

GÜZEL SANATLAR ALANINDA ARAŞTIRMA MAKALELERİ



Kitap Adı	:Güzel Sanatlar Alanında Araştırma Makaleleri
İmtiyaz Sahibi	: Gece Kitaplığı
Genel Yayın Yönetmeni	: Doç. Dr. Atilla ATİK
Kapak&İç Tasarım	: Tuğçe GÖKÇE
Sosyal Medya	: Arzu ÇUHACIOĞLU
Yayına Hazırlama	: Gece Akademi Dizgi Birimi
Yayıncı Sertifika No	: 15476
Matbaa Sertifika No	: 42539
Matbaa Adı	: GeceAkademi
ISBN	: 978-625-7958-30-1
Editörler	: Dr.Öğr. Üyesi OKAN BOYDAŞ Sonay ÖDEMİŞ

The right to publish this book belongs to Gece Kitaplığı. Citation can not be shown without the source, reproduced in any way without permission. Gece Akademi is a subsidiary of Gece Kitaplığı.

Bu kitabın yayın hakkı Gece Kitaplığı'na aittir. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz. Gece Akademi, Gece Kitaplığı'nın yan kuruluşudur.
Birinci Basım/First Edition ©ARALIK 2019/Ankara/TURKEY ©copyright



Gece Publishing

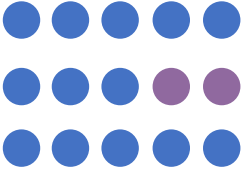
ABD Adres/ USA Address: 387 Park Avenue South, 5th Floor,
New York, 10016, USA

Telefon/Phone: +1 347 355 10 70

Gece Akademi

Türkiye Adres/Turkey Address: Kocatepe Mah. Mithatpaşa
Cad. 44/C Çankaya, Ankara, TR

Telefon/Phone: +90 312 431 34 84 - +90 555 888 24 26



GÜZEL SANATLAR ALANINDA ARAŞTIRMA MAKALELERİ



İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1

SÖZLERİNİN MANALARI BİLİNMEYEN ŞARKILARIN DİNLEYİCİ ÜZERİNDEKİ BİLİŞSEL VE DUYUŞSAL ETKİLERİNİN BEYİNBİLGİSAYAR ARAYÜZÜ DESTEKLİ İNCELENMESİ

Dr. Abdullah ÖNLÜ-Dr. Mustafa Serkan ABDUSSELAM-

Dr. Yahya AYDIN7

BÖLÜM 2

SULTAN AHMED KÜLLİYESİ AHŞAP İŞLERİNDE TEZYİNÂT

Dr. Aliye ÖTEN.....23

BÖLÜM 3

AĞIRLIK VE HAFİFLİK BAĞLAMINDA ÇAĞDAŞ SANATA BİR BAKIŞ

Burhan YILMAZ53

BÖLÜM 4

SANATIN ARAZİDE BİÇİM ALMIŞ HALİ; LAND-ART

Hande Sanem ÇINAR-Funda YİRMİBEŞOĞLU67

BÖLÜM 5

REKLAM TASARIMLARINDA TİPOGRAFİK MİZAH KULLANIMI

İbrahim Gökhan CEYLAN-Hatice BAHATTİN CEYLAN83

BÖLÜM 6

TİPOGRAFİK HİYERARŞİNİN SOSYAL MEDYA REKLAMLARINDA KULLANIMI

İbrahim Gökhan CEYLAN-Abdullah DEMİR.....101

BÖLÜM 7

SOLFEJ DERSLERİNDE MÜZİKAL HAFIZAYA YÖNELİK ÇALIŞMA VE YÖNTEMLER

Leyla BEKENSİR.....119

BÖLÜM 8

DEĞİŞEN DEVLET KARŞISINDA DEĞİŞ(E)MEYEN KADIN: VATAN YAHUT SİLİSTRE VE KADIN ERKEKLEŞİNCE OYUNLARINDA KADINA BİÇİLEN KAFTAN

Zeynep ERDAL ÖZTOPANLAR135

SÖZLERİNİN MANALARI
BİLİNMEYEN ŞARKILARIN
DİNLEYİCİ ÜZERİNDEKİ
BİLİŞSEL VE DUYUŞSAL
ETKİLERİNİN BEYİN-
BİLGİSAYAR ARAYÜZÜ
DESTEKLİ İNCELENMESİ⁴

BÖLÜM

1

Dr. Abdullah ÖNLÜ¹
Dr. Mustafa Serkan ABDUSSELAM²
Dr. Yahya AYDIN³

¹ Giresun Üniversitesi

² Giresun Üniversitesi

³ Düzce Üniversitesi

⁴ Bu çalışma, Giresun Üniversitesi tarafından Bilimsel Araştırma Projesi olarak (EĞT-BAP-A-230218-60) adı altında desteklenmiştir.

GİRİŞ

İnsan, fizyolojik ve psikolojik özellikleri bakımından karmaşık, anlaşılması ve anlatılması zor bir varlıktır. İnsanın kendisini ve çevresini tanıma isteği, bazı bilimlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Sanat da insanın bu tanıma isteğinin hem aracı hem sonucudur. Güzel sanat dallarından edebiyat ve müzik, fonetik sanatlar kapsamı içinde sınıflandırılmış olup, bu iki sanatın malzemesi de dildir. Her iki sanat, dili kendilerine özgü kural, mantık ve yapı içerisinde kullanır. Sonuçta ortaya bir edebiyat ya da müzik eseri çıkar. Sanat eserinin temel özelliği ise, insana estetik bir haz vermesidir, insanın hoşuna gitmesidir.

Müzik, teknolojinin yaygınlaşması ile yaşamın kaçınılmaz bir parçası haline gelmiştir. Müzik dinleme etkinliği bireyin kişisel tercihi olması yanı sıra, farklı yer, mekân ve zamanlarda çoğunlukla kişinin isteği dışında gerçekleşmektedir. Bütün bu etkinliklerde sözsüz müzikler kullanıldığı gibi çoğunlukla sözlü müziklerde yer almaktadır.

Beyin-Bilgisayar Arayüz (BBA) teknolojisi başlangıçta Electroencephalography (EEG) verilerini işleyerek insan beyin aktivitelerini işlem altına almasıyla dikkat çekmeye başlamıştır (Kaplan, 2010). Daha sonra bu alanda geliştirilen farklı amaçta tasarlanan EEG cihazları sınanmıştır (Duvina ve diğ., 2012). Beyin hücrelerinin iletişimleri sırasında ürettiği oldukları elektrik sinyallerinin ölçülmesi ile ilgili olarak çalışmalar devam etmektedir.

Araştırma amaçlı kullanılabilen ve EEG verilerini anlamlandıran birçok donanım bulunmaktadır. Kullanılabilirlik durumları göz önünde bulundurulduğunda mobil EEG donanımları ön plana çıkmış ve araştırmalarda Emotiv ve NeuroSky firmaları tarafından geliştirilen cihazların kullanımları yaygınlaşmıştır (Xu&Zhong, 2018). Bu duruma Emotiv firması tarafından geliştirilen “Insight” isimli cihaz örnek olarak verilebilir. Bu cihaz EEG sinyallerini ölçerek Bluetooth teknolojisi ile diğer cihazlarla iletişim kurmaktadır. Cihaz bireyin gama γ , beta β , alpha α , theta θ , delta δ gibi farklı beyin frekans dalga değişimlerini hesaplayarak görselleştirilmektedir.

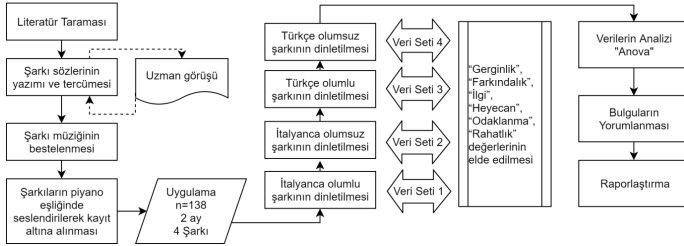
Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde BBA cihazlarının farklı amaçlar için kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar arasında şunlar sayılabilir; çocuklar için bu cihazların kullanımlarının değerlendirilmesi (Zhang, Jadavji, Zewdie&Kirton, 2019), fiziksel aktiviteler (Debener, Minow,,Emkes, Gandras, & De Vos, 2012), müziğin duyuşsal çekimi (Langroudi, Jourdanous, &Li, 2018), müzik önerme sistemi (Adamos, Dimitriadis, &Laskaris, 2016), depresyon tedavisinde müzik (Ramirez, Palencia-Lefler,, Giraldo,&Vamvakousis, 2015). Özellikle bu cihazlar öğretimde; öğrencilerin sınıf içinde dikkat seviyelerini (Sezer ve diğ., 2015),

Öğrenenlerin olumlu ve olumsuz duygularını (sharif ve diğ, 2016) incelemek amacıyla da kullanılmıştır. Literatür tarandığında anlamı bilinmeyen şarkı sözlerinin insan üzerindeki etkisiyle ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Sözlerinin anlamları bilinen ve bilinmeyen şarkıların dinleyici üzerindeki bilişsel ve duyuşsal etkilerinin karşılaştırılması, araştırmanın amacı olarak belirlenmiştir.

YÖNTEM

Araştırma tek grup öntest-sontest deneysel desen modeline göre tasarlanmıştır. Araştırmanın amacını gerçekleştirebilmek amacıyla beyin dalgalarının hareketlerini analiz eden Beyin-bilgisayar arayüzü teknolojilerinden biri olan Mobile EEG cihazı kullanılmıştır. Araştırmada kullanılmak üzere olumlu ve olumsuz ifadeler içeren 2 adet Türkçe şarkı (Ek1) sözü yazılmış ve bu sözler İtalyancaya (Ek2) tercüme edilmiştir. Çalışmanın süreci Şekil 1’de görselleştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Süreci

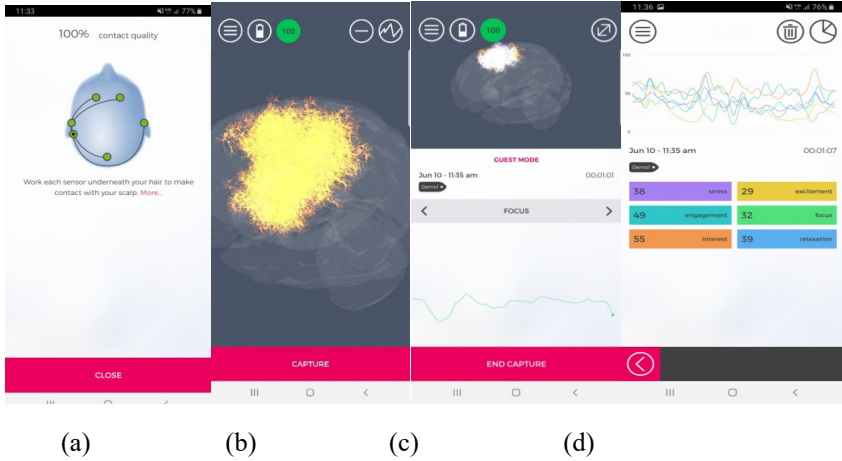
Sözler için tek bir beste yapılmış ve piyano ile kaydedilmiştir. Daha sonra tek bir solist tarafından piyano eşliğinde Türkçe ve İtalyanca olarak seslendirilerek 4 şarkı kaydı elde edilmiştir. Her bir şarkı 1 dakika sürmektedir. Bu dört şarkı her bir katılımcıya dinletilmiş ve kullanılan cihaz ile değerler elde edilmiştir.

Beyin-bilgisayar arayüzü teknolojisinin bir ürünü olan EmotivInsight Cihazı, elektriksel sinyalleri sensörler aracılığıyla izlemekte ve kullanıcıyı bilgilendirmektedir. Bu cihaz 5 EEG kanalına, bir hareket algılayıcısına sahip ve bu alandaki araştırma cihazları kategorisinde sınıflandırılmaktadır. Cihaz, geliştirici tarafından polimer sensör teknolojisi olarak tescil edilmiş bir teknolojiyle donatılmıştır. Ürün kapsamında geliştirilen bu sensörler en az kurulumla elektriksel iletkenlik sunmaktadır. Geleneksel cihazların aksine hidrofilik malzeme ile, ortamın ölçülmesinde ihtiyaç duyulan sıvı ya da jel gereksinimini ortadan kaldırarak daha kullanılabilir bir ürün meydana getirilmiştir. Bu cihazla EEG kategorisindeki beyin tüm kortikal

loblarındaki aktivite ölçülmektedir. Cihaza özgü olan MyEmotiv yazılımı ile 0-100 birim aralığında grafikleştirilen bireyin beyin dalgalarındaki değişim, (gerginlik, farkındalık, ilgi, heyecan, odaklanma ve rahatlık durumları) tablet ekranında görülebilmektedir.



Şekil 2. EmotivInsight Cihazının Görseli



Şekil 3. Anlık verilerin bilgisayar ekranındaki görüntüsü

EMOTIV, doğrudan zihinsel faaliyetinizden türetilmiş altı temel zihinsel performans ölçütü sunar. Her bir ölçüm, her koşuldaki normal aralı-

ğınıza ve temel seviyenize uyacak şekilde otomatik olarak ölçeklendirilir - sistem normal durumunuzu ve yeteneklerinizi öğrenir ve genel davranışınıza kıyasla her durumda göreceli performansınızı gösteren ayarlanmış bir değer sunar. Performans ölçüm grafikleri, 6 ölçüm içerir (Emotiv, 2019):

- Gerginlik (Stress), mevcut zorluklarla birlikte bir konfor ölçüsüdür. Yüksek gerginlik, zor bir görevi yerine getirememek, bunalmış hissetmek ve görev gereksinimlerini yerine getirememek gibidurumlardan kaynaklanabilir.
- Farkındalık (Engagement), göreve yönelik uyarıcılara karşı uyanıklık ve bilinçli dikkat yönü olarak deneyimlenir. Anlık dikkat ve konsantrasyon ölçümüdür. Farkındalık, zayıflatılmış alfa dalgaları ile birlikte artan fizyolojik uyarılma ve beta dalgaları ile karakterize edilir. Dikkat, odaklanma ve iş yükü ne kadar büyük olursa, algılama tarafından rapor edilen çıktı puanı da o kadar yüksek olur.
- İlgi (Interest), mevcut uyaranlara, çevreye veya faaliyetlere olan ilgi veya ilgisizlik seviyesidir ve genellikle “Valance” olarak adlandırılır.
- Heyecan (Excitement), olumlu bir değeri olan fizyolojik uyarılma bilinci veya hissidir. Heyecan tespiti, zaman aralıklarında heyecandaki kısa vadeli değişiklikleri birkaç saniye gibi kısa bir sürede yansıtan çıktı puanları sağlayacak şekilde ayarlanmıştır.
- Odak (Focus), belirli bir göreve sabit dikkatin ölçüsüdür. Odak dikkatin derinliğini ve dikkatin işler arasında değiştiği sıklığı ölçer.
- Gevşeme (Relaxation), yoğun konsantrasyondan çıkmanın bir ölçüsüdür.

Araştırmanın çalışma grubu Giresun Üniversitesi’nde eğitim gören gönüllü öğrencilerden oluşturulmuştur. Çalışma grubunun demografik özellikleri; öğrencilerin %63’ü Kadın (n=87) %37’i erkek (n=51) olmak üzere 138 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Verilerin analizinde IBM SPSS Statistics 22 paket programı kullanılmıştır. Çalışma grupları her bir oturumdaki puanlar üzerinden değerlendirilmiştir. Analizin ilk basamağı olan normallik varsayımı test edilerek elde edilen bulgular Tablo 1’de verilmiştir. Bu bulgulara göre çarpıklık ve basıklık değerleri [2] arasında olduğundan (George & Mallery, 2010), verilerin normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 1. *Olumlu Türkçe oturumunun normallik sonuçları*

		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Çarpıklık	Basıklık
Olumlu Türkçe (OT)	Gerginlik	,061	138	,200	,989	138	,322	,215	-,271
	Farkındalık	,071	138	,087	,986	138	,156	-,236	-,216
	İlgi	,083	138	,022	,986	138	,185	,049	,565
	Heyecan	,130	138	,000	,899	138	,000	1,195	1,149
	Odak	,076	138	,051	,987	138	,207	,161	-,101
	Gevşeme	,104	138	,001	,939	138	,000	,837	,264

Tablo 1’de normallik varsayımlarına ilişkin, gerginlik, farkındalık ve odak normal dağılım gösterirken; ilgi, heyecan ve gevşemenin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ($p<0.5$). Fakat puanlara ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde bu değerlerin -2 ile +2 arasında olması nedeniyle verilerin normal dağılıma (George & Mallery, 2010) sahip oldukları söylenilebilir.

Tablo 2. *Olumsuz Türkçe oturumunun normallik sonuçları*

		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Çarpıklık	Basıklık
Olumsuz Türkçe (ZT)	Gerginlik	,081	138	,027	,978	138	,026	,221	-,373
	Farkındalık	,085	138	,017	,987	138	,210	,207	,370
	İlgi	,132	138	,000	,945	138	,000	,947	1,473
	Heyecan	,089	138	,009	,928	138	,000	,951	,577
	Odak	,050	138	,200	,987	138	,218	,175	,332
	Gevşeme	,085	138	,016	,974	138	,009	,496	-,037

Tablo 2’de normallik varsayımlarına ilişkin, farkındalık ve odak normal dağılım gösterdiği ancak gerginlik, ilgi, heyecan ve gevşemenin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ($p<0.5$). Fakat puanlara ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde bu değerlerin -2 ile +2 arasında olması nedeniyle verilerin normal dağılıma (George & Mallery, 2010) sahip oldukları söylenilebilir.

Tablo 3. *Olumlu yabancı oturumunun normallik sonuçları*

		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Çarpıklık	Basıklık
Olumlu Yabancı (OY)	Gerginlik	,053	138	,200	,988	138	,264	,358	,404
	Farkındalık	,096	138	,003	,976	138	,014	-,360	-,567
	İlgi	,158	138	,000	,919	138	,000	,902	,138
	Heyecan	,073	138	,070	,967	138	,002	,487	-,235
	Odak	,055	138	,200	,987	138	,225	-,082	-,501
	Gevşeme	,076	138	,049	,985	138	,131	,369	,156

Oturumlar arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan Tamhane'sT2 testinin sonucuna göre, OY oturumunda ($\bar{x} = 51,91$), ZT oturumunda ($\bar{x} = 51,49$) ve OT oturumunda ($\bar{x}=50,99$) öğrencilerin İlgi durumlarının ZY oturumundaki ($\bar{x} =49,82$) öğrencilerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin Heyecan durumlarının dinledikleri şarkılara göre anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır [$F(3-548) = ,074$, $p > .05$]. Levene testi sonucuna göre ise öğrencilerin Heyecan puanları için varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir [$F= ,226$, $p > .05$]. İlgili değerler Tablo 7'de verilmiştir. Yapılan tespitler sonucunda oturumlardaki Heyecan durumlarının farklı olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 7. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin Heyecan puanlarına ilişkin analiz sonuçları

Betimsel Sonuçlar				ANOVA Sonuçları						Anlamlı fark
Grup	N	$\bar{x}$	SS	Kaynak	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	
OY	138	30,86	9,715	Gruplar Arası	23,986	3	7,995	,074	,974	
ZY	138	30,57	10,411							
OT	138	30,58	10,924	Grup içi	58990,333	548	107,647			
ZT	138	31,07	10,415							

Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin Odak durumlarının dinledikleri şarkılara göre anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır [$F(3-548) = 3,795$, $p < .05$]. Levene testi sonuna göre ise öğrencilerin Odak puanları için varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir [$F= 2,753$, $p < .05$]. Dolayısıyla çoklu karşılaştırma analizlerinden Tamhane's T2 test değerlerine bakılmış ve ilgili değerler Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin Odak puanlarına ilişkin analiz sonuçları

Betimsel Sonuçlar				ANOVA Sonuçları						Anlamlı fark
Grup	N	$\bar{x}$	SS	Kaynak	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	
OY	138	33,59	9,145	Gruplar Arası	837,145	3	400,842	3,795	,010	OY-ZY
ZY	138	30,48	9,372							
OT	138	31,56	8,017	Grup içi	40292,159	548	44,355			
ZT	138	33,07	7,640							

Oturumlar arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan Tamhane'sT2 testinin sonuçlarına göre, OY oturumunda ($\bar{x} = 33,59$), ZT oturumunda ($\bar{x} = 33,07$) ve OT oturumunda ($\bar{x}=31,56$) öğ-

rencilerin Odak durumlarının ZY oturumundaki ($\bar{x} = 30,48$) öğrencilerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin Gevşeme durumlarının dinledikleri şarkılara göre anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır [$F(3-548) = 2,705$, $p > .05$]. Levene testi sonucuna göre ise öğrencilerin Gevşeme puanları için varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir [$F = 5,265$, $p < .05$]. İlgili değerler Tablo 9’da verilmiştir. Yapılan tespitler sonucunda oturumlardaki Gevşeme durumlarının farklı olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 9. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin Gevşeme puanlarına ilişkin analiz sonuçları

Betimsel Sonuçlar				ANOVA Sonuçları						Anlamlı fark
Grup	N	$\bar{x}$	SS	Kaynak	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	
OY	138	34,46	8,003	Gruplar Arası	721,310	3	240,437	2,705	,052	_____
ZY	138	36,36	10,688							
OT	138	33,63	9,800	Grup içi	48708,543	548	88,884			_____
ZT	138	33,49	9,013							

TARTIŞMA VE SONUÇ

Sözlerinin manaları bilinmeyen şarkıların dinleyicinin;

- “Gerginlik” durumuna olan etkisi incelendiğinde; dinletilen yabancı olumsuz şarkının dinleyicinin “gerginlik” durumunu artıran bir etkisi olduğu söylenebilir.
- “Farkındalık” durumuna olan etkisi incelendiğinde; dinletilen olumsuz şarkıların (Türkçe ve yabancı) farkındalık durumunu azaltan bir etkisi olduğu söylenebilir.
- “İlgi” durumuna olan etkisi incelendiğinde; dinletilen yabancı olumsuz şarkının dinleyicinin “ilgi” durumunu azaltan bir etkisi olduğu söylenebilir.
- “Heyacan” durumuna olan etkisi incelendiğinde; anlamlı bir etkisinin olmadığı söylenilebilir.
- “Odak” durumuna olan etkisi incelendiğinde; dinletilen yabancı olumsuz şarkının dinleyicinin odak durumunu azaltan bir etkisi olduğu söylenebilir.
- “Gevşeme” durumuna olan etkisi incelendiğinde; anlamlı bir etkisinin olmadığı söylenilebilir.

Çalışmanın, konu ile ilgili yeni araştırmalarda kaynaklık edeceği düşünülmektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte farklı yeni cihazlarla uzun süreli yapılacak deneysel çalışmaların, gün içinde istemli ya da istemsiz olarak maruz kalınan şarkıların insan beyni üzerindeki etkilerini anlamada daha büyük katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adamos, D. A., Dimitriadis, S. I., & Laskaris, N. A. (2016). Towards the bio-personalization of music recommendation systems: A single-sensor EEG bio-marker of subjective music preference. *Information Sciences*, 343, 94-108.
- Debener, S., Minow, F., Emkes, R., Gandras, K., & De VOS, M. (2012). How about taking a low-cost, small, and wireless EEG for a walk?. *Psychophysiology*, 49(11), 1617-1621.
- Duvinage, M., Castermans, T., Dutoit, T., Petieau, M., Hoellinger, T., De Saede-leer, C., ... & Cheron, G. (2012). A P300-based quantitative comparison between the Emotiv Epochead set and a medical EEG device. *Biomedical Engineering*, 765(1), 2012-2764.
- Emotiv, 2019, Performance metrics: Emotiv, <https://www.emotiv.com/knowledge-base/performance-metrics/> Erişim Tarihi 25.04.2019
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference*, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson
- Kaplan, R. M. (2011). The mind reader: The forgotten life of Hans Berger, discoverer of the EEG. *Australasian Psychiatry*, 19(2), 168-169.
- Langroudi, G., Jourdanous, A., & Li, L. (2018, April). *Music emotion capture: Sonifying emotions in EEG data*. In Symposium on Emotion Modeling and Detection in Social Media and Online Interaction (Vol. 5).
- Ramirez, R., Palencia-Lefler, M., Giraldo, S., & Vamvakousis, Z. (2015). Musical neuro feedback for treating depression in elderly people. *Frontiers in neuroscience*, 9, 354. 1-10.
- Sezer, A., İnel, Y., Seçkin, A. Ç., & Uluçınar, U. (2015, May). *An investigation of university students' attention levels in real classroom settings with neurosky's mindwave mobile (EEG) device*. Intenational Educational Technology Conference, İstanbul, Turkey.
- Sharif, N. S. M., Rahmahmokhtar, S. N. I., Zainuddin, A., & Zin, N. A. M. (2016) Learner's positive and negative emotion prediction using i-emotion. *Communitising Innovative Computing*, 271-281.
- Xu, J., & Zhong, B. (2018). Review on portable EEG technology in educational research. *Computers in Human Behavior*, 81, 340-349.
- Zhang, J., Jadavji, Z., Zewdie, E., & Andkirtan, A. (2019) Evaluating if children can use simple brain compute interfaces. *Front. Hum. Neurosci.* 13:24. doi:10.3389/fnhum.2019.00024

EKLER

Ek 1 . Türkçe Şarkı Sözleri

Türkçe Olumlu Şarkı Sözü Türkçe Olumsuz Şarkı Sözü

Sevgi, barış, kardeşlik	Savaş, kavga, düşmanlık
Dünya günlük güneşlik	Gökler koyu karanlık
Değsin elin elime,	Dön sırtını yetime
Budur gerçek zenginlik	Bu mu gerçek insanlık?

Ek 2 . İtalyanca Şarkı Sözleri

İtalyanca Olumlu Şarkı Sözü İtalyanca Olumsuz Şarkı Sözü

L'amore la pace la	La guerra la lottal'ostillita'
fratellanza	I cielisonobuioscuri
Ilmondo é moltosoleggiato	Torno la tuaschiena al orfano
Tocchitua mano nellamia	É questaveraumania'
mano	
Quest é veraricchezza	

Ek 3. Şarkılara ait bestelenmiş müzik.

SULTAN AHMED KÜLLİYESİ
AHŞAP İŞLERİNDE
TEZYÎNÂT

BÖLÜM

2

Dr. Aliye ÖTEN

GİRİŞ

Sultan Ahmed Camii inşaatı 1 Cemâziyelevvel 1018/2 Ağustos 1609'da başlamış ve caminin kubbelerinin kilitlenme başarısı sebebiyle 10 kurban kesildiği 30 Ramazan 1024/23 Ekim 1615'e kadar sürmüştür. Yapı, 17. yüzyılın iki büyük külliyesinden birinin ana binâsını teşkil eder. Osmanlı mimarisinin klasizme ulaştığı Mimar Sinan ve öğrencileri devrinin son eserlerinden biri olan Sultan Ahmed Külliyesi'ni Sultan Ahmed Han-ı evvel Sedefkâr Mehmed Ağa'ya yaptırmıştır. Osmanlı klasik dönem mimarisi eserleri başta Süleymaniye Külliyesi olmak üzere araştırmacılar tarafından yoğun olarak incelenirse de, 17. yüzyıl eserleri, birinci elden kaynakların incelenmesini gerektirdiği için yüzey araştırmaları çerçevesinde kalmıştır ve araştırmacılar için hala gizemini korumaktadır.

Osmanlı mimarisini anlamaya yarayacak birinci derece kaynakların başında, devlet tarafından yaptırılan yapılar için düzenlenen inşaat, keşif vb. amaçla hazırlanmış defterler gelmektedir. Bu defterler mâlî nedenlerle hazırlanmış olup, yapım sürecindeki malzeme ücret, ebat, menşei; işçi sınıfı, sayısı, ücreti ile ilgili gelir ve harcamaların hesabı ve inşaat safhaları ile ilgili önemli bilgiler vermektedirler. Rûzname, keşif, vâridât ve masârif gibi türleri bulunan bu defterlerde inşâ için ayrılan paranın, kime teslim edildiği, nerelere, kimin talebiyle sarf edildiği gibi bilgilerle birlikte malzeme türü, adeti, birim fiyatı, nereden geldiği ve ne zaman alındığı gibi çok detaylı bilgiler yer almaktadır. Bu nedenle bu belgelerdeki bilgiler, mimarlık tarihine de ışık tutmaktadır. Bu defterlerdeki bilgilerle Osmanlı döneminde kullanılan inşaat malzemeleri, yapım teknikleri, inşâ organizasyonu ve bunların tarih içindeki değişim süreci saptanabilir (Kolay 1986, 72).

Ayrıca tezyînat programı ve bu programı uygulayan zanaatkârlar ve sanatçılar da arşiv belgelerinde yer almaktadır. Sultan Ahmed Camii'nin özellikle 'mavi cami' olarak tanınmasına neden olan zengin çini panolarını tamamlayan kalemişi tezyînatı ve hünkâr mahfilinde yoğunlaşan taş işçiliği kadar; ahşap işleri ve özellikle sedef işçiliği tezyînat programında dikkati çekmektedir. Bânîsi sultan olan ve mimarı da özellikle sedefkârlıkta maharet sahibi bir sanatkar olan bu yapıda; özellikle ahşap üzerinde özveriyle çalışıp özgün ve güzel işler ortaya çıkaran pek çok usta ve sanatçı mevcuttur. Bu çalışmada bahsi geçen görevli, usta ve ahşap yapı malzemeleri Sultan Ahmed Külliyesinin merkezi cami ve türbede rûzname, varidat ve masarîf defterlerinde kaydedildiği şekilde tanıtılmaya çalışılacaktır.

1. 17. Yüzyıla Kadar Sedef Kakma

Mezopotamya sanatlarında fil dişi, kemik, lapis lazuli ve renkli kireç taşı gibi malzemeyle birlikte sedefin ahşap işçiliğinde kullanımının günümüzden 4500-5000 yıl öncesine kadar uzandığı anlaşılmaktadır (Bozkurt,

“Sedefkârlık”, DİA, 283). İslam sanatı’nda ilk defa Samerra Darülhilafe (Cevsaku’I-Hakani) Sarayı’nda bulunan mozaik tarzı süslenmiş bir eşya kalıntısında, renkli cam, lapis lazuli parçalar arasında sedefe de rastlanmıştır (Hattstein 2015, 119). Türk Sanatı’nda özellikle Selçuklu devrinde gelişen ahşap işçiliğinin 12 ve 13. yüzyıllardaki motif ve teknikler 15. yüzyıl erken Osmanlı ahşap işlerinin ana hatlarını kazanmışlardır. Osmanlı devrinde ise daha yeni ve ileri teknikler kazanmışlardır (Kerametli 1961, 9).

Mimarinin ahşap bölümlerinde mobilyaların ve küçük el sanatı eserlerin tezvininde sedef önemli bir yer tutar. Onun yanında fildişi, kemik, bağa, pelesenk, şimşir, sandal, maun, altın, gümüş, yakut, zümrüt vs. kıymetli taşlar da kullanılmıştır. 16. ve 17. yüzyıllarda ehl-i hiref teşkilatında bu sanatın atölyeleri vardır. Mimar Hayreddin, Mimar Sinan, Davut Ağa ve Mehmed Ağa gibi ünlü mimarlar devrin bir nevi akademisi olan bu atölyelerde meslekî bilgilerle birlikte sedefçiliği, marangozluğu ve hendeseyi de öğrenirlerdi (Kerametli 1961, 10). Bu yüzden olsa gerek Sultan Ahmed Külliyesi inşâ rûznâçesinde padişah için cami mahfelinde beştahta (dolap) için kalemtraş yapan Sedefkâr Mehmed Ağa’nın “Ser-neccârân-ı Hassa” olarak kaydedildiği görülür (TSMA.d 14.12.1018/0.03.1610, 13b).

Sedef, sıcak denizlerde yaşayan istiridye kabuğudur. Düz veya ışığın kırılmasıyla yer değiştiren arusek olmak üzere iki çeşidi vardır. Bu kabuklar bıçkı ile işe yarayacak bölümleri kesilip, kompozisyonadaki yerine göre tekrar parçalanır, eğeleme ve perdahlama işlemlerine tabi tutularak kakma veya gömme gibi tekniklerden uygun olanıyla yerini alırdı (Kerametli 1961,11).

16. ve 17. yüzyıl Osmanlı kakma işçiliğinde önceki devrin hendesi tezvinat yanında, yoncalı ve rûmili kompozisyonlar da tercih edilmiştir. Ayrıca aynı sapta farklı cins çiçeklerden oluşan kompozisyonlar da görülür. Sultan Ahmed Han-ı evvelin Topkapı Sarayı Müzesi’ndeki tahtı bu kompozisyonların en güzel örneklerinden biridir. Ayrıca Fildişi kakmalarda hat (yazı) da kullanılmıştır. Gömme, mozaik gibi teknikleriyle sedef ve fildişi kakma işçiliği 18. yy. itibariyle Barok ve Rokoko etkisine girmiştir.

2. Sultan Ahmed Camii Sedef İşleri

Sultan Ahmed Külliyesi’nde ahşap malzemenin önemli bir bölümü inşaat sırasında yapının içinde ve dışında kurulan iskelelerde kullanılmıştır. Ana malzemesi taş ve tuğla olan Sultan Ahmed Camii’nde iskeleler kaldırılmış ve ahşap hatıllar duvarların içinde olduğundan; ahşabı ancak kapı kanatları, pencere ve dolap kapaklarında ve cami teşrifatında kullanılan mobilyalarda izleyebiliyoruz (Kolay 1986, 72). Fakat arşiv belgeleri, tanık olmadığımız ve izleyemediğimiz ahşap inşâ malzemeleri ve hatta tamir malzemeleri hakkındaki bilgileri detaylarıyla sunmaktadır. Yine ahşap

malzemeler ile ahşap bölümlerin yapımı ve tezyîni ile ilgili bilgilere bakılacak olursa; önemli bilgiler karşımıza çıkar.

Mimar Ağa tezkiresine göre defaatle cami-i şerif camları çerçeveleri için Ahmed Çelebi vasıtasıyla Dimitri eliyle alınan büyük karaağaç (çûb-ı siyâh-ı kebîr) levhalar pahası 100 adet için 120 Akçe'den 12.000 Akçe ödendi (TSMA.d 35 14.12.1018, 196b). Mimar Ağa tezkiresine göre cam çerçeveleri için solak İbrahim Çelebi eliyle karaağaç levhalar pahası (12 adet, tûlen Zirâ' 6, arzan İsbi', aded 18, fî 120, kıymet 1.440). Bahsi geçen tezkireye göre Bodur Cafer eliyle karaağaç levhalar ücreti olarak 12 adet için tûlen 6 zirâ', arzan 18 ısıbı', adeti 120 Akçe'den 1440 Akçe ödenmiştir. (28 adet, tûlen Zirâ' 7, arzan İsbi' aded 18, fî 120, kıymet 3.360). Bahsi geçen tezkireye göre Kasım eliyle karaağaç levhalar pahası (32 adet, fî 170, kıymet 3.840) (TSMA.d 35 14.12.1018/10.03.1610, 233b).).

Tezkireye göre Osman Başe eliyle minare kapıları, dolaplar ve dolma ve cami-i şerif çerçeveleri için gerekenlerle birlikte ücretler:

- Cami-i şerif alt kat çerçeveleri (48 adet, 800 Akçe'den 38.400 Akçe)
- Cami-i şerifin üst tabakası çerçeveleri (29 adet, 700 Akçe'den 20.300 Akçe)
- Kasr-ı hümayûnun dolap kaplamaları (1 adet, 3.000 Akçe)
- Kasr-ı hümayûnun çerçeveleri (4 adet, 400 Akçe'den 1.600 Akçe)
- Minare kapıları kaplamaları (2 adet, 5000 Akçe'den 10.000 Akçe) toplam 73.300 Akçe ödenmiştir.

Mimar Ağa tezkiresine göre Devlet, Hacı Ali ve Üstâd Hasan eliyle cami-i şerifteki pâdişâh mahfili için sadefkârî pencereler, harimin engüşt pencereleri ile sadefkârî ve дума pencerelerin kaplaması için gerekenlerle ustalık ücretleri: дума sadefkârî pencereler için (11 adet, 25.000 Akçe'den 275.000 Akçe, engüşt harim pencereleri için (46 adet, 10.000 Akçe'den 460.000 Akçe), pâdişâh mahfili için sadefkârî pencereler (2 adet, 20.000 Akçe'den 40.000 Akçe) olmak üzere kubbeci, çilingir ve diğer malzemeler için toplam 775.000 Akçe'dir (TSMA.d 35 14.12.1018/10.03.1610, 244a).

Burada karşımıza çıkan kavramlar çok özel ve ilginçtir. Sedefkârî pencereler, harimin engüşt pencereleri ve дума pencere kaplaması şeklinde işçilik olarak üç tip pencere karşımıza çıkmaktadır. Padişah mahfilindeki sadefkârî pencereler, sedef işçiliği yapılan kapaklarıyla 2 adeti için 40.000 Akçe ücretle yaptırılmıştır. Engüşt (parmaklıkl) harim pencereleri 46 adet ve pencere başına 10.000 Akçe ücretle yaptırılmıştır. Görünüşe bakılırsa bu pencereler, alt kat pencereler olabilir (Kapılar hariç 46 taneler). Dev-

vom (2. seviye) sedefkârî pencereler ise kaplamalı ve sedefli pencere olarak belki mihrab duvarındaki altlık pencerelerini işaret etmektedir. Padişâh mahfilinde kullanılan malzeme ve teknik zenginliği bu büyük pencerelerde kullanılmamış olmakla birlikte; buradaki pencere kapakları diğer alt kat nizami pencerelerinden malzeme ve teknik açıdan daha dikkat çekicidir.



Resim 1 Sultan Ahmed Camii yan cephe alt kat pencereleri ve kapakları



Resim 2. Sultan Ahmed Camii mihrab duvarındaki pencere kapaklarına bir örnek

Sultan Ahmed Camii'nde üçer tablalı kapı kanatları ve pencere kapaklarının klasik dönem ahşap işlerinin yapılmaya devam edildiğini göstermektedir. (Barışta 2009, 439). Sultan Ahmed Camii kapı kanatları ve pencere kapaklarında üst üste oturtulmuş dikdörtgen ve karelerden gelişmiş kündelerden oluşan örnekler görülmektedir. Bu tarz künde-kârî tekniği ile klasik dönemin önceki yüzyılda yapılan çalışmaların süregeldiği ortaya çıkmaktadır (Barışta 2009, 167).

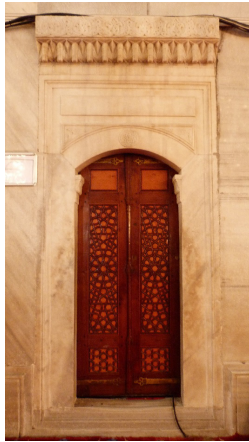
Özellikle künde-kârî çalışmalarında geometrik biçimlerden oluşan bezemeler bu konuda çeşitlenmeler sergilemektedir. Böyle bir görüşü orta tablası sonsuza açılan yıldız motifleriyle bezenmiş, Sultan Ahmed Camii kapı kanatları ve pencere kapakları desteklemektedir (Barışta 2009, 179-180).



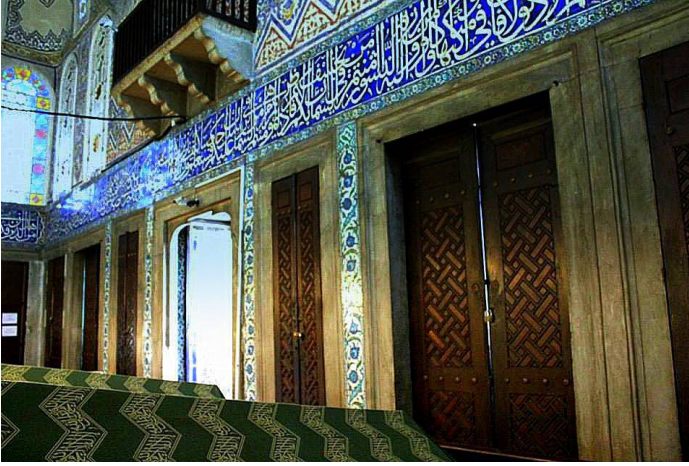
Resim 3 Üst mahfel pencere kapaklarından bir örnek



Resim 4 Alt mahfel pencere kapaklarından bir örnek



Şekil 5 Sultan Ahmed Camii üst mahfile açılan kapı

Şekil 6 *Sultan Ahmed Camii şadırvanlı avlu pencere kapakları***Resim 7** *Sultan Ahmed Camii müezzin kapısı***Resim 8** *Sağdaki Sultan Ahmed Medresesi pencerelerinden biri ve künde-kari kapakları***Şekil 9** *Sultan Ahmed Türbesi künde-kârî pencere kapakları*

Ca'fer Efendi'nin Risale-i Mimariye'de verdiği bilgilerden hareketle Mimarbaşı Mehmed Ağa'nın sedefkârlık yaptığı ve mimarbaşılığa açılan yolda bu alandaki maharetinin etkili olduğunu burada belirtmek faydalı olacaktır. Mimarbaşı Mehmed Ağa'nın çini ve sedef gibi özellikle ilgi alanına giren Sultan Ahmed Camii'nin tezyînât işlerinde, oldukça kaliteli ve başarılı örneklerin sunulduğu görülmektedir. Özellikle hünkâr mahfilinde kapı kanatları ve pencere kapaklarında kullanılan farklı malzeme ve teknikleriyle sedef işçiliği oldukça özeldir.

Evrak No	Tarih	Malzeme veya iş	Özellik	Ücret Akçe
TSMA.d 35, v. 63a.	11.03.1020/ 24.05.1611	Be-cihet-i hammâliye-i dendân-ı fîl ve sadef	An-iskele-i Gümruk ilâ binâ-i şerîf	80
TSMA.d 35 v. 233a.	30.03.1025/ 17.04.1616	Be-cihet-i ücret-i üstâdiyye-i sadefciyân	Berây-ı sâhten-i peş-tahta Bahtiyari Efendi bâ-tezkire-i mi'mâr ağa	1.375
TSMA.d 35 v. 244a	29.04.1025/ 16.05.1616	Be-cihet-i ücret-i üstâdiyye ma'a harc-ı lâzime berây-ı sâhten-i pencerehâ-i duma ve sadef-kârî ve pencerehâ-i harem-i enderûnî-i engüşt ve pencerehâ-i sadef-kârî	Berây-ı mahfil-i pâdişâh der-câmi'-i şerîf an-yed-i Üstâd Hasan ve Hacı Ali ve Devlet bâ-tezkire-i mi'mâr ağa, pencerehâ-i sadef-kârî-i devvom (11 aded, fî 25.000)	275.000
			pencere-i harem-i enderûnî-i engüşt (46 aded, fî 10.000)	460.000
			pencere-i sadef-kârî berây-ı mahfil-i pâdişâh (2 aded, fî 20.000).	40.000
TSMA.d 35 v. 245a.	17.09.1025/ 28.09.1616	Def'a bâ-tezkire-i mi'mâr ağa ve tob-ı sadef-kârî, sürb-i Sidrekapsi	(Kantar 218 aded, lodura 25 aded, fî 130, kıymet)	15.672
		Be-cihet-i ücret-i navlun-ı sefine	(Kantar 218 aded, lodura 25 aded, fî 20)	2.365
		yekûn 17.737		
		Be-cihet-i ücret ma'a harc-ı lâzime	berây-ı sâhten-i rahlehâ-i câmi'-i şerîf an-yed-i Üstâd Dervîş rahlehâ (4 aded, fî 8.000)	32.000
			top-ı kebîr-i sadef-kârî (2 aded, fî 3.500)	7.000
		yekûn 39.000		

TSMA.d 35 v. 246b.		Sadef (tulum 2 aded, kantar 3 aded, 12 lodura) sadef (2.090 aded)) çûb-ı yenedünya (kantar 48 aded, lodura 50 aded) çûb-ı abanos-ı hurde ma'a kebîr (kantar 11 aded, 74 lodura) bağa-i Hindî (aded 2 kafes, kantar 2 aded, 79 lodura) dendân-ı fil (1 kafes, kantar 5 aded, 50 lodura)		
TSMA.d v. 247b.	12.02.1020/ 26.04.1611	An-yed-i Mustafa Ağa kethüdâ-i bâb revgan-ı bezîr (cerre 11 aded) bağa (sanduk 1 aded) sadef (sanduk 12 aded) dendân-ı fil (sanduk 1 aded)	Esnâf-ı gayr-ı müsemmen Def'a	
	29.07.1020/ 07.10.1611	Be-vâsita-i Yusuf Çavuş sadef (tulum 10 aded), dendân-ı fil (tulum 10 aded) abanos (tulum 3 aded) bağa (tulum 1 aded)		
TSMA.d 35 v. 249a.		Be-cihet-i meremmâtî-i sadefkârî ve harc-ı râh-ı bostanî bahâ-i sadefhâ-i kanâdîl		1.800 9.240
BOA.d D.05112.0010.00	01.1026/01-02.1617.	Beray-ı perde-i sadefkârî	Cami-i Şerif için lazım gelen mühimmatın akçesini beyan ider.	31.000

Tablo 1. *Sultan Ahmed Camii tezyinatında ince marangozluk etkinliğinde sedef, fildişi vb. malzeme ve işçi ücretleri (Bknz. Öten, A. (2017) Arşiv Belgelerine Göre Sultan Ahmed Külliyesi ve İnşâsı, Marmara SBE).*

Sedefkârî, ince marangozluk işleri yapmak ve bunları sedef, fildişi, kemik, abanoz, bağa vs. ile tezyin etme sanatı olarak tanımlanmaktadır (Arseven 1952, 1775). Bu ince marangozluk işleri için tabloda geçtiği üzere pek çok malzeme temin edilmiştir. Bunları miktarlarıyla birlikte şöyle sıralayabiliriz: Sedef (2+10 tulum, 3 kantar, 12 lodra, 2.090 adet, 12 sandık), çûb-ı yenedünya (48 kantar, 50 lodra), çûb-ı abanos-ı hurde ma'a kebîr (11 kantar,

74 lodra), bağa-i Hindî (2 kafes, 2 kantar, 79 lodra), dendân-ı fil (10 tulum, 1 sandık, 1 kafes, 5 kantar, 50 lodra), bağa (1 sandık, 1 tulum), abanos (3 tulum). Tabi bunların yanında sedef perdeler vb. için alınan malzemenin sadece ücreti geçmekte, miktar ve malzeme verilmemektedir. Ayrıca bunların dışında çûb-ı cevherdârî şeklinde geçen nadir ağaç çeşitleri, cinsi belirtilmeden genel bir başlık altında inşâ evrakına göre 15.12.1021/06.02.1613 tarihi itibarıyla temin edilmiştir (TSMA.d 35 14.12.1018/10.03.1610, 126b).

Sedef alımında inşâ evrakında kullanılan ölçü ve tartı birimlerine göz atacak olursak; kafes, sandık ve tulum gibi ifadeler dikkati çekmektedir. Kafes, bir tür küfe çeşidi olup Basra'da meyve türü şeyler için, Bursa'da ise şeker ölçümünde kullanılmaktaydı, ancak miktarı tespit edilememiştir (Taşkın 2005, 156). Sandık ile ilgili ilk bilgiler ise Kudüs Sancağı Kanunnamesinde geçmektedir. Buradaki ifade “ve armud ve elma yükünden ki, her yük dört sandık olur” ibaresi yükün bir alt birimi olarak değerlendirildiğini işaret etmektedir. Kudüs'te kullanılan yükün 140 rıtl olduğu kayıt altına alındığı için rıtl, dirhem ve sandık arasındaki ilişkiden hareketle; 1 Kudüs rıtlı 800 dirhem hesabıyla 350 kg etmektedir ki, 1 sandık da 87,5 kg eder (Taşkın 2005, 105). Tulum ise, bal, yağ, peynir gibi maddelerin ölçümünde kullanılan bir ölçü olup, bu ürünlerin her birine göre farklı değerlere sahipti. Mesela Kefe'de bal ve yağ için varilin yarısı kadar olduğu bilindiğinden bir varil 57 kg olduğu için bir tulum da 28,5 kg eder. Akkırman'da ise bal için bir buçuk kantar, yağ içinse beş kantar olduğu bilinmektedir (Taşkın 2005, 115). Lodra, yazılışı itibarıyla lidre ile benzerlik göstermekte, fakat farklı ağırlıkları ifade etmektedir. Lodra 176 dirhemlik (566,432 gr) bir ağırlığı ifade eder. Kantar ledresi olarak da bilinen lodra, ipek ve bakır gibi madenlerde kullanılmaktaydı. Anlaşılan sedef için de kullanılmıştır (Taşkın 2005, 81). Yine kantarın mamüllere göre değişkenlik gösterdiği, genel olarak İstanbul kantarının ise 56.449 kg olduğu ilgili çalışmalarda yer almaktadır (Taşkın 2005, 52-53). Arşiv evrakında sedef 12 tulum (28.5x12=342 kg), 3 kantar (3x56.449=169,347 kg), 12 lodra (12x56,432=677,184 kg), 2.090 adet, 12 sandık (12x87,5=1050 kg) satın alındığına göre, her biri farklı olan bu ölçü birimlerini ortalama kg cinsinden hesaplırsak karşımıza 2.238,531 kg ve 2.090 adet sedef alındığı bilgisi çıkar. Bu kadar sedefin külliye'nin merkezindeki cami başta olmak üzere, türbe ve hünkâr kasrında kullanıldığı görülür.

17. yüzyıl eseri Sultan Ahmed Camii'nde kapı kanatlarında ve pencere kapaklarında, cami mobilyalarında görülen hendesî tezyînatın işlenmesinde kullanılan ceviz, şimşir, yenedünya ve eski abanoz keresteleri ile fildişi, bağa ve sadef temini, ayrıca işler ve ustalar hakkındaki bilgileri inşâ evrakından izlemek mümkündür. 30.03.1025/17.04.1616'da sedefçiler üstadlığı ücreti olarak Bahtiyari Efendi'nin çekmece veya sandık kaplaması için mimar tezkiresine göre 1.375 Akçe ödeme yapıldığı görülür (TSMA.d 35 14.12.1018/10.03.1610, 233a.). Tablo 1'de pîş-tahta (Far.) şeklinde

geçen bu ifade sözlükte iş masası gibi kullanılan çekmece ve sarrafların üzerinde para saydıkları tahta olarak yer almaktadır (<https://sozluk.gov.tr/>, 15.11.2019). Çekmece ise içinde değerli şeylerin saklandığı küçük kilitli sandık olarak adlandırılmıştır (<https://sozluk.gov.tr/>, 15.11.2019). Çekmece veya sandık mevcut yapıda bulunmadığından, teknik ve tezyinat özelliklerini tespit mümkün görünmemektedir. Ancak yapımı 16. yüzyıl sonu ve 17. yüzyıl başına tarihlenen Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde yer alan bir mahfaza olarak etiketlenmiş mobilya tarzında tezyin edilmiş olabilir. Nitekim Tahsin Öz bir makalesinde bu konuda vaktiyle kaldırılan kıymetli fildişi ve sedef kakmalı rahleler ile cüz mahfazalarının bugün Çinili köşk ve Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde bulunduğunu bildirmektedir (Öz 1942, 10). Bugün Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde yazı yahut kıymetli şeyleri saklamak için kullanılan bu mobilyaya benzer bir eser görülmemektedir.



Resim 10. Resim 11. *Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde 12 envanter numarası ile kayıtlı 16. yüzyıl sonu, 17. yüzyıl başı Osmanlı dönemi ahşap mahfaza olarak etiketlenen ve sergilenen mobilya.*

16.05.1616/29.04.1025'te ise sedef kakma pencereler için Üstâd Hasan, Hacı Ali ve Devlet'e 775.000 Akçe değerinde ödeme yapıldığı görülür (TSMA.d 14.12.1018/10.03.1610, 244a). 29.04.1025/16.05.1616 itibariyle ise Üstâd Derviş eliyle yapılan 4 adet rahle kaplaması ve iki adet büyük sedef top için malzeme ücretiyle birlikte 32.000 Akçe ödeme yapıldığı görülür (TSMA.d 35 10.03.1610/14.12.1018, 244a). İnşâ evrakında

kandil sedefleri ve sedef perdelerden de bahsedilmektedir. (TSMA.d 35 14.12.1018/10.03.1610, 244a).

Fransızca ‘paravent’ kelimesinden dilimize geçen paravan, menteşelerle birbirine bağlı birkaç parçadan oluşan ve yapılarda bazı bölümleri ayırmakta kullanılan, katlanır, taşınır çerçeveli perde anlamına gelmektedir (<https://sozluk.gov.tr/>, 15.11.2019). Buna göre inşâ evrakında bahsi geçen sedef kakmalı perdelerden kasıt cami teşrifatında kullanılan paravanlar olması muhtemeldir. Üç sedef kakma ince marangozluk işi kapıdan dört kat daha fazla ücret ödendiğine göre, kanaatimizce epeyce büyük bir alan, belki de üst kat mahfelin tümü yahut alt kat mahfel altındaki sofalar sedef paravanlarla haremnden ayrılmış olmalıdır.

Tabloda verilen bilgilerden biri de mimar ağa tezkiresine göre 17.09.1025/28.09.1616 tarihinde sedefkârî top için 218 kantar, 25 Lodra 15.672 Akçe’ye Sidrekapısı sürbü (kurşun, kalay karışımı) gemiyle 2.365 Akçe navlun ücretiyle gemiyle getirilmesidir. Aynı yerdeki bir sonraki bilgi ise Üstâd Derviş eliyle kaplaması yapılan 4 adet 8.000 Akçe’lik rahle ve iki adet 3.500 Akçe’lik sedefkârî büyük topun ihtiyaç listesi ile birlikte ücreti bilgisidir (TSMA.d 35 14.12.1018/10.03.1610, 245a). Şu an fotoğraflarda görülen ve sonraki dönemlere ait olduğu anlaşılan rahleler yerinde işçilik açısından kapılardan daha çok masraf yapılan orijinal rahleler olduğu anlaşılmaktadır. Mevcut rahleler birinin üzerinde verilen tarihten de anlaşıldığı kadarıyla 1274/1857-1858 geç dönem işleridir.



Resim 12. Resim 13. Bugün Hünkâr Mahfili’nde bulunan yakın dönemlere ait iki rahleden detay.



Resim 14. *Hünkâr Mahfili’nde bulunan rahle detayı*

Burada dikkati çeken terim “sedefkârî top”tur. Bu bölümden hemen sonra ise defterde “bahâ-i sade fhâ-i kanâdil” ifadesiyle kandillerin se-defleri pahası olarak 9.240 Akçe ödendiği bilgisi yer alır (TSMA.d 35 14.12.1018/10.03.1610, 249a). Bu ifadelerden hareketle bu iki büyük sedeffi topların top kandil olduğu söylenebilir. (Bknz. Top kandil, Camilerde kub-benin ortasına asılan ve üzerinde birçok kandiller bulunan muhtelif büyük-lükte demir çemberli yuvarlak asma kandillik. Arseven 1952, 2014; Gül-tekin 2012, 132). Süleymaniye Camii’nde Top Kandil (Askı Topu) olarak tanımlanan boyun ve dip kısma geçme yöntemiyle yerleştirilmiş kaburgalar ile yanaklardan oluşan, içi boş olarak tasarlanmış 130x98 cm ebadındaki eser, kabartmalı ve oymalı ince marangozluk işçiliğiyle yapılmış ve dokuma üzerine kalemişi tekniğiyle tezyin edilmiştir. Edirne Selimiye Camii’nde de kubbe ortasında yer alan biçim ve ebat olarak bir benzeri, sadece alın varakla tezyin edilmiştir (Gültekin 2012, 133-137). Anlaşılan Sultan Ahmed Camii teşrifatında da bu top kandilin sedef işçilikli iki büyük boyu tercih edilmiştir



Resim 15. *Süleymaniye Camii’nde Top Kandil (Ayşe Ebru Gültekin, Süleymaniye Camii’ne Ait Ahşap “Askı Top”un Konservasyon ve Restorasyonu, Vakıf Resto-rasyon Yıllığı 2012, Sayı: 4, s.131-144*

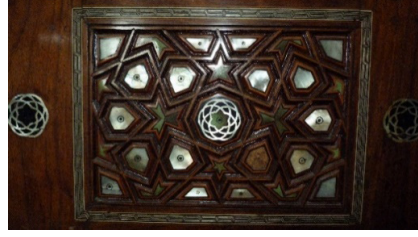
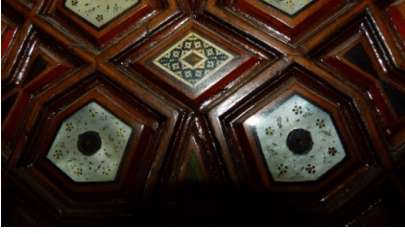
Sultan Ahmed Camii ile ilgili inşâ evrâkında toplu masraf kalemlerinin yer aldığı ikinci tablodaki bilgilere ve inşâ rûnamçesinde geçen ifadeleri içeren birinci tablodaki bilgilere göre, sedef işçiliğinde Sedefkâr Mehmed Ağa'nın adı geçmemektedir. Sedefkâr Mehmed Ağa'nın böyle büyük bir organizasyonda mühim bir rol oynarken, caminin sedef ve ahşap işleriyle bizzat meşgul olamadığı fakat özellikle hünkâr mahfilinde yoğunlaşan bu eserlerin programı ve kalitesiyle yakından ilgilendiği söylenebilir.

Bahhes			
Ücret-i sahten perde ve pencerehâ ve bâbhâ ve rahlehâ-i sadeşkârî der-zamân-ı			
Hüseynin Ağa ve İdris Ağa			
Bahâ			
On yük otuz altı bin dokuz yüz kırk altı			
Berây-ı	Berây-ı	Berây-ı	Berây-ı
Sahten rahle-i	Sahten bâbhâ-i	Sahten	Sahten
sadeşkârî	kebîr-i	pencerehâ-i	perde-i
Bahâ	sadeşkârî	sadeşkârî	sadeşkârî
Yüz kırk bir bin altı	Bahâ	Bahâ	Bahâ
yüz	Yirmi sekiz bin	Altı yük altmış	Yüz yirmi
Akçe	on dört	dört	bin
	Akçe	bin yirmi üç Akçe	Akçe

Tablo 2 *Sultan Ahmed Külliyesi sadeş etkinliği ve ödenen ücretleri gösterir belge. Kaynak: BOA, D.00211. 001.00.*

Sultan Ahmed Camii vb. 17. yüzyıl dini yapılarında dikkat çeken ağaç işi örnekleri kapı kanatları, pencere ve dolap kapakları, pencere kasaları, vaaz kürsüleri, tavan süslemeleri başlıkları altında incelenebilir. İnşâ rûnamçesinin verdiği bilgiler dâhilinde pencere kasaları, kündeşkârî pencere kapakları ve kapı kanatlarının bir kısmıyla malzeme, sadeşkârî perdeler, rahleler ve top kandillerle ilgili bilgiler sunulmuştur. Tablo 2’de de bu ince marangozluk ürünü sedef işlerinin dört başlıkta değerlendirildiği ve ücretlendirildiği görülmektedir. Sultan Ahmed Camii sedef işlerinde bu dört başlık, sadeşkârî perdelerin kaplanması, sadeşkârî pencerelerin kaplanması, büyük sadeşkârî kapıların kaplanması ve sadeşkârî rahlelerin kaplanması şeklindedir. İşçilik ve ücret bakımından öne çıkan başlık, sadeşkârî pencerelerin kaplanmasıdır. Onu sırasıyla rahleler ve perdeler (paravan) takip etmektedir. Büyük sedef kapıların kaplanması ise en az ücretle gerçekleşen başlık olup, işçilik kalitesi açısından değil belki, üç kapının alan itibarıyla pencere, perde ve rahlelerden daha az sayıda ve daha küçük bir alan teşkil etmesiyle açıklanabilir. Sedef işlerinin yoğunlaştığı alanların başında hünkâr mahfili gelmektedir. Bânînin ibadet mahallini tezyîn eden kapı kanatları ve pencere kapaklarında üçer tablalı, bir tasarım göze çarpar.

Üst tablalar giriş kapısı hariç, art arda beyitlerden müteşekkil hat kompozisyonları şeklinde tasarlanmışken, mahfilin tüm kapak ve kanatlarında orta tablalarda sedef, fildişi bağa vb. kakmalarla oluşturulmuş on kollu yıldız merkezli hendesî tezyînat görülür. Alt tablaların her birinde farklı kompozisyonlardan müteşekkil hendesî tezyînat mevcuttur. Mahfilin giriş kapısında pek çok tekniğin ve malzemenin bir arada kullanıldığı özel bir işçilik göze çarpar.



Resim 16 Resim 17 *Sultan Ahmed Camii Hünkâr Mahfili giriş kapısı sedef işçiliğinden detaylar.*



Resim 18 Resim 19 *Sultan Ahmed Camii Hünkâr Mahfili iki kapısı ve kanatları.*



Resim 20 Resim 21 *Sultan Ahmed Camii Hünkâr Mahfili iki penceresi ve kapakları.*



Resim 22 *Sultan Ahmed Camii Hünkâr Mahfili pencerelerinden biri*

Resim 23 *Hünkar Kasrı'na açılan kapının detayı*



Resim 24 *Hünkâr Kasrı'na açılan kapının üst tablası detayı*



Resim 25 *Hünkâr Mahfili camiye açılan giriş kapısının detayı*

Hünkâr Mahfelinin hünkâr kasrına açılan kapısında, pek nadir bir unsur olarak karanfil şeklindeki sedef kakmalar dikkati çeker. Üç tablanın her birini kendi alanında çevreleyen kenar suyunda, birbirinden bağımsız motifler şeklinde yer alan bu karanfil sedef kakmalar, sedefkârî işçiliğin çok özel ve üstün örneklerini teşkil ederler (Öz 1942, 209-210).

Hünkâr mahfili pencere kapakları ve hünkâr kasrına açılan kapının üst tablalarını dolanan kakmalarda, mihrabın solundan itibaren şu beyitler yer alır:

Ol adl-i sultan..... ya Râb
Bârigâh-ı Hayr..... Bir dünya

Sahibu'l-hayr-ı Hak ihsan-ı menâzır eylesün
Bu ahsen eyleye nâzır eylesün

Revzen-i kalbini Sultan Ahmed'in idüp küşâd
Yâ Rab eyle pürnûr envârınla anı şâd

İki mısraı dahi bu revzenin mevzundur,
Vasf-ı pâkin bu sadeplerde durr-i meknûndur

İki mısraı dahi bu revzenin mevzundur,
Vasf-ı pâkin bu sadeplerde durr-i meknûndur

Hak iki alemde Sultan Ahmed'i Mendûd
Hayr eyleyüb meftuh itdi mahdûd

Sultan Ahmed Camii hünkâr mahfilinde inziva odasına açılan kapının arkasında bulunan kalemişi tekniğindeki tezyînat, kapı ve pencerelerde bu şekilde boya ile yapılan tezyînata da yer verildiğini gösterir niteliktedir. Nitekim dîni yapılardaki bu tür örnekler 17. yüzyılda pencere kasalarının da boyandığına işaret etmektedir (Barışta 2009, 438).



Resim 26 *Sultan Ahmed Hünkâr Mahfelinde inzivâ odasına açılan kapının arkasındaki kalemişi tezyînat*

Bugün sedefleri büyük oranda düşmüş halde mihrab duvarı pencerelerini örten ve süsleyen pencere kapakları ise ebat ve sayı itibarıyla mihraba

verilen özen ve önemi anlatır niteliktedir (Bknz. Şekil 1, 27) Üçer tablalı ve üst tablası hat kompozisyonlu pencere kapakları genel programla uyumludur.

“Sultan Ahmed Camii’nin kapı kanatları, pencere kapakları üzerinde yer alan sedef kakmaların dökülmüş ünitelerinin yuvaları hem çevrelerini kuşatan damaklarla hem de sedeflerin daha sağlam tutturulması amacıyla bıçak ucu ile yapılmış nokta nokta taramaları ile 16. yüzyılda düz yüzeyle yuvalara yerleştirilmiş sedeflerle uygulanmış kakma ile bezenmiş örneklerden farklılık göstermektedir. Bu örneklerde şimşirden yapılmış her künde (badem) sivri bir delici ile yer yer işaretlenmiş başka deyişle 2 mm. boşaltılmış köşeleri kalemle merkezlenmiştir (temizlenmiştir). Bu konuda Sultan Ahmed Camii dışında Eyüp Sultan Türbesi’nde bulunan büyük bir olasılıkla bu yüzyılda sebil yapılırken buraya takılmış olan Eyüp Sultan Türbesi’nin çıkış yönündeki çift kanatlı kapı kanatları başka bir örnek oluşturmaktadır” (Barışta 2009, 175-176). Bahsi geçen teknik mihrab duvarındaki pencere kapaklarında izlenebilmektedir.



Resim 27. Mihrab duvarındaki sedefli künde-kârî pencere kapaklarındaki sedef işlerinde sedefleri dökülmüş alanlar.

Pencere kapaklarının yirmi sekizinde sedef işçiliği görülmektedir. Fakat maalesef bazılarında kalan sedefler şekil 27’de de görüldüğü gibi bir kaç taneyi geçmiyor. Bu kanatların binilerinin yalnız birinde o da yarım olarak kalmıştır. En sağlam kanatlar mihrabın iki tarafında üst tablaları kelime-i tevhid hattı ile tezyin edilmiş kanatlardır.

Sultan Ahmed Camii kapı kanatları klâsik sedefli kapılar içinde farklı bir yere sahiptir. Her kapı alt ve üst tablaları küçük, ortadaki büyük olmak üzere üç tablalı yapılmıştır. Üst tablalarda hat kompozisyonları yer alırken, orta ve alt tablaların içinde farklı kompozisyonlardan oluşan hendesî tezyînât mevcuttur. Her kanadın tablalarının etrafı geniş sedefli kenarsuyu ile çevrilmiştir ve her tablanın arasında da beşer adet oymalı pulbezek motif bulunmaktadır. Alt ve üst kısımdaki oymalı pirinç bendiyeler, kapının zarif tezyinatını tamamlayan güzel parçalardır. Kapının binisi sedef ve fildişi kakmalıdır.



Resim 28 *Sultan Ahmed Camii şadırvanlı avluya bakan ana giriş kapısı*

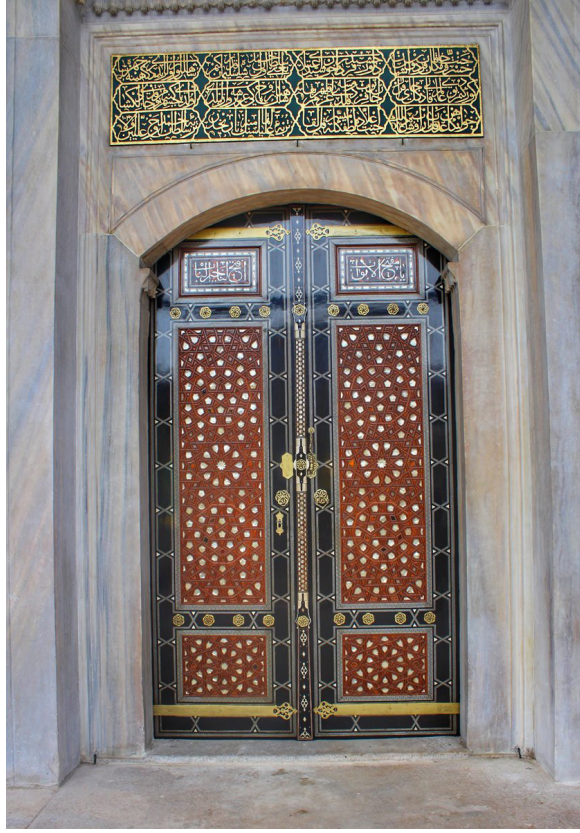


Resim 29 Sultan Ahmed Camii ana giriş kapısında fildişi hatlı, sedef kakmalı giriş kapısında "Ya müfettihi'l-ebvâb" hattıyla tezyîn edilmiş üst tabla.

İnşâ sürecinde 10.1617-01.1618 arasındaki dört ay boyunca yapılan işlerin kaydedildiği rûznâmçe defterinde Sultan Ahmed Han'ın türbesinin; Dâr-ı Kurra, Darü'l-Hadis ve diğer tamamlanan yapılarla birlikte (01.10.1026-30.01.1027/02.10.1617-27.01.1618) dört ay süreyle ele alındığını görülmektedir. Buna göre Sultan Ahmed Han'ın 22.11.1617 tarihinde vefatından önce türbe inşâ işi başlamıştır. Buraya kadar sedef işçilikle ilgili malzeme ve işçilik ücretleri belirtilen külliye yapısı cami olup, bu konuda haklı bir üne ve güzelliğe sahip türbe, yapım dönemi nedeniyle inşâ rûznâmçesine dâhil edilmemiştir. Türbede ince marangozluk işçiliğinin yapıldığı sedefli aksam arasında kapı kanatları, pencere kapakları ve türbe parmaklıkları yer almaktadır.

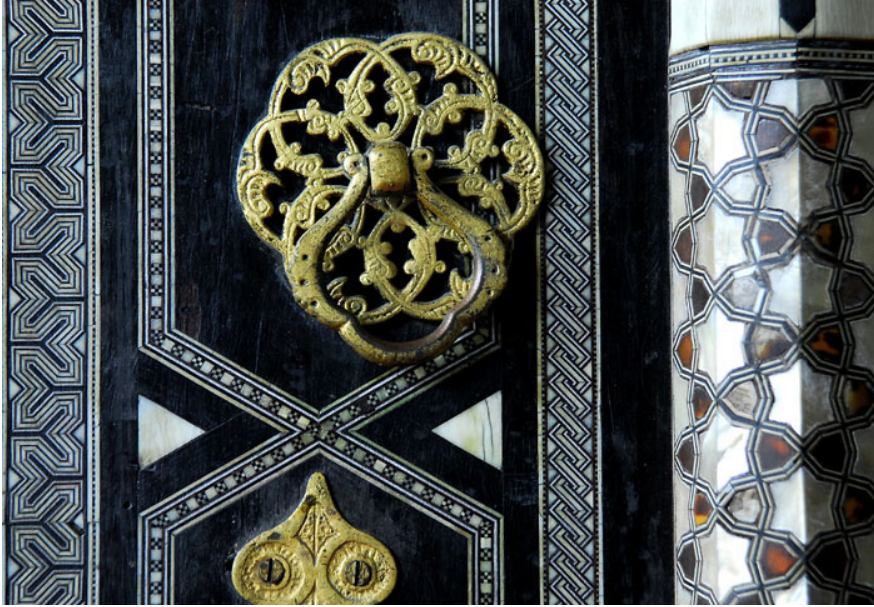
Sultan Ahmed Külliyesi tüm kapılarında görülen üç tablalı uygulamanın bir devamı olarak, türbenin giriş kapısında da üç tablalı bir program görülür. Cami giriş kapısındaki hat kompozisyonu ile türbe kapısındaki aynı olup, on kollu yıldızın merkezinde yer aldığı hendesî tezyînâtı tablalar hem ebat, hem detay hem de kompozisyon açısından farklılık gösterir. Tablaları çeviren sedef kakmalı kalın kenar suyu, tablaların arasında ikişerli sıralanmış dörder adet oymalı yuvarlak bronz motiflerin de etrafını çevirir. Cetvel de denilen bu bölümde fildişi kakmalar dikkati çeker. Yakın zamanda geçirdiği son restorasyon ile pek çok parçası yerinde görünse de simetrik olmayan yerlerde kullanılan farklı türden parçalar, orijinal görünümünün tamamını yansıtmadığını anlatır. Hat kompozisyonu bulunan tablalarında "Bize hayır kapılarını aç", "Ey kapılar açan" şeklindeki tezyînâtıyla Sultan Ahmed Türbesi'nin kapı kanatlarının üst tablaları, seçkin örnekler oluşturmaktadır. Bu konuda bir sıralama yapmak gerekirse Hen-

desî tezyînat ve hat kompozisyonlu üst tablasıyla programlanan sedefkârî kapıların sedef işçiliği açısından en değerli örneği, III. Murat Türbesi kapısının Dalgıç Ahmed Çavuş imzalı üst tablalarıdır. Bu örneği Sultan Ahmed Camii, Yeni Cami, Sultan Ahmed Türbesi ile Hatice Sultan Türbesi giriş kapıları üst tablaları izlemektedir (Barışta 2009, 184). Türbe kapısı külliye'nin merkezî yapısı olan Sultan Ahmed Camii kapısının daha küçük ölçekli bir benzeri şeklinde ele alınmıştır.



Resim 30 *Sultan Ahmed Türbesi sedefli giriş kapısı*

Sultan Ahmed Camii sedef işlerinde ilgi çeken pek çok uygulamadan biri de Sultan Ahmed Türbesi kapı kanatlarında gözlenen ve cetvel olarak adlandırılan tablaların tezyinatını sınırlandıran şeritlerdir. Bir diğeri ise bir sathın üzerine tezyîni motifler oyulduğunda meydana gelen boşlukları, o satha benzeyen başka bir madde veya madenle doldurmak suretiyle yapılan süslemeleri ifade eden hâtem-kârî tezyinatıdır. Sultan Ahmed Türbesi kapı kanatları ve Sultan Ahmed Camii vaaz kürsüsünün babalarını taşıyan ayaklar üzerinde hâtem-kârî olarak adlandırılan uygulamanın güzel örnekleri görülmektedir, buna plaka-pul kakma ya da kaplama da denmektedir (Barışta 2009, 171).



Resim 31 *Sultan Ahmed Türbesi sedefli giriş kapısından detay*

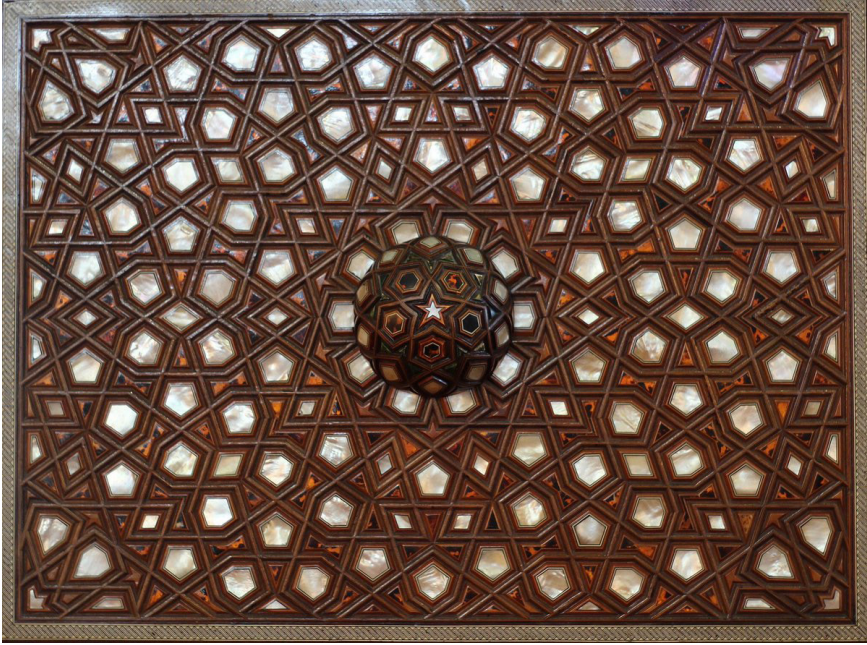
Türbe kapısındaki sedef uygulamaları davetkâr bir selamlama ile gireni karşılar; içerideki pencere kanatları da kündekârî ustalıklarıyla dikkati çeker. Sultan Ahmed Türbesi'nin Barbaros Türbesi'nin kapısındaki teknikle örtüşen üst üste oturtulan kare ve dikdörtgen kündelerin kaydırılmasıyla diagonal eksende dizilerek oluşturulmuş pencere kapakları, kündekârî tekniğinde klasik dönem çalışmalarındaki tavrın süregeldiğini ortaya koymaktadır (Barışta 2009, 170). Yine türbede yer alan sedef işçiliğinin farklı bir türü de sanduka parmaklıklarında görülmektedir. Sultan Ahmed'in sandukasını çeviren parmaklıkların sedef parçaları önceden hazırlanmış yuvalara oturtularak yani kakma tekniğiyle yapılmıştır (Barışta 2005, 476).

16. yüzyıl sedef işçiliği örneklerinin 17. yüzyıldaki devamına Sultan Ahmed Vaaz Kürsüsü güzel bir örnek oluşturmaktadır. Yaklaşık 116.5x116 cm. boyutlarında kareye yakın bir dikdörtgen tabana oturan ve önden çıkışlı bu kürsü, dört ayaklıdır. Kürsünün dört ayağı birbirine ızgaraları geçme olarak yapılmış delik işi dikdörtgen tablalarla bağlanmıştır. Böylece gövde, yükseltilen ayaklar üzerine oturtulmuştur. Sırt ünitesi yüksek tutulmuş parmakçağın dört köşesinde fildişi kakmalı birer baba vardır. (Barışta 2009, 164). Gövdenin ön cephesinde, diğer cephelerinde yer alan hendesi tezyînâtın on kollu yıldız merkezini kapatan bir kabarası mevcuttur.



Resim 32 *Sultan Ahmed Camii Va'z Kürsüsü*

“Sultan Ahmed Camii kapı kanatlarının ana malzemesinin ceviz olduğu, vaaz kürsüsünde ise cevizden hazırlanmış iskeletin dışında ayaklarda papel olarak isimlendirilen kalın kaplama (3-4 mm) bulunduğu, babaların altındaki ayaklarında şimşir, ızgara olarak adlandırılan parmakçalıklarda ceviz, kaplamalarında yılan ağacı (?) sedef, abanoz, fildişi ve bağa; cetvel olarak adlandırılan çizgisel bezemelerde şimşir, zencirek biçimindeki sıralı olarak isimlendirilen flatolarda ise yılan ağacı, sedef, bağa, fildişi, kurşun karışımı kalay metal kullanıldığı künde kari çalı şılmış gövde ünitesinde şimşir ağacından yapılmış kündeler sedef ve bağa ile süslendiği saptanmıştır” (Barışta 2009, 170-171). İnşâ evrakında dolap, çekmece gibi mobilyaların sedef işçiliğiyle yapıldığına dair kayıtlar yer alırken; malzeme ve işçilik konusunda detaylı bilgiler yer almamaktadır. Kürsü vb. mobilyalar hakkında ise hiçbir bilgi geçmemektedir.



Resim 33 *Sultan Ahmed Camii Va'z Kürsüsü hendesî tezyînât detay*

Sonuç Yerine

Sultan Ahmed Camii'nin, hünkâr kasrı ve minarelerin kapı kasalarının ve caminin pencerelerinin ahşap çerçevelerinde karaağaç kullanılırken, kaplamalarda çoğunlukla ceviz tercih edildiği görülmektedir. Özellikle şişme vb. ahşap aksamın işlevini bozacak mevsimsel ve doğal tahrip mekanizmalarını etkisiz kılma amaçlı yapılan ince marangozluk işi künde-kârînin uygulanabileceği parçaların ceviz vb. dayanıklılık derecesi yüksek ağaçlardan yapılması mantıklıdır. Nitekim bu durum Osmanlı Devri klasik mimarisinde ve genel estetik anlayışında estetikle işlevselliği birleştiren hikmetli iş yapışın bir gereğidir.

İnşâ evrakında malzemeler, ustalar vb. gibi verilen bilgiler yanında pencere işçiliğinde üç tür zikredilmektedir. Sedefkârî, devvom ve engüş olarak isimlendirilen bu türlerin ayrımı yapım tekniğiyle ilgilidir. Engüş ifadesi parmaklıklı harem pencerelerini; devvom hem sedef kakma, hem de künde-kârî pencereleri; sedefkârî ise hünkâr mahfilinde bulunan sedef işçiliği açısından ileri merhaleyi gösteren pencereleri anlatmak için kullanılmıştır. Devlet, Hacı Ali ve Üstâd Hasan eliyle yapılan pencere işçiliği için tekniğe göre ödeme yapıldığı görülmektedir.

Sedefkârî, devvom ve engüş olarak isimlendirilen pencerelerin adet üzerinden yer tespitleri yapıldığında bugün izlenen pencereler ve işçilikleri

üzerinden sınıflandırmaya çalışılmıştır. Kesin sonuçlar için daha çok yapının inşâ evrakının incelenmesi gerekmektedir. Ancak bir ön tespit ve sınıflandırma yapmak gerekirse; Sultan Ahmed Camii pencereleri için kullanılan engüşt ifadesi parmaklıklı alt kat nizâmî pencerelerini; devvom hem sedef kakma, hem de künde-kârî mihrab duvarı alt kat nizami pencerelerini; sedefkârî ise hünkâr mahfilinde bulunan sedef işçiliği açısından ileri merhaleyi gösteren pencereleri anlatmak için kullanılmıştır diyebiliriz. Sedef, fildişi, bağa ve nadir ağaçların farklı tekniklerle kakıldığı bu işlerde, hat kompozisyonlarıyla tezyin edilmiş üst tablalar hayli ilgi çekicidir. Mahfilin tüm pencerelerini dolanan bu hat kompozisyonlarında Sultan Ahmed'i öven ve anan bir şiirin beyitleri mevcuttur. Ayrıca inziva odasına açılan pencere-kapının arkasında bulunan kalemişi tezyînat, 17. yüzyılda böyle bir uygulamanın varlığını göstermesi açısından önemlidir. Hünkâr kasrına açılan kapının cetvellerinde yer alan sedef karanfil kakmalar kadar, mahfilin camiye açılan kapısında yer alan sedefli bademlerinde kalemişi tezyinat da dikkati çeker.

Sultan Ahmed Camii inşâ evrâmı oluşturan defterlerde yer alan bilgilere göre; sedef (2+10 tulum, 3 kantar, 12 lodra, 2.090 adet, 12 sandık), Hindî bağa (2 kafes, 2 kantar, 79 lodra), fildişi (10 tulum, 1 sandık, 1 kafes, 5 kantar, 50 lodra) ve bağa (1 sandık, 1 tulum) kapı kanatları ve pencere kapaklarında tezyînat unsuru olarak kullanılmıştır. Bunların yanında yenedünya kerestesi (48 kantar, 50 lodra), büyük ve küçük ölçekli abanoz kerestesi (11 kantar, 74 lodra+3 tulum) ve çûb-ı cevherdârî şeklinde geçen tropikal olması muhtemel ağaç çeşitleri kullanılmıştır. Ayrıca kurşun kalay karışımı ve yine uygulanan tekniklerle ilgili bağlayıcı malzemeler inşâ belgelerinde yer almaktadır.

Sultan Ahmed Camii mobilyaları ile ilgili Üstad Derviş eliyle yapılan iki büyük sedefli top kandil ve sedefli dört rahle ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Yine paravanlar ve Bahtiyârî Efendi'nin yaptığı çekmece ile ilgili de bilgiler de evraklarda yer almaktadır. Bugün bu mobilyaların hiçbirisi camiye de yer almamaktadır. Ayrıca bu çalışmada detayları verilen va'z kürsüsü de inşâ evrakında yer almamaktadır. Bunun nedenlerinden biri gelir ve giderleri kaydeden kâtiplerin bu konuda eğitim görmemiş olmalarıdır diyebiliriz. Ayrıca bu detayların tutulan kayıtlara katkısının olmaması, sadece ana kalemlerin değerlendirilmesi de bu duruma yol açmış olmalıdır. Nitekim defter düzeninde masrafların ana başlıklarının zikredilmesi muhasebenin sonuçlanmasında yeterli olmaktadır.

Sultan Ahmed Külliyesi'nde ince marangozluk işçiliğinin külliye yapıları arasında en yoğun olduğu yapılar cami ve türbedir. İnşâ evrakı külliyenin ana unsuru olan cami ile kasırlar, dükkânlar, odalar vb. hakkında olduğu için, inşâ süreci baninin vefatı dönemine rastlayan türbe ile ilgili

bilgiler yer almamaktadır. Bu yüzden, Sultan Ahmed Türbesi'nde sedef işçiliğinde kullanılan malzeme, teknik, ustalık ve işçilikle ilgili birinci derece kaynaklardan bilgi edinmek mümkün olmamıştır.

İnşâ evrakında perde, kapılar, pencereler ve rahleler olmak üzere 4 başlık altında sınıflandırılan sedef işleri için cami bütçesinden On yük otuz altı bin dokuz yüz kırk altı Akçe masraf yapıldığı bildirilir. İstanbul'daki Sultan Ahmed Camii ve Sultan Ahmed Türbesi'ndeki gelişmiş sedef işi örnekler 16. ve 17. yüzyılda gelişen ve Mimarbaşı Mehmed Ağa'nın da yetiştiği sedef atelyelerinin süregeldiğini ortaya koymaktadır. Hacim ve ebat açısından klasik dönem yapılarından büyük olan Sultan Ahmed Camii pencere ve kapıları ustaları arasında Mimarbaşılığa sedef mahareti ile adım atan Sedefkâr Mehmed Ağa'nın adı geçmemektedir. Bu kadar büyük hacimli ve sayıca fazla yapının oluşturduğu külliye ile meşgul olduğundan olsa gerek bizzat imzasının bulunduğu bölüm yoktur, fakat müstesna işçiliğiyle sedef işlerinin seçimi ve uygulamasında bizzat takip ettiği düşünülebilir.

KAYNAKÇA

- Arseven C. 1952. Sanat Ansiklopedisi. c.1-2-3-4-5, İstanbul.
- Barışta, H.Ö. 2005. “Osmanlı İmparatorluğu Dönemi 19 ve 20. Yüzyıl Sedef İşlerine İstanbul Türbelerinden Sanduka Parmaklıklarından Örnekler”. Vakıflar Dergisi, XXIX, Ankara, 463-480.
- Barışta, H.Ö. 2009. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi İstanbul Cami ve Türbelerinde Ağaç İşleri. Ankara.
- Bozkurt, N. 2015. “Sedefkârlık”. DİA, 283
- Efendi, C. 2005. Risâle-i Mi’âmîyye, (Haz: İ.Aydın Yüksel), İstanbul Fetih Cemiyeti, İstanbul.
- Gültekin, A.E. 2012. “Süleymaniye Camii’ne Ait Ahşap “Askı Top”un Konservasyon ve Restorasyonu”, Vakıf Restorasyon Yıllığı, Ankara, 4, 131-144.
- Hattstein, M. 2015. Islam: Art and Architecture,
- Kerametli, C. 1961. “Osmanlı Devri Ağaç İşleri, Tahta Oyma, Sedef, Bağ ve Fildişi Kakmalar”. Türk Etnoğrafya Dergisi, 4, İstanbul s. 1-15.
- Kolay, İ.A. 1986. XVI. “Yüzyılda Kullanılan Bazı İnşaat Malzemeleri ve Kullanım Yerleri”. 16. Yüzyılda Türk ve İslam Bilim ve Teknolojisi Sempozyum Bildiri Kitapçığı, İTÜ Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Kolay, İ.A. 2006. “Osmanlı Belgelerinde Yer Alan Bazı Ahşap Yapı Malzemesi Üzerine Düşünceler”. Sanat Tarihi Defterleri, Sayı 10, İstanbul, 30-31.
- Öten, A. (2017) Arşiv Belgelerine Göre Sultan Ahmed Külliyesi ve İnşası, Mar-mara SBE.
- ÖZ, T. 1942. “Sultan Ahmed Camii’nin Tezyini Hususiyetleri II.” Vakıflar Dergisi, 2, Ankara, 209-212.
- Taşkın, Ü. 2005. Osmanlı Devleti’nde Kullanılan Ölçü ve Tartı Birimleri. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Elazığ.
- BOA, D.00211.001.00 TSMA.d 35, 13b, 14 Zilhicce 1018/10.03.1610
<https://sozluk.gov.tr/>

AĞIRLIK VE HAFİFLİK
BAĞLAMINDA ÇAĞDAŞ
SANATA BİR BAKIŞ

BÖLÜM

3

Burhan YILMAZ¹

¹ Doç. Dr., Düzce Üniversitesi. Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Resim Bölümü, burhan-yilmaz12@gmail.com

GİRİŞ

Sanatçılar genellikle kendilerine yakın buldukları konularda belli başlı bazı problemlerle ilgilenerek çalışmalarını oluşturmaktadır. Bu problemler insan, toplum, ekoloji, çevre, yaşam vb. gibi olgularla ilişkili olduğu gibi tamamen estetiği sorunsallaştıran içeriklerle de ilgili olmaktadır. Ağırılık ve hafiflik kavramları da sanatçıların zaman zaman çalışmalarında merkeze alınan ve eserlerde işlenen konulardandır. Ağırılık ve hafiflik hem felsefi-estetik bir başlık altında hem de insan ile ilgili çeşitli konularda üretilmiş çalışmalarda bağlam olarak kullanılmaktadır. Bu araştırma boyunca ağırılık ve hafiflik kavramlarının çeşitli anlamları ve sanat eserlerinde kullanımları ele alınması amaçlanmıştır.

Ağırılık kelime anlamının dışında günlük kullanım dilinde ve edebiyatta insanın ruh durumundan, toplumsal anlamdaki zor koşullara, fiziksel olarak yavaş olmaya, hantal olma durumuna olumsuz birçok yan anlamlara sahipken olgunluk, önemlilik ve öncelik gibi olumlu anlamlara da sahiptir. Hafiflik de benzer biçimde uçarılık ve geçicilik gibi olumsuz; rahatlık, incelik ve genişlik gibi olumlu yönlerle sahip olarak bilinmektedir. Ancak bu kavramlar açısından olumlu ve olumsuz birçok anlamın kurulması için seçilen durumlar ve örneklerin belirleyici olduğu unutulmamalıdır. Milan Kundera (2007:13) "...hafiflik/ağırılık karşıtlığı bütün karşıtlıkların en gizemlisi, en çift anlamlısıdır" derken seçilen bu kavram çiftinin önemini dile getirmektedir. Diğer yandan sanat eserinde de ağırılık ve hafiflik doğrudan fiziksel olarak kullanımı ve dolaylı olarak kullanımıyla çok önemli estetik açılımlara imkân vermiştir. Ağırılığın kavramsal kısmının çeşitli sanatlarda kullanımının yanı sıra günümüz sanatında ağırılık ve hafiflik doğrudan, fiziki maddeyle ilgili oldukları halleriyle kullanılmıştır.

1. Ağırılık ve Hafiflik Üzerine

Günlük yaşam içerisinde deneyimlenen bu ağırılık ve hafiflik durumu bilimsel birer gerçeklik olarak bilinmektedir. Kütle çekimi kuvvetinin nesnelere etkisi sonucunda nesnelerin ağırlığı denilen olgu meydana gelmektedir. Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre ağırılık kavramının ilk anlamı "Ağır olma durumu" şeklinde verilmiş ve yine TDK. Sözlüğünde fizikteki ağırılık şöyle tanımlanıyor: "Yer çekiminin, bir cismin molekülleri üzerindeki etkisinin oluşturduğu bileşke, gravite"(TDK, 2019). Ağırılığın miktarı da hafiflik denilen olguyu ortaya koymaktadır. Yine TDK. Sözlüğüne başvurulduğunda hafiflik, "hafif olma durumudur" ancak buradan da hafif kelimesine bakmak gerekir ve hafif "Tartıda ağırlığı az gelen, yeğni, ağır karşıtı" olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan ulaşılabilecek bir sonuç da şudur ki; anlam olarak da hafiflik ve ağırılık, insanın kendi amacı dahilinde atayacağı bir noktaya göre belirlenmekte ve her iki kavram da birbiri-

nin zıt olmasıyla konumlandırılmaktadır. Hem hafiflik hem de ağırlık, ölçümlerin kesinliğinin dışında durumlara ve ölçme işlemini gerçekleştiren kişinin amacına göre belirlenen olgulardır. Bu durum, ağırlık ve hafiflik kavramlarının sanatta soyut anlamda kullanımında da belirsizliğe neden olabilir. Örneğin bazı renklerin ağır, bazılarının hafif olduğunu ifade etmek kişiye ve duruma göre seçilmiş bir ifadedir. Böyle bir konuda rengin psikolojik ve sübjektif yanları etkili olacağından anlam aktarımının belirsizliği ortaya çıkacaktır. Bu belirsizliği aşmak amacıyla daha çok ağırlığın ve hafifliğin fiziksel gerçeklik olarak ve fiziksel gerçekliğe bağlı durumlar olarak kullanıldığı eserler seçilmişlerdir. Bu nedenle ağırlık ve hafifliğin ölçülmesinin tarihine bir bakmakta fayda vardır.

Ağırlığın ölçümü ve bu ölçümün tarihi oldukça önemlidir: Mahir Ocak, “Hem bilimsel çalışmalar hem de günlük hayattaki pek çok etkinlik için kendi içinde tutarlı ölçüm birimlerine ihtiyaç vardır” (Ocak, 2018) diyerek ölçü birimlerinin kesin bir şekilde belirlenmesinin önemini vurgulamaktadır. İşte bu noktada ağırlık ve hafifliğin fiziksel anlamdaki varlığının ve ölçümünün gelişim hikayesi önem kazanmaktadır.



Resim 1. *Büyük K (Kilogram, İridyum ve platin alaşımı metal silindir) Ağırlıklar ve Ölçüler Uluslararası Bürosu, Paris, Fransa*

Ağırlığın temel ölçü birimi olan kilogramın tarihi metrik sistemin kuruluşuyla ilgilidir. Fransa’da 1793 yılında +4 derece sıcaklıkta 1desimetreküp suyun ağırlığının 1 kilogram olarak kabul edilmesiyle ilk ölçüm standartlaştırma çalışması yapılmıştır. Sonra, 1872 yılında 1 Kilogram için iridyum ve platin alaşımı metal kütle prototip olarak belirlenmiştir. Bu 1 kilogram ağırlığındaki silindir cam fanusların içerisinde korunmaktadır (Resim 1). 1879’da bu prototipin kopyaları alınmış ve Metre Konvansiyon-

nu'na katılmış olan ülkelere dağıtılmış, böylece uluslararası bir ölçü sistemi kurulmuştur (Frost, 2018). Bu Kilogramın ortaya çıkma öyküsü ağırlığın ölçülmesindeki ilk uluslararası standartlaşmadır. Fiziki ağırlıkla ilgili bu bilimsel bilgiler bir sanat formu için ilginç bir bağlamı oluşturmaktadır. Ağırlığın en bilimsel halinin kullanıldığı bir sanat eseri örneği ile formun ağırlığı ve hafifliği konusuna geçiş yapmak artık mümkündür.

2. Ağırlık ve Hafiflik Bağlamından Bir Bakış

Pera Müzesinin kalıcı bir koleksiyonu konumuz açısından oldukça ilginç veriler sunmaktadır. Bu koleksiyon Yakın Doğu'da ve Anadolu'da tarih boyunca kullanılan ağırlık birimlerini gösteren bir koleksiyondur. Koleksiyonda yer alan ağırlıklardan en önemlilerinden birisi M.Ö. 2000-1000 zamanlarına tarihlenen ve Mezopotamya'da kullanılan "Uyuyan Ördek biçimli ağırlık" iken bir diğeri "Herakles Büstü" biçimli kantar ağırlığıdır. Yüksekliği 15 cm., ağırlığı 3785 gram olan Herakles Büstü biçimli ağırlık M.S. 2. Yüzyılda kullanılmıştır. Bu ağırlık örneklerinde olduğu gibi Kilogramın kabul edilmesinden önce her kültürde çok çeşitli ağırlık birimleri ve yöntemlerinin uygulandığı bilinmektedir. Şekel ve Mina gibi ağırlık birimleri, aşık kemiği gibi nesneler eski dönemlerden beri ağırlık sistemlerinde kullanılmıştır (Pera Müzesi, tarihsiz).

Tarihteki kültürlerin ağırlık birimlerine ait nesnelerin günümüze seslenmesi oldukça ilginç bağlamlar üretilmesine ortam sağlamıştır. Günümüzde sanatçı Nicola Lorini, Suna İnan Kıraç Vakfının kurmuş olduğu Pera Müzesinde ağırlıklar koleksiyonunun olduğu bölümde bir video ve enstalasyon çalışmalarından oluşan bir sergi gerçekleştirmiştir. "Tüm zamanlara, Tüm Üzgün Taşlara" adındaki bu sergi Pera Müzesinin Anadolu Ağırlık Ölçüleri Koleksiyonu'na anlam açısından eklenebilecek ve bu koleksiyonu işaret edecek şekilde hazırlanmış bir çalışmadır. Serginin adı filozof Marcuis de Condorcet'in metrik sistem için kullandığı "Tüm insanlara, tüm zamanlara" sözünden almaktadır (Asar, 2019). Çalışma video ve mekâna yayılmış heykellerden ve objelerden oluşmuş bir enstalasyon şeklindedir. Sanatçı Nicola Lorini'nin bu eser hakkındaki konuşmasından ilgili bir kesit şu şekildedir:

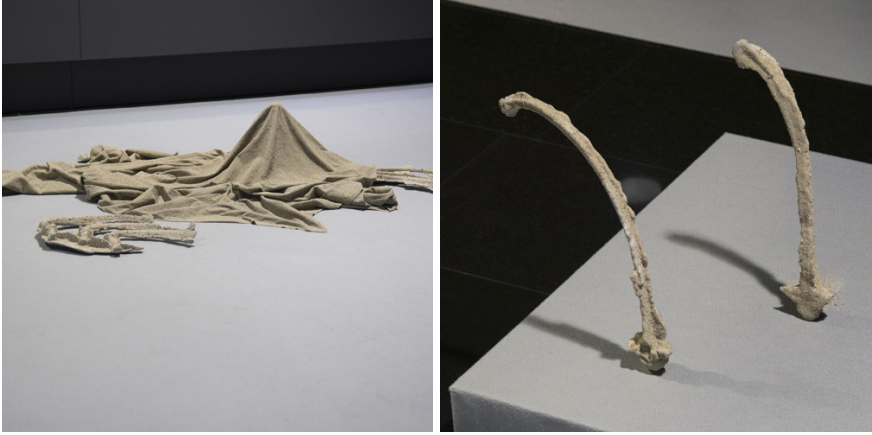
"...imge ve öyküler toplamaya başladım. Sonra iki öykü çıktı karşıma. Biri kilogramın yeniden tanımlanmasının öyküsüydü. Çünkü Paris'te muhafaza edilen orijinal iridyum platin alaşımı silindir hafifleşmiş, aşağı yukarı 130 yılda. Bilim insanları telaşlanmış, çalınma tehlikesi de var. Kilogram kavramının fiziksel bir nesneye dayanması gerektiği fikrinden acilen dönmeleri gerekmiş. Mutlak bir formüle dayanan ve fiziksel bir varlığı referans almayan bir kilogram tanımı geliştirmişler" (Lorini, 2019).

Sanatçının burada belirttiği kısım tamamen serginin kurulduğu mekâna özgü bir noktayı işaret etmektedir. Sanatçı çalışmasındaki temel argümanlardan birini tayin ederken kilogramın maddi varlığını dolayısıyla da kilogramın ilk prototipini merkeze almaktadır. Burada sanatçı kilogram öncesinde var olan ve eski uygarlıklardan kalma birçok ağırlık ölçeğinin bulunduğu salonda bilgisel bir güncelleme getirmiştir, bu koleksiyonda yer alan antik ölçeklerle son güncel ölçeğin bilgisini birleştirmiştir. Lorini ayrıca Kilogramın prototipinin bir madde olmaktan çıkarılması öyküsünü, bir formüle dönüştürülerek daha korunabilir hale getirilmesi bilgisini fiziksel maddeden soyut bilgiye- maddesizleşmeye- geçilmesi olarak ifade etmiştir (Lorini, 2019). Bu durum aslında tam olarak bir ağırlığın (kavramsal anlamda da) hafifleştirilmesi olarak yorumlanabilir. Diğer yandan sanatçı bu durum ile tamamen zıt bir başka ölçme olayına dikkat çekerek çalışmasındaki kavramsal kökenin başka bir yönünün açıklamasını yapmak istemiştir:

“Diğer yandan da internetin ağırlığını tanımlamaya teşebbüs eden California Üniversitesi profesörü karşıma çıktı. Tam şu anda interneti mümkün kılan elektronların fiziksel ağırlığı burada söz konusu. Bu da orta boy bir yumurtanın ağırlığına denkmiş. Bu iki öyküden biri kilogram modelini maddesellikten kurtarmayı hedefliyordu, öteki de internetin maddi olmayan yanını maddileştirmeye çalışıyordu ki internet de tamamen maddilikten uzak altyapılardan kuruludur...” (Lorini, 2019).

Lorini, burada hafiflediği için salt bilgi düzeyine indirgenen bir ağırlık ölçüsünün karşısına madde temelli olmayan bir varlık alanının, internetin ağırlığının ölçümünü koymaktadır. Kilogramı temsil eden Büyük K adlı silindirin yerini bir formülün alması- metal bir silindirin yerine maddi olmayan bir bilginin gelmesi ile, maddeyle ilgisi olmayan internetin ağırlığının ölçülmesinin zıtlığı bu çalışmanın kavramsal bir alt metni olarak sunulmaktadır.

Sanatçı, çalışmanın enstalasyon kısmında malzeme olarak kumu ve geyik kemiğini kullanmıştır. Kum ve geyik kemiğinden yapmış olduğu heykelleri salonun zemininde ve çeşitli köşelerinde mekâna doğrudan yerleştirmiştir. Bu şekilde enstalasyon, Ağırlık Koleksiyonunun olduğu yere eklemlenmiştir. Sanatçı kumu seçmesindeki nedeni açıklarken de kumun uygarlıklar açısından çok önemli olduğunu vurgulamaktadır. Lorini’nin ifadesine göre kum, aynı zamanda silikonun yapımında kullanıldığı için bu sergideki en önemli göstergelerden biridir (Lorini, 2019).



Resim 2. Nicola Lorini, 2019, “Tüm zamanlara, tüm üzgün taşlara” Enstalasyon, Pera Müzesi, İstanbul

Maddesel olmayan bir varlık türünün fiziki maddelerin ölçümünde kullanılan yöntemlerle ölçümü imkânsız bir deneme gibi durmaktadır. Ancak öyle midir? İnternetin ağırlığının ölçülmesi bir anlamda ölçme işleminin çeşitliliği hakkında fikir vermektedir. Bu anlamda bir ölçme işlemi için Antik mısır resimlerine bakmak yerinde olacaktır. Eski Mısır Uygarlığında mezar odalarında ölümlerin nasıl öteki dünyaya geçeceğini gösteren resimlerle dolu “Ölümler Kitabı” bulunmaktadır. Oğuz Tekin, Yakın Doğu Uygarlıklarından Bizans’a Terazi ve Terazi ağırlıkları adlı çalışmasında çeşitli ağırlıkların tarihteki kullanımları ve ağırlık nesneleri-araçları araştırmıştır. Bu araştırmada konumuz açısından ilginç bir ağırlık ölçme ritüelinden bahsedilmiştir, soyut bir kavram olan günahın tamamen maddi yöntemlerle tartılması ritüelidir bu:

“Ölümler Kitabı’nda yer alan büyülerden birkaçı, ölünün yüreğinin tartılarak yargılanma ritüelini içerir. Terazinin bir kefesine ölünün yüreği, diğer kefesine Ma’at’ın devekuşu tüyü konurdu; yürek vicdanı, tüy ise adaleti sembolize ederdi. Terazi dengede kalırsa veya yürek tüyden hafifse, yüreğin günahsız ve kötülüklerden arınmış olduğuna inanılırdı. Böylece ölü yolculuğuna devam eder, *duat* denen öteki dünyada yaşama hak kazanırdı... Ağır gelen yürek, günahın fazla olduğuna işaret etti ve orada hazır bulunan Ammit canavarı tarafından yenirdi” (Tekin, 2016: 2-3).

Burada görüldüğü üzere soyut bir kavram olan günahın ölçülmesi beden en temel yaşam organı olan yüreğin tartılmasıyla gerçekleştirilmek istenmiştir. Soyut bir olgunun veya metafizik varlığın fizik kurallarıyla işleyen bir teraziyle ölçülmesi işi ile sanat arasında bir benzerlik kurulabilir. Bilindiği gibi sanatsal yaratıcılık gerçeğin ve hayalin, maddesel olanın ve soyut olanın karıştığı, muğlaklaştığı bir yaratıcılık alanıdır. Ağırlığın ve hafifliğin kullanıldığı bir sanat çalışması burada örnek olarak verilebilir.

Yaşam ve ölüm arasındaki sınırlarla oynamayı deneyen bir sanatçı olan Felix Gonzalez-Torres'in çalışmaları bu noktada akla gelmektedir. Özellikle bu sanatçının *İsimsiz* (Ross'un Portresi) (1991) adlı çalışması yas duygusunun ağırlığının dokunaklı bir şekilde ifade edilmesini içermektedir. Sanatçı AIDS hastalığı sebebiyle genç yaşta ölen sevgilisi Ross'un bedeninin ağırlığına eşit ağırlıkta şeker yığını galerinin köşesine yığmıştır. İzleyiciler bu sanat eserinden parça parça şekerler alarak ceplerini doldurmuşlar, orada yemişlerdir (Pedrosa ve Hoffman, 2011:46).



Resim 3. *Felix Gonzalez-Torres, İsimsiz (Ross'un Portresi), Enstalasyon, 1991*

Gün içerisinde gelip galerideki köşesinde yığılmış duran şekerlerden alan her izleyici şekerlerden aldıktan sonra çalışmanın ağırlığı azalmış, çalışma hafiflemiştir. Yani Ross'un bedeninin hastalıktan eriyip ölüme doğru ilerlemesinin bir temsili izleyicilerin rol aldığı bir performansta gerçekleştirilmiştir. Diğer yandan sanatçı ise geceleri bu eksikliği tamamlamak için uğraşmıştır. Jelatinlere şekerleri sararak hafifleyen çalışmayı eski ilk ağırlığına yetiştirmek için çalışmıştır (Bourriaud, 2004:92). Böylece Ross'un bedenini yeniden canlı olduğu ana döndürme ritüelini kendince tekrar ettirmiştir. Burada ağırlık ve hafiflik doğrudan şekerlerin toplam ağırlığını ve Ross'un bedeninin ağırlığını ifade ettiği için fiziki bir ağırlığın doğrudan kullanımı söz konusudur. Gonzalez-Torres'in bu çalışmasında yas duygusunun ağırlığının temsili bir ifadesi veya ölçüsüne dönüşmüş bir fiziki ağırlık söz konusu olmaktadır. Bilindiği gibi yas duygusu aslında sevilen birinin ölümünün ardından yaşanan travmanın atlatılması açısından yaşanması gerekli bir süreçtir ve film, dizi, fotoğraf da dahil birçok sanat eserinde konu edilmektedir (Yılmaz, 2019). Gonzalez Torres yas duygusunu sanatsal yaratıcılığı aracılığıyla ağırlık ve hafiflik bağlamında bir esere dönüştürmeyi başarmıştır.

İzleyicilerin aldığı her bir parça şekerin Ross'un bedeninin bir parçası olduğunu düşünen sanatçı, şekerleri yiyen kişilerin bedeninde Ross'un yaşam bulduğunu varsaymıştır. Yas gibi ağır bir duyguyu belki de büyüsel bir ritüele benzeyen bir sanat eylemiyle hafifletmek, yaşanılır kılmak isteğiyle, acının ağırlığını paylaşmanın bir yolunu bulmuştur. Tam bu noktada Italo Calvino'nun, "Var Olmanın Dayanılmaz Hafifliği" (Milan Kundera) adlı roman hakkında "ortak insanlık durumuna özgü ağırlığın doğrulanması" şeklindeki ifadesi hatırlanmalıdır (Calvino, 1991: 21). Ross'un bedeninin gittikçe hafiflemesi ve sonunda hastalık nedeniyle ölmesi, sevilen kişilerin ölümünden geriye kalan ağır yas duygusunu bırakması tamamen kişisel bir olay iken, olayın bir sanat eserinde işlenmesi bu kişiselliği toplumsal bir düzleme çekmekte insanlığın ortak durumunu işaret eden ağırlığın sağlamasını (a.g.e) gerçekleştirmektedir.

Sağlıklıyken 80 kg. olan Ross'un dünyada kapladığı alan ve ağırlığı diğer insanlardan ne çok fazla ne de çok az olduğu tahmin edilebilir. Ross'un bedenine ait bu türden tekil bilgilerin durumu, galeri mekânındaki şeker yığınının ağırlığı aracılığıyla, yani sanat eserinin dolayımıyla toplumsallaşmış olmaktadır. Diğer yandan Ross'un ölüm nedeni de olan ve tamamen insan eliyle üretilmiş bir hastalık olan AIDS'in neden olduğu bir ölüm olayı insanlığın geldiği noktanın anlatımı için de bir araç gibi kullanılmıştır. Bu noktada insanlığın muazzam gelişmesi hem insanlığın kendisine hem de dünyadaki diğer bütün canlılara çok ağır bedellerin ödetilmesine ve ödetilmeye devam edilmesine neden olduğu bilgisi devreye giriyor. Kendi varlığını sürdürmek ve medeniyetini yükseltmek için doğadaki bütün kaynakları sınırsızca kullanan insanlık kendini var ettiği koşulların hepsini kendini yok etme potansiyeline dönüştürerek oluşturmaktadır. Günümüzde insanın doğayı etkilemeye başladığı jeolojik zaman evresine Antroposen Çağ adı verilmektedir (Harari, 2015: 83). Antroposen Çağda ise insan doğada en çok tahribata son iki yüzyılda neden olmuştur. Ve insan günümüzde sadece kalabalık varlığıyla bile hatta bedeninin ağırlığının oranıyla bile diğer canlıların ve bütün canlılığın haklarını gasp etmiş gibi görünmektedir. Buradan hareketle Harari'nin sözleri oldukça manidar bir genişlemeyi sağlamaktadır:

"Bugün dünya üzerinde neredeyse 7 milyar Sapiens yaşıyor. Tüm bu insanların büyük bir kantara çıkarırsanız ağırlıkları 300 milyon ton eder. Tüm evcilleştirilmiş çiftlik hayvanlarının (inekler, domuzlar, koyunlar ve tavukları) ağırlıklarıysa 700 milyon ton edecektir. Buna karşılık yaşayan tüm büyük vahşi hayvanların (kırpillerden penguenlere, fillerden balinalara kadar) ağırlığıysa 100 milyon tondan azdır" (Harari, 2015:263).

Burada verilen ağırlık oranları sadece beden ağırlıklarının karşılaştırılması, oysa insana ait yapay dünyanın ağırlığı hesaba katılsa çok daha bü-

yük bir karşıtlık görülebilir. Diğer yandan Ross'un eriyen tekil bedeninin ağırlığından insanlığın bedeninin total ağırlığına AIDS gibi bir küresel felaketin bağlamıyla ulaşılabilir. Ancak Ross'un bedenini temsil eden şekerlerin ambalajındaki plastik ise başka bir felaketin işareti olarak okunabilir mi? Bu şeker ambalajları çöplere karışıp Yedinci Kıtanın oluşumuna katkı sağlamış mıdır? Nedir bu Yedinci Kıta? Pasifik Okyanusunda oluşan 3,4 milyon kilometrekare genişliğe yayılan 7 milyon ton ağırlığındaki plastik çöp yığınının "Yedinci Kıta" adı verilmiştir. 16. İstanbul Bienali'nin konusu olan Yedinci Kıta tam da Antroposen çağındaki ekolojik sorunlar üzerine düşünme pratiğine zemin olacak bir konudur (Bourriaud, 2019).

Bütün doğa üzerindeki tahakkümünü ve doğanın harcanıp yok edilmesindeki sorumluluğunu henüz anlamak istemeyen insan, kendisini evrenin merkezine koyacak çeşitli düşünce sistemleri geliştirerek avutmakta gibidir. Tek akıllı canlı türü olmanın ve bu akıl sayesinde elde edilen teknolojik ve bilimsel ilerlemenin yaratacağı olumsuz etkilerin hepsinin üstünü örtmek için soyut veya metafizik varoluşların gölgelerinde yığılan insanlık kendisini temsil eden bazı metaforlar seçmiştir. Sanat bu tür temsil durumlarının tespitini yapıp, kendisini tanrıyla insan arasında konumlandırmış kutsal statüye sahip olan yapılara yukarıda sözü edilen sorumluluğun temsili bir cezasını sunma yolunu bulabilmiştir. Maurizio Cattelan'ın çalışması tam olarak bu noktada günah, sevap, kutsallık, ağırlık ve hafiflik kavramlarını tersyüz edecek şekilde devreye girmektedir.

Cattelan'ın La Noa Ora (9. Saat) (1999) adlı çalışması üzerine göktaş düşmüş Papa 2. John Paul'ü göstermektedir. Bu çalışma Venedik Bienali'nde sergilendiğinde çok ses getirmiştir. Çünkü Hristiyanlığın dini lideri tanrı tarafından cezalandırılmış gibi göktaşının altında kalmış ve acı çekmekte ya da bu nedenle ölmüş şeklinde gösterilmektedir. Göktaşının ağırlığı burada fiziksel olarak işin içerisine katılmıştır. Bir form olarak ağırlık tören kıyafeti içerisindeki Papa'nın tam üzerine çökmüştür. Papa'nın kutsal konumunun ağırlığı ve elindeki tören asası bile bu ağırlığı bertaraf edememiştir. Bu çalışma Cattelan'ın eleştirel ve muzip yaklaşımını, kavramları ve formları kullanışındaki stratejisini de tam olarak açığa çıkarmaktadır. Ağırlık ve hafifliği form olarak doğrudan kullanırken alaycı bir eleştirelilikle hem sanatsal hem de Hristiyan geleneğe bir olumsuzlama düşüncesini ortaya koymuştur. Burada Eski Mısır Uygarlığındaki Ölüler Kitabında yer alan günah tartma seremonisinin bir gölgesi yer almaktadır. İlkel bir inanç biçimindeki töreni gösteren iki boyutlu stilistik çizimden, Hristiyanlığın liderinin bir günahın cezalandırılması anındaki gösteren hiperrealist heykel çalışmasına varan bir bağlantının gölgesidir bu gölge. Bu çalışmada ağırlık, form olarak göktaşının varlığında sabitlenmişken, hafiflik de bu ağırlığın altında ezilen Papanın Tören kıyafetinde görülebilir. Ancak formdan başka anlam düzeyinde de ağırlık ve hafiflik kavramlarına ulaş-

mak çok zor değildir. Sanatçının ele aldığı konu yani Papa, konum olarak oldukça ağır bir noktadadır. Üç büyük dinden birinin dini lideri konumu gereği oldukça ağır bir noktada yer alır. Sanatçının çalışmasıyla bu durum tersyüz edilmiştir. Papanın ağırlığı inananlarının günahlarını bağışlayarak onları hafifletme işlevi olan bir ağırlıktır ama bu eserde doğrudan göktaşının ağırlığı altında kalmıştır. Bir form olarak ağırlık, fiziksel olarak ağırlık ve anlam açısından ağırlık alaycı eleştirinin hafifliğinin sağladığı bir ortamda işletilmiştir. Göktaşının fiziki ağırlığı Papa'nın metafizik ağırlığının üstüne düşmüştür- bu da sanatçının ironik dokunuşuyla mümkün olmuştur. Bu ironik dokunuş göstergelerle temsil edilen gerçek varlıkların gerçeküstü- gerçek dışı bir görüntüsünü yaratmıştır. Bu görüntüdeki gerçek dışılık Jaques Ranciere'nin deyişiyle “temsil edilen şeyin ağırlığını ondan çekip alan gerçeğe dışılık statüsüdür” (Ranciere, 2008:112).



Resim 4. Maurizio Cattelan, *La Noa Ora (9. Saat)*, 1999, Heykel-Enstalasyon, Venedik

Cattelan'ın çalışmalarında “Kendisinin de vurguladığı gibi görünürdeki absürtlüğün altında derin kavramsal önermeler yatıyor” (Çarmıklı, 2016). Cattelan'ın bu çalışmasıyla yarattığı ortam ise sanatçının alaycı tarzının açık bir göstergesidir. En basit düzeyde yaşamın içerisinde belli ağırlıkların nedeni olan iktidarın bir şekilde alaşağı edilmesini içermektedir. Alaycı ironi gerçek varlıkları temsil eden gerçekçi göstergelerin gerçeküstü bir sunum içerisinde buluşturulmasıyla ağırlık ve hafifliğin yer değiştirmesini sağlamıştır. Ve bu durum oturmuş, ağırlığını kurmuş yapıların temelini sarsma girişimi olarak okunabilir. Bunu da doğrudan Calvino'nun (1991) yaşamın

ağırlığını karşılayacak olanın edebiyat olması önerisini genişleterek yorumlayabiliriz, edebiyat ve sanat, bu ağırlığı kırmayı mümkün kılmaktadır.

SONUÇ

Çağdaş sanatta eserin kendisi kadar işlediği konuların da önemli olduğu bilinmektedir. Günümüzde birçok konunun yanında ağırlık ve hafiflik olguları hem kavramsal olarak hem de birer gerçeklik olarak sanatta görülmektedir. Bu çalışmada çağdaş sanatta ağırlık ve hafiflik olgularının işlenme biçimleri örnek sanatçı ve eserlerle ele alınmıştır. Gerçeklik olarak ağırlık ve hafiflik birçok sanat eserinin fiziksel varlığında kullanılmıştır. Ağırlığın ve hafifliğin kullanılışı sanatçıların çalışmalarındaki içeriklere göre şekillenmektedir. Bu konu çağdaş sanat açısından ele alınırken form olarak, görüntü olarak ve varoluş olarak ağırlık ve hafifliğin kullanılışı incelenmiştir. Nicola Lorini, Felix Gonzalez-Torres, Maurizio Cattelan adlı sanatçıların seçilen çalışmaları konunun açıklanmasında kullanılmıştır. Bu sanatçılar hafiflik ve ağırlık gibi olgulara dayalı olarak ürettikleri eserlerle sanatta ifade biçimlerinde sınırları zorlamışlardır.

Ağırlık ve hafiflik çağdaş sanat açısından çeşitli konularda söz söylemeye ve düşünce üretmeye cüret eden sanatçıların ve sanat eserlerinin içerisinde doğrudan yer almaktadır. Ele alınan sanatçılar ve eserlerine bakıldığında ağırlık ve hafifliğin kullanımının kaçınılmaz bir noktada olduğu tespit edilmiştir. Lorini'nin "Tüm zamanlara, tüm üzgün taşlara" adlı çalışması, ağırlık biriminin değişimi ve internetin ağırlığının ölçümü konusu insanlığı ortak paydada buluşturan ölçü araçlarının sorgulanmasını içermektedir. Bu yolla modern kültürün varlığı üzerine düşünme belki de bir ölçme girişimi yapılmıştır. Diğer yandan ağırlık ve hafiflik bağlamındaki yolculuk Gonzalez-Torres'in yapıtında ise bedenin ağırlığından, ölümün ve yasın ağırlığına, bu noktadan da tekil bedenden insanlığın bedeninin toplam ağırlığına ve bu bedenin varlığı için antroposen çağ boyunca bedel olarak karşımıza çıkan yıkımlara uğramaktadır. Günahın ağırlığını tartacak ilkel bir seremoniden geçen kavramsal izlek (ağırlık ve hafiflik kavramlarının izleği) Cattelan'ın eserinde inanç ve adalet ile ilgili eleştirinin ironik varlığına dokunmuştur.

KAYNAKÇA

- Bourriaud, N., (2004), İlişkisel Estetik, **çev:** Saadet Özen, Bağlam Yayınları: İstanbul
- Calvino, Italo (1991) Amerika Dersleri, **çev:** Kemal Atakay, Can Yayınları
- Harari, Y. N. (2015), Homo Sapiens, **Çev:** Ertuğrul Genç, Kolektif Kitap: İstanbul
- Pera Müzesi (Tarihsiz), Öğretmen Rehber Kitapçığı-Anadolu Ağırlık ve Ölçüleri Koleksiyonu Sergisi, Suna ve İnan Kıraç Vakfı: İstanbul
- Pedrosa, A. ve Hoffmann, J. (2011). *İsimsiz, 12. İstanbul Bienali*. İstanbul: İKSV ve

Yapı Kredi Yayınları

- Ranciere, J., (2008) Görüntülerin Yazgısı, **Çev:** Aziz Ufuk Kılıç, Versus Yayın: İstanbul
- Tekin, O., (2016), Yakın Doğu Uygarlıklarından Bizans'a Terazi ve Terazi ağırlıkları, Türk Eskiçağ Bilimleri Haberler Dergisi, Sayı 42, 2016, s. 2-11.
- Yılmaz, Tuğba, (2019), The Sinner Dizisinin Travma Sonrası Stres Bozukluğu Bağlamında Değerlendirilmesi, Ayna Klinik Psikoloji Dergisi, Sayı 6. Cilt. 2. S.183-203.
- Asar, M. C. (2019), Zamanın Ürettiklerine **Çizgidsi** Bir Bakış:"Tüm Zamanlara, Tüm Üzgün Taşlara", Link: <https://artilop.co/zamanin-urettiklerine-cizgi-disi-bir-bakis-tum-zamanlara-tum-uzgun-taslara/> Erişim Tarihi: 1. 09.2019
- Bourriaud, N., (2019), Küratörün Metni, Link: <https://bienal.iksv.org/tr/16-istanbul-bienali/kuratorun-metni> Erişim Tarihi: 3. 09.2019
- Çarmıklı, B., (2016), Pariste Bir Hiciv Ustası: Maurizio Cattelan, link: <http://www.banucarmikli.com/pariste-bir-hiciv-ustasi-maurizio-cattelan/> Erişim Tarihi: 14. 09.2019
- Frost, Natasha, 2018, A Brief History of the Kilogram Link: <https://qz.com/1458672/the-history-of-the-international-prototype-kilogram/> Erişim Tarihi: 1. 09.2019
- Lorini, N. (2019), Röportaj, Link: <https://www.youtube.com/watch?v=VCXkgll-JeOg> Erişim Tarihi: 1. 09.2019
- Lorini, N. Hakkında haber : <https://www.haberler.com/kilogramin-yeni-tanimina-guncel-sanat-yorumu-12344879-haberi/> Erişim Tarihi: 4. 09.2019
- Ocak, M. (2018), Kilogramın tanımı değişmek üzere: Erişim linki: <http://www.bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/kilogramin-tanimi-degismek-uzere> Erişim Tarihi: 1. 09.2019
- TDK **Sözlüğü**, 2019, Erişim Linki: <https://www.sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 20.10.2019
- TDK Sözlüğü, 2019, Erişim Linki: <https://sozluk.gov.tr/?kelime=> Erişim Tarihi: 20.10.2019

Görsel Kaynakça

- Resim 1: Erişim Linki: <http://www.bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/kilogramin-tanimi-degismek-uzere> Erişim Tarihi: 15.10.2019
- Resim 2: Erişim Linki: <https://www.peramuzesi.org.tr/Aktivite-Detay/Tum-Zamanlara-Tum-Uzgun-Taslara/971> Erişim Tarihi: 15.10.2019
- Resim 3. Erişim Linki: <https://publicdelivery.org/felix-gonzalez-torres-untitled-portrait-of-ross-in-l-a-1991/> Erişim Tarihi: 10.11.2019
- Resim 4. Erişim Linki: <http://www.banucarmikli.com/pariste-bir-hiciv-ustasi-maurizio-cattelan/> Erişim Tarihi:14.10.2019

SANATIN ARAZİDE BİÇİM ALMIŞ HALİ; LAND-ART

BÖLÜM

4

Hande Sanem ÇINAR¹
Funda YİRMİBEŞOĞLU²

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Türkiye

² Prof. Dr. İstanbul Teknik Üniversitesi ,Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü,Türkiye

GİRİŞ

Sanat, insanlık tarihi boyunca var olan bir olgudur. Belli kalıplar içine konulamayan bu olgu, estetik duyguların dışı vurumu, yaratıcılığın ve hayal gücünün ifadesidir. Neyin sanat olarak adlandırılacağı ise cevabı zor ve tartışmaya açık bir konudur. Fakat sanatın güzel ve estetik olduğu kaçınılmazdır.

“Doğanın tamamlayamadığını sanat tamama erdiren...Aristo.”

Aristo’nun (MÖ. 384-322) çağlar öncesinde yaptığı bu tanımlamadan günümüze dek, sanat kavramı çok farklı boyutlarda tartışılmış, çok çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bu görüşe paralel olarak, sanatın doğayla rekabet etmekten ibaret olduğu fikri, çağlar boyunca birçok sanat dalını etkisi altına almıştır. 18. yüzyıldan itibaren ise doğa, sanat için ideal bir model olarak görülmüş ve sanat, doğanın bir yansıması olarak kabul edilmiştir (Ogrin, 1993). Benzer şekilde, sanatın insanın doğa ile ilişkisinin bir sonucu olduğu fikri, bugün de geçerliliğini sürdürmektedir. Hopkins (1999), doğa ile insan ilişkisinin her zaman sanatın biçimlenmesinde rol oynadığı görüşünden hareketle, sanatın hayatın içinden bir parça olduğu sonucunu çıkarmaktadır. Ona göre sanat, aynı zamanda bu ilişkinin ardındaki kamçılayıcı güçtür.

Bir diğer tanımlama şekli ise, sanatın temsil edici özelliğini ön plana çıkararak yapılanlardır. Tolstoy, ‘Sanat Nedir?’ adlı eserinde sanatı “*hareket, çizgi, renk, ses ya da sözcüklerde belirlenmiş biçimler aracılığı ile*” insanın duygularını başkalarına aktarması olarak açıklamaktadır (Doğan, 1975). Benzer şekilde Mithen, “*insanın başkalarıyla iletişim kurmak amacıyla sembolik anlamlar yüklediği şekil ve objeler*” ifadesini kullanmaktadır; John Fowles’a göre de sanat, “*insanlar arasındaki iletişimin en iyi yoludur*” (Rosier, 2003).

18. yüzyıla gelene kadar hüner, beceri, iş anlamına gelen sanatın, bu dönemden sonra ideal doğanın bir taklidi olduğuna karar verilmiştir. Bu yüzyıldan sonra bilim, sanatı etkilemeye başlamış ve sanatçı insan doğasının bilimi hakkında biçimlendirilmiştir. 19. yüzyılda oluşan modern sanat kavramında ise modern sanatçının ölçütü güzelden çok gerçektir ve bu anlamda modern sanat doğa bilimleri ile yan yana ilerler (Ünlü, Aydoğdu, 2007).

1960’larda sanatın modernist kuramları ve kurumlarının radikal çıkışlarla tersyüz edildiği bir ortamda, özellikle, ticarileşen sanat anlayışına karşı sanatçılar alternatif, alınıp-satılamayan sanat türleri ve mekânları arayışına girmişlerdir (Aydın, 2012).

LAND-ART

Land-Art, 1960'ların sonunda ABD'de ortaya çıkmış, 1970'lerde tüm batı ülkelerini etkilemiş sanat türüdür. Bu akım, doğanın geniş alanlarına insan müdahalesi olarak düşünülebilir. Taş, toprak ve birçok doğal malzemenin kullanılmasıyla gerçekleştirilen bu sanatta, çok çeşitli uygulama biçimleri vardır, örneğin doğada hendekler açma, toprağa gömme, gübre, taş ya da insan ürünü çevresel nesneler ...bir kez daha asla oluşturulamaz ve kardan, buzdan yapılan heykellerde olduğu gibi zamana karşı koyamayarak yok olur (Land-Art, 2011).

Bu sanat akımı, Michael Hezier, Robert Smithson, Torn Hole, Andy Goldsworthy Robert Morris, Christo ve Jean Claude gibi isimler sayesinde gelişmiştir.

Doğanın geniş, açık, büyük alanlarında taş, toprak, ve birçok doğal malzemenin kullanılmasıyla gerçekleştirilir. Oluşturulan eserlerin doğa tarafından bozulması da bu sanatın doğal sürecidir (Şekil 1) (Yağmur, 2016).



Şekil 1. *Doğada yapılan Land Art Uygulaması (Url.1)*

Land Art, açık arazide geniş alanların kullanıldığı çalışma olarak tanımlanmaktadır. Burada projenin, üzerinde bulunduğu arazi, yapıtı birlikte oluşturmaktadır; doğada oluşturulmuş, fakat onun var olan topoğrafik durumuyla ilişkili olarak meydana çıkmamış heykeller Land Art içinde yer almamaktadır (Weilacher, 1999). Land Art sanatçıları projelerinde dış mekan ile birebir olarak karşı karşıya gelmek istediklerinden, projelerini doğal mekanda gerçekleştirmişlerdir, bu aynı zamanda sanat ürününün de

yaşam gibi geçici olduğunu ve değişime uğradığını göstermek için uygun bir yoldur. Fakat Land Art projelerini galeri ve müzeye taşıyan sanatçılar da bulunmaktadır. Tamamlanan proje mutlaka fotoğraf ile belgelenmelidir ve eserin satılabilmesi mümkün değildir. (Danabaş Tuncer, 1998). Mekan olarak adeta tüm dünyayı kullanan, Land Art sanatçıların çöllerde, taş ocaklarında, uçsuz bucaksız arazide, terk edilmiş madenlerde, dağlık zirvelerde gerçekleştirdikleri çalışmalar, sanatın sınır tanımadığını göstermektedir.

Land Art'ın kökenlerini belki de geçmiş yüzyılların bahçe düzenlemesi, budama sanatına, hatta eski çağlarda büyük taşlarla yapılan yapılarla ya da ilkel insanın bıraktığı birtakım izlerle ilişkilendirmek yoluyla insanlık tarihinin uzak çağlarına kadar götürmek olasıdır (Şekil 2), (Kedik,1999).



Şekil 2. *Araziye farklı bir bakış (Kedik, 1999).*

Sanatın uygulama alanını genişletmek isteyen, sanat pazarına karşı çıkan, galeri ve müzelerin dışında etkinlik gösteren bu eğilim, bölgesel bir ekoloji bilinci ve arkaik kültürlerin yeniden keşfi ile de ilgilidir. Bu yönüyle Minimal Sanat'ın teknolojik biçimciliğine karşı olan Land Art, XIX. yüzyılın romantik manzara ülküsüne bağlanarak doğanın gizemine yeniden dönüşü destekler.

Her ne kadar arazi sanatının temellerini çevre düzenleme, budama sanatı, bahçecilik ve hatta antik yapılarda ilkel insanın yarattığı izlerle ilişkilendirilen görüşler olsa da mimarlık, resim, fotoğraf ve hatta sinemadan beslenen disiplinler arası bir çağdaş sanat girişimi olduğu fikri ağır basmaktadır (Gümüş 2015). Land art içinde farklı yaklaşım ve uygulamalar

göze çarpmaktadır. Devasa büyüklükteki kimi çalışmalarda, bir heykel formu yaratmak için taş, toprak, kaya gibi tamamen doğal malzemeler kullanılmış, açık alanın kendisi değiştirilmiş ve ya oraya müdahale edilmiştir. Bazı projelerde asfalt, zambak gibi doğal olmayan malzemeler, üretilmiş maddeler, yapılar ya da makinalar ve teknolojiler kullanılmıştır (Pekşen, 2005).

LAND-ART SANATÇILARI

• Michael Heizer

Michael Heizer'in "Double Negative" (1969) adlı çalışması bilinen en ünlü örneklerdendir. Arazi sanatında, doğada yaratılan tahribat yerine doğanın, yapıt üzerindeki tamamlayıcı rolü ön planda tutulur. Heizer, Nevada çölünde kanyonun karşılıklı kenarları üzerinde belirlediği iki alanı dinamitlerle patlatarak buradan çıkan toprağı (yaklaşık 240 bin ton) kanyondan aşağıya dökmüş, böylelikle iki negatif alan (dikdörtgen prizma biçimde) oluşturmuş ve bu çalışma bir heykel olarak izleyiciye sunulmuştur. Yapıt, sanatçı doğanın müdahalesine izin verdiği için zamanla fiziksel değişime uğramıştır. Heizer ziyaretçilerin burada bir tam gün geçirmelerini istemiştir (Kastner, 2010).

Alana özgü olan bu heykel fikri, izleyicinin zihnindeki heykel anlayışını yıkmaktadır. "İzleyici bir yapının içerisinden geçiyormuş gibi heykelin içinden geçebilir."

Heizer'e göre; cazip gelen çölün el değmemişliği, sonsuz olanaklar veren mekanıdır. Tasarladığı konik çukurlar, çölde uzayıp giden bir iz dizisidir. (Nevada Çölü, California, 1968). İnsansız çevredeki bu izler, insanın evrenin sonsuz mekanı karşısındaki durumunun simgesidir (Ögel,1977) (Şekil 3).



Şekil 3. Double Negative – Nevada Çölü) (Ögel,1977).

Heizer'in kendi değerlendirmesi de ilginçtir: “Bu heykeli oluşturmak için hiç materyal toplanmadı, bir araya getirilmedi, aksine materyal ortadan kaldırıldı. Orada hiç bir şey yok fakat yine de bu bir heykel” (Url 2), (Şekil 4).



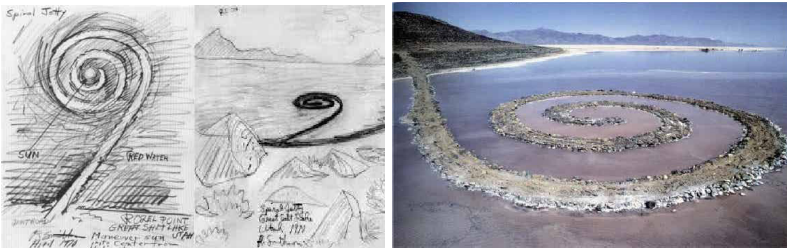
Şekil 4. *Complex City* (Nevada Çölü, 1999)(*Kumbay*, 2008).

• Robert Smithson

R. Smithson'un “Dünya benim için doğa değil, müzedir!»! şeklinde ifade ettiği gibi, genellikle insanların yaşamadığı, dünyanın ıssız bir bölgesinde gerçekleştirdikleri çalışmalarla galeri ve müzelerin dışına çıkarak adeta dünyayı bir galeri mekanına dönüştürmüşlerdir. Aynı zamanda satılabilir ya da satın alınabilir bir nesne olarak sanat yapıtının sömürülmesine karşı da bir tepki niteliği taşımaktadır.

Land Art’la birlikte mekan anlayışının sonsuza açılması, araziyi biçimleyen ve ancak yüksekte kuşbakışı kavranabilecek bir sanat devrinin de başlangıcı olmuştur. Arazi bu durumda havadan üç boyutlu bir harita gibi görünmektedir. R. Smithson ‘a göre, “tanıdığımız evren gözle kavranamadığına göre sanat neden teleskopla seyredilmesin “ (Kurtar 2018) diyerek sanata farklı bir bakış açısı kazandırmıştır (Şekil 5).

Spiral Jetty, sarmal şeklinde iç içe geçmiş kayalardan oluşmakta ve sonunda bir çıkmaza açılmaktadır. Eser kamyonlarla ve de buzdözerlerle ortaya çıkarılabilmiş oldukça büyük bir çalışmadır. Eserin diğer bir özelliği ise mevsimlere ve hayat şartlarına göre başkalaşım geçirmesidir. Kışın)ın beyaz buz kütlelerinin üzerinde kalan kayaların oluşturduğu gri beyaz şekil, yazın ise kayalarla oluşan yosunların suya verdiği renge göre biçimlenir (Gümüş, 2015).



Şekil 5. *Smithson, Robert, Spiral Jetty* (1970) (Gümüş, 2015).

“Kıyıda göle doğru uzanan ve saat yönünün tersine dönen Spiral Jetty, kıyıda toplanan 6.000 tonluk bazalt, çakıl, tuz ve kum benzeri malzemeden oluşturulmuştur.”5 Yıl içinde su seviyesindeki değişim Spiral Jetty üzerinde biriken tuz miktarını belirler ve bu değişim yapıtın görünümünde farklılığa yol açar. Yapıtın yakınlığında bulunan sönmüş volkan, dört milyon yaşındaki kayalar ve alanda yapılan petrol araştırması sonrasında terk edilmiş ekipmanlar birer sanat elemanına dönüşerek yapıt için eşsiz bir çevre oluşturur. Böylece yapıt tek başına değil, çevresinin büyüleyici ve değişken görselliğiyle izleyicide yabancılaşma duygusunu uyaran bir peyzaja dönüşür.

• Torn Hole

1986 yılında gerçekleştirilen eser sanatçının ice piece (buz parçası) eserinde olduğu gibi cibachrome fotoğraf ile ifade edilmiştir.

Boyutu 91 x 61 cm olan eserde Atkestanesi ağacı malzeme olarak kullanılmıştır. Eser Cambridge de bulunan Trinity kolejinin girişinde bulunan atkestanesi ağacı üzerinde yaratılmıştır. At kestanesi ağacının yaprakları çevresi çim ile dikişli bir delik oluşturarak birleştirilmiştir, ve rüzgar hareketleri ile saplar birbirinden ayrılmıştır (URL 3), (Şekil 6).



Şekil 6. Torn Hole (Trinity College, Cambridge) (URL 3).

• Andy Goldsworthy

Doğal unsurları, doğanın içerisinde estetik değeri yüksek, görsel bir bütünlük içerisinde malzemeler kullanır.

Andy Goldsworthy, genelde diğer arazi sanatçılarına göre mikrokoz-mik boyutta olan işleri ile doğaya müdahalesini en az tutmaya çalışan bir

sanatçıdır ve çalışmaları 1960'ların dev ölçekli arazi sanatı örnekleriyle tezat oluşturur. İşe başlamadan önce materyali, iklimi, canlıları, bitkileri değerlendirmek için zaman ayıran Goldsworthy, işin yapılacağı bölgeye özgü doğal olanakları (kar, buz, meyveler, çimenler, yapraklar, ağaç parçaları, taşlar), organik ya da inorganik unsurları kullanmaktadır. Eserin oluşturulduğu yerin kendine özgü karakteri ve iklim şartları, işin var olmasını ve bir sonra değişime uğrayarak oluşturulan bütünü tekrar parça haline gelmesini sağlamaktadır (Duyuler, 2014). Sanatçının yaptığı çalışmaların çoğunun geçici ve kısa ömürlü oluşu ile dünyanın ne kadar kırılgan olduğunun vurguladığı düşünülmektedir.



Şekil 7. *Zamanda yürümek*, 1989(Url.4) Şekil 8. *Kuzeye doku mak*, 1989(Url.5).

• Christo ve Jean Claude

1969 yılında 'Wrapped Coast'(Şekil 6), 1970- 1972 yılları arasında 'Valley Curtain'(Şekil 7) 1980- 1983 yılları arasında 'Surrounded Islands', 1975- 1985 yılları arasında The Pont- Neuf Wrapped, 1991 yılında 'The Umbrella' ve 1995 yılında gerçekleştirdikleri 'Wrapped Reichstag' dünya çapında üne kavuşan eserleridir. Sanatçılar paketleme, dönüşüm, obsesyon ile bilinmeyeni bilinene çevirmek üzere çalışma yapmaktaydılar. Christo ve Jean Claude hafif uluslar arası projeler ile kendi siyasi görüşleri ve yönetici becerilerini göstermişlerdir (Url 6.) Devasa ölçekli dış mekan heykelleri, ambalajladıkları bina ve doğal sitelerine imza atmışlardır.

Sanatçıların çalışmaları (sadece Christo' nun adı altında) 1968 Documenta sergisinde ve 1974 yılında Rhode Island, Newport' ta yapılan Monumenta: Açık hava Heykel Bienalin de sergilenmiştir. Kişisel sergileri ise 1968 yılında Modern Sanat Galerisi ve 1973 yılında Amsterdam da bulunan Stedelijk Müzesinde gerçekleştirilmiştir.

Wrapped Coast, 1968- 1969 yılları arasında Avustralya' nın başkenti Sydney şehrinde Little Bay bölgesinde gerçekleştirilen bir eserdir. Eser bir

milyon karelik devasa bir kaplama çalışmasıdır . Güney Pasifik Okyanusunun yaklaşık 2,4 kilometre uzunluğunda, 46 – 244 metre genişliğinde, 26 metre yüksekliğinde kuzey kayalıkları ve güney tarafında deniz seviyesindeki kumul sahili arasında yapılan bir çalışmadır (Url 7).

Bir milyon metrekarede erozyon kontrolünü sağlayabilecek kumaş (Genellikle tarımsal amaçlar için üretilen sentetik elyaf) ambalaj oluşturmak amacı ile kullanılmış, bu amaç için üretilmiştir. 56.3 kilometrelik polipropilen ip, 1.5 santimetre çapında, kumaşı kayalara bağlamakta kullanılmıştır.



Şekil 9. *Wrapped Coast* (Avusturalya) Şekil 10. *Valley Curtain* (Vadi Perdesi, Colorado (url 7)).

TÜRKİYE’DE LAND-ART

Türkiye’de Land-Art çalışmaları kırsal kesimde yerel halkın tarlasını sürerken yaptığı doğal alanlarda uygulanan sanat çerçevesinde ele aldığımızda sayısız örnek karşımıza çıkar.

Ülkemizde Land-Art uygulamaları, Dünya Miras Listesinde yer alan Kapadokya’da Andrew Rogers’ın “Time & Space” arazi sanatı parkı çalışması ile öne çıkmıştır. (Rogers, 2019), (Şekil 11). Avustralyalı Heykeltıraş, 7 kıta ve 13 ülkede yapmış olduğu 48 eserle dünyanın en büyük arazi sanatı projesini gerçekleştirmiştir.

Sanatçı Yücel Dönmez’in Kaçkar Dağları’nda doğada yaptığı yerleştirmeler de Land-Art’ın sık yapılan uygulamalarına ülkemizden önemli bir örnektir. 1974 yılında Türkiye’de Yücel Dönmez sanatçımız Kaçkar dağlarının Altıparmak kesimindeki Kuartat vadisinde bir sanat etkinliği gerçekleştirmiş ve adına “Doğa Düzenlemesi” demiştir.

Sanatçının değişimi ile Kaçkar Dağlarında yaptığı uygulamada “Deniz Gölü’ndeki kayaya konan kebeklerim ayrıca sanat atölyemin atmosferini de Kaçkar dağlarına taşımış oldular...” sözü bu sanatın önemini vurgulamaktadır (Dönmez, 2011).



“Öğütücü”



“Dünyada Bir Gün”



“Besin”



“Dün, Bugün, Yarın”

Şekil 11. Andrew Rogers’ın Kapadokya Bölgesinde Land-Art Uygulamaları (Rogers, 2019)

Yine sanatçının, 36 yıl önce düzenleme yaptığı Kuartad bölgesinde yaptığı uygulamada kaya üzerine yerleştirdiği 11 kaya heykelleri, bölgede yapılan yol projesi nedeni ile yok edilmiştir. 1975 yılında ise Yücel Dönmez dünyada kar üzerine ilk resim yapan sanatçı olarak anılmıştır (Şekil 12).





Şekil 12. *Yücel Dönmez'in Doğada Yaptığı Yerleştirme "Barışın Kelebekleri" (Dönmez,2011).*

Bir diğer örnek, 2011 yılında Konya'da yapılan Land-Art etkinlikleri I'de Ali Ayyıldız isimli sanatçının doğada yaptığı Land-Art uygulamasıdır. (Şekil 13) (Ayyıldız, 2011). Türkiye'de Arazi Sanatı ile ilgili yapılmış bu etkinliğin amacı: bu topraklardan geçmiş eski çağlara ait: Hitit, Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı ve Türkiye cumhuriyeti kültürleriyle harmanlanmış kasabanın, değerli toprağıyla günümüz sanatının birleşmesinin 2000 li yıllardaki yansıması olarak tanımlanmıştır (Url 8).



Şekil 13. *Ali Ayyıldız'ın Konya'da Yaptığı Land-Art Uygulaması(Ayyıldız, 2011).*

SONUÇ

Sanat doğadan kopuk, steril ve sonlu alanlarda yaratılamaz; der ‘ Land-Art’. Sanat doğaya armağan edilir. Burada eser de, kalıcılığı veya insanların kabul etmesi de ikinci plandadır. Arazi sanatında esas olan, eseri doğaya beğendirmektir (Land-Art, 2011). Çünkü başrolde Doğa vardır.

Land-Art; kuşkusuz çevresel problemler ve tahrip olan doğayı insanlığın anlaması ve bu sayede toplumsal farkındalığın artırılmasına yardımcı olan bir sanat olarak gelişmiştir. Land Art sanatçıları toplumsal farkındalığı gündemde tutmaya çalışmışlardır. Doğayı biçimleyerek kendi manzaralarını oluşturan sanatçılar çağdaş sanata bir akım vermişlerdir. Böylelikle sanatçıların tualı, Doğa olmuştur.

Herkese göre güzelliğin göreceli olduğu tartışılmayacak kadar açık olsa da, bu farkındalıkla arazide yaratılan estetik oyunlar izleyicilere farklı bakışlar sunacak, (Sarıoğlu 2018) bu durum ileride yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır.

Çağdaş sanatın her boyutta hızla yol alması, günümüzde Land Art sanatının da önemli bir yeri olduğu, gün geçtikçe daha da ortaya çıkmaktadır. 40 yıl önce dünyada bir elin parmaklarını geçmeyecek sayıda sanatçının içinde bulunduğu Land Art, bugün sadece ülkemizde yüzlerce sanatçı tarafından bir şekilde uygulanmakta ve gelecek nesillere hem farkındalık hem de sanat anlayışının çok farklı boyutları olduğunu anlatmaktadır.

KAYNAKÇA

- AYDIN, S.**, (2012), “Sanatta, Modernist İdeolojinin Reddi ve Ekolojist Bir Yaklaşım Olan Land Art Bağlamında İki Sanatçının Karşılaştırılması; Richard Long ve Michael Heizer”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi, ISSN: 2146-6467, Yıl: 1, Sayı: 1 Güz 2012, s.51-63
- AYYILDIZ, A.**, (2011), 1. Uluslararası Çavuş Sonsuz Şükranköyü Land Art Etkinliği 2 -17 Eylül 2011 <http://www.sonsuzsukran.org/land-art-etkinlikleri2.htm>
- DANABAŞ, T., N.**, (1998), “*Geçmişten Günümüze Land Art Sanat Akımı ve Diğer Disiplinler ile İlişkisi*”, Sanatta Yeterlik Tezi, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul
- DOĞAN, M. H.**, (1975), 100 Soruda Estetik, Gerçek Yayınevi, İstanbul
- DÖNMEZ, B.**, (2011), “Kaçkar Dağları’nda Land Art Uygulaması, Barışın Kelebekleri”, <https://sanatart.wordpress.com/tag/barisin-kelebekleri/>
- DUYULER, M.**, (2014), “Heykel Sanatında Gereç Olarak Doğa” Sanatta Yeterlik Sanat Çalışması Raporu Ankara.
- GÜMÜŞ, E.**, (2015), “Performans Sanatının Tarihi-I Dersi” 2015 İzmir,
- HOPKINS, J.**, (1999), Landscape architecture: ecology, community, art, in Relating Architecture to Landscape, pp. 77-102, Ed. Birksted J., E&FN Spon, London.
- KASTNER, J.**, (2010), “Land And Environmental Art”, Phaidon Pr. ,2nd. Ed., China, 2010, s.54
- KEDİK, A. S.**, (1999), Sanat Ve İzleyici İlişkisinin Değişen Görünümü Ve Zaman Kavramı Bağlamında Land Art, Türkiye’de Sanat Dergisi.
- KUMBAY, E.**, 2008, Modern Sanattaki Değişimlerin Peyzaj Mimarlığına Etkisi, .Ü. Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Peyzaj Planlama ve Tasarımı Anabilim Dalı- Lisans Bitirme Ödevi
- KURTAR, M.**, (2018), Şehirselle Estetik Dersi, Ders Kapsamında Yapılan Dönem Ödevi, İTÜ. Mimarlık Fakültesi, Taşkışla
- LAND-ART**, (2011), 1. Uluslararası Çavuş, Sonsuz Şükran Köyü Arazi Sanatı Land Art Etkinliği, <http://www.sonsuzsukran.org/land-art-etkinlikleri2.html>
- PEKŞEN, A.**, (2005), “Nevada Çölü’nde Taştan bir Kent Heykeli”, İzinsiz Gösteri, Sayı 29, Şubat 2005, http://www.izinsizgosteri.net/asalsayi29/ali.peksen_29.html (erişim tarihi; 26.09.2019)
- ROGERS, A.**, (2019) “Kapadokya’da Land Art Sanatı Uygulamaları”, <http://www.andrewrogers.org/land-art/turkey/presence-2>
- ROSIER, B.**, (2003), What is Art?, (<http://www.geocities.com/SoHo/coffeehouse/6831/whatsart.html>).

- SARIOĞLU, D.İ.,** (2018), Land Art ve Çağdaşları <https://xxi.com.tr/i/land-art-ve-cagdaslari>
- OGRIN, D.,** (1993), The World of Heritage Gardens, Thames & Hudson Ltd., London.
- ÖGEL, S.,** 1977, Çevresel Estetik, _TÜ. Yayınları, İstanbul.
- ÜNLÜ, AYDOĞDU, A.** (2007), Cumhuriyet Dönemi Kentsel Açık Alanların Sanat Akımları Açısından İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Örneği, İ.Ü. Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Peyzaj Mimarlığı Programı- Yüksek Lisans Bitirme Ödevi
- WEILACHER, U.,** (1999), “*Between Landscape Architecture and Landart*”, Birkhauser Basel, Germany, 978-3764361198.
- YAĞMUR, Ö.,** 2016 Doğayı Şekillendiren Sanat: Land Art, DOI: 10.7816/idil-05-27-08 idil sanat ve dil dergisi, Cilt 5, Sayı 27, Volume 5, Issue 27,
- URL 1.** <http://3.bp.blogspot.com/-B1SjTxuu4R4/UHqNlgikmiI/AAAAAAAAAB-dA/XVilDdYQb8g/s1600/06e3dfb4bf9124247b26df5b957177fc.jpg>
- URL 2.** <http://www.dartmouth.edu/~matc/math5.geometry/unit22-/2203.jpeg>
- URL 3.** <http://www.stumbleupon.com/>
- URL 4.** <https://doorofperception.com/2016/03/andy-goldsworthy-working-with-time/>
- URL 5.** <https://publicdelivery.org/andy-goldsworthy-touching-north/>
- URL 6.** http://www.goldsworthy.cc.gla.ac.uk/image/?id=ag_01365&t=1
- URL 7.** http://www.vulgare.net/wp-content/uploads/27949630_228477209f_o.jpg
- URL 8.** www.sonsuzsukran.org/land-art-etkinlikleri2.html

REKLAM TASARIMLARINDA TİPOGRAFİK MİZAH KULLANIMI

BÖLÜM

5

İbrahim Gökhan CEYLAN¹
Hatice BAHATTİN CEYLAN²

¹ Doç. Dr., Sinop Üniversitesi Gerze MYO Tasarım Bölümü, gokhanceylan@sinop.edu.tr

² Öğr. Gör., Sinop Üniversitesi Gerze MYO Tasarım Bölümü, hbahattin@sinop.edu.tr

GİRİŞ

İletişim sürecinde mesaj, grafik tasarım sayesinde, görsel bir kimlik kazanarak hedeflerine daha süratli ve zahmetsiz ulaşmaktadır. Görsel iletişimin vazgeçilmez unsurları arasında ise tipografiler, fotoğraflar ve illüstrasyonlar gibi tasarım öğeleri mevcuttur. Bu öğeler yardımıyla oluşturulan mesajlar ise, anlaşılır, berrak ve estetik kaygılarla üretilmelidir (İstek, 2005: 55).

İnsanlar iletişimlerini sözel olarak kurduklarında, verilmek istenen mesajların akılda kalıcılığı kısa olacağı gibi farklı anlaşılmalara da sebep olacaktır. Bu nedenle bir mesajın daha kalıcı biçimde anlaşılır olarak aktarılması, görsel iletişim sayesinde olmaktadır. Görsel iletişimde, konuşmalara gerek duyulmaksızın görsel öğeler yardımı ile de gereken bilgi aktarılabilen ve geri dönüt sağlanabilmektedir. Dolayısıyla tipografi de tasarım aracı olarak görsel iletişimin daha kalıcı ve net bilgi aktarmayı sağlayan önemli unsurlarındandır. Tipografi sayesinde verilmek istenilen mesajlar, sözel mesajlara göre daha kalıcı ve kapsamlı olarak aktarılabilir (Dilekçi, 2017: 1977).



Görsel 1. Reklam Tasarımı 1

Görsel iletişimde bir diğer önemli detay ise izleyiciyi harekete geçirmektir. Kişilerin harekete geçmesini istediğimiz tarafa yönelmeleri için ilk şart; o yönde tercih edebileceği bir durumun varlığını bilmesi ve bu durumla ilgili bilmesi gerekenlerin farkına varmasıdır. Bu sebeple de kişinin belli bir ürünün müşterisi ya da bir görüşün savunucusu haline gelebilmesi, konu hakkında iletilenleri algılayıp anlayabilmesi ile mümkün olacaktır (İnceoğlu, 2011: 85).

Bu aşamada reklamlar devreye girmektedir. Reklamlardan beklenen, planlanan süreçte hedef kitleye reklamı yapılan ürüne karşı olumlu bir davranış kazandırmasıdır. Burada bahsedilen, yalnızca satış değil, hedef kitleye bir markayı tanıtmak veya bildiği bir markaya karşı yakınlık hissetmesini sağlamak da olabilir (Baltacıoğlu ve Demirbağ Kaplan, 2007: 79).

İzleyici ile reklam arasında yakınlık kuran en etkili yöntem tasarımda mizah kullanmaktır. Tasarımcılar çalışmalarında mesajı hedef kitleye aktarabilmek için mizahi öğelerden faydalanmaktadırlar. Çünkü insanların genel olarak garip ya da komik olan durumlara karşı eğilimli olmaları, istenilen mesajı iletmede mizahın bir araç olarak kullanılmasına önayak olmuştur. Mizah, kasvetli ve ciddi konuların daha eğlenceli olarak anlatılması için faydalı olabilir. Ancak mizah anlayışının öznel bir konu olmasından dolayı gruplar arasında etki gücü farklılık gösterebilir (Ambrose ve Harris, 2013: 96).

İnsan yaşamının her alanında çok önemli olan mizah kullanımı, görsel iletişim açısından da tartışılmaz bir öneme sahiptir. Nasıl ki günlük yaşantımız içerisinde mizahın olduğu anılarımızı daha geç unutuyorsak, reklamlarda da benzer bir durum gelişmektedir. Ayrıca reklamlarda mizah unsurları tipografi yardımı ile verildiğinde mesaj görselleştiği için daha da anlaşılır olmaktadır.

Bu çalışmada, reklam tasarımlarında tipografik mizahın kullanımı incelenmiştir. Araştırma sonuçları, reklam tasarımcılarına mizahın tipografik yollarla verilmesinin önemi konusunda rehberlik edecektir.

Reklam ve Mizah

Reklamı ve reklamcılığı sanatsal bir anlatım biçimi olarak gören bakış açısına göre; reklam da tıpkı sanat alanlarının birçoğunda olduğu gibi yaşamın olağan akışını, insanların düşlediklerinden yola çıkarak farklı bir gözle, farklı açılardan göstermektedir. Ancak bunlar; insanların bu düzenlemeleri kabullenebileceği, olumsuz eleştirmeyeceği bir düzlemde birleştirilerek oluşturulmalıdır (Cereci'den akt. Elden, 2013: 176).

Elden (2013)'e göre reklamın tanımı ve işlevi şu şekilde açıklanmıştır;

Geçmişten günümüze değin pazarlama çabaları kapsamında çok çeşitli iletişim biçimlerinden yararlanılmıştır. Kuşkusuz bu iletişim biçimlerinin en önemlilerinden birisi de reklamlardır. Geçmiş oldukça eskilere dayanan reklam çabaları, örgütlerin pazarlama amaçlarının başarılması ve karşılaşılan sorunların çözülmesinde önemli roller üstlenmektedir. Bu nedenle reklam, serbest piyasa ekonomisi koşullarının egemen olduğu, tüketimin adeta kutlaştırıldığı günümüz dünyasında oldukça işlevseldir (Elden, 2013: 135).

Reklamcılık; bir sektör haline dönüşüp gün geçtikçe gelişip büyümüştür. Bu gelişim ve ilerleme sayesinde bireyler üzerinde çok güçlü etkiye ve konuma sahip olmuştur (Kırtay, 2012: 1).

Reklamlar, ürün/hizmet ile ilgili hedef kitlelerine anlatmak için üstlendiği satış mesajlarını verirken, doğru tasarımlarıyla ürünün/hizmetin sahibi

olan markanın da hedef kitleleriyle olan iletişim çabasına destek olmakta veya iletişim kurulmuş ise güçlendirerek bu iletişimin kalıcılığını sağlamaya çalışmaktadır (Çamdereli, 2013: 47).

Araştırmaların bir çoğunda, reklamcılık sektörünün önemli olduğu konusunda ortak bir fikir ortaya çıkmış olmasına karşın, “neden önemlidir?” sorusuna cevap arandığında büyük bir tartışma konusu olduğu anlaşılmaktadır. Reklam sektöründeki çoğu kişi, duyguların reklamcılığın vazgeçilmezi olduğu konusunda fikir birliğindedirler (Heath, 2013: 155).

Bazen ilaç vb. maddeler yardımıyla, bazen de espri ya da bir hikaye gibi psikolojik bazı uyaranlar yardımıyla açığa çıkan duygular için, her zaman dışsal bir uyaran gerekmez. Bazı durumlarda daha önce olmuş bir olayı hatırlayarak ya da olmamış bir olayı düşleyerek de duygusal bir takım tepkiler verebilmektedir (Heath, 2013: 160).



Görsel 2. Reklam Tasarımı 2

Reklamcılıkta, konu hedef kitleyi ikna etmek ise, işin içerisine kesinlikle duygusal uyaran girmelidir. Duyguların işin içine girdiği ve temel amacı keyifle reklamı izletip, izleyicinin ilgisini çekmek olan reklamlarda güldürü öğelerinin çok iyi dizayn edilmesi gerekmektedir. Bu hiç kolay bir süreç değildir. Bu reklamlardan beklenen, eğlendirerek bilgi verip, ikna etmesidir (Book ve Schick, 1998: 41).

Bu aşamada mizahın ne olduğu ve nasıl etkili kullanılacağı hakkında bilgi sahibi olunmalıdır.

Bakır 2006'nında çalışmasında bahsettiği gibi mizah, gündelik insan yaşamının da vazgeçilmez bir unsurudur. İnsanlar iletişim halindeyken mizahi unsurları sıkça kullanmaktadırlar (Bakır, 2006: 141).

Mizah unsurlarının kullanıldığı reklamlar oluşturulurken amaç, hedef kitlelerine mizahi anlatım sayesinde reklamını yaptıkları ürüne/hizmete karşı olumlu bir bakış açısı kazandırmaktır. Reklamlarda mizahın kullanımı her ne kadar yoğun olsa da bazı olumsuz sonuçlanabilecek durumlara da dikkat etmek gerekir. Hazırlanan reklamla, hedef kitleyi güldürürken aşırıya kaçarak dikkatin üründen ayrılmasının engellenmesi gerekmektedir (Torun, 2006: 118).

Bu noktada görsel algı devreye girmektedir. Reklam kampanyalarının etkili olması sürecinde önemli unsurlardan birisi de görsel algıdır. Görsel öğeler yardımıyla mesaj organize edilirken hedef kitle dikkate alınarak yapılmalıdır. Mesajın doğru şekilde iletilmesinde görsel algının önemi son derece büyüktür (İnceoğlu, 2011: 100).

Algılama sürecinde insan; doğuştan getirdiği özelliklerin, kişisel gereksinimlerin, yaşayıp öğrendiklerinin ve bu öğrenmeler süresince edindiği bilgilerin doğrultusunda bir uyaran tarafından tesir altında kalabilmektedir (Arıkan, 2008: 24).

Dolayısıyla en etkili tesir yolunun mizah olduğunu düşündüğümüzde; insan davranışlarında dönüştürme etkisinden sebeple mesajlarını mizah öğeleri yardımıyla veren reklamlar hedef kitlenin algılarını etkileme çabaları başlamıştır. İnsanoğlunun varoluşuna dayanan mizah kavramı birçok alanda olduğu gibi reklam alanında da sıklıkla başvurulan bir yöntem haline gelmiştir (Solak, 2016: 3).

Bir ürün/hizmet ya da markaya karşı, hedef kitlenin olumlu bir izlenim kazanmasını sağlamak için her açıdan doğru kurgulanmış ve üretici firmalar tarafından finanse edilen reklamlardan faydalanılmaktadır. Günümüzde teknolojinin ilerlemesi ile reklamcılık da ivme kazanmıştır. Reklamlar, hedef kitlesini duygusal açıdan besleyerek tercihlerini etkilemek istemektedir. İkna gücünü artırmayı hedefleyen reklamlar, mizah sayesinde tüketicinin ilgisini, ürüne/hizmete ya da markaya çekmeye çalışmaktadır. İnsanları incitmeden eğlendirmeyi hedefleyen mizah, içerisinde ince bir alay barındırmaktadır (Hancı, 2017: 1).

Mizah öğelerini reklamlarında kullanan çok sayıda marka, bu özellikleriyle daha özel bir yere konumlandırılmıştır. Mizahi reklamlar, hatırla-

nabilirliğinin yanı sıra hedef kitlesini eğlendirmeyi başararak pozitif bir duygu durumuna kavuşmasını sağlamakta ve reklamını yaptığı markaya karşı olumlu bir davranış geliştirmektedir (Zülfikaroğlu, 2017: i).

Tipografi ve Mizah

Tasarımcılar düşüncelerini ve üreticilerin beklentilerini hedef kitlelere grafik tasarım aracılığıyla aktarırken, mizahı görselleştirebilecekleri birçok alternatif yolları bulunmaktadır. Grafik tasarım açısından mizah genellikle bir cümle ya da ifadenin görselleşmesi şeklinde kullanılır. Ancak günlük hayatta mizah unsurunu nasıl ki doğru ya da yanlış kullanan insanlar ile karşılaşıyorsak aynı şey grafik tasarımda içinde geçerlidir (Ambrose ve Harris, 2012: 86).

İlk çağların yazılarından sanata kadar birçok alanla etkileşimde bulunduğu gözlemlenen ve gerçek yaşamın güldüren kısımlarını kullanan mizah, çıkış noktasını eğlenmek ve hoşgöründen alan bir sanat türü olarak düşünülebilir. Mizahın bireylerin davranış ve tutumlarında yarattığı değişiklik ve ikna gücü, geçmiş çağlardan beri hayatın içerisinde yer ederken günümüzde de kendine görsel iletişimde vazgeçilmez unsurları arasında yer bulmasını sağlamıştır. Direkt olarak mizah öğelerinin yerine, dolaylı olarak mizahı kullanılan grafik ürünleri ile daha sık karşılaşıldığını söylemek mümkündür (Çalış Zeğerek ve Toksöz, 2018: 1).



Görsel 3. Reklam Tasarımı 3

Fakat mizahı kullanırken bazı detaylara dikkat etmek gerekmektedir. Herhangi iki şeyin, birbirlerine benzerliğini vurgulamak amacıyla, dinamiklerden birinin asıl anlamının dışında kullanılması görsel mecaz ile mümkündür. Bu mecazın karşılık bulabilmesi yani izleyicilerinde anlatılmak istenilen duyguyu uyandırabilmesi için kültürel ortak bir çağrışım ve bilgi birikiminin bulunması gerekir. Ortak verilerin farkında olan bir tasarımcı yaptığı tasarımda bu bilgiler ışığında bazı ipuçları kullanarak mecazın anlaşılmasını sağlayabilir (Ambrose ve Harris, 2013: 100).

Mecazın kullanıldığı bir diğer platform da tipografidir. Temelinde işaretler aracılığıyla fikir ve bilgilerin iletilmesini üstlenen yazı, sanat ile bir araya geldiğinde “*yazı ile sanat yapma*” işlemi olan tipografi olarak adlandırılmaktadır. Tipografi, günümüzde okunaklılık ve estetik kaygılar üzerine yoğunlaşmış klasik tipografi anlayışından, postmodern yaklaşımının etkisiyle, odak noktasından uzaklaşarak farklı hedeflerle çağdaş bir tipografi anlayışına bürünmüştür (Uçar, 2014: 106).

Geçmişten günümüze kadar iletişimde mesajları iletmek için bir çok araç ortaya çıkmasına karşın, en sade ileti araçlarından olan yazı, iletişimdeki aktif ve fonksiyonel görevini devam ettirmektedir. İnsanların toplumsallaşması sürecinde kendilerine ait his ve fikirleri anlatabilmesi açısından sözel ve görsel bir rehber görevini üstlenmektedir. Yazının iletişimdeki sürdürülebilirliği, sürekli kendini geliştirebilmesi ve sayısız şekilde yenden tasarlanabilir olmasından kaynaklanmaktadır. Nihai olarak yazı, kullanıldığı toplumun dil kurallarına göre bir anlam ifade etmekte, bulunduğu toplumun yazı sanatı aracılığıyla da gelişmektedir (Sarıkavak, 2006: 80).

Yazılı bir metni, görsel bir şekilde dizayn edilmesi tipografinin konusudur. Tipografi, tasarımsal anlamda izlenen yolun yanı sıra, kullanılan yazı karakterleri yardımıyla tek başlarına anlatabilecekleri şeylerin üzerinde bir ifadeye sahip olmakta ve hedef kitle ile bu şekilde iletişim kurmaktadır. Tipografik tasarımlarda kullanılan yazı karakterlerinin, en okunaklı olanından, çok karmaşık olan grafitilere kadar birçok çeşidi bulunmaktadır. Tipografi sayesinde tasarım bir karaktere ve duygusal etkiye sahip olmaktadır (Ambrose ve Harris, 2012: 38).

Tipografilerde kullanılan renkler ve kullanılış biçimleri, izleyicinin görseli yorumlayabilmesine ve farklı anlamlar yükleyebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu aşamada düz anlam ve yan anlam kavramları devreye girmektedir. Bu iki kavramdan Becer(2008) şu şekilde bahsetmiştir.

Simgelere yüklenen anlamlar iki kategoriye ayrılabilir:

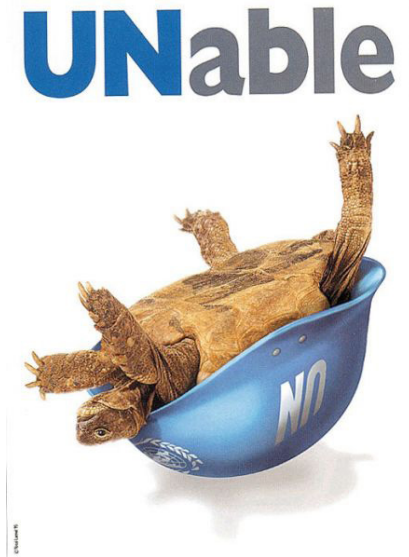
1- Düzanlam (Denotation): Simgenin sözlük anlamı,

2 - Yananlam (Connotation): Simgenin akla getirdiği kavram ya da çağrışım. Düzanlam simgenin nesnel anlamıdır. Örneğin sarı renkte bir “O” harfinin denotatif yorumu; “Bu sarı renkte bir “O” harfidir.” ya da “Bu, sarı bir dairedir.” şeklinde olabilir. Connotatif açıdan ele alındığında ise aynı simge; güneş ortadan kesilmiş bir limon ya da altın bir yüzük olarak yorumlanabilir. Yananlama dayalı gözlemler daha öznel ve kişiseldir. Birçok sanat dalından daha evrensel niteliklere sahip olan tipografinin işlevi; okuyucu ile belirli bir amaç doğrultusunda bilgi alışverişi sağlamaktadır. (Becer, 2008: 185).

İnsanların farklı olmalarını sağlayan karakteristik özellikler yazı karakterleri içinde geçerlidir. Tasarımcılar tarafından yazı karakterleri tasarıma farklı bir imaj çizmek için kullanılabilir. Bu neden kurumsal kimlik oluşturulurken marka iletişim açısından tipografi seçimi önem kazanmaktadır. Tipografik karakterlerin çoğu aynı kaligrafik kökenden gelmesine rağmen her biri değişen yapılarıyla farklı kimlik algısı yaratır. Örneğin; bazı özel durumlar dışında serifsiz yazılar çağdaş, enerji dolu ve gençlere yönelik bir kurum kimliği için kullanılırken, serifli yazı karakterleri ise daha çok klasik, geleneksellik çağrıştıran kurum kimliği oluşturmada ve lüks tüketim ürünlerinde tercih edilmektedir. Tipografinin doğru kullanımı sayesinde ürünlerin birbirlerine göre daha modern, daha enerjik, daha fonksiyonel, daha teknolojik izlenimi yaratmaları sağlanmaktadır (Becer, 2014: 129).

Grafik tasarımcı gerçekleştirdiği tasarımın açık, anlaşılır ve üstlendiği fonksiyonu gerçekleştirebilmesi için tasarımın diğer tüm dallarında olduğu gibi estetik kaygılar ve anlamlılık gibi bir çok durumu da göz önünde bulundurmalıdır. En az bu konular kadar önemli başka bir konu ise verilmek istenen mesajın istenilen etkiyi yaratacak şekilde başarıyla aktarılmasını sağlamaktır. Tasarımcı tüm bu hedefleri yerine getirebilmek için elindeki tipografi öğesini kendini zorlayıp yeni teknikler yardımıyla daha verimli tasarımlar ortaya çıkarabilmelidir. Böylece tasarıma yeni anlamlar yüklenmesini sağlayabilecektir (Türkmenoğlu ve Akengin, 2016: 906).

İletilmek istenilen mesajın tipografi, illüstrasyon, manipülasyon gibi bir takım teknikler ile biçimsel olarak espri katılarak görselleştirilmesine ise grafik mizah denilmektedir (Arslan, 2016: 143).



Görsel 4. *Tipografik Mizah Örneği*

YÖNTEM

İki aşamadan oluşan araştırmanın ilk aşamasında literatür taraması yapılarak reklam, tipografi ve mizah kavramları ile bunların birbirleriyle olan ilişkileri ortaya konulmuştur. Tarama modellerinin hedefi, geçmişten günümüze var olan bir durumu betimlemektir (Karasar, 2012: 77).

Araştırmanın ikinci aşamasında ise, tipografik mizah içeren 6 adet reklam tasarımı incelenmiştir.

Reklam Tasarımlarında Tipografik Mizah Kullanılan Örneklerinin İncelenmesi

İnceleme 1



Think small.

Our little car isn't so much of a novelty as you think.
A couple of dozen college kids don't try to separate it from it.
The guy at the gas station doesn't ask where the gas goes.
Nobody even stares at our shape.
In fact, some people who drive your little

never don't even risk 32 miles to the gallon in going any great gun.
Or risk five percent off instead of five cents.
Or never hearing with friends.
Or riding up 40,000 miles in a set of tires.
That's because once you get used to

some of our economies, you don't even think about them any more.
Instead, when you separate into a small parking spot. Or reserve your small insurance. Or save a small repair bill.
Or make in your old VW for a new time.
Think it over.





Lemon.

The Volkswagen missed the boat.
The chosen ship on the globe segment is blundered and must be replaced. Chances are you wouldn't have noticed it. Inspector Kurt Ensign did.

There are 3,389 men at our Wolfsburg factory who only one job to repair Volkswagens at each stage of production. 3,389 Volkswagen are produced daily. There are more inspectors than cars!

Every shock absorber is tested (spot checking isn't all, every windshield is scanned. VWs have been spotted for surface scratches barely visible to the eye.

Fast inspection is really something! VW inspectors can walk up off the line and the Ford Inspector (and can test them), take up 100 check points, give them 100 the automatic brake stand, and say "no" to one VW out of 100.

This preoccupation with detail means the VW lasts longer and requires less maintenance, by and large, than other cars. It also means a used VW depresses less than any other car!

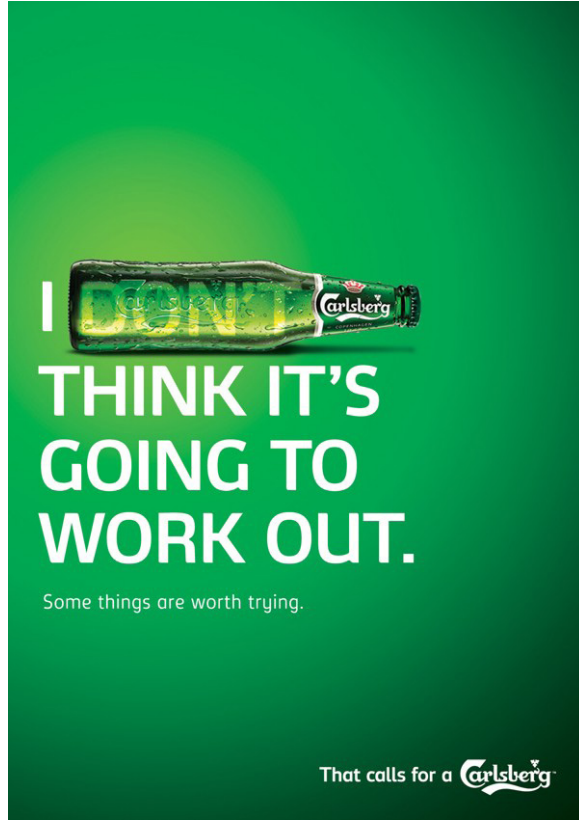
We push the lemons, you get the plums.



Görsel 5. 1960 Volkswagen Beetle reklam sayfası

Bu reklam Doyle Dane Bernbach'ın basitliği ve ironiyi somutlaştırmak için yaptığı en ünlü reklam kampanyalarından birisidir. Görselde yer alan reklam 1960 yılında yapılmış ve mizahı, reklama dahil etmiştir. Volkswagen'in Beetle'ını tanıtmak için, "Küçük Düşün" ve "Limon" gibi başlıkların olumsuz algılardan faydalanmışlardır. Bu yöntem, diğer reklamların aksine, ürününün negatif yönlerini açığa çıkararak, izleyicilerin arabanın "dürüstlüğünden" etkilenmelerini sağlamaktadır. Ayrıca bu reklam, izleyiciyi Beetle'ın küçük biçimine odaklayan ve lüksü reddeden yenilikçi bir reklam kampanyası olmuştur (chrisgaffey.tumblr.com akt. <http://www.carstyling.ru>).

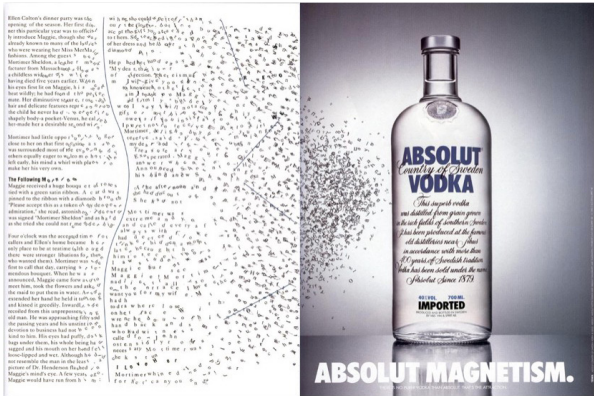
İnceleme 2



Görsel 6. Carlsberg reklam tasarımı

Yukarıda yer alan reklam tasarımı, markanın kurumsal rengi olan yeşil bir zemin üzerine kurgulanmış, birinci ağızdan aktarılan bir konuşma metni, sola yaslı, zemin renginde rahatça okunabilecek şekilde ve yine marka rengi ile özdeş olacak şekilde beyaz olarak tercih edilmiştir. “İşe yaraya-cağını sanmıyorum – I dont think it’s going to work out” yazısında olumsuzluk belirten “don’t” yazısı, sağa doğru yatırılmış şişenin altında kalmış fakat yine de şeffaflığı izleyicinin okuyabileceği düzeyde ayarlanmıştır. Böylelikle olumsuz düşünce olumlu olarak “Bence bu işe yarayacak” cümlesine dönüşmüştür. Aktaranın olumsuz mesajını, bu şişe ve içindeki ürün bertaraf edeceği vaadi izleyiciye dolaylı ve mizahi yoldan aktarılmıştır. Ayrıca hiyerarşik tipografinin de kullanıldığı görülen bu tasarımın altında daha küçük puntolarla “some things are worth trying – bazı şeyler denemeye değer” mesajıyla da izleyiciye ürünü satın aldırma yönelik teşvike bulunduğu görülmüştür. Verilen mesajın birinci ağızdan oluşu ve içerisinde mizahın bulunması izleyicinin ürüne karşı sempati duymasına sebep olacaktır.

İnceleme 3



Görsel 7. Absolut reklam tasarımı

Bu reklamda kurgu diğer reklamlardan farklı olarak karşılıklı iki sayfa kullanılarak yapılmıştır. Buradaki amaç tek sayfaya alışkın olan izleyiciyi şaşırtmak ve durağan sayfayı hareketli hale getirerek izleyicinin dikkatini reklama yöneltmektir. Gri tonların hakim olduğu reklamın sol tarafında, ürünle tamamen alakasız bir metin yer aldığı görülmektedir. Ancak bu metni oluşturan harfler sanki sayfadan koparcasına ürüne doğru akmaktadır. Böylece izleyicinin dikkati de uçuşan harflerle birlikte sağ taraftaki ürüne doğru yönelmektedir. Ürünün hemen altında yer alan “absoulst magnetism” yazısıyla birlikte, bu mizahi olayın nedeni anlaşılmaktadır. Ürünün manyetizmi, başka deyişle bir nevi mıknatıs görevi görüyor olmasını, ona doğru akan yazıyla aktarmış olmaları, tasarımın yaratıcı düzlemde mizahi bir reklam örneği olarak görülmesini sağlamaktadır.

İnceleme 4



Görsel 8. StrongerMarriage.org reklam sayfaları

Yukarıda yer alan her iki reklam sayfası da, izleyiciyi bir sosyal platformun web sayfasına yönlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. Zemin renginin açık ve sade oluşu, koyu renkte kullanılan tipografinin rahatça okunmasını sağlamaktadır. Kesme işaretlerini saymazsak, illüstrasyon kullanılmayan bu tasarım izleyiciyi mecburi olarak yazıları ve altındaki açıklamaları okumak zorunda bırakmaktadır. Sol taraftaki tasarımda, “*mine yours*” kelimeleri yan yana yazılmış ve kesme işaretiyle okuyucudan “*mine y*” bölümünün seçilip karalanması istenmiştir. Böylelikle geriye “*ours*” yani “*bizim*” kelimesi kalmıştır. Bu mizahi tasarım bir bakıma alt taraftaki “*Daha başarırlı bir evlilik nasıl sağlanır?*” cümlesinin bulmacalı cevabıdır. Sağ taraftaki tasarım da aynı mizahi mantıkla hazırlanmıştır. Bu kez izleyiciden “*M*” harfinin kesilerek ters çevrilmesi istenmiştir. Böylelikle “*Ben*” kelimesi “*Biz*”e dönüşecek ve kalıcı bir ilişkinin nasıl kurulacağı izleyiciye mizahi yoldan aktarılacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlar arasındaki iletişim insanoğlunun varoluşundan beri devam etmektedir. Bir iletişim biçimi olan reklam ise, ticaretin başladığı eski çağlara kadar gitmek mümkündür. İletişim kurabilen bir varlık olan insan, aynı zamanda iletişim sayesinde mizah yapabilen ve anlayabilen de bir varlıktır. Bu nedenle araştırmaya konu olan mizah unsuru, insanlığın var oluşundan günümüze kadar olan bir çok alanda kullanılmıştır. Bunlardan birisi de reklam tasarımlarıdır. İlk çağlardan beri reklam unsurları kullanılmasına rağmen, insanların ihtiyaçlarındaki değişiklikler ve teknolojik ilerleme ile reklamların gerçekleştiği ortamlar değişiklik göstermeye başlamıştır. Bu nedenle reklam tasarımları, hızla görsel tasarımlara dönüşmüş, görselleşen reklamların hem etki alanları hem de akılda kalıcılıkları artmıştır.

Mizahi öğeler sayesinde reklamlar günlük yaşamın akışında da rahatça hatırlanabilmektedir.

Bu çalışmayla görülmektedir ki; iletişimin tamamında olduğu gibi reklamların da en önemli hedefi, mesajı hedef kitleye doğru aktarabilmektir. Tasarım unsurlarından biri olan tipografi mesajı iletmek ve anlaşılabilirliği sağlamak konusunda önemli rol üstlenmiştir. Tipografi sayesinde reklamlarda anlatılan mesaj, izleyici tarafından fark edilir ve okunabilir olmaktadır. Reklamın izleyici üzerinde “*farklı*” yerine “*doğru*” etkiyi bırakmasına yardımcı olmaktadır.

Mizah reklamdaki mesajı duyguya dönüştürükten, tipografi sözel mesajları görsel mesajlara dönüştürmektedir. Reklam tasarımının mizahi kısmı tipografik unsurlarla verildiğinde ise etki gücü artmakta, son derecede anlaşılır ve izleyiciyle reklam arasında duygusal bir bağ oluşturmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda verilecek öneriler aşağıdaki gibidir;

- Reklamda mizah kullanımında abartıya kaçmamalı, hedef kitlenin kültürel yapısı dikkate alınmalıdır.
- Kullanılan mizahın, amacının dışına çıkabilecek anlamları olmasına dikkat edilmesi gerekmektedir.
- Daha kalıcı mizahi tasarımlar için tipografik öğelerden yardım alınmalıdır.
- Tipografik mizahta, izleyicinin eğlendirerek dikkatini çekmek önemlidir fakat bu aşamada dikkatin asıl mesajdan uzaklaşması engellenmelidir.

Bu çalışma, izleyicide olumlu etki yarattığı bilinen tipografik mizahın, tasarımcılar ve tasarım eğitimi alan öğrenciler tarafından ne olduğu ve nasıl kullanılması gerektiği hakkında fikir sahibi olmaları açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

- Ambrose, G. ve Harris P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. (Çev.: Mehmet Emir Uslu) İstanbul: Literatür Yayınları. (Orijinal Yayın Tarihi, 2009)
- Ambrose, G. ve Harris P. (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. (Çev.: A. Gül-der Taşçıoğlu – Melike Taşçıoğlu) İstanbul: Literatür Yayınları. (Orijinal Yayın Tarihi, 2010)
- Arıkan, A. (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*. Konya: Eğitim Akademi Yayınları.
- Arslan, D. (2016). Grafik Mizah: Görsel İletişimde Bir Anlatım. *Akra Kültür Sa-nat Ve Edebiyat Dergisi*, 4(8) 143-158.
- Bakır, U. (2006). *Televizyon Reklamlarında İkna Unsuru Olarak Mizah*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Reklamcılık Yüksek Lisans Programı, İzmir.
- Baltacıoğlu, T. ve Demirbağ Kaplan, M. (2007). İyi İletişim = İyi Pazarlama. (Ed.: Gülen Çetin) MediaCat Kitapları, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Becer, E. (2008). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Becer, E. (2014). *Ambalaj Tasarımı*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Book, A. C. ve Schick, C.D. (1998). *Reklamcılıkta Metin ve Taslağın İlkeleri*. (Çev.: Dilek Şendil) İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.
- Çalış Zeğerek, E. ve Toksöz, E. (Nisan-Mayıs 2018). Sosyal İçerikli Afiş Tasarımında Mizahi Anlatım. III. INES Eğitim ve Sosyal bilimler Kongresi, Bildiri Sunum Metni, Alanya - Antalya.
- Çamdereli, M. (2013). Reklamın Modern Türkiye Tasavvuru. *Grafik Tasarım Gör-sel İletişim Kültür Dergisi*, Temmuz-Ağustos Sayı:55, 46-55.
- Dilekçi, N. (2017). Tipografi Eğitimi ve İletişimdeki Yeri. *ulakbilge*, 5(18), s.1969-1985.
- Elden, M. (2013). *Reklam ve Reklamcılık*. İstanbul: Say Yayınları.
- Hancı, M. (2017). *Reklam ve Mizah*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklam ve Stratejik Marka İletişimi Tezli Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- Heath, R. (2013). *Bilinçaltımdaki Reklamlar Reklamlar Bizi Nasıl Etkiler?*. (Çev.: Emrah Bilge) MediaCat Kitapları, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş. (Orijinal Yayın Tarihi, 2012)
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum Algı İletişim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İstek, R. (2005). *Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*. (Yayın Yönetmeni: Mustafa Arslantunalı) İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Kırtay, O. (2012). *Reklam İletilerinde Mizah Kullanımı: Öğeler, Teknikler Ve Uygulama Örnekleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Sanatları Anabilim Dalı, İstanbul.
- Uçar, T. F. (2014). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul : İnkılap Kitabevi Yayınları.
- Solak, B. B. (2016). *Televizyon Reklamlarında Mizah Ve Mizahi Karakter Kullanımı: Banka Reklamlarına Yönelik Analiz*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Antalya.
- Türkmenoğlu, H. ve Akengin, G. (2016). Hareketli Grafik Tasarım Sürecinde Yazı Devinimi. *idil*, 5 (20), s.895-908.
- Torun, Y. (2006). *Kültürlerarası Mizah Anlayışının Reklama Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Reklamcılık Ve Tanıtım Bilim Dalı, İstanbul.
- Sarıkavak, N . (2006). H.Ü. G.S.F. Grafik Bölümü’nde Yazı Ve Tipografi Eğitimi. *Sanat Dergisi* 0(9), 80-98.
- Zülfikaroğlu, G. (2017). *Marka Güveni Bağlamında Reklamda Mizah Kullanımı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı Reklamcılık Ve Tanıtım Bilim Dalı, İstanbul.

İnternet kaynakları:

http://www.carstyling.ru/ru/entry/Volkswagen_Advertising_Campaign_by_Helmut_Krone_1960_Think_Small/ Erişim Tarihi: 14.11.2019 - 09:37

Görsel Kaynaklar:

- Görsel 1.** <https://i.pinimg.com/236x/88/27/34/882734abbceb88698993e14613db6eb9--typography-ads-creative-typography.jpg> Erişim Tarihi: 14.11.2019 - 09:40
- Görsel 2.** http://4.bp.blogspot.com/-bbguqUDmpP0/TdIh66o-9AI/AAAAAAAAABE8/M0SF6gyTPwU/s320/tumblr_lkdi1sYBNG1qz4s3wo1_500.png Erişim Tarihi: 14.11.2019 - 09:42
- Görsel 3.** <https://acesagency.files.wordpress.com/2017/11/0279a1057b9be-4d700f5c9063a43e4ae-billboard-design-divorce.jpg> Erişim Tarihi: 14.11.2019 - 09:45
- Görsel 4.** http://www.photoshopmagazin.com/issue_articles/s_e72d5a467579c-c66382fdabdbc7c8_12f1e8904b.jpg Erişim Tarihi: 14.11.2019 - 09:48
- Görsel 5.** http://www.carstyling.ru/ru/entry/Volkswagen_Advertising_Campaign_by_Helmut_Krone_1960_Think_Small/ Erişim Tarihi: 14.11.2019 - 09:37

- Görsel 6.** <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcQ-nE73JFqCPN4ITugaddg2mZrudhvmkXwwgEJOKXnTWE7LC16WJ> Erişim Tarihi: 14.11.2019 – 09:48
- Görsel 7.** https://miro.medium.com/max/1183/1*alRApPTOo8wuV0ohS906kg.jpeg Erişim Tarihi: 14.11.2019 – 15:31
- Görsel 8.** <http://www.ad.co.kr/forum/text/show.do?ukey=387304> Erişim Tarihi: 14.11.2019 – 15:24

TİPOGRAFİK HİYERARŞİNİN
SOSYAL MEDYA
REKLAMLARINDA
KULLANIMI

BÖLÜM

6

İbrahim Gökhan CEYLAN¹
Abdullah DEMİR²

¹ Doç. Dr., Sinop Üniversitesi Gerze MYO Tasarım Bölümü, gohkanceylan@sinop.edu.tr

² Öğr. Gör., Sinop Üniversitesi Gerze MYO Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı
Böl., ademir@sinop.edu.tr

GİRİŞ

Tarihi geçmişini incelendiğinde günümüz reklam anlayışının geldiği noktaya geçirdiği evrim ile anlam kazanır. Bir ürün, hizmet veya fikir için yapılan ilk reklam faaliyetleri ile günümüz yetkin reklamcılık anlayışı arasında amaç olarak bir fark bulunmasa da reklamın formu ve kullanılan kanallarda büyük değişiklikler yaşanmıştır. İnsan nüfusunun artış hızına bağlı olarak ihtiyaçların artması ve bu artışa bağlı olarak çoğalan üretim ve pazarlama faaliyetleri reklamcılıkta yeni enstrümanlara yönelmeyi bir anlamda zorunlu kılmıştır. Bu konuyla ilgili Keskin 2018'deki araştırmasında “... *Reklamcılık, çok eski zamanlardan günümüze kadar evrimleşerek, köklü değişiklikler geçirmiş ve zamanla profesyonelleşerek bugünkü anlamını kazanmıştır*” ifadesini kullanmıştır (Keskin, 2018: 1).

Şüphesiz ilk iletişim girişimi gereksinimlerin ortaya çıkmasının sonucudur. Yaygın olarak insanlar için toplumsallaşma ihtiyaç olmanın yanı sıra yaradılış özelliği olarak kabul görmektedir. Varoluşun sürdürülmesini sağlayan iletişim olgusu bireysel etkinlikler çerçevesinde gerçekleştirilse de gerçekleştirildiği toplumun kültür hazinesi ve edinimlerinden özellikler taşımaktadır. İhtiyaçların değişmesine bağlı olarak zamanla gelişen-değişen toplumsal yapıda iletişim yöntemleri ve alışkanlıklarda da dönüşüm gerçekleşmesi beklenmektedir. Grafik sanatlar ve ileti tasarımı alanlarını bu süreçten ayrı değerlendirmek mümkün olmayacaktır. Nüfus, teknoloji, kültür gibi benzer etkenlerdeki hızlı gelişim-değişime bağlı olarak grafik sanatlar ve ileti tasarım alanında kullanılan görsel materyallerin çoğalması, zenginleşmesi ve derinleşmesini tetiklemiştir. Yeniyi ve iyiyi arama çabaları anlayışı da değiştirerek ileti tasarımında mükemmelleşme hedefi ile biçimde özgünleşme çabasını doğuracaktır. Grafik sanatlar ve ileti tasarımında her biri için ayrı önem atfedilen renk, illüstrasyon ve tipografi gibi öğelerin kullanımı da bu çabaya hizmet eder. Benzer bir bakış açısı olarak Ceylan, Ceylan ve Yılmaz'ın 2017'de aşağıdaki ifadelerini incelemek yerinde olacaktır.

“İnsanoğlu yaşamı içerisinde çeşitli yollarla iletişim kurmayı zorunlu bir yaşam biçimi olarak kanıksarken, amacına göre işlevselliği artırıcı malzemelerden de iletişim yolları bulma çabasına girmiştir. Bundan en büyük payı grafik sanatlar almıştır. Gerek toplumsal yaşamın içinde bulundurduğu görsel olgular gerekse teknolojinin getirdiği yeni araçlar bu yollardan bazılarıdır. Toplumsal yaşam gelişen teknolojik araçlarla kendini ifade biçiminde değişikliğe gitmekte ve hızla yeni anlayışlar ve arayışlar üretmektedir. Bu anlayış ile kendini ifade biçiminde yeni ve özgün biçimler, tipografik öğeler, renkler, illüstratif öğeler üretilirken reklamlara da doğru oranda yansımıştır. Yeni gelişmeler bu reklamlarda yeni bir mecra ortaya atarken sosyal medya reklamcılığı bir tür olarak göze çarpmaya başlamıştır” (Ceylan, Ceylan ve Yılmaz, 2017: 273).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere tipografi, grafik tasarım açısından önemli tasarım öğelerinden bir tanesidir. Becer 2008 bu konuyla ilgili *“En yaygın ve vazgeçilmez grafik iletişim unsurlarından biri olan tipografinin birincil işlevi “okunmak”tır”*(Becer, 2008: 176). Tipografinin tasarımların bilgiyi veren bileşeni olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle hazırlık aşamasında estetik kaygılarla birlikte önem gösterilmesi gereken bir diğer kriter de tipografinin okunabilir olmasıdır. Sarıkavak 2004 ve 2014’e göre; *“Yazının kullanıldığı her ortamın kendine özgü teknik özellikleri ‘yazının okunur kullanılması’ sorunsalını dolayısıyla kendiliğinden oluşturmaktadır. Bu durum karşısında önkoşul olan şey, yazının okunur olmasının yazının varoluş temeli olduğudur. Yani okunmayan şey ‘yazı’ olamaz. Bu nedenle bu tartışılmaz”*(Sarıkavak, 2004; Sarıkavak, 2014: 54).

Özellikle reklamlarda kullanılan tipografik öğeler bilgiyi belli bir hiyerarşi içerisinde izleyicilerine ulaştırdığında başarılı sonuçlara ulaşabilmektedir. Bu konu; sosyal medyanın hızlı yapısı ve bu mecranın reklamları açısından düşünüldüğünde ise çok daha elzem hale gelmektedir. Bu çalışmada tipografik hiyerarşinin sosyal medya reklamlarında kullanımı irdelenmiştir. Bu araştırmanın sonuçları itibari ile sosyal medya reklam tasarımcılarına tipografi kullanımları açısından yol gösterici olacaktır.

Sosyal Medya ve Reklam

Kuzucuk’a ait *“...İnternetin, günlük yaşamdaki konumu, teknolojinin gelişmesi ve değişime uğrayan tüketim alışkanlıklarıyla beraber geçmişten gelen iletişim araçları ve iletişim mesajının içerikleri, gönderen ve alan iletişim alanları değişiklik göstermiştir. Son yıllarda ise sosyal medya, yapılan reklamlarla bireyleri reklamı yapılan markaya yönelip satın almayı sağlamıştır”* (Kuzucuk, 2019: 208) ifadesinden yola çıkarak konuyu derinleştirdiğimizde şunları söylemek mümkündür: Genişleyen toplumsal yapı içerisinde her bireyin kendi bilincinin ürünü olan fikirler ile her üreticinin alıcı aradığı mal ve hizmetlerin nicelik bakımından çokluğu her alanda rekabet getirmiştir. Tek tek ulaşmanın mümkün olmadığı hedef kitle ve hedef kitlenin homojen olmayan yapısı üretici için aşılması gereken çok büyük bir problem olagelmıştır. Teknolojik gelişmeler, insanoğlunun toplumsal olarak karşılaştığı her sorunun üstesinden gelme çabasının ürünüdür. Geniş kitlelere ileti göndermenin çözümü konusunda ise kitle iletişim araçlarının icadı ve geliştirilmesi ile çözüme kavuşturulmaya çalışıldığına şahit oluruz. Kitle iletişim araçlarının gelişimine şöyle bir göz gezdirdiğimizde geniş kitlelere ulaşma yeteneği kadar, kitle iletişim araçlarının hedefleme yeteneğindeki başarı oranının artışı da ilk göze çarpan sonuçlar arasındadır. Kitle iletişim araçlarının yetenekleri olmadan benzer demografik özellikler, benzer algılar, benzer sosyo-ekonomik özellikler ve ben-

zer davranış kalıpları gösteren bireylerin aynı ortamda bulunması ve aynı iletiye ulaşmaları imkânsız olurdu. Özellikle internet teknolojilerinin bir ürünü olan sosyal paylaşım platformları ve uygulamalardan oluşan sosyal medya, kitle iletişim araçlarının hedefleme yeteneğine verilebilecek en iyi örneklerden biridir. Sosyal medyanın bu özel yeteneği, bulunduğu ortamı reklamcılık için vazgeçilmez bir alan yapmaktadır.

İyi ve eksiksiz tanımlanmış hedef kitlenin gereksinimleri doğrultusunda alıcıya fayda sağlayacağı taahhüt edilen, ilgi çekici ürün, hizmet ve fikirlerin tüketiciye ulaştırılmasıyla pazarlama satışı hedeflerken, bu satış sonrasında da kar beklentisi içerisinde. Tüketici beklentileri ve üretici yeteneklerinin iyi harmanlanması sonucunda ortaya çıkacak karşılıklı tatmin, üretici ve tüketici arasındaki anlayışı pozitif yönde etkilerken, oluşan ürün-marka imajı da pozitif algıdan yararlanacaktır. Güdülen amaçlara uygun mecra seçimi bu sürecin beklenen etkiyle gerçekleşmesinde belirleyicidir. İnternet teknolojileri genelinde sosyal medyanın hedeflemedeki başarısı, mecra olarak seçilmesinin temel sebebi olmaktadır. Can ve Serhateri'nin 2016'daki araştırmalarındaki *"Pazarlamanın temel odak noktalarından birkaçı ürün bilinirliğini sağlamak, görünürlük ve farkındalık oluşturmaktır. Günümüz koşullarında sosyal medya bu amaçları yerine getirmek için en güzel bir araç olmuştur"* (Can ve Serhateri, 2016: 16) ifadeleri bunları destekler niteliktedir.

İşlevleri bakımından değerlendirdiğimizde iletişimin en önemli işlevinin toplumsallaştırma olduğunu söylemek mümkündür. Toplumların değişim-gelişimini kültürün değişim-gelişiminden bağımsız değerlendirmenin mümkün olmayacağı gibi toplumu oluşturan bireylerin, kurum ve işletmelerin birbiriyle olan iletişim ve etkileşimini, kullanılan iletişim biçimi ve mecrasından bağımsız düşünülmemelidir. Yeni iletişim teknolojilerinin hayatımıza kattığı iletişim araçlarındaki ikame yeteneği ve bu araçların çift yönlü iletişimi desteklemesi, gönderici ve alıcı taraflarının etkileşimini derinleştirmiştir. Burada Aksallı 2018'in şu ifadelerine yer vermek doğru olacaktır: *"Sosyal medya, toplum için sınırsız bir kaynak özelliğinde olmasından dolayı etkileşimi ve iletişimi farklı bir noktaya taşımış, insanları yaklaştıracı işleviyle kendini vazgeçilmez kılan bir noktaya taşınmıştır. Geleneksel medyanın hantal yapısına karşın daha canlı ve esnek olması sebebiyle anlık bilgiye ulaşma noktasında ön plana çıkmıştır"* (Aksakallı, 2018: 1). Bu özelliklere ek olarak, iletinin alıcı sayısının çoğaltılabilmesi ve nitelikleri tanımlanmış hedef kitlenin nicelik bakımından artması sosyal medyanın vazgeçilmez bir ortam olması sonucunu doğurmuştur. Ayrıca anlık sayılabilecek hızda iletişime olanak vermesi, küçük maliyetlerle dahi ulaşılabilir olmasının yanı sıra zenginleştirilmiş içeriklerin tüm özellikleri ile sunulabilmesi günümüz ölçeğinde sosyal medya popülerliği ve yoğun kullanıcı sayısını açıklamaya yeterli olacaktır. Kullanıcıların iletişim, sosyalleşme, bilgi edin-

me, haberleşme, gündemi takip edebilme gibi birçok ihtiyacını karşılaması adına kompoze bir yapıya sahip olan sosyal medya, kullanıcılarının yeni tutum ve davranışlar geliştirmesine de etki edebilmektedir.

Küresel ölçekte gözlemlenen ve genel eğilim olan pazarda yer almak ve piyasa payını artırmak isteyen üretim ve pazarlama faaliyetleri yürüten kişi, kurum ve işletmeler, rekabet avantajı sağlayabilmek için medyada yer ve zaman satın almanın iyi sonuçlar doğuracağı fikriyle, haklı olarak reklama yönelmektedir. Reklam tanıtıcı, açıklayıcı, ilgi çekici, satın alma davranışına yönlendirici içerikleri barındırması bakımından etkili bir yöntemdir. İletişimin yetenek ve olanakları ile vücut bulan reklam içerikleri görsel - işitsel öğelerin birlikte kullanıldığı tasarımlar ile oluşturulup hedef kitleye iletilmektedir. İletim süreci tamamlandıktan sonra beklenen etki gözlemlenmektedir. Beklenen etkinin gerçekleşmesi reklam içeriğinin oluşturulması sürecinde muhtemel alıcıların algılarını ve davranışlarını etkileyecek iletişim ve tasarım unsurlarının yerli yerinde kullanılması ile doğrudan bağlantılıdır. Bunun yanı sıra üretilen reklam içeriğinin maksimum etkiyi gösterebileceği kanal seçimi de bir o kadar önem arz etmektedir. Talih Akkaya 2013'deki araştırmasında bunu *“Sürekli artan rekabet ve değişen tüketici tercihleri karşısında hedef pazarlarına daha hızlı ve etkin bir şekilde ulaşmak isteyen işletmeler için cazip fırsatlar sunan sosyal medya, işletmeler için pazarlama iletişimi unsurlarından biri haline gelmiştir”* (Talih Akkaya, 2013: 1) ifadesi ile desteklemektedir. Sosyal medyanın gücü, kapsama alanı ve yeteneklerinin farkına varan irili ufaklı tüm üretim ve pazarlama faaliyeti yürüten kişi, kurum ve işletmelerin bu mecraya yöneldiğini gözlemleyebiliriz. Yeni medya yönelimleri reklam piyasasının uygulama alanlarını genişletirken, geleneksel medya uygulamalarını da göz ardı etmemektedir. Bir iletinin birden çok mecrada farklı formlarda iletilmesi iletinin hedef kitle tarafından alınabilme olasılığını da artıracaktır. Sosyal medyaya yönelimin başka bir sebebi de üreticilerin çok çabuk geri dönüş alabilmesi ve olası soru ve sorunlardan kısa sürede haberdar olabilmesidir. Atan ve Işık 2016'daki çalışmalarında bu konu ile ilgili *“... reklamcılar sosyal paylaşım sitelerini gelişen internet sektöründe konvansiyonel bir reklam mecrası olarak kullanmaktadırlar. Bu bağlamda günümüz reklam sektörü artık interaktif ortamı avantaja çevirerek sosyal medya reklamcılığında büyük gelişmeler ve ilerlemeler ortaya koymaktadır”* (Atan ve Işık, 2016: 220) ifadelerine yer vermişlerdir. Hedef kitlenin ürün, hizmet ve fikirler hakkında merak ettikleri sorulara hızlı bir şekilde cevap bulmaları alıcı tarafın tatminini karşılayacaktır. *“Buradan hareketle tüketicilerin sosyal medyadaki reklamlara ilgisini ve sosyal medyada reklamı yapılan ürün ve hizmetleri satın alma konusunda tüketicileri teşvik eden unsurları belirlemek önem arz etmektedir”* (Gürbüz, 2019: 2). Başka bir bakış açısıyla da ürün, hizmet ve fikirler hakkında alıcı taraftan gelen

yorumlar da üretici tarafından ürün iyileştirme ve geliştirme için kullanılmaktadır. Her iki taraf da sosyal medya ortamının yeteneklerini kendi amaç ve tatmini için faydalı olarak kabul etmektedir.

“Bilgi veren, eğlenceli ve güven oluşturan sosyal medya reklamları tüketicileri tekrar o ürüne yönlendirmekte, markalarına karşı olumlu tutum oluşmasını sağlamaktadır. Bu nedenle yapılan reklamlarda doğru bilgiler verilmeli, reklamlar tüketicileri eğlendirmeli ve onlar için güven oluşturmalıdır. Böylece sosyal medya reklamları doğrudan tüketici davranışlarını değiştirecek ve şekillendirecektir” (Kayapınar, Yürük Kayapınar ve Tan, 2017: 486).

Yukarıdaki ifadeden anlaşılacağı üzere genel reklamların, özelde ise sosyal medya reklamlarının doğru bilgiyi hedef kitleye aktarması, reklamını yaptığı ürünün hedefine ulaşmasında olumlu yönde destekleyecektir. Bilgi aktarımında önemli tasarım unsurlarından birisi de tipografidir. Reklamlar tasarlanırken, tipografik unsurlarla oluşturulan hiyerarşi yardımı ile doğru ve güvenilir bilgilerin tasarımcının istediği sıraya göre hedef kitleye aktarılması sağlanmaktadır.

Tipografi

Tasarlanan ileti ancak alıcı tarafın iletiyi tam ve doğru bir şekilde algılaması ve anlamlandırmasıyla etkili olacaktır. Estetik kaygının yanı sıra barındırdığı mesaj bakımından iletiyi biçimlendiren tasarımcı grafik sanatlar ve ileti tasarımı içerisindeki her unsuru gözetmekle birlikte tipografinin sağlayacağı etkileri bilerek doğru ve yerinde kullanımlar ile yaratıcı bir süreç izlemelidir. Tasarlanan iletinin barındırdığı içerik çok önemliden az önemliye kadar derecelendirilerek tipografik karakter özellikleri ve etkilerinden yararlanarak kullanılmalıdır. Bölüm ve başlık ayrımları, doğru seçilmiş farklı biçimler, karakter, renk ve kullanılan simgelerin anlaşılabilirliği iletiyi alan tarafın algılama süresini kısaltırken iletiyi anlamlandırmasını kolaylaştıracaktır. Ayrılan bölümlerin ve kullanılan öğelerin standardizasyonu, iletiyi barındıran yazıda kullanılan harf, rakam ve noktalama işaretlerinin karakterleri, dizilişi, ritmik mesafeleri gibi dikkat edilmesi gereken hususlar vardır (Becer, 2008: 176).

Tipografik mesaj; sözel, görsel ve seslidir: Tipografik unsurlar, okundukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir. Tipografi, bu çok yönlü yapısıyla dinamik bir iletişim aracıdır. Günümüz insanı tipografik mesaj bombardımanı altındadır. Bu yoğunluk görsel kirliliğe neden olmakta, birçok tipografik mesaj işlevini yitirmektedir. Etkili tipografi, mantık ve sezginin bileşimidir. Mantık ve sezgi arasındaki denge, görüntü ile siz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır. Tipografik simgeler, sözdizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı boyutta varolur: Tipografik yaklaşım sim-

genin biçimiyle ilgili ise; sözdizimsel boyut ön plandadır. Ya da simgeye özel bir anlam yüklenerek etki yönü değiştirilebilir (Becer, 2008: 184-185).

Yukarıdaki bilgiler ışığında; bu dinamik yetenekler, tipografinin kullanım alanları ve etkileri açısından ileti tasarımı sürecinde sıkça kullanılmamasının sebeplerindendir. Tipografi kullanımı güncel ileti tasarımı anlayışında en sık başvurulanan uygulamalardan birisidir. Fakat bilinçsiz şekilde iletiyi zenginleştirmek adına sadelikten uzaklaşmak, tasarımın görsel gürültüyle doldurmaktadır. Bu olumsuz durum alıcının asıl algılaması gereken mesajdan uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Oysaki iletinin etkisi, tasarlama sürecinde kullanılan unsurların denge içerisinde olmasına ve tasarlayıcısının yaratıcı öngörüsüne sıkı sıkıya bağlıdır. Tipografik uygulamalarda karakterlerin asıl formlarına bağlı kalarak ve sözdizimsel yapısına özen göstererek, iletinin en sade haliyle oluşturulması mümkünken, oluşturulan simgeye asıl anlamının dışında bir anlam atfederek etkinin yönüne de olumsuz biçimde müdahale edilebilir.

“Günümüzde iletişim teknolojisinin geldiği düzey ve yeni iletişim ortamlarının günlük yaşamda yerini alması sonucu yazı ve kullanıldığı ortamlar da çeşitlenmiştir. ...İşte, aslında uzmanlar arasında tartışılan şey, yeni çıkan her iletişim ortamında ve ürününde-örneğin web ortamında-yazının ‘nasıl’, ‘ne şekilde’ ve ‘ne kadar’ kullanılması gerektiğidir” (Sarıkavak, 2004; Sarıkavak, 2014: 54) şeklindeki değerlendirmesini genişletecek olursak; İnsanlık var olageleli iletişim de var olagelmıştır. Yapılan ilk iletişim ile şimdiki iletişim arasında amaç bakımından bir fark yokken, biçim bakımından birçok farktan bahsedebiliriz. Yazının icadıyla birlikte sözlü iletişime ek olarak yazılı iletişim biçimleri de hayatımıza eklenmiştir. Özellikle yaşadığımız bu dönemde yeni iletişim teknolojilerinin ürünü olan iletişim araçlarına ek olarak açık hava alanları dahil birçok mecrada yazı kullanımı gözlemlemek mümkündür. Yazının kullanıldığı farklı mecraların farklı özellikleri vardır. Örneğin gazete sayfasında kullanılan yazı biçimleri ve yoğunluğu ile billboard için kullanılan yazı biçimleri ve yoğunluğu aynı değildir. Mecraya göre yazı seçilmesi yazının okunur kullanılmasını sağlayacaktır.

Uçar 2014’ün kitabında kullandığı *“Grafik tasarımda tipografi, bilgi ve mesajın anlaşılabilir bir form diliyle iletilmesinin yanı sıra, bir tarz, kişilik, görsel bir dil, farklı bir imge olarak ortaya konan bir eleman olma iddiasını taşımaktadır. Kuşkusuz mesajın içeriğiyle tipografinin uyuşması grafik tasarımcılarının en sıklıkla çözüm bulmak zorunda kaldığı durumdur”* (Uçar, 2014: 106) ifadelerinden yola çıkacak olursak; İletinin tasarlanması süreci, tasarımcı açısından doğru seçimler yapma ve yerinde kararlar verme ile geçmektedir. Bu sürecin sonucunda da iletinin içeriğine uygun seçilen tipografik unsurlardan ileti içeriğini eksiksiz dahası etkili

bir şekilde vermesi beklenmektedir. Bunun için tasarımcıdan tipografi literatürüne hâkimiyet, görsel anlatı kabiliyeti ve bilginin özgün bir tarzla işleyebilmesi yeteneği aranmaktadır.

Mesaj kaygısı yüksek görsel sanatlar ve tasarım uygulamalarının önemli unsurlardan olan tipografi kullanımı, iletinin çözülmesi ve anlamının netleşmesine veya aksine iletinin alt mesajının gizlenmesine olanak sağlar. Tipografik karakterlerin ebatları, eğikliği, konumu alıcı algılamalarında çeşitli hisleri uyandırma etkisine sahiptir. İyi tipografi uygulamaları alıcının ilgisini cezbedebilir hatta ilgiyi yönlendirebilme gücüne sahiptir. Öz 2018 yılındaki çalışmasında konuyla ilgili olarak “*Görsel iletişim bağlamında Tipografi ile bir metnin anlamlarının açıklığa kavuşturulması, algılanması, paylaşılması ya da gizlenmesi mümkündür. Yazı karakteri boyutu ve tipi ile güç, ciddiyet ve önem hissi uyandırılabilir. İyi tipografi, okuyucuyu içeriğe odaklanmasına izin vermesi bakımından önemlidir*” (Öz, 2018: 104) ifadesine yer vermiştir.

Her tasarım düzeninde, gösterilen iletiyi anlamlandırmak için hedef kitlenin dikkatinin çekilmesi gerekmektedir. İyi kurgulanmış bir tipografi ile hedef kitle metnin ne anlama geldiği ile ilgili doğrudan ya da dolaylı anlamlara işaret eden göstergesel ayrıntıları görmektedir. Ancak, yalnızca metnin görülmesi anlamı beklenen hedef doğrultusunda yetersiz ya da belirsiz bir konumda bırakabilmektedir. Hedef kitle, iletilen bilgiyi okumadan önce tasarımın bütününe bir düzen içerisinde algılama eğilimindedir ve böylelikle, tipografinin görselliği de tasarımların anlamlandırma süreçlerinde işin içerisine girmektedir (Özkan, 2019: 75).

Ayrıca çoğu zaman bir görsel tasarımda mesajın doğrudan alıcı tarafından algılanması beklenmemektedir. Alıcı iletinin içeriğinden önce tasarımı bütüncül olarak değerlendirmektedir. Tasarımda kullanılan tüm unsurları uyum ve denge açısından istemsiz şekilde değerlendirmesi sonucunda algıladığı his ile iletinin içeriğini çözümlemeye koyulmaktadır. Algılanan his ileti içeriğinin pozitif veya negatif anlamlandırılmasında etkili olmaktadır. İletinin içeriğini çözümleme isteği tasarımın unsurlarının doğru kullanılmasına bağlıdır. Aksi durumlarda alıcı çözümleme ve algılama sürecinde isteksizlik gösterebilir. Tasarım unsurlarının yanı sıra kurgusuna özen gösterilen tipografik yapısı alıcının mesajı çabucak algılama ve çözümleme eğilimini artıracaktır.

Günümüze kadar gelen süreç içerisinde Tipografi içerdiği anlam, biçim ve uygulama alanları bakımından ciddi bir değişim-gelişim geçirmiştir. Sürecin tipografinin işlevleri ve estetik kalıplarında da dönüşümü tetiklediği gözlemlenmektedir. Medeniyet yolculuğuna bağlı olarak sırasıyla yazının, yazma yüzeylerinin, matbaanın keşiflerinin yanı sıra sayısallaşma ile birlikte bilgi işlem ve bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelere para-

lel olarak yeni bir görsel dile kavuşmuştur. Gelişmenin sürekli hale geldiği fikri ile tipografi alanında estetik, işlev ve biçim açısından gelişmenin kaçınılmaz olduğu söylenebilmektedir (Gürsu, 2019: 76).

Tipografik Hiyerarşi

Yapıcı 2016'daki araştırmasında kullandığı “*Grafik tasarım; bir sorun ile başlamakta ve bu soruna etkili çözümler aramaktadır. Tüketici kitlede merak uyandırma, dikkat çekme ve kolay algılama gibi kavramlar grafik tasarımın en önemli amaçlarından birisidir. Grafik tasarım, kompozisyon, renk, görsel hiyerarşi, tipografi gibi elemanları aracılığıyla mesajı etkin kılma amacına yönelik hareket etmektedir*” (Yapıcı, 2016: 2) ifadelerine ek olarak; Mesaj kaygısı tasarımın tetikleyicisi olmakla birlikte temel motivasyon kaynağıdır. İçeriğin belirlenmesi ile başlayan süreç iletişimin başarısı adına hedef kitleye ulaşabilmeyi sağlayacak doğru kanal veya kanalların belirlenmesi sağlanması gereken diğer bir koşuldur. Seçilen kanal hedef kitleye ulaşabilmenin yanı sıra tasarlanacak ileti için de önem arz etmektedir. Farklı kanalların iletiyi taşımak adına farklı yeteneklerinden de bahsetmek gerekmektedir. Örneklendirmek gerekirse; bir gazete sayfası için üretilen tasarım ile televizyon için ya da sosyal medya için üretilen tasarımlar farklılıklar gösterecektir. Seçilecek kanalın ileti taşıma yeteneklerine göre kullanılan tasarım unsurlarının hiyerarşiye göre konumu, dengesi, ahengi hedef kitlenin ilgisini cezbederek, iletinin algılanmasını kolaylaştırmayı sağlayacaktır. Bu süreci; tasarımın bir amacı soruna, sorunu da çözüme kavuşturması olarak tanımlamak mümkündür.

İnsanlar yaşadıkları çevrede duyuları yoluyla aldıkları verileri işleyerek zihinlerini doldurmaktadır. Doğadan gelen veriler genellikle bir düzen içerisindedir ve bu düzen insanların algılarını zorlamaktadır. Doğal akışın dışında aldığımız uyaranlar ise farklıdır. Bazı uyaranlar insanı rahatsız ederken bazı uyaranlar da huzur verir. Dinlenen bir müzikte iyi düzenlenmiş notalar ve bu notaların vücut bulduğu enstrümanlar aracılığı ile bir senkron içerisinde müziğin üretilmesi esnasında rahatsızlık hissedilmeyecektir. Aksi düşünüldüğünde enstrümanların birbirlerine baskın olması veya şarkıyı seslendirenlerden yüksek sesle çalınması işitsel kirliliğe yol açacaktır. Görme duyusunda da durum aynıdır. Tasarım aracılığı ile iletinin bir sistematik çerçevede ve beklenen etkiyle alıcıya ulaştırılmasında beklenmektedir. Görsel ileti tasarımında kullanılan görseller, tipografi, renk, boyut, karşıtlık gibi unsurların bir hiyerarşik sıralama ile kullanılması tasarımcının dikkat etmesi gereken konulardır (Uçar, 2014: 153–154).

Tasarımda kullanılan her bir unsur o unsurun kural ve düzeni içerisinde tasarıma eklenmelidir. Bunun yanı sıra her bir unsur diğer unsurlarla bir bütünün parçası olması bakımından ölçülü ve etkili kullanılmalıdır. Tasarı-

mın başarısı oluşturulma sürecinde içeriğin etkisini artırmaya yönelik her bir unsurun hiyerarşik düzenlenmesine bağlıdır. Tasarımda kullanılan tüm elemanların önemli olmasına karşın mesajı oluşturan içeriğin açık ve etkili aktarımı bakımından tipografik hiyerarşi farklı bir öneme sahiptir. “*Tipografik Hiyerarşi ise, kitleye aktarılacak bilgilerin veya verilecek mesajların önem sırasına göre ya da okunma önceliğine göre renk, punto, doku, yazı karakteri gibi tasarım elemanları aracılığı ile bir düzen içerisine sokulması denilebilmektedir*” (Yapıcı, 2016: 6).

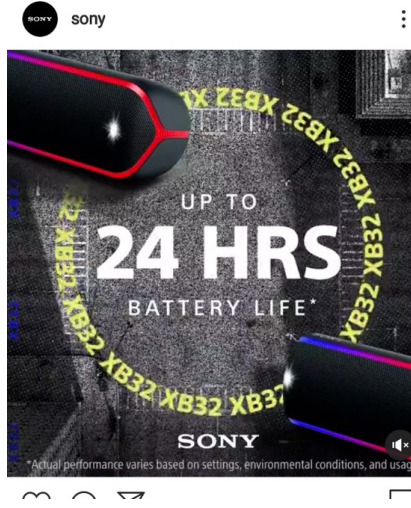


Görsel 1. *Tipografik Hiyerarşi Örnek 1 (www.serdarsezer.com)*

Şüphesiz üzerinde durulması gereken konulardan bir diğeri de tasarımda hiyerarşinin sağlanmasıdır. Tasarımın içeriğine monte edilecek birbirinden farklı yazınsal dizinlerin okunma ve algılanma sıraları tipografik hiyerarşi ile sağlanmaktadır. Tipografik hiyerarşi alıcıya tasarımı doğru algılayabilmesi adına kılavuzluk yapmaktadır. Böylece alıcı tasarımın içerdiği mesajdan kopmadan, görsel kirliliğe maruz kalmadan iletiyi açık ve doğru bir şekilde algılar (Ambrose ve Harris, 2012: 128).

Tasarımın etkisi ve başarısı renkten bağımsız değildir. Görsel etkinin oluşması, içeriğin algılanması, alıcının ilgisi, yazılara anlam katma, ön plana çıkarma gibi birçok etkisinin yanı sıra görsel hiyerarşinin oluşmasına katkı sağlar. Bu konuyla ilgili Ambrose ve Harris (2012) kitaplarında “*Renk tipografiyle birlikte, bilgiyi sunmak ve tasarımın bütünsel olarak görsel etkisine katkıda bulunmak için pek çok şekilde çalışır. Renk, metin öğelerine açıklık, karışıklık ve ek anlamlar kazandırmasının yanı sıra mantıklı ve görsel hiyerarşi sağlamak için de kullanılabilir*” (Ambrose ve Harris, 2012: 134) ifadelerine yer vermişlerdir.

Tipografik hiyerarşi oluştururken, boyut ve rengin yanında yön ve vurguda çok önemli öğelerdir. Onların yardımı ile çok etkili tipografik hiyerarşi oluşturulabilir.



Görsel 2. Tipografik Hiyerarşi Örnek 2

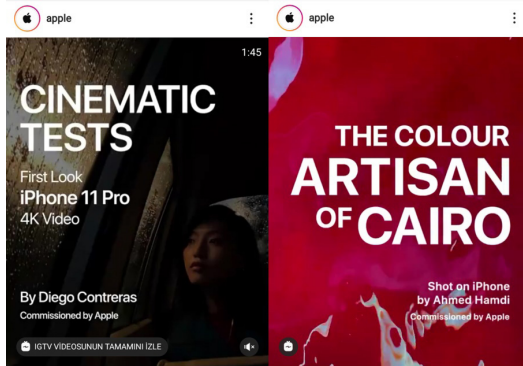
Yöntem

Çalışma iki aşamadan oluşmaktadır. Çalışmanın ilk aşaması olan literatür kısmında yer alan sosyal medya, ileti tasarımı ve tipografi kavramları için tarama modelinden yararlanılmıştır. Tarama modelleri, geçmişle ve günümüzde var olan durumu betimlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 2012: 77).

İkinci aşamasında ise sosyal medyada yer alan 6 adet reklam görseli, boyut, renk, yön ve vurgu başlıkları altında incelenmiş ve tipografik hiyerarşi açısından irdelenmiştir.

Sosyal Medya Reklamlarında Tipografik Hiyerarşi Örnekleri

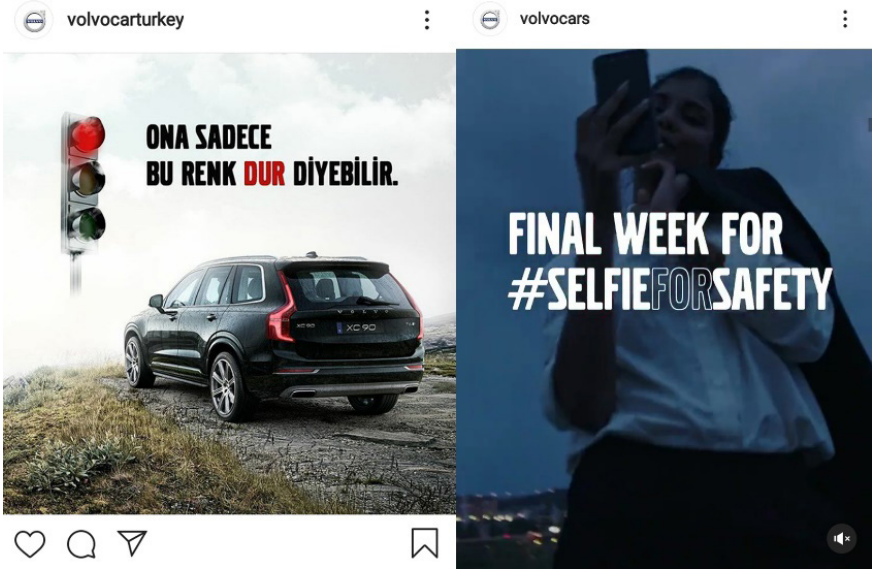
1. Tipografik Hiyerarşi Reklam Örnekleri (Boyut)



Görsel 3. Boyut ile Tipografik Hiyerarşi Örnekleri

Yukarıdaki reklam örneklerinde tipografik hiyerarşinin yazı büyüklüğü ile sağlandığını görülmektedir. Reklam tasarımcısı, izleyicilerin dikkatlerini çekmek istediği tipografik öğeleri diğerlerine göre daha büyük yazarak görsel bir hiyerarşi sağlamayı hedeflemiştir. Sosyal medyanın değişik platformlarında bu örneklerle örtüşen tipografik hiyerarşi gerçekleştirilmiş birçok reklam tasarımı bulunmaktadır. Sonuç olarak reklam tasarımcıları hedef kitlenin, reklamı planan şekli ile sıra ile takip etmesini sağlamaktadır.

2. Tipografik Hiyerarşi Reklam Örnekleri (Renk)



Görsel 4. Renk ile Tipografik Hiyerarşi Örnekleri

Bu reklamlarda tipografik hiyerarşi renk kullanımı sayesinde oluşturulmuştur. Bu reklam örnekleri incelendiğinde renk yardımı ile ilk algılanılması istenilen tipografik unsurun resmin ortasına konulduğunu söylemek mümkündür. “**DUR**” yazısının olduğu reklamda Kırmızı ışık, dur yazısı ve aracın stop lambasının sayesinde üçgen bir kompozisyon oluşturulmuş ve bu sayede görselde izlenen ilk yerlerin buralar olması sağlanmak istenmiştir. Reklam tasarımcının istediği etkiyi bu sayede sağladığı gözlemlenmektedir. Sosyal medyada birçok markaya ait reklamlarda benzer etkilerin yaratılarak, görsel bir hiyerarşi oluşturulduğunu söylemek mümkündür. Sadece sosyal medya reklamlarında değil bütün grafik tasarım ürünlerinde renk ile görsel hiyerarşi oluşturmak mümkündür. Sosyal medya reklamlarında tipografik hiyerarşinin oluşturulmasında renk kullanımına tasarımcıların çok sık olarak başvurarak etkili reklam tasarımları gerçekleştirmektedirler.

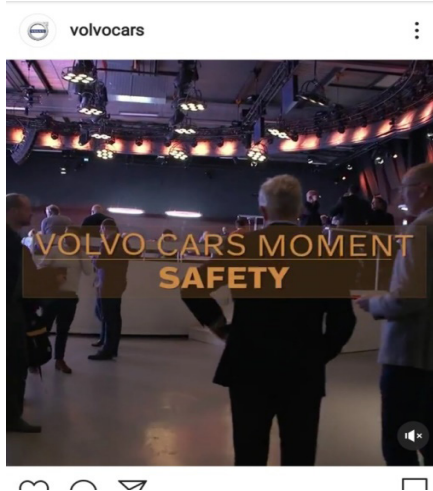
3. Tipografik Hiyerarşi Reklam Örnekleri (Yön)



Görsel 4. Yön ile Tipografik Hiyerarşi Örnekleri

Yukarıda sosyal medyada yayınlanmış reklamda tasarımcı tipografik hiyerarşi oluşturmak için yön unsurundan yararlanmıştır. Önce algılanmasını istediği öğeyi izleyicinin ilk görebileceği yere yerleştirmiş sonrasında izlenmesi istenen sıraya göre yerleştirmiştir. Bu sayede hedefi olan hiyerarşiyi oluşturmuştur. Yazı sayesinde reklam alanına perpektifsel bir derinlik sağlanmıştır. Böylelikle kısıtlı bir reklam alanını etkili bir tipografik dizilim ile hareketli ve derinliği olan bir görsele dönüştürmüştür.

4. Tipografik Hiyerarşi Reklam Örnekleri (Vurgu)



Görsel 5. Vurgu ile Tipografik Hiyerarşi Örnekleri

Yukarıda yer alan sosyal medya reklamında tipografik hiyerarşiyi sağlamak amacıyla vurgulanmak istenen kısım dolgun olarak yazılmıştır. Vurgu da yazı ağırlığı hiyerarşiyi oluşturmak amacıyla sıklıkla kullanılan yöntemlerden birisidir. İzleyicinin dikkatini çekmek için “**SAFETY**” yani “**GÜVENLİK**” kelimesini vurgulu yazılmıştır. Seçilen kalın ve sağlam yazı karakteri Volvo’nun sağlamlığını ve güvenilir olduğunu vurgulamaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Benzer nitelikleri taşıyan ürün ve hizmetler ile aynı amacı farklı bakış açılarıyla anlatan fikirlerin çokluğu rekabeti zorunlu kılmıştır. Rekabet avantajı isteği, üreticileri tüketicileri etkileme yollarına yöneltmiştir. En etkili yöntemlerden biri olarak kabul gören reklam iletiyi tüketiciye taşıması ve içeriği hızlı ve etkili anlatabilme yetenekleri bakımından bir adım öndedir. Kazanç amacı gütmesi reklamın oluşturulması ve mümkün olan en çok alıcıya ulaşmasının sağlanması reklam maliyetlerini hatırı sayılır ölçüde artırmaktadır. Reklamın hedef kitleye hızlı, etkili ulaşması mecranın yetenekleri ile de doğrudan ilgilidir. Birçok mecra içerisinde sosyal medya maliyetleri ve olanakları bakımından günümüz reklam ve tanıtım faaliyetlerinde en çok kullanılan alan olarak karşımıza çıkarmaktadır. Gönderici ve alıcının az emek ile çok düşük maliyetler karşılığında hemen hemen her yerden ulaşılabilmesi sosyal medya kullanımını yaygın hale getirmiştir. Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, ekonomik olanaklar ve statü gözetmeksizin sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşması bu mecranın reklamların alıcıya ulaşmasında tercih sebebidir. Reklam ve tanıtım için yapılan ileti tasarımlarından mesajın içeriğinin alıcı tarafa eksiksiz ve etkili aktarılması beklenmektedir. Tasarlanan iletiler yayınlanan mecranın özellikleri ile uyumlu olmalıdır. Sosyal medya reklam tasarımları, bu mecranın hızı dik-kate alındığında ilk etapta izleyicisinin dikkatinin çekebilmek daha sonrasında da mesajını aktarabilmek için bazı tasarım kurallarına daha fazla özen gösterilerek hazırlanmalıdır. Sosyal medya reklamlarındaki tipografik unsurlar hazırlanırken görsel bir hiyerarşi oluşturarak izleyicisiyle bilgi paylaşımında bulunmalıdır. Tipografik hiyerarşi oluşturulurken okunaklılığı kaybetmeden estetik kaygılar ön planda tutulmalıdır. Tipografik hiyerarşi boyut (büyüklük-küçüklük, oran ve orantı), renk, vurgu ve yön gibi unsurlar yardımı ile gerçekleştirilmektedir.

Tüm bu bilgilerin ışığında sosyal medya reklamlarında doğru kullanılan tipografik hiyerarşi sayesinde çok etkili reklamlar gerçekleştirilmekte ve bu reklamlar sosyal medya izleyicileri arasından ürünün hedef kitlesinin dikkatini çekip, detaylarıyla reklamı incelemeye yönlendirmektedir.

Tasarımcılara yönelik öneriler şunlardır;

- Genelde tüm reklam tasarımlarında özellikle de sosyal medya reklam tasarımlarında belli bir hiyerarşi içerisinde tipografik unsurlara yer verilerek, mesajların önem sırasına göre aktarılması gerekmektedir.
- Tipografik hiyerarşiyi oluştururken hangi unsurdan destek alacaklarına reklamı yapılan ürün ya da hizmetin yapısına göre karar vermelerinin mesajı doğru iletebilmeleri açısından son derece önemli olduğunu bilmeleri gerekmektedir.
- Sınırlı tasarım alanlarında tipografik hiyerarşinin “yön” unsuru kullanılarak tasarıma derinlik vermeleri,
- Yoğun yazı içermesi gereken durumlarda asıl verilmesi gereken mesajı “renk” ile yalnızlaştırmaları ve mesaja vurgu yapmaları faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aksakallı, T. (2018). *Sosyal Medya Reklamlarının Tüketicilerde Oluşturduğu Algılar: Instagram Reklamları Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık Anabilim Dalı Reklamcılık Bilim Dalı, Konya.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2012). *Tipografinin Temelleri*. (Çev. Bengisu Bayrak) İstanbul: Literatür Yayınları. (Orijinal Yayın Tarihi, 2011)
- Atan, U. ve Işık, M. (2018). Facebook'ta Verilen Reklamların Marka ve Kullanıcılar Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma. *Ulakbilge* 6(21), 217-237.
- Becer, E. (2008). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Can, L. ve Serhateri, A. (2016). Sosyal Medya Reklamlarının Markaya Yönelik Tutuma Etkisi: Facebook Üzerinde Bir Uygulama. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*. 02(03), 16-28.
- Ceylan Bahattin, H., Ceylan, İ. G. ve Yılmaz, Y. (2017). Sosyal Medyada Yer Alan Reklamların Renk Tercihleri Ve Hedef Kitleye Uygunluğu Açısından İncelenmesi. *ASEAD* 4(12), 273-282.
- Gürbüz, A. (2019). *Sosyal Medyaya Ve Sosyal Medyadaki Reklamlara Verilen Değerin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Kilis.
- Gürsu, İ. (2019). *Tipografide Kültürel Etkilerin Kinetik Tipografi İle Görselleştirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Tasarım Anasanat Dalı, İstanbul.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kayapınar, Ö., Yürük Kayapınar, P. ve Tan, Ö. (2017). Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tüketici Algıları İle E-Sadakat Arasındaki İlişkide Markaya Yönelik Tutumun Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 9(4), 472-494.
- Keskin, H. (2018). *Sosyal Medyayla Birlikte Değişen Reklam Stratejileri: Sosyal Medyada Hedef Kitle Belirleme Yöntemleri*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kuzucuk, M. (2019). *Sosyal Medyada Kullanılan Reklamların Satın Alma Üzerindeki Etkisi: Facebook Ve Instagram Kullanan Selçuk Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı Radyo Televizyon Ve Sinema Bilim Dalı, Konya.
- Öz, S. (2018). *Grafik Tasarımda Tipografik Hiyerarşi*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, İstanbul.

- Özkan, İ. F. (2019). *Tasarım Elemanı Olarak Tipografi: Algı Ve Anlam İlişkileri*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Ve Tasarım Anabilim Dalı, İstanbul.
- Sarıkavak, N.K. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Sarıkavak, N.K. (2014). *Kaligrafik ve Tipografik DeneySEL Tasarımlar*. İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- Talih Akkaya, D. (2013). *Sosyal Medya Reklamlarında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış Ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Edirne.
- Uçar, T. F. (2014). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul : İnkılap Kitabevi Yayınları.
- Yapıcı, M. (2016). *Tipografik Hiyerarşinin Algılanabilirlik Üzerine Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). T.C. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Grafik Eğitimi Bilim Dalı, Ankara.

Görsel Kaynaklar:

- Görsel 1.** <http://www.serdarsezer.com/wp-content/uploads/2017/09/gorsel-hiyerarshi.jpg> (Erişim: 21.10.2019 9:50)
- Görsel 2.** https://www.instagram.com/p/B3XWZIsALtd/?utm_source=ig_web_copy_link (Erişim: 21.10.2019 9:52)
- Görsel 3.** https://www.instagram.com/tv/B2PZqfTFiC2/?utm_source=ig_web_copy_link (Erişim: 21.10.2019 9:55)
- https://www.instagram.com/tv/B3e85bLlsUB/?utm_source=ig_web_copy_link (Erişim: 21.10.2019 9:56)
- Görsel 4.** <https://www.instagram.com/p/6AOGD3gDoJ/?igshid=u2qcuxdnivt> (Erişim: 21.10.2019 10:11)
- https://www.instagram.com/p/B2g3ODMFF8q/?utm_source=ig_web_copy_link (Erişim: 21.10.2019 10:06)
- Görsel 5.** https://www.instagram.com/p/BrWHk4NhrCi/?utm_source=ig_web_copy_link (Erişim: 21.10.2019 10:24)
- Görsel 6.** https://www.instagram.com/p/BxhsXZfAsXg/?utm_source=ig_web_copy_link (Erişim: 21.10.2019 10:25)

SOLFEJ DERSLERİNDE MÜ-
ZİKAL HAFIZAYA YÖNELİK
ÇALIŞMA VE YÖNTEMLER

BÖLÜM

7

Leyla BEKENSİR

GİRİŞ

Solfej derslerinde müzikal hafızanın geliştirilmesi bu disiplinin başlıca amaçlarından birisidir. Bilindiği üzere solfej, müzik eğitim ve öğrenimin sanat ve yaratıcılık temelli en etkin ve pratik yöntemlerindendir. Solfeji değerli kılan öncelikli amacının kişiliği geliştirmek olmasıdır. Bunun yanı sıra solfej derslerinde pratik müzikal kabiliyet ve becerilerin oluşturulması ve iyileştirilmesi hedeflenir. Müzisyen için en önemlisi temel niteliğindeki müzik kulağıdır. Müzik kulağıyla yakından ilişkili bir diğer olgu da müzikal hafızadır.

Birçok araştırmacı bu konuya çalışmalarında geniş yer vermiştir: Hafızanın mükemmelleştirilmesinin olanaklarını ve gerekliliğini inceleyen araştırmacılardan bazıları, A. Alekseyev, Y. Bogoroditskiy, F. Busoni, A. Goldenveyzer, L. Mackinnon, H. Neuhaus, V. Petruşin, S. Savşinskiy, B. Teplov'dur. Dolayısıyla büyük otoritelerin bu konuyla ilgilendiği söylenebilir ve bu boşuna değildir.

Konuya ilişkin çalışmalar son derece günceldir. Konunun önemi, sadece müzisyenin çok sayıda bilgiyi aklında tutması, konserlerde ve çeşitli etkinliklerde notasız icra edebilmek için müzikal metinleri ezberlemesi gerekliliğiyle ilintili değildir. Durumu karmaşıklaştıran faktörlerden biri de şudur: Günümüzde gençler bilgiye fazlasıyla doymuştur. Modern donanımları, interneti aktif olarak kullanabilirler. Dolayısıyla okuma, elle yazma, şiir ezberleme gibi hafızanın genel gelişimini olumlu etkileyen geleneksel çalışmalara daha az zaman ayrılmakta ya da hiç ayrılmamaktadır. Bugün, çocuk ve gençlerin bu alandaki gelişiminde ciddi bir gerileme görülmekte, bilim adamları ve öğretmenler tehlike çanlarını çalmaktadır (Petruşin, 1997:14).

Böyle ciddi bir sorunun XXI. yüzyılda müzik eğitimi sürecine etki etmemesi düşünülemez. Bu yüzden müzikal hafızanın gelişimine “müzik eserinin hızlıca ezberlenmesi, akılda tutulması ve ezberin üzerinden uzun bir süre geçmişse bile aslına en uygun şekilde tekrar icrasına” (Petruşin, 1997:193) günümüzde azami önem verilmektedir.

Müzikal Hafızanın Öneme Dair Örnekler

Müzikal hafızanın her müzisyene gerekli olduğu gerçeği şüphe götürmez. İnsanlık tarihinde mükemmel bir müzikal hafızanın müzisyenin müzik yeteneğinin, dehasının ispatı olduğuna dair birçok örnek vardır.

W. A. Mozart'a çocukluğundan itibaren “mucize çocuk” nitelemesi yakıştırılmıştır. Henüz üç-dört yaşındayken enstrüman çalmakta, beste yapmaktadır. Mozart'ın babası, küçük Wolfgang'ın “Ne yapıyorsun?” sorusu-

na “Piyano konçertosu yazıyorum” diye cevap verdiğini anlatır (Kremnev, 1958:15). Mozart ailesinin mucize çocuğu gösterme niyetiyle tertiplelediği Avrupa turnesi müzik tarihindeki en parlak olaylardan biridir. D.K. Kirnarskaya bu turneye ilişkin şunları yazmıştır: “Altı yaşındaki Wolfgang olgunlaşmış bir virtüözdü, ustalığı kimi zaman yaşını başını almış adamlarının maharetinin ve becerisinin önüne geçiyordu ve bu gerçeği dünyadan saklamak onun nadir yeteneğine karşı işlenmiş bir suç sayılacaktı” (Kirnarskaya, 2004:53). Mozart karmaşık eserleri kâğıda bakarak icra etmekle kalmamış, doğaçlama da yapmıştır. Deneyi daha da ilginç hale getirmek için enstrümanının klavyesini bir örtüyle kapladıkları da oluyordu. Buna rağmen küçük Mozart parlak ve hatasız bir icra sergilemeyi başarıyordu. Günümüzde Mozart’ın güzel ve yaşam dolu müziği yeni bir fonksiyon kazanmıştır: Eskiden olduğu gibi estetik haz verirken bir yandan da müzikal terapide aktif olarak kullanılır.

L. van Beethoven’in ilerleyen sağırlığı yenilikçi eserlerini yazmaya devam etmesini engellememiştir. Üstelik, Beethoven eserlerini çalan orkestrayı yönetmeye de devam etmiştir. Tüm bunları yapabilmesini sağlayan benzersiz iç kulağı ve müzikal hafızasıdır. Döneminin müzikal kalıplarını yıkan (müziğin dokusuna Schiller metinlerini ve insan seslerini işlemesi de dâhil), devrim niteliğindeki Dokuzuncu Senfonisi ilk kez çalındığında şok edici bir etki yaratmıştır. Büyük bestecilerin son eserleri çoğunlukla bir tür günah çıkarma, itiraf niteliği taşır (Mozart’ın Requiem’i ya da D. Shostakovich’in Viyola Sonatı gibi). Dokuzuncu Senfoni de bir itirafıdır. Ayrıca bu eser tüm insanlığa yönelik bir kardeşlik ve sevinç çağrısıdır. Dâhiyane müzikle bestecinin güçlü mesajının birleşmesi görülmemiş bir etki uyandırmıştır. Senfoninin ilk çalınışına dinleyicilerin tepkisini Beethoven’la ilgili kitabında A. Zgorj şu şekilde anlatır: “Gördüğü şey karşısında şaşkına döndü. Yüzlerce hayran göz, ona selam gönderen sayısız el, parterden ve localardan yükselen alkışlar! Hayır, salonun nasıl uğuldadığını, duvarlara çarpan, tavana yükselen ve yere düşüp sonra tekrar yeni bir güçle kabilen hayranlık dalgalarını duyamıyordu! Ama yüzlerini kapamış, hüngür hüngür ağlayan insanları görüyordu. Birçoğu ona, sahnenin kıyısında sersemlemiş vaziyette duran bestecinin yanına gelmeye çabalıyordu. Ön sıralarda insanlar yerlerinden fırlıyor, sahneye koşuyor, Beethoven’e ulaşmaya çalışıyordu, yaklaşamayanların yerine de elini sıkmak ister gibi.

Müzisyenler de yerlerinden kalktılar. Yaylarıyla kemanlarına, viyolalarına, viyolonsellerine, kontrbaslarına vuruyorlardı. Sonra enstrümanlarını sandalyelerine bırakıp koroyla birlikte çılgınlar gibi alkışlamaya koyuldular” (Zgorj, 1973:315). Bu, şaşırtıcı bir müzik hafızası ve onunla bağlantılı öğelerin ortaya koyduğu mucizenin harika bir tasviridir.

Mozart ve Beethoven örneklerinde, üstün yeteneklerin nasıl erkenden gün ışığına çıktığını, mevcut kuralların yıkılışını ve insanları tamamen farklı bir şekilde etkileyen yepyeni bir sanatın kuruluşunu görüyoruz. Ayrıca, dahi özelliklerine sahip müzisyenlerin genellikle şahsiyetlerinin sınırları içinde kalmadıklarına da şahit oluyoruz. Gerek Mozart gerekse Beethoven yaşamları boyunca sanatçının özgürlüğü için mücadele vermişlerdir.

F. Liszt ve S. V. Rahmaninov gibi müzisyenler de eşsiz birer hafızaya sahiptir. Sıra dışı yetenekleri, nota metnini sadece okuduktan sonra eseri fantastik bir hızla ezberleyebilmeleri ve enstrümanla çalabilmelerinde gizliydi (Gaal, 1977:79).

Bunun yanı sıra Liszt sıra dışı bir müzikal önseziye de sahipti ki bu büyük ölçüde kusursuz müzikal hafıza sayesinde gelişen bir özelliktir. M. İ. Glinka, “Ruslan ve Ludmila” adlı operasının bir kısmının Liszt tarafından icra edilmesini anımsar. Partisyon elle yazılmıştır ve Glinka’nın yazısının bir kaligrafi harikası olduğu söylenemez. Buna karşın Liszt herkesi şaşkınlığa boğarak eseri doğru şekilde icra etmiştir. Onu yönlendiren eşsiz önsezileri ve elbette ki müzikal hafızasıdır (Glinka, 1959:154).

Bazı müzik dehalarının ortak özelliği heyecan verici müzikal hafızalarıdır. İ. S. Bach, W. A. Mozart en zor orkestra eserlerini tüm nüanslarıyla birlikte ilk seferde akıllarında tutmalarıyla ünlüdürler. Dünyaca ünlü icracılar D. Oistrakh, S. Rihter, İ. Hoffmann, L. Oborin’in repertuvarlarında sınırsız müzikal hafızaları sayesinde yabana atılmayacak sayıda eserler bulunduruyorlardı.

Şimdi müzikle uğraşanlar için son derece önemli bu kavramı açıklamaya çalışalım. Müzikal hafıza, dış çevreden elde edilen müzikal algıları uzun bir süre zarfında koruyabilme kabiliyetidir. Bu son derece karmaşık bir süreçtir. Zira müzikal hafızanın oluşumu için öncelikle en farklı öğelerin etkileşimi gereklidir (Zinçenko, 2004:272). Bu süreçte sadece kulak hafızası değil, duygusal ve mantıksal hafıza da katılır.

Müzikal hafızanın müzikal kabiliyetler arasında sayılıp sayılamayacağı konusu henüz tam olarak çözülmüş değildir. Örneğin V.İ. Petruşin, hafızayı müzik öğrenimi süreçlerine ait öğelerden sayar (Petruşin, 1997:191 – 199). Kimi müzik- bilimciler hafızanın “kişiliğin bireysel, psikolojik özelliklerinden biri” olduğu görüşündedir. Onlara göre müzikal hafıza özünde değerli bir niteliktir. Bir şey yaratmak için gerekli bir kabiliyet değildir (Strajinskaya, 1988:14).

Seçkin araştırmacı B.M. Teplov müzikal hafızayla ilgili iki öğeye dikkat çeker : Motor-bellek ve kulak. Teplov, bunların esas öğeler olduğunu düşünür. Diğer öğelerin varlığını inkâr etmemekle birlikte ikincil sayar. “Müzikal hafıza, ezberleme, akılda tutma (kısa ve uzun zaman için) ve

müzik materyalini ileride de aslına uygun şekilde çalabilme kabiliyetidir” (Teplov, 1985:101). Tüm bu tavsiyeler zamanın ve öğretmenlerin sınavından geçmiştir ve icra için gereklidir.

Solfej Derslerinde Müzikal Hafızayı Geliştirmenin Yöntem ve Prensipleri

Müzikal hafıza kavramı genel olarak birkaç bölüme ayrılır:

1. Melodik hafıza (tek sesli ve çok sesli eserlerde melodinin akılda tutulmasıyla gelişir).
2. Armonik hafıza (çok sesli müziğin akılda tutulmasıyla gelişir).
3. Metro- Ritmik hafıza (her iki türde de gelişir).

Melodik Hafıza

Solfej derslerinde melodik-tonlama hafızasını geliştirmek için, başlangıçta tek sesli daha sonra çift sesli melodilerin akılda tutmasına yönelik alıştırmaların yapılması, ayrıca tüm majör ve minör türlerinin ve diğer modların söylenmesi faydalı olacaktır.

The image displays musical exercises for melodic memory, organized into four systems. Each system contains two staves of music, with the first staff in G major and the second staff in D minor. The exercises are as follows:

- System 1:** Two staves of a G major scale (C4 to G5).
- System 2:** Two staves of a D minor scale (D4 to D5). The first staff includes the vocalization "do-mi" above the first two notes.
- System 3:** Two staves showing the first six modes of G major: Ionian, Lydian, Mixolidian, Lidian-Mixolidian, Aeolian, and Dorian. Each mode is represented by a scale starting on G4.
- System 4:** Two staves showing the last three modes of G major: Phrygian, Dorian-Phrygian, and Locrian. Each mode is represented by a scale starting on G4.

Bu yöntem müzikal hafızada sağlam bir ezber temelini oturtulmasını sağlar. Zira her bir melodide belirli bir ton mevcuttur. Öğrencilerin hafızasına kazınan tonalite ve modlar akılda tutulması için etkin bir ipucu oluşturarak müzikal gelişimlerine olumlu katkı sağlayacaktır.

Öğrenciler belirli bir seviyeye ulaştığında onlara daha zor alıştırmalar önerilebilir. Örneğin Fa anahtarında yazılmış melodilerin kullanılması müzisyenin gelişimi açısından faydalıdır. Burada alışkın olmayan ses aralıklarına yoğunlaşmakla birlikte, parçanın ritmik özelliklerini unutmamak gerekir. Zira bu parçada noktalama ve üçleme bulunmaktadır:



Bir sonraki aşamada, çeşitli türlerde belirgin çizgiler içeren bir materyalin eklenmesi yoluyla çalışma zorlaştırılabilir. Bu durumda bu staccato, diminuendo ve diğerleri:



Yönelme ve modülasyonları içeren alıştırma da gayet faydalı olacaktır:

Allegro moderato P. Tchaikovsky Kuğu gölü

(C-G; G-C) №72

p *mf* *dim.* *p* *p*

Armonik hafıza

Armonik hafıza ancak çok sesli alıştırma ile keskinleştirilebilir. Onu geliştirmek için basit aralıklardan başlayarak belirli bir temel oluşturmak gerekir:

k2 k7 k3 k6 T4 T5 T5 T4 k6 k3 k7 k2

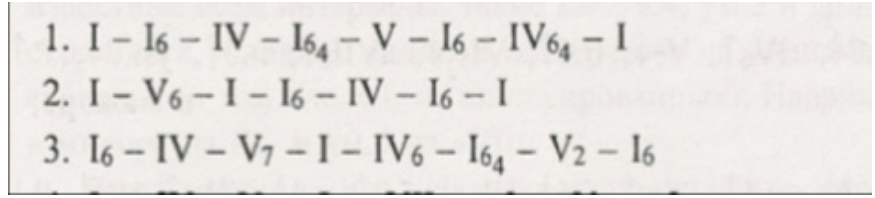
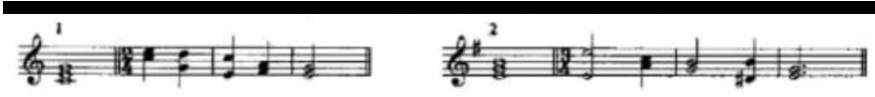
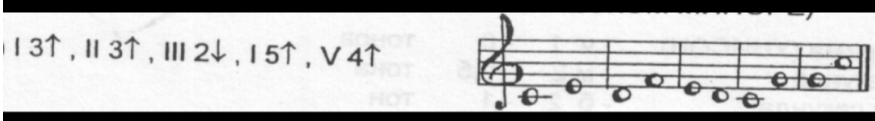
B2 B7 B3 B6 T4 T5 T5 T4 B6 B3 B7 B3

Tüm basit aralıkların net ve bilinçli bir şekilde seslendirilmesinden sonra, tritonları ve diğer karakteristik aralıkları çözümleriyle birlikte dahil etmek gerekir:

A2 T4 e7 T5 A5 B6 e4 k3 A4 k6 e5 B3 A4 B6 e5 k3

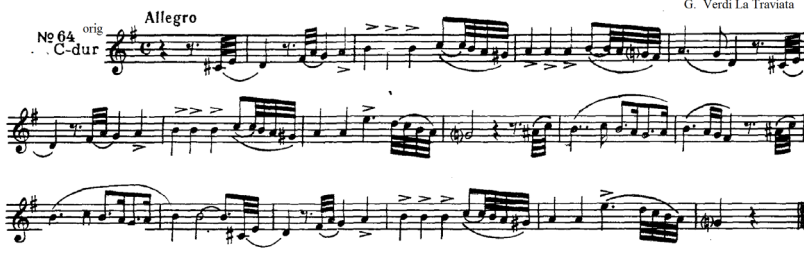
A2 T4 e7 T5 A5 B6 e4 k3 A4 B6 e5 k3 A4 k6 e5 B3

Sonrasında üç sesli ,dört sesli akorlar ve çevrimleri, devamında aralık ve akor bağlantılardan oluşan zincirler ve sekvensler çalışmaya dahil edilmelidir:



Metro-ritmik hafıza

Metro-ritmik her tür alıştırma tipiyle geliştirilebilir. Ancak herhangi bir ritmin net işitildiği alıştırmaları seçmek en iyisidir.



G. Verdi'nin operasından alıntılanan bu fragman kuşkusuz kavrama, ezberleme ve çalma açısından karmaşıktır. Kavramayı güçleştiren etkenler kromatizm, karmaşık ritim kalıpları, cümleleme ve hızlı tempodur. Bu nedenle çalışmayı yavaş tempoda başlamak gerekir.

G. Bizet'in "Carmen" adlı operasındaki parlaklık ve virtüözüte müzisyenlere profesyonel gelişimlerinde yeni bir seviyeye çıkma olanağı tanır. Böylesi zor, röprizli ve iki farklı gelişmeli bir materyalin akılda tutulması, müzikal hafızanın gelişimi için mükemmel bir yöntemdir:



Eğitmen müzikal hafıza geliştirme derslerinde öğrencilere şahsi yaklaşımlar geliştirilmesi gerektiğini bilmelidir. Zira her öğrencinin bu kabiliyeti farklı seviyelerde gelişmiştir. Hafızanın kalitesiyle farklı nedenlere bağlıdır: Doğal kabiliyetin olup olmaması, derslerin yoğunluğu, kulak dikkati, müzikal görgü, ezber ve algılanan materyalin hafızada tutulma hızı, kaliteli algı, müziği hayal gücünde canlandırabilme becerisi.

Müzikal hafızayı geliştirirken materyalin kavranmasına yönelik birden fazla yöntem kullanılması önerilir. Öncelikle materyal dinlenir, sonra müziğin karakteri, özellikleri, uyandırdığı duygular üzerine bir inceleme gerçekleştirilir.

Ardından melodi tekrar seslendirilir. Önce topluca sonra teker teker. Devamında ritmik zorlukların üzerinde durulur. Son olarak eser baştan sonuna kadar yönetilerek tekrar edilir. Burada entonasyonun temiz olmasına dikkat edilir ve kusursuz olması istenir.

Bir sonraki etap melodinin kağıda dökülmesidir (yeterli donanıma sahip öğrenciler için armoninin de). Esasında yapılan, melodik, armonik ve ritmik açıdan zor olan kısımların vurgulanmasıyla yazılan müzikal dikte.

Tüm bu çalışmalar solfej dersleri süresince devam ettirilir. Öğrencinin seviyesi ve donanımına bağlı olarak işlenen konuların çerçevesi zamanla genişletilir ve derinleştirilir.

Daha önce de söylendiği gibi ezberin şartlarından birisi, gerek algılama gerekse tekrardaki netliktir. Bu hedeflere ulaşabilmek için ilk aşamada materyal defalarca çalınır. İlerleyen aşamalarda, bir iki kez çalınması yeterli olur. Öğrencilerin melodiyi gerekli şekilde akılda tutup tutmadığını kontrol etmek için sesle tekrar etmeleri istenir. Y.N. Nesterova bu konuya ilişkin şunu ekler: “Materyalin ne derece kavrandığını anlamak için dinlenen müzik parçalarının bir süre sonra tekrarlanması istenir. Burada, hafızanın çalışma özellikleriyle bağlantılı bir kavram olan ‘ertelenmiş tekrar’ devreye girer” (Nesterova, 2017:4 – 5).

Eğer eğitimci, en yaygın yöntemlerden biri olan seslendirme ya da enstrümanla çalma yoluyla öğretimi kullanırsa ezber daha etkili olur. Melodiyi yönetmek de faydalı olacaktır. Zira ritim algısı ve seçilen müzik motifine has özellikleri bir düzene koymaya yarar.

Müzikal hafıza sıkça iç kulakla özdeşleştirilir. Bunlar birbiriyle yakından bağlı iki kavram olmakla birlikte aslında farklı şeylerdir ve öğrencinin müzikal yeteneklerinin farklı yönlerini oluştururlar.

İç kulak, bir ya da bir dizi sesi hayal gücünde canlandırma kabiliyetidir. Üstelik bu iç duyu başlangıçta sezgisel, bilinçdışı olabilir ve müziğe biraz meyli olan her insanda görülür. Bu yetenek üzerinde çalışıldıkça bilince ve amaca dönük bir hal alır. İç kulak aracılığıyla müzikal hafıza ortaya çıkar. Müzikal hafıza tek başına melodileri akılda tutma yeteneği değil, aynı zamanda analitik hafızadır. Akılda tutmanın yanı sıra, melodinin yapısını anlamayı, melodiler arasındaki bağlantıları, ses dizisinin özelliklerini de kavramayı içerir. Birkaç basit melodinin sesle tekrarı, insanın iyi bir

müzikal hafızaya sahip olduğunun göstergesi değildir. Tek başına melodik hafızanın kullanılması müzikal verilerin tek taraflı gelişmesine sebep olur.

“Vokal kulak” teriminin tek bir tanımı yoktur. Bir yandan bu terim, “tonun yüksekliğini, sesin konumunu, hareketini ve uçuculuğu, yuvarlaklığı ve yoğunluğuyla ilgili her şeyi düzenleyen” işitsel duyarlılıkla özdeşleştirilir (Yejova, 2007:31).

Vokal pedagojiye bu terimi kazandıran V.P. Morozov şunu iddia ediyordu: “Vokal kulak sadece bildiğimiz manada iyi gelişmiş müzik kulağı demek değildir. Vokal kulak, şarkıcıyı şarkıcı yapan son derece spesifik bir histir. Harika bir müzik kulağına sahip olan insanın, tüm mütevazî müzikal kabiliyetlerine rağmen sesini geliştirme ve ortalama bir şarkıcı olma şansı bulunduğunu ve böyle durumlara sıkça rastlandığını herkes bilir. Nedir peki vokal kulak? Yanıt bir nebze paradoksal görünebilir: Vokal kulak sadece kulak değildir. Daha doğrusu kulaktan ibaret değildir. Vokal kulak mekanizmalarında birçok diğer duyu organı da rol oynar. Sesleri oluşturma ve algılama süreçlerini yöneten vokal kulağın doğasının anlaşılması için incelenmesi gereken tam da onlardır” » (Morozov, 2002:72).

Ses yüksekliğinden söz ederken, daha basit bir ifadeyle tonlamanın netliği ve temizliğini kastederiz. Ne var ki tonlama kulağı denen şey bundan biraz farklıdır. Tonlama kulağı, müziğin anlamını kavramamızı sağlar. Onun duygusal içeriğini, temel duygular olan sevinç, keder, öfke ve korkunun aktarımını ve anlaşılmasını temin eder. Bu kulağın gelişimi, müzik eserlerini zihnen, ruhen ve duygularımızla kavrayarak icra etmemiz için gereklidir (Morozov, 2002:73).

A. Gotsdiner bir çalışmasında, yükseklik duyusunun dominant olduğundan söz eder. “Zira müzik kulağının hissedilişinde öncü rolü yükseklik oynar” (Gotsdiner, 1983:48).

Böylelikle müzikal hafıza, sadece müzikal materyali akılda tutmaya yaran bir kabiliyet olmaktan çıkar. Yeni başlayan bir müzisyen bu becerisi sayesinde aynı zamanda verilen materyali analiz etmeyi öğrenir. Böylelikle, sadece melodiyi değil, onun şeklini, yapısını, ritmini, armonisini ve seslerin çok sesli eserlerdeki hareketini de aklında tutar.

Basit melodileri kafa yormadan tekrar edebilme yetisi iyi bir müzikal hafızanın varlığına işaret etmez. Tek başına melodik hafızanın sömürülmesi müzisyeni fakirleştirir ve gelişimini frenler. Bu nedenle de çok yönlü bir çalışma yürütmek gerekir: Seslendirme yoluyla aralıklara, tonlama merkezini bulma suretiyle akorlara çalışılmalı, sonrasında yukarıda tarif edilen temel derslere geçilmelidir.

Kazanılan becerilerin pekiştirilmesi için bir dizi metod kullanılır: Kıyaslamalar, tekrarlar, otokontrol gibi. Kıyaslama metodu ezberlenen materyalde tanınmış modların, gamların ve sekvenslerin tespit edilmesini sağlar. Tam da bu nedenle bu metod her derste tekrarlanır.

Tekrar yöntemi öğrenilen materyalin defalarca ve dikkatlice tekrarı anlamına gelir. Çünkü ezberleme süreci düzensiz bir süreçtir. Bu yüzden de onu devamlı dengelemek ve pekiştirmek şarttır.

Otokontrol metodu, öğrenilen materyalin ne derece kavrandığına ve akılda tutulduğuna dair bir analiz ve kontrol çalışmasını öngörür; Materyal yeniden icra edilir. En zor ezberlenen kısımlar üzerinde durulur.

Genel olarak tarif edilen her üç yöntem de son derece önemlidir ve düzenli pratik derslerle bir arada uygulandıkları takdirde müzikal hafızayı etkin bir şekilde geliştirir.

Eğitim ve müzik eğitiminde kullanılan önemli stratejik yöntemlerden biri olan akış kuramı da hafızanın geliştirilmesinde önemli bir rol oynayabilir. Müzikte performans anında eserin ezberin unutulması, hem sıklıkla karşılaşılan hem de müzisyenler tarafından korkuyla karşılanan bir durumdur ve ayrıca müzisyenin akışı hissi içerisindeki performansını engelleyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Okan, 2019:196). Bu bağlamda müzikal hafızanın geliştirilmesi ve öğretilmesinde stratejik bir yöntem olarak akış hissinin öğrenciye açıklanması önemli bir olgu olarak görülebilir.

SONUÇ

Müzikal hafızanın geliştirilmesi ısrarlı pratik çalışma gerektiren uzun bir süreçtir. Bu çalışmanın düzenli olarak, her derste tekrarlanması gerekir. Müzikal hafızanın zayıflamaması için devamlı yeni materyalin öğrenilmesi ve öğrenilenlerin daima tekrar edilmesi gerekir.

Farklı şema, tablo, görsel materyal, ilgi çekici malzemelerin kullanımı dersi daha dinamik hale getirir. Öğrencinin dikkatini canlı tutar, çalışma verimliliğini artırır, işitilenin algısını aktifleştirir, akılda tutma yeteneğini geliştirir ve her bir öğrencinin hafıza hazinesini zenginleştirir.

KAYNAKÇA

- Gaal, D.Ş. (1977). Liszt. Molodaya gvardiya, Moskva. Лист. М. «Молодая гвардия», 319 с.
- Glinka, M.İ. (1950). İssledovaniya i materialı. Moskva, Muzgiz. Исследования и материалы. – Л.-М.: Музгиз, 276с.
- Gotsdiner, A.L. (1983). Muzikalnaya psihologiya. Moskva, Muzika. Музыкальная психология. – М.: Музыка, 190 с.
- Yejova, Y.B. (2007). Razvitiye muzikalnogo sluha u uçaşıhsya DMŞ na urokah solfedjio. Moskva. Развитие музыкального слуха у учащихся ДМШ на уроках сольфеджио. М. 193 с.
- Zinçenko, T.P. (2004). Muzikalnaya pamyat// Bolşoy psihologičeskiy slovar. Moskva, Olma-press. Музыкальная память// Большой психологический словарь. Сост. Б. Мещеряков., В. Зинченко. – М.: Олма-пресс. 272 с.
- Zgorj, A. (1973). Odin protiv sudbi. Povest o jizni L. van Beethovena. Moskva, Detskaya literatura. Один против судьбы. Повесть о жизни Людвиг ван Бетховена. – М.: Детская литература, 319 с.
- Kirnarskaya, D.K. (2004). Joseph Haydn//Klasisizm. Moskva: POSMEN-PRESS. Йозеф Гайдн// Классицизм. М.:РОСМЭН-ПРЕСС, 110 с.
- Morozov, V.P. (2002). İskusstvo rezonansnogo peniya. Osnovı rezonansnoy teorii i tehniki. Moskva: İzdatelskiy otdel İnstituta psihologii RAN. Искусство резонансного пения. Основы резонансной теории и техники. – М.: Издательский отдел Института психологии РАН, 365 с.
- Nesterova, Y.N. (2017). Aktivizatsiya razvitiya muzikalnoy pamyati na urokah solfedjio. Nijniy Novgorod. Активизация развития музыкальной памяти на уроках сольфеджио. Нижний Новгород, 17 с.
- Okan, H. (2019). Müzik Kültürüne Dair Çeşitli Görüşler – II, Eğitim Yayınevi, Konya , 191-199 s.
- Ostrovskiy. L.A. Nezvanov, B.A. (1966). Uçebnik solfedjio. Moskva: Muzika. Учебник сольфеджио. М.: Музыка, 272 с.
- Petruşin, V.İ. (1997). Muzikalnaya psihologiya. Moskva: Vlados. Музыкальная психология. – М.: Владос, 384 с.
- Poleha, A.Y. (2006). Djazovoye solfedjio. Moskva: GKA im. Maymonida. Джазовое сольфеджио. – М.: ГКА им. Маймонида, 45 с.
- Strajnikova, T.İ. (1988). Muzikalnaya pamyat: vıdı, struktura i protsessı. Krasnodar: Krasnodarskiy gosudarstvenniy institut kultırı. Музыкальная память: виды, структура и процессы. – Краснодар: Краснодарский гос. ин-т культуры, 21 с.
- Teplov, B.M. (1985). İzbranniye trudy v 2 t. Moskva: Pedagogika, ikinci kitap. Избранные труды в 2 т. – М.: Педагогика. Том 2. 360 с.

- Dragomirov, P.N. (2007). Uçebnik Solfedjio. İzdatelstvo: Muzıka, Moskva. Учебник сольфеджио. Издательство: Музыка. Москва, 64 с.
- Petrenko, A. (2009). Tsıfrovki i tsepocki. Posobiye po solfedjio. İzdatelstvo 'Kompozitor', Sankt-Peterburg. Цифровки и цепочки. Пособие по сольфеджио для учащихся и педагогов ДМШ, ДШИ, лицеев, музыкальных училищ, колледжей. СПб.: Композитор, Санкт-Петербург, 28 с.
- İvanova, N.V. (2014). İntervalnoye Solfedjio. Ot primi do tritona. Uçebnoye posobiye dlya studentov-vokalistov. Saratovskaya gosudarstvennaya konservatoriya imeni L.V. Sobinova. Интервальное сольфеджио. От прима до тритона. Учебное пособие для студентов-вокалистов. Саратовская государственная консерватория имени Л.В. Собинова. Саратов. 148 с.
- Sokolov, V. (1969). Naçalnoye Solfedjio. Sbornik odnogolosnih uprajneniy raznih avtorov. İzdatelstvo:Muzıka, Moskva. Начальное Сольфеджио. Сборник одноголосных упражнений разных авторов. Издательство:Музыка. 87 с.

İnternet Kaynağı.

[https://rusyaeva.ru/Solfedjio.İntervalniye tsepocki](https://rusyaeva.ru/Solfedjio.İntervalniye_tsepocki) (erişim tarihi 02.11.2019).

DEĞİŞEN DEVLET KAR-
ŞISINDA DEĞİŞ(E)MEYEN
KADIN: VATAN YAHUT Sİ-
LİSTRE VE KADIN ERKEK-
LEŞİNCE OYUNLARINDA
KADINA BİÇİLEN KAFTAN

BÖLÜM

8

Öğr. Gör.
Zeynep ERDAL ÖZTOPANLAR

GİRİŞ

Türkiye'nin modernleşme ile imtihanı, Tanzimat Fermanı'nın (1839) ilanı ile başlar. Süreci, keskin bir dönemeç olan monarşik rejimden Cumhuriyet'e (1923) geçiş izler. Cemil Meriç'in ifadesiyle modernleşmeye eş görülen Batılılaşma gayreti, başlarda Asya'nın akl-ı piranesiyle Avrupa'nın bıkır-i fikr-ini evlendirmektir.(aktaran Parla, 2016.) Yani Osmanlı'nın olgun aklı ile Batı'nın açık, taze düşüncelerini birleştirmek esas alınır. Evliliğin bir erkek ve bir kadının birleşmesi ile oluşacağı göz önünde bulundurulduğunda -Jale Parla'nın (2016) okumasıyla- buradaki erkek Asya, kadın Avrupa'dır. Fakat işin aslı, eşyanın tabiatı gereği Meriç'in fetih hevesine uygun değildir. Zira Batı kökenli bir terimden bahsediliyordur. Dolayısıyla pergelin sabit ayağını Batı'ya yani Avrupa'da konumlandırmak kaçınılmazdır. Modernleşme bir diğer ifadeyle, Avrupa'da yaşanan gelişmeleri kavrama, artık Avrupa zamanında olma, o zamanı yaşama, beraberinde Türkiye'nin(Osmanlı'nın) kendi içinde bulunduğu zamanı idrak etme ihtiyacını açığa çıkartır. Orhan Koçak'ın (2009) *Tarihsel Gecikmişlik* olarak nitelediği bu idrak, Atatürk'ün Türkiye'yi ulaştırmayı umduğu “muasır medeniyet seviyesi”, özünde hiç bir zaman kapatılmayacak olan bir mesafeyi işaret eder gibidir. Zira sözcüğün kullanımı her daim ileriye imleyen bir üsluptadır.

Batı olmayan toplumların, hangi adlarla adlandırılmış olursa olsun, yaşadıkları ya da maruz kaldıkları, “modern” pratikler, tarihsel olarak asla çağdaş pratikler olmamıştır. Batılılaşma, bu halde zaten bir telafi edici “ideoloji” ve “tarihsel gecikmişliğin” giderilmesinin bir aracı olarak kendisini kurmuştur. (Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Modernleşme ve Batıcılık , 2009.)

Gecikmişlik duygusu, geciktiği düşünülen o şeye yetişebilmek için bir sıçrayışa ihtiyaç duyar ve bu sıçrayış, aynı zamanda bir boşluğa tekabül eder. Bundan dolayıdır ki Cemil Meriç'in ifadesiyle başta Asya'nın akl-ı piranesiyle Avrupa'nın bıkır-i fikr-ini evlendirme hevesi sonrasında ‘boşluğun’ yahut ‘gecikmişliğin’ idrakiyle kendisini bir yenilmişlik duygusuna bırakır. Yenilmişlik, Meriç'in değerlendirmesiyle cenk meydanlarında değil yatak odalarında yaşanmış, fethedilmesi ümit edilen Avrupa'ya teslim olunmuştur. Bu,”...bir medeniyetin fethi değil bir ırzın teslimi”dir.(aktaran Gürbilek, 2004.) Irzını teslim eden Osmanlı, eril kudretini, züriyetini kaybetmiş bir erkektir. Bu durum, Tanzimat'ın doğurduğu köksüzlük, bir tür virilite kaybıdır.(aktaran Gürbilek, 2004.) Virilite; erkeklik kaybı bir zamanlar Meriç'in Asya'yla denkleştirdiği erkeği kadına dönüşmüştür. Peki nedir bu dönüşüme neden olan ve neden erkeksiliğin kadınsılığa dönüşü olarak ifade edilmiştir?

Kendi olgun birikimiyle Avrupa'yı fethedeceğini, onu etkisi, cazibesi altına alacağını düşünen Osmanlı ummadığı bir şekilde Avrupa'nın tılsımı-

na kapılmıştır. Namık Kemal 1867’de Paris’ten yazdığı bir mektupta Batı’daki tiyatroyu çok beğendiğini dahası gördüklerinden beklentisi üstünde etkilendiğini anlatır:

...hele burada bir tiyatro var; hakikat görülecek bir şey! Adeta hem ahlak, hem de lisan için en büyük mekteptir. ...Kahpe Avrupa... Evliyayı azdırıyor....Yine aferin Kemal’e... Bikrimizle duruyoruz. Adam, bizim gibi olur...(Türk Tiyatrosunun Huzursuz Rahmi yahut Namık Kemal Melodramlarında Histeri , 2009.)

Fethedilmek istenen Avrupa, peçesini açmış ve Osmanlı’yı travmatik bir gerçekle yüzleştirmiştir. Peçenin ardında bir erkek vardır. Meriç’in ifadesi hatırlanırsa ırz teslimi olarak da görülen bu durum, modele(Batı’ya) duyulan hayranlıkla, kendini kaybetmekten duyulan korkuyu aynı anda yaşayan Osmanlı-Türk yazarı için ağır bir travma haline gelmiştir. İlk karşılaşmayla yaşanan travma, kalıcı bir endişe olarak Cumhuriyet döneminde de devam edecektir.

Artık Türk çocuğu Yunan, Latin, İngiliz, Alman, Fransız, İtalyan edebiyatına ilişkin metin tercümeleriyle yüz yüze gelecektir. İtiraf etmeliyiz ki, bu yazarlar, mahalli mahsullerimize her nokta-i nazardan faiktir(üstündür). Henüz yetişmekte olan bir genç, bu faikiyete meftun olup milletinden manen tebaüd etmez(uzaklaşma mı) mi?(aktaran Koçak, 2009.)

Bu itiraf, korunması gereken mahalli mahsul; ‘öz’ ile etkilendirilme ihtimalinin her daim saklı tutulduğu bir ‘dışarı’ ayrımının ifşasıdır. Arada kalınmıştır. Bir yanda baştan üstünlüğü kabul edilen Batı vardır diğer yanda yine de muhafaza edilmesi gereken bir ‘öz’. Kabullenilmiş bu ‘istilaya’ yine de razı olamamışlık duygusu, bölünmüşlük hissi, yazarda dolayısıyla metinde bir yarıklık oluşturur. Yarığın bir yanında, dışarıdan gelen ‘bakış’a kendini açamama, aksine içine kapanma, diğer yanında ‘dışarıda olanın’, ‘dışarıda görünenin’ içine girme, dahil olma merak ve hevesi vardır. Bu ikircikli durum, Fatih Altuğ’un “başkasının bakış biçimiyle özdeşleşerek direnebilmek” olarak ifade ettiği, her halükarda istila edilecek ‘öz’ü yine de kendi kontrolünde <bakış>ın içine dahil etme içgüdüsünü doğurur.

Osmanlı İmparatorluğu kendisini modern ve ilerlemiş bir devlet olarak sunmak istemektedir. Bu yüzden kendisini oryentalize eden Batılı bakışa karşı, kendisini oksidentalize ederek yanıt vermektedir. Dolayısıyla başkasının bakışının nesnesi olmaya, ancak o başkasının bakış biçimiyle özdeşleşerek direnebilmektedir.(Eksik Olma Kemal: Namık Kemal Temsillerinde Örtük İktidar, 2008-2009.)

Bakışın kendine ait olmayan, görüş alanı içinde başka bir yere bağlı olan görebileceklerini mütemadi olarak kendine atfettiği düşünüldüğünde, paralel bir mantıkla nesnenin bakışın etki alanı içine girdiği de düşünül-

lebilir.(Silverman, 2006.) Etkilenmeyi istenmeyen, aşağılık ve kötü hale getiren bu ‘içine girme’ durumudur. Zira böyle bir etkiye maruz kalmak, Silverman’ın(2006) yardımıyla ifade edilirse “öteki için var olduğunu keşfetmek” utanca yol açar. Bakışa açık olmak, bakılıyor olmak, görülmektir. Sartre’a (2017) göre görülmek ise, yargılanmak ve kusurlu bulunmaktır. Batı’nın bakış ve Asya’nın bakılan; nesne olması, paralel bir diğer düşünce pratiğiyle etkileyenin Batı, etkilenenin Asya olması, ister istemez bir etkilenme durumunu ortaya çıkaracak ve bir ‘endişeye’ mahal verecektir. Harold Bloom’un tanımlamasıyla “etkilenme endişesi”, kaygan bir zeminde, alttan alta gelişen arada kalmışlık duygusuyla baş edememe, etkilenmenin daima kötü bir etkilenme olacağı düşüncesini de beraberinde getirir. (aktaran Gürbilek, 2004.) Zira her halükarda bozulacak bir özün varlığına inanılmıştır. Öz yani Asya, etkilenme endişesine kapılmış, Meriç’in ifadesiyle kaybedeceği bir erkekliğin varlığına inanmıştır. Sahip olunan, öz denen tılsım kadındır ve dışarıdan gelen erkektir. Bu sebeple mi ithal edilen modernliğin kötü bir etkilenmeyle yozlaştırıcı özelliği bir tür virilite kaybı görülerek kadına yüklenmiştir?

Medeniyet değiştiren bir toplumda modernliğin tehdit ettiği mahrem alanın uzantısı, cemaat ve ulusun manevi bir simgesi olarak görüldüğü için, yani “dış”a karşı “iç”le özdeşleştirildiğinden modernlikle ilgili endişelerin üzerinden konuşulduğu bir alan oldu hep kadın.(Kör Ayna Kayıp Şark , 2004.)

Tanzimat ve Cumhuriyetin modernleşme deneyiminin birer ulusallaşma süreci olduğu ve -Serpil Sancar’dan (2012) ödünç alarak-milliyetçiliğin heteroseksüel erkeklik gücünü merkeze alan bir erkeklik tanımının egemenliği olduğu ön kabulüyle, ulusun korunması demek, kadının korunması demektir. Tılsımını kaybetmemesi gereken öz, kadındır. O zaman denebilir ki, ulusun muhafazası, mahalli mahsullerin muhafazası, özün, “dış”a karşı “iç”in muhafazası, kadının muhafazası demektir. Bu muhafazanın en etkili muhafızlarından biri her iki süreçte de de tiyatro / oyun yazarlığı olmuştur. Toplumun yeniden, olması gerektiğince –Batı’yı model alarak- tanzim edildiği Tanzimat sürecinde bu sürecin ‘kurucu babası’ olarak görülen Namık Kemal’in teatral temsili bir terbiye olarak görmesi saptamayla destekler.

Bir millet umumen bir ahlak kitabı yazsa bir ademi pek kolay terbiye edemez. Bir edip birkaç güzel tiyatro tertip etse bir milletin umumu terbiye edilir.(Eksik Olma Kemal: Namık Kemal Temsillerinde Örtük İktidar, 2008-2009.)

Kemal, -bir yazar olarak- işin esası itibarıyla bir ‘terbiyeci’dir. Zira Batı’nın geçmişi kurcalandığında, Viktoryen kültürde Tanrı’nın dünyaya babalık etmesine eş yazarın da metnine babalık ettiği fikrinin hakimiyetinden bahsedilir.(Gilbert & Gubar, 2016.) Yazar, bir baba gibi okuruna doğru

yolu göstermekle mükelleftir. Edward Said'in işaretiyle bir metafor olarak 'yazar', tanrısal konum ile aile babası konumlarının iç içe geçtiği 'author'¹ kelimesi üstüne inşadır. Geçiş süreçleri yaşayan, bir referans noktasına göre kendilerini yeniden biçimlendiren toplumlarda yazar kendisini topluma karşı fazlasıyla sorumlu hisseder, Parla'dan (2014) ödünç bir ifadeyle; mutlak otoritenin zaafa düştüğü süreçlerde, dünya görüşü hala mutlakçı olmakta devam ediyorsa yazara babalık görevi düşer. Yazar, bir baba olarak öncelikle işe kızlarının terbiyesiyle başlar. Bu sebeptendir ki, Türkiye tarihinde on dokuzuncu yüzyıl ile başlayan modernleşme sürecinde kadın, yazar eliyle mevcut devlet ideolojisine paralel mütemadi olarak biçimlendirilmeye çalışılmıştır. Türkiye modernleşmesinin iki önemli dönemeci, Tanzimat ve Cumhuriyet dönemi tiyatro oyunlarında bu biçimlendirme çabası okura fazlasıyla göz kırpar. Çalışma ilk olarak, her iki dönemde kadın üstüne geçirilen iktidar zırhını, Namık Kemal'in *Vatan yahut Silistre* ve Hüseyin Rahmi Gürpınar'ın *Kadın Erkekleşirse* oyunlarında açık etmeye odaklanıyor. Varılması amaçlanan ikinci durakta ise, öncelikle zırhın altındakine bakmayı amaçlıyor. Biri monarşi ve diğeri cumhuriyet rejimiyle şekillendirilen iki dönemde kadın üstünden dayatılan 'aynılaşma'yı varmayı amaçladığı nihai sonuca; 'değişen tüm devlet mekanizmalarına karşı kadının konumunun değişmezliğine' eklemleyerek bu değişmezlikte mizojininin izlerine ulaşmayı umuyor.

Sınırlanan Kadın: “Oksidentalize” olan Özne / Potansiyel Tehlike: Erkekleşmeyen Kadın

Vatan yahut Silistre'de sevgilisi İslam Bey'in yanından ayrılmak istemeyen Zekiye erkek kılığına girip sevgilisinin yanına cepheye gider. Bu durumu, öznenin kendini aşan bir dünyada iktidarını kurabilmek için dünyayı bir resme, temsile dönüştürmesi olarak okur Altuğ. (2008-2009.) Cephe, ancak erkeklerin mevcut olabilecekleri bir yaşam alanıdır. Zekiye, bir kadın olarak bu dünyanın içinde var olamaz. Dolayısıyla ancak biçimsel bir dönüşümle onların yaşam alanına dahil olabilir. Judith Butler'a göre bu bir “tabi olma” meselesidir.(aktaran Altuğ, 2008-2009.) Düşmana karşı bir savaş veriliyordur. Şayet savaş kaybedilirse yani Silistre Kale'si düşerse, o zaman düşmana tabi olunacak, düşmanın bakışıyla özdeşlik kurulacaktır. Bu durumdan kendini 'oksidentalize' etmenin tek yolu, düşmanın karşısında egemen kimlik ile; erkek olarak yer almaktır. Tabiyet'in bir tarafıyla özne üzerine kurulan bir iktidar gücü olduğunu tanımlar Altuğ (2008-2009) fakat diğer bir yandan da özne tarafından kabul edilen bir iktidar olduğunu söyler. Vatan elden gidiyordur ve savunulması gerekir. Dolayısıyla bu savunmanın lehinde yer almak için savunulardan olmak,

¹ 'Author' kelimesinin Türkçe karşılığı, yazar, muharrirdir. Bkz: <http://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/author> Latince 'augre'; arttırmak, meydana getirmek anlamından İngilizceye bir şeyi icad eden, neden olan anlamıyla geçmiştir. Bkz: S. Gilbert & S. Gubar, s. 46.

öznenin kendisini tabiyet usulüne göre kurması gerekecektir. Zekiye kılık değiştirir ve erkekleşir.

Aşık olmakla dengesi bozulan genç kız, aşkın içinde yok olup dirilerek erkek bir vatanselere dönüşmüştür. ... Kadın ve erkek arasındaki fark korunurken, erkekliğin sınırı erkekçe davranan kadınlara kadar genişler.(Eksik Olma Kemal: Namık Kemal Temsillerinde Örtük İktidar, 2008-2009.)

Vatanseler olmak için ancak bir ‘erkek olmak’ ya da ‘erkek gibi olmak’ gerekmesinin en manidar nedeni vatanın kadın bedeniyle sembolize edilmesidir. Vatanın tecavüze uğraması, herkesi besleyen bir anne gibi olduğu tanımlamaları hep bu görüşün yansımalarıdır.(Dizdaroğlu, 1971.) Vatanın kadınla sembolize edilmesi dahası, istilanın bir tür tecavüz olduğu fikri -tecavüzün rızasız bir dahil olma eylemi olduğu hatırlanarak- kullanılan tanımlamaların mizojini yani; kadın düşmanlığının tohumlarını barındırdığı ihtimalini akla getirebilir mi? Kültür geçmişimizin en kadim zamanları Antik Yunan düalizmine gidildiğinde görülür ki kadın erkeğin anti-tezidir ve düalizmde sentez değil çatışma vardır.(Holland, 2016.) Asıl olan yani tez, erkektir. Bu dünya görüşünde kadın, erkeğin sınırlılığının bir simgesidir. İslam Bey’in cepheye gitme kararı her ne kadar kati de olsa duygu olarak onu zorlayan, içten içe bu durumu güçleştiren bir kadındır; Zekiye’dir. Zekiye erkek kılığına girip Çocuk olduğunda ise İslam Bey’in yardımına koşacak cephedeki varlığıyla adeta İslam Bey’in sağ kolu olacaktır. Zekiye’nin erkekleştikten sonra İslam Bey’in durumu üstünde oluşturduğu bu fark, oyunda ‘erkek olmanın’ bir adım önde tutulması olarak okunabilir pekala. Burada erkeklik kalıbı, vatani kurtaracak bir kahraman olarak yeniden üretilmiş, bir yanıyla kutsanmıştır. Buna mükabil kadın olmak, vatani kurtarmaya yaramayacağı için geri planda muamele görür. Ancak, vatan için iradeli, basiretli erkek gibi bir kadın olunursa ‘kadınlık’ önem taşımaya başlar.

Zekiye: Eğer vatan... Vatan olunca ben ne derim? Git beyim. Ben vatani bilip, vatan sözünü işitmişim. ...Benim gönlümü kopardı hala içine kanları akıyor. ...İstediği kadar aksın, git beyim. ...Kavgaya gideceksin değil mi? Vatan için gideceksin değil mi? İsterse beni de unut, öyle git! (Vatan Yahut Silistre , 2004.)

Dönemin makbul kadını, erkeğini cepheye gönderen, gerektiğinde bağrına taş basan, dayanıklı kadındır. Aksi, erkeğini kahramanlıktan, yiğitlikten alıkoyar. Oyunda aksini görmek mümkün değil ama görünenden görünmeyeni sezerek, makbul olmayan yani ‘erkek gibi olmayan kadına’ yazarın takındığı tavrı anlamak mümkün. Zira, İslam Bey’in Silistre’deki ilk sahnesinde kaledeki askerlerle yaptığı konuşmada kadına duyulan örtük öfkeyi görmek bu tavrı iyice açık eder. “Kurşundan güllenden korkmam, korkanlar karılarının yanında otursun...”(Kemal, 2004.) söyleminin erkek-

leri erkeklikleriyle bilemeye çalışan kadın karşıtı bir ağırlığa sahip olduğu muhtemel. Bahsi geçen oyundan neredeyse yarım asır sonra yazılan Gürpınar'ın *Kadın Erkekleşince* oyununda da makbul olan, erkekler gibi hayatla mücadele eden kadın imajdır. *Vatan yahut Silistre*'de fiziksel olarak bir erkekleşme yaşanırken, *Kadın Erkekleşince*'de psikolojik-sosyolojik bir erkekleşme yaşanır. Ali Süreyya'nın evlenmek istediğinde seçeceği kadın onunla yumruk yumruğa fikir mücadelesine girecek kadındır.(Gürpınar, 1933.) *Vatan yahut Silistre*'de cepheye gitmek istemeyen erkekleri aşağılamak için kullanılan 'evde oturan kadın', *Kadın Erkekleşince*'de aldatıldığı şüphesiyle kocasına inanmayan Nebahat'e "...bir parçacık erkekleşebilmiş olaydın yüreğimdiki mertliği anlayarak sözlerimden şüpheye düşmezdin" ithamıyla yazarın ağzından namert kadına dönüşmüştür.(Gürpınar, 1933.) İki oyun arası yarım yüzyıllık fark ve iki rejim girdiği göz önünde bulundurulduğunda değişen pek bir şey olmadığını görmek zor değil. Cumhuriyet kurulmuş, her yurttaşın eşit olduğu ilan edilmiş fakat yine de kadının değeri erkeklik akçesiyle sabitlenmiştir. Kuşkusuz bu sabitleme -öznenin oksidentalize olma ihtiyacını saklı tutarak- bir yanıyla, dünyada kadının erkeğe eşitlenmeye çalışıldığı Birinci dalga Feminist hareketin sonucudur. (Nochlin, 1988.) Fakat her iki 'erkekleşme' hali de, erkek egemenliğini güçlendirmiştir. Zira kadınlar, daha önce kendilerini tanımayan ve biçimleyen özel alanı terk edip ve daha kaba, saldırgan ve aktif görünen erkekleri tanımlayan kamusal alana geçmişlerdir.(aktaran Yaraman, 2009.) Kemalist ideolojinin devam ettirdiği bu tanzim, Ali Tevfik'in gelini Nebahat'e söylediği, "...geçen asrın istibdat pervedesi kadınla bu asrın cumhuriyet zihninden doğan yeni kadının çarpıştığı..." (Gürpınar, 1933.) söylemi üstünden meşrulaştırılmaya çalışılır. Fakat bu söylem ne derece doğrudur? Geçen asrın yani Cumhuriyet'in eksik, yanlış ve gerici gördüğü istibdat pervedesi kadını Mebrure, oğluna evleneceği kadın ile eğleneceği kadını ayrı tutması gerektiği konusunda nasihat verirken şöyle der:

Mebrure Hanım: ... Her evlenen bir karı ile oturmaz ya. ...gönül eğlendirecek vasıtalarla müracaattan seni men eden var mı? ...Kanun çift evlenmeyi men ediyorsa da metres alanlara ceza vermiyor ya?(Kadın Erkekleşince , 1933.)

Cumhuriyet, yalnızca erkeğin şehvetini körükleyen dişiliğinden başka işe yarayacak şeyi olmadığını düşündüğü bu istibdat pervedesi kadını, 1923 ile birlikte yeni ideolojinin getirdiği eşitlik rüzgarıyla şekillenen 'yeni kadın' imajıyla değiştirmek gayretine girişmiştir. Yeni imaj, 'karışmayan' kadındır. Karışmayan kadın, cinselliğini erkeğin şehvetini tatmin etmek için değil, erkekler gibi sırf bir hayatı vazife ve ihtiyaç için yaşamalıdır. Bu tez önemlidir çünkü II.Meşrutiyetin ilanı ve ardından Cumhuriyet döneminde ortaya atılan reformist argümanların altında yatan savunu budur. (Durakbaşı, 2009.) Cumhuriyet rejimiyle birlikte yeni kadının konumu ta-

rif edilirken referans olarak ‘erkekler gibi’ tanımlamasına yaslanıldığına dikkat çekmek gerek. Bir zihniyet yıkılmak isteniyor fakat ardından başka bir zihniyet yerleştirilmeye çalışılıyordur. Bu ikamede ‘makbul’ olan ise erkekler tarafından belirlenir.

Türk aydını çevresindeki bildik dünyanın değişiyor olmasının yarattığı yer-siz yurtsuzluk (muhacirlik) duygusuyla ve geleneği temsil eden babanın artık var olmamasından kaynaklanan gerektiğinde sığınabileceği güvenli bir korunaktan yoksunluğun yol açtığı paranoyayla baş etmek durumundadır. Ayaklarının altındaki zemin kayganlaşırken “tutunduğu dal” ise, Batı’daki modernleşmeci kardeşinin(erkek) yaptığı gibi kendi denetiminde bir yeni kadın imgesi yaratmak ve yeni koşullar altında bile değişmeyen bir şey olduğunu kanıtlamak üzere eski ataerkil ideolojiyi koşullara uygun biçimde yeniden üretmektir. Aslında problematik olan, kendi imgesi, kendi erkek kimliğidir ama Ahmet Oktay’ın deyişiyle herkes (özel olarak aksi belirtilmedikçe herkesin “erkek” olduğu açıktır) asıl kimliğini paranteze almış gibidir. (Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Kemalizm, 2009.)

Zekiye’nin Silistre Kale’sine giderken de değiştirdiği kılığının içinde paranteze aldığı kadınlığı yatar. Söz konusu vatan olduğunda –ki vatan korunması gereken bir kadın, bir annedir- herkesin erkek olmasından tabi bir şey yoktur. Kadın aşkı, vatan aşkına üstün tutulmamalıdır. Kadınlar kırılğan ve ürkektirler bu düşünceye göre. Kırılğan ve ürkek olmak cesaretsiz olacağı, savaşamayacağı için kadın aşkını vatan aşkına yeğlemek, erkek olmayı hak edememek, erkek olamamaktır. Altuğ’un deyişiyle ifade edilirse kadın, bu deneyimi potansiyel olarak tehdit eden bir tehlike olarak algılanır. Ancak Zekiye’nin giriştiği erkleşme ve dolayısıyla vatanperverleşme deneyimi ile İslam Bey arasında kendiliğinden bir ortaklık kurulur.(aktaran Berktaş, 2009.)

İslam Bey: Şimdi seni bırakıp da buraya geldiğim için beni ayıplar mısın? ...ben nasıl beni yoktan var eden Allahım için seni bırakmayayım? Vatanı sevmeyen Allahını da sevmez.

Zekiye: Ah sen vatanını düşündükçe ne kadar büyüyorsan, benim için de o kadar büyüyorsun... Bu sözlerin sayesinde ben de erkek oldum.(Vatan yahut Silistre, 2004.)

Vatanı, denk olarak ‘erkek olmayı’ kutsayan düşünce Cumhuriyet’te oluşturulan yeni kadın imgesiyle kendisini ulus için var olmayı gereken kadın imgesinde yeniden kurulur. Kemalist ideolojinin yeni kadın imgesi her şeyden ziyade eş olmayı ve anneliği kutsar. Ulusun devam edebilmesi için kadınlardan beklenen en büyük vazife neslin devamına katkı sunmalarıdır. Öyleki, başta kendisiyle denk görebileceği bir kadınla evlenmek isteyen Ali Süreyya, çocuğu olduğu zaman bu fikrini değiştirir, Neriman’la evlendiklerinde yaptığı “hiçbir katibiadlin tasdikini haiz olmayan ve bütün ahla-

ki izdivaç an'alarını kökünden yıkan”(Gürpınar, 1933.) diye nitelendirdiği anlaşılmayı hükümsüz sayar. Oyunda yazar ağzından evliliği bitiren dahası bir bebeğin ölümüne yol açan gereğinde fazla erkekeleşen kadındır. Zira gerektiği kadar erkekleşmenin sınırları ideolojiyle belirlenmiştir. Yaraman'ın ifadesiyle(2009) Türkiye'nin gri tayyörlü, fötr şapkalı, makyajsız kadınları modern devletin kadına biçtiği kaftanı belirlemiştir. Bu kaftan içinde kadının en önemli görevi, eş ve anne olmaktır. Anne olabilmek sözkonusu olduğunda erkeğe denk olma fikri askıya alınabilir pekala zira annelik, karılık denen aşalayıcı müessesenin temize çekilmesidir. Bu fikri destekleyen Selahaddin Asım, kadınlığın yozlaşmasının toplumun ve medeniyetin çöküşüne yol açabileceğini ileri sürerek kadınların konumunun bilhassa “münevver anneler” olarak iyileştirilmesi gerektiğini söyler. Asım, bu durumu “içtimai annelik” olarak tanımlar. İçtimai annelik taşımayan kadınların durumu, erkeğin şehvetini tatmin eden karılıktan ibarettir.(Durakbaşı, 2009.)

Zapt-ü rapt altına alınan Özne

Türkiye modernleşmesinin her iki döneminde de kadına biçilen kaftan, her iki oyundan da verilen örnekler şahitliğinde ortada. Buradan hareketle aslında toplumlarda özneyi belirleyen gücün Foucault'dan destek alarak iktidar mekanizmaları olduğunu söylemek mümkün görünmekte.

(Modern toplumlarda yürürlükte olan) iktidar biçimi bireyi kategorize ederek, bireyselliğiyle belirleyerek, kimliğine bağlanarak, ona hem kendisinin hem de başkalarının onda tanımak zorunda olduğu bir hakikat yasası dayatarak doğrudan gündelik yaşama müdahale eder. Bu, bireyleri özne yapan bir iktidar biçimidir. Özne (subject) sözcüğünün iki anlamı vardır. Denetim ve bağımlılık yoluyla başkasına tabi olan özne ve vicdan ya da özbilgi yoluyla kendi kimliğine bağlanmış olan özne. Sözcüğün her iki anlamını da boyun eğdiren ve tabi kılan bir iktidar biçimi telkin ediyor.(Özne ve İktidar , 2000.)

Foucault'nun tanımladığı bu çift taraflılık, çalışmanın başında Türk modernleşmesini tanımlamaya çalışırken bir yandan artık Batı'nın bir parçası olma, dışı içine alma isteği ile özün bozulacağı endişesini yaşayan yazarın gelgitini hatırlatır. Her iki durumda da boyun eğdiren bir iktidar vardır çünkü Batı tarafından dejenere edilmeden Batı'laşabilmek ancak içerde kurulan bir mekanizmanın kurallarını kabul etmekle mümkündür. Bu ikilik 'rol oynama', 'role girme' kavramlarıyla paralel düşünülebilir.

Rol oynama, oyuncunun saf anlamıyla yapmak zorunda olduğu şey, kostümüyle ve diğerini kişiliksizleştirmek için maskelemektir. Fakat oyuncunun bu çift yanlılığı kişiye (persona) maskenin ardında yatan diğeriyle eşleşmesini gerektirir. (Playing The Other: Theatre, Theatricality and the Feminine in the Greek Theatre , 1985.)

Vatan yahut Silistre'de Zekiye'nin biçimsel olarak ve *Kadın Erkeklesince*'de Nebahat'in psikolojik olarak taktığı 'erkeklik' maskelerinin ardında 'kadınlık'ları vardır. Bu tespiti maske değişimi anlamına gelen kişi (persona) sözcüğü ile kanıtlamak mümkün.

Latince 'kişi'; maske değişimi, bir kişinin dış görüntüsü, sahnede sahtesi yapılan anlamına gelmektedir ve bazen özellikle bir maske ya da yapışkan olarak yüzün kılık değiştirdiği sahnenin bir parçası haline gelir.(Could the World become a Stage? Theatricality and Metaphorical Structures, 2002.)

Zekiye, Adem'in ve Nebahat, Kemalist ideolojinin pompaladığı 'yeni kadın' imgesinin bir parçası olmuştur artık. Oyunların sonunda her ne olursa olsun seyircinin karşısına 'kadın' kimlikleriyle çıkmayacaklardır. Adem, Zekiye olduğunu İslam Bey ve Sıdkı Bey'den başka kimseye açık etmemiştir. Öte yandan oyun sonunda Silistre Kale'si Osmanlı'ya kalmış lakin hemen herkes düşman tarafından öldürülmüştür. Namık Kemal'in bilinçli bir dramaturjiyle Zekiye'yi sakladığını düşünmemekle birlikte bu durum yani, vatan için erkekleşmenin; kendisini oyunun sonuna dek erkek olarak muhafaza etmenin, Ahmet Çigdem'in ifadesiyle kendi doğuştan kimliğini (ki burada kastedilen cinsiyettir zira kimlik algıda zaten erkektir) mütemedi bir parantezde yaşamak olduğu görülebilir. Benzer bir okuma Nebahat için de yapılabilir. Evlenmiş, çocuk doğurmuş, çocuğunu kaybetmiştir ama -oyunda olumsuzlanan- 'erkek' kimliğinden sıyrılamamıştır. 'Erkek olmak' bu kez haddini aşarak bir bebeğin ölümüne sebep olmuştur. Vatan tehlikeyken 'erkek olmak' kutsanırken vatan mücadelesi bittikten sonra ideolojinin kadına biçtiği role girmek en makbul olandır. Aksi yazarın ağzından Ali Tevfik'in ifadesiyle asrılıkta erkeğin başı boş bir serbestliğe koşması, kadının ezilmemek için erkekleşmeye çalışmasıdır.(Gürpınar, 1933.)

Nihayetinde aradan geçen yarım asır kadın için belirlenen parantezlerin içerik olarak değiştiğini fakat biçim olarak aynı kaldığını gösterir. Çalışma boyunca aranan, bu durumun sebepleriyle birlikte alttan alta gizli bir mizojininin ifşası olabilme ihtimalidir. Her iki dönemde ve oyun içinde kutsanan ideolojilerde, kadının çizilen çerçevenin dışına çıkmaması salık verilir. Bu tavsiye, Batılılaşmak isterken özü muhafaza endişesinin yani malumun ilanıdır. Zira, özü muhafazanın kadını muhafaza olduğu özü; kadının tahribat görmesinin aslında erkeğin; erkekliğin tahribat görmesi olarak okunmak mümkündür. Böyle değerlendirildiğinde erkeğin erkekliğinden olması açıktır ki kadının suçudur. Suç cezalandırılmalıdır aksi halde meşruiyet kazanma tehlikesi söz konusudur. Bu korkuyla öngörülen ceza, ideolojiler her ne kadar değişse de kadının konumunu sabitlemektir.

KAYNAKÇA

- A. Çiğdem, “Türk Batılılaşmasını Açıklayıcı Bir Kavram: Türk Başkalığı Batılılaşma, Modernite ve Modernizasyon Kocabaşoğlu”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Modernleşme ve Batıcılık*, İletişim yayınları, s. 68-74, 2009.
- A. Durakbaşı, Halide Edip Türk Modernleşmesi ve Feminizmi, İletişim yayınları, 2009.
- DPT 2017. A. Yaraman, “Modern Ataerkil Toplumsallaşma: Erkeksi Erkekçi Kadınlar”. İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi: Uluslararası Multidisipliner Kadın Kongresi, 2009. <http://aysegulyaraman.com/makale/modern%20ataerkil%20toplumsallasma.pdf>
- B. Güçbilmez, “Türk Tiyatrosunun Huzursuz Rahmi yahut Namık Kemal Melodramlarında Histeri”, *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*, 28:2009-2, 2009.
- F. Altuğ, “Eksik Olma Kemal: Namık Kemal Temsillerinde Örtük İktidar”, *Kritik Edebiyat Eleştirisi*, Sayı 4, 2008-2009.
- F. Berktaş, “Doğu ile Batının Birleştiği Yer: Kadın İmgesinin Kurgulanışı”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Kemalizm*, İletişim yayınları, s. 275-286, 2009.
- F. I. Zeitlin, (1985). “Playing The Other: Theatre, Theatricality and the Feminine in the Greek Theatre”, *University of California Press*, No. 11, pp. 63-95, Summer 1985.
- H. Dizdaroğlu, Namık Kemal: Hayatı, Sanatı, Eserleri, Varlık yayınları, 1971.
- H. R. Gürpınar, Kadın Erkekleşirse, Marifet Matbaası, 1933.
- J. Holland, Mizojini. Çev. Erdoğan Okyay, İmge yayınları, 2016.
- J. P. Sarte, Varlık ve Hiçlik, Çev. Turhan Ilgaz, İthaki yayınları, 2017.
- J. Parla, Babalar ve Oğullar: Tanzimat Romanının Epistemolojik Temelleri, İletişim yayınları, 2016.
- K. Silverman, Bakış, Görünür Dünyanın Eşiğinde, Ayrıntı yayınları, 2006.
- DPT 2017. L. Nochlin, “Why Have There Been No Great Women Artists?” *Art and Power and Other Essays*, Westview. pp. 147-158, 1998. http://www.thinker.com/files/whynogreatwomenartists_4.pdf
- M. Foucault, Özne ve İktidar. çev. Işık Ergüden, Osman Akinhay, Ayrıntı yayınları, 2000.
- N. Gürbilek, “Doğunun Cinsiyeti, Kudretli Erkek, İhtiyar Aşık, Mistik Anne”, *Kör Ayna Kayıp Şark*, Metis yayınları, 2004.
- N. Kemal, *Vatan Yahut Silistre*, Bordo Siyah Klasik, 2004.
- O. Koçak, “1920’lerden 1970’lere Kültür Politikaları”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Kemalizm*, s. 370-382, İletişim yayınları, 2009.

- R. Tronstad, “Could the World become a Stage? Theatricality and Metaphorical Structures”, *SunStance*, vol.31, nos.2&3, pp. 216-224, 2002.
- S. M. Gilbert, & S. Gubar, Tavan Arasındaki Deli Kadın, Çev. Nil Sakman, Aylak Adam, 2016.
- S. Sancar, Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti, İletişim yayınları, 2012.