedir.

Malzeme

Dekor tasarımı seyircinin yapıma ilk bakışlarıdır. Dekor, yapımın tonunu ayarlayabilir, mekan ve zamanı gösterebilir, asal biçemi oluşturabilir, duygu durum (mood) ve atmosferi belirleyebilir ve yapımın genel düşüncesini temsil edebilir. Daha biz karşılaşmadan önce sahnedeki evrende yaşayacak kişiler hakkında birçok şey ima edebilir (Benedetto, 2014:2).

Programın yapısı ve içeriği tasarlandıktan sonra programın türüne ve özüne uygun olarak üretim süreci de dikkate alınarak öncelikli olarak dekorun tasarlanması gereklidir. Bir mekana kimlik

kazandıran şey, bazıları alışılmışın oldukça dışında olan kaynaklardan çıkarılan çok çeşitli yüzey malzemelerinin uygulanmasıdır. Ahşap, sıva, duvar kağıdı, taş, cam, metal gibi geleneksel malzemeler çoğunlukla alışılageldik bir tutumla kullanılır ve bu sayede istikrarlı ve saygınlık uyandıran mekanlar yaratılabilir (Brooker ve Stone, 2011 :52-53). Bu yüzey malzemelerinin aydınlatma, renk, perspektif ve grafik gibi teknik bileşenler gözetilerek dekor tasarımı yapılmalı ve uygulanmalıdır. Dekorlar yüzey malzemeleriyle oluşturulabileceği gibi, bilgisayar ortamında dijital olarak oluşturulabilir ve yatay ve düşey zemin de dahil olmak üzere videowall ekranlar aracılığıyla mekanın bütününe veya bir kısmına uygulanabilir.

Dekorda kullanılacak renklerle, giysilerin renkleri, dekorun üslubuna uyacak el eşyaları, yine dekorun getirdiği çizgiler ve renklerle ışığın veriliş açıları ve renkleri birlikte ele alınmalıdır (Nutku, 2013: 340-341). Dekor bileşenleri;

- program içeriğiyle bağıntılı olarak tasarlanmalı
- programın temel düşüncesini temsil etmeli
- programın gerçekleştirileceği fiziki alanı, temel ve yan anlamlarıyla da görünür kılmalıdır.

Programda alt bantlar, akan yazılar, tablolar, el kartları gibi televizyon grafikleri, illüstrasyon ve animasyonlar kullanılacaksa, bu grafiklerin üretilmeleri aşamasında (ister önceden, ister çekim esnasında isterse sonradan kurguda üretilsin) yüzey malzemeleriyle uyumlu renk ve dokuda olmalarına özen gösterilmelidir.

Perspektif

Televizyon ekranına yansıyan görüntü teknik olarak yatay ve düşey olmak üzere iki boyutludur. Nesneler arasındaki ilişkinin insan gözüyle görüldüğü şekliyle yani derinlik hissiyle algılanacak biçimde iki boyutlu yüzeylerde oluşturulmasına perspektif denilmektedir. Geleneksel malzemelerin doku boyutu ve malzemenin perspektif gözetilerek mekana yerleştirilmesi, derinlik boyutunu da görüntüye dahil eder. Çerçeveye yakın alandaki nesnelerin, çerçeveye uzak alanlardaki nesnelere göre daha büyük hacimli görünmeleri ekranda derinlik hissini arttırır. Dekorun önemli alanları perspektif yoluyla öne çıkarılabilir, gerektiğinde renk, ışık ve gölge olanaklarıyla derinliği arttırılabilir ve/ya anlam yüklenebilir.

Aydınlatma

Stüdyoların gün ışığından yalıtılmış kontrollü ışık kaynakları kullanılan ortamlar olmaları nedeniyle dekora ilişkin belki de en önemli bileşen aydınlatmadır. Dekorun formunu ve nesnelerin birbiriyle ilişkisini ortaya çıkaran, hacmi ve derinliğini algılanır kılan şey aydınlatmadır. Aydınlatma ışıklı ve gölgeli ya da aydınlık ve karanlık alanları düzenlemek demektir. Kamera önünde yapılan aydınlatma, ışıklı ve gölgeli bölgeler oluşturmak böylece

görüntüyü iki boyutlu düzlemden kurtararak üç boyutlu, hacimli ve derinlikli bir izlenime ulaştırma amacına yöneliktir.

Çekim mekanına malzemenin yerleştirilmesi aşamasında, aydınlatma ekibiyle koordineli çalışılmalıdır. Çekim mekanında aydınlatma kaynaklarının yerine ve yönüne göre dekor uygulaması yapılmalıdır. Dekor bileşenlerinden herhangi birinin yeri fiziki olarak değiştiğinde aydınlatmanın da gözden geçirilmesi ve dekora göre düzeltme yapılması gerekir. Televizyon programının çekileceği alanın/setin/dekorun aydınlatılması teknik ve estetik gereklilik kadar duygusal etki, anlam ve atmosfer yaratmak üzere psikolojik açıdan da gereklidir (Görsel 2).

Teknik açıdan	Estetik açıdan	Psikolojik açıdan
- dekorun görünür kılınabilmesi - kameranın görüntüyü doğru renkte ve doğru hacimde kaydedilebilmesi	- nesnelerin hacmini ışık ve gölgeler yoluyla belirginleştirmesi - nesnenin bağlam ile ilişkisini ortaya çıkartması - görüntüye üçüncü boyutu katan derinlik etkisi oluşturması	- duygusal etki yaratmak - anlam yaratmak - atmosfer yaratmak

Görsel 2. Aydınlatmanın işlevleri.

Işık varsa gölge de vardır. Stüdyo çekimlerinde, nesnenin doğaya aykırı şekilde birden fazla gölgesinin bulunması olmaması gereken bir durumdur. Birden fazla yapay ışık kaynağı kullanılarak, doğal ışığın yakalanmaya çalışıldığı stüdyo çekimlerinde bir nesnenin birden fazla gölgesinin ortaya çıkması istenmeyen bir durum oluşturur. Işığın üzerine düştüğü nesnenin hem kendi üzerinde hem de kendi sınırları dışında gölgesinin bulunması ise normaldir. Nesneyi görünür kılan, biçimini ve boyutunu ortaya çıkartan, çevresiyle olan ilişkisini görünür kılan ve ilgi odağı haline getiren, bu ışıklılık ortamı ve ışığın oluşturduğu gölgelerdir.

Nesneye ait iki farklı gölge türü vardır.

- Nesnenin kendi üzerindeki gölgeler (bağlı gölge)
- Nesnenin dışında kalan yüzeye düşen gölge (atılan gölge)

Bunlardan ilki ışığın nesnenin üzerine düşmesiyle, nesnenin kendi üzerinde oluşan ve nesnenin uzay içindeki hacmini ortaya çıkaran gölgelerdir. İkincisi nesnenin altında kalan ya da arkasındaki fona düşen yüzeyle ve diğer nesnelerle ilişkisini ortaya ortaya çıkaran gölgedir. Bu iki gölgeyi ilk kez Leonardo Da Vinci 'Bağlı Gölge' ve 'Atılan Gölge' olarak adlandırmıştır (Zettl, 1998: 21). Görsel 3'te konu öznesinin sağından gelen ışık, konunun sol tarafında kendi üzerine "bağlı gölge"sini ve yatay zeminde de "atılan gölge"sini oluşturmaktadır.

Görsel 3. Konu öznesinin üzerine düşen bağlı gölge ve konunun altında kalan yüzeye düşen atılan gölge.

Işık kaynağı ne denli nokta biçiminde ışık yayarsa o kadar keskin gölgeler oluşturur. Işık kaynağı ne denli büyük bir hacme sahip olursa da o denli yumuşak gölge konturları oluşacaktır (Kafalı, 2000: 143). Diğer bir deyişle ışık kaynağı; dar bir açıyla dar alana ışık yayarsa sert bir ışıklılık ve keskin gölgeler, geniş bir açıyla geniş bir alana ışık yayarsa daha yumuşak bir ışıklılık ve daha yumuşak gölgeler oluşturacaktır.

Televizyon stüdyolarında ana hatlarıyla dekorun aydınlatılmasında iki tür aydınlatma kullanılır.

a. Chiaroscuro/Dramatik Aydınlatma
b. Notan/Düz Aydınlatma

a. Chiaroscuro Aydınlatma

Chiaroscuro ışık ve gölgeli alanları düzenleyerek, görüntüde üçüncü boyut etkisi yaratan dramatik aydınlatma türüdür. Konuya derinlik veren ve görüntüye gerçekçi bir anlam yükleyen Chiaroscuro, İtalyanca bir sözcüktür. Chiaro; aydınlık-ışık, oscuro ise karanlık anlamına gelmektedir. Chiaroscuro aydınlatması adını ve tekniğini, geç Rönesans ve Barok dönemleri çalışmalarında özellikle yüksek kontrast kullanılarak ışığın önemini belirten chiaroscuro ressamlarından almıştır. Bunların arasında en ünlüleri Caravaggio (1573-1610) Chiaroscuro okulunun babası olarak tanınır. Flemenk ressam Rembrandt da (1606-1669) Chiaroscuro tekniğini en etkin biçimde kullanan (Kılıç, 2000: 24) ressam olarak bilinmektedir.

Dramatik aydınlatma da denilen Chiaroscuro aydınlatma, ışık ve gölge kullanımındaki kontrast oranına göre üçe ayrılmaktadır:

i. Rembrandt Aydınlatma

ii. Cameo Aydınlatma
iii. Siluet Aydınlatma

i. **Rembrand Aydınlatma**

Seçici bir aydınlatma şeklidir. Nokta ışık oluşturan aydınlatma kaynaklarıyla yapılır. Çerçevelenmiş konunun belli yerleri aydınlatılırken, diğer yerler tam ya da yarı karanlıktır. Bu aydınlatmanın temel biçimi zayıf bir aydınlatma kullanmasıdır. Görüntüde yer alan nesnelerin düzenlenmesinde, aydınlatmayla yaratılan seçicilik özellikle öndekiler üzerinde yoğunlaşmıştır. Arka alandakiler, göreli olarak daha karanlıktadır (Vardar, 2000: 55). Işık ve gölgenin oluşturulmasındaki farklı yaklaşımlar ışık tasarımcısının yetenekleriyle de doğrudan ilişkilidir. Bu aydınlatmada siyah rengin ışığı daha çok emmesi nedeniyle siyah renkler daha koyu lekeler/gölgeler, açık renkler ise ışığı daha fazla yansıttığından daha aydınlık alanlar olarak yer alır (Görsel 4). Bu nedenle sert bir ışıklılık ve sert bir gölge hali ortaya çıkar. Bu durum "zayıf bir aydınlatma" tanımıyla karıştırılmamalıdır.

Görsel 4: Rembrandt Aydınlatma, iki farklı yaklaşım örneği.

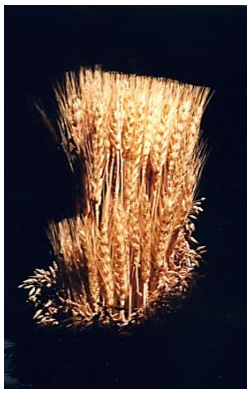
Rembrand aydınlatmada görüntü alanı içinde öne çıkarılmak istenen ve izleyicinin dikkatini odaklaması istenen alanlar ışıklı, diğer alanlar ise karanlıktır. Genellikle yüzün kameraya uzak olan tarafı ışıklı, kameraya yakın tarafı gölgelidir. Yüze düşen keskin gölgeyi yumuşatmak için dolgu ışık kullanılmaz.

Bu aydınlatmanın temeli, ışıklı-gölgeli bölgelerin ve aydınlık-karanlık alanların ilişkisi üzerine kuruludur. Chiaroscuro aydınlatma türleri içinde Rembrand aydınlatma, görüntüde derinlik etkisini ve gerçeklik hissini en iyi yaratan aydınlatma biçimidir (Vardar, 2000: 55). Etkili bir görsellik sunan ve anlam yaratan bu aydınlatma tekniği fotoğrafçılıkta ve özellikle de sinema alanında sıklıkla kullanılan dramatik bir aydınlatmadır.

ii. **Cameo Aydınlatma**

İzleyenin dikkatini bir nesne ya da bir nokta üzerinde toplanmasını sağlayacak aydınlatma türüdür. Bu aydınlatmada önemli olan konu/nesnedir. Nesnenin kendisi aydınlıktır ve dokusu

seçilir. İçinde bulunduğu bağlam tamamen karanlıktır. Chiaroscuro aydınlatmasının en uç şeklidir. Güçlü nokta ışık kaynaklarından yayılan ışık nesnenin üzerine yönlendirilir ve ışığın nesne dışına kaçmaması ve bağlamda her hangi bir gölge oluşturmaması ve/ya oluşabilecek aydınlık bir alana nesnenin gölgesinin düşmemesi için ışık kaynağının merceği, nesneye odaklanır.



Ayarlanabilir bu mercek yardımıyla nesnenin büyüklüğüne ve uzaklığına bağlı olarak ışık daraltılarak odaklanır veya merceği açılarak konu nesnesi üzerine yayılımı sağlanır. Gerektiğinde açısını daha daraltmak veya arttırmak için ışık kaynağı öne veya arkaya taşınabilir. Nesnenin dışına taşma ihtimali olan ışığın emilerek sadece nesne formunun aydınlatılabilmesi için ışığı emen, yansıtmayan türde siyah perdelerle arka alan kapatılır. Zeminden ışığın yansımaması için gerekiyorsa alt alan da kapatılmalıdır. (Görsel 5). Işık-gölge ve/ya aydınlık-karanlık zıtlığının en keskin ve ışık yoğunluğunun en uç seviyede olduğu dramatik bir aydınlatmadır. Işık nesnenin üzerinde parlama ve yansıma yapmayacak aynı zamanda da nesnenin dokusu ve derinliği kaybolmayacak oranda ayarlanmalıdır.

Görsel 5. Cameo aydınlatma. Nokta ışık kaynağı kullanılarak aydınlatılan buğday başakları

iii. **Siluet Aydınlatma**

Aydınlık–karanlık zıtlığının en keskin şekilde vurgulandığı diğer bir aydınlatma türüdür. Cameo aydınlatmasının tam tersidir. Işık kaynakları arka fonu aydınlatır. Fon aydınlık, nesne ise

bütünüyle karanlıktır (Görsel 6). Öndeki nesnenin sınırlarının/konturunun belirgin olduğu, sınırların içinde kalan alanın bütünüyle karanlık, arka fonun ise aydınlık kaldığı aydınlatma şeklidir. Bu aydınlatma biçiminde nesne, görüntü boyutu içinde siluet olarak belirir. Aydınlık ve karanlık arasında dramatik zıtlık sağlar. Sadece arka fonun göründüğü durumda iki boyutlu izlenim bırakır. Kadrajda arka fon ve zeminin birlikte göründüğü durumlarda, konuyu fondan ayırır ve konunun derinlik boyutu da ortaya çıkar.

Görsel 6. Siluet aydınlatma.

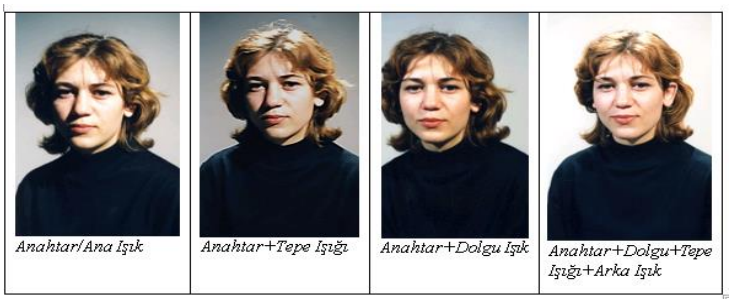
b. Düz/Notan Aydınlatma

Televizyon stüdyolarında dolayısıyla Tv eğitim programlarında da en çok kullanılan aydınlatma türüdür. Düz (notan) aydınlatma kontrastın öneminin azaldığı yüzeysel bir aydınlatmadır. Gün ışığında çevreyi insan gözünün gördüğü ışıklılıkta aydınlatma mantığına dayanır. Konuyu içinde bulunduğu bağlamla birlikte, özel bir anlam yüklemeden kameranın kaydedebileceği teknik özellikte görünür kılmayı amaçlar. En temel aydınlatma şeklidir. "Üç Nokta Aydınlatma" olarak bilinir.

Anahtar ışık, anahtar ışığın yarı şiddetinde dolgu ışık ve yine anahtar ışığın en çok yarı şiddetinde arka/fon ışık'tan oluşur. Düz aydınlatmada amaç nesneleri görünür kılmak ve teknik olarak da kameranın görüntüyü kaydedebilmesini sağlamaktır. Estetik bir kaygı ya da anlam yaratma kaygısı gözetilmez. Ancak, ışığın nesneler üzerinde metal, cam ve ayna gibi parlak nesneler ve cilalı yüzeyler üzerinde parlama-yansıma yapmaması, birden fazla gölge oluşturmaması, farklı nesnelere ait gölgelerin aynı yöne düşmesi gibi ayrıntılara dikkat edilmesi gerekir. Stüdyo tipi eğitim programlarında aydınlatma konusunda sıkça karşılaşılan sorun gözlük çerçevesi ve camları üzerinde ışık kaynaklarından gelen ışığın yansıması olduğu söylenebilir.

Görsel 7. Düz/Notan aydınlatma.

Üç boyutlu bir etki yaratabilmek için konuya ve anlama bağlı olarak kameranın 45° üst açıdan sağına veya soluna ana/anahtar ışık konumlandırılır. Dolgu ışık kaynağı ise ana ışık kaynağının oluşturduğu sert gölgeleri yumuşatmak için kameranın (dolayısıyla konunun) diğer tarafına konumlandırılır. Arka alanı yani fonu konu nesnesinden/öznesinden ayırmak, belirginleştirmek ve renklendirmek için arka ışık kaynağı kullanılır. Saçları belirginleştirmek derinlik vermek ve arka fondan ayırmak için tepe ışığı kullanılması daha etkileyici bir görsellik sunar (Görsel 7 ve 8).



Görsel 8. Aydınlatma kaynaklarının konu öznesi üzerindeki ışık-gölge sonucu

Renk

Renk ışık ile birlikte var olur. Işık, renk tayfındaki bütün renkleri bünyesinde toplayan fiziksel bir olgudur (Becer, 2008: 143). Işığın çarptığı her nesnenin ışığı yansıtma yoğunluğu/derecesi/miktarı farklıdır. Nesneye çarparak yansıyan bu ışığın göz tarafından algılanma haline renk adı verilir. Bir renk algılandığında gerçekte algılanan şey, ışıktır (Becer, 2008: 151). Bu nedenle nasıl ki dekorun ışıkla birlikte düşünülmesi gerekirse ışığın da renkle birlikte düşünülmesi gerekir. Gerek ahşap, sıva, duvar kağıdı, taş, cam, metal gibi geleneksel yüzey malzemelerinin stüdyo çekim alanına uygulanması esnasında gerekse programa ait jenerik ve fragman gibi dijital grafiklerde, haber ve eğitim programlarında sıkça kullanılan grafik, tablo, şema, çizim, animasyon ve illüstrasyon gibi teknoloji ürünü dijital görselleştirme araçlarında/malzemelerinde konu amaç ve anlamla birlikte renk de önceden düşünülmelidir. Programın bütününe ve/ya belli bir sahneye ve/ya grafiksel ögelere ilişkin olmak üzere bütünsel olarak düşünülmeli gerektiğinde de ayrı ayrı tasarlanmalıdır (Görsel 1).

Aydınlatma yoluyla sahne üzerinde renk, nitelik ve hatta oyun düzeninden çıkacak anlam değişebilir (Nutku, 2013: 369). Stüdyo aydınlatması altında, renklerin gün ışığında çıplak gözle görüldüğünden daha farklı görüneceği, kamera ve kayıt masası gibi teknolojik görüntü transfer araçlarından geçerek kayıt ünitesine olduğundan biraz daha farklı ulaşacağı dahası televizyon ekranlarına da düşünüldüğünden çok farklı bir sonuçla yayına çıkacağı hesaplanmalıdır. Örneğin, çıplak gözle bakıldığında gözü hiç rahatsız etmeyen parlak kırmızılar, ince çizgili veya minik kareli desenler bu yapay ışık ve dijital yolculuk sonunda görüntüde kırpışma olarak adlandırılan titremelere neden olacaktır. Işığı en fazla emen siyah renk ve ışığı en fazla yansıtan beyaz renk ışığın teknik olarak istenildiği gibi kontrol edilememesine yol açabilecektir.

Dekor olarak Green box olarak da bilinen yeşil fon/yeşil perde uygulaması yapılacaksa kostüm, aksesuar veya sunucu el kartlarında yeşil renk kullanılmamalıdır. Aksi takdirde yeşil fon üzerine yerleştirilen sanal arka fon, görüntüde yer alan diğer yeşil renklerin de üzerine binecek böylece delinme olarak adlandırılan istenmeyen görüntü bozulmaları/delinmeler meydana gelecektir.

Görsel 9. Dijital Üretilmiş Dekor Örneği, Yeşil Fon Görüntü İşleme Aşamaları (Kıray, 2017: 136)

Stüdyo ışığı da yeşil fon tekniğe uygun olarak düzenlenmiş olmalıdır. Stüdyoda yeşil perde/yeşil fon önünde yapılan çekimin arka planına, kurguda özel bir görüntü işleme tekniği kullanılarak içeriğe uygun sanal bir fon yerleştirilmekte (Görsel 9) renk, parlaklık, doygunluk, kontrast ve keskinlik gibi resim düzeltmeleri yapılabilmektedir. Böylece program fiziki bir dekor önünde çekilmişçesine gerçeğe yakın bir görüntü, arka plana yerleştirilen sanal bir dekorla elde edilebilmektedir.

Televizyonda görsellik bazen içeriğin de önüne geçen estetik bir unsur olabilmektedir. Perspektif, ışık-gölge ve renk gibi dekora ilişkin teknik bileşenlerin, konu ve amaç doğrultusunda yüzey malzemeleriyle bir arada incelikle uygulanması dekoru oluşturmaktadır. Hızla gelişen televizyon teknolojisi ve içinde bulunduğumuz dijital çağ, televizyon dekorlarının da geleneksel yüzey malzemeden uzaklaşılarak dijitalleşmesine yol açmıştır. "Dijital sanat, kendisinin yaratılması ve fiziksel tözü açısından temel bir yere sahip olan bilim ve teknolojiyle çok sıkı biçimde iç içe geçmiş" (Wands, 2006: 11) ve programcıların da anlam dünyası ve yaratıcılığının görünür kılınması açısından önemli bir yere sahip olmuştur.

Stüdyo dekorları ister ahşap, sıva, duvar kağıdı, taş, cam, metal gibi geleneksel yüzey malzemelerinin çekim alanına uygulanması yoluyla isterse bütünüyle dijital olarak üretilmiş sanal dekorlar olsun, isterse de her ikisi karma (Görsel 10, 11, 12, 13) olarak kullanılmış olsun dekora ilişkin;

- Arka alan /background/bg
- Orta alan/mid-ground/mg
- Ön alan/foreground/fg özenle tasarlanmalıdır.

Arka alan/background/bg

Arka fon da denilen arka alan, setin/konunun/konuşmacının arkasında yer alır. Arka alan, dekorun bir parçası olarak ya görsel açıdan "tamamlayıcı ve destekleyici" (12a) ya da "işlevsel" (10b, 10c, 11b, 11d) olmak üzere programın gerektirdiği doğrultuda düzenlenir. AÖF eğitim programlarından "*Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz"* dersinin çekimlerinde geleneksel yüzey malzeme ve dijital malzeme birlikte kullanılmıştır.

10a a | 10b | 10c

Görsel 10. Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz Dersi (2012, Yön: N. Benli). Jenerik, isim bandı, dekor ön, orta ve arka alan tasarımları.

Konuşmacının arka alanında dijital teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan dokunmatik ekran, video-wall gibi dijital görüntü sunucuları yerleştirilmiştir. Anlatıcı bu dijital malzemeyle etkileşimli olarak (11b, 11d) sunumunu gerçekleştirmiş zaman zaman da yazı, tablo, şekil ve illüstrasyonlar (10b, 11c) gibi kurguda üretilmiş görseller de kullanılmıştır.

11a | 11b | 11c

11d | 11e | 11f

Görsel 11. Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz Dersi (2012, Yön: N. Benli). Video-wall görüntüleme, dijital grafik ve kredi tasarımları.

Arka alanın aydınlatılması arka alanın kullanım amacı ve işlevinden bağımsız düşünülemez. Yoğun stüdyo ışıkları altında yer alan video-wall ya da dokunmatik ekranlardan elde edilecek görüntüde, görünürlüğün azalma ihtimali olduğundan aydınlatma ona göre düzenlenmeli ve doğru görüntü verip vermediği test edilmelidir.

Mavi ve tonlarındaki geleneksel mazemeyle üretilmiş zemini ve yine mavi tonlardaki anlatıma göre aşamalı ilerleyen dijital malzeme tamamlamaktadır. Hareketli grafik, röportaj vb. görselleri öne çıkaran turuncu bir arka plan kullanılmıştır. Turuncu arka alan üzerinde farklı grafiklerin aynı anda gösterilebileceği iki dokunmatik ekran yerleştirilmiştir. Yine arka plana, tipografik ögeler kullanılarak turuncu tonlarında leke şeklinde yer alan dünya haritası üzerine eğitim programının misyonuna uygun olarak beyaz renkte "*Yaşam boyu eğitim*" yazılmıştır.
Görsel 12 ve 13'de yer alan yine AÖF eğitim programlarından *"İnsan Kaynakları Yönetimi"* dersi ise anlatıcı öğretim üyesinin konu anlatımları arasında konuyu pekiştiren örnek olaylarla canlı olarak stüdyoda çekilmiştir. Bu içeriğe uygun olarak geleneksel malzemelerle üretilen dekorunun arka alanı fiziksel gerçeklikten soyutlamak üzere mor renkte ışıklandırılmış sonsuz fondan oluşmaktadır. Mor ışığın hareketli durumdaki anlatıcı ve hareketli oyuncuların üzerine düşmemesi için özenli bir çalışma gerekmiştir.

Orta alan/mid-ground/mg

Görsel 10 ve 11'de yer alan "*Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz"* dersi dekorunun orta ve ön alanında lacivert renk kullanılmıştır. Orta alan geniş tutulmuş ve ders anlatıcısının ön alana yani kameraya/öğrenciye yaklaşarak anlatımını yapabileceği, ince hacimli ve yer kaplamayan bir kürsü konulmuştur. Arka alandaki dokunmatik ekranda anlatıma göre aşamalı ilerleyen dijital grafiklere, anlatıcının birkaç adımda geriye giderek müdahale edebileceği alan sağlanmıştır. Görsel 12 ve 13'te yer alan *"İnsan Kaynakları Yönetimi"* eğitim programında ise mor bir ışıklandırma ile mor bir arka alan, orta alanda ise kullanım yoğunluğuyla bağıntılı olarak, büyüklükleri birbirinden farklı üç farklı renkte zemin halısı kullanılmıştır. Yine dekor bileşenlerinden kostüm ve aksesuarların seçiminin de yaratılmak istenen atmosferi destekleyici olmasına özen gösterilmiştir.

Anadolu Üniversitesi öğrencileri arasından seçilmiş örnek olay amatör oyuncu kostümlerinin seçiminde dikkatin anlatıya odaklanması için koyu renk tercih edilmiş ve temsilin öne çıkması sağlanmıştır. Dersin öğretim üyesinin kostümü ve aksesuarları da dikkati dağıtmamak adına oyuncular gibi bazen siyah renkte zaman zaman da sahneyi ferahlatmak ve anlatıcıyı oyunculardan farklılaştırmak adına aydınlatmaya zıt ve dekor renkleriyle uyumlu sade ve yumuşak renkte (12b, 12c, 12d, 12e, 12f) tercih edilmiştir.

Orta alan konunun/konuşmacının tam üzerinde konumlandığı ve program boyunca ağırlıklı olarak kullandığı alandır. Dekorun tüm bileşenlerinde olduğu gibi bu üç alan da (arka, orta ve ön alan) programın içeriğine uygun olarak tasarlanır. Konuşmacı(lar) dekorun ana bölümü sayılabilecek zeminin orta alanında (11b, 12a, 12d) bulunurlar. Gerektiğinde anlatıcı, background/arka alandaki dokunmatik ekran, video-wall gibi görüntü sunucu dijital araçlar ile yazı, tablo, şekil ve illüstrasyonlar vb. görsellere ulaşabilecek, gerektiğinde ise ön alana/foreground ulaşarak

kameraya yani izleyiciye yaklaşabilecektir. Orta alan tüm alanların kontrol altında tutabileceği aydınlatmanın da merkezi sayılabilecek alandır.

Görsel 12. İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi (2012, Yön: N. Benli). Dekor ön, orta ve arka alan perspektif, isim bandı, ışık ve renk tasarımları.

Ön alan/foreground/fg

Perspektifi ortaya çıkaran ve dekora derinlik katan, bütün set alanının görünmesine zemin hazırlayan ve daha geniş planlarla çalışılmasına olanak sağlayan alanlardır (Görsel 10c, 12a, 12d). Sunumunu çoğunlukla orta alanda gerçekleştiren anlatıcı(lar) ön alana doğru yaklaştıklarında izleyicinin ilgi alanına da fiziki olarak yaklaşmış olurlar. Ön alan, izleyicinin daha çok ilgisini çekmesi istenen olay, konu ve/ya nesnenin yerleştirildiği, kameraya ve dolayısıyla izleyiciye en yakın alanlardır. Örneğin "*Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz"* dersinin öğretim üyesi anlatıcısı *"Denetimde Örnekleme"* konusunu anlatırken orta alanda yer alan kürsü önünden ayrılarak ön alanda yer alan örnekleme olayının anlatılacağı materyalin yani tenis topları havuzunun başına yaklaşarak örnek uygulamayı yaparak gösterir (Görsel 10c). Dekorun orta alanında yer alan kürsünün biraz daha önünde yani dekorun ön alanına konumlandırılmış tenis toplarıyla gerçekleştirilecek uygulamanın yapılabilmesi için konuya bağıntılı olarak geleneksel yüzey malzemeleriyle dekor düzenlemesi gerçekleştirilmiştir.

"İnsan Kaynakları Yönetimi" dersinde ise (Görsel 12e) dersin sunumunu gerçekleştiren öğretim üyesi orta alanda yer alan kürsü başında iken konuya ilişkin örnek olayın temsili sırasında

oyunculardan biri ön alanda kameraya yaklaşarak izleyiciye konunun gelişimi ile ilgili, geleneksel yöntemle hazırlanmış bir grafiksel öge ile yani bir pankart ile ara yazı gösterir. Eğitim programlarında "*ön alan*"ın, notan aydınlatmanın homojen olarak düştüğü alan olduğu söylenebilir.

Grafik

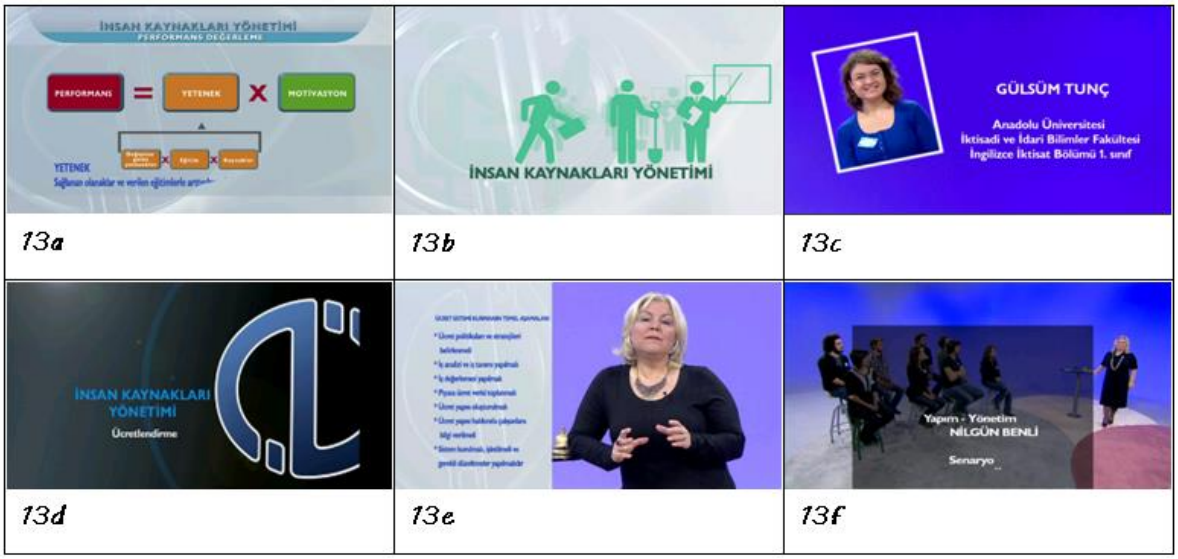
Dekorun önemli bir bileşeni olan grafikler; çekimden önce, çekim sırasında ve çekimden sonra kurguda üretilerek kullanılabilir. Televizyon haber programlarında stüyoda çekimle eş zamanlı olarak üretilerek kullanılan grafikler, eğitim programlarında ise genellikle ya çekim öncesi ya da çekimden sonra kurguda üretilerek kullanılmaktadır. Hem programın bütününde kullanılan renk ve dokuya hem de programda kullanılan isim bantlarına uygun formattaki el kartları (12b) çekim öncesi hazırlanarak kullanılmaktadır.

Her iki örnek programda da sunucu isim bantları ve dijital grafikler yer almaktadır. Ders anlatıcılarının isim bantları gerek programlararası bütünlük sağlaması adına gerekse dekor renkleriyle de uyumlu olması adına (10b, 12b) ortak renk, form ve dokuda tasarlanmıştır.

Eğitim programlarında öğrenmeyi pekiştirme amaçlı grafikler sıklıkla kullanılır. Bu grafikler görüntü üstüne verilebileceği gibi (11c, 13e), tam ekran (11e, 13a) olarak da verilebilir.

Röportajların yer aldığı ve konu başlıklarının özetlendiği çekim öncesi kurguda üretilen dijital görsel (11a) çekim esnasında dokunmatik ekrana da gönderilen bir başka grafik ögedir. Çekim öncesi hazırlanan (11d, 11e) hareketli grafikler, anlatıma paralel olarak dersin öğretim üyesi tarafından dokunmatik ekranda çekim esnasında izleyici ile paylaşılmaktadır.

İnsan Kaynakları Yönetimi dersinde ise anlatılan konuyu formüle eden görseller ise çekimden sonra kurguda hazırlanarak programa insert edilmiştir (13a ve 13e).



Görsel 13. İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi (2012, Yön: N. Benli). Grafik, ön jenerik ve son jenerik tasarımları.

İnsan Kaynakları Yönetimi dersinin örnek olaylarına geçiş için ise yine çekim öncesi dijital olarak üretilen (13b, 13c) görseller kullanılmıştır.

Programın son jeneriği de aynı renklerdeki hareketli zemin üzerinde ekip listesi aşağıdan yukarı doğru akacak şekilde tasarlanmıştır. Video görüntüleri dijital hareketli grafikler, kayan yazılar, dekorun ön, orta ve arka alanını bütün olarak kullanabilen dinamik ve hareketli bir anlatıcıyla eğitim programı durağanlıktan kurtarılarak ilgi çekici bir hale getirilmiştir.

Sonuç

Stüdyoda çekilecek bir program, yapısı itibariyle durağan bir programdır. Stüdyo programlarının bu durağanlıktan sıyrılarak ilgi çekici ve akıcı bir program olabilmesi için içerik ve içeriğin sunum tasarımı dışında biçiminin de doğru tasarlanmış olması gereklidir.

Stüdyo tipi televizyon programlarının biçim olarak tasarlanması; dekor başlığı altında, mekan, malzeme, aydınlatma, renk, perspektif, ön ve son jenerikler, illüstrasyon ve animasyon da dahil olmak üzere her türlü grafiksel bileşenin içerikle bağıntılı şekilde ilgi çekici ve estetik bir görsellik sunacak şekilde tasarlanması demektir.

Dekor bileşenleri; program içeriğiyle bağıntılı olarak tasarlanmalı, programın temel düşüncesini temsil etmeli, programın gerçekleştirileceği fiziki alanı, temel ve yan anlamlarıyla da görünür kılmalıdır. Dekorlar ister ahşap, sıva, duvar kağıdı, taş, cam, metal gibi geleneksel yüzey

malzemeleriyle, isterse dijital ortamlarda sanal olarak üretilmiş olsun ya da her iki teknik birden kullanılarak karma oluşturulmuş olsun arka alan (background/bg), orta alan (mid-ground/mg), ve ön alan (foreground/fg) içeriğin sunumunu anlışılır kılacak şekilde ve programın özüne uygun olarak özenle tasarlanmalıdır.

Stüdyo tipi programlarda dekor tasarımına geçmeden önce;

- programın süresi
- kullanılacak kamera sayısı
- programın katılımcı sayısı
- programın içeriğiyle ilişkili olarak kullanılacak stüdyo çekim alanı
- programın canlı/bant/kurgulu çekilip çekilmeyeceği
- farklı kaynaklardan stüdyoya görüntü gönderilip gönderilmeyeceği bilinmeli ve bu verilere uygun ve ihtiyaca cevap verebilecek dekor tasarımı gerçekleştirilmelidir.

Bunun dışında ne tür bir program çekileceği, perspektif, ışık-gölge ve renk bileşenleriyle beraber dekorun fiziki ya da dijital olup olmayacağı veya her ikisinin karma olarak kullanılıp kullanılmayacağı gibi uygulamaya yönelik bilgiler de dekorun tasarlanmasında önemlidir. Dekor tasarlanırken kamera sayısı ve kamera hareketleri düşünülmelidir. Jimmy jip, dolly ve/ya steadycam gibi kaydırma hareketleri yapılabilen teknik donanım kullanılması gerekiyorsa dekor tasarlanırken buna uygun tasarım yapılmalıdır.

Nasıl bir program olacağı belirlendikten sonra dekor çalışması için şu aşamalar önerilebilir.

- Teknik çalışma yaparak plan oluşturulması.
- Görsel araştırma yapılması.
- Anlaşılır olabilmesi için PC'de 3-D çizimle hayal edilen görünür hale getirilmesi.
- Çalışmanın fiziki modeli oluşturulması.
- Kurularak son ayarların yapılması ve pilot çekimle uygunluğun test edilmesi.

Kaynakça

Becer, E. (2008). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Dost Kitabevi Yayınları, İstanbul.

Benedetto, S. (2014). *Tiyatro Tasarımı*, De Ki asım Yayım.

Brooker, G. ve Stone, S. (2011). *İç Mekan Tasarımı Nedir?* Yapı-Endüstri Merkezi YEM Yayın.

Kafalı, N. (2000). *Tv Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller*, Ümit Yayıncılık, Ankara.

Kılıç, L. (2000). *Görüntü Estetiği*, İnkilap Kitabevi, İstanbul.

Kıray, S. (2017). *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Televizyon Ders Programlarının Yeni Tasarım ve Üretim Süreçleri*, Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi AUAd Cilt 3, Sayı. 4 125-140

Nutku, Ö. (2013). *Sahne Bilgisi*, Kabalcı Yayıncılık

UC Press E-Books Collection, 1982-2004, University of California Press.

Vardar, B. (2000). *Sinema ve Televizyon Görüntüsünün Temel Ögeleri*, Beta Basım, Kırklareli.

Wands, B. (2006). *Dijital Çağın Sanatı.* (Çev: Akınhay, O.) İstanbul: Akbank Kültür Sanat Yay.

Zettl, H. (1998). *"Contextual Media Aesthetics as the Basis for the Media Literacy"*. Journal of Communication, Winter 1998, Vol: 48, No: 1, s: 81-96.

https://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft3q2nb2gw&chunk.id=d0e883&toc.depth=1&toc.id=d0e883&brand=ucpress (ET: 15.07.2018)

Fotoğraf ve Video Arşivi

Nilgün BENLİ

TRABZON KEŞAN DOKUMALARI VE HAZIR GİYİM ÖRNEKLERİ

Dr. Öğretim Üyesi Selda GÜZEL ÖZTÜRK

Selçuk Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi

Arş. Gör. Hicret Zeynep SOFUOĞLU

Selçuk Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi

Öz

Türk el sanatları içinde önemli ve köklü bir geçmişe sahip olan dokumalar, geçmişle günümüz arasında köprü kurmaktadır. Bu çalışmada, yaklaşık 250-300 yıllık, Trabzon ili, Çarşıbaşı ilçesinde üretimi yapılan Keşan dokumaları ve günümüzdeki hazır giyim örnekleri araştırılmıştır. Çarşıbaşı Kaymakamlığı'nın yaptığı bir çalışmada 1996 yılında 61 tezgâh varken 1997 yılında bu sayının 40'a indiği tespit edilmiştir. Dokumacılığın yoğun olduğu Kavaklı mahallesinde yürütülen bu çalışma sonucunda, yaklaşık 10 yıl öncesine kadar 105 el tezgâhında dokunan Keşan'ın, teknolojik gelişme ile birlikte endüstriyel üretime geçildiği ve buna bağlı olarak 6 adet el tezgahında dokumanın devam ettiği ortaya çıkarılmıştır. Keşan dokumalarının geçmiş orijinal örneklerinde ipek ipliği ve kök boya kullanılırken günümüzde pamuk ipliği ve kimyasal boyalar kullanılmaktadır. Hem mevcut el tezgâhlarında hem de makinelerde dokunan kumaşlar ile fular, şal, etek, kadın bluz, şalvar, erkek gömlek, kız çocuk elbise ve yelek, erkek çocuk gömlek ve pantolon ürünlerinin üretildiği ancak tasarım açısından çeşitlilik bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada kuşaktan kuşağa aktarılarak günümüze ulaşmış geleneksel sanatın kültürel değerleri arasında yer alan ve teknoloji karşısında zamanla kaybolmaya yüz tutan Keşan dokumacılığını belgelemek, günümüz tasarım ürünleri arasında sürdürebilirliğine katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dokuma, Keşan, Trabzon, Çarşıbaşı, Hazır Giyim

TRABZON KEŞAN WEAVINGS and READY-MADE GARMENTS SAMPLES

Abstract

The weaving, which has a quite important long-standing past in terms of Turkish handcrafts, has been connecting a bridge between the past and present. In the present study, both the Keşan weavings, which have been manufacturing in Trabzon city, Çarşıbaşı town which in turn displays a historical background of 250-300 years, and, today's ready-made garments samples have been

investigated. In a survey conducted by Governorship of Çarşıbaşı, while it was reported 61 handlooms in 1996, whilst these tools dramatically decreased to 40 in 1997. As a result of this study which carried out in Kavaklı neighborhood, circa 10 years ago, there were about 105 handlooms, but following some technological development and industrial production, the Keşan keep going via six hand looms. While silk yarn and root dye were used, in the past, in original samples of Keşan weavings, cotton yarn and chemical dyes has been using at the present products. It has been documented that the fabrics woven in manufacturing both handlooms in the present and fabrics which are woven in machines foulard, scarf, skirt, women's blouse, shalwar, men's shirt, girl's dress and vest, boy's shirt and pants are produced but there is no diversity in terms of design. In this study, it is aimed to document Keşan weaving which is handed from generation to generation to reach to present time and placed in cultural values of traditional art as well as begun to disappear in time against technology and it is also aimed to contribute to its sustainability through present design products.

Key Words: Weaving, Keşan, Trabzon, Çarşıbaşı, Ready Made Garments.

Giriş

El sanatlarıyla sanat kıymeti yüksek, ulusal ve geleneksel açıdan değerli eserler meydana getirilmektedir (Arlı, 1990:7). El sanatı, kişinin sözle ifade edebileceğinden daha geniş, daha derin, daha zengin bir şekilde insanı tanıtmaktadır (Glassie, 1993: 925). Yüzyıllar boyunca ekonomik, sosyal ve coğrafi şartlara bağlı olarak gelişen ve kronolojik bir düzende incelenebilen el sanatlarında, her yüzyılın kendine özgü teknik, renk, desen, motif, kompozisyon ve biçimlendirme gibi unsurlardan oluşan üslupları mevcuttur (Barışta, 2015: 3). Zamanla gelişerek çevre şartlarına göre değişimler gösteren el sanatları, ortaya çıktığı toplumun duygularını, sanatsal beğenilerini ve kültürel özelliklerini yansıtır hale gelerek "geleneksel" vasfını kazanmıştır (Sarıkaya ve Er, 2012: 181). Bu nedenle geleneksel el sanatları, yüzyıllardır büyük bir çeşitlilik içinde toplumların duygularını ve sanatsal beğenilerini aktarma aracı olmuştur. Üretildikleri dönemin değer yargıları, toplumdaki politik eğilimler, ekonomik durum, din, kişilerarası örgütlenme ve ilişkiler, kişilerin davranış ve tutumları, teknik araç-gereç, beceri, estetik bakış açısı, dünya görüşü, tasarım ürünlerine verilen biçim gibi etkenler el sanatlarının oluşumunu etkilemiştir (Bayazit vd., 2012: 91). El sanatı içindeki sanatsal emek, el sanatçısının kişiliği ve becerisine dayanmaktadır. Diğer yandan el sanatçısının üretimlerini talep eden kullanıcıların kimlikleri ve algı dünyaları da elişinin sanatsallığı hakkında fikir verebilmektedir (Kurgun ve Yumuk, 2013: 28). Hem güzel hem yararlı olma özelliği taşıyan, yaratıcı güç ve başarılı becerinin göstergesi olan ürünlerden oluşan, dönemin duygu ve düşünce sistemini yansıtan el sanatları örnekleri arasında estetik değeri ve sanatsal boyutu bulunan, iş ürünü niteliği gösteren parçalardan

güzel sanat düzeyine kadar ulaşan farklı kategorilerde birçok örnekleri bulunmaktadır (Barışta,2015: 106).

El sanatları; insan ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkan ve öncelikli amacı bu ihtiyaçları karşılamak olan, çevre şartlarına göre değişim gösteren, el, el aleti veya mekanik araçların yardımıyla yapılıp o sanatı icra eden sanatkârın bilgi ve becerisine dayanan (Uzgidim, 2018: 114), evde veya atölyelerde bütün gün veya boş zamanlarda ya da belli dönemlerde üretilen, geleneksel, bölgesel, fonksiyonel, estetik, artistik, sanatsal, dekoratif, dini, sosyal açıdan sembolik karakter taşıyan (Altıntaş, 2016: 162) ürünler olarak tanımlanabilir. El sanatları zanaat (geçinme amaçlı elişine dayalı işlevsel eşya yapım ve satımı) ile sanat (bedensel-zihinsel yetileri kullanarak geçinme veya başka amaçla estetik duyulara seslenen eylemler) arasında yaşam alanı bulmakta; somut bir ürüne dönüşmeden önce geleneklerden süzülen bilgi, anlayış, görgü, tasarım, stil, zaman gibi soyut boyutların etkisinde şekillenmektedir (Kurgun ve Yumuk, 2013: 28). Bu nedenle geleneksel el sanatları ortak kimlik, duygu ve aidiyet duygusu gibi özellikleri ile kendisini gösteren kültürel miras ve bu mirasın kodlarıyla oluşan kültürel belleğin bir unsurudur (Arıoğlu ve Aydoğdu, 2015: 112). Toplumun geçmiş ve geleceği arasında önemli bir bağ kurması nedeniyle, her toplumda önemli bir yere sahiptir (Uzgidim, 2018: 114). Bu bağlamda el sanatları toplum yapısının şartları içinde oluşmuş, bölgesel özellikler ve sanatsal ögeler taşıyan, halk tarafından basit alet ve makinelerle bir fayda amacına yönelik olarak üretilen, dolayısıyla alınıp satılabilen, kültürel kimlik taşıyan ürünlerdir (Sarıoğlu, 2005: 73).

Önemli el sanatları alanlarından birisi de dokumadır. Dokuma insanların ilk önce çevre şartları karşısında vücutlarını dış etkenlerden korumak amacıyla, yaşam alanlarında bulunan malzemeleri kullanması ile başlamıştır.

İlk dokunmuş kumaşlar İ.Ö 6000'lerde Anadolu'da ortaya çıkmış olmakla beraber Mısır gibi sıcak ve kuru iklimlerde de eski dönemlerde yapılmış tekstil kalıntılarına rastlanabilmektedir. Burada İ.Ö. 4000'lerde keten bezi üretiminin yüksek düzeyde olduğu bilinmektedir (Tez, 2009: 21). Dokumacılığın büyük medeniyet merkezleri olan Mısır, Mezopotamya, Hindistan, Çin, Orta Asya ve Anadolu'da geliştiği, yapılan kazılar sonucunda elde edilen bulgulardan anlaşılmaktadır (Akpınarlı ve Başaran, 2018: 22). Orta Aysa'dan göçerek Anadolu'ya yerleşen ve beraberinde getirdiği dokuma kültürünü Anadolu'daki kültür ile harmanlayan Türklerde dokumacılık çok önemli bir kültürel değer olarak dünya mirasına hediye edilen bir sanat olarak karşımıza çıkmaktadır (Koyuncu, 2014: 25). Anadolu'da çok uzun geçmişi olan dokuma sanatı Türkler' in Anadolu'yu yurt edinmesinden sonra gelişmesini hızla sürdürmüş ve özellik kazanmıştır. Bu dönemdeki kumaşların devrin özelliğini yansıtan motif ve renklerle süslenmiş olması da zengin çeşitlemenin gelişmesinde süreklilik sağlamıştır (Yetkin, 1993: 330). Bu nedenle Türk toplumunun sanat zevkini, estetik anlayışını, sanatın günlük yaşamdaki yerini, en iyi yansıtan alanlardan biride kuşkusuz geleneksel dokumalar olmuştur (Koyuncu, 2016: 2).

Dokumacılığın çini ve seramik gibi uzun zamanda gelişen ve geniş organizasyon isteyen bir sanat kolu olması, hammaddeye bağlı üretimi ve ustalık gerektiren işlemlere sahip olması nedeniyle dokuma merkezlerinin asırlar boyu aynı yerlerde devam ettiği görülmektedir (Gürcan, 2016: 222). İnsanların iklim ve diğer çeşitli durumlardan doğan temel gereksinimleri doğrultusunda ortaya çıkan (Aksoy, 2016: 252) dokumacılık, aynı zamanda insanların sanatsal beğenilerini, kültürel özelliklerini yansıtmakta ve çevresel faktörlere bağlı olarak değişmektedir (Çürük, 2017: 171). Halkın duygusunu, düşüncesini ve ekonomik gücünü yansıtmaktadır. Bu nedenle dokumacılık maddi kültürün en önemli ürünleri olarak değerlendirilmektedir (Akpınarlı ve Balkanal, 2012: 180).

Üretilen el ürünleri, ilk çağlardan bu yana insanların doğaya karşı verdikleri emeğin dışa vurmuş maddi boyutlarıdır. Doğanın sunduklarına karşı insanoğlunun ürettiği maddi ve kültürel ürünlerdir. Bu ürünler genellikle doğal malzemelerle, basit araç ve gereç yardımıyla ve el işçiliğiyle üretilirler (Eraslan, 2009: 374). Bundan dolayı geleneksel olarak, kişisel kullanım amacı ile üretilen dokumalar da yöre halkının elinde bulunan ve temin etmesi en kolay olan hammadde ile dokunur. Genellikle yün, kıl, tiftik, deve yünü, ipek gibi hayvansal liflerin ve pamuk, keten gibi bitkisel liflerin kullanıldığı görülür (Koyuncu, 2014: 27). Anadolu'nun zengin kültürel değerlerinin sergilediği alanlardan biri de çeşitli inanç, töre, iklim, yaşam biçimi vb. etkilere göre şekillenen geleneksel giysileridir. Giysilere bu farklı etkileri kazandıran öğeler, kullanım biçimleri, süsleme materyalleri ve renklerin dışında ana yapıyı oluşturan ve çoğunlukla yöresel olarak bu amaçlarla dokunan kumaşlardır (Başaran, 2014: 152). Genellikle bu ürünler, neredeyse her toplumda çoğunlukla kırsal kesimde bulunan özellikle kadınlar tarafından icra edilerek nesilden nesile aktarılmıştır (Uzgidim, 2018: 114).

Geleneksel el sanatlarının üretimi geleneksel mesleklerin de doğmasına neden olmuştur. Gelenek taşıyıcısı ve aktarıcısı olarak da bilinen bu gelenek ustaları, sahip oldukları kültürel birikimi ve deneyimi yaşatan, aktaran, öğreten, icra eden ve bu şekilde geleceğe taşıyan kimselerdir (Arıoğlu ve Aydoğdu, 2015: 113). Meslekler, usta-çırak ilişkisi, eğitim yoluyla veya kadınların kızlarına öğretmesi ile yıllar boyunca varlığını sürdürmüştür (Uzgidim, 2018: 114). Ancak günümüz Türkiye'sinde kültürel ve sanatsal değeri olan tarihî öneme sahip birçok meslek kolu, dönüşüme uğramış yaşam tarzları ve değer yargıları nedeniyle, adeta yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır (Altıntaş, 2016: 161). Ülkemizde çeşitli kurum ve şahıslar tarafından yapılan araştırmalar, zanaatların ülkenin genelinde gerilediğini ve büyük bir bölümünün, ya tamamen kaybolduğu ya da kaybolmaya yüz tuttuğunu ortaya çıkarmıştır (Eraslan, 2009: 375). Son yarım yüz yılda, usta-çırak ilişkisi çerçevesinde yürütülen bu meslek türlerinin adeta yok olma riski ile karşı karşıya kalmasının birçok sebebi bulunmakla birlikte, başlıca sebepler arasında dünyadaki bilimsel/teknolojik gelişmeler ile köyden kente göçün artması sayılabilir (Altıntaş, 2016: 158). Zamanla yaşanabilir köy olgusunun kaybolması, köyden kente göçün hızlanması, farklı sanayi kollarının gelişmesi ve kırsal bölgelerdeki eğitim düzeyinin artmasıyla geleneksel sanatlarımızı

üretebilecek nesiller azalmıştır (Koyuncu, 2016: 130). Ayrıca teknolojik gelişmeler, eski sanatkârların olmayışı; geleneksel el sanatlarına olan ilginin azalması, ekonomik sıkıntılar vb. gibi unsurların etken olduğu söylenebilir (Mercin, 2008: 91). Nüfus artışı sonucu insanların artan gereksinimlerinin karşılanmasında seri üretim ürünlerin yaygınlaşması ve moda kavramının tüm dünyadaki tüketicileri maddi ve manevi etki altına alması da, geleneksel mesleklerin ve yöresel ürünlerin üretim ve tüketimini olumsuz etkilemiştir (Altıntaş, 2016: 158). Bugün sadece el sanatıyla geçimini sağlayan ustaların çoğu yaşlı, düşük eğitimli ve iş değiştiremeyecek konumdadır. Bunların yanında yoğun bir el sanatı sevgisi taşıyan ve zorluklarına rağmen geçimini bu işle sağlayanlar bulunduğu gibi, geçim kaygısı olmayan yüksek gelirli kişilerin de zevk amacıyla ve kültürel etkinlik olarak el sanatıyla ilgilendikleri görülmektedir (Can, 213: 261-162). Kültürel mirasın önemli bir unsuru olan geleneksel mesleklerin belirlenmesi, ortaya çıkarılması ve korunması da yerele özgü değerlerin küreselleşme karşısında yok olup gitmemesi için önem taşımaktadır (Arslan vd., 2017: 212).

Trabzon, tarihin ilk çağlarından günümüze kadar hem coğrafi konumu hem de kültürel birikimi ile ortaya çıkan ender kentlerdendir (İnan, 2013: 9). Bu araştırmanın konusu olan Trabzon Keşan dokumaları da yaklaşık 250-300 yıllık bir gelenek olarak günümüze gelebilmiştir ve bugün hala icra edilen bir el sanatı olarak Türk dokuma sanatında önemli bir yere sahiptir. Günümüzde Trabzon ili Çarşıbaşı ilçesinde devam etmekte olan Keşan dokumaları bugün hem fabrikada hem de el tezgâhlarında dokunmaktadır. El tezgâhlarında dokunan Keşan, Çarşıbaşı ilçesine bağlı Kavaklı mahallesinde devam etmekte ve sipariş usulü dokunmaktadır.

Trabzon, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve kültür beşiği haline gelmiştir. Aynı zamanda Trabzon'un ipek yolunun üzerinde bulunması sebebi ile ticaret gelişmiş ve buna bağlı olarak el sanatlarının gelişip yaygınlaşmasına da imkân tanımıştır (Yıldırmış, 2015: 101). Keşan dokumasının merkezi olan Çarşıbaşı İlçesi Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon - Giresun sahil yolu üzerinde, Trabzon ilinin 30 km. batısında kurulmuş bir yerleşim merkezidir. Çarşıbaşı'nın eski adı İskefiye olup 1962 yılında değiştirilmiştir. Trabzon'a ve Çarşıbaşı'na ilk yerleşenlerin kimler oldukları tam olarak bilinememekle beraber Miletlilerin Trabzon çevresine yerleşmelerinden çok önceleri bu yörede yerli toplulukların yaşadıkları, hatta Türk oldukları bilim adamlarınca kabul edilen İskit'lerin buraya yerleştikleri ileri sürülmektedir. Çarşıbaşı, 1944 yılında bucak olmuş, 01. 12. 1954 tarihinde Çarşıbaşı Belediyesi kurulmuş ve 12. 08. 1991 tahinde ilçe olmuştur (Anonim 1).

Çarşıbaşı Kaymakamlığı'nın yaptığı bir çalışmada 1996 yılında 61 tezgâh varken 1997 yılında bu sayının 40'a indiği tespit edilmiştir. Dokumacılığın yoğun olduğu Kavaklı mahallesinde yürütülen bu çalışma sonucunda, yaklaşık 10 yıl öncesine kadar 105 el tezgâhında dokunan Keşan'ın, teknolojik gelişme ile birlikte endüstriyel üretime geçildiği ve buna bağlı olarak 6 adet el tezgahında dokumanın devam ettiği ortaya çıkarılmıştır. Keşan dokumalarının geçmiş orijinal

örneklerinde ipek ipliği ve kök boya kullanılırken günümüzde pamuk ipliği ve kimyasal boyalar kullanılmaktadır. Hem mevcut el tezgâhlarında hem de makinelerde dokunan kumaşlar ile fular, şal, etek, kadın bluz, şalvar, erkek gömlek, kız çocuk elbise ve yelek, erkek çocuk gömlek ve pantolon ürünlerinin üretildiği ancak tasarım açısından çeşitlilik bulunmadığı tespit edilmiştir.

Teknolojik gelişmeler, üretim süreçlerindeki değişiklikler, moda anlayışı, ihtiyaç ve isteklerdeki değişimler kültürün önemli bir öğesi olan ve toplumun sosyal hayatının şekillenmesinde etkili olan geleneksel mesleklerin kaybolmasına ya da kaybolmaya yüz tutmasına neden olmuştur (Arslan vd., 2017: 214). Bu nedenle bu mesleklerin belirlenmesi yaptıkları işin belgelenmesi, gelecek nesillere aktarılması ve kültürel değerlerin korunması açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışmada kuşaktan kuşağa aktarılarak günümüze ulaşmış bu geleneksel sanatın kültürel değerine dikkat çekmek ve yeni tasarım önerileri ile sürdürülebilirliğine katkı sağlamak amaçlanmıştır. Çalışmada literatür taraması ve alan araştırması yapılmıştır. Alan araştırmasında Çarşıbaşı Kaymakamlığı, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Müdürü Ali Kul, hazır giyim kıyafetlerinin satışı yapılan tuhafiye sahibi Adem Kul, Sakaoğlu El Dokumaları Fabrikası çalışanları ve Kavaklı Mahallesi'nde sipariş usulü el dokuması yapan Fatma Saka ve Hayrullah Saka ile görüşme yapılmıştır. Görüşmeler esnasında Keşan üretim aşamaları fotoğraflanarak belgelenmiş, bilgileri kaydedilmiştir.

Keşan Dokuması

Kaymakamlığın 1997 yılında hazırladığı Keşan dosyasında 2 el, 2 ayak, 2 göz, 2 kulak Keşan olarak tanımlanan bu özel dokuma, özellikle de el tezgâhlarında bu dört organın senkronize olmasıyla icra edilen bir sanat olduğunun altını çizmektedir.

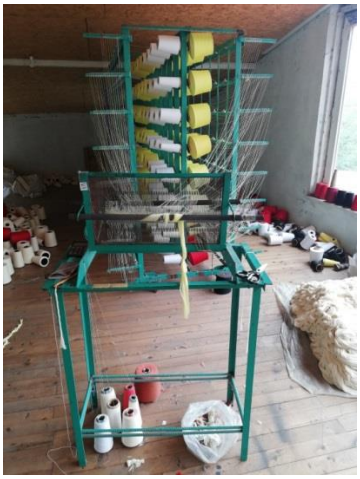
Eski adı İskefiye olan Çarşıbaşı'nda bugün Kavaklı adıyla bilinen köyde 1900'lü yıllarda birkaç ailenin dokuma yaptığı ancak o dönemlerde kıymetli bir sanat ve iyi bir gelir kaynağı olduğu görülen Keşan dokumacılığının sır gibi saklandığı ve hatta bu sanatın başka kişi ve ailelerce öğrenilmesinin istenmemesi sebebi ile başka köylere, ailelere kız vermekten kaçınıldığı bilinmektedir. Ayrıca Keşan sanatının Çarşıbaşı'nda bir el sanatı ve kazanç kapısı olmasında 1886 yılında Çarşıbaşı Kavaklı Köyü'nde doğan Hafız Şükrü Bayraktar katkı sağlamıştır (Kaymakamlık Arşivi, 1997).

Keşan; mihrap ve ikat gibi motif ve tekniklerle yapılan dokumacılık ürünüdür (Kaymakamlık Arşivi, 1997). İkat; dokuma yapılmadan önce ipliklere yapılan bir boyama işlemidir. Diğer bir tabirle resistli boyama tekniklerinden biridir (Atalayer, 1997: 308). Mihrap ise ikat yapılan dokuma çözgülerinin birkaç basamak oluşturarak ortaya çıkardığı desendir. Bu dokumaların en önemli özelliği batik tarzı boyamadan kaynaklı desenleridir. Keşan'a 2008 yılında Coğrafi İşaret Tescil Belgesi alınmıştır.

Keşan dokumalarının çözgü ipinde 4 ana renk hâkimdir. Bunlar; bayrak kırmızı, optik beyaz, sarı ve siyahtır. Sarı-siyah-kırmızıdan oluşan iplik çadır; kırmızı-siyahtan oluşan iplik kırmızı mihrap; siyah-beyazdan oluşan iplik beyaz mihrap; sarı-siyah-beyazdan oluşan iplik sarı beyaz olarak adlandırılmaktadır. Orijinalinde iplik olarak ipek ve ipliklerin boyanmasında kök boyalar kullanılan Keşan, günümüzde %100 pamuk ipliği ve kimyasal boyalar ile hazırlanan ipliklerle dokunmaktadır.

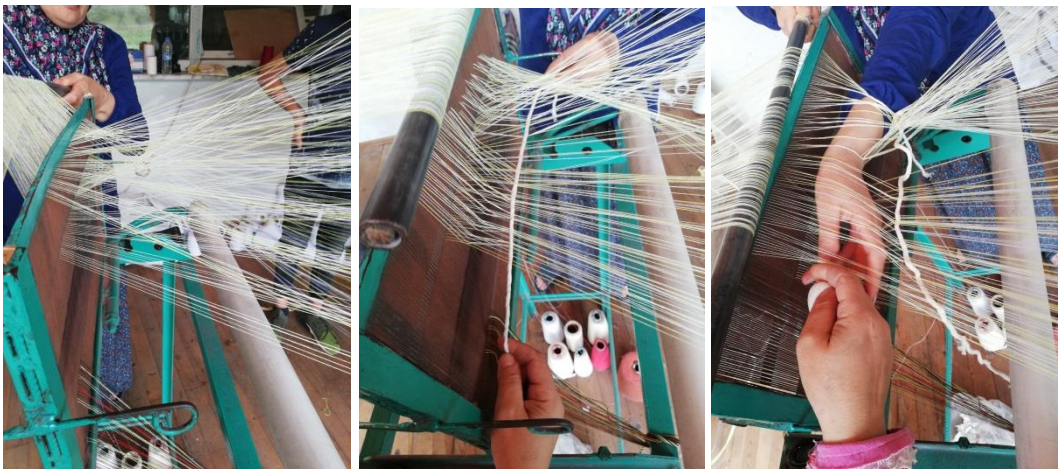
Fotoğraf 1. Boyanmış İplikler

Keşan'ın fabrikasyon dokumasında Sakaoğlu çalışanlarından alınan bilgi ve gözlemlere göre; iplikler boyamaya gönderilmeden önce Cağlık denen ve bobinlerin renk ve desen sırasına göre dizildiği yerden taraktan geçirilerek dönme dolaba sarılmaktadır. Dönme dolap çözgü ipliklerinin düzenli bir şekilde sarılmasını sağlayan ve kendi etrafında dönen araçtır.



Fotoğraf 2. Cağalıktaki İpliklerin Taraktan Geçirilmesi

Taraktan geçirilen ipliklerin karışmaması, çözgü raporunda ipliklerin kolaylıkla sayılabilmesi, herhangi bir çözgü ipinin kopması durumunda yerinin kolaylıkla tespit edilebilmesi için ipler çapraza alınarak bağlanır, bağlama işlemine haca alma denir.



Fotoğraf 3. Haca Alma İşlemi

Fotoğraf 4. İpliklerin Dönme Dolaba Aktarılması

Dönme dolaba aktarıldıktan sonra yeterli uzunluğa erişen iplikler dönme dolaptan alınarak boyamaya gönderilir. Boyamada her renk için ayrı gruplarda bağlama yapılır. Boyama koyu renkten açık renge doğru yapılır. Boyanması istenmeyen yerler bağlanır.

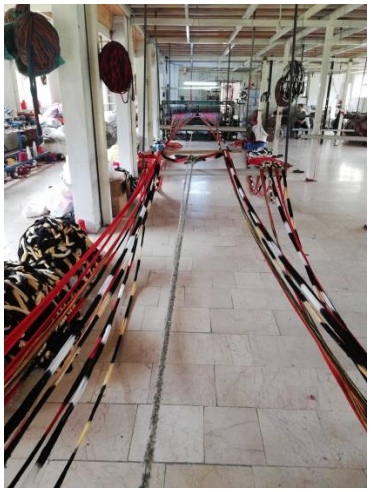
Fotoğraf 5. Bağlama İşlemi

Boyamaya hazır hale getirilen iplikler altında ateş yanan boyama kazanında yaklaşık 15 dakika kadar bekletilir. Daha sonra yıkama kazanlarına alınarak iplik, üzerindeki fazla boyalardan arındırılır. Buradan çıkarılan iplikler sırıklara asılır ve bağlanan yerleri açılarak kurumaya bırakılır.

Fotoğraf 6. Boyama İşlemi

Fotoğraf 7. Boyanmış İpliklerin Sırıklara Asılması ve Kapanan Yerlerin Açılması

Dokuma için boyanmış ve kurutulmuş iplikler dokuma raporuna göre sıralanır. 90 cmlik bir Keşan'da renk ve tel sırasına göre sıralama şu şekildedir: 60 tel düz kırmızı, 40 tel çadır, 110 tel beyaz mihrap, 40 tel çadır, 110 tel kırmızı mihrap, 40 tel çadır, 110 tel beyaz mihrap, 40 tel çadır keşanın kenar denilen kısmını oluşturmaktadır. 12 tel düz kırmızı, 12 tel sarı beyaz ve tekrar 12 tel düz kırmızı şeklindeki sıralama ise toplamda 32 sütun düz kırmızı, 31 sütun sarı beyazdan oluşmaktadır. Devamında diğer kenar kısmı için bu sefer sondan başa doğru 40 tel çadır, 110 tel beyaz mihrap, 40 tel çadır, 110 tel kırmızı mihrap, 40 tel çadır, 110 tel beyaz mihrap, 40 tel çadır, 60 düz kırmızı şeklinde Keşan'ın çözgü iplikleri sıralanmış olur. İplikler sarma makinesine bu sırayla, gücüden geçirilerek çözgü levendine sarılır ve çözgü köprüsünden sevk edilir. Sevk edilen iplikler önce çerçevede bulunan gücü tellerinden daha sonra da taraktan geçirilerek kumaş levendine sarılır. Böylece dokuma için ipler hazırlanmış olur. Keşan bez ayağı dokuma tekniği ile dokunmaktadır. Bez ayağı; atkı ipliğinin, çözgü ipliğinin bir altından, bir üstünden geçirilerek dokunan bir tekniktir. Atkı ipliği istenilen renkte olabilmektedir.

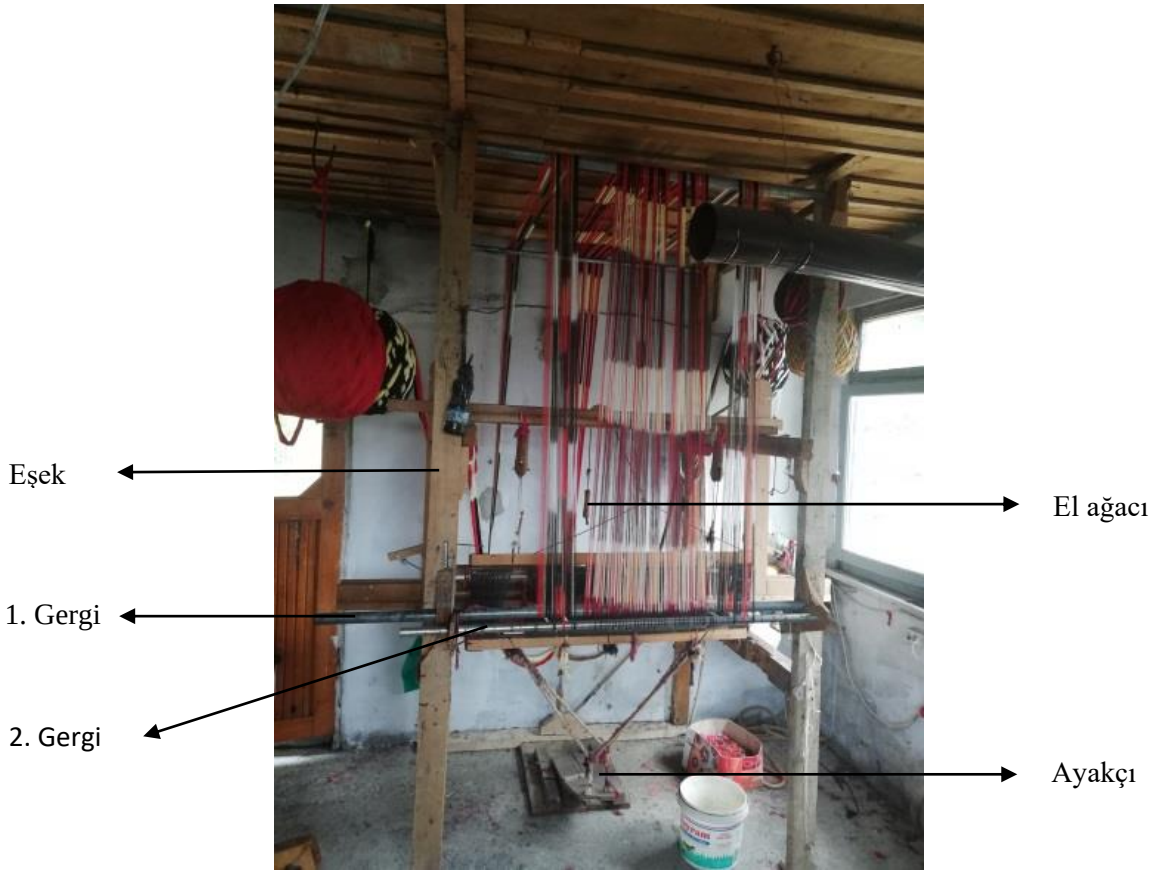


Fotoğraf 8. Fabrikada Dokuma Aşamaları

El tezgâhlarında dokunan Keşan hakkında bilgi almak ve dokuma aşamalarını gözlemlemek için Kavaklı mahallesinde görüşme yapılan Hayrullah Saka ve Fatma Saka yaklaşık 10 sene öncesine kadar mahallede 105 tezgâh var iken günümüzde bu sayının 6'ya düştüğünü belirtmişlerdir. Bu sayının düşmesinde özellikle günümüz gençlerinin bu el sanatına ilgisiz olması ve dokumada makineleşmeye geçilmiş olması etkili olmuştur. 1997-1998 yılları arasında Kültür Bakanlığı ile işbirliği yapılarak kurs açılmış ancak sonuç istenen seviye ulaşamamıştır.

El tezgâhında Keşan'ın dokunması şu şekildedir: Boyanmış ve dokumaya hazır hale getirilen yumaklar tezgâhın sol yukarısına 3, sağ yukarısına 2 yumak olmak üzere asılır. Kozak ağacından yapılmış ve eşek denilen ayakların üzerinden sırayla gergiye gerdirilir. Gergilerin biri önde biri arkada bulunmaktadır. Çözgü iplerinin bir kısmı öndeki gergiden bir kısmı arkadaki gergiden yürütülerek mihrap motifinin oluşması sağlanmaktadır. Bu işleme taksim denir. Bu şekilde ortaya çıkarılan her bir şerite de çiçek denilmektedir. Gergiye gerdirilen iplikler tığ yardımıyla 2 çerçevenin midarından (gücü) geçirilir. Midar dokumada tarağa alınacak çözgü ipliklerinin düzgün bir şekilde tarağa alınmasını sağlayan ortaları delik tellere denilmektedir. Midardan geçen iplikler tarağa alınarak tefe denilen çubukta birleştirilir. Tarak kısmı tefe adı verilen tahtanın altında bulunmaktadır. Tefe aynı zamanda atılan atkı ipliklerinin sıkıştırılmasını sağlar. Taraktan geçen ipler ön tarafta bulunan salmi denilen çubuğa sarılmaya başlar ve Keşan dokundukça da salmiye sarılmaya devam eder. Çerçeveler ayakçı yardımı ile değiştirilirken mekik, el ağacı yardımıyla atkı ipini atar. Kumaş en fazla 100 cm eninde dokunabilmektedir.

Fotoğraf 9. El Tezgâhında Keşan ve Mekik Sarma Makinesi



Fotoğraf 10. El Tezgâhının Bölmleri (1)

(a) (b)

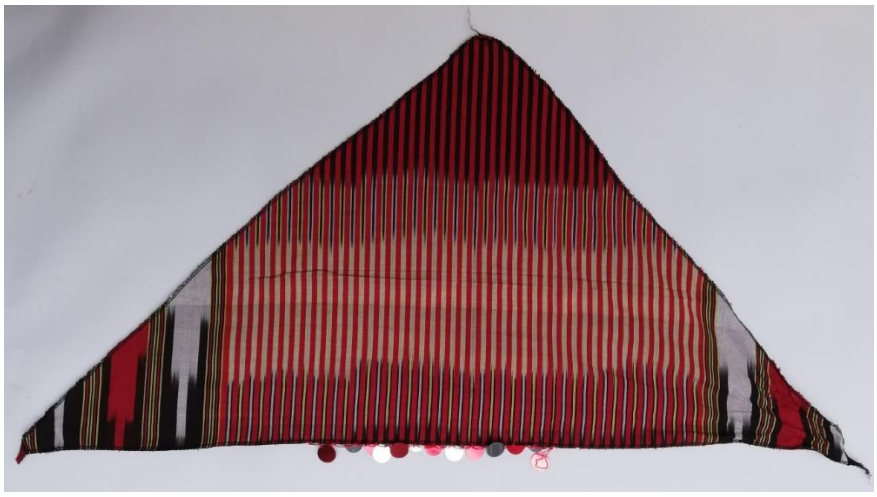
Fotoğraf 11 (a-b). El Tezgâhının Bölümleri (2)

Hazır Giyim Örnekleri

Geçmişte başörtüsü olarak kullanılan Keşan, günümüzde hazır giyime de konu olmaktadır. Fabrika ya da el tezgâhlarında dokunan Keşanlar ile etek, gömlek, elbise, bluz, fular, şal, pantolon, çocuk elbisesi, çocuk şortu, kravat gibi ürünler üretilmektedir. Çarşıbaşı ilçesinde dükkanı bulunan Adem Kul'un mağazasında bulunan el dokuması Keşan'dan üretilen giysi örnekleri incelenmiştir.

Fotoğraf 12 (a-b). Fular Çeşitleri

Fotoğraf 13. Boyun Atkısı



Fotoğraf 14. Bandana

Fotoğraf 15 (a-b). Şal

Fotoğraf 16. Kadın Bluz ve Pantolon

Fotoğraf 17. Etek

Fotoğraf 18. Erkek Gömlek

Fotoğraf 19 (a-b). Çocuk Elbise Çeşitleri

Fotoğraf 20. Erkek Çocuk Gömlek ve Şortu

Fotoğraf 21. Mağazadan Genel Görünüm

Tasarım Önerileri

Keşandan dikilen hazır giyim örnekleri incelendiğinde birçok mağazada benzer giysilere rastlanmıştır. Mağazaları gezen ve yakınlarına hediye götürmek isteyen müşteriler farklı örnekler görmek istediklerini belirtmektedirler. Bu bağlamda aşağıda birkaç tasarım fikri sunulmuştur.

Çizim 1. Kadın Elbise Modeli 1

Çizim 2.. Kadın Elbise Modeli 2

Çizim 3. Kadın Elbise Modeli 3

Çizim 4. Erkek Gömlek Modeli

Çizim 4. Erkek Çocuk Salopet Modeli

Çizim 4. Kız Çocuk Elbise Modeli

Sonuç

Öncelikli amacı insan ihtiyaçlarını karşılamak olan dokumalar, zaman içerisinde çok farklı kullanım alanları bularak, yapıldığı dönemin ve bölgenin hem coğrafi koşulları hem de kültürel değerleri hakkında bilgi veren önemli iletişim araçları olmuşlardır. Önemli bir kültür unsuru olan dokumacılık zamanla bir meslek haline gelmiş, insanların geçim kaynaklarını oluşturmuştur. Ancak günümüzde teknolojik gelişmeler, bilim, sanayi ve iletişim alanlarındaki değişimler geleneksel mesleklerinde olumsuz yönde etkilenmesine neden olmuştur. Ayrıca bu etkenler arasında köyden kente göç etme durumlarının artması, gençlerin geleneksel mesleklere karşı ilgi ve alakasının azalması, günümüz şartlarında insan ihtiyaçlarının artarak çeşitlilik göstermesi, teknolojik gelişme karşısında geleneksel üretim tekniklerinin kaybolmaya başlaması gibi birçok etken yer almaktadır. Tüm olumsuz etkenlere rağmen az sayıda da olsa halen varlığını sürdürmeye çalışan ustalar bulunmaktadır.

Keşan, geçmişten gelen ve günümüzde hem fabrikasyon hem de sınırlı da olsa el tezgâhlarında üretimi devam eden değerli bir el sanatımızdır. Ancak günümüzde özellikle gençlerin bu sanatı

öğrenip meslek olarak tercih etmemeleri, Keşan'ın el tezgâhlarında dokunmasının ilerde unutulmaya yüz tutacağını göstermektedir. Araştırmada Keşan dokumasının hem fabrika hem de el tezgahında üretimi incelenmiştir. Yaklaşık on yıl öncesine kadar 105 adet el tezgahı bulunmaktayken günümüzde bu sayı 6'ya kadar düşmüştür. El tezgahları azalırken fabrikasyon üretime geçilmiştir. Geçmişte ipek ipliği ve kök boya ile üretilen dokumalar günümüzde pamuk ipliği ve kimyasal boyalar ile üretilmektedir. Bugün kumaş ile fular, şal, etek, kadın bluz, şalvar, erkek gömlek, kız çocuk elbise ve yelek, erkek çocuk gömlek ve pantolon ürünlerinin üretilip satıldığı, ancak tasarım açısından sınırlılık olduğu ve çeşitlilik bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu sanatın ayakta kalabilmesi ve gençlere sevdirilebilmesi için kalite ve estetik değere sahip yeni tasarım fikirlerinin Keşan'la buluşturulması, buna bağlı olarak yeni iş imkânlarının sağlanması ve iyi bir tanıtımla yeni pazarlar açılarak, bu sanatın kaybolmaması için gerekli adımların atılması gerektiği düşünülmektir.

Geleneksel mesleklerin kaybolmaması, korunması ve gelecek nesillere aktarılması ülkenin kültürel özelliklerinin yaşatılması ve sürdürülebilmesi açısından oldukça önemlidir. Geçmişte usta çırak ilişkisi ve aile büyüklerinden çocuklara aktarılan bilgi ile devamlılığı sağlanan Keşan dokumacılığının günümüzde de varlığını devam ettirmeye çalıştığı gözlenmiştir. Ancak her ne kadar devam ettirilmeye çalışılsa da hem mesleğe karşı ilginin hem de kumaş ile üretilen ürünlerde çeşitliliğin az olması olumsuz yönde etki yaratmaktadır. Mesleğin kaybolmaması ve kendine ait özellikleri bulunan Keşan kumaşının üretiminde devamlılığın sağlanması için gençlerin bu mesleğe karşı ilgisinin arttırılması gerekmektedir. Bu doğrultuda projeler yapılabilir, iş istihdamı sağlayacak kurslar düzenlenebilir, yeni tasarımlar geliştirilerek üretilen ürünlerin pazarlanması ile ekonomik değer yaratılabilir. Geleneksel özelliklere sahip dokumalar kültürel özelliklerimizi taşıması açısından büyük değere sahiptir. Bu nedenle kültürel özellikleri olan ögelerin belirlenmesi, belgelenmesi, korunması ve gelecek nesillere aktarılması gerekmektedir.

Kaynakça

Akpınarlı, H. F. ve Balkanal, Z. (2012), 16-18. yüzyıllarda İstanbul'da üretilen kumaşlarda bitkisel bezemelerin incelenmesi, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, Balkan Özel Sayısı-I, 179-209.

Akpınarlı, H. F. Ve Başaran, F. N. (2018), Geleneksel kumaşların özellikleri ve kullanım alanları: Çankırı örneği, multidisipliner çalışmalar-4 (Güzel Sanatlar), 21-39.

Aksoy, E. (2016), Elazığ Baskil Bezi, 7th International Istanbul Textile Conference on Fabrics Touching Anatolia (BEZCE2016), 251-258

Altıntaş, K. M., (2016), Kaybolmaya yüz tutmuş geleneksel Türk el sanatkârlarının karşı karşıya bulunduğu ticari sorunların analizi, Bilig, 77, 157-182.

Anonim 1 http://www.carsibasi.gov.tr/ilce-tarihi

Arıoğlu, İ. E. ve Aydoğdu, Atasoy, Ö., (2015), Somut olmayan kültürel miras kapsamında geleneksel el sanatları ve Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 10/16, 109-126.

Arlı, M. (1990). Köy el sanatları. Ankara: A. Ü Ziraat Fakültesi.

Arslan, F. vd., (2017), Kültürel miras kapsamında kaybolmaya yüz tutmuş geleneksel meslekler: Turgutlu Örneği, Studies Of The Ottoman Domain, 7/13, 211-247.

Atalayer, G. (1997). Anadolu dokumacılığında İkat geleneği ve çağdaş bir yaklaşım. Türkiye'de el sanatları geleneği ve çağdaş sanatlar içindeki yeri sempozyum bildirileri. 308-313, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Barışta, H. Ö. (2015). Türk el sanatları. 1. Cilt.(Genişletilmiş III. Baskı) Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

Barışta, H. Ö. (2015), Geçmişten günümüze Türk el sanatları, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitimi Kursları (İsmek) El Sanatları Dergisi, 7, 106-113.

Başaran, F. N. (2014), Bayburt yöresinde geleneksel "Ehram Dokumacılığı" üretim teknikleri, motif ve kompozisyon özellikleri, Millî Folklor, Yıl: 26, 104, 151-166.

Bayazit, M. vd.,(2012), Geleneksel el sanatlarının bölge turizmine etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Batman University Journal of Life Sciences, 1/1, 889-908.

Can, M. (2013), Geleneksel Türk el sanatlarının turizme ve ekonomiye katkısı, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 5/2, 259-266.

Çürük, G., (2017), Yeşil Üzümlü beldesinde geleneksel dastar dokumacılığı, Millî Folklor, Yıl: 29, 115, 170-183

Eraslan, A., (2009), Antakya ve çevresinde el zanaatları, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6/12, 373-402.

Gürcan, Yardımcı, K., (2016), Osmanlı dönemi dokuma sanatı ürünlerinden örnekler, International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS), 2/ 1, 219-241.

Glassie, H. (1993). Turkish traditional art today. Amerika: Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı.

İnan, K. (2013). 17. Yüzyıl ortalarında Trabzon'da sosyal ve iktisadi hayat. Trabzon: Harman Yayıncılık.

Kaymakamlık Arşivi (1997).

Koyuncu Okca, A., (2014), Geleneksel dokumalarda koruma ve onarım prensipleri, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi: Denizli.

Koyuncu, Okca, A., (2016), Geleneksel dokumalarda kadın, Akademik Bakış Dergisi, Sayı: 54, 1-16

Kurgun, H. ve Yumuk, Y. (2013), Yöresel el sanatlarının kültürel turizmin gelişimindeki rolü: Görece (Boncukköy) ve Nazarköy Örnekleri, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3/1, 27-32.

Mercin, L., (2008). "Geleneksel el sanatlarını yaşatma sorunu ve bir çözüm önerisi: Kent Müzeleri". Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 7/13, 91-96.

Sarıoğlu, H., (2005), El sanatlarını milli değer olarak algılamak, Millî Folklor, Yıl: 17, 66, 72-74.

Sarıkaya, H. Z. ve Er, B., (2012), Halk kültürünün tanıtılmasında el sanatlarının yeri ve önemi, Batman University Journal of Life Sciences, 1/1, 179-19.

Tez, Z. (2009). Tekstil ve giyim kuşamın kültürel tarihi. İstanbul: Doruk Yayımcılık.

Uzgidim, Gözde, (2018), Naowarat Kakhay Tekstil Müzesi dokumalarından örnekler, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, 41, 113-122.

Yetkin, Ş. (1993). Başlangıcından bugüne Türk sanatı. Türk kumaş sanatı (s. 329-342). Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Yıldırmış, F. (2015). Dokumacılık sanatının Trabzon/Şalpazarı yöresindeki yansıması ve motif incelemesi: Çanta ve çorap örneği. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi 1/26, 97-114.

Kaynak Kişi Künyesi

Adı-Soyadı: Adem KUL

Mesleği: Esnaf (Kul tuhafiye sahibi)

Adres: Hürriyet Cad. Yeni Camii Yanı Çarşıbaşı/TRABZON

Adı-Soyadı: Ali KUL

Mesleği: Çarşıbaşı Kaymakamlığı, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Müdürü

Adres: Merkez Mahallesi, Cumhuriyet Myd. No:10, 61420 Çarşıbaşı/TRABZON

Adı-Soyadı: Emine İstek

Mesleği: Tekstil fabrikasında atölyeden sorumlu

Adres: Merkez Mah. Akmaz Küme Evleri No:28/1 Sakaoğlu Tekstil Çarşıbaşı/TRABZON

Adı-Soyadı: Fatma SAKA

Mesleği: Keşan dokuma (El dokuması)

Adres: Kavaklı Mah. Hane No:2 Çarşıbaşı/TRABZON

Adı-Soyadı: Hayrullah SAKA

Mesleği: Keşan dokuma (El dokuması)

Adres: Kavaklı Mah. Hane No:2 Çarşıbaşı/TRABZON

Adı-Soyadı: Muhammet USTA

Mesleği: Tekstil fabrikasında iplerin boyanmasından sorumlu

Adres: Merkez Mah. Akmaz Küme Evleri No:28/1 Sakaoğlu Tekstil Çarşıbaşı/TRABZON

Adı-Soyadı: Ramazan SAKA

Mesleği: Tekstil fabrikasında ipleri hazırlamadan sorumlu

Adres: Merkez Mah. Akmaz Küme Evleri No:28/1 Sakaoğlu Tekstil Çarşıbaşı/TRABZON

Adı-Soyadı: Zehra Kul

Mesleği: Tekstil fabrikasında dokuma makinesine çözgü hazırlamadan sorumlu

Adres: Merkez Mah. Akmaz Küme Evleri No:28/1 Sakaoğlu Tekstil Çarşıbaşı/TRABZON

ALBERCHT DÜRER VE EZOTERİZM

Öğr. Gör. Aysel GÜNEY TÜRKEÇ

Amasya Üniversitesi

Öz

Bu çalışmada Albercht Dürer'in Melankoli I, Kürklü Otoportresi, Adem ve Havva eserlerinin ezoterik açıdan incelenmeye çalışılmıştır.

Alman Rönesansının güçlü ve belki de tek büyük ustası, ressam ve gravür sanatçısı Albercht Dürer, 16. yüzyılın ortalarında, Rönesansın bitimi demek olan Barok dönemi arasındaki geçişin, eski zamanları yeni zamanlara bağlayan birleşimin doruk noktalarından biri haline gelmiştir.

Dürer' in tablo ve gravürlerinde hâkim konular genellikle dinsel boyutlarda olmuştur. Alman Rönesans sanatının temelini oluşturduğu söylenebilecek olan sanatçı, eserlerindeki figürlerin hareketlerini, duygu ve ifadelerini yetenekli bir biçimde yansıtmayı basarmıştır. İzleyiciyi içine çeken gerçekçi bir doğa anlayışı da pesini bırakmamıştır. Onun sanatında çizgisel tekniğin kullanımı ön plana çıkarken figürlerinin ve objelerinin ezoterik anlam kazandığı duygusu da göz ardı edilemez bir nitelik taşıdığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Albercht Dürer, Ezoterizm

Albercht Dürer'in Hayatı ve Sanata Bakışı

Batı Sanat tarihinin en önemli isimlerinden Alman sanatçısı Albercht Dürer, 21 Mayıs 1471'de Nürnberg'te doğmuş, 6 Nisan 1528'de ölmüştür. Ailesine olan sevgisini ve şefkatini her fırsatta satırlarına yansıtan Dürer, babasının ona özel bir ilgi gösterdiğinden, okula gönderip okuma yazma öğrendikten sonra kuyumculuk öğretmeye başladığından bahseder. Dürer buarada da kendi kendine resim ve desen çalışmaları yapıyordu; hevesi günden güne artmış ve bir ressam olmak istediğini babasına açıklamıştı. Babasının ilk tepkisi, bunca zamandır oğluna yaptığı mesleki yatırımın boşa çıkmasından duyduğu memnuniyetsizliği dile getirmek oldu. Ancak 1486 yılında oğlunu ressam ve ahşap baskı ustası Michael Wolgemuth'un atölyesinde çırak olarak yerleştirdi. Dürer bu atölyede üç yıl kaldı. Wolgemuth'un baskı resimlerinin yaptığı iki kitap, Dürer'in vaftiz babası, yayıncı Anton Koberger tarafından yayımlanmıştı. Wolgemuth, genç çırağına bildiği tüm teknikleri ve resim sanatının inceliklerini öğretti (Albercht Dürer, 2016b:7). Çalıştığı dönem boyunca birçok gravür ve resim üretir. Yıl 1490 olduğunda dört yıl için Almanya

turuna çıkar. Peşi sıra Venedik, Floransa ve Roma'yı da görür. Roma'da hakim olan Rönesans düşüncesinden etkilenen Albrecht Dürer de insanın kendisini tanıması gerektiğini düşünür. Böylelikle Rönesansı İtalya'dan Almanya'ya başarılı bir şekilde taşımayı başarır. 15. yüzyıl Almanya'sında insana ve lisana verilen değerin yanında ahlaksal ve dinsel zorlamacılığın huzursuzluk yaratmasıyla oluşan Reform hareketi hakimdir. Ortaçağ'ın kırsal kesiminin yoksullaştığı ve yaygın salgın hastalıkların can bulduğu, şehirlerin işgaller sonucu karanlık bir döneme girdiği, dini baskılar altında yaşayan toplum sanatçıları elbette bu halden çok fazla etkilenmişlerdir. Reform döneminde sanatçımız Almanya için büyük önem taşıyan iki isimle tanışır; Luther ve Erasmus.

Alman Rönesansının güçlü ve belki de tek büyük ustası, ressam ve gravür sanatçısı Albercht Dürer, 16. yüzyılın ortalarında, Rönesansın bitimi demek olan Barok dönemi arasındaki geçişin, eski zamanları yeni zamanlara bağlayan birleşimin doruk noktalarından biridir. Onun sanatını yeterince anlayabilmek için kuzey Rönesansıyla İtalyan Rönesansının getirmiş olduğu değerleri gözönünde bulundurmak, Dürer'in bu değerler karşısındaki konumunu, katkısını düşünmek gerekir (Özsezgin,1978:9).

Ayrıca Almanya'da basılan resimli kitapların en güzel örnekleri, ağaçbaskı sanatçısı ve grafik tasarımcı Albrecht Dürer tarafından gerçekleştirilmiştir (Becer, 2009:93).

Durer' in tablo ve gravürlerinde hâkim konular genellikle dinsel boyutlardadır. Alman Rönesans sanatının temelini oluşturduğu söylenebilecek olan sanatçı, eserlerindeki figürlerin hareketlerini, duygu ve ifadelerini yetenekli bir biçimde yansıtmayı başarmıştır. İzleyiciyi içine çeken gerçekçi bir doğa anlayışı da peşini bırakmamıştır. Onun sanatında çizgisel tekniğin kullanımı ön plana çıkarken figürlerinin kazandığı hacim duygusu da göz ardı edilemez bir nitelik taşımaktadır.

Dürer'in gravür tarzı nettir ve boyutludur. Paralel ve çapraz çizgilerle ışık- gölge hatlarını başarılı bir biçimde yansıtmıştır. Giysilerin kıvrımlarında, atların yelelerinde ve bulutlarda bu yoğunluğu görmek mümkündür.

Melankoli I

Albrecht Dürer, Melankoli I, 1514, Gravür, 31,8 x 26 cm

Kupferstichkabinett, Staatliche Kunsthalle Karlsruhe.

Dürer'in en ünlü gravürüdür. Günümüzde yalnızca sanat tarihi alanında değil, felsefe, matematik, jeoloji, psikoloji, teoloji başta olmak üzere akla gelebilecek pekçok disiplinde yazılan bilimsel makalelerin kilit noktası olan bu alegorik gravürün gizemli sembolizmi halen çözülememiştir. Kompozisyonda yer alan her öğe, ayrı bir anlam taşır (Albercht Dürer, 2016b:73).

Dürer'in Melankoli'si koyu renkli, esmer tenlidir, melankolik tipte olduğu gibi "kara yüz"lüdür ve melankoliklerin karakteristik duruşuyla düşünceli başını elinin üzerine yaslar. Elinde ölçme ve sayma için pergel; yanında para saymak için kese vardır. Figürün çevresinde, bir zanaatkarın kullanabileceği türden aletler bulunur. Belli ki bu kadın, eski kötü melankolinin karakteristik fiziksel tipini, duruşunu ve uğraşlarını sergileyen bir melankoliktir, ama aynı zamanda daha yüce ve entelektüel türden bir çabayı ifade ediyor gibidir. Aslında hiçbir şey yapmamakta, sadece oturmakta ve düşünmektedir. O geometrik biçimlerin anlamı nedir ve çokyüzlü nesnenin arkasında bir merdivenin niçin göğe doğru uzanmaktadır (Atakay, 2006:976).

Gravüre bakıldığında havada işlenmiş olan sahnenin arka tarafında derin ve ince işçilik gösteren bir şehir ve deniz manzara betiminin yer aldığı görülmektedir. Bu manzaranın bir kısmı, mimari yapıya dayandırılmış olan merdivenin ardından seçilmektedir. Merdiven simgesi genel olarak – Ortaçağda – ruhların gökyüzüne çıkmasında yardımcı bir araç olarak temsil edilmiştir. Şehirde sürdürüldüğü düşünen yaşamsal faaliyetin, her insan için ayrı zamanlarda terk ettiği dünyevi duyguların bir işaretini de temsil edebileceği düşüncesi de mevcut sembolik nesnenin anlamını tamamlamaktadır.

Çizimin ana temasını oluşturan melancolia hissiyatı, bahsedilen kadın figürün ifadesinde oldukça yoğun hissedilir. Her ne kadar günümüz melankolisi farklı bir anlam taşısa da burada ilk ve en temel haliyle kendini yaşatmaktadır. Dirseğini dizine dayamış olmasıyla, kanatlarının gerçekçi bir ayrıntılı, hareketsiz ve işlevsiz olarak betimlenmesiyle ve eğilmiş başıyla içindeki düşünsel duygular yansıtılmaya çalışılmıştır (Albercht Dürer, 2011a:84). Aynı zamanda, bu kişi kucağında kapalı bir kitap tutar ve diğer elinde bir pergeli kullanır vaziyette tutmuş fakat düşüncelerine yenik düşmüş bir karakter olarak akla kazınır. Pergel kullanımına sembolik olarak yaklaştığımızda; bu, o kişinin bilge ve felsefi düşüncelere sahip olduğunu belli etmektedir. Burada Aristoteles'in sözünü tekrar akla getirmekte fayda vardır:

"Neden ister felsefede ya da politikada ister şiir ya da sanatta olsun olağanüstü kişilerin hepsi melankoliktir."

Albrecht'in yapmış olduğu bir açıklamada "anahtar gücün, para kesesi de zenginliğin sembolüdür." demektedir. Gücün anlamı kuvvetle muhtemel izleyiciye bırakılmıştır. Aynı bölgede bir para kesesi sembolünden de bahsedilir, Dürer' in de dediği gibi…

Kanatlı figürün etrafını saran diğer nesneler bir şekilde, odak noktası olan bu figür ile iletişim içindedir. Her ne kadar düzensiz bir dağılım varmış gibi gözlemlense de gravürün her noktası birbiri ile düzenli bir bağ kurmaktadır. Örneğin oturan melankolik insanın kıyafetinin yanından sarkan anahtar ile başlayıp tüm gravürü dolaşan bir yolculuk hakimdir. Anahtar; bu dünyada sahip olunan kudretli bir gücün simgesidir fakat bu tarihlerden çok daha önce dini el yazmaları, resimler ve freskolarda kullanılan anahtar sembolünün kilise anahtarlarına sahip olması nedeniyle Aziz Petrus'a ait olduğu bilinmektedir. Melancolia 1' de ise anahtarın, dini gücün mü yoksa manevi gücün mü sembolü olduğu tartışmalıdır.

Para kesesi, elbette zenginliği temsil etmektedir fakat kanatlı figürün gözleri bu keseye değil tanımsız bir boşluğa devrilmektedir. Diğer yandan bu "iki simge Satürn çocuklarının yani melankoliklerin özellikleri olarak bilinir. Satürn mitolojide zenginliğin koruyucusudur. Ölçü sanatının, harmoninin, zamanın, geometrinin yanı sıra çalışma ve emek tanrısıdır. "Figürün baş kısmına yerleştirilmiş düğün çiçeği çelenkli bulunduğu görülür. Orta çağda bu çelenkin anlamı, ruhsal sıkıntıların tedavisi amacıyla kişiye takılmış olduğu bilinir. Ancak, "Ortaçağ'da Satürn etkisi altındaki melankolikler hasta ve uğursuz sayılırken Rönesans hümanist düşüncesinde toplumun en yaratıcı insanları olarak benimsenirler."

Gravürün sol orta kısmında duran geometrik büyük köşeli blok taşın, bize bakan yüzeyinde belli belirsiz bir kafatası görüntüsü seçilmektedir. Ancak bu kafatası görüntüsüne ilişkin araştırılan kaynaklarda neyi temsilen kullanıldığı bilinmemektedir. Zaten bu bölge, gravürün yakaladığı kurgu ile örtüştürülmeye çalışıldığında açıkça kimsesiz kalır. Buraya yalnızca izleyicinin dikkatli bakışları bir anlam yükleyebilmektedir. Bu diğer bir açıdan ihtimalle, Albrecht Dürer'in,

melankolik duygular kervanına katılmış bilgelere bir davet niteliğinde, eserinin içine sıkıştırdığı mesajlardan biri olabilir. Bahsedilen taş bloğun önünde kıvrılmış vaziyette uzanmış zayıf, çelimsiz bir köpek bulunmaktadır. Köpek sembolü genellikle bilge kişilere eşlik eden yol arkadaşı manasını taşmaktadır. Burada seçildiği kadarıyla köpeğin gözleri kapalıdır fakat uykuya düşmüş olduğu anlaşılmamaktadır.

Kadın figürünün ayakları önünde ve köpeğin hemen yanında bulunan, işlevinin olmadığı bilinen bir kürenin, yüzeyinden ışık yansıdığı düşünülmektedir ki bu ışığın kaynağı olarak gökyüzündeki kuyruklu yıldızın olduğu tahmin edilmektedir. Buradaki kuyruklu yıldız sembolü oldukça efsanevi bir sembolik anlam taşımaktadır. Dürer'in hayatı boyunca dünyanın sonunun geleceği korkusunu yaşadığı bilinmektedir ve sanatçının eserinde buna atfen, dünyaya çarparak su baskınına yol açma olasılığı yüksek olan ve denizleri taşırabilme gücüne sahip sembolik anlam taşıyan kuyruklu yıldız ve gökkuşağını, ana bölgesi olarak belirlenmiştir. Bu sebeptendir ki gravürde "korku ve endişe" neredeyse tüm çizgilere ve nesnelere eşit ölçüde yansımıştır. Dikkatle incelendiğinde; gökkuşağının altından geçen kuyruklu yıldız ışınlarından kadın figürün ayakucunda bulunan küreye doğru hayali bir çizgi çekildiğinde, kürenin aydınlık yüzeyindeki ışığın kaynağı anlam kazanmaktadır. Belki de titiz ölçülerle çizilmiş olan bu küre; her şeyiyle mükemmel olan ütopik bir dünyanın sembolüdür. Sanatçı bu içinde yaşamak zorunda olduğu dünyanın bir gün elbet sona ereceğinden eminken, hayallerinde kurmuş olduğu kendi dünyasının sonunu da bu şekilde gelebileceğini tahmin etmektedir. Bir düşünce daha akla gelebilir ki bu, dünyanın bir afet sonucu tüm varlığını kaybetmesi gerekir çünkü daha korkusuz ve huzurlu başka bir dünyaya ihtiyaç duyulmakta olduğudur.

Dünya hayatına biçmiş olduğu felaket sonun habercisi, kuyruklu yıldızın biraz uzağında betimlenmiş bir yaratıktır. Bu yaratığın neye benzediği konusunda çeşitli görüşler vardır. Kimi kaynaklarda şeytan kimi kaynaklarda ise kurt ve yarasa birleşiminden oluşmuş bir cin olduğu yazar. Bahsi geçen felaket haberi elbette çirkin görünümlü bir yaratık tarafından verilmesi gerekirdi.

Kürklü Otoporte

Dürer ile birlikte kuzey ülkedeki sanatçıların birçoğu içinde bulunduğu vaziyetleri, acı ve düşle harmanlayarak kendi sanatlarında yorumlamaya başlamışlardır. Bu dönemde dinsel konulu sanat eserlerinde metafizik ve simgesel boyutlu yorumlamalarda yasak yoktur. Sanatçı simgesel yorumu olabildiğince kullanmış ve Dürer dahil kendilerini Tanrı'ya en yakın insan olarak tanımlamışlardır. Hatta Dürer'in 1500 yılında yapmış olduğu Kendi Portresi'nde **"Ben Nürnbergli Albrecht Dürer kendi kendimi yarattım."** yazmaktadır.

Albrech Dürer, Kürklü Otoportresi, 1500,

ahşap üzerine yağlı boya

67,1x48,9 cm Münih.

Kürklü Otoportre muhtemelen en ünlü otoportresidir. Kendisini cepheden ve uzun bukleleriyle tezat oluşturan tepesindeki ince, seyrek saçlarıyla resmettiği çalışmasına bu defa daha kasvetli renkler hâkim olmuştu. Batı sanatında ilk defa, direkt olarak ileri bakan gözleri, kahverengi saçları ve sakalıyla yüzünü İsa'ya benzer şekilde resmetmiş olması bu otoportreyi diğerlerinden ayırıyordu. Bu resimde de bir yazı vardı: "Ben, Albrecht Dürer, kendimi yirmi sekiz yaşında, böyle kalıcı renklerle sunuyorum". Sol üstte, Dürer'in monogramının üzerinde 1500 yazıyordu (https://www.pivada.com/albrecht-durerin-otoportreleri).

1504'te tamamladığı "Paumgartner Mihrabı", genel görünümüyle eski Gotik ölçülerden hareket etmekle beraber, derinlik yasalarının çok sert bir uygulamasıdır. "Adem ile Havva" (1504) "Genç Venedikli" (1505, Venedik), "Kanaryalı Meryem" (1506, Berlin-Dahlem), "Denizde Kadın" (1507, Berlin-Dahlem) yine bu dönemin yapıtlarıdır (Özsezgin, 1978:11).

Adem İle Hava

Dürer'in sanat tarihine damga vuran gravürlerinden bir diğeri olan bu eserde, sanatçının insan bedeni oranlarına duyduğu ilgiyi açıkça görmek mümkündür. Adem ve Havva figürleri birbirlerine simetrik şekilde tasarlanmıştır. İkisi de ağırlıklarını tek ayaklarının üstüne verecek şekilde çizilmiştir. Adem figüründe İtalyan sanatının simgelerinden biri olan Belvedere

Apollonu'nun izleri görülebilir. Eserde öne çıkan dört hayvan, Ortaçağ düşüncesini yansıtan imgelerdir:

Kedi "öfke"yi, tavşan "kan"ı ve "şehvet"i, öküz "tövbe"yi ve "pişmanlığı", geyik ise "hüznü" ifade eder. Cennetten kovulmadan önce masumiyeti sayesinde insanlık bu duygulardan muaftır (Albercht Dürer, 2016b:52). 1504 senesi itibariyle Dürer oymacılıkta tam anlamıyla ustalaşmıştı: insan ve yılan derisi, hayvan postu, ağacın kabuğu ve yaprakları muhteşem bir şekilde işlenmiş. Adem'in tuttuğu dal bir üvez ağacı olan Hayat Ağacı'na aitken, Havva'nın bir dalını kırmış olduğu incir ağacı ise yasaklanmış olan Bilgi Ağacı'dır (https://tr.khanacademy.org/humanities/renaissance-reformation/northern/durer/v/exposure). Tanrı'nın yasakladığı bilgi meyvesi yenip de cennetten kovulduktan sonra masumiyet kaybolur ve insan, bütün bunları tecrübe etmekle cezalandırılır (Albercht Dürer, 2016b:52).

Albrecht Dürer, Adem ve Havva, 1504, Gravür,

25,1 x 20 cm (Metropolitan Sanat Müzesi)

Olağanüstü "Mahşer" ("Aziz Yuhanna'nın Vahyi") resimleri, her zaman derinden dindar bir insan olan Dürer'in ruhsal gücünü erken dönemde gösteriyordu. Sanatçının üslubu, İtalya'ya ikinci ziyaretinden (1505-1507) sonra değişti, çünkü makro kozmos ile mikro kozmos arasındaki uyumu (bu uyum, incelikli bir geometri ile açıklanıyordu), insan bedeninin Evrenin Mimarınca

belirlenmiş, kozmosu yöneten yasalara bağlantılı oranlarına dayalı İtalyan sanat kuramını özümsemişti. Dürer, bu kuramın Kuzey'deki başlıca temsilcisi haline geldi; İtalyan sanat kuramından oran, insan ile evren arasında bir bağlantı oluşturur ve bu bağlantı, Vitruvius'un belirlediği gibi mimaride ve bütün sanatlarda oran aracılığı ile dile getirirler. Oran, güzelliğin, estetik doyumun temelidir. Bu kuramda Geometri, mimaride, resimde ve müzikte güzelliğin temel alması gereken ana matematik bilimiydi. Dürer yoğun görüşüyle bu kuramın dinsel nüvesine nüfuz etti; parlak zekasıyla kuramın matematiksel temelini kavradı, sanatçı yeteneğiyle kusursuz geometrik kesinliği olan, derin dinsel anlamlar içeren çizimler yaptı. Dürer, sanatı güç olarak görüyordu ve estetik gücün kökünü sayı oluşturuyordu (Atakay, 2006:97).

Panofsky'nin "süslemeci üslup" olarak adlandırdığı "S. Philippe" ve "S. Jacques'la manierist denebilecek bir yola girer Dürer. (Özsezgin, 1978:11).

Raymond Klibansky, Erwin Panofsky ve Fritz Saxl'ın bilimsel çabaları, Dürer'in en ilgi çekici basmakalıplarından biri olan Melencolia I'in (1514) Agripp'nın Gizli Felsefe 'sindeki bir bölüme dayandığını kanıtlamıştır.

Kaynakça

Atakay, K. (2006). Gizli Felsefe ve Melankoli: Dürer ve Agrippa. Sanat Dünyamız. Sayı: 97. YKY.

Becer, E. (2009). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

Dürer, A. (2011a). B. Kadıoğlu. Yapı Kredi Yayınları.

Dürer, A. (2016b). Sanatın Büyük Ustaları. Yayına Hazırlayan Firdevs Candil Erdoğan. Hayalperest Yayınevi: İstanbul.

Özsezgin, K. (1978). Alman Rönesans'ının Ustası Albercht Dürer: Güneyi Kuzeye Bağlayan Değerlerin Bileşkesi. Sanat Dergisi. Sayı:27. Milliyet.

Mitchell, W. G. (2014). Bartrum, German Renaissance prints, 149, exh. cat. London, The British Museum Press, 1995, E. Panofsky, The life and art of Albrecht D (Princeton University Press, 1945, 1971), British Museum

Khanacademy. (2018). https://www.khanacademy.org/humanities/renaissance-reformation/northern/durer/a/albrecht-drer adresinden erişildi. (ET: 01.04.2018)

Pivada. (2018). https://www.pivada.com/albrecht-durerin-otoportreleri adresinden erişildi. (ET: 03.04.2018)

Thebritishmuseum.(2018).https://www.britishmuseum.org/whats_on/exhibitions/d%C3%BCrers_paper_triumph.aspx. adresinden erişildi (ET: 02.04.2018)

RENE MAGRITTE ve DÜŞÜNCE: IŞIĞIN İMPARATORLUĞU II ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Mehmet Remzi DEMİREL

Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

Doç. Dr. Lütfü KAPLANOĞLU

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi

Öz

Rene Magritte düşünceye önem veren sanatçılardan birisidir. Sanatçı, neredeyse, her eserinde ayrı bir konu ve düşünceye yer vermiştir. Bazı konuları (Örneğin ışığın imparatorluğu) birçok kere işlemiş ve plastik anlamda daha güzel nasıl ifade edebileceğinin yollarını aramıştır. Sanatçı, düşündüklerini çoğunlukla sürrealist bir üslup ile izleyiciye ulaştırmayı hedeflemiştir. Sürrealist üslup ile üretilen resimlerin çağrışıma elverişli doğası Magritte'nin bu düşünceci tavrıyla da uyuşmaktadır. Bununla birlikte Magritte'nin eserlerinde, diğer bazı sürrealist sanatçılardan farklı olarak, kontrollü bir gerçeküstücülük vardır. Birbiri ile herhangi bir organik bağı olmayan ögeler bir araya getirilseler de, meydana gelen eser izleyiciyi yönlendirmektedir ve belli bir konu etrafında düşünmeye zorlamaktadır. Işığın İmparatorluğu II (The Empire of Light II) isimli çalışması bu anlamda incelenebilecek iyi bir örnektir. "Çalışmada ışık metaforu üzerinden anlatılmak istenen asıl düşünce nedir?" "Bu çalışmaya neden Işığın İmparatorluğu II ismi verilmiştir?" gibi önemli bazı sorulara çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yanıtlar verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Magritte ve düşünce, Işığın imparatorluğu

1. Giriş

Sanatın düşünce ile olan beraberliği insanlık tarihi kadar eskidir. Bunun nedeni ise herhangi bir yüzey üzerine çizilen her iki veya üç boyutlu formun belli bazı anlamlara karşılık gelebilmesidir. Bu açıdan bakıldığında, var olma şeklinden kaynaklı, sanatın anlam veya anlamsızlık yönüyle düşünceyle zorunlu bir bağ içinde olduğu söylenebilir. Bu zorunlu bağ var olma şekli açısından sabit kalmaktadır; ancak sanatla ilgili ortaya çıkan form ve ifadelerin yüklendikleri düşünce oransal açıdan değişebilmektedir. Peki, düşüncenin sanat ile olan bu zorunlu bağı nelere yol açmaktadır? Bu soruya verilebilecek en güzel yanıtlardan biri sanat tarihindeki akımlardır. Çünkü sanat tarihinde akım veya hareket diye isimlendirdiğimiz olay belli bir üslup birlikteliğini

anlatmaktadır. Bu anlamda Realizm, Fütürizm ve Sürrealizm gibi sanat akımları belli bir düşünce doğrultusunda doğmuş ve üslup bütünlüğü olan sanat akımları arasında yer almaktadır. Sözgelimi, Realizm'de düşünce, resimde yer alan objelerin birbiriyle olan bağlantılarıyla bir anlamda sınırlandırılmıştır ve resimdeki olayın genel geçer doğruluklarla bir uyumu söz konusudur. Buna karşın Sürrealizm'de düşünceye herhangi bir sınırlama getirilmemektedir. Birbirinden bağımsız objeler ve gerçekte yan yana görülemeyecek doğa olaylarına yer verilebilmektedir. Fütürizm gibi bir akımda ise düşünce Realizm ve Sürrealizm akımlarından farklı olarak daha çok sınırlandırılmaktadır. Fütürizm'de eserlerde yer alan olay ve nesnelerin gelecekle ilgili olması gerekmektedir. Lokomotif, araba, koşan atlar bu akımda adeta ikonlaşmaktadır. Kısacası Fütürizm'de düşüncenin devinim ve devinime dayalı formlarla sınırlandırılmış olduğunu söylemek mümkündür.

Farklı sanat akımları arasındaki bu düşünce farklarının yanında, aynı sanat akımına mensup sanatçılar arasında da önemli bazı farklar görülebilmektedir. Burada Sürrealizm sanat akımına bağlı iki ressam olan Rene Magritte ve Salvador Dali arasında düşünce yönünden şöyle bir değerlendirme yapılabilir: Magritte sürrealist bir ressam olarak kabul edilmektedir; ancak onun sürrealizmi ile Dali'nin sürrealizmi arasında bazı farklar vardır. Dali'de gerçeküstü olan şey çoğu zaman bir tür rastlantıya bırakılmıştır. Oysa Magritte'nin eserlerinde kontrollü bir gerçeküstücülük vardır. Resimde yer alan objeler arasında doğrudan bir bağ olmasa da, meydana gelen eser izleyiciyi yönlendirmekte ve belli bir konu etrafında düşünmeye zorlamaktadır. Nitekim bu çalışmada yer verdiğimiz ışığın imparatorluğu serisi böyle bir mantık örgüsüyle oluşturulmuştur. Gece ve gündüz iki ayrı zaman dilimlerini anlatmaktadır; ancak Magritte'nin tablosunda bunlar nesneye dönüşmektedir. Gerçek dünyada, bir arada göremeyeceğimiz bu iki nesne belli bir mantık çerçevesinde bir tabloda buluşturulmuştur. Tabloda oluşturulan mantık ve anlam örgüsünde kompozisyon, oran-orantı, açık-koyu, renk ve ritim gibi temel sanat öğelerinin de önemli bir oranda payı olduğunu söylemek gerekir.

Işığın İmparatorluğu serisinde karşımıza çıkan diğer önemli husus ise algılama olayıdır. Çünkü seri incelendiğinde denemeye açık birçok yönü olduğu görülmektedir. Sanatçı izleyicinin algılama biçimini dikkate alaraktan bir dizi deney yapmış gibidir. Malzeme olarak temel sanat öğelerinin kullanıldığı bu deneyin merkezinde ise algısal paradoks bulunmaktadır. Bu algısal paradoks yukarıda da bahsedildiği gibi gece-gündüz zıtlığıdır. Bu iki nesnenin bir arada kullanılmasıdır (Mersch, 2002, 77).

2. Rene Magritte ve Düşünce:

Magritte kendisini bir sanatçı olarak değil, resim aracılığıyla iletişimde bulunan bir düşünür olarak tanımlamayı tercih etmektedir. Hatta kendisine sanatçı denmesinden hoşlanmadığı ifade edilmektedir. Magritte felsefi metinleri incelemiş; Hegel, Heidegger, Sartre ve Foucoult gibi düşünürlere ilgi duymuştur. Sanatçının bu ilgisi, Amerika'nın New York şehrinde açmış olduğu

sergiye vermiş olduğu "kelimeler ve şeyler" ismiyle somutlaşmıştır. Çünkü Magritte'nin sergisine vermiş olduğu bu isim Foucault'un en önemli kitaplarından birisinin ismini taşımaktadır (Foucault, 2010, 8).

Rene magritte'nin Foucault ile yazışmaları olmuş ve bu yazışmalar Magritte'ye ait sanat eserlerinin daha iyi anlaşılabilmesini sağlamıştır. Örneğin benzeyiş ve andırış kavramlarıyla ilgili yapılan önemli açıklamaları bu yazılarda yer almaktadır. Foucault'un, Magritte tarafından yapılmış olan "Bu Bir Pipo Değildir" isimli eseri üzerine kaleme aldığı uzun yazıda daha birçok önemli sorun ele alınmaktadır. Öyle ki bu eser üzerine yapmış olduğu çalışma Işığın İmparatorluğu serisinin de anlaşılmasına veya çözümlenmesine katkı sunmaktadır. Temelde yapmış olduğu bütün resimleri söz-resim veya yazı-imge olayı üzerinden değerlendirmek de mümkündür. Bunun nedeni Magritte'nin yazıyı da resmi de düşüncelerini aktarmak için bir araç olarak görmesindedir (Böhme, 2004, 47-75).

Magritte'nin Foucault'a yazmış olduğu bir mektupta şöyle denilmektedir:

"Nedimeler", Velazquez'in görülemeyen düşüncesinin görülebilir bir imgesidir. Öyleyse görülemeyen kimi zaman görülebilir midir? Yeter ki düşünce, sadece görülebilir figürlerle meydana getirilebilsin. (Foucault, 2010, 56).

Magritte'nin bu kısa açıklamasında dikkat çeken önemli bir yer vardır. Bu, düşüncenin imge veya resim aracılığıyla görünür olması olayıdır. Belki her sanatçı resim ile düşünce arasındaki ilişkiyi bu şekilde kabul etmeyebilir; ancak yukarıdaki açıklamadan Magritte'nin bu konudaki tavrı açık bir şekilde anlaşılmaktadır.

3. Magritte'nin Sürrealizm ile Olan Bağını Sorgulaması:

Magritte'nin Sürrealizm ile olan bağını sorguladığı zamanlar da olmuştur. Bunun nedeni Magritte'nin gerçeküstü olgusunu farklı yorumlamasından kaynaklanır. Magritte diğer sürrealist sanatçılar gibi gerçeküstü olanı resmeder; ancak bu kontrollü bir Sürrealizm'dir. Magritte'nin resimleri dikkatle incelendiğinde ele aldığı konunun birçok yerde mantıksal bir zemin üzerinde olduğu görülmektedir. Mantığa dayalı bu zemin, Salvador Dali'nin resimleriyle karşılaştırıldığında daha iyi anlaşılmaktadır. Dali'yle karşılaştırıldığında Magritte'nin resimlerinin, Freud'un düşüncelerinden beslenmiş Sürrealist Manifesto'ya biraz daha mesafeli olduğu söylenebilir. Hatta Magritte bir keresinde yaptığı şeyin tam olarak Sürrealizm olmadığını ifade etmeye çalışır. Kendisine sürrealist ressam yakıştırması yapanları tam olarak reddetmese de yaptıklarının, aynı zamanda, Realizm'le ilişkili olduğunu söylemiştir. Hatta bu konuda, Magritte Realizm'e kendince bir yorum getirmeyi de denemiştir. O, Realizmin *gerçek veya hakikatin içindeki gizem* olması gerektiğini söylemiştir. (Müller, 1997, 159-160).

4. Işığın İmparatorluğu Serisi

Işığın İmparatorluğu 17 resimden oluşmaktadır. Bu serinin 16 çalışması yağlı boya tekniği ile, kalan 1 çalışması ise pastel boya tekniği ile yapılmıştır. Serinin ilk çalışması 1949 yılında son çalışması ise 1964 yılında yapılmıştır. Işığın imparatorluğu serisinde resim gece ve gündüz olmak üzere iki ana plana ayrılmıştır. Gökyüzü aydınlık (gündüz), yeryüzü ise karanlık olarak (gece) resmedilmiştir. Sokak lambası ve onun etrafını aydınlatma şekli oldukça belirgindir. Bu olay resimlerde merkezi bir rol üstlenmektedir. Resimlerde herhangi bir şekilde canlı figür görünmemektedir. Normalde canlı figürlerin bulunmadığı resimlerde ölü doğa etkisi oluştuğundan izleyiciyi huzursuz eden bir dinginlik oluşmaktadır. Fakat merkezi konumda bulunan sokak lambası, resme önemli bir canlılık getirmektedir. Etrafına yaydığı ışık ile bu sokak lambası ve evlere ait pencerelerin bazılarının ışığının açık, bazılarının ışığının kapalı olması resimde görünmeyen insan varlığından dolaylı olarak haber vermektedir. Aslında böylelikle resimdeki insan figürünün eksikliği giderilmiş olmaktadır. İzleyici insanı görmediği halde onun varlığına dair alametleri açık bir şekilde görebilmektedir. Bunun yanında resimde yer alan ağaçlarla farklı dokular oluşturulmuş ve mimari formlardan kaynaklı statik etki de hafifletilmiştir.

4.1. Işığın İmparatorluğu Serisinin Bazı Resimleri:

Resim 1: Işığın İmparatorluğu, 1949

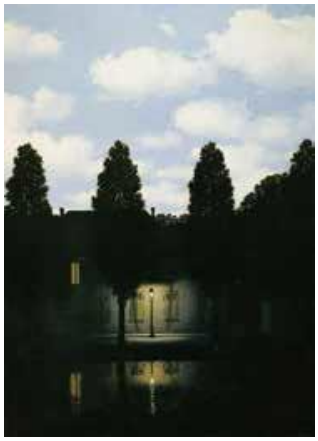
Resim 2: Işığın İmparatorluğu, 1952

Resim 3: Işığın İmparatorluğu, 1953

Resim 4: Işığın İmparatorluğu, 1953

Resim 5: Işığın İmparatorluğu, 1953

Resim 6: Işığın İmparatorluğu,1954



Resim 7: Işığın İmparatorluğu, 1954

Resim 8: Işığın İmparatorluğu, 1957

Resim 9: Işığın İmparatorluğu, 1961

4.2. Işığın İmparatorluğu (II), 1950

Resim 10: Rene Magritte, Işığın İmparatorluğu II, 1950, Tuval üzerine yağlıboya, 31 x 39" (78,8 x 99,1 cm). Modern Sanat Müzesi, New York, Amerika Birleşik Devletleri

1950 yılında yapılmış olan serinin ikinci resmi, kompozisyon açısından diğer resimlere oldukça yakındır. Renk açısından ise belirgin bir canlılık göze çarpmaktadır. Serinin diğer bazı çalışmalarında olduğu gibi ikonik bir ağaç kullanılmamıştır (Resim 6'daki gibi). Siluet şeklinde sıralanan ağaçların yükseklikleri birbirine oldukça yakındır ve ağaçlar ufku adeta perdelemiş gibidir. Gökyüzündeki beyaz bulutlar ve mavi gökyüzü, karanlık sokak ve diğer öğelerle yüksek bir tezat etki oluşturmaktadır. Burada şunu özellikle ifade etmek gerekir. Işığın İmparatorluğu II resminde izleyiciyi yalnızca algıya dayalı bir oyun değil, aynı zamanda ürpertici bir hava da karşılamaktadır. Nitekim loş ışık ve karanlık insan bilinçaltında çoğunlukla olumsuz çağrışımlara yol açmaktadır. Loş bir ışık ve karanlık içinde daha çok tehlike barındırır.

Magrtitte bir keresinde, gece ile gündüzün bir arada bulunmasını, üzüntü ve mutluluğun bir bedende ve bir arada bulunmasına benzetmiştir (Christie's, 2017). Bu açıklamada biçimden ziyade içerik veya anlam kaygısının olduğu görülmektedir. Çünkü burada plastik anlamda herhangi bir öğe hakkında değerlendirme yapılmamıştır. İnsan doğasına ait birbirine zıt iki duygu, gece ve gündüzün bir arada bulunmasına benzetilmiştir. Burada bir bedende bulunma olayına özellikle dikkat etmek gerekir. Öyle üstün körü söylenmiş bir söz olduğunu düşünmek yanlış olur. Çünkü farklı duyguların bir bedende ve bir arada bulunması olayı düşünce tarihinde birçok düşünürü meşgul etmiş önemli bir sorundur. Magritte'nin yapmış olduğu felsefi incelemeleri göz önünde bulundurduğumuzda söylenen bu sözün aynı zamanda felsefe tarihindeki bu soruna da bir gönderme olduğunu söyleyebiliriz. Magritte sadece Işığın İmparatorluğu serisinde değil diğer birçok çalışmasında böyle bir üslupla hareket etmiştir. Yani yaptığı resmin düşünsel alt yapısını önemli bir takım düşüncelerle birleştirmiştir. Kısacası o, düşüncelerini görsel bir dil kullanarak anlatma yoluna gitmiştir.

Işığın İmparatorluğu serisiyle ile ilgili yapmış olduğu başka bir açıklama daha vardır. Bu açıklama yukarıdakinden farklı olarak bizi şiire ve şiirsel olana yönlendirmektedir. Magritte yaptığı bu resimde bir gücün olduğunu ve bu gücü şiir veya şiirsellik diye ifade etmek istediğini söyler (Sylvester, 1993, 272). Dikkat edilirse aynı resim hakkında yapılan bu açıklamalar birbirinden yaklaşım olarak farklıdır. Biri felsefi, diğeri ise edebidir; ancak Magritte bu iki yaklaşımı da Işığın İmparatorluğu isimli çalışmada bir araya getirmektedir. Burada şair arkadaşı Paul Nouge'nin bir katkısı olmuştur. Çünkü Işığın İmparatorluğu ismi Nouge'nin bir şiirinden gelmektedir.

6. Sonuç

Sanatçının oldukça uzun bir süre aynı konuya tekrar dönüp onu ele alması, konunun sanatçının yaşamında önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Serideki resimlerde kompozisyon ve mekân yönünden büyük değişikliklere gidilmemiştir. Hatta kompozisyonda bulunan öğeler arasındaki oran-orantının bile fazla değişmediğini söylemek mümkündür. Gece-gündüz zıtlığı serinin bütün çalışmalarında iki önemli ana unsur olarak kalmıştır. Serinin en önemli öğelerinden biri olan sokak lambası ise genel itibariyle tablonun merkezinde konumlandırılmıştır.

Magritte sürrealist bir sanatçıdır; ancak eserlerindeki düşünsel tavrı yüzünden diğer sürrealistlerden ayrılmaktadır. Çünkü Magritte'nin sürrealizmi akılcı anlayışla bir tür yakınlaşma içindedir. Açıklamalarında Sürrealizm ve Realizm arasında gidip gelmesinin nedeni de bu olabilir.

Kaynakça

FOUCAULT, M. (2010), Bu Bir Pipo Değildir, Çev. Selahattin Hilav, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, Türkiye

HEENEN-WOLFF, S. (1998), Psychoanalytischer Rahmen, Ethik, Krisis - französische Perspektiven, Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen, Deutschland

MERSCH, D. (2002), Was sich zeigt Materialitaet, Praesenz, Ereignis, Vilhelm Fink Verlag, Bayerische Staatsbibliothek München, Deutschland

MÜLLER, A. (1997), Die ikonische Differenz das Kunstwerk als Augenblick, Vilhelm Fink Verlag, Bayerische Staatsbibliothek München, Deutschland

SYLVESTER D. (1993), René Magritte, Catalogue Raisonné, London, England

İnternet Kaynakları

Christie's (2017), Rene Magritte's L'empire Des Lumieres, 1949 Highlights Christie's November Evening Sale of Impressionist & Modern Art

https://www.christies.com/presscenter/pdf/8820/REL_Magritte%20L'empire%20des%20lumi%C3%A8res%201949_8820_1.pdf 12.11.2018

Dickinson, Rene Magritte, L'empire des lumieres

https://www.simondickinson.com/wp-content/uploads/2016/09/Magritte-LEmpire-des-Lumieres.pdf 14.11.2018

RESİM SANATINDA IŞIK VE GÖLGENİN ÖNEMİ: KARAKALEM ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER

Öğr. Gör. Yıldırım Onur ERDİREN

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

Öz

Resim sanatında kullanılan birden fazla unsur vardır. Bunlar; çizgi, form, ışık ve gölge, ton, renk, doku, biçim, yön gibi unsurlardır. Bunlardan en önemli ve temel olanı ışık ve gölgedir. Işık ve gölge karakalemde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu yöntem genellikle obje ve nesnelerin hacimlendirilmesinde kullanılan bir yöntemdir. Bu teknikle yapılan çalışmaları sergilerde, müzelerde ve çeşitli sanat merkezlerinde görmekteyiz. Bu çalışmada, karakalem çalışan ressamların ve çeşitli sanatçıların çalışmalarından örnekler vererek, çalışmalarında nasıl bir ışık ve gölgeleme tekniği yaptıkları irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Resim sanatı, ışık ve gölge, karakalem

THE IMPORTANCE of LIGHT and SHADE in PAINTING ART: EXAMPLES from CHARACTERISTICS STUDIES

Abstract

There are several elements used in the art of painting. These; line, form, light and shadow, tone, color, texture, shape, direction. The most important and basic of these is light and shadow. Light and shadow are often used in charcoal. This method is usually used in the volume of objects and objects. We see works done with this technique in exhibitions, museums and various art centers. In this work, we will examine how artists work on charcoal and various artists, and how they make light and shadowing techniques.

Key Words: Pictorial art, light and shadow, charcoal

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca resim sanatı iletişim açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, resim sanatında kullanılan teknik son derece önemli bir rol oynamaktadır. Bir resmin hangi

teknikte yapıldığı önemli bir unsurdur. Bir resim eleştirisinde veya incelemesinde ilk bakılacak unsur o resmin hangi teknikte yapıldığıdır. Kullanılan bu teknikler; en temel teknik olan karakalem, pastel, yağlıboya, karışık teknik ve baskı tekniğidir. Son dönemler sergilerde en fazla rastlanan yağlıboya, karışık teknik ve baskı tekniğidir. Karakalem tekniği ışık ve gölgede en fazla etkisini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, resim sanatına bakarken karakalem tekniğinde ışık ve gölgenin etkisinin olup olmadığı araştırma yöntemi kullanarak ve örnekler verilerek ele alınacaktır.

Resim Sanatı ve Karakalem

İnsanlık tarihinde çok önemli yere sahip olan resim sanatı, mağara döneminde bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Konuşma yetisine henüz sahip olmayan insanoğlu duygularını ve paylaşmak istediklerini aktarma yolu olarak mağara duvarlarına figürleri yaparak ifade etmeyi tercih etmişlerdir. İlk insanlar yaşadıkları ya da barındıkları mekânlar olan mağara duvarlarına gündelik uğraşları olan avlanma sahnelerini, av hayvanlarını ve kullandıkları yöntemleri resmetmişlerdir. Bunun nedeni, yaşadıkları güçlükleri diğerleri ile paylaşmak ya da günümüzde de bazı kültürlerde görülebilen büyücülerin kullandığı gibi, büyüsel amaçlı olabilir. Hayvanları bu yolla etkileyeceklerini ve daha kolay bir şekilde avlayabileceklerini düşünmüş olabilirler. Yani, mağara resimleri ilk insanların yaptıklarını, inançlarını, korkularını yansıtan bir ifade aracı olarak değerlendirilebilir. "İlkel toplumların kafasını anlamaya çalışmadan; onları, imgeleri, bakılacak güzel şeyler olarak değil de, kullanılacak ve güç dolu nesneler gibi görmeye iten yaşantıyı kavramadan, sanatın bu yabansı başlangıçlara girmeyi umudetemekteyiz." (Gombrich, 1986; s. 20) Zaman içerisinde sanat çeşitli dönemlerde ihtiyaç ve zevkler doğrultusunda değişime uğramıştır. Dönem dönem bir belge niteliği taşırken bazen de sırf görsel zenginlik bakımından üretilmiştir. Bu süreç mağara dönemi resimleri ile başlar, Yunan- Mısır gibi uygarlıklar ile devam eder. Gotik ile Avrupa'da başlayan serüvenine, Rönesans ve Barok'un estetik kaygılarını oluşumları gözlemlenebilir. Bu dönemlerde dinin ve kilisenin baskıcı tutumundan dolayı sadece kilisenin siparişleri ile dini konuların resmedildiği gözükmektedir. Dönem içerisinde resim sanatını gelişiminde, bir akımın çıkışında hep bir başkaldırı olduğundan söz etmek mümkündür. Örneğin; Neoklasizm'in, Barok ve Rokhoko akımlarının aşırılığına ve dekoratife kaçmasından dolayı eskiye biz özlem olarak çıktığını söyleyebiliriz. Zamanının şartları doğrultusunda sanatçıların ilgi alanları sosyo-politik yaklaşımları doğrultusunda değişim göstermiştir. Ressamın üretimi dönemin yaşam biçimini, kültürel etkileri hakkında bir fikir sahibi olabilmemiz açısından önem teşkil edebilir. Modernleşme sürecinde sanatçının yapıta bakış açısı farklılık göstermiş ve teknolojinin yardımıyla geleneksel yapıdan sıyrılma çabası gütmüştür. Çeşitli sanat akımlarıyla birlikte yapıtlar tarih boyunca çeşitlilik göstermiştir. Malzeme açısından yağlı ve su bazlı seçeneklerin yanında farklı materyalleri de tuval üzerinde kullanarak boyut farkı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu konuyu Turani "boya resim" olarak açıklamıştır; "Boya resim, insanın doğaya ve topluma karşı kendi davranışlarını aksettiren bir anlatım olanağıdır. Boya resim, tarih boyunca

bir üslup gelişimine de sebep olmuştur. Arkaik, klasik, barok anlatımı, çeşitli ülke sanatlarında görülmektedir. Boya resim, 19. yy.'ın sonuna kadar doğa görünüşleri ile ilgilendiği halde 20. yy.'ın ilk yarısından itibaren soyut anlatıma yönlenmiştir. Ayrıca Doğu ülkeleri boya resimde satıhta ve hacimden yoksun bir anlatıma, yan yan figürlerin düzenlenmesine (juxtapose) önem verdikleri halde, batıda Avrupa, figürlerin bir bakış noktasına göre düzenlenmesine ve bilimsel perspektife göre kompozisyonuna önem vermiştir. Ayrıca batı, boya ile üst üste bir çalışma ve kompozisyona (superpose) büyük ilgi göstermiştir. 20. yy.'a kadar valör resmine önem vermiş olan Batı, çağımızda renk anlatımına ve resmi yüzeysel bir biçimlemeye yönelmiştir. Batı dünyasında, boya resminde figürlü kompozisyonun, peyzajın, natürmort'un, tarihi konuların işlendiği görülmektedir. Geçmiş zamanlarda ise boyanın kendi biçimlenme alternatifleri değerlendirilmek istenmiştir." (Turani, 2003; s.25). Resim sanatının döneminden bahsettikten sonra, resim sanatının teknikleri son derece önemlidir. Resim sanatında teknikleriden bahsetmek gerekirse; en temel teknik olan karakalem, kuru boya, pastel, yağlıboya ve karışık teknik diyebiliriz. En temel teknik olan karakalem, çizime yeni başlayanların ilk uyguladıkları ve öğrendikleri tekniktir. Karakalemde objeleri çizerken ışık ve gölge etkilerine dikkat etmemiz gerekmektedir. Çünkü karakalemin en belirgin özelliği ışık ve gölgeyi ortaya çıkarmaktır.

Resim Sanatında Işık ve Gölgenin Önemi

Resim 1. Şükrü ERDİREN, "Kayınpeder Zühtü Öğe", 1946, Karakalem, İstiklal Harbi kahramanlarından bu acar topçu yüzbaşı, İstanbul'dan Anadolu'ya cephane ve silah kaçırırken defalarca ölümle burun buruna gelmiş, kendisine 4 defa madalya verilmişti.

Birinci eserde, sanatçının "Kayınpeder Zühtü Öğe" adlı çalışmasını görmekteyiz. Çalışma 1946 yılında yapılmıştır. Resmin türü, portredir. Tekniği ise, karakalemdir. Bu eserde, İstiklal Harbi kahramanlarından acar topçu yüzbaşı, İstanbul'dan Anadolu'ya cephane ve silah kaçırırken defalarca ölümle burun buruna gelmiş, kendisine 4 defa madalya verilmişti. Ressamın da karakalem olarak yansıttığı bu kişidir. Resimde görüldüğü üzere karakalemde ışık ve gölge başarılı bir şekilde yansıtılmıştır. Tonlama ve ışık etkilerini görmekteyiz.

Resim 2. Şükrü ERDİREN, "Yıldırım Erdiren", 1945, Karakalem.

Diğer eserde, yine Şükrü Erdiren'in karakalem tekniğini kullandığı bir çalışmasını görmekteyiz. Eser 1945 yılında yapılmıştır. Resmin türü, portredir. Sanatçı ışık ve gölge etkisini başarılı bir şekilde yansıtmıştır.

Resim 3. Şükrü ERDİREN, 1945, Karakalem.

Bu portre çalışmasında ise, yine Şükrü Erdiren'in karakalem tekniğini kullandığı bir çalışmasını görmekteyiz. Eser 1945 yılında yapılmıştır. Resmin türü, portredir. Sanatçı ışık ve gölge etkisini yine başarılı bir şekilde yansıtmıştır.

Yöntem

Bu çalışmanın yöntemi, literatür tarama, metin inceleme, kütüphane ve internet araştırmasıdır. Bu bildirinin temel ekseni karakalem tekniğinde ışık ve gölgenin etkisi üzerinedir. Çalışmada ilk adım, resim sanatının ne olduğu daha sonra karakalem tekniğinin ne olduğu ve resim sanatına bakarken ışık ve gölgenin etkileri hakkında bilgi verilecektir. Bu açıklamalar yapıldıktan sonra, eser örnekleri verilerek, sanatçıların ışık ve gölgeyi nasıl kullandığı açıklanacaktır. Son olarak, ışık ve gölgenin karakalemde hangi boyutta önemli olduğunu görmüş olacağız.

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, resim sanatında önemli bir teknik olan karakalemde ışık ve gölgenin önemi belirtilmiştir. Metinde örnekleri verilen eserlere eleştirel bir bakış bu çalışmada önemli rol oynamıştır. Eserlere baktığımızda ressamların yaptıkları karakalem çalışmalarında ışık ve gölge başarılı bir şekilde yansıtılmıştır. Karakalemde tonlama resmedilen nesneyi tamamen ortaya çıkarmaktadır.

Kaynakça

Gombrich, E. H. (1986). *Sanatın Öyküsü.* Çev: Bedrettin Cömert. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Turani, A. (2003). *Sanat Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

KAMU ALANLARINDA BULUNAN İNTERAKIF REKLAM PANOLARIN SOSYAL FARKINDALIK OLUŞTURMADAKI ROLÜ

Arş. Gör. Amine Refika ZEDELİ
Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi

Öz

Günlük yaşantıda bireylerin karşılaşma ve geçiş mekanı olan kamusal alanlar toplumsal ve bireysel davranışların ortaya koyulduğu yerlerdir. Bireyler, medya etkisiyle psikolojik ve bilişsel olarak bilinçli olmadan birbirlerinin davranışlarını kopyalayarak veya taklit ederek sosyal davranışlarını değiştirebilirler. Diğer insanları görmek ve duymak daha pozitif bir etkileşim meydana getirir. Kamusal alandaki interaktif deneyim ile ortak bir bilinç oluşturulup kolektif olana geçiş yapılarak yeni karşılaşmalar için zemin hazırlanabilir.

Sosyal farkındalık oluşturmak için yapılan reklam kampanyalarındaki amaç bireyi akışkan mekan algısı içinden tutup çıkararak toplum ve gündem ile bağlantı kurmasını sağlamaktır. Sosyal sorumluluk kampanyaları, kamusal alandaki farklı sosyal grupların iletişimsizliğini azaltabilir. Mekandaki bilinçlenme eylemi, bireyin algısını açmasına ve toplumsal kimliğini ortaya koyabilmesine yardımcı olur.

Dijital etkileşimin günlük yaşam pratiklerimizin bir parçası olduğu zamanımızda, reklamlar interaktif olduğu zaman algı biçimlerimizle daha uyumlu olacaktır. İnteraktif reklamların işlevselliği ve davranışlara etkisi sosyal gerçekliğe ne kadar dayanıyorsa o derecede toplumla özdeşleşir, böylelikle bireyin toplumsal sorumluluklarıyla empati kurmasına yardımcı olur.

Anahtar Kelimeler : Kamusal Alan, İnteraktif, Sosyal Sorumluluk, Reklam Panosu

1. Kamusal Alan

Habernas'a göre; kamusal alan kavramıyla, herşeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. (Habernas aktaran Onat, 2013: 12)

Kendi kamusal alan modelini oluşturan Hannah Arendt, kamusal alandan bahsetmek için uyum, güven ve katılımın olması gerektiğini vurgular. Kamusal alanda birey, farklılıklar gözetilmeden kendi adına bulunduğu noktadan düşüncelerini paylaşma ve kendi kimliğini oluşturma olanağına sahiptir. Arendt, kamusal alanı, kavramsal içeriğinden hareketle, 'açıklık/alenileşme mekanı' ve

'ortaklaşa sahip olunan dünya' olmak üzere iki anlamda kullanır. (Yılmaz, 2009; 57) Açıklık/alenileşme mekanı olarak kamusal alan, başkaları tarafından duyulmak ve görülmenin gerçeklik algısını oluşturduğu alanı ifade eder. Arendt'e göre özel olan alandan kamusal alana geçildiğinde, davranışlarımız başkaları tarafından görülebilir olduğunda ancak gerçeklik kazanacaktır. Ortaklaşa sahip olunan dünya ise insan eseri olan yapılar sayesinde birlikte yaşam alanı oluşturulan bir düzendir. Arendt için kamusal alan eylem ve konuşmanın gerçekleştirildiği suni bir ortamdır.

Habermas dışında 20. yüzyılın diğer kilit yazarı Richard Sennettt'in kamusal alanla ilgili görüşünde sosyal bir yaklaşımı vardır. Her bireyin benliği temel kaygısı haline gelmiştir. Kendimize dönük olduğumuz için, kendimize özel bir ilkeye ulaşabilmemiz ve kişiliklerimizin ne olduğunu kendimize ve başkalarına net bir biçimde anlatabilmemiz son derece zordur. (Sennett, 1992; 17) Sennett'e göre insanların içe dönüşlerinin nedeni toplumsal koşullar ve çevredir. Ayrıca kamusal alan gittikçe özel alan ile birbirine girmektedir. Kamusal alan ölü bir alan haline gelmektedir.

Her üç düşünür/yazar için de kamusal alan, bireylerin kendini inşa etme alanıdır ve toplumsal konularla ilgili diğer bireylerle iletişime geçerek toplum içinde var olunabilir.

1.1. Bir İletişim Aracı Olarak Kamusal Alan

İletişim, belirli kişilerin belirli bilgilere, düşüncelere ve tutumlara sahip olması amacıyla, düşünce ve duyguların, bir olay ve bir durum üzerine bilgilerin, bu kişilere aktarılmasıdır. (Bektaş, 2007; 98) Kamuoyunun oluşum süreci açısından ele alındığında iletişim bir tarafın, diğer tarafın davranışını istenen yönde etkileme ve değiştirme sürecidir. (Erdoğan, Alemdar, 1990; 51) İletişim topsumllaşmanın bir bileşeni ve sonucudur. Günümüz medyası iletişim yöntemlerine yeni yollar oluşturur.

Kamusal alan toplum üyelerinin, matbu veya elektronik çeşitli iletişim araçları sayesinde bir araya gelerek ya da yüz yüze görüşerek kamu yararıyla ilgili konuları tartıştığı ve böylece bu konular hakkında ortak bir fikir oluşturduğu varsayılan ortak bir mekandır. (Yükselbaba, 2012: 85) Günümüz teknolojisinde bu iletişim araçlarının çeşitliliğinin de arttığını göz önüne alırsak kamusal alan bir iletişim aracı görevi de üstlenir.

Kamusal alan belli bir zaman aralığıyla sınırlandırılamaz, kamusal alanda bir devamlılık, süreklilik vardır. Kamusal alanın disiplinlerarası bütünleştirici bir kapsayıcılığı vardır.

Kamu alanları yoğun bir akışın durmadan gerçekleştiği mekandır. Mekanlar teknolojinin sağladığı imkanlar da kullanılarak farklı mecraların merkezi olur. Kamu alanlarından geçiş noktaları insanların karşılaşmaya açık olduğu raslantı alanlarıdır. Bu geçişler günlük rutinler içerisinde hızlı bir şekilde yapılır. Hızın içinde dikkat çekebilecek olan iletişim yöntemleri bireylerde bir duraksama ve algıda seçicilik meydana getirebilir. Günümüzde birçok şekilde insan algısına yönelmeye çalışan reklamlardan ayırt edici olabilmek için farklı yaklaşımlar sergilemek gerekmektedir. Artık herşey rekabet halindedir.

Kamusal alanın genişlemesi ve medyanın artan rolü kişiselleştirme olgularını daha da belirginleştirir. Medyatize olmuş iletişimin büyük bir izleyici kitlesine doğru genelleştiği bir süreci de gösterir bu. (Dacheux, 2012;36) Doğru konumlanmış medyalar kamusal alanda sınırlı geçirilen zamanı verimli bir hale getirebilir, bireylerin aklında bir yer edinebilir. Küçük bir algı farkındalığı oluşturmak bireyin gün içindeki ve daha sonraki davranışlarında değişiklik meydana getirebilir. Mesela sabah ve akşam en çok kullanılan ulaşım merkezleri olan metro, metrobüs ve otobüs istasyonlarında bulunan panolardaki reklamlar belki gün içinde yapacağımız bir alışverişte tercihlerimizi etkileyebilir.

Kamusal alandaki yeri o çevrede bir göz aşinalığı oluşturur. Birey o alana ulaştığında bilinçaltında bir hatırlama meydana gelir. Mekan, melez bir ortam olduğu için yeni gediklerin açılmasına fırsat hazırlar.

İnsanlar artık daha hızlı hareket ediyor. Hepimizin ortak alanı olan kamusal alanlarda ortak bir kimlik tanımlaması ve ortak hayata merkez tanımlayan yapılar bulunmaktadır. Hızla hareket ettiğimiz alanda en acil ihtiyaçları karşılayacak olan yiyecek, içeceklere ulaşabileceğimiz büfeler, oturma alanları olan banklar, para ihtiyacı için ATM'ler gibi yerler farklı olanlarla karşılaşma noktalarımızı oluşturur.

Bilinç ve program endüstrisinin eğilimleri, reklamcılık, firmaların ve idari aygıtların tanıtım kampanyalarının birbirinden tamamen farklı temelleri vardır. Ama tüm bunlar, gelişmiş üretim süreciyle birlikte, klasik kamusal alanın üzerine oturan yeni, üretimin kamusal alanlarını oluştururlar. (Negt & Klugue aktaran Özbek, 2004, 136)

2. Sosyal Çevrede Benlik Algısı

Richard Sennett, çokkültürlü bir şehirde insanların kendi bedenlerindeki yetersizliği kabul ettiği zaman başkalarının farklılığını hissedebileceğini, insanların kendi bedenleriyle yaşama biçimleri sonucu kent mekanlarının şekillendiğini öne sürer. Sennett'e göre; sivil merhamet, sırf iyi niyetten ya da siyasi doğruluktan değil kendimizdeki eksiğe dair bu fiziksel farkındalıktan kaynaklanır. (Sennett, 2002; 333) İnteraktif medya araçlarının etkileşim yöntemleri ile kendimiz ve kendimiz dışındaki bireylerin eksiklikleriyle empati kurabiliriz. Şehir hayatanın hızlı devinimleri içindeki hareket etkinliklerimize bir ara verip farkındalığımızı arttırabiliriz. Diğer insanlardaki güç(süz)lük ve eksiklileri görebildiğimiz zaman kendimizdeki yetersizlikleri de farkederiz aslında. Kendimizdeki yetersizlikleri duyumsamak bizi çevreye karşı daha duyarlı yapar.

Ayna benlik kuramı, sosyal etkileşimci düşünce görüşüne sahip Charles Horton Cooley'in insan gelişim süreci ve toplumsallaşma içerikli araştırmalarının sonucu oluşmuş kuramdır. Sembolik etkileşimci diğer filozof George Mead'dır. Ona göre, benlik (veya kendi tabiriyle ben kavramı) kişinin başkalarının kendisine nasıl tepkide bulunduğuyla ilgilenmesinin bir sonucu olarak sosyal etkileşim içinde ortaya çıkar. (Bacanlı, 1997; 8) Diğer sembolik etkileşimci Erving Goffman ise kişilerarası etkileşimi içinde bulunduğu duruma uyum sağlama yolu olarak görür. Dünyayı her bireyin rolünü oynadığı bir sahne gibidir.

Ayna nöron sisteminde, başkalarının davranış ve eylemleri bilinçsizce ayna nöronlar tarafından kopyalanarak sosyal davranışları taklit eder. Taklit insanların diğerleriyle içten bir ilişki oluşmasında bağlayıcıdır. Çevremizdekilerin davranışlarına uyumlu olarak kendi davranışlarımızın değişmesine "bukalemun etkisi" denir. 'Kendi eylemlerimiz süresinde aktive olan beynin ayna sistemi, bizimle aynı amaç için uğraşırken gözlemlediğimizde bir başkasının eylemleri tarafından da tetiklenebilir. Bu ayna nöronlar başkalarının davranışlarını rezonansa çok benzer bir süreç sayesinde beynimize doğrudan kopyalama için uygun bir yol sağlar. (Hood, 2012; 237) İnsanların içinde bulundukları ortamlar onların nasıl davranacaklarını da etkiler.

Gördüklerimizi gören, duyduklarımızı duyan birilerinin varlığı, kendimiz ile dünyanın gerçekliği hakkında emin olmamızı sağlar. (Arendt, 1994; 75) Sosyal etkileşimlerimiz kimlik algımızı inşa eder. Davranışımız kopyalanınca kendimizi daha iyi bir birey olarak görebiliriz, başkaları tarafından gözlemlenerek davranışlarımızın tekrarlanması daha örnek bir vatandaş olma hissi uyandırır.

Deneyimlerimiz anılar meydana getirir, anılar davranışlarımıza etki eder.

İletişimde bilişsel bir süreç olarak teknolojik etkileşimle birlikte bireyin benlik algısında yeni eğilimler oluşturulabilir.

3. **Sosyal Sorumluluk**

Sosyal sorumlulukta sorumlu davranışın temelini işletmenin kendi çıkarları dışında toplumun varlığını kabul etmesi, toplumun sorunlarıyla ilgilenmesi, atacağı adımların sonuçlarını düşünmesi oluşturur. (Peltekoğlu, aktaran Okur & Sayın, 2014; 46)

Kurum kimliğini yıllık raporlar, promosyon ürünleri, kataloglar, dağıtılan gazeteler, broşürler, standlar, fuarlar, ofisler, fabrikalar oluşturduğu gibi görsel medyadaki tüm reklamla da kurum kimliğini oluşturan öğeler arasındadır.

Kurumun sosyal sorumluluğuna dair reklamları o işletmenin imajını yeniler ve kurumu diğerlerinden ön plana geçirerek farklılaştırır. Burada amaç yardımı arttırmaktır. Yaratıcı sosyal sorumluluk bunun için bir yöntemdir. Yaratıcı sosyal sorumluluk, cesurdur, geleneksel değildir. Geçmişte kullanılagelen yöntemlerle sınırlanmayan bir yaratıcı bağış programı, herşeyi daha farklı biçimde ele alarak olumlu ve hatta hiç beklenmedik sonuçlar elde edecek sınırsız bir potansiyele sahiptir. (Özgen, 2006; 33)

Reklam çalışmaları insanların gönüllü olarak bir ürüne, kuruluşa, hizmete karşı belirli davranışlarda bulunmaları için yapılan ikna yöntemleridir. Sosyal etkileşim bireyin kendi sorumluluğunu gündeme getirecek bir algı ve bilinç oluşturmaya çalışır. Medyalar aracılığıyla gündeme gelen sosyal sorumluluk kampanyaları, kamusal alandaki farklı sosyal grupların mesafesini azaltmada rol oynar.

4. Kamusal Alanda İnteraktif Reklam Panoları

Medya araçları kamu alanlarının kalitesini yükselten bir iletişim biçimi oluşturur. Kamusal alandaki kitle iletişim aracının toplumsal süreci etkileyen bir noktada olması etkileşimin kapsamını genişletir.

Kamusal alandaki düşük yoğunluklu etkileşim, interaktif medyalar ile arttırabilir. Akışkan bir mekan algısı içinde etkileşimli deneyim, bir duraksama noktası ve algıda seçicilik oluşturur. Şehir hayatının günlük rutinleri içinde beklenmedik bir anda karşılaşılan medya ve interaktif iletişim bireyi keşfetmeye yönlendirir. Bireyler kamusal alanda ortak bir aktiviteyi belki de ortak duyguları paylaşırlar.

İsteğe bağlı olarak gerçekleştirilen interaktiflik, pasif iletişimi de etkiler. Kamusal alanda, kitle iletişim araçlarıyla (kiosk, interaktif pano vb.) etkileşimde olanları gören ve işiten bireyler pasif iletişimin içine girmiş olur. Bu da bir sosyal aktivite çeşitidir. Diğer insanları görmek ve duymak daha pozitif deneyimler sağlar.

Kamu alanlarındaki açık hava reklamları, (OOH/Out of Home) günümüzde açık alanlarda, sokaklarda, yoğun olarak ulaşım için kullanılan yerlerde, toplumun en uğrak noktalarında yaygın bir biçimde kullanılır. Büyük reklam panoları kalabalıklar içinde bile farkedilebilir. Reklam panolarının (billboard, outdoor, branda) gün içerisinde yoğun bir hareket halinde olan insanların sadece bir an bile dikkatini çekebilmesi işlevini yerine getirdiğini gösterir. Kişilerin kendi gündemi içinde panodaki reklamlar, görsel hafızasının algısında bir seçicilik oluşturur.

Açık hava reklamcılığının yanısıra dijital bir outdoor reklamcılığı da günümüzde etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Digital out of home (DOOH) televizyon ve radyoyu barındırmayan ev dışındaki reklamcılık anlamına gelir. Kullanılan reklamlar pazarlama amacı taşımakla birlikte tüketicilere hareket halinde pazarlama ikna edebilmeye odaklanır. [Erişim:25.08.2018] Bu dijital medyalar büyük alışveriş merkezleri, benzin istasyonları, hava alanları, metro gibi ulaşım istasyonları, toplu taşıma araçları ve sağlık merkezleri gibi sosyal yaşamda insan trafiğinin en çok olduğu yerlerde bulunur.

DOOH reklamcılık sayesinde vatandaşın günlük aktiviteleriyle eşzamanlı bir şekilde sosyal etkileşim sağlanabilir.

DOOH reklamcılık anlayışı ile reklamverenin mesajları toplumun en yoğun oladuğu yerlerde sürekli tüketiciye sunulur. Açıkhava reklamcılığından (OOH) farkı, dinamik ve hareketli bir teknoloji olmasıdır. DOOH, kamusal alanlarda hareket halinde olan kişileri hedefler. Pasif tüketicinin aktif hale gelmesi için yönlendirir. Bireylerin sosyal etkileşime girmesini sağlayarak, sanal dünyadaki reklamı gerçek hayata geçirme olanağı oluşturarak, dijital olanı gerçekliğe dönüştürür.

DOOH reklamcılık teknolojinin hızlı yükselişini göz önünde bulundursak geleceğn önemli reklam mecralarından biri olması öngörülüyor. Diğer taraftan AI (yapay zeka), VR (sanal gerçeklik), IoT (nesnelerin interneti) ve biyometrik sistemler (yüz tanıma, hareket tanıma vb) gibi geleceğin teknolojilerinin gelişmesi dış mekan reklamlarında yaratıcı projelerin ortaya çıkmasını sağlıyor. [Erişim:26.08.2018] Ayrıca ekran ve projeksiyon teknolojilerinin gelişmesi dijital billboardların kullanımının artmasıyla paralellik gösteriyor. Bu ilerlemeler doğrultusunda gelecekte DOOH reklamcılığın çok daha yaygın hale gelmesi bekleniyor.

NHS Sanal Kan Bağışı

NHS Blood and Transplant vakfının İngiltere'deki hastalar için kan bağışını özendirmek ve katılımı artırmak için düzenlediği kampanya sanal gerçeklik teknolojisinin dış mekan reklamcılığında nasıl kullanılacağına dair çok güzel bir örnek oluşturuyor. Sanal kan bağışı yoluyla yeni kan bağışçıları kazandırmayı amaçlayan bu projede düzenli kan transfüzyonu gerektiren gerçek hastalar kullanıldı ve sanal kan bağışı gücüne tanıklık etmek için bağışçı olarak interaktif reklam panosunun bulunduğu kamusal alandaki kişiler orda bulunan uygulama noktasına davet edildi.

Resim 1. NHS Blood and Transplant Vakfı: Sanal Kan Bağışı, 2017

Dijital ekranın bulunduğu alandaki uygulama noktasına giden gönüllülere interaktif bir deneyim sunuluyor. Mobil uygulama yüklenen cep telefonu sanal bağışçının koluna doğru tutuluyor. Cep telefonunun ekranında görüntülenen bağışçının koluna sanal olarak bir kan alma iğnesi takılıyor. Kan alma iğnesi katılımcının kolunda durduğu sürece billboarddaki boş serum yavaş yavaş doluyor.

Resim 2. NHS Blood and Transplant Vakfı: Mobil Uygulama ve İnteraktif Ekran, 2017

Kan şişesi doldukça hastanın sağlığına kavuştuğuna da şahit oluyorsunuz. Kampanyaya katılan herkes yapacağı kan bağışının sonucunu sanal olarak görüyor.

Kan vermek gibi bir düşünce ordan geçen insanların aklında yokken sanal bir uygulama ile biraz da oyunlaştırılarak sunulan böyle bir yöntem insanları diğer insanların durumlarıyla empati kurmaya yönlendiriyor. Dijital bir teknolojik alet olan cep telefonu yardımıyla kan bağışçısının kolundan sanal olarak alınan kan, herkesin görebileceği bir yerde ve büyüklükte olan dijital ekranda sağlık durumunun kötü olduğu yüzünden belli olan hastaya yine sanal olarak transfer ediliyor. Kana ihtiyacı olan hastanın yanındaki serum şişesi başta boşken alınan sanal kan ile doluyor ve doldukça hastanın yüzü gülüyor. Gönüllü, sanal ekrandaki yüzü iyileştirmenin mutluluğunu gerçek hayatta bir interaktif deneyim ile eş zamanlı olarak yaşatıyor. Sanal ve gerçek etkileşimin birarada bulunduğu bu reklam, raslantısal olarak ordan geçen diğer bireylerin de dikkatini çekerek onları da bu interaktif deneyimin pasif izleyicisi olarak içine alıyor. Ayrıca deneyim, bu yardımlaşma sahnesini gören ordan geçen kişilerde bir ayna etkisi meydana getirir ve yardımlaşmayı teşvik ederek deneyimin yayılmasını sağlar. Yayılan deneyim bukalemun etkisi oluşturarak raslantısal kişilerin davranışlarını çevredekilerin davranışlarına uyumlu hale gelebilir.

Kamusal alanı günlük rutin işleyiş içerisinde kullanan vatandaşlar için ani bir karşılaşma olarak interaktif deneyim, bireylerin alan içindeki yürüyüşünü keserek algısında bir anda bir yönlendirme meydana getirir ve orada bulunanlara farklı bir bakış açısı kazandırır.

Link: https://www.youtube.com/watch?v=-zNWP4lzrJQ

Saç Yetiştiren Mesaj Sensörlü Dijital Pano

İsveç Çocuk Kanser Vakfı, çocuklarda kanser hastalıklarını önlemek ve bunlarla savaşmak için para toplamaya adanmış kar amacı gütmeyen bir organizasyondur.

Kampanya, saç uzatan bir şampuana yönlendirir. Bu kampanyanın ardındaki strateji, önceki bir eczane reklamını şampuan için yorumlamaktır. Stockholm'daki Odenplan metro istasyonundan geçen herkes için dijital panoda dikkat çekici bir deneyim oluşturulur. Dijital reklam panosu

hareket sensörlerinden geçen trenlere tepki gösterir. Tren geçtiği anda sensörler yardımıyla dijital ekrandaki video oynamaya başlar. Ekranda uzun saçlı bir kız çocuğu bulunur. Tren geçince kızın saçları sanki trenin geçmesiyle oluşan rüzgardan etkileniyormuş gibi savrulmaya başlar.

Resim 3. İsveç Çocuk Kanseri Vakfı: Saç Yetiştiren Mesaj Sensörlü Dijital Pano, 2014

Orada bulunan insanlar bu etkileyici anı yaşarken videodaki kızın saçları birden rüzgarın etkisiyle başından çıkar. Başındaki bir peruktur. Keyifli anlar yaşanırken beklenmedik bir senaryoyla karşılaştırılan insanlar akıllı telefonlarıyla bağış yapmaya teşvik edilir.

Metro gibi ulaşım mekanları akışın yoğun olduğu insanların raslantısal olarak bir arada olduğu geçiş alanları olmanın ötesinde değildir. Ama farklı bir reklam anlayışı ile ele alınan sosyal sorumluluk konuları ulaşım merkezlerini rastlantı alanı olmaktan çıkarabilir. Bu interkatif pano reklamıyla karşılaşan insanlar için o istasyon artık bir anlam ifade eder. Sadece bir transit merkezi olmaktan çıkarak sosyal sorumluluk bilincinin hatırlatıldığı bir mekan olarak belleğinde yer eder. Birey bu sosyal sorumluluk projesini bizzat kendi deneyimlemiştir. Reklam, bir panodaki bir video olmanın ötesine geçerek, onunla karşılaşan bireyde bir deneyim meydana getirmiştir. Birey anılardan oluşur, ve anılarında yer edinebilen bir reklam bireyin bir parçası haline gelmiştir.

İnteraktif reklamlardaki amaç da şahıslara ulaşarak onları deneyimin bir parçası haline getirmek ve sadece görsel olarak hitap etmenin dışında farklı şekillerde de reklamı duyumsamasını ve anılarında yer edinmesini sağlamaktır. Böylece aidiyet duygusu oluşturulabilir. Bu şekilde sosyal sorumluluk modeli benimsenir, içselleştirilir ve istenilen etki oluşturulur.

Resim 4. İsveç Çocuk Kanseri Vakfı: Saç Yetiştiren Mesaj Sensörlü Dijital Pano, 2014
Link: https://www.youtube.com/watch?v=064ipuBiWDg&feature=share

Sonuç

Günümüz medyası olarak interaktif mecralar gelişen teknolojiyle birlikte günlük hayatta daha çok tercih edilmektedir. Teknolojik araçlardan yararlanılarak yaşantımızı devam ettirmek için yapılması gereken günlük görevler zaman ve mekan bağımlılığı olmadan interaktif deneyimlerle gerçekleştirilmektedir.

Şimdiki zamana bir görev anlayışıyla yaklaşmalı, tartışılması gereken bir çevre olarak çözümleme ve başa çıkma alışkanlığı geliştirmeli ki geleceği çok daha net bir biçimde görülebilsin. (McLuhan & Powers, 2001; 12)

Çevrimiçi ve çevrimdışı benliklerimiz arasında ortama göre geçişler yapabiliyoruz, çevrimiçi ortamların artması gelecek kuşaklarda nasıl bir etki yapacak ve kuşakları nasıl değiştirecek? Bu gelişmeler ışığında sosyal farındalığımızın artması için neler yapılabilir diye düşünüldüğünde interaktif panolar geleceğin kitle iletişim araçları olarak karşımıza çıkar.

Tekerlek, ayağın bir uzantısıdır; kitap gözün uzantısıdır; elbise, derinin bir uzantısıdır. Medyumlar, bütün medya birarada hareket ettiklerinde bilinçliliğimizi, ruhsal anlamda tümüyle yeni evrenler yaratacak ölçüde değiştirebilirler. (McLuhan & Powers, 2001; 145)

Gelişen teknolojik araçlarla birlikte sanal dünyanın yaşadığımız üç boyutlu dünyaya her geçen gün daha çok entegre olduğu görülmektedir. Teknoloji bizlerin üç boyut algısına yaklaşabildiği ölçüde başarılı olmaktadır. İnteraktif ekranlar kullanılan etkileşim yöntemine göre bize görsel, işitsel dokunma ve koku yöntemiyle hitap edebilir. Üç boyutlu dünyamıza hitap eden interaktif panolar yardımıyla gerçekleştirilen sosyal sorumluluk kampanyaları algılarımızda yeni açılımlar kazandırarak empati kurma gücümüzü kuvvetlendirir.

Kamusal alan gibi rastlantıya açık olan akışkan alanlardaki interaktif deneyimler, kişiler arası etkileşimde de değişiklikler meydana getirebilir. İçinde bulunduğu ortama uyum sağlamaya yatkın olan insanın, davranışlarını değiştirmesi interaktif reklamlar aracılığıyla tetiklenebilir. Davranışsal deneyimler etkileşimde bulunanların belleğinde farklı bir edinim sağlayarak aidiyetlik hissi oluşturur. Reklam artık şahıslar için bir anlam ifade eder, anılarında yer alan bir etkileşim oluşturur. Anı oluşturan bir reklam çalışması etkileşim sağlamayan reklamlardan daha çok zihinde kalıcı olacaktır.

Kaynakça

Arendt, H. (1994). İnsanlık durumu. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
Bacanlı, Hasan. 1997. Sosyal İlişkilerde Benlik Kendini Ayarlamanın Psikolojisi, Mlli Eğitim Basımevi, İstanbul.
Bektaş, A. (2007). Kamuoyu, iletişim ve demokrasi. Ankara: Bağlam Yayıncılık.
Dacheux, Der Eric. (2012). Çev: Hüseyin Köse. Kamusal alan, İstanbul:Ayrıntı Yayınları.
Digital Out Of Home Nedir? 5 Mart 2017 , https://www.seoadresi.com/digital-out-of-home-nedir/ adresinden erişildi. (Erişim:25.08.2018)
Dijital olmak ya da olmamak – Dijital billboardların yükselişi https://selfservicesmartsolutions.com/makaleler/blog-ds/dijital-olmak-dijital-billboardlar/ adresinden erişildi. (ET:26.08.2018)
Hood, B. (2012). Benlik yanılsaması, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Erdoğan, İ ve Alemdar, K. (1990). İletişim ve toplum. Ankara: Bilgi Yayınevi.
McLuhan, M. ve Powers, B. R. (2001). Global köy, İstanbul: Scala Yayıncılık.
Özbek, M. (Ed.) (2005) Editör: Meral Özbek, Kamusal alan, "Kamusal alan ve tecrübeye giriş", İstanbul: Hil Yayın.
Onat, N. (2013). Kamusal alan ve alan sınırları, İstanbul: Akım Tanıtım Yayıncılık.
Okur, M. E. & Sayın, Z. (2014). Sosyal sorumluluk modeli olarak gıda bankacılığı, İstanbul: Cinius Yayınları.
Özgen, E. (2006). Kurumdal sosyal sorumluluk projeleri. İstanbul: Mavi Ağaç Kültür Sanat Yayıncılık.
Sennett, R. (2002). Ten ve taş batı uygarlığındaki beden ve şehir. İstanbul: Metis Yayıncılık.
Sennett, R. (1992). Çev: Serpil Durak, Abdullah Yılmaz. Kamusal insanın çöküşü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
Yılmaz, Dr. Z. (2009). Hannah arendt'te özel alan-kamusal alan ayrımı ve modern çağda toplumsal alan. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
Yükselbaba, Ü. (201. Habermas ve Kamusal alan: burjuva kamusallık ilkesinden, iletişimsel kamusallığa geçiş. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

İNTERAKTİF REKLAMCILIKTA MOBİL UYGULAMALARDA VB. MECRALARDA OYUNLAŞTIRMA (ADVERGAMİNG)

Arş. Gör. Halid DAGCİ

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi

Öz

Grafik Tasarım ve Reklamcılık uzun süreler boyunca basılı bir mecra olarak hayatımızda yer aldı. Fakat internetin icadı ve yeni medyanın ortaya çıkması ile tek taraflı bir iletişim biçimi olarak gördüğümüz reklamcılık, dijital interaktivite ile karşılıklı bir etkileşim olarak var olmaya başladı. İlk denemeleri henüz reklam amacı gütmeyen, keşif üzerine ilerleyen bu akım cep telefonlarının yaygınlaşması ve dokunmatik ekranların eklediği ekstra dokunsal hissiyat ile birleşip her insanın evine, cebine girdiğinde neredeyse herkese ulaşabilen bu yeni medya ürünü reklam mecrasında yerini almaya hazırlanıyordu . Buradan Advertisement ve Gaming birleşimi olan Advergaming ortaya çıktı.

Advergaming mobil uygulamalar, web uygulamaları vb. iletişim kanalları üzerinde kullanılmak üzere tasarlanan reklam amaçlı oyunlardır. Marka algısı ve imajını ön plana çıkarmayı amaçlayan bu uygulamalar interaktif etkileşim ile kullanıcıya empoze edilmeye çalışan pazarlama içerikli mesajları veya sosyal sorumluluk amaçlı konularda bilinçlendirme içeriklerini oyunlaştırarak kullanıcıya eğlendirici bir yöntemle sunar.

Advergaming televizyon reklamcılığı ve Outdoor reklamcılığa kıyasla çok daha uygun maliyetlerle neredeyse sınırsız kullanıcıya ulaşabilen bir yöntemdir. Kullanıcıyı interaktif içeriği sayesinde içine çekip öteki mecralara göre daha etkili nüfuzun yanı sıra geri bilgilendirme olarak çok daha net verilere ulaşır ve değerlendirilmesi daha etkilidir.

Zihinde yer edinmenin en etkili kurallarından biri olan duygusal bağ kurma advergaming'in interaktif yapısı sayesinde kullanıcıya uygun içerikler ve etkileşimi sayesinde ön plana çıkar ve kullanıcıyı gönüllü bir şekilde markaya ve istenilen mesaja yönlendirir. Verilen çeşitli ödüller vb. kazançlar sayesinde (maddi değeri olmak zorunda değil) kullanıcıyı uygulamaya bağlar ve sıradan bir reklama göre çok daha uzun süreli izlenilirlik sağlar.

Advergaming kullanıcıyı marka bazlı bir tecrübeye teşvik etmektir. Bu Reklam ile gönüllü geçirilen vakit anlamına gelir. Müşterinin kovalandığı, anlık karşılaşmalarla (gerilla reklamcılık) dikkat çekilmeye çalışılan ve sıklıkla artan reklamlar dolayısıyla müşteri tarafından göz ardı edilmeye ve hatta kaçılmaya başlanan reklamlara göre çok daha etkili bir yöntemdir.

Grafik Tasarım ve Reklamcılık uzun süreler boyunca basılı bir mecra olarak hayatımızda yer aldı. Fakat internetin icadı ve yeni medyanın ortaya çıkması ile tek taraflı bir iletişim biçimi olarak gördüğümüz reklamcılık, dijital interaktivite ile karşılıklı bir etkileşim olarak var olmaya başladı. İlk denemeleri henüz reklam amacı gütmeyen, keşif üzerine ilerleyen bu akım cep telefonlarının yaygınlaşması ve dokunmatik ekranların eklediği ekstra dokunsal hissiyat ile birleşip her insanın evine, cebine girdiğinde neredeyse herkese ulaşabilen bu yeni medya ürünü reklam mecrasında yerini almaya hazırlanıyordu . Buradan Advertisement ve Gaming birleşimi olan Advergaming ortaya çıktı.

Advergaming mobil uygulamalar, web uygulamaları vb. iletişim kanalları üzerinde kullanılmak üzere tasarlanan reklam amaçlı oyunlardır. Marka algısı ve imajını ön plana çıkarmayı amaçlayan bu uygulamalar interaktif etkileşim ile kullanıcıya empoze edilmeye çalışan pazarlama içerikli mesajları veya sosyal sorumluluk amaçlı konularda bilinçlendirme içeriklerini oyunlaştırarak kullanıcıya eğlendirici bir yöntemle sunar.

Advergaming televizyon reklamcılığı ve Outdoor reklamcılığa kıyasla çok daha uygun maliyetlerle neredeyse sınırsız kullanıcıya ulaşabilen bir yöntemdir. Kullanıcıyı interaktif içeriği sayesinde içine çekip öteki mecralara göre daha etkili nüfuzun yanı sıra geri bilgilendirme olarak çok daha net verilere ulaşır ve değerlendirilmesi daha etkilidir.

Zihinde yer edinmenin en etkili kurallarından biri olan duygusal bağ kurma advergaming'in interaktif yapısı sayesinde kullanıcıya uygun içerikler ve etkileşimi sayesinde ön plana çıkar ve kullanıcıyı gönüllü bir şekilde markaya ve istenilen mesaja yönlendirir. Verilen çeşitli ödüller vb. kazançlar sayesinde (maddi değeri olmak zorunda değil) kullanıcıyı uygulamaya bağlar ve sıradan bir reklama göre çok daha uzun süreli izlenilirlik sağlar.

Advergaming kullanıcıyı marka bazlı bir tecrübeye teşvik etmektir. Bu Reklam ile gönüllü geçirilen vakit anlamına gelir. Müşterinin kovalandığı, anlık karşılaşmalarla (gerilla reklamcılık) dikkat çekilmeye çalışılan ve sıklıkla artan reklamlar dolayısıyla müşteri tarafından göz ardı edilmeye ve hatta kaçılmaya başlanan reklamlara göre çok daha etkili bir yöntemdir.

Anahtar Kelimeler: interaktif reklamcılık, advergaming, gönüllü izleyici, gönüllü müşteri.

INTERACTIVE ADVERTISING, ETC. in MOBILE APPLICATIONS (ADVERGAMING)

Abstract

Graphic Design and Advertising have been in our lives for a long time as a printed medium. But advertising, which we see as a form of unilateral communication; with the emergence of the Internet and the new media, has begun to exist as a mutual interaction with digital interactivity.First came out as a non profit experiment for a while but after emerging with

the widespread use of mobile phones and the extra tactile sensation added by touch screens reaching almost everybody's home. This new media advertising tool was ready to take a place in the adventure of Advertisement medium

Here Advergaming, which is a combination of Advertisement and Gaming emerged.

Advergaming is games which are designed to use on mobile applications, web applications etc.. These applications aiming to bring brand sense and image to the forefront; interactive messages and marketing content messages that are being tried to be imposed to the user or social awareness-raising contents.

Advergaming is a way to reach almost unlimited users at a much more affordable cost than television advertising and Outdoor advertising. With the interactive content, the user is more influential than the other, as well as advertisers are being more informed as back information and evaluation.

Emotional linking, one of the most effective rules of placing idea into the mind, thanks to the interactive nature of advergaming, the user comes to the forefront through appropriate content and interaction and directs the user to the mark and the desired message voluntarily. Various awards etc. thanks to the gains (not necessarily the material value) ties the user to the application and provides much longer visibility than an ordinary advertisement.

Advergaming is to promote the user to a brand-based experience. This means time spent volunteering with the Advertisement. It is much more effective method than the chasing customer with advertisements that are being ignored by the customer.

Graphic Design and Advertising have been in our lives for a long time as a printed medium. But advertising, which we see as a form of unilateral communication; with the emergence of the Internet and the new media, has begun to exist as a mutual interaction with digital interactivity.First came out as a non profit experiment for a while but after emerging with

the widespread use of mobile phones and the extra tactile sensation added by touch screens reaching almost everybody's home. This new media advertising tool was ready to take a place in the adventure of Advertisement medium

Here Advergaming, which is a combination of Advertisement and Gaming emerged.

Advergaming is games which are designed to use on mobile applications, web applications etc.. These applications aiming to bring brand sense and image to the forefront; interactive messages and marketing content messages that are being tried to be imposed to the user or social awareness-raising contents.

Advergaming is a way to reach almost unlimited users at a much more affordable cost than television advertising and Outdoor advertising. With the interactive content, the user is more influential than the other, as well as advertisers are being more informed as back information and evaluation.

Emotional linking, one of the most effective rules of placing idea into the mind, thanks to the interactive nature of advergaming, the user comes to the forefront through appropriate content and interaction and directs the user to the mark and the desired message voluntarily. Various awards etc. thanks to the gains (not necessarily the material value) ties the user to the application and provides much longer visibility than an ordinary advertisement.

Advergaming is to promote the user to a brand-based experience. This means time spent volunteering with the Advertisement. It is much more effective method than the chasing customer with advertisements that are being ignored by the customer.

// interactive advertisement, advergaming, volunteered participant, volunteered customer,

FLUXUS AKIMI SANATÇISI JOSEPH BEUYS ve SANATI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Arş. Gör. Leyla ÖNEN

Giresun Üniversitesi

Öz

1960 'lı yıllarda baskın olan sanatlara karşı ortaya çıkan Fluxus akımı, sanat karşıtı bir düşünceyi benimsemekteydi. Fluxus akımı üyeleri bu baskın sanatları belirsizleştirerek, arka plâna atmayı amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda hareket eden Fluxus sanatçıları sanata yeni bir anlatım tarzı getirmeyi başardılar. Fluxus ismi ilk defa sanatçı George Maciunas tarafından avangart gruba verilmiştir. Yeni bir kültür ortamı oluşturmayı amaçlayan Fluxus sanatçıları, sanat akımları arasında sınırların kaldırılması düşüncesiyle ortaya farklı, özgün formlar koymayı plânlamıştır. Fluxus akımı içinde yer alan Yoko Ono, ve Nam June Paik gibi avangart sanatçılarla birlikte Joseph Beuys da yer almıştır. Joseph Beuys geleneksel sanat anlayışlarına karşı çıkarak, sanatla yaşam arasındaki sınır çizgisini kaldırmaya çalışmıştır.

Araştırmada nitel araştırma türlerinden "Betimsel" araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada Fluxus sanatı ve Joseph Beuys'un hayatı ve eserlerini konu alan literatür taranarak sanat tarihi bağlamında incelenerek yorumlanmıştır. Araştırma kapsamında incelenen eserler amaçsal örnekleme çeşitlerinden benzeşik örnekleme (homogeneoussampling) yöntemi ile seçilmiştir.

Araştırma bulguları Joseph Beuys'un eserleriyle sanatına yeni anlayışlar ve biçimler getirdiğini ortaya koymaktadır. Bu araştırmanın amacı Beuys'ın ortaya koyduğu sanata mistik anlam yükleme bağlamında ve Mesihçi söylemiyle insanların duyu ve duygularını yöneten eserlerinin toplum üzerindeki etkileri incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Joseph Beuys, Fluxus, Performans Sanatı.

AN EXAMINATION on FLUXUS CURRENT ARTIST JOSEPH BEUYS and HIS ART

Abstract

The Fluxus movement, which emerged against the dominant arts in the 1950s, adopted an anti-art thought. Members of the Fluxus movement intended to bedim these dominant arts, obscure the dominant arts to throw them in the background. Fluxus artists moving towards in accordance with this purpose have succeeded in bringing a new style of expression to art. For the first time Fluxus name is given to avangart group by artist George Maciunas. Fluxus artists, who aim to create a new cultural environment, planned to put different, original forms in the thought of removing the boundaries between the art movements. Joseph Beuys along with avant-garde artists such as Yoko Ono and Nam June Paik who were in the Fluxus movement. Joseph Beuys attempts to remove the boundary line between art and life by opposing traditional artistic understandings.

"Descriptive" research method was used in the research. In the study, the literature about Fluxus art and the life and works of Joseph Beuys was examined and interpreted in the context of art history. Works in the scope of the research were selected by homogeneous sampling method from purpose sampling types .

The findings of the research reveal that Joseph Beuys brings new insights and forms to his art. The purpose of this research is to examine the effects of the works on society, which manages the senses and feelings of humans, in the context of the mystical meaning of Beuys and the meshing rhetoric.

Key Words: Joseph Beuys, Fluxus, Performance Art.

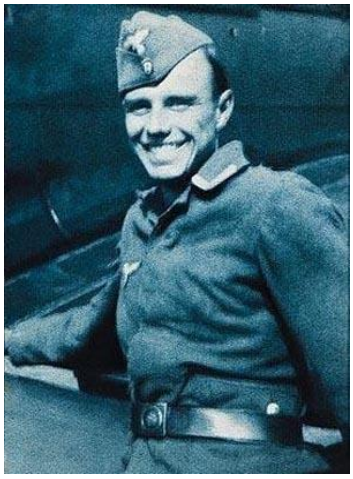
Giriş

1960'lı yıllar dünyada eşitlik ilkelerinin savunulduğu, sanat karşıtı bir düşüncenin benimsendiği, sanatın kurallara ve iktidara karşı tepki olarak kullanıldığı bir dönemdir. Bu dönem baskın sanatları belirsizleştirerek, arka plana atmayı ve toplumun sesi olmayı amaçlayan radikal görüşe sahip bir grup sanatçı tarafından Fluxus koalisyonu kuruldu. Bu amaç doğrultusunda hareket eden Fluxus sanatçıları sanata yeni bir anlatım tarzı getirmeyi başardılar. Fluxus hareketi sanatın tüm kesimlere ulaşabilmesi, herkes tarafından kavranabilmesini ve icra edilmesi amacını da taşımıştır. Martinez, Demiral'e (2014) göre Fluxus sanatçıları toplumun dili olarak sosyokültürel ve politik olaylara tepkilerini performanslarıyla dile getirerek ortak davranış sergilemişlerdi. Fluxus ismi, koalisyon kurucularından olan George Maciunas tarafından verilmiştir. Fluxus'un tanıtımı 1961 yılında New York'ta düzenlenen konferansta yapılmıştır. Fluxus akım olmasa da kelime olarak

"akış" anlamını taşımaktadır (http://colory.ru). Aynı zamanda grafik sanatçısı olan George Maciunas 1963 yılında Fluxus manifestosunu yayımlatır. Manifestoda sanatın metalaştırılmasına karşı çıkılarak yeni bir kültür ortamının oluşturulması amacı da yer almıştır. Fluxus sanatçıları, akademik kuralların ve sanat akımları arasında sınırların kaldırılması düşüncesiyle ortaya farklı, özgün formlar koymayı da plânlamışlardır. Fluxus hareketi, geçici olana vurgu yaparak yaşamın, doğanın devinimini, sürekliliğini, gelişimini ve bu döngü içinde varlığını anlatmaktadır (Avşar Karabaş, İşleyen, 2016:345) Bu koalisyon Amerika, Alman ve Japon sanatçılardan oluşmaktaydı. Fluxus sanatçıları kendilerinin sanatçı olmadıklarını, sanatı icra etmediklerini dile getirmiştir. Fluxus koalisyonunda yer alan sanatçılar bilinçaltına etki eden performanslarıyla insan belleğine, hafızasına yer etmişlerdi. Fluxus hareketi içinde yer alan Robin Page, Gustev Metzger, Yoko Ono, ve Nam June Paik gibi avangart sanatçılarla birlikte Joseph Beuys da yer almıştır.

Joseph Beuys

1921 yılı Almanya doğumlu Joseph Beuys, Fluxus akımının devrimci isimleri arasında yer almıştır. Tıp eğitimi alan Joseph Beuys 1936 yılından Hitler Gençliği isimli grubun üyesi olmuştur. 1939 ve 1945 yılları arasında İkinci Dünya Savaşında iştirak etmiştir. 1946 yılından ise Spritüel bilim sanatçının ilgi odağına çevrilmiştir. "Spiritüel Fransızca kökenli bir kelime olup, tinsel, ruhsal anlamına gelmektedir. Spiritüalizm ise ruhçuluk demektir"(Bayraktar, 2017). Spiritüalizm insanın kendi düşünce, duygu ve hislerinin uyarımın farkında olabilmesini sağlayan bir bilimdir. Genellikle, Spritüel bilim ile ilgilenenler kendilerini doğaüstü olaylara fazla kaptırarak, farkında olmadan dış dünya ve gerçeklikten kopmuş, kendi dünyalarını yaratmış ve öteki dünyayla bağ kurmaya çalışan kişilerdir. Joseph Beuys da Fluxus sanatçısı olarak performanslarında öteki dünyayla bağ kurmaya çalışmıştır. Bueys maddi olanı ret ederek, spiritüalizmi kabul emiştir.



Resim 1: Joseph Beuys

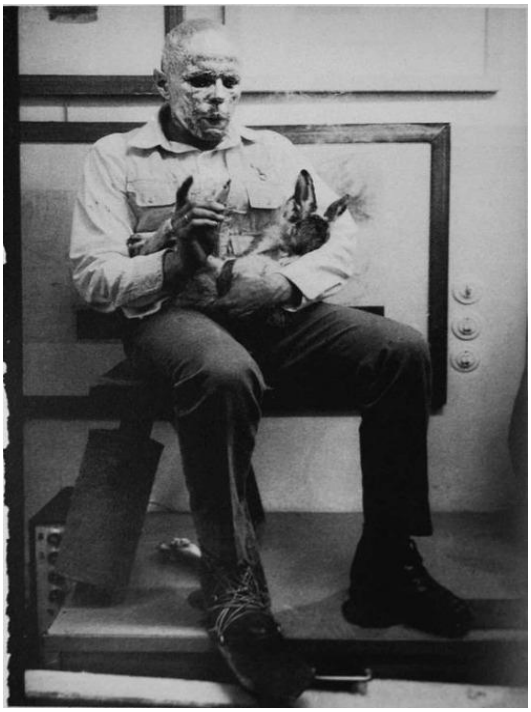
Sanatçı, 1947 yılında Düsseldorf Sanat Akademisinde öğrenci olarak eğitim almaya başlamasıyla sanat hayatına atılmıştır. 1951 yılında bu akademiden mezun olmuş ve burada öğretmen olarak çalışmaya başlamıştır. 1961 yılında profesör unvanı alan sanatçının, sınıfların öğrenci ve halka açık olması konusunda ısrarcı tavrı, akademisyenlik görevinden men edilmesine neden olmuştur.

Heykel, grafik ve performans sanatçısı olan Beuys geleneksel sanat anlayışlarına karşı çıkarak, sanatla yaşam arasındaki sınır çizgisini kaldırmaya çalışmıştır. Joseph Beuys'un sanat hayatında en yenilikçi, isyancı, kışkırtıcı ve radikal görüşe sahip sanatçı olduğu söylenebilir (Erden, 2012, akt. A.Uz ve Uz, 2018:50).

Beuys'un sanatı eylem kavramını içermektedir. Bu kavram kendi içinde süreç, sonuç ve nesneyi oluşturmaktadır. Beuys sanat yapıtı olarak bu eylemlerin merkezinde yer almıştır. Bu eylemler estetik kavramdan sıyrılarak felsefî bir anlam taşır ve izleyicinin bilinçaltına doğrudan etki eder. Bununla izleyici ve sanat yapıtı arasında bir bağ oluşur. Böylece izleyici de istemeden bu eylemin bir parçası olmuştur. Ayrıca, Beuys, doğa ve insan ilişkisini, sosyo-politik ve kültürel olaylara tepkisini eylemleriyle ortaya koyan ilk sanatçılardandır (Oğuz, 2015:73).

Performanslar

Joseph Beuys 1963 yılında Almanya'da gerçekleştirilen Sibirya Senfonisi isimli ilk performansını gerçekleştirir. Performanslarında sanatçı kendisini bir eylemci, ruh ötesi deneylerde aracı, şifacı, Mesihçi ve kâhin olarak görmektedir. İlki 1963 yılı Kopenhag'da gerçekleşen Şef- Fluxus İlâhîsi isimli performansı 1964 yılında tekraren Berlin'de yerleşen Rene Blokck isimli galeride dokuz saatlik gösteri olarak izleyici ile buluşur. Heykellerinde keçe ve yağ kullanan sanatçı bu performansta da aynı nesnelere yer vermiştir. Eylem sürecinde sanatçı yerde keçeye sarılmış bedeniyle, hareket etmeden kendini şarj ettirmektedir. Keçeye sarılmış bedenin baş ve ayak tarafında ölü tavşan bedeni bulunmaktadır. Finberg'e (2014) göre keçe yalıtımı sağlayarak içinde yaşanan kargaşanın dışarıya yansımamasını da sağlamaktadır. Odanın içinde bulunan duvarların birinde tırnak ve saç asılmıştır. Bununla sanatçı şaman ve medyum tarafını öne çıkarır ve insanların büyüye olan ilgisine gönderme yapar. Diğer yandan sanatçı elindeki mikrofonla tavşan ve geyik seslerini de çıkarır. Bu eylemle sanatçı, İkinci Dünya Savaşı sonrası Almanya'da ortaya çıkan jeopolitik olaylara dikkat çekmiştir (Fineberg, 2014:220).



Resim 2: Joseph Beuys, Ölü Bir Tavşana İmgeler Nasıl Anlatılır?,1965.

Ardından 1965 yılında sanatçı "Ölü Tavşana Resimler Nasıl Anlatılır" isimli performansını gerçekleştirir. Almanya'nın Düsseldrof şehrinde bulunan Schmela isimli galeride sadece Beuys performansıyla yer almıştır. Bu performansta Beuys yüzü, saçını bal ve yaldız varaklarla kaplayarak, kucağında ölü bir tavşan taşır. Sanatçı kucağında tuttuğu tavşana galeride bulunan yapıtları anlatır. Sanatçının kullandığı bal yapısı bakımından düzen teşkil etmesi nedeniyle burada topluma işaret eder (Lamerche Vadel, 1994; aktaran Boynukalın, 2017:1074). Ayrıca bal burada mecaz anlamda kullanılarak evrene, yaratıcılığa da işaret etmektedir. Beuys performansında tavşan kullanarak ruhun faklı biçimlere bürünerek göçüne dikkat yetirmektedir. Yine sanatçı burada şaman rolünü üstlenmiştir. Şaman ayinlerinde tavşan adak olarak kullanılmaktadır. Çağdaş dönemde lakayt insanları hedef alarak, etrafında baş verenlere tepkilerinin dile getirilmesinin gerekliliğini de vurgulamıştır (Yeşil, 2014:33).

Beuys'un eylem ve sonuç ilişkisinin bulunduğu diğer performans ise 1972 yılında 1 Mayıs gösterilerinde gerçekleşir. Sanatçı elinde tutuğu kırmızı süpürgeyle Berlin şehrinde bulunan Karl Marks meydanındaki gösteriyi sonuna kadar izler. Gösteriler bittikten sonra sanatçı kendi gösterisine meydanı süpürmekle başlar. Sanatçı ve yanında bulunan iki yardımcı çöpleri torbaya doldurmuş ve daha sonra bunları sergilemek için galeriye göndermiştir (http://itaatsiz.org). Sanatçı burada sanatıyla soysal devrime dikkat çekmektedir.

Resim 3: Joseph Beuys,1 Mayıs Gösterileri, Karl Marks Meydanı.

Resim 4: Joseph Beuys, Süprüntüler.

Joseph Beuys'un, en önemli performanslardan biri 1974 yılında Amerika'da gerçekleşir. Gözleri kapalı şekilde galeriye getirilen Joseph Beuys, Amerika'ya da aynı şekilde sedyede getirilmiştir. New York'taki bir galeride Wall Street gazetesi, saman, Kır kurdu, baston, keçe ve elbette ki, başyapıt olarak kendisinin oynadığı "Ben Amerika'yı Seviyorum ve Amerika Beni Seviyor" isimli performansını sunar (Resim 3). Performansta bulunan her eşya/nesneye farklı bir anlam yüklenmiştir. Sanatçı üç gün kapalı odada kurtla birlikte kalır. Performans boyunca elinde bastonuyla yine diğer performanslarında olduğu gibi keçeye sarılmıştır ve Amerika'nın "meşhur"

gazetelerin üzerinde yatar. İlk başlarda keçeye sarılı olan sanatçıya saldıran kurt üçüncü gün sanatçıya alışmış ve saldırmayı bırakmıştır. Sanki kurt kendi taliyi ile barışmıştır. Kurtla aynı odada kalan sanatçı burada Amerika'nın yerli halkı olan Kızılderililerin ve Nazi zulmünden eziyet çeken insanların acılarına, yaşamlarına gönderme yapmıştır. Yine sanatçı temel öğreti ve anlayışlara karşı tepkisini dile getirmiştir (Özeskici, 2018:115). Ayrıca sanatçı, İkinci Dünya Savaşında Nazi pilotu iken Amerika askerleri tarafından vurularak uçağı düşürülür. Bu performans sanatçının geçmişe dönük yaralarının iyileşmesi yönünde ve savaş sırasında suçsuz insanlara karşı yaptıklarının hesabını vermekle günahlardan kurtulmak için yapılan bir eylemdir. Beuys burada yeniden doğuşu sembolize etmektedir (Kılınç, 2011:93).

Resim 5:Joseph Beuys, Amerika'yı Seviyorum, Amerika da Beni, 1. Gün, 1974.

Resim 6: Joseph Beuys, Amerika'yı Seviyorum, Amerika da Beni, 2. Gün, 1974.

Resim 7: Joseph Beuys, Amerika'yı Seviyorum, Amerika da Beni, 3. Gün, 1974.

Sanatçının en önemli performansı İkinci Dünya Savaşı zamanı uçağının düşmesidir. 19 Mayıs 1944 yılında Beuys pilotu olduğu uçakla Kırım semalarında iken Amerikalı askerler tarafından vurularak düşürülür. Beuys'u Tatarlar yaralanmış halde bulmuş ve alternatif tıp yöntemiyle; keçe ve yağa sararak donup ölmekten kurtarmışlar. Keçe sıcaklık sağlayan, yağ ise besleyici ve keçe gibi koruyucu yanlarının olduğu bilinse de her ikisi de insan vücuduna çağırışım yapmaktadır (Temkin ve Rose, 1993; aktaran Susamoğlu,2018:192). İşte bu iki nesne Beuys'un hayatını değiştirmiş ve yeni hayat kazandırmıştır (Yeşil,2014:32). Beuys'a göre insan yenilikçi ruha sahiptir ve değişime ilk önce kendi içinde başlar ve yeniden biçimlenmesini sağlar (Martınez, Demiral, 2014:188).

Resim 8: Joseph Beuys Uçak Enkazı Önünde.

Lâkin bu hikayenin diğer tarafı da gerçekleri yansıtıp yansıtmamasıydı. Nitekim Beuys'un Kırım macerası, 1973 yılında ortaya çıkan Resim 7'den farklı olarak 1979 yılında New York'ta yerleşen Guggenheim Müzesi'nde düzenlenen sergide dağıtılan katalogda uçağın parçalara ayrıldığı görülmüştür. Beuys'un anlattığı hikâyeler birbiriyle örtüşmemekteydi. Kazada ağır yaralanan ve on gün sonra kendine gelen Beuys nasıl olurda enkaz önünde fotoğraf çektirir? Uçak Amerikalılar, Ruslar tarafından vurularak yoksa hava koşulları nedeniyle düşmüştür? Beuys'u enkazdan Tatarlar yoksa işçiler mi kurtardı? soruları ortaya çıkmaktaydı. Bu fotoğraf olaya farklı taraftan yaklaşmayı sağlasa da, performansları Beuys'u mitleştirerek sanata yeni, özgün bir dil getirmesini sağlamıştır. Kaptan'a (2013) göre sanatçı, performanslarıyla geçmişin bıraktığı yıkıcı izleri yok eder, acıları iyileştirir. Beuys icra ettiği sanatıyla kültürel, toplumsal psikolojik, sosyo-politik olaylara vurgu yapar, toplumun yaralarının iyileşmesi yönünde öteki dünyayla ilişki kurar. Beuys için varoluşun gereği olarak herkes sanatçıdır ve herkes toplumun yaralarının iyileşmesinde görev sahiptir (A.Uz ve Uz, 2018:50) Beuys son performansını 1986 yılında Napoli'de yerleşen Capodimonte Müzesinde gerçekleştirir. Bu performansta odanın ortasında bir, sol duvara yakın ise diğer cam vitrin yerleştirilmiştir. Duvarlar yaldızla kaplanmıştır. Vitrinlerin içinde yağ keçe, konserve kutusu, sırt çantası ve baston bulunmaktaydı. Bu nesneler insan vücudunu hatırlatmaktaydı. Sanatçı kendisi aksayarak yürür. Burada sanatçı 'hangi hayatı yaşarsan yaşa sonu aynı yere gitmektedir' mesajını verir. Bununla sanatçı kendi hayatına da gönderme yapar (http://www.ekdergi.com).

Sonuç

Joseph Beuys sanatın metalaştırılmasına karşı çıkararak doğa insan arasındaki bağın kurulmasında önemli rol oynamıştır (Mamur, 2017:1003). Sanatçı yapıtlarıyla alıcı ve eser arasındaki bağın yeniden gözden geçirilmesine yol açmıştır (Özeskici, 2018:113). Sanatçının performansları düşünce ve duyguları dışa aktarılarak sanat malzemesine çevrilmektedir. O, performanslarını gerçekleştirirken hayal dünyasında yaşar ve sanatını bir şaman, büyücü, medyatik kişi, olarak ortaya koyar. Kıran'a (2011) göre şamanlar da sanatçılar gibi "kendi dünyasını kurarken öncelikle hayal dünyasına başvurur". İnceler, düşünceyi, nesneyi sınar ve öğrenir. Performansının süreçle birlikte en iyi aşamaya ulaşmasını sağlayarak, sorunları çözmeye çalışır. Geçmişte yaşadığı olaylar sanatçının sanatını bir şaman, kurtarıcı olarak icra etmesine yol açmıştır. Ayrıca sanatçı, ilk önce kendinden başlar ve yaşadığı sarsıntıları tedavi eder, daha sonra insanların yaralarını iyileştirme görevini üstlenir. Yaşamla insan, iç dünyayla insan arasındaki kopukluğa neden olan sorunları ortadan kaldırmaya çalışır (Kaptan,2013:76). Sonuç olarak Beuys'un sanatı yaşamdan, gerçekliklerden beslenir. Çağdaş sanatın yenilikçi, efsanevi isimlerinden bir olan Beuys insanların düşüncelerinin dışa aktarımındaki kısıtlamalara, kurallara karşı çıkarak sanat ve yaşam arasındaki çizgilerin kalkması için çalışmıştır. Beuys'a göre insanlar düşüncelerini sanatla ifade etmeli ve tepkilerini dile getirmelidir. Toplumun sorunlarını ele alan sanatçı, sanatıyla topluma hizmet etmiştir.

Kaynakça

Avşar Karabaş,P., İşleyen, F.(2016). Performans Sanatının Doğuşu ve Günümüze Yansımaları. International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS), Cilt 2, Sayı 2. s. 340- 350.

Boynukalın, R. (2017). Performans Sanatçısı Olarak Arılar Ve Enstalasyon Olarak Kovanlar. Ulakbilge, Cilt 5, Sayı 13. s.1067-1089.

Fineberg, J. (2014). 1940'tan Günümüze Sanat- Varlık Stratejileri, Karakalem Kitabevi Yayınları, İzmir.

Kaptan, C. (2013). Acı ve Sanat. Sanat ve Tasarım Dergisi, Sayı 12. s. 59-81.

Kılınç, M. (2011). Sanat, Sanatçı, Yapıt Üçgeninde Benliğin Rolü *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, Cilt, Sayı 1, s. 87-98.

Kıran, H.(2011). Şamanistik İmgelerden Resimsel Dile. Anadolu Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Dergisi. Cilt 1, Sayı 1, s. 101-110

Mamur, N.(2017). Ekolojik Sanat: Çevre Eğitimi İle Sanatın Kesişme Noktası, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi DergisiCilt 3, Sayı 13. s. 1000-1016.

Martınez, E., H., V., Demiral, A. (2014). 20. ve 21. YY. da Sanatta MAlzeme Olaarak Beden; Performans Sanatı, *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, Cilt, Sayı 6. Haziran, s. 180-200.

Oğuz, D. (2015). 1960-1980 Arası Değişen Doğa Algısı ve Sanatta Doğaya Yöneliş. Yedi : Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, Sayı 14. s.67-76.

Özeskici, E. (2018). Sanatta Değişen Paradigmalar: Sanatçı, Eser ve Alıcı İlişkisi. Yedi: Sanat, Tasarım Ve Bilim Dergisi, Sayı 20, s. 11-121.

Susamoğlu, F. (2018). Görsel Sanatlarda Malzemeyle Düşünme Ve Sözel Olmayan Bilgi. Sanat ve Tasarım Dergisi, s.191-203.

Susamoğlu, F. (2018). Güncel Sanatta Ekolojik Yaklaşımlar Ve Ekozofi Kavramı. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, Sayı 41, s.96-103. DOI: 10.32547/atauniJsed.453183

Uz, A., Uz, N.(2018). Eğitim Ve Sanatta Yenilikçi Sıradışı Yönleriyle Joseph Beuys. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt 5 Sayı 9, s. 48-58.

Yeşil, B. (2014). 1950'lerden Sonra Sanatta Beden Joseph Beuys Ve ''Ölü Tavşana Resim Anlatmak''. Başkent Üniversitesi Fakülte Bülteni, Bellek Nisan, Sayı 4. s. 32-34.

Bayraktar, N. (2017, Mayıs). Spiritüel Ne Demek? Spiritüalizm Nedir? https://paratic.com/spirituel-ne-demek-spiritualizm-nedir/

http://colory.ru/?item=b66cfc18-7924-4c9e-b556-b281f8d58c9a&termin=ecca10f0-4990-4145-94bc-6e61809085b8

http://itaatsiz.org/2014/03/14/sanatta-devrimci-bir-akim-fluxus-ve-joseph-beuys/

http://itaatsiz.org/2014/03/14/sanatta-devrimci-bir-akim-fluxus-ve-joseph-beuys/

http://www.ekdergi.com/joseph-beuys-ya-da-proleterlerin-sonuncusu/

BARRY JENKINS İMZALI «MEDICINE FOR MELANCHOLY» ve «MOONLIGHT / AYIŞIĞI» FİLMLERİ ANALİZİ

Dr. Hilal Süreyya Yılmaz

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Öz

Son dönemde adından çok fazla söz ettiren sinemacılardan biri olan Amerikalı genç yönetmen Barry Jenkins övgüyle bahsedilen ilk uzun metraj filmi "Medicine for Melancholy"nin (2008) ardından 2016 yılında "Moonlight / Ayışığı" ile "en iyi film" Oscar'ı başta olmak üzere birçok ödüle layık görülmüştür. Özellikle toplumda görünmez olanlar ve dışarıda kalanların aslında aşina olduğumuz insanlık hallerini, özellikle de ülke panoraması içinde seyirciye ulaştıran yönetmen, bunu yaparken endüstriden farklı olarak merkezinde siyahların olduğu evrensel öyküler anlatmaktadır.

Günümüz Amerikasının yanı sıra seyirciye geçmişten önemli hikayeler aktarmayı da hedefleyen Jenkins üçüncü uzun metraj filmi "If Beale Street Could Talk"ın çekimlerini 2018 yılı içinde tamamlamış ve bu kez kamerasını Harlem'e çevirmiştir. Filmlerinin özgün ve uyarlama senaryolarında da imzası bulunan yönetmen, Spike Lee, John Singleton, Lee Daniels ve Steve McQueen ile birlikte Oscar adayı olmuş dördüncü siyah yönetmendir.

Kendi zorlu yaşam öyküsünden açıkça beslenen ancak yeteneğini siyah kimliğine indirgemeden Amerikan sinemasına getirdiği yeni soluk, yönetmenin incelenmeye değer olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Barry Jenkins, Moonlight, Ayışığı, Medicine for Melancholy.

Giriş

Fakirlik içinde çok zorlu bir mahallede geçen çocukluğun ardından spor bursu ile üniversiteye giden ve 37 yaşında ilk filmini çekmeyi başarmış yönetmen Barry Jenkins en iyi yönetmen dalında Oscar adaylığı kazanmış dördüncü siyah sanatçıdır.

Barry Jenkins üniversitede tesadüfen aldığı bir sinema dersinin şu anda yönetmen olmasının tek sebebi olduğunu belirtmektedir. Günümüzün önemli isimleriyle bu dersi alırken ki güvensizliğini üzerinden atmak için farklı bir mekanizma geliştirmiş olduğunu ifade etmiştir.

Jenkins, Steven Spielberg, Wes Anderson gibi isimlere hayranlık duyan sınıf arkadaşlarından kendisini Avrupa ve Uzakdoğu sinemasına vererek ayrılmayı başarmıştır. Wong Kar-Wai ve Claire Denis çok fazla etkilendiğini yönetmenlerdendir (Pulver, 2017)

Okuldaki ilk kısa filmi "My Josephine" (2003) çamaşırhane işleten Arap asıllı bir Amerikalının 11 Eylül sonrası Amerikan bayraklarını bedavaya temizlemesi üzerine kurulu bir öyküdür.

Resim 1. "My Josephine" (2003)

Müslümanların yeni siyahlar olduğu benzetmesi birçokları gibi Jenkins'e de uzak gelmemiş olacak ki güneyli bir siyah olmasını bununla bağdaştırması zor olmamıştır. Bunu keşfettikten sonra ömür boyu bu ilişkilendirmeler üzerine çalışacağına daha o zaman karar verdiğini anlatır (Pulver, 2017).

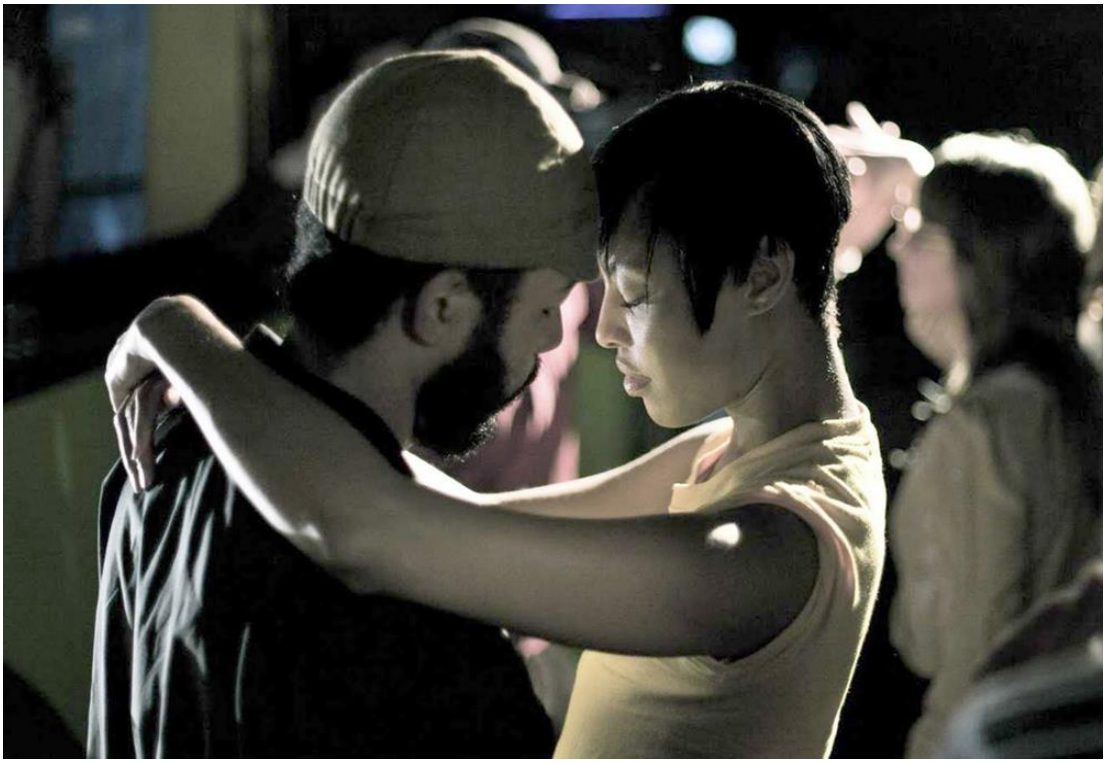
Resim 2. “My Josephine” (2003)

On beş yıldır Florida Üniversitesi’ndeki film okulundan arkadaşlarıyla yoluna devam eden Barry Jenkins’in tüm filmlerinin görüntü yönetmeni James Laxton, yapımcısı Adele Romanski; Laxton’ın eşidir.

Medicine For Melancholy (2008)

Mezun olduktan sonra Los Angeles’a taşınıp Oprah Winfrey’in yapım şirketinde iş bulan Jenkins bir süre sonra işi bırakır ve iki yıl boyunca trenle ülkeyi gezer. Aşık olup kendini San Fransisco’da bulan yönetmen ilişkinin sona ermesi ile bir şey yapması gerektiğinin farkına vardığını söyler (Pulver, 2017). Ve işte o bir şey 2008 yılında “Medicine for Melancholy” olarak karşımıza çıkar. Filmin kendisini ifade etmek ve film okulunun basit bir tesadüften ibaret olmadığını kendine ispatlamak için duyduğu müthiş bir arzudan doğduğunu söyler (Pulver, 2017).

Başrollerinde Wyatt Cenac ve Tracey Heggins’in rol aldığı 2008 yapımı film yirmili yaşlardaki Micah ile Joanne’nin bir gecelik ilişkisinin ardından olan bitene odaklanmıştır.



Resim 3. “Medicine for Melancholy” (2008)

İçinde farklı toplumsal meseleler barındırsa da film daha çok çoğunluğu beyaz bir şehirde siyah olma ve bu iki karakterin bu konudaki farklı perspektifleri üzerine inşa edilmiştir.

Barry Jenkins kendisinin bu filmde bir sorudan yola çıktığını açıklamıştır. (Directors Notes, 2017). Bundan ötürü iki karakter arasında sürekli gidip gelmiş, film bu yüzden gerçekliği yakalayabilmiştir.

Filmin çıkış noktasının Claire Denis imzalı Fransız filmi “Vendredi Soir / Cuma Gecesi” (2002) olduğunu açık yüreklilikle belirten Jenkins bunun yanında Micah karakterinde kendisinden çok şey olduğunu dile getirmektedir. (Pulver, 2017)

Film dünyanın kendisini siyah bir adam olarak gördüğünü belirten Micah ile bu konuda söyleyecek farklı şeyleri olan Joanne’ın bir gününü bizimle paylaşmaktadır. Filmin görsel tutumu çoğunlukla yumuşak ve sessiz bir izlenim verse de karakterlerin özellikle de Micah’ın aidiyet hissettiği bir ortam bulamamaya yönelik kızgınlığı, filmde en etkili sahnelerden birine imzasını atmıştır.

Beyazperdeye genellikle güneşli ve parlak yansıtılan San Fransisco aslında Londra'ya benzeyen loş bir şehirdir.

Resim 4. "Medicine for Melancholy" (2008)

Filmin neredeyse tamamında kullanılan pastel renkler karakterlerin duygularıyla San Fransisco'nun ilişkilendirilmesi şeklinde yorumlanabilir.

Resim 5. "Medicine for Melancholy" (2008)

Film seyirciye Chicago ve New York'ta geçiyor olsaydı asla aynı film olamayacağı duygusunu geçirirken onları sesler San Fransisco'nun ruhu ile baş başa bırakmaktadır.

Resim 6. "Medicine for Melancholy" (2008)

Filmin müziğinin de kesinlikle sağlam bir karakter olarak yer aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Filmin bu denli kişisel algılanmasındaki en büyük etkenlerden biri de yönetmenin

kendisi için de çok özel olan müzikleri kullanmasıdır. (Directors Notes, 2017) Yönetmenin iki karaktere de aynı mesafede durmayı başarabildiği filmin belki de en çekici yanı bir erkekle bir kadının yirmi dört saatinin paylaşmaktan daha farklı bir ajandaya sahip olmamasıdır. Filminin ismini Amerikalı ünlü bilim kurgu yazarı Ray Bradbury'nin «A Medicine for Melancholy» (1959) adlı öykü kitabından aldığı düşünülen Barry Jenkins bir anlamda yazarın şu sözünü hatırlatmaktadır. «Kahramanınızın ne istediğini bulun ve sabah

kalktığında bütün gün onu takip edin» (Rose, 2008).

Moonlight / Ayışığı (2016)

Sadece beş kişilik bir ekiple ve çok küçük bir bütçeyle arkadaşlarınla çektiği «Medicine for Melancholy» nin ardından Barry Jenkins'in ikinci filmi için sekiz yıl gibi bir süre geçecektir. Tarell Alvin McCraney'in Yale Üniversitesi'nde dramatik yazarlık bölümüne başvurduğu "In Moonlight Black Boys Look Blue"oyunu için Jenkins havale geçirirken görülen bir rüya benzetmesi yapmıştır (Pulver, 2017).

Resim 7. “Moonlight” (2016)

Tiyatro oyunun yazarı McCraney’in de Jenkins ile aynı toplu konut projesinde büyümüş olması Miamili bu iki ismin yan yana gelmesini kolaylaştırmıştır. O güne kadar birbirini hiç tanımayan

Jenkins ve McCraney aslında aynı okulda okumuş ve yaşamlarında da annelerinin uyuşturucu bağımlısı olması gibi birçok paralellik söz konusudur (Pulver, 2017). Oyunun henüz sahneye konmamış olmasını şans olarak niteleyen yönetmen, bu sayede farklı bir şey yaratmak için yeterince boş alana sahip olabileceğini düşündüğünü dile getirmiştir (Pulver, 2017).

Jenkins, yönetmenliğini Hsiao-Hsien Hou’nun yaptığı «Zui Hao De Shi Guang / Three Times» (2005) filminin bu projesinde özellikle duygulara yaklaşımındaki hassasiyete ilham oluşturduğunu saklamamaktadır (Kermode, 2017).

“Moonlight / Ayışığı” (2016) bir Miami’den iki çocuğun ilkokul çağında, ergen ve bir yetişkin olarak cinsel kimlikleri ile tanışmalarının / yüzleşmelerinin üç evresini ele almaktadır.

Resim 8.9.10. “Moonlight” (2016)

Alex R. Hibbert, Ashton Sanders ve Trevante Rhodes tarafından canlandırılan başkarakter Chiron ile uyuşturucu bağımlısı annesi, içten bir aile ortamı bulduğu uyuşturucu satıcısı ve sevgilisinin evi ve arkadaşı Kevin (Jaden Piner) üçgeninde tanışırız. Hikayede seyircide içsel karmaşa yaratan anlar söz konusudur. Ufaklığı bir gece zorbaların elinden kurtaran Juan (Mahershala Ali) aynı zamanda ufaklığın annesinin de dahil olduğu kabarık bir müşteri listesi olan bir torbacıdır.

Resim 11. “Moonlight” (2016)

Filmdeki üç bölümde başkarakterin sahip olduğu ya da ona verilen kimlikler sırasıyla ufaklık, Chiron ve siyah olmuştur.

Resim 12. "Moonlight" (2016)

«Heteroseksüel biri olarak bu denli güçlü bir eşcinsel öyküyü anlatma konusunda şüphelerim oldu. Ancak kimliğinin sadece bir yüzü dışında Chiron'da kendimi görüyordum. Bu sebeple Chiron'a arkamı dönseydim kendimi hiç affetmezdim.» (Pulver, 2017)

Moonlight / Ayışığı (2016) kokainin zirve yaptığı dönemde iki bağımlı anne ile Liberty Meydanı'nda büyüyen Jenkins ve McCraney'i için son derece kişisel bir projedir. Jenkins'in annesi hayatta kalabilmiş yirmi dört yıldır HIV virüsü ile yaşamaktadır ancak McCraney'inki AIDS'ten hayatını kaybetmiştir (Keegan, 2016).

"Moonlight / Ayışığı" filminin birçok sahnesinin çekildiği Miami'de "Liberty Meydanı" kanunsuz işlerin bolca döndüğü ve bu yüzden karanlıktan faydalananların sokak lambalarının sürekli kırık kalmasını istediği bir mahalledir. Prodüksiyon ekibinin büyük parlak ışıklar getirmesi mahalleliyi çok memnun etmiş, çocukların karanlık çökünce dışarıda rahatça oynamalarına imkan vermiştir. (Keegan, 2016).

Karakterlerin kendilerini söz ile çok az ifade ettiği film ne kadar ağır ve zaman zaman karanlık olarak nitelendirilse de Miami'nin parlak ışıklarını, renklerini ve kocaman gökyüzünü göz ardı etmemiştir. Filmde suyun da şüphesiz önemli bir unsur olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. İlk duyduğumuz ses okyanusun sesidir ve bu ses duygunun yoğunlaştığı sahnelerde tekrarlanır.

Jenkins ve görüntü yönetmeni Laxton Miami'nin çok canlı, geniş, ferah manzarası ile Chiron'un kendi içine kapanması arasındaki kontrastı ortaya çıkarmayı hedeflemiş gibi görünmektedir.

Özellikle sert sokak hikayelerinin anlatıldığı sahnelerde kullanılan alışılmış kumlu tonlardansa bu filmde çok canlı doymuş renkler kullanılmıştır. İzleyiciye şiddetli güneş ışığının esiri olan gündüzleri ve neonlarla ışıldayan geceleri ile Miami sergilenmektedir.

«12 Years a Slave / 12 Yıllık Esaret» (2013) filminin bir festivaldeki gösteriminde moderatörlüğünü yapması sayesinde filmin yapımcıları ile tanışmış ve bu Jenkins için "Moonlight / Ayışığı"'nın hayata geçmesini sağlayan bir fırsata dönüşmüştür. Brad Pitt'in (Plan B Entertainment) yapım şirketinin kendilerini her açıdan rahat bıraktığını belirtirken bunun önemini ve dağıtım konusunda da filmin başarısını hedefleyen stratejilerini övmüştür (Obenson, 2017). Yönetmen ikinci filmi için sekiz yıl beklemiştir. 2016 yapımı "Moonlight / Ayışığı" şu ana dek aldığı iki yüzden fazla ödülle bu bekleyişe değdiğini fazlasıyla ispatlamıştır.

Endüstrinin en büyük ödülü kabul edilen Oscarlarda 2017'nin En İyi Filmi, En İyi Uyarlama Senaryosu seçilen "Moonlight / Ayışığı" Mahershala Ali'ye de En İyi Yardımcı Erkek Oyuncu ödülünü kazandırmıştır.

Sonuç

Barry Jenkins'in şu ana dek iki filminde de şehirlerin hikayeye çok büyük bir etkisi söz konusudur. Filmin tüm duygusunu şekillendiren karakterlere adeta eşlik eden şehirlerin dokusu olmuştur. «Medicine for Melancholy»de algımızda parlak ve güneşli olarak yer alan San Fransisco'nun renklerini kısarak şehri karakterlerin ruh hallerinin adeta tercümesinde kullanmıştır. «Moonligt / Ayışığı» filminde de Miami'nin çok güneşli ve aydınlık gündüzleri ile yaşanan karanlık hayatların kontrastını, çok tehlikeli ve karanlık geceleri ile de parlak ve neon ışıklarını kullanarak karakterlerin içlerindeki ışığı perdeye yansıtmayı başarmıştır.

Barry Jenkins filmlerinde Amerika Birleşik Devletleri'nde farklı şehirlere giderek seyirci için değişik mekanlar ortaya koysa da yönetmen aslında özellikle siyahların içinde yaşadığı toplum ile aidiyet, kimlik ve varoluş sorunsalına eğilmekte aynı zamanda güncel tartışmalara da beyaz perdeden katkı sağlamaktadır.

Zaman ve insan konusunda da bize düşünecek çok şey veren yönetmen ilk filmini bir güne sıkıştırırken ikincisini yıllara yaymış, iki filminde de seyirciyi insanın o zaman dilimindeki yolculuğuna tanık etmiştir.

Kaynakça

-Dunn, M. (1997). *Black Miami in the Twentieth Century*, Gainesville, Florida: University Press of Florida.

-Dunn, M. (2016). *A History of Florida: Through Black Eyes*, North Charleston, South Carolina: CreateSpace Independent Publishing Patform.

-Miller, P. T. (2010). *The Postwar Struggle for Civil Rights: African Americans in San Francisco, 1945–1975*, Routledge, New York: Taylor & Francis.

-Cheng, A.A. (2001). *The Melancholy of Race* ,New York, New York: Oxford University Press.

-Bugbee, T. (21.10.2016). *Before Moonlight, There Was Medicine for Melancholy*, http://www.mtv.com/news/2945828/before-moonlight-there-was-medicine-for-melancholy/

(Erişim Tarihi: 07.09.2018)

-Keegan, R. (08.09.2016). *Filmmaker Barry Jenkins' Own Rough Bio Helped Shape 'Moonlight'* Los Angeles Times https://www.ajc.com/ adresinden alındı.

-Kermode, M. (19.02.2017). *Moonlight Review- A Five-Star Symphony of Love*, The Guardian, https://www.theguardian.com/film/2017/feb/19/moonlight-review-five-star (Erişim Tarihi: 07.09.2018)

-Obenson, T. (04.10.2017). *Barry Jenkins' Journey from 'Medicine for Melancholy' to 'Moonlight' & beyond, as Told by the Filmmaker*, www.shadowandact.com/barry-jenkins-journey-from-medicine-for-melancholy-to-moonlight-beyond (Erişim Tarihi: 07.05.2018)

-Pulver, A. (07.02.2017). *Moonlight Becomes Him: Barry Jenkins's Journey from a Miami Housing Project to the Oscars***,** The Guardian,

https://www.theguardian.com/film/2017/feb/07/moonlight-barry-jenkins-director-interview

(Erişim Tarihi: 07.09.2018)

-Rose, S. (13.03.2008) *Medicine for Melancholy*, The Guardian

https://www.theguardian.com/culture/2008/mar/13/southbysouthwest.festivals1 (Erişim Tarihi: 14.07.2018)

-Directors Notes (23.02.2017) https://directorsnotes.com/2017/02/23/barry-jenkins-medicine-for-melancholy/ (Erişim Tarihi:07.09.2018)

-My Josephine (2003) https://vimeo.com/7456450 (Erişim Tarihi:.08.06.2018)

Görsel Kaynakça

-Resim 1. https://www.imdb.com/title/tt0385108/mediaviewer/rm2084712960

-Resim 2. https://www.imdb.com/title/tt0385108/mediaviewer/rm3291689472

-Resim 3. https://www.imdb.com/title/tt1133989/mediaviewer/rm352271616

-Resim 4. https://www.google.com.tr/search?q=medicine+for+melancholy&source

-Resim 5. https://www.google.com.tr/search?q=medicine+for+melancholy&source

-Resim 6. https://www.google.com.tr/search?q=medicine+for+melancholy&source

-Resim 7. https://www.imdb.com/title/tt4975722/mediaviewer/rm3522703872

-Resim 8. https://www.imdb.com/title/tt4975722/mediaviewer/rm1426325504

-Resim 9. https://www.imdb.com/title/tt4975722/mediaviewer/rm2599956992

-Resim 10. https://www.imdb.com/title/tt4975722/mediaviewer/rm1342439424

-Resim 11. https://www.imdb.com/title/tt4975722/mediaviewer/rm1359216640

-Resim 12. https://www.google.com.tr/search?q=moonlight&source

ÇAĞDAŞ SANAT EĞİTİMİNDE SANATÇI DENEYİMİ DESTEĞİ

Abdül TEKİN

Milli Eğitim Bakanlığı

Öz

Sanat eğitimi konusunda ülkemizde güncel sanatın orta öğretim kurumlarında içerik olarak yeterince kapsama alınmadığı gözlenmektedir. Çağdaş eğitim içeriğinde özellikle güncel olan sanatsal anlatı dilinin eğitim kurumları yapısına dahil olması ile daha ilerici bir sanatsal vizyonun kazanılmasına ve dünya ile sanatsal ilerleme bağlamında entegrasyonunun gerçekleşmesine vesile olacaktır. Çağdaş sanat içeriğinin eğitim modellerine uygulanmasında özellikle sanatçılarla okulların işbirliği yapması önemlidir. Bu durum sanat eğitiminin sorunları arasında, özellikle devlet kurumlarında yürütülen öğrenme modellerinde çevre ile yeterince destek alınmadığına bağlanabilir. Öğrenme ortamlarında verilen içeriğin mezuniyet sonrası gerçek yaşamda karşılık bulmada bu ilgisizlik nedeniyle sorunlara yol açması muhtemeldir. Bu kapsamda özellikle sanat eğitim kurumlarının gerçek yaşam deneyimini sunmada sanatçılarla işbirliği içinde olması son derece önemlidir. Çağdaş ve güncel sanat ortamında çalışmalar üreten isimlerin eğitim kurumları ile ortaklık kurmalarına yönelik gerçekleştirilen bir deneyim olan Lüleburgaz'da 2014 yılından 2018 yılına kadar farklı sanat eğitim konularını kapsayan uzmanların desteğini alarak yürütülen çalışmalar bu çalışmada değerlendirilecektir. Bu kapsamda öğrenme etkinliğine katılan sanatçı ve uzmanların görüşleri alınarak öğrencilerin yaşadıkları deneyimlerin incelenmesine çalışılmıştır. Son olarak bu çalışma ile çağdaş sanat eğitimini yaşama yakın bir çizgide ele alarak yenilikçi fikirlere kapı açmayı hedeflemiştir.

Anahtar Kelimeler: Çağdaş Sanat, Sanat Eğitimi, Sanatçı Katılımı.

EXPERIENCE of ARTISTS in CONTEMPORARY ART EDUCATION

Abstract

In art education, it is observed that the contemporary art in our country is not covered sufficiently in the content of the secondary education institutions.In context of contemporary education especially the current artistic narrative language to be included in the structure of educational institutions with to gain a more progressive artistic vision and will be instrumental in the

realization of the integration of the world in the context of artistic progress. Application of Contemporary Art content to educational models especially the collaboration of schools with artists is important. This situation is among the problems of art education especially in models that study in government institutions can be connected to the environment without adequate support. Content provided in learning environments in real life after graduation this lack of interest in real life response is likely to cause problems. In this context, especially art education institutions offer the real life experience it is extremely important to cooperate with artists.To establish partnerships with educational institutions of the people who produce works in contemporary art environment from 2014 to 2018 in Lüleburgaz, an experience that has been carried out with the support of experts covering different art education topics will be evaluated in this study. In this context, students ' experiences will be examined by taking the views of the artists and experts participating in the learning event. finally, this study aimed to open a door to innovative ideas by addressing contemporar y art education in a line close to life.

Key Words Contemporary Art, Art Education, Participation Of Artists.

Giriş

Eğitim kurumlarının standartlarla örülen bildik yapısı uzunca zamandır değişmemektedir. Bu durum değişen ve dönüşen koşullara, eğitim kurumlarının entegrasyonunu zora sokmaktadır. Özellikle üniversite öncesi süreçte önem arz eden eğitim basamağında uygulanan eğitimin yalnızca belli sınırlar içinde düşünülmesi, özellikle sınava odaklana eğitim anlayışı deneyimin dışa alındığı bir modeli ön görmektedir. Özellikle ülkemiz sınav şartları düşünüldüğünde sanat ve eğitimin yalnızca içerik olarak sunulmasında bile yeterince önemsenmediği ortadadır. Diğer taraftan sanat özelinden konuya yaklaşıldığında okullarda uygulanan eser üretmeye odaklı sanat eğitim anlayışının günümüzde birçok etkinlik ve organizasyonda görüldüğü üzere farklı anlatı araçlarının çok disiplinli yapısına yeterince karşılamadığı da iddia edilebilir. Bu kapsamda günümüz sanatına uygun bir içeriğin de okul programlarına alınmadığı bu kapsamda incelenen öğretim yapısında yeterli olmadığı düşünülmektedir. Sanat ortamında dünya genelinde egemen olmaya başlayan çağdaş sanat içeriğinin ne olduğu, nasıl üretildiği ayrıca çağdaş sanat ve eğitimin birlikteliği düşünüldüğünde nasıl bir bağlantı kurulabileceği, mevcut yapı dikkate alındığında eğitimin çağdaş sanat araçları ile ne kadar karşılandığı ve son olarak çalışmanın içeriğine katılan uzmanların konuya ilişkin görüşleri ve çıkarımlarının neler olduğu sorgulanmıştır. Bu gibi soruların ortaöğretim kurumlarına ve sanat eğitimi veren gençlere katkısı bu kapsamda önemlidir. Bu doğrultuda sanat eğitimi ile çağdaş sanat içeriğinin birlikteliği bu çalışmada masaya yatırılmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen bir etkinlik dizisi olarak çalışmanın son kısmında öncesinde Lüleburgaz'da Düvenciler Anadolu Lisesi öğrencileri ile sonrasında ise Kırklareli Bilal

Yapıcı Güzel Sanatlar Lisesi öğrencileri ile gerçekleştirilen dört yıllık öğrenme deneyimlerden örnekler bulunmaktadır.

1.1 Çağdaş Sanatın Tarihi Dönüşümü

Çağdaş sanatın ilerleyişinde tarihi gelişmelerin etkisi belirgin biçimde hissedilir. Sanatta sanayi devrimi sonrasında artan üretimin getirisi olarak daha fazla gündelik kullanılan malların öznelleşmesi ve çeşitlenen üretim gamı ile dünya genelinde özellikle bireyselleşmenin öne çıktığı gözlenmektedir. Süleyman Özderin bu gelişim sürecini "Endüstri devrimiyle yaygınlaşan üretim sistemlerinin geliştirilmesi, 18. ve 19. yüzyıllarda Avrupa'daki sermaye birikimlerini artırarak, temelinde üretim ve tüketim organizasyonlarının bulunduğu kapitalist politikaların diğer ulusal kültürlere yaygınlaşmasını sağlamıştır. Kapitalizmin yaygınlaşma eğilimini yönlendiren politikalar, özel mülkiyetin üretim araçlarını endüstri devriminin yaygınlaşmasından daha önceki dönemlerde itibaren ortaya koymaya başlamıştır" biçiminde açıklamaktadır. (Özderin, 2014, s. 33). Kapitalizmin egemen olmaya başlaması ile birlikte küreselleşme söylevleri öne çıkarken kimlik algısı terk edilmeye başlandığı gözlenmiştir. Bugün sanat özelinde bakıldığında daha politik daha katılımcı odaklı ve sosyal bir sanat anlayışı dünya genelinde egemen olduğu gözlenmektedir. Sosyo-ekonomik boyutta meta olarak üretim ve tüketim arasındaki mesafenin gittikçe açıldığı gözlenir. Bu durumun sanata etkileri düşünüldüğünde ise sanat üretiminde soyut bir üretim ağı algısı ile daha geniş organizasyonlarla sunulan bir yapıya dönüşmüştür. Bu duruma yönelik Julian Stallabrass "Ticaret engellerinin sözüm ona kaldırılmasına paralel olarak kültürel engellerin de yıkılmasına ve bunun yarattığı görkemli kültürel senteze övgüler yağdıran koronun coşkulu sesi dört bir yanda çınlamaya başladı. Sanat dünyasının bu tutumunda hiç de yalnız değildir; küreselleşme konusundaki heyecan ve tutku dalgası insan bilimlerinin yanı sıra tüm ekonomik ve politik söylemlere, akademik konferanslardan liberal gazetelere kadar birçok platforma yayılmış bulunuyor" sözleri ile açıklamaktadır. (Stallabrass, 2013, s. 22) . Sanatın geleneksel akademizm öğretisinden uzaklaşarak deneysel katılımcı bir modele evirildiği bu gelişmeler neticesinde öne sürülebilir. Sanatın sunumunda bienal ve fuarların öneminin artması ile birlikte alıcı eser algısının değişerek piyasa, pazar ve içerik ile daha çok fonksiyonlu bir boyut kazanmıştır.

Sanattaki bu dönüşüm aynı zamanda sergileme olanakları da çeşitlenmesine yol açmıştır. Müzecilik anlamında da benzer dönüşümlerin bu gelişmelerden etkilendiği düşünülmektedir. Bu gelişmeler neticesinde çağdaş sanat ürünü sergileyen pek çok içeriğini açıklayan eğitim programları ile desteklemektedir.

Toplumsal boyutta eğitim ve sanat arasındaki ilişkinin açıklanmasına aile yapısının dönüşmesi de eklenebilir. Bu doğrultuda çalışma hayatında önem arz eden sanayileşmenin olası sonuçları hakkında konuya yaklaşıldığında çalışma hayatı ve toplum arasındaki ilişkinin eğitimi ve bilgiyi etkilediği görülür. John Dewey "Makinenin icadı, fabrika sisteminin kuruluşu, işçilerin sınıflara

ayrılması gibi şeyler evi çalışma alanından basit bir barınma alanına dönüştürmüştür. Şehirlere yapılan göçler, aşırı kalabalık ve hizmetlerin artışı günümüzde var olan işlerde çocukların yer alma olasılığını ortadan kaldırıyor. Çocuğun dışardan ve çevreden baskı gördüğü zamanda, çocuk eğitimsel gelişimini dengelemek için gerekli olan uygulamalı bir motor öğrenmeden mahrum kalıyor. Bilgi elde etme kolaylığı gelişiyor. Fakat bilgiyi kullanma gücü kayboluyor" diyerek açıklamaktadır. (Dewey, İlköğretim Saplantısı, 2014, s. 13).

Şehirleşmenin artması ve kalabalıklaşması neticesinde meydana gelen genişlemeler ile sanatsal organizasyonların daha kamusal alanlar içinde sunulmaya başlamıştır. Kamusal mekanların daha yaygın kullanımı ile birlikte mekânın sergilendiği yerin sosyo-kültürel yapısı da önem kazanmaya başlamıştır. Sanatın üretilirken çevresi ile yeterince buluşmadığı durumlarda yapıt anlam kazanamamaktadır. Kamusal desteğin yetersiz olduğu durumlarda ise yapılan organizasyonların destek bulmadığı gözlenmektedir. Çağdaş sanat yapısal anlamda bir çeşitlenmeyi doğursa da halen ülkemizde birkaç şehir ve belirli bölgenin dışına çıkmadan sunulmaktadır. Büyük kentlerin merkezi konumu aynı zamanda uygulanan sanat eğitiminin kalitesini de etkilemektedir. Bu bölgelerde genellikle özendirici sanatsal organizasyonların varlığı ile sanatın dolaşımını da etkilemektedir.

2. Çağdaş Sanat ve Eğitim Birlikteliği

Sanatın son dönemde kaydettiği dönüşümlerin sanat eğitimine de etki ettiği muhakkaktır. Bu bağlamda sanatın yapısında meydana gelen dönüşümlerin de değerlendirilmesi gereklidir. Yeni sanatsal ifade araçlarının ortaya çıkması ile yalnızca sanatı icra edenler için değil onu izleyen kitle için de yeni tip bir bilgiye ve eğitime ihtiyaç duyulacağı bu bakımdan muhakkaktır. Fotoğrafın sanata yaptığı etkinin benzeri hazır nesne (ready made) kullanımı ile bilginin de dönüşümü daha görünür olmaktadır. Burada özellikle izleyici ile bütünleşen anlam kazanan bellek kazanan çalışmaların daha çok öne çıkacağı ortadadır. Sanat yapıtının kamusal okuma olmadan yeterince anlamlanmadığı gözlenmiştir. Klasik anlamda temsil araçlarını kullanan ve farklı kanallarla kurgulanan alternatif beğeni modelleri üreten bu tip bir ifadenin barındırdığı yaratıcılığın anlamlanması bu bağlamda önemlidir. Özellikle yapıldığı ifade araçlarını içeriği ile kullanan farklı kanallarla izleyiciye ulaşmayı hedefleyen ve bunu her zaman yeni deneyimlerle bütünleştiren çalışmaların sanat tarihinin ilerleyişine örnek oluşturacağı muhakkaktır.

Bu noktada özellikle farklı iletişim kanallarının kullanılarak yürütülen eğitim modellerinin eğitimi de derinden etkileyecektir. "Çeşitli potansiyellerin değişik şekillerde bir araya gelmesi ve daha geniş çeşitlilikteki yetki ve performansların ortaya çıkmasına olanak sağlar. İnsanlar, ekipler ve kuruluşlar becerilerini ihtiyaçlarına daha esnek şekilde uyarlayabilirsiniz ki buna çoğu kez " iş çevikliği" tanımıyla adlandırılmaktadır. (Gardner, 2013, s. 247). Özellikle yaygın olarak benimsenmek da olan disipline dayalı sanat eğitim yaklaşımı birçok sanat eğitim programının temelini oluşturmaktadır. Sanat eğitimi uygulama, sanat tarihi, eleştiri ve estetik boyutunda

planlanarak programların oluşturulmasına çalışılmıştır. (Alexander & Day, 2001, s. vii). Bu durum programın uygulanmasında da sorunlara yol açmaktadır. Bu sorunlardan bir tanesi de tüm eğitim kurumlarında benzer içeriğin sunulmamasına yöneliktir. Süreyya Genç, "Genellikle ülkemizde ilk ve ortaöğretim okullarında, büyük kentlerde branş öğretmenleri tarafından verilmiş olmasına rağmen, sanat öğretiminde bu dersi veren öğretmenlerin sanatsal bilgi birikimi deneyimi ve ilgilerine göre sanat eğitimi belirlenmektedir" sözleri ile açıklamaktadır. (Genç, 2015, s. 9).

Burada özellikle sanat eğitimine verilen değeri etkileyen bir diğer önemli durum ise yaratıcılık misyonudur. İnci San "Yaratıcılık insanlık tarihi kadar eski olmasına karşın, özellikle 15 ile 19. yüzyıl arasında hemen hemen yalnızca güzel Sanatlar alanına ilişkin bir olgu olarak benimsenmiş, üstelik çoğunlukla bir 'deha 'ya da tanrısal bir olan üstü güçlerle açıklanarak açıklanmaya çalışılan hak, mistik bir çerçeve içinde değerlendirilmiştir" diyerek sanat eğitiminden beklenilenleri açıklamıştır. (San, 2008, s. 13)

1.3 Çağdaş Sanat Araçlarının Eğitim Müfredatlarındaki Yeri

Ülkemizde eğitim alanında yapılandırmacı yaklaşımın uygulanmaya başlanması ile öğrenmenin daha kalıcı ve katılımcı olmasına çabalandığı gözlenmektedir. Proje ile ilerleyen öğrenme süreçlerinin sanat eğitimi adına bildik araçların dışında farklı öğrenme alanlarına katkı sağladığı gözlenebilir. Ancak bu durum bazen kendi içindeki sorunlarla anılmasına neden olmaktadır. Berna Coşkun Onan "Eğitimde programlarındaki modernist yapılanmalarda sınıflandırıcı, birleştirici, melezleştirici ve hiyerarşik etkilere çokça rastlanmaktadır. Bu birleştirmelerde program ve hedefler, merkezde tutulması gereken öğrenci bileşeninin yerini aldığında problemli eğitim durumlarıyla karşılaşılmaktadır. Bu problemler, evrensel anlamda sanat eğitimi kuramcıları tarafından sıklıkla ele alınmaktadır" demektedir. (Onan, 2017, s. 293). Sanat eğitiminde belirgin dönemeçlerin anlamlandırılması sorunların tespitine ve çözüm yollarının değerlendirilmesine bağlıdır.

Avrupa Birliği tarafından yayınlanan "Sanat ve Kültür Eğitimi" başlıklı yazıda sanat eğitiminin genel kapsamda sunmuş olduğu müfredat organizasyonuna bakıldığında genel itibarla yaratıcılığa ve iletişim becerilerinin gelişimine önem verildiği görülmektedir. (AvruapaKomisyonu, 2009, s. 19-23). Genel itibariyle incelendiğinde müfredatlar arası ortaklaşa bir bağlantı kurma isteğinin belirgin biçimde var olduğu gözlenmektedir. Yaratıcılığın kültürel mirasın aktarımı, farklı kültürlerin iç içeliği, kendini kabul ve ifade ayrıca kişisel gelişim sosyal beceri gibi konuların sanat eğitimi müfredatında yer aldığı gözlenmiştir. Sanat eğitiminde bir diğer önemli konu sanatın bütünleşik bir müfredat mı yoksa eğitimle birlikte ele alması gereken bir ayrı başlık olarak mı olacağı meselesidir. Program bütünü itibari ile bakıldığında ise sanat eğitiminin edebiyat hariç görsel sanatlar, müzik, drama, dans, medya sanatları, elişi ve mimari gibi alanları kapsayacak sunulduğu görülmüştür.

Avrupa'da sanat eğitimi zorunlu olarak verilmiyor olsa da hangi sanat dalının verileceği okulların tercihine bırakılmış durumdadır. Bunun yanında drama etkinlikleri genellikle edebiyat dersi bünyesinde işlenirken yalnız bu konu alanı üzerinden çalışan disiplinlerin ders olarak ile alındığı da gözlenmiştir.

Sanat eğitiminin müfredat içinde farklı disiplinlerle ilişki içinde bulunması ve bunun yanında farklı disiplinlere ait çalışma gruplarının Fransa gibi ülkelerde eğitime yardımcı olması bir eğitim metodu olarak görülmektedir. (AvruapaKomisyonu, 2009, s. 32) . Bilgisayar ve bilgi teknolojilerinin sanat eğitiminde etkin bir şekilde kullanıldığı görülmektedir, Özellikle bazı ülkelerde müfredat içinde yer alan konuların teknoloji araçları ile zenginleştirilerek sunulmasına yönelik bir çalışma yürütülürken bazı ülkelerde ise başlı başına sanat eğitiminde bilgisayar ve bilgi işleme tekniklerinin ana unsur olarak ele alındığı görülmüştür. Bu durum teknolojik ilerlemenin sanatsal etkileşiminin yanı sıra teknoloji kullanımının sanat eğitimine olumlu yönde katkıda bulunacağı fikrini doğurabilir. Ayrıca sanat eğitiminde kültürel etkinlikler kapsamı olarak bakıldığında birçok ülkede gezi faaliyetlerinin sanat eğitiminde önemsendiği gözlenmiştir. Buna yönelik özellikle müzelerin programda yer alan konular dahilinde ziyaret edildiği gözlenmiştir. Özellikle müze ziyaretlerinde eğitime yararlı dokunabilecek faydalı etkinliklerin sunulduğu gözlenmiştir. Ayrıca müzeyi ziyarete gelen eğitim kurumlarını yönelik müze bünyesinde eğitim faaliyetlerinin de yürütüldüğü gözlenmiştir.

Sanatçıların eğitim ortamında elde ettikleri deneyimleri ilk ağızdan paylaşmaları son derece önemlidir. Buna yönelik Danimarka'da oluşturulan "Çocuk ve Kültür Ağı" bulunmaktadır.

Çocukları ve gençleri sanatçılarla buluşturmayı amaçlayan sanatçı davet et programı maddi destekle projenin yürütülmesine imkan vermektedir. Bunu yönelik önemli örneklerden bir tanesi yine Fransa tarafından sanat eğitim birliklerine yönelik oluşturulmuştur. Macaristan'da da buna benzer bir etkinlik 2004 yılında başlamıştır. İngiltere'de ise "yaratıcı ortaklık girişimi" dikkat çekmektedir. Norveç'te ise "kültürel destek" girişimi bir plan dahilinde okullara ve müfredatlara müdahil olmaktadır.

Sanatın desteklenmesinde özellikle anlatılan içeriğin sunulan içeriğin desteklenmesine yönelik yarışma etkinliği ile sergi gibi faaliyetlerin devlet düzeyinde desteklendiği ve müfredat da ilişkili olacak bir biçimde yürütülmeye çalışıldığı kayda geçmiştir.

Avrupa Komisyonu Raporu'na göre 19 ülke eğitim sistemleri İncelendiğinde Bulgaristan İspanya ve Romanya hariç sanat dersinden alınan olumsuz puanlar öğrenci başarılarına etki etmez. Yani bu derslerden alınan düşük puanlar öğrencinin sınıfta kalmasına neden olmaz. Ayrıca Almanya Fransa ve Avusturya'daki not öğrencinin genel başarısını etki eder ancak ağırlık olarak diğer derslere göre düşüktür.

Profesyonel sanatçıların sanat eğitimine katılımı konusunda uygulanan genel yöntem profesyonel sanatçıların misafir edilmesi olarak uygulanmaktadır. Fakat bu uygulama daha çok okulların inisiyatifindedir. (AvruapaKomisyonu, 2009, s. 75) .

1.4. Liselerdeki program incelemesi

Milli Eğitim Bakanlığı Talim terbiye kurulu tarafından uygulanan 13/02/2018 tarihinde yayınlanan Ortaöğretim kurumları haftalık ders saatleri incelendiğinde, hazırlık sınıfı olan Anadolu liseleri 39 saat zorunlu ders saati uygulanmaktadır. 9. Sınıfa geçildiğinde ise 2 saat zorunlu seçmeli müzik veya resim uygulanmaktadır. 10 sınıfta ise zorunlu ders saati 34'tür ve 40 saatlik dersin 6 saatinde seçmeli ders seçilebilmektedir. Zorunlu ders saati 11. sınıfta 35 ve 12.sınıfta ise 21 saat uygulanmaktadır. Güzel sanatlar dallarında seçilebilecek ders saati toplamı 7 saat vardır ve bunun genel seçmeli derslere oranı ise 9. sınıfta 34 saat, 10. sınıfta 42 saat, 11. sınıfta 102 saat ve 12.sınıfta ise 118 saattir. Çalışma kapsamında yürütülen projenin ilk uygulandığı okul kapsam olarak Anadolu lisesi tipi genel eğitim veren yaygın okullarda resim ve müzik arasında tercih öğrenciye bırakılmakta ve farklı alanlarda yetenek göstermesi beklenen öğrenciler için yeterli içerik sunulmadığı düşünülmektedir.

Güzel sanatlar liseleri görsel sanatlar bölümünde ise zorunlu ders saati 9.sınıfta 36, 10.sınıfta 40, 11. sınıfta 39 ve 12. sınıfta 37 saat olarak uygulanıyor. Sanat alan dersleri ise 9. sınıfta 8 saat (4 saat Temel Tasarım ve 4 saat Desen), 10. sınıfta ek olarak 2 saat Genel Sanat Tarihi ve 2 saat İmgesel Resim dersi olarak uygulanmaktadır. 11. sınıfta 4 saat Desen, 4 saat İki Boyut Sanat Atölye, 4 saat Grafik Tasarım ve 4 saat Üç Boyut Sanat Atölye, 2 saat Geleneksel Türk Sanatları Minyatür, 2 saat Türk İslam Sanat Tarihi, 2 saat İmgesel Resim, 2 saat Estetik dersi uygulanmaktadır. 12. sınıfta ise 4 saat Desen, 4 saat İki Boyut Sanat Atölye, 4 saat Üç Boyut Sanat Atölye, 2 saat Müzecilik, 2 saat Drama, 2 saat Çağdaş Dünya Sanatı, 2 saat Geleneksel Türk sanatları Ebru, 2 saat İmgesel Resim, 2 saat Sanat Eseri İnceleme dersleri vardır. Seçmeli derslerde ise 8 saat seçilebilecek ders mevcuttur. Seçmeli müzik, Sanat Tarihi, Dijital Grafik ve Fotoğraf dersleri bulunmaktadır. (TalimTerbiyeKurulu, 2018)

Çağdaş sanat ile ilgili içerik olarak kapsam içeren bir dersin bu kurumlarda kapsama alınmadığı düşünülmektedir. Ayrıca bu kurumlarda çağdaş sanatın sunumuna yönelik herhangi bir içeriğin de bulunmadığı gözlenmiştir.

1.5 İçerik Olarak Çağdaş Sanat Araçlarının ve Uygulama Yöntemlerinin Durumu

Çağdaş sanatın anlatı araçlarının günümüzdeki artan önemine rağmen yeterince içerik olarak sunulmaması içeriğin sanatsal perspektifte yeterince karşılanmamasına neden olmaktadır. Bu durum güncel sanat ortamında da sorunlara yol açmakta ve okul sonrası süreçte yeni öğrenme süreçlerine ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. "Sanatta yorumun gücü yaratıcılıkla ölçülmektedir. Çağdaş sanat eğitimine ilişkin derslerde sadece el becerisini öğretmek yeterli

değildir. Sanatta yaratıcı düşünme, ustalığın önüne geçmiştir. Genelde olanın değil, olabilirliklerin üzerinde yoğunlaşılmıştır. (Işık & Adıgüzel, 2013, s. 43). Uygulanmakta olan programın genel yapısı Görsel Sanatlar ders içeriği üç alana ayrılmış durumda; Görsel sanatlarda biçimlendirme, Kültürel miras ve Sanat eleştirisi ve estetik alanlarıdır. Genel olarak çağdaş sanat içeriği liseye kadar değinilmediği görülmüştür. Anadolu Liselerinde ise yalnızca 12 sınıfta 25 kazanımdan 3 kazanım olarak bulunuyor. Bu kazanımlar "Postmodern sanatın genel özelliklerini açıklar. Postmodern sanat ve modern sanat arasındaki farkların incelenmesi sağlanır.", "Modern ve postmodern dönem sanatsal çalışmalar ve sanatçılar hakkında bilgi sahibi olur" ve ayrıca, "Günümüz sanatını teknolojik gelişmeler doğrultusunda değerlendirir." biçimindedir. Ayrıca Güzel Sanatlar Liselerinde ise Çağdaş Dünya Sanatı dersi içinde 5 üniteden yalnızca 1 ünite çağdaş sanata ayrılmış durumdadır. 35 konu içeriğinden 17 tanesi 1950 sonrasını kapsıyor. Bunlar içinde hiç uygulama yapılmıyor.

Yalnızca bilgi vermeye yönelik bu tür bir öğrenme sürecini John Dewey "Herkesin eski okul günlerini düşünüp yıllar boyunca biriktirmiş olması gereken bilginin nereye gittiğini ve kendini iyi bir seviyede tutabilmek için neden okulda almış olduğu teknik bilgi farklı şekillerde yeniden öğrenmek zorunda olduğunu merak ettiği durumlar olmuştur" diyerek açıklamaktadır. . (Dewey, Deneyim ve Eğitim, 2014, s. 58). Eğitim süreçlerinin gerçek deneyim olarak sunulmaması yaşantı oluşturma hedefine ulaşmayı sınırlandıracağı ortadadır.

1.6. Uzman Görüşleri ve Gerçekleştirilen Etkinlikler

Gerçekleştirilen öğrenme etkinliklerine katılan uzman ve sanatçıların görüşleri sanat eğitiminin potansiyellerinin deneyimlerin keşfine olanak sağladığı ve ayrıca öğrenmede yaratıcılık anlamında katkı sağlayacağı ortadadır. Çağdaş sanatın anlatı dilinin eğitim müfredatında yer almasının bu bakımdan son derece önemli olduğu belirtilmiştir. Çağdaş sanatın bugün artan öneminin yapacağı katkıyı belirten uzmanlar, eğitim müfredatlarında kesinlikle yer bulması gerektiğini belirtmektedirler.

Gerçekleştirilen etkinliklerde yer alan Öğretim Üyesi İnsel İnal konuya ilişkin düşüncelerini sanat eğitimi özelinden aktarırken sanat tarihi kapsamına da değinmektedir. İnal, "Özellikle sanat tarihi bölümlerine genel olarak bakıldığında çağdaş sanat ile ilgili bir eğitimin verilmediğini, son 10 yılda ise çağdaş sanatla ilgili özel müzelerdeki paralı kurslar da sadece sanatçılara odaklanılan, içeriklerinden arındırılmış, biçimsel bilgiler verildiğini görüyoruz. Bu kursların kitlesi ise koleksiyoner adayları oluyor genellikle" diyerek çağdaş sanat tarihinin oluşum sürecine yönelik düşüncelerini aktarmaktadır.

Sanat eğitiminde çağdaş sanat araçlarının getirilerine yönelik beklentilerini dile getiren İnal, "Sanat endüstrisinin değerlendirilmesi de sanat eğitiminin en önemli parçasıdır. Sanatçı adayının sergileme süreçlerine nasıl gireceği, eserini satarken kendini nasıl koruyacağı, analizlerini nasıl

yapacağı, yaşamsal verileri nasıl dönüştürebileceği, alacağı sponsor ve/veya fonların amaçlarını tahlil edebilmesi ile ilgili dersler, sanat eğitiminin en temel sorunlarıdır" biçiminde açıklamaktadır. Ayrıca, "Sanat eğitiminde yaşamsal pratiklerden yararlanarak, eğitimi geliştirmek mümkün değil mi?" sorusu ile de uygulanan eğitimin geliştirilmesine yönelik yönü belirtmektedir.

İnsel İnal yine sanat eğitiminin uygulama boyutunda gerçekleştirilen uygulamalara yönelik düşüncelerini, "Binlerce aynı rengi ve çizgiyi öğrencilerin gözlerini bozarcasına çizdiren ve her okulda neredeyse var olan bir temel sanat eğitiminin bugünün aktivist, müdahaleci, kamusal, interaktif, performatif sanatların dahil olduğu çağdaş sanatın temeli olabilmesi için güncellenmesi gerekmez mi? Batı sanatında toplumsal hareketlilik izlenirken, sanat eğitim kurumlarında neden hâlâ sanat ve toplumla ilişkili sanatsal eğitim pratikleri oluşturulmuyor?" soruları ile devam ettirmektedir. (İnal, 2018).

Gerçekleştirilen etkinliklerde yer alarak yaşadıkları deneyimi değerlendiren Öğretim Üyesi Binnaz Koca ve Öğretim Üyesi Yeliz Selvi kendilerine yöneltilen sorular çerçevesinden değerlendirmişlerdir.

1. ***""Çağdaş sanat eğitiminin ülkemiz öğrenme etkinliklerinde özellikle ortaöğretim kurumlarındaki önemini yeterli buluyor musunuz?***

- **Binnaz Koca:** "Önemli buluyorum ama yeterli bulmuyorum. Sanat eğitiminde bugün çağdaş sanatın ne 'burada ve şimdi'yle olan ilişkisini ortaya koyan zamansal vurgusu ne de disiplinlerarası ve kavramsal dili kullanılmıyor. Genel olarak tarihsel anlamda son olarak düşünceye evrilen sanatta; kavrama dokunmadan ilerlenmeye çalışılıyor. Bunun yerine geleneksel sanat eğitiminin çoğu kez "gerçeği" filtreleyen ve ezber bozmayan diliyle sanatı tanımlama konusunda tutumunda ısrar ediliyor. Bunun nedeni ilkin eğitim- öğretim faaliyetlerini gerçekleştirenlerinin ve karar mekanizmalarının çoğunun bu konudaki yetersizlikleri ve bu yetersizlikleri nedeniyle sanatı anlatma ve anlamlandırma konusunda daha risksiz ve halihazırda var olan yöntemi tercih etmeleridir. Bu nedenle güncelliğimiz ve şimdiki zaman üzerine düşünmemizi sağlayan, bireyin kendisini ve çevresini sorgulamasına teşvik eden ve motivasyonunu sağlayan çağdaş sanatın sonsuz anlam üretilebilen olanaklılıkları eğitimde kullanılmıyor ya da kullanılamıyor. Böyle bir davranışın sonunda da sanatın düşünme ve sorgulama gücünün farkında olmadan ve çoğu kez sanat konusunda dahi herhangi bir fikri olmayan öğrenci grupları birbiri ardı sıra yetişmeye devam ediyor. Ayrıca eğitici konusundaki yetersizliğe bir de zaman konusundaki (ders saatleri) ekleniyor ve ders saatinin azlığı dersin önemiyle doğru orantılı görülerek ilgi seviyesi daha da düşürülüyor. Özetle değişen ve sonsuz teknik ve olanaklılıklara sahip günümüz dünyasında sanat eğitimi bugüne ait bir motivasyonla devam ettirilmemektedir."

- **Yeliz Selvi:** "Sanat hayat paralelliği sağlanması gereken önemli bir unsurdur, bu paralelliği oluşturabilmek için de eğiteme büyük rol düşmektedir. Günümüz sanatı düşünceyi, yaşantıları, bireyi, teknolojiyi, çok sesliği ve birçok şeyi konusu yapabilmektedir ve bunu yaparken de teknik olarak sınırsızlığı kullanmaktadır. Bazen bir harita anlatım nesnesi olurken bazen de doğanın kendisi nesnesi olabilmektedir. Sanatta oluşmuş bu bakış açısı maalesef eğitim sistemimizde çalışmamaktadır. Sanatın bir düşünce olduğunu es geçerek, sadece boyama dersi ya da bir şeyi çizebilme kabiliyeti olarak görülmeye devam edilmektedir. Oysa sanat her şeyi konusu yapabilmektedir. Özellikle Orta öğretimde sanatın anlam kazana bilmesi için merak duygusuyla yol alınmalıdır. Çocuklar ilk konuşmaya başladıklarında ne kadar çok soru sorarlar, bu onların düşündüklerini ve merak ettiklerini göstermektedir. Fakat zamanla bu sorular yok olmaya başlar. Çünkü soru her zaman cevap bulamamıştır çoğunlukla geçiştirme ve yaptırımlarla karşılaşmıştır. Okullarda da ders saatlerinin yetersiz olması paylaşımı ve düşünce üretimini ortadan kaldırıyor, ders yıllar önce nasıl işleniyorsa şimdi de aynı şekilde işlenmeye devam ediyor. Tek fark eskiden kitaplar vardı şimdi internet. Sıkıştırılmış zamanlarda ne sanatsal bakış oluşur ne de eğitim yapılır, öncelikle içeriğin anlam kazanabilmesi için zaman, sorun olarak birinci sırada durmamalıdır. Hak ettiği zaman verildiğinde ders içindeki paylaşımlar özelleşecek, çocuk farkındalık kazanırken fark edildiğini, önemli olduğunu da hissedecek.

2. ***"Hazırlanan eğitim içeriğinin öğrenme etkinliklerine yararı açısından sonuçlarını değerlendirir misiniz?"***

- **Yeliz Selvi:** Öğrenciler güncellikleri ve hayata dair bir farkındalığa sahip olmakta, düşünme ve karşılaştıkları sorunlar karşısında çözüm üretebilme becerilerini geliştirebilmekte, bireyselliğinin farkına varabilmekte, çevresine karşı duyarlı ve estetik yaklaşımlar geliştirebilmekte, çağdaş sanatın evrensel diliyle evrensel bir görüye sahip olabilmekte, kendilerini ifade edebilecekleri tek araç değil, en az bir araç ya da yöntem bulabilme şansına sahip olabilmektedir.
- **Binnaz Koca:** "Öğrencide Farkındalığın gelişmesi için alternatifler oluşturan eğitim sistemi, dönüt olarak da öğrencide ki özgün yapı, farklı düşünebilme, çözüm üretebilme gibi önemli durumlarla karşılaşacaktır. Kendisi için planlandığını düşünen etkinlik ve içeriklerle çocuk özel olduğunu hissedecektir ve yaptığı şeyi istekle ve sevgiyle yapacaktır."

3. ***""Deneyimlerinizden yola çıkarak alternatif sanat eğitimi adına önerileriniz nelerdi?"***

- **Yeliz Selvi:** "Daha fazla soru sormaya ve düşünmeye teşvik edici yöntemler geliştirmek,

alanında uzman kişilerle çağdaş sanat konuşmaları gerçekleştirmek, büyük ve küçük ölçekli sanat etkinliklerine dahil olmalarını sağlamak. Görselliğin yazma, konuşma ve performatif etkinliklerle desteklemesini sağlamak."

- **Binnaz Koca: "**Sanat eğitimi bireyin kendisindeki içeriği, ruhu ve düşünce yolunu bulmayı hedeflemelidir. Bu da tek tip beslenmeyle mümkün olmamaktadır. İlk önce okuma alışkanlığının oluşması gerektiğini düşünüyorum, ayrıca yazma da. Bu öğrencinin olaylara daha farklı bakabilmesini, anlamlar üretebilmesini getirecektir. Sanatçı işlerini üretirken özgünlüğün ve düşüncenin peşindedir, onu özgün yapacak olan şey de o noktaya gelene kadar oluşturduğu birikimi ve duyarlılığıdır. Her alanda da bu böyledir, araştırmayan bir doktor alanında ne kadar başarılı olabilir ki, yeniliklere açık olduğunda gelişimi de devam edecektir. Sanat Eğitiminin, içine alan bilgisi, teknik gibi şeylerin yanına paylaşımları da ilave etmek gerektiğini düşünüyorum. Bu paylaşımlar öğrenciyi daha iyi tanıyıp ilgi uyandıracak durumlarla karşısına çıkmayı sağlayacaktır. Bu duruma ben "fethetmek" diyorum, ben onları, onların içindekilerle fethedebilirim. Onlar da bu yolla kendilerini keşfedecekler, kendisini keşfetmiş birey de hangi alanda olursa olsun farklılık yaratacaktır."

Sonuç

Çağdaş sanatın sanat ortamında gün geçtikçe daha çok önem kazandığı ortadadır. Sanat içinde özellikle değişen koşulların içeriğe yansıdığı ve daha öznel bir dilin kullanıma başlandığı gözlenmektedir. Sanat ve sanatçıların anlatı araçlarındaki dönüşümlerin aynı zamanda teknolojik boyutta içeriği değiştirdiği de muhakkaktır. Bu bağlamda özellikle son dönemde artan üretim araçlarının da etkisi ile klasik eser algısının da değişime uğradığı gözlenir. Bu bakımdan sanatın sunulduğu ortamdan sanatın saklama koşullarına kadar geçmiş sanat araçları düşünüldüğünde ciddi farklar vardır. Bu durum ise sanat izleyicisinin değişimine ve sanatçı profillerinin dönüşümüne neden olmaktadır.

Eğitim kurumlarında uygulanan modern dönem eğitim yaklaşımlarında disiplin boyutunda bir içeriğin sunumunda belki pedagojik olarak uygunluk aranıyor olsa da son dönemde artan öznel dilin yeterince karşılanmadığı da bir gerçektir. Bu yönde özellikle bazı müze ve kurumların yapısında bu duruma yönelik eğitim faaliyetlerinin oluşturulduğu gözlenmektedir. Bu kapsamda eğitimin dönüşse de genel anlamda özellikle ülkemiz koşulları düşünüldüğünde bu dönüşümün istenilen boyutlara ulaşmadığı ve sözde bir değişime yol açtığı dillendirilmektedir. Bu durum ise eğitimi sadece bazı alanların önemsenerek tek boyuta indirgeyen bir formata dönüştürmektedir.

Avrupa'da özellikle benzer uygulamalar olsa da ülkemiz koşullarında sanat derslerinin yeterince önemsenmiyor olunuşu program yapısında görülmektedir. Bu durum sıkıntılara yol açsa da uygulanmakta olan klasik yalnızca eser üretmeye yönelik içeriğin devam ettiği gözlenmektedir.

Çağdaş sanat içeriğinin farklı kanallar kullanarak üretimlerini gerçekleştirdiği düşünülerek güncel olan ile daha fazla teması sağlanarak sunumu, dünya genelinde yaşanan sanatsal ilerlemeyi yakalama bakımından son derece önemlidir. Bu durum uzman, sanatçı ve eğitimci tarafından sıklıkla dile getirilmektedir. Özellikle yalnızca sanat için olmasa da farklı alanlarda üreten çok yönlü kişi ve programların okullar ile işbirliğinin sağlanarak eğitimin deneyim odaklı olması sağlanmalıdır. Ayrıca kişisel anlatı araçlarının teknoloji kullanımı ile de desteklenerek güncel formatı takip eden bir biçimde sunulması son derece önemlidir.

Okullarda sunulan içeriğin sınav formatları etrafında örülen amaçlar ile belirlenmesi, ülkemiz geleceğini şekillendirmede dünya ile entegrasyon bağlamında yeterli değildir. Geleceği dönüştürme potansiyeline sahip sanatçı ve aydınlarının yetiştirilmesine olanak sağlayan alternatif öğrenme etkinliklerinin bu kapsamda ele alınması gereklidir.

Kaynakça

Alexander, K., & Day, M. (2001, Aralık 3). Disipline-Based Art Education: A Cirriculum Sampler. California, ABD.

AvruapaKomisyonu. (2009). *Avrupa'da Okullarda Sanat ve Kültür Eğitimi.* Brüksel: Avrupa Komisyonu Eurydice Türkiye Birimi.

Dewey, J. (2014). *Deneyim ve Eğitim.* (S. Akıllı, Çev.) Ankara: Odtü Geliştirme Vakfı Yayıncılık.

Dewey, J. (2014). İlköğretim Saplantısı. J. Dewey, & J. Rathner (Dü.) içinde, *Günümüzde Eğitim* (M. Bektaş, Çev.). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Gardner, H. (2013). Çoklu Zekaların Hızla DeğişenİŞ Ortamındaki Yeri. H. Gardner içinde, *Çoklu Zeka Yeni Ufuklar* (s. 247-249). İstanbul: Optimist Yayınları.

Genç, S. (2015). Ortaöğretim Resim-İş Derslerinde İşbirlikçi Öğrenme Yöntemine Göre Çağdaş Sanat Akımları Konusunun Uygulanması ve Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Resim İş Eğitimi Anabilim Dalı.

İnal, İ. (2018, Ekim 9). *İnsel İnal Sanatsal Paylaşım Alanı.* İnsel İnal Blogspot: http://inselinal.blogspot.com/2018/10/akdeniz-universitesi-ssed-konferans.html?m=1 adresinden alındı

Işık, S., & Adıgüzel, Ö. (2013). "Demokratikleşen Sanat!" 1945 Sonrası Bazı Çağdaş Sanat Akımlarının Yaratıcı Dramayla İşlenmesi. *Yaratıcı Drama Dergisi, 8*(16), 42-61.

Onan, B. C. (2017). Çağdaş Sanat Eğitimi Kuramcıları Bağlamında Sanat Eğitiminde Yeni Eğilimler ve Çeşitli Uygulama Önerileri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*(30(1)), 291-319.

Özderin, S. (2014). Çağdaş Sanatta Küresel Bir Faktör "Küratör". *Ulakbilge, 2*(3), 31-48.

San, İ. (2008). *Sanat ve Eğitim.* Ankara: Ütopya Yayınevi.

Sönmez, V. (2006). Eğitim Durumları. A. Solak içinde, *Felsefe ve Eğitim* (s. 124-142). Ankara: Hegem Yayınları.

Stallabrass, J. (2013). *Sanat A.Ş. Çağdaş Sanat ve Bienaller.* İstanbul: İletişim Yayınları.

TalimTerbiyeKurulu. (2018, Aralık 2). *Haftalık Ders Çizelgeleri.* Talim Terbiye Kurulu: http://ttkb.meb.gov.tr/www/haftalik-ders-cizelgeleri/dosya/6 adresinden alındı

Ek 1. Gerçekleştirilen Etkinlik Örnekleri

Resim 1. Prof. Emre Zeytinoğlu Ziyareti

Resim 2. Prof. İnsel İnal Ziyareti

Resim 3. Öğrencilerle Salt Galata Gezisi

Resim 4. Defne Koryürek ve Slowfood Sunumu

Resim 5. Oda Projesi Ziyareti

Resim 6. Üç Farklı Üniversiteden Dört Akademisyenle Buluşma ve Sunum

Resim 7. Kırklareli Müzesi Ziyareti Müzecilik Haftası Etkinlikleri

DÜNYA MARKASI OLMA YOLUNDA TÜRK ÇİNİSİ

Ayşegül ABALI

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi

Güzel Sanatlar Enstitüsü

Öz

Marka kelimesi dilimize İtalyanca “Marca” sözcüğünden girmiş olup; ürünü tanıtan , onu başka ürünlerden ayırmaya yarayan isim, terim, sembol, tasarım ve şekillerin tamamını kapsamaktadır. Diğer bir tanıma göre de; bir ürünün adını sürdüren , kendi imajını yapan ve kalitesini anlatan bir imgedir.

Bazı seramik sanatçıları Türk Çinisini “Silisli Seramik” diye tanımlar. Sözkonusu ifade bu güzide geleneksel sanatımızı tam olarak izah etmekten uzaktır. Türk Çinisi dediğimizde alt yapısını oluşturan hammaddeler kadar yüzyılları aşıp gelen kompozisyon geleneğini yani üslup ve ekollerini de eklemek gerekir. Ancak böylelikle bu sanatımız gerçek kimliğine ulaşabilir. Markalaşma süreci öncesinde tüm tanımların eksiksiz yapılması büyük önem taşımaktadır. Çünkü markalaşma bir ürüne kişilik kazandırma sürecidir.

Marka; yaratılan, tüketici tarafından algılanan, kalıcılığı olan, kullanımı tatmin sağlayan, statü göstergesi olan, beynin sağ (duygusal) tarafına hitap eden ve kişilik taşıyan bir kavramdır. Türk Çinisi de tüm bu özellikleri bünyesinde barındırmakta ve dünya markası olmayı fazlasıyla haketmektedir.

Bunu gerçekleştirirken öncelikle vizyon belirlemek ve vizyonu gerçekleştirecek misyonları oluşturmak son derece önemlidir. Amaçlarımızı, sanatsal politikalarımızı, stratejimizi ve taktiklerimizi saptayarak hedeflerimizi belirlemeli ve temel değerlerimizi koruyarak kültürümüze katkı sağlamaya özen gösterilmelidir.

“Bir ülkenin imajı çıkardığı markalara eşittir” sözünden hareketle, gücünü tarihimizden alan Geleneksel Türk Çinisini hakettiği yere taşımak ve kalıcılığını sağlamak görevimiz olmalıdır. Sözkonusu bildiri; bu bilinci yaygınlaştırmak ve marka olma yolunda gerekli yapı taşlarını döşemek adına hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Türk Çini Sanatı, Dünya Markası, Marka, Markalaşma, Kimlik, Kişilik, Strateji , Üslûp, Ekol, İmaj.

Giriş ve Kuramsal Çerçeve

Dünyada ve Türkiye'de markalar, ticarî hayatın olduğu kadar sosyal hayatın da en önemli oyuncusu olma yolunda hızla ilerliyor. Tüketiciler markalarla kendilerini ifade ediyor, markalarla hayatlarına anlam katıyorlar.

İngiltere'nin marka planlama gurusu *Paul Feldwick* markayı şöyle tanımlıyor: "Bir marka, tüketici zihninde oluşan algıların bütünüdür." Bu algılar ne kadar kuvvetli, tutarlı ve motive edici olursa marka da o kadar güçlüdür. Tüm bu özelliklere haiz olan Türk Çini eserlerinin küresel marka arenasında yer alması ve bu mânâda kalıcılığını koruması sözkonusu çalışmamızın ana temasını oluşturmaktadır.

Öte yandan "Bir ülkenin imajı çıkardığı markalara eşittir" sözünden hareketle, ülke imajımızı bulunduğu yerden daha ileriye taşımak ve bunu değerlerimize sahip çıkarak yapmak en önemli ilkemizdir.

Kapsam

İster yerel isterse küresel olsun markalaşma, çok profesyonelce hazırlanması gereken bir süreçtir. Tüm ön araştırmalar, çok detaylı ve vizyonel bir bakış açısıyla yapılmalı, uzun ve meşakkâtli bu yolculuk çok iyi planlanmalıdır.

Liderlik, kalite, yüksek fiyat ve tanınırlık, güçlü bir markada olması gereken niteliklerdir. Bu nedenle çalışmamızda marka olarak lanse edilmesi gereken Geleneksel Türk Çini Eserlerinin; İznik alt yapısına , XV.- XVI. yy. kompozisyon ve renk özelliklerine sahip çini eserler olması gerektiği kanaatindeyiz. Bir markayı en kolay baltalama yolu; ismini her şeye koymaktır. Bu sebeple yapılan her çini esere, Geleneksel Türk Çinisi diyemeyiz. Tüketicilerin zihninde güçlü bir marka yaratmak istiyorsak, markamızı daraltmak zorundayız. Daraltmak uzmanlıktır. Bu nedenle alanında her açıdan uzman olan "Geleneksel İznik Çinisi" ana marka olarak odak noktamızda yer almıştır.

Yöntem

Çalışmamız literatür taramalarına dayanmakta olup; Geleneksel Türk Çini Sanatı Eserlerinin markalaşması sürecinde atılacak ön adımlara ışık tutmak amacıyla hazırlanmıştır. Bunu gerçekleştirirken öncelikle vizyon belirlemek ve vizyonu gerçekleştirecek misyonları oluşturmak son derece önemlidir. Amaçlarımızı, sanatsal politikalarımızı, stratejimizi ve taktiklerimizi saptayarak hedeflerimizi belirlemeli ve temel değerlerimizi koruyarak kültürümüze katkı sağlamaya özen gösterilmelidir.

Markalaşma sürecinin; öncelikle Kültür Bakanlığı ve konuyla ilgili diğer bakanlıkların yetkilileriyle, akademisyenler ve özel sektörün uzman kişilerinden kurulu bir komisyon

tarafından yönetilmesi son derece önemlidir. Hedeflerin gerçekleştirilmesinden sonra da bu komisyonlar kalıcı değer yaratmak ve denetimleri sağlamak adına görevlerine devam etmelidirler.

Bulgular (Analiz)

Gerçek anlamda küresel marka olabilmenin dengelerinden biri de gerçek anlamda "yerel" olabilmeyi başarmaktan geçiyor. Küresel olarak hareket etmeden önce yerel düşünmemiz gerektiğini hatırlamalıyız. (Hollis, 2011-15). Ancak ulusal markalar, zorlu rakipler olabilirler, çünkü yerel kültürün parçası olmanın satın alma üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

İnsanların ihtiyaçlarını, isteklerini ve tutkularını ulusal anlamda çok iyi anlamak ve Türk Çini Eserlerini yerel halka tanıtıp sevdirmek ve Türk Çini Sanatı ile halkımız arasında güçlü ilişkiler kurmak gerekiyor.

Sevdirmek, kesinlikle öylesine seçilmiş bir kelime değildir. Son zamanlarda sıkça karşılaştığımız üzere, markalar başarıya giden yolda, müşterileri ile mutlaka duygusal bir bağ kurmalılar. Başarılı olmak isteyen markalar kendi ülkelerinde veya başka bir yerde mutlaka yerel insanları kendilerine bağlamalıdırlar. Bunu yapabilmek için de yerel kültürü anlamak gerekir ki; bu da en iyi o bölgede yaşayan insanlarla çalışmakla olur. (Hollis, 2011-21)

Kendi alanlarında güçlü olan yerel markaların ulusal olma avantajı vardır. Bu avantajı sağlayan yollar:

- Yerel ihtiyaçları ve zevkleri karşılayabilmek

- Nostalji: Markayla büyümüş olmak

- Yerel, lojistik ve operasyonel avantajlar

- Güçlü toplumsal bağlar

- Kültürel kimlik (Hollis, 2011- 143,144)

Kısacası; herhangi bir markanın başarısı için vazgeçilmez unsur, otantiklik iddiasıdır. (Ries, 2016-53). Yani geçmişinden referans almasıdır. Geleneksel Türk Çinisi de hem alt yapısı hem de kompozisyon özellikleri ile bu iddiasını güçlü bir şekilde ortaya koymaktadır.

Bir marka, tüketicinin zihninde bir kelimeye sahip olmaya çalışmalıdır. (Ries, 2016-43)

Marka inşa edebilmek için hedefimizi küçültmemiz, iyi bir isme ve daha yüksek fiyata sahip olmanız gerekir. Marka isminizi her şeye koyarsanız o isim gücünü yitirir. (Ries, 2016-17)

Daraltmak, uzmanlık getirir. Tüketicilerin zihninde güçlü bir marka yaratmak istiyorsanız, markanızı daraltmak zorundasınız. Daraltmak uzmanlıktır. Uzun vadede markanızın yayıldığı alanı genişletmek, gücünüzü azaltacak ve imajınızı zayıflatacaktır. (Ries, 2016-21)

Bir markayı en kolay baltalama yolu; ismini her şeye koymaktır. Bu nedenle alanında her açıdan uzman olan "Geleneksel İznik Çinisi" ana marka olarak odak noktamızda yer almıştır.

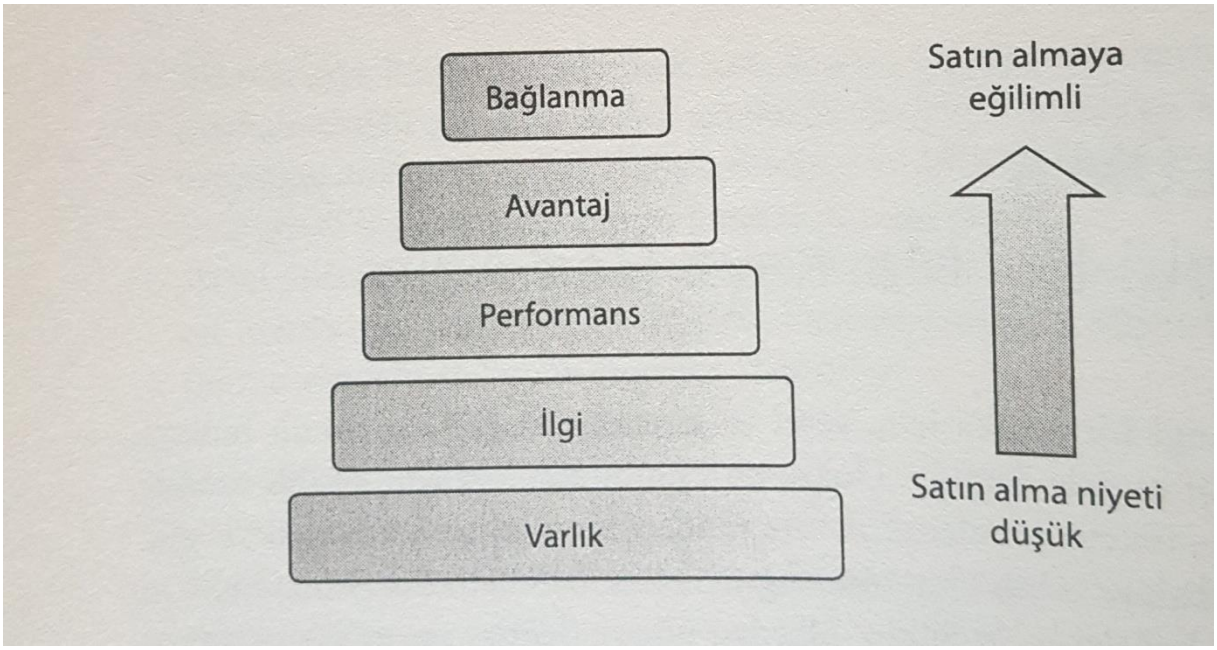
Markanın bir vaadi olmalı ve bu vaadine de sadık kalınmalıdır. İster bir ülkede isterse de kıtalar arası kapsamda bir markayı büyütmek için; ilgili yönetimin markanın kimliğine ve değerlerine sadık kalması gerekir. (Hollis, 2011-188)

Tutarlı bir küresel marka vaadi oldukça cazip bir değerdir. Markanızın farklı ülke ve kültürlerde bile aynı etkiyi yaratacak şekilde farklılaştırarak, insanları satın almaya yönlendiren bir değer yaratmak, ekonomik avantajlar sağlayan büyük bir adımdır. (Hollis, 2011- 213)

Markamız lider olmalıdır, iddiası bu olmalıdır. Çünkü insanlar lider markaya yönelirler. Markayı; ilk, lider, öncü ve orjinal olduğunu düşündürecek şekilde lanse etmeli ve onu tanımlamak için sürekli olarak bu kelimelerden birini kullanmalıyız. Alt yapı, kompozisyon ve renk özellikleriyle de Geleneksel Türk Çinisi bu sektörde tek liderdir.

Öte yandan kalite de önemlidir. Ancak kalite tek başına bir marka yaratamaz. (Ries, 2016-59). Kaliteden taviz vermeden, diğer unsurları da göz önünde tutarak, markalaşma yolunda istikrarlı bir şekilde ilerlemek gereklidir.

Strateji ilk olarak tanıtım bakış açısıyla geliştirilmelidir. Tanıtım sadece reklam demek değildir, kullanıcıların kulaktan kulağa bilgi iletmeleri dahi tanıtımdır. Bir kere doğduktan sonra, sağlıklı yaşayabilmesi için markanın reklama da ihtiyacı vardır. (Ries, 2016-37). Çünkü reklam pazarda kabul edilmenin fiyatını yükselttikçe, rakiplerin pazardan önemli ölçüde pay almalarını da engeller. (Ries, 2016-38). Az reklam, çok tanıtım ve haber olmayı sağlama yolları en etkin şekilde değerlendirilmelidir.



Şekil 1. Güçlü Bir Markanın Beş Basamağı: Marka Piramidi (Hollis, 2011- 60)

Şekil 1'de göreceğiniz BrandDynamicsTM (Marka Dinamikleri) Piramidi, tüketicinin bir markayla olan ilişkisinin nasıl ilerlediğini resmediyor. Satın alma davranışlarının altında yatan, davranışsal bağlılığın beş seviyede artışını gösteriyor.

Piramidin ilk basamağı *varlık*_olarak adlandırılıyor. Varlık seviyesine ulaşan tüketiciler, ürün kategorisini düşündüklerinde markadan aktif olarak haberdardırlar; bu ya markayı denedikleri (ya da deneyen birini tanıdıkları) için ya da başka bir yolla markanın neleri temsil ettiğinin farkına vardıkları için olabilir. (Hollis, 2011- 60) . Her ne kadar insanlar bazen alışveriş yaparken yeni markalar keşfetseler de, bilmedikleri markaları ancak markanın vaadi çok açıksa satın alırlar. (Hollis, 2011- 61) . Tüketiciler, *ilgi* denilen ikinci basamağa, markanın onlara kabul edilebilir fiyat karşılığında bir değer sunduğuna inandıkları zaman ulaşırlar. *Performans* adı verilen üçüncü basamağa ulaşmak için de insanların markanın temel fonksiyonel vaadini yerine getirdiğine inanmaları gerekmektedir. Dördüncü basamak olan *avantaja* ulaşanlar, markanın kendisini rakiplerinden ayıran bir takım rasyonel ya da duygusal faydalar sağladığını düşünmektedirler. *Bağlanma* adındaki beşinci basamağa ulaşanlar ise, markanın o kategori için en önemli olan alanlarda özgün avantajlar sağladığını

ve dolayısıyla da markanın onlar için en iyisi olduğuna inanırlar. İnsanların, bağlı oldukları markayı satın alma ihtimalleri, sadece varlığından haberdar oldukları safhaya göre 10 kat fazladır. (Hollis, 2011- 60)

Piramidin her basamağı markanın başarısı için son derece önemli konularla ilgilidir; dolayısıyla her birinde güçlü ya da güçsüz olmanın ne gibi sonuçlar doğurabileceğini anlamak önemlidir. (Hollis, 2011- 60) Bu bağlamda Geleneksel Türk Çini pazarındaki tüketici davranışlarının çok iyi analiz edilmesi ve stratejilerin bu doğrultuda oluşturulması gerekmektedir.

Eğer bir marka, küresel anlamda aynı ihtiyaçlara sahip bir hedef kitle belirleyebilirse, her kılıfa uyan bir konumlandırmaya sahip olma şansı o kadar büyüktür.

Marka vaadinizi tüm dünyada insanların ortak özelliği olan "insan doğasının temel özelliklerine" (güdüler, duygular, dürtüler) dayandırmanız son derece önemlidir. (Hollis, 2011- 215). Kültür değişkendir, ama insan doğası her yerde aynıdır. (Hollis, 2011- 216)

Pazar payımızı arttırmayı hedefliyorsak, o faydaların insanları markanın diğerlerinden daha iyi, çekici ve farklı olduğuna ikna etmemiz gerekir. (Hollis, 2011- 63) Bu konuda da sürekli farkındalık arttırıcı çalışmalar yapılmalı, Geleneksel Türk Çinisi yerel ve uluslararası arenada doğru ve etkin bir şekilde tanıtılmalıdır.

arkalar doğdukları ülkelerden uzaklaştıkça, yeni ülkelerde tüketicilerle güçlü bir ilişki kurmaları zorlaşır. Fakat ülkemiz çini eserlerinin en güzel örneklerinin, dünyanın pek çok ülkesinin büyük müzelerinde sergilendiğini, büyük müzayedelerde yüksek fiyatlarla alıcı bulduğunu düşünürsek, bu konuda zorlanma yaşamayacağımız ortadadır.

Pazarlamanın temel prensipleri fiyat, kalite, değer, bulunabilirlik, ambalaj, gelenek ve kimliktir. Tüm bu özellikleri bünyesinde barındıran, güçlü bir varlık ve belirgin bir kimliğe sahip olan Geleneksel Türk Çinimizin, sürekli tanıtımını yapmalı ve bunun için de uygun iletişim kanalları seçilmelidir.

Küresel bir marka geliştirirken karşılaşılan en büyük zorluklardan biri de; marka vaadini temas noktalarında, ülkelerde ve kültürlerde ön plana çıkaracak, etkili ve kontrollü iletişimler yaratmaktır. (Hollis, 2011- 227). TV, radyo, dergiler, gazeteler, internet, sosyal medya ve cep telefonu gibi kanalların, markalaşma sürecinde çok etkin bir şekilde kullanılması önem arzetmektedir.

Sonuç

Geleneksel Türk Çinimizin küresel bir marka olması için sürecin vizyonel bir bakış açısıyla profesyonelce planlanması ve olası faktörlerin boyutları üzerinde detaylı düşünülmesi esastır. Küreselleşme yolunda ilerleyen bir markanın gidişatını etkileyebilecek sekiz faktör şöyledir:

1. Siyasî ve hukukî meseleler

2. Uygulama ve lojistik konusunda kısıtlamalar

3. Sosyo-ekonomik etkenler

4. Fiziksel ihtiyaçlar

5. Yerel zevkler, tercihler ve gelenekler

6. Rekabet ortamı

7. Yerel pazarlama ve reklamın anlaşılması

8. Marka statüsü (Hollis, 2011- 204)

Bunlar üzerinde çalışırken araştrmanın gücünü en etkin şekilde kullanmak gerekmektedir.

Türk Çinisini dünya markası yapabilmek için; felsefemizi ve vaadimizi çok iyi özetlemeli,

neleri dikkate alacağımızı, bunları nasıl yapacağımızı detaylandırmalı, farklı kişi ve kurumlarla görüşmeli, sektörün en iyileriyle çalışmalı, pazardaki hareket ve değişiklikleri özenle ölçmeli, reklam, tanıtım, bilinir olma konusunda yol katetmeliyiz. Öncelikle yerel anlamda bilinir olmalıyız çünkü; bilmediğimiz ve sahiplenmediğimiz bir değeri marka yapamayız. Ulusal arenada hedefler gerçekleştirildikten sonra, dünya arenasında lider bir marka imajı oluşturmak için gereken stratejileri saptamalı ve en etkili şekilde uygulamaya koymalıyız.

Kaynakça

Ries, Al ve Laura, Marka Yaratmanın 22 Kuralı, Kapital Medya A.Ş., İstanbul, 2016.

Hollis, Nigel, Küresel Marka, İTO Yay., İstanbul 2011.

Aaker David, Güçlü Markalar Yaratmak, Kapital Medya Yay., İstanbul 2012.

İnternet Kaynakları

https://www.etimolojiturkce.com/kelime/marka

https://www.youtube.com/watch?v=fNbusplukjk

ÖRNEKLERLE A/R/TOGRAFİ

Deniz AY

Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Öz

A/r/tografi sanat temelli araştırmalar arasında yer almakta ve gün geçtikçe daha çok etkinlik kazanmakta olan, sürekli ve uygulamaya dayalı bir araştırma yöntemidir. Elliot Eisner, Thomas Barone ve Rita Irwin'in çalışmaları A/r/tografi'nin temellerini oluşturmuştur. A/r/tografi bir sanatçı, araştırmacı ve öğretmen/öğrenen olarak gerçekleştirilen, sanatsal uygulamalar yolu ile sorgulamaya, yeni anlamlar ortaya koymaya dayalı bir araştırma türüdür.

Bu araştırmada, A/r/tografi Araştırma Yöntemi'nin nasıl uygulamaya konulduğu, Daniel T. Barney'in Sanatsal Uygulamaya Dayalı Bir Elbise Çalışması Sanatçı, Araştırmacı Öğretmen Kimliklerini Anlamanın Yolu başlıklı tezi, Shaya Golparian'ın Deneyimlerine İlişkin A/r/tografik Performansını İçeren Yersiz Yurtsuzluk Başlıklı Tezi, Rita Irwin'in başında yer aldığı The City of Richgate Projesi ve Ayşe Güler'in Sanat Eğitiminde Uygulamaya Dayalı Yeni Bir Araştırma Metodu: A/r/tografi Gershwin'in Rhapsody in Blue adlı Eserine Yapılan Resimlerin Eleştirisi Makalesi üzerinden incelenecektir. İncelenen örneklerde a/r/tografinin süreçselliğine ve uygulama temelli yapısına vurgu yapılır ve a/r/tografinin doğasına ilişkin birçok bilgi edinebilmek mümkündür.

Bu araştırmanın amacı az bilinen bir yöntem olan A/R/Tografi Araştırma Yöntemi'ni örnekler üzerinden incelemeler yaparak açıklamak ve incelenen dört örnekle A/R/Tografi Araştırma Yöntemi'nin, yöntemsel çeşitliliklerini ve nasıl uygulamaya koyulabileceğini gözler önüne sermektir.

Bu araştırmada yöntem olarak literatür taraması kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: A/R/Tografi, Sanat Temelli Araştırma, Deneyim, Sanatsal Bilgi, Uygulamaya Dayalı Araştırma

Giriş

A/r/tografi sanat temelli araştırmalar arasında yer almakta ve gün geçtikçe daha çok etkinlik kazanmakta olan, sürekli ve uygulamaya dayalı bir araştırma yöntemidir. Elliot Eisner, Thomas Barone ve Rita Irwin'in çalışmaları a/r/tografi'nin temellerini oluşturmuştur. A/r/tografi bir

sanatçı, araştırmacı ve öğretmen/öğrenen olarak gerçekleştirilen sanatsal uygulamalar yolu ile sorgulama, yeni anlamlar ortaya koymaya dayalı bir araştırma türüdür. Bu bağlamda araştırmacının araştırma üzerinde etkin rol oynaması ve araştırmacının kişisel ve sanat yaşantılarının araştırmayı doğrudan ya da dolaylı etkilemesi kaçınılmazdır.

A/r/tografi adı titizlikle düşünülmüştür. Üç harf (a, r, t) araştırmacının kendi bünyesinde bulundurduğu kimlikleri temsil eder; A (artist) sanatçı, R (researcher) araştırmacı ve T (teacher) öğretmen kimliklerini temsil etmektedir. A/r/tografi araştırmacısının taşıdığı üç kimlik (sanatçı, araştırmacı, öğretmen/öğrenen) hiçbir şekilde birbirinden daha üstün değildir ve bu üç kimliğin araştırmacıda toplanması araştırmayı, bakış açılarını ve sanat yapıtlarını derinleştirir.

Sullivan'ın sanat temelli araştırmalar üzerine yaptığı çalışmalarda a/r/tografinin temellerinin oluşumunda katkı sağlamaktadır. Sullivan sanaçılar tarafından ele alınan hayal ürünü ve düşünsel işlerin bir araştırma türü olduğunu söyler. Ona göre sanat çalışmaları, belirgin olarak her açıdan diğer alanlardaki sorgulama süreçlerine benzeyen bir süreçte yapılır; bilginin üretildiği, analiz edildiği, yorumlandığı bu süreçler ürünlerle sonuçlanır. Sullivan sanatçının deneyiminin yeni bilgi yaratmada ana unsur olduğunu ve yeni anlayışlardaki potansiyelin sergiler, performanslar, yayınlar gibi şekiller alabilen araştırma projeleri yoluyla daha da geliştirilebileceğini savunur (Sullivan, G., 2005).

A/r/tografi araştırmacısı araştırmasında daha öznel veriler ve bilgi edinme yolları kullanmasının yanında nitel birtakım yaklaşımlar kullanabilir. A/r/tografi yaklaşımı çerçevesinde veri, veri toplama ve veri analizi sanatla ilişkili olarak yeniden kavramsallaştırılırken a/r/tografi araştırmacıları kendi projeleri ve katılımcıları için veri toplamaya ilişkin yöntemler geliştirebilirler. Ayrıca a/r/tografik araştırmalarda veri toplama ve analizi sürecinde farklı düşünmek için araştırmacılar a/r/tografi yaklaşımının otobiyografik kişisel çalışmadan uluslararası toplulukları içeren çalışmalara kadar farklı türlerini sorgulama için kullanırlar. Bu nedenle a/r/tografi araştırmacılarının çalışmayı seçtikleri topluluklar ve yerleşimler araştırma sorusuna, sanatsal alt yapıya, ilgilerine, sosyo-bağlamsal sınırlara göre çeşitlenir (Barney, D. T., 2009). A/r/tografi araştırması çok yönlüdür ve tüm bu yönleriyle araştırmaya katkı sağlar. Diğer araştırma yöntemlerinden farklı olarak nesnel ve yansız olmak zorunda değildir. Çünkü araştırmacının deneyimleri araştırmanın yapılanmasında oldukça önemlidir hatta çıkış noktası olabilir.

A/r/tografi Örnekleri

A/r/tografi uygulamalarına örnek olarak Daniel T. Barney'in Sanatsal Uygulamaya Dayalı Bir Elbise Çalışması Sanatçı, Araştırmacı Öğretmen Kimliklerini Anlamanın Yolu başlıklı tezi, Shaya Golparian'ın Deneyimlerine İlişkin A/r/tografik Performansını İçeren Yersiz Yurtsuzluk Başlıklı Tezi Rita Irwin'in başında yer aldığı The City of Richgate Projesi ve Ayşe Güler'in Sanat

Eğitiminde Uygulamaya Dayalı Yeni Bir Araştırma Metodu: A/r/tografi Gershwin'in Rhapsody in Blue adlı Eserine Yapılan Resimlerin Eleştirisi verilebilir.

The City of Richgate Projesi

Rita Irwin'in başında yer aldığı The City of Richgate Projesi'nde "Belirli bir şehirdeki göçmenlerin deneyimleri incelendiğinde hangi sanat ürünleri oluşturulabilir?" sorusundan yola çıkılır. Bu araştırmanın amacı a/r/tografi araştırma yöntemini, bir grup sanatçı, eğitimci ve göçmen aile ile çalışarak açıklamaktır. The City of Richgate Projesi topluluk üyeleri, toplum örgütleri, eğitim kurumları ve sanatçı-eğitimcilerden oluşan bir araştırma ekibi arasında karmaşık bir işbirliğini içermektedir.

Çalışma, postmodern gerçekliğin sürekli değişen karakterini yansıtan kültürel, etnik, coğrafi, kurumsal, kamusal, özel ve disiplin sınırlarını aşmaktadır (Irwin ve diğ., 2006). Proje, göç, yer ve toplum ile ilgili konuları sanatsal yönelimli bir araştırma ile ele almaktadır (Irwin ve diğ., 2006).

Richgate (Zenginliğin Kapısı) olarak Çinli ve Japon göçmenler tarafından Kanada'nın bir şehri olan Richmond Şehri için verilen bir isimdir. Richmond Şehri Uzak Doğulu göçmenler için zengin olmak ve daha iyi bir yaşam sürmek için cazip bir şehirdir.

Resim 1: Bus Shelter: Beer B., Gu X., Irwin R., Grauer K., Springgay S., Bickel B. (2007) Richgate city-wide exhibition, photograph, Richmond Bus Route, Richmond, BC, Canada (Irwin ve diğ., 2009).

Proje kapsamında birlikte çalışmak için seçilen göçmen aileleri-göçü, kimliği ve dönüşümü-temsil etmek için kapı metaforu kullanılmıştır. Her kapı bir ailenin göç veya derin değişim deneyimlerini canlandırır(Irwin ve diğ., 2006). Bu aynı zamanda ikili kültürleri, geçmiş ve şimdiki kimliklerin boyutlarını ve bu kimliklerin yer ve toplum üzerindeki etkilerini anlatır. Süreç içerisinde bu çalışma toplumla birlikte çalışma projesine dönüşür.

Yersiz/Yurtsuzluk: Shaya Golparian'ın Deneyimlerine İlişkin A/R/Tografik Performans(2012)

Shaya Golparian'ın Deneyimlerine İlişkin A/r/tografik Performansını İçeren Yersiz/Yurtsuzluk başlıklı tezi üzerine sanatçı tezin otobiyografik, a/r/tografik, post-kolonisel, yaşayan şiirsel sorgulama içeren ve evsiz olmayı deneyimleyerek oluşturduğu yazınsal ve görsel performansları çerçevesinde yersiz/yurtsuz kalma temasını sorguladığı yaşayan bir araştırmaya dayandığını, çalışmadaki "arada olmanın acısı" temalı sanatsal yansıtmada boşluk ya da yoklukla ilintili göçmenlerin kişisel deneyimlerini paylaştığını belirtir (Golparian, 2012).

Araştırmacı sanatsal yaratma sürecinde kendini araştırma konusu olarak ele alır. Sürece eleştirel analiz çerçevesinde yaklaşarak ürün olarak ortaya koyulan yazın ve görselleri yorumlanmıştır. Tezin pedagojik süreci/ ürünü ev, dil, ötekileştirme, görünmezlik, yabancılaşma, acı ve etik kavramları ve bu kavramların; kelimeler, nesneler ve görseller çerçevesinde bir araya getirmeye dayalı araştırmacının yaşadığı mücadelelerini paylaşır.

Resim 2: Acı, Shaya Golparian, 2012.

Yaşayan a/r/tografik araştırma ile acıyı paylaşmak, anlamak ve acıyı anlamaya ilişkin birliktelik için araştırmacı kendine birtakım olanaklar yaratır, kendi deneyimlerini, anılarını açar ve öteki olarak tanımladığı izleyiciler ile yeniden hatırlayarak pedagojik bağlamda paylaşır.

Arada kalmışlığa ilişkin görsel yazınsal deneyiminde duyusal pedagoji çerçevesinde bir takım uygulamalar gerçekleştirir. Bu kişisel sorgulamada ortaya konulan, süreç/ürün odaklı sonuçlar a/r/tografik literatrüre yeni bir katkı sağlar. Çünkü a/r/tografik sorgulama ile çizmiş olduğu post-kolonisel çerçeve, arada kalmışlığı kişisel bağlamdaki görsel/yazınsal anlatılar ile ortaya koymayı sağlar. A/r/tografik bağlamda yaşayan sorgulama, eleştirel bir anlatı dili oluşturmanın ne kadar önemli olduğunu görmesini sağlar (Golparian, 2012).

Daniel T. Barney'in Sanatsal Uygulamaya Dayalı Bir Elbise Çalışması Sanatçı, Araştırmacı Öğretmen Kimliklerini Anlamanın Yolu

Daniel T. Barney'in Sanatsal Uygulamaya Dayalı Bir Elbise Çalışması Sanatçı, Araştırmacı Öğretmen Kimliklerini Anlamanın Yolu başlıklı tezinde sanatçı araştırmasıyla ilintili olmak, bilmek ve yapmak ile ilgili kavramları bir sanatçı, bir araştırmacı ve bir öğretmen olarak yapılandırır.

A/r/tografi araştırmacısı olarak sanatçının uygulamaları teori yapılandırırken sanatsal deneyimleri işe koşmak üzerine kuruludur (Barney, 2009). Sanatçıya göre çağdaş sanatsal deneyime dayalı bakış açısı ile a/r/tografi araştırmacılarının kullandıkları bu sanat temelli özel yöntem ile birçok sistematik ve geleneksel yaklaşımlara direndikleri söylenebilir. Örneğin a/r/tografi araştırmalarında veri elde etme ve analiz süreçleri kendiliğinden oluşabilir. Sanatçı A/r/tografi tezinde veri toplama ve analizi yeniden kavramsallaştırmıştır (Barney, 2009).

Çalışmada elbise tasarımı ve dokular, metaforlardan yola çıkarak oluşturulmuş kavramsal temalardır ve araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle tasarımları ve tasarıma ilişkin yazınları, kavramları ve anlamları karşılıklı sayfada (facing page) kullanmıştır. Fakat üniversite bunu kabul etmemiş ve farklı bir formatla tekrar sunulmuştur (Barney, 2009). Sanatçının bu tezde yaşadığı tez yazım kuralı problemi dikkat çekmektedir. Tezde bilgiler geleneksel tez yazım kuralları çerçevesinde kronolojik olarak verilmemiştir. Bunun yerine Barney tarafından a/r/tografik olarak oluşturulmuş ilişki içindeki sıralama ile bilgi verilmiştir. Bu sıralama geleneksel tez yazım kurallarına uymadığı için Barney üniversite için ayrı bir tez daha hazırlamak zorunda kalmıştır. Bu kuramsal zorlamalar araştırmanın yaratıcı üretim sürecine ilişkin sınırlamalara neden olmuştur.

Resim 3: Barney a/r/tografik çalışması sürecinde iç içe geçmiş sanatçı, araştırmacı ve öğretmen kimliği ile ilişkili olarak bu yumuşak heykel formunu oluşturdu. bu resim yayınlanmamış doktora tezinin tasarım versiyonundan alıntıdır, ss. 40-41 (Bedir, Erişti S. D., 2017).

Gershwin'in Rhapsody In Blue Adlı Eserine Yapılan Resimlerin İncelemesi

Sanatçı farklı bir disiplin olan müziği kendi çalışma alanına aktararak, resimlerinde yeni bir araştırma metodu olan a/r/tografiyi deneyimler. Bilginin, kişinin sezgisel olarak işitme duyusunu geliştirme derecesine etkisinin görülmesinin amaçlandığı bu çalışmada, George Gershwin'in Rhapsody in Blue adlı eserinin resmi yapılmıştır.

Resim 5: Ayşe Güler, Rhapsody in Blue I, First Phase,

90x120 cm, 2010, oil paint on canvas.

Resim 4: Ayşe Güler, Rhapsody in Blue II, First Phase, 60x70 cm, 2010, oil paint on canvas.

Birinci aşamada Gershwin'i ve eserini hiç tanımadan sadece sezgi ile eseri belli bir disiplinle dinleyerek resimler yapılmış, ikinci aşamada ise Gershwin'in hayatı ve eserleri derinlemesine incelendikten sonra dinlenerek aynı eserin uyandırdığı duygular ile tekrar resim yapılmıştır. İkinci aşamada eser hakkında bilgilendikten sonra yapılan resimler kompozisyon, renk ve biçim yönünden ciddi farklılıklar göstermiştir (Güler, 2015).

Sonuç

Sonuç olarak incelenen dört örnekte a/r/tografinin doğasına ilişkin birçok bilgi edinebilmekteyiz. İncelenen örneklerde a/r/tografinin süreçselliğine ve uygulama temelli yapısına vurgu yapılmaktadır. Her bir a/r/tografi çalışması süreç içerisinde yaşayan ve sürekli değişen bir yapıdadır ve süreç içerisinde yeni bağlamlar oluşması kaçınılmazdır. Ayrıca her a/r/tografi çalışması uygulama temellidir ve araştırmada süreç boyunca yapılan tüm uygulama ve araştırmalar bir bilgi türüdür.

A/r/tografi'de kullanılan veri toplama ve analiz yöntemlerinin ne kadar farklılık gösterebileceği gözler önüne sunulmuştur. Rita Irwin'in araştırmasında a/r/tografi yönteminin kuramsal olarak açıklamasının yap0ıldığı ve yöntemin nasıl uygulanacağına dair bir örnek teşkil etmeyi amaçladığı görülmektedir. Shaya Golparian'ın araştırması bizlere a/r/tografik bir yöntemle yapılan araştırmalarda araştıranın kendini araştırma nesnesi olarak ele alabileceğini gösterir. Daniel Barney araştırmasını ilişkisel bağlamda yapılandırmıştır ve a/r/tografinin ilişkisel doğasına örnek teşkil eder. Aynı zamanda Barney'in çalışmasında a/r/tografinin geleneksel yöntemlerin dışında olduğunu görebilmekteyiz. Ayşe Güler'in araştırması ise bize Türkiye'de a/r/tografik bir araştırmanın nasıl yapıldığını göstermesi bakımından örnek teşkil etmektedir. Fakat yöntemlerin bu denli farklılık gösterebilir olması ve keskin çizgilerinin olmayışı a/r/tografiye yapılan bir bilme ve bilgi türü olamayacağı, yöntemsiz olduğu eleştirilerinin kaynağını oluşturur.

A/r/tografinin yöntemsel çeşitliliği ayni zamanda başka bir takim problemlere de neden olmaktadır. Bu problemler üniversitelerde tez yazım kılavuzlarına uygunluk göstermemesi, yöntemin yeterince anlaşılmaması sonucu özellikle Türkiye'de yapılan a/r/tografik tezlerde, sadece teorik olarak a/r/tografinin açıklanması ve yöntemsiz olarak araştırmacının kendi işlerini yorumlamasından öteye gidememesi olarak sıralanabilir.

Kaynakça

Bakan, D. (2013). This is the beauty: song as a/r/tographical exploration. *UNESCO Observatory Multi-Disciplinary Journal in the Arts, 3*(2).

Bedir, Erişti, S. D. vd. (2017). Görsel Araştırma Yöntemleri Teori, Uygulama ve Örnek. Ankara: Pegem Akademi.

Bickel, B. (2004). *From artist to a/r/tographer: An autoethnographic ritual inquiry into writing on the body*. Unpublished master's thesis, The University of British Columbia. Vancouver, BC.

Bolt, B. (2011). Art-as-research, In *Heidegger Reframed* (pp. 138-158). NY: IB Taurus.

Boulton, A, Grauer, K. and Irwin, R., (2017). Becoming Teacher: A/r/tographical Inquiry and Visualising Metaphor. The Internatıonal Journal Of Art &Desıgn Educatıon.

BOURRIAUD, N., (2005). İlişkisel Estetik. İstanbul: Bağlam Yayınları

Detlefsen, J., (2012). A Conversation About A/r/tography: What Are the Qualities of Living Inquiry That Foster a Qualitative Whole in Art Education? Visual Arts Research, 38/2, 71-82.

Güler, A., (2015). Sanat Eğitiminde Uygulamaya Dayalı Yeni Bir Araştırma Metodu: A/r/tografi Gershwin'in Rhapsody in Blue adlı Eserine Yapılan Resimlerin Eleştirisi. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry

Hannigan, S., (2012). A/r/tography and Place Ontology, Visual Arts Research, Vol. 38/2, 85-96.

Irwin, R. vd. (2009). The City of Richgate: A/r/tographic Cartography as Public Pedagogy, the authors, journal compilation, NSEAD/ Blackwell Publishing Ltd.

Irwin, R. vd. (2006). The Rhizomatic Relations of A/r/tography, Studies in Art Education. Arts-Based Research in Art Education, 48/1.

Kalin, N., Barney, D. and Irwin, R., (2009). Mentoring Relations Within A/r/tographic Inquiry. Visual Arts Research, 35/2, 11-23.

Leggo, C. (2012). 29 Ways of Looking at the Oblique in A/r/tography. Visual ArtsResearch, 38/2.

Siegesmund, R., (2012). Dewey Through A/r/tography. Visual Arts Research, 38/2, 99-109.

Sullivan, G. (2005). Art practice as research: Inquiry in the visual arts. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Wiebe, S vd. (2007). Re-imagining Arts Integration: Rhizomatic Relations of the Everyday. The Journal of Educational Thought (JET) / Revue de la PenséeÉducative, 41/3.

ÇAĞDAŞ SANATTA YABANCILAŞMA KAVRAMI

Dilan AY

Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Öz

Yabancılaşma geçmişten günümüze insanlığın en büyük problemlerinden biri olmuştur. Fransız İhtilali ve sanayi devriminin ardından toplumsal yapıda yaşanan hızlı ve büyük değişimler sonucunda özellikle modern dönemde belirgin bir hale gelmiş, ardından küreselleşme, teknolojinin hızlı yükselişi ve tüketim kültürü gibi gelişmelerle postmodern dönemde doruk noktasına ulaşmıştır. Postmodernizmin eklektik ve çoğulcu yapısıyla, yabancılaşmanın kendi içindeki sosyolojik, psikolojik ve felsefi ayrımlı yapısı, çağdaş sanatçıların işlerinde de paralellik göstermektedir. Çağdaş sanatçılar yabancılaşmayı, kimlik, beden, göç, mülteci sorunu, iklim değişikliği ve teknoloji gibi çeşitli konular üzerinden işlemişlerdir. Farklı disiplinlerde üretilen birçok işin ortak yönü sadece yabancılaşmayı konu olarak işlemelerinden ziyade yabancılaşmaya bir başkaldırıyı içeriyor olmalarıdır.

Bu bildirinin amacı, yabancılaşma kavramını, postmodern dönemde ortaya çıkan sosyo-kültürel yapıdaki değişikliklerle ele almak ve bunun sanata nasıl yansıdığını örnekler üzerinden incelemektir.

Bu bildiri literatür taraması yöntemi kullanılarak oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yabancılaşma, Çağdaş sanat, Kimlik, Beden

Giriş

Yabancılaşma kavramının çağdaş sanata yansımalarını incelemeden önce kavramın tanımını yapmak, yabancılaşmayı daha iyi anlamak ve çağdaş sanat ile bağlantılarını kurmak açısından faydalı olacaktır. Ahmet Cevizci Paradigmalar Felsefe Sözlüğü adlı kitabında yabancılaşmanın tanımını şöyle yapmıştır:

1-Özgün anlamı içinde bir şeyi ya da kimseyi başka bir şeyden ya da kimseden uzaklaştıran, başka bir şeye ya da kimseye yabancı hale getiren eylem ya da gelişme.

2-Daha özel olarak da, psikiyatride, normalden sapma.

3-Çağdaş psikoloji ve sosyolojide, kişinin kendisine, içinde yaşadığı topluma, doğaya ve başka insanlara karşı duyduğu yabancılık hissi.

4-Felsefede yabancılaşma şeylerin, nesnelerin bilinç için yabancı, uzak ve ilgisiz görünmesi, daha önceden ilgi duyulan şeylere, dostluk ilişkisi içinde bulunulan insanlara karşı kayıtsız kalma, ilgi duymama, hatta bıkkınlık ya da tiksinti duyma.

5-Yabancılaşma daha özel olarak ve bene yabancılaşma anlamında, benin kendi özünden uzaklaşmasıyla, kendisine ve eylemlerine nesnel bir biçimde, sanki bir ustanın elinden çıkmış bir nesneye bakarcasına yaklaşmasıyla belirlenen bilinç haline karşılık gelir (Cevizci, A., 1999, s.906). Bu anlamlarıyla birlikte yabancılaşma olgusu felsefi, sosyolojik ve psikolojik olarak ele alınan bir kavram olup, özellikle Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi'yle birlikte yaşanan toplum yapısındaki değişimlerle modern dönem ve sonrasında postmodern dönem insanın en büyük problemlerinden biri haline gelmiştir.

Yabancılaşmanın kökenlerini çok eskiye dayandırabilmek mümkündür fakat bu noktada özellikle Hegel ve Marx'ın görüşleri kavramı tanımlamak adına yararlanılabilecek önemli kaynakları oluşturur. Literatürde birçok kaynağa göre kavramı çağdaş felsefeye kazandıranın Hegel olduğu söylenir. Hegel yabancılaşmayı öznenin yolculuğu olarak değerlendirirken, Marx ise yabancılaşmayı kapitalist toplumla ilişkilendirir ve işçinin yabancılaşması durumundan yola çıkar. Bu durum yabancılaşmış emek olarak da karşımıza çıkabilmektedir. Marx'ta yabancılaşma, emeğin ürettiği nesneye, üretim eylemine, kendine ve başka insanlara yabancılaşma olarak dört şekilde bahsedilir.

Modern Dönemde Yabancılaşma:

Modernizmle birlikte kentleşme, endüstrileşme, yoksulluk ve savaşlar sonucunda insanlar büyük bir umutsuzluk ve yalnızlık içine düşmüşler. Yabancılaşma da böylece belirgin bir şekilde kendini göstermeye başlar. Kuşkusuz tüm bunlar sanat alanında da büyük bir değişim yaşanmasına sebep olmuştur. Birçok modern sanat akımı yabancılaşmadan etkilenmiştir. Kübizm, Dada, Dışavurumculuk ve Sürrealizim bu akımlardan birkaçıdır. Kübizmde yabancılaşma biçim bozma ve parçalanma olarak karşımıza çıkarken, Dadacılarda geleneksel sanatın reddi, Dışavurumculukta ölüm ve savaş teması, Sürrealizmde ise yeni bir gerçeklik yaratma düşüncesi ile karşımıza çıkmaktadır.

Postmodern Dönemde Yabancılaşma

Postmodern döneme gelindiğinde ise yabancılaşmanın tanımından da anlaşılacağı gibi kendi içinde felsefi, psikolojik ve toplumsal olarak ayrı yapılanmalar görülebilmektedir. Örneğin Fromm, yabancılaşmayı kapitalist toplumun ekonomik yapısıyla ilişkilendirir. Yabancılaşmış birey kendini dünyanın merkezi ve yaratıcısı olarak görür. Yabancılaşmış insan hem kendinden

hem de diğer insanlardan uzaklaşmıştır. Fromm insanı yabancılaşmadan kurtaracak şeyin insani bir içeriğe sahip olan sevgi olduğunu söyler (Osmanoğlu, Ö.,2016).

Heidegger ise yabancılaşmaya felsefi bir yaklaşım sunar. Ona göre teknoloji insanın varlıkla olan bağının kopmasına ve insanın yersiz yurtsuzlaşmasına sebep olmaktadır. Teknoloji ve bilim insanı bilgi nesnesi haline getirmektedir, böylece insanın varlığıyla bağı kopmaktadır. Teknolojiyle birlikte yersiz yurtsuzluğun yaşandığı başka bir yer de bedendir. Ameliyatlar, ilaçlar ve organ nakliyle kullanılan bedenin kendine has düzeni de bozulmaktadır. Bu şekilde varlığıyla bağı kopan insanın bedeniyle de bağı kopar (Dağ, U., 2012). Bu dönemde yabancılaşma kavramı yersiz-yurtsuzlaşma olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Psikanalist olan Lacan ise yabancılaşmayı psikolojik açıdan ele alır. Lacan yabancılaşmayı ayna evresi ve parçalanmış beden ile açıklamayı tercih eder. Bu yabancılaşma, bebeğin ayna evresinde kendisini imgesi ile birlikte öteki olarak tanıması ve sonra dilin devreye girmesiyle oluşan bir yabancılaşmadır (Alp K. Ö. , 2014). Ayna evresi, insan yavrusu ve şempanze arasındaki ayrımı ortaya çıkartmayı sağlayan bir deneyden yola çıkar. Altı aylık bir bebek ve altı aylık bir şempanzenin ayna karşısındaki tepkilerinin incelenmesini içerir. Şempanze aynadaki yansımasıyla ilgilenmezken, bebek kendi yansımasından büyülenmiş görünmektedir. O ana kadar ebeveynlerine bağımlı olan çocuk ilk kez bir özerklik ve hakimiyet duygusuyla karşılaşır. Aynadaki imge bebeğin aynısı değil, ters bir yansıması olsa dahi bebek aldatılmış kalmaya ilişkin isteğini sürdürür çünkü ayna imgesi egonun oluşum halidir. Ayna yansıması gerçek olmadığı için yabancı ve yabancılaştırıcı bir şeydir. Lacan'a göre imgedeki yabancılaşma egoyla örtüşür (Özmen, E., 2002).

Postmodern dönemde en ön plana çıkan filozoflardan biri olan Adorno ise yabancılaşmanın, teknolojik gelişmeler, bunalım, yalnızlaşma, kişiliksizleşme, kimlik yitimi ve nesneleşme ile birlikte ortaya çıktığını ileri sürer. Toplumun dayanağı olan kurumlar bireyi yabancılaştırır. Yabancılaşma Faşist Diktatörlüklerde ve soykırım gibi trajedilerde ortaya çıkmaktadır (Osmanoğlu Ö. , 2016).

Çağdaş düşüncede önemli iki düşünür Delauze ve Guattari yabancılaşmayı yersiz yurtsuzluk olarak şekillendirir. Yersiz-yurtsuzlaştırma aslında bir oluş çizgisidir. Oluş çizgileri ise insanı oluşturur ve bu çizgiler de bizim benliğimizi oluşturur. Bireysel olmaktan öte daha çok, coğrafi, tarihsel ve arkeolojiktir. Tarihe dair öğrendiklerimizi belleğimizde taşırız, yani çizgimizde ve bu çizgiler bizi yerimize yurdumuza yerleştirir. Çizgilerimiz bizi anaya, babaya, milliyete, kimliğe, kökene götürür. Biz ancak bu çizgileri parçalayarak ileriye taşınırız ve yenileniriz. Yersiz-yurtsuzlaşma böyle ortaya çıkar (Demir I. , 2017).

Tüm bunlara ek olarak postmodern dönemde yabancılaşmaya zemin hazırlayan bir takım değişiklikler olmuştur. Özellikle sanayi sonrası kent yaşantısı sonucunda oluşan karmaşık

toplumsal yapı, Küreselleşmeyle birlikte yeni kapitalist düzen, teknolojik gelişimlerin getirdiği yeni sosyolojik paylaşım durumları, yabancılaşma kavramının son dönemdeki değişimlerinde tetikleyici faktörlerdir (Şahmaran Can, G.,2016). Bu dönemde ortaya çıkan küreselleşme ve kültür bozumu hareketi de süreci hızlandıran faktörler olmuştur. Kuşkusuz tüm bu değişimler sonucu ortaya çıkan yabancılaşmanın sanatçıları etkilemesi de kaçınılmaz olmuştur. İnsanlığın ve sanatın tüm dönemlerinde sanatçılara konu olan yabancılaşma, belki de en belirgin şekilde çağdaş sanatta kendini göstermektedir. Yabancılaşmanın toplumsal, felsefi ve psikolojik temelli ayrımı sanatçıların işlerinde de kendini göstermektedir. Çağdaş sanatçı yabancılaşmayı, kimlik, beden, göç, mülteci sorunu, iklim değişikliği ve teknoloji gibi çok çeşitli konular üzerinden işlemektedirler.

Yabancılaşmayı beden üzerinden ele alan sanatçılardan bazıları da feminist sanatçılar olmuştur. Feminist sanatçılar daha psikolojik bir yabancılaşmadan bahseder. Lacan'ın görüşleri ve Derrida'nın yapısökümü çok sık başvurdukları kaynaklar olmuştur. İnsanın "şeyleşmesi" olarak sonuçlanan "kapitalist yabancılaşma" feminist sanat pratiklerinde kadın bedeninin şeyleşmiş pek çok haline tanıklık eder. Çoğu kez bu pratiklerde yabancılaşmaya yabancılaştırma ile karşılık verilir. Postmodern feministler yabancılaşmayı daha çok öznel bir anlam olarak ele almışlardır. Çok seslilik, küreselleşme, aidiyet, coğrafya, kimlik, ırkçılık, göçmenlik, cinsiyet ayrımcılığı gibi konular feminist sanatçıların yabancılaşmayı ele aldıkları konular arasındadır. Kullandıkları malzeme ve yöntemler farklı olmakla birlikte genel anlamıyla bedeni belli kavramlar altında yabancılaştırarak bir metafor oluştururlar. Şiddet, feminist beden pratiklerinde yaygın olarak kullanılan bir yabancılaştırma unsurudur (Alp, K.Ö., 2014).

Carolee Schneemann-Meat Joy:

Carolee Schneemann,Meat Joy, 1964

Carolee Schneemann performanslarında kendi bedenini özgürlük alanı olarak kullanır. Meat Joy isimli performansında beden bir eylem alanıdır. Toplumsal beden ve kişisel beden arasındaki yabancılaşmayı araştırırken tavuk, balık ve ölü hayvanları insan vücuduna eklemlendirerek bedenin toplumsal yabancılaşmasına dikkat çeker (Alp K. Ö., 2014).

Kutluğ Ataman ve Şener Özmen ise kimlik üzerinden işler üreten çağdaş sanatçılardır. Yabancılaşma üzerine doğrudan işler üretmeseler dahi, yabancılaşma kavramının kimlik ve toplumsal meselelerle ilgili bağından dolayı yabancılaşmanın işaretleri üretilen işlerde çok rahat görülebilmektedir.

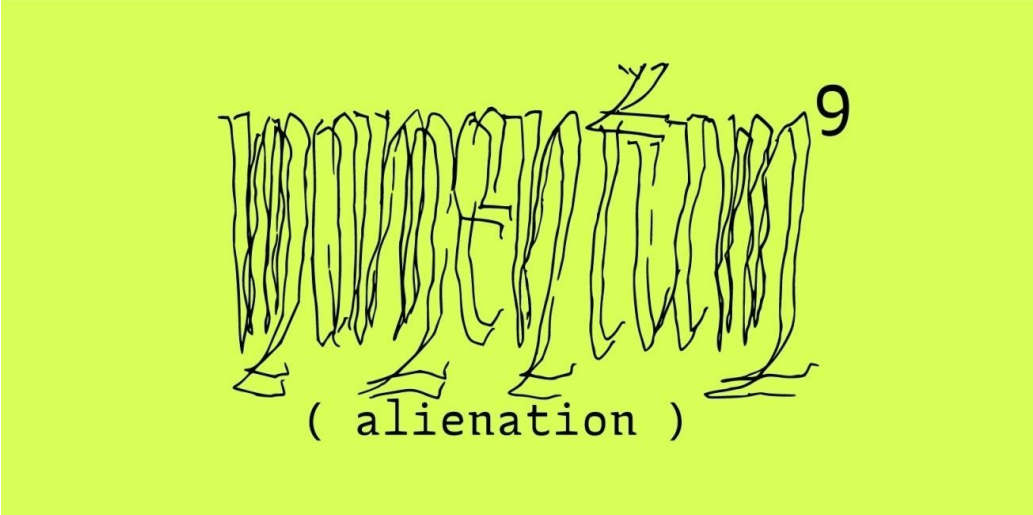
Kutluğ Ataman- Peruk Takan Kadınlar:

Kutluğ Ataman kimlik üzerine olan işleriyle tanınmaktadır. Peruk Takan Kadınlar çeşitli sebeplerden dolayı peruk kullanmak zorunda olan dört farklı kadınla yapılan röportajlardan oluşan bir video enstalasyondur. Bu kadınların kişisel öyküleri, Türkiye'nin tarihsel ve ideolojik panoramasını sunar. Aslında yapıt sadece farklı peruk sahiplerini değil bedenleri ve ruhlarına sahip çıkmaya çalışan insanların bir yansımasıdır. Röpörtajı yapılan ilk kadın 12 Mart döneminde terörist olduğu düşünülen Hostes Leyla adıyla bilinen Melek Ulugay'dır. Bu kadın kimliğini gizlemek için peruk kullanır. İkinci kadın, başörtüsü üzerine peruk takarak üniversiteye devam eden bir kadındır. Kimliği gizli kalsın diye görüntüsü kullanılmamıştır. Genç kadın kullandığı peruğun kimliğini kaybetmesine neden olduğunu söyler (Yılmaz, M., 2012). Burada aslında Kendi kimliğine yabancılaşmış bir kadın karşımıza çıkmaktadır. Üçüncü kadın göğüs kanseri olan

ve kemoterapi sonucu saçı dökülen gazeteci Nevval Sevindi'dir. Kadın kimliğinin bu hastalıktan sonra nasıl etkilendiğinden bahseder. Aslında burada insanın kendi bedenine yabancılaşmasını görürüz. Dördüncü kadın, transseksüel, Demet Demir'dir. Onun için peruk cinsiyet tercihinin ve başkaldırının bir nesnesidir. Aynı zamanda sanatçı, toplumsal baskı, iktidar, toplumsal cinsiyet, yaptırım, önyargı gibi kavramlar üzerine yeniden izleyiciyi düşündürür (Yılmaz, M., 2012).

Şener Özmen-Filtresiz Sergisi:

Şener Özmen'in Filtresiz isimli serisi mekanın üç köşesine yerleştirilen üç tahttan oluşur. Tahtların üzerinde Mezopotamya mitolojileri, yerel kültür ögeleri, siyasi tasvirler gibi birçok işleme bulunur. Bu tahtlar sanatçının çocukluğuyla bağlantılıdır ve otobiyografik bir anlam taşır. Sanatçı diğer işlerinden farklı olarak bu sergide ilk defa mekanı kullanmıştır. Bu mekan yaratma düşüncesinin bir arka planı olduğunu söyler sanatçı, çünkü kendisi mekanların yok edildiği bir yerde (Diyarbakır) yaşadığından bahseder. Ve bu mekan fikrinin yersiz-yurtsuzlaşmayla ilişkilendirir, çünkü sanatçı artık yaşadığı kentin kendi kenti olmadığını, artık orayı tanıyamadığını dile getirmektedir.



2017 yılında Momentum Nordic Bienali'nin teması da yabancılaşma olmuştur. Sanatçılar, göç, ekoloji, teknoloji gibi konularla yabancılaşmayı ele almışlardır.

Sonuç:

Küreselleşme ile oluşan yeni toplum yapıları, teknolojik ve bilimsel gelişmeler, kitle kültürü gibi etkenler postmodern dönemde yabancılaşmanın çok fazla hissedilmesine sebep olmuştur. Özellikle Lacan'ın görüşleri ve Derrida'nın yapısökümü gibi birçok farklı düşünür postmodern dönem sanatçılarına önderlik etmiştir. Çağdaş sanatçı yabancılaşmayı daha çok öznel olarak ele almaktadır. Postmodernizmin eklektik ve çoğulcu yapısıyla, yabancılaşmanın kendi içindeki ayrımlı yapısı, çağdaş sanatçıların işlerinde de paralellik göstermiştir. Sanatçılar çok çeşitli yönlerden yabancılaşma kavramını ele almaktadırlar. Bildiride yer alan farklı sanat pratiklerinden örnek alınmış işlerin ortak yönü sadece yabancılaşmayı konu olarak işlemelerinden ziyade yabancılaşmaya bir başkaldırıyı içeriyor olmalarıdır.

Kaynakça

Alp K. Ö. (2014). Feminist Sanatta Beden ve Yabancılaşma. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART-E,14

Dağ U. (2012). Heidegger'de Teknoloji Bağlamında İnsanın Yersiz Yurtsuzluğu Problemi. BEYTULHIKME An International Journal of Philosaphy, 2

Demir I. (2017). Deleuze ve Spinoza Kavramları Üzerinden Kardelen Fincancı, Nezaket Ekici ve TUNÇ Ali Çam'ın Çalışmalarının Değerlendirilmesi. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC

Erengezgin Kafkas Y. (2012). Küreselleşmenin Sanata Etkisi ve Uluslar Arası Sergiler Bildirisi. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 10. Ulusal Sanat Sempozyumu "Yeni Dünya Düzeninde Sanat"
Osmanoğlu Ö. (2016). Hegel'den Marcuse'ye Yabancılaşma Olgusu. Sosyal Bilimler Dergisi Üsküdar University Journal Of Social Science, 3.
Şahmaran Can G. (2016). Küreselleşmeyle Gelişen Yabancılaşma Kavramı ve Sanat. The Journal of Academic Social Science Studie, 51
Yılmaz, M. (2012). Sanatın Günceli Güncelin Sanatı. Ankara: Ütopya Yayınevi

İnternet Kaynakları:

Momentum Nordic Biennial. (2017). http://momentum9.no/ adresinden erişildi. (ET:25.08.2018)

Lacan, Ayna Evresi ve Marx. (2002). http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/5175/lacan-ayna-evresi-ve-marx#.Wv2rBkiFPIU adresinden erişildi. (ET:25.08.2018)

Bir kente 'filtresiz' bakmak 2016 http://www.agos.com.tr/tr/yazi/15234/bir-kente-filtresiz-bakmak adresinden erişildi. (ET:25.08.2018)

Şener Özmen: Filtresiz. (2016).

http://www.arter.org.tr/W3/?sAction=PastExhibitions&iExhibitionId=63 adresinden erişildi. (ET:25.08.2018)

TÜRKİYE'DE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNDE BULUNAN ELEKTRONİK EKRANLARDAKİ DİJİTAL YÖNLENDİRMELERİN TİPOGRAFİK İÇERİK ANALİZİ

Zahide İdil KANMAZ

Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü

Grafik Anasanat Dalı

Öz

Son on yıldır günlük yaşantımızı her yönüyle etkileyen teknoloji, tipografinin başrol oynadığı alanlara elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmeleri de ekleyerek yazının etki ettiği mecraları genişletmeye devam etmektedir. Yeni medya teknolojisiyle geliştirilen elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmeler, alışveriş merkezlerinde kendinden sıkça söz ettirmektedir. Ülkemizde gitgide yaygınlaşmasına rağmen etkin kullanılmadığı gözlemlenen elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmelerin, gelecekte bütün basılı yönlendirme levhalarının yerini alacağı öngörülmektedir. Bu makale; günümüzde kullanılan elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmelerin içerdiği tipografik öğelerin; yazı karakteri (font), yerleşimi, rengi, hareketi ile ilgili tüm grafiksel kararların olumlu ve olumsuz yönlerini, halihazırda tipografi kültürü alanında yaygınlaşmış temel eser ve ölçütler ile ele alarak, gelecekte geliştirilecek olan dijital yönlendirmelerde kullanılacak tipografik seçimlerin iletişim verimliliğini artırma konusuna ışık tutma ve teoriksel olarak katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar kelimeler: Elektronik ekranlar; Dijital yönlendirme; Tipografi.

TYPOGRAPHOCAL CONTENT ANALYSIS in DIGITAL DIRECTIONS of ELECTRONIC DISPLAY in SHOPPING CENTERS in TURKEY

Abstract

The technology that has affected every aspects of our daily lives for the last ten years, and it continues to expand the writing influences areas where typography plays a leading role such as

by adding typography to digital directions on electronic screens. Digital directories on the electronic screens developed with new media technology which are frequently mentioned in shopping centers. In our country, digital guidance in electronic displays which are observed to be ineffective despite their widespread usage, but it is envisaged that, they will take the place of all printed orientation plates in the future. This article is aiming to contribute the typographic elements which are included in the digital orientations in today's electronic screens, to study the positive and negative aspects of all graphical decisions related to typography; typeface (font), settlement, color and animation (movement) with the main works and criteria published in the field of typography culture, to highlight the issue of increasing the communication efficiency of typographic choices to be used in the future digital developments.

Key Words: Electronic screens; Digital direction; Typography.

1. Giriş

Günlük yaşantımızda sıkça ziyaret ettiğimiz ve Türkiye'deki arzı 393'e ulaşan (JLL, 2017) alışveriş merkezlerinde bulunan karmaşık düzen, son on yıldır elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmeler (dijital haritalar) ile çözümlenmeye çalışılmaktadır. Teknolojik gelişmeler ile

kendine yeni bir alan yaratan tipografi, insanların ulaşmak istedikleri konuma gitmek için yardım aldıkları durağan (statik) yönlendirme levhalarından, günümüzdeki hareketli (dinamik) dijital yön bulma kiosklarına[1] kadar evrilmiştir (Resim 1). Alışveriş merkezlerindeki dijital yönlendirme kiosklarında bulunan tipografik içerikler, kullanıcılar ile birebir etkileşim halindedir. Kullanıcı ile elektronik cihaz arasında köprü görevi gören grafiksel kullanıcı arayüz tasarımındaki tipografi;

[1] Kiosk: Yazılımsal sistem ile desteklenen, dokunmatik ekranlı, bilgi ve servis amaçlı kullanılan elektronik terminallerdir.

belirli alan, çözünürlük ve tasarımsal çözümlemeler ile, izleyicide bıraktıkları etki düzeyini artırmayı hedeflemektedir. Etki düzeyi yüksek bir elektronik ekrandaki dijital yönlendirme tasarımında bulunan tipografik ögeler, gidilecek hedefte yaşanılacak zorlukları azaltır ve aranılan konumu rahatlıkla bulmaya katkı sağlar. Türkiye'deki alışveriş merkezlerinin çoğunda yer alan bu dijital haritalar, belirli bir amaca yönelik olarak tasarlanmış çevrenin şematik bir temsilidir. Bir dijital haritada ele alınacak ve dikkat edilecek unsurlar; topoloji, semantik, sözdizimi (mevcut AVM işaretleri ve yönergeleri dahil) ve bilişsel berraklıktır (Nossum, 2010). Bu makale; karmaşık bir alışveriş merkezi ortamında, gelen ziyaretçiler için gidecekleri yere yönlendirici olarak kullandıkları elektronik yol bulucu (wayfinder) ekranlarındaki tipografik ögelerin kullanımlarını ve kullanılabilirliklerini değerlendirmektedir. Değerlendirmeden çıkan sonuç ile, elektronik ekrandaki dijital yönlendirme üzerinde bulunan tipografinin daha verimli kullanılmasına ışık tutmayı hedeflemektedir.

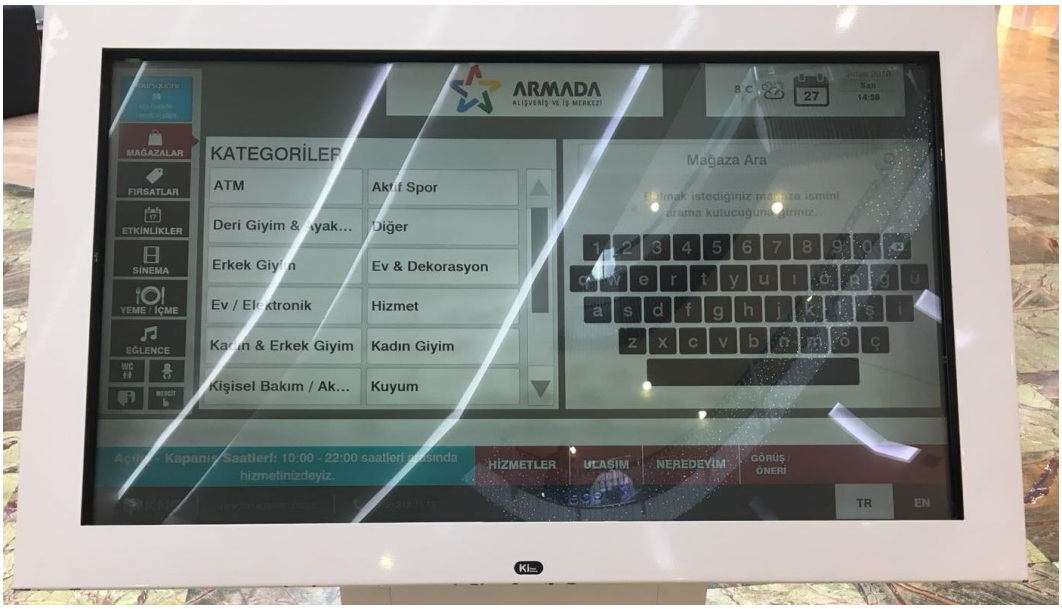
Resim 1: Alışveriş merkezlerinde bulunan elektronik ekranlardaki dijital yönlendirme örnekleri. Armada Alışveriş Merkezi, Taurus Alışveriş Merkezi.

2. Tipografi ve Dijital Yönlendirme

Tipografi kelimesinin kökeni eski Yunancada "form" anlamına gelen "typos" ve "yazmak" anlamına gelen "graphia" sözcüklerinin birlikteliğinden ortaya çıkmaktadır. İlk kez 1826 yılında Fransızca "typographie" olarak adlandırılmış ve 1873 yılında Namık Kemal'in "Osmanlı Modernleşmesinin Meseleleri"nde Türkçe "tipografi" olarak yer almıştır. Kavram; "forma uygun yazmak" olarak açıklanmaktadır (https://www.etimolojiturkce.com/kelime/tipografi).

Masaüstü yayıncılığın ortaya çıkmasıyla birlikte, yazı tasarımı ve imalatı yeni bir yaşam döngüsüne girmiştir. Geleneksel analog harf formları, yerini elektronik tabanlı dijital biçime bırakmıştır. Proje bağlamında, tipografik tasarıma verilen çok alanlı (multidisipliner) yapı, yeni teknolojilerle yeni eylem alanlarının birleşmesine yol açmıştır. Son on yıldır kullanım alanı oldukça yaygınlaşan elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmeler, arka plandaki kodlardan oluşan bilgisayar yazılımlı altyapıyı kullanıcıyla buluşturabilmek için görsel nitelikler taşıyan bir bedene ihtiyaç duymaktadır. Bu görsel nitelikler taşıyan bedene; "Grafiksel Kullanıcı Arayüz Tasarımı" adı verilmektedir. Grafiksel Kullanıcı Arayüz Tasarımı; elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmeler ile kullanıcısı arasında etkileşim ve iletişim köprüsü görevi gören görsel bir tasarım disiplinidir (Kanmaz, 2015). Tipografi, bu köprünün eklemleşmiş bir parçası olarak

elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmelerin Grafiksel Kullanıcı Arayüz Tasarımında dijitalize



edilmiş şekilde konumlanmaktadır (Resim 2).

Resim 2: Elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmelerin Grafiksel Kullanıcı Arayüz Tasarımını. Armada Alışveriş Merkezi dijital yönlendirme kiosku.

3. Alışveriş Merkezlerinde Bulunan Elektronik Yönlendirme Ekranlarının Tipografiksel İçerik Analizi

*"Her tasarım, görüntüleyenlere mesaj yoluyla rehberlik etmek ve hangi bilgilerin en önemli olduğunu anlamalarına yardımcı olmak için uygulanan görsel bir hiyerarşiye sahiptir. Birincil veya en önemli bilgi ile ikincil ve üçüncül bilgiler arasında açık bir ayrım güçlü bir görsel hiyerarşiyi tanımlar. Bu, tasarımın hangi elemanlarının üzerinde durulacağını ve nasıl bütünleştirileceğini belirler." (*Rebecca Gallagher ve Andrea Moore Paldy, 2007)

Tipografi, dijital tasarımlarda hayati bir önem taşımaktadır. Tasarımın başarılı olabilmesi için tipografinin gösteriminin net ve okunabilir olması zorunludur. Elektronik ekranlardaki dijital yönlendirme tasarımlarında yer alan iyi seçilmiş bir tipografi, okunurken efor gerektirmeden algılanabilirken, amaca uygunluğu analiz edilmeden seçilmiş tipografi ise okuyucusunu zorlayarak kendinden uzaklaştırır.

Oliver Reichenstein'ın da belirttiği gibi; web tipografisinin en iyi duruma getirilmesi "okunurluğu, erişilebirliği ve kullanışlılığındaki grafiksel dengeyi optimize etmekle sağlanabilir"

(2006). Bu optimizasyon mikro tipografi (yazı tipi ve boşluğun ayrıntılı yönleri) ve makro tipografiyi (genel metin yapısı) birlikte içinde barındırmaktadır. Dijital yönlendirme kiosklarında bulunan tipografinin net bir görevi vardır: yazılı olarak bilgi aktarmak ve yönlendirme yapmak. Hiçbir grafiksel ya da yazılımsal çözüm tipografiyi bu görevden uzaklaştırmamalıdır. Elektronik ekranda bulunan okunurluğu az, formu karmaşık, ya da rengi yanlış seçilmiş bir yazı karakteri tipografik iletişimi zorlaştırarak amacından uzaklaşarak başarısız bir ürün haline gelebilir. Rand'ın da değindiği gibi "karmaşık, süslü veya belirsiz tasarım, kendini imha edecek bir mekanizma içerir. Ve fakat, okunurluğunda anlaşılabilen, izleyicisinin formuna aşina olduğu ve dengeli bir kontrast renk skalasına sahip yazı karakteri ile tasarlanmış elektronik yönlendirmeler başarılı tipografik iletişimin örneği olarak gösterilebilir.

Dijital yönlendirme arayüzlerindeki alan niceliğinin sınırlı ve grafiksel ögelerin ifade özgürlüğü çerçevesinin oldukça dar olmasından dolayı; seçilen tipografinin görsel niteliklerine (form, renk, yerleşim, boyut, hareket) dikkat edilmelidir. Charles Bigelow ve Donald Day'e göre; dijital tipografi farklı öğelerin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Bu öğeler; çizgi vuruşları, pikseller, renkler, gri tonlar veya harf formunun ölçeklendirilebileceği herhangi bir grafik biçimi olabilir (1983). Belirtilen öğeler doğrultusunda teknolojiden en iyi şekilde yararlanmak; dijital harf biçimlerinin güzelliği ve okunaklılığına son derece katkıda bulunan geleneksel harflerin kalitesini korumasını sağlamaktan geçiyor. Kullanıcıların geçmişte deneyimlediği ve öğrendiği duyuların, şimdiki bilişin gerekli bir parçası olduğunu ve gelecekteki düşünce ve davranışlarımızı etkilediğini savunan Norman (2004), dijital tipografinin duyusal bağlar ile koordineli bir biçimde evrilmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Özetle; kendi kimliğini yitirmiş harf formları algılanılabilirliğini riske atmış demektir ve bu tür bir risk tasarıma olan güveni azaltır.

Tasarım alanı tarafından belirlenen sınırların dışına çıkılmadan en verimli biçimde yerleştirilen tipografik ögeler, bilgisayar teknolojisinin desteği ile görüntüleme aygıtına ve bu ekranda eklemli harflerin biçimlendirilmesi için gerekli olan elektron demetinin açma-kapama düzenini kontrol etmek için gerekli dijital bilgisayara odaklanarak izleyicisine sunulmaktadır. Bilgisayar teknolojisindeki dijital ekranların renk kodu; kırmızı, yeşil ve maviden (RGB) oluşmaktadır. Tipografik ögeler tasarıma yerleştirilirken kullanılan renkler bu renk şemasından seçilmekte ve alfa kanalıyla (Alpha Channel) tasarlanmaktadır. Tasarım aşamasında seçilen renklerin göz tarafından algılanabilir olması ve okunurken gözü yormaması için dikkatli seçimler yapılmalıdır. Babich'e göre, dijital ekranlar için tipografik tasarımlar yaparken "kullanıcıların metin içeriğini görmesine ve yorumlamasına yardımcı olmak adına renk ve kontrast kullanılmalıdır" (2016). Fakat, elektronik ekranlarda doğru kontrast oranını yakalamak zor bir durumdur. Durumu zorlaştıran nedenlerden ilki; dijital ekranlar arasındaki endüstriyel malzeme farklılığıdır. Tasarlanılan bilgisayar ile kullanıcı ekranı arasındaki ekran malzemesi ve çözünürlüğü birbirinden farklı olabilir. Dolayısıyla ortaya çıkan tipografik tasarımda çözünürlük sorunu yaşanabilir. İkinci neden ise; dijital ekranın kullanım yerleştirildiği alanın ışık dengesinin

değişkenliğidir. Üçüncü ve tasarımsal olarak önemli neden; elektronik yönlendirme ekranlarında kullanılacak tipografinin kontrast oranı yüksek olursa bakan gözü yorabilir, az olursa göz tarafından algılanmakta zorluk yaşanılabilir. Bu yüzden seçilen renk ve kontrast seviyesi titiz bir şekilde dengelenmelidir. Elektronik ekranlarda ideal kontrast seviyesi ilgili olarak WC3 tarafından analiz edilen web içeriği erişilebilirlik yönergeleri çalışmasından çıkan sonuçlar kullanıcıların ekrandaki metni okuyabilmeleri için gereken kontrast değerlerini şu şekilde vermektedir:

- Yazı karakteri rengi ve arka plan arasındaki kontrast oranı, parlaklığına veya yayılan ışık şiddetine bağlı olarak 1-21 aralığında olmalıdır.

- Elektronik ekranlardaki küçük görüntü metinleri için; küçük metnin arka planına karşı en az 4.5:1 oranında bir kontrast oranı olmalıdır.
- Elektronik ekranlardaki büyük görüntü metinleri için; (14 punto kalın / 18 punto ve üstü) büyük metin arka planına karşı en az 3:1 oranında bir kontrast oranına sahip olmalıdır (Resim 3).

Resim 3: WC3 değerlerine göre kontrast ayarlaması yapılmış örnekler. Harf boyutları: 18 punto, 11 punto.

Elektronik ekranlar söz konusu olduğunda tasarım alanı önemli bir husustur. Bu ekranlardaki alan boyutu sınırlı piksellerden oluştuğu için, yapılan tipografik tasarımın yerleşimi elektronik

ekranın **Resim 4:** Yerleşim sorunları ve okunurluk problemi örneği. Nata Vega Outlet dijital yönlendirme kiosku.

çözünürlüğüyle doğru orantılı olarak sürdürülmelidir. Seçilen font, dijital bir ekranda sergileneceği için seriften kaçınılmalıdır. Çok ince (ultra thin) ve çok kalın (ekstra bold) font seçimleri tasarım dengesini olumsuz etkileyebilir. Dar alanda birçok yönlendirme mesajı veren ve aynı zamanda kendi içinde hiyerarşik bir düzene sahip olması gereken dijital yönlendirme kiosklarındaki tipografik ögelerin; kullanıcılar ile yazı karakteri arasında oluşan etkileşimi güçlendirmesi harf arası, sözcükler arası, satır arası ve kenarlarına bırakılan boşluklara dikkat edilerek konumlandırılması ile gerçekleşebilir. Dikkat edilmediği durumlarda harflerin üst üste binmesi, kelimelerin karışması, cümlelerin okunamaması veya tipografinin sayfa tasarımı dışına çıkması gibi sorunlarla karşılaşılmaktadır (Resim 4).

Brandão'ya göre dijital bir tipografik tasarım yapılacaksa, ilk düşünülmesi gereken konu harekettir. Ekran üzerindeki dijital bir yazının hareket ettikten sonra, tasarımdaki diğer herhangi bir ögeden daha fazla dikkat çektiğini belirtmiştir. Bunu; "kinetik bir tipografik tasarımdaki hareketin anlaşılması ve çözülmesi retina tarafından algılanmanın ötesine geçer, mesaj beyin tarafından işlenir ve kişisel hatıralar, deneyim ve hayal gücü ile ilintili olduğu için desteklemektedir" şeklinde açıklamıştır (2012). Aynı zamanda Arnhein, hayatta kalma içgüdüleri nedeniyle insanlar, hareketi görsel uyaranın diğer krallarından daha güçlü bir şekilde algıladığını savunmaktadır (1954). Yapılan araştırmalardan çıkan sonuçlara göre, kritik noktaları işaret eden elektronik ekranlardaki dijital yönlendirme kullanılacak olan tipografilerin, önümüzdeki yıllarda hareketli (kinetik) tasarlanması kaçınılmazdır.

4. Sonuç

Elektronik ekranlardaki dijital yönlendirmelerin tipografiksel içeriği üzerine yapılan bu araştırmada, seçilen yazı ögelerinin görsel niteliklerine (form, renk, yerleşim, boyut ve hareket) detaylıca değinilmiştir. Okunabilirliği iyileştirmek ve etkileşimi güçlendirmek adına dikkat edilmesi gereken noktalar belirtilmiştir. Elektronik bir ekranda tipografik ögeler ile yönlendirme tasarımı yapmaya gelindiğinde; okunurluk, denge ve anatomi göz ardı edilmemelidir (Brugger, 2017). Dijital ekrandaki tipografi; okunurluk oranı yüksek olan bir font ile tasarım içinde renk dengesi iyi ayarlanmış, rahatlıkla ekran ölçüleri içerisinde konumlandırılmış ve hareketi ile odak noktası yaratmayı başarmış ise vermek istenilen mesajı daha iyi iletebilir.

5. Kaynakça

Arnheim, R. *"Art and visual perception: a psychology of the creative eye"*. 1954.

Babich, N. *"Getting typography right in digital design"*. Ağustos, 2017. https://medium.springboard.com/the-guide-to-getting-typography-right-in-digital-design-bb61214ff3ad

Bigelow, C.; Day, D. *"Digital Typography"*. Scientific American 249:2. Ağustos, 1983: 106.

https://www.scientificamerican.com/magazine/sa/1983/08-01/#article-digital-typography

Brandão, J. A. *"A Grammar of movement. Structural variables for expressing movement in graphical communication"*. Lisboa, 2012.

Brugger, P. *"Tipografi ve Tasarım". Yazılar. Ağustos, 2017.*

Etimoloji Türkçe, *"Tipografi Kelime Kökeni"*

https://www.etimolojiturkce.com/kelime/tipografi

Gallagher, R.; Paldy, A.M. *"Exploring Motion Graphics (Design Exploration)"*. Clifton Park, NY: Thomson Delmar Learning. 2007.

Laselle, J.L. *"Araştırma raporu."* JLL Türkiye. Ekim, 2017.

Kanmaz, Z.İ. "*Taşınabilir (mobil) akıllı cihazlardaki grafiksel kullanıcı arayüz tasarımında yer alan ikonların rolü ve önemi".* 2. Uluslararası Sanat Sempozyumu. Kasım, 2015.

Kholmatova, A. *"Design Systems".* Eylül, 2017. https://www.smashingmagazine.com/printed-books/design-systems/

Korkmaz, Ö. (2014). *"Bizim İçin Tipografi, "Yazı tipi" değil, suistimal edilmiş bir terimdir"* . https://sherpa.blog/bizim-icin-tipografi-yazitipi-degil-suistimal-edilmis-bir-terimdir#.WkBN1COB10s

Norman, D.A. "*Emotional design: why we love or hate everyday things".* NY: Basic Books. 2004.

Reichenstein, O. *"Design, Interface, Typography, Usability: Web design is 95% Typography."* 2006. Arnheim, Rudolf (1997). Art and visual perception: a psychology of the creative eye, 1954.

WC3. *Contrast (Minumum) Understanding SC 1.4.3*. https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/visual-audio-contrast-contrast.html

RESİM SANATINDA IŞIK VE GÖLGENİN ÖNEMİ: KARAKALEM ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER

Öğr. Gör. Yıldırım Onur ERDİREN
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

Öz

Resim sanatında kullanılan birden fazla unsur vardır. Bunlar; çizgi, form, ışık ve gölge, ton, renk, doku, biçim, yön gibi unsurlardır. Bunlardan en önemli ve temel olanı ışık ve gölgedir. Işık ve gölge karakalemde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu yöntem genellikle obje ve nesnelerin hacimlendirilmesinde kullanılan bir yöntemdir. Bu teknikle yapılan çalışmaları sergilerde, müzelerde ve çeşitli sanat merkezlerinde görmekteyiz. Bu çalışmada, karakalem çalışan ressamların ve çeşitli sanatçıların çalışmalarından örnekler vererek, çalışmalarında nasıl bir ışık ve gölgeleme tekniği yaptıkları irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Resim sanatı, ışık ve gölge, karakalem.

THE IMPORTANCE of LIGHT and SHADE in PAINTING ART: EXAMPLES FROM CHARACTERISTICS STUDIES

Abstract

There are several elements used in the art of painting. These; line, form, light and shadow, tone, color, texture, shape, direction. The most important and basic of these is light and shadow. Light and shadow are often used in charcoal. This method is usually used in the volume of objects and objects. We see works done with this technique in exhibitions, museums and various art centers. In this work, we will examine how artists work on charcoal and various artists, and how they make light and shadowing techniques.

Key Words: Pictorial art, light and shadow, charcoal.

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca resim sanatı iletişim açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, resim sanatında kullanılan teknik son derece önemli bir rol oynamaktadır. Bir resmin hangi teknikte yapıldığı önemli bir unsurdur. Bir resim eleştirisinde veya incelemesinde ilk bakılacak unsur o resmin hangi teknikte yapıldığıdır. Kullanılan bu teknikler; en temel teknik olan karakalem, pastel, yağlıboya,

karışık teknik ve baskı tekniğidir. Son dönemler sergilerde en fazla rastlanan yağlıboya, karışık teknik ve baskı tekniğidir. Karakalem tekniği ışık ve gölgede en fazla etkisini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, resim sanatına bakarken karakalem tekniğinde ışık ve gölgenin etkisinin olup olmadığı araştırma yöntemi kullanarak ve örnekler verilerek ele alınacaktır.

Resim Sanatı ve Karakalem

İnsanlık tarihinde çok önemli yere sahip olan resim sanatı, mağara döneminde bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Konuşma yetisine henüz sahip olmayan insanoğlu duygularını ve paylaşmak istediklerini aktarma yolu olarak mağara duvarlarına figürleri yaparak ifade etmeyi tercih etmişlerdir. İlk insanlar yaşadıkları ya da barındıkları mekânlar olan mağara duvarlarına gündelik uğraşları olan avlanma sahnelerini, av hayvanlarını ve kullandıkları yöntemleri resmetmişlerdir. Bunun nedeni, yaşadıkları güçlükleri diğerleri ile paylaşmak ya da günümüzde de bazı kültürlerde görülebilen büyücülerin kullandığı gibi, büyüsel amaçlı olabilir. Hayvanları bu yolla etkileyeceklerini ve daha kolay bir şekilde avlayabileceklerini düşünmüş olabilirler. Yani, mağara resimleri ilk insanların yaptıklarını, inançlarını, korkularını yansıtan bir ifade aracı olarak değerlendirilebilir. "İlkel toplumların kafasını anlamaya çalışmadan; onları, imgeleri, bakılacak güzel şeyler olarak değil de, kullanılacak ve güç dolu nesneler gibi görmeye iten yaşantıyı kavramadan, sanatın bu yabansı başlangıçlara girmeyi umudetemekteyiz." (Gombrich, 1986; s. 20) Zaman içerisinde sanat çeşitli dönemlerde ihtiyaç ve zevkler doğrultusunda değişime uğramıştır. Dönem dönem bir belge niteliği taşırken bazen de sırf görsel zenginlik bakımından üretilmiştir. Bu süreç mağara dönemi resimleri ile başlar, Yunan- Mısır gibi uygarlıklar ile devam eder. Gotik ile Avrupa'da başlayan serüvenine, Rönesans ve Barok'un estetik kaygılarını oluşumları gözlemlenebilir. Bu dönemlerde dinin ve kilisenin baskıcı tutumundan dolayı sadece kilisenin siparişleri ile dini konuların resmedildiği gözükmektedir. Dönem içerisinde resim sanatını gelişiminde, bir akımın çıkışında hep bir başkaldırı olduğundan söz etmek mümkündür. Örneğin; Neoklasizm'in, Barok ve Rokhoko akımlarının aşırılığına ve dekoratife kaçmasından dolayı eskiye biz özlem olarak çıktığını söyleyebiliriz. Zamanının şartları doğrultusunda sanatçıların ilgi alanları sosyo-politik yaklaşımları doğrultusunda değişim göstermiştir. Ressamın üretimi dönemin yaşam biçimini, kültürel etkileri hakkında bir fikir sahibi olabilmemiz açısından önem teşkil edebilir. Modernleşme sürecinde sanatçının yapıta bakış açısı farklılık göstermiş ve teknolojinin yardımıyla geleneksel yapıdan sıyrılma çabası gütmüştür. Çeşitli sanat akımlarıyla birlikte yapıtlar tarih boyunca çeşitlilik göstermiştir. Malzeme açısından yağlı ve su bazlı seçeneklerin yanında farklı materyalleri de tuval üzerinde kullanarak boyut farkı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu konuyu Turani "boya resim" olarak açıklamıştır; "Boya resim, insanın doğaya ve topluma karşı kendi davranışlarını aksettiren bir anlatım olanağıdır. Boya resim, tarih boyunca bir üslup gelişimine de sebep olmuştur. Arkaik, klasik, barok anlatımı, çeşitli ülke sanatlarında görülmektedir. Boya resim, 19. yy.'ın sonuna kadar doğa görünüşleri ile ilgilendiği halde 20. yy.'ın ilk yarısından itibaren soyut anlatıma yönlenmiştir. Ayrıca Doğu ülkeleri boya resimde satıhta ve hacimden yoksun bir anlatıma, yan yan figürlerin düzenlenmesine (juxtapose) önem verdikleri halde, batıda

Avrupa, figürlerin bir bakış noktasına göre düzenlenmesine ve bilimsel perspektife göre kompozisyonuna önem vermiştir. Ayrıca batı, boya ile üst üste bir çalışma ve kompozisyona (superpose) büyük ilgi göstermiştir. 20. yy.'a kadar valör resmine önem vermiş olan Batı, çağımızda renk anlatımına ve resmi yüzeysel bir biçimlemeye yönelmiştir. Batı dünyasında, boya resminde figürlü kompozisyonun, peyzajın, natürmort'un, tarihi konuların işlendiği görülmektedir. Geçmiş zamanlarda ise boyanın kendi biçimlenme alternatifleri değerlendirilmek istenmiştir." (Turani, 2003; s.25). Resim sanatının döneminden bahsettikten sonra, resim sanatının teknikleri son derece önemlidir. Resim sanatında tekniklerden bahsetmek gerekirse; en temel teknik olan karakalem, kuru boya, pastel, yağlıboya ve karışık teknik diyebiliriz. En temel teknik olan karakalem, çizime yeni başlayanların ilk uyguladıkları ve öğrendikleri tekniktir. Karakalemde objeleri çizerken ışık ve gölge etkilerine dikkat etmemiz gerekmektedir. Çünkü karakalemin en belirgin özelliği ışık ve gölgeyi ortaya çıkarmaktır.

Resim Sanatında Işık ve Gölgenin Önemi

Resim 1. Şükrü ERDİREN, "Kayınpeder Zühtü Öğe", 1946, Karakalem, İstiklal Harbi kahramanlarından bu acar topçu yüzbaşı, İstanbul'dan Anadolu'ya cephane ve silah kaçırırken defalarca ölümle burun buruna gelmiş, kendisine 4 defa madalya verilmişti.

Birinci eserde, sanatçının "Kayınpeder Zühtü Öğe" adlı çalışmasını görmekteyiz. Çalışma 1946 yılında yapılmıştır. Resmin türü, portredir. Tekniği ise, karakalemdir. Bu eserde, İstiklal Harbi kahramanlarından acar topçu yüzbaşı, İstanbul'dan Anadolu'ya cephane ve silah kaçırırken defalarca ölümle burun buruna gelmiş, kendisine 4 defa madalya verilmişti. Ressamın da karakalem olarak yansıttığı bu kişidir. Resimde görüldüğü üzere karakalemde ışık ve gölge başarılı bir şekilde yansıtılmıştır. Tonlama ve ışık etkilerini görmekteyiz.

Resim 2. Şükrü ERDİREN, "Yıldırım Erdiren", 1945, Karakalem.

Diğer eserde, yine Şükrü Erdiren'in karakalem tekniğini kullandığı bir çalışmasını görmekteyiz. Eser 1945 yılında yapılmıştır. Resmin türü, portredir. Sanatçı ışık ve gölge etkisini başarılı bir şekilde yansıtmıştır.

Resim 3. Şükrü ERDİREN, 1945, Karakalem.

Bu portre çalışmasında ise, yine Şükrü Erdiren'in karakalem tekniğini kullandığı bir çalışmasını görmekteyiz. Eser 1945 yılında yapılmıştır. Resmin türü, portredir. Sanatçı ışık ve gölge etkisini yine başarılı bir şekilde yansıtmıştır.

Yöntem

Bu çalışmanın yöntemi, literatür tarama, metin inceleme, kütüphane ve internet araştırmasıdır. Bu bildirinin temel ekseni karakalem tekniğinde ışık ve gölgenin etkisi üzerinedir. Çalışmada ilk adım, resim sanatının ne olduğu daha sonra karakalem tekniğinin ne olduğu ve resim sanatına bakarken ışık ve gölgenin etkileri hakkında bilgi verilecektir. Bu açıklamalar yapıldıktan sonra, eser örnekleri verilerek, sanatçıların ışık ve gölgeyi nasıl kullandığı açıklanacaktır. Son olarak, ışık ve gölgenin karakalemde hangi boyutta önemli olduğunu görmüş olacağız.

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, resim sanatında önemli bir teknik olan karakalemde ışık ve gölgenin önemi belirtilmiştir. Metinde örnekleri verilen eserlere eleştirel bir bakış bu çalışmada önemli rol oynamıştır. Eserlere

baktığımızda ressamların yaptıkları karakalem çalışmalarında ışık ve gölge başarılı bir şekilde yansıtılmıştır. Karakalemde tonlama resmedilen nesneyi tamamen ortaya çıkarmaktadır.

Kaynakça

Gombrich, E. H. (1986). *Sanatın Öyküsü.* Çev: Bedrettin Cömert. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Turani, A. (2003). *Sanat Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

TOPLUMSAL OLGU BAĞLAMINDA GÜÇLÜ KADIN ALGISININ GÖRSELLEŞTİRİLMESİ VE KONUYLA İLİŞKİLİ KADIN TEMALI FİLM AFİŞLERİNİN ESTETİK AÇIDAN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Ekin Su TOPCU

Giresun Üniversitesi Görele Güzel Sanatlar Fakültesi

Öz

Bu araştırma ile toplumsal bağlamda yaratılmak istenen güçlü kadın algısının görselleştirilmesi incelenmek istenmektedir. Kadın imgesi, toplumsal olgular ile bağdaştırılarak seçilecek kadın temalı sanat tarihinden örnek görsellerle güçlü kadın algısına vurgu yapılacaktır.

Daha sonra bu düzlemde, konu ile ilgili güçlü kadın vurgusu bulunan film afişlerinden örnekler rastgele olarak seçilerek, estetik bakımdan, tasarımlar, biçim ve içerik kapsamında incelenerek konu desteklenecektir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Toplumsal Olgu, Afiş.

VISUALIZATION of STRONG FEMALE PERCEPTION in THE CONTEXT of SOCIAL PHENOMENON and INVESTIGATION ESTHETICALLY WOMEN'S THEMATIC MOVIE POSTERS

Abstract

With this research, it is aimed to examine the visualization of socially strong woman perception. Female image associated with social phenomena, emphasis will be given to strong female perception with selected women's images from art history .

Then, in this direction, examples of movie posters emphasis on the subject with a strong woman, will be selected randomly and examined in terms of aesthetics, designs, form and content.

Key Words: Graphic design, social phenomena, posters.

1. Giriş

Geçmişten günümüze kadın imgesini, gerek sanat tarihinde gerekse güncel görsel iletişim araçlarında sıkça görmekteyiz. Araştırma kapsamındaki 'kadın imgesi' toplumsal olgular ile bağdaştırılarak, konuya uygun olarak seçilecek sanat tarihinden örnek görsellerle 'güçlü kadın' algısına vurgu yapılmak amaçlanmaktadır. Toplumsal olgular, kadın figürü üzerinden oluşturulan 'güzellik algısı', 'kadın imajının seksileştirilmesi', 'nü ifade', 'kadının toplumdaki yeri' vb. yaygın toplumsal algılamalar üzerinden ele alınarak, 'güçlü kadın' algısına vurgu yapılacak ve kadın imajını görselleştirmek üzerinden konu irdelenecektir. Bu araştırma ile öncelikle, kadın algısı, sanat tarihinde 'güçlü kadın imajını yaratmış' eserler üzerinden ikonografik bağlamda incelenecektir. Daha sonra, süreç bağlamında ilişkilendirilerek konu ile ilgili güçlü kadın vurgusu bulunan film afişlerinden örnekler rastgele olarak seçilerek, estetik açıdan biçim ve içerik bağlamında incelenerek konu desteklenecektir.

2. Toplumsal Olgu Bağlaminda Güçlü Kadin Olgusunun Görselleştirilmesi

Toplumsal olgu, aynı alanda gerçekleşen toplumsal olayların geneli olarak tanımlanır. Bütün toplumlara ya da kişilere özgüdür. Toplumsal olgu, topluma ait örf, adet ve kültürel özellikler gibi kavramları içerisinde barındırır. Toplumsal olguları toplumsal olaylardan ayıran en belirgin özellik ise, topluma ait uzun vadede etkin, kalıcı ve kültürel ögeleri içermektedir. Toplumsal olaylar; toplum hayatında tek tek ortaya çıkan, yeri ve zamanı belirli değişimleri ifade eder.

"İşinizin etkin ve berrak bir şekilde hedefine yönelmiş olduğundan emin olmak için sosyal ve kültürel bağlamın açıkça anlaşılması gerekir" (Leonard ve Ambrose, 2015: 38).

Geçmişten günümüze kadın imgesini, gerek sanat tarihinde gerekse güncel görsel iletişim araçlarında sıkça görmekteyiz. Beral Madra'ya göre; Kadın imgesinin sanat yapıtlarında temsil edilmesi tarih öncesi çağlardan günümüze, tapılan kadın (tanrıça), anılan kadın (erkek sanatçının ilham perisi), satılan kadın (tüketim kültürünün baş öğesi) olarak sürüp gidiyor. (http://www.beralmadra.net/articles/radikal-gazetesi/sanatta-imge-olarak-kadin/)

John Berger 'Görme Biçimleri' adlı kitabında; "Kadın hiç durmadan kendisini seyretmek zorundadır. Hemen her zaman kendi imgesiyle birlikte dolaşır… böylece kadın içinde 'gözleyen' ve 'gözlenen' kişilikleri kadın olarak onun kimliğini oluşturan ama birbirinden ayrı iki öğe olarak görmeye başlar… Bunu şöyle yalınlaştırabiliriz: Erkekler davrandıkları gibi; kadınlarsa göründükleri gibidirler. Erkekler kadınları seyrederler; kadınlarsa seyredilişlerini seyrederler." (Berger, 1999: 58).

Barok ressam **Delacroix**' da ünlü Özgürlük tablosunda kadın; halkı özgürlüğe doğru yürüten alegorik kişi olarak işlemiştir.

Manet'nin Olympia'sında geleneksel Venüs imgesi bozulmuştur. Bir başkaldırma olarak görülen resimde ideal kadın figürü yerine modern dönemin kadına biçtiği rollerden birisi olan fahişe, bir aktris gibi başrolde yer almaktadır. Manet'nin Olympia'sının izleyiciye olan doğrudan bakışı erkeğe açıkça bir meydan okumadır (Çakırusta, 2006:17)

1593'de doğan Artemisia Gentileschi bulunduğu dönemde kadının var olma mücadelesinin simgesi niteliğindedir. Resimlerinde yer alan kadınları ise güçlü kendinden emin ifadelerle yansıtmıştır.

Judith Holofernes'in Başını Keserken

Judith Holofernes'i Katlederken

Judith and the Head of Holofernes

Judith and her Maidservant

"Judith ve Holofernes" İncil'de geçen bir temadır. Bethulia şehri Asur ordusu tarafından kuşatılır. Bu şehirde yaşayan güzel ve zengin bir dul olan Judith, yanına hizmetçisi Abra'yı da alarak düşman karargâhına girer ve kışkırtıcı kıyafet ve tavırlarıyla komutan Holofernes'in dikkatini çekmeyi başarır. Holofernes, o gece kadını baştan çıkarmak amacıyla bir ziyafet düzenler ve sonunda içkiden sızıp kalınca, judith adamın kılıcını alarak başını gövdesinden ayırır ve kesik başı alıp şehre geri döner. Ertesi sabah, Asur askerleri generallerinin öldüğünü görünce kuşatmayı kaldırıp çekilirler; böylece şehir kurtulmuş olur ve Judith de kahraman ilan edilir. Caravaggio'nun Judith'i, şık giyimli genç bir kadındır ve kılıcı alışık olmadığı bir ev işini yaparken hanımefendi edasıyla, yüzündeki tiksintiyle ve güç olan işleri kolaylıkla yapar vaziyette karşımıza çıkar. Zaten yaşlı olan hizmetçisi Abra olaylara karşı bir direnme sergilemez efendisinin yanında öylece durur.

Artemisia Gentileschi'nin Judith'i ise, daha olgun ve fazlasıyla cesur bir kadındır. Sıkıca ve kararlılıkla tuttuğu kılıcıyla güçlü kadın imgesi verir. Hizmetçisi olan Abra daha gençtir burada ve sahibine yardım

eder. Holofernes'in göğsüne bastırarak kımıldamasına engel olur. Holefernes ise kollarıyla iki kadına direnmeye çalışmaktadır. Kesilen boynundan fışkıran, yatağa akan kanlar olayın şiddetini daha da belirginleştirir.

Artemisia'nın, Caravaggio'nun Judith kahramanını çok pasif ve duygusuz bulduğu söylenir. Boğazını keserek bir erkeği öldüren kadının yüz ifadesini ve duruşunu gerçekçi bulmaz ve Caravaggio'nun, bir kadının ruh haline odaklanamadığını düşünür.

"Kadınların Met Müzesi'ne girmesi için çıplak mı olması gerekir?"

"Modern Sanatlar bölümündeki artistlerin arasında kadınların oranı yüzde beşten az, ama nü tabloların yüzde 85'i kadınların."

Gerilla kızlar

Erkek bakışına duyduğu tepkiyi Wilke, tenine sakız yapıştırılmış halini fotoğraflayarak gösterdi. Vajinayı temsil eden sakızlar, erkek bakışlarının kadınları nesnelleştirmesine vurgu yapıyor.

Hannah Wilke'nin dikizlenme serisi

Edebiyatta da Madam Bovary (Flaubert), Anna Karenina (Tolstoy), İçimizdeki Şeytan (Radiquet); tiyatroda İbsen'in Nora'sı kadını toplumsal kabuğundan çıkarmaya yeltenen ilk yapıtlar olmuşlardır.

3. Kadin Temali Film Afişlerinin Estetik Açidan İncelenmesi

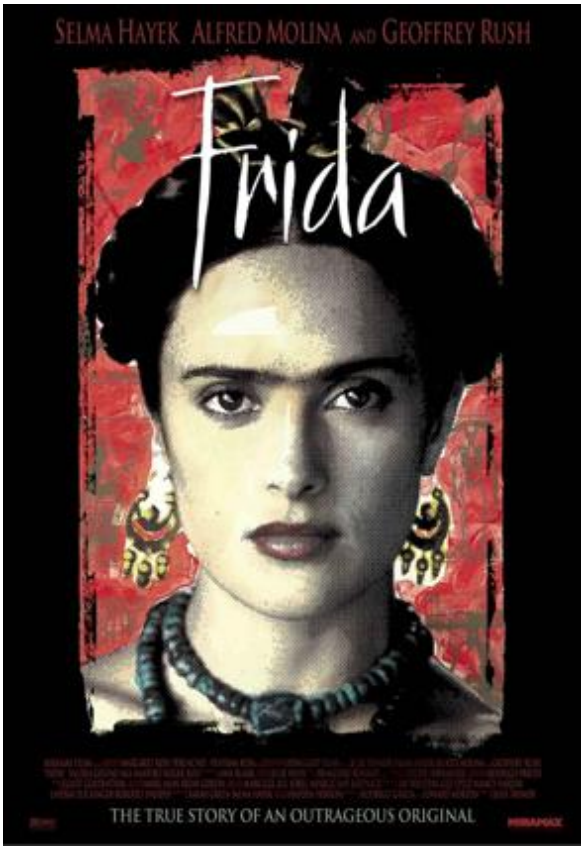
3.1.Afiş Tasarımda Kullanılan Değerlendirme Kriterleri

Mesaj; izleyicide yaratılmak istenen algının dolaylı ya da dolaysız şekilde aktarılacağı görsel sistem yapısının nasıl oluşturulduğu?

Mesaj- İmge Bütünlüğü: oluşturulacak düşünce yapısının görselleştirilmesi sürecinde fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyon yoluyla mı aktarıldığı ve anlatımı güçlendirecek yardımcı elemanların kullanımı.

Hiyerarşi: Afişte yer alan imaj/ görsel, biçim-form, renk, tipografi, yardımcı ögeler vb gibi elemanlar arasındaki önem sırasının belirlenmesi.

3.2. Afiş Tasarımların Estetik Bağlamda Biçim Ve İçerik Olarak İncelenmesi



2002 - ABD

Salma Hayek

Iconisus L&Y - Visual Communication Systems

Frida filmine ait afiş görsel imaj olarak, siyah zemine merkezi yerleştirilmiş "Selma Hayek" üzerinden betimlenmiş Frida portresi ile betimlenmiştir. Görsel imajda illüstrasyon olarak filtre yöntemleri kullanılmıştır. Kırmızı renk, siyah renk ile arka planda kullanılarak, görsel imaj ile kadının kararlı ve karamsar tavrını ön plana çıkarmayı amaçlamıştır. Beyaz ve akışkan bir Frida tipografisi ile afiş güçlendirilmiştir.

2012 - Almanya

Barbara Sukowa

Big Picture Studio

Hannah Arendt "O'nun fikirleri dünyayı değiştirdi"

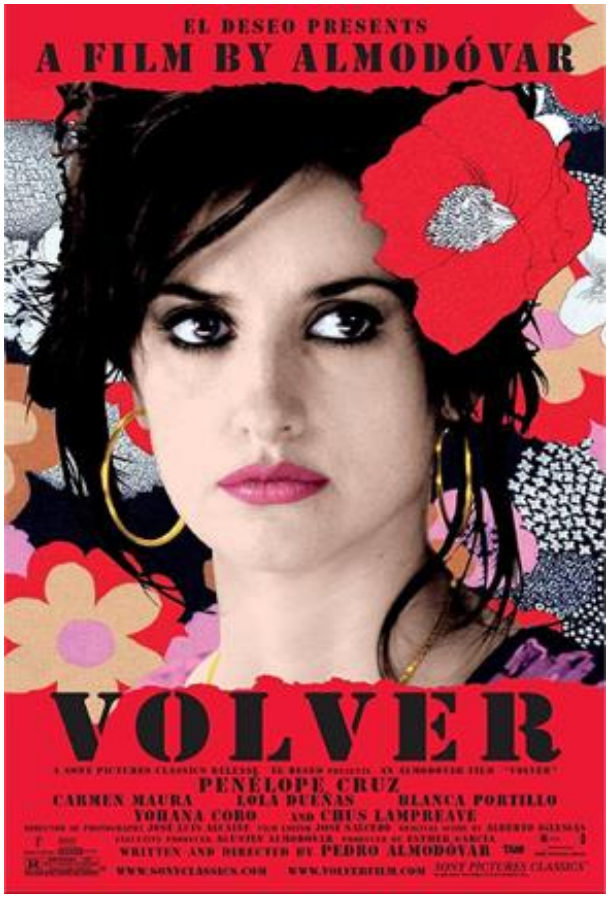
Afişte arka zeminde illüstratif bir çizim ile ön tarafta kararlı bir duruş sergileyen kadın görsel imaj olarak kullanılmıştır. Elinde sigara olan kadın figürü izleyiciye bu duruşu ile maskülen bir ifadeyi yansıtmaktadır. Beyaz ve keskin olarak seçilen tipografi çağdaş formuyla görseli desteklemektedir.

2011 - ABD

Meryl Streep

Av Squad

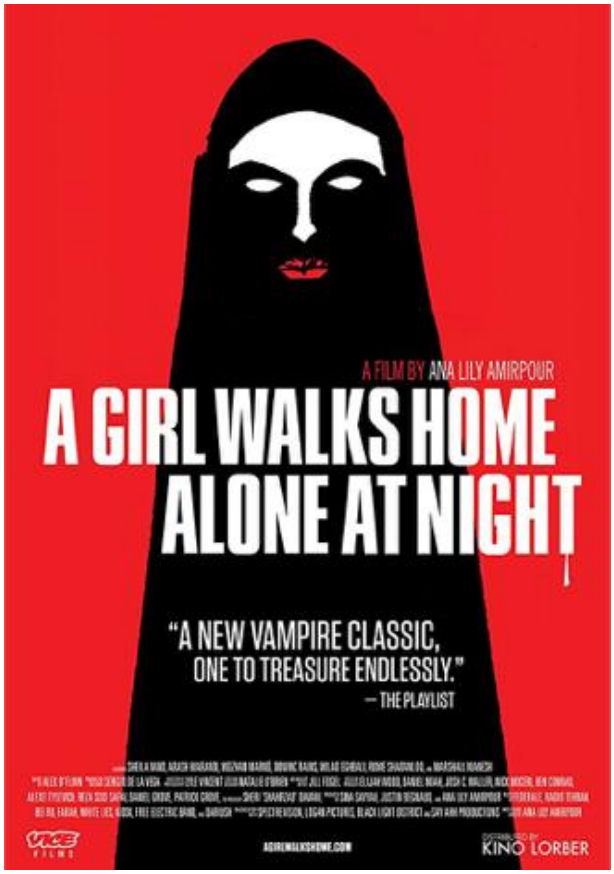
Merkezi koyu bir zemine yerleştirilmiş baskın bir kadın imajı olan “Demir Lady” Meryl Streep portresinin içine yerleştirilmiş saray imgesi/ silüeti ile yansıtılmıştır. Güçlü bir kırmızı şerit ile beyaz tipografi naif ve merkezi bir şekilde yerleştirilmiştir.



2006 - İspanya

Penelope Cruz

Afişte görsel imaj ile bütünleştirilmiş süsleme motifleri, illüstrasyon yöntemiyle portre kullanılmış görsel imaj ile doğal bir ifade yansıtılmıştır. “Volver” afişi kadının naif ve doğal yapısı ile güçlü- kararlı ifadesi birarada görülmektedir. Siyah ve bütünlüğü bozmayan tipografi kullanılarak görselin etkisi bozulmadan güçlendirilmek amaçlanmıştır.



2014 - İran

Ana Lily Amirpour

İran yapımı bir Vampir filmi olan "A Girl Walks Home Alone at Night" afişi lekesel ifade ve baskın renklerle kendini göstermektedir. Beyaz ve güçlü baskın tipografi kullanılarak tasarımda beyaz leke dengesi görsel olarak sağlanmıştır. Etkili ve ironi barındıran görsel ile içerik bağlamı afişe yansıtılmak istenmiştir.

2017 - ABD

Gal Gadot

B O N D

Wonder Woman afişinde savaşçı ve güçlü kadının Postmodern ifadesini birarada görmekteyiz. Elinde kılıcıyla illüstrasyon yöntemi ile betimlenen bir kadın figürü dizlerinin üzerine çökmüş, kılıcını kararlı bir tavırla yere vurarak gücünü görsel bağlamda göstermektedir. Bu afişte güçlü bir imge olarak Kadın figürü görselleştirilmiştir.

2018 - ABD

Alicia Vikander

Works Adv

Afişte elinde okuyla tasarlanmış kadın imajı görülmektedir. Yara bere içinde, güçlü ve savaşçı bir ifade, seksepalitesi yüksek bir tavır ile sergilenmiş olup güçlü kadın algısı görsel illüstrasyon yöntemiyle aktarılmıştır. Kırmızı güçlü bir tipografi ile gücün ve kadının simgesi olarak görsel bağlamda kullanılmıştır.

4. Sonuç

Seçilen film afişlerinde kadını ifade etmek için tipografi'nin genellikle beyaz veya kırmızı renk ile etkili bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Güçlü kadın temalı film afişlerinde kadın imajının hiyerarşik olarak ön planda ve baskın bir tavırla sergilendiği tespit edilmiştir. Güçlü Kadın temalı film afişlerinde sanat

tarihinde “Güçlü Kadın İmajı” yaratan eserlerin etkileri görülmektedir. Toplumsal olgu bağlamında bakıldığında kadın imgesinin görselleştirilmesinde sanat tarihinde ciddi kavram çatışmaları yaşandığı görülmüştür.

Kaynakça

Arat, N (1979) Etik ve Estetik Değerler (4. Baskı) İstanbul: Say Yayınları.

Arıkan, A (2008) Grafik Tasarımda Görsel Algı. Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.

Barnard, M (2010) Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür. Ankara: Ütopya Yayınları.

Berger, J (1999) Görme Biçimleri. İstanbul: Metis Yayınları.

Bottomore, T. B (2000) Toplumbilim (6.Basım) İstanbul: Der Yayınevi.

Hançerlioğlu, O (2015) Felsefe Sözlüğü (22. Basım) İstanbul: Remzi Kitapevi.

Sartwell, C (2000) Yaşama Sanatı, Dünya Tinsel Geleneklerinde Gündelik Hayatın Estetiği. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Timuçin, A (2011) Estetikte Anlam ve Yorum. İstanbul: Bulut Yayıncılık.

Turgut, E (2013) Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri. Ankara: Anı Yayıncılık.

Weill, A (2012) Grafik Tasarım (4.Baskı) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

İnternet

http://www.beralmadra.net/articles/radikal-gazetesi/sanatta-imge-olarak-kadin/

www.imdb.com

RESİM SANATINDA BEN'İN AŞKINLIĞI KAVRAMI

Prof. Dr. C. Arzu AYTEKİN

İzmir, D.E.Ü Buca Eğitim Fakültesi, Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı

Öz

Resim sanatı; çok boyutlu dünyaların (fizik, metafizik)tercihlerin resim yüzeyinde anlatım biçimidir. Bu anlatım biçimi, yaratıcı gerçek sanatsal yaratım yaratıcı bir 'ben' gerektirir. Yaratıcı ben aslında benlik(self) olarak tercihte bulunan, tercihlerini hür iradesi ile yüzeye uygulayabilendir. Araştırmada amaç; Ben'in aşkınlığında temel düşünsel alt yapıyı oluşturan, Hegel ve Sartre'da da ele alınan, varlık ve hiçlik, ben'in aşkınlığı, içkinliği gibi varoluşsal kavramlar ve anlamları ile oldukça gizemli bu yaratıcı uygulama sürecini, bu bağlamda seçilen bazı sanatçıların eserleri üzerinden değerlendirmektir. Ayrıca araştırma kapsamında kendinde varlık ve kendisi için varlık kapsamında resim sanatında yaratıcı süreç de yaratıcı 'ben' kavramı tartışmaya açılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Self(Benlik), Ben Aşkınlığı, Varlık-Hiçlik, Varoluşçuluk, Resim Sanatı

SELF TRANSCENDENCE CONCEPT in THE ART of PAINTING

Abstract

Painting art is a way of expressing the preferences of multidimensional worlds (physics, metaphysics) on the picture surface. This form of expression, creative genuine artistic creation requires a creative ' I '. The Creator can apply his preferences, which I prefer as self, to the surface with free will. The purpose of the research; Is to evaluate the process of this creative application which is very mysterious with existential concepts and meanings such as existence and nothingness, self-transcendence, and self, which are also discussed in Hegel and Sartre, which constitute the basic intellectual subordination in Self's transcendence . In addition, within the scope of research, the creative process in the art of being within itself and being within the context of being is open to debate the creative 'I' concept.

Key Words: Self, Self-Transcendence, Presence-Nothingness, Existentialism, Art of Painting

Giriş

Uzak Doğu şiiri:

Bir şey yapmadan otururken

Bahar geldi

Çimenler yeşerdi kendiliğinden.

Sanatsal olan, insanın nesnel olan ile öznel ve estetik bir ilişkisi sonucudur. Yani yaratıcısı insanın bilincinde nesnel gerçekliklerin imgeler halinde yansımasıdır. Nesnel gerçekliğinden asla ayrı düşünülemez ve de doğaüstü güçlerin etkisinde oluşmuş da değildir. Çünkü bir insan etkinliği bir yaratım sürecinin sonucudur. Ancak gerçek yaratıcı sanat ve kalıcı sanat eserlerinde bizi çeken; onların sadece çok iyi nitelikte üretim olmalarının yanında, üst, bireysel-özgün bir yorum ve iletişim dilidir. Sanat bu yapısı ile doğanın kendisi değil, ona eklemlenen bir şeydir.

Her türlü sanat yaratmasında içerik ve biçim de asla ayrılamaz ikili olarak düşünülmelidir. Çünkü içeriksiz biçim, biçimsiz de içerik gerçekleştirilemez. Sanat eseri birçok karşıtlıkları içermektedir. Örneğin, öz-biçim, soyut-somut, duyusallık-düşünsellik gibi. Sanatsal olan bütünlüğü oluşturan unsurlar birbirinden ayrılamazlar ve iç içedirler. Dönemsel olarak bu estetik bütünlüğe kavuşma tarzında farklılıklar olsa da, sanat hep insansal pratik olarak, toplumsal yaşama bağlıdır.

Giriş bölümünün başında verilen şiir, daha gözlemci, doğal olan kaynak; Doğu düşüncesini veren, kısa ama etkili bir Uzakdoğu şiiridir. Bu metinde ele alınan unsurları ; - metafizik (fizik-ötesi) aşkın, soyut ben'in bilincinin varlığı- hiçliğini yani tam olarak bilinemeyen 'ben'in aslında kim olduğu? sorusunu ve –Doğa'ile bütünleşme, kendiliğinden şey, Ben-Öte'sini net olarak içermekte olduğu için şiir kişisel hafızadan geri çağrılmıştır.

Araştırmada, öncelikle Resim sanatı; çok boyutlu dünyaların (fizik, metafizik)tercihlerin resim yüzeyinde anlatım biçimi olarak ele alınmaktadır. Bu anlatım biçimi, yaratıcı gerçek sanatsal yaratımda yaratıcı bir 'ben'i gerektirir. Yaratıcı ben aslında benlik(self) olarak, estetik tercihte ve yargıda bulunabilen, tercihlerini hür iradesi ile yüzeye uygulayabilendir. Araştırmada, hür iradeye sahip, var-oluş, Ben'in aşkınlığında temel düşünsel alt yapıyı oluşturan ve felsefede de ele alınan, varlık ve hiçlik, ben'in aşkınlığı, içkinliği gibi varoluşsal kavramlar ve anlamları ile oldukça gizemli bu yaratıcı uygulama sürecini seçilen iki sanatçının eserleri üzerinden değerlendirmek amaçlanmaktadır.

Yöntem

Araştırmada, plastik/görsel sanat alanlarından biri olarak Resim Sanatı; sanatçıların çok boyutlu dünyaların (fizik, metafizik)tercihlerin resim yüzeyinde anlatım biçimi olarak tanımlanmıştır. Bu

anlatım biçiminin oluşumu süreci, yaratıcı gerçek sanatsal yaratımda benlik(self) olarak tercihte bulunan, tercihlerini iki boyutlu yüzeye uygulayabilen yaratıcı bir 'ben' gerektirdiği vurgulanmıştır. Bu doğrultuda araştırmada öncelikle, Ben'in aşkınlığında temel düşünsel alt yapıyı oluşturan, ilgili literatürde felsefi sorgulamalarda ele alınan, 'varlık ve hiçlik', aşkınlık, içkinlik , 'kendinde varlık' ve 'kendisi için varlık' gibi varoluşsal kavramlar ile yaratıcı 'ben' kavramı ve resim sanatının oldukça gizemli yaratıcı uygulama sürecinde aşkınlık boyutu arasındaki bağlantılar nasıldır? sorusu sorulmaktadır.

Bu soruya cevaplar aramada ilgili kavramlara ilişkin literatür taraması ve eser incelemeleri sonucu ortaya konan; ' Ben'in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön ya da Kategori ve Resim Sanatında Görsel/Simgesel Kodlar' başlığı altında, amaçlı örneklem olarak, resim sanatı tarihinden seçilen iki eser üzerinde analitik çözümlemede (biçimsel-görsel ve içeriksel-simgesel) yapısal analizde bulunularak, konu tartışılmaktadır.

'Ben'in-Self (Benliğin)Yaratıcı Sürecinde Aşkın Boyut

Yaratıcılığın tam olarak ne olduğunu ve yaratıcılığın ölçülmesinin tam olarak mümkün olup olamayacağını eskiden olduğu gibi şimdi de sorabiliriz. Burada ilk olarak yaratıcı sürecin doğası nedir? sorusunu sormak da gerekmektedir. Resim yüzeyinde yaratıcı aşkınlığa sahip benlik- sanatçının, yeni ve estetik bir çizim ya da resim yaratma sürecinde, bilişsel düzeyde, yaratıcı beyninde, tam olarak neler gerçekleşmektedir?

Bu temel soruya bilimsel iki yaklaşım bulunmaktadır. Birinci yaklaşım yaratıcılığı ölçmek için ayırd etmeksizin tüm insanlara nesnel yaratıcılık ölçütlerini kullanma yaklaşımıdır. Örneğin, Guilford yaratıcılık testleri, Howard Gardner'ın testleri, Robert Stenberg gösterilebilir. Dehanın nörobiliminde, "…Bu yaklaşımın kullandığı teknik, zekayı ölçmek için IQ testlerinin geliştirilmesi gibi, yaratıcılığı da ölçebilecek deneysel testler geliştirmektir. Bu yaklaşımın avantajı, Ordu Alfa testleri gibi, çok sayıda insana uygulanabilmesidir"[2].

İkinci yaklaşım ise birinci yaklaşım kadar bilimsel bulunmayan, daha öznel araçlar kullanan, içe bakış tekniğini uygulama yaklaşımıdır. Daha çok sıra dışı yaratıcılığa sahip sanatçıların, ünlülerin yaratma eylemleri boyunca gerçekleşen zihinsel süreçlerin incelenmesi yaklaşımıdır. "…Bu yaklaşımın gücü, yaratıcı sürecin özüne daha çok yaklaşabilme olasılığında yatar, çünkü çalışmanın konusu sıra dışı yaratıcılığa sahip bireylerdir"[3] . İkinci yaklaşımda yaratıcı kişiliğe sahip, çeşitli alanlardan (ressam, şair, müzisyen, vb.) ünlü kişilerle yüz yüze görüşmeler yolu ile yaratıcı süreç hakkında vaka incelemeleri ve yaratıcı sürecin içe bakışsal tanımlamaları yapılmaktadır. Örneğin, ünlü Amerikalı oyun yazarı Neil

[2] Andreasen C.N. (2013) Yaratıcı Beyin- Dehanın Nörobilimi, Ankara: Arkadaş Yayınevi. Sayfa: 41.
[3] A.g.e (2013)Sayfa: 41.

Simon ile kendi yaratıcılığı ve yaratma süreci ve de yaratıcı sürecin doğasına yönelik yapılan bu tür bir araştırmadaki ifadelere göre yaratıcı sürecin bileşenleri şöyle verilmektedir: 1- "*Gerçeklikten ayrı bir boyuta giriyorum*", 2-"Bilinçli olarak yazmıyorum, sanki omzumun üstünde bir ilham perisi oturuyor.", 3- "Aklım hep başka yerlerde, konuşurken bile".,-4- "Kendimi hep görünmez hissettim"[4].

Burada araştırmanın ana kavramı Ben'in Aşkınlığını, gerçeklikten farklı bir boyut; 'aşkın boyut' olarak nitelendirdiğimizde Ben'in yaratıcı sürecinde bu boyut, yukarıda 1. Madde de ortaya koyulan ifadeden çıkarılabilmektedir.

"Yaratıcı insanların çoğu yaratabilmek için yoğun bir konsantrasyon ve odaklanma durumuna girer. Psikiyatri dilinde söylersek, bunu "diyosiyatif-çözülmeli durum"olarak adlandırabiliriz. Yani, kişi zihinsel olarak bir anlamda çevresinden soyutlanır ve diyebiliriz ki, "başka bir boyuta geçer".Gündelik dilde kişinin "gerçeklikle temasını yitirdiği"söylenebilir. Ancak, daha öznel bir anlamda, yaratıcı birey aslında daha gerçek olan başka bir gerçekliğe girmektedir. Kişi dışarıdan bilinçli ama "düşüncelere dalmış" gibi görünse de, bu gerçeklik bilinçdışı bir duruma benzer. Sözcük, düşünce ve fikirlerin serbestçe süzülüp uçuşarak çarpıştığı ve sonunda birleşerek bir bütün oluşturduğu bir yer gibidir.Bu "çözülme", "yoğun odaklanma", "başka bir yerde olma" hali, belki de büyük gizemcilerin anlattığı o farklı ruh hallerine oldukça benzeyen bir durumdur. Bu "öteki gerçekliğe" bir kez girdiğinde, yaratıcı insan saatlerce orada kalarak, bulutlar gibi akan kavramların ve şekillerin dünyasında yaşar. Bunlar yavaş yavaş bir nesne ya da fikre dönüşerek sonuçta –ister bir oyun, ister matematik formülü olsun- yaratıcı ürün haline gelirler. Bu yoğun olarak odaklanabilme, çözülebilme ve görünüşe göre uzak ve aşkın bir 'boyut'u ayırt edebilme yeteneği, yaratıcı sürece has özelliklerden biridir"[5] .

Gerçeklikten ayrı bir boyuta girmede, bilinçdışı durum, "Bir resim düşünülerek bulunmaz, daha önceden saptanmaz. Birisi onu yaparken, yapanın düşüncesinde o an oluşan harekete takılır gider" diyen Picasso'da da bulunur. Onun için de resim sürekli bir incelemedir ve bu nedenledir ki, bir resim önceden tasarlanamaz olandır. Belki de bu aşkın boyutu ayırt edebilme yeteneğinden dolayı Picasso, tuvalin önündekiler (görünenler) ile yetinmeyip, öteki tarafta (görünmeyenler) belki bir şeyler oluyordur diye, tuvalinin arkasına da geçermiş (Ashton,2001:56) -"Bilinçli olarak yazmıyorum, sanki omzumun üstünde bir ilham perisi oturuyor "ifadesine uygun biçimde yine Picasso'da bu sefer resim yaparken ilham perisi olarak bilinçli tasarım ve düzen sağlayıcı, kendi benliğinden öte, başka bir benliği duyumsamaktadır.

"Bir sanat eserinin bazı hesapların bir sonucu olduğunu düşünüyorum. Ne var ki, bu hesaplardan yaratıcının haberi yoktur. Bu aynen bir posta güvercininin yuvasına geri dönmesindeki hesap gibidir. Böylesi bir hesap zekanın önünde gider. Bazen hata yapsalar bile, pusulayı ve radarı işte bu yüzden icat

[4] A.g.e (2013)Sayfa:41.

[5] Andreasen C.N. (2013) Yaratıcı Beyin- Dehanın Nörobilimi, Ankara : Arkadaş Yayınevi. Sayfa: 47.

ettik…Ya da Rimbaud'un dediği gibi, şunu da ileri sürebiliriz: Hesap kitap işleriyle uğraşan başka bir benlik var içimizde"[6] .

Ben'in Aşkınlığında Temel Düşünsel Alt Yapıyı Oluşturan Varoluşsal Kavramlar

Ben'in Aşkınlığı kavramının özünü oluşturan ve onu anlamlandırabilmek için bilinmesi gereken varoluşsal kavramların başında öncelikle, kendinde şey yani metafizik aşkın olandan farklı ancak aşkın olanın mutlaka bağlı olduğu bir 'Varlık' akla gelmektedir. Varlık sözlükte, " Bilinçten bağımsız olarak varolan evren"[7] şeklinde tanımlanmaktadır .

Varlık kelimesi ya da Eski Türkçe'de; Vücud, Mevcudiyet, İngilizce'de; Being olarak geçmektedir. Varlık görüldüğü gibi, İngilizce'de olmak (geçişsiz fiil) ile aynıdır.

"Bir taş vardır. Ama olması (ya da olmuş olması) bir gereklilik değildir. Ölebilirim, ama moleküllerim bir varlık sürdürecektir, ama böyle olması bir gereklilik değildir. Kendim de dahil bu şeylerin hepsi olumsal gibi duruyor, yani gerekli değiller. Ama belki de olumsal olabilmeleri için bir gerekliliği çağırıyorlar: Bunların gelip geçici bileşimleri için *daha derin bir süreklilik oluşturan varoluşa ihtiyaç*ları var" [8]

Bir varoluş (İng. Existence), varlık karşıtı, sonsuz ve sınırsızca değişen varlığın somut biçimleri, bireysel olandır. Oysa ki metafizikte, varlık; tümel olan'a karşılıktır.

Heidegger'e göre, " Varlık kavramı bütün hepsi arasında en karanlık olanı gibidir"[9]. Yukarıda da belirtildiği gibi aslında bu kavramın en zor olan kavram olması, ilkçağlardan itibaren bu kavramın sorgulamasının yapılmasına neden olmuştur. Parmenides(M.Ö.540) felsefi sorgulaması, " Varlık vardır; var olmayan var değildir"[10]. Ya da " Hiçbir şey, hiçbir şeyden gelmiş olamaz" [11]. şeklindedir. Thales, ilk Yunan filozoflarından biri olarak kendisine yine Varlık kavramını seçti. Burada ana problem; bir varoluş olarak sonsuz ve sınırsızca değişen varlığın somut biçimleri içinde değişmeyen bir şeyin olup olmadığı idi. Bu aynı zamanda Ontoloji'nin (Varlıkbilim) konusudur.

---

[6] Ashton, D. (2001) Picasso Konuşuyor. Derleyen: Dore Ashton, Çeviren:Mehmet Yılmaz, Nahide Yılmaz, Ankara : Ütopya Yayınevi, Sayfa:56-57.

[7] Hançerlioğlu, O.(1994) Felsefe Sözlüğü, İstanbul : Remzi Kitabevi,.Sayfa: 437.

[8] Moseley, A. (2010) A'dan Z'ye Felsefe, Çeviri: Ali Süha, İstanbul: NTV Yayınları, Sayfa:274.

[9] Moseley, A. (2010) A'dan Z'ye Felsefe, Çeviri: Ali Süha, İstanbul.:NTV Yayınları, Sayfa:274.

[10] Arslan, A. (1994) Felsefeye Giriş, Ankara:Vadi Yayınları, Sayfa:63.

[11] Moseley, A. (2010) A'dan Z'ye Felsefe, Çeviri: Ali Süha, İstanbul.: NTV Yayınları, Sayfa:275.

Ontolojik olarak bir varlığın yani var olan şeylerin (örneğin; tümeller, tikeller, soyut ve somut şeyler)varoluşun doğası nasıldır? sorusu Platon tarafından da sorulmuştur. 20. Yüzyılda'da Heidegger ve Sartre'da da bu soru sorulmaya devam etmektedir. Fransız varoluşçuluğunun öncülerinden olan Sartre, "Ben'in Aşkınlığı" kitabında, Almanya'da Edmund Husserl'in fenomenolojisinde de irdelenen bilinç ve ego kavramları üzerinde karşıt görüşlerini ortaya koymaktadır. Gelip geçici olan için gerekli olan, insanın içinde olan Simyacılıktaki Felsefe taşı, mutlak olana, tanrısal öze kavuşturan bilinçtir (kişiyi kişi yapan şey) .Sartre'ın felsefesinde, "İnsan bilinci esas olarak hiçliktir: le pour- soi est rien. İki tür varlık vardır. Sartre'ın varoluşçu felsefesinde varlık türleri: 1- şeylerin varlığı ('Kendinde Varlık ya da kendinde şeyler') ve 2-bilincin varlığı ('Kendisi için Varlık' ya da kendisi için şeyler) .

Varlık felsefesinin sorduğu sorulardan biri, "beden ve ruh arasındaki ilişki nasıldır?"sorusudur. Burada bedenle yani fiziksel-maddi varlık, ruh ile de tinsel-zihinsel varlık söz konusudur. Böyle bir ayrımda varlık; hem maddidir, hem tinseldir. Kant, kendinde- şeylerin, yani bize *görünen*, algıladığımız şeyler, "fenomenler " ile, onun gerisinde ya da altında bulunan ve *bize görünmeyen* fakat sadece saf aklımızla, derin düşüncemiz ile kavrayabileceğimiz, "numen"i ortaya koyar. Hegel'de de varlık, mutlak ve nesnel idealizme göre, var olan şey, şeylerin bize göründüğü biçimde incelenmesi, var olan tek şey olarak ruh ya da tin (Mutlak Tin), her şeyin altında yatan hakikattir. Kısacası, varlık; madde değil, tinsel olandır. Tinsel olan aşkındır. Aşkın kelimesi, İng. Transcendent, metafizikte içkin teriminin karşıtıdır. Hatta Tanrıbilim'de aşkın kavramı, nettir ve Tanrı anlamında kullanılır. Buna göre, insanların bütün davranışları ve eylemleri aşkın olanlarla yönetilir[12].

"Kant'a göre insan bilincinin, bilgisinin, yapabileceği bütün deneylerin ötesinde olan kendinde şey (numen) *aşkın*'dır. Aşkın belli bir anlamda fiziği aşan, eşdeyişle metafizik demektir" [13]. Meta-fizik, fizik değildir. Aristoteles'in felsefesinden türeyen metafizik teriminde meta; sonra, öte, üst demektir. Türkçeye fizik ötesi şeklinde geçmiştir. Nedir? Sorusu sorulduğunda, metafiziğe ve doğrusu mantığa giriş yapmış oluruz. Yeniçağ'da duyularla kavranılanın dışındaki varlık, doğa-ötesi varlık ve görünüşlerin ardındaki kendilik olarak ele alınmaktadır.

> "Dünya konusunda sağduyuya dayalı bir bakış açısını benimsesek bile, metafizik spekülasyonları bir kenara atmak kolay değildir. Duyuların ötesine geçen bir dünya kavramını reddediyor olabiliriz, ama dolaysız deneyimimizin ötesinde var olan birtakım varlıkları hala düşünebiliriz; örneğin nedensellik, töz, varlık, zihin, beden, benlik, zaman, hatta mekan"[14] .

Araştırmada ben'in aşkınlığı denildiğinde de, 'ben' aşkın varlık olarak, bilincinden bağımsız olan evreni ve şeyleri aşan ve ilgili bulunduğu varlığın gerçekliğini ve gücünü de aşan yani kendi varlığını

[12] Hançerlioğlu, O.(1994) Felsefe Sözlüğü, İstanbul.:Remzi Kitabevi.
[13] A.g.e (1994) Sayfa:21.
[14] Moseley, A. (2010) A'dan Z'ye Felsefe, Çeviri: Ali Süha, İstanbul.:NTV Yayınları, Sayfa:184.

da aşan insandır. Onun bilinci, eylemleri de aşkın olanla ilintilidir. Ben biz'den ayrıldığı zaman ben felsefesi başlar ve Ben sabit değişmeyen değil, her seferinde işlemekte olan olarak ele alınmalıdır. Beyin ya da zihin olarak ben'in merkezinde yer alan ego'nun kendi tikel varlığını da aşması (Ben- ötesi) söz konusudur.

Sanatta Aşkınlık ve Resim Sanatının İki Kutbu- Anlatım Biçimleri

Doğal olan kaynak –Doğu;',;

İşlemci olan alıcı-Batı∑

Sanatta Aşkınlık ve Resim Sanatının İki Kutbu- Anlatım Biçimleri denildiğinde işlemci olan alıcı Batı Sanatı ya da daha kapsamlı olarak da Klasik ve Güzel Sanat kategorisinde estetikte ele alınan eserler ve anlatımları bir kutbu, sanat tarihince göz ardı edilen diğer kutbu ise, doğal olan kaynak, Doğu Sanatı ya da daha kapsamlı olarak Klasik olmayan ve Güzel (Beaux Arts, Fine Arts) olmayanlar şeklinde verebiliriz. Burada aslında Worringer'in ifadesi ile, "Doğu ve Batı dünya duygusu ya da transcendent (aşkın) ve klasik sanat arasındaki temel ayrılık" söz konusudur. Duyulur algının tüm aldatıcılığından kurtulan sanatların aslında transcendental ruh halini yansıttıkları kabul edilir.

"Bütün transcendental sanat, o halde, organik olanın organik olmaktan kurtarılmasına yönelir, yani değişenin ve koşullunun mutlak zorunluluk değerlerine aktarılmasına. Ama insan böyle bir zorunluluğu yalnız canlılığın büyük Ötesinde, inorganikte duyabilir.Bu onu donmuş olan çizgiye, cansız kristal formuna götürür" [15].

Aşkın (Transcendent) sanat kutbu, klasik ötesi olan sanat yaratması ve yaratma süreci, diğer kutbun tersine zihinde canlandırma, tasarım nesneleri, organik olanın sonluluğu (ölümlülüğü) ve şartlılığının (hacimsel, mekansal, zamansal) görünüşün ötesi yani zorunluluğun, sonsuz, ölümsüz, görünüş ötesi, mutlak, soyut olandır. Zaten sanatın kendisi de soyutlamadır. Ancak materyalist ve idealist düşüncede, içtepisel olarak da soyutlama ve özdeşleyim içtepisinde olduğu gibi hep ikili kutuplar arasındaki geliş gidişler gibi, zihinsel gelişme ve dolayısı ile sanat gelişmesinin özünde de bu ikilik bulunmaktadır.

Sanatta yaratma sürecinde öncelikle ilkellerden başlayarak aşkınlığı sadece içerikle ilintili ele almak eksik olacaktır. Çünkü biçim; içerikleşen biçim olarak, öncelikle ilk yaratıcısının en güçlü, derin içtepisi- soyutlama ile koşullu bir ihtiyaç, dünyaya karşı ruhi korku ve bunun giderilmesi ihtiyacından doğmuştur. Bu korku aynı şekilde ileride Tanrı'ya bağlı dinsel tasavvurların da kaynağıdır. "Bilinmeyen ve bilinemeyen şey karşısında ruhun duyduğu bu korku, yalnız ilk Tanrıları yaratmamış, aynı zamanda

[15] Worringer, W. (1985) Soyutlama ve Özdeşleyim. İstanbul: Remzi Kitabevi, Sayfa:134.

ilk sanatı da yaratmıştır. Başka bir deyimle: Dini transcendentalizm'e daima bir sanat transcendentalizm'i karşılıktır…." [16].

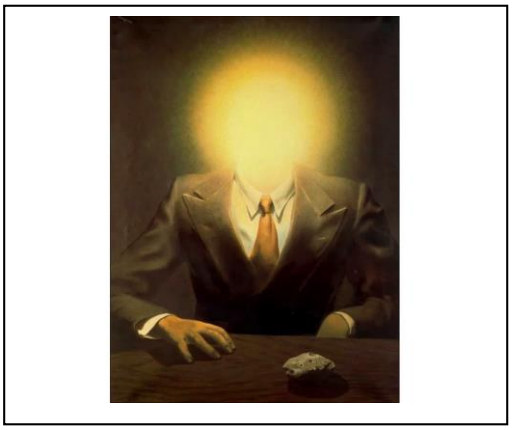
Ben'in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön-Kategoriler ve Resim Sanatındaki Görsel-Biçimsel ve Simgesel-İçeriksel Kodları

Araştırmada ilgili literatüre dayalı olarak yapılan incelemeler sonucunda belirlenen ve eser analizinde kullanılan, Ben'in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön ya da Kategoriler :

1- Formun anlamını yitirmesi–(Bilincin özgürleşmesi, formun ötesine gidiş. Varlığı aşma, aşkın - kendinde şey, Benliğinin yitirilişi ya da yok oluşu, bedenin bağlarından kurtulma.Işığa dönüşme.)

2- *Eserde kişisel hiçbir unsur bulunmaması*- (Ben ötesi, Doğa ile bütünleşme ve Doğa'dan ayrı düşünülen, soyut ben'in bilincinin varlığı- hiçliğinin sembolü)

Ben'in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön-Kategoriler ve Resim Sanatında Görsel/ Simgesel Kodlarına Yönelik Eser Analizi 1:



Resim 1: R.Magritte "Zevk İlkesi",Tuval Üzerine Yağlı boya, 0,79x0,635 m, İngiltere Edward James Vakfı, Sussex,1937.

Ben'in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön-Kategoriler ve Resim Sanatında Görsel/ Simgesel Kodlarına Yönelik Eser Analizinde birinci eser: Rene Magritte (1898-1967), tuval üzerine yağlı boya tekniğinde, "Zevk İlkesi" adlı eserdir. Resim Sanatı'nda Ben'in aşkınlığı kavramı

[16] Worringer, W. (1985) Soyutlama ve Özdeşleyim. İstanbul :Remzi Kitabevi,. Sayfa:132.

çerçevesinde, amaçlı örnekleme göre seçilen eser üzerine analitik çözümlemede (biçimsel, içeriksel-yapısal analizde) bulunulmaktadır. Analizde öncelikle, önceden belirlenen iki yön-kategoriler belirtilmekte ve bunlara ilişkin görsel(biçimsel öğeler)kodlar ve simgesel (içeriksel-anlamsal öğeler) kodlar verilmektedir.

"Bir resmi okumak dolayısıyla anlamak ve değerlendirmek, eserin biçimsel yönünün ve içeriğinin analizi ile mümkün olur. Resmin biçimsel yapısı, organik bütünlüğünü oluşturan temel öğe ve ilkelerin, kompozisyonda nasıl organize edildiğinin cevaplarıyla ortaya konan "yapısalcı(teknik-biçimci)" eleştiri ile açıklanır"[17].

Resim Sanatı'nda Ben'in aşkınlığı kavramı çerçevesinde seçilen ve analitik çözümlemede bulunulan eserin sanatçısı Rene Magritte'in "Zevk İlkesi" adlı eseri 1937 tarihlidir. Bu tarih aslında sanatçının verimli olarak nitelendirilen, büyük ve soğuk Magritte dönemi içerisindedir. Bu dönem 1940-41 yılına kadar süren bir dönemdir.1936 yılında New York'ta Julian Levy'de açtığı sergi ve sonrası 1938 'de Mesens'in Londra Galerisi'nde açtığı sergisi ile bağlantılıdır. Bu eser ve diğer eserleri dünyanın dünyevi yönü ile ebedi yani sonsuz değerleri arasındaki çatışmaya dayalıdır[18] .Sürrealizm akımı içerisinde yeralan eseri, sürrealistlerin kendileri için yaptıkları tanımlara uymaktadır. Andre Breton'un tanımı ile; "Eğer sanatçı total psiko-fiziksel alana ulaşmak için çaba harcamışsa, meydana getirdiği yapıt ancak o zaman Sürrealist olarak tanımlanabilir" [19].

1-Yön-Kategori- Formun Anlamını Yitirmesi *ve* Görsel(Biçimsel Öğeler)/ Simgesel (İçeriksel Öğeler)Kodları

-Görsel(Biçimsel Öğeler)Kodlar

Bu resimde formun ötesine gidişte, formun anlamını yitirmesinde temel görsel, biçimsel öğe ışık ve renktir. Burada görülen takım elbiseli, gerçeküstü figürün başı birden bire ışıldayan bir zihin güneşi gibidir. Sarı ışığın içinde kaybolup gitmektedir. Klasik resimlerdeki ruhani, kutsal sahnelerdeki kutsal kişilerin aşlarındaki ışık huzmeleri-sarı yaldızlı halelerinde ötesinde tamamen bir sarı bir ışık kümesi çevreye ışınlarını saçmaktadır. Aynı zamanda "Hıristiyanlıkta sarı renk, Hz. İsa'nın görünüm rengi ve onun ikamet ettiği cennetin kapısından gelen ışığın rengidir" [20].

[17] Şentürk, V. (2012) Analitik resim çözümlemeleri, Ayrıntı Yayınları.Sayfa:11.

[18] Passeron, R. (1990) Sürrealizm Sanat Ansiklopedisi, Çeviren: Sezer Tansuğ, İstanbul: Remzi Yayınevi,.Sayfa:193.

[19] A.g.e, (1990)Sayfa:267.

[20] Genç, A. (2011) Yağlıboya ve Akrilik Resim Teknikleri Terminolojik Bilgiler ve Atölye İlkeleri, Art Boya Sanat Dergisi: Altamira, Yıl: 5, Sayı: 18, İstanbul. Sayfa:17.

Sarı en aydınlık ve ışık saçan renk olarak birçok kültür ve inanışta güneşe (solar) ilişkin görülmektedir. Örneğin Yunan mitolojisinde tanrısal mesajları insanlara ileten ve zihinsel, tinsel aydınlanmanın habercisi Merkür'ün de sembolik rengi sarıdır. Burada renk çemberindeki en açık valör değerdeki, ışıklı yani aydınlık renk olarak da sarı renk, bellekte görsel kod olarak, soyut düşüncenin, aydınlığın, zihinselliğin, gizemselliğinin ötesinde, yine ulvi ve özgürlüğün rengi mavi –gökyüzü renginden farklı olarak, daha çok somut gerçeklikleri de (güneş, altın) çağrıştırmaktadır.

Kandinsky'ye göre sarı renk tipik bir dünyevi renktir. Sarıya bir derinlik izlenimi verdirmek, mavi ile karıştırmak, sarı renkte hastalıklı bir ton oluşturmaktadır. Ruh halleri ile renkleri karşılaştıran Kandinsky, sarı renk için şöyle bir tespitte bulunmaktadır: "Sarı, melankoliyi, merak hastalığını (hypocondrie)değil, deliliği, kuduz halini, t-aşkınlığı, azgın deliliği temsil edebilir" [21].

-Simgesel (İçeriksel, Anlamsal öğeler)Kodlar

Burada en belirleyici kolektif bellek imgesi, eserin ismidir. "Zevk İlkesi" ismi, denizdeki dalgaların tekrar çözünerek denize karışması, kendiliğinden tekrar başladığı yere dönmeye hazırlanma gibi, 'ben'i dünyanın geri kalanından ayıran sınırların ortadan kalkması, yok olmaktan acıdan ve çözünmekten korkmama, bedenin bağlarından kurtulma ve varolmama derecesinde hafiflemeyi hatırlatır. Sanatçı eserine isim vermede, evrensel hafızada yer etmiş bir bilgi ya da öğreti; Zevk İlkesi yani Freud Psikolojisi'nden yararlanmıştır.

Zevk ilkesi (alm. Lustprinzip; fr.principe de plaisir;ing.pleasure principle) Dış dünya koşullarını hesaba katmaksızın doyuma ulaşma ve acıdan kaçınma istemi olarak özetlenen ve Freud öğretisinde önemli bir yere sahip olan bu ilkeye göre ruhsal etkinliğin amacı nahoş olandan kaçınmak ve organizmanın gerginliğini kısa yoldan gidererek hoşa giden, haz uyandıran bir duruma ulaşmaktır" [22].

Edward James'in portresi (2. Kategoride daha ayrıntılı kimliği açıklanan)yani resimdeki erkek figür, Jung'un psikanaliz kuramında savunduğu, insan doğasının ve psişesinin iki kutupluluğunun (Katabasis-Katalysis)ve birbiri ile çelişen karşıtlıklarını veren simgesel kodları içermektedir. Ressam insan formunun çözülmesi ya da formunun *anlamını yitirmesi*, Ben'in bilincinin özgürleşmesi, formun ötesine gidişin simgesel kodu olarak özellikle bu anlatımı seçmiştir. Sürreal resim türündeki bu eser, gerçek ötesi bir anlatımla, içerikte psişedeki çözülmeyi bize veren, biçim olarak da çözülen baş formunu içermektedir. Jung'un hastalarına uyguladığı resim yolu ile psikolojik çözümlemelerde elde ettiği, insan ruhunun doğasına dair bu karşıt çiftlerin bazıları burada da bulunmaktadır. "…Çözülme döneminde yaşanan delilik sembollerini, zıtların bir araya gelişini temsil eden imgeler izler: ışık/karanlık, üst/alt,

[21] Kandinsky, W. (1981)Sanatta Manevilik Üzerine, Çeviren: Ahmet Necati Bigalı, İzmir: Özden Ofset, Sayfa:2.

[22] Gürün, O. (…) Psikoloji Sözlüğü, İstanbul: İnkılap Yayınevi,. Sayfa:175.

beyaz/siyah, erkek/kadın vs." [23]. Resimde görsel kodlarda da ele alınan imgeler; sarı renk ve bunun karşısında, koyu yeşil,yer yer gölgeli karanlık, ışıksız alanlar, Jung'un ortaya koyduğu bu ikili yapıda olduğu gibi sembolik anlamı güçlendirmektedir. Aynı şekilde üst/alt karşıtlığı burada, adamın sol elinin masanın aşağısında oluşu, gösterilmeyişi ve bunun karşısında ise sağ elin masanın üstünde ve tam olarak anlaşılamayan bir hareketi verircesine parmakları açık, gergin resmedilmesi ile verilmektedir. Elin yönü masa üzerinde etüd edilmiş üzerinde küçük kraterleri olan çakıl taşına doğrudur ve bu taş sanki uzaydan düşmüş hissi vermektedir.

2.Yön- Kategori- Eserde Kişisel Hiçbir Unsur Bulunmaması ve Görsel (Biçimsel Öğeler) ve Simgesel (İçeriksel,Anlamsal Öğeler)Kodları:

-Görsel(biçimsel öğeler)Kodlar

Resimde Magritte'in kendisine ait bir otoportre ya da ona ait herhangi bir görsel unsur olmamakla birlikte, resmini yaptığını bildiğimiz ancak zihinsel ve ruhsal olanın, varlık ve hiçliğin, aşkın olan ile içkin olanın arasında kurulan bağın sanatsal imgesi olarak, resim içerisindeki izleri, zihinsel ve maddesel bağlarından kurtulan kişinin resmedilişinde kullanılan biçimsel öğeler (görsel kod; başın yerinde duran ve belli bir dış çizgisi olmayan, sadece çevreye yayılan bir enerji, ışık topu – göksel olan) ile herhangi bir yüz görsel olarak mevcut olmasa da, baş kısmı dışında, gerçekçi anlatıma dayalı ve figürü oluşturan unsurlar (görsel kodlar; takım elbise içinde gövdesi, kravatı, el, taş, masa- 'varoluş'a dair kodlar) real ve irreal tabakada, ontolojik açıdan bir karşıtlık olarak resimde yeralmaktadırlar.

-Simgesel (içeriksel,anlamsal öğeler)Kodlar

Magritte, Zevk İlkesi resminde, kariyerinin ilk zamanlarında, sürrealistlerin maddi destekçisi ve evinde kira ödemeden yaşamasını sağlayan ve resim yapması için onu da desteklemiş olan Edward James'i, kendisinin dışında bir Ben'i, ancak kendisine yakın hissettiğini model olarak kullanmıştır.Ancak buradaki anlatımda, Edward James'in portresi artık kayboluşun, kişisel olamayanın portresi haline gelmiştir. Buradaki ışık topuna dönüşmüş parçalanmış insan başı, simgesel kod, içerik olarak, Ben ötesi, Doğa ile bütünleşme ve Doğa'dan ayrı düşünülen, soyut ben'in 'hiçleşme'sinin sembolüdür. Burada ressamın ele aldığı kişi üzerinden verilen mesaj, sanatla farkındalığa ulaşmada, Andre (2016)tarafından benliğinin genişlemesini ve yok oluşunu deneyimlemek olarak nitelendirilmektedir.

"…Bir kayboluşun portresi bu.Ya da bir parçalanışın. Takım elbise (ciddi yaşam) biraz sonra içindeki özü yitirecek.Ve bir güneş (gizemli yaşam) gibi kaynayan zihin maddi vücudu aşıp onu terk edecek.

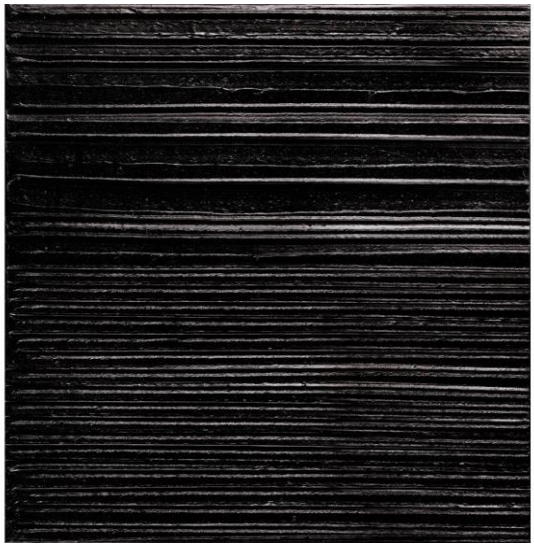
[23] Jung, C. (2017) Ruh, Çeviren: İsmail Hakkı Yılmaz, İstanbul.: Pinhan Yayıncılık, Sayfa:185.

Zihnin tutuşmasının portresi bu. Birazdan tuvalin üzerinde hiç ışık kalmayacak. Arkasındansa hiçbir şey “ [24].

Ben’in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön-Kategori ve Resim Sanatında Görsel/ Simgesel Kodlarına Yönelik Eser Analizi 2:

Ben’in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön-Kategoriler ve Resim Sanatında Görsel/ Simgesel Kodlarına Yönelik Eser Analizinde ikinci eser: Pierre Soulages, tuval üzerine yağlı boya tekniğinde, 2005, ”İsimsiz” adlı eserdir.

“Siyahın kralı” olarak adlandırılan soyut ressam Pierre Soulages, ışığın resmin dokusunu yansıttığını keşfetmesiyle bilinmektedir. Sanatçının, yenilikçi bir resim tekniği bulunmaktadır. Bu teknikte, kalın siyah boya katmanlarıyla tuvallerde göze çarpan, ritmik kesimler oluşturmak için kaşıklar, küçük tırmıklar ve kauçuk eşyalar gibi nesneleri kullanır. Sanatçı, kendi resim pratiğini tanımlamak için Outrenoir kelimesini (siyahın ötesinde) icat eder. Bu sözcük, mevcut sanatsal etiketlerin herhangi biri tarafından henüz kategorize edilememiştir. 2005 yılında yapılan ve isimsiz de olan bu resim, sanatçının düşünsel ve teknik becerisini en iyi yansıtan en yalın ve saf (pure) eserlerinden biridir.



Resim 2: Pierre Soulages, İsimsiz, 2005.

[24] Andre C. (2016)Sanatla Farkındalığa Ulaşmak İçin 25 Ders, Pegasus Yayınları, İstanbul.:Çeviren: Hasan Can Utku, Sayfa:278-281.

1.Yön-Kategori- Formun Anlamını Yitirmesi ve Görsel (Biçimsel Öğeler)/ Simgesel (İçeriksel Öğeler)Kodları

-Görsel(biçimsel öğeler)Kodlar

Soulages, onun için soyutlamanın kendi hayal gücünü ve içsel deneyimini keşfetmenin bir aracı olduğunu söyler. 1950'de şöyle demiştir: "Çalışıyorum, içsel dürtü, belli, kesin biçimler, renkler ve materyaller için özlem duyuyorum ve tuvalde onlar olana kadar, onlar bana ne istediğimi söylemiyorlar" [25]. Resimde en belirleyici görsel kod siyah renk ve tuvalin kendi biçimidir. Burada formun anlamını yitirişi, Doğa'dan ayrı düşünülen, soyut ben'in 'hiçleşme'sinin sembolleri, biçimle ve renkle görselleştirilmiştir.

Kandinky'de "siyah renk, imkanları olmayan, güneşin batışı ile kaybolan, ebedi, geleceksiz, gelecek ümidi bile olmayan bir 'hiç' gibi, içten olarak yankı yapar"[26].

Siyah rengin ve temel biçimlerin kullanımı çok eskilere dayalı olduğu gibi Maleviç'in de belirttiği gibi, "Geçmişle köprüleri atan ve yeni bir sanat için başlangıç değeri taşıyan simge, susan hiçliğin simgesi, sığınabileceğim son biçim "[27]. Bu simge; Modern sanatta "Beyaz üstüne siyah kare"resmi ve "Sıfır Biçim" resimleri gibi modern resimler, son biçim denileni ortaya koyan- Süprematizm mutlak yaratıcılığın yolu olarak sunuluyordu. Yeni-plastikçilik, fizikötesi bir dünya tasarımının bir yansıması idi.

"Siyah şeytanı, boşluğu, ölümü ve kirliliği ama aynı zamanda saygınlık yücelik, kıymet, şeref asalet güç ve itibar ile ağırbaşlılığı simgelemektedir.Cenaze törenlerinde, ölümden sonraki ağıtlarda siyahın anlamı çok eski tarihlere dayanır. Bu anlamlandırma belki de kötü ruhanilerin kendisine zarar vermesini engellemek için, ölünün yüzünü siyahla karalayıp onu tanınmayacak bir hale getirmek biçimindeki, Antik Semitik geleneklerden tevarüs(miras kalan) edilen bir renk anlamıdır"[28] .

Soulages' de siyah rengi ve biçimi kullanmasının kaynağını ve siyah renk ile içsel ilgisini şöyle açıklar; "Cesurca bir şey yapmaya karar verdim: Tarih öncesi bir kazıya başladım. Aslında, 18 yaşımdan beri, benim resmim için değil, bulduğum tarih öncesi nesneler için bir müzede ismim vardı. Sanat hakkında böyle düşünmeye başladım. İnsanoğlu devreye girer girmez, resim yapmaya başladı. Dediğim gibi, hep

[25] *https://www.tate.org.uk/art/artworks/soulages-painting-23-may-1953-n06199 Gallery label (2008)* Pierre Soulages Painting, 23 May 1953,er.tr: 17.10.2018.

[26] Kandinsky, W. (1981)Sanatta Manevilik Üzerine, Çeviren: Ahmet Necati Bigalı, İzmir: Özden Ofset, Sayfa:65.

[27] Yılmaz, M. (2006) Modernizmden Postmodernizme Sanat, Ankara:Ütopya Yayınları, Sayfa:71.

[28] Genç, A. (2011) Yağlıboya ve Akrilik Resim Teknikleri Terminolojik Bilgiler ve Atölye İlkeleri, Art Boya Sanat Dergisi: Altamira, Yıl: 5, Sayı: 18, İstanbul.Sayfa:16.

siyahı severdim, ve fark ettim ki, en başından beri, ilkel adam tamamen karanlık mağaraları boyadı. Onlar da siyahla boyanmışlar. Beyazla boyanabilirlerdi çünkü yeryüzünde beyaz taşlar vardı, ama hayır, karanlıkta siyah ile boyamayı seçtiler. İnanılmaz, değil mi?[29] .

- Simgesel (içeriksel öğeler)Kodlar

Varlığı aşma anlamında, sanatçının eserinde sadece siyah renkten oluşmuş bir sınırlı yüzey, tüm duyulur, maddi varlıkların ötesini, kozmik derin boşluğu, hiçliği işaret etmektedir. Dışarıda olan, kendinde şey; sınırlı, kapalı, içkin varlık karşıtı; sınırsız ve sonsuz, aşkın olanı (transandan aşkın sanatçı egosu) yani sınırlıda sınırsızı bize hatırlatır. Sanatın kendisi de aslında bir sınırlı biçimdir. Bu sınırlı biçim içinde, tinsel varlığı-aşkın 'ben'i duyumsarız.

"Bu resimler farklı. Ben her zaman resimlerin pencere olmasından ziyade duvar olmasından hoşlandım. Bir duvarda bir tablo gördüğümüzde, bu bir penceredir, bu yüzden resimlerimi genellikle bir duvar yapmak için mekanın ortasına koyarım. Bir pencere dışarıya bakar, *ancak bir resim bunun tersini yapmalıdır - içimize bakmalıdır*. Onları odanın ortasına koyduğumda, üstteki tabloları tavana ve zemine iliştiriyorum. Bunu tavandan asmak için tercih ediyorum çünkü bir mekânda duvar gibi bir yer yaratıyor[30] .

2.Yön- Kategori- *Eserde kişisel hiçbir unsur bulunmaması* ve Görsel (biçimsel öğeler) ve Simgesel (içeriksel,anlamsal öğeler)Kodları

-Görsel(biçimsel öğeler)Kodlar

20.YY Süprematist resim, doğanın biçimlerinin ve göstergelerinin bir eserde olmayabileceğini ve biçimin, Kant'ın felsefesinde değindiği gibi, aslında "kendinde şey" olduğunu gösterir.Öznesi- içteki ben ve ben'in dışındaki-nesnesi de görünmeyen şey.Ben, transandan boyuta sahip, kişisel olmayan, içkin de olmayan,bilinçten farklı , eser de görsel kod olarak artık burada sanatçısından hiçbir iz (sanatçının imzası, kişisel belirli bir motif, çizgi, iz,kimliğe dair işaret-logo vb.)taşımamaktadır.

- Simgesel (içeriksel öğeler)Kodlar

Soulages, biçimsiz olanın izi olarak simgesel kod biçim'i; siyah imge estetiği üzerinden deneyimleyen bir sanatçıdır [31]. Sartre düşüncesinde olduğu gibi, aslında duyguların ve düşüncelerin kaynağı olan bir iç ben ya da ego yoktur. Ego bilincin sentetik bir ürünü olarak ve düşsel bir şey olarak bilincin dışındadır.

---

[29] Zoe Stillpass (2014) Pierre Soulages, Sanatçı ile Röportaj https://www.interviewmagazine.com/art/pierre-soulages, er.tr:18.10.2018.

[30] Zoe Stillpass (2014) Pierre Soulages, Sanatçı ile Röportaj https://www.interviewmagazine.com/art/pierre-soulages, er.tr:18.10.2018.

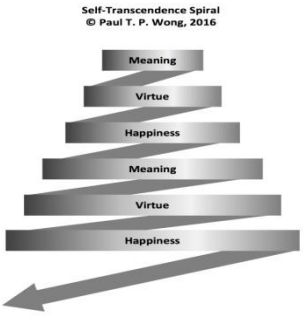
[31] Ersağdıç, Y. (2017) Kontrastlıkla Varolan Bir Doku Estetiği ile İmgenin Siyah Yüzü ve Pierre Soulages'in Resimleri, Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, Cilt 7Sayı 2/1

Transandan ego, burada tamamen ortadan kaldırılmak istenen ve sınırlı biçim de, sınırsız olanı yansıtandır.

Sonuç

"Her kim, sanatının derinliklerinde, görünmeyen hazinelerin peşinde olursa, gökyüzüne varacak olan manevi piramidi yükseltiyor demektir" [32].

Öyleyse kendi içindeki Tanrısal özü bulmak isteyen kişi, tıpkı maddenin saflaştırılması gibi, kendi içine dönerek kendini saflaştırmalı ve gizli olanı çıkarmalıdır. Benliğin aşkınlığı (Self-Transcendence) , (Wong, 2017) da olduğu gibi, anlam, erdem ve mutluluğa giden bir yol olarak da ele alınabilir. Wong'un ele aldığı, Viktor Frankl (1985) iki faktörlü ST teorisinde, ST'nin tanımlayıcı özellikleri şemadaki gibi giderek genişlemektedir.



Şekil 1: Self-Transcendence Spiral

http: //www.drpaulwong.com/four-defining-characteristics-self-transcendence

ST spiralinin sürekli genişleyen döngüleri, paradoksal olarak, ST sarmalının genişlemesi ve Ben'in aşkınlığında, kendini kaybetmesinin, insanı üç yükünden kurtardığı belirtilmektedir. İlk yük, anlam ve bağlantı için manevi ihtiyaçlarımızı asla tatmin edemeyen, giderek daha fazla maddi dünya için doyumsuz açgözlülük, ikinci yük ise, sonsuz mücadele ve hayatın kırılganlığı ve kısalığı nedeniyle anlamsızlık duygusudur. Üçüncü yük de, başlangıçta ne kadar uyarıcı olursa olsun, her şeyin

[32] Kandinsky, W. (1981)Sanatta Manevilik Üzerine, İzmir: Çeviren: Ahmet Necati Bigalı, Özden Ofset, Sayfa:41.

tekrarlanmasının dayanılmaz can sıkıntısı olarak verilmektedir [33]. Kendiliğinden aşkın spiral, yeni anlamlar, yeni kavrayışlar ve büyüme için yeni yollar keşfetmenin sonsuz olasılıkları sayesinde bu yüklerden kurtulma ve özgürleşme sunar. Anlam, doğası gereği, insanların yaşamlarında, mutluluk elde etmek, sıkıntıya dayanmak ve yalnızlıklarının ötesinde aşkınlığa ulaşmak için çabalarının özlerini bir araya getiren bir bütünleyici faktör olarak görünmektedir [34].

Kısacası, sanatta da tam ve hayati bir genişleme için benlik merkezli bir yaşamın küçüklüğünden ve boşluğundan kurtulmak, ruhsal dünyamızın ben ve başkası (ları)arası ilişki, Levinas'da aşkınlık düşüncesine girişte[35] olduğu gibi aşkınlığın, özneler arası ilişki üzerinden genişleyebilmesi gerekmektedir.

Yaratıcı süreçte**,** Ben'in Aşkınlığı Kavramına Yaklaşımda İki Farklı Yön ya da Kategorilerin *1- Formun anlamını yitirmesi*–(Bilincin özgürleşmesi, formun ötesine gidiş. Varlığı aşma, aşkın -kendinde şey, Benliğinin yitirilişi ya da yok oluşu, bedenin bağlarından kurtulma. Işığa dönüşme)ve 2- *Eserde kişisel hiçbir unsur bulunmaması*- (Ben ötesi, Doğa ile bütünleşme ve Doğa'dan ayrı düşünülen, soyut ben'in bilincinin varlığı- (hiçliğinin sembolü) oluşumu, bu araştırmada ele alınan eserlerde bulgulandığı gibi, sonuç olarak da, başlıca yaşam geçişleri ve sanatsal motivasyonu- içsel gücün keşfine ve kişinin kendi ölümlülüğü hakkındaki farkındalığına kişinin odaklanması ile dünyasal kaygılardansa, daha büyük şeylerin şemalarına, soyut, anlamsal ve aşkınsal alana kaymasının mümkün olabileceği de görülmüştür.

Kaynakça

Acar, S. M.(2016) Levinas'ta Aşkınlık Düşüncesine Giriş, Kaygı Uludağ Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi, Sayı: 27, Güz.

Andreasen, C.N. (2013) Yaratıcı Beyin- Dehanın Nörobilimi, Ankara:Arkadaş Yayınevi.

Andre C. (2016)Sanatla Farkındalığa Ulaşmak İçin 25 Ders, Çeviren: Hasan Can Utku. İstanbul: Pegasus Yayınları.

[33] Wong, P. (2017) http: //www.drpaulwong.com/four-defining-characteristics-self-transcendence, Paul Wong Viktor Frankl's Logotherapy to the Four Defining Characteristics of Self-Transcendence Varoluşçu Psikoloji, Anlam Terapisi, /2 Oca 2017, Er. tarihi: 23.09.2018

[34] Steger, M. F. (2012). Experiencing meaning in life: Optimal functioning at the nexus of well-being, psychopathology, and spirituality. In P. T. P. Wong (Ed.), *The human quest for meaning: Theories, research, and applications* (2nd ed.; pp. 165-184). New York, NY: Routledge.Sayfa:165.

[35] Acar, S. M.(2016) Levinas'ta Aşkınlık Düşüncesine Giriş, Kaygı Uludağ Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi, Sayı: 27, Güz.

Arslan, A. (1994) Felsefeye Giriş, Vadi Yayınları, Ankara.

Ashton, D. (2001)Picasso Konuşuyor. Derleyen: Dore Ashton, Çeviren:Mehmet Yılmaz, Nahide Yılmaz, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Ersağdıç, Y. (2017) Kontrastlıkla Varolan Bir Doku Estetiği ile İmgenin Siyah Yüzü ve Pierre Soulages'in Resimleri, Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, Cilt 7Sayı 2/1

Genç, A. (2011) Yağlıboya ve Akrilik Resim Teknikleri Terminolojik Bilgiler ve Atölye İlkeleri, Art Boya Sanat Dergisi: Altamira, Yıl: 5, Sayı: 18, İstanbul.

Gürün, O. (…) Psikoloji Sözlüğü, İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Hançerlioğlu, O.(1994) Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Kandinsky, W. (1981)Sanatta Manevilik Üzerine, Çeviren: Ahmet Necati Bigalı, İzmir: Özden Ofset.

Moseley, A. (2010) A'dan Z'ye Felsefe,Çeviri: Ali Süha, İstanbul: NTV Yayınları.

Jung, C. (2017) Ruh, Çeviren: İsmail Hakkı Yılmaz, İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Passeron, R. (1990) Sürrealizm Sanat Ansiklopedisi, Çeviren: Sezer Tansuğ, İstanbul:Remzi Yayınevi.

Sartre, J.P. (2016) Ego'nun Aşkınlığı, Çeviren: Serdar Rifat Kırkoğlu. İstanbul:Hil Yayın.

Steger, M. F. (2012). Experiencing meaning in life: Optimal functioning at the nexus of well-being, psychopathology, and spirituality. In P. T. P. Wong (Ed.), *The human quest for meaning: Theories, research, and applications* (2nd ed.; pp. 165-184). New York, NY: Routledge.

Şentürk, V. (2012) Analitik resim çözümlemeleri, Ayrıntı Yayınları.

Tunalı, İ. (1975) Sanatın Psikolojik Anlamı ve Worringer'in Üslup Analizi. İstanbul Üniversitesi Felsefe Arkivi Dergisi, Sayı:19.

Worringer, W. (1985) Soyutlama ve Özdeşleyim. İstanbul:Remzi Kitabevi.

Yılmaz, M. (2006)Modernizmden Postmodernizme Sanat, Ankara: Ütopya Yayınları.

Zoe Stillpass (2014) Pierre Soulages, Sanatçı ile Röportaj https://www.interviewmagazine.com/art/pierre-soulages, er.tr:18.10.2018.

https://www.tate.org.uk/art/artworks/soulages-painting-23-may-1953-n06199 Gallery label (2008) Pierre Soulages Painting, 23 May 1953,er.tr: 17.10.2018.

https://www.widewalls.ch/famous-abstract-paintings/pierre-soulages-untitled-2005 ,Er. Tar: 17.10.2018.

http: //www.drpaulwong.com/four-defining-characteristics-self-transcendence, Paul Wong Viktor Frankl's Logotherapy to the Four Defining Characteristics of Self-Transcendence Varoluşçu Psikoloji, Anlam Terapisi, /2 Oca 2017, Er. tarihi: 23.09.2018

TRAFİKTE KADINA İSTİSMAR KONULU SOSYAL İÇERİKLİ AFİŞ TASARIMI

Öğr. Gör. Betül MÜEZZİNOĞLU

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Hacıbektaş Meslek Yüksekokulu

Dr. Öğr. Üyesi Çağrı GÜMÜŞ

K.T.O. Karatay Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Tezli Yüksek Lisans Bölümü

Öz

Sorumluluk kişinin kendi davranışlarının farkında olması ve bu davranışların sonuçlarını üstlenmesi olarak tanımlanabilir.. Aynı zamanda her türlü davranışta olduğu gibi sorumluluğun öğretilmesi ve geliştirilmesinde en etkin rol model almadır. Bireysel sorumluluk kişinin kendisine karşı sorumlulukları olarak tanımlanırken sosyal sorumluluk; sivil toplum örgütleri, özel sektör ya da devlet kuruluşları tarafından yürütülen ve toplumu ilgilendiren konularda, toplumu bilinçlendirerek hedef kitlede davranış değişikliği oluşturmayı amaçlar. Davranış değişikliği oluştururken hedef kitlenin dikkatini çekmek için, doğru kitle iletişim aracını seçmenin önemi büyüktür. Bu kitle iletişim araçlarından en etkililerinden biride basılı yayınlardan sosyal içerikli afişlerdir. Önceleri resmi haberleri duyurmak için kullanılan afişler daha sonra ürün tanıtan reklam afişleri şekline dönüşmüşlerdir. Reklamın değiştirdiği kültürel modeller ve referanslar, onun genellikle popüler kültürden aldığı materyallerin tamamıdır. İnsanların yoğunlukta kullandıkları alanlara asılan afiş tasarımlarında dikkat çekicilik göz önünde bulundurulurken estetik öğelere yer vermek yaşadığımız şehrin çevre düzenlemesini de etkiler. Afiş tasarımlarında tasarım ilkelerine sağdık kalarak doğru ve etkileyici sonuçlara ulaşmak dikkat çekicilik acısından önemlidir. Bu araştırmada sosyal içerikli afişlerin hedef kitleyi bilinçlendirmek açısından önemi açıklanacak, farklı sosyal mesajlar veren afişler incelenecek ve "trafikte kadın istismarı" konulu sosyal içerikli afiş tasarımı örneklenerek sunulacak ve sonuca gidilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, grafik tasarım, afiş.

TRAFFICKING WOMEN'S ABOVE SOCIAL CONTENT DESIGN

Abstract

Responsibility can be defined as being aware of one's own behavior and undertaking the consequences of such behavior. At the same time, it does not model the most effective role in teaching and developing responsibility as it is in all kinds of behaviors. While individual responsibility is defined as the responsibility of the individual to himself / herself, non-governmental organizations, private sector or governmental organizations, aiming to change the behavior of the target group by raising the awareness of the society in issues related to the society. When creating behavioral changes, it is important to choose the right mass media tool to attract attention to the target audience. This is one of the most influential media outlets, with social content posters from printed publications. The banners used to announce the official news in advance were later turned into advertising banners that advertise the product. The cultural modus and references that the ad changes are all the materials it usually gets from popular culture. Having aesthetic items in mind while drawing attention to the design of banners hanging over the areas that people use in density affects the environmental regulation of the city we live in. It is important to attract attention to the correct and impressive results by maintaining the design principles in poster designs. In this research, social banners will be announced in order to raise the awareness of the target audience, posters with different social messages will be examined and social poster with the theme of "women abuse in traffic" will be presented as a sample and presented.

Key Words: Social Responsibility, graphic design, poster.

1. Giriş

Sorumluluk kişinin kendi davranışlarının farkında olması ve bu davranışların sonuçlarını üstlenmesi olarak tanımlanabilir. Ayrıca kişinin herhangi bir sorumluluğu üstlenmesi, bu sorumluluğun ahlaki ve yasal sonuçlarını kabul etmesini anlamına gelmektedir. Sorumluluğun öğretilmesinin temelinde çocuğun iç kontrol becerisini geliştirmesine ve çevresine uyum sağlamasına yönelik olan disiplin yatmaktadır, iyi bir eğitim ve disiplin yöntemlerini uygun şekillerde kullanma ile çocuklar öz - kontrol, kurallara uyma, öz yeterlik gibi beceriler geliştirebilirler (Chamberlin, 1994, s. 204-206). Böylece çocukluktan itibaren öğretilmiş bu davranış bireylerin her türlü sorumluluk dürtüsünü sosyal-kültürel çevresinde ve günlük yaşamında farkında olmadan hayata geçirmesi ile sonuçlanır. Aynı zamanda her türlü davranışta olduğu gibi sorumluluğun öğretilmesi ve geliştirilmesinde en etkin rol model almadır.

Sorumluluk kavram olarak ise, kişinin kendisine ve başkasına olan yükümlülüklerini yerine getirmesi ve toplumsal sürece dâhil olmasıdır. Yapılan araştırmalarda sorumluluğun, öğretilebilir ve kazandırılabilir bir davranış olduğu görülmüştür. Sorumluluk konusu bireysel ve sosyal olmak üzere iki

başlığa ayrılır. Bireysel sorumluluk kişinin kendisine karşı sorumlulukları olarak tanımlanırken sosyal sorumluluk; sivil toplum örgütleri, özel sektör ya da devlet kuruluşları tarafından yürütülen ve toplumu ilgilendiren konularda, toplumu bilinçlendirerek hedef kitlede davranış değişikliği oluşturmayı amaçlar.

2. Sosyal Sorumluluk

Sosyal sorumluluk projeleri kapsamında, toplumu bilinçlendirmek ve duyarlılığı aşılamak asıl amaçtır. Sosyal sorumluluk; içerdiği konular itibari ile gerek ulusal gerekse uluslararası birçok platformda yasal zorunluluk haline gelmiştir. Örneğin Trafik kurallarına uymak sosyal sorumluluklarımız arasındadır ve kurallara uymayanlara yasal olarak belirlenen cezalar verilir. Bu yasal kurallar haricinde özellikle kurumsal altyapısı oturmuş kurumlar sosyal sorumluluk projelerine önemli ölçüde destek vererek sosyal alanda yaptıkları çalışmaları marka hedeflerine dâhil etmişlerdir. Sosyal sorumluluk kampanyalarında verilmek istenen mesaj için birçok farklı kitle iletişim aracı kullanılır. Bu kitle iletişim araçlarından en etkililerinden biride basılı yayınlardan sosyal içerikli afişlerdir. Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuşu olarak tanımlanabilir. (BECER, 2000, s. 28) Bu görsel değiş tokuş sürecinde Grafik tasarımın amacı sadece bir ürün, kurum ya da hizmeti tanıtmak değildir. Sosyal politik veya çevresel konularda toplumu bilinçlendirerek davranış değişikliğine ikna etmekte grafik tasarımın kapsamındadır. Özellikle toplumu bilinçlendirmek amaçlanan konularda en etkili tasarım ürünü afiş tasarımıdır. Günümüzde dijital ortamlarda internet aracılığı ile sunulan tasarımlara rağmen afiş tasarımı etkililiğini korumaktadır ve önemli bir görsel iletişim aracıdır.

3. Afiş

Afiş, yazılı ve resimli görsel elemanların, bir mesajı veya bir tanıtımı anlatmak için kullanılarak tasarlanması sonucunda oluşan grafik tasarım ürünüdür. (ÇİĞDEM, 2006, s. 13) Afişin tarihinin çok eskilere dayandığını Eski Mısır'da papirüs kâğıtları üzerine yapılmış resimlerden, kâğıdın icat edilmesi ile baskı tekniklerinin gelişmesi ve matbaanın bulunması sonucu seri üretimin döneminin başlamasıyla ilişkilendirilebilir. On sekizinci yüzyılda gerçekleşen sanayileşme hamlesi, matbaacılığın da makineleşmesini sağlayarak daha yüksek tiraj oranları ve üretim miktarlarına erişilmesini mümkün kılmıştır. Daha da önemlisi daha süratli üretim oranlarını karşılayacak dizgi ve üretim süreçlerinde de çarpıcı bir gelişme sağlamıştır. (Ambrose & Harris, 2012, s. 28) Afişlerin çok sayıda çoğaltılarak geniş alanlara ulaşması 1450' lerde Gutenberg'in matbaası ile doğrudan ilişkilidir. Bazı kaynaklara göre ilk duvar afişi 1480' de, Londra' da bir kilisenin kapısına asılan bir din kitabı afişidir. Ancak, bugün anladığımız anlamda ilk afiş, 1860'ların başında, afiş sanatının babası olarak bilinen Jules Cheret tarafından tasarlanan Sarah Bernhardt'ın bir oyununa ait olduğu bilinmektedir. (CEYLAN & CEYLAN, 2015, s. 70) Afiş tasarımı, sanat ve estetik kaygının benzer ağırlıkta olduğu, konusunu toplumsal yapı içinde bulan, ihtiyaçlara uygun, sosyal, siyasi, ticari, kültürel alanları konu edinen, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, geniş kitlelere sesini duyuran, genellikle resimli duvar

ilanlarıdır. İnsanlar her gün cadde ve sokaklarda, duvar ya da ilan panolarına asılan çok sayıda afiş görürler (AĞSAKKALLI, 2014, s. 8). Afiş çoğaltılabilir olması özelliği ile daha geniş kitlelere ulaşır. Afiş tasarımda kısa ve etkili mesajlar fotoğraflar, illüstrasyonlar ya da tipoğrafik düzenlemeler ile verilebilir. Mesaj ne kadar sade ve yalın unsurlar kullanılarak verilir ise hedef kitleye ulaşmak o kadar hızlı ve etkili olur. Önceleri resmi haberleri duyurmak için kullanılan afişler daha sonra ürün tanıtan reklam afişleri şekline dönüşmüşlerdir. Reklamın değiştirdiği kültürel modeller ve referanslar, onun genellikle popüler kültürden aldığı materyallerin tamamıdır. Reklam, modern popüler kültürün her ortamda gözüken yüzüdür. Tüketimin kitleselleşmesi, hem reklam, hem de popüler kültürün ivme kazanmasını sağlayan etkenlerin başında gelir (YAVUZ, 2006, s. 150). Afişte yer alan kısa öz reklam mesajı, kullanılan tipografi, resim veya firma işaretleri (marka, logo, amblem) ile bütünleştiğinde hedef kitle üzerinde daha etkili olur. (YILMAZ, 2012, s. 107). Şehir yaşamının gelişmesi ve iletişim ihtiyaçlarının artması ile görsel iletişim türü olan afiş tasarımları toplumu bazı konularda bilinçlendirmek amacı ile de kullanılmaya başlanmıştır. Tasarımın birçok alanında olduğu gibi afiş tasarımlarında da popüler kültürün izlerine sıkça rastlanmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ve iletişim kanallarının artmasıyla sadece bir alanda bir toplumu kapsayan kültür, daha geniş alanı kapsamaya başlamıştır. Ve bunun sonucunda da popüler kültür kavramı yayılmaya başlamıştır. Popüler kültür yapısını afiş tasarımlarında, tasarım ilkelerine sadık kalarak doğru şekilde kullanmak ise afişin dikkat çekiciliğini arttıracaktır. Her ne kadar dikkat ve algı iç içe geçmiş kavramlar olsa da algılamam bir süreç dikkat ise bu süreci başlatan tetikleyici etmendir. Hedef kitlenin dikkatini çekmenin belli başlı yöntemleri bulunmaktadır. Görsel iletişim noktasında ise hedef kitlenin dikkatini çekmede görsel tasarım kriterleri ile ilgili süreçler ön plana çıkmaktadır. (ELDEN & ÖZDEM, 2015, s. 144) İnsanların yoğunlukta kullandıkları alanlara asılan afiş tasarımlarında dikkat çekicilik göz önünde bulundurulurken estetik öğelere yer vermek yaşadığımız şehrin çevre düzenlemesini de etkiler.

Afişleri çeşitlerine göre dört ana grupta toplayabiliriz.

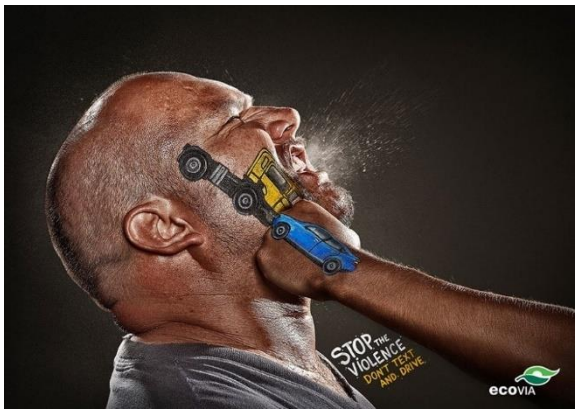
Bunlar; kültürel afişler, sosyal afişler, reklam afişleri ve propaganda afişleridir. Afişleri bu ana başlıkların altında da kendi içinde çeşitlere ayırmak mümkündür. Kültürel afişler; tiyatro afişleri ve sinema afişleri, sosyal afişler; siyasi afişler ve sosyal sorumluluk kampanya afişleri, reklam afişleri; kurumsal reklamcılık afişleri ve moda, gıda, turizm ve endüstri afişleri, vs. afişleridir (YAYLA, 2014, s. 31).

3.1. Sosyal İçerikli Afişler

1980'ler den sonra Türkiye'de grafik sanatçılarının Dünya'ya açılması ve Dünya üzerinde giderek yaygınlaşan küreselleşme, tüketim çılgınlığının artması çevre kirliği sorunları, su tüketimi, kadın hakları, sağlık sektöründeki ihtiyaçlar ve daha birçok konuda kitleleri bilinçlendirmek amacı ile yeni bir afiş türü olan sosyal içerikli afişler gündeme gelmiştir. Sosyal içerikli afişlerin temel prensipleri sorumluluk, farkındalık ve sürdürülebilirliktir. Sosyal içerikli afişlerde, sosyal sorumluluklara nokta atışı yapılarak anlatılmak istenen mesajlar izleyiciyi duyarlılığa teşvik ederek iz bırakır. Afişin, gerek iç

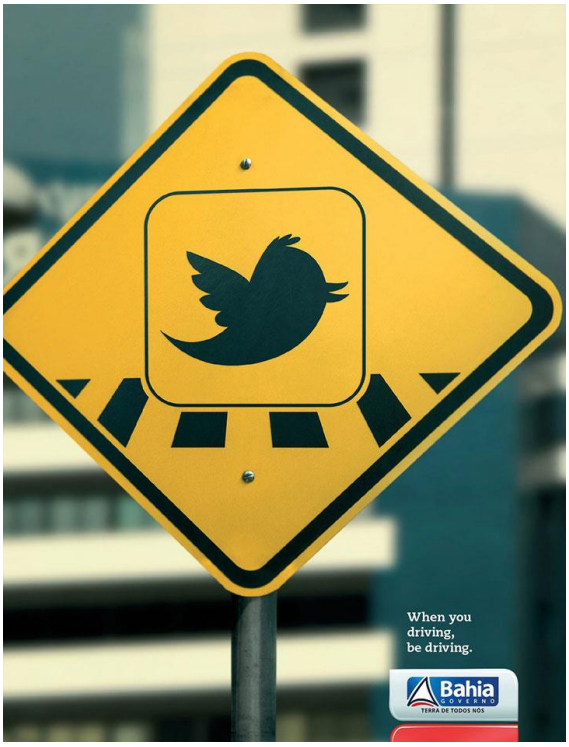
gerek dış mekânlarda çok fazla kişiye ulaşabilmesi, üretim ve dağıtımının diğer görsel iletişim araçlarına oranla daha ucuz olması, kurumların, derneklerin, partilerin sosyal içerikli afiş aracılığıyla mesajlarını iletmeyi tercih etmelerine neden olmaktadır. Sosyal içerikli afiş tasarımlarında hedef kitle, sosyal statü, kültürel yapı, yaş, cinsiyet gibi alanlarda, tüm dünyayı ya da ulusu ilgilendiren sosyal konularda olabilir. Özellikle sosyal içerikli afişlerde yaratıcı, dikkat çeken ve ikna eden öğelere yer vermek hedef kitledeki davranış değişikliği oluşturma konusunda etkilidir. Ayrıca afişlerde kullanılan öğelerin hedef kitle tarafından kolay anlaşılması gerekmektedir.

3.1.1. Sosyal İçerikli Afiş Tasarım Örnekleri



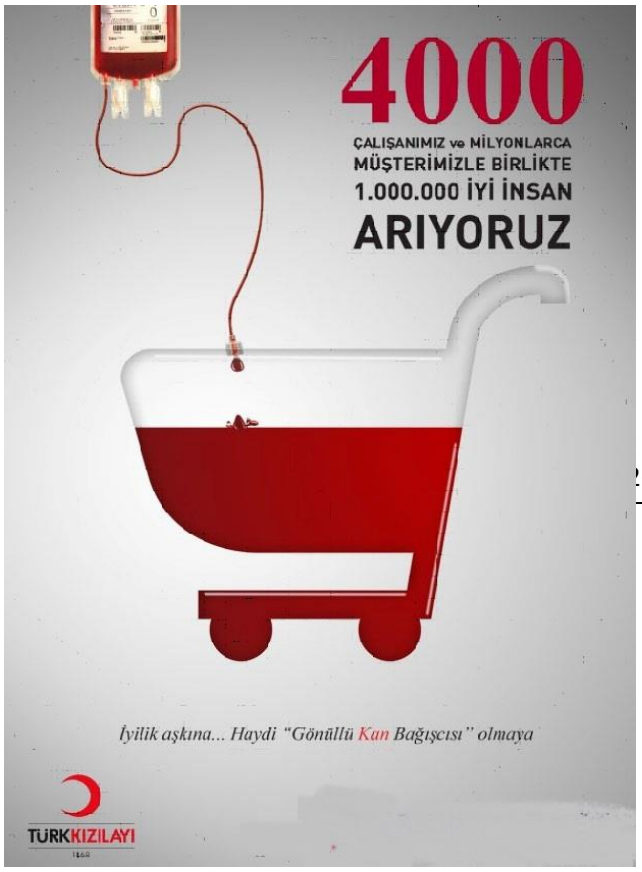
"Şiddete son verin, içmeyi bırakın ve sadece sürün." sloganı ile alkollü araç kullanımının sonuçlarını vurgulamak amacı ile ecovia (Yol imtiyazlarını ve ilgili hizmetleri sürdürülebilir ve sosyal olarak sorumlu bir şekilde yürüten entegre bir lojistik altyapı firmasıdır.) firmasının hazırlanmış bir seri afiş çalışmasıdır.

Fransız Otomobil Sigortası Şirketi Québec (SAAQ)'in uyanık olmanın önemi hakkında yaya bilincini artırmaya yönelik yıllık kampanyasının afiş tasarımlarıdır. SAAQ, "Dikkat dağınıklığı, dikkatsizlik ve sabırsızlık işaretleri kaldırabilir" sloganını kullanarak yayaların trafik işaretlerine ve sinyallerine uymayı, kavşaklarda kesişmeyi ve ağır araç kör noktalarından sakınmayı hatırlatıyor.



Brezilya'nın Bahia eyalet yönetimi için Leiaute Propaganda Reklam Ajansı tarafından hazırlanan reklam afişleri, akıllı telefon kullanımı nedeniyle ortaya çıkan trafik kazalarına dikkat çekiyor. Reklamlarda çok kullanılan sosyal medya ağlarının ikonları önemli trafik levhalarının üzerine yerleştirilmiş olarak gösteriliyor.

Sağlık bakanlığının 2012 yılında **"Beden Kitle İndeksi"** ve **"Hareket Et"** adlı iki kamu spotu ile **"porsiyon küçültme"** ve "**günde 10.000 adım atıyoruz"** başlıklı afiş, bilboard gibi iletişim materyalleriyle tüm yurtta **"Obezite Mücadele Hareketi"** kampanyası başlamıştır. Sosyal içerikli bu afiş çalışmasında konunun başlığı büyük puntolarla vurgulanırken, zeminde canlı ve tek renk kullanımı ile dikkat çekilemeye çalışılmıştır.



Türk Kızılayı'nın başlattığı kan bağışı için hazırlanmış seri afiş tasarımlarında aynı zemin ve aynı kurgu ile kan bağışının önemi vurgulanmaktadır. Mesajın içeriğinde "İyilik Olgusu" vurgulanırken sosyal sorumluluk anlamında insanlar bilinçlendirilmeye çalışılmıştır.

İnsanların, hayvanların ve trafikte ki araçların karayolları üzerindeki hal ve hareketlerine trafik denilmektedir. Trafik sadece içerisinde akışın yönlendirildiği bir yollar sistemi değil, aynı zamanda toplumun bireylerinin bir başka biçimde etkileşim de bulunmasıdır. Bu etkileşimde, özel sektörden eğitim, sağlık, turizm, bankacılık, inşaat, spor ve çeşitli sosyal alanlara kadar cinsiyet ayrımcılığı yer verilmemelidir. Ülkemizde son 10 yılda, ehliyet sahibi kadınların iki kat attığı görülmüştür. Geleneksel

açıdan bakılınca "araba kullanmak erkek işidir" diyen insan sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Tabii ki bunlar hala kadın ve erkeğin eşit olduğunu kabul etmeyen erkek sürücülerdir. Diğer adıyla magandalar…

2008 yılının Şubat ve Mart aylarında Karayolu Trafik Araştırma Enstitüsünün trafikte kadına yönelik taciz ve saldırganlık üzerine yapmış olduğu araştırma şöyledir. "Kadın sürücü olarak kent içerisinde veya şehirlerarası yollarda, gece ve gündüz trafikte arkadan gelen veya yanda bulunan erkek sürücülerden sözle, elle, sinyal ile korna çalarak tacize uğruyor musunuz?" sorusuna katılan 732 kadın sürücünün % 35 inin en az beş defa tacize uğradıklarını % 65 nin de daha çok tacize uğradıklarını beyan ettiklerini bildirdi. Otomobil kullanan kadınları sıkıştırıp, kaza yaptıran bu insanlar Hukukçulara göre "taammüden cinayete teşebbüs" suçu işliyorlar. Toplum içerisinde her alanda olduğu gibi trafikte de kadınlara saygı duyulmalı ve varlıkları benimsenmelidir.

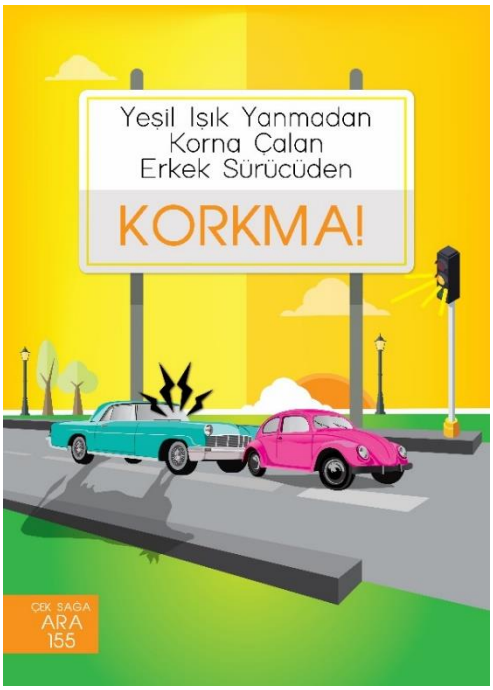
Bu araştırmada trafikte farklı şekillerde istismara maruz kalan kadınları bilinçlendirmek asıl amaçtır. Genellikle böyle bir durumla karşılaşan kadın sürücüler ya panik yapıp büyük kazalara sebebiyet vermektedir ya da erkek sürücüye bir şekilde karşılık vererek daha farklı tepkilerle karşı karşıya kalmaktadır.

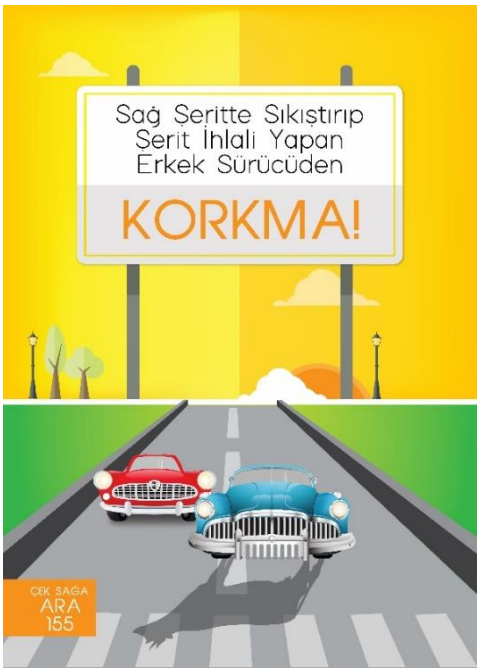
Bu çalışmada erkek sürücüler eylem olarak;

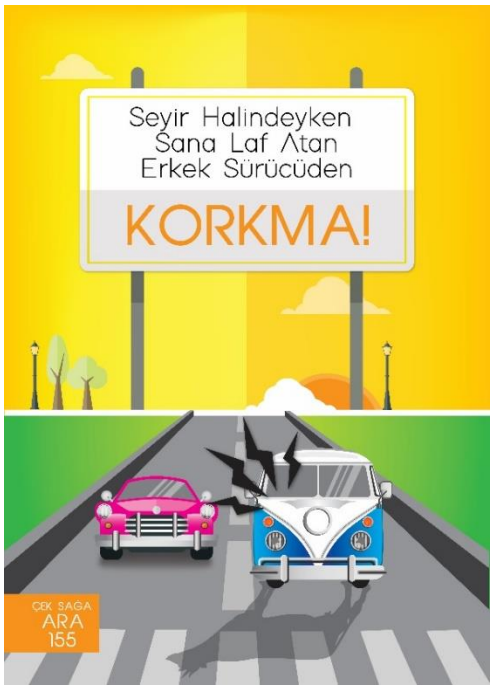
- "Yeşil Işık Yanmadan Korna Çalan."
- "Sağ Şeritte Kadın Sürücüyü Sıkıştırıp, Şerit İhlali Yapan."
- "Sinyal Vermeden Sollamaya Çıkan."
- "Seyir Halindeki Kadın Sürücüye Laf Atan."

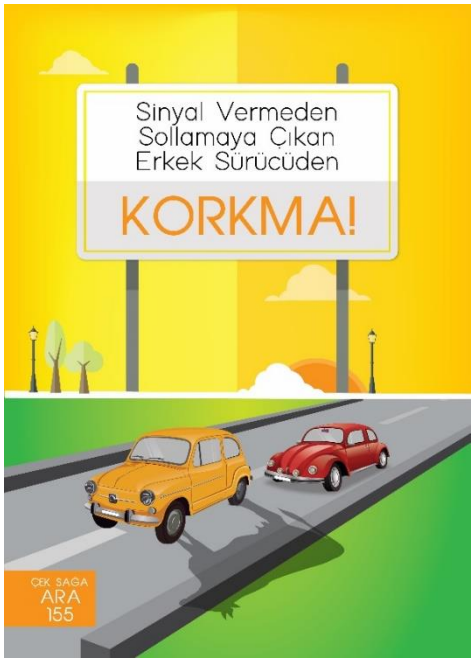
Erkek sürücüler kategori edilerek, ele alınmıştır.

Bu bağlamda trafikte istismara maruz kalan kadın sürücüleri bilinçlendirmek için "KORKMA ÇEK SAĞA ARA." Sloganı ile il emniyet müdürlüklerinin ihbar hattı olan "155" i arayabilecekleri vurgulanmıştır.


Yeşil Işık Yanmadan
Korna Çalan
Erkek Sürücüden
KORKMA!
ÇEK SAĞA
ARA
155


Sağ Şeritte Sıkıştırıp
Şerit İhlali Yapan
Erkek Sürücüden
KORKMA!
ÇEK SAĞA
ARA
155


Seyir Halindeyken
Sana Laf Atan
Erkek Sürücüden
KORKMA!
ÇEK SAĞA
ARA
155


Sinyal Vermeden
Sollamaya Çıkan
Erkek Sürücüden
KORKMA!
ÇEK SAĞA
ARA
155

Afiş tasarımlarında istismara uğrayan kadın sürücülerin yaşadığı zor anlar farklı açılardan ele alınmıştır. İstismar eylemini gerçekleştiren erkek sürücülerin araçlarında olması gerekenden faklı olan gölgeler ile afiş tasarımlarında bir paradoks yakalanmaya çalışılmıştır. (Paradoks; çelişen kısımlar içeren fikir veya ifadeler; tasarımda paradoks genellikle işin içene mizah katar ve izleyiciyi gördüğü şeyi sorgulamaya iter.) (AMBROSE & HARRİS, 2013, s. 92). Tasarımda canlı renkler kullanılarak hedef kitle olan "Kadın Sürücülerin" dikkatlerini çekmek amaçlanmıştır. Trafikte bu tarz bir istismara maruz kalan kadın sürücüyü ne yapması konusunda bilinçlendirmek asıl amaçtır.

4. Sonuç

Sorumluluk günlük yaşantımızın bize getirdiği görevlerimizi yerine getirme bilincidir. Toplumun huzuru ve refahı için sosyal konularda halkı bilinçlendirmek ve davranış değişikliği oluşturmak gerekmektedir. Bu konuda kar amacı güden yada gütmeyen birçok kurum yada kuruluş üzerine düşen görevi yerine getirmelidir. Bu alanda halkı bilinçlendirmek ve dikkat çekerek olumlu davranışa ikna etmek için en önemli silah, görsel iletişim kanalı olan afiş tasarımıdır. Afiş tasarımları özellikle sosyal konularda mesaj verebilmesi için yalın ve kolay anlaşılabilir olmalı ve insan kalabalıklarının yoğun olduğu alanlara asılmalıdır. Sosyal içerikli afiş tasarımlarının en önemli amacı hedef kitlede davranış değişikliği oluşturup oluşturmamasıdır. Trafikte kadın sürücülere yönelik istismar üzerinde çok konuşulmayan sosyal bir konudur. Bu konuda kadın sürücüler bilinçlendirilmelidir.

Kaynakça

- Ambrose, G. & Harris, P. (2013), Grafik Tasarımda Tasarım Fikri, Literatür Yayınları, İstanbul.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2012), Grafik Tasarımın Temelleri, Literatür Yayınları, İstanbul.
- AĞSAKALLI, M. S. (2014). Sürrealizm Akımının Afiş Tasarımına Etkisi ve Uygulama Örnekleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Becer, E. (2002), İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitapevi, Ankara.
- Ceylan, İ. G. & Bahattin Ceylan, H., "Afiş Tasarımında Popüler Kültürün Yansımaları", İdil Dergisi, 2015, (17): 70.
- Chamberlin, L.J. (1994). "Developing Responsibility In Today's Students" Clearing House, 67, 4,: 204 - 206.F
- Çiğdem, (2006), "Post- Modernizmin Afiş Sanatına Etkisi ve Uygulama Örnekleri.", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Elden, M.(2009) , Reklam ve Reklamcılık, Say Yayınları, İstanbul.
- Elden, M. & Özden, Ö. O. (2015), Reklamda Görsel Tasarım, Say Yayınları, İstanbul.
- Tepecik, A. (2002), Grafik Sanatlar, Detay Yayınları, Ankara.
- Yavuz, Ş., "Reklam ve Popüler Kültür", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2006, (27): 150.
- Yayla, H. (2014). "Afiş Sanatının Görsel İletişim Sanatlarındaki Yeri." Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.

- Yılmaz, B. (2012). "Ürün Tanıtımında Popüler Kültür İkonlarının Grafik Tasarım İçerisinde Kullanılması.", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- http://www.ecovia.com.br/
- https://www.adsoftheworld.com/media/print/bund_grey_seal
- https://www.terredeshommes.nl/en
- www.trafik.org.tr
- https://saaq.gouv.qc.ca/
- http://www.dijitalajanslar.com/yaratici-reklam-afisleri/
- http://www.saglik.gov.tr/TR,4068/ilgili-gorseller--afisler-.html
- http://www.kanver.org/

SERAMİK AYDINLATMALAR

Dr. Öğrt. Üyesi Melda GENÇ
Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Öz

Seramik sektörü Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Tarihi 8000 yıl öncesine kadar giden seramik, tarih boyunca fiziksel ve kimyasal özelliklerinden kaynaklı olarak kimi zaman insanların ihtiyaçlarını karşılayan fonksiyonel nesneler olmuş, kimi zaman üzerlerine kendi duygu ve hislerini, tarihlerini kültürlerini yansıtabilecekleri bir araç görevi görmüştür. Dini amaçlı idoller, süs eşyaları, mutfak araç ve gereçleri, mimari gibi pek çok alanda kullanılabilmesiyle vazgeçilmez bir malzeme haline gelmiştir. Teknolojilerin gelişmesiyle birlikte ise her gün artan bir ürün yelpazesi ile gelişmeye devam etmektedir.

Günümüze kadar gelen süreç içerisinde günlük ihtiyaçları karşılayan seramik ürünlerinden uzay araçlarında kullanılan seramiklere kadar birçok araştırma ve çalışma görülmesine rağmen seramik aydınlatmalar ile ilgili yazılı kaynak neredeyse bulunmamaktadır. Bu nedenle seramik aydınlatmalar ile ilgili kaynak oluşturmak için tarihsel süreç içerisinde aydınlatma elemanlarının nasıl geliştiği ve değiştiği ile ilgili araştırma yapılacaktır. Aydınlatma elemanı tasarımı tarihi içerisinde seramik malzemesinin nasıl ve ne şekilde kullanıldığı incelenecektir. Bu çalışmada aydınlatma elemanı tasarımında seramiğin kullanımı ile yeni yaklaşımlar, alternatif çözümler yaratmada sanatçılara ve tasarımcılara teorik anlamda destek vermesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Seramik, aydınlatma, tasarım

Giriş

Uygarlık tarihi kadar eski olan Seramiğin, arkeolojik kazılara göre ilk kullanımı Anadolu topraklarında olduğu bilinmektedir. Kazılardan elde edilen seramikler 8000 yıllık bir tarihe ışık tutmaktadır. Kap, kaçak, kadeh, ocak, çömlek, takı, oyuncak gibi pek çok farklı biçimde seramiği görmek mümkün olup, dayanıklı bir yapıya sahip olması günümüze kadar gelen süreç içerisinde uygarlıklar ile ilgili önemli kaynak niteliği taşımaktadır. Uygarlıkların yaşam tarzları ve kültürleri ile ilgili bilgiler vermektedir. Seramiğin yapısından kaynaklı olarak kolay şekillendirilmesi, pişirilmesiyle dayanıklılık kazanması, sırlanarak ya da yüksek derecede pişirilerek su geçirmez özellik kazanması gibi pek çok özelliği ile tarih boyunca idol, mimari eleman, takı, süs eşyası, haberleşme ve belgeleme işlevi taşıyan tablet olarak karşımıza çıkmıştır (Coşkun, tarihsiz, s.4-8) (Tablo1). Günümüzde ise teknolojilerin de hızlı gelişmeleriyle seramiğin kullanım alanı oldukça genişlemiştir.

TARİHSEL SÜREÇTE SERAMİĞİN KULLANIMI

amaç	Depolama	Dinsel	**Aydınlatma**	Haberleşme ve belgeleme	Yapı malzemesi	Kişisel eşyalar	Gündelik kullanım eşyası	Ölü küllerinin saklanması	Sanatsal ifade		
ürün	Kap, kaçak, küp	idoller	**kandil**	Tabletler	tuğlalar, kiremit, su yolu, künk	Takı, süs eşyası,	çanak-çömlek, iğ ve ocak	Urne, lahit	Müzik aletleri	heykeller	

Tablo 1. Tarihsel Süreçte Seramiğin Kullanım Alanları (Genç, 2018)

GÜNÜMÜZDE SERAMİĞİN KULLANIMI

kullanım alanı	Yapı seramikleri	Ev Eşyası Seramikleri	Elektrik	Elektronik Seramikler	Refrakter Seramikler	Aşındırıcı Seramikler	Bio Seramikler	Nükleer Seramikler	Mekanik Seramikler	Ser-met' ler	Uzay Araçları Seramikleri	Süper İletken Seramikler	**Plastik sanatlar**
ürün	Tuğla, Kiremit, duvar ve Yer Kaplama Plakaları, Su ve Kanalizasyon Boruları, Sağlık Gereçleri	Saksı, Çanak - çömlek, Süs Eşyaları, Sofra Seramiği, **aydınlatma elemanı**	Şalter ve Sigorta Parçaları, Alçak-Yüksek Gerilim İzalatörleri	Manyetik, Dielektrik, Piezo Elektrik Seramikler	Ateş,Silika, Bazik, Karbon Tuğla, Grafit, Ateş Çimentosu	Zımpara Taşları ve Tozları, Sentetik Elmas	Seramik Kemikler, Protezler, Dişler	Nükleer Yakıt Sistem Seramikleri, Radyasyona Karşı Ağır Betonlar	Piston, Motor Gövdesi	Seramik Metal Karışımı Parçaları	Isı ve Sürtünmeye Dayanıklı Kılıflar, Uçuş Pist Platformları	Enerji İletimi Sistemleri	**Seramik, heykel,**

Tablo 2. Günümüzde Seramiğin Kullanım Alanları (Seramikevi, 2008)

Tarihsel Süreçte Aydınlatma Elemanı Tasarımlarında Seramik Malzemesinin Kullanımı

Tarihsel süreç içerisinde doğaya karşı mücadele veren insanoğlu ateşi keşfetmesiyle birlikte sadece ısınmak amaçlı değil yaşadıkları mağaralar içerisinde aydınlatma aracı olarak da kullanmaya başlamıştır.

Ağaçlardan topladıkları reçine yapraklarını yakarak aydınlanırken, daha sonrasında sarmaşık dallarından meşaleler yapmışlardır. Kandil olarak da adlandırılan yağ lambaları kil, tunç, taş ve demir gibi malzemelerden üretilmişlerdir(Dalkılıç ve Halifeoğlu, 2003,s.21). Kandiller bir zaman sonra sadece aydınlatmak amaçlı değil, dini törenlerde, şölenlerde de kullanılmaya başlamıştır. Böylelikle ihtiyaç sonucunda ortaya çıkan kandiller şölenlerde ve dini törenlerde kullanılmak amacıyla baykuş, kuğu ve tanrıların tasvirleri ile süslenmiştir (Oktaç, 1992,s.8). Mum ile aydınlatma ise ilk Romalıların kullandığı, don yağını kullanarak keten ipliğinden fitil kullanarak mum döktükleri ve bunları dini törenlerde, evlerde, seyahatlerinde kullandıkları arkeolojik kazılardan anlaşılmıştır. Meşale, kandil, çıra, fenerden sonra gaz lambaları kullanılmaya başlanmıştır. 18. yy gaz lambaları oldukça yaygın bir şekilde kullanılmıştır. 1784 Fransız Oinguet çift hava akımlı lambalar üretmiştir. 1859 Kuzey Amerika'da petrolün bulunmasıyla yağ lambaları kullanımı oldukça azalmıştır. 1879 yılında ise Thomas Edison akkor telli lambaları icat etmesiyle aydınlatmada çığır açılmıştır (Tablo3).

AYDINLATMA TARİHİ

Tablo3. Aydınlatma Tarihi

Tarihsel Süreçte Seramik Aydınlatma Çeşitleri

İlk kandillerin tunç, taş, demir gibi malzemelerden yapıldıkları görülmekle birlikte topraktan yapılan birçok örnek mevcuttur. Şamdanlar genellikle altın, gümüş, pirinç ve bakır gibi malzemelerden yapıldığı gibi toprak, fayans örnekleri de görülmektedir (Tablo4). Roma askerleri tarafından kullanılan fenerlerin evlerde, daha sonrasında tramvaylara eklenerek kullanıldıkları bilinmektedir. 17.yy'da Avrupa'da görülmeye başlanan abajurlar cam, porselen ile kumaş ve hasır gibi malzemelerden yapılmıştır.

1950 ve 1960'larda Çağdaş aydınlatma sistemlerinin gelişmesiyle birlikte seramik formlarda yeni biçimler görülmeye başlanmıştır. Üzerine ise çeşitli dekorlar ile süslemeler yapılmıştır. Abajurlar günümüze kadar kullanımı devam etmiştir (Tablo4). Cam, kilise gibi yapılarda aydınlatma için pirinç, tunç ve porselen avizeler takılmıştır. Çeşmi Bülbülden yapılan lale, karanfil gibi çiçek motifleriyle bezenmiş zarif avizeler yapılmıştır. Duvara takılan apliklerde apliğin tamamı ya da bir kısmı seramikten yapılmıştır.

Tablo4. Tarihsel Süreçte Aydınlatma Elemanı Tasarımında Seramik Malzemenin Kullanımı

Sonuç

Aydınlatma tarihi içerisinde kandil, şamdan, fener, abajur, avize, aplik, ve gaz lambası gibi aydınlatma elemanlarında seramiğin kullanıldığı görülmektedir. Ancak bu seramik aydınlatma elemanlarıyla ilgili bilgiler oldukça az ve sınırlıdır. Özellikle Türkiye'de yapılan literatür araştırmalarında seramik

aydınlatmalar ile ilgili bilgiler kısıtlıdır. Bununla birlikte günümüze çok az örnek müzelerde yer almaktadır. Tarihsel süreçte seramik aydınlatmaların dönemlere göre biçimsel ve fonksiyonel farklılık gösterdikleri görülmektedir. Biçimsel özelliklerin ve üzerlerine yapılan betimlemelerin ve renklerin belirlenmesinde çağın kültürel anlayışı etki etmektedir. Seramik aydınlatma elemanlarının kullanımı günümüzde azaldığı görülmektedir. Teknolojilerin gelişmesiyle ve daha ekonomik olmasıyla günümüzde flüoresan, led gibi yeni aydınlatma elemanları kullanılmaktadır.

Kaynakça

Dingenç, E. (2010). Osmanlı Toplumunda Kadınların Üretime Katkıları. History Studies, 2/1, 9-30.

Genç, M. (2018). The Use of Ceramic Materials in Architecture ans Its Current Situation. SERES'18 'IV. International Ceramic, Glass, Porcelain Enamel, Glaze and Pigment Congress. Poster presentation, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. (10 – 12 October 2018).

Hayes, J. W. (1992). Excavations at Saraçhane in Istanbul, 2, Washington: Princeton University Press.

Özkul Fındık, N. (2006). Tekfur Sarayı Çini Fırınları Kazısında Ele Geçen Şamdan ve Kandiller. IX. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu, Bildiriler, 379-89, Erzurum.

Seramikevi. (2008, 12 Şubat). Seramik Kullanım Alanları [Blog yazısı]. Erişim adresi: http://seramikevi.blogspot.com/

Sözen, M. &Tanyeli, U. (1994), Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü, İstanbul: RemziKitabevi.

Yalçınkaya, C. (1992). Seramik Aydınlatma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yarcı, G., (2015), "Osmanlı'da Mum ve Beykoz İsperİmeçet Mumu Fabrikası", Mum Kitabı, (Ed. E.Gürsoy Naskali), 5-99, İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Görsel Listesi

Görsel 1,2,3,4, Dalkılıç, N., & Halifeoğlu, F. M. (2003). Geçmişte Geleneksel Diyarbakır Mimarisinde Kullanılan Aydınlatma Elemanları. II. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, 23-31a-triple-candle-stand

Görsel 5 https://morfil.files.wordpress.com/2013/12/j.jpg

Görsel6

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Candlestick_(Terra_cotta),_Artefacts_of_Giong_Ca_Vo_site

Görsel 7 https://www.liveauctioneers.com/item/64403440_a-chinese-han-dynasty-green-glazed-terracotta

Görsel 8 https://www.liveauctioneers.com/item/14337304_933a-ancient-arabic-terracotta-candle-holder-with-pi

Görsel 9 https://www.metmuseum.org/art/collection/search/200828

Görsel 10 https://www.antiques.co.uk/antique/Nepalese-ceramics-pot-16cm-Ching-Mia-terracotta-candle--holder-13cm--terracotta-triple-candle-stand...

Görsel 11 https://www.liveauctioneers.com/item/14337304_933a-ancient-arabic-terracotta-candle-holder-with-pi
Görsel 12 https://www.metmuseum.org/art/collection/search/1217
Görsel 13 https://www.ebay.com/itm/ANCIENT-ROMAN-EGYPTIAN-TERRACOTTA-LANTERN-WITH-MONKEY-circa-2nd-Century-A-D-/380502501351
Görsel 14 https://www.chairish.com/product/995400/antique-large-terracotta-ceramic-lantern
Görsel 15 https://en.wikipedia.org/wiki/File:CNW_brakeman%27s_kerosene_lantern.JPG
Görsel 16 https://en.wikipedia.org/wiki/File:Coleman_220F_Lantern.JPG
Görsel 17 https://www.metmuseum.org/art/collection/search/449976
Görsel 18 https://www.metmuseum.org/art/collection/search/47658
Görsel 19 http://www.onlinegalleries.com/art-and-antiques/detail/large-18th-century-japanese-imari-vase-as-a-table-lamp/239249
Görsel 22, 23 https://www.ebay.com/itm/Vintage-Italian-Porcelain-and-Brass-Chandelier-Blue-Rose-/332847881579
Görsel 24, 25 https://www.metmuseum.org/art/collection/search/211485
Görsel 26, 27 Uysal, Z. Edirne Müzesinde Bulunan Gaz Lambaları. Osmanlı Mirası Araştırmaları Dergisi, Cilt 4, Sayı 10, Kasım 2017, ss. 165-182.