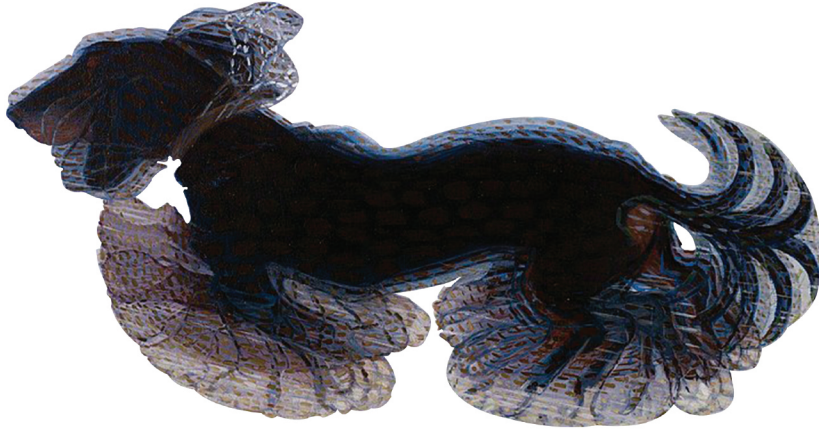


ISSN: 2149-3960



AYDIN SANAT

2018/7



İÇİNDEKİLER - TABLE OF CONTENTS

Canlandırma Sineması Formu Olarak "Machinima"

"Machinima" as a Form of Animation

Engin Deniz Erbaş

Video Sanatında Zaman ve Mekân Kullanımı Üzerine

On the Use of Time and Space in Video Art

Lale Yılmaz

Aristoteles'in Etik Anlayışı Doğrultusunda Katharsis

Catharsis in the Light of Aristotle's Ethical Approach

Nesrin Akan

Bir Ürünün Pazarlanmasında Açık Hava Reklamlarının Tüketici Üzerindeki Etkisi

The Effect of Outdoor Advertising on the Consumer in Marketing of a Product

Müberra Bülbül

Aydın Sanat'a Katkıları / Contributions to Aydın Sanat

Antik Yunan Dönemi'nde Mekân-Uzam-Reji İlişkisi

The Relation Between Space and Theatre Directing in Ancient Greece

Hasan Can Türkkani

Kamusal Alanda Bir Alternatif Olarak Gerilla Heykel

Guerilla Sculpture as an Alternative in Public Space

Şahatay Savaş

Sanat Kurumlarına Dönüştürülen Mekânların Yöneticileriyle Görüşmeler

Interviews with Managers of Spaces Transformed to Art Institutions

Bahar Aymaz, İlayda Çakır





İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ DERGİSİ
İSTANBUL AYDIN UNIVERSITY
JOURNAL OF FINE ARTS FACULTY

Yıl 4 Sayı 7 - Haziran 2018
Year 4 Number 7 - June 2018

Sahibi/Proprietor

Dr. Mustafa Aydın

Yazı İşleri Müdürü/Editor-in-Chief

Zeynep Akyar

Editör/Editor

Prof. M. Reşat Başar

Yayın Kurulu/Editorial Board

Prof. M. Reşat Başar

Doç. Dr. Berna Kurt Kemaloğlu

Doç. Dr. M. Melih Korukçu

Dr. Öğr. Üyesi Yıldız Öztürk

ISSN : 2149-3960

İdari Koordinatör/Administrative Coordinator

Gamze Aydın

Kapak Tasarım/Cover Design

Doç. Fuat Akdenizli

Grafik Tasarım/Graphic Design

Elif Hamamcı

Türkçe Redaksiyonu/Turkish Redaction

N. Dilşat Kanat

İngilizce Redaksiyonu/English Redaction

Çiğdem Taş

Dil/Language

Türkçe - İngilizce

Turkish - English

Yayın Periyodu/Publication Period

Published twice a year - Yılda iki kez yayınlanır

June - December / Haziran - Aralık

Yazışma Adresi/Correspondence Address

Florya Yerleşkesi Beşyol Mah.

İnönü Cad. No: 38 Sefaköy

34295 Küçükçekmece/İstanbul, Türkiye

Tel: 444 1 428 - Faks: 0 212 425 57 97

web: www.aydin.edu.tr

E-posta: aydinsanat@aydin.edu.tr

Baskı/Printed by

CB Matbaacılık San. ve Tic. Ltd Şti. Litros Yolu

2. Matbaa Sit. ZA-16

Topkapı/İSTANBUL

Tel: 0212 612 65 22

E.mail: cbbasimevi@gmail.com

KÜNYE - IDENTITY

İçerik ve Kapsam: Plastik Sanatlar, Uygulamalı Sanatlar, Görüntü Sanatları, Sahne Sanatları, Müzik

Content and Scope: Plastic Arts, Applied Arts, Visual Arts, Performing Arts, Music

Amaç: Sanat alanında yapılan araştırma, inceleme ve proje çalışmalarının sonuçlarını paylaşmak; sanat alanında akademik çalışma yapan öğretim elemanı, araştırmacı ve sanatçılara yayın olanağı sunmak; sanat ve tasarıma ait, sosyolojik, felsefi, teknik ve eğitim sorunlarının tartışılmasına zemin oluşturmak.

Purpose: To share results of research, analysis and project work/design study in the arts; to provide the opportunity to publish for academic teaching staff who work in the arts field, researchers and artists; to provide a basis for the discussion of issues relating to art and design, and sociological, philosophical and technical problems of arts education.

Hedef Kitle: Sanat alanında çalışan akademisyenler, sanat eğitimcileri, uygulamacılar, ilgili sanat kamuoyu, sanat ve tasarım öğrencileri

Target audience: Academics working in the field of art, educators in art, practitioners, related public opinion in arts, art and design students

Aydın Sanat Dergisi özgün bilimsel araştırmalar ile uygulama çalışmalarına yer veren ve bu niteliği ile hem araştırmacılara hem de uygulamadaki akademisyenlere seslenmeyi amaçlayan hakemli bir dergidir.

Aydın Sanat, Journal of Fine Arts Faculty is a double-blind peer-reviewed journal which provides a platform for publication of original scientific research and applied practice studies. Positioned as a vehicle for academics and practitioners to share field research, the journal aims to appeal to both researchers and academicians.

BİLİM KURULU - SCIENTIFIC BOARD

Prof. Elvan Özkavruk Adanır,	İzmir Ekonomi Üniversitesi	Prof. Tansel Türkođan,	Gazi Üniversitesi
Prof. Şeniz Aksoy,	Gazi Üniversitesi	Prof. Dr. Aydın Uğurlu,	F. S. M. Vakıf Üniversitesi
Prof. Gürbüz Aktaş,	Ege Üniversitesi	Prof. Cem Kađan Uzunöz,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Uđurcan Akyüz,	Yakın Doğu Üniversitesi	Prof. Dr. Gönül Üçele,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. A. Pınar Aras,	Atatürk Üniversitesi	Prof. Hamdi Ünal,	Beykent Üniversitesi
Prof. Betül Atlı,	Işık Üniversitesi	Prof. Dr. Aslıhan Ünlü,	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Aydın Ayan,	Mimar Sinan Üniversitesi	Prof. Selda Kulluk Yerdelen,	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. M. Reşat Başar,	İstanbul Aydın Üniversitesi	Prof. Pelin Yıldız,	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Mehmet Birkiye,	İstanbul Aydın Üniversitesi	Prof. Mehmet Yılmaz,	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil Bostan,	İstanbul Aydın Üniversitesi	Prof. Dr. Selahattin Yıldız,	Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Şerife Cengiz,	İstanbul Aydın Üniversitesi	Prof. Dr. Bayram Yüksel,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Nihal Cömert,	İstanbul Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Melis Oktuđ Zengin,	Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Hayri Esmey,	Anadolu Üniversitesi	Doç. Fuat Akdenizli,	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Veysel Günay,	İstanbul Aydın Üniversitesi	Doç. Dr. And Algül,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Atilla İlkyaz,	Gazi Üniversitesi	Doç. Safiye Başar	Kocaeli Üniversitesi
Prof. İsmail Kaya,	Maltepe Üniversitesi	Doç. Sefa Çeliksap,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Nesrin Önlü,	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Arif Can Güngör,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Sabri Özaydın,	Marmara Üniversitesi	Doç. Lütfü Kaplanođlu,	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Yakup Öztuna,	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Berna Kurt Kemaloğlu,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Hasip Pektaş,	Işık Üniversitesi	Doç. Dr. M. Melih Korukçu,	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Mümtaz Sağlam,	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Hakan Okay,	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Çetin Sarıkartal,	Kadir Has Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Ruhcan Akil,	İstanbul Gedik Üniversitesi]
Prof. Zekiye Sarıkartal,	Mardin Artuklu Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Neşe Grançer,	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Saygın,	İstanbul Aydın Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Ali Sait Liman,	Uludağ Üniversitesi
Prof. Rifat Şahiner,	Yıldız Teknik Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Naci Madanođlu,	Okan Üniversitesi
Prof. Dr. Biret Tavman,	Marmara Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi Güven Çatak,	Bahçeşehir Üniversitesi

AYDIN SANAT

Yıl 4 Sayı 7 - Haziran 2018 Year 4 Number 7 - June 2018

İÇİNDEKİLER - TABLE OF CONTENTS

Editörden

Canlandırma Sineması Formu Olarak “Machinima”

“Machinima” as a Form of Animation

Engin Deniz Erbaş..... 1

Video Sanatında Zaman ve Mekân Kullanımı Üzerine

On the Use of Time and Space in Video Art

Lale Yılmaz..... 9

Aristoteles’in Etik Anlayışı Doğrultusunda Katharsis

Catharsis in the Light of Aristotle’s Ethical Approach

Nesrin Akan21

Bir Ürünün Pazarlanmasında Açık Hava Reklamlarının Tüketici Üzerindeki Etkisi

The Effect of Outdoor Advertising on the Consumer in Marketing of a Product

Müberra Bülbül 29

Aydın Sanat’a Katkıları / Contributions to Aydın Sanat

Antik Yunan Dönemi’nde Mekân-Uzam-Reji İlişkisi

The Relation Between Space and Theatre Directing in Ancient Greece

Hasan Can Türkkani.....47

Kamusal Alanda Bir Alternatif Olarak Gerilla Heykel

Guerilla Sculpture as an Alternative in Public Space

Şahatay Savaş 53

Sanat Kurumlarına Dönüştürülen Mekânların Yöneticiyle Görüşmeler

Interviews with Managers of Spaces Transformed to Art Institutions

Bahar Aymaz, İlayda Çakır59

Editörden

Üç yılı geride bırakan Aydın Sanat önceden yayınladığı altı sayıda gösterdiği titiz seçimini bu sayıda da sürdürdü. Tümü hakem değerlendirme sürecinden geçen dört makale ve bu kez disiplinler arası dengeyi gözeten katkılar bölümüyle, Aydın Sanat yedinci sayısına ulaştı.

Bu sayıda sinema yapma biçimi olarak düşünülen machinima'nın, dijital oyun teknolojisiyle oluşturulan bir canlandırma sineması formu olmasını soruşturan Engin Deniz Erbaş'ın "Canlandırma Sineması Formu Olarak "Machinima" adlı yazısı ilk sırada yer alıyor. İkinci sırada yer alan, "Video Sanatında Zaman ve Mekân Kullanımı Üzerine" başlıklı Lale Yılmaz'ın makalesi ise, zaman ve mekan dönüşürebilme özelliği ile diğer sanat üretim biçimlerinden ayrı bir yere sahip olan, 1960'lı yıllardan sonra sanat alanında yaygın biçimde kullanılmaya başlayan video sanatının güncel sanat ile ilişkisini kurma çabası içinde.

"Aristoteles'in Etik Anlayışı Doğrultusunda Katharsis" ise bu sayıdaki üçüncü makale. Nesrin Akan tarafından yazılan makale, Aristoteles'in etik anlayışını konumlandığı eyleme alanına, yaratma alanını da katarak, bireysel ve toplumsal olma özelliklerini bünyesinde barındıran tragedya ve arınma konusundaki görüşleri değerlendirmeye çalışıyor.

Aydın sanatın hakem değerlendirmesinden geçen dördüncü ve son makalesi ise Müberra Bülbül'ün, grafik tasarımın açık hava reklamcılığı alanındaki kriterleri tartışan "Bir Ürünün Pazarlanmasında Açık Hava Reklamlarının Tüketici Üzerindeki Etkisi" adlı makale.

Sanat ve tasarım alanındaki farklı disiplinlerle ilgili araştırma, inceleme, görüş ve yorumları içeren bu makalelerin dışında, Aydın Sanat'a Katkılar bölümünde yine aynı yaklaşımla seçilen makaleler var. Katkılar Bölümünde yayınlanan makalelerden ilki, Hasan Can Türkkani'ya ait "Antik Yunan Dönemi'nde Mekân-Uzam-Reji İlişkisi" başlıklı makale. İkinci makale ise, "Kamusal Alanda Bir Alternatif Olarak Gerilla Heykel" başlığıyla Şahatay Savaş tarafından kaleme alındı. Katkılar bölümünde yer almasını uygun bulduğumuz üçüncü çalışma ise sanat kurumları yöneticileriyle yapılan iki ayrı görüşme. Bahar Aymaz ve İlayda Çakır tarafından yapılan görüşmeler, sanat ortamının vazgeçilmezleri olan sanat kurumlarının çalışma yöntemleri konusunda fikir oluşturmaya hedefliyor.

Sanat alanındaki akademik yayın ihtiyacına cevap vermeye çabası içinde olan Aydın Sanat'ın yedinci sayısına ulaşması konusunda emeği geçen, yazarlarımıza, hakemlerimize, yayın kuruluna ve idari koordinatörlüğe teşekkürlerimi sunarım.

Prof. M. Reşat Başar
İstanbul Aydın Üniversitesi
Öğretim Üyesi

Canlandırma Sineması Formu Olarak “Machinima”

Engin Deniz Erbař¹

ÖZ

Yazılım ve animasyonun bileşiminden oluşan dijital oyunlar, oluşturduğu kültürel birikimle yeni ve melez bir tür olarak machinima’yı ortaya çıkarmıştır. Bu alışma; sinema yapma biçimi olarak düşünölen machinima’nın, dijital oyun teknolojisiyle oluşturulan bir canlandırma sineması formu olmasını soruşturmaktadır. Dijital oyun tabanlı animasyon yapımının dayanakları, dijital oyunları oluşturan sanatsal bileşenlerde aranarak, dijital oyunlarda sinema ve canlandırma sinemasının özömlenmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Machinima, Sinema, Animasyon, Dijital Oyun.

“Machinima” as a Form of Animation

ABSTRACT

Digital games which consist of software and animation, reveal with the cultural accumulation a new and hybrid type known as “machinima”. This study aims to investigate machinima which is considered as cinematography to being an animated cinema created with digital gaming technology. The principals of “digital game based animation productions” is studied in the constituents of art in game theory with the purpose of analyzing animation and cinema in digital games.

Keywords: Machinima, Cinema, Animation, Digital Game

¹ Animasyon ve Oyun Tasarımcısı, e-posta: edeart@gmail.com

GİRİŞ

Bütün diğer sanat ve tasarım alanlarında olduğu gibi dijital oyun da gelişim sürecinde, diğer sanat dallarından etkilenmektedir. Film ve dijital oyun günümüz dünyasının etkili, popüler ve bağımsız endüstriyel sanat ürünleridir. Dijital oyunların gelişim süreci, bilimsel icatlar olarak başlayan ve zaman içinde yedinci sanat olarak kabul edilen sinema sanatının evrimi ve büyük bir kültür endüstrisi ögesi olma özelliği ile de benzer bir yapı ortaya koymaktadır.

"Bilgisayar oyunları, en ilkel günlerinden beri eğlence kültürünün bir parçası olmuş ve son dönemde sergiledikleri hipergerçekçi görsellik ve işitsellik ile sekizinci sanat dalı adayları arasında kendine iddialı bir yer edinmiştir" (Çatak, 2005: 60-72).

Bu etkileşim içinde dijital oyun, özellikle sinematografi ve canlandırma sinemasıyla oldukça yakın ilişki içindedir. Oyuncu, gerçeklik seviyesi yüksek bir dijital oyuna dahil olduğu andan itibaren, oyun uzamı içinde, etkileşimli, sinematografik bir dünyayı deneyimlemeye başlar. Bu oluşturulmuş yeni gerçeklik biçiminde oyuncu, hareketli, üç boyutlu ya da iki boyutlu grafikler, sahneler, müzik ve efektlerle, etkileşime girer. Gerçekliğin yeniden yaratılmasının sanatsal ve teknik biçimleriyle sinema ve dijital oyunlar, oynayan ve izleyen deneyimleri bakımından kendine özgü estetik öneriler vermektedir. Ancak sinemaya karşılık dijital oyunda, bu estetik yapının arkasında çalışan bir de oyun motorunun² olduğunu önemle vurgulamak gerekir. Dijital oyun, yazılım ve görsel sanatların bileşiminden oluşan, etkileşimli bir tasarım ürünüdür.

Yeni bir sanat formunun oluşumu, uzun bir zaman dilimine yayılan ve kendinden önceki deneyimleri tekrareterek, taklit ve uyarlamalarla ilerleyen bir süreçtir. Sinema, gelişim ve bir sanatsal dil oluşturma aşamasında, bu etki ve taklitleri bir üretim metodu olarak kullanmıştır.

² Oyun motoru: Programlama dilleri kullanılarak oluşturulmuş oyun yapım programlarıdır. Unity, Unreal Engine, Cry Engine gibi yazılımlar örnek olarak gösterilebilir.

Dijital oyun yapımı, sanatsal içeriğine dâhil olan üretim bölümleriyle düşünüldüğünde, bu taklit ve etkilenme davranışının dijital oyunlarda da var olduğu gözlenmektedir. Oynama davranışı insanda her zaman var olan bir güdüdür ve bu davranış biçimi, dijital oyunlarda çok daha belirgin ve artan biçimde devam etmektedir.

Benzer biçimde Huizinga (2015), oynama davranışının kökeniyle ilgili olarak, oyunun herkes tarafından gözlemlenebilir bir olgu olduğunu, aynı anda hem hayvanlar âlemini hem insanlar âlemini kapsadığı iddiasındadır. Dijital oyun, sadece insanlık tarihiyle sınırlı kalmayarak, insandan daha önceye de dayanabilecek kökleri olan, oynama ediminin kurallarıyla değil, aynı zamanda sinema gibi diğer sanat dallarının kültürel, pratik mirasıyla da sinemaya benzer biçimde hareket etmektedir. Dijital oyunun, sinemayla benzer sanatsal üretim metotları da kullanan, disiplinler arası bir sanatsal üretim modeli olduğuyla ilgili kayda değer bulgulara rastlanmaktadır.

Canlandırma Sineması ve Dijital Oyun

Teknolojik ve sanatsal evrimi büyük bir hızla hâlâ devam etmekte olan dijital oyunlar, hikâye ve gerçeklik seviyesi bakımından oyunculara benzersiz bir deneyim sunmaktadır. Sinemaya uyarlanmış birçok dijital oyun yapımı bulunmaktadır. Artık sinema ile dijital oyun arasındaki ilişki biçiminin karşılıklı paylaşımlarla ilerlediği görülebilir bir gerçektir.

Çatak (2005), konuyla ilgili olarak, dijital oyunun görsel, işitsel ve üstelik popüler bir mecra olduğu için, sinemayla çok iyi anlaştığı tespitini yapmaktadır. Her iki tür arasındaki paylaşımsal ilişkiyi kurmaya yönelik olarak, bu karşılıklı alışverişin uyarlamalarla başladığını ve *Batman*, *Indiana Jones*, *Blade Runner* derken, artık gişe rekoru kıran aşağı yukarı her aksiyon-macera filminin, çeşitli platformdaki, bilgisayarlar, *Play Station*, *Nintendo* gibi oynatma araçlarında yer alan oyun versiyonlarına dikkat çekmektedir.

Burada bahsedilen dengeli paylaşım ilişkisi sanat metinleri üzerinden de değerlendirilebilir. Her ne kadar dijital oyunlar endüstriyel bir kültür

ürünü olsalar da, sinemayla benzer biçimde taşıdıkları sanatsal bir yöne sahiptirler. Sıklıkla dijital oyunlar, diğer sanat dalları ve özellikle sinemadan bu metinleri alıntılanmaktadır. Metinlerarasılık ise; belirli bir metnin, diğer metinlerden örtülü ya da açık şekilde alınılan söylemsel öğelerle üretilmesini açıklamaktadır. Metinler daima bu biçimde, kaynak fikir, diyaloglar, atıflar gibi yöntemlerle, önceki kültürel külliyattan ödünç alınarak yeniden üretilmektedir. Julia Kristeva, metinlerarasılık kavramını; "Herhangi bir metin, alıntılardan oluşan bir mozaik gibidir. Herhangi bir metin, bir başka metinle değişime uğramış ve özümlemişdir" (Kristeva, 1986: 37, akt. Araujo vd. 2016: 237) yaklaşımıyla tanımlamaktadır.

Milton Pinto (1994, aktaran Araujo vd. 2016: 238) ise metinlerarasılığı, toplumdaki metinlerin dolaşımıyla yaratılan anlamın, sonsuz bir gösterme süreci olarak açıklar. Bu süreç toplumsal olarak belirlenir ve metinlerarası rolü toplumsal üretimin belirleyici bağlamlarından biri olarak kabul eder. Her sanatçı önceki birikim ve modellerden etkilenmektedir. Dahası, bir sanatçı daha önceki geleneklerden kopmayı hedeflese bile, bu tür bir dönüşümü koşullayan, önceden oluşmuş kaynakları kullanır. Metinlerarasılık, yazılı ve sözlü metinler olarak geçerli bir kavram olmakla birlikte, en geniş anlamıyla ise Verón'un (1980, akt. Araujo vd. 2016: 238) doğruladığı gibi, her türlü sembolik ifade için geçerlidir ve analistlerin metin kavramıyla, sanatsal ve felsefi bir ifade olarak, yazılı sözcüklerden daha fazlasını anlamaları gerektiğini savunur. Böylece kavram, edebiyatın ötesine geçerek müzik, görsel sanatlar ve sinema gibi sanat dalları tarafından da sahiplenilir. "Dijital oyunlar, söylemin dolaşımına ve bu üyeliğe potansiyel olarak katkıda bulunan, ortaya çıktıkları kültürleri yansıtan metinler olarak kabul edilir" (Carr, 2013: 32, akt. Araujo vd. 2016: 238).

Dijital oyunlarda metinlerarasılık kavramının varlığı, bilgisayarların işleme yeteneklerinin, metin ve grafik kullanımının ciddi ölçüde sınırlı olduğu ilk *arcade*³ oyunlarından bu yana görülebilir. Araujo vd. (2016)'ne göre,

³ Arcade: Dilimizde Atari salonları olarak kullanılan, oyun salonlarında oynanan oyunlar.

ilk oyun geliştiricileri oyuncular tarafından kolayca sahiplenilebilir anlatımlar bulmak için senaryolar, karakterler gibi, önceki mecralardan alıntılanmış geleneklerle hareket etmek zorundaydı. Basitliklerine rağmen bu ilk oyunlar, önceki metinlerin karmaşık yapılarından kendine özgü basitlikte kolektif referanslar çıkarmışlardır. Parkin'in örneklemesiyle (2013, akt. Araujo vd. 2016: 238) oyun geliştiricileri; lazer topu ve vahşi uzaylıları ile yabancı istilası temasını, *Space Invaders-Nishikado-1978*, HG Wells'in *Dünyalar Savaşı* romanı ve *Yıldız Savaşları* filmi ile oyunun bağlamı hakkında uzun açıklamalara gerek duymadan, kolaylıkla atıfta bulunmuşlardır.

Araujo vd. (2016), *Interprocedurality: Procedural Intertextuality in Digital Games* isimli makalelerinde, dijital oyunların metinlerarasılık kavramıyla sıkı bir ilişki içinde görüldüğünü kesin olarak savunmaktadır. "Başlangıcından bu yana dijital oyunlar, edebiyat, çizgi roman ve sinema gibi başka sanat dallarından, temalar, yapılar ve diğer bileşenleri içermektedir" (Araujo vd. 2016: 235). Yazarlar dijital oyunlarda metinlerarası ilişkiyi; "*Spacewar*'ın yaratıcısının, oyundaki uzay gemisi tasarımını *Buck Rogers* roman ve çizgi romanlarından ilham alarak oluşturmuştu, hatta sonrasında *Galaxy Game-1971* ve *Computer Space-1971* oyunlarında, uzaygemisi yolculuğu ve savaş gibi unsurlarda bu kitaplardaki tasvirlerle dayanıyordu" (Kent, 2001, akt. Araujo vd. 2016: 235) biçiminde örneklemektedirler.

Benzer biçimde oyun geliştiricileri, *Atari* firmasının *Adventure* isimli oyununda, büyülü kılıçlar, dehlizler, ejderhalar ve kaleler gibi fantastik öğelerle oluşturulan, fantastik kurgunun, kılıç ve büyü anlatısı geleneğinden alınılan unsurları, sınırlı bilgisayar kapasitesine başarılı bir biçimde uyarlamayı, ilk olarak başarmışlardır. Günümüzde bu ilişki, bilgisayar kapasitelerinin artması ve teknolojik yeniliklerle gelişim göstererek varlığını halen artırmakta ve karşılıklı bir paylaşım ilişkisine dayanmaktadır.

Akademik anlamda yapılan oyun çalışmalarında, özellikle hikâye tabanlı oyunların incelenmesinde, terimler ve kavramların edebiyat, sinema alanından ödünç alındığını Veugen (2012), ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, günümüzleri seviye oyunları, etkileşimli hikâyelerin aksine bilgisayar oyunlarıdır, hatta bazılarınca adlandırıldıkları üzere çevrimiçi filmlerdir. Bu oyunlar kitap ve filmlerle kıyaslanabilir anlatım teknikleri kullanırlar. Her iki dalın hikâye anlatma biçiminin farklılıkları gözetilerek, edebiyat ve film araştırmalarından terimler, oyun çalışmaları alanında da kullanılmaktadır. Büyük medya şirketleri artık düzenli olarak film ya da dizi film çıkardıkları zaman bunların yanında bilgisayar oyununu da piyasaya sürmektedirler. Örnek olarak 007 *Quantum of Solace* Bond gibi veya oyundan filme adapte edilen *Max Payne*. *Pokemon* ve *Yıldız Savaşları* serilerinde olduğu gibi, alanlar arası hikâye anlatımı, *Enter The Matrix* bilgisayar oyununun ve *Matrix* üçlemesinin ikinci filmi olan *Matrix Reloaded*'in aynı anda 2003'te piyasaya sürülüşü ile bu gerçek gün yüzüne çıkmıştır. Birden çok mecra üzerinden yayılım başarısının ardından, yukarıda bahsi geçen 007 *Quantum of Solace* Bond oyunu gibi giderek orijinalinden bağımsızlaşan hikâyelere sahip, film senaryosunun bir hayli ilerisine giden oyun hikâyesi biçimiyle, alanlar arası oyunlar oldukça yaygınlaşmıştır.

Canlandırma sineması film türlerinin kendine özgü bir formudur. Yapılma biçimiyle tanımlanan canlandırma sineması kendi gelenekleri ve oluşturduğu türe özel külliyatla, dijital oyun yapımının, farklı biçim ve kullanışlarıyla birlikte dijital oyunların üretim bölümünün yarısını oluşturduğunu söylemek yerinde olacaktır. Bir film oynatma aracı olarak *fenakistiskop'un*⁴ icadı aslında canlandırma sinemasının kökenini temsil etmektedir. Hareketin aktarımı bir çekim tekniğiyle değil, hareket parçalarının çizilerek yan yan getirilip bir bütün halinde oynatılmasıyla gerçekleşir. Hareketin aktarımının çekilerek ya da üretilerek

gerçekleşmesi arasındaki fark bazılarınca canlandırma sinemasını, bir tür olarak ifade etme sonucunu doğurmuştur. Etki, tema bakımından canlandırma sineması diğer bütün türleri içinde barındırır. Bir sinema türü olduğu tartışılabilir bir kavram olarak canlandırma sineması, sinemanın üretim biçimi üzerinden de tartışılmaya açık bir durumdur. Teknolojik ilerlemelerle canlandırma sineması sadece çizilerek üretilen değil, aynı zamanda bilgisayar ortamında yazılımlar aracılığıyla oldukça gelişmiş grafiklerle üretilen hale gelmiştir. Kendine özgü alt türleri olan canlandırma sineması çekilerek üretilen sinemayla sadece görüntü, kurgu, anlatı, tür, tema gibi öğeler bakımından değil, aynı zamanda filmin üretimi yönünden de iş birliği halindedir. Günümüz Hollywood filmlerinin özel efekt bölümleri aslında dijital ortamda üretilen görüntüler ya da gerçekle bilgisayar görüntülerinin başarılı bir biçimde karıştırılmasından oluşmaktadır. Bu haliyle sinema ve canlandırma sineması arasındaki ayrımın, ancak görsel olarak ayırt edilen belirgin görüntüler üzerinden yapıldığını öne sürmek akılcı durmaktadır. *Georges Méliès*, aslında çekilen görüntülerin, üretilen görüntülerle karıştırılmasını sağlayarak, özel efekt, stop motion canlandırma türünün de üretimini gerçekleştiren öncülerden biri olmuştur. Dijital oyunların bu bakımdan sinemayla kurduğu ilişki; sinemada hareketin aktarımının ötesine geçerek, bu aktarımın oyuncu aracılığıyla da yönlendirilmesini içererek bu evreni geliştirmiştir.

Canlandırma sinemasını tekniklerini dijital bir oyunda üç farklı sınıfta incelemek mümkündür. İzlenebilen ama oynanamayan canlandırma bölümleri; bu bölümleri doğrudan canlandırma sineması olarak da tanımlamak uygun olacaktır. Bu bölümler teknik olarak iki boyutlu ya da üç boyutlu bir canlandırma yapımlarından teknik veya estetik olarak hiçbir farklılık içermemektedir. Günümüzde gelişmiş dijital oyunların neredeyse hepsi, bilgisayar destekli üç boyutlu dijital teknolojiyle yapılmaktadır. Dijital oyunlarda anlatının önemli bileşenlerinden biri olan etkileşimsiz canlandırma bölümleri;

⁴ Fenakistiskop: 1831 yılında Belçikalı mucit Joseph Plateau'nun icat ettiği animasyon cihazı.

oyun öyküsünün genelde girişlerinde bölüm sonlarında ya da oyuncunun önemli bir bulgu ya da olayla karşılaştığı anlarda devreye girerek oyuncuya sinemasal bir deneyim yaşatır. Oyun ilerleyişi içerisinde, yoğun çatışma ve mücadeleler arasında oynayıcının, dinlenme, hikâyeden kopmama, yeni heyecan ve merak unsurları deneyimlemesine olanak verir. İkinci canlandırma sınıfı ise; oynayıcının hikâye üzerinde tam bir kontrolü olmadığı bölümlerdir. Genelde dijital rol yapma oyunlarında yaygın olarak görünen bu bölümlerin tipik kullanım biçimi, ana karakterin başka bir karakterle konuşurken yaptığı diyalog seçimleriyle ilgilidir. Bu seçimler oyun anlatısının gidişatını genel olarak ya da bir nebze olarak niteleyebileceğimiz biçimde değiştirebilir. Yarı etkileşimli bu tip bölümler aynı zamanda oyuncu oyuna başlarken genel kontroller ve oyun mekaniğini anlaması için, eğitim bölümü olarak da kullanılmaktadır. Oyunun ana gövdesini oluşturan canlandırma bölümü ise etkileşimli bölümdür. Oyuncu bu bölümlerde karakter ve oyunu tamamen yazılım aracılığı ile kontrol eder.

Böylece dijital oyunlar, sinema ve onun özelinde canlandırma sinemasının, sahneleme, anlatı, müzik, ses efektleri, görsel efektler, ışıklandırma, kamera, storyboard, layout, karakter tasarımı gibi bütün sinematografik ve tasarımsal öğelerini, ödünç almaktadır.

Machinima

Machinima oyun motorları kullanarak üretilen, genel olarak bağımsız animasyon yapımlarıdır. Sinemada *indie*⁵ yapımların gelişme süreciyle kıyaslanması mümkündür. Oyun motorları ile dijital oyunların içindeki hazır yazılım ve görsel imkânları kullanabilme şansı bu tip üretimi daha kolay ve bağımsız hale getirmektedir. Lowood (2007a), kelimenin kökenini, *Machinima* kelimesi *machine cinema*'ya dayandırmaktadır. Daha düzgün bir terim olarak *machine animation* düşünülebilir diye tanımlamaktadır.

⁵ Independent film: Büyük film yapım sisteminin dışında üretilen yapımlar. Genel kullanımı Indie film şeklinde olup, bağımsız film yapımlarıdır.

"Machinima'yı ister sinema ister animasyon olarak düşünelim, onun asıl anlamı, bilgisayar oyunu üretimi için kullanılan yazılımları kullanarak gerçek zamanlı anime edilmiş filmler yapmaktır" (Lowood, 2007a: 60).

Bilgisayar ve yazılım teknolojilerinin gelişmesi ve kullanım biçimlerinin daha kolay öğrenilebilir hale gelmesi, üretim konusunda sınırsız olanaklar sunmaya başlamış durumdadır. İnternet ortamında paylaşılan açık eğitim kaynakları, genç ve genç yetişkinlerin bireysel ve ortak üretim yapabilme olanaklarını arttırmıştır. Lowood'a göre (2007a), *machinima* yapımıcılığının başlangıcında, oyun ve oyun yazılımlarındaki ustalıklar kullanılarak, bu karmaşık yazılımların film yapmak için nasıl kullanabileceği öğrenildi. Yazar, oyuncu olarak başlayıp, *Doom* ya da *Quake* oynayıp yaratıkları ve arkadaşlarını vurmak için kullandıkları kişisel bilgisayarlarda kendilerini aktörlere, yönetmenlere ve hatta kameralara dönüştürebileceklerini keşfettiklerini belirtmektedir.

İlk FPS⁶ oyun olan *Doom* ile birlikte oyuncular kendini oyun uzamı içinde bir karakter olarak hissetmeye başlamış bu da gerçek zamanlı animasyon film üretimi için bir temel oluşturmuştur. İnternetteki açık kaynakları da kullanarak oyuncular, oyundaki unsurları da *mod*⁷ vasıtasıyla değiştirmeye başlamışlardır. Böylelikle oyuncu sadece oyuncu olmaktan çıkıp, kendi önerisini de veren bir katılımcı olmaya başlamıştır. Oyuncu *machinima* yapım sürecinde de sadece bir oyuncu olmaktan çıkması ile birlikte bir aktör, senarist ve yönetmen haline gelir ve bunu yaparken oyun motorunun kaynağını kullanarak ve bu imkânlar sayesinde kendi filmi de yapabilmektedir.

Machinima ve Fransız Demokrasisi

Yeni medya ve iletişim kültürü bağlamında, kitleler üzerinde machinimanın etki ve gücünü anlayabilmek için, gerçek bir örnek üzerinden

⁶ FPS: First person shooter, birinci tekil şahıs düşmanı vurarak oynanan oyunlar.

⁷ Mod: Orijinal oyuna dışardan yapılan müdahale ile oyun içinde değişiklik yapılması.

incelemek yerinde olacaktır. Alex Chan'ın machiniması olan, "Fransız Demokrasisi" yapımı yeni medyanın etkileri ve bunun bir parçası olan *machinima* olgusunu analiz etme yönünde etkili bir örnektir. *Fransız Demokrasisi*'ni yaratan sosyal koşulları, ötekileştirme, yabancı düşmanlığı gibi kavramlar üzerinden anlamaya çalışmak gerekmektedir.

Ekim 2005'te Fransa'nın Paris şehrinde, polis tarafından kovalanırken yüksek gerilim trafosuna sığınan iki gencin ölmesi ile başlayan banliyö ayaklanmaları, bunu takiben bir camiye gaz bombası atılmasıyla yükselmiş ve o dönemki Fransa İçişleri Bakanı *Nicolas Sarkozy*'in olaylara karışanları *ayaktakımı* olarak nitelemesinin ardından gerilim iyice tırmanmıştır. Gelişen olaylar başka Avrupa ülkelerine de yayılarak binlerce aracın kundaklanması ve binaların tahrip edilmesiyle de devam etmiştir. Paris isyanının başlangıcından aylar sonra, *Alex Chan* isimli yirmi yedi yaşında bir genç, isyanları konu alan bir *machinima* yapımına karar vererek, ardından ürettiği yapımı *Lionhead*⁸ web sitesine, *Koulamata* ismiyle yüklemiştir. Alex Chan aslında film yapımı konusunda deneyimli biri değildir. *Fransız Demokrasisi* yapımı azınlık gruplarının yaşadığı problemler, ayrımcılık ve isyana neden olan duyguları ifade etmeye yönelik bir çalışmadır. İsminden de anlaşılacağı gibi bu *machinima* *Fransız özgürlük değerlerinin* kaybedilmesine yönelik doğrudan bir mesajı içermektedir. *Alex Chan'ın machiniması* isyanlarla ilgili ilk film yapımı değerini taşımaktadır.

"Fransız Demokrasisi", web'deki sayısız oyun web sitesi, blog ve film indirme sitesi aracılığıyla hızla dağıtıldı ve The Movies web sitesinde ve başka yerlerde tutkulu bir tartışmayı başlattı. Örneğin Lionhead sitesinde, 400'den fazla izleyici filmi yayınlanmasının ilk altı haftasında

⁸ Lionhead: The Movies, Lionhead stüdyosu tarafından yaratılan ve Activision tarafından yayımlanan simülasyon oyunu. Yeni bir medya formu olarak, oyuncular oyunun içinde kendi oyun motoru teknolojisini kullanarak, film stüdyolarını kurup film çekebilir, avatarları manipüle edebilirler. Gerçek zamanlı bir içerik geliştirme ve animasyon film yapım oyunudur.

derecelendirdi; bir yıl sonra Kasım 2006'da izleyiciler hâlâ yorumlar gönderiyorlardı" (Lowood, 2007b: 166-195).

Chan'ın projesinin ardından gelişen tartışmalara, *Fransız Demokrasisi* yapımı etkide bulunmuştur. Örneğin azınlık temsili gibi konularda ana akım medyanın konuyu görmezden gelmesi gibi önemli bir ayrımcılık meselesinde Chan'ın yapımı alternatif bir ses oluşturmuştur. Lowood (2007b), projenin yarattığı etki hakkında, Fransız göçmen grupları ile ilgili medya kaynaklı endişeler taşıyan konulara da ışık tutan internet dergisi, Göçmenlik Tarihi Müzesi Aralık ayında, *yeni medyanın blog'lardan bilgisayar oyunlarına, kendilerini dünyanın bütün beyaz olmayan çocuklarına adadığı* şeklindeki yaklaşımıyla, yeni medya araçlarının bunu hayatının bir parçası haline getiren genç ve genç yetişkin kitlelerin kendini ifade konusunda örgütlenme yeteneklerine dikkat çekmiştir. *Machinima* bir canlandırma sineması formu olarak sinemanın araçlarını da kullanarak, oyun motorlarıyla kendine özgü üretim kapasitesine sahip bağımsız bir canlandırma biçimidir.

SONUÇ

Machinima; sinema, animasyon ve dijital oyun tekniklerini kullanan, yeni bir üretim türü olarak ortaya çıkmıştır. Birbirine karışmış melez bir sanat alanı olarak *machinima*, bireye dayalı, kendine has, kültürel ve politik de olabilecek bir ifade biçimi potansiyeli taşımakla birlikte, devam eden süreç içerisinde incelemeye değer akademik bir çalışma alanı gibi durmaktadır.

Sinemanın kitleler üzerinde etkisi ve dağıtım araçlarını kullanarak sunulması ile karşılaştırıldığında *machinima*, bu konularla ilgili üretime dayalı örgütlü bir yapı içermek zorunda değildir. Çevrimiçi olarak dağıtılabilen bu yapımlar üretim konusunda bir örgütlü yapıya ihtiyaç duymamakla birlikte, ana akım medyada sesini duyuramayan kesimlerin örgütlenilme yeteneğini sağlayan araçlardan biri olabilme özelliğindedir. Sinema, *machinimaya* kıyasla, kültür endüstrisinin de bir ögesi olarak, yapım bütçeleri, dağıtım ve gişe gibi kısıtlar

nedeniyle bağımsız yapımlarda birçok zorluk yaşamaktadır. *Machinima* bu kısıtlamalara tam olarak tabi değildir.

Machinima, sinemanın araçlarını da kullanan, oyun motorlarının kendine özgü üretim kapasitesine sahip, öncesi dijital oyun olan, günümüzde var olan haliyle bağımsız bir canlandırma formudur. Bu haliyle *Machinima* sinema ve dijital oyunların ilişkisinden doğan ortak bir sanatsal üretim biçimidir.

KAYNAKÇA

Araujo, M.S. Carvalho, F.G, Vasconcellos, M.S. (2016). Interprocedural: Procedural Intertextuality in Digital Games, *Contemporary Research on Intertextuality in Video Games*, ed. Duret, C. ve Pons, M.P. ABD: IGI Global, s: 235-252.

Çatak G. (2005). *Game Noir*, Seyir Sinema Dergisi, Sayı: 1-2. İstanbul: Yaz.

Dillon, R. (2011). *The Golden Age of Video Games, The Birth of a Multi-Billion Dollar Industry*. USA: A K Peters/CRC Press.

Huizinga, J. (2015). *Homo Ludens, Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Lowood, H. (2007a). *High-PerformancePlay: The Making of Machinima*. *Videogames and Art*, ed. Clarke, A. ve Mitchell, G, İngiltere: Intellect Books, s: 59-79.

Lowood, H. (2007b). *Found Technology: Players as Innovators in the Making of Machinima*. *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*, ed. Tara McPherson, USA: M.I.T Press, 166-195.

Veugen, C. (2012). 'And What Do You Play?: Computer Games as a Comparative Medium: A Few Cautionary Remarks'. ed. Fromme, J. ve Unger, A. *Computer Games and New Media Cultures A Handbook of Digital Games Studies*. ABD: Springer, s: 47-60.

Video Sanatında Zaman ve Mekân Kullanımı Üzerine

Lale Yılmaz¹

ÖZ

Sanatta zaman ve mekân algısının kullanımı erken dönem sanat eserlerinden başlayarak izlenebilir. Resim sanatında öyküleyici konularda üretilen sanat yapıtlarında zaman etkeni önemli yer tutmaktadır. Bu öyküleyici sanat yapıtlarında olaylar birbiri ardına aynı düzlemde resmedilmektedir. 20. yüzyıla gelindiğinde ise 1960'lı yıllardan sonra sanat alanında yaygın biçimde kullanılmaya başlayan video sanatı zaman ve mekân dönüştürebilme özelliği ile diğer sanat üretim biçimlerinden ayrı bir yere sahiptir. Hareketli görüntünün güncel sanat alanında kullanılması teknolojinin getirdiği yeni olanaklar ile birlikte gerçekleşmiştir. Sanatçıya yeni anlatım olanakları açan video sanatı, sanat izleyicisinin algısını yönlendirebilme olanağına da sahip olmuştur. İstanbul Bienallerinden seçilen örnekler doğrultusunda video sanatının zaman ve mekân üzerine gerçekleştirdiği sanatsal etki açığa çıkarılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Video Sanatı, Bienal, Zaman, Mekân.

On the Use of Time and Space in Video Art

ABSTRACT

The perception of time and space can be traced in art starting from the use of early periods of visual art. The time factor in painting occupies a very important place in works of narrative art productions. The narrative art events were painted on the same plane one after the other. In 20th century, after the 1960s, video art started to be widely used in the field of art. These productions differ from other art formats with the ability to transform time and space. The technology of the moving image to be used in the field of contemporary art brought new possibilities. The video art which creates new ways of expression for the artist, has also caught the possibility of directing the perception of the art audience. In accordance with the Istanbul biennial, selected examples of the artistic impact of video art performed over time and space are examined in this article.

Keywords: Video Art, Biennale, Time, Space.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, laleyil@gmail.com



Resim 1. Müneccim Krallar ve Herodes, Mozaik, 14. yüzyıl, Kariye Müzesi.

GİRİŞ

Sanatın, Hıristiyanlığın açıklayıcı görevine getirilmesiyle birlikte dinsel yapılarda yer alan fresk, mozaik ikonalarında, elyazmalarında yer alan minyatürlerde, öyküleyici anlatım kaygısına bağlı olarak kutsal kitaplardan alınan olaylar betimlenmeye başlandı. Bu durum beraberinde, yapıtlarda yansıtılması ve izleyici tarafından kurgulanması zorunlu bir zaman ögesini getirdi. Belirgin örneklerini kiliselerin resimsel betimlemelerindeki çeşitli sahnelerde bulabildiğimiz (Resim 1), sınırlandırılmış bir yüzey üzerinde aynı olayın 'öncesi ve sonrası' temalarıyla kurgulanarak sunulması, zaman kavramının anlatımsal yani, öyküleyici ve aynı zamanda öğretici kaygılarla plastik sanatlarda yer aldığını gösterir. Bir olayın geçmiş ve gelecek durumu bir arada betimlenmektedir. Bu durum izleyicinin algısında eşzamanlılık yaratmaktadır. Video sanatının teknik anlamda gerçekleştirdiği olgunun ilk örnekleri, tarihte öyküleyici resimsel betimlemelerde bulunabilir.

Massaccio'nun Floransa'da Santa Maria della Carmine Brancacci şapelinde bulunan "Vergi Parası" konulu freski (Resim 2), zaman akışını belirtilen özelliklerde vermesi açısından ele alınabilecek diğer bir örnektir. Burada, zaman kavramı olayın gelişim çizgisine bireşim olarak katılır. Durağan üç sahnenin bir panoda betimlenmiş olması izleyicinin bilinen olayı

aynı anda belleğinde tüm aşamalarıyla canlandırmasını sağlayarak, oluşum, süreklilik ve sonuçlanma örgüsünü kapsayan zaman kavramını geliştirmesine neden olur.

Zamanın öyküleyici (narrative) resimlemelerle betim içinde anlamlandırılması yönünde bir eser, 11. yüzyıla ait "Bayeux Halısı"dır (Resim 3). İngiltere'nin Normanlar tarafından fethini anlatan yapıtta olaylar, bordürlerin içerisinde bir film şeridi biçiminde ilerler. Zamanın, yine izleyenin algısında soyut olarak belirmesine izin verilir.

Öyküleyici resimlerin geç dönem Batı resmindeki örnekleri 18. yüzyılda William Hogarth'ın eserlerinde görülür. Bu İngiliz ressamın yapıtları, birden fazla tablodan oluşan dizilerdir ve toplumsal yergi içeren birer öyküyü anlatır. Sanatçının yapıtları, dizi halinde bütünsel açıdan ele alındığında 'an'lardan oluşan bir süreci tamamlayıcı bir nitelik taşır. Toepffer'in tanımı şöyledir: "Öyküler, iki türlü yazılabilir. Bölümler, tümceler ve sözcüklerle yazılana edebiyat denir; ya da resimler dizisi olarak kaleme alınabilir ki, biz bunu resimli öykü diye adlandırıyoruz." Toepffer, Hogarth'ın "Marriage a la Mode" adlı kısa dizisinin (Resim 4) iki kalın roman kadar değerli olduğunu belirttiikten sonra, resimli öyküyü, yazılı anlatımdan daha etkili gördüğü bir konuma yerleştirir (Gombrich, 1992: 326).



Resim 2. Massaccio, Vergi Parası, 1427, Santa Maria della Carmine Brancacci.

Resimli öykü, yazılı veya sözel anlatım ile benzeş olayların akışına bağlı zaman kavramını kullanır. Teknolojik olanakların gelişmesiyle 'an'ın durağanlaştırıldığı fotoğrafın ardından 'anlar'ın kayıt edildiği film tekniği, Toepffer'in incelediği 'resimli öyküyü' geliştirdi.

Geleneksel öyküleyici betimlemeler türünde ardışık gelen sahnelerin kullanıldığı yapıtlar, izleyicinin bilişsel olarak tamamlama/bütünleştirme yeteneğini öngördüğünden görsel okumayı gerektirir. Bu durum, zaman dizinsel süre kavrayışına bağlı zaman tasarımı ile sonuçlanır.

Batı sanatının önemli akımlarından biri olan Fütürizmin resimsel betimleme mantığında ise süreklilik kurgusu, bir tek olayın hareketinin tuval üzerinde betimlenebilme kaygısı yönünde ele alınır. Giacomo Balla'nın "Tasmalı Köpeğin Dinamizmi" (Resim 5) adlı yapıtı, devinimi, hızı, dolayısıyla zaman kavramını görselleştirmeye çalışan bu anlayışa ilişkin önemli bir örnektir. Ancak, yine de durağan resimsel yüzeyde oluşturulmaya çalışılan çizgisel hareket, izleyicinin kavrayışı ile var olur.

Film teknolojisinde hareket, kayıt tekniğinin kullanılmasıyla birlikte, filmin her gösterilişinde üretilen yeni bir şey (Armes, 1995: 17-32) olduğundan, kaynağını sözlü anlatımdan alan süreklilik anıştırması yoluyla, şimdiki zamanda geçmiş zamanın aktarımıyla sağladığı yeni bir zaman boyutunu yaratır. Öyküleyici anlatımın desteklediği bu yeni zaman boyutu, aracın (video ekranının) kendi varlığını ortaya koyarken, geçici / çizgisel zaman boyutunu yok etmesi / iptal etmesi veya belirlenmiş bir süre boyunca ortadan kaldırmasıyla oluşur.

Film tekniğinden önce, fotoğraf tekniği yakalanmış 'an'ları kayıt ediyordu. Hareketli görüntülerin kayıt edilmeye başlanmasıyla fotoğrafın durağan zaman gerçekliğine karşın akıcı zamanın gerçekliğine geçilmiştir. Fotoğrafta yer alan zaman daima geçmişe işaret



Resim 3. Bayeux Halısı, dokuma, 11. yüzyıl, Musée de la Tapisserie, Bayeux, Fransa

ederken film, gösterimi açısından sunulduğu anda olma önermesine dayanır. Böylelikle, gerçek/şimdiki zamanda göz önüne getirilen geçmiş zamanın görüntüleri sunuldukları zamana eklenir. Bu durum, görüntüsel içeriğin ait olması gereken hazırlanmış bir zaman boyutunun varlığını zorunlu kılar.

Berger, fotoğraf makinesiyle anlık görüntülerin birbirinden ayrılması sonucu, imgelerin zamana bağlı olmadıkları düşüncesinin ortadan kalktığını, başka bir deyişle makinenin geçen zaman kavramında (yağlıboya resim dışında) görünen şeylerin algılanışından ayıramayacağını gösterdiğini belirtir (Berger, 1995: 18; Germaner, 1997: 53).

Bu çalışmanın amacı, söz edilen geleneksel sanat yapıtlarının ardından video sanatında gerçekleştirilen zaman ve mekân kullanımının sanat algısına getirdiği yeni anlam ve anlatım özelliklerini göstermektir. Video sanatının ikinci dönem örnekleri sayılabilecek ve İstanbul Bienalleri'nde sergilendiğinden İstanbul izleyicisi için yeni sanatsal algıları sunan yapıtlar seçilmiştir. Bu yapıtlar, video tekniğinde sanatsal anlatımın zaman-mekân boyutuyla, diğer bir deyişle farklı uzamlar yaratma yetileriyle diğer video yapıtları arasından seçilmiştir.



Resim 4. W. Hogarth, Marriage a la Mode: II, tuval üzerine yağlıboya, 69.9x90.8 cm, 1743, National Gallery, Londra

Video Sanatında Zaman

Zaman, insan algısında ardışık, çizgisel veya birbiri ardına gelişen nitelikler taşır. Zaman, ileriye dönük yaşanır ve insan doğasında geçmişle bağı, bellek yoluyla gerçekleşir. Zaman algısı sanatın farklı alanlarında farklı anlatımlar bulabilmiştir. Yazınsal anlamda birbirini izleyen tümceler olay örgüsünü ve öyküleyici anlatımı oluşturur ki bu durum hâlihazırda yaşanan zamana en yakın betimlemeye işaret eder. Şiirsel betimleme metaforlar üzerinden oluşturulduğu için aşkın gerçekliği ve zamanın saydamlığı niteliğine sahiptir. Resimsel betimlemede ise açıklandığı üzere öyküleyici görsellik egemendir.

Videonun kayıt edebilme özelliği ve kayıtlarının saklanılabilmesi ile görüntülerin istenilen herhangi bir zamanda izlenebilmesi, video sanatına biçimsel açıdan görsel sanatların zaman dışılığına sahip olmasına veya zamana yayılma niteliğine yeni bir yorum katar. Geleneksel sanat yapıtlarında geçerli olan anlık bütünsel kavrayıştan çok, art arda gelen görüntülerden oluşan zaman dilimine ait bütünselleştirilmeyi / tamamlanmayı bekleyen ardışık bölümler söz konusudur. Video sanatında zamanın kayıt edilebilme yoluyla ön plana geçişi, yapıtta genelleştirilmiş ve kalıcılaştırılmış bir bellek oluşturulmasına işaret

eder. Hareketli görüntünün önceki zamana ait olana ilişkin eşit sunumuyla bir tür zaman denetiminin ele geçirilmesi sonucu, video sanatına özgü yeni anlatım olanakları sağlanır. Görüntülerin arşivlenmesi ve yinelenmesi, sanatsal ortama taşındığında sanat yapıtında zaman sorununu gözle görülür bir biçimde açığa çıkarır. Teknolojik ortamdaki dönüştürülen zaman içinde tekrarlanabilen sınırlandırılmış süre çerçevesi, sanat yapıtı için yeni bir algılama mantığını da beraberinde getirir. Video sanatının ortaya çıkışını ve gelişimini sağlayan ilk örnekleri sunan sanatçılar arasında Vito Acconci, Bruce Naumann, Nam June Paik, Bill Viola gibi isimler sayılabilir.

Sanat alanında videonun kullanım koşullarını hazırlayan 20. yüzyıl sanat eğilimleri arasında yer alan Process Art (süreç sanatı), yapım süreci ve yapıtın oluşumu sırasında geçen evreleri göstermeye yönelik çalışmalar için geliştirilmiştir. Zamanın akıcılığını duyarlı kılmak, çoğu kez bir dönüşümü ve bir süreci görselleştirmeyi akla getirmektedir (Germaner, 1997: 53). Artık sanat yapıtında somutlaştırılmış, gereç olarak kullanılan zaman unsurundan söz edilebilir. Zaman kavramının yapıtın içeriği açısından ele alındığı diğer bir yönelim ise,



Resim 5. G. Balla, Tasmalı Köpeğin Dinamizmi, tuval üzerine yağlıboya, 1912, Albright-Knox Art Gallery, 95.57x115.57 cm

Happening'lerdir. En önemli temsilcilerinden Kaprow'a göre, gerçek zaman, daima bir şeyler yapmakla ilgi kurulandır. Bir tür olaylar dizisidir; bu nedenle nesnelere ve mekânlara bağlıdır. Sanat ve yaşam arasındaki çizgi ise akışkan, belki de belirsiz tutulmalıdır (Kaprow, 1995: 703-709; Germaner, 1997: 23). Bu eğilimler, sanatın yaşamla bütünleştirilmesiyle kavramsal açıdan naturalist bir geri dönüşü bildirir. Happening, Kaprow'un görüşlerinin ışığında, mekânda taşınamaz ve zamanda yeniden üretilemez niteliği taşır (Germaner, 1997: 23). Böylelikle sanat yapıtı kalıcılığına karşı koyarken, zamanın sürekliliğini ve geçiciliğini ön plana çıkarır.

Video sanatında görüntü kaydı, arşivleme ve yeniden gösterim aşamalarıyla ortaya çıkan ve biçimlendirilebilme olanağına sahip olan zaman kavramı, performans sanatında kullanımı için uygun niteliktedir. Performansların videoda kayıt edilmesi, etkinliklerin anı/bellek oluşturularak belge-yapıtların ortaya çıkarılmasını sağlar. Soo-ja Kim'in 5. Uluslararası İstanbul Bienali'nde sergilenen yapıtı "Dikişi Yürümeye Dönüştürmek", sanatçının bir vadiye yayılmış yatak örtülerini topladığı performansının kaydıdır (Resim 6). Bu video yapıtı, bir performansın arşivlenmesi dışında sergilenmesi sırasında, yukarıda belirtilen zamansal bir taşınma (geçmiş bir yaşantıyı şimdiki zamanda oluyormuşçasına aktarma) sonucunu getirir.

Gidal, video kayıtlarının gösterimi ve izlenmesi durumunu şöyle açıklar: "Orada makine ile birlikte oturuyorsunuz ve makineden ne çok ne de az, siz de sürecin bir parçasısınız. Çünkü işleme tarzı gerekli olsa da, bir etki yaratmaz. Bu olgu, resim sanatından oldukça farklıdır" (Armes, 1995; 44-63). Hareketli ardışık görüntülerin desteklediği video yapıtı, teknik özellikleri doğrultusunda izleyiciden gelenekselden farklı bir algısal katılımı gereksinir. Video bandının önceden belirlenmiş kayıt süresiyle oluşturulmuş varlığına yönelen bir ilgi durumu söz konusudur. Ancak, bu ilgi diğer görsel sanatlara göre daha yoğunlaştırılmış olsa da



Resim 6. Soo-ja Kim, Dikişi Yürümeye Dönüştürmek (5. Uluslararası İstanbul Bienali Katalogu, 1995)

video bandının kapasitesine sıkıştırılması, görüntülerin sürekliliğine karşıt durağan bir yapıt ortaya koyarken, yapıtın izlenmesine ilişkin belirgin bir zamansal denetimi zorunlu kılar.

Gerçek anlamda bir eşzamanlılığın sanatsal ortama taşındığı elektronik görüntü yerleştirmesi örneği olan Denis Pordruel'in "Oda/Gar Holü"nde (Resim 7) Arniens metrosundan sabit bir kamera ile çekilen sürekli ve gerçek zamanlı canlı görüntüler, İstanbul'daki bir sanat galerisine (Dulcinea Sanat Galerisi) internet yoluyla yansıtılır. Yayın mekânı ile alıcı mekân arasında bağlantı kurulan eşzamanlık, görüntülerin o anda gerçekleşmesiyle birlikte sanat yapıtında gerçekliğin aktarımını sorgular.

Zaman konusuna sanat yapıtının içeriği ve sanatçının eğilimleri açısından bakıldığında Krauss'un belirttiği üzere, metin istersabitlenmiş bir sahne düzenlemesi, bir yazılı senaryo, bir müzikal partiyon, doğaçlama notlardan oluşmuş bir taslak olsun, tüm sanatçılar, böyle bir metni oynarlar ve yorumlarlar. O ilişkinin gerçeği sayesinde oyun kendi kendini verilen andakinden önce var olan bir şeyin gerçeğine bağlar. Bu özel metin ve verilen bir türün tüm metinleri tarafından kurulmuş olan tarih arasında genel tarihsel bir ilişkiye neden olur. Şimdiki zamanla kurulan hareketin serbestliği,



Resim 7. Denis Pondruel, Oda/Gar Holü
(Dulcinea Sanat Galerisi, 29.04-01.07.2000)

bu geniş tarih için anlamın kaynağıdır (Krauss:1995, 119-129).

Video sanatı bağlamında canlandırma, tarihsel süreç içinde varlığını daima şimdiki zamanda gösterirken kayıt tekniği olanağıyla bir anlamda gelecekte var olacak şimdiki zamana işaret eder. Video yapıtında metinsellik bağlantısı ise, sanatçıların sinema anlatımını yeğlediklerinde kurulur.

Francesco Vezzoli'nin 6. Uluslararası İstanbul Bienali'nde sergilenen "Nakışlı Üçleme" adlı video yapıtı (Resim 8), kurgulanmış, sinemasal bir anlatan ile ortaya çıkar. Rush'ın bu konuda dikkat çektiği konu, yerleştirmede kullanılan artırılmış ekran veya artırılmış-nesne kavramına karşı çıkıştır. Aslında yerleştirme olarak adlandırılan video alanlarının kullanıldığı duvar boyu boyutundaki yapımların kullanımı aracılığıyla büyük boyutlu sinema perdesinin izleyici deneyimi ile benzerlik kurmaya çalışan sanatçıların, video yapımının sinemayla yakın bağlantılarına ulaşmalarıdır (Rush, 1999: 164). Vezzoli, adı geçen yapıtında, "bir imza avcısı kararlılığıyla yıldızların peşinden koşuyor ancak, onlardan imza yerine bir gösteri yapmalarını istiyor, ama yalnızca kendisi için bir gösteri. İşlerinin her birinde ünlü, fakat artık demode olmuş bir diva, oyunculuk yapar ve sanatçının üçüncü gözü olarak ideal seyirci konumunda olup bitenleri izleyen tanınmış bir yönetmen, kendi bireysel tarzına uygun olarak sahneyi

filme aktarır. Vezzoli'nin kendisi, - sessiz ve esrarlı varlığıyla- bu görüntülerin bir yerinde hep ortaya çıkıyor, böylece bunların tek bir uzun anlatımın epizotları olduğunu vurguluyor: bunlarda başrolde olan apaçık ki sanatçının kendisi, düşleri, anıları, saplantıları..." (Perella, 1999: 226). Perella'nın bu yorumuna, video sanatçısı sinemasal anlatımları kullandığında bile, sinemanın toplumun her kesiminde geçerli, genel geçer anlaşılabilirlik ilgisi kurması gereklidir. Bu yoruma başına buyruk kişiselleştirmelerle hareket ederek bireysel biçimini yaratma kaygısında olduğu eklenebilir.



Resim 8. F. Vezzoli, Nakışlı Üçleme (6. Uluslararası İstanbul Bienali Katalogu, 1999)

P. Rist'in 6. Uluslararası İstanbul Bienali'nde sergilenen video yapıtı "Seninle Tamamen Hemfikirim" (Resim 9), aynı anlamda ele alınabilecek bir örnektir. Düşsel anlatımların zaman-dışılığı desteklemesi ve böylelikle süreyle sınırlandırılmış zamanın dönüştürülmesi gerçekleştirilmiştir. Düş ve gerçeğin aynı görüntü içinde verilmesi, soyut ve somut arasında eşzamanlılığa dayalı bir tasarıya işaret eder.

Video sanatı, 'geçmiş' ve 'şimdiki' zaman kiplerinin kesinleştirilmiş yerlerini değiştirerek/sorgulayarak, zamanın tümel kavram oluşuyla ilgilenir. Bununla beraber, bant kaydının saklanabilir oluşu ile belirsiz bir gelecek zamanı da varlığına katar. Bu durum, Bergson düşünündeki geçmiş ve şimdinin birbirlerinin zamandaşı oluşuyla birinin diğerini öncelemesi önermesine benzer (Bozkurt, 1995: 191).

Zaman kavramının yorumlandığı video yapıtlarından C. Floyer'in 4. Uluslararası İstanbul Bienali'nde sergilenen "Bitmemiş" adlı yapıtı (Resim 10), zamanın sürekliliği ve döngüsel oluşumları üzerine geliştirilmiştir. Floyer'in başparmakların çevrilmesini gösteren videosu, film süresinin doğrudan yansması olarak görülür ve film sürekli bir halka gibi sonsuza dek sürer. Sanat işi ise, bir yandan parmaklarını



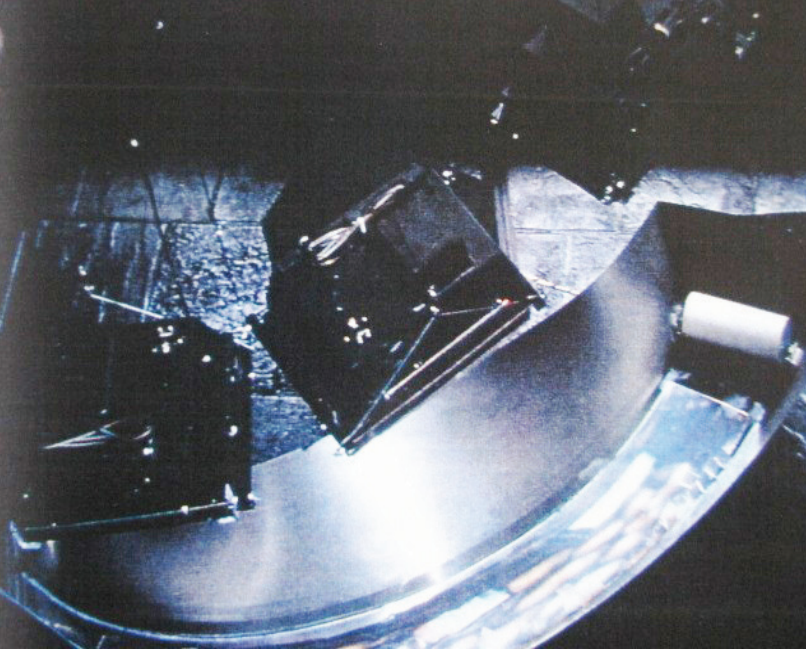
Resim 9. P. Rist, *Seninle Tamamen Hemfikirim* (6. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 1999)

çevirerek geçmişin olmasını / geçmişin tekrarını bekler (4. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 1995: 128). Bu yapıtta, döngüsellik hareketi, bilinen tüm zaman kiplerini yapısında toplayarak belirsizleştirir. Döngüsellüğün yol açtığı bu durum, var olan zamanla birlikte mekânın da bir tür geçicileştirmesine neden olur. Sanat yapıtının alışılmış durağanlığına gönderme yapacak biçimde belirli görüntü tekrarlanır.



Resim 10. C. Floyer, *Bitmemiş* (4. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 1995)

Shigeko Kubota'nın 4. Uluslararası İstanbul Bienali'nde sergilenen video yerleşmesi "Niagara Çağlayanı" (Resim 11), sanatçının kendi açıklamasıyla şu amacı taşımaktadır: "Suyun doğadaki rolü, yaşamımızdaki videonun işleviyle karşılaştırılabilir. Bir ırmak, videodaki fiziksel/geçici özellikleri ve bilgi taşıyıcı, yansıtıcı ayna nitelikleriyle kopya edilir. Endüstri öncesi dönemlerde ırmaklar, birbirinden uzaktaki toplulukları birbirine bağlardı; bilgiyi, başka her türlü araçtan daha çabuk yayardı. Bugün, mesajlarımızı elektronik sinyaller hızlandırıyor ve bizi küresel olarak uzaya bağlıyor. Yüklü elektronik alıcı ekranlarımızda su damlaları gibi yüzyüyor, geçmiş bir zamandan (yıllara da birkaç saniye öncesinden) ve uzaydan taşıdığı bilgiyle yüklü... ırmağın yukarisından." (4. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 1995; 184). Shigeko



Resim 11. S. Kubota, Niagara Çağlayanı,
(4.Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 1995)

Kubota, videonun sanatsal kullanımında zamanın geçiciliği ve anlık aktarımlarının akışını teknolojik ortam ve doğal ortam arasında bir bağ, bir benzerlik kurarak sorgulamıştır.

Sanal zaman ise video sanatı yoluyla yanılısamalı bir biçimde sanat ortamına taşınır. Zamansal ayrımların kesin sayılamayacağı sanat yapıtına özgü süregelen sanal zaman sergilenir. Rush'ın açıkladığı gibi, gerçek zamanda kaydedilmiş yapıtlardan oluşan video sanatı, zaman temelli bir araç olarak, zaman deneyiminin çok yönlü denetimini olanaklı kılar (Rush, 1999: 124).

Video sanatçılarının yönetiminde, diğer sanatsal anlatım öğeleriyle birlikte, video kayıt süresi ve hareketli görüntü yoluyla edinilerek sanat yapıtının içeriğine katılan zaman öğesinin kullanımı bağlamında, sıklıkla bellek kavramına yönelik temasal kaygılar, videonun dönüm noktası sayılabilecek, kendinden ve anında oluş kavramlarını oluşturur (Rush, 1999: 81-83).

Video sanatında, verilen örnekler doğrultusunda genel bir sonuca varılmaya çalışıldığında, resim sanatından farklı olarak, video bandının süresine bağlı olarak beliren zorunlu izleme denetiminin, izleyenin var olduğu veya var olduğunu sandığı zamanı kendi olanakları sınırında geçici bir süre askıya alması temel ilke olarak belirir. Böylelikle, gösterim süresince

kendine ait zaman kavramının görüntüsel etkisiyle izleyiciye benimsetilmesi amaçlanır. Bir başka deyişle, video işinin içsel zamanı, süre çerçevesinde (hareketin büyük ölçüde etkisiyle) dışsallaştırılır ve/ancak izleyici tarafından içselleştirilir. Yapıtların süreyle sınırlandırılmış olması, sanat yapıtını başlangıcı ve sonu olan bir süreç durumuna getirmiştir. Video sanatında temel bir nitelik olarak yer alan zamanın dönüştürülmesi, izleyici üzerinde güçlü bir etki taşır. Bu etki, görüntünün kapsadığı hareket, ses, renk gibi fiziksel uyarımlarla sağlanan bir yanılısamayı oluşturur.

Video Sanatında Mekân

Görsel sanatların tümü, mekân içinde bir konumlandırma düzeneğini içerir. Görme deneyimi, eşzamanlı olarak nesneye ve onun bulunduğu yere ilişkin bir varsayımı öne sürer (Gombrich, 1992: 291). Nesne olarak sanat yapıtının bulunduğu mekân ile birlikte algılanmasının yanı sıra, bulunan mekânın sanatsal dönüştürme (transformasyon) etkinliğine katılması da söz konusu olabilir.

Resimsel betimlemede, çerçeve sınırları içinde, ışık, renk, perspektif gibi teknik çözümlerle içsel mekânın oluşturulmaya çalışıldığı gözlenir. Batılı resim sanatı anlamında, Naturalist biçimde mekân betimleme konusunun, seçilen bir bakış noktasına göre düzlemler halinde düzenlendiği



Resim 12. P. Bruegel, Karda Avcılar, panel
üzerine yağlıboya, 1565, Kunsthistorisches
Museen, Viyana

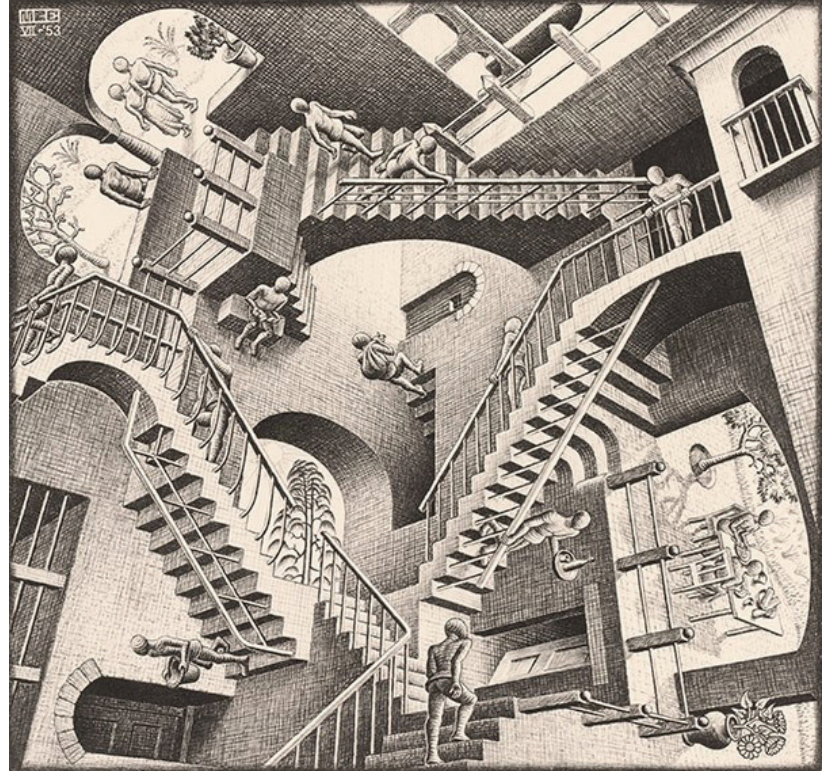
veya düzeltildiği, perspektif uygulamalarıyla kurallara bağlandığı, mekânsal gerçekliğin kurallarının geçerliği ölçütüne dayalı olduğu bir yöntem belirlenmişti. Bu kaygının bir örneğini Bruegel'in "Karda Avcılar" tablosunda görmekteyiz(Resim 12).

20. yüzyıla gelindiğinde başta Kübistler olmak üzere perspektife dayalı mekân düzenleme sistemi sorgulanmaya başlandı ve bu konuya yeni bakış açıları getirildi. Hollandalı sanatçı M.C. Escher (Resim 13), yapıtlarında perspektifi kurallara uygun olarak kullanır ancak, özellikle mekânsal resimlerinde bakış açılarını birden çok olarak betimler. Sanatçı, Rönesans'ın kalıplaşmış geleneksel kurallarını yeniden yorumlayarak, yeni mekânsal yapılanmalar gerçekleştirmiştir (Ödekan, 1979: 94-102). M.C. Escher'in yapıtları, perspektif geleneğini uygulayan ve olanaksız gerçeklikleriyle geleneğe karşı çıkan bir söyleme sahiptir.

Yazınsal alanda mekân algısı, sözcüklerin oluşturabildiği yoğunlaştırılmış betimlemeyle sağlanır. Resim sanatı, iki boyutlu yüzey üzerinde düzenlenmiş bir mekân yanılması sunarken, heykel üç boyutlu oluşumu ile mekân içinde nesnel olarak kapladığı yere işaret eder. Video sanatı ise, uygulama açısından her iki konuma da olanak verir. Ekranın görüntüsü resimsel özellikteyken, video aracının mekânda yerleştirilmesi bakımından heykel sanatı ile benzerlik kurulabilir. Ayrıca, zaman kavramında olduğu gibi, mekânın da video yapıtının bir parçası durumuna getirildiği çalışmalar önemli bir yere sahiptir.

M. Raphael'in mekân konusuna getirdiği sorular ilginçtir: "Mekân, bir şey için gelip geçici bir yer mi, yoksa onun kesin biçimi midir; kılıf mı yoksa içyapı mıdır; temsil edilen ile ilişkisinde *a priori* midir, yoksa onu mu izlemektedir?" (Ergüven, 1992: 59). Bu sorulara video sanatı değişik yanıtlar sağlayabilmektedir.

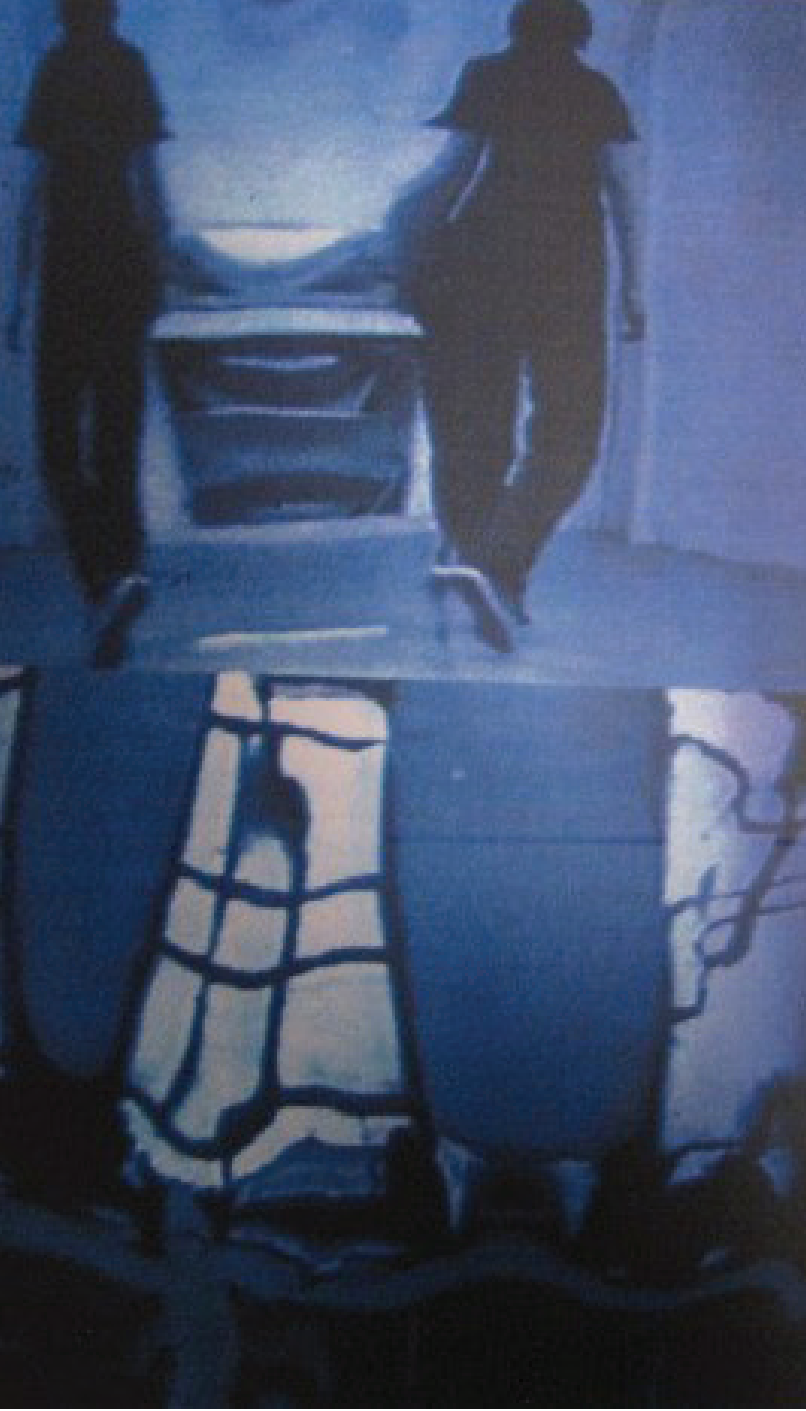
Video yapıtlarında, temel malzemesi kayıt edilmiş görüntülerin resimsel anlamda bir



Resim 13. M.C. Escher, Relativity, litografi, 294x282 mm, 1947

mekân oluşturduğu görülür. Video ekranının yüzeysel sınırını aşmayarak görsel betimi mekânsal bir sorun olarak ortaya koyan Anna Lislegaard'ın 5. Uluslararası İstanbul Bienali'nde sergilenen "Sadece Mekân" adlı yapıtı (Resim 14), video aracının teknik olanaklarıyla sağlanan deformasyona uğratılmış iç mekân görüntülerinden oluşur. Aynı zamanda bu görüntüler, dış mekân düzeni ile karşıtlık ilgisi kuran yapı bozumcu bir niteliğe sahiptir.

Video sanatı, mekân konusuyla ilgili olarak, kayıt tekniğiyle sağlanan görsel anlatımı ile birlikte, yerleştirme ve video-heykel başlıkları adı altında iki ayrı yorumlama biçimi ortaya koymuştur (Sönmez, 1997: 1885). Yerleştirmenin 20. yüzyılın ikinci yarısına ait sanat akımlarında (Fluxus'tan Kavramsal Sanata kadar) kullanıldığı görülür. Rush, yerleştirme sanatının tarihsel örneklerinin kiliselerdeki altar panolarında bulunabileceğini belirtir (Rush, 1999: 116). Altar panoları, içerik ilgisi kurdukları mekân (kilise) içinde yer alırken, biçim açısından resim ve heykel betimlemelerinden ayrılan (aynı zamanda her ikisinin de özelliklerini taşıyan) bir konuma sahiptir. Günümüz yerleştirme sanatçılarının yönelimleri, fiziksel sunum ve



Resim 14. Anna Lislegaard, Sadece Mekân (5. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 1997)

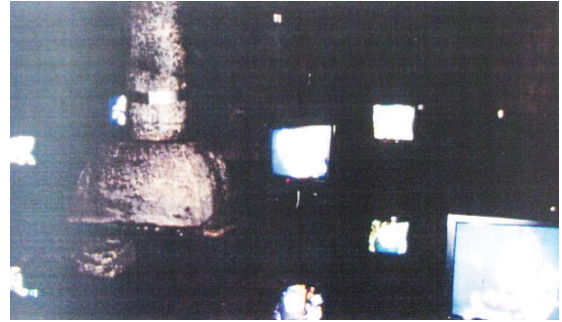
çevreyi yapıtlarını genişletmek amaçlı bilinçli bir biçimde kullanmak ve sanatta bütünlük oluşturacak bir ortam yaratma arzusuyla çevre koşulları üzerinde kontrol kurmaktır (Rush, 1999: 116).

Video yerleştirmelerinde video ile birlikte sergilenen nesnelerin ve mekânın birbirleriyle ilişkisi ön plana çıkarılarak, mekânın yapıta

yaşama alanı oluşturması sağlanmıştır. (Özayten, 1997: 1939-1940) Yerleştirme sanatı, bu anlamda video sanatının anlatım olanaklarını biçimsel açıdan geliştirmiştir. Sergilendikleri mekân yok saymayan video yerleştirme yapıtları, mekânla bağlantı kurma dışında onu dönüştürmeye veya özgün biçimde düzenlemeye de yönelmişlerdir. Bu açıdan, 1950'lerin izleyicinin içine girebildiği üç boyutlu sanat çalışmaları olan Environmental Art (Çevre Sanatı) anlayışına sahiptir (Lucie-Smith, 1996: 76).

Sergileme mekânıyla ilgi kuran yapıtlara örnek olarak, Marina Abramovic'in 4. Uluslararası İstanbul Bienali'nde Yerebatan Sarnıcı'nda sergilenen "Görünmeye Başlamak" adlı video yerleştirmesinde (Resim 15), video görüntüsündeki sanatçı ile sarnıçtaki Medusa başı arasında ortak yılan figürüyle bağlantı kurularak yapıt için geniş anlatım olanakları sağlanır. Bu tür video yapıtları, buldukları mekânın özelliklerini değerlendirerek, sanatı tek başına eser varlığında bırakmak yerine bütüncül bir anlayışla sanatsal ortam yaratma kaygısındadır.

Video sanatında çeşitli yerleştirmelerde görülen heykel ve mimarlık sanatlarına bağlanabilecek mekânsal çözümler, var oluşlarının mekânsal zorunluluğunu kavrayan yapıtların konumsal bakımdan dönüşümlerine yol açar. Mekânın sanatçı tarafından yönetilebilir oluşu, anlatımsal etkiler dışında alan egemenliğindeki sanatçıya düzenleyebileceği



Resim 15. M. Abramovic, Görünmeye Başlamak (4. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 1995)

sınırsız bir evrenin sorumluluğunu yükler. Video yapıtının sergilendiği mekân, bu tür kaygılar güdüldüğünde sanat yapıtından bağımsızlaştırılmaz niteliktedir.

SONUÇ

Sanat yapıtlarında zamanın ve mekânın algıya sunulması sanattarih boyunca farklı anlatımlarla ve farklı tekniklerle gerçekleştirilmiştir. Teknolojinin sanat alanında kullanılması, sanatçıya yeni anlatım olanakları açmıştır. Zamanın video süreleriyle sınırlandırılması, mekânın video içeriğiyle dönüştürülebilmesi videonun sanatsal betimleme ve anlatım yoluna iki önemli katkısı olarak ortaya çıkmaktadır. Zaman, video kaydında eğilip bükülebilen, yeniden üretilebilen nesnel bir niteliğe bürünür. Mekân algısı ise izleyenin bulunduğu yerden video ekranındaki mekânı algılamasıyla birlikte dönüşüm sürecine katılır. İzleyen ise var olduğu mekândan çok izlediği mekânda hissetme yanılısamasını yaşar.

Video sanatı, zaman ve mekânı bir arada yönetebilme gücünü göstererek görsel sanatlarda resim, heykel ve yerleştirme türlerini birleştirici bir görev üstlenmiştir. Bütüncül bir anlayışla gerçekleştirilen video sanatı, izleyenin var olduğu mekânı ve içinde bulunduğu zamanı bir süreliğine ele geçirir. Pasif izleyenin esas olduğu bu sanatsal algı, sahnelerin hareketiyle ve videonun eğer var ise süresiyle biçimlenir. Bu yapıtlar, müzelere ve özel koleksiyonlara alınarak sanat tarihinde yerini almış bir sanat tekniği ve anlatım yolu olmuştur. Son yıllarda gerçekleştirilen yeni medya sanatları ve dijital sanat türleri gelişimlerini video sanatının 1960'lı

yıllardan günümüze uzanan çağ açıcı varoluş sürecine borçludur.

KAYNAKÇA

Armes, R., (1995). "Toplumsal Düzen" (Çev. Hakan Uğurlu), Video Sanatı : Eleştirel Bir Bakış (Der. Levent Kılıç), Hil Yayın, İstanbul, 17-32.

Berger, J., (1995). Görme Biçimleri (Çev. Yurdanur Salman), Metis Yayınları, İstanbul.

Bozkurt, N., (1995). Sanat ve Estetik Kuramları, Sarmal Yayınları, İstanbul.

Ergüven, M., (1992). Yoruma Doğru, YKY, İstanbul.

Germaner, S., (1997). 1960 Sonrası Sanat: Akımlar, Eğilimler, Gruplar, Sanatçılar, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Gombrich, E.H., (1992). Sanat ve Yanılısama, Ahmet Cemal (Çev.), Remzi Kitabevi, İstanbul.

Kaprow, A. (1995)., "Assemblages, Environments and Happenings", Art in Theory, C. Harrison, P. Wood (ed.), Blackwell, Oxford.

Kılıçkaya, A. (y.y.) Santa Sophia y Chora, Silk Road Publications, İstanbul.

Krauss, R., (1995). "Video : Narsizmin Estetiği", Ufuk Küçükcan (çev.), Video Sanatı: Eleştirel Bir Bakış, Hil Yayın, İstanbul.

Lucie-Smith, E. (1996). Dictionary of Art Terms, Thames and Hudson, London.

Ödekan, A., (1979). "Grafik ve Matematik Ustası M.C. Escher", Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi, Ocak-Şubat, Sayı: 1, 94-102.

Özayten, N., (1997). "Yerleştirme", Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, YEM Yayın, İstanbul, Cilt: 3, 1939-1940.

Perella, C., (1999). 6. Uluslararası İstanbul Bienali Katalogu, İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul.

Rush, M., (1999). New Media in Late 20th Century Art, Thames and Hudson, London.

Sönmez, N., (1997). "Video Sanatı", Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, YEM Yayın, İstanbul Cilt: 3, 1885.

GÖRSEL KAYNAKLAR

A. Kılıçkaya, (y.y.). Müneccim Krallar ve Herodes, Chora, Silk Road Publications, İstanbul

6. Uluslararası İstanbul Bienali Katalogu, (1999). İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul.

4. Uluslararası İstanbul Bienali Katalogu, (1995). İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul.

İNTERNET KAYNAKLARI

İnternet: Balla, G., Tasmalı Köpeğin Dinamizmi, https://en.wikipedia.org/wiki/Giacomo_Balla, (20.06.2015)

İnternet: Bayeux Halısı, <http://global.britannica.com/topic/Bayeux-Tapestry>, (20.04.2016)

İnternet: Bruegel, P., Karda Avcılar, https://www.google.com/culturalinstitute/asset-viewer/hunters-in-the-snow-winter/WgFmzFN74nUg?utm_source=google&utm_medium=kp&hl=tr&projectId=art-project, (15.06.2015)

İnternet: Escher, M.C., Relativity, litografi, <http://www.mcescher.com/gallery/back-in-holland/relativity/>, (15.06.2015)

İnternet: Massaccio, Vergi Parası, 1427, Santa Maria della Carmine Brancacci, <https://tr.khanacademy.org/humanities/renaissance-reformation/early-renaissance1/painting-in-florence/a/masaccio-the-tribute-money-in-the-brancacci-chapel>, (20.04.2016)

İnternet: Hogarth, W., Marriage a la Mode: II, https://en.wikipedia.org/wiki/Marriage_à-la-mode:_2._The_Tête_à_Tête, (20.04.2016)

Aristoteles'in Etik Anlayışı Doğrultusunda Katharsis

Nesrin Akan¹

ÖZ

Aristoteles'in etik anlayışı, "iyi olma" ve onun getireceği "mutluluk" üzerine kurulmuştur. Çünkü yaşamın asıl amacı mutluluk (eudaimonia)'tur. Aristoteles, etiğinde en yüksek iyi'ye ve mutluluğa nasıl ulaşabileceğini sorgular. Fakat söz konusu olan, hem bireysel, hem de toplumsal bir mutluluk'tur.

Bu çalışmada, Aristoteles'in etik anlayışını, bu anlayışı konumlandığı eyleme (praxis) alanına, yaratma (poiesis) alanını da katarak, bireysel ve toplumsal olma özelliğini bünyesinde barındıran tragedia ve sonucunda ortaya çıkan katharsis (arınma) konusundaki görüşleriyle birlikte değerlendirmeye çalışacağız. Amacımız, Aristoteles'in etiğini oluşturan iyi ve mutlu insana ulaşma yolunda, katharsis'in rolünü sorgulamak olacak.

Anahtar Kelimeler: Aristoteles, Etik, İyi, Eudaimonia, Poetika, Tragedia, Katharsis, Mimesis.

Catharsis in the Light of Aristotle's Ethical Approach

ABSTRACT

Aristotle's ethical approach is based on being good and the happiness which will be brought by being good since the main purpose of life is happiness (eudaimonia). Aristotle questions how to achieve the highest good and happiness in his ethics. However, the happiness in question is both individual and a social happiness.

In this study, we will try to discuss Aristotle's ethical approach; adding the field of creation (poiesis) to the field of action (praxis) where he positions this understanding, together with tragedia that embodies the feature of being individual and social and catharsis (purification) that emerges in result of this process. Our aim will be to question the role of catharsis on the way to reach the good and happy person that the ethics of Aristotle makes up on it.

Keywords: Aristotle, Ethics, Good, Eudaimonia, Poetics, Tragedia, Catharsis, Mimesis.

¹ Bursa Uludağ Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, nesrinakanmac@gmail.com

GİRİŞ

Etik (ethos), Antik Yunan'da karakter (kişilik), adet (alışkanlık) anlamına gelen, bir kültürün, toplumun kendine özgü niteliği ve ruhunu ifade eden bir sözcüktür ve kendisine konu olarak insan eylemlerini alır.

Etik'in, Aristoteles öncesinde Sokrates'le başladığı ve gerçek kurucusunun Sokrates olduğu kabul edilir. Çünkü insanların inançları, davranış ve yaşam biçimleri, Sokrates ile gerçek anlamda sorgulanmaya başlanmış ve bu sorgulamanın temelinde de "akıl" konmuştur. Sokrates'e göre, ahlaki yani etik bir yaşama ve bunun sonucunda ortaya çıkacak olan mutluluğa, akıl ve bilgi yoluyla ulaşılabilir.

Platon'da da benzer bir anlayış söz konusudur. Platon teorik (kuramsal) bilimleri yani bilgiyi, kendi iyi'mizi anlamak için bir ön koşul olarak görür. Oysa Aristoteles, etiği kuramsal bilimlerden ayırır. Kuramsal ya da teorik bilimlerin amacı bilgi iken Aristoteles'te teorik bilginin amacı, eylemdir. Çünkü bilgi tek başına insanın mutlu olmasını sağlamaya yetmez. O yüzden eyleme dönüşmesi gerekir.

Aristoteles'in Etiği

Aristoteles'in etiği'nin en temel kavramları öncelikle iyi-kötü, erdem ve eylem'dir. Etik üzerine yazdığı "Manga Moralia", "Eudemos'a Etik" ve "Nikomakhos'a Etik" adlı üç eserinde, insan için iyi olan yaşamın ne olduğu ve 'iyi'yi, dolayısıyla bireysel mutluluğu nelerin sağlayabileceğini ortaya koymaya çalışırken, "Politika" sında toplumsal mutluluk üzerinde durur. Ona göre insan, doğası gereği bir *zoon politikon* yani sosyal-politik bir hayvandır ve bir toplum içinde yaşmalıdır. Aristoteles, böyle bir insanı bazı temel etkinlikler üzerinden tanıtır.

Etkinlikler, Eylem, İyi, Erdem, Mutluluk

Aristoteles, insanın üç etkinlik alanından söz eder. Bilme, Eyleme, Yaratma. "Topikler" in VI. kitabında bu üç etkinliğe ait bilgi türlerini, Platon da olduğu gibi teorik, pratik ve uygulamalı bilgi olarak üçe ayırır. Aristoteles yine bu bilgilere dayanarak, "Metafizik" inde bilimleri, bilginin amacı doğrultusunda sınıflandırır.

Etkinlik / Bilgi / Bilim

1. Bilme / Teorik Bilgi
Teorik (Kuramsal) Bilimler (Theoria)
Metafizik, Fizik, Matematik, Biyoloji, Psikoloji.

2. Eyleme / Pratik Bilgi
Pratik Bilimler (Praxis)
Etik (Ahlak), Politika.

3. Yaratma / Uygulama
Uygulamalı Bilimler (Poiesis)
Bilgi, Poetika

Aristoteles'e göre etik, eyleme dayanan pratik bir bilimdir. Çünkü ona göre, bireysel ve toplumsal mutluluğa eylemle ulaşılır. Yani mutluluk bir tür eylemdir ve haz da onun doğal sonucudur. Eylemin taklidi bir eylem olan tragedia'nın yer aldığı Poetike ise yaratma ile ilgili olan Uygulamalı Bilimler'dendir. Fakat farklı bilim alanları oluştursalar da Poetike'yi, Etik'ten ayrı düşünmek mümkün değildir. Çünkü pratik bilimler, eylemin kaynağı olan insan ve karakterlerle ilgilendiği için, Aristoteles'in tragedia hakkındaki düşüncelerinden yola çıkılarak, tragedia da pratik bir bilim alanı olarak değerlendirilebilir. Sonuçta tragedia da eylemin taklididir ve bu eylem, oluşturduğu arınmayla kişiyi iyi'ye yöneltir (Tekerek, 2008).

Aristoteles'e göre, insan yalnızca doğruyu bilerek iyi olamaz; insan, iyi olan şeyi seçerek ve iyi eylemde bulunarak da iyi olabilir. O, Nikomakhos'a Etik ve Eudemos'a Etik'te bu görüşlerini ayrıntılarıyla ortaya koyar. Nikomakhos'a Etik, iyi'yi "her şeyin arzuladığı şey" olarak ifade ederek başlar. (Aristoteles, 2007: 1094a 5) Çünkü ona göre, her sanat ve araştırmamanın, her eylem ve tercihin arzuladığı şey iyi'dir. Bu iyi de insan yaşamının amacı olan mutluluk'(eidemos) tur.

Bilimler sınıflamasında ikinci sırada yer alan pratik bilimlerden Etik, iyi ve mutlu insanı hedeflerken, bir diğeri olan Politika, iyi ve mutlu toplumu hedeflemektedir. Bu hedeflere ulaşmanın yolu "iyi yaşam"dan geçer ve "erdem" iyi yaşamın koşuludur.

Aristoteles'e göre, insanlar iyi'ye ve mutluluğa üç farklı yaşamla ulaşabilirler. Bu yaşam biçimleri;

1. Haz yaşamı,
2. Siyaset yaşamı,
3. Theoria yaşamı'dır.

İşte insan, bu üç yaşam biçiminden birinde erdeme uygun etkinlik ve eylemde bulunarak iyiye ve insanın eylemlerinin amacı olan mutluluğa ulaşabilir. Fakat farklı yaşam biçimlerinin farklı iyi anlayışları vardır. Örneğin bazılarının amacı zengin olmak, bazılarının ünlü olmak ve bazılarının ise eylemlerinden sadece haz almaktır. Haz yaşamı, kaba saba insanlara özgüdür ve bu yüzden Aristoteles'e göre, insan için iyi bir yaşam değildir. Siyaset yaşamı, onur peşinde koşanlar, seçkinler ve eylem adamları içindir. Oysa onur, erdemlerinden ötürü onurlandırılanlara değil onurlandıranlara bağlıdır. Dolayısıyla bu da uygun bir yaşam değildir. Aristoteles'in en mükemmel yaşam olarak gördüğü, theoria yaşamıdır. Çünkü akla, erdeme uygun etkinliği sağlayan odur (Aristoteles, 2007: 1177a 15) Böylece Aristoteles, akla uygun yani theoria (felsefi) yaşamı ilk sıraya koyarken, etik erdemlere uygun olan politik yaşamı ikinci derecede mutluluk veren yaşam olarak nitelendirmiştir (Çankaya, 2010: 109). Haz yaşamı ise son sırada yer alır. Aslında haz, her eylemin bir sonucu olarak vardır fakat en yüksek hazı, düşünme ve ahlaksal eylem sağlar. Ancak erdemli insanın hazı, gerçek hazdır. Aristoteles'e göre, pratik eylemden çok, kuramsal eylem insana özgü eylemdir (Arat, 1996: 25).

Peki, hangi tür eylemler ya da etkinlikler bizi asıl olan iyi'ye yani mutluluk'a (eudaimonia) götürür?

Aristoteles'e göre insanların davranış veya eylemlerinde peşinden koştukları iyi, temelde "kendisi için istenen" bir şey, kendisinden öte herhangi bir şeyin elde edilmesi için bir "araç olarak istenmeyen" şey olmak zorundadır (Arslan, 2007: 244) İnsan, hedeflenen bu iyi

yaşama ancak ruhun, akla uygun eylemler ve etkinlikleriyle ulaşabilir. Çünkü insan akıl sahibi bir varlıktır. Mutluluk ve insansal iyi de, ruhun erdeme uygun etkinliğidir (Aristoteles, 2007: 1098a 15). Fakat herkes akıl sahibi olmasına rağmen herkes erdeme uygun eylem ortaya koymamaktadır. Burada önemli olan akıl sahibi olmaktan çok, aklın doğru ve etkin kullanımınıdır. Aristoteles bunu, ruhu ve erdemi ele alarak açıklıyor.

Peki, ruh nedir? Erdem nedir?

Aristoteles'te insan, beden ve ruh'tan oluşur. O, düşüncelerimizin ve eylemlerimizin kaynağı olan ruhu,

- Akıldan yoksun yan,
- Akıl sahibi yan, olarak ikiye ayırarak inceler.

İnsanın doğup, büyüme, beslenmesiyle ilgili bütün canlılarda ortak olan bitkisel ruh ile hayvanlarla paylaştığı yani duyum, hareket, hissetme, tepki verme gibi özellikleri kapsayan hayvansal ruh, ruhun akıldan yoksun yanına aittir.

Aristoteles ruhun akıl sahibi olan yanını da ikiye ayırır. Biri, insanı insan yapan özelliği olan asıl anlamında akıl ve diğeri akıl-dışı olan ama akıldan pay alan ancak aynı zamanda akla direnebilen, karşı çıkma gücüne sahip olan arzulayan ya da iştah duyan kısım. Akıl da teorik ve pratik akıl diye ikiye ayrılır. Teorik akıl, ezeli-ebedi nesnelere, varlığın ve bilginin ilk ilkelerini araştırırken; pratik akıl, gündelik yaşamı, istek, arzu ve iştaha'yı konu alır.

Aristoteles, erdemleri de ruhtaki bu bölümlere aracılığıyla belirleyerek şöyle ifade ediyor: "Kimi erdemlere düşünce erdemleri, kimine de karakter erdemleri diyoruz, bilgelik, doğru yargılama, akli başındalığa düşünce erdemleri; cömertliğe, ölçülülüğe ise karakter erdemleri diyoruz (Aristoteles, 2007: 1103a 5). Düşünce erdemleri, daha çok eğitimle oluşup gelişir ve deneyim ile zamana dayanır. Karakter erdemleri ise alışkanlıkla ve yapa yapa huy edinilir. Bilim ve

sanat, düşünce erdemleri arasında yer alırken; korku, haz, cesaret karakter erdemleri arasında yer alır.

Aristoteles'in etik anlayışının temelini oluşturan insani iyi ya da mutluluk, ruhun erdeme uygun etkinliğidir. Erdem, orta olandır. Aristoteles, "Eudemos'a Etik"inde "her nesnede bir aşırılık, bir eksiklik ve bir orta var. (...) Orta olan bize göre en iyi. Çünkü bu, bilginin ve aklın buyurduğu gibidir" (Aristoteles, 1999: 1220b 20) der.

Aristoteles'in etik anlayışı, genel olarak iyi nedir, Doğru eylem nedir?, Haz nedir?, Mutluluk nedir?, Erdem nedir?, gibi soruların cevaplarına odaklanmasından dolayı Normatif (kapsayıcı) Etik olarak algılanabileceği gibi, etiği akılla bağlantılı olarak ele almasıyla Sokrates geleneğine bağlı bir filozof olmasına dayanarak da Akılsalci (teorik) Etik kapsamında değerlendirilebilir.

Nietzsche'nin, felsefenin Yunan'da Sokrates'le bittiğini söyleyerek, ağır bir şekilde eleştirdiği akılsalci anlayış, o dönemde hem pratik hayatta hem de tragediada söz konusudur. Çünkü Sokrates öncesi, trajik çağ denen dönemde temel iki öge vardır. Biri Dionysosça olan, diğeri de Apollonca olan. Apollon akı; Dionysos ise duygusal olanı, taşkınlığı, akıldışılığı temsil eder. Nietzsche'nin itirazı, Sokrates'in, felsefenin üç temel kavramı olan doğru, iyi ve güzel'i, sadece akla uygun olan olarak tanımlaması ve duygusal olanı, akıldışı olanı yok saymasıdır. Yani bilgi ve akıl öne çıkarılarak, Dionysosça olan yok sayılmaktadır. Dolayısıyla akıl ve bilgi her şeye egemendir. Euripides'de aynı şeyi tragedia'larında yapmış ve mitos'u öldürmüştür (Soykan, 2003: 39).

Tragedia yarışmalarının kurucusu Peisistratos'un da amaçlarından biri, halkın yaratmış olduğu bir sanat biçimini, onların kültür düzeylerini yükseltmek için kullanmaktır. Atina tragedia'sı, başlangıçtan beri Atina halkının maddi ve toplumsal ilerlemesine sıkı sıkıya bağlı olmuştur. (Thomson, 1990: 227) Dolayısıyla Aristoteles'e gelindiğinde, mevcut böyle bir yapı ve ortamın, kitlelerin hareketlendirici gücü

olması, o günün Antik Yunan toplumunda eylem üzerine kurulan tragedia'nın bireysel ve toplumsal etiğin oluşturulması ve sürdürülmesi konusundaki işlevi, etkisi ve önemi açıklar.

Poetika, Mimesis, Tragedia, Katharsis

Aristoteles'in etiğine genel bir bakıştan sonra, onun sanatlarla ilgili görüşlerinin yer aldığı eseri Poetika'da ele alınan ve bir tür ruhsal arınma olan katharsis'ini bu genel bakıştan yola çıkarak değerlendirmeye çalışacağız. Aslında katharsis, onun etik anlayışının, sadece insanın eyleme alanıyla sınırlandırılmayacağını bir kanıtı gibidir. Çünkü tragedia, poiesis yani bir yaratma alanının etkinliği olmasına karşın, bu eylemin sonucunda ortaya çıkan katharsis, etik bir durumdur. Onun etiği ereksel bir etikdir ve o, her eylemin kendisinden başka bir şeye yöneldiğini ve değerinin bu şeyi yaratma eğiliminden doğduğunu söyler (Arat, 1996: 24). Dolayısıyla tragedia'nın yaptığı da bir anlamda eylemin taklidi yoluyla oluşan iyi eylemi yani katharsis'i ortaya koymasındır. Çünkü tragedia, oyun akışı süresince acıma ve korku duyguları yaratarak seyircinin bu duyguları günlük yaşamına aktarmasını sağlayan bir "özdeşleşme" yaratır. Katharsisin gerçekleşmesinin koşulu olan bu özellik aynı zamanda tragedianın toplumsal boyutunun da bir göstergesidir.

Aristoteles, Poetika'da her çeşit sanatın özünün taklit, yani mimesis olduğunu belirtir. (...) epos, tragedia, komedia, dithrambos şiiri ile flüt, kitara sanatlarının büyük bir kısmı, bütün bunlar taklittir (mimesis) (Aristoteles, 2007: 1447a 2). Fakat taklit olan sadece bu sanatlar değildir. Sadece edebiyat ve müzik sanatları değil, aynı zamanda figüratif sanatlar da taklide dayanır. Dolayısıyla her tür sanatın özü taklit yani mimesis'tir (Tunalı, 1996: 98).Sanatların hepsi ritim, söz veya harmoni aracılığıyla taklit ederler. Örneğin flüt, kaval ve kitara sanatı yalnızca harmoni ile ritmi kullanırken dans sanatı ise figürleri biçimlendiren ritmi kullanır. (Aristoteles, 2005: 11).

İnsan, doğası gereği taklide yatkındır. Doğuştan sahip olduğu taklit içtepisi sayesinde diğer canlılardan ayrılır ve ilk bilgilerini de taklit

yoluyla edinerek bunun sonucunda bir hoşlanma duyar. Sanatsal yani poiesis olarak taklit (mimesis)'i sanı, aldatma anlamında ele alıp olumsuzlayan Platon'a karşın Aristoteles, mimesisi, gerçekliğin ve gerçek olanın taklit yoluyla kopya edilmesi anlamında ele alır. Bütün sanatlar, taklit etmede kullanılan araçlar, taklit tarzı ve taklit edilen nesnelere bakımından birbirlerinden ayrılırlar (Aristoteles, 2007: 1447a 11). Bazı sanatlar renk ve figürle, bazı sanatlar sesle taklit ederlerken bazı sanatlar da taklit etme tarzları bakımından hikâye etme ve drama (tiyatro sanatları) şeklinde ayrılırlar. Konumuzla asıl ilgisi açısından baktığımızda tragedia'da, eylem halindeki kişiler taklit edilir.

Aristoteles, her sanatın objesinin insan yani mimetik objenin insan olduğunu söyler. İnsan bir eylem varlığı olarak belirlenmesini ahlâk dünyasında bulur. İnsanların iyi, yani ortalama insanın üstünde, ortalama ve ortalamanın altında şeklinde taklidin objesi olması, sanatın etik (ethos) yönünü belirler. Her sanatın bir taklit aracı olarak bir objeye yönelme gereği bulunması, her objenin de iyi, ortalama ve kötü olma durumu nedeniyle her sanat, zorunlu olarak bir etik değeri gerçekleştirecek ve zorunlu olarak bir ahlâki temele dayanmış olacaktır (Tunalı, 1996: 101).

Aristoteles, bütün sanatlarda taklit edilen nesne konusunda da şunları söylüyor: "O halde taklit edenler (sanatçılar), eylemde bulunanları taklit ettiklerine göre, buradan zorunlu olarak şu sonuç çıkar: Eylemde bulunanlar ya iyi ya da kötüdürler; insanlar, karakter bakımından iyi ya da kötü olmaları bakımından birbirlerinden ayrıldığına göre, bütün ahlaksal özelliklerimiz dönüp dolaşıp sonunda bu iyi-kötü karşıtlığına varır. Buna göre ozanlar, ya ortalama insandan daha iyi ya da daha kötü olanları yahut da ortalama insanların eylemlerini taklit ederler"(Aristoteles, 2007: 1448a 13). Bu durumda sanatın ahlaki yönünü belirleyen, taklit objesi yapılan insanın ahlaki özelliğidir. Eğer taklit objesi yapılan insan iyi ise taklit de iyi, kötü ise taklit de ahlaki yönden kötüdür (Tunalı, 1996: 101)." Tragedia ve komedia arasındaki

bir ayrılık da yine bu noktada bulunur; çünkü komedia, ortalamadan daha kötü karakterleri, tragedia ise ortalamadan daha iyi olan karakterleri taklit etmek isterler" (Aristoteles, 2007:101). Tragedia'nın bu özelliği Aristoteles'in ona, sanatlar özellikle edebi sanatlar içinde en üstün yeri vermesini sağlamıştır.

Aristoteles'in tragedia'ya olumlu bakışını sağlayan en önemli nedenin, aslında tragedia'nın amacından ve sağladığı kathartik etkiden kaynaklandığı söylenebilir. O, tragedia'yı ahlaksal bakımdan ağır başlı, başı ve sonu olan, belli bir uzunluğu bulunan bir eylemin taklidi olarak açıklar. Aristoteles'e göre tragedia'nın ödevi, uyandırdığı acıma ve korku duygularıyla ruhu tutkularından temizlemektir (Aristoteles, 2007:1449a, 22), yani arınma anlamındaki katharsis'tir. Aristoteles, erdemleri tanımlarken ruhta bulunan şeylerin üç tür olduğunu belirtir. Kısaca, tutkular, yetiler, huy ya da karakterler. Tutkular derken de arzu, öfke, korku ve acıma (merhamet) gibi kendilerine haz veya acının eşlik ettiği duyguları ifade eder (Arslan, 2007: 259).

Tragedia'da katharsis'i oluşturan nedir ve sözü edilen nasıl bir arınma'dır? Aristoteles'e göre, eyleme dayalı bir sanat olan tragedia'nın asıl amacı, tamamen psikolojik olan korku ve acıma duyguları aracılığıyla arınmaya, katharsis'e varabilmektir. Buradaki acıma, kahramanın çektiği acılar karşısında hissedilen duygudur; korku ise kahramanı tehdit eden belirsiz güçlerden duyulan korkudur. En iyi tragedia, işte bu duygu etkisini en iyi uyandıran tragedia'dır. Tutarlı ve anlamlı bir olay örgüsü tragedia'nın başlıca hedefidir (Tanner, 2007: 710) Aristoteles, bu acıma ve korku duygusunun öykü ve olay örgüsünden kendiliğinden doğması gerektiğini belirtir (Aristoteles, 2007: 1453b). Katharsis, tamamen etik bir kavramdır ve ethos ile ilgilidir. Özü itibarıyla etik olan tragedia, kathartik bir sanat olarak da ahlaki bir sanattır (Tunalı, 1996: 117). Katharsis süreci, duyguların doğru oranda, doğru zamanda, doğru kişiye yönlendirilmesi ile sonuçlanır ve bizi duygularımızda ölçülü olmaya götürür. (Aristoteles, 1987: 161).

"Tragedia bir eylemin taklididir. Bu eylem, karakter ve düşünce bakımından belli bir özellikte olması gereken eylem halindeki kişilerce temsil edildiğine göre (...), o halde karakter ve düşünce, trajik eylemin iki etkeni olarak ortaya çıkar; kişiler, eylemlerinde bu iki etkene uyarak ereklerine (mutluluğa) ulaşırlar ya da ulaşamazlar" (Aristoteles, 2007: 1450a 23).

Aristoteles, tragedia kişilerin değil, tersine onların eylemlerinin, mutluluk ve felaket içinde geçen bir hayatın taklididir, der. Tragedia'da acıma ve korku uyandıran eylemler ne kadar yoğunlaşırsa, tragedia'nın duygu etkisi o kadar çok artar. Burada kural, trajik kahramanın mutluluktan felakete geçmesidir. Fakat bu tamamen kendisine ait bir "yargı hatası" (hamartia) yüzünden olmalıdır. Çünkü eğer kahraman kötü olsaydı bu durum hiçbir acıma uyandırmayacak, eğer iyi olsaydı acıma değil öfke ve nefret uyandıracaktı. (Tanner, 2007: 712). Max Scheler, böyle bir durumda, trajik olayın neden olduğu trajik keder'in seyirciyi kızdırmadığını çünkü seyircinin, olayın başka türlü olup bitmiş olacağını aklından bile geçirmediyi söylüyor. Bunu kavrayan seyirci, sonucun başka türlü olamayacağını anlayarak, varlığının derinliğine kadar etkilenecek değişiyor (Kuçuradi, 2009: 23).

Tragedia, bizden daha iyi olanların taklididir (Aristoteles, 2005: 1454b 10) ve işte ortalamanın üstündeki bir kahramanın başından geçen bu talihsiz olaylar karşısında hissedilen acıma ve aynı şeylerin kendi başlarına da gelebileceği düşüncesinin oluşturduğu korku, bunların hiçbirini yaşamamış olmasının getirdiği rahatlama ile birleştiğinde ortaya çıkan katharsis yani yoğun coşkunun sonucunda oluşan rahatlama, arınmadır. Bu nedenle bu trajik eylem, ahlaki bir özelliğe sahiptir ve seyircide ahlaki duygular uyandırır. Fakat M. Tanner, tragedia'nın ahlaki etkilerinin, daima onun sanatsal etkilerinden çıktığını söyler. Sanatsal etkiyi yaratan en önemli unsurlardan biri müziktir. Bu nedenle katharsis'in ortaya çıkmasında müziğin rolünü vurgulamak

gerekmektedir. Çünkü tragedia'nın kökeni, Aristoteles'in de söylediği gibi Dionysos şerefine söylenen bir hymnos, yani tanrılar ve kahramanlar şerefine söylenen şarkılardan olan dithyrambosların gelişmesine dayanır. (Çelgin, 1990:70).Dionysos şenliklerinde,kıtaları okuyan korobaşı ile nakaratları okuyan koro (Bakkhalar korosu) karşılıklı söyleşirler. Tragedia'nın müzik eşliğinde söylenen bölümleri olan "parados" ve "stasimon"lar koro tarafından müzik eşliğinde şarkı biçiminde söylenirken; "kommos"lar koro ve solo şarkıcı tarafından karşılıklı okunan bölümlerdir. (Aristoteles, 2005: 107).

Aristoteles, Politika'sının VIII. kitabında müziğin yararlarından söz ederken, özellikle onun, eğitim ve arındırma yani katharsis amacıyla zihinsel bir vakit geçirme yolu olarak, dinlenmek ve gerildikten sonra gevşemek için kullanımından söz ediyor (Aristoteles, 2004: 245). (Aristoteles tam burada, katharsis konusunu, Poetika üzerine adlı yapıtında, daha ayrıntılı olarak duracağını belirterek kesiyor. Fakat bu konunun kayıp olan Poetika II. de olabileceği düşünülüyor. Söz konusu kitabın bazı bölümleri, bugün Paris'te "The Tractatus Coislinianus" adı altında korunmaktadır). Aristoteles, şarkıların karakter, eylem ve coşkuyla ilgili olarak sınıflandırıldığından söz ederek, müziğin sadece bir tek amaçla değil, eğitim, katharsis (arınma) ve eğlenme amacıyla da kullanılabileceğini belirtiyor (Aristoteles, 1987: 57) ve arındırıcı müziğin insanlarda yücelme duygusu oluşturduğunu, bundan da yararlanılması gerektiğini ifade ediyor (Aristoteles, 2004: 245).

Müziğe, tüm sanatların en taklitçisi olarak bakan Aristoteles'e göre, müziksel sesler aracılığıyla her şeyden önce insanların ahlaksal durumlarının taklit edilmeleri amaçlanmaktadır. Bir başka deyişle, müziğin en başta gelen işlevi, bireylerin ahlaksal açıdan iyi birer insan olmaları amacına hizmet etmek olmasıdır. Ayrıca Aristoteles'e göre; müziğin bir karakter oluşturma gücü de vardır" (Çelik, Özne Kitap, 168).

SONUÇ

Aristoteles'in etik anlayışı, iyi-mutlu insan ve yaşama nasıl ulaşılabileceği sorusunun yanıtına odaklanmıştır. Dolayısıyla o, bütün sorgulamalarını akıl, erdem, irade, karakter, eylem üzerinden yapmaktadır. Birey için iyi olanın devlet için de iyi olacağını dolayısıyla iyi-mutlu insan hedefine ulaşmanın, devletin görevlerinden olan eğitimin de desteğiyle gerçekleştirilebileceğini, pratik bilimlerin iki alanı olan Etik ve Politika aracılığıyla ortaya koymuştur.

Sanatlara ve katharsis'e bakışında da aslında bu anlayış vardır. Çocukların ve gençlerin eğitimi genel eğitim sistemleri içinde verilirken, yetişkinlerin eğitimi bir ölçüde tragedia'lar ve katharsis aracılığıyla yapılmaktadır. Çünkü katharsis hem etik, hem eğitsel hem de tıbbi olarak bir öneme sahiptir. Bu önem bireysel olduğu kadar toplumsaldir da. Aristoksenos, Pythagorasçılarının bedenlerini arındırmak için tıbbi, ruhlarını arındırmak için de müziği kullandıklarını söyler. Dolayısıyla katharsis sözcüğünün tıbbi bir tabir olduğuna ve arınma anlamına geldiğine kuşku yoktur (Aristoteles, 2008: 170). Aynı zamanda sözcüğün ve arınmanın dinsel ve törensel bir yanı da vardır. Karakterleri ve ahlaksal eylemleri taklit eden müziğin de etkisiyle birikmiş duygu ve coşkunun boşaltılıp sakinleşme ve normal duruma dönme süreci hızlandırılmaktadır.

Duygusal bir rahatlama ifade eden katharsis, seyircinin trajik bir öykü aracılığıyla öyküdeki kahramanın uğradığı olumsuzlukları gördükten sonra empati kurarak kendini şanslı hissetmesinin sağladığı iyimserlik tragedia'nın en önemli özelliğidir.

Sonuç olarak; tragedia, katharsis, müzik ve dans aracılığı ile ruhun dinginleştirilmesi yani katharsis (arınma) konusu, Aristoteles'ten önce Platon tarafından da ele alınmasına rağmen, yaygın olarak Aristoteles ile birlikte anılmaya ve yazılmaya devam edecek gibi görünmektedir.

KAYNAKÇA

Arat, Necla, (1996). Etik ve Estetik Değerler, İstanbul: Telos Yayıncılık.

Aristoteles, (1987). Poetics with the Tractatus, reconstruction of Poetics II, and the fragments of On Poets, çev. R. Janko, Indianapolis: Hackett Publishing Company.

Aristoteles, (1999). Eudemos'a Etik, çev. S. Babür, Ankara: Dost Kitabevi.

Aristoteles, (2004). Politika, çev. M. Tuncay, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Aristoteles, (2005). Poetike, çev. N. Kalaycı, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Aristoteles, (2007). Poetika, çev. İ. Tunalı, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Aristoteles, (2007). Nikomakhos'a Etik, çev. S. Babür, Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

Aristoteles, (2008). Eğitim Üzerine, edit. J. Burnet, çev. A. Aydoğan, İstanbul: Say Yayınları.

Arslan, Ahmet, (2007). İlk Çağ Felsefe Tarihi 3, İstanbul:

İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Aşkın Zehragül, (Güz 2009- Bahar 2010, 11-12. Kitap), "Aristoteles'te Mimesis, Kavramı", Özne Kitap.

Cevizci, Ahmet, (2001). İlkçağ Felsefesi Tarihi, Bursa: Asa Kitabevi.

Tanner Michael, (2007). "Estetik Tarihi", Felsefe Anskilopedisi 5. cilt, Edit. Ahmet Cevizci, Ankara: Ebabil Yayınları.

Çankaya, Aylin, (Güz 2009- Bahar 2010, 11-12. Kitap), "Aristoteles'te Mükemmel Yaşamın Neliği", Özne Kitap.

Çelgin, Güler, (1990). Eski Yunan Edebiyatı, İstanbul; Remzi Kitabevi.

Çelik, Sara, (Güz 2009- Bahar 2010, 11-12. Kitap), "Aristoteles'in Güzellik ve Sanat Üzerine Olan Görüşleri",Özne Kitap.

Kuçuradi, İoanna, (2009). Sanata Felsefeyle Bakmak, Ankara, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

Soykan, Ömer,N., (2003). Cogito- 36.sayı, İstanbul,YKY.

Tunalı, İsmail, (1996). Grek Estetik'i, İstanbul: RemziKitabevi.

Tekerek, N. – Tekerek, İ., (2008-26) Tiyatro Araştırmaları Dergisi, "Aristoteles'te Poetik ve Etik Bütünlük, Örneklerle Eylem, Karakter ve Erdem".

Thomson, George, (1990). Askhylos ve Atina, çev. M.H. Doğan, İstanbul: Payel Yayınları.

Bir Ürünün Pazarlanmasında Açık Hava Reklamlarının Tüketici Üzerindeki Etkisi

Müberra Bülbül¹

ÖZ

Bir ürünün bir olayın veya bir haberin duyurulmasını amaçlayan reklam sektörü günümüze değin birçok yöntem geliştirmiştir. Teknolojik ve ekonomik imkânlar reklam metalarını daha cazip hale getirmektedir. Açık hava reklamları, haberi yapılan ürünün daha geniş kitleye daha kısa sürede ulaşmasını sağlayan reklam aracıdır. Sokağa atılan ilk adımdan itibaren karşılaşılan açık hava reklamları fazlasıyla müşteriye ulaşmaktadır. Markasının akılda kalmasını isteyen ve pazarlama amacı güden şirketler bu alana yeterince zaman ve maliyet ayırmaktadır.

Araştırma konusunda yöntem olarak çeşitli tez ve makalelerin gözden geçirilmesi, literatür taraması ve internet kaynaklarının incelenmesi tercih edilmiştir. Açık hava reklamlarında kullanılan grafiksel öğelerin, verilmek istenen mesajın ve bütünlük pazarlama iletişiminin pazarlama sürecinde tüketici üzerindeki etkisi ve satın alma tercihi araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Açık hava Reklamcılığı, Grafik Tasarım, Pazarlama.

The Effect of Outdoor Advertising on the Consumer in Marketing of a Product

ABSTRACT

The advertising sector, which aims to announce an event or a story of a product, has developed many ways to date. Technological and economic opportunities make advertising products more attractive. Outdoor advertising is an advertising tool that allows the product to reach the wider audience in less time. From the first step on the street, the open air ads are reaching more customers. Companies that want to keep their brand in mind and aim at marketing devote enough time and cost to this area.

Review of various thesis and articles, review of literature and review of Internet resources were preferred as a method in the field of research. The effect of graphical elements used in outdoor advertising, the message to be given and integrated marketing communication on the consumer during the marketing process and purchasing preferences were investigated.

Keywords: Outdoor Advertising, Graphic Design, Marketing.

¹ Öğretmen, MEB Başakşehir Bilim ve Sanat Merkezi, muberrab@gmail.com



Resim 1. Kent içi açık hava reklamları (<https://www.york.ac.uk/study/undergraduate/courses/bsc-marketing/>)

GİRİŞ

Reklam sektöründe en çok kullanılan reklam türü açık hava reklamcılığıdır. Açık hava reklamlarının en önemli özelliği dikkat çekici ve akılda kalıcı olması, ilgi ve merak uyandırması, aynı anda birçok kitleye ulaşmasıdır. Üç boyutlu veya iki boyutlu olarak tasarlanan bu reklamlar caddelerde, otobüs duraklarında, bina yüzeylerinde, reklam panolarında, pencerelerde, taşıtlar üzerinde vs. karşımıza çıkmaktadır.

Açık hava reklamları görsellik açısından grafik tasarım öğelerinden form, renk, ritim, denge, doku ve vurguyu kullanır. Dünya üzerinde teknolojinin gelişmesi, endüstrileşmenin artması ve dijital sanat ortamının yoğunlukla kullanılması sonucu açık hava reklamcılığında fazlasıyla gelişme kaydedilmiştir. Uzmanlar tarafından tasarlanan reklamlar estetik kaygı taşımakta, rakiplerinden daha farklı ve yaratıcı olma çabası içine girmektedir. Bu reklamlar daha hızlı pazarlanabilmesi açısından da kullanılan kaliteli ve farklı malzemelerle fazlasıyla dikkat çekmektedir. Bir ürün veya hizmetin reklamının yapılmasını isteyen şirketler, kurumlar bu mecraya daha fazla pay ayırmaktadır. Geçmiş birikimlerle hızlıca

gelişen bu sektör bazı temel disiplinleri de içinde barındırmaktadır.

1. Reklamcılık

Reklam terimi Latince 'çağırma' anlamına gelen 'clemere' fiilinden türetilmiştir (Kornrumpt, 1989: 195). Bir olayın veya bir olgunun ya da haberin belirli bir insan topluluğuna duyurulmasıdır (Taş ve Şahin, 1996: 9). Reklamın amacı çok fazla kişiye aynı anda ulaşmaktır. Reklamın özellikleri ise şunlardır:

1. "Reklam bir bedel karşılığı yapılır,
 2. Reklam yapan kaynak bellidir,
 3. Reklam kitle iletişim araçları yolu ile gerçekleştirilir,
 4. Reklamda ürün, hizmet ve düşünceler hakkında bilgi verilir." (Erol, 2006: 8).
- Bir diğer anlamıyla reklam; kişisel olmayan bir satış çabası, bir pazarlama iletişimi yöntemidir (Cemalcılar, 1994: 286). Reklam; kitleleri belli bir düşünceye yöneltmek, onları bir davranışa ikna etmek, bir görüşü benimsemelerini sağlamak, konuyla ilgili bilgi vermek ve onların dikkatini çekmek amacıyla yapılan 'duyuru'dur.



Resim 2. Cadde kenarında bir reklam panosu, Başakşehir. (Bülbül, 2018).

Beasley ve Danesi (2002: 9) reklamın 'sanat' olduğu görüşündedir. Reklam bir sanattır, çünkü reklamlar bireylerin ürün ya da hizmeti nasıl algıladıklarını saptamak ve etkilemek üzere tasarlanmış estetik teknikler bütünüdür. *"Modern toplumlarda reklam, sosyalleşmenin kurumsal bir aracı olarak var olur ve endüstriyellemiş Batı toplumlarının resmi sanatıdır"* (Williams, 2003: 4).

Reklam; bir hizmet, ürün, şirket ya da fikir konusunda bilinci oluşturmak için kullanılan en güçlü araçtır. *"Eğer reklam yaratıcı bir nitelikte hazırlanmışsa, bir imaj, hatta bir derece tercih nedeni veya en azından markanın kabul edilebilirliğine zemin hazırlayabilir"* (Kotler, 2012: 151).

Reklamda mesajın hedef kitleye ulaşması önemlidir. Ürünün markasını akıllara yerleştirmek ve onlara yeni bakış açısı kazandırmak amaçlanmaktadır. Reklam yap(tır)anlar hitap edeceği toplumun kültürel yapısını, milli ve manevi değerlerini göz önünde bulundurarak halka ulaşmaya çalışmalıdır.

Reklamcılık, pazarlanmak istenen ürünün dikkatleri üzerine çekmesini sağlamaktadır. Reklamcılık Sanayi Devriminden sonra daha çok önem kazanmıştır. Kitleli üretim arttıkça reklamcılık alanı büyük bir sektör haline almıştır. Televizyonun keşfi ve yazılı basının etkisini yitirmesiyle birlikte reklamcılık sektörü ekonomik olarak pek



Resim 3. Bina giydirme reklamı, Yenibosna. (Bülbül, 2018).

fazla güç kaybetmemiştir. Reklamcılar ve marka sahipleri müşteriye ulaşmanın yolunu, bulunduğu zamanın imkânlarına ve toplumun kültürel yapısına uygun olarak hazırlamıştır. Reklamcılıkta tanıtımın yol ve yöntemlerini kullanarak müşteri ile ilişki kurma ve onlara sosyal, ekonomik ve psikolojik yönden ulaşabilme amaçlanmaktadır. Pazarlama yönteminde müşteriye çeşitli alternatifler sunularak onlara istediğini seçmekte özgür olma hissi yaratmaya çalışılır. J. K. Galbraith; 'ikna edici' reklamın sonucunu 'bağımlı etki' kavramıyla açıklamaktadır. Tüketici kendi ihtiyaçlarına karşılık değil de reklamı yapılanaya karşı istek duymaktadır. Reklamcılar tüketiciden aldıkları dönütlerle yeni ihtiyaçlar yaratarak müşteriyi doyumayı amaçlamaktadır. Reklamcılıkta görsel ve psikolojik algı, benimsenen ahlaki ve kültürel değerler, toplumun alim gücü tanıtım ve pazarlama sürecini yönlendirmektedir.

1.1. Tanıtım ve Halkla İlişkiler

Reklamcılıkta tanıtım yöntemleri ve halkla ilişkiler birimi markanın hitap edeceği çevreyi etkilemesini ve kitlenin desteğini almasını sağladığı planlı bir organizasyon sistemidir. Firma ile firmanın çevresi arasında iletişim kurarak markanın kabulünü sağlamaktadır. Günü kurtarmak için değil de markanın sürekliliğini amaçlayan yönetim sürecidir. Firmayı/ürünü çevreye tanıtarak bir nevi çevrenin sempatisini kazanmaktadır. Hedef kitleyi ikna etme yöntemiyle ürünün tanıtımını yapmaktadır.

Halkla ilişkiler çeşitli donanımı ve eğitimi gerektirmektedir. Bu sebeple birçok üniversitede bölüm olarak okutulmaktadır. Halkla ilişkiler birimi kurumsal bir kimlik yaratarak çalıştığı kurumun menfaatini gözetmektedir. Sosyal sorumluluk içerisinde hedef kitleyi etkilerken olumlu tutum



Resim 4. Cadde kenarında hızlı yemek reklamı, Kayaşehir. (Bülbül, 2018).

geliştirmeyi amaçlamaktadır. Tanıtım araçlarından broşür, afiş, haber bülteni vs. gibi iletişim ve etkinlik alanlarını düzenlemektedir. Halkla ilişkiler uzmanı kurumun saygınlığını artırmak için çabalarken aynı zamanda iletişim yeteneği kuvvetli, araştırma merakı olan, girişken ve toplumun nabzını tutan özelliklere sahip olmalıdır.

2. Pazarlama

Pazarlama sürecinde firmanın kâr amacı gözlenmektedir. Pazarlama, bir ürünün üreticiden tüketiciye aktarılmasında rol oynayan tüm faaliyet ve organizasyonu kapsamaktadır. "Pazarlama; bir işletmenin ürünlerine olan talebi belirlemek, uyarmak, doyurmak, ürün ve hizmetleri en etkin biçimde hazır bulundurarak talebi karşılamak ve kar elde etmek üzere yapılan işletme faaliyetleridir" (Tek, 1990: 3). Belirlenen bir ürün veya hizmetin

öncelikle müşteri talebinin oluşturulması ve bu talebi doyurabilmek adına tüm plan ve programların yapılması, ürünün geliştirilmesi ve değerinin biçilmesi, dağıtımının yapılması ve yeni taleplerin oluşturulması etkinliklerinin tümü pazarlamayı içermektedir.

Geleneksel reklam ve pazarlama modellerinden olan AIDA modeline göre; reklam pazarlamasının dört ana bileşeni bulunmaktadır. Bu bileşenler; dikkat çekme (attention), ilgi uyandırma (interest), arzu (desire) ve harekete geçirmedir (action). Günümüzde ise bu reklam ve pazarlama modeli, satış odaklı olması yönünden eleştirilmekte ve yeni yaklaşımların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Özdemir, 2016: 52). Pazarlanacak ürünün reklamı tasarlanırken bu model bileşenlerinden her biri satışın gerçekleşmesi adına önemlidir.



Resim 5. Araç giydirme, K.çekmece. (Bülbül, 2018).

Değişen ve gelişmekte olan günümüz reklam sektöründe müşteriye o ürünü satın gelir kazanmak yanında geri dönüşümleri değerlendirmek, yeni talepler elde etmek ve kulaktan kulağa pozitif yayılım sağlamak markanın prestijini artıracaktır.

Bütünleşik Pazarlama İletişimi

Bütünleşik pazarlama iletişimi; tanıtım ve halkla ilişkileri, doğrudan pazarlama yöntemini, kişisel satış ve çeşitli pazarlama etkinliklerini bir arada kullanarak oluşmaktadır. Son yıllarda daha bir önem kazanan bu yöntem marka ve pazarlamanın tüm bileşenleriyle oluşturulan bir süreçtir.

"Amerikan Reklam Ajansları Birliği'ne göre Bütünleşik Pazarlama İletişimi, reklam, doğrudan tepki, satış tutundurma ya da halkla ilişkiler gibi çeşitli iletişim disiplinlerinin stratejik rolünü değerlendiren ve tüm bu disiplinleri açıklık, tutarlılık ve en yüksek iletişim etkisi sağlamak üzere kapsamlı bir planla birleştirerek

katma değer yaratan bir pazarlama iletişimi planlaması kavramı olarak tanımlamaktadır" (İlgazi, 2007).

Bir markanın/ürünün reklamı yapılırken hedef kitleye bir mesaj aktarılmaktadır. Ürünün ambalajından basın reklamlarına kadar tüm süreçler bu mesaja hizmet etmelidir. Ürünün pazarlanmasındaki tüm unsurlar birbiriyle tutarlı, istikrarlı ve planlı bir organize halinde gerçekleşmelidir. Bütünleşik pazarlama iletişimi tüm bu süreci yöneten ve koordinasyonu sağlayan iletişim modelidir. Bu planlı yönetim şekli hedef kitlenin markaya bağımlı olmasına da hizmet etmektedir.

Açık Hava Reklamcılığı

İngilizce karşılığı 'outdoor' olan açık hava sektörü evimiz dışında adım attığımız hemen hemen her yeri kapsamaktadır. Caddeler, sokaklar, parklar, duraklar, ulaşım araçları, binalar yani şehrin her bir yanı açık hava reklamcılığında kullanılmaktadır. Bu reklam



Resim 6. Otobüs giydirme, Ataköy. (Bülbül, 2018).

aracında kitlenin anında mesajı alması beklenmektedir. Sokakta koşarken, araba sürerken, tramvayda giderken yani günlük yaşamda, dışarıda koştururken reklamın saniyeler içinde iletilmesi istenir. Bu sürede reklamın tekrarlanma şansı yoktur ve uzun zaman incelenme fırsatı bulunmamaktadır. Bu sebeple markanın/ürünün doğru şekilde algılanması söz konusudur.

Amerika Açık hava Reklamcılar Derneği (2015) açık hava reklamlarını; tüketicilere ulaşmak amacıyla tasarlanan, tüketicilerin evleri dışında karşılarına çıkan tüm medya formatları olarak tanımlamıştır (Akt. Özdemir 2016:15).Günlükşehir hayatınadaldığımızher an açık hava reklamlarına maruz kalmaktayız. İzleyip izlememe gibi seçeneğimiz bulunmamaktadır. Bu reklamların hemen her kitleye ulaşması ve görünür her yerde konumlanması mümkündür.

Açık Hava Reklamlarının Özellikleri

Sanayi Devriminden sonra üretim, satış, teknoloji ve ulaşım olanaklarının artmasıyla reklam sektörü gelişmeye başlamıştır. Avrupa'da sokaklar, caddeler görsel

tanıtımlarla süslenmeye başlamış, modern reklamcılığın doğmasına zemin hazırlamıştır. Grafik tasarım ile reklamcılık arasında güçlü bir bağ oluşmuş, Bauhaus okulu bu gelişime müthiş katkı sağlamıştır. 20. yüzyıl sanat ortamı grafik tasarımda da etkisini göstermiş; böylece açık hava reklamlarına o dönemin özellikleri yansıtılmıştır.

Günümüzde açık hava reklamcılığının ticari kaygı başladığından beri ortaya çıktığı düşünülmektedir. Açık hava reklamlarında belli kriterler önemli sayılmaktadır. Reklamın görsel yönden güçlü ve etkileyici olması, boyutunun büyüklüğü ve ürün başlığının akılda kalıcı olması o reklamın başarısını artırmaktadır. Reklamı yapılan ürün hakkında kısa ve öz bilgilendirme yapılması izleyenin merakını gidermektedir. Reklamın etkisini devamlı kılmak için sık aralıklarla çeşitli yerlere yerleştirilmesi hedef kitle tarafından markanın daha çok hatırlanmasını sağlamaktadır. Ürün veya hizmetin logosu reklam görselinde mutlaka yer almalıdır. İzleyenler metinleri okumasalar bile markanın logosunu hatırlayacaktır. Reklamda renk seçimi, ışık ve kontrastlık değerleri dikkat çekiciliği artıracak



Resim 7. Benzinlik reklamı, Ataköy. (Bülbül, 2018).

şekilde olmalıdır (Üsterman, 2009: 24-25). Açık hava reklamları sade, anlaşılır, büyük vurgular ve doğru renk kullanımıyla çarpıcı olacak şekilde hazırlanmalıdır.

Tanıtımı yapılacak ürün veya hizmete uygun reklam ortamının seçilmesi tanıtım başarısını artıran unsurlardandır. Özellikle kitlenin yoğun olduğu, her an tüketiciyle buluşacak alanlarda reklamın yer alması ve alışveriş merkezlerine yakın mesafede bulunması önem taşımaktadır. Bu mekânları hayal gücünü kullanarak yaratıcı etkide ve mali yönden hesaplı malzemeye tasarımı hazırlamak ürüne olan ilgiyi artırmaktadır.

Reklamlara yönelik tüketici toplumun gösterdiği tepkiler ekonomik, dini, ahlaki, psikolojik, kültürel ve sosyal açıdan farklılık gösterebilir. Reklamın olumlu tepki alması için reklamı yapan firmanın bu tutumlara dikkat etmesi gerekmektedir. Bu konuda birçok bilimsel araştırma yapılmış satın almada müşterinin olumlu bakış açısının sergilenmesi

adına kaynaklar bulunmaktadır. Reklamlar hitap edeceği kitle ile sosyal, duygusal, kültürel bağ kurabilmelidir. Hazırlanan reklam tasarımları markayı görünür kılmalı ve görsel dile uygun olmalıdır.

Reklamın amaçlarından 'satış'ın gerçekleşebilmesi için etkili iletişimin olması gerekmektedir. Bir ürün, alıcısı olmadığı kitleyle de iletişimini sağlam tutarak o kimseleri özendirilmeli ve satın alma niyetini oluşturabilmelidir. Bu sebeple ürün hakkında bilgi vermek, tüketiciyi motive etmek ve ürüne karşı pozitif tutum sergilenmesini sağlamak reklamın özelliklerini oluşturmaktadır.

Açık hava reklamlarının kullanıldığı alanlar; caddelerdeki billboardlar, afişler, bina yüzeyleri ve çatı reklamları, araç giydirme, cam yüzeyleri, zemin reklamları, toplu taşıma araçlarında iç ve dış alanlar, duraklar, eskavizyonlar (hareketli grafik içeren billboardlar), köprüler ve transit alanlardır.

Resim 2'deki reklam panosu işlek bir caddenin kavşağında yer almaktadır. Gidiş geliş yönlü anayolun tam ortasında iki taraflı hazırlanmış bir reklam aracıdır. Her sürücünün ve yayanın uygun bir mesafede görebileceği bir reklamdır. Solda yer alan kitap bu reklamın bir kitap tanıtımı olduğunu akıllara getirirse de yakınlaştıkça bir yayınevinin tüm kitaplarının reklamı yapıldığı anlaşılmaktadır. Reklamın sağ tarafında görünür büyüklükte yayınevi logosu yer almaktadır.

Grafik Tasarım

Becer'e (2013: 34-35) göre *"Tasarım bir problemin çözümü demektir. Tasarım; temelde bir hizmettir ve aynı zamanda müşterinin, ürünün ve pazarın özelliklerine ve koşullarına uygun mesajların etkili bir biçimde iletilme sorumluluğudur"*.

Tasarım belli disiplinlere uyan planlı bir etkinliktir. Sanat etkinliklerini içinde barındıran bazı kurallar çerçevesinde yaratılan çalışmalardır. Grafikselle öğelerin yer alması tasarımı grafik sanat alanına taşımaktadır. *"Tasarımcının görevi, sözcükler, imajlar ve diğer grafik tasarım elemanlarını bir araya getirerek görsel bir iletişim gestaltı kurmaktır"* (Selamet, 1996: 173).

Grafik tasarım görsel bir alandır. Tüm yazı, resim, şekil, renk, sembolleri içermektedir. Grafik tasarım bu nedenle birçok teknik ve disiplinle oluşturulmaktadır. Bu teknik ve disiplinleri kullanarak izleyene mesaj iletilmektedir. Grafik tasarımda en temel olarak sözcük ve resimler vardır. Bir kavramı, bir mesajı görsel yolla tipografik veya resimsel olarak aktarmayı amaçlamaktadır. Grafik



Resim 8. Köprü altı siyasi reklam, Yenibosna. (Bülbül, 2018).

tasarım teknolojiyle birlikte fotoğrafı, yazıyı, baskıyı, illüstrasyonu tasarımın ihtiyaçları doğrultusunda beraberinde kullanmaktadır.

Grafik tasarımın hedef kitleye ulaşmak için 'görsel iletişim' ağını sağlaması gerekmektedir. Bu alan görsel iletişim

sürecini estetik yollarla oluşturmaktadır. Kitlelere ulaşırken kendi içindeki çeşitli elemanları, teknik ve yöntemleri birlikte ele almaktadır. "Grafik tasarımın üç temel fonksiyonu vardır ve herhangi bir tasarım bu üç şekilde kullanılabilir. Bu grafik tasarımın rollerinden ilki kimlik belirleme; tasarımın ne olduğunu ya da nerden geldiğini söylemektir (imzalar, markalar, yayıncılar, matbaalar, semboller, firma logoları, ambalaj üzerindeki etiketler, vb.). İkinci rolü ise bilgilendirme tasarımı olarak geçen bilgilendirmek ve talimat verme görevidir (haritalar, diyagramlar, yönlevhaları). Üçüncü rolü ise bu ilk iki rolden farklı olarak sunma ve teşvik etme rolüdür (posterler, reklamlar). Bu rolün amacı ise bakışları tasarımın üzerine çekmek ve verilen mesajı hatırlanır kılmaktır" (Hollis, 2001: 10). Reklamın pazarlanması rolünde kullanılan açık hava reklamcılığı ürünü sunmayı, kitleyi satın almaya teşvik etmeyi ve tüm dikkatleri üzerine çekmeyi ve hatırlanmayı amaçlamaktadır.

Resim 3'deki görselde bina yüzeyinin komple reklam aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. 'Güllüoğlu Baklavaları' olarak markalaşan bu ürün kullandığı renkler, yazı stili, logosu, sloganı ile bir kimlik oluşturmaktadır. Binanın tüm yüzeyi ve perdeleri bir uyum içinde markanın reklamını yaparken müşteriyi buraya çekmektedir. Tüketiciyi ürüne teşvik etmek ve akılda kalıcılığı sağlamak üzere bu reklamda baklava fotoğrafı kullanılmıştır.

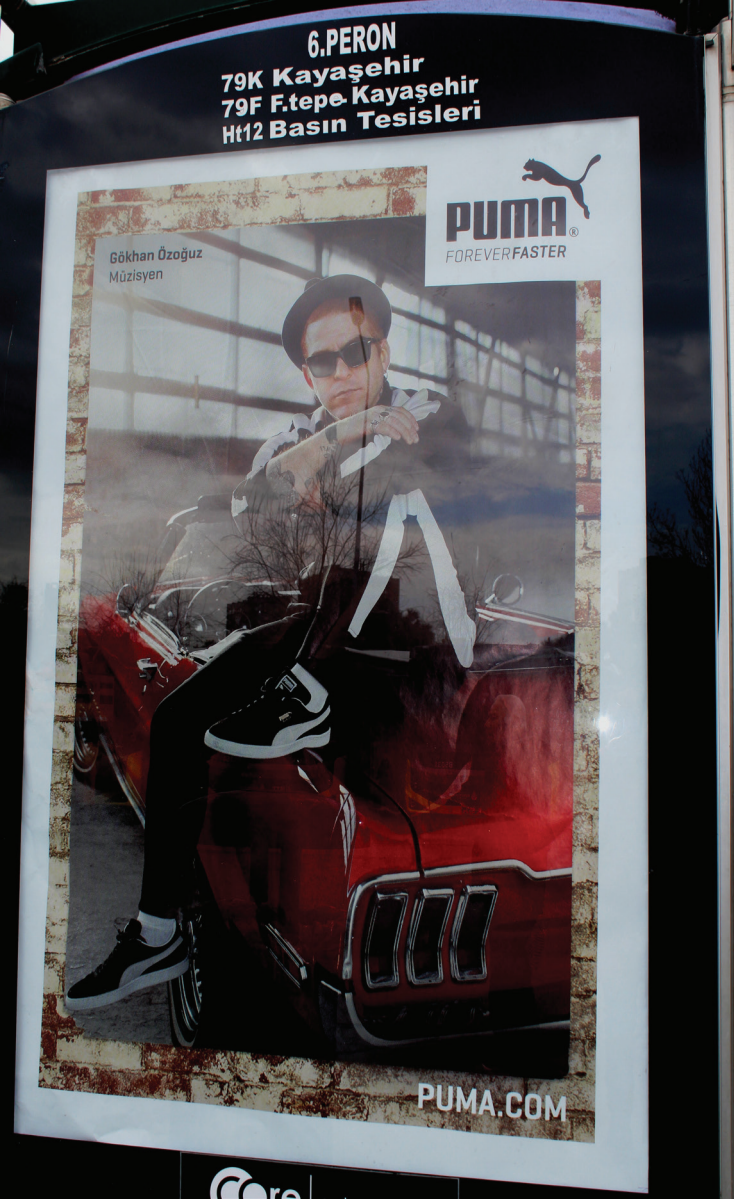
Grafik Tasarım Öğeleri

Grafik tasarımda dikkat edilen belli teknik ve unsurlar bulunmaktadır. Yapılan tasarımlar, estetik öğelerin yanı sıra görsel tasarım öğelerini de içine alarak bir bütünlük oluşturmaktadır. Görsel sanat alanı olan grafik tasarım öğelerinden bazıları açık hava reklamcılığına şu şekilde yansımaktadır:

1) Çizgi: Bir tasarımda kullanılan çizgiler izleyene optik yanılsama verebilir. Grafikte kullanılan çizgiler çeşitlerine (yatay, dikey, eğik vs.) göre bazı mesajlar iletmektedir.



Resim 9. Otobüs durağı reklamı, Yenibosna. (Bülbül, 2018).



Resim 10. Otobüs durağı reklamı, Yenibosna.
(Bülbül, 2018).

2) Renk: Renklerin psikolojik, kültürel ve toplumsal anlamları olduğu gibi duygusal anlamları da vardır. Tasarımda kullanılan soğuk, sıcak, zıt renklerin izleyende oluşturacağı algı farklıdır.

3) Doku: Tasarımda kullanılan ve tekrarlanan parçaların oluşturduğu doku, izleyene farklı çağrışımlar yapabilmektedir.

4) Biçim: Bir şeyin sınırlandırılmış hali formu oluşturmaktadır. Tasarımda biçim, iletilmek istenen düşüncenin veya mesajın somut bir şekle dönüşmüş halidir.

5) Vurgu: Tasarımda vurgulanan bir özellik dikkatlerin o yöne çekilmesine yardımcı olmaktadır. Tasarımın odak noktasını oluşturan vurgu, izleyenle ürün arasında iletişim kurmaktadır. "Vurgu, en önemli olana nasıl dikkatleri çekeceğimize" (Stewart, 2002: 3-15). "Bir öğenin boşluktaki pozisyonu ile diğerlerinden izolasyonu da vurguyu yaratabilir" (Lauer ve Pentak, 1995: 49).

6) Denge: Denge, bir tasarımdaki görsel ağırlığın eşit olarak dağıtılmasıdır (Lauer ve Pentak, 1995: 73). Görsel ağırlığı birçok özellik etkileyebilir. Bunlardan bazıları; doku, değer, çizgi, renk, şekil ve boyut olabilmektedir. Bir tasarım iki farklı denge unsuruyla ele alınmaktadır. Birincisi 'simetrik denge' yani bir eksene göre aynı mesafede olma, ikincisi 'asimetrik denge' yani bir eksene göre farklı mesafede yer almadır (Bevlin, 1994: 143). Simetrik dengede genellikle görsel öğeler birbirini tekrarlamaktadır. Asimetrik olanda ise görsel öğeler aynı ağırlıkta olmasına rağmen farklı özellikler taşımaktadır.

7) Zıtlık: Tasarımda renk, çizgi, biçim, ön-arka plan konularında zıtlık yaratmak izleyenin dikkatinin dağılmasına engel olmaktadır. Tasarımı daha ilgi çekici ve farklı kılan, tek düzelikten kurtaran unsurlardan en önemlisi reklamda zıtlık yaratmaktır.

8) Ritim: Tasarımda ritim, parçaların birbirini tekrar etmesi ve belli bir hareket diziliminde olmasıdır. Ritim içindeki parçalar izleyen tarafından kolayca fark edilerek verilmek istenen mesaj daha çabuk algılanmaktadır.

Cadde kenarındaki cam panoda afiş olarak kullanılan reklam yolda acıkmış olanlara hızlı yemek yeme fırsatı vermektedir. Afiş tasarımları genellikle grafiksel olarak dikey bir dikdörtgen formunda izleyicinin reklamı kolay algılamasını sağlamaktadır. Reklamın alışveriş merkezine yakın olması onları mağazalara çekmektedir. Reklamın hem göze



Resim 11. Hell firması, 'Rabbit Pizza Billboard Tasarımı' (http://www.huffingtonpost.co.uk/2014/04/11/rabbit-pizza-hell-pizza-easter-billboard-nailed-animal-pelts-picture_n_5131935.html).

hem cebe hitap edebilmesi açısından pizzanın görseliyle beraber fiyatı da yazmaktadır. Tüketici oraya yönlendiğinde ne kadar fiyata ne yiyebileceğini önceden bilmektedir.

Açık hava reklamlarında aracın tamamına veya bir kısmına reklam giydirilebilir. Araç giydirme yöntemi diğer reklam araçlarına göre fazlasıyla kişiye ulaşmayı sağlamaktadır. Toplu taşıma araçları fazlasıyla müşteriye ulaşmasının yanında dikkatleri de üzerine çekmektedir. Araçlar birçok yere gidebilme şansını yakalamaktadır. Araç kaplama işlemi, hem maliyet hem aracın korunması hem de görüntüsünün yenilenmesi açısından avantajlıdır.

Yoğun trafiğin olduğu bir caddede araba yıkama reklamı veren bir benzinlik sürücülerin ilgisini çekmektedir. Masmavi temiz bir su içerisinde kırmızı bir araba parlamaktadır. Markanın logosu sağ üst tarafta kendini göstermektedir.

Birçok reklam türü olduğu gibi siyasi reklam da halka hitap etmektedir. Siyasi bir duyuru yapan bu reklam yapılacak bir kongrenin zaman, yer ve mekânını belirtmektedir.

Firmalar ürün tanıtımı yaparken çekici bir bayan görseli kullanmanın yanında ünlü isimlere de yer vermektedir. Resim 10'da Puma reklamında görülen Gökhan Özoguz aynı zamanda firmanın ayakkabısını giyerek hedef kitleye güven vermektedir. Özellikle kamuda sevilen bir ünlü ile reklamı yapılan ürünün tüketicinin üzerindeki etkisi büyüktür. Markaya olan sempatiyi artırarak satın almadaki rolünü üstlenmektedir.

Resim 11'de görülen billboard Yeni Zelandalı pizza markası Hell tarafından yaptırılmıştır. 'Tavşan Pizza' olarak adlandırdığı ürünü tanıtmak için arka planda gerçek tavşan derisi kullanılmıştır. Çok dikkat çeken ve bazı tepkilere de yol açan bu reklamda gerçekte yüzülmüş tavşan derileri bu tasarımı kaplamıştır. Üzerinde yazan "Tavşan

Pizza. Gerçek tavşandan yapıldı. Tıpkı bu billboard gibi” yazısı dikkat çekmektedir. Ürünü tanıtmada ve tüketiciyi inandırmada kullanılan bu yöntem sansasyon yaratarak bir süre sonra kaldırılmasına yol açmıştır.

SONUÇ

Son yıllarda birçok alanda firmaların çeşitli ürün tanıtımlarıyla karşılaşmaktayız. Cadde ve sokaklar, alışveriş merkezleri ve binalar görsel sanat şöleni niteliğinde reklamlarla dolup taşmaktadır. Çalışma hayatının yoğun olduğu günümüzde ev dışındaki her yerde ürün/marka tanıtımlarına rastlamaktayız. Televizyondaki reklamları izlemeye pek fırsat kalmamaktadır.

Reklamcılıkta firmaların amacı sadece ürünü pazarlamak değil, markayı akılda kalıcı tutmak, geniş bir müşteri potansiyeli kazanmak, olumlu tepkiler elde etmek ve markanın kulaktan kulağa duyulmasını sağlamaktır. Günü kurtarmak yerine geleceğe dönük kalıcı bir marka olmak adına birçok yöntem kullanılmaktadır. Reklamcılık ‘halkla ilişkiler’ ile birlikte pazarlama yöntemlerinden ‘bütünleşik pazarlama iletişimi’ni de içinde barındırmaktadır. Böylece hem tanıtım yöntemleri hem de pazarlama süreci koordineli bir şekilde hazırlanmaktadır. Verilmek istenen mesaj aynı amaçla tüm kaynaklarca kullanılmalıdır.

Açık hava mecraları görsel yönden ilgi çekici, merak uyandırıcı ve rakiplerinden önde olmak isteyen firmalar tarafından çeşitli reklam araçlarıyla kuşatılmıştır. Reklam yapmak isteyen firmalar en hızlı şekilde müşteriye ulaşmak için seçtikleri açık hava mekânlarını yaratıcı nitelikte kullanmaktadır. Bunun için profesyonel tasarımcılar seçip her işin uzmanına görev vererek büyük bütçeler ayırmaktadır. Kullanılan malzemenin her türlü yaratıcı fikre kadar zamanlarını ve

mali güçlerini esirgememektedirler. Grafik tasarımcılar tarafından yapılan açık hava reklamlarında grafik sanatının tüm özellikleri kullanılmaktadır. Reklam panolarında, afişlerde vs. dikkat edilen çizgi, form, denge, ton, leke, doku, renk, armoni yapılan tasarımlarda farklı anlamlar içermektedir. Reklamlar hem izleyeni yormayacak, kolay algılanacak hem de estetik beğeni kazanıp ilgi çekici olacak şekilde tasarlanmaktadır. Bu özelliklere dikkat edildiğinde ürünün benimsenmesi ve satın alma fikrinin oluşması daha kolay sağlanmaktadır. Pazarlamada müşteri memnuniyeti, alışverişin devamlılığı ve kar elde etme amacı vardır. Pazarlamanın başarılı gerçekleşebilmesi için açık hava reklamlarında tanıtım ve halkla ilişkilerden faydalanmak, müşteri ilişkilerini canlı tutmak, kamusal iletişimi benimsemek ve hitap edilecek toplumun ahlaki, kültürel değerlerine, sosyo-ekonomik özelliklerine saygılı davranmak son derece önemli olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Beasley, R. ve Danesi, M. (2002). *Persuasive Signs: The Semiotics of Advertising*, New York: Mouten de Gruyter.
- Becer, E. (2013). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitabevi, 9. Baskı.
- Bevlin, M.E. (1994). *Design Through Discovery*, Fort Worth, TX: Harcourt Brace College Publishers, 6. Baskı.
- Cemalcılar, İ. (1994). *Pazarlama Kavramlar Kararlar*, İstanbul: Beta Basım.
- Erol, G. (2006). *Reklam ve Medya Planlaması*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Hollis, N. (2001). *Küresel Marka*, çev: Uğur Mehter, İstanbul: Brandage Yayınları.

Kornrumpt, H.J. (1989). *Türkçe-İngilizce*, İstanbul: Altın Kitaplar.

Kotler, P. (2012). *Günümüzde Pazarlamanın Temelleri*, İstanbul: Optimist Yayınları, 3. Baskı.

Lauer, D. ve Pentak, S. (1995). *Design Basics*, 4th Edication, Ft. Worth, TX: Harcourt Brace College Publishers.

Özdemir, G. (2016). Açık hava Reklamcılığında Etkileşimli Tasarım, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, *Ankara: Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü*.

Selamet, S. (1996). Tipografi Üzerine, *Anadolu Sanat Dergisi* (5): 173-181.

Stewart, M. (2002). *Launching The Imagination*, New York: McGraw-Hill.

Taş, O. ve Şahin, T. (1996). *Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık*, Ankara: Aydoğdu Ofset.

Tek, Ö.B. (1990). *Pazarlama İlkeleri ve Uygulamaları*, İzmir: Mopak Yayınevi.

Üsterman, Ü. (2009). Açık hava Reklamcılığına İmgesel Yaklaşım: Tasarım-Etki Düzeyleri İncelemesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul: Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Williams, R. (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*, çev: Ahmet Ulvi Türkbağ, İstanbul: Dost Kitabevi.

GÖRSEL KAYNAKLAR

Resim 1. <https://www.york.ac.uk/study/undergraduate/courses/bsc-marketing/> (Erişim Tarihi: 20/10/2017).

Resim 2-10. Bülbül, M. (2018). *Açık Hava Reklamları Fotoğraf Arşivi*.

Resim 11. http://www.huffingtonpost.co.uk/2014/04/11/rabbit-pizza-hell-pizza-easter-billboard-nailed-animal-pelts-picture_n_5131935.html (Erişim Tarihi: 18/10/2017).

Aydın Sanat'a Katkıları

Antik Yunan Dönemi'nde Mekân-Uzam-Reji İlişkisi

Hasan Can Türkkani¹

Mekân ilk anlamıyla mimari disiplin çerçevesinde algılanmıştır. Cisimlerin, olayların anlamlı tanımlanabilmesi için her zaman bir mekâna ihtiyaç duyulmuştur. Cisimler ve olaylar mekân sayesinde sınırlanarak anlamlandırılabilirler yani mekân, bir durumun oluşabilmesi için temel olan zemini sağlamaktadır ve cisimlere, kendi sınırları içinde hareket imkânı tanıyıp, bu hareketin sonucu olarak kendisine de anlam kazandırmaktadır.

Bu bağlamda tiyatro da var olabilmek için bir mekâna ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyaç duyulan mekân, seyircilere ve oyunculara ayrı ayrı kendi bölünmüş mekânlarında hareket imkânı sağlayıp, karşılıklı ilişki düzleminde iki topluluğu birleştirerek, seyircileri, oyuncuları, sahneyi ve salonu da kapsayan genel bir mekân olarak *tiyatro mekânını* oluşturmuştur. Oluşan bu tiyatro mekânı bir oyunun rejisini etkileyen başat öğelerden biridir. Çünkü sahne, yönetmenin tasarım gücüne orantılı olarak, sınırsız anlatım gücü sağlayabilen oyun yeri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Algılanabilen nesnelere ortak özelliği olan uzam ise nesnelere bize nasıl verildiğinin koşulu olarak, dış görünümün bir formudur. Uzam, nesnelere algılama biçimidir; nesnelere var oluş şekilleridir. Sınırları, nesnelere uzayda nereye kadar genişleyebildiğine bağlıdır yani esneklerdir. Günümüz tiyatrosunun oluşum sürecine bakılacak olursa, uzamın etkinlik kazanmasının sahnenin gelişimiyle bağlantılı olduğu görülür. Örneğin, en azından iki yüzyıl süren ve kendi içinde birtakım düzenlemelere, sahneyle oynamalara gidilse de genelde kutu içinden bir türlü çıkamayan İtalyan sahnesi

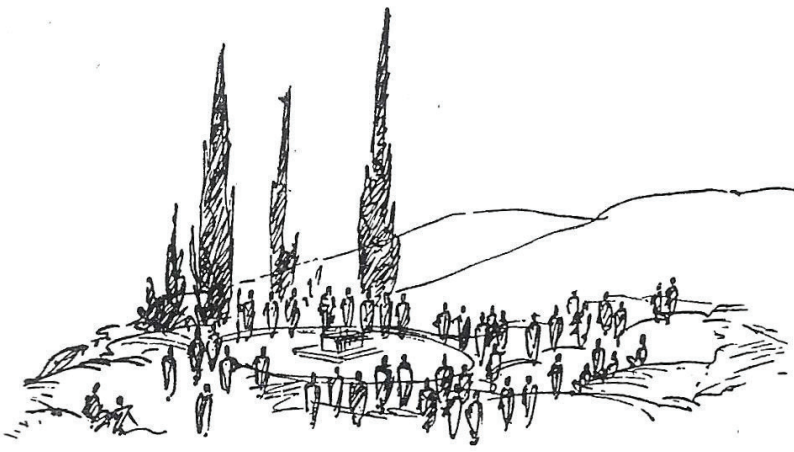
egemenliği, sahneleme düşüncesinin değişime uğramasıyla bozulmaya başlamıştır. Klasik sahne uzamının yapısı çeşitlenmiş, uzamın dikeylik, yataylık, derinlik gibi boyutlarının araştırılıp kullanılması, sahne merkeziliğini kırmıştır. Bunun devamında modern tiyatro, seyirci tarafından sahneye yöneltilen geleneksel bakışı kırmaya çalışarak, seyirciyi oyun alanında gezinmeye zorlamıştır. Kutu sahnenin dışına taşan çeşitli yapılarda, alanlarda, her yerde gerçekleştirilmeye başlanan tiyatroyla birlikte, seyirci de kutu sahnenin sınırlarını aşmış, tek yönlü bakış açısının yerini çok yönlülük almıştır.

Kısacası İtalyan sahnenin perspektife dayalı düz uzamının hacimli uzama dönüşmesiyle sahnede gösterilen *yerden, ortama* geçiş sağlanmıştır.

Uzam ve mekân tiyatro tarihi boyunca hep bir ilişki içerisinde olmuş ve bu ilişki, sahnelemeye yönelik yenilikler doğurarak tiyatroyun anlatım biçimini şekillendirmiştir. Bu bağlamda mekân-uzam-reji ilişkisi, tiyatroya bir yapıtın yaratım sürecinin kavranması bakımından önem arz etmektedir.

Tiyatro ilk kez Yunan toplumunda dinsel törenlerden özerkleşip bir sanat türü haline gelmiş ve bu haliyle tamamen estetik ölçütlerle değerlendirilen (dinsel ölçütlerin dışında) bir tür *oyuna* dönüşmüştür. Bu dönüşüme Antik Yunan'da sanatla yaşamın sürekli sırt sırta olması ve tiyatroyun bu toplumda ritüel temelli bir dinsel şölen sunmasının yanı sıra birçok insanı aynı anda bir araya toplayabilme özelliğine sahip olması da zemin hazırlamıştır. Tiyatro olayının bu denli önemsenmesi neticesinde ilk kez bu dönemde tiyatro için özel olarak

¹Hasan Can Türkkani, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sahne Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi, turkkanihasan@gmail.com



Şekil 01: Orkhestra'nın ilk oluşumu (Schubert, 1955)

toplantılmış ve bu toplantıları sağlamak için özel mekânlar hazırlama gereği duyulmuştur. Halkın ihtiyacını karşılamaya yönelik oluşmaya başlayan bu tiyatro mekânlarında oyuncular ile seyirciler, yani sahne ve seyir alanı iç içe olmuş ve bu sayede seyirciler potansiyel oyuncu haline gelmişlerdir. Dionysos şenlikleri sırasında koronun tüm seyirciye hâkim olabilmesi için gösteriler yuvarlak, çevresi seyirciyle kuşatılmış bir dans yerinde yapılmıştır. *Orkestra* denilen bu dans yeri, etrafı tepelerle çevrili derin bir çukurda meydana gelmiştir. Seyirciler ise etraftaki bu tepelerin yamaçlarına yerleşmiştir. Böylelikle, Antik Yunan Tiyatrosu'nda tiyatro mekânı Dionysos şenliklerine sahne olan bu dans yeri ve çevresindeki düzenden ortaya çıkmıştır. (Yıldız, 2005)

Antik Yunan döneminde bu tiyatro mekânının oluşum sürecinde iki önemli unsur vardır: Birinci olarak, tiyatronun içeriğini din tayin ettiği için çok sayıda seyircinin gelebilmesine imkân sağlayan bir mekânın gerekli olması, ikinci olarak da koro, oyunlarda en önemli dramatik öge olduğu için, geniş bir oyun alanı olması şarttır. Koronun öneminden kaynaklı bu mekânsal zorunluluk, dönemin oyun koyucuları olan tragedya yazarlarını da oyunlarını sahnelemede belirli bir yöne itmiştir.

Örneğin, koronun bu denli önemli olması ve oyun alanının koroya göre oluşturulması neticesinde Aiskhylos elli kişilik koroya uygun olarak (Çünkü Dionysos şenliklerinde ditrambosu okuyan korolar elli kişiydi) *Yalvaran Kızlar* oyununu yazmıştır. Bu oyunda, kahraman elli kişilik koro olmuştur. Konu olarak, elli kuzeni

ile evlenmek istemeyen, bu yüzden Mısır'dan Argos'a koşan, Donous'un elli kızının hikâyesi işlenmiştir. Ayrıca Aiskhylos bu oyunda koronun karşısına bir oyuncu çıkartarak tragedyada bir yeniliğe gitmiştir (Nutku, 2000).

Daha sonra Aiskhylos, oyun yazarı olarak *Persler*, *Tebai Önünde Yedi Komutan* ve *Zincire Vurulmuş Prometheus* oyunları ile, tragedyaya ikinci oyuncuyu getirmiştir. Oyuna ikinci oyuncunun katılmasıyla Aiskhylos, oyuncuların sayısını birden ikiye çıkardığı gibi, koronun yapıttaki payını da azaltarak başrolü diyaloga bırakmıştır (Aristoteles, 2009). Böylece olaylar dizisinin yoğunluğu, koronun dışındaki bu iki oyuncu üzerinde yoğunlaşmaya başlamıştır. Bunun sonucu olarak koronun görevinin azalmasıyla birlikte tiyatro mekânında bir değişikliğe gidilerek oyunun bir yöne doğru oynanması gerekliliği doğmuş ve seyirciler koronun bulunduğu daire alanının yalnız bir tarafında toplanmışlardır. Oyuncular da artık koronun ortasında değil, izleyicilere dönük olarak yer almıştır (Kollektif, 1997).

Sonraları Sophoklestarafından oyunabir oyuncu daha ilave edilmiş, böylece oyuncu sayısı üçe çıkartılarak dramatik yapıdaki konuşma örgüsü ile koro arasındaki ayrım belirginleşmiştir. *Orestia* dörtlemesinde Sophokles'in oyuna kattığı üçüncü oyuncuyu kullanan Aiskhylos, oyuna esneklik vermek amacıyla da koronun sayısını on iki kişiye indirmiştir. Koro, oyunlarda artık başat öge olmaktan çok, oyunun dramatik gelişimini destekleyerek, kahramanın trajik yolunu anlamlandıran bir parça niteliğine kavuşmuştur. Bunun sonucunda koronun mekândaki merkezîliği kırılmıştır. Örneğin Sophokles oyunlarının dayandığı temel, oyun kişilerinin kendilerine has konuşmaları ve hareketleri olmuştur, böylece Sophokles tragedyalarında oyun kişileri koronun karşısında karakter boyutu kazanmıştır. Oyun kişilerinin davranışları, bir dinsel törenin koral düzeni ile sınırlanmadığı için, bu kişiler dinsel sorunlarla daha az uğraşır olmuştur. (Nutku, 2000) Dramatik yapıdaki bu değişim aynı zamanda, oyunun gerisinde mekânsal bir dönüşüme zemin hazırlayarak, skenede, üç

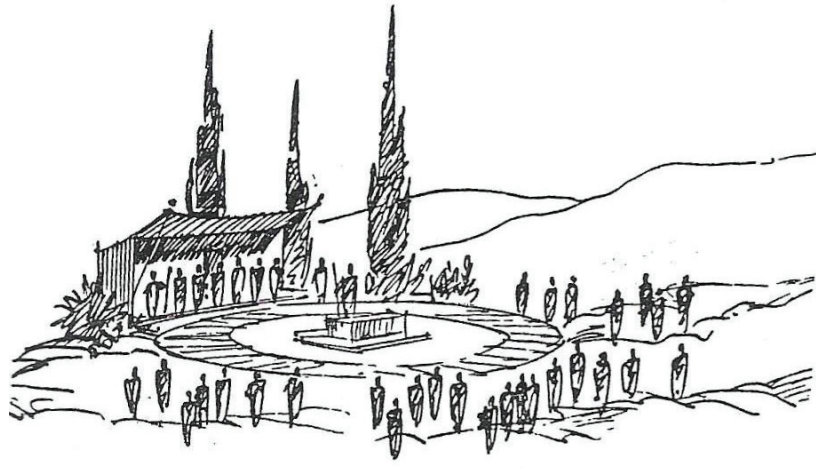
kayıyla kendini göstermiştir. Ortadaki geniş kapıyı oyunun kahramanı, sağdaki kapıyı ikinci oyuncu, soldakini de daha küçük rolü olan üçüncü oyuncu kullanmıştır. Bu değişimle birlikte dramatik yapıdaki hiyerarşinin tiyatro mekânındaki karşılığını da görmüş oluruz.

“Oyun alanının gerisinde orkestra yuvarlağının arka tarafında oyuncuların üstlerinin değişmeleri için kullanılan küçük ahşap bir kulübe yer almıştır. Daha sonraları gelişen bu kulübe skeneye dönüşmüştür. Skenenin önünde basamaklar bulunmaktadır ve bu basamakların hemen üstü sahne olarak kullanılmıştır. İlk başlarda ahşap olan skene sonraları taştan yapılmaya başlanmıştır. Malzeme olarak taşın kullanılmaya başlamasıyla bir baraka olmaktan çıkıp sağlam bir duvar haline gelen skene üzerinde bazı mimari süsler ve bunun yanı sıra üç kapı bulunmaktadır. Skenenin sağında ve solunda oturma yerlerine doğru yönelen kanatları vardır. Boyları 5 metreye yakın olan bu kanatlar bir anlamda kulislerdir.” (Yıldız, 2005)

Görüldüğü gibi oyuna üçüncü oyuncunun eklenmesi sonucunda tiyatro mekânında bir değişime gidilmiştir. Bu değişim teatral anlatıya yeni imkânlar sağlamıştır.

Gelişimini sürdüren tiyatro mekânı son halini Hellenistik dönemde almış ve dönem sonunda Yunan Tiyatrosu, Arkaik orkestrası, Klasik Dönem’de biçimlenmiş theatronu ve Helenistik skenesiyle en gelişmiş biçimine ulaşmıştır. (Kollektif, 1997) Bu dönemde skene iki katlı bir yapı halini almıştır.

İkinci kat, birinci katın biraz gerisine yapılmış ve ikinci katın önü yani proskenion’un üstü de konuşma yeri anlamına gelen *logeion* adını almıştır. Tanrılar buradan konuşmuşlardır. Skenenin üst katı olan *episkenionda*, *pinakes* adı verilen tiyatro mekânına derinlik vererek aynı zamanda oyuncuların sahneye giriş çıkış yapabilmesine imkân sağlayan kimi zaman perdelerle, boyalı dekorlarla kapatılarak da işlevsellik kazanan bir dizi açıklığın bulunduğu

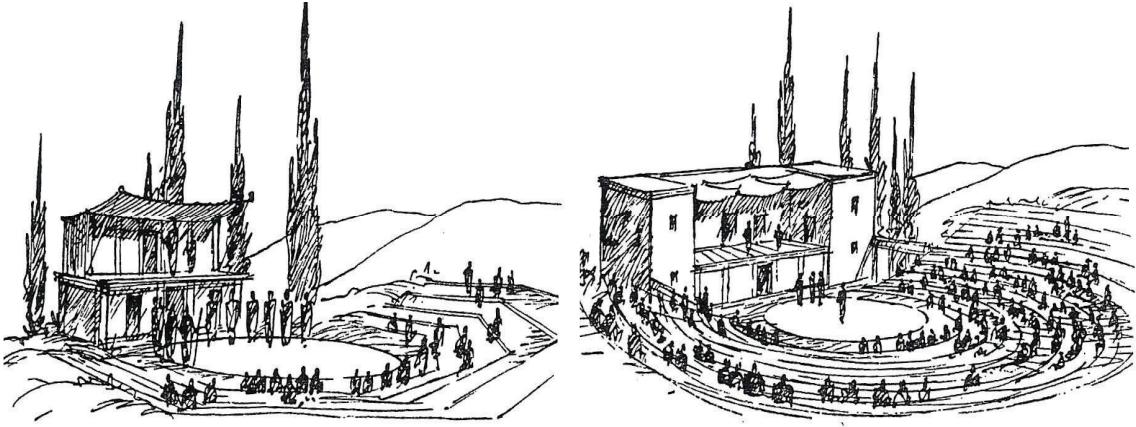


Şekil 02: İzleyiciler artık oyun alanının dört değil, üç yanını sarmaktadır (Schubert, 1955)

görülür. (Turner, 1996) Episkenion aynı zamanda sahne araçları ve vinçlerin kullanıldığı yer olmuştur. Örneğin *deus ex machina* (makayla indirilen tanrı) *teriminin* doğmasına sebep olan vinç buradan kullanılmıştır. Oyunlarda olay çözümlenemez duruma geldiğinde, düğümü çözmek için tanrı bu vinçle aşağı indirilmiş ve olayı çözümlenmiştir. (Nutku, 2000) Fakat Aristoteles’e göre bu durum zorlama olduğu için inandırıcı değildir ve tragedyada olayların düğümü ve çözümü inandırıcı bir gelişmeden doğarak; zamanda, mekânda ve eylemde birliği ifade eden üç birlik kuralına uygun olmalıdır (Şener, 1998). Üç birlik kuralı hem dramatik metinde hem de dramatik metine koşullu gelişim gösteren tiyatro mekânına bir sınırlama getirmiştir. Dolayısıyla tiyatro mekânı, eylem ve zamanla bir bütün ve uyum içinde olmuştur.

Başlarda yalnızca oyunun oynandığı yerden ibaret olan tiyatro mekânı, zaman içinde gelişimini tamamlayarak oyunun içeriğinin gelişmesine etkide bulunmuştur. Görüldüğü gibi oyunun oynandığı mekânın son halini almasıyla birlikte teknik imkânlar da gelişmiştir. Yeni imkânlar dramatik anlatının olanaklarını arttırmıştır. Böylece oyunların içeriğinin geliştiği mekânlar olan sahne yapıları da zaman içinde döneme uygun bir değişim göstermiştir.

Üç birlik kuralı aynı zamanda Antik Yunan döneminde uzamı etkileyen en önemli öğelerden biri olmuştur. Oyun metninin seyirciye aktarılma biçimini yönlendirerek dramatik uzamı şekillendirmiştir. Üç birlik kuralı bozulamayacağı için oyunda gelişen olaylar ve



Şekil 03: Skene, orkestra ve theatronun gelişimi (Schubert, 1955)

birçok olgu dramatik uzamda koro ve habercinin sözleri ile var edilmiştir. Aynı zamanda koro, oyunlarda ortak ve üsluplaştırılmış bir biçimde hareket eden ve halkı temsil eden, oyunun ihtiyaçlarına göre dramatik uzamda kimi zaman kum fırtınasını kimi zaman da geceyi ve gündüzü var eden, imgeler üreten bir sahne bileşeni özelliğini kazanmıştır (Dergi, 2011).

Zaman, mekân, eylemde birlik, sahnede sürekli olarak şimdide var edilen bir dramatik uzam yaratmıştır. Örneğin; Sophokles'in *Kral Oedipus* eserinde oyunun başkahramanı Kral Oedipus doğuştan lanetli bir trajik kahramandır. Oyun boyunca kendini hissettiren *lanet*, geçmişten şimdiye yansıyan bir dramatik uzam içindedir. Bu sayede dramatik anlatı görünür kılınmıştır. Üç birlik kuralını bozmamak için sahne üzerinde o an gösterilemeyecek olaylar ve olgular, koro ya da habercinin anlatısı ile sözlere emanet edilmiştir.

Örneğin, Aiskhülyos'un *Agamemnon*'unda, Korobaşı sahnede tiradını söylerken öldürülen Agamemnon'un sesi içeriden işitilir. Böylece, seyirci, Korobaşı'nı dinlerken aynı anda Agamemnon'un sesini işiterek başka bir sahneyi de yaşar. Aynı anda başka bir olay ya sesle ya haberciyle ya da Koro'nun anlatımı ile sağlanır. Aynı sebepten dolayı Medea çocuklarını sahne

dışında öldürür, Klitemnestra yine sahne dışında öldürülür. (Nutku, 2000)

Bu sayede olay, oyunun geçtiği sahne sınırlarını aşarak sahne uzamını da genişletmiştir. Üç birlik kuralına bağlı olarak gelişen olayların, sahnenin genişleyen sınırları içinde seyirciye gösterilmeden duyumsaması sağlanmıştır.

Sonuç olarak sahip olduğu üç boyutlu alanı, dekorsuz sahnesi ve plastik bir değeri gerekli kılması ile modern tiyatronun da en çok gereksinim duyduğu bu mekânlarda oyunların sahnelenmesinden yazar sorumlu olmuş ve sahnelenen oyundaki başat öge de oyun metni olmuştur. Oyun alanı da oyun metnine göre şekillenmiştir.

Antik Yunan döneminde, mekân ve reji ilişkisi başlarda, koro ve koroyu merkeze alan oyun metni gereğince şekillenmiştir. Olayı dramatize eden koro tek algılanması gereken varlık olarak kabul edildiği için, oyun alanı koro merkez olmak üzere, yuvarlak bir biçimde mekânlaşmıştır. Sonraları oyuna ikinci ve üçüncü oyuncunun da katılması ve dramatik yapıdaki merkezin korodan, bu üç oyuncuya kaymasıyla, yazar tarafından belirlenen mekân kullanımı değişmiştir. Oyunu artık bir yöne doğru oynama ihtiyacı doğmuştur.



Şekil 04: Geç dönem Hellenistik Tiyatrosu
(Leacroft & Leacroft, 1985)

Oyun alanı arkasını skene'ye yaslamıştır ve böylece tiyatro mekânının tam yuvarlak olan biçimi değişmiştir. Seyirciler de artık tiyatro mekânının dört değil üç tarafını çevrelemeye başlamıştır. Böylece koronun merkezîyetçiliği de kırılmaya başlamıştır.

Üç birlik kuralı uzam kullanımını etkilemiştir. Dramatik uzam üç birlik kuralına uygun olarak olayın zamanı ve yapılan eylem ile birlik sağlayacak şekilde oluşturulmuştur. Bu kuralı bozmamak için sahne üzerinde o an gösterilemeyecek olaylar ve olgular dramatik uzamda anlatı yolu ile seyirciye ulaştırılmıştır. Oyunlardaki dramatik uzam daha çok olayı anlatan oyuncu ya da koronun ağzından çıkacak sözler aracılığı ile doldurulmuştur ve seyircinin hayal gücüne teslim edilmiştir. Böylece olayların geçtiği, seyircinin şimdide gördüğü sahnenin sınırlarını da aşan bir sahne uzamı yaratılmıştır.

Bu nedenle mekân daha çok oyunun performe edildiği alanı işaret ederken, uzam da oyunun öyküsünün gerçekleştiği bir alan olarak şekillenmiştir.

KAYNAKÇA

Aristoteles, 2009. *Poetika*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Dergi, M., 2011. *Mimesis Dergi*. [Çevrimiçi] Available at: www.mimesis-dergi.org [Erişildi: 5 Eylül 2017].

Kollektif, 1997. *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, Cilt 3*. İstanbul: YEM Yayın.

Leacroft, R. & Leacroft, H., 1985. *Theatre and Playhouse*. basım yeri bilinmiyor:yazarı bilinmiyor

Nutku, Ö., 2000. *Dünya Tiyatro Tarihi, Cilt 1*. İstanbul: TEM Yayıncılık.

Schubert, O., 1955. *Das Bühnenbild*. München: Callwey.

Şener, S., 1998. *Dünden Bugüne Tiyatro Düşüncesi*. Ankara: Dost Kitabevi.

Turner, J., 1996. *The Dictionary of Art, Volume 30*. Ohio: Macmillan Publishers.

Yıldız, P., 2005. Sahne ve Seyirci Etkileşiminin Tarihsel Gelişiminde Gösterge Bilimsel Açıdan Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, pp. 425-442.

Şekil 21: Orkestra'nın ilk oluşumu (Schubert, 1955).....2

Şekil 22: İzleyiciler artık oyun alanının dört değil, üç yanını sarmaktadır (Schubert, 1955).....2

Şekil 23: Skene, orkestra ve theatronun gelişimi (Schubert, 1955).....3

Şekil 24: Geç dönem Hellenistik Tiyatrosu (Leacroft & Leacroft, 1985).....3

Kamusal Alanda Bir Alternatif Olarak Gerilla Heykel

Şahatay Savaş¹



Resim 1: Auguste Rodin, 'Balzac Anıtı'



Resim 2: Auguste Rodin, 'Cehennimin Kapıları'

Kamusal alan 18.yüzyılda dillendirilmeye başlanmış ve özgürlükçü bir burjuva alanı olarak ortaya çıkmıştır. İngilizce'de *public* (kamu), *public space* (kamusal alan) olarak geçen "kamusal alan", kavramı sokakları, caddeleri, meydanları ve parkları kapsamaktadır. Anlam olarak ise kamu, halk kelimesine karşılık gelmektedir. Genelde heykellerle beraber var olmakta ve kentin ruhunu yansıtan kamusal alanı, sadece biçimsel olarak ele almaktansa kavramsal boyutuyla demokrasi ve özgürlük alanı olarak da düşünmek daha açıklayıcı olabilmektedir. Barok dönemde başlayan heykel-kamusal alan ilişkisi zamanla değişime uğrasa da halen devam

etmektedir. Kamusal alan genelde toplumun her kesiminin özgürce girebildiği alanlar olması itibarıyla heykelin herkese ulaştığı ve iletişime geçtiği bir özellik taşımaktadır.

Kamusal alan, kamusal olma ve özel olma arasına sıkışmış durumdadır. Kentin belli amaçlarla yapılandırılması gibi, kamusal alanda resmi ideolojinin belirlediği biçimde yapılandırılmaktadır. 19. Yüzyılda Baron Haussmann tarafından direnişive barikatı kırmak amacıyla Paris yapılandırılırken, dar sokaklar geniş caddelere dönüştürülerek barikatların kurulmasının engellenebileceği düşünülmüştü.

¹ Heykeltraş. ssahatay@gmail.com



Resim 3: Roy Lichtenstein, 'El Cap de Barcelona'

"Yeni caddeler, kırsallarla, işçi mahalleleri arasında ki en kısa yolu oluşturacaktır"(Benjamin, 2017: 102).

İlk Çağ heykelleri mağara resimlerinde olduğu gibi büyü amaçlı yapılmıştır. Heykelin işlevi tanrıların, iktidarın gücünü iletmek olmuştur. Eski Mısır ve Antik Yunan'da heykelin dinsel bir işlevi vardır. 18. yüzyılın sonlarında aydınlanma hareketiyle beraber kilise egemenliğini yitirmiş heykelin dinle olan ilişkisi kopmuştur.

Heykelin kamusal alanda vazgeçilmez olması Barok dönemle başlayıp 19. yy a kadar uzanmaktadır. Daha öncesinde heykel mimariye dekoratif bir öge olarak sıkışıp kalmış, Barok dönemle beraber heykel mimariden koparak meydanlarda yerini almaya başlamıştır. Artık kamusal alanda yerini alan Heykel estetik kaygıya sahip olmasının yanı sıra dini ve ideolojik amaçları da taşımaktadır. Rosalind Krauss (2002: 105)'a göre:

"19. yüzyılın sonlarında anıt mantığının zayıflayışına tanık olduk. Ama akla, her ikisi de kendi geçiş statülerinin izlerini taşıyan iki örnek geliyor. Rodin'in "Cehennem Kapıları" ve "Balzac" adlı heykelleri anıt olarak tasarlanmıştır. İlki 1880 yılında yapılması planlanan bir dekoratif sanatlar müzesinin giriş kapısına yerleştirilmek üzere; ikincisi ise 1891 yılında, edebiyat dehasının anısına Paris'te belli bir yere dikilmek üzere sipariş edilmişti. Çeşitli ülkelerdeki çeşitli müzelerde



Resim 4: Hans Haacke, 'Hediye At'

birçok türevlerinin bulunmasına rağmen, ikisinin de özgün yerlerinde bulunmaması -ikisi de çökmüştür- bu yapıtların anıt olarak başarısızlıklarına işaret eder. Başarısızlıkları bu yapıtların yüzeylerinde bile kodlanmış bir halde mevcuttur: Kapılar o derece oyulmuş ve işlenmiştir ki kapı olarak bir işe yaramadıkları adeta yüzlerinden okunur; Balzac heykeli de öyle bir öznellik içerir ki Rodin'in kendisi bile (yazdığı mektuplardan anlaşıldığı üzere) yapıtların kabul edilebileceğine inanmamıştır."

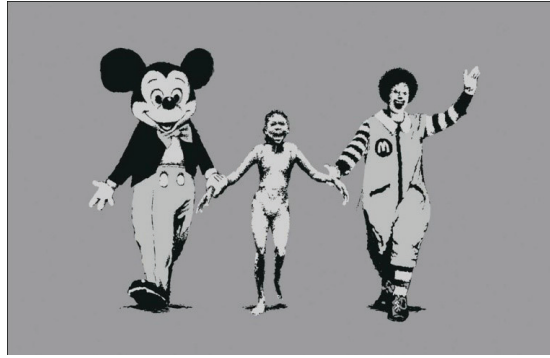
17. yüzyılda Hollanda'da yükselen sanat piyasası, 19. yüzyılda Paris'te galerilerin ortaya çıkması sanatı kurumsal olarak özerkleştirmiş, sanatçılar, sarayın, kilisenin, devletin denetiminden kurtulmuşlardır. Galeriler, 19. yüzyılda Paris'te ortaya çıkmış ve sanat kurumsal olarak özerkleşmiştir. Bu özerkleşme 1980'lerdeki küreselleşmeye kadar devam etmiştir. 1990'larla beraber devletin elinde olan kurumlar özelleşmiş ve piyasalaşmıştır. Sermayenin güçlenmesiyle emek sömürüsü de artmıştır. Gerilla Sanatın bilinir olması bu yıllara denk gelmektedir. Günümüzde olduğu gibi sanat küresel şirketlerin yönetimi altına girmiş, sanat bienaller, fuarlar, galeri ve müzeler (bu kurum ve etkinlikler küresel şirketlerin yönetiminde) aracılığıyla finansallaşmıştır. Artun'un da belirttiği gibi: *"Hayatla birlikte sanat da finansallaşıyor. Bunun sonucunda kendileri de birer küresel şirket gibi örgütlenen büyük müzayede evlerinin piyasa üzerindeki egemenliği %50'nin üzerine çıkıyor"* (<http://www.e-skop.com>, 02.05.17)

20. yüzyıla beraber heykel kamusal alandan yavaş yavaş uzaklaşmış, galerilere taşınmıştır. Ancak bu yeni dönemle birlikte, heykelin tamamıyla kamusal alanla bağı kopmamış, aksine birçok sanatçının çalışmaları kamusal alanda da yer almaya başlamıştır. Örneğin; Alexander Calder'in heykelleri, modern kentin kamusal alanında, gökdelenlerin arasında yer almıştır. Claus Oldenburg ise, dini veya ideolojik kahramanların yerini alan mandal veya iğne gibi günlük yaşam nesnelere anıtsal boyutlarda üreterek kamusal alanda görülmesini amaçlamıştır.

Roy Lichtenstein'in "El Cap de Barcelona" isimli çalışması kamusal alanda yer alan başka bir çalışmadır. Klasik anlamda heykel anlayışından farklı olarak, boşlukta duran bir tuval gibi görünmekte, üç boyutluluğu hissettirmemektedir. Lichtenstein'in tuvalerinden biri sanki meydana konmuş gibidir.

Hans Haacke'nin Londra'daki Trafalgar Meydanı'nda 2015 yılında yer alan "Hediye At" isimli heykeli önemli bir örnek olarak söylenebilir. Genelde sırtında binicisiyle yer alan ve egemenliğin at sırtında temsil edilmişinden tamamıyla uzakta olan çalışma, bir atın iskeletini betimliyor. Çalışmanın sadece 18 ay boyunca sergilenerek olması, geçici olarak meydana bulunması değinilmesi gereken ayrı bir nokta. Trafalgar Meydanı'nda yaklaşık 150 yıldan beri boş duran kaideye kimin heykelinin koyulacağına karar verilemeyince, kaidenin geçici çağdaş eserlere tahsis edilmesine karar verilmiş.

Piyasa koşullarına karşı olan tepki nedeniyle ortaya çıkan Arte Povera akımının temsilcisi Jannis Kounellis'in 1969'da Roma'da bir galeride gerçekleştirmiş olduğu "12 At" isimli enstalasyonu Arte Povera'nın en önemli çalışmalarından biridir. Bu çalışma, sanatın alınıp satılabilen bir meta olmasına karşı bir eleştiri olarak yorumlanabilir. Aynı çizgide çalışmalar yapan Michelangelo Pistoletto'nun "Paçavraların Venüsü" ise değerli ile değersiz bir araya getiren ironik bir yaklaşım içindedir.



Resim 5: Banksy, 'Pham Thi Kim Phuc'

Burada Venüs'ün ikinci el kıyafetler seçerken betimlendiğini söyleyebiliriz.

Sanat ve piyasa ilişkisi bağlamında farklı bir disiplinden örnek verecek olursak Bandista'ya değinebiliriz. Birçok kişinin bir araya gelerek oluşturmuş olduğu bir müzik kolektifi olan Bandista, "Copyright" yerine "Copyleft" sistemini desteklemektedir. Bunu kapitalist müzik piyasasına önemli bir tepki olarak değerlendirebiliriz. Kolektifin albümlerinin arka kapaklarında belirtildiği gibi "Armağandır. Çoğaltınız! Dağıtınız!" ifadesiyle da piyasa tepkisi gösterilmektedir.

Gerilla Sanatı 1960'ların sonuna doğru ortaya çıkmış, 1970'lerde dikkat çekmeye başlamıştır. Banksy ise hala tam olarak kim olduğu bilinmemekle beraber, sokaklarda mesaj içeren çalışmalarıyla yer almaktadır. Genellikle politik ve toplumsal konular üzerine çalışmaktadır. Bu çalışmalarda asıl figür kimi zaman molotofkokteyli yerine çiçek fırlatan bir isyancıdır, kimi zaman da elindeki balonla belki de özgürlüğe yükselen bir çocuk. Aslında Banksy, AK Thompson'ın da belirttiği gibi 1960'ların sitüasyonist müdahalelerinden ve avangardın montaj tekniğinden faydalanmıştır. Pham Thi Kim Phuc'u (1972'de napalm saldırısına uğrayan köyünden kaçarken kollarını öne doğru uzatmış halde fotoğrafı çekilen Vietnamlı kız) Mickey Fare ve Ronald McDonald'la el ele tutuşmuş vaziyette gösteren çalışma örnek olarak gösterilebilir. Avangard Sanatın piyasaya karşı başlatmış olduğu



Resim 6: George Segal, 'Street Crossing'

mücadele farklı bir biçimde Gerilla Sanatla devam etmektedir diyebiliriz. Yves Klein'in bomboş galeriyle açmış olduğu sergi, Jean Tinguely'in kendini imha eden heykelleri örnek olarak gösterilebilir.

Gerilla Heykel, sanatçıların kamusal alana izin almaksızın yerleştirdikleri çalışmaları tanımlamaktadır. Sanat galerileri ve müzeleri dışında bir alternatif alanda yerini almakta, insanlara dokunmaktadır. "Kamusal alanlar, galeriler ve müzelerden bağımsız olarak sanat yapıtının doğrudan insanlara gündelik yaşantısında ulaştığı alanlardır." (Kedik, 2012: 90)

Gerilla Heykel'in yaşam içine girmesi, insanlara dokunması konusunda George Segal'e değinmekte fayda var. Segal, heykellerini halkın arasına katmış, sokaklara ve parklara yerleştirmiştir. Heykel, müze ve galeri dışında alternatif bir yöntemle izleyiciye dokunarak kamusal alanda yer almıştır. Benzer bir biçimde kurumlardan sıyrılma çabasını, Antony Gormley'in Londra ve New York'ta bina ve köprülerin üzerine yerleştirdiği "Olay Ufku" adlı çalışmalarında da görmek mümkündür

1990'lı yılların sonundan beri küreselleşmeye karşı kamusal alanda eylemler olmuş; Seattle'dan Cenova'ya, Occupy Wall Street'den



Resim 7: Antony Gormley, 'Olay Ufku'

Gezi'ye kadar uzun bir sürece ve evrenselliğe nüfuz etmiştir. Bu eylemlerin elbette ki sanat alanında yansımaları vardır.

Adaletsizliği, eşitsizliği galeri dışında sorgulamakta, toplumsal ve politik eleştirileri iletme çabası içindeki Gerilla heykel, meydana gelen olaylardan beslenerek, atölyeden çıkıp kamusal alanda yerini almaktadır. *Kamusal alan, kamusal sorunların görünür ve algılanabilir hale geldiği yerdir* (Dacheux, 2012: 21). Örneğin; İskender Giray, "Ayrışma" isimli çalışmasını, saldırı sonucu hayatını kaybeden gazeteci Nuh Köklü anısına yapmıştır. Aynı topraklarda yaşayan iki insanın ayrışması aynı bedenden çıkan iki gövdeyle anlatılmaktadır. Giray "Ağaca Ağıt" isimli çalışmasını kuru bir ağaç kökü görmesi üzerine üretmiştir. Heykelin olduğu yere ağaç dikilmesi üzerine "Ağaca Ağıt" çalışmasını kaldırmış, bunun üzerine "Ağaca Sevinç" çalışmasını koymuştur.

Portekizli sanatçı Artur Bordalo ise çöp, metal ve lastik gibi atık malzemelerle assemblaj tekniğini kullanarak çalışmalarını üretmektedir. Bordalo çalışmalarını tüketim çılgınlığına bir eleştiri olarak yapmaktadır. Çalışmaların malzemeleri sokaktan ve çöpten toplanmakta, ayrıca bir geri dönüşüm niteliğindedir diyebiliriz.



Resim 8: İskender Giray, 'Ağaca Ağıt'

Bu bağlamda gerilla heykeli kamusal alanda bir alternatif olarak değerlendirebiliriz. Sanat piyasasının her şeyi belirlediği ve başka bir seçenek yok dediği günümüzde başka bir seçeneğin mümkün olduğunu söyleyebiliriz. Avan-gard Sanattan beri piyasayla bir mücadeleye girilmiş, sanatın metalaştırılmaması için her şey denenmiştir. Occupy Museums eylemleri müzelerin sanattan çok parayla ilgilendiğini ve küresel şirketlerle nasıl ilişkileri olduğunu gözler önüne sermiştir. Türkiye'de ise yeni yapılacak olan müzelerden bahsedilirken ve müzelerle ilgili kimsenin kesin bir şey söyleyemediği şu dönem kamusal alan daha bir anlamlı hale gelmiştir.

KAYNAKÇA

Antmen, A. (2010) 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar, İstanbul: Sel Yayıncılık

Artun, A. (2011) Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi, İstanbul: İletişim Yayınları



Resim 9: İskender Giray, 'Ayrışma'

Artun, A.Sunuş/Sanat Piyasası ve Sanatın Özerkliği, E-skop Dergi

<http://www.e-skop.com/skopdergi/sunus-sanat-piyasasi-ve-sanatin-ozerkligi/2612> (02.05.17)

Artun, N. A. At, Sanat, İktisat, E-skop Dergi

[http://www.e-skop.com/skopbulten/at-sanat-iktisat/2366\(01.04.2017\)](http://www.e-skop.com/skopbulten/at-sanat-iktisat/2366(01.04.2017))

Benjamin, W. (2017) Pasajlar, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Dacheux, E. (2012) Kamusal Alan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Huntürk, Ö. (2016) Heykel ve Sanat Kuramları, İstanbul: Hayalperest Yayınevi

Jones, J. Sanat, Servet, Sefalet çev: Nur Altınyıldız Artun, E-skop Dergi

[http://e-skop.com/skopbulten/sanat-servet-sefalet/2271\(29.03.2017\)](http://e-skop.com/skopbulten/sanat-servet-sefalet/2271(29.03.2017))

Kedik, A. S. (2011) Kamusal Alan, Kent ve Heykel İlişkisi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Kedik, A. S. (2012) Kamusal Alan Ve Türkiye’de Heykelin Kamuya Açık Alanlarda Var Olma Koşulları, Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi

Sanat Dünyamız, (2002), Sayı 82, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Şahindoğan, B. “Mağara Duvarından Metro Duvarına Sokakları Özgürleştirme Sanatı”

[https://www.evrensel.net/haber/265189/magara-duvarindan-metro-duvarina-sokaklari-ozgurlestirme-sanati\(11.05.2017\)](https://www.evrensel.net/haber/265189/magara-duvarindan-metro-duvarina-sokaklari-ozgurlestirme-sanati(11.05.2017))

Şahindoğan, B. “Sokaklara Sanat Katan Adam İskender Giray” [https://www.evrensel.net/haber/111807/sokaklara-sanat-katan-adam-iskender-giray\(13.03.2017\)](https://www.evrensel.net/haber/111807/sokaklara-sanat-katan-adam-iskender-giray(13.03.2017))

Şenyapılı,Ö.(2003) Otuz Bin Yıl Öncesinden Günümüze Heykel, Ankara:MetuPress

Thompson, AK. Romantizmin Yankısı: Eylemci Sanat ve Burjuva Hayat Deneyiminin Sınırları çev: Elçin Gen, E-skop Dergi

[http://www.e-skop.com/skopdergi/romantizmin-yankisi-eylemci-sanat-ve-burjuva-hayat-deneyiminin-sinirlari/1588\(15.05.2017\)](http://www.e-skop.com/skopdergi/romantizmin-yankisi-eylemci-sanat-ve-burjuva-hayat-deneyiminin-sinirlari/1588(15.05.2017))

Yılmaz, M. (2006) Heykel Sanatı, Ankara: İmge Kitabevi

[https://www.artpeoplegallery.com/guerilla-sculptures-streets-istanbulkadikoy-iskender-giray/\(13.03.2017\)](https://www.artpeoplegallery.com/guerilla-sculptures-streets-istanbulkadikoy-iskender-giray/(13.03.2017))

GÖRSEL KAYNAKÇA

Resim 1. <http://www.musee-rodin.fr/en/collections/sculptures/monument-balzac>

Resim 2. <http://www.musee-rodin.fr/en/collections/sculptures/gates-hell>

Resim 3. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/0a/002_Cap_de_Barcelona%2C_Roy_Lichtenstein.jpg

Resim 4. https://news.artnet.com/app/news-upload/2015/03/Hans-Haacke-Gift-Horse_2.jpg

Resim 5. http://annettevee.com/2014fall_writing_for_the_public/wp-content/uploads/2014/09/nape3.jpg

Resim 6. <https://www.wikiart.org/en/george-segal/street-crossing-1992>

Resim 7. <https://eventhorizonnyc.files.wordpress.com/2010/03/ground-level-4.jpg>

Resim 8. <https://www.artpeoplegallery.com/guerilla-sculptures-streets-istanbulkadikoy-iskender-giray/>

Resim 9. <https://www.artpeoplegallery.com/guerilla-sculptures-streets-istanbulkadikoy-iskender-giray/>

Sanat Kurumlarına Dönüştürülen Mekânların Yöneticiyle Görüşmeler

Bahar Aymaz (Söyleşi)
İlayda Çakır (Söyleşi)



Sanatsal üretimin yapıldığı, sergilendiği, paylaşıldığı mekânlar ile bunların arka planındaki işleyiş, Sanat Yönetimi eğitiminin temel meselelerinden birisidir. Türkiye’de son yıllarda sanat kurumlarına dönüştürülen mekânların sayısının hızla artması dikkat çekici bir gelişmektedir. İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sanat Yönetimi Bölümü öğretim elemanı Dr. Öğr. Üyesi Yıldız Öztürk’ün ikinci sınıf öğrencileri ile yürüttüğü Sanat Yönetimi-II dersi kapsamında gündem olan bu gelişme, öğrencilerin sene sonu projesine

dönüşmüştür. Bu kapsamda, öğrenciler dersin yürütücüsünün yönlendirmeleri ile kişisel ilgi alanları doğrultusunda, sanat kurumlarına dönüştürülen mekânların yöneticileriyle yüz yüze görüşmeler yaptılar.

Bu çalışma yürütülürken, öğrencilerin kültür-sanat kurumu işletmeciliğine yönelik kuramsal birikimlerinin mesleki alana uygulanabilme kapasitesini deneyimlemeleri ve sanat sektörünün önemli kurumlarını yakından tanıma fırsatı bulmaları hedeflendi.

¹ İstanbul Aydın Üniversitesi, Sanat Yönetimi Bölümü öğrencisi, baharaymaz@gmail.com

² İstanbul Aydın Üniversitesi, Sanat Yönetimi Bölümü öğrencisi, ilaydacakir3497@gmail.com

Proje kapsamında yöneticilere yarı yapılandırılmış sorular sorularak yaklaşık bir saat süren görüşmeler gerçekleştirildi. Ödevler içerisinden seçilen ve derginin imkânları doğrultusunda kısaltılan aşağıdaki iki söyleşide de, seçilen kurumların kurumsal işletme modeli ve yöneticilerin Türkiye'deki kültür-sanat kurumu işletmeciliği hakkındaki görüşleri vurgulandı.

Garajistanbul – Bahar Aymaz

Bahar Aymaz: Öncelikle mesleki anlamda kendinizi tanıtır mısınız?

Yüksel Aymaz: Işık tasarımcısıyım. Devlet Tiyatroları (DT)'nda açılan bir sınav sonucunda bu kurumda çalışmaya başladım. DT'nda 35 yıllık geçmişim var ve halen İstanbul Devlet Tiyatroları'nda ışık dekoratörü kadrosunda görev yapıyorum. Türkiye'nin her bölgesinde DT sahnelerinde oyunların tasarımlarını gerçekleştiriyorum. Bunun yanı sıra özel tiyatrolar ve örneğin Garajistanbul gibi kurumlar ile çalışıyorum. Yurt dışında ise Hollanda, Amerika, Japonya, Fas, Küba, Rusya, Fransa, Almanya, İsveç, İtalya, İsviçre, Belçika, Danimarka, Avusturya, Portekiz, Polonya ve Romanya gibi ülkelerde de çeşitli tasarımlar gerçekleştirdim.

B. A: Işık tasarımcısı tam olarak nasıl çalışır? Oyuna katkısı nedir?

Y. A: En yalın ifadeyle bir oyunun ışık tasarımını yapar. Oyunun nasıl görüneceğine, rengine, sahnenin ne zaman, neresi ve ne kadar görüneceğine karar veriyorum da denebilir. Aslında sahneyi bir tuval gibi düşünürsek, ben ışıkla resim yapıyorum diyebilirim. Bu zamana kadar bu kurumda şu projeleri gerçekleştirdim:

“Kassas” (Mustafa-Övül Avkıran) - 2010

“Muhabir” (Mustafa-Övül Avkıran) - 2009

“Histanbul” (Kemal Gökhan) - 2008

“İstanbul'da Bir Dava” (Kerem Kurdoğlu) - 2007

“Oyunu Bozuyorum” (Meltem Arıkan) - 2007

“Güneşli Pazartesi” (Şafak Uysal) - 2006

“Ya Seni Rüyasında Bir Daha Hiç Görmezse” (Sevim Burak) - 2006

“Ashura” (Mustafa Avkıran) - 2003

B. A: Garajistanbul'a gelecek olursak, kurum ne zaman kuruldu? Kurumun işleyişinden söz eder misiniz?

Y. A: Garajistanbul, Ocak 2007'de sanatsal ve kültürel etkinliklerin yoğun olduğu bir merkezde, Beyoğlu'nda, eski bir garajın sanat kurumuna dönüştürülmesiyle kuruldu. Tek bir çatı altında faaliyetlerini sürdüren bu sanat merkezinde, teknik danışmanlık ve ışık tasarımı alanlarında görev alıyorum. Benim dışımda kurumda, idari ve teknik olmak üzere, yaklaşık olarak 20 kişi çalışıyor. Sabah saat 08.00 gibi mesai başlıyor. Haftanın ilk günü 08.00-10.00 arası haftalık program analizi yapılıyor. Diğer günlerde ise işleyiş, 10.00-17.00 arası teknik çalışma, 17.00-19.00 arası prova alımı, 19.00-20.00 arası son kontrol ve seyircinin içeri alımı, 20.30 ise gösterinin başlama saati olarak devam ediyor. Ayda üç gün (Perşembe, Cuma, Cumartesi) yaklaşık 15 oyun, ayda birkaç kez de sergi, konser ve dans gösterileri düzenleniyor. Bu etkinlikleri geleneksel yöntemlerle ve sosyal medya aracılığıyla duyuruyoruz. Bununla birlikte bizim dışımızda, seyirci beğenileriyle (gazete yazıları ve blog'lar üzerinden) de tanıtım yapılıyor. Etkinliklere katılım oranı ise hemen hemen %100'dür.

İleriye dönük seyirci geliştirme çalışmaları kapsamında, geleceğin seyircileri olan çocuklara ayrı önem veriliyor. Bu nedenle programda çocuk oyunları da mevcut.

Garajistanbul'un programı yönetim kurulu tarafından yıllık planlama şeklinde gerçekleşiyor. Bu program, genel izleyici kitlesinin çoğunluğunun katılımını kapsayacak şekilde organize ediliyor. Bununla birlikte çeşitli atölyeler de gerçekleştiriliyor. Bu atölyelerdeki hedefler, sanatla ilgili farkındalık yaratma, katılımcıların yaratıcılıklarını ortaya çıkarma ve yeni fikirlerle yeni yollar aranması olarak özetlenebilir.

B. A: Biletlerdeki fiyat politikasını nasıl belirliyorsunuz? Bir de sanat bölümlerinde eğitim gören öğrenciler ile dezavantajlı gruplar etkinliklerinizden ücretsiz faydalanabiliyor mu?

Y. A: Bilet fiyatları proje bazında değerlendirilebiliyor. Halkın gelir seviyesini de göz önünde bulunduruyoruz tabii ki. Genellikle konservatuar öğrencilerine, okul kimliklerini ibraz ettikten sonra ücretsiz oyun izleme imkânı tanınıyor. Ayrıca 65 yaş ve üstü ile engellilerin de ücretsiz bir şekilde oyun izlemeleri mümkün.

B. A: Sanat bölümlerinde eğitim gören öğrenciler için, kurumunuzda staj imkânı mevcut mudur? Bu kurumda profesyonel olarak çalışmak için ne gibi prosedür uygulanıyor? Başvuruyu nereye yapmalıyız?

Y. A: Evet staj imkânı mevcut. Özgeçmişin teslim edilmesiyle iş başvuru süreci başlamış oluyor. Adayı ilgi alanları, eğitimi ve deneyimleri incelendikten sonra, yönetim kurulunun vereceği karar doğrultusunda, olumlu ya da olumsuz sonuç ortaya çıkıyor.

B. A: Türkiye'deki sanat kurumlarının işleyişi hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu alanın geliştirilmesine yönelik ne tür çalışmalar yapılabilir?

Y. A: Türkiye'de sanat kurumları her yönüyle çok başarılı demek biraz zor. Bununla beraber eksikler ve imkânsızlıklar olmasına karşın, bazı büyük sanat kurumları ve kişilerin özel çabalarıyla hâlâ ayakta kalınabiliyor. Bunun daha da geliştirebilmesi için AR-GE çalışmaları yapılabilir. Üniversitelerle iş birliği yürütülebilir.

B. A: Zaman ayırdığınız için çok teşekkür ederim. Eklemek istediğiniz bir şey var mı?

Y. A: Ben de teşekkür ederim.

DEPO – İlayda Çakır

İlayda Çakır: Kendinizi tanıtır mısınız?



Aslı Çetinkaya: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldum. Sabancı Üniversitesi Görsel Sanatlar ve Görsel İletişim Tasarımı alanında yüksek lisansımı tamamladım. Bir süre Sabancı Üniversitesi'ne bağlı *Kasa Galerisi*'de çalıştım. Bu kurumda proje koordinatörü olarak çalışıyorum. Bu kapsamda sergi hazırlıklarını gerçekleştirip, kurumun finansal işleyişini takip ediyorum.

İ. Ç: DEPO ne zaman kuruldu? Biraz bu kurumun işleyişinden söz eder misiniz?

A. Ç: DEPO, Anadolu Kültür'ün bir parçası olarak, 2008 yılında kuruldu. Eski tütün deposu Anadolu Kültür'ü kuranların ailesine aitti. Dönüştürülerek bir kültür-sanat kurumu haline getirildi. Burada teknik personel ve koordinatörler işleyişi sürdürüyor. Bu kurumda profesyonel olarak 4 kişi çalışıyoruz. Pazartesi günleri hariç hergün 11.00 ve 19.00 arasında açık olan DEPO'da sergiler, performanslar, söyleşi ve atölyeler gerçekleştiriliyor. Kurumda yer alan çalışmaların çoğu güncel sanatı toplumsal meselelerle birleştiren projeler. Bu döneme kadar 150'ye yakın etkinlik ve sergi çalışması gerçekleştirdik. Etkinlik planlamaları yıllık olarak yapılıyor. Sergiler 1 veya 1 buçuk ay süreyle izleyiciyle buluşuyor; yılda 6 ila 8 arasında sergi düzenleniyor. Gelen ziyaretçi sayısı bilinmemekle birlikte, bazen izleyici geliştirmeye yönelik araştırmalar yapıyor. Örneğin, sergilerin duyurularını yaygınlaştırmaya yönelik anketler yapılıyor.

İ. Ç: Sergi, sanatçı seçiminde öncelikle bir sanat politikanız var mı?

A. Ç: İçerik olarak sosyal içerikli projeleri tercih ediyoruz. Güncel sanat aracılığıyla toplumda

dikkat çekilmesi gereken ve az konuşulan konular ele alınıp gündeme taşınıyor. Tüm etkinlikler, gösterimler, konuşmalar, sergiler ve benzeri çalışmalar kâr amacı gütmeyen, ücretsiz bir şekilde yapılıyor.

İ. Ç: Sanat bölümlerinde eğitim gören öğrenciler için, kurumunuzda staj imkânı mevcut mudur?

A. Ç: Dönem dönem DEPO'da staj yapan öğrenciler oluyor. Profesyonel iş başvurusu ise Anadolu Kültür'den yapılan çağrı sonucunda gerçekleşiyor.

İ. Ç: Türkiye'deki sanat kurumlarının işleyişi hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu alanın geliştirilmesine yönelik ne tür çalışmalar yapılabilir?

A. Ç: Kamu yararı gözetilen, dışarıdan başvuran projelere açık bir program yürüten kurumların sayısı çoğalsa, bu alana faydalı olabilir. Ayrıca üniversite galerileriyle ortak çalışmalar yürütülüp, ilgili öğrenciler sanatsal çalışmalara teşvik edilebilir.

İ. Ç: Vakit ayırdığınız için teşekkür ederim.

A. Ç: Ben de teşekkür ederim.

Yazar Kılavuzu

Aşağıda belirtilen yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış yazılar, "makale sunum formu" ile birlikte e-posta yoluyla aşağıdaki adreslere gönderilebilir.

Çevirisi yapılmış makalelerin değerlendirmeye alınabilmesi için özgün metinlerin ve makale sahibinden (asıl yazar veya hak sahibi yayınevi) izin yazılarının da gönderilmesi zorunludur.

Ön inceleme ve hakem değerlendirmesi doğrultusunda geliştirilmek ve/veya düzeltilmek üzere yazarlarına geri gönderilen yazılar, gerekli düzeltmeler yapılarak en geç bir ay içinde tekrar dergiye ulaştırılır.

Yapılan ön incelemede yazım kurallarına uyulmadığı tespit edilen makaleler düzeltilmesi için yazarına iade edilir ve yayım programına alınmaz.

Yayın İlkeleri

AYDIN SANAT, tüm bilim insanı ve sanatçıların, sanatla doğrudan ya da dolaylı ilgisi olan bilimsel çalışmalarını ilgili çevrelere duyurmak amacıyla yılda iki sayı ve basılı olarak yayımlanan ulusal hakemli bir dergidir.

AYDIN SANAT, ağırlıklı olarak Güzel Sanatlar alanındaki bilimsel yazılar yayımlanmakla birlikte, Sosyoloji, Sanat Tarihi, Halkbilim, Felsefe, Arkeoloji ve Müzecilik, Edebiyat Araştırmaları, Dil Bilimi, Mimarlık ve Tasarım, Eğitim Bilimleri, İletişim Bilimleri, Antropoloji gibi Sosyal ve Beşeri Bilimlerin diğer alanlarından sanatı ve sanata ilişkin kültürel ve toplumsal problemleri konu edinen yazılara da yer verilir.

Dergiye gönderilecek yazılarda öncelikle alanına katkı sağlayan özgün nitelikte bir 'araştırma makale' veya daha önce yayımlanmış çalışmaları değerlendiren, bu konuda yeni ve dikkate değer görüşler ortaya koyan bir 'derleme makale' olması şartı aranır. Ayrıca, ilgili alanlarda yayımlanan bilimsel kitaplara ait makale formatındaki değerlendirme yazıları ile kitap eleştirileri de derginin yayın kapsamı içindedir.

Yayın kurulunun kararı ile alanında katkısı olduğu düşünülen yabancı dilden özgün makalelerin İngilizce veya Türkçe çevirilerine de derginin üçte birini geçmemek kaydı ile yer verilebilir. Çeviri makalelerin yayımlanabilmesi için çeviri metin ile birlikte özgün makalenin yazarından ya da hak sahibinden alınacak izin yazısının da gönderilmesi zorunludur.

Makalelerin dergide yayımlanabilmesi için, daha önce bir başka yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere kabul edilmemiş olması gerekir. Bilimsel bir toplantıda sunulmuş ancak basılmamış bildirilerden üretilmiş makaleler, bu durum dipnotta açıkça belirtilmek koşuluyla kabul edilebilir.

Makalelerin Değerlendirilmesi ve Yayın Süreci

Yayın için gönderilen makalelerin değerlendirilmesinde bilimsel nitelik en önemli ölçüttür. Dergiye gönderilen tüm makaleler, Yayın Kurulu'nca dergi yayın ilkelerine uygunluk ve nitelik

bakımdan değerlendirilir. Yayın kurulu, gönderilen bir makaleyi yayımlayıp yayımlamama ve gerekli gördüğü durumlarda makale üzerinde düzeltmeler yapma hakkına sahiptir. Yapılan ön inceleme sonucunda yayına uygun bulunmayan makale, değerlendirme sürecine alınmayarak yazarına bilgi verilir. Eksiklikleri varsa düzeltilmesi ve tekrar gönderilmesi için yazarına iade edilir. Yayına uygun bulunan makale, değerlendirilmek üzere ilgili alandaki üç hakeme gönderilir. Hakemler, gönderilen makaleleri yöntem, içerik ve özgünlük açısından inceleyerek yayına uygun olup olmadığına karar verirler. Belirlenen süre içinde gelen hakem raporları göz önünde bulundurularak, makalenin yayınlanıp yayınlanmamasına karar yetkisi yayın kurulundadır. Makaleler, Yayın Kurulu tarafından uygun görülen bir sayıda yayımlanmak üzere programa alınır ve yazarı bilgilendirilir. Hakemlerin isimleri gizli tutulur ve raporlar besyıl süre ile saklanır. Makalenin yayımlanmasının ardından bir ay içinde yazarına makalenin yer aldığı sayıdan 3 adet gönderilir.

Değerlendirme sürecinden geçerek yayımlanması kabul edilen yazıların telif hakkı İstanbul Aydın Üniversitesi'ne devredilmissayılır. Bu nedenle yazılarla birlikte yayın haklarının dergiye devredildiğine ilişkin bir sözleşmenin bulunduğu "makale sunum formu"nun da doldurulup gönderilmesi gerekmektedir.

Dergide yayımlanan yazılardaki görüşlerin ve çevirilerin bilimsel, etik ve yasal sorumlulukları yazarlarına aittir. Yazı ve fotoğraflardan, kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Ancak, yayımlanan yazılar dergi yönetiminin yazılı izni olmaksızın başka bir yerde (basılı olarak ya da internet ortamında) yeniden yayımlanamaz. Yazar, yazısının/makalesinin mevcut dergide yayımlandığını belirtmek kaydı ile tümünü ya da bir bölümünü kendi amaçları için çoğaltma hakkına sahiptir.

Dergiye yazı gönderen tüm yazarlar bu ilkeleri kabul etmiş sayılır.

Yayın Dili

Derginin yayın dili Türkiye Türkçesi veya İngilizcedir.

Yazım Kuralları

I. Ana Başlık

İçerikle uyumlu, onu en iyi ifade eden bir başlık olmalı ve **koyu** harflerle yazılmalıdır. Makalenin başlığı sözcüklerin ilk harfi büyük olacak biçimde yazılmalı ve en fazla 10-12 sözcük arasında olmalıdır.

II. Yazar ad(lar)ı ve adres(ler)i

Yazar(lar)ın ad(lar)ı ve soyad(lar)ı **koyu**, adresler ise *eğik* harflerle yazılmalı; yazar(lar)ın varsa görev yaptığı kurum(lar), haberleşme ve e-posta adres(ler)i ilk sayfada dipnot ile belirtilmelidir.

III. Özet

Makalenin başında, konuyu kısa ve öz biçimde ifade eden ve en az 100, en fazla 150 sözcükten oluşan Türkçe ve İngilizce "özet" (abstract) bulunmalıdır. Özet içinde, yararlanılan kaynaklara, şekil ve çizelge numaralarına değinilmemeli; dipnot kullanılmamalıdır. Türkçe ve İngilizce özetlerin altında bir satır boşluk bırakılarak, en az 3, en çok 5 sözcükten oluşan anahtar sözcükler (keywords) verilmelidir. Yazılan İngilizce özetin (abstract) üzerinde makalenin İngilizce başlığı da verilmelidir.

IV. Ana Metin

A4 sayfa boyutunda (29.7x21 cm.), MS Word programı, Times New Roman yazı karakteri ile, 12 punto ve 1.5 satır aralığıyla yazılmalıdır. Sayfa kenarlarında üst 3 cm., alt 3 cm., sol 3 cm., sağ 3 cm. boşluk bırakılmalı ve sayfalar numaralandırılmalıdır. Yazılar özet, abstract, şekil ve tablo yazıları da dahil 6.000 (altıbin) sözcüğü geçmemelidir. Metin içinde vurgulanması gereken kısımlar, koyu değil eğik harflerle ya da tek tırnak içinde yazılmalıdır. Metinde tırnak işareti + eğik harfler gibi çifte vurgulamalara asla yer verilmemelidir.

V. Bölüm Başlıkları

Makalede, düzenli bir bilgi aktarımı sağlamak üzere ara ve alt başlıklar kullanılabilir. Makaledeki tüm ara (normal) ve alt başlıklar (yatık) 12 punto ile sözcüklerin yalnız ilk harfleri büyük, koyu karakterde yazılmalı; alt başlıkların sonunda iki nokta üst üste konulmamalı ve bir satır sonra devam edilmelidir.

VI. Tablolar ve Şekiller

Tabloların numarası ve başlığı bulunmalı, siyah-beyaz baskıya uygun hazırlanmalıdır. Tablo ve şekiller ayrı ayrı sıra sayısı verilerek numaralandırılmalıdır. Tablo çiziminde dikey çizgiler kullanılmamalıdır. Yatay çizgiler ise yalnızca tablo içindeki alt başlıkları birbirinden ayırmak için kullanılmalıdır. Tablo numarası üste, tam sola dayalı olarak dik (normal); tablo adı ise, her sözcüğün ilk harfi büyük olmak üzere eğik (italik) yazılmalıdır. Tablolar metin içinde bulunması gereken yerlerde olmalıdır.

- Örnek: **Tablo 1:** *Farklı yaklaşımların karşılaştırmalı analizi*
Şekil numaraları ve adları şeklin hemen altına ortalı şekilde yazılmalıdır. Şekil numarası eğik yazılmalı, nokta ile bitmeli, hemen ardından sadece ilk harf büyük olmak üzere şekil adı dik yazılmalıdır.

VII. Görseller

Yazı içerisinde resim, fotoğraf ya da özel çizimler varsa bu belgeler kısa kenarı 10 cm olacak şekilde 300 ppi'da (300 pixels per inch kalitesinde) taranmalı, JPEG formatında kaydedilmeli, ayrıca metin içinde kullanılan tüm görsel gereçler makaleye ek olarak JPEG formatıyla gönderilmelidir. İnternette indirilen görsellerin de 10 cm-300 ppi kurallarına uygun olması gerekmektedir. Görsellerin adlandırılmalarında, şekil ve çizelgelerdeki kurallara uyulmalıdır. Dergi yayın kurulu, teknik olarak problemlili ya da düşük kaliteli resim dosyalarını yeniden talep edebilir ya da makaleden tümüyle çıkartabilir. Kaynak olarak kullanılacak görüntülerin kalitesinden ve yayımlanıp yayımlanmamasından yazar(lar) sorumludur.

Resim ve fotoğraflar siyah beyaz baskıya uygun hazırlanmalıdır. Görsel numaraları ve adları görsellerin hemen altına ortalı şekilde, eğik yazılmalıdır. Görsel tipi ve numarası eğik yazılmalı (*Resim 1.; Şekil 1.*), nokta ile bitmeli, hemen yanından sadece ilk harf büyük olmak üzere görsel adı dik (normal) yazı karakteri ile yazılmalıdır.

- Örnek: *Resim 10.* Wassily Kandinsky, 'Kompozisyon' (Anna-Carola Krausse, 2005: 91).

Şekil, çizelge ve resimlerin kullanıldığı sayfa sayısı 10'u geçmemeli, işgâl ettikleri alan yazının üçte birini aşmamalıdır. Teknik imkâna sahip yazarlar, şekil, çizelge ve resimleri aynen basılabilecek nitelikte olmak şartı ile metin içindeki yerlerine yerleştirebilirler. Bu imkâna sahip olmayanlar, bunlar için metin içinde aynı boyutta boşluk bırakarak içine şekil, çizelge veya resim numaralarını yazabilirler.

VIII. Dipnotlar

Dipnot kaynak göstermek için kullanılmalıdır, dipnot kullanımına yalnızca açıklayıcı ek bilgileri için başvurulmalı ve otomatik numaralandırma yoluna gidilmelidir.

IX. Alıntı ve Göndermeler/Atıflar

Yazar doğrudan ya da dolaylı olarak yaptığı tüm alıntılara aşağıdaki örneklere göre göndermede bulunmalıdır. Burada belirtilmeyen durumlarda APA 6 formatı kullanılmalıdır. Doğrudan alıntılar tırnak içinde verilmeli ve *eğik* yazılmalıdır.

Göndermeler için asla dipnot kullanılmamalıdır. Tüm göndermeler parantez içinde ve aşağıdaki biçimde yazılmalıdır.

- Tek yazarlı çalışmaya yönelik genel göndermelerde; (Carter, 2004).
- Tek yazarlı çalışmanın alıntı yapılan belirli bir yerine göndermelerde; (Bendix, 1997: 17).
- İki yazarlı çalışmalara göndermelerde; (Hacıbekiroğlu ve Sürmeli, 1994: 101).
- İki'den fazla yazarlı yayınlarda, metin içinde sadece ilk yazarın soyadı ve 'vd.' yazılmalıdır; (Akalın vd., 1994: 11).
- Kaynakça kısmında ise, birden fazla yazarlı yayınların diğer yazarları da belirtilmelidir.
- Metin içinde, gönderme yapılan yazarın adı veriliyorsa, kaynağın sadece yayın tarihi yazılmalıdır: Gazimihal (1991: 6), bu konuda "....."nu belirtir.
- Yayımlanmayan yapıtlarda ve yazmalarda yalnızca yazarların adı; (Hobsbawm)
- Yazarı belirtilmeyen ansiklopedi vb. yapıtlarda ise kaynağın ismi, varsa cilt ve sayfa numarası yazılmalıdır: (Meydan Larousse 6, 1994: 18)
- İkinci kaynaktan yapılan alıntılar da aşağıdaki gibi yazılmalı ve kaynaklarda belirtilmelidir: Lepecki'nin de ifade ettiği gibi "....." (Akt. Korkmaz 2004: 176).

X. Kaynakça

Metnin sonunda, yazarların soyadına göre alfabetik olarak aşağıdaki örneklerde gösterildiği gibi yazılmalıdır. Kaynaklar, bir yazarın birden fazla yayını olması hâlinde, yayımlanış tarihine göre sıralanmalı; bir yazara ait aynı yılda basılmış yayınlar ise (2004a, 2004b) şeklinde gösterilmelidir:

Kitaplar

- Öztürkmen, A. (1994). Türkiye'de Folklor ve Milliyetçilik, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Carter, A. (2004). Dans Tarihini Yeniden Düşünmek, çev: Cansu Şipal, İstanbul: BGST Yayınları.

Makaleler

- Sarısözen, M. (1970). Bağlama Metodu, Folklor/Halkbilim (1): 12-16.
- Bakka, E. ve Felföldi, L. (2002). Whose Dances, Whose Authenticity? Dance Research (32): 3-18.

Kitap içi bölümler

- Lepecki, A. (2004). Concept and Presence: The Contemporary European Dance Scene. Rethinking Dance History: A Reader, ed. Alexandra Carter, London: Routledge, s: 176-190.
- Şahin, M. (2013). Klinik Psikolog Olmak. Klinik Psikoloji, ed. Linden, W. ve Hewitt, P. L. Ankara: Nobel, s: 1-16.

Tezler

- Dehmen, B. (2005). Ulusal ve Küreselin Kesişme Noktasında Halk Danslarına Bir Yaklaşım: Dansın Sultanları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet kaynakları

İnternet elde edilen verilerin kaynakları mutlaka gösterilmeli ve Kaynakça'da erişim adresi ve erişim tarihi belirtilerek verilmelidir. Erişim adresi olarak kaynağın yer aldığı web sayfasının (ana sayfa) adresi değil, kaynağın görüntülediği adres verilmelidir.

- <http://www.tdkterim.gov.tr/bts/> (12.10.2014).
- Aksu, G. (2011). Özgür Bir Beden, Özgür Bir Sanat Dalı, Yazında ve Çeviride Beden, Akşit Göktürk'ü Anma Toplantısı (15-17 Mart 2006) İstanbul Üniversitesi. <http://mimesis-dergi.org/2011/04/ozgur-bir-alan-ozgur-bir-sanat-dali/>. (12.10.2011).

Görüşmeler

- Ural, U. (2014). Artvin halk dansları çalıştırıcısı Uğur Ural ile ÜFTAD ofisinde yapılan görüşme, İstanbul: 19 Temmuz.

İletişim Bilgileri: AYDIN SANAT Yayın Koordinatörlüğü

İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web Sayfası: <http://gsfdergi.aydin.edu.tr>

E-posta: aydinsanat@aydin.edu.tr

Author's Guide

Authors may send their articles which are prepared in accordance with the below stated publishing and editorial principles, together with the "article presentation form" via e-mail to the provided addresses.

Providing the permissions of the authors (the main author or the rightful publishing house) is obligatory for the translated texts and articles as well.

The articles which are sent to their authors for further improvement and/or proofreading following the preliminary reviews and referee evaluations, must be edited accordingly and delivered back to the journal in one month at the latest.

On the other hand, the articles which are found to be conflicting with this guideline, will be returned to their authors for further proofreading and will not be issued.

Publishing Principles

Aydin Sanat is a national, peer-reviewed journal which is printed twice a year for the purpose of releasing the works of all scientists and artists that are directly or indirectly related to art.

Mainly publishing scientific manuscripts prepared in the field of Fine Arts, **Aydin Sanat** also gives place to the articles from other branches of Humanities and Social Sciences such as Sociology, Art History, Ethnology, Philosophy, Archeology and Museology, Literature Studies, Linguistics, Architecture and Design, Educational Sciences, Communications Sciences and Anthropology issuing art and cultural and social problems related to art.

It is of first priority for the manuscripts to be an original 'research article' contributing to its field or a 'collection article' evaluating previous works in its field and expressing new and noteworthy views in this respect. In addition, evaluation articles from scientific books that are published in the related fields and book reviews are also within the scope of the journal's publication.

Original articles translated into Turkish or English from a foreign language are also allowed in the journal provided that they contribute in the field with editorial board's decision and do not exceed one third of the journal. The permission letter from the author or the right owner of the original article is also required together with the translated manuscript in order for the translated manuscripts to be published.

The journal only accepts articles which are not published or accepted to be published previously. Articles which are created from the reports that are not published but presented in a scientific gathering can be accepted provided that the case is clearly stated in the footnote.

Evaluation of the Articles and the Publishing Process

Scientific quality is the most important criteria in the evaluation of the articles for publishing. All the received articles are evaluated with respect to their eligibility for the journal publishing principles and qualifications by the editorial board. Editorial board reserves the right to decide whether or not to publish and/ or emend the received article in case considered necessary. In

result of the preliminary evaluation, the articles that are found to be unsuited for publishing are not evaluated and their authors are informed. The articles are returned to the authors for further revision and proofreading. The articles that are found to be suitable for publishing, on the other hand, are delivered to be evaluated to three different referees in the related field. The referees decide whether or not the article is suitable for publishing by evaluating it with respect to method, content and originality. Taking the referee reports that are received within the defined time frame into consideration, editorial board holds the decision-making authority for the publication of the articles. Informing the author, the eligible articles are scheduled. The identities of the referees are kept private and the reports are archived for five years. Following the publication of the article, three copies of the related issue of the journal is delivered to the author within a month.

The copyrights of the manuscripts which are accepted to be published following the evaluation process, are considered as transferred to Istanbul Aydin University. Thus the "article presentation form" which includes a contract regarding the transfer of the copyrights to the journal, is also required to be filled and delivered along with the manuscripts.

The scientific, ethic and legal responsibilities of the views and translations in the manuscripts which are published in the journal belong to their respective authors. The texts and photographs published in the journal may be cited. However, the published texts cannot be re-published in any other place (printed or online) without the written permission of the journal's editorial board. The author of the published text/article reserves the right to copy the whole or a part of his work for his own purposed on the condition that he/she indicates the text/article is published in the journal.

By submitting their works to the journal, authors accept the above mentioned principles.

Publishing Language

The language of the journal is Turkish or English.

Editorial Principles

I. Main Title

Written in **bold** letters, the main title must be congruent with the text content expressing the treated subject in the best way. The main title must not exceed 10-12 words of which initials must be capitalized.

II. Author's Name(s) and Address(es)

The name(s) and surname(s) of the authors must be typed in **bold** whereas the addresses must be typed in *italic* letters. If there are any, the title(s) and the workplace(s) of the authors as well as their contact information must be indicated on the first page with a footnote.

III. Abstract

The article must include an abstract in both English and Turkish (özet) languages, which briefly and clearly summarizes the subject of the text and consists of at least 100 and at most 150 words. The abstract must not refer to the cited sources, figures and graphic numbers used in the text or contain footnotes. Authors must provide *keywords* consisting of at least 3 and at most 5 words leaving an empty line under the English and Turkish abstracts. The Turkish abstract must also have its title in Turkish.

IV. Main Text

The text must be written with Times New Roman font-type, 12-point font size leaving 1,5 space between lines and 3 cm margins on top, bottom and both sides of an A4-sized (29.7x21 cm) MS Word page. The pages must be numbered. The text must not exceed 6000 (six thousand) words including its Turkish and English abstracts, figures and table contents. The parts of the text which are to be emphasized must be written either in *italics* (not in **bold**) or shown in single quotation marks (""). The text must never contain double emphases using quotation marks and italics at the same time.

V. Sub-titles

The section and sub-titles may be preferred for delivering the information in an orderly way. All the section (regular) and sub (*italics*) titles must be written in 12- point size, **bold** characters, capitalizing only the initial letters of each word in the title. Sub-titles must not be followed by a colon (:) and the text must begin after an empty line.

VI. Tables and Figures

Tables must be prepared according to black and white printing with a title and number. Tables and figures must be numbered separately. Tables must not be drawn with vertical lines; horizontal lines, on the other hand, must only be used for categorizing the sub-titles within the table. The number of the table must be indicated above the table, on left side, in regular fonts; the title of the table must be written in *italics* capitalizing the initials of each word. Tables must be located in their proper places within the text.

- **Example:Tablo 1:** *Farklı yaklaşımların karşılaştırmalı analizi*

The numbers and the titles of the figures must be centered just below the figure. The number of the figure must be in *italics* followed by a full stop (.). Right after comes the title of the figure in regular fonts with only the initial letter capitalized.

VII. Visuals

The images, photographs or special drawings included within the text must be scanned in 300 ppi (300 pixels per inch) with a 10 cm short edge in JPEG format. In addition to the article and the "article presentation form", all the visual materials used in the text must be e-mailed to the provided addresses in JPEG format. The online sourced images must also comply with 10 cm/300 ppi rule. Visuals must be titled according to the criteria specified for tables and figures (item VI) above. Technically problematic or low-quality images may be requested from the contributor again or may be completely removed from the article by the editorial board. Author(s) are responsible for the quality of the visual materials to be used in their articles.

The images and photographs must be prepared according to black and white printing. The titles and the numbers of the visuals must be centered and typed in *italics*. The type of the visual and its number must be typed in *italics* followed by a full stop (.) and the name of the image typed in regular fonts with capital initials:

- **Example:** *Resim 10.* Wassily Kandinsky, 'Kompozisyon' (Anna-Carola Krausse, 2005: 91).

The pages containing figures, charts and images must not exceed 10, with only occupying one third of the text. If possible, authors may place the figures, charts and images where they

are supposed to be providing that it will be prepared as ready to be published, if not they can write the numbers of the figures, charts and images leaving empty space in the text in the same size.

VIII. Footnotes

Footnotes must only be used for additional explanatory information with automatic numbering. Footnotes must not be used for citation or giving references.

IX. Citation and References

Authors must give references for all their direct or indirect quotes according to the examples given below. In case not specified here, authors must consult APA 6th edition referencing and citation style. Direct quotes must be given in *italics* using quotation marks (""). Footnotes must never be used for giving references. All references must be written in parentheses and as indicated below.

- Works by a single author: (Carter, 2004).
- Specific passages in works by a single author: (Bendix, 1997: 17).
- Works by two authors: (Hacıbekiroğlu and Sürmeli, 1994: 101).
- Works by more than two authors: (Akalin et. al, 1994: 11). The other contributing authors must only be indicated in the bibliography section.
- If the name of the author is mentioned within the text, only the publishing date of the source are provided:Gazimihal (1991: 6) states that ".....".
- Works with no publication dates, can be cited with the name of the author: (Hobsbawn)
- Works with no author name, such as encyclopedias, can be cited with the name of the source and if available the volume and page numbers: (Meydan Larousse 6, 1994: 18)
- The quotes that are taken from a secondary source are indicated as follows and must also be given in bibliography:As Lepecki also expresses "....." (Korkmaz, 2004: 176).

X. Bibliography

The bibliography must be given at the end of the text in an alphabetical order as shown in the following examples. The sources must be sorted according to their publication dates in case an author has more than one publication. On the other hand, the publications that belong to the same year must be shown as (2004a, 2004b...).

Books

- Öztürkmen, A. (1994). *Türkiye’de Folklor ve Milliyetçilik*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Carter, A. (2004). *Dans Tarihini Yeniden Düşünmek*, çev: Cansu Şipal, İstanbul: BGST Yayınları.

Articles

- Sarısözen, M. (1970). Bağlama Metodu, *Folklor/Halkbilim* (1): 12-16.
- Bakka, E. ve Felföldi, L. (2002). Whose Dances, Whose Authenticity? *Dance Research* (32): 3-18.

Sections of a Book

- Lepecki, A. (2004). Concept and Presence: The Contemporary European Dance Scene. *Rethinking Dance History: A Reader*, ed. Alexandra Carter, London: Routledge, s: 176-190.
- Şahin, M. (2013). Klinik Psikolog Olmak. *Klinik Psikoloji*, ed. Linden, W. ve Hewitt, P. L. Ankara: Nobel, s: 1-16.

Thesis

- Dehmen, B. (2005). Ulusal ve Küreselin Kesişme Noktasında Halk Danslarına Bir Yaklaşım: Dansın Sultanları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Online Sources

Online sources must be cited for the data obtained from internet as well. The full web address of the accessed web-page (not the home page) and the accessed date must be indicated in the bibliography for the online sources:

- <http://www.tdkterim.gov.tr/bts/> (12.10.2014).
- Aksu, G. (2011). Özgür Bir Beden, Özgür Bir Sanat Dalı, *Yazında ve Çeviride Beden*, Akşit Göktürk'ü Anma Toplantısı (15-17 Mart 2006) İstanbul Üniversitesi. <http://mimesis-dergi.org/2011/04/ozgur-bir-alan-ozgur-bir-sanat-dali/>. (12.10.2011).

Interviews

- Ural, U. (2014). Artvin halk dansları çalıştırıcısı Uğur Ural ile ÜFTAD ofisinde yapılan görüşme, İstanbul: 19 Temmuz.

Contact Information:

AYDIN SANAT
Editorial Board

Istanbul Aydin University, Fine Arts Faculty

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web: <http://gsfdergi.aydin.edu.tr>

E-mail: aydinsanat@aydin.edu.tr