



JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH



2018

Vol:5 / Issue:16

pp.166-179

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 19/12/2017

The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 30/01/2018

The Published Date (Yayınlanma Tarihi 31.01.2018)

GÖRSEL İLETİŞİM SÜRECİNDE MÜZİK FESTİVALİ AFİŞLERİNİN ÇÖZÜMLEMELERİ

ANALYSIS OF MUSIC FESTIVAL POSTERS IN THE PROCESS OF VISUAL COMMUNICATION

Yrd. Doç. Gonca YAYAN

Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, yayangonca@gmail.com
Ankara/Türkiye

Esra BİLGİN

Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi,
esrabilgin.eb12@gmail.com Ankara/Türkiye

ÖZ

İletişim, toplumlararası ortamlarındaki düşünce, duygu ve olayların, olgulara ilişkin bilgilerin aktarılmasını, toplumsal etkileşim sürecinde gerçekleştiren düşünce ve duyguların bildirimidir. Toplumlar arasında iletişimin en büyük yardımcıları ise kuşkusuz kitle iletişim araçlarıdır. Bugün modern toplumlar ve gelişmekte olan ülkelerde kitle iletişim araçlarının ekonomik, kültürel, toplumsal yaşam içinde önemli bir rolü olduğu herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Hiç kuşkusuz bunun temel nedenleri arasında, teknolojinin baş döndüren hızdaki gelişimiyle, kitle iletişim araçları ve kişisel bilgisayarların gelişiminin olduğu herkes tarafından bilinmektedir. Kitle iletişim araçları içerisinde, görsel iletişim en etkili enstrümanlar içinde yer almaktadır. Görsel iletişimde geniş anlamıyla 'görsel olan' görülebilen her şey iken dar anlamıyla, güzel sanatlar, resimler ya da imgelerdir. Resim ve imgeler ise afişlerle hayat bulurlar. Afişler, toplumsal ve bireysel iletişimi sağlayan en önemli iletişim araçlarıdır. Görsel iletişim araçlarındaki afişlerden, sanat ve kültürel afişlerini ise ayrı bir kategoride değerlendirmek gerekir. Bu afişler içerisinde müzik festivalleri afişlerini yer almaktadır. Festivaller; tarihi, süresi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı ve özellikleri önceden hazırlanan özel önemi olan sanat gösterileridir. Bu çalışmada, İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın (İKSŞV) düzenlemiş olduğu "İstanbul Müzik Festivali" etkinliğinin, 1973'te gerçekleştirilen ilk etkinliğinden günümüze kadar olan kırk beş afiş içerisinde seçilen on beş festival afişi, görsel iletişim tasarımı açısından incelenmiştir. Afişlerin çözümlenmesi aşamasında temel tasarım ilkeleri, renkler, semboller ve anlamları temel alınarak analiz edilmiştir. Ayrıca bu çalışmada on beş müzik festivali afişindeki tasarımların algılanması ve tasarımların vermek istediği mesajlarda ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Görsel iletişim, Kültürel Afişler, Müzik Festivali Afişleri

ABSTRACT

Communication is statement of thoughts and emotions created during interaction process of society, which also includes transfer of events, facts in public. The Biggest supporter of communication in societies is without doubt mass communication tools. Today, the important role of mass communication tools on economy, culture and social life is a reality known by everybody in modern societies and developing countries. Undoubtedly it is known by everybody that development of technology in a mind-blowing speed together with development of mass media tools and personal computers are among the main reasons of this. Within the mass communication tools, visual communication is among the most effective instruments. Whereas in broad sense visual communication can be deemed as everything that is visual, in narrow sense it is fine art, paintings and images. And paintings together with images invigorate with posters. Posters is one of the most important communication tools providing both public and individual communication. Among the posters in visual communication tools, art and culture posters should be evaluated in a different category. Music festival posters is also one of those posters. Festivals are art shows having special importance with their date, duration, the place they are demonstrated, number and characteristics of their participants. In this work, fifteen posters chosen amongst forty-five others released since 1973 from the first event of Istanbul Music Festival organized by Istanbul Culture and Art Foundation (IKSV) are evaluated from the visual communication design aspect. During the analysis of posters, basic design principles, colors, symbols and expressions are analyzed. Moreover, perception and messages that are desired to be established in those fifteen music festival posters are tried to be addressed in this work.

Keywords: Visual Communication, Cultural Posters, Music Festival Posters

1. GİRİŞ

Görselliğin ifade edilmeye başlanması tarihte, ilkel insanların mağara duvarlarını, süslemesiyle birlikte başlamıştır. Görsel iletişim ise yazının bulunuşu ve gelişen toplum ile beraber gelişen tipografik tasarımın yaygınlaşmasıyla başlamıştır. Zamanla teknolojinin gelişimi ile, mağara duvarları yerini, televizyon, afiş, billboard, sinema gibi kitle iletişim araçlarına bırakmıştır. Afiş bu anlamda en önemli görsel iletişim araçlarından biri olmuştur. Günümüzde kitle iletişim araçları içerisinde reklam afişleri, sosyal afişler ve kültürel afişler gibi afiş türlerinden yararlanılmaktadır. Konumuz itibari ile incelenen müzik festival afişleri kültürel afişler kapsamında yer almaktadır.

Çalışmada kültürel bir etkinliği ulusal ve uluslararası düzeyde topluma duyuran İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın (İKSV) katkısıyla oluşan "Uluslararası İstanbul Müzik Festivali" afişlerinin düzenlendiği ilk günden bu güne kadar olan afişler içerisinde seçilen on beş afiş incelenecektir.

Çalışmada ilk olarak, iletişim olgusu, görsel iletişim tasarımı ürünü olarak afişle ilgili temel özelliklere yer verilerek, afişin işlevleri ve afiş türleri açıklanacaktır.

Çalışmanın son bölümünde ise, "Uluslararası İstanbul Müzik Festivali" renk, biçim ve semboller açısından çözümlenerek değerlendirilecektir.

Afiş, günümüzde son derece yaygın olarak hayatımızın içinde kendisine yer edinmiş sıkça kullanılan bir görsel iletişim aracıdır. Bir mesajı topluma aktarmak ve bu mesaja dikkat çekmek amacıyla yapılmıştır. Afişler özellikle reklam ve tanıtım aracı olarak kullanılmakta olup politika, eğitim, ekonomik, sosyal etkinlik, eğlence, reklamcılık, sanat ve tanıtım gibi konuları da içine alan geniş bir yelpaze de kullanılmaktadır (Söylemez, 2015:38). **Afiş**, toplumun yaşadığı, toplandığı caddede, meydan ve sokaklarda duvar ya da ilan panolarına yapıştırılan ve dolayısıyla buradan geçen insanlar tarafından görülen ve değişik boyutlarda olan tanıtım medyasıdır. (Yüksekbilgili, 2017:4)

Kitle iletişiminin oldukça önem kazandığı günümüzde afiş sanatı, hangi amaçla tasarlanmış olursa olsun, bir görüşte anlaşılabilen bir mesaj içerir. Bu nedenle afiş sanatı, iletişim kavramının içinde ele alınmalıdır. (Gümüştekin, 2013:36) **İletişim** kavramının İngilizce ve Fransızca karşılığı "communication" sözcüğüdür (Symour, Ritz ve Cloghessy, 1987: 5). Her iki dilde de yazılışları aynı fakat okunuşları farklı olan bu kavram Latince "communis" kavramından gelmektedir. İletişim sözcüğünü Türk Dil Kurumu duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması şeklinde tanımlar.

Kısaca iletişim belirli araçlar kullanarak gerçekleştirilen bir eylemdir. Bu araçlar doğal olabileceği gibi (örneğin: dil, jest, mimik...) insan eliyle geliştirilen kitle iletişim, görsel iletişim vb araçları da olabilmektedir (radyo, televizyon, internet, afiş, billboard, gazete...) (Çakır, Topçu, 2005: 71). Yani, iletişim çeşitli amaçlara varmak için sözcüklerin ve diğer simgelerin kullanılmasıdır. Görselliğin ifade edilmeye başlanması tarihte, ilkel insanların mağara duvarlarını, süslemesiyle birlikte başlamıştır. Görsel iletişimin ilk örnekleri, tarih öncesi kaya çizimleri, işaretler ve resimli yazılar olarak bilinmektedir (Küçük, 2013:4). Görsel iletişim ise yazının bulunuşu ve gelişen toplum ile beraber gelişen tipografik tasarımın yaygınlaşmasıyla başlamıştır. Görsel iletişimin temelini oluşturan görme yeteneği, algılamada önemli rol oynamaktadır. Görsel iletişimde kullanılan görseller, simgeler, işaretler genellikle evrensel olduklarından konuşarak kurulabilecek iletişimden daha anlaşılır ve etkilidir (Söylemez, 2015:4).

Zamanla teknolojinin gelişimi ile, mağara duvarları yerini, televizyon, afiş, billboard, sinema gibi kitle iletişim araçlarına bırakmıştır. Görselliğin medya gücüyle birleşmesi ile beraber, yeni bir kültür ve yeni anlamlar oluşmuştur (Küçük, 2013:4).

Bu anlamlar içerisinde afişlerde önemli bir yer tutmaktadır. Birbirinden farklı bir pek çok alanda hizmet vermesinden dolayı bu afişler; **reklam (ticari) afişleri**, **sosyal** ve **kültürel afişler** olarak üç bölümde incelenmektedir.

Reklam Afişlerinin (Ticari Afişlerin), en temel amacı bir ürün ya da hizmeti pazarlamaktır. (Erol, 2009: 32). **Sosyal afişler**, toplumu uyarmak, bilinçlendirmek, politik olarak yönlendirmek ya da insanları toplumsal olaylarda harekete geçirmek amaçlı oluşturulmuş, ikna edici afişlerdir. (Erol, 2009: 31). **Kültürel afişler ise;** sanatsal ve kültürel konuları ele alan afişlerdir. Kültürel alanda hizmet veren bu afişler; sinema, tiyatro sergi, seminer, konser, festival gibi kültürel etkinlikleri tanıtmak amaçlı hazırlanan ve gerçekleştirilmesi planlanan etkinlikleri kitlelere duyurarak insanların ilgisini bu tür organizasyonlara yönlendirmeyi hedefleyen afişlerdir. (Küçük, 2013:43)

Bu anlamada İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın başı çektiği festivaller Türkiye'de yoğun ilgi görmektedir.

Kısa adı (İKSV) olan **İstanbul Kültür Sanat Vakfı**, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olarak İstanbul'da uluslararası sanat festivalleri düzenlemek amacıyla 1973 yılında Dr. Nejat F. Eczacıbaşı önderliğindeki 17 işadami ve sanatsever tarafından kurulmuştur. Vakfın birincil hedefi, kültür ve sanat çalışmalarının en seçkin örneklerini sunmak ve aynı zamanda sanat yoluyla uluslararası bir platform oluşturarak Türkiye'nin ulusal, kültürel ve sanatsal değerlerini tanıtmaktır.

Bu Vakıf, Avrupa ile Asya'yı buluşturan, İstanbul'da çeşitli din ve kültürlerin çağlar boyu bir araya gelerek eşsiz kültür mirasını genç kuşaklara sanatçıları ve sanatseverlere sunmaktadır. Bu vakfın çalışmaları içerisinde ağırlıklı olarak müzik festivalleri, film gösterimleri, tiyatro, caz, bale performansları ve yarışmalar gibi çeşitli sanatsal faaliyetler, her yıl tarihi mekânlarda gerçekleştirilmektedir. (<http://www.iksv.org/tr/hakkimizda/tarihce>)

İstanbul Müzik Festivalleri, 44 yılı aşkın bir süredir İstanbul ve Türkiye'de klasik müzik sevgisi ve beğenisinin yerleşmesinde önemli bir rol üstlenmiştir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın düzenlediği bu Müzik Festivalleri, ilk kez 15 Haziran – 15 Temmuz 1973 tarihleri arasında "İstanbul Festivali" adıyla düzenlenmiştir. 1976 yılından itibaren bu festivaller "Uluslararası İstanbul Festivali" adıyla anılırken, 1994 yılında Uluslararası İstanbul Müzik Festivali adını almış olup, 2011 yılından itibaren de Uluslararası ibaresi kaldırılmıştır. İstanbul Müzik Festivali olmuştur. Yaratıcı programı ve yenilikçi yapısıyla ulusal ve uluslararası düzeyde takdir toplayan bu festivaller, sanatçıların çalışmalarına katkı sağlarken, sanatsal deneyimlerini de aktarmalarına imkan vermektedir. Ayrıca İstanbul Müzik Festivali, 1977'den bu yana Avrupa Festivaller Birliği'nin üyesidir. (<http://muzik.iksv.org/tr/festival/tarihce>)

Çalışmamıza konu olan İstanbul Müzik Festivallerini seçmiş olmamızın nedeni; sanatsal ve kültürel alanda üretilmiş olan bu müzik festival afişlerinin dünden bugüne nasıl bir biçimsel ve anlamsal süreçten geçtiğini incelemek ve irdelemektir. Kısaca İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın düzenlediği İstanbul Müzik Festivali afişlerinin görsel iletişim tasarımı açısından çözümlenmesini yapmaktır. Bu çözümlenmeler içerisinde öncelikle renkler, biçimler ve semboller önemli bir yer tutmaktadır. **Renkler**, sanat ve tasarım için aktif şekilde kullanılan bir faktör olmasının yanı sıra kendisine anlam yüklenen sembolik değerleri de taşımaktadır. Renkler bir konuda bize mesaj verebilir, insan davranışları ve fizyolojisi üzerinde etkiler yaratabilirler. Dolayısıyla renkler, bireylerin duygu, düşünce ve eylemlerini etkileyerek onları değişik şekillerde etkisi altına alabilirler. Renklerin bulunduğu bir ortamda sözlerin olmaması önemli değildir çünkü renkler zaten kendi içerisinde anlamları barındırdığı için sözsüz iletişimi destekleyerek mesajın alıcısına direkt ulaşmasını sağlarlar. (Mazlum, 2011:125) İstanbul Müzik Festivali Afişlerinde kullanılan renklerin ifade ettikleri anlamları sırası ile inceleyecek olursak; **beyaz** sadeliği, doğruluğu, temizliği temsil etmektedir. Olumluluk, saflık, barışçıl ve kabul edici ifadelerinin bir yansıması olarak beyaz; ışık, bilgi, aydınlık, nur gibi olumlu ve erdemli değerlerle örtüştürülmüştür (Mazlum, 2011:129). Doğu kültürlerinde ise beyaz matem rengidir ve de ölümü sembolize etmektedir. Japonya'da özellikle beyaz karanfiller ölüm ile ilişkilidir. Batı kültürlerinde ise saflığın rengi olarak gelinliklerde kullanılır (Mazlum, 2011:129). İnan (1987: 412- 413) beyaz rengin Türk kültüründe de sıkça kullanılan bir renk olduğunu belirtmiştir ve beyaz renk ululuk, adalet ve güçlülük anlamlarını barındırmaktadır.

Türk kozmolojisinde batı yönünün simgesi beyazdır. Beyaz; masumiyet, zafer, barış, neşe, yücelik, teslimiyet ve merhametin, rengidir ve ölümsüzlüğü de sembolize etmektedir. Beyaz renk genel olarak saflık ve temizliğin sembolü olarak algılanmaktadır.

Siyah: Prestij, soğuk, gizem, hırs ile ilişkilendirilir. Otorite ve gücün rengidir. Siyah, tüm renkler gibi farklı yer ve coğrafyalarda farklı anlam ve sembolik açılımları bulunmaktadır. Hıristiyanlıkta olduğu gibi, Müslümanlıkta da siyah renk, fanilik, son ve sonsuzluk gibi sembolik açılımlarla da yüklüdür. Siyah renk Batı kültürlerinde matem rengini sembolize ederken, aynı zamanda şıklık ve zarafetin rengi olarak da bilinmektedir (Mazlum, 2011:130). Çin'de ise siyah renk kışın ve kuzeyin sembolüdür. Buna karşın Eski Mısır ve Kuzey Afrika ülkelerinde siyah, verimli toprağın ve yağmurla şişmiş bulutların rengine benzediği için bereketin simgesel rengi olmuştur (Uçar, 2004: 49). Siyah rengin de Türk mitolojisine dayanan anlamlar ifade ettiği ve fakat tarihte bu rengin olumludan olumsuzu çok değişik anlamlarda kullanıldığı bilinmektedir. Yine işaret edildiği gibi kara renk, Türklerde binlerce yıldan beri kuzeyin sembolü olarak kullanılmıştır. Çünkü çeşitli kavimler ile kültürler, kuzeyin karanlıklar ülkesi olduğu üzerinde birleşmişlerdir (Ögel, 1984: 431). Kara yel dendiği zaman kuzeyden esen rüzgâr, Kara Deniz dendiği zaman da kuzeydeki deniz anlamları ifade edilmektedir. Kara renk toprak, güç, kuvvet, bazen de keder, yas ve alt tabaka manasına gelir. Türk hükümdarların tahta çıkma töreninde oturacağı seccade ve halının siyah renkte olması bu bakımdan

önemlidir. Bu nedenle olsa gerek hükümdarlık ifadesi biçiminde değerlendirilen kara renk 11. ve 13. yüzyıllarda sıkça kullanılmıştır (Küçük, 2010: 200). Siyah tüm renkleri soğuran fiziksel bir yapıya sahiptir; gizli, gizemli, dışa kapalı, bilinmeyen bir anlamı vardır. Siyah aynı zamanda mutsuzluk, umutsuzluk, yasa dışılık ve hayal kırıklığının rengi olarak kabul edilmektedir. Siyah büyüklüğü, gücü gösteren bir simge olarak da kullanılmıştır.

Kırmızı: Gözümüzün en iyi algıladığı sıcak bir renk olan kırmızı; güç, tehlike, tutku, heyecan, cinsellik, dışa dönüklüğü çağırıştırır. Dalga boyu yüksek bir renk olduğundan dikkat çekicidir (Mazlum, 2011:131).Kırmızı diğer renklerde olduğu gibi farklı toplumlarda farklı anlamlar kazanmıştır. Çekinmez (2010)' in çalışmasında kırmızı rengin Batı' da aşk, tutku; Hindistan' da saflık, doğurganlık; Japonya' da dinsel, bolluk gibi farklı anlamlara sahip olduğu görülmektedir. Çin kaynakları Göktürkler ve Uygurlar dönemlerinde kuzeydeki Kırgız hakanlarının otağında bir kırmızı bayrak bulunduğunu ve herkesin buna saygı gösterdiğini yazmaktadır. Ayrıca, Göktürkler, Uygurlar ve Moğollarda al kaftanın ve al damganın hakanlık sembolleri olarak kullanıldığı görülmektedir (Ögel, 1984: 36-37, 353, 401-403). Karahanlı, Selçuklu hükümdarlarının bayrakları, tuğları, saltanat şemsiyeleri, otağları ve giydikleri çizmeler de hep kırmızı ve sarı renklerden oluşmuştur. Bu nedendir ki Türk tarihinde kırmızı, hem saltanatın hem de halkın çok sevdiği renklerden biri olmuştur (Koca, 2002: 55). Kırmızı tüm toplumlarda kan rengi olarak bilinmektedir. Fakat toplumların farklı yaşam koşulları simgesel değerlerdeki farklılıklara sebep olmuştur. Örneğin, Türk bayrağı kırmızı ve beyaz renkten oluşmuştur. Bayraktaki renk ülke için dökülen kanların bir simgesi olduğu için Türk milleti için çok farklı bir anlam ifade etmektedir.

Mavi: Gökyüzü ve suyun rengi olarak bilindiği için genel olarak sonsuzluk ve huzurun rengi olarak bilinmektedir. Bu yüzden de sakinleştirici bir renk olarak hassasiyet, barış, sadakat anlamında da kullanılır (Mazlum, 2011: 132). Mavi renk, inancı artıran bir renktir. Bu nedenle cami ve kiliselerin vitraylarında da mavi kullanılmıştır (Halse, 1978: 27-34). Mavi Yahudiler için de kutsal renk olarak kabul edilmektedir. Renklerin en derini olup Türk kültüründe genellikle Gök olarak söylenen bu renk insanlık tarihinde kutsa sayılan göğün ve suyun simgesidir. Gök ve su insanlık tarihinde kutsal sayılmıştır. Zaten Arapça kökenli olan mavi sözcüğünün sözlük anlamı da su rengidir. Bilincin, gerçeğin, uyumun, sakinliğin ve umudun rengidir. Gök rengi sonsuzluğu, türeyişi, emniyeti ve rahatlığı belirleyip huzur veren bir renktir. Aynı zamanda mavi renk dostluk, sadakat, vefa, aydınlık, temizlik ve ruhanilik sembolüdür. Mavi renk, suyu, gökyüzünü ve erkekliliği simgeleyen renktir.

Yeşil: Mavi ve sarının birleşiminden meydana gelen yeşil hem sarı rengin vermiş olduğu sıcaklık hem de mavideki sakinlik ve huzuru yapısında bulunduran bir renktir. Yeşil Batı' da ilkbahar, tazelik ve yenilenmenin rengi olarak bilinmektedir(Çalıskan, vd., 2010: 102).

Yeşil renk aynı zamanda din, iman ve ebediyetin simgesidir. İslâm dininin bu renk üzerinde durduğu kaynaklarda belirtilmiştir(Akkin, Eğrilmez ve Afrashi, 2004: 33, 274- 282).Orta Asya bozkırlarında hayvancılıkla geçinen ve konar göçer bir yaşam süren Türk halkı için doğa hayvanlarını beslemenin ve yaşamlarını sürdürmenin ana kaynağı oluşu nedeniyle doğa ve doğanın simgesi yeşilin önemi yadsınamaz. Yeşil, genel olarak akla doğayı, cenneti, huzuru, tazeliği, verimliliği ve doğurganlığı temsil eder.

Sarı: Sıcaklık, canlılık, gençlik, neşe, parlaklık çağırıştıran sarı renk altının ve güneşin rengidir. Sarı, önemli olan noktaların vurgulanmasında kullanılabilecek dikkat çekici bir renktir. Doğu toplumları için kutsal bir renk olan sarı, Batı toplumlarında eğlence ve mutluluğu sembolize etmektedir(Mazlum, 2011: 132). Türklerde ise sarı renk, dünya merkezinin sembolü olarak kullanılmıştır. Ayrıca Türk destanlarında ise sarı renk kötülük ve felaket sembolü olarak görülmüştür. Sarı ejderha Türk masallarında kuşku ve kötü duygular veren bir motiftir. Sarı renk Anadolu kültüründe hastalık sembolü olarak bilinir.Sarı renk, farklı toplumlarda tanrısallıktan kaynaklanan fiziksel bir güç sembolü olarak da karşımıza çıkmaktadır. Tanrı ve tanrıçaların sarışın olarak resmedilmesi buna örnek olarak gösterilebilir. Aynı zamanda geçiciliği ifade ettiğinden dünyadaki taksilerin renkleri sarıdır.

Turuncu: Gençlik, dinamizm, umut, arkadaşlık ve eğlenceyi ile ilişkilendirilir. Turuncu, kırmızı kadar agresif olmadan cesur olabilen, sarı kadar havai olmadan parlak olabilen son derece dikkat çekici bir renktir (Marketing Türkiye, 2004). Yeniden yaşam duygusu vererek bireyleri canlandırmada oldukça etkilidir. Çekinmez (2010), farklı kültürlerde turuncunun uyandırdığı anlamları Çin ve Japonya da mutluluk ve aşk, Hindistan' da alçakgönüllülük ve fedakârlık, Batı' da Cadılar Bayramı (siyahla birlikte),yaratıcılık ve sonbahar olarak ifade eder. Genel olarak ise “turuncu heyecan ve mutluluk verici, dinamik, dikkat çekici, çarpıcı, iç açıcı, canlılık, cesaret, güven verici ve yapıcı bir renktir” (Sharma, 2007: 24).

Mor: Soyluluk, itibar, zenginlik, gösteriş, gurur, ihtişam ile ilişkilendirilmektedir. Mor ayrıca nevrotik duyguları tetiklediği için depresyon ve karışıklığın da rengidir (Madden vd., 2000: 90-107). Çekinmez (2010) ise mor rengin yaratıcı ve farklı yapıdaki kimseler tarafından (rock müzik şarkıcıları...) sıklıkla kullanıldığını belirtmektedir. Yine aynı çalışmada mor Japonya'da zenginlik, Batı'da kraliyet, Brezilya'da ölümü, Ukrayna'da dayanıklılık, sabır ve güveni temsil ettiği belirtilmektedir. Ayrıca mor renginin hem sevgi hem de nefret duygularını içinde barındırdığı belirtilmektedir. Genel anlamda ise mavi ve kırmızının karışımı olan bu renk Kılınçarslan ve Fidan(2012: 46)' a göre asilliği, zenginliği, lüksü, ihtişamı, hayal gücünü, odaklanmayı arttırmayı ve kendine güveni simgeler.

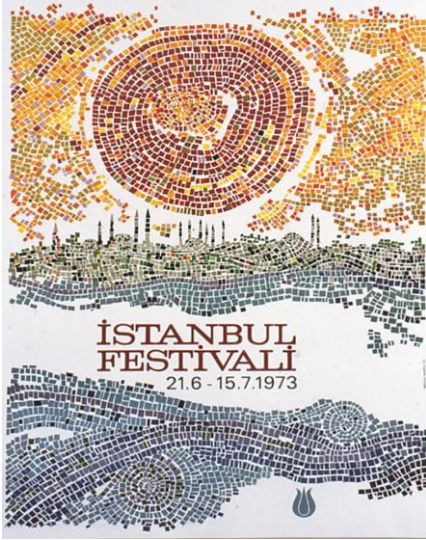
Pembe: Çekinmez (2010)' e göre pembe renk aşk, arkadaşlık, içtenlik ve merhamet anlamlarına sahiptir. Yine aynı çalışmada pembenin Doğu'da evlilik, Batı'da aşk ve bebekler, Japonya'da ise sağlıklı bir hayat anlamına geldiği ifade edilmektedir. Fakat diğer Batı kültürlerinden farklı olarak Belçika' da bu renk erkek çocuğu çağrıştırmaktadır. Ancak pembe genelde kız çocuklarının rengidir. Pembe renk insanlar üzerinde güven yaratıcı bir renk olarak da bilinmektedir.

Gri: Şan, şöhret ve sonsuzluk ifade eden gizemli bir niteliğe sahiptir. Aynı zamanda külün rengidir. Sisli, puslu havalar insanda hüznü, iç sıkıntısı, melankoli yaratırlar (Ersoy,2007:462).

Biçimler içinde yer alan **kare**, dört tarafı sanki demir bir çerçeve ile sabitleştirilmiş gibi bir görünüm verdiğinden, anti dinamik bir figür olarak, duruculuk, durgunluk, kararlılık, sağlamlık ve güven verici bir algılanmaya neden olur. Öte yandan birçok kutsal yer ve alanlarda, sürekliliğin olması istenircesine çoğu kez dörtgen bir şemanın egemen olduğu görülmektedir (Ersoy,2007:156). **Daire**, diğer geometrik alanlar içinde en gelişmiş, mükemmel bir biçimdir. Başlangıç ve bitimi belli olmayan bir görünüme sahip olması, onu yaşamın geometrik olarak en gerçek ve anlamlı biçimde tanımlayan bir şekli yapmıştır. Daire bir hareket ve canlılık sembolüdür (Ersoy,2007:159). **Üçgen**, geometrik alanların ilki ve basiti, ayrıca diğerlerine oranla en az gelişmiş olanıdır. Üçgen görünümüyle, oturganlık, sağlamlık, denge ve özellikle yükseliş algısı yaratmaktadır (Ersoy,2007:179).

Çizgi, iki nokta arasındaki hat olarak tanımlanabilir. Dik ve yatay çizgiler; sakin ve hareketsiz etki uyandıran çizgilerdir. Kırık çizgiler; hareketli ve dinamik etki uyandıran çizgilerdir. Eğik çizgiler; yoğunluğuyla paralel olarak hareketi arttıran ve zenginleştiren çizgilerdir (Buyrgan, 2012:130).

Sembollerden kuş; daima ilahi hürriyetin canlı, tanrısal bir bağımsızlık diyebileceğimiz kavramın ve ruhun sembolü olmuştur. Kuşun psikolojik olarak insanı etkileyen yönü, onun gibi uçuş hevesini uyandırıp, bu girişimlerde onu cesaretlendirmesidir (Ersoy,2007:285). **Kelebek;** Orta Asya kültüründe yer alan bir inanışa göre sadece fiziki ölümden sonra serbest kalıp, yeniden dünyaya döneceği zamana kadar semavi(göksel) vatana gidecek olan ruhların değil, aynı zamanda çocukların da ruhu olmaktadır (Ersoy,2007:288). **Lale;** Türklerin milli çiçeği olan laleye Arap alfabesinde Allah adında "L-A-L-H" bulunduğu için, eskiden beri bir kutsallık addedilmiştir (Yayan,Kılıç,2014:28). **Deniz;** yaşamın dinamik bir sembolüdür; her şey oradan çıkar ve her şey gene oraya döner. Deniz, doğulan, değişmenin ve yeniden doğmanın gerçekleştiği bir yerdir (Ersoy,2007:94). **İnsan;** dünyanın bir sentezidir yani küçük bir evren gibidir. İnsan, sembolik kavramlara değişik yönlerde yol açan bir merkez olmuştur (Ersoy,2007:311). **Kulak;** insan kalbinin dışarıya açılan pencereleridir. Kulağın sadece işitmeyi sağlayan bir organ olmayıp, öğrenmek, akılda tutmak, önemsememek, haber ulaştırmak gibi olgularda da payı vardır (Ersoy,2007:346). **El;** güç, otorite, egemenlik ve sahiyiet(iyelik) sembolüdür (Ersoy,2007:356). **Tavuk ve horoz;** kötü ruhları kovan koruyucu bir simge olmuştur. Türk kozmolojisinde barış unsurunun hayvan biçimli simgesi olmuştur (Tansü,Güvenç,2015:9). **İnek;** geniş anlamda, süt üreticisi ve besleyici dünyanın sembolü olmuştur. Öte yandan sembolizmi ayla ve Ay anaları olan bereket tanrıçalarıyla ilişkilidir (Ersoy,2007:265). İnek bir çok mistik kudretler taşıyan bir yaratıktır. Dolayısıyla uğurludur ve insanlara dualarında dilediği şeyleri sağlar (Abbott,1932:412). **Balon ile;** umut, sevinç, hayaller, mutluluk, çocukluk hayallerine bir gönderme yapılmıştır. **Tatlı,** hoş sohbet, muhabbet ve mutluluğa dikkat çekmiştir.



Resim 1. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 1/1973

AFİŞ 1

Tasarımcı: Mengü ERTEL

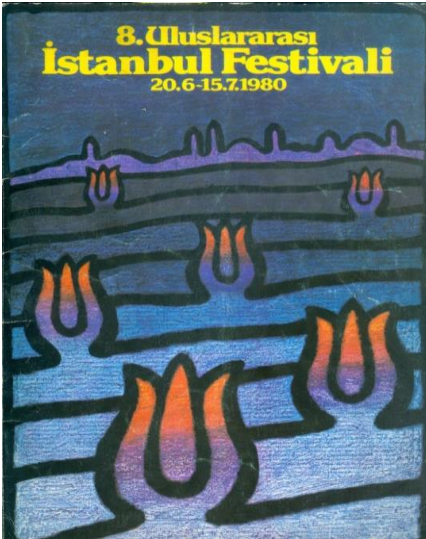
Yapım yılı: (1973)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler; mavi, yeşil, turuncu, sarı ve koyu kırmızıdır.

Afiş analizi: Sanatçı bu afişinde yeşil renk ile renklediği manzara görüntüsünü sayfanın ortasına yerleştirerek sayfayı ikiye bölmüştür. Mozaik tekniğini kullanan sanatçı maviliklerin ortasında bıraktığı boşluğu festivalin adı ve tarihiyle tamamlamıştır. Sağ alt köşede de İstanbul'un simgesi olan bir lale figürü yer almaktadır.

Yorum: Kompozisyonun ortasındaki şehir silüeti festivale ev sahipliği yapan İstanbul'un üzerinde kullanılan mozaik tekniğiyle yapılmış yeşil renk ile tabiata hâkim olan, huzur ortamını çağrıştıran aynı zamanda umut, yenilik, gençleşme ve yeniden canlanmaya vurgu yapılmıştır. İstanbul silüetinin üzerinde konumlandırılmış kırmızı renkli güneş mozaik tekniğiyle yapılmış olup güç, tutku ve heyecana vurgu yapılmıştır. Güneşin yansımalarının da etrafa doğru yayılmıştır. Afişin alt kısmında denizi sembolize eden mavi renk il özgürlüğü, huzuru ve sonsuzluğu ifade edilmiştir. Festival afişinin sağ alt köşesinde yer alan mavi lale motifi ile Türk mitolojisinde yer alan bir kutsallığa gönderme yapılmaktadır. Mozaikler arasında yer alan yuvarlak formlar ise yine sonsuzluğa vurgu yapmıştır. Afişin orta kısmında yer alan İstanbul Festivali yazısı "Adope Ming Std I" karakteriyle yazılmıştır. Yazının arka planındaki açık mavi ile kompozisyondaki hareketlilik sakinleştirerek dinginlik sağlamıştır (Resim1).



Resim 2. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 8/1980

AFİŞ 8

Yapım yılı: (1980)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, siyah, sarı, turuncu, mor, mavidir.

Afiş analizi: İstanbul silüetinin arka planda yer aldığı bu afişte deniz ve üzerinde laleler resmedilmiştir. Yakınlık uzaklık ilişkileri kurulmuş altı lale ön plandan arka plana doğru yer almaktadır. Arka planda ufuk çizgisi üzerinde cami silüetleri konumlandırılmıştır. Afişin üst orta kısmında afişin adı ve tarihi bulunmaktadır.

Yorum: Gökyüzü ve suyun rengi olarak bilinen mavi rengi, lalelerin yetiştiği toprak için kullanarak mavinin türeyiş, huzur veren anlamına bir gönderme yapmıştır. Mavi renk, inancı artıran bir renktir. Bu nedenle camide de mavi renk kullanılmıştır. Yatay kalın siyah çizgilerle sakin, durgun ve hareketsiz etki uyandırılmıştır. İnsanlara rahatlık, hoşgörü ve sıcaklık hissi veren laleler bu hislere karşılık doğru orantıyla mavi, mor ve turuncu rengin geçişleriyle oluşturulmuştur. İncelik ve zarafetin simgesi olan lalenin uç kısmında turuncu rengi kullanarak dinamik, dikkat çekici ve canlılığa bir vurgu yapılmıştır. Kompozisyon tam anlamıyla İstanbul şehrine bir göndermeden oluşmaktadır. Afişin üst orta kısmında yer alan İstanbul Festivali yazısı önemli olan noktaların vurgulanmasında kullanılan bir renk olan sarıyla festival ve tarihine dikkat çekilmiştir (Resim 2).



Resim 3. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 14/1986

AFİŞ 14

Yapım yılı: (1986)

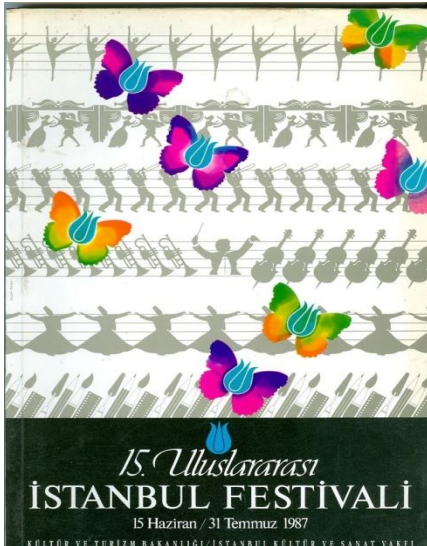
Tasarımcı: Meral Yılmaz Çelebi Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, siyah, beyaz, sarı, turuncu, pembe, mor, mavi, yeşildir.

Afiş analizi: Kompozisyonun ortasında renkli noktaların birleşmesiyle oluşan bir kuş figürü yerleştirilmiştir. Ayrıca bu kuş figürünü incelediğimizde kuşun baş ve gövde kısmında şekilsel olarak dikkatimizi çeken bir lale figürü yer almaktadır. Sanatçı bu afişte arka planı siyah ve açık mavi ile ikiye bölmüş afişte huzur sağlanmıştır. Sayfanın üst orta kısmında yine İstanbul'un simgesi olan lale figürü mavi renkte yer almaktadır. Bununla birlikte siyah zemin üzerinde yazılar beyaz renk ile konumlandırılmıştır.

Yorum: Gecenin ve evrenin sonsuz karanlığının ve gizemin rengi olan siyah, arka planda görülmektedir. Bütün renkleri içerisinde barındıran beyaz renkle "Arial" fontuyla yazıyı konumlandırırken kuş figürünü içerisinde barındırdığı renklere gönderme yaparak kompozisyon tamamlanmıştır.

Kuşların, insanda doğal halde bulunmayan bir yeteneği olan uçmayı becermeleri ve insanların kutsal saydığı gökte hareket edebilen yaratıklar olmaları, her zaman için onların birçok sembolizme araç olmalarını sağlamıştır. İnsan ruhunun bir sembolü olan kuş figürünün içerisine gizlenmiş, Türklerin milli çiçeği olan lale formu İstanbul'u sembolize etmektedir. Buradaki kuş gibi insan ruhunun da müzikle birlikte rengarenk olduğuna bir gönderme yapılmıştır. Beyazdan yeşile varana dek karşımızda bir renk skalası görmekteyiz. Masumiyet aynı zamanda da güçlülüğün rengi olan beyaz ile kuşun gövdesini oluştururken fiziksel bir güç sembolü olan sarıya kuşun kanadında yer vererek anlam bütünlüğü sağlanmıştır. Göklerin rengi maviyle devam ederken hem sarı rengin vermiş olduğu sıcaklık hem de mavideki sakinlik ve huzuru yapısında bulunduran yeşil renk ile kanadı sonlandırmıştır (Resim 3).



Resim 4. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 15/1987

AFİŞ 15

Yapım yılı: (1987)

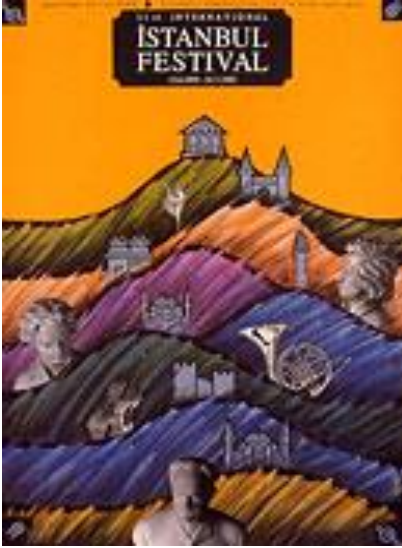
Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, siyah, beyaz, yeşil, turuncu, pembe, mor, mavi, gridir.

Afiş analizi: Afiş siyah ve beyaz olarak ikiye bölünmüştür. Alt kısımda yer alan siyah bölüm üzerinde beyaz renkle festival adı ve tarihi yer verilirken aynı zamanda logomuz olan lale figürü de bulunmaktadır. Afişin beyaz kısmında notaların üzerine yerleştirilen porte bulunmaktadır. Bu porteler üzerinde notalar değil çeşitli figürler ve objelere yer verilmiştir. Bu porteli arka plan üzerine yerleştirilmiş yedi renkli kelebek görülmektedir.

Yorum: Afişte bize aslında festival programının özeti sunulmaktadır. Tasarımın beyaz kısmında üzerine notalar yerleştirilen altı sıra porte bulunmaktadır. Her bir porte üzerinde notalar yerine farklı durumlar anlatılmaktadır. İlk portede balerinler nota gibi sıralanmış, program içerisinde yer alan Moskova Devlet Balesi, Paris Caz Balesine bir gönderme yapılmıştır. İkinci portede, Hırçın Kız (Shakespeare), Bir Halk Düşmanı (Ibsen) gibi oyunların sergileneceğini ifade etmektedir. Üçüncü ve dördüncü portede yer alan figürler, çello, saksafon ve ortada bulunan şef bir orkestra dinletisinin olacağını anlatmaktadır. Beşinci portede üzerine yerleştirilen semazenler ile sema topluluğu gösterilerinin olacağından haberdar ederken son portede bulunan kalem, fırça, film şeridi gibi malzemelerle festival sonunda resim, fotoğraf ve el işi

sergilerinin olacağına bir gönderme yapmıştır. Bütün bu porteler gri renkte yapılarak bir alt zemin oluşturulmuştur. Bu zemin üzerine konumlandırılan rengarenk uzak doğuda gençliği ve dinamizmi simgeleyen yedi kelebek yerleştirilmiştir. Yedi kelebek kullanılarak yedi notaya bir gönderme yapılmış olabilir. Bu kelebeklerin vücut kısımları laleden oluşmaktadır. Bu lalelerle İstanbul'a gönderme yapılmıştır (Resim 4).



AFİŞ 21

Yapım yılı: (1993)

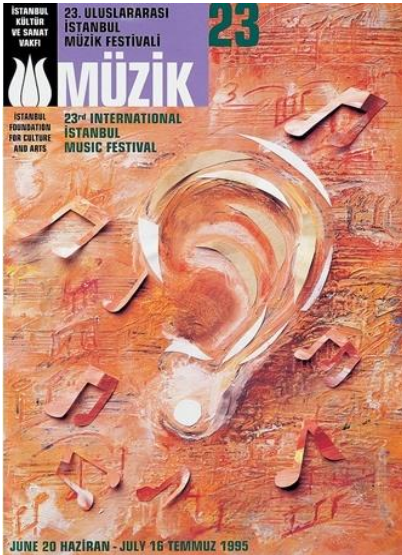
Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, mor, turuncu, mavi, beyaz, sarı ve siyahtır.

Afiş analizi: Afişte yedi tepe ve yedi tepe üzerinde konumlandırılmış heykel büstler, mimari yapılar ve müzik aletleri konumlandırılmıştır. Arka plan sade tutularak üzerine bir dikdörtgen bir çerçeve içerisinde festival adı ve tarihi yer verilmiştir. Afişin dört köşesine lale figürü yerleştirilmiştir.

Resim 5. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 21/1993

Yorum: Afişte üst üste bindirilmiş yedi ayrı tepe ile İstanbul şehrini vurgulanmıştır. Her bir tepenin üzerinde bir obje kullanılarak burada gelmiş geçmiş medeniyetler söz konusu edilerek birçok medeniyeti barındırma özelliği olan İstanbul ön plana çıkartılmıştır. Tepeler renklendirilirken kullanılan kırık çizgiler; hareketli ve dinamik etki uyandırmıştır. Bu hareketliliğe karşılık arka planın sade tutulması tepeleri ön plana çıkartarak dengeyi sağlamıştır. Doğu toplumları için kutsal bir renk olan sarı, batı toplumlarında eğlence ve mutluluğu sembolize ettiği için arka planda yer almış olabilir (Resim 5).



AFİŞ 23

Yapım yılı: (1995)

Tasarımcı: Haluk Tuncay

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, beyaz, yeşil, turuncu ve tonlarıdır.

Afiş analizi: Sanatçı afiş tasarımında boyama ve kolaj tekniği kullanılmıştır. Afiş, kulak formu ile çevresinde yer alan geometrik formlar ve notalardan meydana gelmektedir. Kulak formu, tasarımda yer alan en dikkat çekici ve en kütleli formdur. Figürün sağ ve sol tarafına ise, üzerinde notaların ve porte çizgisinin yer aldığı üç boyutlu kağıt parçaları yerleştirilmiştir. Afişin sol üst köşesinde "İKS'V" sözcüğünün açılımı ve logosu, mor dikdörtgen içerisinde "MÜZİK" sözcüğü ve festival başlığı yer almaktadır. Sol alt köşede ise festival tarihi Türkçe ve İngilizce olarak konumlandırılmıştır. Aynı zamanda Festival başlığı hem Türkçe hem de İngilizce olarak yazılmıştır. 23. festival olduğuna bir gönderme yaparak yeşil renkte 23 rakamı yinelenmiştir.

Resim 6. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 23/1995

Yorum: Afişi, yeniden yaşam duygusu vererek bireyleri canlandırmada oldukça etkili olan turuncu ve tonları oluşturmaktadır. Kulak formu, dinlemek, çalmak ve söylemek gibi üç bileşende toplanan müziğin dinlemekle ilintili olan simgesi olarak aktarılmıştır. Arka planda yer alan ayrıca doku oluşturan porte çizgisi ve üç boyutu hissettiren kağıt parçalarından oluşan notalarla bütünleşerek kulağımıza gelen sesleri, müziğin notalarını temsil etmektedir. Sol üst köşede siyah zemin üzerinde İstanbul Kültür Sanat Vakfı yazısı ve beyaz lale figürü konumlandırılmıştır. Siyah ve beyaz kullanarak zıtlıktan yararlanılmıştır. Odaklanmayı arttıran mor renk üzerine festival ismi konumlandırılarak dikkati buraya çekmiştir. Tazelik ve yenilenmenin rengi

olarak bilinen yeşil renk ile 23 rakamına ikinci kez bir gönderme yapmıştır."Arial Black" yazı fontu kullanılmıştır (Resim 6).



AFİŞ 25

Yapım yılı: (1997)

Tasarımcı: Haluk Tuncay

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, siyah, sarı, mor, turuncu.

Afiş analizi: Tasarımda görsel öge olarak fotoğraf kullanılmıştır. Sayfanın neredeyse tümünü kaplayan fotoğrafta alkışlayan veya ritim tutan eller bulunmaktadır. Fotoğraf ve fotoğrafta gerçekleşen eylem dinamiktir ve o an gerçekleşmektedir. İzleyicinin hareketi yansıtılmıştır. Sol üst köşesinde "İKS"V" sözcüğünün açılımı ve logosu, mor dikdörtgen içerisinde "MÜZİK" sözcüğü ve festival başlığı yer almaktadır. Aynı zamanda Festival başlığı hem Türkçe hem de İngilizce olarak yazılmıştır. Festivalin yapıldığı tarih sol üst köşede yer alan mor dikdörtgenin altında Türkçe ve İngilizce olarak konumlandırılmıştır. bulunmaktadır. Afişin orta sol kısmında ise XX5 ifadesine yer verilmiştir. Sponsor logoları da alt şeritte afişte yer almaktadır.

Resim 7. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 25/1997

Yorum: Afişte sahne ışıkları altında bir şeyin beğenildiğini, onaylandığını anlatan el çırpma devinimini gerçekleştiren eller görmekteyiz. Burada bize izleyicin beğenisini, eğlencesini aktarmaktadır. Bu ellere yansıyan, heyecan ve mutluluk verici, dinamik, dikkat çekici, çarpıcı, iç açıcı, canlılık, cesaret, güven verici ve yapıcı bir renk olan turuncu ellerin yaptığı harekete doğru orantılı olarak kullanılmıştır. Fotoğraf yakın plan kadrajlanmıştır ve detay aktarılmıştır. Ancak gözümüz fotoğrafın bütününe tamamlayabilmektedir. Fotoğrafın devamında gördüğümüz bu ellere sahip kişilerin yüzleri, jest ve mimiklerini tahmin edebiliyoruz.

Arka planda, tüm renkleri soğuran fiziksel bir yapıya sahip olan gizli, gizemli, dışa kapalı, bilinmeyen bir anlamı olan siyah kullanılmıştır. Bir bütünleyici olup bizi alkışlara odaklayarak, alkışların ön plana çıkmasına neden olmuştur. Afişin orta sol kısmında roma rakamlarıyla XX5 ifadesiyle festivalin 25. yılına bir gönderme yapılmıştır. Roma rakamlarını kullanarak Klasik Döneme de bir gönderme yapılmıştır (Resim 7).



AFİŞ 28

Yapım yılı: (2000)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, kırmızı, mavi, beyaz, sarı ve siyahtır.

Afiş analizi: Afiş dikey, renkli ve durağandır. Afişin sol üst köşesinde "İKS"V" sözcüğünün açılımı ve logosu "MÜZİK" sözcüğü, festival başlığı hem Türkçe hem de İngilizce olarak, festivalin yapıldığı tarih bulunmaktadır. Tasarımda kolaj tekniği kullanılmıştır. Afiş farklı malzemeler ve mekanlardan parçalar alınarak bir araya getirilen görsellerin birlikteliğinden oluşan ve toplamda "Müzik" sözcüğünü oluşturan malzemelerden oluşmaktadır. Harflerin zeminini oluşturan malzeme tam olarak belli değildir. Arka plan zemin renklerinin sadeliği ile harflerin renkleri, tasarımda güçlü bir zıtlık yaratılmıştır. Sponsor logoları da alt şeritte afişte yer almaktadır.

Resim 9. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 28/2000

Yorum: Tasarımın ilk harfi olan "M" Gözümüzün en iyi algıladığı sıcak bir renk olan kırmızı ve önemli noktaların vurgulanmasında kullanılabilecek dikkat çekici olan sarı renkten oluşturularak vurgulanmıştır. Bir diğer dikkat çeken harf ise "İ" harfidir. Biçimsel olarak insan formuna benzetilen harf, insanların da müziğin içinde yer aldığını ve onu oluşturan bütünü bir parçası olduğunun mesajını veriyor olabilir. İzleyici üzerinde huzur veren ve dinlendirici bir etkisi olan mavi renkle müziğin verdiği huzura gönderme yapılmıştır. Görseldeki parçalar bir araya getirilerek bütünüyle aktarmak istenilen müziğinin doğasına, rengine ve hareketine uygun olarak tasarlanmıştır. Yazı karakterleri tasarımda düzensiz olarak yerleştirilmiş tasarıma hareket kazandırmıştır. Harflerin yer aldığı görsellerin şeritlerle bölünerek yerleştirilmesi harflerin tek başlarına da rahatlıkla algılanmalarını sağlamaktadır (Resim 9).



Resim 10. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 33/2005

Yorum: Görselde turuncu, pembe ve sarı renklerin ağırlıklı kullanıldığı, önünde dev bir çelloyla oturan erkek illüstrasyonu bulunmaktadır. Karakterin kucagında tuttuğu çello gerçek kullanımı dışında tasarlanmıştır. Karakterin saçları turuncudur, biçim abartılıdır. Vücut hatları esnek, yuvarlak ve küttelidir. Enerjik ve pozitif bir karakterdir. Karakterin yüzünün boş bırakılması nedeniyle de tasarım sade bir tasarımdır. Tasarımda mavi renkte bir arka plan yer almaktadır. Dikkat çekici ve sade oluşu ile üst katmandaki öğelerin öne çıkmasını sağlamıştır. Sayfanın tümünü kaplayan illüstrasyon çizim ise arka planın canlılığıyla doğru orantıda renklerde tasarlanmıştır. Yazı karakteri tırnaksızdır, etli ve dinamiktir. Ayrıca görsel iletiye uygun olarak seçilmiş eğlenceli ve genç bir yazı karakteridir. Ancak metnin okunaklılığı, aralarındaki boşluğun az oluşu, bir kısmının gri renk olması zorlaştırmıştır.

Kullanıldığı tasarım, renk kullanımı açısından da oldukça hareketlidir. Renklerin zıt kullanımı her bir öğeyi öne çıkartmış dikkat çekiciliği arttırmıştır. Dünya merkezinin sembolü olarak kullanılan sarı çelloyu saran bacaklarda afişin tam ortasında konumlandırılmıştır. Buda müziğin merkezinde olduğumuza bir gönderme yapılmış olabilir (Resim 10).



Resim 11. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 35/2007

Yorum: Afişin neredeyse tamamını kaplayan bir erkek sırtı görülmektedir. Figürün saçları omuzlarındadır. Ellerini özellikle başının arkasında birleştirerek güce, otoriteye gönderme yapmakta olan bu figürün yüzünü görememekteyiz. Dünyanın bir sentezi olan insan bedeni küçük bir evren olarak ele alınmıştır. Sırtının ortasında ve büyükçe ele alınmış müzisyen Bach'ın portresi ve adı yazan dövme bulunmaktadır. Dövme dikkat çekme aracı olarak kullanılmıştır. Özellikle Bach'ın dövmesinin olmasının sebebinin programda yer alan "Mevlana ve Bach Divanı" na dikkat çekmek amaçlı yapılmış olabilir. Arka planda sadeliğin, doğruluğun sembolü olan beyaz kullanılarak figür öne çıkartılmıştır. Renk açısından oldukça sade bir çalışmadır. Festival başlığı ve tarihi gücü gösteren bir renk olan siyah ile renklendirilirken, sayfaya dikey ve küçük punto ile konumlandırıldığı için okunabilirliği zorlaştırmıştır, işlevsellikten çıkmıştır.

AFİŞ 33

Yapım yılı: (2005)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, mavi, pembe, sarı, turuncu, gri, siyah ve beyaz.

Afiş analizi: Afiş dikey, renkli ve durağandır. Afişte görsel olarak illüstrasyon çizim kullanılmıştır. Afişin sol üst köşesinde İKSV logosu olan lale siyah zemin üzerinde beyaz olarak ve yanında mor dikdörtgen içerisinde "MÜZİK" sözcüğü sadeleştirilmeye gidilerek "M" harfi konumlandırılmıştır. Afişte festival başlığı sağ tarafta illüstrasyon üzerinde eğrisel hat üzerine hem Türkçe hem de İngilizce olarak, festivalin yapıldığı tarih bulunmaktadır. Sponsor logoları da sağ üst köşede ve alt şeritte afişte yer almaktadır.

AFİŞ 35

Yapım yılı: (2007)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler ten rengi, kahverengi, mor, siyah ve beyaz.

Afiş analizi: Afişte görsel olarak fotoğraf kullanılmıştır. Ellerini başında birleştiren bir erkek sırtını yakın kadraj görülmektedir. Figürün sırtında Bach'ın dövmesi ve ismi yazmaktadır. Yine afişin sol üst köşesinde İKSV logosu olan lale siyah zemin üzerinde beyaz olarak ve yanında mor dikdörtgen içerisinde "MÜZİK" sözcüğü yerine "M" harfi konumlandırılmıştır. Afişte festival başlığı sol üstte sayfaya dikey hem Türkçe hem de İngilizce olarak, festivalin yapıldığı tarih ile birlikte konumlandırılmıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'na ait web adresi, sponsor logoları da sağ üst köşede ve alt şeritte afişte yerini almaktadırlar.



Resim 12. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 36/2008

Yorum: Afişte anlatılmak istenen mesaj "Klasik müziğin herkese faydası var." ifadesi kullanılarak açıklanmıştır. Klasik müziğin her yaşa, sağlıklı yada sağlıksıza, küçük baştan büyük baş hayvanlara ve bitkilere kadar tüm canlı varlıklara hitap ettiği vurgulanmıştır. Bitki seçiminde yine lale figürü ele alarak festivale ev sahipliği yapan İstanbul'a bir gönderme yapılmıştır (Resim 12).



Resim 13. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 38/2010

Yorum: Ön planda karşımıza çıkan keman ve içerisinden çıkan balonlar grafiksel özellikler taşımaktadır. Bu keman ve renkli balonlar tasarımın en dikkat çekici ve en kütleli formudur. Keman kesiti durağandır ancak bu kesitin içerisinden çıkan renkli balonlar tasarıma hareket katmaktadır. Bu balonlarda kullanılan yedi renk ile yedi notaya gönderme yapılmıştır. Kemandan çıkan bu renkli uzantılar müziği temsil etmektedir. Uzantılarda kullanılan renkler, canlılık, gençlik, neşe çağrıştıran sarı, tutku, heyecan, dışa dönüklüğü çağrıştıran kırmızı, sakinleştirici bir renk olan mavi, huzuru, tazeliği çağrıştıran yeşil, hayal gücünü, odaklanmayı arttırmayı sağlan mor ve aşk, arkadaşlık anlamlarına gelen pembedir. Bu renklerle notalara bir gönderme yaparken aynı zamanda müzikte hissettiğimiz o duygulara gönderme yapılmıştır. Arka planda düz gri renk denge unsuru ve uzlaştırıcı olarak kullanılmıştır. Yazı karakterine bakıldığında okunaklı anlaşılır bir yapısı vardır (Resim 13).

AFİŞ 36

Yapım yılı: (2008)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, mor, kırmızı, siyah ve beyaz.

Afiş analizi: Afiş karanlık bir gösteri salonunda bulunan insanlar (deli gömleği giyinen bir hasta, bir bebek ve insanlar), hayvanlar (inek, tavuk) ve bitkiden (lale) oluşmaktadır. Salonun sahne önü aydınlatılmış buradaki figürler net görülebilmektedir. Afişin sol üst köşesinde "İKSV" sözcüğü ve logosu "MÜZİK" sözcüğü, festival başlığı hem Türkçe hem de İngilizce olarak, festivalin yapıldığı tarih bulunmaktadır. Sponsor logosu da sağ üst köşede afişte yer almaktadır. Afişlerde sıkça rastlanmayan; "Klasik müziğin herkese faydası var." ifadesi yer almaktadır.

AFİŞ 38

Yapım yılı: (2010)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, gri, pembe, sarı, mor, kırmızı, mavi, yeşil, siyah ve beyaz.

Afiş analizi: Gri düz bir zemin üzerinde bir keman kesiti görülmektedir. Bu kesitin içinden çıkan renkli hareketli balonlar çıkmaktadır. Afişin sol üst köşesinde "İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti" logosunda yer alan "İstanbul 2010" görseli "İKSV" sözcüğü ve logosu "MÜZİK" sözcüğü, Türkçe ve İngilizce olarak festival başlığı, festivalin yapıldığı tarih bulunmaktadır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'na ait web adresi, sponsor logosu sağ üst köşede ve afişin alt şeridinde yer almaktadır.



Resim 14. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 42/2014

Yorum: Beyaz zemin üzerine farklı renklerdeki üçgen, kare ve daire biçimlerindeki geometrik formların yan yana, üst üste bindirilmesiyle oluşan kütsel bir form oluşturulmuştur. Kare ile ifade edilen durumlar sembol dilinde, birliktelik, düzen, kararlı bir dikey duruş ve sağlamlığı anlatır. Daire, dinamizmi, sonsuz hareketi, tamamlanmayı, içindeki potansiyelini açığa çıkarmayı ifade eder. Görsel sanatlarda üçgen formu bir kompozisyonda bize dengelilik, durağanlık, dinginlik gibi hisler verir. Baktığımızda bizde güven duygusu uyandırır. Sonsuzluğu, türeyişi, emniyeti ve rahatlığı belirleyip huzur veren mavi ve tonları, sağlıklı bir hayat anlamına gelen pembe ve dalga boyu yüksek bir renk olan kırmızı renkleri tasarıma hakim olmuştur. Mavi üçgen form içerisinde akrep ve yelkovan yerleştirilmiştir. Bu bize zamanla ilgili bir hatırlatma yapmaktadır. Festival adının yazılmış olan gerek yazı karakteri gerekse konumlandırılmasından okunaklı ve işlevsel değildir (Resim 14).



Resim 15. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Afiş 44/2016

Yorum: İnsanlar üzerinde güven yaratıcı bir renk olan pembe zemin üzerinde konumlandırılan aynı zamanda afişe farklı bir boyut kazandıran hamur işinden oluşturulmuş keman formuyla bu işin mutfağında olduklarına bir gönderme yapılmıştır. İnsanlar tatlı yiyince mutlu olur. Tatlıyı da özel günlerde, mutlu anlarımızda yeriz. Bal ve bir takım meyvelerle süslenerek önümüze sunulan bu tatlı, müziği ifade etmektedir. Bunu çikolata ve pudra şekeri ile süsleyerek çeşitliliğe bir gönderme yapılmıştır. Yazı karakterlerine biçimsel olarak baktığımızda sade, tırnaksız, ayakları yere basan bir yapıya sahiptir (Resim 15).

AFİŞ 42

Yapım yılı: (2014)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, pembe, mor, kırmızı, mavi, siyah ve beyaz.

Afiş analizi: Afişin sol üst köşesin "İKSV" sözcüğü ve logosu "MÜZİK" sözcüğü, festivalin yapıldığı tarih bulunmaktadır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'na ait web adresi, sponsor logoları da afişte yer almaktadır. Beyaz zemin üzerine geometrik formlardan oluşan kütsel bir form yerleştirilmiştir. Festival adı Türkçe ve İngilizce olarak bu formu çevreleyen bir el yazısıyla yazılmıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'na ait web adresi, sponsor logoları sağ üst köşede ve afişin alt şeridinde yer almaktadır.

AFİŞ 44

Yapım yılı: (2016)

Boyut: 70*100cm

Renk analizi: Tasarımda kullanılan renkler, pembe, sarı, mor, kırmızı, siyah ve beyaz.

Afiş analizi: Tasarımda görsel öğe olarak fotoğraf kullanılmıştır. Tasarımın en alt katmanında düz pembe renk üzerinde sayfanın orta noktasına konumlandırılan panekten yapılmış bir keman formu yer almaktadır. Keman formu üzerine akıtılan bal yüzeyin çevresine yayılmıştır. Sol üst köşede "İKSV" sözcüğü ve logosu, mor dikdörtgen kutu içerisinde "MÜZİK" sözcüğü, konumlandırılmıştır. Altında festival adına Türkçe ve İngilizce olarak yer verilmiştir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'na ait web adresi, sosyal medya adresleri, sponsor logoları da afişte yer almaktadır. Sayfaya gelişigüzel dağıtılan küçük parçalar ve sağ üst köşeye doğru ilerleyen formlar olan karaorman meyveleri görülmektedir. Küçük parçaların yüzeye ve keman üzerine dağılışı sayfada bir denge sağlamıştır.

2. SONUÇ

Çalışmamızda on beş İstanbul Müzik Festivali afişlerinin görsel iletişim tasarımı açısından çözümlenmiştir ve konu edinen çalışma öncesinde, festival afişleri ön bir araştırma yapılmıştır. Bu müzik festival afiş tasarımlarını oluşturan renk, biçim ve semboller incelenmeye karar verilmiştir.

Uluslararası İstanbul Müzik Festivali afişlerinin görsel iletişim tasarımı açısından çözümlenmesini konu edinen çalışmanın birinci bölümünde; iletişim olgusu, görsel iletişim ve görsel iletişim tasarımı ürünü olan afişler, işlev ve türlerine değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, İstanbul Müzik Festivali afişlerinde yer alan renkler, biçimler ve sembollerin anlamları üzerinde durulmuştur. Çalışmamızda incelediğimiz on beş afişte en çok kullanılan renkler beyaz, siyah, kırmızı, mavi, yeşil, sarı, turuncu, mor, pembe, gri olmuştur. Beyaz renk ile saflık, barışçılığa siyah renk ile otorite ve güce kırmızı renk ile; tutku ve heyecana, mavi ile sonsuzluk ve huzura yeşil ile doğanın simgesine sarı ile eğlencenin merkezine turuncu ile heyecan ve mutluluğa, mor renk ile de festivale odaklanmaya vurgu yapılmıştır. Biçim olarak kare, üçgen, daire ve çizgiler kullanılmıştır. Kare biçimi ile kararlılık, daire ile hareket, üçgen biçimiyle ise dengeye, dik çizgilerle sakin, kırık çizgilerle hareketli, eğik çizgilerle de bu hareketliliği artırmaya çalışılmıştır. Sembolik olarak afişlerde kuş, kelebek, deniz, insan, kulak, tavuk ve horoz, balon, tatlıya yer verildiği gözlemlenmiştir. Kuş figürü ile ruha, kelebek ile çocukların ruhuna, lale ile kutsallığa, deniz ile yaşamın dinamikliğine, insan ile evrene, kulak ile kalbin dışarıya açılan penceresine, tavuk ve horoz ile barış unsuruna, inek ile berekete, balon ile umuda ve tatlı ile mutluluğa bir gönderme yapılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde ise, “Uluslararası İstanbul Müzik Festivali” afişleri tasarımın anlam aktarımı açısından çözümlenerek değerlendirilmiştir. İncelediğimiz afişlerde genelde metafor kullanımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu afişlerde dolaylı olarak, müziğe ilişkin çeşitli nesnelere faydalandığı görülmüştür. Tasarımların bir kısmı yağlı boya ve kolaj tekniği ile oluşturulmuştur. Bir kısmında fotoğraf kullanılırken bir kısım tasarımlarda ise illüstrasyon tekniği ile yapılmıştır. Görsel kültürel iletişim araçlarının yoğunluklu olarak kullanıldığı bir çağda yaşamaktayız. Günümüz teknolojik gelişmelerini de göz önünde bulundurursak, kolay erişilebildiğimiz ve yaygınlaşan iletişim araçlarının var olması, bu alana olan ilginin artmasını sağlamıştır.

Kültür birikimimizden yola çıkarak ele aldığımız müzik festival afişlerinin çözümlenmeleriyle bu konuda çalışacak olan araştırmacılara da katkı sağlayacağı kanaatindeyiz. Saygılarımızla.

KAYNAKLAR

Akengin, G. Aypek Arslan, A. & Yayçılı Özen, A.Ç. (2017). Logo Tasarımında Renk. İdil Dergisi, 6 (31), s.1077-1088.

Akın, C., Eğrilmez, S. & Afrashi, F. (2004). Renklerin insan davranış ve fizyolojisine etkileri. Türk Oftalmoloji Derneği XXXVI. Kongresi, 33, 274- 282.

Aktaş, Ö. (2005). Grafik Tasarım Ürünlerinde Anlamın Kurgulanışı Olarak Nesnenin Dönüştürülmesi. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adana.

Ambrose, G. & Haris. P. (2003). The Fundamentals of Creative Design. Switzerland: Ava Publishing

Avcı, S. (2014). Bilimsel Renk Bilgisinin Resim Sanatındaki Yansımaları.Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, 11, 53-67.

Buyurgan, S., Buyurgan, U. (2012). Sanat Eğitimi ve Öğretimi. Pegem Akademi. Ankara.

Çakır, H., & Topçu, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 19 Yıl: 2005/2 (71-96 s.)

Çalışkan, N., Karadağ, E. ve Çalışkan, F. (2010). Eğitim, iletişim ve öğretmenin beden dili. Ankara: Kök Yayıncılık.

Çalışkan, N., Kılıç, E. (2014). Farklı Kültürlerde ve Eğitimsel Süreçte Renklerin Dili.

Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi,3, 69-85.

Çitçi, E. (2009) Görsel Kültür Elemanı Olarak 20.yy'da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi. (Adana:Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi) 32.

- Çekinmez, V. (2010). Farklı kültürlerde renklerin anlamları. 17.12.2017 tarihinde file:///C:/Users/Sony/Downloads/dokculturandcolor02082010.pdf adresinden alınmıştır.
- Erden, B. (2011). Afiş tasarımında rengin estetik, sembolik, psikolojik etkileri ve sanat eğitimi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ersoy, N. (2007). Semboller ve Yorumları. İstanbul. Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.
- Gümüştekin, N. (2013)“Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afişe Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme”.Yedi, Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi 9: 36.
- Halse, A. O. (1978). The Use of Color Interiors. 2. Baskı, Mc Graw Hill
- İnan, A. (1987). Makaleler ve incelemeler. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Kılınçarslan, F. ve Fidan, M. (2012). Giresun üniversitesindeki çalışan kadın personelin renklere bakışı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4, 38- 54.
- Küçük. B, (2013). "Görsel iletişim açısından sanatsal ve kültürel afişlerin çözümlenmesi: Uluslararası İstanbul Caz Festivali Afişleri. " Yüksek Lisans Tezi,İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,İstanbul.
- Küçük. S. (2010). “Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı”, Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, 54: 185-210
- Koca, S. (2002). Eski Türklerde Bayram ve Festivaller. Ankara: Yeni Türkiye Yayınları
- Madden,T.J., Hewett, K., Roth, M. S. “Managing Images in Different Cultures: A Cross-National Study of Color Meanings and Preferences” Journal of International Marketing, Vol: 8/4, 2000, s.90-107.
- Marketing Türkiye “Markaların Elbisesi: Ambalaj”, Ambalaj:Tasarım, Uygulama ve Üretim Eki, 15 Eylül 2004.
- Mazlum, Ö. (2011). Rengin kültürel çağrışımları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31, 125-138.
- J. Abbott ,The Keys of Power, London ,1932
- Ögel, B. (1984). Türk Kültür Tarihine Giriş. C VI. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Seymour, R.D., Ritz, J.M., Cloghessy, F.A. (1987). Exploring Communication. Illinois: The Goodheart-Willcox Company Inc.
- Sharma, R.(2007). Renklerle tedavi. İstanbul: Nokta Yayınları.
- Söylemez, Y. (2015). Görsel iletişimde çocuk afişlerinin hedef kitle üzerindeki etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Şimşek Yüksek Bilgili, N. (2017). Afiş tasarımında dikkate alınan kriterlerin algılanmasının analizi. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi,1(1):33-46.
- Tansü,Yunus,Emre, Güvenç, B., (2015) Eski Türk Mitolojisinde Hayvan Motifleri Üzerine Düşünceler, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Sayı 218
- Türkoğlu, S. (2003). Anlatım ve deyimlerde renklerin dili. KKEFD, 8.
- Uçar,T.F. Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2003.
- Yalur, R. (2014). 1990-2013 yılları arasında afiş ve sosyal afişlerin grafik tasarım ve teknolojik açıdan incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.İstanbul.
- Yayla, H. (2014). Afiş sanatının görsel iletişim sanatlarındaki yeri. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Yayan,G.&Kılıç,A. (2014). Kahramanmaraş Sandıklarında Kullanılan Motif ve Sembollerin Dili.Ankara: Öncü Basımevi.
- <http://www.iksv.org/tr/hakkimizda/tarihce>