

## Kültür ve Sanat Afişlerinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi; İstanbul Kültür Sanat Vakfı Afiş Örnekleri

Ferdal CEBE<sup>1</sup>

Ramazan ÇELİK<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Mezunu, Görsel Sanatlar Öğretmeni, ferdalcebe@trakya.edu.tr, ORCID:0000-0001-7855-1230

<sup>2</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Trakya Üniversitesi / Edirne Sosyal Bilimler MYO, ramazancelik@trakya.edu.tr, ORCID:0000-0002-6957-5297

**Özet:** Görsel iletişim aracı olan afiş, grafik tasarımının önemli bir ürünü olarak kitlelere hitap etmektedir. Asıl amacı iletilmek istenen mesajları açık ve anlaşılır bir şekilde iletebilmek olan afişler; ilk bakışta görsel teması sağlamalı, hedef kitlenin duygusuna etki etmeli, verilmek istenen mesaj az sözcükle özgün bir şekilde olmalı, görsellik sade, yalın ve çarpıcı olarak verilmelidir. İlk kullanılmaya başladığı dönemlerde duyuru, haber niteliği taşıyan afişler, süreç ilerleyip kitle iletişim araçlarının gelişmesi, yaygınlaşmasıyla daha çok tanıtım ve reklam amaçlı kullanılmaya başlamış, teknolojik gelişmeler sonucunda aynı ülke içerisinde farklı coğrafyalarda yaşayan topluluklarda bile kültürlerin etkilenmesine sebep olmuştur. Afişler kültürel ve sosyal anlamda toplumu bilgilendirme, kültürel farkındalığı artırma amaçlı kullanımıyla günümüzün görsel iletişiminin vazgeçilmez parçasıdır. Çalışmamızda, kültürel anlamda öneme sahip olan İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın (İKSV) caz, film, müzik ve tiyatro festival afişlerinin içerisinde seçilen birer afiş değerlendirmeye alınırken, festivallerin ilk afiş örnekleri ve son altı afişlerin görselleri sergilenmiştir. Araştırma örneklemi görsel iletişim tasarımı açısından incelenmekte, yorumlanarak anlamlandırılmakta ve değerlendirildiği şekliyle bir bütün halinde ele alınmaktadır. Afişlerin incelenmesi aşamasında temel tasarım öğe ve ilkelerinden olan çizgi, renk, denge, bütünlük, zıtlık, tekrar, tipografi, kompozisyon vb. değerlerden faydalanılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Görsel İletişim, Afiş, İKSV, Tasarım

### Analysis of Culture and Art Posters in Terms of Visual Communication Design; Istanbul Foundation for Culture and Arts Poster Samples

**Abstract:** The poster, which is a visual communication tool, appeals to the masses as an important product of graphic design. Banners whose main purpose is to convey the messages to be conveyed in a clear and understandable way; At first glance, it should provide visual contact, affect the senses of the target audience, the message to be given should be unique with few words, the visuality should be given in a plain, plain and striking manner. In the period when they were first used, posters with the quality of announcements and news started to be used more for promotion and advertising with the development and spread of mass media, and as a result of technological developments, cultures were affected even in communities living in different geographies within the same country. Posters are an indispensable part of today's visual communication with the aim of informing the society in cultural and social sense and raising cultural awareness. In our study, one poster selected from the jazz, film, music and theater festival posters of the Istanbul Foundation for Culture and Arts (IKSV), which has cultural significance, was evaluated, while the first poster samples of the festivals and the visuals of the last six posters were displayed. Research samples are examined in terms of visual communication design, interpreted and interpreted, and evaluated as a whole. Line, color, balance, integrity, contrast, repetition, typography, composition, etc., which are the basic design elements and principles, during the examination of the posters values are used.

**Key Words:** Visual Communication, Poster, İKSV, Design

#### 1. GİRİŞ

İlk çağlarda gerçekleşen sosyal etkileşimle mağara duvarlarına ve kayalara çizilen işaret, sembol, figür çizimleri yerini teknolojik gelişmelerle birlikte afiş, billboard, logo, otobüs durakları, metro istasyonları, avm girişleri, yönlendirme levhaları ve trafik işaretlerine bırakmıştır. Görselliğin çağı dediğimiz günümüzde görsel nesnelere yaşamın ayrılmaz birer parçası olarak yerini almakta, bireylerin yaşantılarını kolaylaştırmak,

bilgilendirmek, bakış açılarını geliştirmek ve sosyal yaşantı içerisinde etkileşimi sağlayarak önemli katkılar sunmaktadır.

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

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

## 2. KÜLTÜR, SANAT ve İLETİŞİM İLİŞKİSİ

### 2.1 Kültür Nedir?

Kültür, Türk Dil Kurumu tarafından, tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Kültür, geçmişten günümüze çağlar içerisinde kuşaktan kuşağa aktarılan maddi ve manevi değerlerin tümüdür. Bundan dolayı toplumların kendi yaşayış biçimlerini oluşturmasını ve diğer toplumlardan farklı kimliklere sahip olmasını sağlar.

Hayatın her alanında yansıması görülen kültür, karmaşık bir yapıya sahiptir. Kültürü oluşturan etkenlerin çeşitli olması ve hatta toplumu oluşturan küçük yapı birimleri olan toplulukların dahi kendine özgü kültür oluşturmaları, toplumların kendi içerisinde kültürel farklılıklarının doğmasına neden olmaktadır. Kültür kavramının tarih içerisindeki seyri hakkında dönem dönem geliştirilen yeni bakış açıları kültürün kapsamı, sınırları hakkında farklı değerlendirmeler yapılmasına sebep olmaktadır. Temelde kültür, toplumsal yaşamın birçok alanını kapsayan bir olgu, toplumun parçası gibi düşünülmektedir. Toplum ile kültür arasındaki ilişkileri belirlemek söz konusu olduğunda, daima bu tanım üzerinde durulmaktadır. Bu tanıma dayanarak kültürün, kendisi dışındaki diğer toplumsal olgularla bir arada bulunduğu varsayılmaktadır (Mejuyev, 1998:143).

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

insan davranışlarıdır. Ortaya çıkan ürün ise kültürdür. İnsanoğlunun oluşturduğu çeşitli toplumlar arasında kültürün durumu, şu ana kadar genel ilkeleriyle incelenemediği haliyle, insan düşüncesinin ve eyleminin yasalarını çalışmayı da gerekli kılan bir konudur. Bir yandan, uygarlığa geniş bir biçimde yayılmış tek biçimlilik, büyük oranda, aynı nedenin aynı eylemi doğuracağı düşüncesine atfedilebilir (Tylor, 2016:91). Geçmişten günümüze medeniyetler, gelecek nesillere bıraktıkları kültürel mirasla bir yandan tarihe ışık tutarken öte yandan kültürlerin şekillenmesini de sağlamıştır.

Kültür, sürekli yeniyi arayan, gelişme gösteren uygarlıkların tarih, dil, inanç, gelenek, görenek gibi değerler içerisinde bireylerin duygu ve düşünce biçimlerine işleyerek onların yaşantılarına etki etmesiyle oluşmaktadır. Kültür toplumlara esin kaynağı olarak onları ortak değerlerde buluşturan, kolektif bir yaşam sunan, topluluklar halinde hareket edebilme güdüsü sağlayan tavır ve davranışların bütünüdür. Kültür, geliştikçe insanın dışı, doğaya dönük yaşamına katılan ve onu tamamlayan içe dönük bir yaşam görüşünün oluştuğunu görüyoruz (Özlem, 2008:181). İnsan yaşantısının maddi-manevi tüm alanlarında kültürün belirleyici olması sebebiyle yaşam içerisinde gerçekleşen üretim, tüketim, alış-veriş gibi her durumda kültürel değerler oluşmakta, üretilmekte, aktarılmaktadır.

Kültür tek bir ifadeyle açıklanamaz çünkü kültür evrensel bir olgu olmasına rağmen bölgelere ve yörelere göre şekillenebilmektedir. Kültür insanların davranışlarını yönlendirebilmektedir. Kültür yaşanan değişimlerle bağlantılı olarak sürekli bir değişim halindedir. Bütün bunları düşündüğümüzde kültür, hayatın kendisidir. Dünyada ne kadar topluluk varsa o kadar kültür vardır. Güvenç'e göre: kültür tarihçileri, insanoğlunun hayatta kalma ve varlığını sürdürme savaşındaki başarısını, kültürel bir varlık oluşuna, yani yaşayarak öğrendiklerini kültüründe saklayıp yeni kuşaklara aktarma yeteneği ile iletişim becerisine bağlamıştır (Güvenç, 2021:10). Kültürlenme küçük yaştan itibaren aile içerisinde başlar ve sırasıyla insanoğlunun eğitim hayatı, sosyal yaşamı içerisinde sürekli yeni şeyler öğrenmesiyle gruplar, topluluklar şeklinde yayılım gösterir.

Kültür dinamik bir yapıya sahip olmasından dolayı teknolojik yeniliklerle birlikte zaman içerisinde

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

## 2.2. Kültür Sosyolojisi ve Kültürel Çalışmalara Genel Bakış

Sosyoloji toplum ve toplumsal yaşamla ilgili olayların tümüdür. Williams'a göre: kültür sosyolojisi çok farklı yaklaşım ve yöntemlerin birbirlerine yakınlaşmasıyla ortaya çıkan bir alan olarak görülmelidir (Williams, 1993:7). Bir toplumun gelişimi, değişimi, işleyişi kültür sosyolojisinin ilgi alanına girmektedir. İçerisinde yaşadığımız toplumda sosyal yaşantımızı şekillendiren unsurlar kültür, din, ekonomi, coğrafi yapı—etmenlerdir. Örneğin; Anadolu kültürüyle yetişmiş insanların iş, eş, meslek seçimleri ve kültürel etkinlikleri değerlendirme biçimleriyle, Avrupa'da yetişmiş insanların seçimleri arasında farklılıkların olduğu bariz görülmektedir. İnsan davranışlarının yaşanılan toplumdan etkilenmesi, ona ayak uydurması sosyal yaşantının bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanoğlunun yapısı gereği tek başına değil de bir arada yaşaması, iletişim halinde olması gerektiği, bunun sonucunda da toplum hayatının ortaya çıktığı görülmektedir. Toplum hayatı öteki ile temasa geçen ilk insandan günümüze kadar tarihsel süreç içinde değişerek etkilenerek ve etkileyerek varlığını sürdürmektedir.

Kültürel çalışmalar geniş toplumsal kesimlere popüler, marjinal, etnik alanlarda ve sosyal bilimler kapsamındaki bilim alanlarındaki çalışmalara öncelik vermiştir. Kültürel çalışmalar Batı'da popüler kültür, medya, iletişim teknolojileri, toplum, feminizm gibi alanlarda yoğunlaşmaktadır. Ülkemizde ise konu ile ilgili yapılan çalışmalar öncelikle geç başlamakla birlikte, Batı'dan alınan bilimsel örnek ve entelektüel birikimin doğrudan kopyalanması ya da içselleştirilmeden aktarılması gibi nedenlerden dolayı pek de başarılı olamamış ve etkin çalışma alanlarına dönüşmemiştir.

Kültürel çalışmaların çıkış noktası 20. yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte Birmingham Okulunda yapılan

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

## 2.3. Sanat Kültürü

Sanatın tarihine baktığımızda yapılan ürünlerin, insanların yaşantısına fayda sağlamak için yapıldığını görmekteyiz. Sanatın değerini sanatçı üzerinden düşünecek olursak tohumu ağaca, ağacı meyveye dönüştüren, diğer insanlar gibi gezip dolaşmasına rağmen kimsenin görmediğini görüp, düşünmediğini düşünerek geçmişi ile geleceği arasında bugünü oluşturandır. Sanatı da kültür gibi sınırlandırmak ve tek bir tanıma sığdırmak oldukça güçtür. İnsanlık tarihinin varlığı kadar eski olan sanat, her dönemde varlığını sürdürmüştür; insanlar ve toplumlar sanatın diliyle iletişim kurmaya gereksinim duymuşlardır. Genel olarak herhangi bir etkinliğin ya da bir işin yapılması ile ilgili yöntemlerin, bilgilerin ve kuralların tümüne sanat adı verilmektedir (Güney, 2011:11). Sanat olabildiğince geniş alanları kapsamaktadır. Bu açıdan sanatın alanını sınırlandırmak ve sanatı bir kalıba sokmak zordur. Sanatı; görsel (resim, heykel, fotoğraf, seramik), işitsel (şiir, roman, öykü) ve sahne sanatları (tiyatro, bale, dans) olarak gruplara ayırabiliriz. Yapılan bu ayrımlar ilk toplumlardan sanatın gelişme gösterdiği çağımıza kadar ihtiyaçlar doğrultusunda, duyguların yön vermesiyle şekil almıştır. Geleneksel toplumlarda sanat eserleri genellikle dini anlamlar taşırken günümüzde daha çok estetik duygulara hitap etmektedir. Sanat eserleri dönemin kültürel mirası olarak giyimden günlük kullanılan eşyalara ve mimari yapılara kadar yaşam birikintisi halinde varlıklarını sürdürmektedir. Sanat her toplumda kendi yapısına göre şekillenmekte, belli bir sisteme dayanmaktadır. Toplumların gelenek, görenek ve

inanç yapılarına bağlı olarak sanat eserlerindeki renk, sembol ve şekillerin anlamsal farklılıkları insanların hayatlarını etkileyerek kültürel değişime katkı sağlamaktadır.

Sanatın genellikle; teknolojik ve ekonomik açıdan gelişmiş toplumlarda ön plana çıkması sanatın gelişmesinde bilimin, eğitimin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Ekonomik özgürlüğü olan toplumlar aldıkları eğitimler doğrultusunda bilime, sanata yönelerek kültürel zenginliklerini arttırmaktadır. Hiç kimse bir eğitimden geçmeden, estetik ve pratik bir ön hazırlığı olmadan ne üretici olarak sanata katkıda bulunabilir ne de sanata ilgi ve sevgi duyabilir. Bir başka deyişle, sanatı öğrenmemiş kişi, içinde yaşadığı toplumun kültür varlıklarından, sanat yapıtlarından ve doğal güzelliklerinden tat alamaz (Kırıçoğlu, 2019:95).

Sanat söz konusu olduğunda kaçınılmaz olarak her dönemde ve toplumda karşılaşılan bir soru gündeme gelir: Sanat sanat için mi yapılır? Yoksa toplum için mi? Bu sorular değerli ve anlamlı sorular olmakla beraber asıl üzerinde düşünülmesi gereken sanat eserinin değeri, işe yarama özelliğinin insanlar tarafından nasıl yorumlandığı ve ona ne anlamlar yüklendiğidir. Hiçbir sanat eseri toplumda karşılık bulmadıkça yüz yıllar boyunca değerini koruyamaz. Oluşturulduğu döneme ait kültürel izler taşınamaması, mesajlar içermemesi sanat eserinin yok olup gitmesine sebep olmaktadır. Leonardo Da Vinci'nin 13. yüzyılda yapıp günümüze kadar halen konuşulan ve gizemini koruyan "Monalisa" ve "Son Akşam Yemeği" eserleri bunun en güzel örnekleridir. Bir toplumda Leonardo gibi dâhiler yanında, o toplumun kültürüne yön veren daha pek çok yetenekli kişiler de bulunur (Kırıçoğlu, 2019:14).

Kültür ve sanatın geldiği noktayı daha iyi anlayabilmek adına tüketim, popüler kültür ve medya teknolojileri kavramlarını değerlendirmek gerekiyor. Sanat yapıtı ya da sanat varlığı, özel bir etkinlik işidir (Tunalı, 2011:79). Sanatın kendine has bir anlatım tarzının olması, toplumu aydınlanmaya iterek yenilik hissi uyandırması toplumlarda kültürel değişimlere yol açmaktadır. İçinde yaşadığımız medya teknolojileri çağının tüketim odaklı olması, kişisel isteklerin, arzuların alışkanlıklarımızı etkilemesi de sanatın kalıcılığını ve anlamını yitirmesine sebep olmaktadır. Son yıllarda şehirleşmenin hızla artması, kaynakların azalması, ekonomik problemler, teknolojinin baş döndürücü hızla ilerlemesi, ahlaksal değerlerin azalması ve

zamanın verimli kullanılamaması gibi problemler yüzünden insanoğlu estetik duyarlılıktan biraz uzaklaşmış ve yine bu problemler nedeniyle sanata gerekli önem verilememiştir (Yavuz, 2015:54). Medyanın toplumlara etkileyerek geçmişte moda olan şeylerin günümüzde tekrar popüler olmasını sağlaması veya tam tersinin olması gibi durumlardan o toplumun kültür ve sanatının da etkilenmesi kaçınılmazdır. Toplumlar her dönemde kendi kültür özelliklerini ekonomik şartlar ölçüsünde yaşantılarına yansıtımlardır. Günümüzde sosyal hayatta, sanatsal ürünlerin üretimi ve paylaşımı yaygın olarak teknolojik gelişmeler doğrultusunda bilgisayar imkânlarıyla ve internet üzerinden arttırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ya da simülasyonlar şeklinde yapılmaya başlamıştır.

### 3. GÖRSEL İLETİŞİMDE TASARIM SÜREÇLERİ

#### 3.1. Görsel İletişimin Gelişimi

Görsel iletişim; işaret, sembol, çizim ve şekillerle insanlar arasında söze gerek kalmadan gerçekleştirilen iletişim şeklidir. İnsanoğlu dünyaya geldiği ilk andan itibaren konuşmadan önce görmeye başlar. Yüz yıllar önce insanoğlunun mağara duvarlarına çeşitli şekiller çizmesiyle başlayıp günümüze kadar süregelen görsel nesnelere iletişim, çeşitli dönemlerde iletişimin önemli bir parçası haline gelmiştir. Henüz yazının icat edilmediği ilkel toplumlarda doğada var olan işaretleri tesadüfi olarak çizen insanlar daha sonra bilinçli bir şekilde çizimler yaparak görselliğin iletişim boyutunu somut hale getirmiştir. İnsan büyüyüp geliştikçe, yaşantı ve deneyimler sayesinde görsellerle kurduğu ilişki de artmaktadır. Bunun sonucunda insan kendi görsel iletişimini üretmek çevresiyle etkileşim sağlar. Günay ve Parsa'ya göre: Günlük yaşantımızda görüntüler bizi sarmalar (Günay, Parsa, 2012:55). Okuduğumuz dergi, kullandığımız ambalaj, çevremizi gösteren trafik işaretleri, levhalar, evimizin içerisindeki televizyon ve bilgisayardan gelen görsel iletilerle karşılaşırız sürekli. Görsel nesnelere gittikçe baskınlığının arttığı bu çağda, görsellere yüklenen anlam kadar görsellerle kurulan bağ da o derece önem kazanmıştır. Görselliği olan her şeyin akılda kalıcılığının fazla olması ve daha kolay algılanabilmesi iletişimde görsellerin oldukça yoğun şekilde kullanılmasını, yaygınlaşmasını sağlamaktadır.

Görsel iletişimin tarih sürecinde bazı dönüm noktaları vardır. Bu dönemler görsellerin

kullanımından, anlamlandırılmasına ve yorumlanmasına kadar etkili olmuştur. Yazının icadı, dini inanç değişimleri, sanatın önem kazandığı dönemler, politik görüşler, televizyonun icadı, bilgisayar ve internetin gelişimi görsel çağı hızlandıran başlıca örneklerdir. Günümüzde görsel hayat zengin bir alanı kapsar; görsel tasarım ürünleri, internet tabanlı uygulamalar, televizyon, reklam, afiş, sinema gibi iletişim araçlarıyla zenginleştirilerek insanlara sunulmaktadır. İçinde bulunduğumuz görsel çağda konuşmanın yetersiz kaldığı veya mümkün olmadığı ortamlarda en etkili iletişim yöntemlerinden biri görsellerle iletişimdir. Özellikle internetin ve sosyal medyanın çok yoğun kullanıldığı bu dönemde akıllı telefon, tablet ve bilgisayarlarda kullanılan uygulamalar üzerinden iletilen reklam görselleri, görsel iletişimin yaşantımızdaki boyutunu gözler önüne sermektedir.

### 3.2. Toplumsal Hayatta Görsel İletişimin Önemi

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

Görme, beş duyu organının en gelişmişidir. Bilmeyi, anlamayı, kavramayı kolaylaştırıcı özelliği sebebiyle öğrenmede çok yönlülüğe sahiptir. Seylan’a göre; Görsel yolla gerçekleşen algılarımız çevre ile etkileşim sürecinde genel algılarımız içerisinde yüzde seksenlik oranda kalıcılığa etki yapmaktadır (Seylan, 2005:76). Bu da demek oluyor ki yaşam içerisinde öğrenilen bilgilerin birçoğu görerek öğrenilmektedir. Görerek öğrenilen bilgilerin daha kalıcı olduğundan yola çıkarak günümüzde halen etkisini yitirmeyen “Çok okuyan mı bilir? Çok gezen mi?” tartışmasının kişiye göre değişebileceği düşünülmektedir. Ancak görselliğin ön planda olduğu gezme eyleminde yaparak, yaşayarak,

görerek öğrenme imkânlarının bulunmasının görsel iletişimin ne kadar önemli olduğunu gösterdiği de kabul edilmelidir. Günümüzde teknolojik gelişmelerle birlikte seyahatler, geziler artmıştır. İnsanlar çeşitli ülkeleri gezip dolaşmasına rağmen, gittikleri ülkelerin dillerini öğrenmekte güçlük yaşamaktadır. Ancak buldukları ülkelerde karşılaştıkları görselleri ise hafızalarında daha kolay tutabilmekte ve öğrenmektedirler. Bu seyahatler esnasında kullanılan terminaller, tren garları, hava alanlarının çevresinde bulunan görsel nesnelere dikkatleri çekerek insanları yönlendirmektedir. Berger’e göre: Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz (Berger, 2020:7). Yaşamın doğal akışı içerisinde evden dışarı adımımızı attığımız ilk andan itibaren çevremizi saran görsel nesnelere hayatımızı kolaylaştırmaktadır. İletişimin en etkili yöntemi olan konuşma dâhil tüm algılama kaynaklarında başvurulan görsel iletişim yaşam açısından artık vazgeçilmez bir gerekliliktir. Elimizden düşürmediğimiz akıllı telefonlar, iş ve eğlence için kullandığımız tablet, bilgisayar gibi cihazlar bunun en basit göstergeleridir. Her gün izlediğimiz televizyon programları görsel olarak yüzlerce mesaj iletmektedir. Sartori’ye göre; televizyonun işlevi, adından da anlaşıldığı gibi, “uzaktan görmek” hangi uzaklık ve mekânda olursa olsun, görülecek olanı izleyiciye taşımaktır (Sartori, 2007:20). Görselliğin yaşamımızdaki öneminin artması, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte televizyon, bilgisayar, telefon gibi araçların görüntüyü aktarmadaki etkili rolüne paralel olarak sürmektedir.

### 3.3. İşaret, Sembol ve Simgelerle İletişim

İnsanların topluluklar halinde yaşamaya başladığı ilk andan itibaren iletişim bir zorunluluk olmakla birlikte, bunun gerçekleşmesi söz, resim, işaret, sembol gibi birçok unsur sayesinde mümkün olmuştur. İnsanlar görsel araçlarla anlatımı daha güçlü ve anlamlı kılarak kişiler arasında iletişimi güçlendirmeyi sağlamaya çalışmışlardır. İşaret ve sembollerle anlatım insan hayatında geçmişte olduğu gibi bugün de önemini korumaktadır ancak bu iletişim görselliğin önem kazandığı günümüzde daha farklı boyutlarda devam etmektedir. İnsanların tarih boyunca birçok nesneye sembolik olarak kazandırdığı anlamların iletişim dili şeklinde kullanıldığı, çeşitli simge ve sembollerin ise çağın kültürel değerlerini yansıttığı görülmektedir. Tarihi süreç içerisinde dünya üzerinde birçok kültür ve devlette kullanılan semboller dini, siyasi, kültürel ve toplumsal alanda kendini göstermiştir. Sadece



eski devletlerde ve toplumlarda değil günümüzde de bu semboller devlet armalarında, bayraklarında, flamalarda gücünü etkili olarak hissettirmeyi sürdürmektedir.

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

Modern çağda bir nesnenin, kavramın, işaretin, farklı görsellerin resimlendirilerek sembol halini alması ve yazıyla birlikte kullanılmasına piktogram adı verilmektedir. Piktogramları anlamlı hale getiren durum da insanların piktogramlar aracılığı ile 17.000 yıl önce resimle, sembollerle ve çizimleri ile birlikte birbirlerini anlamaya ve iletişim kurmaya başlamalarıdır (Eraslan, 2021:122). Piktogramlar gelişmemiş toplumlarda yazı şeklinde kullanılırken, teknolojiyle birlikte gelişmiş toplumlarda semboller olarak kullanılmaya başlanmıştır. Evrensel bir dil olan piktogramlar hangi bölge veya ülke de olursa olsun ortak bir iletişim aracı olduğu gerçeğini bizlere göstermektedir. Trafik levhaları piktogramların kullanıldığı en güzel örneklerdir. Dijital iletişim ve medyanın çokça insanların yaşamlarında yer edindiği günümüzde, birçok ürünü tanıtmaya açısından piktogramların simgesel gücünden yararlanılmaktadır.

#### 4. İSTANBUL KÜLTÜR SANAT VAKFI AFİŞ ÖRNEKLERİNİN GÖRSEL TASARIM SÜREÇLERİ YÖNÜNDEN İNCELENMESİ

“İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKS), 1973 yılından itibaren İstanbul’un kültür ve sanat yaşam alanlarını zenginleştiren çalışmalar gerçekleştirmektedir. Düzenli olarak Caz, Film, Müzik, Tiyatro, İstanbul Bienali, İstanbul Tasarım Bienali, Leyla Gencer Şan Yarışması ve Filmekimi’ni düzenleyen, yıl boyunca özel etkinlikler gerçekleştiren vakıf, farklı disiplinlerdeki etkinliklere ev sahipliği yapmakta ve çocuklara, gençlere yönelik yaratıcı bir etkinlik programı sunmaktadır (İKS, 2022).

Cumhuriyetin 50. Kuruluş yıldönümü olan 1973’te ilk kez düzenlenen festivalde ağırlıklı olarak klasik müzik yer almış, sonrasında ise caz, film, tiyatro gibi sanatsal faaliyetler gerçekleştirilmeye başlamıştır. Yıllar içerisinde ilginin artması

sonucunda etkinlikler ayrı ayrı festivaller şeklinde gelişerek devam etmiştir.

İstanbul Kültür Sanat Vakfı 1982’de “Sanat Filmleri Haftası” adıyla afiş yayınlamıştır. 1983 yılından itibaren “Sinema Günleri” adıyla ayrı bir bölüm olarak düzenlenmeye başlamıştır. Daha sonra gelişerek 1989 yılında Uluslararası İstanbul Film Festivali adını almıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfının Festivalleri sırasıyla 1989’da Tiyatro, 1994 yılında Caz olmak üzere devam etmiştir. 1987’de İstanbul Bienali ve 2012 yılında gerçekleşen İstanbul Tasarım Bienali ile birlikte İKS dört festival ve iki bienal düzenlemeye başlamıştır. Her yıl nisan ayında Film, haziran ayında Müzik, temmuz ayında Caz ve kasım ayında Tiyatro Festivalleri gerçekleştirilmektedir. Ayrıca iki yılda bir eylül-ekim aylarında İstanbul Bienali ve İstanbul Tasarım Bienali yapılmaktadır (İKS, 2022).

2021 yılı itibarıyla 49. İstanbul Müzik Festivali, 40. İstanbul Film Festivali, 28. İstanbul Caz Festivali ve 25. İstanbul Tiyatro Festivali olmak üzere dört festival düzenleyen İKS’nin bu etkinliklerini 122 bin 500 civarı izleyici takip etmiştir. Dijital platformlarda 1 milyon 600 bin izleyiciye ulaşan festivaller farklı alanlarda 38 ödül almıştır (İKS, 2022).

2020 yılında tüm dünyada etkisini gösteren Covid-19 salgını nedeniyle tüm etkinliklerin İKS tarafından dijital olarak gerçekleştirme kararı alınmış, çevrimiçi olarak kısa sürede gerçekleşen etkinlikler bir önceki yıla göre ciddi artış oranıyla yaklaşık 190 bin kişi tarafından izlenmiştir. Çevrimiçi gerçekleşen etkinlikler sayesinde İstanbul dışından da izleyici kitlesine hitap edilmiştir. Çeşitli internet siteleri sayesinde festival etkinlikleri belli bir döneme değil yıla yayılarak sürdürülmüştür. İKS 2019 yılı raporuna göre, 13 gün boyunca 722 bin izleyici, bin 266 sanatçı, 67 farklı mekân, sosyal medyadan 5 milyon 820 bin civarı kişiye erişim sağlamış ve 31 ödülle yılı tamamlamıştır. 2018 yılında 500 bin civarı izleyici, bin 430 sanatçı, sosyal mecralarda 5 milyon 500 bin kişiye erişim, farklı alanlarda 41 ödül, İKS web sitelerinde 720 bin ziyaretçi sayısı yıl boyunca etkinlikler gerçekleştirilmiştir (İKS, 2022).

İstanbul Kültür Sanat Vakfı çalışmalarına başladığı ilk günden günümüze kadar sürekli gelişme göstermiştir. Vakıf, giderek geniş kitlelere yayılan, teknolojik gelişmeler neticesinde yerellikten ulusallığa ve uluslararası etkiye sahip festivaller

gerçekleştirilmesiyle Türkiye'nin sanatsal ve kültürel zenginliğini tüm dünyaya tanıtmaya, İstanbul'u sanatın önemli bir merkezi haline getirme hedefi yolunda ilerlemektedir. Yakın zamanda kuruluşunun 50. yılını kutlayacak olan kuruluş Türkiye'de ve dünyada gerçekleştirdiği etkinliklerle kültürel mirasımızın korunmasına, gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sunmaktadır.

#### 4.1. Örneklem

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

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

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

Çalışmamızın bu bölümünde İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın caz, film, müzik ve tiyatro başlıkları altında yer alan festivallerin afişlerinin görselleri tablo olarak verilmekte ve bu festivaller içerisinde ele alınacak caz, film, müzik ve tiyatro festivalleri ile ilgili birer afiş de değerlendirilmektedir.

#### 4.2. Yöntem

Araştırmamız kapsamında İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın caz, film, müzik ve tiyatro festival afiş örneklerinin görsel iletişim tasarımı açısından

karşılaştırma, inceleme ve yorumlaması yapılmaktadır. Bu örnekler bağlamında afiş tasarımları okunurluk, algılanabilirlik ve anlamları temelinde bir bütün olarak alınmakta, sonrasında ise afişte yer alan görsel öğeler teker teker incelenmektedir.

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

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

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

#### 4.3. Caz Festival Afişleri

Çalışmamızda İstanbul Kültür Sanat Vakfı caz afişlerinin bazıları görsel olarak seçilmiş olup, ele alınan afiş içerik olarak değerlendirilmiş ve seçilen afiş tasarım ve renk bakımından da incelenmiştir. Caz festivali afişlerimizin içerisinde seçilen 2016 yılına ait afiş görsel iletişim tasarımı açısından incelenmiş bazı afiş örnekleri de tabloda verilmiştir.

Görsel 1: İKSV Caz Festival Afışı (2016)



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

#### Afiş Bilgisi

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

Afişin temasını oluşturan görsel imgeler tasarımın ortasına yerleştirilerek festivalin içeriği hakkında bilgi vermektedir. Tasarımda görsellerin dikey dengesi, yatay yazılarla sağlanmıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı Caz Festivali logosu afişin sağ üst köşesine yerleştirilmiş, festivalin sponsor firmasının logo ve sloganı ise alt kısma yerleştirilerek görsel denge sağlanmaya çalışılmıştır. "Caz Yeşili" sloganı ise festivalin ve sponsor firmanın birleştiği ortak noktayı ifade etmektedir.

#### Tasarım ve Renk

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

iç içe kullanılması verilen mesajı açıkça dile getirmektedir.

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

Tablo 1: Caz Afiş Örnekleri



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

#### 4.4. Film Festival Afişleri

Çalışmamızda İstanbul Kültür Sanat Vakfı Film afişlerinden bazıları seçilmiş ve tablo 2'de verilmiştir. 2018 yılına ait olan afiş renk ve tasarım bakımından incelenmiş olup söz konusu afiş görsel iletişim tasarımı açısından değerlendirilmiştir.



Görsel 2: İKSV Film Festival Afişi (2018)



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

### Afiş Bilgisi

Çalışmada sinema salonu, giriş kapısının üzerinde Osmanlı ve çağdaş dönemin karışımı bir tarzda tasarlanan "Sinema" yazısı, gösterilecek filmin afişi, sinemaya bilet almak için kuyrukta bekleyen insanlar ve etkinliği beklerken satranç oynayarak vakit geçirmeye çalışan kişilerin görüntüleri afişin merkezinde yer almaktadır. Afişte 13 figür, arka planda yer alan ağaçlar ve küçük tepe görseli minyatür sanatının özellikleriyle kullanılmıştır. Figürlerin birbiriyle gerçekleştirdikleri görsel zenginlik sayesinde tasarımda hareketlilik sağlanmıştır. Afişin arka bölümüne yerleştirilen figür ile tasarıma gizem katılarak gözün arka plana da kayması sağlanmıştır.

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

### Tasarım ve Renk

Afiş çeşitli film karakterlerinin minyatür<sup>1</sup> tekniğiyle Osmanlı dönemi geleneksel motifleri ve çağdaş batılı sinema örneklerinin birleştirildiği bir şekilde tasarlanmıştır. Tasarımda kullanılan dikey nesnelerin ağırlıkta olması sebebiyle çalışma dikey kompozisyon şeklindedir. Afişte minyatür sanatının etkisiyle perspektif kurallarına uyulmamıştır, bu yüzden ön kısımda yer alan figürlerle arka kısımda yer alan figürler arasında oransal hacim bulunmamaktadır. Afiş tasarımı dikdörtgen çerçeve çizilerek tablo görüntüsü şeklinde, tamamlayıcı unsurlar tipografik biçimde üst kısımda İKSV logosu, festival sponsor firma, alt kısımda festival bilgileri ve yine sponsor firmaların bilgilerinin yer aldığı şekilde organize edilmiştir. Çalışmayı tablo görüntüsünden kurtaran son detay ise 37. Film Festivali'nin bilgilerinin yer aldığı bölümdür.

Çalışmada sinema salonu, giriş kapısının üzerinde Osmanlı ve çağdaş dönemin karışımı bir tarzda tasarlanan "Sinema" yazısı, gösterilecek filmin afişi, sinemaya bilet almak için kuyrukta bekleyen insanlar ve etkinliği beklerken satranç oynayarak vakit geçirmeye çalışan kişilerin görüntüleri afişin merkezinde yer almaktadır. Afişte 13 figür, arka planda yer alan ağaçlar ve küçük tepe görseli minyatür sanatının özellikleriyle kullanılmıştır. Figürlerin birbiriyle gerçekleştirdikleri görsel zenginlik sayesinde tasarımda hareketlilik sağlanmıştır. Afişin arka bölümüne yerleştirilen figür ile tasarıma gizem katılarak gözün arka plana da kayması sağlanmıştır.

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

<sup>1</sup> Minyatür; çok ince işlenmiş küçük boyutlu resimler ve bu türdeki resim sanatları için kullanılmaktadır. Ayrıntılı bilgi için [www.kulturportali.gov.tr](http://www.kulturportali.gov.tr)'ye bakabilirsiniz.

Tablo 2: Film Afiş Örnekleri



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

#### 4.5. Müzik Festival Afişleri

İstanbul Kültür Sanat Vakfı Müzik afişleri festivalinde ilk dizayn edilen afiş 1973 yılına aittir. Müzik festivali ile ilgili son yıllarda dizayn edilen afişler tablo 3'te yer almaktadır. Müzik festivali afişlerimizin içerisinde seçilen 2017 yılına ait afiş görsel iletişim tasarımı açısından incelenmiştir.

Görsel 3: İKSV Müzik Festival Afişi (2017)



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

#### Afiş Bilgisi

45. İstanbul Müzik Festivali 29 Mayıs-21 Haziran 2017 tarihleri arasında 15 mekânda, 29 konserle, 20 binden fazla izleyiciye erişen yoğunlukta, 600 yerli ve yabancı sanatçının katılımıyla, yüzde yüze yakın doluluk oranıyla gerçekleştirilmiştir. Festival

alternatif yaklaşımlar ve sıra dışı mekânlarda klasik müziğe yeni heyecanlar getirmek amacıyla "Sıra Dışı" temasıyla farklı konser deneyimleri yaşatmıştır. Renklerin Sesi başlığıyla Kandinsky, Chagall, Mozart ve Handel gibi dünyaca ünlü müzisyen ve ressamlar arasında etkileşim kurularak disiplinler arası çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

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

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

#### Tasarım ve Renk

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

plandaki boşluk görüntüsü sayesinde tasarımda derinlik hissi uyandırılmaktadır.

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

Tablo 3: Müzik Afiş Örnekleri



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

#### 4.6. Tiyatro Festival Afişleri

İstanbul Kültür Sanat Vakfı Tiyatro afişlerinin ilki 1989 yılına aittir. Tablo 4'te son yıllarda dizayn edilen afişler yer almaktadır. Tiyatro festivali afişlerinin içerisinden seçilen 2019 yılına ait afiş görsel iletişim tasarımı açısından incelenmiş olup, afiş içerik, renk ve tasarım bakımından değerlendirilmiştir.

Görsel 4: İKSV Tiyatro Festival Afişi (2019)



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

#### Afiş Bilgisi

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

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

Festival kapsamında 2014 yılından itibaren düzenlenen Uluslararası Platform yerli tiyatro ve dans topluluklarının uluslararası alanda tanınması ve bu toplulukların çalışmalarının yurt dışında sahnelenmesi için gerçekleştirilmektedir. Bu platform usta sanat danışmanları festivale davet



edilerek yerli yapımların görücüye çıkmasını sağlayarak dünyaya duyurulmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda 6 ülkeden 10 tiyatro profesyonelinin katılımıyla Öyle Durdum Bekliyordum Geçmeyenler Köprüsünden, Yangınlar, Kaçmış Evlatlar Ormanı, Sahibinden Kiralık gibi oyunlar sergilenmiştir.

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

#### Tasarım ve Renk

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

Afiş dikey kompozisyon şeklinde tasarlanmış, yatay dengesi tipografik görsellerle ve el figürüyle sağlanmıştır. Afişteki kolun tasarımın dışına taşması tasarımdaki devamlılık, hareketlilik unsurunu ifade etmektedir. Tasarımda görsel iletişim dili olarak ön planda şemsiye ve el figürü olsa da afişin bütünü görselliği sağlamakta, sözselle iletişim ise tipografik karakterlerle sunulmaktadır. Düz bir arka fon üzerine sol üst kısımda İKSV logosu, sağ üst kısımda festival ana sponsorları, afişin merkezinde tasarım öğeleri, alt kısımda 23. İstanbul Tiyatro Festivali bilgileri ve festival sloganı, en alt sol, sağ kısımda ise sponsor firmalar, sosyal medya adresleri, iletişim bilgileri ve katkı veren kuruluşların isimleri yer almaktadır.

Afiş tasarımında siyah, beyaz, kırmızı, pembe, mor ve tonlamaları kullanılmıştır. Düz mor arka fon üzerine şemsiyenin kırmızı rengi ile fona uygun el figüründeki eldiven rengi ve festival sloganının tasarım renkleri arasındaki uyum tasarımdaki bütünlüğü sağlamıştır. Klasik İKSV logosu dışında afiş üzerinde kullanılan tüm yazı görselleri beyaz renkte tasarlanarak görsel zenginlik

oluşturulmuştur. Tasarımda dikkat çeken detaylar arasında şemsiye altındaki yağmur damlacıkları, arka planda gözlemlenen tasarımın gölgesi ve ışığın etkisiyle açık-koyu değerlerin tonlamalar oluşturması sayılabilir.

Tablo 4: Tiyatro Afiş Örnekleri



Kaynak: İKSV, 2022. <https://iksv.org/>

#### 5. SONUÇ

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

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

İncelemesi yapılmış olan afişlerin hangi festival olursa olsun standart birer format üzerine



tasarlanmış olduğu görülmektedir. Bu afişlerde İKSV logosunun tasarımı, festival ismi ve renk seçeneği farklı olup belirli bir büyüklükte aynı düzende yerleştirilmiştir. Ana sponsor bilgilerinin belirli bir çerçevede yerleştirildiği, festival bilgilerinin, katkı sunan kuruluşlarında yer aldığı tasarımlarda festival başlıklarıyla ilişkili şekilde kullanılan çizimler, figürler, renkler kendi içerisinde bütünlük sağlayarak afişlerin sanat severlerle bağ kurmasına vesile olmuştur.

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

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

Müzik Festivali; 2017 yılındaki 45. Festival afişi "Sıra Dışı" başlıklı teması ve görseliyle müzik severleri etkilemeyi başarmış, sade tasarım fikri, tipografik iletişim diliyle de sanatseverlerin hayal dünyasına dokunarak onları etkilemeyi hedeflemiştir. 2018 yılında 46. Müzik festival afişi, fotoğraf görselinin aile bağlarına vurgu yaptığı, müzik sevgisinin küçük yaşlardan itibaren aile içerisinde başladığını gösteren tasarımla kurgulanmıştır. 2019 yılındaki 47. Müzik festival afişi, tipografi tasarımının ve görsel nesnelerin iç içe geçiş birbiri tamamladığı, ışık-gölge etkisinin hissedildiği, varoluş sloganıyla sanatseverlere sunulmuştur. 2020 yılındaki 48. Müzik festival afişi, müzikle sonbahar vurgusunu, yumuşak renklerle yansıtmış sonbaharı ve hüznü görsel ve dilsel ileti şeklinde ifade etmiştir. 2021 yılındaki 49. Müzik festivali afişi ise başka bir dünyanın da mümkün olabileceğini el figürleri görseli ile yansıtılmış, figürlerdeki tek rengin ton geçişleriyle görselleştirilmiştir.

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

## KAYNAKÇA

- Berger, J. (2020). *Görme Biçimleri*, (27. Baskı). Metis Yayınları, İstanbul.
- Günay, V. Doğan, P. ve Alev F. (2012). *Görsel Göstergebilim*, (74. Baskı). Es Yayınları, İstanbul.
- Güney, M. (2011). *Sanat ve Psikiyatri*, (2. Baskı). Öz Baran Ofset Matbaacılık, Ankara.
- Güvenç, B. (2021). *Kültürün abc'si*, (10. Baskı). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Kırıçoğlu, O. T. (2019). *Sanatta Eğitim*, (4. Baskı). Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Mejujev, V. (1998). *Kültür ve Tarih*, (2. Baskı). Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul.
- Özlem, D. (2008). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*, (5. Baskı). Doğu Batı Yayınları, Ankara.

- Sartori, G. (2006). *Görmenin İktidarı*, (2. Baskı). Karakutu Yayınları, İstanbul.
- Seylan, A. (2005). *Temel Tasarım*, M Kitap, Ankara.
- Tunalı, İ. (2011). *Estetik*, (13. Baskı). Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Tylor, E. B. (2016). *Kültür Bilimi*. (Çev: Esra Dabağcı). *ViraVerita E-Dergi*. (4), 91-110.
- Uludağ, E. R. (2020). Sanat Tarihindeki Eserler İle Piktogramlar Arasındaki Etkileşim Ve Benzerlikler. *The Journal of Social Science*, 4 (7), 121-133. DOI: 10.30520/tjsosci.679110
- Williams, R. (1993). *Kültür, İmge Kitabevi*, Ankara.
- Yavuz, V. (2015). *Yeni Medyada Sanat Yönetimi*.
- Yıldız *Journal of Art and Design* , 2 (2) , 52-66.  
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/yjad/issue/13667/165330>

#### İnternet Kaynakları

- <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2018>. Erişim Tarihi: 26.08.2022.
- <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyet-raporlari2019>. Erişim Tarihi: 26.08.2022.
- <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyetraporlari2020>. Erişim Tarihi: 26.08.2022.
- <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/faaliyetraporlari2021>. Erişim Tarihi: 26.08.2022.
- <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/iksv>. Erişim Tarihi: 25.08.2022.
- <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/tarihce>. Erişim Tarihi: 25.08.2022.
- <https://sozluk.gov.tr>. Erişim Tarihi: 10.12.2021.
- <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/minyatursanati>. Erişim Tarihi: 01.11.2022.