

**T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ**

**AKDENİZ UNIVERSITY
FACULTY OF FINE ARTS**

YIL / YEAR: 2019 (OCAK / JANUARY)
Sayı / Issue: 23 Cilt / Volume: 13
ISSN: 1307 - 9700

AKDENİZ SANAT DERGİSİ

Akdeniz Sanat Dergisi Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi bünyesinde yayın yapan hakemli bir dergidir. Yılda iki kez Ocak ve Temmuz aylarında yayımlanır.

THE JOURNAL OF AKDENİZ ARTS

The Journal of Akdeniz Arts is a peer-reviewed journal of Akdeniz University, Faculty of Fine Arts. It is published twice a year (January-July).

**2019
ANTALYA**

EDİTÖR / EDITOR

Doç. Dr. Zehra YİĞİT

EDİTÖR YARDIMCISI / EDITOR ASSISTANT

Dr. Öğr. Üyesi Babacan TAŞDEMİR

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD MEMBERS

Prof. Dr. Osman ERAVŞAR

Prof. Dr. M. Fadıl SÖZEN

Doç. Dr. Aydın ZOR

Doç. Hanife YÜKSEL

Doç. Mehmet Ali EROĞLU

Doç. Nevin YAVUZ AZERİ

Doç. Dr. Terlan MEHDİYEVA AZİZZADE

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞ

SAYFA TASARIMI / LAYOUT DESIGN

Dr. Öğr. Üyesi Bekir KİRİŞCAN

SEKRETERYA / SECRETARY

Arş. Gör. Gunnar YAĞCILAR TONGUÇ

Arş. Gör. Merve KÖKSAL

Arş. Gör. Özgü GÜNDEŞLİOĞLU DEMİR

İLETİŞİM / CONTACT

Ad: Akdeniz Sanat Dergisi

E-posta: akdenizsanat@akdeniz.edu.tr

Telefon: +90 242 310 62 00

Adres:

Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

Akdeniz Sanat Dergisi Koordinatörlüğü

Dumlupınar Bulvarı 07058 Kampüs

Antalya / TÜRKİYE

e-posta: akdenizsanat@akdeniz.edu.tr

DANIŐMA KURULU

Prof. Dr. Sibel PAŐAOĐLU (Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Elif AĞATEKİN (Bilecik Őeyh Edebalı Üniversitesi)

Doç. Fuat AKDENİZLİ (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Doç. Kemal TİZGÖL (Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Uğur GÜNAY YAVUZ (Akdeniz Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Perihan TAŞ (İstanbul Kültür Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Őinasi TEK (Hacettepe Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Umut SÜDÜAK (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

BU SAYININ HAKEM KURULU / REVIWERS OF CURRENT ISSUE

Prof. Seğkin TERCAN (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

Prof. Dr. Tuna UYSAL (Selçuk Üniversitesi)

Doç. Dr. Ahmet Beyhan ÖZDEMİR (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Doç. Dr. İsmail Aysad GÜDEKLİ (Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Kamuran Özlem SARNIÇ (Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Dr. Semih BÜYÜKKOL (Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Umut KAYAPINAR (Akdeniz Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Bekir KİRİŞCAN (Akdeniz Üniversitesi)

Öğr. Gör. Dr. Erdal ÇETİNTAŐ (Akdeniz Üniversitesi)

Arş. Gör. Dr. Engin ÖZYÖRÜK (Akdeniz Üniversitesi)

İÇİNDEKİLER - CONTENTS

9

Editör Yazısı - Editorial

MAKALELER - ARTICLES

11 - 20

Cihat Burak'ın Resim ve Öykülerine Yansıyan Hayvan İmgeleri
Animal Images Reflecting Cihat Burak's Paintings and Short Stories
İnci AYDIN ÇOLAK

21 - 31

Ai Weiwei'nin Muhalif Sanatı
Defiant Art of Ai Weiwei
Sevgi AVCI, Menekşe USLU

33 - 45

"Indie Pop'u Anlamak": Albüm Kapakları Üzerine Göstergibilimsel Bir İnceleme
"Understanding Indie Pop": A Semiotic Analysis on Album Covers
Eray ÖZKAN

47 - 60

Portre Sanatında Yüzün Temsil Sorunu
The Question of Representation in The Portrait Art
Handan DAYI

61 - 71

Kültürel Motiflerin Reklam Üzerinde Kullanımı: Türk Hava Yolları Lale Motifi Örneği
Using Cultural Motifs on Advertising: Turkish Airlines Tulip Motive Example
Mithat YILMAZ, Hakan MAZLUM

73

Akdeniz Sanat Dergisi Bilimsel Etik Sözleşmesi
The Journal of Akdeniz Arts Scientific Ethics Agreement

75 - 79

Akdeniz Sanat Dergisi Yayın ve Yazım Kuralları
The Journal of Akdeniz Arts Publishing and Spelling Rules

EDİTÖR YAZISI

2008 yılından bu yana yayın hayatına devam eden Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi'ne bağlı Akdeniz Sanat Dergisi, Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere yılda iki sayı çıkarmaktadır. Bu sayı ile birlikte Ocak-Haziran olan yayın periyodu Ocak-Temmuz olarak değiştirilmiştir. Amacımız, Sanat Çalışmaları'nda bilimsel ölçütleri de karşılayan, yeni tartışmalar açan, alana katkı sağlayan, özgün bakış açılarında içerik üretmektir. Uluslararası indekslerce taranan saygın sanatsal bir dergi olma hedefimizle, siz değerli meslektaşlarımız ve araştırmacıların değerli katkı ve ilgisi sayesinde sağlam ve emin adımlarla ilerlemekteyiz.

Bu sayımızda sizlerle çeşitli konularda beş makaleyi buluşturuyoruz. "Cihat Burak'ın Resim ve Öykülerine Yansıyan Hayvan İmgeleri" adlı ilk makalemizde İnci Aydın Çolak, Burak'ın resimlerine ve öykülerine yansıyan hayvan imgelerini saptayarak, bunları sınıflandırmakta ve sanatçının bakış açısıyla bu hayvanların, onun eserlerindeki kullanımını arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. "Ai Weiwei'nin Muhalif Sanatı" adlı ikinci makalede Sevgi AVCI ve Menekşe USLU, bireysel özgürlükleri ve insan hakları ihlalinin ön plana çıkararak ve insani sorunlara dikkat çeken Ai Weiwei'nin sanatını anlamaya çalışmaktadırlar. Heykel, enstalasyon, fotoğraf, film, küratörlük ve eleştirmenlik yapan sanatçının muhalif sanatçı tavrına odaklanan yazarlar, Ai Weiwei'nin gündelik hayat ve toplumsal krizlerle bağlantılı eylemleri aracılığıyla politika, aktivizm ve çağdaş sanat arasındaki ayrımın belirsizleştiğine dikkat çekmektedirler.

"İndie Pop'u Anlamak": Albüm Kapakları Üzerine Göstergebilimsel Bir İnceleme" adlı üçüncü makalede Eray Özkan, alternatif bir müzik türü olan "pop" ve "post-punk" müzik türlerinin birleşimi sayılan, "Do It Yourself - DIY (Kendin Yap)" etiğini içerisinde barındıran, "indie pop" veya "alt pop" türü üzerine odaklanmaktadır. Çalışmada 2010-2015 yılları arasında, kamuoyunda bilinirliği olan müzik sıralamalarında başarılı olan, Marina and Diamonds sahne adı ile bilinen sanatçıya ait üç albüm kapağı ile Grimes sahne adı ile bilinen sanatçının dört tane albüm kapağını incelenmektedir. "Portre Sanatında Yüzün Temsil Sorunu" adlı makalede Handan Dayı, temsil alanı olan portrelerin sanat tarihinde izlerini sürerken yüzde temsil edilemez olana bakmaktadır. Çalışmada Platon, Spinoza ve Deleuze'ün duygu, duygulanış, idea, temsil gibi kavramları üzerinden, bir geçiş alanı olarak yüz ve portreye odaklanılmaktadır. "Kültürel Motiflerin Reklam Üzerinde Kullanımı: Türk Hava Yolları Lale Motifi Örneği" adlı makalede Mithat Yılmaz ve Hakan Mazlum, uluslararası markalarda reklam ve tanıtım stratejilerinin belirlenmesinde kültürel mirasın bir parçası olan motiflerin önemine değinerek, Türk Hava Yolları'nda kullanılan lale motifi örneği üzerinden analizlerini yapmaktalar.

Doç. Dr. Zehra YİĞİT

Editör

Cihat Burak'ın Resim ve Öykülerine Yansıyan Hayvan İmgeleri

İnci AYDIN ÇOLAK*

ÖZ

Ressam, mimar ve yazar Cihat Burak'ın hayvansever yanına resim ve öykülerinde rastlarız. Eserlerinde en sık adı geçen hayvan kedi olmakla birlikte, köpek, deve, sığa, kertenkele, balina, boğa, köpek, kurbağa ve cardonlar da sıklıkla anılır. Genellikle insanlar dünyasındaki mücadelenin farklı türlerdeki yansımasını göstermek amacıyla kullanılan hayvanlar, kimi zaman da gerçeküstücü bir üslupla konuşturulur veya çılgın bir bilim adamının deneylerinin kurbanı olarak değişime uğrar. Bu hayvanlar, sanatçının resimlerine de yansır. Bu yazı, Cihat Burak'ın resimlerine ve öykülerine yansıyan hayvan imgelerini bularak, bunları sınıflamak ve sanatçının bakış açısıyla bu hayvanların kullanımı arasında ilişki kurmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Resim, öykü, metafor, hayvan, disiplinlerarası

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 26 Eylül 2018, Kabul Tarihi: 3 Ocak 2019

* Sanat Tarihi-Batı Sanatı ve Çağdaş Sanat Doktoru (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi), inciaydincolak@gmail.com

Animal Images Reflecting Cihat Burak's Paintings and Short Stories

İnci AYDIN ÇOLAK*

ABSTRACT

We see animal lover side of the painter, the architect and the writer Cihat Burak in his paintings and stories. Although cats are the most common animals in his works; dogs, camels, donkeys, lizards, whales, bulls, dogs, frogs and cardons are also frequently mentioned. Animals that are usually used to show the reflections of the struggle of the human world in different species, sometimes speak in a surreal tone or change as a victim of a crazy scientist's experiments. These animals are also reflected in the artist's paintings. This paper aims to find the animal images reflected in Cihat Burak's paintings and stories, to classify them and to establish a relationship between the use of these animals and the artist's point of view.

Keywords: Painting, storie, metaphor, animal, interdisciplinary

GİRİŞ

Bu makale, aynı imgenin bir sanatçının bakış açısıyla farklı sanatlardaki yansıtmasını göstermeyi amaçlamaktadır. İmgenin bittiği yerde imaj başlar. İmge ve imaj birbirinin simülakrındır. Aslolan, sanatçının insanlar dünyasındaki bozulmayı anlatma isteğidir. Bu bağlamda sanatçının kullandığı araçlar resim ve öyküdür. Resim ve edebiyat; gerçek ve metafor arasındaki ilişkiyle paralel bir seyir izler. Öyküdeki metafor, resmin diline gerçekçi bir yöntemle yansıyabileceği gibi, bunun tersi de olanaklıdır. Sanatçının resminde kullandığı hayvan metaforu, yaşanmış bir olayın izdüşümü de olabilmektedir ve insanlar dünyasının vahşetini olanca açıklığıyla görünür kılar. İnsan; hayvanı zevkini tatmin etmek, açlığını gidermek için nesneye dönüştürür. Vahşet tam da bu noktada başlar. Düşler gerçeği anlama ve tanımlamada yardımcı olduğu kadar, gerçekler düşlerin oluşumunda etkili olur. Bu geçişlilik durumu, Burak'ın sanatının odak noktasıdır.

CARDONLAR VE KEDİLER

Hayvanlar hem insanlar dünyasını yansıtan bir simge değerdir, hem de gerçekliği yansıtır. "Cardonlar" öyküsünde her iki kullanımın bir aradalığı söz konusudur. Gençlik yıllarını ahşap bir konakta geçiren Burak, cardona ilk kez burada rastlamıştır. Cardon, ilerleyen zamanla önce konağı, sonrasında da evi ele geçiren bir metafora dönüşmüştür. Olumsuz bir tipe gönderme yapan cardonun karşısına, olumlu karakteri simgeleyen kedi çıkartılır. Kedi yararlı ve sevecen bir hayvanken, cardon denetimdışı, zararlı, çirkin ve iticidir. Belirsiz egemendir.

"Kedi kadar sıçanlar dolaşüyor sofalarda, divanhanelerde. Fırtınalı gecelerde zamanın dışarda gezen ruhu evin ötesinden berisinden bir şeyler koparıyor. Kırılmaçılar bile yuva yapmaz olmuş saçakların altına . Gece el ayak çekildikten sonra kuyrukları parmak kalınlığında cardonlar çıkıyor ortaya; delice bir neşe içinde cızık cızık bağırarak yarım metre genişliğinde döşeme tahtalarının üstünde koşuyorlar" (Burak, 2009, s. 31).

Evin kedisi Tonton cardonu öldürür, ancak birkaç gün sonra o da ölür. Yazar zaman ve mekânın kediler ve cardonlar arasında paylaşıldığını düşünür. Herhangi birinin bu gizli anlaşmaya uymaması acı sonuçlara yol açar. Odalar, saçaklar, sofalar ve bahçe kedilere aitken; lağım, en alt kat, tavan arası ve mutfak cardonlarıdır. İlerleyen sayfalarda kendi köşelerine sinen kediler İstanbul'un yerli halkı, cardonlar yeni türedi zenginlere dönüşür. Çocukluk günlerine ait ürkütücü imge, büyüklerin dünyasında da benzer bir rol üstlenir. Pahalı arabalara binip, pahalı sigara içen yeni türedi zenginler cardonlarla anlatılır. Cardon, Burak'ın "Rüşvet" öyküsünde de karşımıza çıkar. Yolu İmar Müdürlüğü'ne düşen mimar yaşadıklarını anlatırken cardonlardan da söz eder:

"(...) ama İmar Müdürlüğü'ne işim düştükten sonra ana lağıma düşmediğime bin kere pişman oldum; ana lağımda nihayet CARDONLAR vardır, bok vardır, her türlü pislik vardır, ama namussuzluk yoktur" (Burak, Cardonlar, 2009: s. 66). Cardonun bile temiz kaldığı kirli ilişkiler yumağı kapitalist insanın yozlaşmış, bencil bürokratik yanısıdır.

Sanatçının öykülerinde en sık karşımıza çıkan hayvan kedidir. Cemal Süreya'ya göre Cihat Burak her şeyin kedisini yapabilir. Kedileri tek başlarına, diğer hayvanlarla ve insanlarla resmeder. "Göz Damlası" nda (Burak, 2009, s. 88) Kedilerle insanlar arasında kurulan dostluk ve kimi insanların önyargıları ele alınır. "Tekir" (Burak, 2009, s. 187) öyküsünü Burak, Akademi'de sınıfta kaldığı yıl yazmıştır. Yavru kedi Tekir'le bir çocuğun konakta başlayan dostluğu, ilerleyen zamanla çatışmalı bir ilişkiye dönüşür. Yaşam şartlarının çetinliği, yoksulluk, sevgisizlik ve alkol anlatıcılığı hoyrat yapar. "Kedi" (Burak, 2009, s. 23) adlı bir diğer öyküsü Lauristan Sokağı'ndaki bir lokantada geçer. Arap kökenli bir adam satmak amacıyla lokantaya bir kedi getirir. Kendisini sevdirmeyi beceren kediyi lokanta sahibi satın alır. Lokanta kozmopolit bir kent gibidir. "Melun Kedi" (Burak,

2009, s. 129) adlı bir diğer öyküsünde, yazar Beyazıt Çınaraltı'ndadır. Kediyi omzuna almasıyla, yandaki masadan bir adamın anlatıcı-yazara laf atması bir olur. Kediler ve diğer hayvanlar hakkında konuşurlar. Cardonlar (Burak, 2009, s. 41) öyküsünde Pamuk, Minnoş, Tekir ve Sarman adlı kediler evin bireylerinden farksızdır. Cardon'un karşısına çıksalar da etkili olamazlar.



Şekil 1: Kediler Mediler Ne Dediler Ne Yediler, 22 Şubat 1988, tuval üzerine yağlıboya, 86x76 cm.,
Kaynak: Hüseyin Hülki Birol Koleksiyonu.

Burak için 'kedi' diğer hayvanlardan farklıdır. İnsanla kurduğu ilişki ondaki bağımsızlık yanını gösterir. Burak, Feriha Büyükünâl'la yaptığı söyleşide kedinin bağımsızlığına düşkün olduğunu hatta aslan ve kaplandan daha özgür yaşadığını anlatır. Ancak sözünü ettiği hadım edilen ev kedileri değildir. "Kedi kişiliği olan hayvandır. Hiçbir zaman insanın elini yakasını bırakmamıştır. Köpek öyle değildir. İnsana Allah'ına bakar gibi bakar. Kedi de 'Ne yapalım, öyle gelmiş, böyle gidiyor' diye bakar. Kedi bir sirk hayvanı değildir" (Büyükünâl, 1991, s. 24). Bu kedi imgesi resimlerine de yansır (Resim1-2). Birinci resimde vahşi olarak tanımlayabileceğimiz arslan ve kaplan tutsaktır. Parmaklıkların arkasında, insanların seyirlik nesnesine dönüşmüşlerdir. Acınası duruşlarını daha etkili kılansa, parmaklıklarını önünde uzanan Van kedisidir. Özgür kedi, demir parmaklıkların ardındaki soydaşlarına acıyarak bakar. Sanatçı beyaz tüylü Van kedisini, tekir renkli tutsak hayvanlarla kontrast yarattığı için kullanmış olabilir. Böylelikle tutsak özgür ayrımı renklerle de vurgulanmış olur.



Şekil 2: İnsanlar ve Hayvanlar, 1984, tuval üzerine yağlıboya, 81x65 cm.

İkinci resim, kedinin patilerine uzanmış cardon aracılığıyla fiziksel olarak ikiye bölünür. Resmin üst bölümünde Burak için özgürlüğün simgesi olan tekir kedi, koyu bir zemin oluşturarak patilerine uzanan açık renkli cardonun vurgulanmasını sağlar. Kediler ve cardonlar arasındaki mücadele, tuval üzerinde açık ve koyu renklerin karşıtlığıyla ifade edilir. Resmin yarısından çoğunu kaplayan cardon ve kedi, yaşamdaki savaşlarının yanısıra, karşıtların birliğini simgeler. En azından aralarındaki mertçe savaş ve saygı duyulan düşman imgelerini taşırlar. Ayrıca, Cihat Burak'ın hayatında kedinin ne denli önemli olduğu, resimde taşıdığı boyut göz önünde bulundurulursa daha iyi anlaşılır. Feriha Büyükünâl'la yaptığı söyleşide Burak Cardonlar öyküsüne konu olan hayvanlardan da söz eder:

“Cardonla başa çıkamazsınız. Cardonlar korkunç bir şeydir. Bizim Pamuk vardı; güçlü kuvvetli bir kedi. Bir gün Firuzğa'daki eve geldim. Evde bir nefes duydum. Hırsız saklanmış, dedim. Elektriği yaktım, baktım. Bir köşede koca cardon, bir köşede Pamuk” (Büyükünâl, 1991, s. 25).

Resimde, cardonun kuyruğunun altında kümelenen seyirciler matador ve boğa arasındaki mücadeleyi izlemektedirler. Matadorun hemen yanında bir kadınla bir erkek sevişmektedir. Kadının bir eli cardonun arka ayağını tutmaktadır. Sevişen çiftin yanında beyaz giyimli bir adam, önündeki sehpa benzeri yükseltinin üstündeki kesik köpek başıyla durmaktadır. Onun hemen yanı başında bir adam, eliyle yüzünü kapatmış ağlamaktadır. Bağlamlarından kopartılarak yana sıralanmış bu figürler resimde sürrealist bir etki yaratır. Burak'ın resimde perspektif kullanmamasının nedeni, hayvanlar dünyasındaki kendiliğinden süregiden mücadeleyi onaylamasından ve insanların hayvanları kendi zevkleri, mideleri ve eğlenceleri için acımasızca öldürmelerinin eleştirisinin göstergesi olarak görülebilir.

HAYVAN SİMGELERİ

“Sürüngenler” (17 Şubat 1952) öyküsünde hayvan her durumda ayakta kalmayı başaran kişisiz insanları tanımlamak için kullanılır. “Onlar her çağda, her ortamda aynıdırlar (...) Dünya nimetleri sanki elini uzatıp koparıvermesi için yaratılmışlardır, toplumun gerçekleri, acıları, sevinçleri onları hiç ilgilendirmez” (Burak, 2009, s. 129). “Uğur Böceği ile Kar Çiçeği” (Burak, 2009: s. 102) öyküsü sonu ölümle biten bir aşkı anlatır. Hayvan ve bitkinin kişileştirildiği öyküde, karda açan bir çiçek için yaklaşmakta olan bahar, ölümün habercisidir. Uğur böceği ise birkaç günlük ömrü süresince kar çiçeğine aşık olduğunu anlamış ancak anladığında onun da ömrü sona ermiştir. “Gemi Aslanı” (Burak, 2009, s. 66) her durumda ayakta kalabilen bir insanın anatomisini, çocukluk günlerinden başlayarak anlatan bir öyküdür ve belki de nasıl çocuk yetiştirilemeyeceğini gösterir. Maymun” simgesi iki öyküde karşımıza çıkar. Öğretmen tüm sınıfa “Maymunla Ceviz” manzumesini ezberleme görevi vermiştir. Küçük çocuk şiiri ezberlerken maymunlaşır. Taklit yeteneği yetişkinliğinde, kolayca yalan söylemesini sağlayacaktır, böylece işinde kolaylıkla yükselebilmelerini sağlayacaktır. Uçuk bir bilim adamının öyküsünü anlatan “Dev Sanson”da maymunlar için şu ifadeler yer alır: “Darwin nazariyesinin aksine olarak maymunun gerilemiş bir insan olduğunu, daha doğrusu devrenin kapanmasına doğru bir hareketin başlangıcı olduğunu söylüyordu” (Burak, 2009: s. 122). Maymun imgesinin yansımaları resimde de görürüz.

Resme ve öyküye yansıyan bir başka imge de balınadır. “Moby-Dick” (Burak, 2009, s. 121) öyküsü Batı insanının medeniyet maskesi altında yaptığı kısımları gözler önüne serer. ‘Vahşi’nin kim olduğunun sorgulandığı öyküde, hayvanların gözüyle insana bakıldığında cevap nettir. Burak, bu romanın tutkularından biri olduğunu ifade ederek aynı başlıkla öykü yazdığı gibi iki resim de yapar. Dolunayın ışığında üç direkli eski bir gemi, zıpkınlarla yaralanmış ispermeteç balınası göze çarpar. Üç direkli eski gemi imgesi, ürkütücü görünümünün yanı sıra, eskiyi anlatan yanı sıra da Burak için önemli bir imgedir. “Denizin Sevgilisi” öyküsünde, Moby Dick resmindeki gemiyi betimlemiştir.



Şekil 3: Kalyon, 1956, tuval üzerine yağlıboya, 90x60 cm.
Kaynak: Demsa A.Ş. Koleksiyonu.

“...üç direkli siyah bir gemi leşi ile karşılaşmıştık. Eskilikten süngerleşmiş kaburgaları tarih öncesi bir hayvan iskeleti gibi kayalıklarda parçalanmıştı” (Burak, 2009, s. 63). Üç direkli eski gemi, resmin tamamını kaplarken, güneş ışınlarını kapatır. Direklerin uzunluğu ve gemini sağ bölümünde kubbeyi andıran yapı, kalyonun koyu gri ve siyah arasında değişen rengi gotik bir atmosfer yaratır. Kalyon, Burak’ın kendisine yarattığı mitolojinin en gizemli parçalarından birisidir. Tekinsizlik, kaygı ve ölümü çağırır.

Burak, balınaya da yaşama şansı tanıyan o çağın balina avını onurlu bulur. Göçmen turna kuşlarını resme yerleştiren Burak, Moby Dick romanını farklı bir okumayla izleyenle buluşturur. Resimde masalsi bir anlam yakalayan Burak, barışı simgeleyen turna kuşlarıyla, yeryüzündeki yaşamın birliğini vurgular.

KÖPEK

Cardonlar öyküsünde Hektor adlı bir köpek ve yavrularından söz edilir. Hektor ve yavruları bir çocuğun doğayla kurduğu ilişkiyi yansıması bakımından dikkate değer. Çocuk ve köpek arasındaki ilişki Kurbağa adlı öyküsünde de karşımıza çıkar. Sokak köpekleri için topladığı taşlardan ev yapan bir çocuk ve onun hayvanlarla kurduğu ilişki söz konusudur. İki öyküde de çocuk, bahçeli bir konakta yaşar. Bahçe, insanlar kadar hayvanların da yaşam alanıdır. Ne zaman bahçeli konaklar yıkılarak yerine apartmanlar dikilmeye başlanır, insan-hayvan ilişkisinin bunalımı da o zaman başlar. Cuma ve Oğulları (Burak, 2009, s. 113) öyküsünde hayvan kendi değeriyle ele alınır. İnsanlar dünyasına göndermeler taşıyan bu öyküde var olma/ayakta kalma mücadelesi üzerine tartışmalar yapılır. Dişi bir çoban köpeği olan Cuma, beş oğluyla birlikte çiftliği bekler. Pulat Ağa, köpeğini arkadaşı Dilaver Bey’e ödünç verir. Dilaver Bey’in sürüsüne ne olduğu belirsiz bir canavar dadanmıştır ve ona yardımcı olabilecek tek köpek, becerisi ve cesaretiyle ünlü Cumadır. Canavarla karşılaşan Cuma, ölümcül darbeler alır. Herkesin yaşamından umudu kestiği anda ayağa kalkar. İki oğlunu da yanına alarak mücadeleye devam eder. Öykünün sonunda canavarın bir panter olduğu ortaya çıkar. Cuma’yı ölümün kenarından çevirense intikam alma isteğinden başka bir şey değildir.

Cuma ve Oğulları için Burak, desen yapmıştır. Cuma, kendisinden daha büyük bir güce karşı mücadele ettiği için yüceltilmiştir.

KARINCALAR

Hayvanlar dünyasındaki mücadelenin insanlar dünyasına yansıdığı bir diğer öykü Karıncalar'dır. Öyküde anlatılan olay Ne Şirinlerdi ve Nar öykülerinde de geçer. Askerde yaşanan bir anının öyküleştirilmesiyle kurgu oluşturulur. Can sıkıntısından anlatıcı yazar, masanın üzerinde kavgaya tutuşan karıncaları büyüteçle izler, onları ortaçağ şovalyeleri gibi zırhlı ve silahlı bulur. “ Her saldırıda kitabın üstüne bir anten, yarısında kopmuş bir bacak, pek de göremediğim bir şeyler dökülüyordu; insafsız, amansız bir dövüştü bu, ölüm kalım dövüşüydü. İkinci saatin sonunda ne anten, ne el, ne ayak kalmamıştı artık. Sağlam kalan kıskaçlarıyla birbirlerini incecik bellerinden kavradılar, inşaatlarda demircilerin koca makaslarıyla kırk milimetrelik demiri kesişleri gibi birbirlerini bellerinden kestiler, bir iki titreyip öldüler” (Burak, 2009, s. 16). Nar öyküsünde de aynı olayı anlatan yazar, hayvanlar dünyasındaki mücadeleyi, insanların dünyasıyla karşılaştırarak ilkini mertçe bulur. Mertçe yaşayıp ölmek insanlardan çok hayvanlara özgüdür (Burak, 2009, s. 64-65).

GERÇEKÜSTÜCÜLÜĞE ADIMLAR

Burak'ın hem öyküleri hem de resimleri gerçeküstücü izler taşır. Bu hem sanatçının bireysel tercihi hem de dönemin genel havasını yansıtır. Gerçeküstü tavrı, kent yaşamının boğuntusundan, duyarsızlaşan insanlar dünyasından ve bürokratik prangalardan uzakta bir arayış çabasıdır. Söz gelimi Yakutiler öyküsü rüya ve gerçekler arasında zikzaklar çizer. Öyküde üç canavar, çizili oldukları duvarda hareket ederler. Gerçekler, bilinç akışı tekniğiyle yazılırken düşe geçişi kolaylaştırır. Öykünün arasına şiirler de serpiştirilmiştir. Böylelikle Burak, anlatımdaki tekdüzeliği kırar.



Şekil 4: Şer Kuvvetlerinin Saldırısı, 1969, gravür, 30x32 cm.

Kaynak: Şaziment- Neşet Arolat Koleksiyonu.

“Boğa” Yakutiler öyküsündeki bir diğer simgedir. İnsanların yaşam mücadelesindeki eşitsizliği simgelemek için kullanılır. Boğa güçlüdür ancak gücünün ayrımında değildir. Asıl düşmanı olan insanı göremeyen boğa pikadorların ellerinde salladıkları muletaya saldırır. Boğanın gözüyle boğa güreşi anlatılırken insanın zavallılığı ve ikiyüzlülüğü yansıtılmıştır. “(...) eğer yorgunluktan bitkinlikten hâlâ yere yıkılmadıysa matadorun sopasına gerili muletaya yine saldırırsın, odur senin düşmanın çünkü, onu ustalıklı sallayan asıl düşmanın seni hiç ilgilendirmez bile, çünkü o ye-

rinden pek kıpırdamaz, korkarsa, kaçarsa yuhalanır çünkü, matadoru öldürüp de kasabın bıçağı altına yatmaktansa şerefine arenada ölmek de yeğdir ya!" (Burak, 2009, s. 32). Ölüm, yabancılaşma ve yalnızlık temaları öyküye hakimdir ve benzer imgeler sanatçının "Şer Kuvvetlerinin Saldırısı" resminde de vardır (Resim 4). Resimde ölü boğa, iskeletler ve merdiven trabzanına doğru uzanan çarpıtılmış beden insanlar dünyasının acımasızlığını anlatmak için kullanılan motiflerdir. Merdiven başlığındaki küfi yazı, duvardaki portre ve arka plandaki eklektik Osmanlı mimarisi iskeletler ve çarpıtılmış bedenlerle birlikte gerçeküstü bir atmosfer oluşturur. Resmi, mimariyi üreten kafa, ölümün en vahşisini tasarlar. Burak bu resimle insandaki bu ikili yanı, çarpıklığı yansıtır.

1973 tarihli "Midye Yiyen Zebra" öyküsünün ilk adı "Düş"tür (Burak, 2009, s. 133). Bir düşün betimleyen öyküye erotizm, yalnızlık ve absürlük hakimdir. 1966 yılında yazılan Dev Sanson öyküsü (Burak, 2009, s. 113) hayvanın başkalaştığı başka bir öyküdür. Öyküde diğer gerçeküstücü öykülerden farklı olarak bağlam değişikliğe uğramıştır. Olaylar, karakterler bir düşün içinde değil, uçuk kaçık bir bilim adamının laboratuvarında geçer. Üç gözlü civcivlerden tuhaf böceklerle kadar her türlü anormal yaratık yer almaktadır: "Gösterdiği şeyler Brueghel'in tablolarından fıskırmış gibiydiler, sürrealist bir ressamın aklını durdurabilirlerdi. Mikroskopik bıçaklarla ameliyat edilmiş tavuk yumurtalarından çıkan dört ayaklı, tek gözlü civcivler küçük kafeslerde canlı olarak dolaşıyorlardı. Sirtında bir cennet kuşunun göz alıcı tüylerini taşıyan bir Afrika kertenkelesi iki ve dört ayaklılar arasında bir nesil aşılması tecrübesinin mahsülü olarak sun'i bir kayalığın üstüne oturuyorlardı." (Burak, 2009, s. 123).

GEÇMİŞ ZAMAN HAYVANLARI

Mimari yapı, insanı tüm çevresiyle birlikte etkiler. Bahçeli konaklardan, üç oda bir salon apartman dairesine geçiş, insanı odalara hapsedmeye, doğayla, hayvanla ilişkisini sonlandırmaya ve içe dönük bir yaşam sürdürmeye götürür. Bağlam değişimi insanı diğer canlılardan kopararak yalnızlaştırır. "Kurbağa" öyküsünde bahçeli bir evde büyüyen çocuk, onun hayvanlarla kurduğu ilişki anlatılır. Zamanla çevredeki köşkler yıkılır, yerini apartmanlar alır. Tek başına kalan köşk yavaş yavaş çürür ve cinnet geçiren ev sahibi evi yakar. Kurbağa, geçmiş günlerin son tanıklarından biri olarak dumanların arasında kaybolur. Kurbağa imgesi geçmiş günleri yansıtmak amacıyla kullanılan bir güdücü motiftir. Öykünün başında çocuğu ürküten hayvan, zamanın geçmesiyle birlikte ürküttüğü çocuğun rolünü üstlenecektir.

"Merdivenleri dörder dörder atlayarak taşlığa indim, iri kurbağa alevlere koşan semenderler gibi ıslak bir gürültüyle önümden zıplayıp dumanların içinde kayboldu." (Burak, 2009, s. 100) kaybolan çocukluktur.

1974 tarihli "Kerten Kafaları Darıttık" öyküsünde çocukların hayvan avcılığına duydukları merak anlatılır. Avların peşinde koşarken yaşanan maceralar, çocukların hayal gücünü besler. Her yerin betonlaşması ve kertenkelelerin artık şehirde görünmez olmasıyla, çocukluk merakı değişir. İnsanı kendi doğasından koparan yine kendisi olmuştur. Burak'ın çocukluk günlerine dönmesi bu günden duyduğu rahatsızlıktan kaynaklanır ve bu tutum romantik bakışının yansımasıdır.

DİĞERLERİ

Akbalalar öyküsü (Burak, 2009, s. 98) hayvanın kendi değeriyle ele alındığı öykülerden biridir. "Tahal Karakolu" (Burak, 2009, s. 83) öyküsünde genelevde keçi besleyen bir seks işçisiyle karşılaşırız. Hayvanla kurulan ilişki bizim insan kalan yanımızdır. "Sıpa"da (Burak, 2009: s. 37) bir çocuğun gözüyle "deve"lerin ürkütücüğü ve sıpanın sevimliliği yansıtılır.

Fil (Burak, 2009, s. 137) öyküsünde insanın hayvanlar üzerinde kurdukları tahakküm yan-

sıtılır. İngiliz sömürgesi bir ülkede ağaç ticaretinde çalıştırılan fillerin dramı anlatılır. Filler arasında en zeki olanlardan Pukiau bir gün 'must' hastalığına yakalanır. Bu hastalık, fillerin göz kenarlarındaki yarıktaki iltihap birikmesiyle başlar ve hayvanı deliliğe götürür. Yazar, Pukiau'yu alim bir fil olarak tanımlar (Burak, 2009, s. 138).

Bağımsızlık yolunu seçen Pukiau bakıcısına ve diğer fillere saldırır. Boynundaki çanı balçıkla tıkar ve böylelikle gelişi duyulmaz. Ancak Pukiau'nun bağımsızlık mücadelesi uzun sürmez. Yazara göre bunun nedeni kendi ulusunun yabancıyla birlik olmasıdır.



Şekil 5: Deve Başı, gravür, 48,5x24,5 cm.
Kaynak: Sevil-Bertan Onaran Koleksiyonu

Son olarak "Acımak" öyküsünde bir kuşbazın anılarını onun ağzından dinleriz ve hayvanlar dünyasıyla insanlar dünyası arasındaki farka bir daha tanık oluruz. Saksığan konuşsun diye dilinin altını kestiklerini ve sığırcık kuşunun etinin güzel olduğunu kuşbazdan öğreniriz. Eski mesleği kasaplık olan kuşbaz, hayvanları değerlendirilecek nesne olarak algılar ve değerlendirir. Kuşbaza göre deve hisli bir hayvandır çünkü kesilmeden önce gözünden nohut nohut yağ döker (Burak, 2009: s.15). Devenin etinden pastırma ve sucuk yapılmadığını da onun konuşmalarından öğreniriz. Bu bakış insanmerkezcildir (homosentrik). Belirleyici olan hayvanın insana yararı veya zararlıdır. Hayvan ancak insana sağladığı yararlarla değerlidir. Kendi başına bir değeri yoktur. Burak "Deve Başı" resminde (Resim 5), resmin merkezine fotr şapka giyen bir devenin başını yerleştirmiştir. Resmin alt bölümünde ise horoz dövüşünü anlatmak için karşılıklı iki horoz çizilmiştir. İnsanların eğlence yaşamlarından kesitler, resimde bordürleri oluşturarak deve başını çerçeveledir. Böylelikle, deve etinden sucuk yapma için hayvanı öldürme, horoz dövüştürerek para kazanma, revü kızlarının dansını izlemekten farksız bir deneyime dönüşür. Tüm evren, insanın zevk alması için hazır tüketim nesnesinden başka bir şey değildir.

BİTİRİKEN

Öykü ve resimlerinde Cihat Burak, hayvanlara farklı değerler yükler. Kimi zaman insanlar dünyasındaki mücadeleyi ifade eden hayvanlar, kimi zaman da gerçeküstü bir kurgunun parçası olurlar. Yazarın bu bakışı, bahçeli bir konakta büyüyen sanatçı için geçmişine duyduğu özlemin romantik bir yansımasıdır.

Kedi, Burak'ın sanatına yansıyan diğer hayvanlardan niteliksel ve niceliksel olarak farklılık gösterir. Kedi sanatçının kendisiyle özdeşlik kurduğu bir simgedir ve onun kişilikli, özgür yanını kendisine benzetir. Resimlerinde ve öykülerinde en sık adı geçen hayvanın kedi olması buna bağlanabilir.

İnsanların, hayvanları zevkleri için katledebildiklerinin her fırsatta yansıtıldığı ve hiçbir hayvanın insan kadar acımasız olamayacağı Burak'ın eserlerinde yansıttığı bir başka unsurdur. Kötü koşullarda madenlerde çalıştırılan filler, arenada zevk için öldürülen boğalar, kaplan ve arslanların sirklerde seyirlik nesnelere dönüştürülmesi, sanatçının kapitalist toplum eleştirisi. Burak sosyal konuları hayvanlar üzerinden işler. Bu toplumda her şey metalaşarak kendi öz değerini yitirir. Bir tüketim nesnesine dönüşür.

Burak kimi öykülerinde hayvan ve insan öğelerini taşıyan canavarımsı yaratıklar betimler. Üç gözlü civcivler, Yakutiler, Dev Samson düş ve gerçeğin sarmalında kurgulanır.

Tüm bunların yanı sıra sanatçı, hayvanlara çocukluk günlerini bahçeli bir konakta geçirmiş olmanın verdiği aşinalıkla yaklaşır. Kurbağa ve kertenkele onun çocukluk günlerine dair sevimli detaylardır. Sanatçı yalnızca geçmiş günlere değil, insanın doğadan tam kopmadan yaşayabildiği bahçeli evlere özlem duyar ve çarpık kentleşmeyi, metalaşmayı eleştirir.

KAYNAKÇA

Burak, C., (2009). Cardonlar (2.Baskı). İstanbul: YKY.

Burak, C., (2009). Yakutiler (2.Baskı). İstanbul: YKY.

Burak, C., (2009). Zenci Kalınız (2.Baskı). İstanbul: YKY.

Büyükünâl, F., (1991). Cihat Burak'la Söyleşi, Cihat Burak, (1. Baskı). İstanbul: Ada Yayınları.

Ai Weiwei'nin Muhalif Sanatı*

Sevgi AVCI**, Menekşe USLU***

Öz

Ai Weiwei, bireysel özgürlükleri ön plana çıkaran muhalif bir sanatçıdır. Çalışmaları önemli insani sorunlara ve insan hakları ihlallerine dikkat çekmektedir. Heykel, enstalasyon, fotoğraf, film ve küratörlük gibi alanlarda aktif olmanın yanı sıra, sosyal, siyasal ve kültürel bir eleştirmendir.

Ünlü şair Ai Qing'in oğlu olan Ai Weiwei, 1957 yılında Pekin'de dünyaya gelmiştir. Öğrenimi sırasında New York'a gitmiştir. Burada 12 yıl kaldıktan sonra 1993'te ülkesine geri döndüğünde, Çin'in kültür tarihine odaklanan, siyasal sistemi eleştiren ve modernitenin çelişkileri üzerinde duran işler üretmeye başlamıştır. El sanatları geleneğinden referanslar alan eserlerinde, bugün yeni değerlerin toplumsal değerlere nasıl eklendiğini sorgulamaktadır. Onun muhalif sanatçı tavrı, günlük hayattaki ve toplumsal krizlerle bağlantılı eylemleri aracılığıyla politika, aktivizm ve çağdaş sanat arasındaki ayrımı belirsizleştirmektedir.

Bu makalede, Ai Weiwei'nin çok yönlü sanatçı kimliğinin muhalif yönünü ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Literatür taramasıyla yapılan çalışma, özellikle Ai'nin muhalif söylemi olan siyasal içerikli eserleriyle sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda örnek olabilecek eserleri tespit edilip sanatçının muhalif tavrı incelenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Ai Weiwei, muhalif sanat, Çin kültürü, kültürel devrim, seramik

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 30 Ekim 2018, Kabul Tarihi: 3 Ocak 2019

* Bu makale, 11-14 Nisan 2018 tarihleri arasında Çukurova Üniversitesi'nde gerçekleştirilen II. Uluslararası Sanat Araştırmaları Sempozyumunda Poster olarak sunulan bildirden üretilmiştir.

** Doçent, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Heykel Bölümü, sevgi.avci@deu.edu.tr

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat Tasarım Bölümü, menekse.uslu@gmail.com

Defiant Art of Ai Weiwei*

Sevgi AVCI**, Menekşe USLU***

ABSTRACT

Ai Weiwei is an oppositional artist who focuses on individual freedoms. His works point out to important humanitarian problems and violation of human rights. He is a social, political and cultural critic as well as being active in many areas such as sculpture, installation, photography, films and curatorship.

Ai Weiwei, the son of famous poet Ai Qing, was born in 1957 in Beijing. During his studies, he went to New York. When he returned back to his country in 1993 after spending twelve years in New York, he began to produce works that focused on cultural history of China, criticized the political system and dealt with the contradictions of modernity. In his works which have references from the tradition of handcrafts, he questions how the new values of today are added to the social values. His dissident art attitude ambiguates the distinction between politics, activism and contemporary art by means of actions linked to daily life and social crises.

This article aims to reveal dissident aspect of Ai Weiwei's versatile identity as an artist. Carried out by means of a literature review, the study is particularly limited to Weiwei's works that have a political content with a dissident expression in particular. His politically opponent manner is examined thorough the best samples of his total corpus.

Keywords: Ai Weiwei, defiant art, Chinese culture, cultural revolution, ceramic

* This article was produced from the declaration that was presented as a poster at the Second International Art Research Symposium in Çukurova University on 11-14 April 2018

** Associate Professor, Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts, Department of Sculpture, sevgi.avci@deu.edu.tr

*** Graduate Student, Dokuz Eylül University, Institute of Fine Arts, Department of Art-Design, menekse.uslu@gmail.com

GİRİŞ

Modern Çinli sanatçı Ai Weiwei, aynı zamanda politik bir aktivist olarak sanat dünyasında nadir görülen bir pozisyona sahiptir. Uluslararası sahnede sesini, başta Twitter olmak üzere, özellikle son yıllarda Çin karşıtı sosyal medyasından tüm dünyaya duyurmasıyla tanınmaktadır (Sikes, 2013, s. 6). Ai Weiwei, bireysel özgürlükleri ön plana çıkaran muhalif bir sanatçıdır. Fotoğraf, sinema, heykel, seramik, enstalasyon, performans gibi alanlarda siyasal söylemi ağır basan işler üretmektedir. Çalışmalarında önemli insani sorunlara ve insan hakları ihlallerine dikkat çeker. Ai Weiwei'nin bireyin hakları ve ifade özgürlüğünü savunan fikirleri onu, Çin hükümeti açısından tehlike arz eden sanatçı konumuna getirmiştir. Weiwei, çağdaş sanatçıların, hayata dair meseleleri eleştirel yaklaşımla ele alması gerektiği görüşündedir.

1949'da iktidara geldiğinden beri, Çin Komünist Partisi'ni her zaman rahatsız eden şey, Weiwei gibi konuşmaya ya da fikirlerini halka açmaya cesaret eden bireyler olmuştur. Hükümet Weiwei'yi tehdit olarak gördüğünden, onu susturmaya, izole etmeye çalışmıştır. Fakat o halkın özgür ve açık bir toplumda yaşama hakkı bulunduğunu savunmaktan vazgeçmemiştir.

Bu makalenin amacı, Ai Weiwei'nin sanatını inceleyerek, O'nun çok yönlü sanatçı kimliğinin muhalif yönünü ele veren eserleri üzerinden anlamaya çalışmaktır. Metnin yapılanmasında, kapsamlı literatür taraması, sanatçının 2017 yılında İstanbul'da gerçekleşen sergisi ve bu bağlamda yaptığı sanatçı konuşması referans alınmıştır. Araştırma, sanatçının muhalif tavrını gösteren eser örnekleri ile sınırlı tutulup bu eserler tarih sırasına göre ele alınmıştır. Sonuç olarak, geniş tarih aralığına yayılan örneklerden de anlaşıldığı üzere, araştırmayı sınırlaması beklenen muhalif tavrın, sanatçının tüm sanat serüvenine nüfuz ettiği ve sanatının özünü oluşturduğu söylenebilir.

1. AI WEIWEI'NİN HAYATI:

Ai Weiwei, 1957 yılında Çin'in Pekin şehrinde ünlü şair Ai Qing'in (1910-1966) oğlu olarak dünyaya gelmiştir (Görsel 1). Çin Kültür Devrimi sırasında doğan Ai Weiwei, çocukluğundan beri siyasi muhalefet dünyasında yer almıştır (Sikes, 2013, s. 16).

Çin Kültür Devrimi döneminde, Ai Qing sağcılıkla suçlanıp ailesiyle birlikte Çin'in Heilongjiang Eyaleti'ne bağlı Beidahuang'a sürgün edilmiştir. (Rosenthal vd., 2018, s. 184) 1959 yılında, Çin'in kuzeybatısında bulunan 550.000 kişinin yer aldığı yarı askeri işçi kampı Shihezi'ye nakledilmiş ve 1975'e kadar yaşamını burada sürdürmüştür. Bu süreçte babası Ai Qing'e yazma yasağı getirilmiştir. Gündüzleri tuvalet temizliği yapan Ai Qing akşam eve geldiğinde, o zamanlar çocuk olan Weiwei'ye Viladimir Mayakovski, Nazım Hikmet Ran, Pablo Neruda gibi öne çıkan şairlerden şiirler okumuştur. Weiwei, çocukluğunu işçi kampında babasından şiir dinleyerek geçirmiştir. İstanbul'da verdiği konferansta sanatçı kimliğinin oluşmasında bu şiir dinlemelerinin etkisi olduğunu belirtmiştir (Ai, 2017).



Şekil 1: Ai Weiwei ve babası Ai Qing, 1958

Kaynak: <http://aykiriakademi.com/sanat/aykiri-akademi-sanat-gorsel-sanatlar/ai-weiwei-nin-hayatindan-notlar> (Erişim: 02.04.2018).

2. MAO DÖNEMİNDE ÇİN SANATI

Weiwei'nin sanatını daha iyi anlamak için Çin Kültür Devrimi'nin kültürel ve politik iklimini anlamak gerekmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası 1949 yılında Çin Halk Cumhuriyeti kurulmuştur. Çin Komünist Partisi başkanı Mao Zedong lider ilan edilmiştir. Bu durum, sanat ve kültür de dahil olmak üzere Çin halkının yaşamında önemli değişikliklere yol açmıştır. Mao, sanatın komünizme hizmet etmesi gerektiği görüşüyle belirgin bir siyasi mesaj vermeyen sanatı, komünist davaya karşıt bir hareket olarak değerlendirmektedir. 19. yüzyıldan beri yaygın olan Avrupa merkezli sanat ideali Komünist Çin'de artık geçerliliğini yitirmiştir. Sanatın amacı, devlete hizmet etmektir düşüncesi egemen olmuştur. Mao'nun 1964 yılında yayınlanan ünlü Küçük Kırmızı Kitap'ında, komünist yaşamın her yönüyle ilgili sözleri, öğretileri yanında sanat gelişimiyle ilgili özel öğretileri de yer almıştır. Sanatsal fikirlerin yetkisi artık sanatçıya ait değildir. Sanatın, komünist rejimin merkezindeki üçlü izleyici kitlesi; köylüler, işçiler ve askerler için yapılacağı belirtilmiştir (Holt, 2012, s. 8).

3. AI WEIWEI'NİN SANAT ANLAYIŞI

New York'ta geçirdiği zamanlar, yaşadığı toplum ve şimdiki Çin'in siyasi durumu Weiwei'nin politik temelli tüm çalışmalarına yön vermektedir (Sikes, 2013, s. 51).

Ai Weiwei, yaşamı boyunca sürekli bugünün gerçeğini aramış; temel hak ve ifade özgürlüğü için mücadelesini sürdürmüştür. Çalışmaları aracılığıyla önemli insani sorunlara ve insan hakları ihlallerine dikkat çekerek bireyin toplumdaki yerini vurgulamıştır. Sanatçıyı toplumsal değişimin kilit figürü olarak nitelemektedir. Siyasi duruşu ile sanatının ayrılmaz bir bütün olduğu görüşüne sahiptir. Sanatı estetik bir uygulamanın ötesinde yeni sorular ortaya atmak için bir fırsat olarak görmektedir. Bilinçli bir sanatçı olarak hem kendi ülkesindeki, hem de dünyanın dört bir yanındaki güncel sorunlarla doğrudan yüzleşir. Weiwei, yaratıcılığı eyleme geçme gücü olarak tanımlar. Sanat yaşamı boyunca var olan değer sistemlerini sorgularken farklı dönüştürme yöntemleri kullanmıştır (Rosenthal vd, 2018, s. 45-107).

4. AI WEIWEI' NİN MUHALİF SANATI

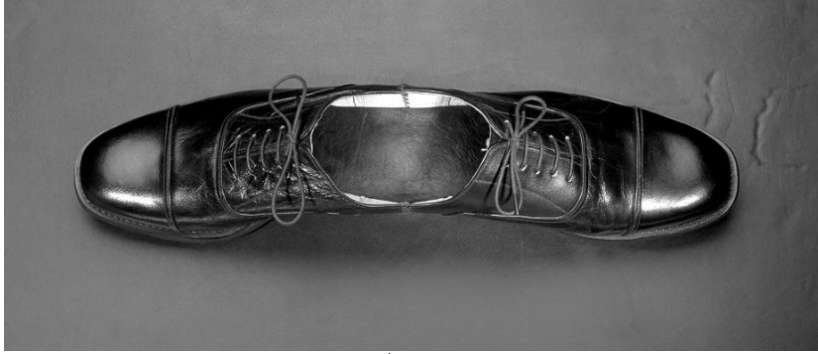
Ai Weiwei, geçirdiği çocukluk sebebiyle çok genç yaşta hükümet karşıtı fikirlerle dolmuştur (Sikes, 2013:16). 1975 yılında Pekin'e ailesi ile birlikte geri dönen Weiwei, 1978'de Pekin Film Akademisi'ne kaydolmuştur. Kültür Devriminden sonra açılan ilk sınıfta animasyon eğitimi almıştır. Çin Komünist Partisi ise, sanatta Sovyet türü gerçekçilik ve Çin halk sanatı dışında üretim yapmayı yasaklamıştır (Çil, 2017).



Şekil 2: Yıldızlar Grubu Sergisi, 1979. Beijing Ulusal Sanat Müzesi'nin dış mekânı

Kaynak: <http://arthubasia.org/project/points-of-encounter-a-timeline-to-be-completed> (Erişim: 04.04.2018).

Ai, Kominist Parti'nin resmi sanat politikasını reddeden ilk sanatçı hareketi olan Yıldızlar Grubu'nun kurucularının arasında yer almıştır. Bireyselliğin ön planda olduğu, tek tipleşmiş sanat anlayışının dışına çıkmayı amaçlayan bu grup, ilk sanat sergisini Ulusal Sanat Merkezi'nde açmıştır (Görsel 2). Yıldızlar grubu sergilerine binlerce kişinin katılımı üzerine hükümet, sanattaki muhalif söylemlerin toplumda da muhalif söylemlere yol açacağı düşüncesiyle Yıldızlar Grubu'nun sergi açmasını yasaklamıştır. Bir süre sonra Yıldızlar Grubu dağılmıştır (Çil, 2017).



Şekil 3: Ai Weiwei, İki Ayağa Bir Pabuç, 1987.

Kaynak: <https://gorebildiklerim.wordpress.com/2017/11/05/ai-weiwei/> (Erişim: 04.04.2018).

Ai, Çin Kominist Partisi'nin baskıcı yönetimi sebebiyle 1981'de New York'a gitmiştir. Parsons Tasarım Okulu ile Sanat öğrencileri Birliği'nde kısa bir süre öğrenim görmüştür. İlk büyük çalışması Ai Weiwei: New York Fotoğrafları başlıklı bir dizi fotoğraftan oluşmaktadır. 1983-1993 yıllarına ait fotoğraflar, kentin binlerce günlük hayali görüntüsünü içerir (Sikes, 2013:18). Ai'nin, New York'ta sanatsal uygulamalarını şekillendirdiği bu zamanda, özellikle Andy Warhol ve Marcel Duchamp gibi sanatçılara ilgisi artmıştır. Ai'nin 1985'te gerçekleştirdiği ilk eserleri arasında Keman ve Asılı Adam, Duchamp etkisini yansıtmaktadır (Arnett, 2016, s. 17). İki Ayağa Bir Pabuç adlı eserinde de bu etkinin devam ettiği gözlenmektedir. Hazır nesneye müdahalede bulunarak meydana getirilen eser, bir çift ayakkabıyı topuk kısmı eksilmiş biçimde sırt sırta birleştirir (Martin, 2015, s. 91) (Görsel 3).

New York Ethan Cohen/Art Waves'de açtığı ilk sergiye neredeyse hiç katılım olmamıştır. Yapıtlarının az sayıda izleyici tarafından izlenmesi Ai Weiwei'yi umutsuzluğa sürüklemiştir. İstanbul'daki konferansında; bu sergi bitiminde işlerini, galeri sahibine bırakmak ya da çöpe atmak istediği; onları taşıyacak gücü bulunmadığı hatta sanatta başarısız olacağı kaygısı taşıyan ifadelerde bulunmuştur (Ai, 2017).



Şekil 4: Ai Weiwei, Coca Cola, 1994.

Kaynak: <http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/lot.56.html/2014/contemporary-art-evening-auction-114024> (Erişim: 03.04.2018).

Ai Weiwei 1993'te babasının hastalığından dolayı New York'tan ülkesine geri dönmesi üzerine, Çin'in kültür tarihine odaklanan, siyasal sistemi eleştiren ve modernitenin çelişkileri üzerinde duran işlerini üretmeye başlamıştır. Özellikle Neolitik dönemden Han Hanedanlığı dönemine kadar olan geleneksel seramik kaplar onun temel malzemesi haline gelmiştir. Kültürel birikimle yüklü bu hazır nesnelere müdahaleler yaparak geçmiş ve bugün arasındaki farkı gösterme çabasına girmiştir. Mevcut toplumsal değerlerin yerine hangi yeni değerlerin iliştiğini tartışmak istemiştir. Örneğin, M.Ö 5.000 yılına ait çömleklerin üzerine endüstriyel boyalarla Coca Cola yazmıştır. 1978'de Mao'nun ölümünden sonra dünya pazarına açılan Çin'e ilk giren çok uluslu şirket Coca Cola'dır (Çil, 2017) (Görsel 4). Bu çalışmada geleneksel seramik kabın mı yoksa Coca Cola'nın marka değerinin mi daha değerli olduğunu sorgulamıştır.



Şekil 5: Ai Weiwei, Perspektif, 1995, Pekin.
Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/117098> (Erişim: 06.02.2018).

Ai, 1995 yılında Pekin'de başladığı Perspektif (Görsel 5) adlı performansa dayalı ikinci fotoğraf serisinin ilk işinde Tiananmen Meydanı'na doğru kolunu uzatmış, orta parmağını yukarı kaldırmıştır. Bu imgeyle izleyiciden, otoriteye, hükümetlere ve kurumlara gösterilen sorgusuz sualsiz saygıya meydan okumalarını talep etmiştir. Bu çalışma Eyfel Kulesi, Beyaz Saray ve Alman Parlamento Binası gibi kültürel ve siyasal iktidar mekânlarında halen devam etmektedir (Rosenthal vd, 2018, s. 61).



Şekil 6: Ai Weiwei, Han Hanedanlığı Vazosunu Düşürmek (1995) adlı performansa ait fotoğrafın lego versiyonu, 2016, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul.

Kaynak: <https://www.haberizlenim.com/ai-weiwei-porselene-dair-sergisi-sakip-sabanci-muzesinde-acildi-2191h.htm> (Erişim: 03.04.2018).

Ai'nin 1995'de, Han Hanedanlığı Vazosunu Düşürmek (Görsel 6) adlı performansı ise sanat hayatında siyasal ve kültürel bir aktivist-sanatçı olarak önemli bir döneme girmesini sağlamıştır

(Sikes, 2013:18). Weiwei, bu çalışmasında antika bir vazoyu kırarak eskiyi yeni bir forma dönüştürmüş ve yeni estetik arayışlara yönelmiştir. Ai, bu eski kültürel eserleri parçalayıp dağıtırken, komünist Çin hükümetinin kendi kültürel geleneğine yaptıklarını ve dünya ekonomisindeki yerini eleştirmiştir. Bu tarz çalışmalarında, Çin Kültür Devrimi süresince yönetimin halkı, kültür mekânlarını ve Çin'in tüm geçmişini yok etme çabasını, işaret etmek istemiştir.

Renkli Vazolar (Görsel 7) adlı eserinde de benzer şekilde Kültür Devrimi'nin geçmişi yok etmesi ve bugünkü Çin ekonomisinin standartlaştırıcı etkisine dikkat çekmektedir. Hanedanlık dönemine ait vazoları bu defa, endüstriyel boyalara batırarak değerlerinin nereden kaynaklandığını sorgulamıştır (Rosenthal vd, 2018, s. 76-126).



Şekil 7: Ai Weiwei, Renkli Vazolar, 2010, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul.

Kaynak: <https://twitter.com/ssabancimuze/status/913364508881686528> (Erişim: 04.04.2018).

Ai Weiwei'nin dünya çapında bilinen bir sanatçı olmasında önemli rol oynayan çalışması, 2010 yılında Londra Tate Modern'in Turbine Hall'ünde sergilediği Ayçiçeği Çekirdekleri'dir. Yerleştirme, sanatçının yapıtlarında sahicilik, bireyin toplumdaki rolü, kültürel ve iktisadi alışverişin jeopolitiği gibi yinelenen konuları içermektedir (Görsel 8). Ayçiçeği Çekirdekleri, Mao Zedong'u güneş, yurttaşları da ona doğru dönmüş ayçiçekleri olarak betimleyen Çin Kültür Devrimi propaganda posterlerini anımsatmaktadır (Rosenthal vd, 2018, s. 153).



Şekil 8: Ai Weiwei, Ayçiçeği Çekirdekleri, 2010, Tate Modern, Londra.

Kaynak: <http://artistsbooksandmultiples.blogspot.com.tr/2012/03/ai-weiwei-sunflower-seeds.html> (Erişim: 04.04.2018).

7.9 büyüklüğündeki Wenchuan depremi, 12 Mayıs 2008'de, Sichuan eyaletinin her yerinde, birçok okul binasının yıkılmasıyla sonuçlanmış ve on binlerce kişinin ölümüne yol açmıştır. Hükümetin ölenlerin sayısını açıklamaması üzerine Ai, depremin yaşandığı bölgeye gidip olanları kendi gözüyle görmek istemiştir. Devlet binalarının ayakta kalmasına karşın okulların büyük toz yığınlarına dönüştüğünü gözlemlemiştir. Hükümet olanları doğal bir felaket sonucunda meydana geldiğini ısrarla vurgulamıştır. Çocuklarını kurtarmaya çalışan ebeveynler tarafından, yıkıntılardan yetkililerin kendilerine tahsis edilen bütçeyi doğru kullanmadıkları anlaşılmıştır (Shiller, 2013, s. 9-14). Sanatçı, bina kalıntılarından topladığı demir çubukları çalışmalarında sık sık kullanmıştır. İnşaat demirlerinin formunu seramik malzemeye aktararak ölen öğrencilerin anısına saygı durumunda bulunmuştur (Rosenthal vd, 2018, s. 167).



Şekil 9: Ai Weiwei, He Xie (Nehir Yengeci), 2012, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul.
Kaynak: <https://twitter.com/SSabanciMuze/status/919138180875595776> (Erişim:04.04.2018).

Ai depremde ölen çocukların isimlerini saptamak için bir platform oluşturmuştur. Kampanyaya katılanlarla, 5000'den fazla çocuğun yaş ve ismini belirten bir liste meydana getirmiştir. Weiwei bu bilgileri sosyal medya hesabında duyurmuştur. Hükümeti kızdıran bu eylem sonucunda Ai Weiwei'nin bloğu kapatılmış ve evinin önüne yerleştirilen güvenlik kameralarıyla 24 saat izlenmiştir (Shiller, 2013, s. 10). Şanghay'da bulunan stüdyosu Şangay yönetimi tarafından 2010'da yasadışı ilan edilerek yıkılmıştır. Stüdyosunun yıkılmasına tepki olarak bir nehir yengeci şöleni vermiştir. Nehir yengeci Çin'de çok severek tüketilen bir yiyecektir fakat çağdaş kültürde yıkıcı unsurlar anlamına da gelmektedir. Bu şölenin anısına 1200 porselen yengeçten oluşan He Xie (Nehir yengeci) adlı çalışmasını yapmıştır (Görsel 9).



Şekil 10: Ai Weiwei, Hatırlama, 2009, Münih, Almanya.

Kaynak: <https://artcontemporainchinoisblog.wordpress.com/2016/04/02/performance-dai-weiwei/> (Erişim: 04.04.2018).

Ai Weiwei, Wenchuan depreminde ölen çocuklara dikkat çekmek için Münih'te bulunan Haus Der Kunst'un duvarına 9.000 çanta kullanarak, depremde çocuğunu kaybetmiş bir annenin sözü olan "O bu dünyada yedi yıl mutlu yaşadı." yazmıştır (Martin, 2015, s. 12) (Görsel 10).

Çin yetkililerinin 2011'de hiç kimseye haber vermeden 81 gün gözaltında tuttuğu Weiwei, sahip olduğu FAKE Kültürel Gelişim Ltd. şirketinin vergi kaçırıldığı suçlamasıyla 12 milyon yuan para cezasına çarptırılmıştı. Ödenen kefaletle serbest bırakılan Ai Weiwei'nin pasaportuna el konmuş ve Beijing'deki stüdyo evinin çevresine güvenlik kameraları yerleştirilmiştir (Rosenthal vd, 2018, s. 97).



Şekil 11, 12: Ai Weiwei, S.E.C.R.E.T., 2013, Sant'Antonin Kilisesi, 55. Venedik Bienali.

Kaynak: https://www.goodreads.com/author_blog_posts/4551289-earthquake---ai-weiwei-in-venice (Erişim: 03.04.2018).

2013'de gözaltı sürecinde bulunduğu ortamı anlatan S.E.C.R.E.T. (Görsel 11, 12) adlı enstalasyonu yapmıştır. Bu çalışma, Sant'Antonin kilisesinin ana mekânına yerleştirilmiş; yaklaşık 1,5 metre yükseklikteki altı kutudan oluşmaktadır. Dışarıdan siyah görünen dikdörtgen biçimli kutuların içinde sanatçının sorguya çekilirken, gündelik hayatındaki uyuma, yeme, yıkanma, tuvalet, yürüme gibi temel ihtiyaçları karşılamasıyla ilgili durumları iki gardiyanla birlikte görülmektedir (Yardımcı, 2013).



Şekil 13: Ai Weiwei, 66. Berlin Film Festivali için Konzerthaus Binası, 2016, Almanya.

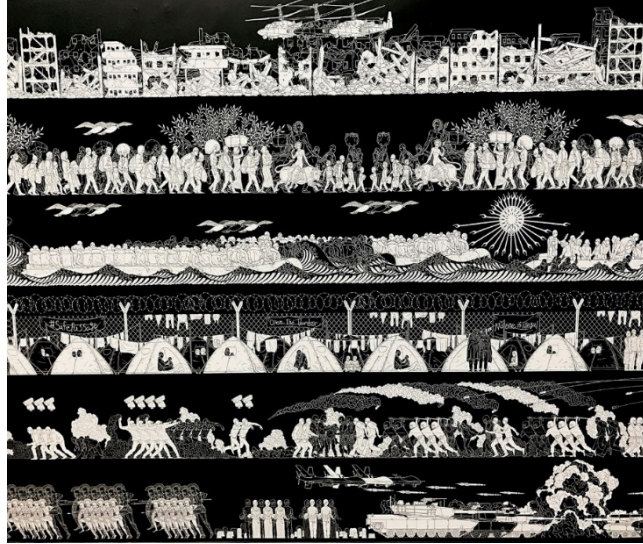
Kaynak: <https://artcontemporainchinoisblog.wordpress.com/2016/04/02/performance-dai-weiwei/> (Erişim: 04.04.2018).

Günümüzde son beş yıldır büyük bir göç hareketi yaşanmaktadır. Sanatçı bu güncel göçmen krizine dikkat çekmek için 2015'te mültecilerin buldukları Midilli adasına stüdyo kurmuş ve bir dizi proje üretmiştir. Mültecilerden geriye kalan 14000 can yeleğini toplamış ve bunları Berlin Konzerthaus (konser salonu) sütunlarını sararak bir enstalasyon oluşturmuştur (Güzelaydın, 2016, s. 115) (Görsel 13).



Şekil 14: Ai Weiwei, Mavi-Beyaz Porselen Tabak, 2017, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul.
Kaynak: <https://www.vignetteinteractive.com/ai-weiwei-refugees-new-odyssey/> (Erişim: 04.04.2018).

Mültecilerin zorlu yolculuklarını ve kıyıya varduktan sonra yaşadıkları sorunları konu alan Human Flow adlı bir de film projesine başlamıştır. Ai, bu film için mültecilerin bulunduğu 20'den fazla ülke gezmiştir. Amacı insanları yaşanan bu göçmen trajedisinden haberdar etmektir. Son bir yılda açtığı 10 sergide mültecilerle ilgili eserlere yer vermiştir (Ai, 2017). Sakıp Sabancı Müzesi'ndeki sergisinde ise bizzat şahit olduğu göçmen sorunlarını porselen tabakların üzerine ve duvar kâğıtlarına kendini de bir mülteci gibi göstererek resmetmiştir (Görsel 14, 15).



Şekil 15: Ai Weiwei, Odyssea, 2017, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul.
Kaynak: <http://www.haberturk.com/ai-weiwei-ben-kotu-adamin-oglu-olarak-tanindim-1635144> (Erişim: 03.04.2018).

SONUÇ

Ai Weiwei yaşanan toplumsal sorunları eleştirel bir dille ele almıştır. Hükümetin üzerinde kurduğu baskı ve susturma politikalarına rağmen eleştirel bakış açısından ödün vermemiştir. Çocukluğundan itibaren bulunduğu sosyal çevre sanatına muhalif bir zemin oluşturmuştur. Ona göre, toplumsal değişim sanat üretiminin temel bileşimlerinden biridir. Muhalif sanatçı tavrı, günlük hayattaki ve toplumsal krizlerle bağlantılı eylemleri aracılığıyla politika, aktivizm ve çağdaş sanat arasındaki ayrımı belirsizleştirmiştir. Hem kendi ülkesinde hem de dünyanın her köşesinde yaşanan insan hakları ihlallerine yapıtlarıyla dikkat çekmeye çalışarak insanları, sanat aracılığıyla yaşanan insani sorunlardan haberdar etmeyi sürdürmektedir.

KAYNAKÇA

- Ai, W., (2017). Sanatçı Konuşması, İstanbul: Sakıp Sabancı Müzesi.
- Arnett, K. N., (2016). Dislocating Disaster, Washington: Whitman College.
- Çil, S., (2017). Ai Weiwei ve Porselen Sanatı Üzerine, İstanbul: Sakıp Sabancı Müzesi.
- Güzelaydın, E. Ş., (2016). Günümüz Sanatında Yeni-Modernist Söylemler Bağlamında Dönüşen Sanatçı Tipolojisi ve Sanat Eseri (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anasanat Dalı.
- Holt, B., (2012). F**k Off An examination of the relationship between art and, New Zealand: University Otago.
- Martin, B., (2015). Asılı Adam Ai Weiwei'in Tutuklanması, İstanbul: Metis Yayınları.

“Indie Pop’u Anlamak”: Albüm Kapakları Üzerine Göstergebilimsel Bir İnceleme

Eray ÖZKAN*

öz

Bu araştırma alternatif bir müzik türü olan “pop” ve “post-punk” müzik türlerinin birleşimi sayılan, “Do It Yourself (DIY) (Kendin Yap)” etiğini içerisinde barındıran çoğunun “indie” (veya “independent” yani bağımsız) sanatçıları kapsayan “indie pop” veya “alt pop” türü üzerine yapılmıştır.

Araştırmada 2010-2015 yılları arasında söz konusu müzik türü içerisinde ve kamuoyunda bilinirliği olan müzik sıralamalarında başarılı olmuş, “Marina and The Diamonds” sahne adı ile bilinen sanatçıya ait, “The Family Jewels” (2010), “Electra Heart” (2012), “Froot” (2015) ve “Grimes” sahne adı ile bilinen sanatçıya ait “Geidi Primes” (2010), “Halfaxa” (2011), “Visions” (2012), “Art Angels” (2015) isimli müzik albümlerinin kapakları incelenmiştir.

Bu bağlamda çalışmanın içeriğinde albüm kapağının tarihçesine yüzeysel olarak girilmiş, daha sonra örneklem olarak seçilen müzisyenlerin albüm kapakları incelenmiştir. Albüm kapaklarının içeriğini yorumlamak adına göstergebilimsel çözümler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Indie pop, albüm kapağı, ikon, tipografi, göstergebilim

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 27 Eylül 2018, Kabul Tarihi: 3 Ocak 2019

*Lisans Öğrencisi, Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, baskent.eray@gmail.com

“Understanding Indie Pop”: A Semiotic Analysis on Album Covers

Eray ÖZKAN*

ABSTRACT

In this research we examine “indie pop” or “alt pop”, which is considered as an alternative music genre, the fusion of the genres “post-punk” and “pop”, containing of “Do It Yourself (DIY)” ethics and various indie (independent) artists.

In research we focus on analysis of artists’s album covers, which have accomplished international success on various public music charts between 2010 and 2015. These are “The Family Jewels” (2010), “Electra Heart” (2012), “Froot” (2015) by Marina and The Diamonds and “Geidi Primes” (2010), “Halfaxa” (2011), “Visions” (2012), “Art Angels” (2015) by Grimes.

In this context, on research we examine the historical side of album cover briefly and then we start the analysis of the album covers taken as sample. Semiotic analysis has been used to interpret the album covers.

Keywords: Indie pop, album cover, typography, icon, semiotics

GİRİŞ

Mimari, heykel ve resim en kalıcı sanatlardır. Müzik ve dans ise en çabuk yitip gidenlerdir. Mağara resimleri ve piramitler hayatta kalabilir fakat antik dünyaların müziği ve dansı neredeyse tamamen yok olmuştur (Janson, Kerman, t.y: 213).

19 Aralık 1977 günü, trenlerde seyyar satıcılık yaparken profesyonel yaratıcı olup çıkan *Thomas Edison*, sesi bir çizgisel kaydetme yöntemiyle kopyalanan bir *fonograf* ortaya çıkarır (Attali, 2005, s. 107-108).

“Fonograf” kavramı “Dönme hareketi gerçekleştiren bir disk veya silindir üzerinde dairesel bir hareket izleyen iğnenin oluşturduğu titreşim aracılığıyla sesin yeniden üretilmesini sağlayan enstrüman”dır (Merriam-Webster, 2017).

Söz konusu bu buluş sesin kaydedilmesini ve aktarılmasını daha ilgi çekici bir hale getirmiştir. Fakat tek sorun bu icadın henüz arzu edilen konumuna ulaşmış olmamasıdır.

1887’de *Emile Berliner*’in *Edison*’dan bağımsız olarak “*gramofon*” olarak isimlendirdiği buluşu yaptığı sene, *American Gramophone Company* kurulur; şirket, en yeni gramofonları üretecek ve ticarileştirecek, ayrıca fuarlarda eğlence aleti, bakanlıklarda ise ses kaydetme makinesi olarak kullanılması için ilk fonografları kaydedecektir (Attali, 2005, s. 109).

Fonograf satışları bir milyon kopyayı aşan *Ruggero Leoncavallo*’nun *I Pagliacci*’sinden (Attali, 2005, s. 112), *Aurora*’nın “*Running with the Wolves*” EP’sinin (EP [açılımı *Extended Play*], çevirisi çok uzun çalma olan bu tarz eserler, klasik bir 45’lik fonograf plaktan farklı olarak altı veya sekiz dakika süre aralığında olan plaklardır [Merriam-Webster, 2017]) çıkmasına kadar (Chen, 2015), müzik sektörü kazanç konusunda oldukça yol katetmiştir.

Müziği kaydetmek ve onu elde edilebilecek bir nesne haline getirmek, hem ona bir değer biçilmesini sağlarken, hem de biz onu dinleyenlerin evlerinde veya artık günümüzde dijital olarak yanımızda bulundurabilmemizi sağlamıştır.

Bu gelişme, müzik türlerinin ayrımını beraberinde getirmiş ve kültürel farklılıklarının göz önünde bulundurulmasına yol açmıştır.

ALBÜM KONSEPTİ VE ALBÜM KAPAĞI

1939 yılında *Alex Steinweiss*, *Columbia Plak Şirketi* tarafından ilk kez bir albüm kapağının sanat yönetmenliği koltuğuna oturtuldu. Steinweiss’in düşünemediği şey ise, onun *Rodgers & Hart* için yaptığı bu albüm kapağının satışları %800 arttıracığı ve bugün bildiğimiz modern müzik paketleme endüstrisini nasıl etkileyeceğiydi (Jaffee, 2011).

Sanatçılar bir bakıma *albüm* konseptini destekleyebilmek için görsel öğelere ve satabilmek için bir tür pazarlama stratejisine giriş yaparlar. Örneğin, *Björk Vulnicura* isimli albümünü çıkarttığı (Pareles, 2015) albüm kapağındaki figür ile şarkısı *Lionsong* için paylaştığı müzik klibindeki figür benzerlik gösterir.

AMAÇ

Bu araştırma ile ortaya konulmak istenen “Indie Pop” müzik türüne dahil sayılan ve bu türde başarılı sayılan iki sanatçının piyasaya sürdükleri müzik albümlerinin konseptlerini destekleyen albüm kapaklarını incelemek ve bunun üzerine objektif yorumlamalar gerçekleştirerek bu müzik türünün içeriğinin anlaşılmasını sağlamaktır.

KAPSAM

Alternatif bir müzik türü olan “pop” ve “post-punk” müzik türlerinin bir tür hibrit birleşimi sayılan (Abebe, 2005, s. 1), “Do It Yourself (DIY)” (Kendin Yap) etiğini içerisinde barındıran ve bunu ana tema olarak benimseyen (Teo, 2014, s. 1), çoğunun “indie” (veya “independent” yani bağımsız) sanatçıları kapsadığı “indie pop” veya “alt pop” türü üzerine yapılan bu araştırmada 2010 - 2015 yılları arasında söz konusu müzik türü içerisinde ve kamuoyunda bilinirliği olan müzik sıralamalarında (Billboard, Stereogum, Exclaim! gibi) başarılı olmuş, “Marina and The Diamonds” (Official Scottish Album Chart Top 100, 2015) sahne adı ile bilinen sanatçının, «The Family Jewels” (2010), “Electra Heart” (2012) ve “Froot” (2015) isimli müzik albümlerinin ve Grimes (Billboard.com’s 25 Best Albums of 2015: Critics’ Picks, 2015) sahne adı ile bilinen sanatçının çıkardığı “Geidi Primes” (2010), “Halfaxa” (2011), “Visions” (2012) ve “Art Angels” (2015) isimli müzik albümlerinin kapakları ile toplamda yedi adet albüm kapağı incelenmiştir.

YÖNTEM

Sosyal bilimlerde bir temel sağlamış olan *göstergebilim*, kurucularından biri olan *Ferdinand de Saussure* tarafından, “*simgelerin toplum içindeki hayatı*” üzerine çalışma olarak tanımlanmıştır (Gaur, 2017). Bu incelemede söz konusu durum, Peirce’ün üçlü *gösterge teorisi* ve Barthes’in dilbilimi teorisi ile bağlantılı olan, söz konusu göstergeyi *düz anlamı* ve *yan anlamı* açısından incelemektir.

Buna göre, bir *ikon*, nesneye gönderme yapan ve nesnenin kendi anlamını yansıtan, o nesne var olup olmasa bile onu belirten işaretir; bir *indeks*, söz konusu nesneyi çağrıştıran, ondan etkilene durumunu belirten işaretir (örneğin bir kağıdın yırtılması ile yırtılan nesnenin bir kağıt olduğunu anlamamız gibi); son olarak bir *sembol*, söz konusu nesneye dair genel bir fikri çağrıştıran fakat nesnenin kendisiyle ilgisi olmayan işaretir (Peirce, 1895).

Barthes’ın teorisindeki durum ise, *Peirce* ile benzerlik göstermekle beraber söz konusu nesneyi değerlendirme açısından farklılık gösterir.

Buna göre; bir nesneyi yan anlam bakımından tanımlamak için kullanılan durumlarda, söz konusu mensup olduğu dile göre ve nesnenin düz anlamı içerisinde birden fazla karmaşık sistemi içinde barındırır (Barthes, 1986, s. 90).

Yan anlam ve düz anlam, söz konusu nesneyi tanımlamak adına farklı bir dil (bir *metalanguage*) oluşturur (Barthes, 1986, s. 92).

Araştırmada albüm kapaklarını incelerken bu yöntemin tercih edilmesi ise, göstergelerin süregelen yöntemler ışığında doğru bir biçimde açıklanabilmesi, subjektif yargıların daha geride kaldığı ve görsel nesnenin ifade biçimi olarak ortaya çıkarttığı fikre odaklanmaktır. Yani bir bakıma bu yöntemin kullanılmasının nedeni, söz konusu görsellerin yorumlanmasının doğru yapılmasını sağlamaktır.

Bu noktada albüm kapaklarının yorumlanmasına başlayabiliriz.

GRINES'İN ALBÜM KAPAKLARI

Geidi Primes

Grimes, *Geidi Primes* albümü için bu illüstrasyonu (Bkz. Şekil: 1) albüm kapağı olarak kullanmıştır. Kapağın içeriğini incelediğimizde; ilk olarak üzerinde inceleyeni izliyor gibi görünen gözlerin yer aldığı uzun koyu saçlı bir iskeletimsi yaratık göze çarpmaktadır. Saçları ve yüzü arasında kontrast oluşan bu illüstrasyonda, daha sonra dikkat çeken öğeler; saçının üst kısmındaki gül ve ağzı olarak varsaydığımız bölgedeki papatya çiçeği imgeleridir. Boynu olarak varsaydığımız bölgedeki kalbin indeksi olan imgeler, yine saç ve yüzü arasında olduğu gibi, saçlarının üst kısmındaki güller ile eşlilik sağlamaktadır.



Şekil 1: Geidi Primes'in albüm kapak görüntüsü

Kaynak: <https://is1-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Music2/v4/7a/c8/f5/7ac8f517-8f4e-c3c5-00af-2b400a5353c3/cover.jpg/1200x630bb.jpg>. (Erişim tarihi: 1 Aralık 2017)

Aynı zamanda söz konusu görüntüyü (Bkz. Şekil: 1) yan anlamı bakımından genel bir açıdan değerlendirecek; her ne kadar ürkütücü bir görünüm ile izleyeni rahatsız ediyorsa da, ağzı olarak varsaydığımız bölgesinde ve saçlarının üst bölgesinde açmış ve canlı olarak görünen çiçeklerin bir tür şifa verme, doğallık, saflık hisleri ile tezatlık oluşturduğunu görürüz.

Düz anlamı ile saçlarında yer alan gül çiçeği imgeleri ve boyun bölgesinde yer alan kalbin indeks sembolleri, yan anlamları ile inceleyene romantik bir hava vermektedir. Bu durum aynı zamanda söz konusu şifa verme ve ürkütme temaları arasında tezatlığı destekler nitelikte bir etmen sayılabilir.

Geidi Primes albüm yapısı bakımından içeriğinde *Dune*, *Yüzüklerin Efendisi* ve *Zelda'nın Efsanesi* gibi ilham kaynakları barındırıyor. *Kate Bush* ve *Cocteau Twins* esintilerini içeren albümde, derin ve anlaşılmaz vokaller ile beraber, anlaşılması gereken sanki gizli bir mantra saklıdır. "Genelde müzik gruplarının sözleri olduğunda, aslında müzikten daha azdırlar. Müziğin çok gerçekçi olmasını istemiyorum... Anlayamadığım bir müzik parçasını daha çok severim... Çoğunlukla öbür dillerde olması gibi" ve "Cidden önemli ve duygulu bir şeyler yapmak istiyorum" gibi sözleri ile albümünün amacını bir bakıma anlatmaya çalışmıştır (Kerr, 2010).

Halfaxa

Grimes'in ilk albümünün tarzından farklı olarak, *Halfaxa* albümünün kapağının illüstrasyonunun görüntüsü (Bkz. Şekil: 2) orta bölümde yer alan yine iskeletimsi bir yaratığın yanı sıra konseptte akışkanlık katan öğeleri de beraberinde getirmektedir. Albüm kapağının görüntüsünü (Bkz. Şekil: 2) genel bir biçimde incelediğimizde, içeriğinde yer alan; bir çift boynuz illüzyonunu sağlayan iki kuğu başı (Albüm içerisinde yer alan "Swan Song" isimli parçaya gönderme olabilir.), yine bir önceki albüm kapağında yer alan kalp indeksi imgeleri, örülmüş bir saçı andıran ve illüstrasyon görüntüsünde devamlılık kompozisyonunu sağlayan uzantılar ve son olarak yine bir hareket özelliği katan, sağ alt köşede yer alan ve gittikçe küçülen gözler, bu illüstrasyon görüntüsünde düz anlamı oluşturan öğelerdir. Aynı zamanda dikkatli bir biçimde incelediğimizde, kafatasını andıran imgenin ağız bölgesinde, "Grimes" kelimesinin tipografik bir biçimde yazıldığını görebiliriz.

H
A
L
F
A
X
A



Şekil 2: Halfaxa'nın albüm kapak görüntüsü

Kaynak: <https://d1wtz4oxg683.cloudfront.net/images/covers/192/123692.jpg>. (Erişim tarihi: 1 Aralık 2017)

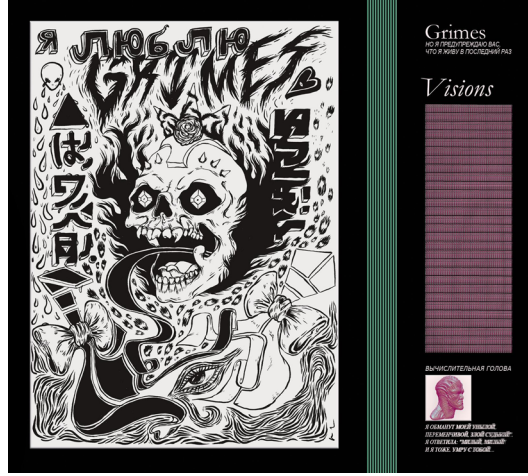
Devamlılık unsurunu sağlayan ve kompozisyonu oluşturan bu imgeler, albümün konsepti ile ilgili bize yan anlam bilgisi de vermektedir. Akışkanlık ve süregelen devamlılık bu albümün konusunu oluşturan durumlardır.

Grimes'in ilk *tipografi* denemelerini ve bir bakıma ilk imza denemelerini burada görüyoruz. Akıcılık ve devamlılık sağlayan hareketlerini tipografi denemelerinde görmekte mümkündür.

Grimes'in tanımına göre, söz konusu bu albüm kendisinin "ortaçağı dönemi albümü"dür. "Bana kalırsa albümü devam ettirebilen bir estetiği içeriğinde barındırıyor. Ukalaca değil, fakat bu ilginç bir fikrin, yani aslında neyin ortaçağı olup olmadığı ve karanlık çağlardaki müziğin elektronik ortamda yeniden yaratılması gibi... Çok etkileyici güzelliği olan bir kilisede bir koro ile birlikte olma hissi ile aynı zamanda cidden güzel müzik ile dans etme hissini bir araya getirmek istiyorum. Cidden çok içgüdüsel güzellikler, fakat dinleyici için ikisini de yaşatmak istiyorum." sözleri ile ikinci albümünün genel atmosferi hakkında bilgi vermeye çalışmıştır (Hughes, 2010).

Visions

Bualbüm kapağı, *Grimes*'in ilk kikiçalışmasından farklı olarak daha belirli bir konsept üzerine kuruludur. Sağ üst kısımda yer alan (Bkz. Şekil:3) venet bir şekilde okunabilen albümün ismi vesanatçının ismi ile beraber Rusça yazılmış “но я предупреждаю вас, что я живу в последний раз” (İngilizce'den çevirisi “Ama seni uyarımtım bu sondu”) satırları yer almaktadır.



Şekil 3: Visions'ın albüm kapağı görüntüsü,

Kaynak: <https://is3-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Music4/v4/8a/74/7f/8a747f78-7363-77fa-acc1-ce18e2489730/dj.lvfnpksu.jpg/1200x630bb.jpg>. (Erişim tarihi: 1 Aralık 2017)

Grimes bu satırları sevdiği bir rus yazar olan *Anna Akhmatova*'dan alıntılanmıştır. Onun, kendi anlamlandırdığı bir biçimde, benimsediği dünya görüşünü *Grimes*; oldukça içselleştirmiştir (Pequeno, 2012).

Söz konusu albüm kapağında (Bkz. Şekil: 3) ilk gözümüze çarpan unsur, agresif görünümlü bu kurukafadır. *Kurukafa* düz anlamı ile tıbbi bir nesne, insan vücudu ile ilişkilendirilebilen bir nesnedir. Fakat burada yan anlamı ile bakacak olursak, *Grimes*'in albümün konseptinde bahsettiği gibi bir agresiflik ve ölüm korkusunun getirdiği bir endişe duygusunu yansıtır.

Bu albüm kapağı konseptinde de devamlılığa önem veren *Grimes*, yine akışkanlığı devam ettirecek öğeler kullanmıştır.

Tipografik olarak daha hareketli karakterlerin yanı sıra, albüm kapağının üzerinde küçük bir göz oyunu sunmuştur. Eğer dikkatle gözünüzü kısıp incellerseniz, bordo küçük *Grimes* yazılarının üzerinde bir tür uzaylı kafası belirecektir.

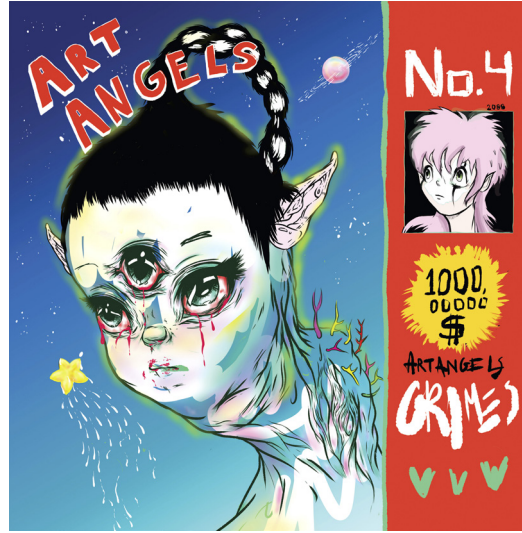
“Sanırım buna yanıt vermenin en basit yolu, direkt olarak ileri görüşlülüğü ve geriye bakabilmesi tek daraltılmış bir kelimedeye söylemek için” sözleri ile, neden üçüncü albümü *Visions*'in adını koyduğunu açıklamıştır *Grimes*. “Akıl sağlığını temiz tutmak” adına girişimde bulunduğu bu albüm *Grimes*'in *Art Angels*'tan sonra tanınmasını sağlayan en önemli albümlerden biri olmuştur (Murray, 2012).

Anlaşıldığı üzere *Grimes*'in kaotik bir dönemde çıkardığı albümü, kendisini bunu ifade etmeye zorlamıştır.

Albümün doğuşu hakkında “Pencereleri kararttıktan sonra tonlarca ilaç kullandım, ve üç hafta boyunca uyanık kalıp hiçbir şey yemedim. Kesinlikle gün içinde müzik yapamıyorum.” şeklinde açıklayan *Grimes*, oldukça yoğun bir dışavurum gerçekleştirdiğini belirtmiştir (Hresko, 2012).

Art Angels

Bu albüm kapağında (Bkz. Şekil: 4) diğer albüm kapaklarından farklı olarak renk denemeleri ve daha canlı imgeler ile deneysel çalışmalar yapan Grimes, üçüncü albümü "Visions"da konseptini bozmamıştır. Göze ilk çarpan nesne, üzerindeki canlı bir yeşil ve alt kısımlara doğru inildikçe mor rengine doğru değişim gösteren bir mavinin birbirine karıştığı bir banshee (ölüm perisi) yaratığının başıdır. Baş, kafa ve kafatası gibi öğeler Grimes'in albümlerinde özellikle kendisi tarafından kişiselleştirilmiş öğelerdir. Sağ üst kısımda yer alan "No. 4" satırı Art Angels'ın dördüncü albümü olduğunu simgeler ve altında kendinin pembe saçlı bir illüstrasyonu yer alır. Sarı mürekkep sıçraması gibi görünen leke ve içerisinde yeralan para değeri, "California" şarkısında bahsettiği metalaşma sürecine bir gönderme olabilir.



Şekil 4: Art Angels'ın albüm kapak görüntüsü,

Kaynak: <https://is1-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Music6/v4/da/c0/9f/dac09f19-c801-84ee-2843-801a4a926a3a/cover.jpg/1200x630bb.jpg>. (Erişim tarihi: 1 Aralık 2017)

Özellikle bu albüm kapağında (Bkz. Şekil: 4) dikkate çarpan özellik, banshee yaratığının kan ağlamasıdır. Dikkatli incelendiğinde bir Dünya silüetini andıran bu yaratık, yan anlamı ile bir bakıma albümün içinde geçen «Butterfly» ve «Life in the Vivid Dream» gibi parçalarda bahsedilen ve Grimes'in sözünü ettiği çevre ve hava kirliliği gibi Dünya'yı zehirleyen sorunlara bir gönderme olarak incelenebilir.

Banshee yaratığını incelediğimizde (Bkz. Şekil: 4) açıkça benzerlikleri görebiliriz. Dünya'nın tortu ve dağlık alanlarında yer alan çıkıntıları göstermek amacıyla Grimes'in yaratığın çenesine ve vücuduna yerleştirdiği damarlı yapılar gibi, tüm vücudunun etrafındaki sarı flu renk, yan anlamı ile yırtılmış ozon tabakasını ve hava kirliliği unsurlarını belirtmek için kullanılmış olabilir.

Tipografik çalışmalarını artık konseptine ekleyen Grimes, bu albüm kapağında daha sade bir yol izlemeye çalışmıştır. «Art Angels» yazısının sakin kıvrımlarında ve kendi imzasındaki basit fırça darbelerinde daha az detaylı tavırlar sergilemeye başladığını görüyoruz.

Albümde bahsettiğimiz bir durum olan, Grimes'in Art Angels ile kendini kanıtlama çabası, aslında bir bakıma, albüm kapağının yan anlamı ile anlam birliği biçiminde metin okuyucusuna rahat bir biçimde verilebilir. Albüm için tüm hünerini ortaya koymaya çalışan Grimes için, bu albüm kapağının kendisinin ilk renk denemesi olduğundan, güçlü bir albüm olarak algılayabiliriz.

"İnsanların birşey alacaklarsa, ona ruhumu ve kalbimi verdiğimi bilmelerini istiyorum" sözleri ile *Art Angels* albümünde gerçekleştirdiği çalışma sürecinden bahseden Grimes, her albümünde izlediği yol gibi bu albümünde de bütün enstrümanları çalma görevini üstlenmiş ve yapımcılığını sadece kendisi gerçekleştirmiştir. Bu konuda açık bir biçimde fikrini dile getiren Grimes, "... aslında müzik sektörü ile ilgili nefret ettiğim şey, bir anda hakkımda söylenen 'Grimes'ın feminen bir sesi var' ve 'Grimes kadın bir müzisyen' sözleri. Tamam, öyle, fakat ben aynı zamanda bir müzik yapımcısıyım ve her gün ses düzenleyiciler ve grafikler ile ilgileniyorum." sözleriyle kendini açıklamaya çalışmıştır (Friedlander, 2015).

Grimes bu albümünde daha dışavurumcu bir tarz izlediği için içeriğinde "California" ve "Venus Fly" gibi müzik endüstrisinin kendisine karşı yaptığı çeşitli eleştirilere yönelik şarkılarda bulunmaktadır. Bu albüm ile kendisini bir müzik türü içerisine yerleştirmeye çalışarak değerlendirilenlerin sözlerine Grimes "Bu sesi tanımlamak imkansız, fakat etiketler mutlaka olacaktır." (Godman, 2015) şeklinde yanıt vermiştir.

MARİNA'IN ALBÜM KAPAKLARI

The Family Jewels

The Family Jewels, Marina'nın ilk ve onu müzik alanında bir *avant-garde pop* sanatçısı olarak tanıtan albümüdür (Petridis, 2010). Sözlerindeki kendine karşı gösterdiği nefret ve mükemmeliyetçi yapının ortada olması ("Are You Satisfied?" isimli parçasında geçen "High achiever don't you see / Baby nothing comes for free" (çevirisi "Ben yükselere oynuyorum görmüyor musun? / Hiçbir şey bedava gelmez") ve "Obsessions" isimli parçasında geçen "I want to erase every nasty thought that bugs me every day of every week" (çevirisi "Beni her haftanın her günü rahatsız eden bu pis düşünceleri silmek istiyorum") gibi ve sahip olduğu takıntılarını anlatması, albümün kendi için şöhretle tanışma ve bir bakıma kendini yeniden yaratmak adına sahip olduğu eski değerlerinden kurtulma hikayesini anlatmaktadır.

Marina'nın albümünde bahsettiğimiz tema ile doğru orantılı olarak bu albüm kapak görüntüsünü incelediğimizde (Bkz. Şekil: 5), gözümüze çarpan ilk unsur yüzündeki bize doğru bakan alaylı ifade ve arkaplanda yer alan dokuma desenleridir.



Şekil 5: The Family Jewels'in albüm kapak görüntüsü,

Kaynak: <https://is2-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Music/be/db/d5/mzi.cmxqoneu.jpg/1200x630bb.jpg>.
(Erişim tarihi: 1 Aralık 2017)

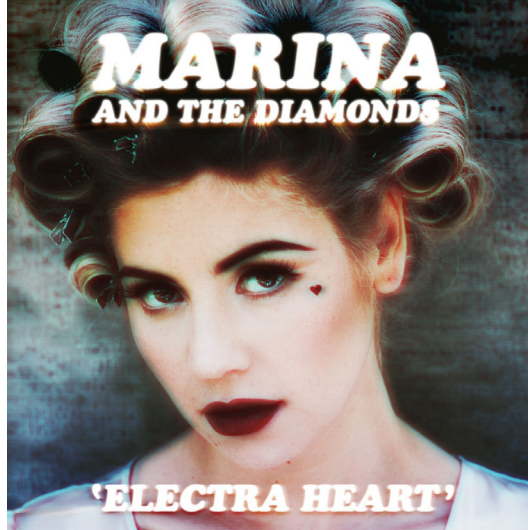
Düz anlamı ile albüm kapak görüntüsünde (Bkz. Şekil: 5) yer alan bu arkaplanda gördüğümüz dokuma desenler gelenekselliği ve *Marina*'nın yerel öğelerini anlatmasıyla beraber önemli özelliği, yan anlamı bakımından albümün konseptinde bahsettiğimiz geleneksel değerlerinden uzaklaşmasını ve bir bakıma onları geride bıraktığını anlatır niteliktedir.

Bir devamlılık unsuru sağlayan saç ve tipografik yazı, aynı zamanda *Marina*'nın yüzünü albüm kapağında ön plana çıkarmaktadır.

Electra Heart

İkinci albümü *Electra Heart*, *Marina*'nın müzik endüstrisinde adını duyurmasını sağlayan albüm olmuştur. Oldukça fazla sayıda müzik yapımcısı ile çalıştığı albümde, “*arketip*” kavramını, ve onunla beraber albüm için yarattığı bir tür *alter ego* olan “*Electra Heart*” karakterini yaratmıştır. Buna göre *Electra Heart*'ın “*Housewife (Ev Kadını)*”, “*Beauty Queen (Güzellik Kraliçesi)*”, “*Homewrecker (Evlilik Yıkıcı)*” ve “*Idle Teen (Aylak Genç)*” gibi stereotipiki davranışlar içeren kişiliklere sahip olmasıyla beraber, *Marina* kendisi bunları eleştirmeye çalışmıştır. “*Kendisinin tamamen anti tezi*” olarak *Marina*'nın ifade ettiği *Electra* (Petridis, 2012), oldukça yavan, zevk düşkün ve başına gelenler sonunda albümün dönemi biterken yine *Marina* tarafından “*uyku hapları ile öldürülmüş*” (Cragg, 2015) bir karakterdir. *Marina* aynı zamanda bu albümüyle benimsediği “*insan davranışları üzerine müzik yapma*” tekniğini, albüm içerisine yerleştirdiği eleştirel tavırla oturtmaya çalışmıştır.

Marina bu albümünde bahsettiğimiz gibi farklı birçok yapımcı ile çalıştığı için, oldukça farklı bir perspektiften olaylara bakış açısını sergilemiştir. Düz anlamı ile ortada olan ve albüm kapağını (Bkz. Şekil: 6) okuyan bir kişiye verdiği yargılayıcı bakışlar, yan anlamı ile albümün temasında yer alan eleştiri konusu ile bağdaşma gösterir.



Şekil 6: *Electra Heart*'ın albüm kapak görüntüsü,

Kaynak: <https://is3-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Music/v4/1a/24/54/1a2454d3-a57f-62bb-e360-e52c25b32a6e/825646579921.jpg/1200x630bb.jpg>. (Erişim tarihi: 1 Aralık 2017)

Özellikle albüm kapağındaki (Bkz. Şekil: 6) düz anlamı ile yer alan renk filtresi, saçının şekli ve *Marina*'nın sahne ismi ve albüm ismi için kullanılan font, albümün estetik teması ile yan anlamı açısından müzik kliplerini ve genel atmosferini anlatabilmeyi desteklemek için kullanılan öğelerdir diyebiliriz.

Yanağında yer alan göz kalemi ile çizilmiş kalp, albümün konseptinde söz edildiği gibi *Electra Heart* karakterinin bir belirtecidir. Yan anlamı ile albümün seyir zamanında, en son klipte silinmesiyle bir bakıma *Electra Heart* karakterinin ölümünü simgelemektedir.

Froot

Froot bir bakıma *Marina*'nın "özgürleşme" albümü sayılabilir. Albümün akışında izlediği "hayatı sorgulama" ve hayata karşı tavır olarak aldığı aşırı eleştirel ideolojik perspektifi "*Electra Heart*" ile geride bırakan *Marina*, kendini yine ilk albümü "*The Family Jewels*"da olduğu gibi bir ifade etme biçimi ile ortaya koymuştur. "*Froot*" içinde birden çok temanın olduğu, tıpkı son parçası "*Savages*"ta "*I'm not afraid of God / I am afraid of man*" (çevirisi "*Ben Tanrı'dan korkmuyorum / İnsanlıktan korkuyorum*") sözleri ile insan davranışlarını eleştirirken, "*Can't Pin Me Down*" isimli parçasında geçen "*You might think I'm one thing / But I am another*" ve "*I am never gonna give you / anything you expect / You think I'm like the others / Boy you need to get your eyes checked*" (çevirisi "*Birisi olduğumu düşünüyorsun / Fakat ben aslında başkasıyım*" ve "*Sana asla / Beklediğin şeyi vermeyeceğim / Diğerleri gibi olduğumu düşünüyorsun / Gözlerini kontrol ettirmelisin*") sözleriyle müzik endüstrisine karşı takındığı tavrı anlatan bir albümdür.

Marina'nın en son çıkmış albümü olan *Froot* aynı zamanda onun belirttiğimiz gibi bir başarı arayışında olmadığı albümüdür. Belirli renklerin rahatlatıcı olduğu doğrudur, fakat *Marina* bu albümünde diğer iki albümünün estetik atmosferinden farklı olarak daha nefes alan bir ortam yaratmak istemiştir (Bkz. Şekil: 7). Tercih ettiği gökkuşağı renklerini saçlarında yansıtmaması, yan anlamı ile albüm içerisinde yer alan şarkılar ile beraber, kişiliğinde yaşadığı açılma ve geniş renk yelpazesini anlatılabilmek için yaratılmış olabilir.



Şekil 7: *Froot*'un albüm kapak görüntüsü,

Kaynak: <https://is4-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Music3/v4/0d/e5/89/0de5896e-9e18-cbbd-686b-d1a17f4e30c4/dj.kuup-naxp.jpg/1200x630bb.jpg>. (Erişim tarihi: 1 Aralık 2017)

Bu albüm kapağında (Bkz. Şekil: 7) dikkat edilmesi gereken önemli iki unsur ise tipografik yazı karakterleri ve *Marina*'nın albüm kapağındaki duruşudur. Daha önceki kapaklarındaki duruşlarından (Bkz. Şekil: 5, Şekil: 6) farklı olarak benimsediği ve izleyiciye bakan duruşu onun bahsettiğimiz rahatlık düşüncesini empoze etmede bir bağdaştırıcı olarak bize sunabilir. Ayrıca sahne adının yazı karakterindeki rahat fakat estetik biçimde düzenli görünen font onun istediği eseri ortaya çıkarabildiğini belirtir. *Froot* yazısındaki renkler ile saçlarında benzeşme göstererek hoş bir görüntü ortaya çıkarmıştır.

SONUÇ: BİR TASARIM ÜRÜNÜ VE İFADE ARACI OLARAK ALBÜM KAPAĞI

Album kapağı daha önce belirttiğimiz gibi bir ifade aracıdır. Bir bakıma albümünü bir şekilde kalıba oturtarak, dinleyicisi ya da okuyucusuyla iletişim kurmaya çalışan sanatçı, albüm kapağı konusunda gerektiğinde konsept olarak daha müziği ile paralel estetik fikirler tercih edebilir. Bunun oldukça subjektif ve kendi müzik albümünde sahip olduğu özgün sanatçının fikrine bağlı olarak çok çabuk değişebilen bir durum olmasıyla beraber, albüm kapakları bir kompozisyonu içeriğinde barındırır.

İncelenen albüm kapakları bu bakış açısını destekler niteliktedir. Örneğin; *Marina*'nın albümlerinin içeriğinde benimsediği perspektif ile doğru orantılı olarak verdiği poz ve bakışlarının söz konusu düşüncesini yansıtmadaki eksiksizliği, onun bir bakıma kendi müzik tarzı ile yapmaya çalıştığı hakkında bir düşünce ifade edebilir. Bir diğer durum ise; *Grimes*'ın albüm kapaklarında, aynı zamanda bir görsel sanatçı olarak, kendi illüstrasyonlarını ve bu illüstrasyonları kendi geliştirdiği veya ilham aldığı kompozisyonlar biçiminde sunmasıdır. Söz konusu bu illüstrasyonlarda yer alan grotesk fakat ilgi çekici biçimde gerçekçi sunulan bu düzen, onun kendi müziği konusunda benimsediği tavrı sunar.

Asıl önemli olan nokta ise bu sanatçıların, "*Indie Pop*" müzik türü içerisinde "*Pop*" müziğin yapı ve düzen biçimini almaları fakat sahip oldukları fikirleri kendilerine özgü bir biçimde ifade etmeye çalışmalarıdır.

KAYNAKÇA

Abebe, N., (2005). Twee as Fuck. <https://pitchfork.com/features/article/6176-twee-as-fuck/> (Erişim tarihi: 3 Kasım 2017).

Attali, J., (2005). Gürültüden Müziğe (G. Gülcügil Türkmen, Çev.) (3. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Barthes, R., (1986). Elements of Semiology (Jonathan Cape Ltd., Tran.) (1st Edition). Paris: Editions du Seuil.

Billboard Staff. (2015). Billboard.com's 25 Best Albums of 2015: Critics' Picks. <http://www.billboard.com/photos/6792633/best-albums-of-2015> (Erişim tarihi: 7 Kasım 2017).

Chen, J., (2015). Aurora Announces Debut EP Titled Running with the Wolves. <https://www.pastemagazine.com/articles/2015/04/aurora-announces-debut-ep-titled-running-with-the.html> (Erişim tarihi: 20 Aralık 2017).

Cragg, M., (2015). Marina and the Diamonds: 'I killed Electra Heart with sleeping pills. <https://www.theguardian.com/music/2015/jan/30/marina-and-the-diamonds-interview-new-album-froot> (Erişim tarihi: 4 Ocak 2018) .

Fiske J., (1989). Reading the Popular (4th Edition), Great Britain: Biddles Ltd., Guildford, ve King's Lynn.

Friedlander, E., (2015). Grimes In Reality. <http://www.thefader.com/2015/07/28/grimes-cover-story-interview> (Erişim tarihi: 21 Aralık 2017).

Gaur, A., (2017). Semiotics, Study of Signs. <https://www.britannica.com/science/semiotics> (Erişim tarihi: 1 Şubat 2018).

Goodman, J., (2015). Why Grimes won't 'cringe' when people hear her epic new album. <http://ew.com/article/2015/08/26/grimes-new-album/> (Erişim tarihi: 21 Aralık 2017).

Hresko, L., (2012). In An Altered Zone. <https://www.cmj.com/in-an-altered-zone/> (Erişim tarihi: 9 Haziran 2017).

Hughes, J., (2010). Grimes Talks the "Medieval Times" of Halfaxa. https://exclaim.ca/music/article/grimes_talks_medieval_times_of_halfaxa (Erişim tarihi: 21 Aralık 2017).

Jaffee, L., (2011). Vinyl Cover Art Celebrated In Six Coffee Table Books. <http://www.packagedesignmag.com/content/vinyl-cover-art-celebrated-six-coffee-table-books> (Erişim tarihi: 6 Ocak 2018).

Janson, H. W., Kerman J., A (1968). History of Art and Music (1st Edition), New York: Harry N.Abrams, Inc.

Kerr, S., (2010). Grimes interview: "So many worlds. <http://www.dummymag.com/new-music/grimes-interview-so-many-worlds> (Erişim tarihi: 21 Aralık 2017).

Merriam-Webster Dictionaries. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/extended%20play> (Erişim tarihi: 20 Aralık 2017).

Murray, R., (2012). Visions: Grimes. <http://www.clashmusic.com/features/visions-grimes> (Erişim tarihi: 21 Aralık 2017).

Official Charts. (22 Mart 2015 - 28 Mart 2015). "Official Scottish Albums Chart Top 100", <http://www.officialcharts.com/charts/scottish-albums-chart/20150322/40/> (Erişim tarihi: 7 Kasım 2017).

Pareles, J., (2015). A Heart Broken and Dissected Björk's 'Vulnicura,' From Deep Within. <https://www.nytimes.com/2015/01/22/arts/music/bjorks-vulnicura-from-deep-within.html?ref=arts&r=0> (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2017).

Peirce, C. S., (1894). What is a Sign?. <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/us/peirce1.htm> (Erişim tarihi: 3 Şubat 2018).

Pequeno, Z., (2012). Grimes. <https://www.tinymixtapes.com/features/grimes> (Erişim tarihi: 21 Aralık 2017).

Petridis, A., (2010). Marina and the Diamonds: The Family Jewels. <https://www.theguardian.com/music/2010/feb/18/marina-and-the-diamonds-cd-review> (Erişim tarihi: 4 Ocak 2018).

Petridis, A., (2012). Marina and the Diamonds: Electra Heart – review. <https://www.theguardian.com/music/2012/apr/26/marina-diamonds-electra-heart-review> (Erişim tarihi: 4 Ocak 2018).

Peirce, C. S., (1895). Philosophical Writings of Peirce (1st Edition), USA: Dover Publications.

Teo, M., (2014). 10 Canadian jangle and indie pop bands that will improve your day. <http://ontheaside.com/uncategorized/9-canadian-jangle-indie-pop-bands-vastly-improved-day/> (Erişim tarihi: 15 Kasım 2017)

Portre Sanatında Yüzün Temsil Sorunu*

Handan Dayı **

Öz

Aydınlanma ile derinleşen dualistik düşünce yapısı tüm ilişkileri karşıtlıkları ile düşünmekle karakterize olur. Bu karşıtlıkları anlama çabasında, yüzün dış dünyanın uyarılarına verdiği duygusal tepkileri yansıtan temsilleri olduğu düşünülür. Başka bir deyişle, bizler yüzü beden ve duyguların temsili; dış dünyada gözlenen tepkilerin içsel aynası olarak kabul ederiz.

Özellikle portre resmi ile başlayan süreçte kişiyi görselleştiren fiziksel benzetme tutumunu, onu daha iyi anlatabilecek duygu temsillerinin de dikkate alınması ile geliştirmiştir. Ancak günümüzde yüzün, sadece duyguları temsil eden bir zemin olmadığı ve duygulanış süreçlerinin duygu kategorilerinden daha önce geldiği düşünülmektedir. Bu durum bizi, temsiliyet alanı olarak görülen portreler üzerinde tekrar düşünmeye yöneltmektedir.

Bu makalede, temsil alanı olan portrelerin sanat tarihinde izlerini sürerken yüzde temsil edilemez olana da bakmak istiyoruz. Çalışmada Platon, Spinoza ve Deleuze'ün duygu, duygulanış, idea, temsil gibi kavramları üzerinden, bir geçiş alanı olarak yüze ve portrelere odaklanacağız. Amacımız daha çok portrelerde kategorik duygu temsilleri dışında dile gelmeyi aktarma potansiyelini göstermek ve sanat disiplini üzerinden açılacak temsil edilemez olanı yansıtmaya dönük olanaklara vurgu yapmaktır.

Anahtar Kelimeler: Portre, duygu, duygulanış, temsil, fotoğraf

Derleme Makalesi - Gönderim Tarihi: 1 Kasım 2018, Kabul Tarihi: 7 Ocak 2019

*Bu makale, 15-16. Aralık 2017 tarihleri arasında Akdeniz Üniversitesi'nde gerçekleştirilen XII. Klinik Nörofizyoloji Sempozyumu'nda sözlü olarak sunulmuş bildiriden üretilmiştir.

**Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Fotoğraf Bölümü, handandayi@gmail.com

The Question of Representation in The Portrait Art*

Handan Dayı **

ABSTRACT

The characteristic of dualist thought, which deepened during the age of Enlightenment, is to understand all relations as dichotomies. In understanding these oppositions face is thought to be representations of emotional reactions to stimuli of the outside world. In other words, we consider human face as the representative of the bodily emotions and the inner mirror that reflects impulses which can be observed in the external world.

During the period which began with the portrait painting, the effort to ensure the physical resemblance for the visualization of man made a big progress with the emotional representation taken into account. However in our current age, 'face' is not considered solely as the ground that reflects emotions and the categories of emotions are not considered prior to the affection. Therefore the portraits are to be reconsidered, too.

In this article, we would like view what cannot be represented in the face while tracing the course of representative portraits in the history of art. We will concentrate on the face and portraits as the passage of emotions within the concepts of affect, emotion, idea and representation in the works of Plato, Spinoza and Deleuze. Our aim is to point out to the potential of articulation in the portraits apart from their categorical emotional representations and to emphasize the possibility of indicating to what cannot be represented.

Keywords: Portrait, affect, affection, representation, photography

* This article is prepared through the oral presentation which is delivered at Akdeniz University, XII. Clinical Neurophysiology Symposium in 15-16 December 2017

** Assistant Professor, Akdeniz University, Faculty of Fine Arts, Department of Photography, handandayi@gmail.com

GİRİŞ

Yüz, bizi bir başkasından ayıran, duygularımızın ve tepkilerimizin ifade bulduğu en önemli organımızdır. Onu diğer organlardan farklı kılan, fiziksel olmayanın temsil edildiği bir zemin olarak iş görmesidir. Yüzümüz sadece kimliklerimizi oluşturmaz, hislerimizi de açığa çıkarır. Bu nedenle dışarıdan görülmeyen hislerimizin aracısız temsil zemini. Yüzü, duyguların göstergelere dönüştüğü bir temsil alanı olarak görebileceğimiz gibi, duygusal geçişlerin dillendirilemeyen bir zemini olarak da ele alabiliriz. Bu yolla, yüzü salt duyguların temsil alanından çıkarıp, temsil edilemeyen duygulanış¹ süreçleri alanına sokmuş oluruz. Bu çalışmada, yüze, dile gelmeyen duygulanışların¹ alanı olarak bakmaya çalışacağız.

İnsanlık kendi bilincine vardığı andan itibaren yüz, farklı alanların konusu olmuştur. Bu anlamda sanatın da ana konularından biri portrelerdir. Portrelerin ana amacı kişiyi temsil edecek onu kendi yapan tüm şeylerin biraradalığının (yüzdeki tüm farklı imgelerin birlikteliği gibi) görsel sunuma aktarılmasıdır. Çünkü portreler aracılığı ile geçici olan duygular ve mimikler daimi bir hale dönüşür ve sabitlenir. Leppert (1996, s. 98), portreye duyulan ilginin, öznel varoluşumuzu tek bir resim ya da fotoğraf ile gösterme çabasından kaynaklandığını savunur.

ANTİK DÖNEMDE YÜZÜN ESTETİK ALGISI

Gerçekte yüzün imgesel olarak yaratımı oldukça geçmişe dayanır. İnsanın ilk izleri ile karşılaştığımız İspanya'da Altamira Mağarası'nda ve Fransada Lascaux'da paleolitik dönemden kalmış mağara resimlerinin, figürleri ve daha çok hayvanlarla ilgili çizimleri içerdiği görülür. Bu dönemde insan kendisini bir problem olarak henüz ele almamıştır. Ancak Orta Taş Çağı'na geldiğimizde tarıma geçişle birlikte soyut tasarım fikri gelişmiş ve insan kendi bilincinin farkına varmıştır (Turani, 2000, s. 32).

Antik Yunan'da ise; önemli olan "kişi" değil, "ortak ideal insan" tipidir. Bu dönemde vücudun görünüşünden ve benzerliğinden çok formu önem kazanmış, yüzün tasvirinde iç duyguların yansıtılmasından kaçınılmıştır. Burada önemli olan ideal güzelliğe ulaşmaktır (Gombrich, 1997, s. 98).

Dönemin ünlü filozofu Platon, bu görüşün oluşmasında etkili olmuştur. Çünkü Platon'a göre; içinde bulunduğumuz dünya, idealar dünyasının ancak bir kopyası olabilirdi. Bu anlamda Platon'un "güzel nedir?" sorusu "değişmez genelliklerin alanı" olarak değerlendirilir. Yani bu, herkesçe kabul edilen bir "formlar dünyası" anlamında anlaşılmalıdır (Magee, 2001, s. 16).

Platon'un "değişmeyen idealar dünyası" kurma çabasını, duygular dünyasına ait olan güzel / çirkin, iyi / kötü gibi değişen, göreceli olan muğlak değerlerin yerine, değişmeyen tümeller ve standartlar dünyasıyla değerlendirmek ve onların mutlak bilgisine sahip olmak için oluşturduğu anlaşılıyor (Turgut, 1998, s. 46).

Platon'un amacı dünyanın daha anlaşılabilir bir yer olmasına olanak sağlamaktır. Antik Yunan uygarlığında sanatın da bu doğrultuda geliştiği görülmektedir. Matematik ve geometrinin yardımıyla yaratılan ideal güzelliğin dinamik hareketi bedene de yansır. İdeali desteklemeyen farklı durumlar esere yansıtılmaz. Örneğin Myron'un British Museum'da bulunan "Disk Atan Atlet" heykelinde (M.Ö. 5. yüzyıl) vücuttaki adale gerilmelerine rağmen, yüzünde hareketi destekleyen mimiklerin ve yüz ifadesinin olmaması, "ideal" i gösterme anlamındaki çabayı yansıtır. Çünkü yüzdeki herhangi bir mimik ve duygu onu ideal güzelliğin dışına itecek ve öznelletecektir.

1 Çevirilerde karışıklığı gidermek adına Spinoza'nın Latince olarak kullandığı affectus'u (affect) duygu olarak; Affectio'yu ise; (affection) duygulanış anlamında kullanacağız (Deleuze, 2008, s. 14). Spinoza bu iki kavramı çok farklı anlamlarda kullanır. Duygulanış (affection) bir şeyin benim üzerimdeki anlık etkisidir. Duygu ile duygulanış arasında bir doğa farkı vardır. Duygu, duygulanış tarafından kuşatılmış ama ona bağlı değildir. Zihnin yaptığı karşılaştırmalardan farklı iş görür. Bir geçişi içerir. Bergson'un süre kavramıyla örtüşür (Deleuze, 2008, s. 60).

Ancak Roma sanatında portre heykellerinde, modellerin kendi karakterinin yansıtılmasına önem verildiği, yüzün bütün çirkinliğinin ve zekâsının gösterildiği görülmektedir (Turani, 2000, s. 197).

Orta çağın sonrasında yeni bir dönemi haber veren Descartes (1596-1650) “kuşku duyan bir ben olduğundan kuşku duyamam” sözü ile insanın merkeze konulduğu yeni bir dünya düzenini açıklamıştır. Teoloji yerine, doğayı ve evreni ölçülere göre belirlemeye ve matematiği temel alan bir düzeni kurmaya çalışmıştır. Açıklanan yeni düşünceler ve buluşlar, dünya ve evreni hayal üzerine değil, gözlem ve ölçülere dayalı gerçeklik üzerine kurmaktadır.

Bu noktada epistemolojik bilme ile hakikat arayışında dualizm, entellektülizmin bir sonucu olarak doğmuştur. Bu ikili karşıtlıkta bilen özne, bilinecek dünyaya karşı konumlanır. Böylece şüphe ettiği şeyden ayrılan kurucu bir özne anlayışı kabul edilmiştir (Stumpf, 2002, s. 44-58). Duyularımızla edindiğimiz ampirik bilgiye bedeninin deneyimine dayanması nedeniyle güven duyulmaz. Bu nedenle nesnenin bilgisine ulaşmak için onu o yapan (tikel) özellikleri sabitleyip, onu (tümüyle farklı) diğer nesnelere soyutlayarak bir temsil sistemi oluşturma çabası ortaya çıkmıştır. Sınıflandırmaların, öznenin içsel deneyiminde edindiği bilgilere de uygulanmaya çalışıldığı ve dolayısıyla duyguların da, artık aklın kontrolüne girmiş ezberlenebilir temsiller olarak vurgulandığı görülmektedir. Bu gelişmeler sanatta ve özellikle portre sanatında da karşılık bulmuştur.

PORTRE RESMİNDE DUYGULARIN TEMSİLİ VE OTO-PORTRE

Rönesans ile birlikte insan fizyonomisi önem kazanmış ve anatomi bilim halini almıştır. Gelişmeleri takip eden süreçte, tanrısal bakış açısı yerini insan merkezli bakış açısına bırakmıştır (Turani, 2000, s. 351). Rönesans öncesi, portreler, mimiklerin önemsenmediği kutsal sembollerini tasvir ederken Rönesans döneminde, resimdeki figürün ait olduğu kişiyle olan benzerliği, onun karakterini yansıtan mimikleri ön plana çıkarmaktadır. Örneğin, Michelangelo'nun Papa'yı sembolize eden ihtiyar bir insandan geliştirdiği dev “Musa” heykeli, onun kendi kafasından ürettiği bir karakterdir. Sanatçının şiirine de yansıyan görüşleri şöyledir: “Sanat, gerçekte olan şey değildir. Aksine, ölümsüz evrensel forma ulaşma ve yaratma hususunda Tanrı ile rekabet etmektir” (aktaran Turani, 2000, s. 375). Çağdaşı Leonardo (aktaran Age: 372) ise; iç duyguların farklılıklarını hissettirebilecek anlatımı en sade bir yüz biçiminde yansıtmayı başarmıştır. Sonuçta Leonardo'nun üstün bir iç analize varmayı başardığı anlaşılmaktadır. Rönesans'da, insanın duygusal durumunun önem kazandığı ve sıklıkla portrelerde vurgulandığı görülmektedir (Gombrich, 1997, s. 159). Aydınlanma ile birlikte modern öznenin ortaya çıkışı, resim sanatında portreye ayrı bir statü kazandırmıştır.

Maniyerizm ile başlayan ve Barok ile devam eden süreçte sanatçıların kendi yüzlerini de sorun edindiklerini görmekteyiz. Çünkü oto-portre (özportre) izleyen değil ressamın kendi kaygularına cevap verir. Öz portrenin birincil seyircisi de kendi resmini yapan ressamdır. Bu nedenle sanatçı kendi duygularını herhangi bir aracıya gerek duymadan doğrudan aktarabilir. Oto-portreler bu anlamda sanatçının kendine ayna tuttuğu, iç hesaplaşmalarını, duygularını, hislerini izleyenlerle doğrudan paylaştığı zemin olarak iş görür. Diğer bir deyişle, oto-portre, sanatçının kendisi ile yüzleşmesidir. Oto-portreler sadece sanatçının görünüşü hakkında fikir vermez, onun ruhsal durumu ve kişiliği hakkında da öngörü sağlar. Bu öngörüler en net okuyabileceğimiz örneği teşkil eden Rembrandt van Rijn (1606-1669) kendisinin bilinen en az yetmiş beş portresini yapmıştır. Rembrandt'ın portre serisi adeta “varoluş” a ilişkin sorunu anlatır (Soyşekerci, 2015, s. 263). Zorlu yaşamının izleri yüzündeki değişimle açıkça görülür. Sanatçı son dönem portrelerinde, yakalandığı hastalığın izlerini resimler (Berger, 1986, s. 112). Bu farklar sadece anatomisinin değişikliğini göstermekle kalmaz hastalığın yüzünde yaratılmış olduğu değişiklikleri de gözler önüne serer. Yüzündeki bu değişim ağır ruhsal durumunu da açığa çıkarmaktadır.



Şekil 1: Rembrandt, Self-portrait ,1633,

Şekil 2: Rembrandt, Self-portrait ,1660,

Kaynak 1: <https://www.wikiart.org/en/rembrandt/self-portrait-with-hat-and-gold-chain-1633> (Erişim: 10.07.2018)

Kaynak 2: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rembrant_Self-Portrait,_1660.jpg (Erişim: 18.08.2018).

Hem sanat tarihçisi hem de hekim olan Dr. Carlos Espinel'e göre; Rembrandt, oto-portrelerinde hastalıklarını görünür hale getirerek, adeta bizden şefkat dilemektedir. Espinel, Rembrandt portrelerine bakarak tıbbi bir takım çıkarımlarda bulunur. Hekimlerin insanların hastalıklarını anlamak için hastaların yüzünü incelemelerinin çok önemli olduğunu aktarır (aktaran Soyseker, 2015, s. 289). Rembrandt'ın oto-portresi, onun duygularını sadece açığa çıkarmakla kalmaz, yüzündeki değişen duygu durumlarını da yansıtır.

FOTOĞRAFIN KEŞFİ VE FOTOĞRAFTA YÜZÜN TEMSİLİ

Klasik Dönem ve özellikle de romantik sanat anlayışı, benzerliği bir ön yargı haline getirmiştir. 1839 yılında fotoğrafın keşfi ile birlikte, resmin temsil gücü elinden alınmıştır (Baudelaire'den aktaran Batur, 2002, s. 25). Ressama ait öznel vurgular fotoğrafın yardımıyla yerini gerçeğin sunumuna bırakmıştır. Fotoğrafın yüzü, duyguları ve mimikleri gösteren durumu portre sanatının farklı bir seviyeye taşınmasına neden olmuştur (Clarke, 1992, s. 25-47).

Yine aynı dönemlerde, Louis Daguerre, mekanik temsil aracı olan "daguerreotip" i icat etti. Ardından Andre Adolphe-Eugene Disderi, "Carte de Visite" adıyla anılan çoklu fotoğraflar üretmeye başladı. Disderi, *Art de la Photographie* (1862) adlı kitabında, portrelerin çoklu kompozisyonlarının insanın farklı anlarını bir arada göstermesi nedeniyle, resimle rekabet etme gücü sağladığını ve çoklu fotografik görüntülerin mutlak gerçekliği yakalamada en az kusura sahip olduğunu aktardı. Burada işaret edilen şey, kişiyi o yapan doğal anların ve mimiklerin yakalanmasına yönelik çabadır (Fried, 1992, s. 45). Ancak Michael Fried (1992, s. 46), Disderi'nin, kişiyi kendi yapan yüzün ifadelerini farklı fotoğraflarla yakalama çabasının ne yazık ki fotoğrafçının kaçınmak için uğraştığı teatrallik duygusunu arttırdığını aktarır. Deleuze (2014: 123) yüzü sabitleyerek görselleştiren bu çabayı, *yüzleştirme* olarak adlandırır. Resim sanatında olduğu gibi, yüz burada da ya yüzleştiren bir yüzey olarak ya da yüzün farklı özelliklerini vurgulayan yüzeysel bir durum olarak sunulmaktadır. Carte de Visite fotoğraflardaki çoklu yüzlerin eş zamanlı ya da ardışık yüzle daha iyi temsil edilmesinin nedeni budur. Dolayısıyla bu fotoğraflara gerçeği gösteren temsiller olarak güven duyulmaz sadece görünüşleri yansıttığı da düşünülür (Pery, 2012, s. 732).

Yüz, duygu ifade eden şeyden bağımsız olarak var olmaz. Ancak bu anlamıyla yüz kişinin "persona" sı ya da maskesine dönüşür (Deleuze, 2014, s. 133).



Şekil 3: A.A.E. Disderi, E. F. Rimbault ,English Organist, Piyanist ve Yazar, 1865.

Kaynak: <https://www.iphotocentral.com/common/detail.php/4096/16/1/300/1/16/0/12922> (Erişim: 16.06.2018).

İnsan yüzünün anlık durumlarını yakalayabilme imkânı yüzle ilgili bilimsel gelişmeleri de destekledi. Yüz artık sanatçının sübjektif yaratıcı fantezisine gerek kalmadan, gerçek şekilde elde edilebiliyordu. 19. yy ile birlikte yüzün birebir kayıt edilmesi fotoğrafın birçok bilimsel alanda kullanılmasına olanak tanımıştır.

Örneğin bugün yüz kaslarıyla ilgili bilinen pek çok şeyi, dönemin ünlü doktoru Guillaume Duchenne de Boulogne'in fotoğrafla yaptığı deneylere borçluyuz. Duchenne, tıp tarihinde ilk defa elektriğin yüze uygulanması yoluyla yüz kaslarının aldığı şekillerin aşamalarını fotoğraflarla kayıt altına almıştır (aktaran Koetzle, 2002, s. 45). Yüzün elektrikle uyarılmasına bağlı olarak Duchenne (1862), kaslara, etkinleştirdikleri duylara göre üzüntünün, ağrının veya tutkunun kası gibi isimler veriyordu. Böylece, kasların kasılmasına bağlı olarak gerçek veya sahte duygunun arasındaki farkı tespit edebilmişti. Gözü çevreleyen (Orbicularisoculi, pars lateralis) kasların kişinin kendi iradesinin dışında yalnızca doğal gülüşlerde etkinleştirdiğini keşfetti. Duchenne, yüz çalışmalarından edindiği tecrübeleri sanat tarihine de aktardı. Bu amaçla sanatçılar için 'ruhun hareketlerini gerçekçi ve eksiksiz olarak tasvir etmesine izin veren kurallar formüle etti. Çünkü Antik dönem sanatçıların bu kasları doğru resimlemediklerini görmüştü. Verdiği örnekte, M.Ö.1. yüzyılda yapılan Laokoon'un heykelinin alnındaki kasların eksikliği dönemin heykeltıraşları tarafından duygunun kaslara doğru şekilde aktarılamadığını göstermektedir. Hekim Duchenne, Rodoslu heykeltıraşların (Polydoros, Agesandros ve Athenodors) alın bölgesini etkileyen bu kastan haberdar olmadıklarını aktarmıştır.



Şekil 4-5: Duchenne de Boulogne, Albümü, 1855.

Kaynak: <http://www.anthropologieenligne.com/pages/13.4.html> (Erişim: 05.08.2018).

Duygular ile ilgili çalışan bir diğer bilim insanı Charles Darwin, Duchenne'in *Mécanisme de la Physionomie Humaine* (İnsan Fizyonomisinin Mekanizması) isimli kitabından faydalanarak, 1872'de *The Expression of the Emotions in Man and Animals* (İnsan ve Hayvanlarda Duyguların İfadesi) adlı kitabı yazmıştır (Darwin, 1899, s. 176-177). Kitabında fotoğrafçı Oscar Gustave Rejlander ve Herr Kindermann'ın portre fotoğraflarını kullanan bilim insanı, yüz ifadelerinin evrensel olup olmadığı sorusu üzerine odaklanmıştır (Darwin, 1899).

Bu çalışmalardan yüzyıl sonra, psikolog Paul Ekman, Darwin ve Duchenne'in araştırmalarının ışığında çalışmalarını mikro yüz ifadelerini temel alan konular üzerine yöneltti. Yapılan araştırmalarda Ekman, farklı yüz ifadelerini ortaya çıkaran, "mutluluk", "üzüntü", "korku", "öfke", "iğrenme" ve "şaşkınlık" gibi mikro ifadeler olarak tanımlanan ve tüm kültürlerde aynı şekilde anlaşılabilen altı temel duygudan bahsetmiştir (Ekman ve Friesen, 1971, s. 124-126). Çalışmasının amacı, insan duygularının yüze yansıyan imgelerini esas alarak "Yüz Hareketlerini Kodlama Sistemi"ni (FACS) geliştirmektir (Ekman, 1994). Sistem sonsuz sayıda üretilen ifadelerle, buna karşılık gelen duygulanışları anlaşılır kılıp adlandırarak sonrasında bilgisayar kodlarına dönüştürüp kullanılmasına olanak tanıyan bir süreci içerir. Yüz mimiklerini kodlayarak tanımlayan bilimsel gelişmelerin yakın bir zamanda tüketicinin duygu durumlarının analiz edilebilmesine yarayan bir sisteme dönüştürüleceği düşünülmektedir (Erdemir ve Yavuz, 2016).

Anlaşılmaktadır ki önceleri duyguların aklın kontrolünde olduğu tezi, karar verme yetisinin duygu temelli olduğu düşüncesine doğru evrilmiştir. Nöroloji ve sinir biliminde yapılan deneyler de karar verme mekanizmasının sadece akılla yönetilemeyeceği ve karar verme yetilerinin duygularla ortak çalıştığını kanıtladı. Aslında burada vurgulanmak istenen duyguların aklın önüne alınması değil daha çok duygu ve aklın diyalog halinde olma durumudur (Damasio, 2006, s. 10). Konuyla ilgili dört ana kuramdan² bahsedilebilir: Bunlardan biri de James-Lange duygu kuramıdır. Kuram, bedensel karşılaşmaların yarattığı fiziksel değişimin ve bedenimizin buna verdiği tepkinin duygunun adının konmasından önce geldiğini kanıtlamaktadır. James-Lange'in kuramına göre; köpekten korkan birisi önce kaçıp, sonrasında korku duygusunun adını koymaktadır.

²Dört ana kuram arasında; James-Lange Duygu Kuramı, Cannon-Bard Duygu Teorisi, Schacter-Singer Duygu kuramı, Lazaurus kuramı bulunmaktadır (Konuyla ilgili geniş çaplı bilimsel çalışma için bu teorilere bakılabilir).

Sinirbilimci Antonio Damasio; bu anlamda “hislerin³ içsel rehberler olduğunu ve iletişim kurmamızda yol gösterici olduğunu aktarır. Geleneksel bilimin görüşünün tersine, hisler de en az diğer algılar kadar bilişeldir. Onlar, beynimizi etkileyen fizyolojik düzenlemenin sonuçlarıdır” şeklinde açıklar (Damasio, 2006, s. 17).

DUYGULAR VE DUYGULANIŞLAR

Damasio'dan yüzyıllar önce Benedictus Spinoza, duygulanışların kökü ve tabiatı üzerine düşünmüş ender filozoflardan biridir (Spinoza, 2006: 129). O, duygulanışların zihin kadar önemli olduğunu ve hayatın düzeni ile birlikte düşünülmesi gerektiğini yazmıştır. Temel eseri olan *Eti-ka'nın III. Bölümü*'nde (“Tanım III”de): “Duygudan beden etkilenişini anlıyorum. Beden gücü artar ve azalır ve buna bağlı fikirler de aynı şekilde oluşur” tanımını yapar (Spinoza, 2006, s. 129). Spinoza'nın amacı, sonlu insan zihninin ve bedeni etkileyen duyguların, hangi nedenlerle etkilendiklerini anlamaktır. Bedenin hayatta kalma, varolma çabasında (Conatus) duygulanışlarından olumlu ve olumsuz şekillerde etkilendiği anlaşılmaktadır. Spinoza, varlıkların çeşitli şekillerde karşılaşmalar yaşadığını ve bazı karşılaşmaların var olma direncini arttırırken bazılarının da bu direnci azalttığını aktarır. Spinoza duyguları ve duygulanışları araştırırken tıpkı fizik ve jeoloji kapsamındaki şeyleri anladığımız gibi davranmamız gerektiğini vurgular (Balanuye, 2012, s. 132). Onları anlamak var olma direncimizi doğrudan etkileyecektir. Karşılaşmalardan doğacak kuvvetler, beden üzerine etki eder. Bedenin etkileme ve etkilenme gücü bulunur. Bedenler arasında adeta sürekli bir geçiş vardır. Bu geçişlerde zihin devreye girdiği anda bir kesinti gerçekleşir ve duygular değerlendirmenin niteliği halini alır. Kategorize edilerek temsilleşir. Duygulanışlar ise; henüz dillendirilmemiş öznenin devreye girmediği süreklilik olarak var olur. Duygulanışları anlamak ancak öznenin geri plana itilmesiyle gerçekleşir.

Çağımızın ünlü filozofu Gilles Deleuze (akt. Baker, 2015, s. 170) yıllar sonra Spinoza'nın duygu temelli felsefesini tekrar değerlendirir. Bu anlamda, Deleuze de Spinoza gibi “duygu”yu (affectus) “duygulanış”tan (affectio) ayrı tutmaktadır. Deleuze göre; fikirler ve duygulanışlar anlık olarak değişebilir. Bir fikir başka bir fikri takip eder. Fikirlerin böyle birbirlerini takip edişi varolma kuvvetini (Visexistendi) ve buna bağlı olarak eyleme gücünü (potentia agendi) arttırır. Spinoza şöyle açıklar:

Bırakın fikir duygulamdan önce gelsin isterse; fikir ile duygulam doğalarında farklı iki şeydir; duygulam fikirlerin zihin tarafından birbirleriyle karşılaştırılmasına indirgenemez; duygulam bir yetkinlik derecesinden bir başkasına geçiş, ya da sıçrayış yaşantısı tarafından oluşturulur; elbette bu geçiş fikirlerce belirlendiği ölçüde; ancak duygulamın kendisi asla bir fikir değildir ve duygulamı oluşturur. Spinoza, sürekli varyasyonun duygulamın oluşturduğu bu melodik çizgisi üzerinde iki kutup tayin eder: Neşe-Keder (Deleuze, 2008, s. 30).

Anlaşılmaktadır ki, duygular, ortak uzlaşım kategorik temsillere dönüşebilirler. Örneğin bir portre fotoğrafında öfkeyi adlandırabiliriz. Ezberlenmiş kategorik temsiller, bize bu imkânı sağlayabilir. Ancak aynı fotoğrafta modelin dile gelmeyen duygulanımlarını göstermemiz oldukça zordur. Deleuze'ün de ifade ettiği gibi bunlar daha çok kuvvetlerin sürekli akışı olarak anlaşılabilir. Deleuze'e göre; duygular parçalı olarak bulunmaz ve bölünemezdir. Bölündüğünde ise doğasını tamamen değiştirir. Deleuze (2014, s. 134) bu bölünemez oluşu kendiliğin hali veya bir ifadedeki ifade edilenin hali yani, *dividüel* olarak niteler.

³Damasio'ya göre; “Duygu, his ve biyolojik düzenleme, insan aklında bir rol oynar. Hisler de, kaynaklandıkları duygular da lüks değildir”. Damasio, hisleri ve duyguları ayrı değerlendirmektedir.

TEMSİLİ YÜZDEN GEÇİŞKEN YÜZE

Enis Batur *Yüzyüze* denemesinde, yüzü, “kendisinde sürekli evrensel bir anlam aradığımız, işaretlerin, anlamların birbiriyle yüzleştikleri, fiziksel olmayanın yansıtılabileceği tek yüzey” olarak açıklar. Batur’a (2000, s. 289) göre yüz; “birinden diğerine giden bir geçiş yeri ve sürekli değişen işaret alfabetasıdır”.

Batur (age), insan yüzünün durağan olmadığını, birçok ifadeyi içinde barındırdığını aktarır. İfadeler bir durumdan diğerine geçerken bir çoğulluğu kapsar. Bu çoğul yüz ifadeleri bizi biz yapan şeydir. Bu nedenle portrelerin, fiziksel olarak sahibine benzemesi yeterli değildir. Fotoğrafçı Disteri’nin de sergilediği gibi portreler ait oldukları kişinin her halini barındırmalı ve onun kimliğini de açığa çıkarmalıdır.

20. yüzyılın önemli ressamı Bacon da hayatın ve yüzün geçişli durumunu benzer şekilde kavramış ve sanatına aktarmıştır. Çünkü onun oto-portreleri net bir yüzün anlatımından daha çok yüzün farklı durumlarının geçişini gösterir. Oluş Felsefecisi Deleuze, Bacon’un resimlerinden etkilenmiş ve oluş felsefesi ile sanatçının eserleri arasında ilişki kurmuştur. Deleuze, Bacon’un portrelerinde gördüğü yüzün geçişsel durumunu, onu özne yapan özelliklerin üstünde, öznenin öte “bir kafa” olduğunu vurgulama çabasıdır. Deleuze, Artaud’dan alıntılıdığı “organsız beden” kavramının görsel açılımını Bacon’un oto-portrelerinde görür. Deleuze’ün Bacon’un portrelerinden ilhamla vurgulamak istediği, platonik idealizmi ters yüz ederek, öznenin pozisyonuna yüz çevirmektir.

Deleuze, Bacon’un oto-portrelerinin tek bir yüze indirgenememesini bir oluş hali durumu na bağlar. Deleuze’a göre; yüz, adeta bir geçide dönmüştür. Bacon çalışmalarını şu sözlerle açıklar: “İnsan suratı henüz yüzünü bulamadı” (Deleuze, 2009, s. 49). Yüzünü bulamama hali onun mutlak bir yüze sahip olmamasına ve tüm yüzlere de aynı anda sahip olmasına olanak tanır. Bacon’un portrelerini burada farklı kılan



Şekil 6: Francis Bacon, Autoportrait, 1969.

Şekil 7: Francis Bacon, "Autoportrait", 1976.

Kaynak 6: <http://befo-apa.blogspot.com/2013/02/portraits.html> (Erişim: 10.07.2018).

Kaynak 7: <http://hdapeujard.blogspot.com/p/blog-page.html> (Erişim: 25.06.2018).

nokta, sanat tarihinde karşılaştığımız yüzün anlık duygusunu yakalama çabası içindeki portre geleneğinin, yüzün tüm hallerini yakalama çabası ile tersine çevrilmiş olmasıdır. Bacon, duyum-

samanın farklı düzeylerini tek bir imgeye kaydetmeyi, tek ve aynı anda bir kişiye duyulan sevgiyi ve düşmanlığı aynı yüzde gerçekleştirmeyi istemiştir (Deleuze, 2009, s. 44). Deleuze (Age: 40), Bacon'un bu tavrı Cezanne'dan kopyaladığını belirtmiş ve "rasyonel olmayan", beyinle ilişkili olmayan bir "duyumsamayı resmetmek" olarak açıklamıştır. Bu nedenle Deleuze'e göre; figür, tam olarak organsız bedenle karşılık bulur. Yani; bu "organizmayı bedeninin yararına, yüzü ise başın yararına bozmaktır".



Şekil 8: Duanne Michals'ın Dr Heisenberg's Magic Mirror of Uncertainty, 1998.
Kaynak: <https://yablor.ru/blogs/duane-michals-atomi-i-molekuli-povestovvaniya1603437> /(Erişim: 10.08.2018).

Konuyu örnekleyen başka bir çalışma fotoğrafçı Duanne Michals'ın *Dr. Heisenberg's Magic Mirror of Uncertainty*, 1998 tarihli çalışmasıdır.

Michals, fizik bilim insanı, Werner Heisenberg'in Kuantum teorisinden yola çıkarak, bir parçacığın pozisyonunu veya hızını kesin olarak tahmin edemeyeceğimiz düşüncesinden ilham alarak bir fotoğraf serisi üretmiştir. Bu fotoğraf serisinde, enerjinin temel ifadesinin kaotik bir şey olduğu fikrini, dış bükey aynayla gerçekleştirdiği portrelerle aktarır. Model hareket ettiğinde, aynadaki görüntüsünün tamamen değiştiğini ve garip bir sıvı gibi görüldüğünü anlatır. Fotoğrafta, ayna hareket ettirildikçe portrenin yüzü de değişime uğramaktadır. Son fotoğrafta ise; yüzün görüntüsünün tamamen kaybolduğu anda sanatçı seriyi tamamlar. Sanatçı bu çalışmasında; seriyi bitirmek için görüntüyü mükemmel bir son olarak gördüğünü ve portrenin adeta saf beyaz enerjiye dönüştüğü anı vurgular (Andreasson, 2015).

Sanatçı serisinde bir hikaye anlatmaktadır: bu çalışma aynada kendisini tanımaya çalışan, ancak yüzünde hep yeni ve bilinmeyen tarafları gören birinin hikyesidir. O her aynaya bakışında kendi ile ilgili yeni boyutlar keşfeder. Belirsizlik ve korku duyuyor olsa bile kendi ile ilgili yeni taraflarını ortaya çıkarır. Sanatçıya göre, bilinmeyene açık olmak harikalar sunabilir. Sanatçı son karede, "belirsizlik her şeye izin verir" (Michals, 1998) açıklamasıyla yüzün belirsiz durumunu olumlamaktadır.



Şekil 9: GarySchneider, Heads, Helen Gee, 2000.

Kaynak: <http://www.garyschneider.net> (Erişim: 15.10.2018).

Yüzde duygulanımları yansıtan bir başka sanatçı olan Gary Schneider portreler üzerinde, ışıkla boyama tekniği ile uzun pozlamalar yapmaktadır. Güney Afrikalı sanatçı, Heads ve “Durational Portraits” adlı çalışmalarında yüzler üzerine çoklu pozlamalarla sistematik kaydın tersine kameranın farklı hareketleri ile bu dizilerin soldan sağa ya da tersten ayrı bölümler halinde kayıt edilebileceğini belirtmekte ve çalışmaların metaforik olarak yeniden yapılandırılabileceğini aktarmaktadır (Schneider, 2010).

Teorisyen Sandra Pulmmer, Deleuze’ün zaman–imaj teorisini Gary Schneider’in “Durational Portraits” leri üzerinden okur. Pulmmer, Schneider’in fotoğraflarını değişim ve dayanıklılığın somutlaştırılması olarak görür. Bu fotoğraflar, fotoğraflardaki hareketli görüntü ve hareket içinde sükûneti aynı zamanda anlatmaktadır. Portreler ayrıcalıklı bir anı oluşturmaz ancak tekil imajın çoklu görüntüsüne ulaşır.

Jamie Diamond’ın “Constructed Family Portraid” (inşa edilmiş aile portreleri) serileri, bir-biriyle ilişkisi olmayan, biçimsel olarak bir araya getirilmiş aile portrelerinden oluşur. Bu kişiler aslında sanatçının bir otel odasında grup olarak fotoğrafladığı yabancılarıdır. Aile üyelerinin konuşmaları ve etkileşimi, aile sisteminin birbirine benzeyen belli davranışları, yüzlerdeki tuhaf donmalar ve her kişinin kendini göstermek istediği şekilde yansıttığı portreler hem fotoğraf olarak hem de video ortamında kayıt edilmiştir. Sanatçının diğer bir çalışması “Fraternity Boys Smiling, 2008, Projector” ise; zamansal boyutları, uzatılmış olan fotoğraflardır. Sanatçı, fotoğrafın anı donduran tekniğini aynı anda video kaydı ile süreçsel olarak da kayıt altına alır. Fotoğraf kaydı yapıldığını düşünen modeller süreç ilerledikçe mimiklerdeki sabitliği kaybederek yüzlerdeki farklı ifade değişimine yerini bırakmaktadır (Diamond, 2008).

Görülmektedir ki; yüzün ve mimiklerin anlam ve değişimi hayatımızda çok önemli bir yer tutmaktadır. Duygularımızın açığa çıktığı en önemli yer yüzdür. Teknolojinin gelişimi dahi duyguların yüzle olan ilişkisini değiştirmemiştir. Hanson Robotics tarafından tasarlanan insansı robot Sofia, geliştirilen yüz estetiği ve mimik kullanımı ile sanat ve bilimi bir araya getirir. Robot Sofia’nın ünlü oyuncu Audrey Hepburn’dan esinlenerek üretilen yüzünde, duyguları yansıtan altmış iki mimikliği rahatlıkla kullandığı belirtilmektedir. Robot Sofia, yüz mimikleri ile iletişim kurmanın önemli olduğunu ve insanlarla çalışmak için güvenlerini kazanmanın bu ifadeleri doğru kullanmaktan geçtiğini belirtmiştir.

Öznel duyguların anlaşılması ve tanımlanmasına yönelik çalışmaların gelecekte de bilimin araştırma alanı içinde olacağı açıktır. Ancak sanat disiplini bu anlamda bize çok daha geniş bir tartışma alanı açar. Bedenin kendini var etme çabasında sanat ile etkileşimi, zihnin duyguları anlamlandırma potansiyelinden daha geniştir.

SONUÇ YERİNE

Sanatsal ve toplumsal beğeni, çağdan çağa toplumdaki farklılaşarak devam etmektedir. Bu süreçte, yüzün sadece estetik bir yapı olarak konumlanması eğiliminden uzaklaşmıştır. Yüzün anlam aktarma, duyguları yansıtmaya gibi kaygıları daha fazla önem taşımaya başlamıştır.

Çoklu anlamları içerisinde barındırma potansiyeli yüzü, uzun yıllar farklı disiplinlerin ortak konusu yapacak gibi görünmektedir. Bu nedenle S.Freud'un (2001, s. 138) Musa heykeli üzerinde geliştirdiği psikanalitik analizi veya Doktor Espinel'in Rembrandt'ın oto-portrelerinden ürettiği çözümlerinin sadece sanat alanında değil, aynı zamanda tıp biliminde de yeni yollar açabileceği öngörülmektedir (Kao, 2000).

Daha da önemlisi sanat eserleri içerisinde portreler dış dünyanın algısını mimiklerimizle yansıtan kodlanmış duygu temsillerinin yanı sıra bedenin sürekli değişken duygulanışlarına da olanak tanımaktadır. Duygulanışlar, belirlenmemiş olup henüz öznenin kendini gerçekleştirmediği aşamadaki geçişsel sürekliliği tasvir eder. Henüz dile düşmemiş olan bir uzlaşım ve bir bütünlüğün değişimini açıklar.

Duygu zaman-mekândan bağımsız bir durum içerse de; bir çağın ve tarihin üretimi olarak da kabul edilir. Deleuze (2014, s. 134) bu nedenle duygunun her zaman "yeni" olacağını ve özellikle sanat yapıtı tarafından da sürekli olarak yeniden yaratılacağını bildirir.

Sanatın buradaki önemi sadece duyguların temsillerini arayıp bulmak değil daha çok henüz dillendirilmemiş, temsil edilemeyen ve dolayısıyla öznelleşmemiş olan duygulanışların izlerini sürmektir. Bu aslında sanatın doğasında olanı yüzeye çıkarmakla da ilgilidir. Tıpkı Bacon'ın resimlerinde karşımıza çıkan yüzün göstergeler alanından çıkarak duyguların akışkan doğasını aktarması gibi bir durum içerir. Deleuze'ün önerisini portreler üzerinden yineleyebiliriz.

Sanatın görevi, tutarlılık verilmiş, yoğunlaştırılmış, bir malzeme içinde düşünülmemeyen, görülemeyen, duyulamayan güçleri düşünülebilir, görülebilir, duyulabilir kılmaktır. Bu bakımdan sanatçılar da tıpkı filozoflar gibidir, çoğu kez çok küçümen, kırılğan bir sağlıkları vardır, ama bunun nedeni sayrılıkları veya nevrozları değildir, bunun nedeni yaşamın içinde her kim için olursa olsun fazlasıyla kocaman bir şeyi, onlar için fazlasıyla kocaman bir şeyi görmüş olmaları ve bu şeyin onların üzerine ölümün gizli işaretini koymuş olmasıdır. Ne ki bu şey aynı zamanda yaşanmışın sayrılıkları içinde onları yaşatan kaynak ya da nefestir (Nietzsche'nin sağlık adını verdiği şey). Belki bir gün sanatın olmadığı, yalnızca tıbbın olduğunu öğreneceğiz... (Deleuze, 2004, s. 155).

Sanatın, temsil edilemez kuvvetler alanını aktarma ve harekete geçirme gücü, kategorize edilmiş ve belirlenmişin ötesinde, "varoluş"u sezmemize yardım edebilir. Bu anlamda portreler, duyguların ad bulduğu göstergeler bütünü ve aynı zamanda duygulanışların sürekli değişime uğradığı, belirlenimsiz anlık süreçleri başka bedene aktaran bir zemin olarak işler. Bu durum, temsillerin ötesinde bir bedenden başka bir bedene akan kuvvetlerin bilinçsizce taşınması durumudur. Yüzün, fiziksel olmayanın yansıtılabileceği yüzey olarak kabul görmesi, sanatın ve bilimin ortak zemininde kendini gösterir. Böylesi bir bakış açısı sanat ve bilim disiplinlerinin sınırlarını birbirine yaklaştırmaktadır. Sonuçta yüz birbirini anlamak adına birinden diğerine giden önemli bir yol

olarak kabul edilebilir. Yüzün temsiliyetinde duygulanımların görselleşmesinden doğan bu ampirik olanağın, bilimsel alana da katkı sunacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

Akman, K. (2004). Orlan'ın Suretleri. Erişim Adresi: http://www.izinsizgosteri.net/asalsayi37/Kubilay_Akman_ing.37.html (Erişim:14.03.2018).

Ama Journal of Ethics, Diagnosing Rembrandt: The Role of Visual Evidence in Medicine. Erişim Adresi: <https://journalofethics.ama-assn.org/article/diagnosing-rembrandt-role-visual-evidence-medicine/2000-06> (Erişim: 12.10.2018).

Andreasson, K., (2015). "Duane Michals' best photograph: French Vogue does quantum physics", TheGuardian.

Artnet, Duane Michals. Erişim Adresi: <http://www.artnet.com/artists/duane-michals/>(Erişim: 28.06.2017).Batur, E., (2000). Başkalaşımalar. İstanbul: YKY.

Berger, J., (1986). Görme Biçimleri. (Y. Salman, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Baker, U., (2011). Beyin Ekran. İstanbul: Birikim Yayınları.

Baker, U., (2015). Kanaatlerden İmajlara. (H. K. Abuşoğlu, çev.). İstanbul: Birikim Yayınları.

Barthes, R., (1996). Camera Lucida, (R. Akçakaya, çev.). İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları.

Balanuye, Ç., (2012). Spinoza. İstanbul: Say Yayınları.

Baudelaire, C., (2002). Fotografi Sanat mı?. E. Batur, Modernizmin Serüveni, (T. Ilgaz, çev.). İstanbul: YKY Yayınları.

Clarke, G., (1992). The Portraid in Photography. London Reaktion Book Ltd.

Deleuze, G., (2008). Spinoza Üzerine OnBir Ders. (U. Baker, çev.). İstanbul: Kabalcı.

Deleuze, G.; Guattari, F. (2004). Felsefe Nedir?, (T. Ilgaz, çev.). İstanbul: Y.K.Y.

Deleuze, G., (2014). Sinema-I: Hareket-İmge, (S. Özdemir, çev.). İstanbul: Norgunk.

Damasio, A., (2006). Descartes'in Yanılgısı-Duygu, Akıl ve İnsan Beyni, (B. Atlamaz, çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.

Darwin, C. (1872). Expression of the emotions in man and animals. London. <http://www.gutenberg.org/files/1227/1227-h/1227-h.htm> (Erişim: 25.08.2017).

Duchenne, G. B., (1862). Physionomie Humaine. Paris. <https://archive.org/details/Duchenne18620-j91W/page/n5> (Erişim: 02.11.2018).

Ekman, P. ve Friesen, W., (1971). Constants across cultures in the face and emotion, Journal of Personality and Social Psychology, cilt 17, no. 2, pp. 124-129. (Erişim: 06.11.2018).

Ekman, P., (1971). Universals and cultural differences in facial expressions of emotion, Nebraska Symposium on Motivation, p. 208, Lincoln University of Nebraska Press (Erişim: 06.11.2018).

Ekman, P., (1994). All emotions are basic, (Ekman P; Davidson, J. R, der.). The Nature of Emotion: Fundamental Questions, (s: 15-20), New York: Oxford University Press.

- Eco, U., (2006). Güzelliğin Tarihi, (C. Akkoyunlu, çev.). İstanbul: Doğan Kitap.
- Erdemir, K.; Yavuz, Ö. (2016). Nöro Pazarlamaya Giriş. İstanbul: Brand Map.
- Fraternity B. S., (2008). Projector. <https://vimeo.com/8022632> (Erişim: 20.12.2018).
- Freud, S., (2001). Sanat ve Sanatçılar Üzerine, çev: K. Şipal, İstanbul: YKY Yay.
- Fried, M., (1992). Courbet's Realism, University of Chicago. https://monoskop.org/images/3/37/Fried_Michael_Courbets_Realism.pdf (Erişim: 05.10.2018).
- Frizot, M., (1998). A New History of Photography. Köln: Könemann.
- Gombric, E. H. J., (1997). Sanatın Öyküsü, (E. Erduran, Ö. Erduran, çev.). İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Kao, A., (2000). Diagnosing Rembrandt: The Role of Visual Evidence in Medicine, Illuminating the Art of Medicine, Chicago: AMA Journal of Ethics.
- Koetzle, H. M., (2002). Photo Icons. Taschen.
- Leppert, R., (2009). Sanatta Anlamın Görüntüsü. (İ. Türkmen, çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Magee, B., (2001). Büyük Filozoflar, (A. Cevizci, çev.). İstanbul: Paradigma Yay.
- Michals, D. (1998). Dr. Heisenberg's Magic Mirror of Uncertain. <https://www.worldartfoundations.com/fundacion-mapfre-duane-michals/>(Erişim: 10.08.2018).
- Perry, L., (2012).TheCarte de Visite in the 1860sand the Serial Dynamic of Photographic Likeness, Association of Art Historians. https://www.academia.edu/15658429/The_Carte_de_Visite_in_the_1860s_and_the_Serial_Dynamic_of_Photographic_Likeness (Erişim: 25.09.2018).
- Reto, S., 'DasBuch der VerrücktenExperimente' (Çılgın Deneyler Kitabı)<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/dunyanin-en-cilgin-bilimsel-arastirmalari-38663769> (Erişim:15.08.2018)
- Schneider, G. (2010). (<http://www.garyschneider.net>) (Erişim: 15.10.2018).
- Soyşekerci, S., (2015). Beden Sanatı. İstanbul: Doğu Batı Yay.
- Spinoza, B., (2006). Etika, (H. Z. Ülken, çev.). Ankara: Dost Yayınları.
- The Guardian. Duane Michals' best photograph: French Vogue does quantum physics. Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/feb/26/duane-michals-best-photograph-french-vogue-quantum-physics-heisenberg> (Erişim: 25.06.2017).
- Turani, A., (2000). Dünya Sanat Tarihi. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Turgut, İ., (1998). Sanat Felsefesi, İstanbul: Bilgehan Matbaası.
- Youtube, Robot Sophia. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=uiMMWLiazYI&t=229s> (Erişim: 18.07.2017).
- Youtube, Robot Sophia. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=zfax19Z9STg> (Robot Sofia) (Erişim: 22.03.2018).

Kültürel Motiflerin Reklam Üzerinde Kullanımı: Türk Hava Yolları Lale Motifi Örneği

Mithat YILMAZ*, Hakan MAZLUM**

öz

Günümüzde küreselleşmeyle birlikte sınırların ortadan kalkması ve kurumların farklı pazarlarda yer alabilme çabaları, kültürün reklam ve tanıtım faaliyetlerinde odak nokta olarak konumlanmasını sağlamıştır. Bu bağlamda küresel boyuttaki markalar farklı bir ülke sınırının içinde faaliyet gösterirken güçlü bir reklam ve tanıtım stratejisi geliştirmekte, farklı alıcı düzeylerine seslenirken kültürel değerlerdeki motifleri reklam çalışmalarında sıklıkla kullanılmaktadır.

Türk Hava Yolları filosuna çok sayıda uçağın katılmaya başlamasıyla global pazarın rekabet şartlarında yaptığı, güçlü yeni marka imajı yatırımları ve stratejileri ile sadece Türkiye'de değil, yurt dışında da müşterilerinin aklında kalmayı hedeflemiştir. Türk Sanatında yüzlerce yıllık bir geçmişe dayanan lale motifini yeni marka yüzünde kullanan Türk Hava Yolları'nın, hedeflediği küreselleşmeyle birlikte, sınırlarını ortadan kaldırarak kusursuz hizmetini sınır ötesi ülkelerde farklı hedef kitlelerine sunabilmek için reklam iletilerinde lale motifi kullandığı görülmektedir.

Bu araştırma, motiflerin reklam üzerinde kullanımını, Türk Sanatında yüzlerce yıllık bir geçmişe dayanan lale motifini yeni marka yüzünde kullanan Türk Hava Yolları'nın kültürel motifleri reklamlarında kullanması örneği ile sınırlandırılmıştır. Araştırma uluslararası markalarda reklam ve tanıtım stratejilerinin belirlenmesinde kültürel mirasın bir parçası olan motiflerin, Türk Hava Yolları'nda kullanılan lale motifi örneği üzerinden önemini açıklamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, reklam stratejisi, kültür, motif

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 4 Haziran 2018, Kabul Tarihi: 3 Ocak 2019

* Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, yilmazm@gazi.edu.tr

**Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, hakanmazlum24@gmail.com

Using Cultural Motifs on Advertising: Turkish Airlines Tulip Motive Example

ABSTRACT

Today, with the globalization, the borders remain and the institutions' efforts to take place in different markets have made it a focal point in cultural advertising and promotional activities. In this context, cultural value's motives are frequently used in advertising work while global brands are operating within territories different countries, while developing a strong advertising and promotional strategy and addressing different buyer levels.

Along with adding a great number of aircrafts to its fleet, Turkish Airlines aims to keep investments and strategies of strong new brand image, under the conditions of global competition, to confirm its position in the minds of its customers. Turkish Airlines seems to have used the traditional Turkish tulip motif which is hundreds years old as a new brand in its advertising messages in order to present its flawless service to different target groups in cross border countries by removing its borders altogether with the targeted globalization.

This research is limited to the use of motifs on advertising by using Turkish Airlines' cultural motives in the advertisement of tulip motifs on the brand new face, based on hundreds of years of Turkish art. The research aims to explain the importance of the motifs which are part of the cultural heritage in the identification of advertising and promotion strategies in international brands through the example of tulip motif used in Turkish Airlines.

Keywords: Advertising, advertising strategy, culture, motif

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz dönemde tüm üretim ve tüketim değerlerini etkileyen etkenlerden biri olan medya, kitle iletişimi yönünden başta bilgilendirme, yönlendirme ve eğlendirme olmak üzere eğitime, uyarma, toplumsal ilişki kurma ve duyguları dile getirme gibi birçok görevi yerine getirmektedir. Medya aynı zamanda tüketim kültürünün kitlesel olarak kurulmasında ve sürdürülmesinde kullanılan iletişim araçlarındandır.

Kitlesel üretimin ve hizmetlerin kaçınılmaz sonucu olan tüketim toplumunu bilgilendirme de kullanılan en önemli araçlardan olan reklam ise medyanın ticari yönünün en başat kullanım alanıdır. Reklam, kendine özgü diliyle kitlesel olarak yaşamı ve tüketimi etkileyen, değiştirip yönlendiren bir iletişim disiplini. Reklamın temel amacı belirlenen hedef tüketici kitlelerine ürün ya da hizmeti tanıtarak ürüne, markaya ve işletmeye karşı tüketici kitlelerinde olumlu bir görüş oluşmasını sağlamaktır. Başka bir deyiş ile reklam doğrudan satış ya da kar sağlamaya yönelik iletişim kurmaktır. Bu bağlamda reklam hedef tüketici kitlesini, ürünün ya da hizmetin reklamını yaparak farkında olmamaktan olmaya, reklam mesajını kolayca anlamaya, önerilen satış vaadini kabul etmeye ve satın alma arzusunu artırarak hedef tüketici kitleleri satın alma davranışına yönlentmeyi amaçlamaktadır (Korkmaz, 2008, s. 1). Bu durumda, hedef tüketici kitlesinde daha etkili olabilmesi ve verilmek istenilen mesajın doğru bir şekilde alıcıya ulaşabilmesinde reklam stratejisinin önemi tartışılmazdır.

Reklam stratejisi, pazarlanacak ürün veya hizmetin reklamını en etkili biçimde nasıl hazırlayacağımız ve yayınlayacağımız konularını kapsamaktadır. Başka bir deyiş ile tanıtılan ürün ya da hizmetin faydalarını ileten ve satış mesajını içeren bir rehberdir.

Küreselleşme ile birlikte var olan sınırların ortadan kalkması ve kurumların farklı pazarlarda yer alabilme çabalarının oluşması, kurumların güçlü bir reklam stratejisine ihtiyaç duymalarına neden olmuştur. Bu çaba içinde olan kurumlar reklam ve tanıtım faaliyetlerinde güçlü bir reklam stratejisi örneği olabilecek kültürel değerlere yer vermektedirler. Küresel pazarda yer almak isteyen köklü kuruluşlar, var olduğu toplumun maddi ve manevi tüm değerlerini kapsayan ve diğer toplumlardan farklı nitelikler taşıyan kültürel değerlerini tanıtım ve reklam stratejilerinde odak noktaya konumlandırmışlardır.

REKLAMIN TANIMI, AMAÇLARI VE REKLAM STRATEJİSİ

Latin dilinde “çağırma” anlamına gelen “domare” kelimesinden türetilen reklam, dilimize Fransızca okunuşu bakımından aynı kalan “réclame” sözcüğünden gelmiştir (Tikveş, 2005, s. 194). Reklam, genel anlamıyla; kişilerin, kurumların, malların ve hizmetlerin tüketiciye tanıtılıp benimsetilmesi eylemi olarak tanımlanmaktadır (Karpaz, 1999, s. 35). Reklam, tanıtımı yapılacak herhangi bir şeyin ve bu tanıtımı yaptıranın bilinmesi ile birlikte farklı disiplinlerden yararlanılarak, ücretinin ödenmesi ve bir veya birden çok kitle iletişim mecrasında belli bir süre ile kullanılması sonucunda ulaşılması hedeflenen kitleyle ikna edici bir şekilde iletişime geçme çabasıdır (Çubukcu ve Sözneri, 2016, s. 51).

Reklam, tanımı gereği, bünyesinde hem üreticiye hem de tüketiciye yönelik bazı amaçları da barındırır. Reklamın temel amacı kurumların reklamı yapılan ürün ya da hizmetin hedeflenen tüketici kitlesi tarafından satın alınmasını gerçekleştirmek ve böylece kurumların kar elde etmesini sağlamaktır. Fakat kar elde etme pazarlama yönetiminin amacıdır. Reklam ise bu amaca hizmet edecek bir araç olarak sınırlandırılmıştır. Reklamın genel amacı ise; kurumlara kar sağlamak yerine satışı kolaylaştıracak bir iletişim sağlamaktır (Atcılar, 2006, s. 11).

Reklam stratejisi ise ürün ya da hizmet hakkında ne söylendiğidir. Başka bir deyiş ile reklam stratejisi; tutundurma mesajı ve reklam amaçları kapsamında reklam mesajının belirlenmesi ve reklam planlanması konuları üzerine temellendirilen kararların tümünü kapsayan bir kavramdır (Bir ve Fermani, 1988, s. 14). Reklam stratejisinin asıl amacı ise ürün, hizmet ve diğer rakipler hakkında edinilen bilgilerin çözümlenmesi yapılarak reklamın amacına ulaşmasını sağlamak ve elde edilen reklam sonuçlarını reklam stratejisi ile değerlendirmektir.

Reklamın başarısında reklam stratejisinin iki önemli rolü vardır. Birinci önemli rolü, reklam stratejisi ile hedeflenen tüketici kitlesi arasındaki iletişimde kullanılan mesajın yazılmasına destek olması yani ürün ya da hizmete ait hangi özelliklerin önemli olduğu, tüketicinin bu ürün ya da hizmeti nereden temin ettiği, hangi ihtiyacını karşıladığı ve hangi medyanın kullanılacağı gibi konuların tespit edilmesidir. İkinci önemli rolü ise, hazırlanan reklam stratejisi ile elde edilen reklam sonuçlarının değerlendirilmesidir (Schultz ve Tannenbaum, 1991, s. 39).

KÜLTÜR KAVRAMI VE REKLAM KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Köken olarak kültür "cultura" sözcüğünden türemiştir. "Colera" kökünden gelen cultura sözcüğü ekme, biçme anlamlarında kullanılmaktadır. Başka bir ifadeyle kültür kavramı cultura sözcüğünden türemekte ve ekin / ürün anlamına gelmektedir (Güvenç, 1991, s. 96). Kültür sözcüğünün ekin / ürün anlamlarını taşıması tesadüf olarak kabul edilmemekle birlikte tarihsel süreç içinde edinilen bir yaşam biçimini işaret ettiği şeklinde açıklanmaktadır (Doğan, 2007, s. 10).

Kültür, toplumun bir elemanı olarak bireylerin iletişim kurmasına, yorumlama ve değerlendirme yapmasına yardımcı olan tüm değerler, fikirler ve diğer anlamlı semboller dizisidir. Kültürden etkilenen tutum ve davranışlar; dil, iletişim, öz bilinç, giysi ve görünüş, yeme ve yemek alışkanlıkları, zaman ve zaman bilinci, değer, ilişkiler, normlar, inanç ve tutumlar, öğrenme ve zihinsel süreç, çalışma alışkanlıkları ve uygulamalarıdır. (Engel, Blackwell ve Miniard, 1990, s. 63. aktaran Deneçli, 2013, s. 2-3).

Başka bir açıdan bakıldığında kültür, uluslararası rekabetin ve pazarlar arasındaki etkileşimin arttığı stratejiler çevresinde işletmelerin içinde buldukları önemli bir unsurdur. Bu bağlamda kültürler arasındaki farklılıkların dikkate alınmaksızın aynı strateji ve planlarla hedeflenen tüm pazarlarda başarılı olmak ulaşılabilecek güç bir hedeftir. Çünkü bir ülkenin ve o ülkede yaşayan kişilerin kendine özgü normları, değerleri, inançları, alışkanlıkları gibi nesilden nesile aktarılan ve toplumu şekillendiren söz konusu tüm bu unsurlar, uluslararası alanda faaliyet gösteren işletmelerin hedefledikleri globalleşme rotasını belirlemede etkili olmaktadır (Aktuğlu ve Eğinli, 2010, s. 168).

Globalleşme kavramının pazarlama alanı içerisinde tartışılması, diğer bir ifadeyle pazarlama karmasının standardizasyonu kavramının kısmen veya tamamen pazarlama literatürüne girmesi 40 yıllık uzun bir süreci ifade etmektedir (Kustin, 1993, s. 5. aktaran Saydan ve Kanıbir, 2007, s. 77). Asıl olarak global pazarlama, Theodore Levitt'in "Globalization of Markets" adlı makalesini 1983 yılında kaleme almasıyla birlikte pazarlama alanında ciddi bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Levitt'e göre dünya, insanların aynı ürünleri ve birbirine benzer yaşam stillerini arzu eden bir pazara dönüşmektedir. Bu dünyada insanların benzerlikleri gitgide artmaktayken farklılıklar azalmaktadır ve benzerlikler farklılıklardan daha çoktur. Bu yaklaşım çerçevesinde ülke ve birey farklılıkları gözetilmeden bütün dünya ülkeleri tek bir pazar olarak algılanmalı, ürünler üretilmeli ve pazarlanmalıdır. Global boyuttaki işletmeler, ülkeler ve kültürler arasındaki farklılıkları unutarak insanları globalleştirebilecek ortak tatmin unsurları üzerine yoğunlaşmalıdırlar (Levitt, 1983, s. 98, aktaran Saydan ve Kanıbir, 2007, s. 77).

Küreselleşme, bir diğer tabiri ile global entegrasyon, ülkeler arasındaki sosyal, siyasal ve ekonomik ilişkilerin yaygınlaşarak farklı kültürlerdeki değerlerin daha iyi tanınması bağlamında birbiriyle yakından ilişkili olguların tümünü içermektedir. Bu durum sadece ekonomik değil aynı zamanda kültürel değerlerin de dünya çapına yayılması anlamına gelmektedir. Sonuçta maddi ve manevi kültür unsurları arasında gözle görülür anlamda net ayrımlar yapılması olanaksızlaşır (Sili, 2009, s. 23).

Küresel olarak değerlendirilen uluslararası kurumların son yıllardaki reklamlarında bir değişim dikkat çekmektedir. Farklı bir ülke sınırının içinde faaliyet gösterirken güçlü bir reklam ve tanıtım stratejisi geliştirmekte oldukları ve reklamlarında evrensel olarak görülen popüler figürler yerine yerel kültürlerde var olan motifleri sıklıkla kullandıkları gözlenmektedir. “*Küresel Markaların Yerel Pazarlardaki Reklam Stratejileri İle Kültürel Farklılıklar Arasındaki İlgisi Üzerine Bir Uygulama*” (Onurlu ve Zulfugarova, 2016, s. 491-513) başlıklı araştırmada 2014 yılı ve 2015 yılının ilk çeyreğinde Nestle, Coca Cola, McDonald’s, Vodafone ve Procter&Gamble gibi küresel markaların Türkiye pazarında yayınlanan reklam filmleri incelenmiş ve “*küresel markaların yerel pazarlardaki reklam stratejilerinde kültürel farklılıkları dikkate aldığı*” sonucuna varılmıştır (Age, s. 511). Araştırmada küresel bir marka olan Nestle reklamında “*19. yüzyıl Türk saray motifleri ve kıyafetleri*” (Age, s. 509) kullanıldığı saptanmıştır.

Kültürel değerler üzerine yapılan “*Küresel Reklam Stratejilerinin Belirlenmesinde Kültürel Farklılıkların Önemi*” (Aktuğlu ve Eğinli, 2010, s. 167-183) başlıklı araştırmada ise “*Kültürel Farklılıkların Küresel Reklam Stratejilerinde Aktarımı: McDonald’s Örneği*” alt başlığında dünyaca ünlü bir marka olan McDonald’s reklamları incelenmiştir. Araştırmada zamanla küreselleşen Noel geleneğini ifade etmek için çam ağacı biçiminde kızarmış patates motifinin tercih edildiği belirtilmiştir. Yine aynı araştırmada, İslam ülkelerindeki reklam stratejisinde, dini inanışın sembolü olan hilal ve patates kızartmasından yapılan ellerini açıp gökyüzüne kaldırarak dua eden bir simgesel motif kullanıldığı gözlenmiştir. Araştırmada McDonald’s firmasının “*reklam stratejilerinin belirlenmesinde yerel ve kültürel özelliklerin hedef kitlenin algılamasını doğrudan etkilediğinin bilincinde*” (Age: 181) olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alanında öncü ve küresel bir marka değeri olarak *ülkemizi uluslararası pazarda temsil eden* Türk Hava Yolları marka bilinirliğini arttırmak adına güçlü ve yeni marka imajı yatırımları, stratejileri ve hedeflediği küreselleşmeyle birlikte sınır ötesi ülkelerde farklı hedef kitlelerine sunabilmek için reklam iletilerinde kültürümüzde yeri olan lale motifini kullanmaktadır.

Türk Sanatında yüzlerce yıllık bir geçmişe dayanan lale motifini yeni marka yüzünde kullanarak uluslararası platformlarda kendini tanıtırken; “*global bir marka olma yolunda gerçekleştirdiği önemli yatırım ve girişimlerle, küresel havacılık sektöründeki etkin pozisyonunu, belirlediği kalite ölçütleri çerçevesinde*” (THY, Erişim Tarihi: 27.11.2018) korumayı amaçlamaktadır.

TÜRK HAVA YOLLARI LALE MOTİFİ ÖRNEĞİ

Çoğunlukla uluslararası, uluslar aşırı ve çok uluslu anlamları ile kullanılan global ve globalleşme kavramları konuşulurken, coğrafi uzaklıklarla birlikte başta dil ve kültür olmak üzere kamu politikaları ve düzenlemelerine bağlı olarak farklı temel ve yapılarla sahip yönetici ve çalışanların bulunduğu bir ortamdan bahsedilmektedir. Ekonomi ve sanayide yaşanan global değişimler ile uluslararası pazara açılarak değer kazanmak isteyen kurumlar dünyanın her yerinde uygulayabildikleri global tanıtım yaklaşımını benimsemekte, rekabet koşullarının küresel boyutlara taşındığı günümüz şartlarında kurumlar ulusal ve uluslararası pazarlarda yer edinebilmek için çaba harcamaktadırlar. Bu çaba içinde olan kurumlar reklam ve tanıtım faaliyetlerinde güçlü bir reklam stra-

tejisine ihtiyaç duymaktadırlar. Fakat çağımızın rekabet koşullarında uluslararası pazarlarda faaliyet gösteriyor olabilmek oldukça güçtür. Bu bağlamda, küresel pazarda sağlam bir yer kazanmak isteyen köklü kuruluşlar tanıtım ve reklam stratejilerinde, faaliyetlerini sürdürdüğü toprakların kültürel değerlerini odak noktaya konumlandırarak var olan kültürel değerlerinden faydalanma ihtiyacı içindedirler.

Kültürel değerlerde bulunan farklılıklar global pazarlar için oldukça önem taşımaktadır. Çünkü kültür nesilden nesile aktarılan bir etkileşimin ürünüdür ve yöreden yöreye değişmektedir. Bu yönüyle de global pazarlamanın başarısını etkileyebilecek niteliktedir. Ülkelerin sahip olduğu kültürler ve arasındaki farklılıklar pazarlanan ürün ya da hizmetlerin pazarlama tekniklerini doğrudan etkileyici bir güce sahiptir (Akat, 1996, s. 45. aktaran Saydan ve Kanıbir, 2007, s. 78-79). Kültür, tüketici davranışlarını etkileyen bir faktör olarak, toplumun tüm kesiminden tüketici davranışlarını analiz etmeye yardım eden öğretilmiş davranışların, inanışların, değerlerin ve geleneklerin toplamıdır. Bununla birlikte kültür toplumu oluşturan bireylerin problemlerini çözmek için öneriler sunarak yol gösteren kılavuzluk görevini de üstlenmektedir (Schiffman ve Kanuk, 1983, s. 421).

Küresel pazarda sağlam bir yer edinmek isteyen köklü kuruluşlar tüketici hedef kitlesine temin edeceği ürün ya da hizmeti farklı bir ülkede uluslararası olarak faaliyet gösterirken doğru reklam ve tanıtım stratejisi geliştirme çabasını göstermektedir. Stratejileri geliştirmede kültürler arası yaklaşım tutumu reklam çalışmaları üzerinde oldukça etkilidir. Geleneksel Türk Sanatının binlerce yıllık geçmişine dayanan motif ve desenlerin, küreselleşmeyle birlikte sınır ötesi pazarlarda sağlam bir yer edinmek ve hedef pazarla iletişim kurmak isteyen kurumların marka yüzü olarak kullanıldığı görülmektedir. Türk kültüründe süsleme motifi olarak kullanılan lale, bir döneme ismini vermesi ve sarayda çok sevilmesi yönünden ayrı bir öneme sahiptir.

Lale kelimesi dilimize Avrupa dillerinde olduğu gibi Farsçadan geçmiştir. Lale Anadolu'ya Türk boyları tarafından getirilmiştir. İlkbaharın müjdeleyicisi yaşamın ve bereketin sembolü olarak gördükleri laleyi akın ve ticaret yolları ile doğudan batıya taşımışlardır (Çekinmez, 2010, s. 3). Bolluk ve hoşgörüyü temsil eden lale XVI. yüzyılda Avrupa'ya tanıtılmıştır (Sanal 1, 2016).

Türk süsleme sanatında önemli bir yere sahip olan lale, XVI. yüzyıl ortalarından sonra görülen çiçek motifidir. *Önceleri oldukça stilize edilerek kullanılan bu motif XVIII. yüzyıl başlarında Lale Devri ile birlikte bir üslup kazanmış, mimarlık, tezhip, çini, ahşap, minyatür ve kumaşlarda yaygın olarak kullanılmıştır. Batı üsluplarının etkisiyle XVIII. yüzyıl sonlarına doğru yeniden stilize edilmiştir. Yurdumuzda XVII. yüzyıl itibari ile lale yetiştirilmesine önem verilmiş ve 1718'den 1730'a kadar süren 12 yıllık devir ismini bu çiçekten almıştır. İsmi verdiği bu 12 yıllık devirde yetiştirilen 840 çeşit lalenin her birinin ayrı ayrı adları vardır. Bunlardan en çok bilinenleri "Caamihürsit", "Zibihumeyun", "Suninida", "Yegane", "Ahühüftede" ve "Reskielmas" dir. Avrupa'ya hızla yayılan lale, Hollanda'da XVII. yüzyılda çok önem kazanmıştır (Ocak, 2011, s. 27).*

Öte yandan, Türkiye'nin "yükselen değeri" Türk Hava Yolları, 1933 yılında 5 uçakla başladığı yolculuğuna bugün, 327 uçaktan (yolcu ve kargo) oluşan filosunu 2023 yılında 500'ün üzerine çıkarmayı hedeflemekte ve bu yönlü faaliyetlerimizi sürdürmektedir. Türk Hava Yolları sadece hava taşımacılığı değil, aynı zamanda Türk Hava Yolları grubu şirketleri, yolcu ve kargo taşımacılığı grubu, bakım onarım (MRO) grubu, uçak içi üretim grubu, destek hizmetler grubu, Vergi İfade Aracılık A.Ş. ve THY Havaalanı Gayrimenkul Yatırım ve İşletme A.Ş. ile hizmetlerine devam etmektedir (THY, Erişim Tarihi: 12.05.2018). Kat ettiği yol ve büyüme rakamları ile dünyanın önde gelen sayılı havayolu şirketleri arasında yer alan Türk Hava Yolları, filosuna çok sayıda uçağın katılmaya başlamasıyla global pazarın rekabet şartlarında yaptığı güçlü yeni marka imajı yatırımları ve strate-

jileri ile sadece Türkiye’de değil yurt dışında da müşterilerinin aklında kalmayı hedeflemiştir. Bu büyük değişimin ve yenilenme sürecinde hizmette kusursuz bir inceliği niteleyen, Türk kültüründe geçmişten gelen ve yeniden yorumlanarak şirkete özgün bir duruş katan lale motifini kullanmıştır.



Şekil 1: Türk Hava Yolları lale motifi.

Kaynak: <https://i.cnntrk.com/ps/cnntrk/75/650x325/59dc73bc61361f09d056d866.jpg>, Erişim Tarihi: 12.05.2018.

Türk Sanatında yüzlerce yıllık bir geçmişe dayanan lale motifini yeni marka yüzünde kullanan Türk Hava Yolları'nın, hedeflediği küreselleşmeyle birlikte sınırlarını ortadan kaldırarak hizmetini sınır ötesi ülkelerde farklı hedef kitlelerine sunabilmek için reklam iletilerinde lale motifini kullandığı görülmektedir. Türk süsleme motif uygulamalarından yola çıkarak, yeni biçim ve düzenlemeler ile tasarlanıp, günümüz yaşam tarzında kullanılabilecek bir forma dönüştürülen lale, Türk Hava Yollarının dışa açılan yüzünü temsil etmektedir.

Lale motifi, Türk Hava Yolları'ndaki büyük ölçekteki değişimin ve yenilenmenin göstergesidir. Sunduğu ayrıcalıklı hizmetin, farklılaşma ve yaratıcılığın yeni baştan kurgulanan marka vaatlerinin sembolleştirilmiş bir özetidir. Geçmişimizden gelen değerlerin, aslına uygun olarak yeniden yorumlandığı bir yansıma ve verilen hizmetteki inceliğin, yapılan işe duyulan saygının ve tutkunun ifadesi ile mükemmelliğin bir göstergesi olarak markanın yeni reklam yüzünde yer almaktadır (Bozalp, 2015).



Şekil 2: Türk Hava Yolları lale motifinin reklamlarda kullanım örneği.

Kaynak: <https://www.turkishairlines.com/tr-tr/basin-odasi/gorsel-arsivi/index.html>



Şekil 3: Türk Hava Yolları lale motifinin illüstrasyon reklamı örneği.
Kaynak: <https://www.turkishairlines.com/tr-tr/basin-odasi/gorsel-arsivi/index.html>



Şekil 4: Türk Hava Yolları lale motifinin reklamlarda kullanım örneği.
Kaynak: <https://www.turkishairlines.com/tr-tr/basin-odasi/gorsel-arsivi/index.html>



Şekil 5: Türk Hava Yolları lale motifinin reklamlarda kullanım örneği
Kaynak: <https://www.turkishairlines.com/tr-tr/basin-odasi/gorsel-arsivi/index.html>

SONUÇ

Küreselleşme çağı olarak adlandırılan içinde yaşadığımız dönemde markaların hareket alanını genişletmekte ve kurumlar hızla büyümektedir. Bu durumda markalarını uluslararası bir ortama sunmayı planlayan kurumlar etkili bir reklam ve tanıtım stratejisine ihtiyaç duymaktadırlar. Kurumlar hızla büyüyen markalarının özellikle daha önce bulunmadığı noktalarda, marka bilinirliğinin artmasına yönelik çalışmalarında reklamlar ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesine önem vermektedir. Kurumlar reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesinde pazarın hızla değişen rekabetçi yapısına paralel olarak, güçlü bir kimliğe ihtiyaç duymaktadırlar. Küresel reklam stratejilerinin daha da önem kazandığı günümüzde kurumlar, reklam ve tanıtım stratejilerinde faaliyetlerini sürdürdüğü toprakların kültürel değerlerinden de faydalanmaktadırlar.

Önemli ve küresel bir marka olarak dünyanın en büyük havayolları arasında yer alan Türk Hava Yolları, reklam ve tanıtım strateji çalışmalarında kültürel mirasımızda yer alan lale motifinden yararlanmıştı. Lale motiflerinin stilize edilmiş formunu 2005 yılının Ekim ayında filosuna katılmaya başlayan uçakların gövdesinde kullanmaya başlayan Türk Hava Yolları, global pazarın rekabet şartlarında markasının tanıtım ve reklamına yaptığı yeni yatırımlar ve stratejilerle sadece Türkiye’de değil yurt dışında da verdiği hizmet ile sektöründe ilk sıralarda yer almayı hedeflemektedir.

Dünyanın en büyük havayolları arasında yer almayı başaran Türk Hava Yolları, marka için reklam ve tanıtım strateji çalışmaları kapsamında global trendlerin ve sektörel gelişimlerin de takip edilmesi gereğinin bilincindedir. Markanın yer aldığı pazarda hızla değişen rekabet ortamının yapısına paralel olarak farklı konseptlerde tanıtım ve reklam filmleri de hazırlamaktadır. Fakat hizmette farklılaşma yoluna giderken değişim ve yenilenme sürecinde yer verdiği kültürel motif ile marka bilinirliğini güçlendiren Türk Hava Yolları yeni baştan oluşturulan vaatlerinin sembolik

bir özeti olan lale motifini kullanmıştır. Geçmişten, kültürel değerlerden gelen inceliğin verilen hizmete yansması ile mükemmelliğin bir göstergesi olarak yorumlanan lale motifini yeni tasarım yüzünde kullanan Türk Hava Yolları faaliyetlerini belirlemiş olduğu vaatler çerçevesinde sürdürmektedir. Bu bağlamda küreselleşme ile yeni pazarlarda faaliyet gösterecek kurumların, marka bilinirliğini yaygınlaştırmada reklamlar her zaman “öncü” rol oynamaktadır ve reklamlarda kullanılan kültürel motiflerin marka bilinirliğinin yaygınlaşmasında etkin bir rolünün olduğunu söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- Akat, Ö., (1996). Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi. Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Aktuğlu, I. K. ve Eğinli A. T., (2010). Küresel Reklâm Stratejilerinin Belirlenmesinde Kültürel Farklılıkların Önemi. 6, 3, 2010, s. 167-183. Konya: Selçuk İletişim.
- Atcılar, T., (2006). Reklamda Yaratıcılık ve Konumlandırma Stratejileri Coca - Cola Örneği. Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Bir, A. A. ve Fermani, M., (1988). Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık, Reklamın Gücü, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Çekinmez, S., (2010). Türk Çini ve Seramik Sanatında Lale. Güzel Sanatlar Enstitüsü (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Çubukcu, G. ve Sözüneri G., (2016). Bir İletişim Şekli Olarak Reklam. International Multidisciplinary Conference 21 - 22 Nisan 2016, Antalya, s. 49 - 60.
- Deneçli, C., (2013). Küresel Markalar, Yerellik Ve Kültürel Göstergeler, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC Ocak 2013, Cilt 3 Sayı 1. Erişim Tarihi: 15.05.2018.
- Karpat, I., (1999). Bankacılık Sektöründen Örneklerle Kurumsal Reklam. İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.
- Korkmaz, D. F., (2008). Türkiye’de Ramazan Ayı Bağlamında Reklam Kültür İlişkisi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- Ocak, H., (2011). Osmanlı Çini Motiflerinden Lale Motifinin Logolarda Kullanımı (Dpüsem Örneği). Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.
- Onurlu, Ö. ve Zulfugarova, N., (2016). Küresel Markaların Yerel Pazarlardaki Reklam Stratejileri ile Kültürel Farklılıklar Arasındaki İlgî Üzerine Bir Uygulama. İstanbul: Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, Ocak 2016, Cilt 12, Sayı 45, s. 491-513.
- Özalp, M. (2015). THY’de Lale Devri. http://www.halklailiskiler.com.tr/THY_de_lale_devri.php, Erişim Tarihi: 12.05.2018.
- Özkalp, E., (2011). Sosyolojiye Giriş. Bursa: Ekin Basım Yayın, 19. Baskı.
- Sanal 1 (2016). Lale Motifi Bolluk ve Hoşgörü Simgesi. <https://circlelove.co/lale-bolluk-hosgoru-simgesi/>, Erişim Tarihi: 12.05.2018.
- Saydan, R. ve Kanıbir, H., (2007). Global Pazarlamada Toplumsal Kültür Farklılıklarının Önemi (Çokuluslu Şirket Ve Yerel Kültür Örnekleri). Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6, 22 s.74-89.

Schiffman L. G. ve Kanuk L. L., (1983). Consumer Behaviour. (2st Edition). USA: Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs.

Schultz, D. E. ve Tannenbaum S., (1991). Başarılı Reklamın İlkeleri. (Koroğlu, E. ve Serbest, C., çev.). İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.

Sili, A., (2009). Küreselleşme/Globalleşme ve Küyerelleşme/Globalleşme Süreçlerinde Kola Reklamları: Bir Göstergibilim Çalışması. Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü 6. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı, s. 22-23.

THY. (2018). "Başarı Hikayemiz" <https://www.turkishairlines.com/tr-tr/basin-odasi/hakimiz-da/#tcm92-36323>, Erişim Tarihi: 12.05.2018.

Tikveş, Ö., (2005). Halkla İlişkiler & Reklamcılık (Temel İlkeler- Uygulamadan Örnekler). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

II. Yayıncı / editör / hakemler için:

1. Bağımsız ve tarafsız davranır,
2. Dürüst davranmak, doğruyu söylemek, gizlilik ilkesine riayet etmede hassasiyet gösterir,
3. Eşitlik ilkesine uygun hareket eder,
4. Ön yargılı davranmaz, tutarlı hareket eder, bilimsel değerlendirmelerde tanımlayıcı, net ve açık olur,
5. Kendine verilen değerlendirme süresine uyar; değerlendirme süreçlerinde sadece eleştiri yapmaz, yapıcı geri bildirim ve önerilerde bulunur,
6. Hakemlik görevlerini esinlenmeler, fikir hırsızlıkları yaparak kötüye kullanmaz; haksız çıkar sağlamaz,
7. Bilimsel gereklilikler dışında bir makalenin yayınına engellemez ya da geciktirmez
8. Hakem belirlemelerinde bilimsel gereklerin dışına çıkmaz, alanla ilgili çalışanların hakem olarak belirlenmesine özen gösterir,
9. Alanı dışındaki değerlendirme taleplerini reddeder.

Gün/Ay/Yıl tarihinde göndermiş olduğum "....." başlıklı makalem daha önce herhangi bir yerde yayınlanmadığını veya başka bir dergide yayınlanmak için değerlendirme aşamasında olmadığını bildirir, yukarıda yazılan etik ilke ve kurallarını kabul ederim.

Unvan, Ad-Soyad:

İmza:

AKDENİZ SANAT DERGİSİ
YAYIN İLKELERİ ve YAZIM KURALLARI

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, İçerik ve Tanımlar

Tanımlar:

Dergi: Akdeniz Üniversitesi Akdeniz Sanat Dergisi'ni,

Derginin Sahibi: Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi adına Fakülte Dekanını,

Yayın Kurulu: Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanlığı tarafından belirlenen, güzel sanatlar alanında görev yapan, alanında bilimsel çalışmalarıyla öne çıkan ve dergide görev alan öğretim üyelerini ve tüm bölümler tarafından görevlendirilmiş öğretim üyelerini,

Hakem Kurulu: Alanında uzmanlaşmış, yayın kurulu tarafından en az beş farklı üniversiteden seçilmiş öğretim üyelerini,

Editör ve Editör Yardımcısı: Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanlığı tarafından görevlendirecek öğretim üyesi ve/veya öğretim üyelerini,

Sekretarya: Editör tarafından belirlenen öğretim elemanlarını ifade etmektedir.

Amaç ve Kapsam:

1. Amaç, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi bünyesinde yer alacak olan Akdeniz Sanat Dergisi'nin yayınına ilişkin esasları düzenlemektir.
2. Derginin amacı güzel sanatlar bünyesindeki farklı disiplinlerden ortak bir akademik platform oluşturmaktır.
3. Dergide, sanat konusu ile bağlantılı sosyal ve beşeri, bilim ve sanat araştırmaları alanındaki bilimsel yazılar yayımlanır.
4. Dergi, yılda iki kez (Ocak ve Temmuz aylarında) yayımlanır. (2018 yılından itibaren)
5. Dergi ulusal hakemli bir dergidir. Dergi Park'ta taranmaktadır. Ulakbim TR-Dizin için süreç devam etmektedir.

İçerik:

1. Dergiye gönderilen yazılar; alana özgü araştırma, kuram, yöntem ve modeller kullanılarak hazırlanmış, alana katkı sağlayabilme niteliğine sahip olmalıdır.
2. Dergide, bir kavramın ya da teorinin tartışıldığı, eleştirildiği ya da açıklandığı türden orijinal araştırma ve derleme makalelere yer verilebilir.
3. Makale, derginin yayım esaslarına uygun yazım ilkeleri ve formatında olmalıdır.
4. Dergiye makale gönderen yazar, derginin etik ilkelerini kabul etmiş sayılmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

Görevler

Derginin işleyişini sağlayan kurullar:

1. Yayın Kurulu'nun Görevleri:

Olağandışı durumlar hariç yılda iki kere toplanır.

Yayın Kurulu, dergiye gönderilen yazıları, biçim ve alana uygunluğu açısından inceler.

Hakem değerlendirmelerine göre, makalenin yayınlanıp yayımlanmayacağına karar verir.

Özel sayı çıkarılmasına salt çoğunlukla karar verir.

2. Hakem Kurulu'nun Görevleri:

Hakemler, gönderilen yazıların derginin yayım ve yayın ilkelerine uygunluğuna bakar; yöntem, içerik ve özgünlük açısından inceleyerek, yayına uygun olup olmadığına karar verir.

Dergi ekibi tarafından gönderilen Makale Değerlendirme Formu'nu doldurmakla mükelleftir.

Makalelerin konusuna göre hakem kurulu her sayıda değişiklik gösterebilir.

3. Editör ve Editör Yardımcısı'nın Görevleri:

Editör, Yayın Kurulu üyeleri arasındaki koordinasyonu sağlar.

Editör, dergiye gelen yazıların ön değerlendirmesini yapabilmek için özel dönemler hariç Yayın Kurulu'nu yılda iki kez toplantıya çağırır.

Akademik camiada yazının uzmanlarını (tezler, yayınlar ve uzmanlık sahasını esas alarak) tespit eder.

Editör, dergiye gelen makalelerin alanına uygun hakemlere gönderilmesini sağlar.

Hakemden kabul alan makalelerin yayın sıralamasını yapar.

Editör, göreviyle ilgili editör yardımcısı ile koordineli çalışır.

4. Sekreteryaya:

Teknik konularda ve yazıların takibinde editöre yardımcı olur.

Dergiye gönderilen yazıların biçimsel düzeltmelerini yapar ve dergiyi basıma hazır hale getirir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Değerlendirme

1. Dergi Yayın Kurulu veya editör tarafından biçim ve alanlar açısından uygun bulunan yazılar değerlendirme yapılması için konunun uzmanı iki hakeme gönderilir. Hakem değerlendirmelerin ikisi de olumlu ise çalışma yayına kabul edilir. Biri olumlu, diğeri olumsuz ise makale alandan başka bir hakeme gönderilir. Yayınlanması için düzeltilmesine karar verilen yazıların, yazarları tarafından en geç (e-posta ve sair yollarla) 15 gün içerisinde teslim edilmesi gereklidir. Düzeltilmiş metin, Dergi Yayın Kurulu'nun veya Editör'ün gerek gördüğü durumlarda, değişiklikleri isteyen hakemlere tekrar gönderilir.

2. Gönderilen yazılar ilgili alanlardan iki uzmanının yazının yayınlanabileceğine dair onayından sonra, Yayın Kurulu'nun son kararı ile yayımlanır. Yazarlar, hakem, Yayın Kurulu ve editörün eleştirisi, değerlendirme ve düzeltmelerini dikkate almak durumundadırlar. Katılmadığı hususlar olması durumunda, yazar bunları gerekçeleri ile ayrı bir sayfada bildirme hakkına sahiptir.

3. Hakem oluru alan makaleler, Editör tarafından derginin konu içeriği esas olmak üzere, sıraya konularak yayımlanır.

4. Kabul edilmeyen makalelerin yazarlarına e-posta ve sair yollarla bilgi verilir.

5. Dergiye gönderilen yazılar editör değerlendirme sürecinden önce sekreteryaya tarafından yazım kuralları, içerik açısından uygunluk ve intihal programlarından (iThenticate vb.) alınan raporlar temel alınarak değerlendirilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Yazım Kuralları

Dergide yer alacak makaleler, aşağıdaki maddelerde yer alan kuralları taşıyor olmalıdır:

1. Dergi, "Ulusal Hakemli Dergi" statüsüne uygun, Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere yılda iki sayı olarak yayımlanmaktadır. Gerekli hallerde Yayın Kurulu'nun salt çoğunluğuyla Özel Sayı olarak da yayımlanabilir.

2. Dergiye gönderilen makaleler daha önce başka bir yerde yayımlanmamış ya da yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır.

3. Dergiye yayınlanmak için gönderilen yazılar makaleler ve makale dışı yazılar olarak ikiye ayrılır:

3.1. Makaleler:

a. Orijinal çalışma: Bilim ve sanatsal araştırmalara katkıda bulunan, daha önceki tezleri çürüten veya yeni bir bakış açısı getiren, yeni belgeler ortaya koyan çalışma,

b. Derleme: Tartışmalı veya muğlak halde olan bir konuda, ilgili literatürü gözden geçirerek bir sonuca bağlayan çalışma,

3.2. Makale-dışı Yazılar:

a. Editöre Mektup: Akdeniz Sanat Dergisi'nde daha önce yayınlanmış yazılara ilişkin yorum, eleştiri ve düzeltmeleri içeren çalışma,

b. Değerlendirme Yazıları: Sergi, proje tanıtım yazıları, film eleştirileri, toplantı/festival değerlendirmeleri ve ilgili alanlarda yayınlanan kitaplara ait bilimsel formatta hazırlanmış değerlendirme yazıları,

c. Çeviri Makaleleri: İlgili alanlara önemli katkısı olduğu düşünülen Editör'ün ya da Yayın Kurulu'nun belirlediği ya da seçtiği özgün makalelerin Türkçe çevirileri,

d. Söyleşi Yazıları: Alanlarında akademik ve sanatsal açıdan öne çıkmış kişilerle gerçekleştirilecek söyleşiler de derginin yayın kapsamı içerisindedir.

Temmuz 2019 sayısından itibaren editöre mektup, değerlendirme yazıları, çeviri makaleleri ve söyleşi yazıları kabul edilecektir.

4. Dergide yayınlanan yazıların, telif hakkı dergiye aittir. Yazar, dergide yayımlanmasına onay ve-

rilen yazısının her türlü telif hakkını devretmiş olduğunu kabul eder.

5. Yazardan düzeltme istenmesi durumunda, düzeltinin en geç 15 gün içinde yapılarak, dergiye DergiPark (dergipark.gov.tr) üzerinden ulaştırılması gerekmektedir.

6. Yazarlar unvanlarını, görev yaptıkları kurumları, haberleşme adresleri ile telefon numaralarını ve elektronik posta adreslerini mutlaka bildirmelidir. Bu bilgiler, hakeme gönderilmeyecektir.

7. Yayınlanacak makalelerde esasa ilişkin olmayan düzeltmeler sekreteryaya tarafından yapılabilir.

Yazım Kurallarına İlişkin Esaslar:

1. Dergide, derginin içeriğiyle ilgili özgün ve bilimsel nitelik taşıyan tüm makalelere, hakem kurulunun değerlendirmeleri neticesinde yer verilmektedir. Çalışma, Yazım Kuralları'na uymadığı takdirde, düzeltilmek üzere yazara geri gönderilecektir. Makaleler yazar tarafından düzeltildikten sonra hakem değerlendirme sürecine girecektir. Dilbilgisi ve anlatım yönünden yüksek oranda hata içeren makaleler değerlendirilmeye alınmayacaktır.

2. Yazım dili Türkçe ve İngilizcedir. Yazım ve noktalamasında ve kısaltmalarda Türk Dil Kurumu İmla Kılavuzu'nun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçütlere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.

3. Yazılar; Word programında A4 boyutunda, Times New Roman yazı karakteriyle 12 punto, 1,5 satır aralıklı olarak ve iki yana yaslanmış biçimde (blok) yazılmalıdır. Sayfa kenar boşlukları; sağ kenar 2,5, sol kenar 2,5, üst kenar 4, alt kenar 3 cm olacak şekilde ayarlanmalıdır. Sayfa numaraları sağ alt köşeye 10 punto olarak yazılmalıdır. Her paragraf, soldan 1 cm içeriden (satır başından) başlamalıdır. Yayınlanmak üzere gönderilen yazılar, öz ve kaynakça dahil yaklaşık 8.000 kelimedenden fazla olmamalıdır.

4. Başlığın tamamı büyük harflerle Times New Roman yazı karakteri ile 12 punto olmalıdır. Makalenin ana bölümlerinde yazı karakteri; Öz/Abstract Times New Roman (11 punto), ana metin Times New Roman (12 punto) yazılmalıdır.

5. Belgenin ilk sayfasında başlık, yazar adı (sağ köşeye, italik koyu, 11 punto), yazarın unvanı, görev yeri ve elektronik posta adresi (dipnotta (*) işareti ile 10 punto), metnin Türkçe özeti (max. 250 kelime) ve anahtar kelimeler (5 adet) bulunmalıdır. Eklenen her anahtar sözcüğün ilk harfi büyük yazılmalıdır. Özet yerine Öz ifadesi kullanılmalıdır. Özetle, denklem, atıf, standart dışı kısaltmalar, vb. yer almamalıdır. Makalenin İngilizce özetinde (abstract) başlık, anahtar kelime ve yazarın ünvanı mutlaka bulunmalıdır. Ayrıca ilk sayfada, varsa çalışmayı destekleyen kurum/kuruluşlar, yazı başka herhangi bir yerde (konferans, sempozyum vb.) özet bildiri olarak sunulmuş ise bu bilgi ilk sayfada dipnot (**) verilerek belirtilmelidir. Diğer açıklamalar için yapılan dipnotlar metin içinde verilmelidir.

6. Belgenin ikinci sayfasında ilk sayfada yer alan tüm bilgilerin İngilizce çevirileri olmalıdır.

7. Şekil, resim, grafik ve tablolar numaralandırılmalıdır. Şekil, resim ve grafik adları altında; tablo adı tablonun üzerinde yer almalıdır. Şekil, resim, grafik ve tablo içerisindeki yazı ve rakamlar 8 punto yazılmalıdır.

8. Yazı içinde kullanılan grafikler, fotoğraflar da JPG formatında ve 300 DPI çözünürlüğünde gönderilmelidir. Dergiye gönderilen yazı ve grafiklerin (resim, tablo, ekler vs.) dijital kayıtları gönderilmelidir. Makalenin konusuyla ilgili belge ve fotoğrafların orijinalleri veya baskıya uygun nitelikte olanları seçilmelidir. Fotoğraf altına ve şekil kenarına eser sahibi belirtilmelidir.

9. Makaleler, bilgisayar ortamında "Word for Windows"un değişik sürümlerinde (.doc uzantısı olarak) Dergi Park'tan gönderilmelidir.

Metin İçinde Referans ve Göndermelerin Yazımına İlişkin Esaslar:

1. Dergiye gönderilen tüm yazılan metin içi referansları APA (American Psychological Association) sistemine uygun olarak düzenlenmelidir. Makalelerde metin içi atıflarda ve metin sonunda kaynakça gösteriminde APA 6 Publication Manual Yayın İlkelerine göre yapılır.

Yazım kuralları için bakınız:

https://www.tk.org.tr/APA/apa_2.pdf

<https://www.apastyle.org>

2. Doğrudan yapılan uzun alıntılar (3 satırdan fazla); ayrı bir paragraf şeklinde ana metinden kopararak, 11 punto ile soldan 2 cm içeride verilmelidir.

Kaynakça Yazımında Uyulacak Esaslar:

1. Metinde yer verilen her kaynağın (ilgili mevzuat dışında) mutlaka "Kaynakça"da yer alması gerekir. "Kaynakça"da yer verilen bir kaynağın da metin içinde gönderme bağlantılarının bulunması gerekir. Kaynağın metin içindeki bilgileri ile "Kaynakça"da yer alan bilgileri tutarlı olmalıdır. Verilen bilgilerin doğruluğundan yazar sorumludur. Atıfta bulunulan kaynağın tam kimliği verilecektir. Atıfta bulunulmamış eserler kaynakçada gösterilemez.

2. Kaynakça başlığı yeni bir sayfada, büyük harfle, ortalı, kalın, metnindeki yazı tipi ve boyutu ile aynı olacak şekilde yazılmalıdır. Kaynaklar yazım alanının sol kenarından başlayarak yazılmalıdır. Kaynakça alfabetik sıraya göre aşağıda belirtilen şekilde düzenlenmelidir.

Belge, Tablo ve Şekillerin Kullanımında Uyulacak Esaslar:

1. Ekler (belgeler), yazının sonunda verilecek ve altında belgenin içeriği hakkında kısa bir bilgi ile bilimsel kaynak gösterme ölçütlerine uygun bir şekilde kaynak yer alacaktır.

2. Diğer ekler (Tablo, Şekil) normal yazı dışındaki göstergelerin çok olması durumunda tablo, şekil ve grafik için başlıklar; Ek Tablo: 1, ve Ek Şekil: 7 gibi yazılmalı, ekler, kaynaklardan sonra verilmelidir.

3. Bu eklere metin içerisinde yapılan atıfların mutlaka Ek Tablo: 1 veya Ek Şekil: 7 şeklinde yapılmalıdır. Tablo ve şekil alıntı yapılmışsa, mutlaka kaynak belirtilmelidir.