



**GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE
FESTİVALLERDE GÖRSEL KİMLİK VE
GRAFİK TASARIMIN FESTİVAL
KİMLİĞİNDEKİ ROLÜ**

**Yüksek Lisans Tezi
Mukaddes Kübra AKBOĞA
Eskişehir 2023**

**GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE FESTİVALLERDE GÖRSEL KİMLİK VE
GRAFİK TASARIMIN FESTİVAL KİMLİĞİNDEKİ ROLÜ**

Mukaddes Kübra AKBOĞA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Grafik Anasanat Dalı

Danışman: Prof. Melike TAŞCIOĞLU VAUGHAN

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Güzel Sanatlar Enstitüsü

Mayıs 2023

ÖZET
GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE FESTİVALLERDE GÖRSEL KİMLİK VE
GRAFİK TASARIMIN FESTİVAL KİMLİĞİNDEKİ ROLÜ

Mukaddes Kübra AKBOĞA

Grafik Anasanat Dalı Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Mayıs 2023

Danışman: Prof. Melike TAŞCIOĞLU VAUGHAN

Festivaller, uzak geçmişten günümüze kadar toplumsal yaşamın dinamikleri arasında yer alan bir fenomendir. İnsanlığın belirgin bir amaç çevresinde bir araya geldiği etkinlik biçimi olarak festivaller, uygarlık tarihi boyunca, sosyokültürel zeminde, sanatsal üretim ve iletişim biçimlerindeki gelişmelerle paralellik göstererek, düzenlendiği zaman ve mekânda içeriğini yansıtan görsel biçimler ile bir kimliğe sahip olmuştur. Günümüzde ise grafik tasarım, bir içeriği yaratan ve sunan, nitelik kazandıran rolü ile festivallerin görsel kimlik kazanmasında, farklı platformlar ve uygulama biçimlerinde getirmiş olduğu iletişim çözümleriyle önemli roller üstlenmektedir. Bu çalışma festival görsel kimliğinin geçmişteki izlerine ve günümüzde festival görsel kimliğinde grafik tasarım disiplininin iletişim rolünü ele almaktadır.

Birinci bölümde festival fenomeni, çeşitli disiplinlerin festivale dair tanımları, çalışmaları üzerinden incelenmiştir ve üç başlık altında yorumlanmıştır. İkinci bölümde festivalin tarihsel süreçte düzenlendiği medeniyet ve kültür ile bağlantılı olarak şekillenen içeriğinden ve görsel iletişim biçimlerinden bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde çağdaş festivaller ve görsel kimlik tasarımları incelenmiştir, grafik tasarım uygulama pratikleri doğrultusunda yorumlanmıştır. Dördüncü bölümde festival ve görsel kimlik ilişkisinin grafik tasarım disiplini ile şekillenen doğasına değinilmiş, festival iletişimde görsel kimliğin rolü incelenmiştir. Son bölümde ise uygulama projesi olarak elde edilen bilgiler doğrultusunda bir sergileme tasarımı gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Festival, Grafik tasarım, Festival görsel kimliği, Festival iletişimi.

ABSTRACT
VISUAL IDENTITY IN FESTIVALS FROM PAST TO PRESENT AND
THE ROLE OF GRAPHIC DESIGN IN FESTIVAL IDENTITY

Mukaddes Kübra AKBOĞA

Anadolu University Post Graduate School of Fine Arts, May 2023

Supervisor: Prof. Melike TAŞCIOĞLU VAUGHAN

Festivals are phenomena that takes place among the dynamics of social life from the distant past to the present. Festivals, as a form of activity where humanity comes together around a clear purpose, have had an identity throughout the history of civilization with visual forms that reflect their content in the time and place they are organized, in parallel with the developments in the forms of artistic production and communication, on the socio-cultural ground. Today, graphic design plays an important role in the visual identity of festivals with its role that creates and presents a content and adds quality, with the communication solutions it has brought in different platforms and application forms. This study deals with the traces of the visual identity of the festival in the past and the communication role of the graphic design discipline in the visual identity of the festival today.

In the first part, the festival phenomenon is examined through the definitions and studies of various disciplines and interpreted under three headings. In the second part, the content of the festival, which is shaped in connection with the civilization and culture in which it was organized in the historical process, and the forms of visual communication are mentioned. In the third part, contemporary festivals and visual identity designs are examined and interpreted in line with graphic design application practices. In the fourth chapter, the nature of the relationship between the festival and visual identity shaped by the discipline of graphic design is mentioned, and the role of visual identity in festival communication is examined. In the last part, an exhibition design was realized in line with the information obtained as an application project.

Keywords: Festival, Graphic design, Festival visual identity, Festival communication.

TEŞEKKÜR

“Geçmişten Günümüze Festivallerde Görsel Kimlik ve Grafik Tasarımın Festival Kimliğindeki Rolü” adlı tez çalışmam boyunca yolumu aydınlatan, sorularıma yanıt bulmamı sağlayan, kıymetli vaktini benden esirgemeyen çok değerli hocam Prof. Melike Taşcıoğlu Vaughan’a en içten teşekkürlerimi sunarım. Eğitim hayatım boyunca, bilgi edinme süreçlerimde emeği ve desteği bulunan bütün hocalarıma ise bir teşekkürü borç bilirim.

Tez sürecinde beni her zaman motive eden, keyifli olan bu konuyu araştırmamı varlığıyla daha da keyifli bir noktaya taşıyan çok sevgili hayat arkadaşım Burak Akboğa’ya, her zaman ve her koşulda desteklerini kalbimde hissettiğim anneme, kardeşlerim Baki ve İbrahim’e ve kıymetli dostlarım Esra Özyurt ve Alara Öcal’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

05.05.2023

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Mukaddes Kübra Akboğa

İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GÖRSELLER DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xxiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. FESTİVAL NEDİR?	3
1.1. Bir Kültür Dışavurumu Olarak Festival	7
1.2. Bir Kitle İletişim ve Markalaşma Aracı Olarak Festival.....	12
1.3. Eğlence ve Deneyim Biçimi Olarak Festival.....	17

İKİNCİ BÖLÜM

2. FESTİVALİN KÖKENİ VE FESTİVAL GÖRSEL KİMLİĞİNİN İLK İZLERİ ..	20
2.1. İlkel Ritüeller ve Semboller	22
2.1.1. İlk ritüel mekânları.....	23
2.1.2. Neolitik çağ ve sembolik devrim.....	26
2.1.3. Sembolik nesneler ile ritüel ve törenler	31
2.2. Antik Çağlarda Festival ve Bayram.....	35
2.2.1. Kökenlerin merkezi: Antik Yakındoğu	35
2.2.2. Tanrılar ve festivaller: Antik Yunan ve Roma	40
2.2.2.1. Antik Yunan	40

2.2.2.2. <i>Antik Roma</i>	53
2.2.3. Kültürel Miras: Çin Festivalleri.....	62
2.2.4. Ortaçağın eğlence kültüründen miras: Karnaval.....	69
2.3. Rönesans Saray Festivallerinden Modern Festival Biçimlerine.....	76
2.3.1. Rönesans saray festivalleri.....	76
2.3.2. Sanayi devrimi ile festivalin değişen doğası	81

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ÇAĞDAŞ FESTİVALLER VE GÖRSEL KİMLİK TASARIMLARI	84
3.1. 20. Yüzyılda Postmodernizm Etkiler Çevresinde Festivallerde Gerçekleşen Dönüşümler	84
3.2. Çağdaş Festivaller ve Görsel Kimlik Tasarımlarına Etki Eden Sosyokültürel, Ekonomik ve Teknolojik Unsurlar.....	87
3.2.1. Küreselleşme/kozmopolitizm	88
3.2.2. Simülasyon çağı ve deneyim ekonomisi	90
3.2.3. Teknolojik gelişmeler, küresel iklim ve toplumsal risk faktörleri	94
3.3. Çağdaş Festivallerin Düzenlenme Amaçları: Türkiye ve Dünya'dan Başlıca Örnekleri	98
3.3.1. Kültürel ve tarihsel miras	99
3.3.2. Ekonomik ve markalaşma	103
3.3.3. Deneyim, eğlence, yaşam tarzı, sanat ve boş zaman	110

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. FESTİVAL VE GÖRSEL KİMLİK	117
4.1. Görsel Kimlik Kavramı ve Grafik Tasarım	117
4.1.1. Kimlik: Tanımlama içgüdüsünden sosyal yaşamda gereksinimine	122
4.1.2. Görsel kimlik tasarımı ve görsel kimlik sistemleri	127
4.1.3. Görsel kimlik tasarımlarında değişim ve değişkenlik	134

4.2. Festival İletişiminde Görsel Sanatların Yeri.....	138
4.2.1. Festival: Estetik iletişim zamanı ve mekânı	139
4.2.2. Festival deneyimi: Estetik etkileşim	142
4.3. Festival Görsel Kimlik Tasarımının Festival İletişiminde Rolü	145
4.3.1. Festival görsel kimliği.....	145
4.3.2. Festival iletişimde görsel kimliğinin aşamalı aktarımı	147
4.3.2.1. <i>Tomorrowland festivali örneği</i>	148
BEŞİNCİ BÖLÜM	
5. UYGULAMA PROJESİ	159
5.1. Uygulama Projesinin Amacı	159
5.2. Düünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi.....	159
5.2.1. Sergi mekânı ve özellikleri	159
5.2.2. Sergi başlığı ve içeriği	160
5.2.3. Sergi görsel kimliği	161
5.2.4. Sergi tasarımları ve uygulamaları.....	162
SONUÇ	168
KAYNAKÇA.....	170
ÖZGEÇMİŞ	

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 1.1.	Günümüzde halen düzenlenmeye devam eden Venedik Karnavalı sırasında temel öğeler olarak kostüm ve maskelerin çağdaş kullanımları.....	9
Görsel 1.2.	1758 Karnavalı sırasında Venedik'teki Teatro di San Samutla girişindeki bildiride gösterilen karnaval kostümlü ve maskeli katılımcılar, İtalya, 18. Yüzyıl.....	9
Görsel 1.3.	Up Helly Aa Ateş Festival'i'nin kamusal alanda düzenlenen bir gösterisi, İskoçya.....	10
Görsel 1.4.	Geleneksel Viking gemisinin etrafında toplanan festival katılımcılarının, gemiyi yakmadan önce gemi etrafında gerçekleştirdikleri ritüelleri.....	10
Görsel 1.5.	Geleneksel Viking kostümleri.....	10
Görsel 1.6.	St. Patrick Day Festivali'nde katılımcı kostümleri.....	11
Görsel 1.7.	Chicago Nehri, İrlanda.....	11
Görsel 1.8.	Loi Krathong- Yi Peng (Fener) Festivali'nde, katılımcılar nehir kenarında dileklerde bulunuyor.....	12
Görsel 1.9.	Işıklı ve süslü sepetler su yüzeyine bırakılıyor.....	12
Görsel 1.10.	1969 Woodstock Festivali'nde sahneden görünen yoğun katılımcı kitlesi.....	13
Görsel 1.11.	1969 Woodstock Festivali.....	13
Görsel 1.12.	Lübnan Renk Festivali, Ekim 2021.....	14
Görsel 1.13.	We Love Green Festivali, 2021 yılı festival afişi.....	16
Görsel 1.14.	We Love Green Festivali, festival mekânında, çevreci sloganların yer aldığı bir enstalasyon.....	16
Görsel 1.15.	We Love Green Festivali mekânında konuşmaların, konferansların düzenlendiği bir fikir laboratuvarı olan Think Tank alanı.....	16
Görsel 1.16.	Alaçatı Ot Festivali, Türkiye.....	17
Görsel 1.17.	Festivalde ürünlerin tanıtıldığı tezgâh.....	17

	<u>Sayfa</u>
Görsel 1.18. Highline Meeting Festival. Monte Piana, İtalya.....	19
Görsel 1.19. Highline Meeting Festival’de ip üzerinde eğlenen farklı bir deneyim yaşayan insanlar.....	19
Görsel 1.20. The Lower Keys Annual Underwater Music Festival.....	20
Görsel 1.21. The Lower Keys Annual Underwater Music Festival.....	20
Görsel 2.1. Paleolitik döneme ait mağara resimleri. Altamira Mağarası.....	26
Görsel 2.2. Bruniquel Mağarası’ndaki antropik yapıların çalışmasının bir parçası olarak Archéotransfert tarafından fotogrametrik edinimden elde edilen 3D model.....	26
Görsel 2.3. Bruniquel Mağarası’nda sarkıtlardan oluşan oval alan.....	26
Görsel 2.4. Kırık stalgamit ve sarkıtlardan oluşan oval alan’ın teknik çizimi.....	26
Görsel 2.5. M.Ö. 10.000’de inşa edilen avcı toplayıcı neolitik çağ insanların toplandığı ve eylemler gerçekleştirdiği kült merkezi Göbeklitepe, Şanlıurfa.....	29
Görsel 2.6. Göbeklitepe’de taş yüzey üzerine kabartma ve kazıma ile aktarılan Tilki figürü Göbeklitepe, Şanlıurfa.....	30
Görsel 2.7. Doğum yapan kadın figürü, Göbeklitepe, Şanlıurfa.....	30
Görsel 2.8. Neolitik döneme ait yılan başlı adam, Nevali Çori.....	31
Görsel 2.9. Neolitik döneme ait dans sahnesi olan kâse, Nevali Çori.....	31
Görsel 2.10. M.Ö. 2500-2250 Tunç Çağı, Güneş Kursu, Törens el Obje Alacahöyük.....	32
Görsel 2.11. Tell Brak Göz Tapınağı.....	34
Görsel 2.12. Tell Brak Göz Tapınağı, Göz İdolları.....	34
Görsel 2.13. Törens el Obje, Alacahöyük, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Ankara.....	34
Görsel 2.14. İnandık Vazosu, M.Ö. 17. yüzyıl, Anadolu Medeniyetler Müzesi....	35
Görsel 2.15. Asurlulara ait birinci şahıs anlatımıyla ağıt ve festival tarifi, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi.....	37
Görsel 2.16. Hititlere ait bayram töreni metni.....	37

	<u>Sayfa</u>
Görsel 2.17. Elephantine'de bulunan hiyeroglif takvim, Théodule Devéria.....	38
Görsel 2.18. Amerikalı sanatçı Balage Balogh'un Opet Festivali illüstrasyonu....	40
Görsel 2.19. Tanrı Amon'un Heykeli, M.Ö. 12. yüzyıl Mısır Eski Eserler Müzesi, Kahire.....	40
Görsel 2.20. Kireçtaşı üzerine Tanrı Amon'un taşınmasını anlatan eskiz, M.Ö. 13. yüzyıl, Mısır Müzesi ve Papirüs Koleksiyonu, Berlin.....	40
Görsel 2.21. Zeus Heykeli, M.S. 1. Yüzyıl, Hermitage Müzesi.....	43
Görsel 2.22. Apollon Heykeli.....	43
Görsel 2.23. Ressam Marcantonio Franceschini'ye göre Tanrıça Hera betimlemesi.....	43
Görsel 2.24. Klasik Yunan vazoları üzerinde, Thesmophoria festivalinde ait domuz ritüeli betimlemesi.....	45
Görsel 2.25. Daidala şenliklerinde kullanılan ahşap heykellere benzer Boeotian Ahşap Heykelcik, Atina Müzesi.....	45
Görsel 2.26. Tanrı Bacchus (Dionysos) tablosu, Caravaggio.....	48
Görsel 2.27. Dionysos, MS 1. yüzyıldan kalma bir mermer heykelde üzümlerle taçlandırılmıştır, Napoli Arkeoloji Müzesi.....	48
Görsel 2.28. Dionysos'u tasvir eden bronz maske, M.Ö. 2. yüzyıl.....	48
Görsel 2.29. Dionysos'un Gençliği, William-Adolphe Bouguereau, 1884, Nationalmuseum.....	48
Görsel 2.30. Thesmophoria, Francis David Millet.....	50
Görsel 2.31. Panathenaic Stadyumu, 1870.....	52
Görsel 2.32. Amphora üzerinde betimlenen, müzik yarışması.....	52
Görsel 2.33. Amphora üzerinde betimlenen, yarışmacı koşucular M.Ö. 5. Yüzyıl..	52
Görsel 2.34. Tanrıça Ceres, MS.1. yüzyıl, İspanya Ulusal Roma Sanatı Müzesi.	56
Görsel 2.35. Tanrı Bacchus, Michelangelo, 1497, Bargello Müzesi, Floransa.....	56
Görsel 2.36. Roma dönemi Circus Maximus'u betimleyen yağlı boya resim, Domenico Gargiulo ve Viviano Codazzi, 1638.....	58

Görsel 2.37.	Bir Roma Amfiteyatrosunun Perspektif Görünümü, Viviano Codazzi, 1638.....	58
Görsel 2.38.	Colosseum’da bir festivali betimleyen yağlı boya resim. Pablo Salinas “The Roman Festivals of the Colosseum” 1900.....	59
Görsel 2.39.	Tanrı Satürn betimlemesi.....	60
Görsel 2.40.	Satürn heykeli, Gravür Baskı, Philips Galle, 1586.....	60
Görsel 2.41.	Saturnalia festivalini betimleyen bir gravür.....	61
Görsel 2.42.	Saturnalia, Antoine Callet.....	61
Görsel 2.43.	Satürn Tapınağı ve Vespasian Tapınağı, Roma.....	61
Görsel 2.44.	The Colosseum, Lawrence Alma-Tadema, 1896.....	63
Görsel 2.45.	Cerealia Festivali, Lawrence Alma-Tadema, 1894.....	63
Görsel 2.46.	The Vintage Festival, Lawrence Alma-Tadema, 1871.....	63
Görsel 2.47.	Tang Hanedanı dönemine ait (618-907) 8. yüzyılda üretilen on iki Zodyak hayvanı figürü.....	65
Görsel 2.48.	Tavşan yılı olarak kutlanan 2023 Çin Yeni Yılı Festivali’nde yer alan entalasyonları.....	65
Görsel 2.49.	Çin Yeni Yılı’nda ilkbahar beyitleri ve dilek resimleri ile yapılan kapı süslemesi.....	66
Görsel 2.50.	Çin Yeni Yılı’nda ilkbahar beyitleri ve dilek resimleri ile yapılan kapı süslemesi.....	66
Görsel 2.51.	Çin Yeni Yılı için kırmızı zemin üzerine çizilen sembol.....	66
Görsel 2.52.	Bir Sürü Güzellikle Geri Dönen Yeni Yıl Resmi, kimliği belirsiz sanatçı 20. yüzyılın başları.....	67
Görsel 2.53.	Talih, Maaş ve Uzun Ömür Kapı Tanrılarının Yeni Yıl Resmi, kimliği belirsiz sanatçı 20. yüzyılın başları.....	67
Görsel 2.54.	Çağdaş Fener Festivali’nde ışıktandırılmış ejderha figürü.....	68
Görsel 2.55.	Gökyüzüne bırakılan fenerlerin yaratmış olduğu görüntü.....	68
Görsel 2.56.	Dragon Boat Festivali’ni betimleyen temsili resim, Wáng Zhènpéng, 1310-1325.....	69

	<u>Sayfa</u>
Görsel 2.57. Dragon Boat Yarışı, Li Zhaodao, 675–758.....	69
Görsel 2.58. Çağdaş Dragon Boat Festivali'nden bir görünüm.....	69
Görsel 2.59. Festivalde kullanılan ejderha kayıkları.....	69
Görsel 2.60. Anonim, 16. yüzyıl bir soytarı betimlemesi.....	71
Görsel 2.61. Ortaçağ saray soytarısı geleneğine ait kostümler, Basel Karnavalının halen belirgin ve geleneksel bir öğesi olarak kullanılıyor. 2019 Basel Karnavalı.....	71
Görsel 2.62. Das Römische Carneval, 1789.....	72
Görsel 2.63. 2017 yılına ait bir kostüm tasarımı örneği.....	73
Görsel 2.64. Venedik karnavalında Antik Yunan maskelerini anımsatan bir maske.....	73
Görsel 2.65. Karnaval zamanında duvar halıları ve çiçeklerle sülenmiş bir balkon betimlemesi, The Carnival in Rome, José Benlliure y Gil.....	74
Görsel 2.66. Punchinello karakteri, illüstrasyon.....	75
Görsel 2.67. Punchinello kostümü.....	75
Görsel 2.68. Siyasi liderlere dair eleştiri sunan ışıklı enstalasyon, Basel Karnavalı.....	76
Görsel 2.69. Trump hakkında siyasi eleştirilerin görsel imgeleri ile karnaval geçit töreni, Rose Karnavalı.....	76
Görsel 2.70. Ateş kasırgası (100), sabit güneş (101), sigorta (102), dönen güneş (103), alternatif sabit güneş (104), havai fişeklerle doldurulmuş dekoratif roket (105) ve dönen ateş çarkı (106). Frézier'den, A.-F. (1747) Traité des feux d'artifice pour le spectacle, Paris, levha VIII. yazarın koleksiyonu.....	79
Görsel 2.71. Jean Le Pautre, Beşinci Gün, Versailles Kanalı Havai Fişekler, 1674, Félibien'den, Divertissemens de Versailles.....	79

Görsel 2.72.	İktidar ve güç temsillerinin yanında saray hanedanına ait taç giyme törenleri ve evlilik kutlamalarında da şehirde geçici tasarımlar ile süslenmiştir. Lorraineli Christine'in Floransa'ya gelişi için düzenlenen dekorun gravür bir kopyası, Orazio Scarabelli, 1589.....	79
Görsel 2.73.	1769'da Nantes'teki Place de la Bourse'de dikilen bir aydınlatma şemasını tasvir ediyor.....	80
Görsel 2.74.	Orijinal çizime bir arka sayfa iliştirilmiş ve Kont d'Artois tarafından verilen festivaller için giriş kemerini değiştirilmiştir.....	80
Görsel 2.75.	Relation de la feste de Versailles, A. Félibien, 1679.....	81
Görsel 2.76.	Hambach Festivali, gazete ilanı.....	84
Görsel 2.77.	Hambach Festivali, festival programı.....	84
Görsel 2.78.	Hambach Festivali katılımcıları ve festival mekânı illüstrasyonunun bez üzerine baskısı.....	84
Görsel 2.79.	Hambach Festivali katılımcılarına verilen, festival anlamını ve amacını sunan illüstrasyonlar. Kumaş üzerine işleme.....	84
Görsel 2.80.	Festival önlüğü üzerindeki işlemenin cep detayı.....	84
Görsel 3.1.	Birinci Dünya Zenci Sanatları Festivali'nden bir görünüm,1966.....	86
Görsel 3.2.	Birinci Dünya Zenci Sanatları Festivali,1966. Broşür Tasarımı.....	86
Görsel 3.3.	Birinci Dünya Zenci Sanatları Festivali,1966. Afiş Tasarımı.....	86
Görsel 3.4.	1968 Meksika Olimpiyat Oyunları işaret tasarımı.....	90
Görsel 3.5.	1968 Meksika Olimpiyat Oyunları'nda yeralan bilgilendirme tasarımı.....	90
Görsel 3.6.	1968 Meksika Olimpiyat Oyunları programı.....	91
Görsel 3.7.	Arundel Kalesi Ortaçağ Festivali'nde bir satış alanı.....	92
Görsel 3.8.	Ortaçağ Festivali'nde dönem kıyafetleri ile elinde dönem bayrağı taşıyan festival katılımcısı.....	92
Görsel 3.9.	Lost Lands Festival mekanının atmosferini yaratan tasarımlar ve entalasyonları.....	94
Görsel 3.10.	Lost Lands Festival 2022 festival afişi.....	94

	<u>Sayfa</u>
Görsel 3.11. Coachella Festivali RDIF bileklik tasarımı.....	96
Görsel 3.12. Coachella Festivali mobil uygulama.....	96
Görsel 3.13. Coachella Festivali için Trigger XR tarafından tasarlanan AR filtreleri.....	97
Görsel 3.14. Coachella Festivali NFT Koleksiyonu.....	97
Görsel 3.15. BurningMan festivali sanal gerçeklik deneyimi ve dijital festival platformları.....	98
Görsel 3.16. Sanal BurningMan mekânı.....	99
Görsel 3.17. Harbin Buz Festival mekânı giriş yazısı ve logo kullanımı.....	100
Görsel 3.18. Harbin Buz Festivali ışıklandırılmış buz kütleleri.....	100
Görsel 3.19. Manisa Mesir Macunu Festivali 1958 yılından bir görünüm.....	101
Görsel 3.20. Manisa Mesir Macunu'nun festival için hazırlık aşaması ve dağıtımı.....	102
Görsel 3.21. Geleneksel kıyafetler ile festival geçit töreninde yer alan katılımcı...	102
Görsel 3.22. Döneme ait kostüm ile festival alanında macun yapımı.....	102
Görsel 3.23. Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali logo tasarımı.....	103
Görsel 3.24. 475. Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali afişi.....	103
Görsel 3.25. Rio Karnavalı' nda kostümlü bir katılımcı.....	105
Görsel 3.26. Rio Karnavalı samba okulları geçit töreni.....	105
Görsel 3.27. Rio Karnavalı Samba Okulları logo tasarımı.....	105
Görsel 3.28. Rio Karnavalı Samba Okulları görsel kimlik tasarımları.....	106
Görsel 3.29. Rio Karnavalı Samba Okulları afiş ve reklam çalışmaları.....	106
Görsel 3.30. Kültür Yolu Festivalleri Logo.....	107
Görsel 3.31. Kültür Yolu Festivalleri sitesinde festivaller hakkında detaylı bilgi sunan tasarımlar.....	108
Görsel 3.32. Beyoğlu Kültür Yolu Festivali tanıtım filmi.....	109
Görsel 3.33. Festival zamanı için paylaşılan geri sayım videoları.....	109
Görsel 3.34. Etkinlik mekanlarında ve noktalarında yer alan sahne tasarımlarına örnek.....	110

	<u>Sayfa</u>
Görsel 3.35. Festival etkinlikleri afiş tasarımları ve sosyal medya hesabından yapılan paylaşımlar.....	110
Görsel 3.36. Cannes Film Festivali Logosu.....	112
Görsel 3.37. 75. Cannes Film Festivali Afişi.....	112
Görsel 3.38. 75. Cannes Film Festivali Afişi Grand Theatre Lumiere' deki görünümü.....	112
Görsel 3.39. 1. Altın Koza Film Festivali Afişi.....	113
Görsel 3.40. 8. Altın Koza Film Festivali Afişi.....	113
Görsel 3.41. 29. Altın Koza Film Festivali Afişi.....	113
Görsel 3.42. Mengü Ertel'in tasarlamış olduğu 1973 İstanbul Festivali Afiş Tasarımı.....	114
Görsel 3.43. 1973 İstanbul Festivali'ne ait bir bilet.....	114
Görsel 3.44. 1994 yılı İKSV görsel kimlik ve marka tasarımı, Bülent Erkmen.....	115
Görsel 3.45. 1994 yılına ait Bülent Erkmen'in yapmış olduğu festival afişleri.....	115
Görsel 3.46. 1979-Mimar Sinan Üniversitesi'nde gerçekleşen 7. İstanbul Festivali Afiş Yarışması'ndan bir kare.....	115
Görsel 3.47. Yurdaer Altıntaş'ın 1993 İstanbul Film Festivali Afiş Tasarımı.....	116
Görsel 3.48. Olcay Okan'ın 13. İstanbul Festivali Afiş Tasarımı.....	116
Görsel 3.49. Mengü Ertel'in 1. İstanbul Tiyatro Festivali Afiş Tasarımı.....	116
Görsel 3.50. İKSV Film Festivali logosu.....	116
Görsel 3.51. 42. İstanbul Film Festivali Afişi.....	117
Görsel 3.52. 42. İstanbul Film Festivali Afişi.....	117
Görsel 3.53. 42. İstanbul Film Festivali Afişi.....	117
Görsel 3.54. 42. İstanbul Film Festivali Instagram hesabı.....	117
Görsel 3.55. 42. İstanbul Film Festivali Web Sitesi.....	117
Görsel 3.56. 42. İstanbul Film Festivali Afişinin sahne uygulamasına bir örnek...	117

	<u>Sayfa</u>
Görsel 4.1. Tıpkı gezenlerin özellikleri ile tanımlı bir doğaları olduğu gibi etrafımızdaki nesnelerin, bireylerin, kurumların ve ülkelerin de onları tanımlı kılan nitelikler kümesi vardır.....	118
Görsel 4.2. Hasır Şapkalı Düşes de Polignac, Elisabeth Louise Vigée Le Brun, 1782.....	118
Görsel 4.3. Örneğin, Edinburgh'ta festival zamanı geldiğinde birbirinden farklı temalarla ve amaçlarla festivaller düzenlenmektedir. Festivallerin diğerinden ayıran içeriğinin bir yansıması olarak ona kimlik kazandıran, logosu yani grafik temsili vardır. Bu her festivalin niteliğine yani kimliğine görsel bir çağrışımdır.....	120
Görsel 4.4. Örneğin, Edinburgh Film Festivali'nin 2022 yılında görsel kimliğinde kullanmış olduğu mor renk şehrin çevresel boyutlarında anlam izlekleri yaratmıştır. Şehir sakinlerinin, Edinburgh Film Festivalinin 2022 yılındaki varlığı zihinlerinde güçlenmiştir.....	122
Görsel 4.5. Edinburgh'ta bina yüzeyine video haritalama ile yansıtılan görsel kimlik tasarımı.....	122
Görsel 4.6. Edinburgh kalesine yakın bir yerde konumlanan Yunan sütunları üzerine video haritalama ile uygulanan görsel kimlik tasarımı.....	122
Görsel 4.7. Edinburgh Film Festivali mekânında etkileşimli görsel kimlik uygulaması.....	122
Görsel 4.8. Eller Mağarası, Arjantin, M.Ö. 7300.....	124
Görsel 4.9. Mezopotamya'da bulunan aidiyet belirten kil tablet, yaklaşık M.Ö. 4000.....	124
Görsel 4.10. Aafenmut Stelası, M.Ö. 924–889, Metropolitan Museum of Art, New York.....	125
Görsel 4.11. Rê-Horakhty' ye yiyecek ve parfüm sunumunu betimleyen ahşap stel, M.Ö. 950-700.....	125

	<u>Sayfa</u>
Görsel 4.12. Tutankamon maskesi, M.Ö. 1327. Mısır Müzesi, Kahire.....	125
Görsel 4.13. Sümerlilere ait silindir mühür.....	126
Görsel 4.14. Paris Şehri Hanedanlık Armaları, L. Chevallard, 1735.....	127
Görsel 4.15. Uluslararası kargo şirketi Fedex’ in logosu.....	130
Görsel 4.16. Fedex kargo aracı üzerinde görsel kimlik uygulaması.....	130
Görsel 4.17. New York'ta eski bir demiryolu üzerinde bulunan High Line parka ait logo ve görsel kimlik çalışması.....	130
Görsel 4.18. Peter Behrens’in AEG firması için tasarlamış olduğu logo ve afişler.....	131
Görsel 4.19. Kurumsal kimliğin mimari yüzeyde uygulanışı, AEG fabrikası.....	131
Görsel 4.20. Paul Rand’ın tasarlamış olduğu IBM logosu ve görsel kimlik sistemi.....	133
Görsel 4.21. New York Metro Yönlendirme Sistemi Kimlik Tasarımı, Massimo Vignelli.....	134
Görsel 4.22. Salt Kraliçe yazı karakteri ve kurumsal kimliğinde uygulama örnekleri.....	136
Görsel 4.23. Salt Yazı Karakteri Sürümü (10) ve Afiş Tasarımları, Ömer Faruk Güven.....	137
Görsel 4.24. Hong Kong Asian Film Festivali’nin 2015 yılındaki görsel kimlik tasarımı.....	138
Görsel 4.25. Hong Kong Asian Film Festivali’nin 2017 yılındaki görsel kimlik tasarımı.....	139
Görsel 4.26. Lightning in a Bottle Festivali’ne ait bu görsellerde belirli bir amaç için biraraya gelen insanların ortak duygu ve düşünce paylaşımları yaptıkları anlar, iletişimin en doğal ve içten örneklerini sergilemektedir.....	139
Görsel 4.27. Cameron Krow’ un Lightning in a Bottle Festivali için yapmış olduğu enstalasyon çalışması.....	141

Görsel 4.28.	Lightning in a Bottle Festivali yoga yapılan alan ve Cameron Krow’ un enstalasyonu.....	141
Görsel 4.29.	Coachella Valley Music and Arts Festival 2018’de yer alan Oberto Behar ve Rosario Marquardt tarafından “Süpernova” enstalasyonu..	142
Görsel 4.30.	Coachella Valley Music and Arts Festival 2019’de yer alan Sarbalé Ke tarafından yaratılan “The House of Celebration” enstalasyonu....	143
Görsel 4.31.	Coachella Valley Music and Arts Festival 2014’te yer alan Poetic Kinetics’e ait “Escape Velocity” hareketli heykel.....	143
Görsel 4.32.	2000 Trees Festival’de katılımcıların estetik deneyim biçimi olarak birlikte tasarladıkları tipografik enstalasyon.....	144
Görsel 4.33.	Counterpoint Müzik Festivali 2014’te, Heineken Evi olarak adlandırılan yapı üzerine festival boyunca yaratılan grafiti çalışmaları.....	145
Görsel 4.34.	“Fête des Vignerons” Logotype. İsviçre’de düzenlenen bir kültürel festival örneği olarak “Fête des Vignerons” festivali yüzyıllardır bölgenin şarapçılık geleneğini kutlamak için görkemli bir şekilde düzenleniyor. Festival görsel kimliği ise kültürel geçmişini ve içeriğini yansıtan renk ve tipografi kullanımı ile başarılı bir iletişim gerçekleştiriyor.....	147
Görsel 4.35.	Fête des Vignerons 2019 yılı afişi.....	147
Görsel 4.36.	Fête des Vignerons 2019 yılı görsel kimliği mekân içi uygulama örneği.....	147
Görsel 4.37.	Countdown dünya dışı yaşam biçimleriyle ilgili bir hikayesi olan ve festival sürecinde farklı aşmalarda görsel, işitsel ve etkileşim süreçleriyle bu hikâyenin deneyimlenmesini sağlayan müzik ve eğlence içeren festivaldir. Görsel kimliği ise parlak renkler, illüstratif biçimlerle içeriği başarılı bir şekilde yansıtmaktadır.....	148
Görsel 4.38.	Hector Guimard’ın Art Nouveau tarzında tasarlamış olduğu ikonik Paris Metro girişi, 1898.....	150

	<u>Sayfa</u>
Görsel 4.39. Alfons Mucha'ya ait illüstrasyon, Daydream (Rozmarzenie), 1897...	150
Görsel 4.40. 2022 Tomorrowland festivalinde kullanılan logo ve festival mekânında yer alan sahne tasarımı, enstalasyon, iç mekân tasarımı. Öğelerin hepsinin Art Nouveau'dan izler taşıyan bir kimliğe sahip olduğu gözlemlenebilir.....	150
Görsel 4.41. Festival duyuru afişleri.....	152
Görsel 4.42. Festival tanıtım filmi, festival mekânının, ana sahnesinin yaratılma hikayesini ve temasını aktarıyor. Festival görsel kimliğine dair ilk izlenimleri sunuyor.....	153
Görsel 4.43. Tomorrowland web sitesi.....	154
Görsel 4.44. Sosyal medya hesabı ve mobil uygulamasına dair duyuru gönderisi..	154
Görsel 4.45. Ana sahne üzerinde Tomorrowland logosu kullanımı ve festival mekânın girişindeki tipografik yer imi.....	156
Görsel 4.46. Festival mekânında festival görsel kimliğinin çeşitli alanlarda ve uygulama yüzeyleri.....	157
Görsel 4.47. Tomorrowland web sitesinde online ürün satış sayfası.....	158
Görsel 4.48. DreamVille satış alanı.....	158
Görsel 4.49. Tomorrowland web sitesinde satışa sunulan Sevginin Yansıması Koleksiyonu (The Reflection Of Love Collection).....	159
Görsel 5.1. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü Sergi Alanı Pano Ölçüleri.....	161
Görsel 5.2. Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği logo tasarımı ve kullanılan renkler.....	162
Görsel 5.3. Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği kullanılan fontlar.....	163
Görsel 5.4. Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi Pano1.....	164
Görsel 5.5. Kitapçık kapağı ve iç sayfasından bir görünüm.....	164
Görsel 5.6. Kitapçığın panodaki kullanımı.....	165
Görsel 5.7. Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi Pano1'de yer alan bölümler.....	166

	<u>Sayfa</u>
Görsel 5.8. Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi Pano1 ve Pano3.....	167
Görsel 5.9. Sergi alanından bir görünüm.....	167
Görsel 5.10. Sergi açıklama metni ve logonun yer aldığı duvar.....	168



Şekil 1.1.	The Element of Festivals.....	7
------------	-------------------------------	---



GİRİŞ

Festival fenomeni, uzak geçmişten günümüze kadar sosyal hayatın dinamikleri arasında önemli bir konumdadır. Festivaller belirgin bir içeriğe sahiptir ve bu içeriğin görsel, işitsel, eylemsel dışavurumları vardır. Festival fenomeninin görsel dışavurumları, anlamını, amacını, hikayesini anlatan, kolektif bilinci işaret eden ve bu doğrultuda tanımlı kılan öğelerden olmaktadır. Festival içeriğini somutlaştıran, duyuşsal estetik anlamında yüksek nitelikler sergilemesine yardımcı olan ve tanımlayan görsel öğeler kuşkusuz festival içeriğini yansıması ve iletişimini gerçekleştirmesi açısından önemli bir yere sahip olmaktadır.

Bu çalışma festivallerin belirgin bir içeriğe sahip olan doğasının görsel dışavurumları, etkinlik zamanında ve mekânında yer alan görsel öğelerin geçmişten günümüze festival iletişimdeki rolü ile ilgilidir. Festivaller, tarihsel olarak köklü bir geçmişe sahiptir. İnsanlık tarih boyunca, ortak duygu ve düşünceler çerçevesinde gruplar oluşturmuş, belirgin bir amaç için bir araya gelişlerini görsel olarak tanımlı kılacak olan iletişim biçimlerini yaratmıştır. Tarihte medeniyetler tarafından düzenlenen festivaller, sanatsal üretim ve iletişim biçimleri ile bağlantılı olarak görsel kimliğe sahip olmuştur, günümüzde ise bir içeriği tanımlı kılan nitelikleri yaratan/sunan grafik tasarım disiplininin uygulama biçimleriyle görsel kimliğe sahip olmaktadır. Çağdaş festivallerin başarısında grafik tasarım, etkinliğin planlanma aşamasından, deneyimlenme ve sonrasında hafızalarda yer edinmesine kadar birçok farklı noktada belirleyici konumda olmaktadır.

Bu tez beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde festival fenomeni çeşitli disiplinlerin yorumları ışığında, festivallerin işlevlerine göre başlıklar altında yorumlanarak tanımlanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde festivalin kökenleri, tarihsel süreçte medeniyetlerde düzenlenme nedenleri ve görsel kimlik kazanmasını sağlayan iletişim biçimlerinden bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde postmodernizm sonrası festivallerde yaşanan dönüşümlerden ve çağdaş festival görsel kimliğini etkileyen unsurlardan bahsedilmiştir. Dünyadan ve Türkiye’den önemli festivallerin düzenlenme amaçları ve görsel kimlik tasarımları grafik tasarım disiplini uygulama pratikleri doğrultusunda incelenmiştir. Dördüncü bölümde festival ve görsel kimlik kavramının grafik tasarım ile ilişkisine, festival iletişimde görsel sanatların ve görsel iletişimin festival atmosferini ve deneyimini estetik niteliklere taşımaktaki rolüne dikkat çekilmiştir. Bununla beraber festival iletişimi

bağlamında görsel kimliğinin aşamalı olarak aktarıldığından bahsedilmiştir. Görsel kimliğinin aşamalı olarak aktarılan yapısı ise Tomorrowland Festivali örneğinde incelenmiştir. Beşinci bölümde ise uygulama projesi olarak bilgilendirici ve faydalı olması amacıyla tez sürecinde incelenen festivaller ve görsel kimlik öğelerinden bir seçkiyi sunan Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi tasarlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. FESTİVAL NEDİR?

Festival, hemen hemen tüm insan kültürlerinde karşılaşılan bir etkinliktir, sosyal bir olgudur (Falassi, 1987, s.1). Festival fenomeniyle hayatımızın bir döneminde mutlaka temasa geçeriz. Kimi zaman o heyecanla beklediğimiz festivalin katılımcısı oluruz ve festival zamanı geldiğinde festival mekânında kendimizi binlerce kişi ile beraber her zamankinden farklı olanı hissettiren ayrıcalıklı festival zamanını deneyimlerken buluruz. Kimi zaman ise dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleşen birbirinden zengin festival haberlerine, festival hakkındaki konuşmalara ve katılım davetlerine herhangi bir mecrada, akşam koltukta otururken sosyal medyadan gelen bir telefon bildiriminde, dijital gönderide ya da sokakta yürürken karşımıza çıkan festival afişinde denk geliriz.

Festival, bir şekilde temasa geçtiğimiz, sosyal hayatımızın bir parçasıdır; bugün olduğu gibi geçmişte de sosyal hayat içinde önemli rollere sahip olmuştur; kökleri insanlığın bir araya gelerek toplumsal beraberlikler sergilemesinin ilk biçimlerine kadar uzanmaktadır. Bu nedenledir ki sosyal olgu olarak festival, tarih boyunca sosyokültürel olarak zengin örneklerle bezenmiş bir fenomen olmaktadır.

Festival kelimesinin kökeni Latince kelime olan *festum*dan gelir, anlamı ise genel eğlence ve şenliktir. Yerel kültürü ve folkloru konu alan çalışmaları ile bilinen, İtalyan Sosyolog A. Falassi, *Festival: Definition and Morphology* adlı çalışmasında festivalin etimolojik kökenine dair bilgiler verir. Falassi, etimolojik olarak festival kelimesinin Latince *festum*dan geldiğini ancak orijinalde Latince festival etkinliklerini tanımlamak için iki kelimenin kullanıldığını söyler. Bu kelimeler; *festum* (eğlence, halk eğlencesi, şenlik) ve *feria* (tanrıların onuruna çalışmaktan kaçınma) dır. Falassi (1987), iki kelimenin de çoğulu olan *festa* ve *feriae*'nin kullanıldığını ve bunun anlamının ise “festivallerin uzun günler devam ettiğini ve çeşitli etkinlikler içerdiğinin göstergesi” olduğunu ifade eder.

Festivalin sözlükte karşımıza çıkan en genel tanımı “Tarihi, süresi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı ve özellikleri önceden hazırlanan bir izlenceyle belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi” dir. Tiyatro ve sinema terimi sözlüğünde “Belli bir yılda üretilen ya da belli bir konuda olan filmlerin ya da oyunların gösterilmesi ve sunulması sonunda derece

alanlara ödöl verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal ya da uluslararası gösteri dizisi” olarak tanımlanır.

Festival insanların kutlamak, beraber bir amaç için bir araya gelmek, iletişim kurmak, döngüsel mistik zamanlar yaratmak, maddi manevi beklentileri paylaşmak, farklı olanı deneyimlemek, eğlenceli zaman geçirmek gibi motivasyonlarla yaşamlarına dahil ettiği etkinliktir. Sosyal, kültürel, ekonomik farklı işlevlere sahip olan bu fenomen, hemen hemen her konuda düzenlenebilir. Festivaller bir araya gelmiş olmanın toplumsal şölenini ve izlerini barındırır. Dolayısıyla festivaller anlamlar taşıyan, düzenleniş amacına göre öne çıkarmak istediği konu bağlamında, sosyal birlikteliklerin sergilendiği ve deneyimlendiği bir etkinliktir.

Etkinlik kelimesinin kökeni Latince *eventus*’tan gelmektedir. Kısaca ve genel olarak “Etkin olma durumu, müessiriyet” anlamındadır. Karşımıza çıkan ikinci anlamı ise “Bir işletmenin, bir kurumun belli bir alandaki eylemi, faaliyet, aktivite” dir. Bu terimin, bir toplanma veya sosyal aktiviteyi, belirli bir yerde ve zamanda gerçekleşen bir şeyi, rekabeti, macerayı ve vesileyi içeren kültürle ilgili ek anlamları da vardır (akt: Cundy, 2016, s.14).

Festival ise doğası itibariyle önemli bir iletişim etkinliğidir. Getz (2010) “Festivaller, etkinlik çalışmaları içinde önemli bir alt alandır ancak kendine özgü teorik mirası ve profesyonel uygulamaları vardır” diye ifade eder. Festivaller, kültür ile ilişkili yapısı nedeniyle, Getz’in etkinlik sınıflandırmasında “*Kültürel kutlamalar: festivaller, karnavallar, anma törenleri ve dini etkinlikler*” olarak yer alır (2008, s. 404).

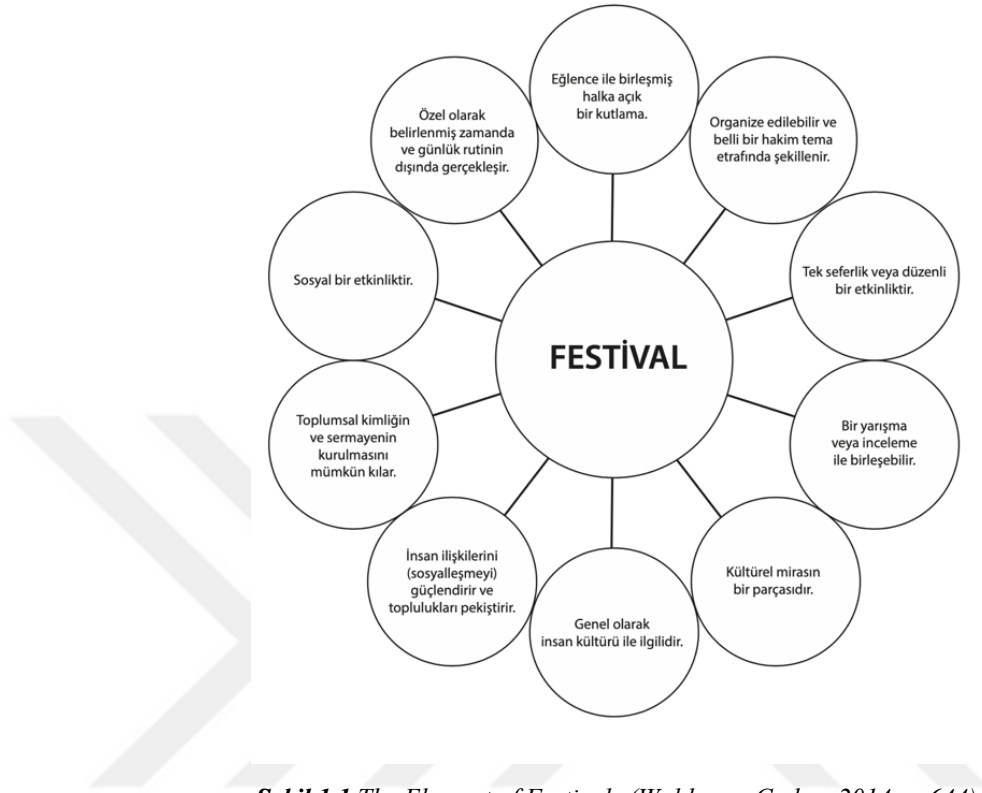
Festival, insana ve kültüre özgü, zengin ve köklü aktarımlar içerir. Festival kavramının insanı ve kültürü temel alan bu yapısı ile farklı disiplinler tarafından araştırma konusu olarak ele alınmıştır. Antropoloji, sosyoloji, etnoloji, ekonomi, turizm, psikoloji, mimari gibi bilim dalında kapsamlı olarak festival kavramı ve işlevi üzerine çalışmalar yapılmıştır. Festivallerin doğası gereği çeşitli işlevlere sahip olması tanım yelpazesini zenginleştirmiş ve çok disiplinli yorumlarla festival kavramı farklı bakış açılarıyla anlamlar kazanmıştır.

Festivalin doğası nedir, festival deneyimi nedir, festival hangi işlevlere sahiptir gibi festivale dair soruların yanıtları çok yönlü, tarihin belirli dönemlerine göre farklılaşan ve disiplinlerin festival kavramını inceleme biçimlerine göre değişiklik göstermektedir. Festivali tanımlamaya çalışırken ve festivalin ne olduğu sorusuna yanıt ararken ilk bakışta karşılaşılan, genellikle festivalin çağdaş/seküler ve kutsal/eski zaman kutlamaları olarak (bu

antik festivallerden, sanayileşmenin ilk zamanını kapsar) iki ayrı zamana bağlı farklı anlamları olduğudur. Daha önce festival etimolojik köken çalışmasını referans gösterdiğimiz sosyolog Alessandro Falassi (1987), festivaller üzerine derleme çalışması *Time Out of Time: Essay on the Festival*'de "Akademisyenler, başta Durkheim tarafından tartışılan kutsal/seküler ikilik üzerine çeşitli festival türleri tanımladılar. Bu, pratik bir ayırımdan çok teorik bir ayırımdır, çünkü her tür, ikincil ve ikincil olsa bile genellikle diğerinin unsurlarını içerir" der. Dolayısı ile festivaller, genel olarak eski kültürlerde sosyal, etnik, inanç bağlantılı mistik bir yapıda var olmuştur. Festivallerin çağdaş örneklerinde ise eğlence ve ekonomi odaklı farklı işlevler ön plandadır. Festival sosyoekonomik bir araç haline dönüşmüştür. Fakat her iki biçiminde de festivaller, Falassi'nin de ifade ettiği gibi temel karakteristik özelliklere sahiptir. Stoeltje göre de "Festival, tüm dünya toplumlarında düzenlenme ve işlev bakımından oldukça çeşitlidir. Her ne kadar birbirlerinden farklı olsalar da festivaller, kesin karakteristik belirleyici niteliklere sahiptirler (2015, s.339)."

Çalışmalarıyla festival kavramını bütüncül işlevleri ile inceleyen bir başka araştırmacı ise Polonyalı Coğrafyacı Waldemar Cudny'dir. Cudny, *Festivalisation of Urban Spaces (Kentsel Mekânların Festivalleştirilmesi)* adlı çalışmasında festivallerin sınıflandırılması, gelişimi ve coğrafya üzerindeki etkilerini festivalleştirme kavramı bağlamında ele alarak yorumlamıştır. Cudny'e göre festival, "Özel olarak belirlenmiş bir zamanda, günlük rutinin dışında gerçekleşen, sosyal sermayeyi şekillendiren ve insani dokunulmazlığın seçilmiş unsurlarını kutlayan organize bir sosyomekânsal fenomendir ve somut olmayan kültürdür" (2016, s.17). Cudny, *The Phenomenon of Festivals* adlı festival fenomeninin tarihini, işlevini ve kökenini ele aldığı çalışmasında ise festivalin tanımlanmasında rol oynayan belirgin özelliklerin şematik aktarımını yapar (Şekil 1.1).

Festival kavramına genel bakış sunan çalışmaların yanı sıra, literatürde farklı disiplinlerin festivalin anlam dünyasına katkı yapan çalışmaları da mevcuttur. Bunlardan biri editörlüğünü Sarah Bonnemaïson ve Christine Macy'in yapmış olduğu "*Festival Architecture*" (*Festival Mimarisi*) adlı kitaptır. Kitap sadece festival mimarisi üzerine odaklanmış yorum ve başlıklar altında festivali ve mekânlarını konu alan çalışmaları kapsamaktadır. Şehir merkezlerinin festival, şenlik, karnaval ve benzeri etkinlikler bağlamında inşa edildiğine (tasarlandığına) ve bunun sonucunda ise festivallerin medeniyetlerde şehir ve mekân kültürünü şekillendiren rolüne ışık tutmaktadır.



Şekil 1.1 The Element of Festivals (Waldemar Cudny, 2014, s. 644)

Festival doğasını tanımlama konusundaki çalışmalar festivallere ve işlevlerine ışık tutması açısından çok kıymetlidir. Bu uzun soluklu geçmişinde festivalin hala net bir tanımı ve işlevi olmadığı gibi olamayacağı da açıktır. Festival zamanın ruhuna göre şekillenir ve deneyimlendiği kültür, coğrafya ve toplum tarafından değişken anlamlara sahip olması ise kaçınılmazdır.

Prof. Donalt Getz'in *The Nature And Scope Of Festival Studies* (Festival Çalışmalarının Doğası ve Kapsamı) başlıklı çalışmasında festival hakkındaki literatürü disiplinlerin ele aldığı konu bağlamında sınıflandırılmıştır. Literatürde festival başlıklı hemen hemen her çalışmanın referansı olarak atıfta bulunulan Getz, farklı türde ve farklı işlevlere sahip olan festival kavramının geçmiş ve çağdaş anlamına dair geniş bir perspektif sunmaktadır.

Getz (2010) çalışmasında, festival hakkındaki söylemleri üç temel başlık altında sınıflandırmıştır. Festivallerin kültür bağlantılı, etnik, sosyal ve toplum üzerindeki rolleri üzerinde duran söylemler (Getz, festivalin karşımıza ilk çıkan anlamının kültür ile bağlantılı

olan antropolojik, sosyolojik ve etnolojik kısmı ile ilgili olduğunun altını çizer ve bu söylemleri *klasik yaklaşım* olarak nitelendirir). Festivallerin turizm ile bağlantılı olarak görüldüğü ekonomi ve pazarlama ile ilgili olan söylemler ve festivallerin yönetimi hakkında söylemler olarak literatürü üç ana grupta sınıflandırır.

Bir başka çalışmada, nispeten daha erken kültürel bir perspektiften yorumlarda bulunan Smith ise, festivali üç grupta sınıflar:

“Somut davranış ve bu davranışların sonuçlarından çıkarım yaptığımızda üç büyük grup festival olduğunu görürüz: *bağlılık ve sadakat ifadesi olan festivaller* (vatanseverlik kutlamaları, kutsal hafta etkinlikleri ve pek çok kentsel dini festivaller gibi) *sevinç ifadesi olan festivaller* (karnaval ve yeni yıl bu gruba verilecek iki güzel örnek) ve duacıların ve içki içenlerin bulunduğu, adakların yerine getirildiği, müzik ve dansın var olduğu, dindar ve dindar olmayan efsane hikayelerin anlatıldığı, Meryem Ana’ya sadakatsiz kadınlara da şarkılar söylendiği Akdeniz patronal festivali gibi bu iki grubun beraber olduğu festivallerdir (2015, s. 354)”.

Araştırmacılar festivali ve benzeri etkinlikleri açıklarken sıklıkla başlıklar altında inceleme yöntemini kullanmıştır. Bu yöntem festival işlevlerinin çeşitli olması ve festivalin disiplinler arası doğasının bir sonucu olduğu düşünülebilir. Festival nedir sorusu, festivallerin güncel işlevleri çevresinde ve literatürün (Cundy, Getz, Davies, Falassi, Smith) festival doğasına dair aydınlatmış olduğu bilgilerle, sosyal yaşam içindeki konumu itibarıyla üç başlık altında yorumlanacaktır. Festivalin doğasına dair bir bakış sunan bu üç yaklaşım birbirini dışlamamaktadır, aksine birbirleri ile ilişkileriyle tamamlayıcı yapıdadır.

1.1. Bir Kültür Dışavurumu Olarak Festival

Festival, ortak his ve bağlılıkların en somut ifadesidir.

— Robert Jerome SMITH

Antropolog, sosyolog gibi bilim insanları tarafından kültürel bir fenomen olarak ele alınan festival, ilgi çekici örneklerle doludur; araştırılması ve anlaşılması gereken sosyal bir olgu olarak görülmüştür. Köklü geçmişleri olan festivaller farklı coğrafyalarda, farklı

kültürlere sahip toplumlar tarafından uzun yıllar boyunca düzenlenmiştir ve zamanın ruhunu taşıyan izler ile kültürel bir dışavurum sergilemiştir. Getz kültürel fenomen olarak festivalin literatürdeki yerini şu sözleri ile ifade eder: “Festivaller toplum ve kültürdeki rolleri, anlamları ve etkileri bakımından en eski ve en gelişmiş söylemdir (2010, s.4)”.

Festivalin özellikle belirli bir kültüre özgü, toplumun inancı, hayatı ve olayları anlamlandırma biçimi çevresinde ortaya çıkması bağlamında karakteristik, tanımlı sembolik dışavurumu vardır. Halk Bilimi çalışmalarıyla bilinen Robert Jerome Smith, festivali, ortak duyguların ve bağlılığın en somut ifadesi ve sembolik etkileşim üzerine temellenen, duygusal tecrübelerin paylaşılmış bir düzeni olarak açıklayarak ortak mirasa, kültüre işaret eder.

Örneğin, dünyaca ünlü *Venedik Karnavalı* uzun soluklu geçmişe sahiptir. Ortaya çıktığı 12. yy’ dan günümüze kadar ortaçağda doğan karnaval biçimin temel karakteristik ögesi olan maskeleri, kostümleri ve eylemleri barındırır. Geçmişin anlam izlerini sunan bir kültürel coşkunluğa sahiptir. Karnaval zamanında kostümleri ve maskeleri ile insanlar adeta 12. yy’ dan bir tiyatro sahnesinden uzanan karakterler gibi görünmektedir. Karnaval, zengin görsel, işitsel ve eylemsel biçimleriyle kültürel dışavurum sergilemektedir (Görsel 1.1, Görsel 1.2).



Görsel 1.1. Günümüzde halen düzenlenmeye devam eden *Venedik Karnavalı* sırasında temel öğeler olarak kostüm ve maskelerin çağdaş kullanımları.



Görsel 1.2. 1758 *Karnavalı* sırasında *Venedik*'teki *Teatro di San Samutla* girişindeki bildiride gösterilen karnaval kostümlü ve maskeli katılımcılar, *İtalya*, 18. Yüzyıl.

Festivaller kùltùrlere ve yerlere baēlıdır, her bir kimliēi verir ve insanları topluluklarına baēlamaya yardımcı olur. Benzer Şekilde, festivaller ve diēer planlanmış etkinlikler grup kimliēini besleyebilir ve güçlendirebilir (Getz, 2010, s.8). Festivaller, özellikle uzunca yıllar belirli bir köklü geēmiŐe sahip bölgesel, etnik özellikleri barındıran festivaller özgün olması sonucunda düzenlendiēi coērafyaya ve kùltüre nüfus eder. Tanımlı mekânlar ve sembolik görseller, söylemler ve eylemler üretir. Böylece kùltürel bir festival deneyimi, etkileyici ve zengin göstergelerin varlıēı ile katılımcılara “o tanımlı olan kùltürün öğelerini” yeniden ve yeniden her düzenlenişinde daha da coŐkulu bir hissiyatla dışavurur.

Örneēin İskoçya’da Shetland Adaları’nda ocak ayında gerēekleŐtirilen *Up Helly Aa Ateş Festivali* ilk olarak 1880 yılında düzenlenmiştir. Festival adalıların Viking mirasına bir övgü olarak her yıl bir Viking gemisinin yakılmasıyla sonuçlanmaktadır. Viking kostümleri ve söylemleri ile gerēekleŐen festivalde her yıl bu gelenek festival aracılıēı ile yaŐatılmaktadır. (Görsel 1.3, 1.4, 1.5)



Görsel 1.3. *Up Helly Aa Ateş Festivali'nin kamusal alanda düzenlenen bir gösterisi, İskoçya.*

Görsel 1.4. *Geleneksel Viking gemisinin etrafında toplanan festival katılımcılarının, gemiyi yakmadan önce gemi etrafında gerēekleŐtirdikleri ritüelleri.*

Görsel 1.5. *Geleneksel Viking kostümleri.*

Festivallerin kültürel dışavurum sergileyen doğasına dair önemli bir bakış sunan Smith'in ifadesi ise şöyledir:

“Festival çoğu zaman bir bölgenin yerleşenlerinin geleneksel elbiselerini giydiği tek olaydır; kaynak efsane ve mucizelerin veya eskiden gerçekleşmiş büyük bir olayın geleneksel ezberleri okunarak hatırlanır; festival etkinliği bir imgeyi süslemeyi ve günümüz dualarını bu imgeye taşımayı içerebilir. Bir ziyafeti (geleneksel yemekle beraber) ve içkiyi (törenin havasında geleneksel kadeh kaldırmalar) mutlaka içerecektir. Festivalle ilgili atasözleri ve deyişler olacaktır. Kutlayanlar el yapımı enstrümanlarla çalınan geleneksel şarkıları söyleyebilir ve dans edebilir. İnançlar ve doğru davranışı öğütleyen anılar dile getirilebilir (2015, s. 352)”.

Festivallerin en eski örnekleri inanç ve ritüel bağlantılıdır. Tarih boyunca mevsimsel hasatlar ve inanç bağlantılı gerçekleşen kutlamalar, ritüeller daha sonrasında festival olarak adlandırılmıştır. Festivallerin tarihteki uzun soluklu geçmişini, kültür ile bağlantılı olan yapısını ve bu çerçevedeki zengin örneklerini, festivallerin topluma özgü inanç dünyası ile bağlantılı olarak ortaya çıkan doğasına temellendirebiliriz.

Günümüzde geçmişte olduğu gibi toplumların inancı çevresinde gerçekleşen, insanların dini görüşünden izler taşıyan festivaller de vardır. İrlanda'da her yıl 17 Mart'ta kutlanan *St. Patrick Day* bunlardan biridir. Festival, adını İrlanda halkına Hristiyanlığı taşıyan Aziz Patrick'ten almıştır ve festival önemli dini semboller barındırmaktadır. Aziz Patrick'in Hristiyanlığı ve Kutsal Üçleme'yi anlatırken kullanmış olduğu rivayet edilen yonca ve yeşil rengi festivalin tanımlı sembollerinden olmakta ve festival sürecinde kıyafetlerden, yiyeceklerle ve hatta şehir merkezindeki Chicago nehrinin rengine kadar her şey yeşil rengine dönüştürülmektedir (Görsel 1.6, 1.7). Bu bağlamda Smith'in de ifade ettiği gibi “Festival davranışının geleneksel biçimleri istenen duyguları ifade etme ve geliştirme görevini yerine getiren hassas semboller olarak görülebilir. Festival, sembolik etkileşime dayalı paylaşılan duygusal bir yaşamışlık dizisidir (2015, s. 353)”.



Görsel 1.6. *St. Patrick Day Festivali'nde katılımcı kostümleri.*



Görsel 1.7. *Chicago Nehri, İrlanda.*

“Mitler ve semboller geleneksel festivalde yerleşiktir... (Getz, 2010, s.8)”. Mitler ve efsaneler kimlikle ilgilidir, “biz kimiz”, “nereden geliyoruz” ve “bizim” evrendeki yerimiz neresi sorularına cevap verirler. Bir grubun birlik ve özgüllük bilincini temellendiren kutsal anlatıları korurlar (akt: Assmann, 2018, s.152). Kültürel mitler ve semboller ile gerçekleşen çok eski efsanelere göre halen düzenlenmeye devam eden *Loi Krathong- Yi Peng (Fener) Festivali*, Budist inancına göre süslü sepetlerin su yüzünde bırakılarak mutsuzluk, öfke, nefret gibi olumsuz duyguların uzaklaşmasını sembolize eder. Yine aynı şekilde fenerlerin yakılarak gökyüzüne bırakılmasının da anlamı sorunlarını bırak ve özgür ol anlayışını taşır (Görsel 1.8, 1.9).



Görsel 1.8. *Loi Krathong- Yi Peng (Fener) Festivali'nde, katılımcılar nehir kenarında dileklerde bulunuyor.*



Görsel 1.9. *Işıklı ve süslü sepetler su yüzeyine bırakılıyor.*

Festival dünya üzerindeki zengin örneklerden de anlaşıldığı gibi kültürel öğelerin sergilendiği, grup kimliğinin kıyafetler, söylemler, danslar, mekânlar ile dışavurulduğu,

mitler ve semboller ile zenginleştigi, biricikleştigi önemli kültürel göstergelerin dışavurumudur. Festivaller nihayetinde toplumsal olaylardır. Gerçekten de bir topluluğun dikkati kendine çekebileceği ve belki de zamanımızda daha da önemlisi, kendisini açıkça gösterme isteğini sağlarlar (Abrahams, 1987, s. 181).

1.2. Bir Kitle İletişim ve Markalaşma Aracı Olarak Festival

Doğası ve işlevleri çok katmanlı olan festival “kitle iletişim ve markalaşma” aracı olarak önemli rollere sahip olmaktadır. Tarih festivalin toplumlarda iletişim biçimi konusunda sahip olduğu işlevleriyle ne denli güçlü bir fenomen olduğunu kanıtlar niteliktedir. Festival bir iletişim etkinliğidir. İnsanlığın yaşam serüveninde, prehistorik dönemlerden günümüze kadar duygu ve düşüncelerini aktarmasına imkân sunan iletişimsel bir olgudur.

Festivaller, çok sesli ve sembolik yapısı ile aktarılmak istenilen mesajı, uygun olan zamanı belirleyerek, doğru bir mekânda, mekânı bu bağlamda tasarlayarak ya da mesaja uygun mekânı seçerek, festival deneyimini kurgulayarak aktarılmasında zengin alternatiflerin sahnesi olarak sıklıkla “araçsallaştırılır”.

Bu bağlamda politik amaçlarla düzenlenen festivaller de vardır. Festivaller ve benzeri kutlamalar siyasi fikirleri desteklemek için devlet liderleri ve yönetimler tarafından iletişim aracı olarak benimsenmektedir. Hükümdarların doğum günü dünyadaki ülkelerde yüzyıllarca kutlanmıştır; uygulamalar, vatanseverliğe teşvik etmek ve demokrasi, komünizm ya da sosyalizm hayat tarzına bağlılık yaratmak için modern ülkelerde kullanılmaktadır (Smith, 2015, s. 351). Devletin aktarmak istediği mesajlar bağlamında düzenlenen festivaller gibi devlete ve devletin belirlediği siyasi, politik düşüncelere karşı da festivaller, ortak fikri paylaşan insanlar tarafından bir karşı tavır olarak düzenlenebilir.

Tarihte bunun belki de en önemli örneği *Woodstock* festivalidir. 1969’da Halk tarafından devlete, siyasi duruşa ve yaşam biçimine isyan niteliğinde *üç gün boyunca sadece barış ve sanat* sloganıyla düzenlenen bu festival, tarihin en etkileyici kalabalığına sahip ve bu kalabalığa rağmen en huzurlu festivali olarak bilinmektedir (Görsel 1.10, 1.11).



Görsel 1.10. 1969 Woodstock Festivali'nde sahneden görünen yoğun katılımcı kitlesi.

Görsel 1.11. 1969 Woodstock Festivali.

Halkın siyasi tutuma karşı düşüncelerini, festivalleri sembolik öğelerin sahnesi konumuna getirerek aktardığı bir diğer örneğe ise 2021 yılı ekim ayında Lübnan'da düzenlenen Renk Festivali'ni örnek gösterebiliriz. Festival rengarenk tozlarla kutlanırken her zamankinden farklı olarak sadece beyaz rengin seçilmesiyle insanların “umut, barış ve mutluluk” mesajına sembolik göndermelerde bulunur. Katılımcılar dile getirmek istedikleri düşüncelerini, festival zamanı içerisinde festival mekânında ve festivalde yaratılan semboller ve göstergeler ile de bunu destekleyerek anlam katmanları yaratırlar. Lübnan'da gerçekleşen Renk Festivali (Görsel 1.12) de 2021 yılındaki temasıyla festivalin bu işlevsel doğasının bir örneğidir.



Görsel 1.12. Lübnan Renk Festivali, Ekim 2021.

Festival şiddet, öfke, nefret gibi negatif duygulardan uzak olmalıdır, bu duygular festival doğasına aykırıdır. “... festivalin esas işlevi, insanların bir araya gelmesi, anlayış ve

yaşama sevincinin oluşturduğu atmosfere katılması için fırsat yaratmasıdır (Smith, 2015, s. 351)”. Örneğin, Abner Cohen, *A Polyethnic London Carnival as a Contested Cultural Performance (Tartışmalı Bir Kültürel Performans Olarak Çok Etnikli Bir Londra Karnavalı)* adlı çalışmasında karnavalların siyasi düşüncelerin, politikaların sembolik aracı olarak kullanılmasını inceler. Cohen, çalışmasında “İdeal tip bir karnavalda hegemonya ve muhalefet denge halindedir. Bu denge ciddi anlamda bozulduğu ölçüde festivalin doğası değişir ve büsbütün başka bir forma dönüşür.” ifadesinde bulunur (1982, s. 37). Festivaller (ya da yapıcı benzer olan karnaval, tören, bayram) aktarılmak istenilen mesajın içinde çokça eğlencenin de olduğu, barışçıl bir atmosferde dile getirilmesi gerektiğine inanılan duygu ve düşüncelerin paylaşıldığı *bir kitle iletişim aracıdır*. Öte yandan, saf muhalefet ifade etmek için yapılırsa, sisteme karşı siyasi bir gösteri haline gelir. Her iki uç durumda da bir karnaval olmaktan çıkar (Cohen, 1982, s. 37).

Ve bu bağlamda Smith’in de ifade ettiği gibi; “... genel katılımın sağlandığı festivaller çoğu zaman topluluğun bir araya geldiği tek olaydır. Festivalde katılımcılar etkileşim içine girerler, ki bu etkileşim mutluluk verdiği için tekrar eder. Bu mutluluk katılımcılar arasında güven yaratır ve birbirlerinin arkadaşlığından keyif duyarlar (2015, s. 351)”.

Festivallerin kitle iletişim aracı olarak kullanılması ile aktarılmak istenilen sosyal fayda, toplumsal kaygıların dile getirilmesi, önemli görülen noktalara dikkat çekilmesi ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi gibi amaçlar, etkili bir şekilde hedef kitleye ulaşabilmektedir. Sıklıkla bu yönü ile araçsallaştırılan festivallerde, katılımcılar duygusal beraberlikler ile kolektif bir amaca hizmet etmenin motivasyonunu yaşarlar. Bu çerçevede festivaller, toplumsal hassasiyet, farkındalık gelişimi için güçlü iletişim bir aracı olmaktadır.

Festivallerin sosyal sorumluk gözetilerek araçsallaştırılmasına örnek olarak çevre dostu festivallerden bahsetmek yerinde olacaktır. Son zamanlarda küresel bir kaygı olan iklim krizi, sürdürülebilirlik ve çevreyi koruma, karbon ayak izi gibi dünyaya ait evrensel sorunları konu alan festivallerde ciddi bir artış söz konusudur. İnsanlar, tüm dünyanın kriz gündeminde olan ekolojik amaçlarla festivaller düzenleyerek ya da festivalleri daha çevreci, atık ve enerji kullanımını kontrol ederek sosyal sorumluk bilincinde bir mesaj sahnesine dönüştürür.

Yeşil yaşamı teşvik eden ve festival sürecinde atölye çalışmaları, seminerler, konferanslar düzenleyerek farkındalık yaratan *We Love Green Festivali*, çevre dostu

festivallere bir örnektir. Festival sürecindeki eylemlerden, tasarlanmış etkinlik afişine kadar çevreye dair önemli mesajlar aktarılır (Görsel 1.13, 1.14, 1.15).



Görsel 1.13. *We Love Green Festivali, 2021 yılı festival afişi.*



Görsel 1.14. *We Love Green Festivali, festival mekânında, çevreci sloganların yer aldığı bir enstalasyon.*



Görsel 1.15. *We Love Green Festivali mekânında konuşmaların, konferansların düzenlendiği bir fikir laboratuvarı olan Think Tank alanı.*

Bir konuya dikkat çekmek isteyen, sosyal sorumluluk bağlamında gerçekleşen, spesifik konuların tema olarak belirlendiği festivallerde, alanında uzman insanların konferanslar

dizisi ile ele aldığı başlık bağlamında kıymetli bilgiler ortaya çıkar. Sonuç olarak, grup kimliğini güçlendirebilir ve böylelikle sosyal sorunların telaffuzuna katkıda bulunabilir ve aynı konu üzerinde birden çok yorum etkili oluyorsa olası tartışmalara neden olabilir (Stoeltje, 2015, s. 345).

Festivaller belirli bir konuya dikkat çeken, eğlendiren, keyifli zamanı yaratan ve iletişim biçimleri ve zengin sembolik yapısıyla bir markalaşma aracı da olmaktadır. Özellikle bölgesel ürün odaklı festivallerde genel amaç bölgenin özgü ürünlerinin tanıtılması ve turizm bağlantılı sosyoekonomik faydaların elde edilmesi olmaktadır. Ekonomik, sosyal ve kültürel fayda sağlamak için toplumlar, belediyeler ve üreticiler tarafından düzenlenmektedir. Farklı insanların katılımı ile gerçekleşen festivallerde ürünler daha geniş kitlelere tanıtılmaktadır. Şenlikli bir ortamda, müzik, dans, atölyeler ve çeşitli etkinlikler ile katılımcıların dikkatini çeken festivaller, bölgenin ya da ürünlerin sergilendiği özel bir zamanda ve mekânda farklı kazanımların elde edildiği bir süreç olmaktadır.

Bu bağlamda *Alaçatı Ot Festivali*’ni örnek gösterebiliriz. Festival bölgeye özgü otların tanıtıldığı, bölge halkının ürünlerini satışa çıkardığı (sergilediği ve tanıttığı) yerli ve yabancı turistlerin katılımıyla bölgeye şenlik havasını getirir. Rengarenk süslü arabalar ve bisikletler ile geçitler, otlardan ve çiçeklerden yapılmış taçlar, süslü tezgahlarıyla Alaçatı’ya özgü ürünler tanıtılırken, bölgenin ve ürünlerin markalaşması da sağlanmaktadır (Görsel 1.16, 1.17).



Görsel 1.16. *Alaçatı Ot Festivali, Türkiye.*

Görsel 1.17. *Festivalde ürünlerin tanıtıldığı tezgâh.*

1.3. Eğlence ve Deneyim Biçimi Olarak Festival

Festivaller, evrensel anlamıyla beraber insanların işten kurtulduğu, beraberce eğlendiği belirli zamanlar olarak geçmektedir (Smith, 2015, s. 347). Festival zamanları, ritmik düzen içinde geçen sıradan, günlük aktivitelerden, sorumluluklardan, rütbelerden ve sınıf ayrımlarından uzaklaşıldığı, farklı olanın deneyimlendiği, özgür ve eğlenceli zaman dilimidir. Doğası itibarıyla “şenlikli kompleks” (Falassi, 1987) olan festivallerde neşe, canlılık, kutlama, eğlenme, kahkaha gibi insana heyecan veren, iyi gelen pozitif etkiler hakimdir.

Festivalin belki de en sağaltıcı ve insanı çevreleyen maddi manevi dünyaya dair yenilik getirici işlevini Falassi’nin şu sözlerinde bulabiliriz. “...yeni enerjiler yaratarak bir topluluğun yaşam akışını periyodik olarak yenilemek... (1987, s.3)”. Yeni enerjilere, durup dinlenmeye, baktığımızda artık göremediğimiz manzaraları anlamlı hale getirmeye hayatımızın her döneminde ihtiyaç duyarız. Yenilenmeye, renklenmeye, farklı olanı deneyimlemeye, değişik kültürden insanlarla tanışmaya ve dünya üzerinde birbirinden farklı duygularla, düşüncelerle temas etmeye olan arzumuz insanlığın en temel sosyal dürtüsüdür. Bu insana dair en doğal dürtü bir arada ortak bir amaç için bir araya gelmenin (festivalin) temel yapıtaşlarından da olmaktadır.

Melbourne’ün çok kültürlü festivallerinden birine katılmanın ne anlama geldiği sorulduğunda, Orta Doğu ve Batı Afrika müzik ve dans grubunun bir üyesi şu yanıtı vermiştir (akt: Duffy, 2016, s.229).

“Özellikle banliyömdeki bir sokak partisinde oynamaktan zevk alıyorum çünkü bu, günlük hayatımı sürdürdüğüm yerin doğasını değiştiriyor. Fatura ödemek veya alışveriş yapmak için yürüdüğüm yer, dans eden, müzik çalan, güneş ışığında oturup sohbet eden, arkadaşlarla tanışan insanların anılarıyla dolu bir yer haline geliyor. Sydney Road’un benim için ne anlama geldiğine yeni ve hoş bir boyut katarak yaşam kalitesine katkıda bulunuyor (Röportaj 1998)”.



Görsel 1.18. *Highline Meeting Festival. Monte Piana, İtalya.*

Görsel 1.19. *Highline Meeting Festival’de ip üzerinde eğlenen farklı bir deneyim yaşayan insanlar.*

“Festivaller keyifli, özel ve sıra dışıdır, bazen küçük kasabalardaki tek kutlama zamanıdır. Festivaller eğlence, gösteri ve anma ritüelleriyle doludur ve insanları bir araya getirir. Çoğu insan eğlenmek, farklı bir şey ve bir araya gelmenin zevki için katılır (Akt: Cundy, 2016, s.18)”. Özellikle sanayileşme sonucu ortaya çıkan boş zaman ve işten sonra eğlenmek için fırsat olarak görülen tatiller sonucunda insanlar sıklıkla festivallere başvurmuştur. Eğlence aracı olarak festivaller ise hayatımızda farklı alternatiflerle ve her konuda düzenlenebilir yapısıyla, artan bir çeşitlilikte müthiş bir yükseliş sergilemektedir. Festivale katılımın en önemli motivasyonu haline gelen eğlence ile boş zaman etkinliği, tatil ve turizm bağlantılı olarak sosyal yaşamda önemli bir konumdadır (Görsel 1.18, 1.19).

Robert Abrahams, *An American Vocabulary of Celebrations (Bir Amerikan Kutlama Sözlüğü)* adlı çalışmasında sanayileşme sonrası festivallerin artan sayısı ve yeni kazanmış olduğu eğlence içerikli işlevlerini şöyle yorumlar:

“En son takvimsel buluşumuz olan hafta sonu, bizim tarafımızdan haftanın karşıtıdır ve yeni “yüksek tatiller”, takvime sabitlenmiş uzun hafta sonlarıdır. Zıtlıklara muazzam bir anlam yüklenmiştir, çünkü hafta çalıştığımız, “yapmamız gerekeni” yaptığımız zamandır ve hafta sonu ise (en azından ideal olarak) enerjimizi yapmak istediğimiz şeye adanmış zamandır. Elbette bu zıtlık, tarımsal çalışma yılına yanıt veren eski tatillerden doğmuştur. Ancak şimdi, yiyecek toplama kaygısından kurtulmuş, lükslerimizden biri hayali geçmişimizi yeniden yaşamaktır; hafta sonu savaşçıları, yaz göçmenleri ve hacıları, çiftçiler veya avcı-toplayıcılar oluyoruz.

Böylece “her şeyden uzaklaşmak” için prosedürlerimizi düzenli hale getiriyoruz ve kaçak eylemlerimizi, özellikle “eğlenceli” kutlama yöntemleri olmak üzere, geçmiş uygulamalara yüksek eğlence değeri verilen bir duygu yapısıyla birleştiriyoruz (1987, s. 182)”.

Hayatlarını daha da zenginleştirebilecek olağanüstü deneyimler arayan birçok insan, tarihsel veya kültürel nedenlerle duygusal olarak bağlı hissetmeseler bile bazı festivallere katılıyor. Bu onlar için yeni, bilinmeyen deneyimler ve bu nedenle ilginç ve özel bir heyecan uyandırıyor (Cundy, 2016, s.17). Festivaller böylesi özellikleriyle özellikle günümüzde insanların eğlenmek ve farklı olanı deneyimlemek üzere sıklıkla katılmak için başvurduğu etkinliklerden olmaktadır (Görsel 1.20, 1.21).



Görsel 1.20. *The Lower Keys Annual Underwater Music Festival.*

Görsel 1.21. *The Lower Keys Annual Underwater Music Festival.*

İKİNCİ BÖLÜM

2. FESTİVALİN KÖKENİ VE FESTİVAL GÖRSEL KİMLİĞİNİN İLK İZLERİ

Festival, eski ve dirençli kültürel biçimdir.

— Beverly J. STOELTJE

Festival olarak adlandırılan etkinliklerin tarihte ilk olarak nerede ve ne zaman sosyal yaşamın içinde yer almaya başladığına dair net bir bilgi edinmek mümkün olmasa da festival benzeri kutlamalar yaşamın şekillendiği tarih öncesi zamanlardan günümüze uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. İnsanoğlu, içgüdüsel olarak sosyal yaşamında kutlamaya ve bir anı sembolik olarak ifade etmeye her dönemde gereksinim duymuştur. Bu gereksinimi temellendiren, uzak geçmişten günümüze kadar toplumlarda ortaya çıkan kutlamalar ve benzeri etkinliklerin doğası kültürel antropolog Robert Jerome Smith’e göre şöyledir:

“Dünyadaki toplulukların hepsi olmasa bile çoğu kutlamalar için belirli aralıklarda zamanlar ayırmışlardır. Bu zamanlar bir grubun ya da topluluğun değerli anlarıdır. Bir mevsimden diğerine ya da hayatın bir döneminden diğerine geçiş zamanları olabilir; tarihi olayların yıl dönümleri, bir kahramanın ya da tanrının doğum ya da ölümün efsanevi günü, bir din liderinin ya da toplumun kurucusunun sembolik olarak sahneye konması olabilir. Yaşayan bir kişiyi ya da grubu ya da toplumsal bir olayı şölen ve eğlence katarak kutlamak da olabilir (2015, s. 346)”.

İnsanların bir araya geldiği, özel zaman dilimleri olarak görülen etkinlikler tarihte farklı ifadelerle tanımlanmıştır. Bu etkinlikler ritüel, tören, bayram, karnavallardır. Tarihin çeşitli dönemlerinde, dünya üzerindeki medeniyetlerde ve sosyal hayat döngüsünde önemli işlevleri olan bu etkinliklerin ortak özelliklerinden en önemlisi, temelde belirli bir amaç ile duygu ve düşünce beraberliğinde bir araya gelen insanların düzenlemiş olduğu yahut katılımcısı olduğu kolektif eylemler olmasıdır.

Halk Bilimci Beverly J. Stoeltje, festival tarihinde temel başlangıç noktası olarak gösterilen, karmaşık, tuhaf ve bir dizi eylemler bütünü olarak yorumlanan¹, sosyal olgu *ritüel*'in, terminolojik olarak festival ve diğer etkinliklerden yapısal biçimde ayırlamayacağını şu sözleri ile ifade eder:

“Modern kültürlerde, ritüel ve festival ayrı olaylar olarak meydana gelmekte; fakat daha erken dinler, bizim daha büyük ritüel dairesi içinde sınıflandırdığımız festivali, takvimsel ritlerle bütünlemektedir. Bu nedenden dolayı din, ritüel, festival, bayram ya da karnaval hakkındaki literatürün çoğu, iki ilişkili biçimi birbirinden ayıramaz (2015, s. 340)”.

Waldemar Cundy, festival tarihine dair araştırmasına referans olarak ilkel ritüelleri göstererek başlar ve “Festivallerin zaman içindeki gelişimini tartışırken, ilkel halkların halihazırdaki bayramlara benzer (örneğin dini bayramlar) ritüelleri olduğunu ve belirli bir kabilenin ve bireysel üyelerinin hayatındaki en önemli anlarla ilgili olduğunu vurgulamalıyız (2016, s. 22)” ifadesinde bulunur. Stoeltje ise yerli pratiklerin, kökenlerini gizleyerek yeni bir isim altında hayatta kaldığını ve bunların ise festival ve bayram olarak bilinmeye başladığını söyler (2015, s. 340). Literatürde festival araştırmalarda genellikle ritüel kavramına ve festival-ritüel ilişkisine değinilmiş ve araştırma konusu olarak festivaller ve ritüeller birlikte incelenmiştir (bkz. Falassi 1987, Smith 2015, İmirgi 2005). Bu araştırma yöntemi hakkında Stoeltje “...terminolojinin üzerine düşünme, festivalin ritüelle ilişkisine dair soruları artırmaktadır (2015, s. 340)” ifadesinde bulunur.

Bu çerçevede, festivalin köklerine ve görsel kimliğinin oluşum serüveni bağlamında tarihsel izlere, festivaller ile “ortak bir amaç için bir araya gelmek” yönünden benzer, iç içelik sergileyen etkinlikler olan ilkel ritüeller, törenler, bayramlar ve karnavallar perspektifinden bir bakış geliştirmek, festival ve festivallere dair görsel kimliğinin temellendirilmesi açısından önemli bulunmaktadır.

¹ “Ritüel” kelimesini duyduğumuzda birçoğumuzun aklına ilk gelen, mistik davranışlar, egzotik mekanlar, özellikle de akılcılıktan uzak ve daha çok inanç ve din gibi kavramlarla beraber düşündüğümüz “tuhaf” eylemlerdir (Atakuman, 2019, s.1).

2.1. İlkel Ritüeller ve Semboller

Hiç şüphesiz ki, günümüze temel olan toplumsal eylemler ve iletişim biçimlerine dair ilk örneklerin uzun bir geçmişe dayandığı insanlık tarihine kısa bir göz gezdirildiğinde görülebilir. Topluluk olarak hareket etmek, hayata dair keşifler yapmak, iletişim kurmak insanın doğasında olan temel davranışlardandır ve insan geliştirdiği iletişim biçimleri ile hayatın içindeki maddi, manevi öğelerin yegâne yaratıcısıdır. Jan Assman *Kültürel Bellek* adlı kitabında, Aristoteles'in insanı "zoon politikon" yani grupça ortak düzenler içinde yaşayan hayvanlar olarak tanımladığını ve insanın diğer grup olarak yaşayan hayvanlardan dili kullanımı ile ayrılacağını söylemiştir. Aristoteles'e göre o dile sahip olan iletişim biçimlerini geliştiren "zoon logon echon" dur. Ve Assman'a göre ise bu iletişim biçimleri sadece dil ile sınırlı değil gelenekler, danslar, örnekler, işlemeler, giysiler ve dövmeler, yeme ve içme, anıtlar, resimler, coğrafyalar, yol ve sınır işaretleridir (2018, s. 148).

İletişim biçimlerini geliştiren ve hayata dair keşifler yapan insan türü, binlerce yıl öncesinde mağara duvarlarına resimler çizmiş, çanak çömlekler ve heykeller üretmiş, sosyal yapılanmanın ve örgütlenmenin ilk biçimlerini gerçekleştirmiştir. Bunun yanı sıra korkuları, dilekleri, inançları ve hayata dair duygu, düşüncelerini paylaşarak gruplar oluşturmuş, ritüel ve tören gibi eylemler gerçekleştirme içgüdüğü ile bu eylemleri mekân, nesne ve davranış katmanlarıyla tasarlamıştır.

Ritüel, özel ve önemli bir şekilde bir araya gelmenin en ilkel biçimidir. Latince *ritūs* sözcüğü, belirli sebeplerle tekrarlanan, simgesel anlamlar taşıyan, toplumda geleneksel olarak uygulanan, kutsallaştırılmış nesne ya da kavram karşısında neler yapılması gerektiğini gösteren toplumsal alışkanlıklar, adetler, sözler ve davranışlar anlamını taşımaktadır (Ökse T, 2019 s.10). Bu çerçevede doğası itibariyle ritüellerde, *görsellik* ve anlam derinliğinin taşıyıcısı olan *semboller* yapıtaş konumundadır. Sembol (simge) sözcüğü; bir kavramı temsil eden somut bir şekil, bir nesne, bir işaret, bir söz ya da hareket tanımlarıyla açıklanabilir (Uçar, 2019, s.41). Semboller ritüellerde kutsal, önemli ve insana dair duygu düşünce belirlenimlerinin, ritüel eylemde ve ritüel nesnesinde yahut topluma ait bir söylem olarak mitler ile aktarılması biçiminde kendini gösterir. Tüm bunların bileşkesi olarak ritüelin kendisi de başlı başına bir sembolik iletişim biçimidir denilebilir.

Ritüeller yoğun görsel öğeler barındırır. Kodres ve Mänd, *Images and Objects in Ritual Practices in Medieval and Early Modern Northern and Central Europe (Ortaçağ ve Erken Modern Kuzey ve Orta Avrupa'daki Ritüel Uygulamalarda İmgeler ve Nesneler)* adlı çalışmada ritüel eylemin temel fikrinde “görölmek için” yapıyor oluşunun yattığını aktarır. Ve “ritüel performatiflik, görsellik ve maddeselliğin tümü mevcut ve ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olduğundan bunların arasında bir ayırmadan bahsedilemez (Kodres ve Mänd, 2013)” ifadesinde bulunur. Ritüele ait sembolik görseller ortak olana temas etmeyi gösteren animsaticılar olarak rol alır. Bir diğer ifade ile sembolik görseller, ritüel katılımcılarının ritüel hikayesine ve ritüel amacına davet eden iletişim öğeleri olarak, ritüeli karakterize eden ve anlam metinleri sunan bir konumda olmaktadır. Nihayetinde ritüalizm antik çağlara ait inanç pratiklerinin en önemli öğesidir ve sembolik anlamı ise önemli bilgileri taşıyan ve aktaran bir rolde olmuştur. Ritüeller kültürel bir eylemi tanımlayan, karakterize eden sembolik imkansallığı ile kimlik göstergeleri haline dönüşmüştür.

Bu çerçevede tarihin farklı dönemlerinde gerçekleştirilen ritüeller, adeta dünyayı, kendini ve olayları anlamlandırma çabasının psikokültürel izlerini barındıran, görsel iletişim öğeleriyle donatılmış bir sahne olmaktadır. Bir görsel kültür oluşturan ritüellerde ortaya çıkan sembolik aktarımlar sonucunda önemli kültürel kodlar ile ritüele ait görsel kimlik doğar. Dolayısıyla bir ritüel, herhangi bir performatif pratikte olduğu gibi, aynı zamanda bir kimlik oluşturma pratiğidir (akt: Kodres ve Mänd, 2013, s.4).

2.1.1. İlk ritüel mekânları

Mağara, yaklaşık 2 milyon yıl önce başlayan ve 12.000 yıl önce son bulan, geniş bir aralığı kapsayan Paleolitik Çağ’ın çeşitli evrelerinde, henüz avcı toplayıcı olan insana dair sosyal yaşamları ve iletişim biçimleri hakkında bizi aydınlatan ilk izlerin mekânıdır. Mağara, insanlığın ilk sığınağıdır. İnsan türünün korkularını, sevinçlerini, inançlarını, doğayı ve doğaüstü algılayışlarını yorumlayarak paylaşım yaptıkları en eski mekândır. Mağaraların işlevi, arkeolojik buluntular ve mağara resimlerinin yapılış amacına dair bilim insanları tarafından öne sürülen çok sayıda görüş vardır. Mağaraların insanların bir araya geldiği ve anlam yükledikleri ritüel eylemleri gerçekleştirmek için kullanılmış olduğu da bu görüşler arasındadır.

Mağaraların Paleolitik çağın farklı evrelerinde, ritüel ve toplanma mekânı olarak kullanıldığına dair Kolankaya *Paleolitik Çağ Toplanma Alanları ve Ritüeller* başlıklı çalışmasında önemli bilgiler sunar:

“İlk örneklerine Orta Paleolitik’te rastlanılan ancak Üst Paleolitik dönemden itibaren yoğunluk kazanan avcı toplayıcı gruplara ait kamp yerlerinin bir kısmı yalnızca günlük aktivitelerin gerçekleştirildiği yerleşim alanları değil, ayrıca sosyal ilişkilerin kurulduğu ve ritüellerin yapıldığı, farklı grupların bir araya geldikleri toplanma alanlarıdır (2019, s.67)”.

Kolankaya tarih öncesi topluluklar arasında organizasyon bilincinin geliştiğini ifade eder. Örneğin, Magdalenian döneme tarihlenen ve duvarları zengin hayvan tasvirleri ile kaplı olan büyük mağaraların çevredeki diğer kamp yerlerinden gelen gruplar adına yapılan mevsimsel törenlerin gerçekleştirildiği periyodik merkezler olduğunun düşünülmekte olduğunu aktarır (akt: Kolankaya Bostancı N., 2019, s.58).

Mağaraların ritüel mekânı olarak işlevine ve mağara resimlerinin ise ritüellere eşlik eden ritüel eylem esnasında bir iletişim biçimi olarak ortaya çıktığına dair çeşitli varsayımlar vardır. Bu ritüellerin avcı toplayıcı ilkel insanın inanç dünyası ile bağlantılı olduğu öne sürülmektedir ve ilkel hayatın inanç biçimi olarak *animizm*, *natüralizm* gibi yansımalar mağara resimlerinden çıkarılan bir sonuç olmaktadır. Öyle ki avcı toplayıcı olan ilk insanların, avları üzerinde hakimiyet kurmak ve avlanma sırasında üstünlük kazanmak için ritüeller gerçekleştirdiği ve hatta hayvan betimli resimleri, figürinleri yaparak ruhsal bağlantı kurma yolu ile daha kolay avlayacağına dair inançları olduğu da öne sürülen düşüncelerdendir (Görsel 2.1). Gombrich’in mağara resimleri hakkında varsayımı şöyledir;

“... bulguların daha iyi bir açıklaması, bunların, resim yapmanın insana güç verdiğine ilişkin evrensel inanın en eski örnekleri olmasıdır. Bir başka deyişle bu ilkel avcılar belki de sadece zıpkınları ve taş baltalarıyla haklarından gelebildikleri bu hayvanların resimlerini yaparlarsa gerçek hayvanların da kendi güçlerine boyun eğeceğine inanıyorlardı (2013, s. 42)”.

Arkeolojik buluntular, mağaraların insana dair anlama, anlatma ve aktarma gibi en temel davranışların izlerini sergilemesinin yanı sıra ritüel mekânı olarak eylemsel düzen için tasarlandığının izlerini de sunar. Örneğin Neandertaller’in ritüel mekânı olarak kullanmış

olduğu düşünölen Bruniquel Mağarası bunun bir örneğidir. Bruniquel’de mağara girişinden 200 m sonra tamamen karanlık bir alanda Neandertaller yaklaşık 14 m²’lik tabanda kırık stalagmit ve sarkıtlardan oval bir alan oluşturmuşlardır (akt: Kolankaya Bostancı N., 2019, s.57). (Görsel 2.2, 2.3, 2.4).



Görsel 2.1. *Paleolitik döneme ait mağara resimleri. Altamira Mağarası.*



Görsel 2.2. *Bruniquel Mağarası’ndaki antropik yapıların çalışmasının bir parçası olarak Archéotransfert tarafından fotogrametrik edinimden elde edilen 3D model.*

Görsel 2.3. *Bruniquel Mağarası’nda sarkıtlardan oluşan oval alan.*

Görsel 2.4. *Kırık stalagmit ve sarkıtlardan oluşan oval alan’ın teknik çizimi.*
(Kolankaya B, 2019, s.72)

Bu alan 4-5 kişiyi alabilme kapasitesine sahiptir. Burasının normal bir yerleşim alanından ziyade olasılıkla ritüellerini gerçekleştirdikleri bir çeşit toplanma alanı olduğu düşünülmektedir (akt: Kolankaya B, 2019, s.57).

Bu görüşler çevresinde ritüellerin ve ritüel bağlantılı görsel iletişim biçimlerinin de doğuşu ile mağaraları, ilk kez insanların etkinlikler düzenlediği mekân olarak işaret edebiliriz. Bir ritüel mekânı olarak mağaralar, tıpkı bugün festival mekânlarının görsel iletişim öğeleriyle tanımlandığı gibi, ilk insanlar tarafından (ilk etkinlik tasarımcıları demek de yanlış bir adlandırma olmayacaktır) orada öylece duran, sadece taş ve kaya oyuntusu olarak var olan mağaraları desen ve sembollerle hatta kimi zaman sarkıtlar ve taşlar ile bir ritüel mekânı yaratarak, eylem ve biçim kaygısıyla tasarladıklarını görebiliriz. Bu izler insanın bir arada eylemler gerçekleştirme ve tasarlama içgüdüsünün önemli ve günümüze ulaşan en eski örneklerinden olmaktadır denilebilir.

2.1.2. Neolitik çağ ve sembolik devrim

Sembol ya da mit, kavrayışın üzerine düşürüldüğü bir yansıtma ekranı gibi hareket eder.

—Rollo MAY

Neolitik Çağ evreleri², yaşama dair önemli olayların ve sonraki zaman dilimlerini etkileyen köklü keşiflerin gerçekleştiği dönemlerdir. M.Ö. 10.000 ile 5.500 yılları arasındaki bu keşifler yaşamın tüm katmanlarına dair devrimsel yenilikleri getirmiştir. Avcı toplayıcılıktan yerleşik düzene geçen insanlar, ilk yerleşim yerlerini tasarlamaya, kendi ihtiyaçları doğrultusunda çanak çömlekler yapmaya, sanat eserlerini üretmeye ve anıtsal yapıları inşa etmeye başlamış, sembolik iletişime dair özgün ifade biçimleri geliştirmiştir. Bu çağa dair buluntular, ritüellerin ve törenlerin de sosyal hayat içinde önem verilerek tasarlandığının ve yüceltildiğinin izlerini sunmaktadır.

Sembolik iletişim en eski, köklü bir dildir ve Uçar'ın da ifade ettiği gibi “İnsanlar geliştirdiği uygarlık yolunda dinsel, bilimsel, toplumsal yaşamın her aşamasında sembollerden yararlanmış, iletmek istediği olay, durum veya kavramı sembollerle anlatmıştır (2019, s. 44)”. Bu çerçevede insanoğlu günümüzde olduğu gibi, hayatı şekillendiren

² Çanak Çömlek Öncesi Neolitik A (PPNA) M.Ö. 10.000-8.000, Çanak Çömlek Öncesi Neolitik B (PPNB) M.Ö. 8.000-7.000, Çanak Çömlekli Neolitik M.Ö. 7.000-5.500

tohumların atıldığı zaman dilimi olarak Neolitik Çağ'da, sembolizmin iletişim gücünden yoğun bir şekilde faydalanarak sosyal yaşamlarındaki bir araya gelişlerini de adeta karakter kazandırırçasına sembollerle biçimlendirmiştir. Böylece sembollerin, bir hikâyeyi canlandıran, anlatan, içine girdikçe ve yaratım arka planına temas ettikçe tıpkı bir tiyatro sahnesine ya da bir metine dönüşen doğasına, dünyayı anlamlandırma süreçlerine dair yaratmış oldukları nesneler, tasvirler, anıtsal yapılar ile katılmışlardır diyebiliriz.

Bu bağlamda, Fransız Arkeolog Jacques Cauvin, Neolitik Çağ'da toplumsal yaşam içinde gerçekleşen din, ideoloji ve psikokültürel açıdan yaşanan dünya görüşü ile ilgili sürecin tezahürlerini “Sembollerin Devrimi” olarak tanımlar. Semboller bu çağda, kendi varlık alanı, çevresindeki olay, duygu ve inancı simgeleştirebilen *Homo Symbolicus*’un derin düşünceleri ve anlam arayışının nesneler dünyasında form almış hali olarak karşımıza çıkar. Neolitik Çağ sembolizmini yaratan ve geliştiren, yaşam alanlarını ve eylemlerini yarattıkları semboller ile kimliklendiren Neolitik Çağ insanları, günümüze bir araya gelmenin ve organizasyon bilincinin psikotarih açısından kültürel miras izlerini bırakmıştır.

Öyle ki Cauvin’in dikkat çektiği noktalardan olan Neolitik Çağ’daki sembolik devrimi Hodder, Neolitik Çağ yerleşimlerini de örnek göstererek; “Yakın Doğu'nun Erken Neolitik Çağında, Göbekli, Çayönü, Nevalı Çori, Ain Ghazal figürleri ve benzerleri, bu zamanda dikkate değer bir sembolik çiçeklenme sergilerler (2007, s.108)” ifadesinde bulunur. Jacques Cauvin’in tanımı üzerine, Gian Maria Di Nocera ise bu dönüşümleri inanç bağlamında ele alarak şöyle bir yorumda bulunur;

“Neolitik çağın ilk safhalarından itibaren din dünyasının da son derece karmaşık olduğu görülür. Ritüel temelli adetlerle bağlantılı olan ve büyük çeşitlilik gösteren malzemeler arasında figürinler, kilden ve alçıtaşıdan şekillendirilmiş kafatasları, karmaşık heykeller, alçak kabartmalar ve görkemli mimari yer alır. Jacques Cauvin’in, daha önce gördüğümüz gibi, ideolojik alanın Neolitik Çağ’daki bu farklı olgunluk dönemini “sembollerin devrimi” olarak tanımlamış olması bundandır (2019, s. 41)”.

Neolitik Çağ'da insanın gizemli inanç dünyası çevresinde anıtsal ritüel mekânları inşa etmesi ve ritüellerde kullanılmak üzere farklı sembolik objeleri yaratması bilim insanları tarafından bu dönemin en ilgi çekici başlıkları olarak görülmektedir. Henüz avcı toplayıcı olan insanların, temel ihtiyaçlar dışında sosyal yaşamlarında psikolojik, kültürel ve eylemsel

birliktelikle, yüksek bir organizasyon bilincinin tezahürü olarak mekânlar yaratması, gündelik kaygılar dışında farklı bir kolektif bilinç düzeyini yaşadıkları ve deneyimledikleri alanlara gereksinimlerini gözler önüne sermektedir. Şüphesiz ki bunun önemli örneklerinden biri Urfa'da yer alan, Çanak Çömleksiz Neolitik döneme ait Göbeklitepe'dir. Göbeklitepe'nin M.Ö. 9000 civarına tarihlenen dairesel yapıların yerleşime yönelik olmadığı, doğum, kabul töreni, nikah ve ölüm gibi olayları kapsayan tören ve ritüellere yönelik inşa edildikleri anlaşılmaktadır (Nocera, 2019, s. 45). Kazı çalışmalarını yürüten Alman Arkeolog Klaus Schmidt'e göre ise Göbeklitepe "... bölgedeki tüm insanların, uzun bir zaman diliminde çalıştıkları ve çok daha uzun bir zaman diliminde buradaki kült törenlerini ziyaret ettikleri, bir kült merkezidir (2007, s.113)". Kült, belli bir topluma özgü, belli zaman ve mekânlarda yerine getirilen ve genelde işlevleri toplum tarafından belirlenen bireylerin yetki alanına giren ritüel temelli davranış ve faaliyetlerin bütünü olarak tanımlanabilir (Carastro, 2019, s.612). (Görsel 2.5).



Görsel 2.5. M.Ö. 10.000'de inşa edilen avcı toplayıcı neolitik çağ insanların toplandığı ve eylemler gerçekleştirdiği kült merkezi Göbeklitepe, Şanlıurfa (M. Kübra Akboğa Arşivi)

Nocera “Burada ilk defa ve hiç beklenmedik bir şekilde tasvir dünyasının yepyeni bir boyutu tezahür etmiştir.” ifadesinde bulunarak, bir kült merkezi olarak Göbeklitepe’nin sembolik iletişim biçimlerindeki tarihsel önemini ve ifade zenginliğini vurgular (Nocera, 2019, s. 44). Öyle ki Göbeklitepe, tüm gizemleriyle insanların birlikte hangi duygu ve düşüncelerle yahut hangi inançlar ve amaçlar ile inşa ettiklerini bilmememize rağmen, etkileyici yapısıyla müthiş bir organizasyonun ve semboller ile de bu eylemin mekân ve nesne boyutlarıyla tasarlanmış oluşunun etkileyici bir örneği olmaktadır (Görsel 2.6, 2.7). Vern Biett, *Organik Festival* adlı çalışmasında günümüz festivallerinin, görsel iletişimi ve deneyim tasarımının, tarihin taş çağı etkinlik düzenleyicilerinden ilham alınarak daha da zenginleşebileceğine dair yorumunu, Göbeklitepe’ye ve onu inşa eden taş çağı insanlarına övgü dolu şu sözleri ile ifade eder;

“Avcı-toplayıcı klanların, insan yapımı ilk amaca yönelik organik şenlik yerini şekillendirmek için ihtiyaç duydukları muazzam iş birliği çabasının, sosyo-kültürel değişim yarattığı ve bunun onların çiftçi olmalarında bir katalizör gibi görüldüğü varsayılabilir. Bugün topluluk festivali organizatörleri, iş birliği çabasıyla uğraşanların, amaçlı organik şenlikle olağanüstü sosyal ve kültürel değişiklikler yaratabileceklerini tarihten öğrenebilirler (2015 s.22)”.



Görsel 2.6. Göbeklitepe’de taş yüzey üzerine kabartma ve kazıma ile aktarılan Tilki figürü
Göbeklitepe, Şanlıurfa (Schmidt, 2007, s.290)

Görsel 2.7. Doğum yapan kadın figürü, Göbeklitepe, Şanlıurfa (Schmidt, 2007, s.290)

Göbeklitepe’ den daha önce keşfedilen ve M.Ö. 8.400 – 8.100 tarihlenen, bir Neolitik Çağ kült alanı olan Nevali Çori de arkeologlar ve bilim insanları tarafından insanların bir araya gelmek için tasarladıkları bir ritüel ve tören merkezi olarak yorumlanmaktadır. Bu bölgede çok sayıda sembolik objeler, kabartmalar ve heykeller arkeolojik buluntular arasında yer almıştır. Nevali Çori’nin önemi ve sembolik nesneleri hakkında Schmidt “Nevali Çori’nin keşfinden önce Neolitik Çağ’da sadece birkaç santim büyüklüğünde kemik, taş ya da kilden figürinler bilinmekteydi (2007, s.79)” ifadesinde bulunur. Klaus Schmidt, bir kutsal alan ve ritüel mekânı olarak yorumlanan Nevali Çori’deki, dans sahnelerinin betimlendiği kabı ise üzerindeki islerden yola çıkarak olası bir taş kandil ve tütsü kabı olarak yorumlanabilir olduğunu ifade eder. Bu kâse Nevali Çori’de gerçekleşen eylemin görsel olarak kimlik sahibi nesneler ile yapılmış olmasıyla, taş çağı insanların özenli bir etkinlik tasarımcısı olduğunun göstergesi olarak yorumlanabilir (Görsel 2.8, 2.9).



Görsel 2.8. Neolitik döneme ait yılan başlı adam, Nevali Çori.



Görsel 2.9. Neolitik döneme ait dans sahnesi olan kâse, Nevali Çori.

Günümüzde, Neolitik Çağ’daki sembolizm ve kolektif eylemler gerçekleştirme bilincinin tarihi izlerine, hala hayranlık uyandıran bir başarının arkeolojik kalıntıları sayesinde temas etmekteyiz. Bu çerçevede, çağcıl bir araya gelişlerimizi sıradanlıktan çıkaran ve deneyim arenasına dönüştüren; festivalleri ve benzeri etkinlikleri tanımlı kılan

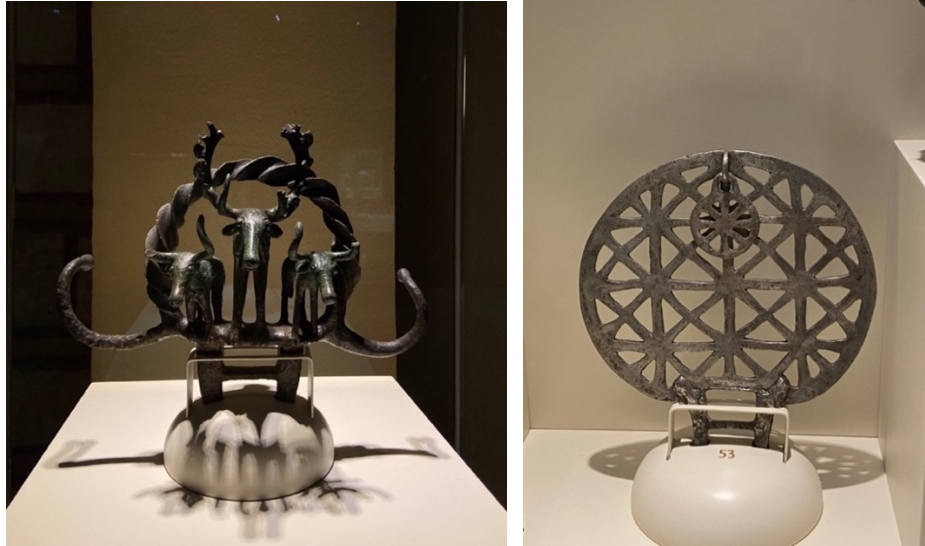
eylemleri, nesneleri ve mekânları nasıl yaratabiliriz sorusunu, geleceğin ve günümüzün kimlik sahibi festivallerini yaratmak adına sormamız faydalı olabilir.

2.1.3. Sembolik nesneler ile ritüel ve törenler

Gündelik yaşamda duygudan ya da bir duygu tonundan arınmış bir nesne bulmak güçtür.

— İsmail TUNALI

Nesneler ile ilişkimiz doğduğumuz andan itibaren başlar ve bizi çevreleyen nesneleri tanıyarak yaşama ve içine doğmuş olduğumuz kültüre dair bilgilerimiz genişler. Bizim için anlamlı nesneler üretiriz ya da onları edinmekten mutluluk duyarız. Kimi zaman nesnelerin üzerine bize ait bir hikâyeyi anlatan ya da bizden iz taşıyan şeyler çizeriz. Öyle ki böylesi eylemlerle nesne, mekânla ya da kişiyle özdeşleşir ve artık bir kimliğin göstergesi haline gelir. Yaratılan ve tanımlı kılınan nesneyi gördükten sonra kişi, kurum, olay ya da işaret ettiği kutsalı anımsarız. Böylelikle zaman içinde *bilgisel birikimi sergileyen nesneler* önemli anımsatıcılar olarak hayatımızda yer alır (Görsel 2.10).



Görsel 2.10. Örneğin Güneş Kursu, sembolik yapısının bize sunduğu anlamıyla Hitit Medeniyetinin kimliğini sunan görsel öğelerdendir. Hitit ülkesinde törenlerin başlıca sembolik öğesi olarak kullanılmıştır.

M.Ö. 2500-2250 Tunç Çağı, Güneş Kursu, Törensel Obje Alacahöyük

Anadolu Medeniyetleri Müzesi Ankara (M. Kübra Akboğa Arşivi)

Günümüzde olduğu gibi geçmişte de uygarlık mühendisleri diyebileceğimiz toplumsal yaşamın her alanında gelişmelere imza atan tarih öncesi insanların hayatında da nesneler, anımsatıcı işlevleriyle önemli konumda olmuştur. Assmann'ın ifadesiyle "...kültürel bellek katı olana bağlıdır (2018, s.67)". Özellikle yazı öncesi toplumlarda sembolik nesneler ve ritüeller toplumsal belleği güçlendiren, sosyal ilişkileri ve toplumsal statüyü tanımlayan, toplumun ortaklık duygusunu pekiştiren iletişim araçları olarak sosyal hayatı görsel kültür yönünden zenginleştiren öğelerden olmuştur. Arkeolojik buluntular nesnelerin, tapınaklar, ritüeller ve törenler ile bağlantılı zengin örneklerini sunar ve nesnelerin çeşitli anlam ve hikayeleri aktarmasıyla toplumsal yaşamı organize eden sembolik işlevlerine ışık tutar.

İnsanların bir arada eylemler ve ritüeller gerçekleştiren organizasyon bilincindeki gelişim ve üretim tekniklerindeki ustalık ile beraber, etkinliklerin temel ögesi olarak nesnelerin de yeri ve önemi artmıştır. İnsanlar çanak çömleği ve küçük boyutlu heykelleri üretme keşfinden sonra, zaman içinde geliştirdiği yeni yöntemlerle farklı malzemeleri kullanarak, sanatsal ve görsel ifade biçimlerini zenginleştirmiştir. M.Ö. 5000- M.Ö. 3000 yılları arasında geçen Kalkolitik süreçte ve daha sonrasında gelen Tunç Çağı olarak geçen M.Ö. 3300- M.Ö. 1200 yılları arasındaki yeni materyallerin keşfi, sanatsal üretim tekniklerine yenilerini eklemiştir. Dolayısı ile dönemin tören, ritüeller ve festivallerinde objeler farklı boyutlarda ve tasarımsal açıdan yeni yorumlarla ön planda olmaya devam etmiştir.

Nesneler, o dönem ve o bölge insanının zihinlerinde yarattıkları doğaüstü soyut çevreyi, edimsel olarak inşa etmelerine yardımcı olmuşlardır (Dilek, 2019, s.37). Toplamların inanç dünyasının, kişisel ve ortak sosyal konuların çevresinde gelişen ritüel ve törenler sembolik nesnelerin kullanımı ile bir kimlik kazanmıştır. Örneğin seri üretim çanak çömlek üretiminin ortaya çıktığı Geç Kalkolitik döneme tarihlenen Brak'taki "Göz Tapınağı" (Eye Temple) kamusal ve anıtsal bir yapıdır. Burada bulunan göz idolleri ve duvarlarındaki göz sembolleri tapınakları ve olasılıkla orada yapılan dini ritüelleri tanımlı kılan, katılımcılarına ortak hikâyeyi anlatan sembollerden olmaktadır (Görsel 2.11, 2.12).



Görsel 2.11. *Tell Brak Göz Tapınağı.*

Görsel 2.12. *Tell Brak Göz Tapınağı, Göz İdolları.*

Nesnelerin nitelikleri ve ritüel törenlerdeki işlevlerine bir diğer örnek ise Hititlerin törensel objeleridir. Hititlerde, nesnelere sahip olmak ayrıcalık ve üstünlük göstergesi olmuştur (Bkz. Alparslan ve Alparslan, 2020). Bununla beraber, farklı üretim teknikleri ve kendilerine özgün bir üslup geliştiren Hititlerde nesneler, tören ve ritüellerin sembolik öğeleri olarak kullanılmıştır. Hitit törenlerinde şarabın kurbanlık sunumu (libasyon) ve özellikle bu törenler için yapılmış kaplar (ritonlar) önemli sembolik nesneler olarak yer almıştır. Bunlardan en bilineni, semavi boğalar Hurri ve Serri'yi temsil ettiği sanılan çift boğa şeklindeki ritonlardır (Alparslan ve Alparslan, 2020, s.169). (Görsel 2.13).



Görsel 2.13. *Törensel Obje, Alacahöyük, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Ankara (M. Kübra Akboğa Arşivi)*



Görsel 2.14. *İnandık Vazosu, M.Ö. 17. yüzyıl, Anadolu Medeniyetler Müzesi.*

Hititler kendine özgü tasvir biçimleri ve teknikleriyle yarattıkları kaplar üzerinde uygarlığın sosyal hayatına dair ipuçları edinebileceğimiz, hikâye anlatımı niteliğinde sahneleri görselleştirmişlerdir. Betimlenen sahneler arasında sıklıkla müzisyenler ve akrobatları içeren festival alayları vardır (Alparslan ve Alparslan, 2020, s.169). Tanrılar arasındaki kutsal evliliği anlatan İnandık Vazosu önemli bir örnek olmaktadır (Görsel 2.14).

Törensel ve ritüel eylemlerin baş aktörü insanın, bir araya gelerek ortak bir amacı tanımlı kılan çabası sonucunda bugün uzak geçmişteki eğlencelerin, inanç ritüellerinin, devletin ve iktidarın göstergesi törenlerin görsel iletişim öğeleri sayesinde bilgi sahibi olmaktayız. Sembolik nesneler, ritüel ve törenler hakkında kıymetli bilgiler sunan; tarihi, toplumsal yaşamı ve insanların birlikteliklerini, şenlikli yahut mistik etkinliklerini yorumlamamızı sağlayan evrensel kültürel miras öğeleri olmaktadır.

2.2. Antik Çağlarda Festival ve Bayram

2.2.1. Kökenlerin merkezi: Antik Yakındoğu

Yakındoğu³ coğrafi bir terimdir ve Antik Yakındoğu Mezopotamya’da Sümerler, Akadlar, Babiller, Antik Mısır, Anadolu’da Hititler ve Doğu’da Persler gibi uygarlıkların yaşadığı bölge olarak köklü keşiflerin ve başlangıçların bölgesi olarak bilinmektedir. Freeman’a (2021, s.73) göre “Bu alanın mirası hem antik dünyanın diğer uygarlıkları hem de günümüz dünyası için muazzamdır. Bu miras yerleşik tarımın ilk örneklerini, ilk kentleri, tapınakları ve bunlarla birlikte ilk yazı biçimini besleyen idari sistemleri içerir”. Antik Yakındoğu, festivaller ve bayramların sosyal hayat içinde konumu ve anlamı bağlamında önemli örneklerinin gerçekleştirildiği; hatta günümüze kadar uzanan Akitu festivalinin de ilk kez sahneye çıktığı bölge olmaktadır.

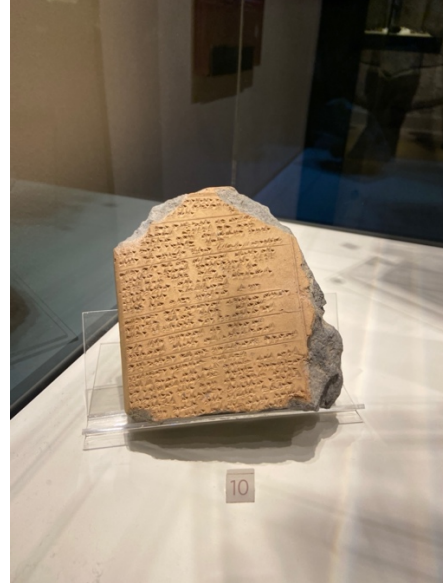
Davies (2015) “Gerçekleştirdikleri işlevlere göre altı ana festival kategorisi olduğu ileri sürülmektedir.” der ve bunları *zamansal veya döngüsel olaylar, dini inançlar, siyasi, gelenekler ve miraslar, yeni kültürel etkinlik veya etkinlikler, yaşam tarzları* olarak kategorilendirir. Davies, çoğu tarihi festivalin geçici, dini, politik veya gelenekler ve mirasla ilgili olmak üzere kategorilerin ilk dördüne girdiğini, yeni festivallerin çoğunun ise bir tür kültürel dernek veya yaşam tarzları ile ilgili olduğunu ifade eder. Dolayısı ile hayata ve toplumsal yaşama dair yeni oluşumların filizlendiği bölge olarak Antik Yakındoğu’da festivaller tek bir anlam ve amaç çevresinde gerçekleşmemiştir. Sosyal hayatın dini, siyasi ve kültürel birçok yönünü aktaran ve yaşatan bu etkinliklerde farklı birçok işlev söz konusu olmuştur. Festivaller toplumsal yaşamın dinamikleri ile iç içelik sergilemiştir.

Antik Yakındoğu toplumları tarafından tasarlanan, keşfedilen ve üretilen sosyal yaşamın şekillenmesini sağlayan önemli gelişmelerden kısaca bahsetmek gerekirse; Sümerler, M.Ö. 4000’li yıllara gelindiğinde, günümüzdeki toplumsal yapıların antropolojik kökeni olarak gösterilen Mezopotamya’da birlikte yaşadıkları şehirleri planlamışlardır. Örneğin şehirler inşa etmeleri ile bir bölgeyi kalıcı olarak tasarlayan Mezopotamya halkı,

³ Antik Yakındoğu günümüzde, kuzeyde Türkiye’nin doğusundan Hazar Denizi’ne, güneye doğru günümüz İran ve Irak’ını içine alan bölgeyi kaplar (Freeman, 2021, s.73).

inançları doğrultusunda şehir merkezlerine tapınaklar inşa etmiştir. Tapınaklar, tanrı için törenlerin ve ritüellerin gerçekleştirildiği insanların bir araya gelerek eylemde bulunduğu temel mekân olmuştur. Dolayısı ile şehirleşme sonucunda bir bölgede inancı temsil eden kutsal mekânın yaratılması, etkinliklerde bu tapınakların kullanılmasıyla tören, bayram ve festivaller kamusal olarak mekânsallaşmıştır.

İlk şehirlerin ve devletleşmenin yanı sıra, M.Ö. 4000 yıllarında Sümerliler tarafından geliştiren çivi yazısı da bölgenin ve uygarlığın gelişimini ve iletişimini etkileyen keşiflerden olmuştur. Lucio Milano “Nitekim Yakındoğu, karmaşık bir gerçekliktir ve birleştirici unsuru, binlerce yıl boyunca hemen her yerinde kültürün aktarımı için aynı sembolik sistemin kullanılmış olmasıdır.” ifadesi ile çivi yazısının bölgede yaşayan uygarlıkların kültür ve bilgi alışverişinde ne derece önemli ve bağlayıcı nitelikte olduğunu vurgulamaktadır (2019, s.25). Çivi yazısı belirgin bir kültürün ve bilginin aktarımı için önemli bir iletişim aracı olarak, festivallerin bilgisinin, nasıl ve neden düzenlendiğinin aktarımında da önemli roller üstlenmiştir (Görsel 2.15, 2.16).



Görsel 2.15. Asurlulara ait birinci şahıs anlatımıyla ağıt ve festival tarifi, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi (Melike Taşcıoğlu Vaughan Arşivi).

Görsel 2.16. Hititlere ait bayram töreni metni (M. Kübra Akboğa Arşivi).

Antik Yakındoğu'nun bir diğere önemli buluşu ise zamanın ölçülmesi ve astronomi alanındaki gelişmeler olmaktadır. Mezopotamya'da "astronomi alanındaki araştırmaların ilk amacı, kehanettir (Strano, 2019, s.449)". İkinci amacı ise "...zamanı ölçme ve devletin tarımsal, toplumsal ve dini hayatı açısından faydalı olan takvimin tanımlanmasıdır (Strano, 2019, s.450)". Antik Mısır'da ise astronomi Nil Nehri'nin çevresinde ekolojik şartlar çevresinde gelişim göstermiştir. Giorgio Strano, Nil Nehri'nin belirli gökyüzü olgularına bağlı olarak taşıdığına belirlenmesi hem mitolojinin gelişimine katkıda bulunur hem de zamanın ölçümüne daha çok önem verilmesine neden olur der ve 365 günlük (Mısır yılı) ve 24 saatlik gün sisteminin Mısır'da doğduğunu ifade eder (2019, s.453). Bu gelişmeler festivallerin takvimsel niteliklerle belirginleşmesini sağlamıştır. Doğa olayları ve mevsimsel döngüler festivalleri tanımlı zaman ile ilişkili kılmıştır (Görsel 2.17).



Görsel 2.17. Elephantine'de bulunan hiyeroglif takvim, Théodule Devéria.

Antik Yakındoğu'daki bölge medeniyetlerince toplumsal yaşamı tasarlayan ve dönüştüren keşifleri, bilhassa zaman ve mekân konusundaki gelişmeleri, insanların birlikte özel olarak bir araya geldikleri etkinliklerin doğasını ve anlamını da büyük ölçüde

etkilemiştir. Vern Biett bu bağlamda festivalin doğasındaki gelişim ve dönüşümün tarihsel sürecine dair bir perspektif sunar. Biett’e göre tarımın keşfi ile insanın kendiliğinden var olan şenlik anlayışı, daha planlı olarak mevsim geçişlerini ve zaman döngüsünü takip eden bir yapıya dönüşür. Bu ise günümüze daha yakın olarak benzerlikler sergileyen organize bir festival anlayışını ortaya çıkarır. Cundy’e (2016, s.22) göre de ilk festivaller ekim ve hasat gibi mevsimsel olaylarla bağlantılı etkinliklerdendi. Davies tarafından geçici veya mevsimlik festivaller olarak adlandırılan bu tür şenlikli etkinlikler de ilk festivaller olarak görülüyordu;

“Bazı festivallerin izi kent öncesi kökenlere, doğanın ritimlerini ve gizemlerini kabul eden ve kutlayan olaylara kadar götürülebilir. Kaçınılmaz olarak, bu festivallerin zamanlaması ve türleri, genellikle ilgili iklimlere göre değişir. Birçoğu mevsimlerle, özellikle de yılda büyük bir değişikliği işaret eden gündönümleriyle veya genellikle döngüsel bir festival türü oluşturan bir bölgedeki yağışın belirli mevsimselliği tarafından dikte edilen ekim zamanlarıyla bağlantılıydı (2015, s.538)”.

Bölgenin zaman ve mekân bağlantılı keşifleri, tarımsal üretim, inanç ve mitsel belirlenimleri festivallerin toplumsal hayat ile iç içelik sergileyen doğası itibariyle yaşamın dinamikleri ile şekillenmesini sağlamıştır. Sonucunda ise festivaller görsel, işitsel ve eylemsel olarak zengin nitelikler kazanmıştır. Bu çerçevede Antik Yakındoğu medeniyetlerince birçok önemli festival düzenlenmiştir. Bunların arasında, Antik Mısır’da düzenlenen Opet festivali kuşkusuz önemli örneklerden biri olmaktadır. Opet Festivali, Akhet mevsiminde Nil’in taşması sonucunda bereket ve doğurganlığı temsil eden, kutlayan ve kutsayan bir festival olmuştur. Opet Festivali, Thebes ile ilişkilendirilen tanrı Amon onuruna Luksor ve Karnak’ta bulunan tapınaklar ile ilişkili ritüellerle gerçekleştirilmiştir.

“Karnak’taki Amon heykeli altın ve mücevherlerle süslenerek mabedindeki yerinden alınır ve kutsal bir kayığın üstünde Nil kıyısına getirilirdi. Ardından Luksor’daki Amon Tapınağını ziyaret etmesi için nehir yoluyla taşınırdı. Nil’in kıyısı boyunca dizilen izleyiciler dinsel bir şevkle kendilerinden geçmiş bir halde dans eder, şarkı söyler, bayraklarını salları ve tanrı önlerinden geçerken yere kapanırlardı (Freeman, 2021, s.52)”.

Tapınağın başlı başına Amon ile ilişki sembolik heykelleri ve süslemeleri, festival zamanının mekânsal bağamları ile görsel kimliğini de büyük ölçüde etkilemiştir. Bununla beraber, şüphesiz Antik Mısır'ın sanatsal üslubunun toplumsal hayatın bütün alanlarına iz bırakan, tanımlı kılan rolü ve festivallerin de görsel iletişimini gerçekleştiren temel öğelerden olmasını sağlamıştır (Görsel 2.18, 2.19, 2.20).



Görsel 2.18. Amerikalı sanatçı Balage Balogh'un Opet Festivali illüstrasyonu.

Görsel 2.19. Tanrı Amon'un Heykeli, M.Ö. 12. yüzyıl Mısır Eski Eserler Müzesi, Kahire.



Görsel 2.20. Kireçtaşı üzerine Tanrı Amon'un taşınmasını anlatan eskiz, M.Ö. 13. yüzyıl, Mısır Müzesi ve Papirüs Koleksiyonu, Berlin.

Bu doğrultuda bir başka önemli örnek ise, gökyüzünü keşfeden ve takvimi icat eden, gökyüzü hareketlerini bir ritüel zamanı olarak gören, festivallerini kutsal zaman ve kutsal

mekân çevresinde düzenleyen Mezopotamya halkıdır. Akitu festivali Mezopotamya’da en eski, en kapsamlı ve en çok emek harcanan birçok farklı ritüeli içerisinde barındıran oldukça önemli bir etkinliktir (Dilek, 2019, s.229). Verimli toprakları ile tarımın geliştiği bölge olarak bilinen Mezopotamya’da, Akitu festivali tarım bağlantılı mevsimsel döngüler çevresinde düzenlenmiştir. Akitu festivali yılda iki kez düzenlenmiştir ve 12 gün sürmüştür. İlk olarak Mezopotamyalıların zamanı tanımladıkları takvimlerinde yeni yıl başlangıcı olarak geçen *Nisannu* ayında baharın gelişi kutlanmıştır. İkinci olarak ise *Tasritu* ayında buğday hasadı kutlanmıştır. Günlere yayılan bu etkinlikte festival mekânı olarak Akitu Tapınağı’nda ve festival geçit yolunda heykeller ve betimlemeler yer almıştır.

2.2.2. Tanrılar ve festivaller: Antik Yunan ve Roma

2.2.2.1. Antik Yunan

Antik Yunan, M.Ö. 756-146 yılları arasında bugünkü Yunanistan ve Anadolu’daki toplumların yaşadığı ve hüküm sürdüğü bölgeye verilen isimdir. Bu bölgede yaşayan Antik Yunanlıların yaratmış olduğu sosyokültürel ve bilimsel gelişmeler ise batı medeniyetinin temeli olarak görülmektedir. Bu gelişmelere dahil olarak Antik Yunanlıların sosyal yaşamlarında önemli bir olgu olan, büyük bir titizlikle gerçekleştirilen Antik Yunan festivalleri de festivallerin tarihsel süreçteki serüveninde literatürde önemli konumdadır. Gombrich, Antik Yunan’daki gelişmeler hakkında “Bu çağ, bugünkü anlamda bilimin, felsefenin ve Dionysos onuruna yapılan bayramlardan tiyatronun doğduğu çağdır.” sözleri ile bahseder (2013, s. 82).

Antik Yunan festivalleri kültür, sanat içerikleri, düzenlenme biçimleri ve günümüze yansımalarına istinaden, modern festivallerin öncüsü olarak görülmektedir. (Bkz. Cundy, 2016; Harsløf, 2020). Öyle ki Antik Yunan festivallerinin yaratmış olduğu festival temalarının günümüzde devamı niteliğinde düzenlenen sayısız festival örneğini görmek mümkündür; olimpiyat oyunları, yemek ve şarap festivalleri verilebilecek önemli örneklerden olmaktadır. Bu doğrultuda Antik Yunan Uygarlığını, festivallerin sosyal, kültürel, politik alanlardaki kapsayıcı, toplumsal olarak kimliklendiren ve kültürel oluşumu yaratan yönü ile düzenlenmiş ve deneyimlenmiş olmasıyla; uzak geçmişten günümüze yansımaları ile bir *festival belleği yaratıcısı* olarak niteleyebiliriz.

Uygarlık tarihi boyunca din, inanç, mitos gibi olguların sosyal yaşam üzerinde belirleyici etkisi bilinen bir sosyo-kültürel gerçekliktir ve bu olgular belirleyici etkisini farklı kültürlerde ve coğrafyalarda çeşitli biçimlerde göstermiştir. Festival, bayram ve tören gibi insanların duygu ve düşünce birlikteliği ile gerçekleşen etkinlikler de genellikle bu belirlenimin sonucunda ortaya çıkan, ortak sosyal yaşam dinamiklerinin ve tercihlerinin eylemsel dışavurumudur. Özellikle tarih öncesi dönemde ve seküler sosyal hayat bilincinden uzak geçmişte festival, bayram ve törenler din, mitoloji ve inanç çevresinde düzenlenmiş ve gelişim göstermiştir. Tıpkı Antik Yakındoğu’da ve tarih öncesi çağların farklı dönemlerinde düzenlenen festival, tören ve bayramlar gibi Antik Yunan Uygarlığı ve devamı niteliğinde olan Roma festivalleri de bu bağlamdadır. Ve Antik Yunan Uygarlığı festivallerini bu denli özgün ve önemli bir konuma getiren olguların başında ise inançlarını pekiştiren ritüel eylemleri ve mitosları gelmektedir.

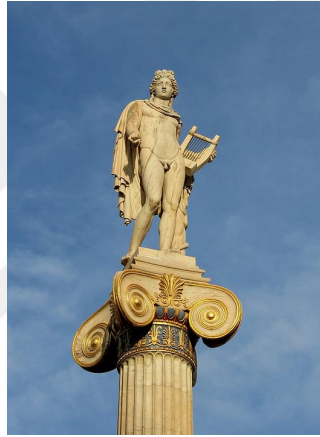
Antik Yunan dünyasında tam anlamıyla din kültüründen ve bilincinden bağımsız olarak düzenlenen festival örneklerine rastlamak pek mümkün değildir. Nitekim Antik Yunan’da Pironti’ye göre hayatın ve toplumun tüm yönleri aynı zamanda hem insanları hem de tanrıları ilgilendirmiş ve bu iki alan iç içe geçmiştir (2019, s.553). Öyle ki Chaniotis’in de ifade ettiği gibi “Festivallerin adları genellikle tanrıların adlarından veya sıfatlarından türemiştir (2011, s.14)”. Daha geniş bir çerçeveden ise; Yunan ve Roma’daki festival isimleri genellikle bir tanrı, bir kahraman veya bir insan kurucusu ile bu yakın bağı ifade eder veya bir festival için karakteristik olan bir ritüel aktiviteye atıfta bulunurlar (Graf, 2016, s.1).

Yunan dünyasını tanımlayan inançlarından kısaca ve öne çıkan özellikleri ile bahsetmek gerekirse Antik Yunan Uygarlığında çok tanrıcılık inancı hakimdi. Mitolojiler üzerine temellenen, 12 ana tanrı ve tanrıçası olan, bunlar dışında ise çeşitli kutsal görülen varlıklar bulunan bir özellikteydi. Her tanrı ve tanrıça için bir söylem niteliğinde olan, Yunan tanrı ve tanrıçalarının oluşturduğu bu *Panteonun* hakkındaki mitolojiler, uygarlığın bayram ve festivallerinin temasını oluşturmuş, içerik olarak Antik Yunan festivallerini kimliklendirmiş ve bunun da ötesinde sanat dünyasında çığır açan görsel tezahürler evrenini de yaratmıştır (Görsel 2.21, 2.22, 2.23).

Antik Yunanlıların tanrıları değişken özelliklere ve işlevlere sahip olması ile bilinmektedir. Örneğin *Zeus* baş tanrı gökyüzü ve hava olaylarını yöneten; *Hera* evlilik, aile; *Apollon* sanat, şiir, tıp gibi konulardan sorumludur ve yetkilidir. Her Tanrı ve Tanrıçanın bu

özelliklerini temsil eden sembolleri vardır ve görsel temsillerinde kullanılan bu semboller tanrı tasvirlerinin olmazsa olmaz tanımlayıcı öğelerinden olmuştur. Pironti Yunan tanrı tasvirleri için şu ifadelerde bulunur:

“Tasvirlerde genelde tanrıları birbirinden ayırmamıza izin veren unsur, her birinin geleneksel nitelikleridir: Hermes için kadüse, kanatlı şapka ve kanatlı sandaletler veya Apollon için okla yay ve lir gibi simgesel nesneler ya da Zeus için kartal, Athena için baykuş gibi hayvanlar ya da Aphrodite için Eros gibi eşlik eden figürler (2019, s.557)”.



Görsel 2.21. Zeus Heykeli, M.S. 1. Yüzyıl, Hermitage Müzesi.

Görsel 2.22. Apollon Heykeli.

Görsel 2.23. Ressam Marcantonio Franceschini'ye göre Tanrıça Hera betimlemesi, Leto ve Hera, 1692-1709.

Festivalin Antik Yunanca' daki karşılığı tanrılar için kent merkezlerinde düzenlenen etkinlikler için kullanılan *heorte*' dir. Heorte, rahiplerin katılımıyla bir fedakârlık yapmayı, bir alayı ve tüm olayı izleyen ve aktif olarak da katılabilecek bir insan topluluğunu içeriyordu (Cundy, 2016, s. 22). Kimi zaman kutsal gün, iyi günler, şenlik toplantısı, kutsal bir ayın kutlanması ve muhteşem gün gibi anlamlara gelen terimler de festivalleri ifade ederken kullanılmıştır. (Bkz. Chaniotis, 2011, s.7). Yunan tarihçisi ve klasikler üzerine geniş kapsamlı araştırmaları ile bilinen Angelos Chaniotis, Antik Yunan festivallerine dair şu ifadede bulunur;

“Tanrılara tapınma bayramların merkezindeydi. Anma yıldönümleri, atletik ve müzikal yarışmalar ve özel vakıfların çoğu kutlamaları dahil olmak üzere tüm Yunan festivalleri, tanrılara veya diğer insanüstü varlıklara tapınmayla bağlantılı (genellikle özel olarak adanmış) kutlamalardı (2011, s.7)”.

Birçok festivalin gerçekleştirildiği festivaller ülkesi Antik Yunanda tanrılar onuruna düzenlenen festivallere, bereketin ve hasatın tanrıçası Tanrıça Demeter için köklü bir gelenek ile düzenlenen *Thermophoria Festivali*; Athena onuruna düzenlenen olimpiik oyunlar, yarışmalar ve şiir performanslarını içeren *Panathenaia Festivali*; Tiyatronun temellerinin atıldığı Dionysos’a adanan şenlikler verilebilecek örneklerdendir.

Yunan çoktanrıcılığı ritüellere dayanan kentsel bir dindi (Carastro, 2019, s.612). Tanrılara tapınmanın merkezi rolü, ritüeller (özellikle kurbanlar, ilahiler ve dualar), şenliğin yapıldığı yer veya kutlamaların odak noktaları (sunaklar, kutsal alanlar, kutsal yerler) aracılığıyla ifade edildi (Chaniotis, 2011, s.7). Ve Antik Yunanlılar için ritüel içeren eylemler, tanrılar onurlandırmak adına özenli bir şekilde gerçekleştirilmesi düşüncesiyle fazlasıyla önemli bir konuma sahipti. Pironti’ye göre “Yunanlar tanrısal olanla ilişkilerini ifade ederken, “inanç”tan çok ritüel temelli yükümlülüklerle önem verirler; bu yükümlülüklerin gelenekler doğrultusunda titizlikle yerine getirilmesi tanrılarla ilişkilerin iyi gitmesini ve olumlu şekilde tezahür etmelerini garantiler (2019, s.553)”.

Yunan festivallerinin doğasında işte bu büyük ölçüde titizlikle yerine getirilmesi gerektiği düşünülen ritüel yükümlülükler hakimdi. Dini, sosyal ve kültürel işleviyle bağlantılı olan ve bir festivale farklı bir profil kazandıran belirli ritüel eylemlerin gerçekleştirilmesini içeriyordu (Chaniotis, 2011, s.6). Hatta Antik Yunan halkı ve polisler için ritüel eylemlerde özgünlük yaratmak bir kıyas ve rekabet nedeni olarak görülmekteydi. Bu noktada Antik Yunan’da ritüeller, festivali karakterize eden, festivali tanımlı kılan eylemlerin, söylemlerin ve sembollerin birer sahnesi olarak kimlik kazandıran özgünlükler içermekteydi.

“Böyle ayırt edici bir ritüel ayrıntısı, bazen yalnızca bu vesileyle taşınan veya gösterilen bir nesneydi; belirli bir kurban ayrıntısı (bir hayvanı kurban etmenin farklı bir yolu, kurban töreninin seçimi, vb.); belirli bir tür gıdanın tüketilmesi veya gıdanın alışılmadık bir şekilde hazırlanması;

benzersiz bir ritüel performatif metin (örneğin bir şarkının söylenmesi, bir dansın icrası); tuhaf bir sözün kullanılması (örneğin, ritüel ünlemler), vb. (Chanotis, 2011, s.15)''.

Örneğin *Dionysos Festivali'nin* en belirgin ritüel imgelerinden bir tanesi devasa fallusların taşınmasıdır; Demeter onuruna düzenlenen *Thesmophoria*'da bir domuzun kurban edilip toprak altına gömülmesi ve daha sonrasında doğurganlığın temsili olarak yeniden çıkarılması gibi ritüeller uygulanmıştır. *Daidala Şenlikleri*'nde ise ahşaptan yapılan heykeller gelin gibi giydirildikten sonra Kithairon Dağı'na taşınmış ve Tanrıça Hera'ya adanan sunaklar ve kurbanlar ile beraber yakılmıştır (Görsel 2.24, 2.25).



Görsel 2.24. Klasik Yunan vazoları üzerinde, *Thesmophoria* festivalinde ait domuz ritüeli betimlemesi.

Görsel 2.25. *Daidala* şenliklerinde kullanılan ahşap heykellere benzer Boeotian Ahşap Heykelcik, Atina

Aynı zamanda festivallerde uygulanan bazı ritüel eylemler dramatik, işitsel özellikleriyle kültürel belleği pekiştiren ve anımsatan hikâye anlatımı işlevini de gerçekleştirmiştir. Örneğin, Thebeste'ki *Thesmophoria*'da Demeter'in Kore'yi ararken çıkardığı sesi taklit etmek için ziller vuruldu (Chanotis, 2011, s.17). Karmaşık bir dizi ritüel

eylemleri barındıran kült gizem törenleri de örneğin “Eleusis Gizemleri”, efsanelerin canlandırılmasını içeren eylemlerden oluşmaktaydı. Ya da tanrıça Hera onuruna düzenlenen Daidala şenliklerinde, Zeus ile Hera'nın barıştıktan sonra yeniden evlenmesi canlandırılırdı. Bu tür dramatizasyonlar aracılığıyla festivaller kültürel belleğin geçişinde önemli bir araç haline geldi (Chaniotis, 2011, s.17).

Antik Yunan'da festival boyunca tasarlanan festival mekânları, sergilenen nesneler, aktif olarak festival ritüelinin parçası olan sanatsal değeri yüksek heykeller; festivalin içeriğine özel sözler ve davranışlar; yürünmesi planlanan tören yolu ve festivale özel yemeklerin, içkilerin tüketilmesi; festival kıyafetlerinin özel renk ve biçimlerde tercih edilmesi gibi geniş kapsamlı detayların hepsinin titizlikle festival organizasyonun bir parçası olmasının temelinde tanrı ile diyalog kurmanın önemine dair hassasiyetin kültürel bir dışavurumu vardı. Bu eylemlerin güzel ve tam manası ile hakkıyla yerine getirilmezse tanrının festivale katılım sağlamayacağı düşünülmekteydi. Tıpkı bugün çağdaş festivallerin, hedef kitlenin festival ve festival iletişimindeki çağcıl beklentileri doğrultusunda düzenlenmesi ve deneyim eylemlerini bu beklenti yönünde tasarlaması gibi.

Bu özgünlükleri ve tanrı ile olan iletişimi yaratma çabası Yunan festivallerinin görsel işitsel ve eylemsel olarak zengin içeriklere sahip olmasını sağlamıştır. Aynı zamanda modern festivallere öncülük eden gelişmelerin de kilometre taşlarından olmuştur diyebiliriz.

Festivalleri tanımlı, özgün ve özenli bir içerik ve biçim kaygısı ile yaratma çabalarının yanı sıra esas itibarıyla Antik Yunanlıların sosyal hayatlarını tanımlı kılan ve kimliklendiren bir doğaları vardı. Örneğin, Yunan kültüründe büyük önem taşıyan, insanın dış görünüşüyle içi arasındaki uyum fikri doğrultusunda kimlik ve toplumsal aidiyet hem bedenin bakımı hem de giysileri temelinde değerlendirilir (Tondo, 2019, s.297). Giysiler belirli bir sınıfa, bayram veya yas vesilesine veya sadece uğraşılan faaliyete işaret eder; kumaşın değeri, renkler ve giysinin giyilme şekli büyük fark yaratır (Tondo, 2019, s.297). Örneğin, “...genelde dini törenlerde ve tanrılara adak sunulurken tercih edilen renk olarak beyaz... (Tondo, 2019, s.298)” rengin kullanılması önemlidir. Yunanlıların, kimlik anlayışının ve pratiğinin, sosyal yaşamlarında aktif rol almasıyla, yerleşik bir tavır olarak bu bilince sahip olmalarının tezahürleri sosyal yaşamlarına dair tüm eylemlerinde gözlemlenebilmektedir.

Öte yandan festivallerin kimlik sahibi ve estetik yönden yüksek bir değer sergilemesinde bir diğer önemli etken de Antik Yunan halkı için sanatsal ifade biçimlerinin

güzele ulaşma noktasında önemli bulunması olmuştur. Mitolojik imge anlatısını ustaca gerçekleştiren Antik Yunanlıların sanatını şekillendiren en belirgin özellikler, tanrıları resmetmek, mitlerin ve efsanelerin görsel hikâye anlatıcılığını yapmak, tapınakları sembolik olarak tasarlamak olmuştur. “Dualar ve adaklar yoluyla ritüellerin insan düzlemiyle tanrılar arasında kurduğu iletişim için tanrının figüratif olarak resmedilmesi zorunludur... (Pironti, 2019, s.584)”. Yunanlar antikçağ ulusları arasında insanı (ve insan biçimli tanrıları) sanatsal faaliyetlerinin merkezine yerleştiren ve bilinçaltılarının tamamının temeli haline getiren ilk ve tek ulustur (Pucci, 2019, s.703).

Festivaller günlük faaliyetlerin geçici olarak durdurulması, her zamankinden farklı olarak zamanın deneyimlenmesi ve haklın aktif olarak festival içinde yer almasını içeren zaman dilimi olmuştur. Festivaller ülkesi Antik Yunanda da günlük hayatın akışı, tanrılar adına düzenlenen festivaller ile canlanma ve yenilenme kazanmıştır. Jan Assmann’ın ifadesiyle (2018, s.66) “Antikçağda bayramın ve sanatçının işlevi, günlük yaşamın sağaltılması olarak algılanmaktaydı”. Ve Assmann, Platon’un *Yasalar* adlı kitabından festivalleri tanrıların insanlara sunduğu bir dinlenme zamanı olduğunu aktarmıştır;

“Ama Tanrılar, güçlüklerin altında ezilen insan cinsine acıdıklarından, bizi, eziyetin sağaltılması için gündelik yaşama ara vermeye zorladılar. Dini bayramların değişken zamanlarda olmasının nedeni budur. Ayrıca insanlara eski kökenlerindeki geleneklerin düzenine kavuşmaları uğruna, bu bayramlarda müzleri (başlarında koro şefi Apollon ve Dionysos da olmak üzere) misafir gönderdiler (2018, s.66)”.

Sağaltıcı etkisinin yüksek olduğu, kuralların askıya alındığı, eğlencenin hâkim olduğu festivallere verilebilecek en önemli örnek eğlence, şarap, üzüm, asma bahçeleri ve tiyatroyu temsil eden Tanrı Dionysos onuruna kutlanan festivallerdir. İnsanlar onun onuruna şarap içtiler, şölenler ve geçit törenleri düzenlediler ve toprak ve bereket tanrılarını temsil eden maskeler taktılar (Cundy, 2016, s. 22).

Komedi, trajedi ve hiciv metinlerinin yazıldığı, yarışmalar ve tiyatro gösterilerinin gerçekleştirildiği *Dionysos Festivali*, kültürel bir hareketlilik alanı yaratarak sosyal etkileşimin rahat ve kuralsız biçimde sunmuş olduğu alan ile modern tiyatroya zemin oluşturmuştur. Dionysos yaygın sembollerinden olan asma bahçeleri, üzüm salkımları, şarap

gibi ögeler ile betimlenmiştir. Dionysos'a ait bu semboller ve temsiller her Antik Yunan festivalinde olduğu gibi festival görsel kimliğini yaratan başlıca ögelerden olmuştur. Örneğin festivalde üzüm salkımları ile betimlenen maskeler, süslemeler bunun bir göstergesidir (Görsel 2.26, 2.27, 2.28, 2.29).



Görsel 2.26. Tanrı Bacchus (Dionysos) tablosu, Caravaggio.

Görsel 2.27. Dionysos, MS 1. yüzyıldan kalma bir mermer heykelde üzümle taçlandırılmıştır, Napoli Arkeoloji Müzesi.

Görsel 2.28. Dionysos'u tasvir eden bronz maske, M.Ö. 2. yüzyıl.

Görsel 2.29. Dionysos'un Gençliği, William-Adolphe Bouguereau, 1884, Nationalmuseum.

Festival organizasyonu halk tarafından düzenlenmekle beraber finanse edilmesi de halk tarafından yapılmıştır. Polis vatandaşları festivallerin hangi gün nerede ve ne zaman

gerçekleştirileceğine dair bir karar meclisi oluşturmuştur. Nitekim bu durum “... Yunanların din kültürü *orthopraksia*, yani ritüellerin ve kült açısından öngörülen kuralların titizlikle uygulanmasını gerektirir (Pironti, 2019, s.554).” bilincine sahip olan halkın sorumluluklarının sonucudur. Festival zamanları her şehrin kendine ait kült takvimi ile takip edilmiştir. Yunanlıların Roma dünyasında tasdik edilenler gibi bayram takvimleri olmamasına rağmen her yıl yapılması gereken festivaller, kurbanlar ve ritüeller listesi vardı (Chaniotis, 2011, s.9). Ve bu listeye dair günümüze ulaşan kült takvimlerinden en bilineni, Atina şehrine ait olan *Atik* olarak da bilinen takvimdir.

“Atina takvimi idarecilerin göreve başladığı *Hekatombaion* ayıyla (Temmuz) başlar; bu ayda, Athena onuruna büyük *Panathenaia* bayramı kutlanır. Bu ayı *Metagitnion*, Boédromiön ve ritüel açısından —Demeter onuruna *Thesmophoria* ve *phratrîaların* resmi bayramı olan *Apatouria*— çok zengin olan *Pyanepsion* (Ekim) izler. Bunları da Maimakterion, Posedion ve nikahlar ile (*gamoî*) Dionysos’a ve tiyatroya adanan Lenaia bayramının ayı Gamelion (Ocak) izler. Sonra da *Anthesterion*, yine tiyatroya adanmış olan Büyük Dionysia bayramının ayı *Elaphebolion*, *Mounikhion*, *Thargelion* ve son ay olan *Skirophorion* gelir (Tondo, 2019, s.291)”.

Bu ayların adları, Attika takviminin belirlendiği dönemde (muhtemelen Geç Tunç Çağı kadar erken bir tarihte) Atinalıların en önemli *heortalarının* hangileri olduğunu ortaya koymaktadır (Chaniotis, 2011, s.12). Festivallerin her şehre ait olan takvimler ile belirlenmesi haricinde genellikle festival zamanları tarımsal faaliyetler açısından önemli dönemler olan ekim ve hasat zamanlarına denk gelmiştir. Chaniotis, bunun bir tesadüf olmadığını, tarımsal dönemlerde insanların sevinç ve endişe yaşadığı; geçmişe şükranlarını ifade ettiği ve gelecek için yardım istemek amacıyla tanrılarla iletişim kurmaya daha fazla ihtiyacın hissedildiği dönemler olduğunu ifade eder. Dolayısı ile Antik Yunan festivalleri tıpkı Antik Yakındoğu’daki gibi döngüsel olan mevsimsel doğal zamanları takip etmiştir. Tondo’ya göre “Bu doğal zaman, arkaik çağda tarım toplumunun dayandığı “döngüsel” zamandır, doğanın değişiminin ve tohum ekme ile hasat faaliyetlerinin gözlemlenmesini temel alır; aynı zamanda ritüellerin ve bayramların zamanıdır... (Tondo, 2019, s.290)”.

Örneğin, bereketin ve hasatın tanrıçası Demeter için düzenlenen *Thermophoria Festivali* döngüsel zaman takibinin ve tarım mitinin şekillendirdiği bir festivaldir. Ekim,

hasat mevsimi olan antik takvime göre sonbahar aylarında düzenlenmiştir. Festivalde kadınlar ön planda olmuştur, sadece kadınlar katılım sağlamıştır. Thesmophoria kadınların sosyal yaşam içindeki eylemlerini hatırlatan ve geliştiren bir festivaldir. Festival üç gün sürmüştür ve “Thesmophoria’nın ilk gününde kadınlar, Halimous’taki Thesmophorion’dan Atina’daki Thesmophorion’a alay halinde yürümüşlerdir.” (Görsel 2.30) (Bkz. Chaniotis, 2011, s.30). Doğurganlık ve bereketi temsil eden buğday ve fallus imgeleri, cinsellik temalı ritüeller, domuz yavruları; festivalin amacını ve kültürünü yansıtan, festivali kimlik sahibi kılan önemli sembollerden olmuştur.



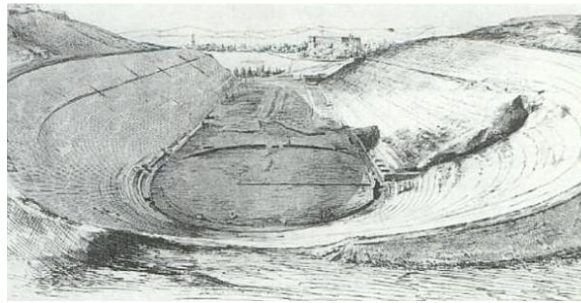
Görsel 2.30. Francis David Millet’in *Thesmophoria festivali* betimlemesi.

Atina’da her yıl 100’den fazla festival ve bayram kutlanmıştır. Her yıl ritmik olarak kutlanan festivallere ek olarak dört yılda bir kutlanan daha büyük katılımın sağlandığı festivaller de vardır. Bu festivaller *Panhelenik Festival* olarak bilinmektedir ve adları Olympia, Nemea, Pythia ve Isthmia’dır. Panhelenik festival veya yarışma terimi, tüm Yunanlıların kutsal elçiler aracılığıyla davet edildiği, büyük ölçekli, genellikle paneterik festivalleri ve yarışmaları belirtmek için kullanılan modern bir terimdir (Chaniotis, 2011, s.12). Bu festivallerin en belirgin özelliği spor gösterileri ve oyunların tanrısal olan ile ilişkili doğasının sonucunda belirli ritüeller ve ödüller ile ilişkilendirilmesidir. Örneğin Olympia’da kazanan kişiye ödül olarak verilen taç Zeus tapınağındaki kutsal zeytin ağacının dallarından yapılmıştır. Taç ödülleri sembolik olarak belirli bir kimliğe sahip olmuştur. Nemea’da yabancı

kereviz dalların bir ta; Delphoi’da defne dallarından bir ta; Korinthos’ta (yani Isthmia’dır) da am dallarından bir ta sunulmuştur (Manetti, 2019, s.249).

Antik Yunan’da her festival bir yarışma ve oyun içermemekteydi, genellikle böyle bir içeriğın oluşumu Helenistik Dönem’den sonra festivallerde yerleşik bir duruma gelmiştir. Örneğın, Tanrıça onuruna Athena’nın da doğum günü olarak kabul edilen *Hekamtombaion* (Ağustos) ayının 28’inde *Panathenaia Festivali* düzenlenmiştir. Tanrıça Athena, zekâ sanat, strateji ve barış temsil eder; Atina şehri onun mekânıdır ve antik Atina’da halk şehrin koruyucusu olduğuna inanmıştır.

Bu bayram dört yılda bir daha görkemli bir şekilde kutlanır ve *Büyük Panathenaia Bayramı* adını alır (Carastro, 2019, s.598). M.Ö. 566’dan itibaren Büyük Panathenaia Bayramı’nın sonunda şiir, müzik ve spor alanında yarışmalardan oluşan bir bölüm yer almaya başlar (Carastro, 2019, s.598). Ve bu dört yılda bir kutlanan *Büyük Panathenaia Festivali’nde* oynanan oyunların, yarışmaların düzenlendiğı mekân günümüzde de olimpiyat oyunlarına ev sahipliğı yapan Panathenaic Stadyumu’dur. Birçok kez restore edilen ve ilk hali kireçtaşından bugünkü mermer yapısı ile son haline ulaşan stadyum ilk olarak M.Ö. 330’da Panathenaia Festivali’nde düzenlenen oyunlar için kullanılmıştır (Görsel 2.31). Ayrıca Panathenaia Festivali’nde düzenlenen yarışmalarda kazananlara ödöl olarak kutsal Athena Tapınağındaki zeytin ağacından elde edilmiş zeytinyağı ile doldurulan amphoralar verilmiştir. Çeşitli semboller ve figürler ile süslenen bu amphoralar ödöl olarak kazanan yarışmacılar için bir ayrıcalık ve statü göstergesi olmuştur (Görsel 2.32, 2.33).



Görsel 2.31. *Panathenaic Stadyumu, 1870.*



Görsel 2.32. *Amphora üzerinde betimlenen, müzik yarışması.*

Görsel 2.33. *Amphora üzerinde betimlenen, yarışmacı koşucular, M.Ö. 5. yüzyıl.*

Antik Yunan’da festival kimliğini yaratan en önemli öğeler toplumun inanç yapısı, ritüel hassasiyet ve toplumun hemen hemen her alanında yerleşik bir duruma gelen güzele ulaşma konusunda sanatsal tasvir yeteneği ve hikâye anlatıcılığıdır. Bunlara ek olarak bir diğer etken de festival zamanı ve mekânıdır. Antik Yunan festivallerinde zamanın ve mekânın festival kimliğine olan etkisini ve bu iki olgunun festivaller sürecinde ne kadar iç içe geçtiği yukarıda bahsedilen örneklerde de anlaşılmaktadır. Öyle ki festivaller için gerekli en temel iki nokta bir festival zamanının ve bir festival mekânının yaratılmasıdır.

“Festivaller nihayet zaman ve mekânı da inşa eder ve düzenler. Zamanın akışına yinelenen bir örüntü (mevsimsel, yıllık, çok yıllık) empoze ederler ve şehrin olağan uzamı ile şehir içindeki veya dışarıdaki bir mabedin olağanüstü, kutsal uzamı arasındaki ilişkiyi ifade ederler (Graf, 2016, s.2)”.

Bu temel iki yapıtaşı, geçmişte olduğu gibi günümüzde de aynı konumdadır. Zaman ve mekân sınırlarınca yaratılan, zamanın ve mekânın olanakları ile festival sürecine katılan özellikler festival kimliğinin bir parçası haline gelmektedir. Gerek mekânda biçimsel yaratımlar ile gerekse festival zamanına ve mekânına toplumsal ortak anlamların yüklenmesi

yahut ortak anlama ait mekânın seçilmesi ile oluşan bu katkılar festivalin görsel kimlik sürecine etki etmektedir.

Agoralar Antik Yunan'da şehrin merkezidir. Halkın birbiri ile iletişim kurduğu bir araya geldiği alandır. Nitekim *agora* antik Yunancada toplanmak, bir araya gelmek anlamındadır. Ticaretin, şenliğin, konuşmaların ve iletişimin merkezi olmuştur. Bugün festival belleği yaratıcısı Antik Yunanlıların bir zamanlar yaşamış olduğu şehirlere turistik bir gezi ile temas ettiğimizde bilgilendirme tabelalarında aktarılan bilgi başlıklarında sıklıkla festivallerden, törenlerden ve bayramlardan bahsettiği gözlemlenebilir. Tören yollarının festivaller için önemli kamusal alanlar olduğu; antik tiyatroların festival gösterileri (özellikle Dionysos'a adanan festivallerde), gladyatör dövüşleri ya da özel törenler için kullanıldığı ve stadyumlarda festival yarışmaları gerçekleştirildiği aktarılır. Antik kentin yıllar sonraki kalıntıları arasında yürürken festivallerin yüksek sanatsal ve estetik değerler ile işlenmiş yapıların arasında gerçekleştirilmiş olması, festival ve mekân ilişkisinin estetik değerler ile önemli birlikteliğinin kent kimliği bağlamında da ne denli önemli olduğunun adeta altını çizmektedir.

Sonuç itibarıyla Antik Yunan halkı iyi bir organizatör olmayı kendilerine ödev edinmiş bir halktır demek yerinde olacaktır. Bu onların inancının birer yansımasıdır. Nitekim tören alayının başladığı yol, yürünmesi planlanan rota, sunakların konumlanacağı alanlar ve festival hangi tanrı onuruna düzenleniyorsa onun ile bağlantılı tasvirler ile bezenmiş bir kimliğin görülmeye değer biçimde olmasına dikkat etmişlerdir. Festivalin düzenleneceği mekâna tanrı heykelinin taşınması ve heykellerin festival gününe özel süslenmesi ve giydirilmesi bir festival ritüelidir. Örneğin *Dionysos Festivali*'nin ilk gününde tören alayı ile birlikte Tanrı Dionysos heykeli festival mekanına taşınarak konumlandırılmıştır. Bir başka örnek verilecek olursa Tanrıça Athena onuruna düzenlenen *Panathenaia Festivali*'nde, seçilmiş kız çocukları tarafından dokunan peplosların Athena heykeline giydirilmesi önemli bir ritüel gereklilik olmuştur. Benzer bir pratik olarak yorumlayacak olursak tıpkı bugün festival gününe özel kıyafetlerin, festival mekânına ve anlamına özel enstalasyonların, heykellerin, grafik maskotların festival mekânında güçlü mesajlar aktaran imgeler olarak yer almasını örnek gösterebiliriz.

2.2.2.2. Antik Roma

Antik Roma incelendiğinde ise festival ve festival kimliği bağlamında Antik Yunan festivallerinden keskin farklılıklar görülmemektedir. Kısaca, Roma Uygarlığının kökleri M.Ö. 9. yy. kadar erken bir zamana uzanır ve Batı Avrupa, Akdeniz gibi bölgelerin hakimiyetinde yıllarca hüküm sürmüş bir uygarlıktır. Tarihçiler Roma Uygarlığını genellikle monarşi, cumhuriyet ve imparatorluk dönemi olarak üç bölümde inceler. 1200 yıllık serüveninde Roma uygarlığı yönetsel ve inanç biçimlerinde değişimler yaşamıştır. Bu değişimler Roma İmparatorluğunda festivalin toplumsal yaşamın dinamikleri ile ne kadar bağlantılı olduğunu ve değişimler yaşandıkça festival ve benzeri etkinliklerin farklı işlevler kazanarak yeni bağlamlar ile sosyal hayata adapte edilmesinin örneklerini de sergilemektedir. Roma festivalleri hakkında, pagan geleneğinin devamı niteliğinde düzenlenen tanrı ile iletişim hassasiyetinden; krallığın bir nevi mitler ile tanrılaştırılması sonucunda festival ve etkinliklerin kralı işaret ve ona hizmet eden doğasına; ritüel-iktidar ilişkisinde halkın devlete olan bağlarının tazelenmesine ve elbette halkın “ekmek ve eğlence ile oyalanması” anlayışına kadar uzanan bir dizi işlevsellik ve amaçlar kümesinden bahsedilebilir.

Elimizde tutup incelediğimiz her ne ise onu biçim ve içerik olarak anlamlı kılan, diğerlerinden ayıran özellikleri yahut benzerlikleri inceleyerek bir kimlik bilgisine ulaşırız. Nihayetinde bilindiği üzere Romalılar başka kültürlerden aldıkları öğeleri düzenleyerek, kendi kültürlerine dahil olmasını sağlayan bir tavır içinde olmuştur ve bu durumun bir sonucu olarak Roma’nın kültürel, dini ve siyasi sistemlerinde farklı medeniyetlerin izlerine rastlanır. Örneğin, Yunan toplumu ve özellikle Etrüsk toplumuyla ilişkilerin artması sonucunda M.Ö. VII. yüzyılın sonlarından itibaren Roma’da yeni adetler çıkmaya başlar (Viglietti, 2022, s.38). Viglietti bu yenilikleri şöyle ifade eder;

“Etrüsk Taquinius Priscus’un krallığına denk gelen bu dönemde kaynaklara göre bazı iktidar sembolleri benimsenmiş (üst düzey idarecinin oturma yeri *fascēs*’ler, kırmızı şeritli, kırmızı kumaştan, altın süslemeli *toga*’lar), savaşta bazı müzik aletlerine yer verilir olmuş, bazı ritüeller ve kehanet yöntemleri uygulanmaya başlanmış ve eskiden Etrüsk stilinde inşa edilen tapınaklarda Toscana düzeni kullanılmaya başlanmış (2022, s.38)”.

Anıtsal mimaride, görsel sanatlarda ve inanç biçimlerinde farklı medeniyetlerin sahip olduğu değerlerin dönüştürülmüş ve genişletilmiş yeni versiyonları yaratılarak Roma medeniyeti zenginleştirilmiştir. Romalılar tarih kitaplarında toplumsal kimliği inşa ederken sergilediği bu tavır ile altı çizilen bir medeniyettir. Hristiyanlığın kabulünden önce Antik Roma dini inancının temelinde Yunan ve Etrüsk mitolojilerinin inanç renkleri hâkim olmuştur. Perfigli, Roma din kültürünü oluşturan ve etkileşime izin veren bilince dair şu ifadede bulunur;

“Tanrılar ve tanrıçalar soyut kavramlar değildir: varlıkları toplum içindeki işlevleri yoluyla garanti edilir ve gerekçelendirilir. Bu özellikleri, geniş, esnek ve tutarlı bir sistemin kuralları çerçevesinde yabancı tanrıları kabul etmeye veya yeni tanrılar yaratmaya açık bir Pantheon’un oluşumuna izin verir (2022, s. 532)”.

Her sosyal olay ve olgu için özdeşleştirilmiş tanrı bilincinin varlığı ritüel zenginliğe, ritüel iletişime ve elbette sosyo-kültürel kimliği yansıtan festivallere öncülük etmiştir. Öyle ki bu benzeşim, medeniyetlerin etkinlik organizasyonu ve tasarı bilincinde benzer bir izlek yaratmıştır. Tıpkı antik Yunanlılar gibi Romalıların da ritüel temelli yükümlülükleri ve tanrıyı onurlandırmak, minnetini kurbanlar ve adaklar ile ifade etme yönündeki eylemleri; roma dini inancının ve festivallerin din ile bağlantılı doğasının bir parçası olmuştur.

İnanç ve mitsel benzeşimi, Antik Roma festivallerinin temellendiği nokta bağlamında örnekleyecek olursak; Jüpiter Antik Yunanda Tanrı Zeus olarak bilinmekteydi aynı zamanda Etrüsk krallarının kişiselleştirdiği çok eski bir tanrıydı ve Antik Roma’da Jupiter onuruna *Ludi Romani*, *Ludi Plebei* ve *Vinalia* gibi festivaller ile ilişkiliydi. Tanrı Bacchus Dionysos’a karşılık gelmekteydi ve üzümün, şarabın ve eğlencenin hâkim olduğu *Bacchanalia Festivali* ile onurlandırıldı. Yine tahılın, hasatın tanrıçası olarak bilinen Demeter ise Antik Roma’da Ceres olarak anılmıştır ve *Cerealia Festivali*, tıpkı antik Yunandaki benzer bereket, yeniden doğuş ve kadın imgelerinin yaygın olduğu göstergeler ve ritüeller ile Roma festival takviminde yer almıştır.

Ayrıca Antik Yunanda tanrı ve tanrıçaların tasvirlerinde kullanılan semboller de ekseriyetle Roma sanatında devam eden bir nitelik sergilemiştir. Gombrich Roma Sanatı hakkında; “Romalılar dünyayı fethederken ve Helen hükümdarlıklarının kalıntıları üzerinde

yeni imparatorluklar kurarlarken, sanatta öyle büyük değişimler olmamıştı (2013, s. 117).” ifadesinde bulunur (Görsel 2.34, 2.35).



Görsel 2.34. Tanrıça Ceres, MS.1. yüzyıl, İspanya Ulusal Roma Sanatı Müzesi.



Görsel 2.35. Michelangelo'ın Tanrı Bacchus betimlemesi, Tanrı Bacchus, 1497, Bargello Müzesi, Floransa.

Roma dünyasının tanrı ve imparator heykelleri düzenlenen festivallerin, ritüellerin ve kutlamaların temel görsel öğeleriydi. Biçimselliğe verilen önem ve somut (görünür) olana temas etmek bir ritüel gereklilikti. Kuşkusuz temsil edilenin sembolik yansıması festivalleri görsellik yönünden zengin kılmıştır. Festivallerin kimlik kazanımı bu arka planlar ile gerçekleşmiştir. Sosyal olgu olarak bir araya gelişlerini sıradanlıktan uzak özenli estetik inşasını gerçekleştiren antik çağ toplumları için festival öylesine bir zaman diliminden ziyade, toplumda önem arz eden farklı işlevleri sebebiyle geniş ölçekli bir tasarımın izlenebilen, deneyimlenen ve konuşulan ürünü olmalıydı. Antik Roma’da bu anlayışın önemli izlerini ve farklı bağlamlar ile gelişimini yaratan bir medeniyettir.

Festivalin Antik Roma dili Latince karşılığı *feriae* ‘dir. Feriae, festival, özel gün, bayram anlamına gelmektedir. Antik Roma mitolojisinde yer alan tanrı ve tanrıçalar onuruna çok sayıda festival, bayram, tören ve yarışmalar düzenlenmiştir. Ek olarak imparatorluğun

gücünün göstergesi olarak veya imparatorun tanrısallaştırılmasını işaret eden festivaller de düzenlenmiştir. Bu özel günler Roma takviminde çeşitli bölümler ile adlandırılıp, ayrılmıştır.

Ovidius'un *Fasti – Roma Takvimi ve Festivaller* adlı eseri, *Metamorphoses*'ten sonra yazdığı en önemli ve en güzel eserlerden biridir (Coşkun A, 2016, s.13). *Elegeia* vezniyle şiir türünde yazılmış altı kitaptan oluşan *Fasti*, Roma takviminde yer alan festivaller, dini törenler ve ayinler hakkında eşsiz bilgiler veren bir eserdir (Coşkun A, 2016, s.13). Latince'den Türkçe çevirisini yapan Asuman Coşkun Abuağla'ya göre *Fasti*, tarihsel, gökbilimsel ve dinsel olarak üç bölümden oluşmaktadır ve eserin bel kemiği dinsel bölümünde festivallerin, törenlerin ve oyunların anlatıldığı kısımdır.

Antik Roma takviminde belirli günlerde yapılan, düzenli festivaller için *Feriae stativae*; günleri net olmayan fakat her yıl belirli mevsimde düzenlenen festivaller için *feriae conceptivae*; olağanüstü acil durum veya önemli kutlamalar için yönetimde söz sahibi kişiler tarafından düzenlenen festivallere ise *feriae imperativae* denilmektedir.

Festivaller ülkesi Antik Yunan, festivalin tarihsel sürecine biçimsel ve içerik olarak öncülük etmesi bakımından önemli bir konumdadır. Antik Yunan ve Antik Roma festivallerinin doğası benzerdir. Nitekim her iki uygarlık bir tören alayından, kurbandan, sunaktan, yarışmalardan ve ritüellerden oluşan bir akış ile gerçekleştirilmiştir. Dahası, festivallerin bir parçası olarak “Atletizm ve müzik yarışmaları çoğunlukla Yunan dünyasına aitti; Atinalıların trajedi, komedi ve satir oyunları yarışmaları icadı, Yunan dünyasını hızla fethetti ve Roma İmparatorluğu boyunca popülerliğini korudu (Graf, 2016, s.3)”.

Oyun anlamına gelen bir kelime olarak *Ludi*, Roma festivallerine oyunların, tiyatro gösterilerinin, at yarışların ve hayvan dövüşlerinin dahil edildiğini belirtmek için festivallerin adlandırılmasında kullanılmıştır. Örneğin *Ludi Cerales* Tanrıça Ceres onuruna düzenlenen oyunları; *Ludi Apollinares* ise Apollo onuruna düzenlenenlere verilen isimlerdir. *Festivale* görkemli bir nitelik kazandıran oyunların düzenlendiği mekânlar da festival kimliğinin mekân bağlamında nitelik kazanması açısından önemlidir. Daha çok imparatorluk döneminde karşımıza çıkan bir anlayış olarak festival sürecinde mekânı festival bağlamında tasarlama ve dönüştürme girişimlerinin bir güç timsali olarak düzenlenmesine fazlasıyla önem gösterilmiştir. Roma'da kitlesel gösteriler, festivaller ve oyunların gerçekleştirildiği mekânlara en ikonik örnekleri olarak, *Ludi Apollinares*, *Ludi Romani* gibi oyunlarının da

gerçekleştirildiği *Circus Maximus* ve amfi tiyatro olarak *Colosseum* verilebilecek örneklerdendir (Görsel 2.36, 2.37, 2.38).



Görsel 2.36. Roma dönemi *Circus Maximus*'u betimleyen yağlı boya resim,
Domenico Gargiulo ve Viviano Codazzi, 1638.

Görsel 2.37. Bir Roma Amfiteyatrosunun Perspektif Görünümü, *Viviano Codazzi, 1638.*

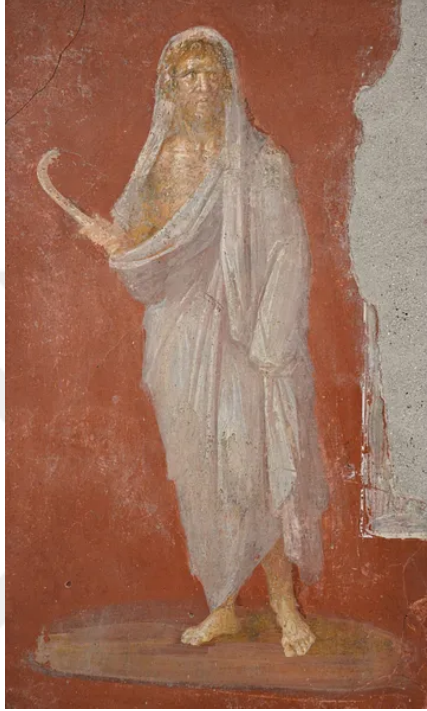


Görsel 2.38. *Colosseum*’da festival zamanını betimleyen yağlı boya resim. Pablo Salinas “*The Roman Festivals of the Colosseum*” 1900.

Festivallerin, medeniyetlerce planlanan zaman diliminde, sosyal düzenin işleyişine ara verildiği, bir nevi toplumsal sınıflara ayrılmış yapı içindeki halka günlük işler, görev ve sorumluluklardan uzak, nefes aldırıcı işlevleri vardır. Bunu öncelikle Mısır’ın, yoğun çalışma şartlarında, besin ihtiyacını karşılamak için yıl içinde üstün çaba harcayan Firavun’un hizmetinde bulunan halkın ve kölelerin, Nil’in taşma zamanında özgürce eğlenebildiği, normal zamanın gereklilikleri dışında farklı olanı deneyimlediği ve toplumsal bir sağaltım aracı olarak nefes aldığı zaman dilimi olarak, *Opet Festivali*’nde görebiliriz. Yine aynı bağlamda Antik Yunan’da eğlencenin hâkim olduğu *Dionysos Festivali*’ni ve kadınların geri plana atıldığı sosyal yaşam biçiminin tersinde kadınların ön plana çıktığı, doğurganlığın ve bereketin sembolü olarak Demeter onuruna *Thesmophoria Festivali*’ni işaret edebiliriz.

Antik Mısır ve Antik Yunan’daki gibi Roma’nın da sosyal yapısında halk sınıflara ayrılmıştır; kölelik yaygındır. Tanrıyı onurlandırmak amacıyla düzenlenen bir festival geleneğinden halkın mutluluğu ve özgürlüğü için Ortaçağ’da karşımıza çıkacak olan karnaval biçime doğru bir kırılmanın yaşandığı ve bu bağlamda Antik Roma festivallerinden belki de en önemlisi olarak *Satürnalia Festivali* düzenlenmiştir. Satürnalia, 17 Aralık’ta kış

dönümünde düzenlenen, tarım tanrısı Satürn onuruna adanan bir festivaldir. Satürn tarım miti ile ilişkilendirilir ve genellikle elinde bir tırpan ile betimlenmiştir (Görsel 2.39, 2.40).



Görsel 2.39. Tanrı Satürn betimlemesi.



Görsel 2.40. Satürn heykeli, Gravür Baskı, Philips Galle, 1586.

Satürnalia festivalinin mekânı Roma forumundaki Satürn tapınağıdır ve içerik olarak öne çıkan özelliği “ters çevirme” dir. Özgürlük deneyimi sunan bu festivalde köleler görevlerini bırakarak diledikleri gibi oyunlar oynamış, sarhoş olmuş ve saygı içinde itimat etmek zorunda oldukları kurallardan sıyrılmıştır. Festivalin görsel kimliği olarak işaret edebileceğimiz net bir öğeden bahsetmek mümkün değil. Fakat içerik olarak ters çevirme eyleminin günlük yaşam içindeki sembolik dışavurumu da kıldığını ve sınıflara ait kıyafetlerin yahut krala ve söz sahibi kişilere ait öğelerin yer değiştirerek festival sürecinde ters çevrilenin doğasına işaret etmesi bağlamında görsel, işitsel duylara hitap eden öğeler yaratarak festivali tanımlı kıldığını söyleyebiliriz (Görsel 2.41, 2.42, 2.43).



Görsel 2.41. *Satürnalia festivalini betimleyen bir gravür.*

Görsel 2.42. *Ressam Antoine Callet'e göre Satürnalia betimlemesi.*

Görsel 2.43. *Satürn Tapınağı ve Vespasian Tapınağı, Roma.*

Kamusal hayatın paylaşılan ortak zaman dilimi olarak festivallerin düzenlendiği dönemde şehir merkezleri görsel izler sunar ve şehir adeta festival renklerinin tuvali olarak bir anlatı içinde başyapıt gibi durur. Yunanlıların mekânsal bağlamlarla nitelik kazanan festivallere sahip olmasının yanı sıra kent ile ilişkili dini inanca sahip Romalıların da şehir merkezleri ve tapınakları, festivallerin mekân ile aidiyetini güçlendirmiştir. Ayrıca, imparatorluk döneminde de hükümdarlar kendileri adına yeni bayramlar ilan edip bu vesilelerle görkemli mimari eserler de inşa ettirirler (Manetti, 2022, s.260). Festivalin ve kutlamaların bir övünç ve imparatorluk temsili olarak özenli ve görkemli gerçekleştirilmesi nihai amaç edinilmiş ve bu hassasiyet ile festivallere dair yapıların, objelerin, kıyafetlerin ve şehir merkezlerinin günler, haftalar ve aylar boyunca tasarımı planlanmıştır. İmparatorluk imgesi ve ritüel iktidar bağlantılı görsel söylemlerin yaratımı özellikle Giovanni Salmeri'nin

“... başarılı bir siyasi iletişimin bütün sırlarını mükemmel bir şekilde saptamayı başarmıştır (Salmeri, 2022, s.133)” şeklinde bahsettiği Augustus döneminde bir dönüşüm geçirmiştir. Augustus dönemindeki bu kırılma ile toplumsal paylaşımların yapıldığı, insanların etkileşimde bulunduğu, imparatorluk kültürünün göstergesi olan yapılar inşa edilmeye başlamış; gösteriler, festivaller, kutlamalar bu anıtsal yapılarda düzenlenmiştir. Tarihte, sanatçılar ve mimarlar için festival mekânları ve görsellerini yaratmak ise sanatsal doyum ve anıtsal kalıcılık açısından her zaman cezbedici olmuştur.

“Augustus döneminin en büyük mimarı olan Vitruvius, şehri planlarken tiyatronun sağlanmasına öncelik verilmesi gerektiğini savundu. Magisterial De Architectura'da şunları belirtti: Forum düzenlendikten sonra, ölümsüz tanrıların oyunlarını veya festivallerini görmek amacıyla, tiyatro için mümkün olduğunca sağlıklı bir yer seçilmelidir (Gold ve Gold, 2020, s.37)”.

Tarih boyunca, büyük festivaller, tipik kentsel günü aşan, eğlence, heyecan, neşe, hatta coşku ve huşu yaratan bir renk ve ses kaleydoskopu yaratan, şüphesiz duyuşal deneyimlerin olağandışı gösterileriydi. (Davies, 2015, s.535). Renklerin, kıyafetlerin, solmayan bitkilerle süslenmiş festival mekânlarının, sembollerin varlığı festivale kimlik kazandırmış ve şehri olağan dışında aşkınlık görüntüsü ile görkemli bir yapıya ulaştırmıştır. Sanat eserlerinde sıklıkla bu festivallerin nasıl bir görünüme sahip olduğu betimlenmiştir. Antik çağlara ilgisi olan ve sanat hayatı sürecinde bu çağlara dair araştırma yaparak betimlemelerde bulunan Hollandalı ressam *Lawrence Alma-Tadema* Roma dünyası sosyal hayatını ve festivallerini konu alan eserler üretmiştir. (Görsel 2.44, 2.45, 2.46). Roma halkının şehir merkezine yayılan toplumsal birlikteliği betimleyen bu eserlerden de tasavvur edilebileceği gibi festivaller, sosyal hayatın üzerinde düşünülen, tasarlanan ve deneyimlenen bir olgusuydu. Festival tasarlamak ve yaratmak etkileşim ve deneyim pratiği idi ve görsellik en önemli parçasıydı.



Görsel 2.44. *The Colosseum*, Lawrence Alma-Tadema, 1896.

Görsel 2.45. *Cerealia Festivali*, Lawrence Alma-Tadema, 1894.

Görsel 2.46. *The Vintage Festival*, Lawrence Alma-Tadema, 1871.

2.2.3. Kültürel Miras: Çin Festivalleri

Çin, Japonya, Hindistan gibi doğu medeniyetleri, zengin çeşitlilikte görsel ifadeleri barındıran, kültürel miras niteliğinde festivalleri ile bilinmektedir. Örneğin, Japonya’da düzenlenen *Setsubun Festivali*, *Çiçek Festivali*; Hindistan’da baharın gelişini temsil eden *Holi Festivali* gibi etkinlikler geleneksel festivaller arasındadır. Uzak doğu medeniyetlerinde antik çağın mirası olarak birçok festival düzenlenmekte ve kültürel amacını, köklü geçmişini yansıtan sembolik görsel ifadelerle belirgin bir kimliği yansıtmaktadır. Bu festivaller arasında antik çağlardan günümüze kadar düzenlenmeye devam eden Çin medeniyetine ait festivaller ise görsel kimlik bağlamında sembolik olarak özgün örnekleri barındırmaktadır.

Çin’de festivaller, zengin çeşitliliğe ve köklü geçmişe sahiptir; kültürel belleğin ve özgün dışavurumların sahnesi olarak antik çağlardan günümüze kadar korunmuştur. Uzun tarihi ve güzel geleneği, geleneksel bayramların büyümesi için ona en verimli toprağı sağlamıştır (Huang, 1991, s.163). Çin tarihinde festivallerin gelişerek belirgin nitelikler kazanması, hanedanlıkların ve imparatorların desteği ile gerçekleşmiştir. Özellikle Han Hanedanlığı (M.Ö. 206- M.S. 220) ve Tang Hanedanlığı’nda (M.S. 618- 907) hızla gelişen

ekonomi ve sakin sosyal ortam, festivallerin ve festival etkinliklerinin oluşumunu ve gelişimini büyük ölçüde teşvik etmiştir (Huang, 1991, s.163).

Geleneksel festivallerin ihtişamı mevsimsel değişikliklerden ve tarımsal döngülerden gelir (Xu, Chen ve Xu, 2018, s.232). Tarım için yol gösterici mevsimsel döngüleri takip etmek ve bunlarla bağlantılı festivaller düzenlemek bütün antik çağ toplumlarında olduğu gibi Çin festival kültürünün de temellendiği noktalardan olmaktadır. Antik Çin'deki geleneksel festivallerin çoğunun astronomi, takvim ve matematiğin gelişimiyle bir ilgisi vardı. Bu geleneksel bayramların başlangıcı, özellikle geleneksel Çin ay takvimi altında daha sonra kararlaştırılan 24 mevsimsel bölüm noktasıyla ilgiliydi (Liming, 2010, s.2). M.Ö. 104 yılında Çin geleneksel ay takvimini tüm ülkede uygulamaya koymuştur ve 24 güneş terimi tanıtılmıştır. Bundan sonra birçok geleneksel festival düzenlenmeye başlamıştır. (Xu, Chen ve Xu, 2018, s.229) İçlerinde Çin'de kültürel miras olarak düzenlenmeye devam edilen *İlkbahar Festivali* diğer adıyla *Çin Yeni Yılı*, *Lantern (Fener) Festivali*, *Qingming (Mezarlık Günü) Festivali*, *Dragon Boat (Ejderha Teknesi Yarışı) Festivali* gibi önemli festivaller yer almaktadır.

Medeniyetlerin festival görsel kimlikleri incelendiğinde, festival, ritüel ve görselliğin ayrılmaz birlikteliği ile doğan ve düzenlendiği toplumun kültürel belleği ile özgünlükler sergileyen bir yapıda olduğu görülmektedir. Çin kültürü, gelenekleri, sanatı, felsefesi, dil ve yazı sistemi gibi birçok alanda dünya çapında özgünlükleriyle tanınmaktadır. Kültürel olarak kendine has nitelikleri, ritüelleri ve dini inanışları barındıran ve bunları koruyan Çin'de bu doğrultuda festivaller özgün görsel kültürünü yansıtan öğeleri sergilemektedir.

Örneğin *Çin Yeni Yılı* ya da *İlkbahar Festivali* geleneksel olarak yerleşik görsel kültürün öğeleri ile belirgin kimliği dışavurmaktadır. Çin Yeni Yılı 12 hayvanlı takvime göre her yılın ilk yeni aynısı ile dolunayı arasında yeniyi karşılamak, tanrılara ve Budalara adaklar sunmak, yeni yılda zenginlikleri karşılamak üzere kutlanmaktadır. Festival çok eski gelenekleri barındırmaktadır. Evin tozunu temizlemek ve arındırmak yeniye yol açmak ve eskilerden kurtulmak anlamına gelmektedir, festival sürecinde kare biçiminde gümüş ve altın renginde yeni yıl pastaları yapmak, aile ile vakit geçirmek ve kırmızı renkte giyinmek gibi çeşitli gelenekler halen uygulanmaktadır.

Çin kültüründe kırmızı, geleneksel olarak kutlama ve törenlerde, mutlu anlarda kullanılan renktir ve festivallerin görsel kimliğini oluşturan önemli sembollerdendir.

Efsaneye göre de Nian adlı canavar, kırmızıdan, yüksek seslerden ve ışıktan korkmaktadır. O nedenle festival zamanı sokaklar, kutlama mekânları, kullanılan objeler ve kıyafetler/kostümler sembolik anlamı olarak mutluluğu ifade eden kırmızı renge bürünmektedir. Festivalin eski biçimlerinden itibaren var olan havai fişek gösterileri de Çin festivallerinin efsanelere göre şekillenen en belirgin ögesidir.

“Eski bir efsaneye göre, batı dağlarında yaşayan bir ayak boyunda kötü bir şeytan vardı. Onunla karşılaşan herkes hastalanırdı. Neyse ki bu şeytan, patlayan bambu sesinden çok korkuyordu. Bu nedenle, Yılbaşı Gecesi ve Yılbaşı Günü, insanlar şeytanı evlerinden uzak tutmak için ses çıkarmak için bambu yakarlardı (Huang, 1991, s.168)”.

Sonraları ise havai fişek yakmak talihsizlikten ve fakirlikten uzaklaşmak, renkli ve zengin hayata sahip olmak şeklinde tanımlanmıştır (Xu, Chen ve Xu, 2018, s.235).



Görsel 2.47. Tang Hanedanı dönemine ait (618-907) 8. yüzyılda üretilen on iki zodyak hayvanı figürü.

Görsel 2.48. Tavşan yılı olarak kutlanan 2023 Çin Yeni Yılı Festivali 'nde yer alan enstalasyonlar.

Çin Yeni Yılı 12 hayvanlı takvime göre her yıl farklı bir hayvanı temsil etmektedir. Festivalin antik dönemlerden itibaren belirgin ögesi olarak zodyak hayvanı figürleri ve tanrı objeleri önemli görsel öğeler olarak ritüellerde yer almıştır. Çin halkı evlerinde ve giriş kapılarında sembolik figürleri konumlandırarak niyetlerinin gerçekleştiğine ve

korunduklarına inanmışlardır. Günümüzde de bu gelenek şehir merkezlerinde ve sokaklarda yeni yılın zodyak hayvanını betimleyen enstalasyonlar çağdaş yansımaları ile devam etmektedir (Görsel 2.47, 2.48.).

İlkbahar festivalini görsel olarak tanımlı kılan bir diğer önemli geleneği ise ilkbahar dilekleri olan beyitlerin kapı girişlerine asılmasıdır. İlkbahar beyitleri Çin dilinde eşsiz bir edebi dildir. Konuşmanın aynı bölümünde her satırda eşleşen kelimelerle, tam olarak aynı sayıda Çince karakterden oluşan iki paralel satırdan oluşur. Bu, iyi dileklerin ifade edilmesi için enfes ve özlü kelimeler olarak nitelendirilir (Xu, Chen ve Xu, 2018, s.235). Çeşitli niyetlerle yapılan yeni yıl resimlerini de bu beyitlerle birlikte kapılara asılmaktadır. (Görsel 2.49, 2.50, 2.51, 2.52, 2.53.) Beyitlerin yanında, fu harflerini de kapılarda duvarlarda ve evin diğer bölümlerinde parlak bir gelecek için kullanırlar. Bazen karakterler baş aşağı yer alır, edebi olarak anlamı ‘fudao’dır. Servet gelir terimiyle aynı anlamdadır (Xu, Chen ve Xu, 2018, s.235).



Görsel 2.49. Çin Yeni Yılı'nda ilkbahar beyitleri ve dilek resimleri ile yapılan kapı süslemesi.

Görsel 2.50. Çin Yeni Yılı'nda ilkbahar beyitleri ve dilek resimleri ile yapılan kapı süslemesi.

Görsel 2.51. Çin Yeni Yılı için kırmızı zemin üzerine çizilen sembol.



Görsel 2.52. *Bir Sürü Güzellikle Geri Dönen Yeni Yıl Resmi, kimliği belirsiz sanatçı 20. yüzyılın başları.*

Görsel 2.53. *Talih, Maaş ve Uzun Ömür Kapı Tanrılarının Yeni Yıl Resmi, kimliği belirsiz sanatçı 20. yüzyılın başları*

Medeniyetlerde mitler, inançlar, ritüeller festivallerin doğasını ve görsel yansımalarını zenginleştirmiştir. Çin kültürünün de barındırdığı efsaneler, inançlar ve bununla bağlantılı ritüeller festivalleri doğuran, gelişmesini, gelenek haline gelmesini, sembolik anlamını ve görsel kimliğini belirleyen en önemli unsurlardan olmuştur. Örneğin Konfüçyüsizm, Taoizm ve Budizm gibi düşünce ve inanç sistemleri ile şekillenen Çin kültüründe, Lantern (Fener) Festivali, Budist Ayı Festivali gibi geleneği halen devam eden festivaller şekillenmiştir (Görsel 2.54, 2.55.).

Örneğin Fener Festivalinin kökenlerinde Taoizm ve Budizm inançları ve ritüelleri yer almaktadır. Taoizm için önemli bir okul olan Five Bushels of Rice League'e göre yılın ilk ayının 15. Gecesi iyi bir servetten sorumlu olan cennet tanrısının doğum günüdür. Bu sebeple bugün cennet tanrısının insanları kutsadığı gün olarak kutlanır (Xu, Chen ve Xu, 2018, s.243). Festivalin diğer kökeni ise Buda'yı kutsamak için ilk ayın 15. gecesinde fenerlerin yakılmasını emreden Doğu Han İmparatoru Ming tarafından başlatılmıştır.



Görsel 2.54. *Çağdaş Fener Festivali'nde ışıklandırılmış ejderha figürü*

Görsel 2.55. *Gökyüzüne bırakılan fenerlerin yaratmış olduğu görüntü*

Bununla beraber Çin görsel kültüründe yerleşik bir sembol olan ejderha figürü ise hem çağdaş hem de antik festivallerde efsanevi olarak yer almıştır. Dragon Boat Festivali de bunun önemli bir örneği olmaktadır. (Görsel 2.56, 2.57.)

“Ejderhalara tapılan Antik zamanlardan kalma bir gelenek olabilir. Çinliler ejderhayı iyi bir servet sembolü olarak görmektedirler çünkü rüzgâra ve yağmura hükmedebileceklerini ve felaketlerden, salgın hastalıklardan koruyabileceklerini düşünürler. Çin Antik zamandan beri tarım ülkesi olduğu için, iyi hava insanların işi ve hayatı için çok önemli idi. Bu yüzden, insanlar ejderhaların nimetlerinden faydalanmak için bazı günlerde ejderha dansları yapardı ve fener festivali bugünlerden biri idi (Xu, Chen ve Xu, 2018, s.244)”.



Görsel 2.56. *Dragon Boat Festivali'ni betimleyen temsili resim, Wáng Zhènpéng, 1310-1325.*

Görsel 2.57. *Dragon Boat Yarışı, Li Zhaodao, 675-758.*



Görsel 2.58. *Çağdaş Dragon Boat Festivali'nden bir görünüm.*

Görsel 2.59. *Festivalde kullanılan ejderha kayıkları.*

2.2.4. Ortaçağın eğlence kültüründen miras: Karnaval

Her çağın kendine özgü eğlenceleri vardır.

— Nicolas Boileau

Uzun yıllar süren bir zaman aralığında Ortaçağ kültürel olarak birçok olayı ve değişimi barındırmıştır. Kilise egemenliği, kavimler göçü, feodalizm, besin kıtlığı ve salgın hastalıklar gibi toplumsal hayatı uzun yıllar etkisi altına alan bir dizi olay yaşanmıştır. Festivaller, bayramlar ve kutlamalar da Ortaçağ'da, süregelen anlamlarından farklı bir noktaya doğru toplumsal kırılmalar ile evrilmiştir.

Antikçağdan Ortaçağ'a geçişte, yeni Hristiyan kültürü içerisinde eğlence şekillerinin değer kaybettiği görülür (Rizzi, 2019, s.326). Antik dönemlerde, eğlence etkinliklerinin yer aldığı *ottium* (boş zaman) kavramının anlamındaki büyük değişim, yeni kültürel kavramların *ludus* (eğlence) üzerindeki etkisinin başlıca göstergelerinden birini oluşturur (Rizzi, 2019, s.326). Ortaçağ'ın ilk dönemleri, kilise tarafından bir nevi dine saygısızlık ve putperestlik olarak algılanan antik çağ gelenekleri ile bağlantılı festival biçimlerinden uzak durulması gerektiği söylenen ve hatta ayıplandığı bir dönem olmuştur. Boş zaman ve eğlence biçimi olarak görülen festival zamanları kötülükler ve yanlış eylemlerle dolu olarak görülmüştür. Ancak yine Rizzi, 11. ve 12. yüzyıllar arasındaki dönemde eğlence kültürünün bir filizlenme sergilediğini, insanoğlunun anlamlı deneyimleri arasında yeniden yerini almaya başladığını ifade eder.

Nihayetinde, böylesi etkiler arasında Ortaçağ halk kültüründe güçlü bir eğlence biçimi vardı. Karnaval tipi bayramlar ve bunlarla bağlantılı gülünç eylemler ya da törenler ortaçağ insanının yaşamında büyük bir yere sahipti (Bahtin, 2016, s.13). Karnaval, var olan düzenin ters çevrilmiş bir şekilde eğlenceli parodisi olmaktaydı. Kahkaha ve gülmece biçimiydi.

Cundy (2016), karnavalın tarihsel kökeninin belirsiz olduğunu ancak İtalya'da karnavalın başlangıcının antik Roma'nın pagan *Satürn Festivali*'yle bağlantılı olabileceğinin mümkün olduğunu ifade eder. Ortaçağ Avrupa'sında lent döneminden önce başlayan bu olgu farklı ülkelerde düzenlenmiş ve günümüze kadar temel görsel iletişim biçimleri korunarak, zengin renk ve anlam öğeleri ile devam etmiştir diyebiliriz (Görsel 2.60, 2.61).



Görsel 2.60. Anonim, 16. yüzyıl bir soytarı betimlemesi.

Görsel 2.61. Ortaçağ saray soytarısı geleneğine ait kostümler, Basel Karnavalının halen belirgin ve geleneksel bir öğesi olarak kullanılıyor. 2019 Basel Karnavalı.

Mihail Bahtin’in *François Rabelais ve Ortaçağ-Rönesans Halk Kültürü* adlı kitabı halk kültüründe karnavalların biçim ve özellikleri konusunda değerli bilgiler sunmaktadır.

“Tamamen farklı, belirgin biçimde dünyanın, insanın ve insanlar arası ilişkisinin gayri resmi, kilise dışı ve devlet dışı bir yönünü sunuyorlardı; bir bakıma, resmi olan her şeyin, tüm Ortaçağ insanların az ya da çok katıldığı, belli dönemlerde yaşadığı o ikinci dünyasını ve ikinci yaşamını inşa ediyorlardı (2016, s.14)”.

Karnaval biçimine dair önemli izlenimler sunan bir diğer eser, Goethe’nin *Das Römische Carneval* adlı eseridir (Görsel 2.49). Goethe büyük bir yalınlık ve derinlikle, bu olgunun neredeyse tüm önemli yönlerini yakalar ve dile getirmektedir (Bahtin, 2016, s.19). Goethe’nin İtalya yolculuğu sırasında karnaval biçimlerine dair gözlemlerinin ve fikirlerinin bir ürünü olan bu kitap yazımsal bilginin yanı sıra illüstrasyonlar ile de karnavalın görsel bilgisini sunar. Alessandro Falassi *Time Out Of Time* adlı başyapıtta, Goethe’nin kitabını muhtemel ziyaretçiler için rehber bir kitap olarak tasarlandığını söyler ve eser hakkında Goethe’nin kendi görüşlerini paylaşır. Johann Wolfgang von Goethe “İleride elimizde kitabımızla ziyaret edilebilecek, aşırı kalabalık ve çalkantılı bir eğlenceye hoş bir bakış açısı sağlayabilecek.” ifadesinde bulunur (Falassi, 1987, s.13).



Görsel 2.62. *Das Römische Carneval, 1789.*

Kitap, 1789'da Georg Schütz ve Georg Melchior Kraus tarafından yirmi çizim ile resimlenmiştir. Ve bir nevi karnaval içeriği, görsel iletişim ve grafik biçimlerin gücünden yararlanarak aktarılmış, karnavala katılım sağlayacak ziyaretçiler için rehber niteliğinde bilgi sunan, zengin bir kaynağa dönüşmüştür. Kısacası nasıl bir görünüme sahip olunması

gerektiğinin kimlik ipuçları yansıtılmıştır. Öyle ki karnaval katılımı için öncelikli araştırmalar karnaval gününde ve mekânında nasıl giyineceğimiz ve nasıl bir görünüm sergilememiz gerektiği gibi detaylar olmaktadır. Bugün halen birçok karnavala dress code'lar (kıyafet kodları) ile hazırlanılmaktadır. Örneğin Venedik Karnavalı için kuşkusuz en belirgin olanı Antik Yunan ve Roma festivallerinden esinlenen maskeler ve soylulara ait tarihi kıyafetlerin kullanılmasıdır (Görsel 2.63, 2.64).



Görsel 2.63. 2017 yılına ait bir kostüm tasarımı örneği.



Görsel 2.64. Venedik karnavalında Antik Yunan maskelerini anımsatan bir maske.

Goethe'nin eseri 1788 gibi geç bir tarihin karnaval biçimlerine ışık tutuyor olsa da Mihail Bahtin bu eserin tarihin daha erken karnaval biçimlerine dair de aydınlatıcı olduğunu ifade eder. Nitekim Bahtin'e göre "Karnaval imgeler sisteminin özü daha sonralara dek korunmuştur (2016, s.267)".

Goethe'nin izlenimleri karnaval zamanının görünümü ve kimliği hakkında önemli detaylar sunmaktadır. Goethe, karnavalları duysal nesne yoğunluğun fazla olduğu hızla akıp giden bir zaman dilimi olarak aktarır. Karnaval tasvirlerinde sıklıkla, dar caddeler boyunca düzenlenen at yarışlarının, kalabalık geçit törenlerinin, çok sesli ve müzikli yapısının altını çizer. Örneğin "Her bayram vesilesiyle serpilmiş duvar halıları, etrafa saçılan çiçekler, başınızın üzerine uzanan boyalı bezler sokakları büyük salonlara ve galerilere dönüştürüyor." ifadesinde karnavala dair gözlemlerini paylaşır (Goethe, 1987, s.16) (Görsel 2.65).



Görsel 2.65. *Karnaval zamanında duvar halıları ve çiçeklerle sülenmiş bir balkon betimlemesi, The Carnival in Rome, José Benlliure y Gil, 1881.*

Ayrıca Goethe bir başka önemli noktaya da değinmiştir. Görsel iletişim biçimi olarak, günümüz karakter tasarımına ilişkilendirebileceğimiz karnaval maskeleri ve karakterlerin yaygın karnaval öğeleri olarak kullanılmasını “Corso'da aşağı yukarı koşan yüzlerce Punchinello... (1987, s.19)” sözleri ile aktarmıştır. Nitekim Ortaçağ karnavalının eski biçimlerinden itibaren bir karnavalda karakter yaratmak ya da var olan bir karakterin yeni yorumunu sunmak önemli bir eylem olmuştur (Görsel 2.66, 2.67).

“Bazen bir tiyatro maskesi taklit edilir. Bazı insanlar, kendilerini başlarının üzerine bağladıkları goblen ya da keten bezlerle katlayarak, yine bir maske konusunda çok az sorun yaşarlar. Yine de bir keresinde boynuzlu bir karakterde bir Punchinello görmüştüm. Boynuzlar hareketliydi, giyen kişi onları bir salyangozunkiler gibi dışarı ve içeri çekebiliyordu (Goethe, 1987, s.20)”.



"PULCINELLA."



Görsel 2.66. *Punchinello karakteri, illüstrasyon.*

Görsel 2.67. *Punchinello kostümü.*

Geçmişte kostümlerin ve maskelerin özgürce ve olağan dışı kurgusu karakter tasarımı niteliğinde olmakla beraber Ortaçağ'dan miras kalan bu tavır ile benzer biçimde günümüzde karnaval zamanında, günler hatta aylar öncesinde belirlenen karakter temasında kostümler ve maskeler tasarlanmaktadır. Stoeltje göre de "Festivale ilişkin en etkileyici semboller maske ve kostümlerdir (2015, s. 344)".

Karnavalın en eski niteliklerinden biri olan özgürlük hali, insana ve etkileşim içinde bulunduğu alana (olumlu bir taraftan bakılacak olursa) farklı renkte ve biçimde zengin örnekleri sergilemenin kapısını açar diyebiliriz. İnsanlar arasındaki hiyerarşik ilişkilerin bu anlık ideal-gerçek bastırılışı, karnaval sokağında kendine özgü türden alışılmış yaşamda olanaksız olan bir iletişim sağlıyordu (Bahtin, 2016, s.19). Cundy'nin de dediği gibi karnavallarda "Çok sayıda komedi gösterisinde, yüksek rütbeli kilise görevlilerini ve yöneticilerini eğlendirmek ve hatta küçük düşürmek mümkün oldu (2016, s.26)".

Özgür iletişimin ve halk kültürünün oluşturduğu zemin ile karnavalların görsel dil ve iletişim biçimlerindeki çıktıları öylesine zengindir ki tipik bir karnaval biçimi olarak tanımladığımız eğlencelere dair zihnimizde canlanan öğeler, farklı biçimde ve formda renkli, parlak, tüylü kıyafetler, çeşitli imgelerle süslü maskeler, canlı müzikler eşliğinde sokak yürüyüşleri ve bölgesel yiyeceklerin tüketilmesi ayrıca dile getirilmeye çekinilen sosyal siyasi eleştirilerin özgürce söylem alanı bulması gibi detaylar olmaktadır (Görsel 2.68, 2.69).



Görsel 2.68. *Siyasi liderlere dair eleştiri sunan ışıklı enstalasyon, Basel Karnavalı.*

Görsel 2.69. *Trump hakkında siyasi eleştirilerin görsel imgeleri ile karnaval geçit töreni, Rose Karnavalı*

Ortaçağ'daki festival benzeri bir etkinlik olarak karnaval biçiminin ortaya çıkışı ve görsel iletişim biçimi olarak karakter, kostüm tasarımı ve maskenin başrolde oluşu konumuz bağlamında önemli gelişmeler olmaktadır. Ortaçağ her ne kadar antik çağ eğlence biçimlerine ters düşen bir anlayışla başlamış olsa da sonraları festival görsel kimlik kazanımı açısından zengin öğeler barındırmaktaydı. Kökenleri üzerinden zaman geçmiş ve karnaval biçimin temel yapısı üzerine yeni yorumlar eklense de o çok renkli ve aşkınlık sergileyen görsel dili devam etmektedir. Nitekim festival, bayram, karnaval denilince insanın zihnine düşen ilk şey görülmeye değer yeni renkli biçimlerin heyecanı, izlenilmekten keyif alınan anları yaşama hevesi, kısa bir zaman dilimi de olsa eğlenceli farklı anların deneyimi olmaktadır. Bu insanlığın, ilkel bir aradıklardan beri (her ne kadar din, mit ile ilişkili düzenlenmiş olsa da) eğlenceye meyilli doğasına temellenebilir. “Nitekim çağdaş düşünürler, *homo sapiens*’le birlikte *homo ludens*’in (eğlenen insan) var olduğunu kabul ederler...” (Rizzi, 2019, s.326).

2.3. Rönesans Saray Festivallerinden Modern Festival Biçimlerine

2.3.1. Rönesans saray festivalleri

Geçmişte yaşayanlar bize oranla devdiler, ama bizler cüce olsak da omuzlarına oturarak, yani onların bilgeliğinden yararlanarak onlardan daha iyi görebiliyorduk.

— *Umberto ECO*

Modern festivaller ilk olarak 15. yüzyılda küçük İtalyan cumhuriyetlerinin hümanist mahkemelerinde klasik modelleri, Ortaçağ geleneklerini ve Rönesans döneminde ortaya çıkan yeni resmi ve ikonografik sanatsal dilleri birleştirerek ortaya çıktı (Minguez, 2019, s.10).

İnsanların dünyayı, olayları anlama ve anlamlandırma süreçlerindeki değişimler, kişisel ve toplumsal faydalar, iktidar ve hakimiyet odaklı nihai hedefler, tanıtım ve maddi kaygılar ile belki de çokça eğlenme dürtüsü çevresinde festivallerin organizasyonundan beklentiler ve festival benzeri etkinlikleri yaratma amacı da dönüşmüştür. Hatta tam da modern çağdan itibaren, gösteriler giderek daha değişik sosyal unsurlara farklı mesajlar gönderebilecek şekilde programlanır ve seyircinin kesimine, yaşına, cinsiyetine kültürüne ve siyasi inanışlarına göre farklı şekilde algılanmasını belirginleştirir (Barletta, 2020, s.303).

Rönesans Avrupası'nda festivalin doğası farklı bir noktaya taşınır. Ortaçağ halk kültürünün bir parçası olan karnavallar Goethe'nin de altını çizdiği gibi (Bkz. 1987, s.15) halka verilen değil, halkın kendisi için yarattığı bir bayram olmuştur. Halk kendi eğlencesinin tüm yönlerini kendisi tasarlamıştır. Fakat bununla beraber 15. ve 16. yüzyıl ve takip eden zamanlarda festivallerin nihai karar mekanizması iktidarın ve sarayın kendisi olmuştur diyebiliriz. Festival iletişimi ve festivalin görsel imgelerinin birincil olarak işaret edeceği noktalar kral ve saray seçkinlerinin filtersinden geçerek istekler özelinde dönemin sanatçıları tarafından yaratılmıştır. Sadece sarayın tutumu bu şekilde değildir. Kilise de bayramları denetleyen bir mekanizma konumundadır, halkın özgün yaratımı ve katılımı engellenmiştir. O kadar ki, Karnaval gibi, kendi içinde kurulu düzeni bozucu potansiyeli olsa bile ortaçağda Katedral meclisleri tarafından bile kutlanan bayramlar reddedilir (Barletta, 2020, s.307).

Öte yandan, 16. yüzyılda festival görsel kimliği ve iletişimi müthiş bir gelişim sergilemiştir. Festivaller adeta bir iletişim biçimi olarak otoritelerin, saray mensubunun ve kralın güçlü aracı haline dönüşmüştür. Örneğin, Rönesans ile birlikte “görmekli kutlama” biçiminde yaratılan saray festivalleri, dönemin en önemli güç ve otorite niteliklerini sergileyen sembolik görsellerin, anıtsal yapıların, geçit törenlerinin ihtişamlı sahnesi gibidir. Nitekim, kökeninde, destekçilerinin prestijini artıran bir tanıtım mekanizması olarak yapılandırıldılar (Minguez, 2019, s.10). Ve güçlü imgeler için dönemin en yetenekli sanatçıları ile tasarlandılar.

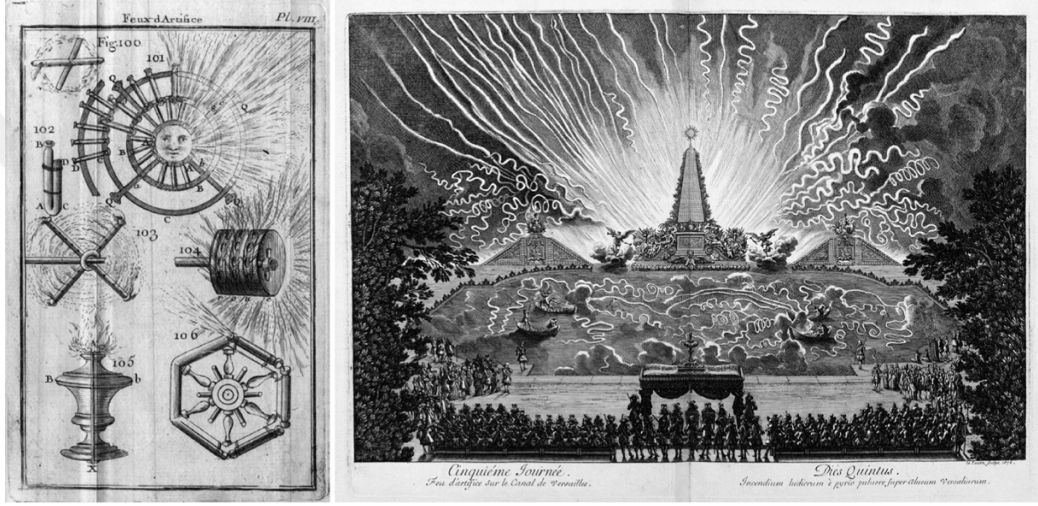
Rönesans ve sonraki yüzyılların sanatını şekillendiren en belirgin özellik kuşkusuz sanatkarlar ve onlardan en güzelini yaratmasını isteyen siparişçilerdir. Festivallerin tasarımı ve görsel iletişimini gerçekleştiren görsel kimliği de tıpkı bugün olduğu gibi bu arz talep dengesinde gerçekleşmiştir. Aktarılması istenilen mesaj, sahnelenmesi istenilen hikâyeler, neden buradayız ve neden bu etkinliğin bir parçasıyız sorgulamasına fırsat vermeden, insanın kendini büyümlü bir atmosferin içinde bularak gösterilmek istenileni deneyimleyen alıcılara dönüştüren anların başrolünde sanatçılar olmuştur.

“Kutlamaların düzenlenmesinde çalışanlar meşhur kişilerdir: 1574’te III. Henri’nin Venedik’e girişi kutlaması süslemelerinde çalışanlar Tintoretto, Veronese ve Palladio’yu veya Leonardo da Vinci, Borghini, Vasari, Torquato Tasso, Pierre Ronsard ve müzisyenlerden John Dowland veya Claudio Monteverdi’yi hatırlamak yeterli olacaktır (Barletta, 2019, s.306)”. (Görsel 2.72).

Sanatçılar, tasarım ve iletişim biçimlerindeki yeteneklerini, kamusal alanda geçici ya da kalıcı olarak mimari dekorlar yaratarak, zaferlerin görsel hikâye anlatımı betimleyerek, festivalin temasını tablolar aracılığıyla şehirde sergilenmesini sağladılar (ki burada günümüz festival afişlerine benzer işlevler söz konusudur) sembolik imgeler ve kraliyet logoları ile saray festivallerinin kimlik kazanmasında önemli rol üstlendiler.

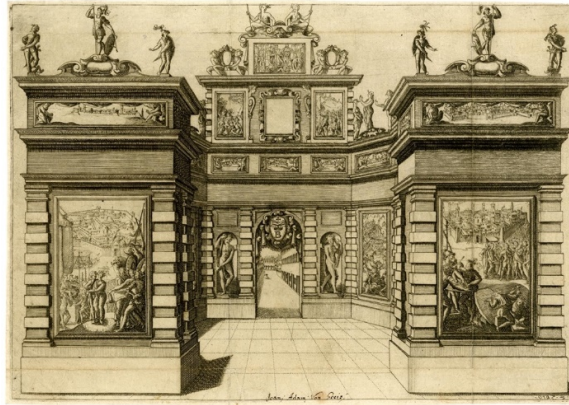
Bilim teknik alanında meraklı ve bu alanların entegrasyonunu hayatın tüm yönleriyle ustaca gerçekleştiren, ortak bir paydada disiplinler arası işleyişine ön ayak olan, aydınlanma çağı insanları; daha sonraki dönemlere de yansıyacak olan sanatsal ve bilimsel gelişmeleriyle festivallerin, kutlamaların, bayramların görsel niteliklerini de zenginleştirmiş, ayrıcalıklı öğelere sahip olmasında günümüze yakın formların ortaya çıkmasını erginleştirmiştir.

Örneğin havai fişekler 16. ve 17. yüzyıllarda saray festivallerinin ve kutlamaların belirgin bir ögesi idi. Frézier için havai fişekler ve geçici mimari iç içe geçmişti (Monin, 2008, s.169). Bir kimlik göstergesi olarak güneş formu çevresinde havai fişek tasarımı yapılan eskiz ise festival görsel kimliğinin disiplinler arası yaratımı açısından önemli bir örnektir (Görsel 2.71).



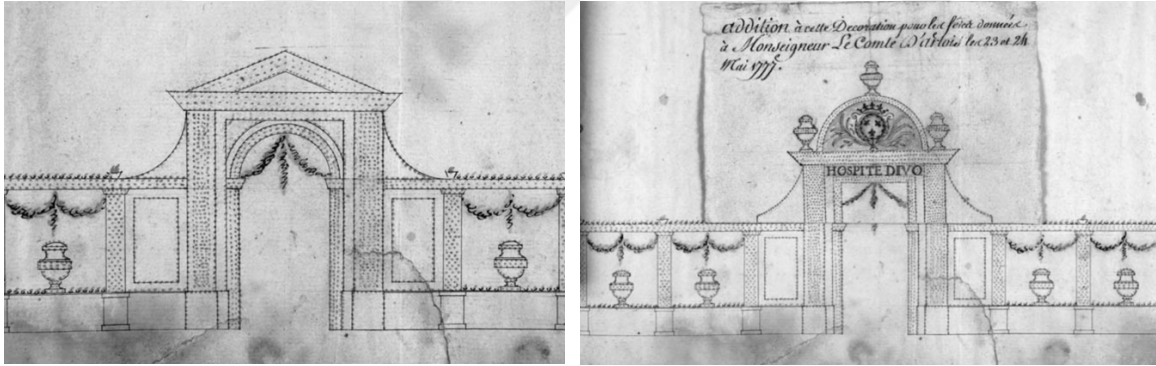
Görsel 2.70. Ateş kasırgası (100), sabit güneş (101), sigorta (102), dönen güneş (103), alternatif sabit güneş (104), havai fişeklerle doldurulmuş dekoratif roket (105) ve dönen ateş çarkı (106). Frézier'den, A.-F. (1747) *Traité des feux d'artifice pour le spectacle*, Paris, levha VIII. yazarın koleksiyonu. (Monin, 2008, s.169).

Görsel 2.71. Jean Le Pautre, Beşinci Gün, Versailles Kanalı Havai Fişekler, 1674, Félibien'den, *Divertissemens de Versailles*. (Bolduc, 2015, s.236).



Görsel 2.72. İktidar ve güç temsillerinin yanında saray hanedanına ait taç giyme törenleri ve evlilik kutlamalarında da şehirde geçici tasarımlar ile süslenmiştir. Lorraineli Christine'in Floransa'ya gelişi için düzenlenen dekorun gravür bir kopyası, Orazio Scarabelli, 1589.

Geçici festival mimarisi kutlamaların belirgin bir ögesi idi (Görsel 2.73). Bazı yapılar yeniden inşa edilmiş bazıları ise festival sürecinde eklemeler yapılarak festival kimliğine katılmıştır (Görsel 2.74). Geçici mimari olarak kaynaklarda dekor denilen yapı aslında günümüzde festival alanına giriş yaparken bizi karşılayan, festival sürecinde festivalin kimliğini ve mesajını yansıtan öğelerden pek de farklı bir şey değildir. Üzerlerinde düzenlendiği bağlamlar ile tipografik öğelerin bulunduğu, kraliyet armalarının ve saray sembollerinin yer aldığı birer kimlik göstergeleri olarak tasarlanmışlardır. Birkaç ay kadar dayanacak özellikte malzemelerden üretilmiştir. Festivaller mekânsal bir fenomen olan doğasıyla ve görsel duyulara hitap eden estetik biçimleri barındırma, insanları etkileme ve iletişim kurma gibi işlevleriyle, festival mimarisinin önemi başlıklarından olan geçici mimari öğeler ile kamusal alanları zengin kimlik göstergelerine dönüştürmüştür. Nitekim bu dönemde grafik sanatların yükselişi ile festivallerde kimliği yansıtan görsel duyulara hitap eden nitelikler daha başka bir noktaya taşınmıştır.



Görsel 2.73. Soldaki görsel, 1769'da Nantes'teki Place de la Bourse'de dikilen bir aydınlatma şemasını tasvir ediyor (Monin, 2008, s.176).

Görsel 2.74. Sağdaki görsel, orijinal çizime bir arka sayfa ilâştirilmiş ve Kont d'Artois tarafından verilen festivaller için giriş kemerini değiştirilmiştir (Monin, 2008, s.176).

Örneğin, “Elit bir tür” olan festival kitabı, erken modern festivaller ve törenler üzerine yapılan araştırmalarda özel bir yere sahiptir (Raband, 2014, s.17). 15. yüzyıldan başlayarak festivaller hakkındaki görsel kimliğe ve iletişim biçimlerine dair detaylı bilgi sahibi olmamızın arkasında kuşkusuz Gutenberg’in matbaayı icat etmesinin önemli bir rolü vardı. Gutenberg’in icadı kitap nesnesinde festival bilgisinin korunmasını sağladı; yaşanıldığı anda

ve mekânda kalmasının önüne geçerek ebedileştirdi. Böylelikle festival kitapları görsel kimlik kılavuzu niteliğinde bilgiler paylaşmış, düzenlenmesi planlanan festivallere örnek teşkil etmiştir diyebiliriz. Nitekim Taşcıoğlu (2013, s.56) “16. ve 17. yüzyıllarda kitapların basım ve dağıtımının gelişimiyle kültürel bir patlama da kendini gösterdi.” ifadesinde bulunur ve bu gelişmelerle bilimsel ve sosyokültürel konuların daha da geniş kitlelere hızlı bir biçimde yayılmış olduğunun altını çizer.

Dolayısı ile grafik sanatların genişleyen konumu ve grafik biçimler olarak gravür, ağaç baskı, illüstrasyon, eskizler, tipografi alanındaki yazı tasarımında yaşanan gelişmeler ile kitap nesnesinin birleşimi sanatçılara sayısız festival kitabı yaratma imkânı sunmuştur. Bir içeriğe biçim veren ve ele aldığı içeriği iletişim aracı olarak çeşitli platformlara uygulayan ve 19. yüzyıldan sonra bir disiplin haline dönüşecek grafik tasarımın tipografi alanındaki gelişmeleri de bu dönemde önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Özellikle “16. yüzyıl, Fransız yazı tasarımının altın çağı olarak nitelendirilebilir (Becer, 2013, s.94)”. Böylelikle 16. ve 17. yüzyılın belirgin festival ögesi, festivallerden hemen sonra öyküleyici bir anlatımla tasarlanan festivallerin kalıcılığını üstlenen festival kitapları olmuştur (Görsel 2.75.).



Görsel 2.75. *Relation de la feste de Versailles*, A. Félibien, 1679.

Saray güzellemesi yapan ve dini bağlamlar çevresinde düzenlenen festivallerin, zamanla halkın katılımından ayrışması, halk geleneklerinin dışlanması festivallerde ciddi bir azalış ortaya çıkarmıştır. Öte yandan, sanayileşmenin filizlendiği ilk zamanlarında insanların çalışma hayatının içinde çok fazla boş vakte sahip olmaması festivallere katılım ve kültürel değerlere karşı mesafelenme ile sonuçlanmıştır. Waldemar Cundy (2016, s.27) “Bu faktörler,

erken endüstriyel Avrupa’da birçok eski, geleneksel şenlik etkinliğinin azalmasına yol açtı.” ifadesinde bulunur ve akabinde 18. ve 19. yüzyılların çalkantılı siyasi arenasında festivallerin yeniden gelişmeye başladığı bir dönemin başlangıcı olduğunu da vurgular.

2.3.2. Sanayi devrimi ile festivalin değişen doğası

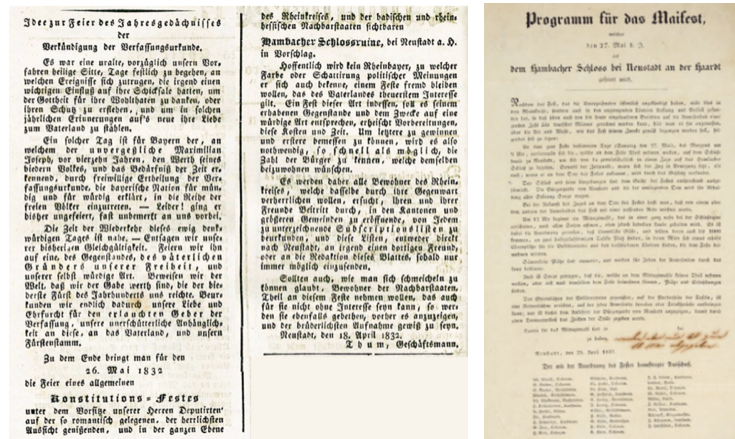
19. yüzyılda başlayan sanayileşme ile festivalin doğası evrensel niteliklere evrilmeye başlamıştır. Nitekim buharlı makineler ile ulaşım kolaylığı başlamıştır. Daha sonra uçak ve gemi seyahatleri ile bu imkanlar zenginleşmiştir. Ayrıca sanayileşme ile insanların elde ettiği gelir miktarındaki artış ile çalışma zamanları ve tatil zamanlarının belirgin ayrımı festivalin tarihsel gelişim seyrini değiştiren bir diğer kritik nokta olmuştur. Artık bir yerden bir yere gitmenin daha konforlu ve hızlı yöntemleri ile farklı ülkelerin ve bölgelerin festivallerine katılım kolaylaşmıştır. Festival iletişimi ise ulusal niteliklerinden sıyrılıp daha geniş bir alanda kendi söylemi ve amacını yansıtan daha geniş kitlelere temas eden bir niteliğe bürünmüştür. Festivaller seküler yaşam ve iletişim biçimi olarak farklı konularda düzenlenmeye başlamış, turizm, ekonomi, siyaset ve popüler kültür tarafından araçsallaştırıldığı bir yöne doğru gitmiştir.

Festivallerin görsel kimliğinde grafik tasarım ve iletişim biçimlerinin yükselen rolü, kuşkusuz 15. yüzyıl gibi erken bir dönemde matbaanın icadı ile belirgin bir nitelik kazanmıştır. Nitekim, Becer (2013, s.96) basılı yayınların ve kitapların üretimin artması sonucunda grafik iletişimin de daha fazla önem kazandığını ifade eder. Yeni bir festival yaratmak ve insanların katılımını sağlamak için iletişim biçimlerinin kullanılması büyük önem taşımaktadır. Günümüz hızlı ve çok yönlü mecraların olmadığını göz önüne alındığında, demokratik iletişim biçimleri ile (kitaplar, gazeteler, broşürler, afişler ve diğer görsel iletişim araçları) festivallerin ilan edilmesi önemli bir aşama olmuştur.

Özellikle sanayi devrimi ile beraber üretilen makineler grafik tasarımın gelişmesinde önemli rol oynadı. Endüstri Devrimi’nin simgesi olan buhar enerjisi, baskı teknolojisinde devrim yarattı (Becer, 2013, s. 96). 19. yüzyılda fotoğrafın bulunması, 1976’da Alois Senefelder tarafından bulunan renkli baskılara imkân sunan litografi tekniği ve 1886 yılında Ottmar Mergenthaler tarafından geliştirilen Linotipi makinesi grafik tasarım disiplininde önemli gelişmeler olmakla beraber festival iletişimine dair zengin alternatifler sunmuştur.

Bir yanda 19. yüzyılın sosyoekonomik ve siyasi gelişmeleri diğer yanda iletişim biçimlerinde alternatifler geliştiren yaratıcı tasarımlar, festivallerin bambaşka görsel kimliklere bürünmesini sağlamıştır. Festivaller artık bu gelişmelerden sonra grafik tasarım ile uzun bir yolculuğa çıkmıştır. Sosyal hayat geliştikçe ve dönüştükçe festivaller dönüşmüştür, tüm bunlar olurken grafik tasarım da yeni biçimler ile doğasını zenginleştirirken festivallerin iletişim ihtiyacını farklı alternatifler ile karşılamıştır.

19. yüzyılda farklı amaçlarla uluslararası boyutlarda festivaller düzenlenmiştir aralarında geleneği halen devam eden *Oktoberfest*, *Up Helly Aa Ateş Festivali* de vardır. Bu dönemde festival bir iletişim ve propaganda aracı olarak işlevini sergiler nitelikte siyasi liderlerin örgütlenme biçimi olmuştur. Örneğin, 1832 yılında Hambach kalesinde biraraya gelen siyasi fikirleri güçlü kişiler ile yurt içinden ve dışından her sınıftan insanın katılımıyla *Hambach Festivali* düzenlenmiştir. Festival Almanya’da dönemin sosyopolitik konuları hakkında güçlü söylemler içermekle beraber, festivallerin 19. yüzyılın ilk yarısında görsel dil ve iletişim biçimlerin kullanımında grafik tasarımın etkisinin örneklerini barındırmaktadır (Görsel 2.76, 2.77). Örneğin, Hambach festivalinde festival zamanında katılımcılara sunulmak üzere özel ürünler tasarlanmıştır (Görsel 2.78, 2.79, 2.80). Festivalin siyasi içeriğini betimleyen işlemeler, illüstrasyonlar çeşitli yüzeyler üzerinde uygulanmıştır. Bir dayanışma aracı ve ortak dil oluşturan bu ürünler, festivalin görsel kimliğinin önemli bir parçasına dönüşmüştür.



Görsel 2.76. Hambach Festivali, gazete ilanı.

Görsel 2.77. Hambach Festivali, festival programı.



Görsel 2.78. *Hambach Festivali katılımcıları ve festival mekânı illüstrasyonunun bez üzerine baskısı.*

Görsel 2.79. *Hambach Festivali katılımcılarına verilen, festival anlamını ve amacını sunan illüstrasyonlar.*

Kumaş üzerine işleme.

Görsel 2.80. *Festival önlüğü üzerindeki işlemenin cep detayı.*

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ÇAĞDAŞ FESTİVALLER VE GÖRSEL KİMLİK TASARIMLARI

3.1. 20. Yüzyılda Postmodernizm Etkiler Çevresinde Festivallerde Gerçekleşen Dönüşümler

Dünyayı farklı algılamamızı sağlayan “şüpheciliği” meşru dayanaklarından biri kılan postmodernizm “kesinlik”ten uzak, “esnek” bir akımdır (Özgüvenç, 2017, s.136). 1960’lı yılların sonunda ortaya çıkan postmodernizm, I. ve II. dünya savaşlarının sosyokültürel ve ekonomik etkisinin insan yaşamı üzerindeki yansımaları ile modernizme temellenen birçok düşünce ve eylem biçimini sorgulayan, çoğu zaman karşı bir duruş olarak konumlanan düşünce biçimidir. Modernizm ile belirginleşen evrensellik ve mutlak doğruların yerini yerellik, kültürel çoğunluk ve özgürlük bilincinin yer alması postmodern sürecin modernizme ve düşünce biçimlerine karşı durduğu konuların başında gelmektedir. Özellikle savaş sonrası ekonomik kaygılar, turizmin gelişmesi, küreselleşme ile birlikte kozmopolit karşılaşma alanları 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra büyük insan kitlelerinin bir araya geldiği zaman dilimi olarak festivalleri de etkilemiştir.

Postmodern süreçler, toplumsal gelişmelerle ve düşünce biçimleriyle sıkı sıkıya bağlı ilerleyen ve bu etkilerle yaratılan, düzenlenen, deneyimlenen festivalleri de farklı bir noktaya taşıyan bir dizi etkiyi barındırmaktadır. Bunların elbette ki başında Cundy’nin de (2016, s. 13) ifade ettiği gibi rolü 20. yüzyılda artan, sosyal, ekonomik ve politik olarak güçlü bir fenomen haline gelen kültür ve onun metalaştırılması, bir ürün olarak ele alınması gelmektedir. Festivaller, kültürün birçok yönünün önemli bir unsurudur. Bu nedenle, kültürün gelişmesi ve artan önemi, çağdaş dünyada festivallerin artan rolü ile takip edilmektedir (Cundy, 2016, s.15). Kültür postmodernizm sonrasında turizmde, ekonomide, politikada, şehirlerin ve bölgelerin kalkınmasında önemli bir ürün olarak yer almaya başlamıştır.

“İlerleme fikrinden sakınan postmodernizm, bir yandan her türlü tarihsel süreklilik ve bellek duygusunu ters ederken bir yandan da tarihi yağmalama ve orada ne bulabilirse onu şimdinin bir boyutu gibi bahsetme konusunda inanılmaz bir yetenek geliştirir. Örneğin postmodernist mimari geçmişten bölük pörçük unsurları eklektik biçimde alır ve bunları kendi keyfine göre karıştırır (Harvey, 2003. s.71)”.

Festivallerin çağdaş niteliğini ve artan çeşitliliğini etkileyen unsur olarak kültürün rolünü, Harvey'in postmodernizm düşünce biçimini ve eylemlerini açıklayan ifadesinde görebiliriz. Nitekim Cundy de festivallerin en eski örneklerinden çağdaş biçimlerine kadar kültür ile ilişkili yapısının altını çizer, bununla beraber çağdaş dünyanın sosyokültürel, ekonomik ve politik yönlerinde kültürün ürün olarak ele alınmasını doğal bir sonuç olarak festivallerin artan sayısına ilişkili kılar.

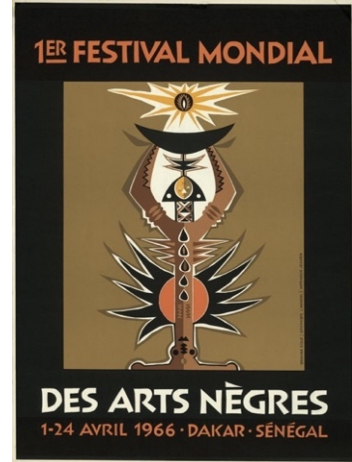
Çağdaş festivaller, turizmin artan önemi, küreselleşme, ekonomik kaygılar ile her konuda araçsallaştırılan belirli bir grubun, kültürün ya da ortak duygu ve düşünce biçimi çevresinde belirgin bir yaşam tarzına, yüksek sanatsal faaliyetlere ve politik amaçlara hitap etmesi gibi zengin alternatiflerle düzenlenerek bir artış sergilemiştir. Örneğin *Birinci Dünya Zenci Sanatları Festivali* bu kapsamda örnek olmaktadır. Belirgin bir grubun özel olarak toplanması ve bu doğrultuda eserlerini paylaşmak üzere festivaller düzenlemesi, dönemin gelişmelerini ve etkinliklere yansımaları göstermektedir (Görsel 3.1, 3.2, 3.3).



Görsel 3.1. *Birinci Dünya Zenci Sanatları Festivali'nden bir görünüm, 1966.*



Görsel 3.2. *Birinci Dünya Zenci Sanatları Festivali, 1966, Broşür Tasarımı.*



Görsel 3.3. *Birinci Dünya Zenci Sanatları Festivali, 1966, Afiş Tasarımı.*

Özellikle festivalleştirme kavramı etkinlik turizmi alanında festivallerin araçsallaşmasını, turizm bağlantılı ekonomik kaygıların çerçevesinde festivallerin düzenlenmesini ifade etmek için geliştirilmiştir (bkz. Getz, 2010, s.5). Çağdaş festivallerin doğasında hemen hemen her amaca yönelik festivaller düzenlenebileceği gerçeği

küreselleşme ve ekonomik, kültürel kaygılar güden, eğlence, boş zaman odaklı insanların yeni deneyimlere olan talepkâr tavrı çerçevesinde sanayileşme ile ilk adımları gerçekleşen, postmodernizm ve dijital devrim ile de üst noktalara taşınan bir sürecin sonucu olmaktadır.

Daha önceleri mistik ve üst kültür diyebileceğimiz toplumlar tarafından kutsanan kolektif olarak kabul görmüş ve ulvi amaçlar yüklenen festivallerin bugünü, yine belirgin bir amaç çevresinde bir araya gelmenin örneklerini sunarken her konuda düzenlenen seküler bir çeşitliliktedir. Sanayileşme, ulaşım kolaylıkları, turizm, küreselleşme, farklı kültürlerin toplum içerisinde kendini gösterme ve kabul ettirme girişimleri, ortak duygu düşünce ve beğenilerin paylaşılması ve bu konunun evrensel bir onaya ihtiyaç duymadan yerel, özgün bir noktada inşası karşımıza her konu hakkında düzenlenebilen çağdaş festival etkinlik biçimini konumlandırmıştır. Bu durum literatürde festival patlaması olarak adlandırılmaktadır. Umberto Eco “Gösteri Olarak Kültür” başlıklı yazısında 1970’lerden itibaren başlayan, sosyal yaşam içindeki etkinliklerin bir ürün olarak araçsallaştığı noktasına dair yorumunu şu sözleri ile dile getirmektedir;

“Şenlikler yerel yönetimin bir nesnesi durumuna dönüştükleri, kentin daha az marjinal kesimlerini ele geçirerek, tam da bu nedenle marjinal kesime seslenen toplulukların elinden çıktıkları anda bütün espirilerini yitirmişlerdir demek fazlaca ukalalık olur, ancak kuşkusuz bir “tür”e dönüşmüşlerdir, tıpkı polisiye roman, klasik tragedya, senfonik müzik ya da “toplu danslar” gibi (2018, s.191)”.

Ekonomik, tanıtım, turizm bağlantılı festivalleştirme kaygısı çağdaş festivallerin seyrini belirleyen, postmodern süreçlerden sonra yükselişe geçen önemli dönüşüm noktalarıdır. Sponsorlu etkinlikler, devletlerin ve ulusların kalkınma planları içerisinde yer alan festivalleştirme ve markalaşma etkinlikleri, bölgesel olarak bir ürünün tanıtımı ve gelir elde edilmesi, turizm bağlantılı ekonomik ve kültürel hareketlilik oluşturma girişimleri, literatürde postmodernizm sonrası festivallerde yaşanan dönüşümlerinin ana hatları olarak geçmektedir.

3.2. Çağdaş Festivaller ve Görsel Kimlik Tasarımlarına Etki Eden Sosyokültürel, Ekonomik ve Teknolojik Unsurlar

Tarih boyunca düzenlendiği toplum içerisinde sanatsal üretim teknikleri ve ifade biçimleri ile görsel kimliğe sahip kılınan festivaller, sanayileşme sonrası gelişen grafik tasarım disiplini ile görsel kimlik tasarımlarına kuramsal ve sistematik bakış açılarıyla çözüm bulmaya başlamıştır. Grafik tasarım disiplini festivali görünür kılan varlığını somutlaştıran bütün yüzeylerinde festivali temsil eden sembol, renk, biçim, doku ve tipografiyi görsel iletişim biçimi olarak yaratmaktadır.

Grafik tasarım, özellikle çağdaş festivallerin planlanmasında, gerçekleştirilmesinde hedef kitlesine ulaşmasında giderek daha da önem kazanan bir disiplin olmaktadır. Modernizm ve postmodernizm sonrası festivallerin, potansiyel katılımcıları için belli başlı beklentileri karşılaması gereken, bir dizi çağdaş gereklilikleri sunması yönünde yeniliklere ayak uydurması, iletişim biçimlerini de bu doğrultuda planlaması ve gerçekleştirmesi gerekmektedir. Kurumsal müşteriler ve izleyiciler, katıldıkları etkinliklerdeki deneyimden daha fazlasını talep ediyor. Etkinlik yöneticileri ve ajansları, istekleri yerine getirmek ve istenen sonuçları elde etmek için yaratıcılıkta ve üretimde sınırları zorluyor (McLoughlin, 2015, s.240). Bu noktada ise grafik tasarım festivallerin tasarlanmasında, gerçekleştirilmesinde, zamanda ve mekânda deneyimlenmesinde ve festival sonrasında da iletişimin devam etmesini sağlayan kilit bir noktada görev almaktadır.

Çağdaş festivallerin görsel kimlik tasarımlarını belirleyen ve uygulama biçimlerine ve yüzeylerine etki eden sosyokültürel gelişmeler, teknolojik unsurlar, toplumsal risk faktörleri ve etkinlik katılımcısının beklentileri gibi önemli noktalar vardır. Küreselleşme, simülasyon/deneyim ve teknolojik unsurlar genel itibarıyla görsel kimlik tasarımlarının uygulama yüzeylerini çeşitlendiren ve disiplinlerarası iş birliğini etkileyen önemli başlıklar olarak belirginleşmektedir.

3.2.1. Küreselleşme/Kozmopolitizm

Kozmopolitanizm, diğer kültürler, değerler ve deneyimlerle ilişki ve bunlara açıklık ile tanımlanır (Bennett ve Woodward, 2016, s.16). Çağdaş festivaller ise küresel etkileşime açıklık yaratan, görsel, işitsel ve eylemsel biçimde farklı kültürel deneyimlerle karşılaşma alanları olmaktadır; küresel ölçekte kültürel karşılaşmalar için deneyimler sunan, dünyanın çeşitli bölgesinden katılımın gerçekleştiği ve tanıtımının yapıldığı kozmopolit özellikler sergilemektedir.

Bu çerçevede tarihsel süreçte 20. yüzyıla gelindiğinde festivallerin görsel kimlik tasarımlarında ve iletişim biçimlerinde küreselleşme unsuru belirleyici olmaya başlamıştır. Önce endüstri daha sonra da dijital devrimle birlikte farklı kültürler etkileşime geçmiş, bu durum küresel bir kültür ve iletişim anlayışını beraberinde getirmiştir (Ergüven, 2021, s.65).

Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra belirgin olarak grafik tasarım disiplini küresel iletişim içinde önemli bir rol üstlenmiştir. Nitekim grafik tasarım disiplinin temel pratiği olarak kurumsal kimlik tasarımı da bu dönemde şirketlerin uluslararası ölçekte iletişim ihtiyacını karşılamak, rekabet alanları içinde varlığını somutlaştırmak, görsel bir kişilik kazandırmak için geliştiği ve bu doğrultuda da şirketlerin başarısı için önemli görüldüğü bir iletişim ihtiyacı olarak belirginleşmiştir. Uluslararası yolcuları ağırlayan büyük uluslararası etkinlikler, büyük havaalanları ve diğer ulaşım tesisleri, önemli bilgileri ve yönergeleri hızlı ve basit bir şekilde iletmek için resimli tabela programları oluşturmak üzere grafik tasarımcıları görevlendirmiştir (Meggs, 2012, s.427).

“1960'ların sonunda kapsamlı tasarım sistemleri kavramı gerçek oldu. Planlamacılar, büyük organizasyonlar ve etkinlikler için kapsamlı planlamanın yalnızca işlevsel ve arzu edilen değil, aynı zamanda gerekli olduğunu fark ettiler. Bu, özellikle uluslararası ve çok dilli bir izleyicinin yönlendirilmesi ve bilgilendirilmesi gereken dünya fuarları ve Olimpiyat Oyunları da dahil olmak üzere uluslararası etkinlikler söz konusu olduğunda doğru bir karardı (Meggs, 2012 s.428)”.

Grafik tasarım bir *kozmospace* (kozmpolit karşılaşma alanları) olarak çağdaş festivallerde, karmaşık ve yoğun bilgiyi yalın ve anlaşılır kılmaktadır; bilgiyi ve aktarılacak istenilen mesajı sembolik olarak ifade etmektedir. Bu doğrultuda küresel karşılaşma zamanı ve mekânı olarak festivallerde grafik tasarımın görsel kimlik yaratırken getirmiş olduğu

kapsamlı iletişim çözümleri ve uygulamaları kritik bir rol oynamaktadır. Özellikle çevresel grafik tasarım uygulamaları ile festival mekânında/bölgesinde dünyanın farklı coğrafılarından katılan insanların kolaylıkla bilgiye erişim ve yön ihtiyacını tayin etmektedir. Örneğin görsel kimliğinin bir ögesi olarak renk kullanımı ya da işaret ve sembollerin tasarım çözümlerinde küresel ölçekte kabul gören evrensel göstergelere uygun olarak yaratılması çağdaş festival kimliğinde kozmopolit karşılaşmalar için önemli olmaktadır.

Bu noktada 20. yüzyıla kadar daha bölgesel ilerleyen festival görsel kimliğinin önemli değişim noktalarından birisi de küreselleşme unsurudur. Örneğin 20. yüzyılın küresel bir etkinlik biçimi olarak olimpiyat oyunlarının görsel kimlik tasarımları, grafik tasarım tarihi içerisinde, evrensel iletişim ihtiyacının etkinlik zamanında ve bölgesinde gerçekleştirilmesine başarılı örnekler olarak yer almaktadır. Bunların arasında, Lance Wyman'ın 1968 Meksika Olimpiyat Oyunları için yaratmış olduğu görsel kimlik tasarımı, kozmopolit etkinliklerde, grafik tasarımın etkinlik başarısını iletişim çözümleriyle üst noktalara taşınmaktaki rolünü göstermektedir (Görsel 3.4). Meggs'e göre;

“Wyman ve Meksika'daki ortakları tarafından geliştirilen grafik tasarım sistemi, grafik özgünlük, yenilikçi işlevsel uygulama ve Meksika Olimpiyatı'na gelen binlerce ziyaretçi için değeri açısından ölçülen, görsel tanımlamanın evriminde en başarılı olanlardan biriydi (2012, s.430)”.

Nitekim Meggs (2012 s.429) “Bu tasarım sistemi o kadar etkiliydi ki, New York Times, “Tüm dillerde okuma yazma bilmeyebilir ve renk körü olmadığınız sürece çevrede başarılı bir şekilde gezinebilirsiniz.” diye ilan etti.” ifadesinde bulunur (Görsel 3.5, 3.6).



Görsel 3.4. 1968 Meksika Olimpiyat Oyunları işaret tasarımı.

Görsel 3.5. 1968 Meksika Olimpiyat Oyunları'nda yer alan bilgilendirme tasarımı.



Görsel 3.6. 1968 Meksika Olimpiyat Oyunları programı.

Bununla beraber küreselleşme, festival iletişiminde grafik tasarımın yaratmış olduğu görsel kimlik tasarımının küresel ölçekte bilinirliğini artırmak için çağcıl iletişim araçlarına uygulanabilir ve takip edilebilir kanalları ile yaratılmasını da gerekli kılmıştır. Festival başarısını katılım bağlamında öncülleyen, sponsorlu etkinlikler ve kültür-turizm bağlantılı organize edilen, bu tür alanlarda festivalleri araçsallaştıran karar mekanizmaları, görsel kimliğin reklam/tanıtım odaklı olarak yaratılmasını talep etmektedir. Bu doğrultuda afiş, broşür, reklam filmleri, hareketli videolar, sosyal medya kanalları ve teknoloji ile paralellik sergileyen görsel kimlik uygulamaları çağdaş festivallerin geniş kitlelere ulaşma talebinin uygulama alanları olmaktadır.

3.2.2. Simülasyon Çağı ve Deneyim Ekonomisi

Simülasyon Latince kökenli olup, kelime anlamı olarak herhangi bir şeyin benzerini yapmak, benzetim anlamına gelmektedir. Postmodern sürecin bir özelliği olarak “Orijinal olan ve onun kopyası (simülasyon) aynı gerçeklikte birleştirilir (Özgüvenç, 2017, s.137)”. Jean Baudrillard, simülasyon çağı kavramını öne süren postmodern dönemin önemli düşünürlerindendir. Baudrillard’ın simülasyon kuramına göre gerçek olan modeller aracılığı

ile yeniden türetilir, gerçekten var olan öğeler yeniden varmış gibi üretilerek hiper-gerçeklik yaratılır.

Çağdaş festivallerin araçsallaştırılan ve deneyim ile ilişkili yapısını güçlendiren bir özelliği de orijinal değerlerin (kültür, yaşam tarzı, kolektif beğeni, gerçeküstü olgular veya herhangi bir dönemsel yaşantı) yeniden üretilerek, bir kurgu ile simüle edilmesidir diyebiliriz. Simülasyon denildiğinde aklımıza genellikle teknolojik temelli deneyimler gelmektedir fakat Arundel Kalesi'nde düzenlenen *Ortaçağ Festivali* örneğinde de katılımcılar için adeta dönemin bir simülasyonu yaratılmaktadır. Bir pastiş pratiği olarak, kıyafetler, gerçekleştirilen gösteriler ve oyunlar, döneme özgü yazı karakteri ve sembollerin kullanımı festival süresince Ortaçağ ruhunu yansıtan göstergeler aracılığıyla deneyim sunmak üzere tasarlanmıştır (Görsel 3.7, 3.8).



Görsel 3.7. Arundel Kalesi Ortaçağ Festivali'nde bir satış alanı.



Görsel 3.8. Ortaçağ Festivali'nde dönem kıyafetleri ile elinde dönem bayrağı taşıyan festival katılımcısı.

Kültürel göstergelerin ele alınarak yeniden tasarlanması ve tekrar sergilenmesini sağlayan kültür turizmi, ekonomik fayda odaklı olarak turizmin gelişmesiyle ivme kazanmış, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren postmodern bir sonuç olarak festivalleşmenin temel noktalarından biri olarak konumlanmıştır. *Kültür Turizmi*, üyelerine kültür turizmi genel çerçevesi, ürün geliştirilmesi, uygulama planları, stratejiler konusunda destek sağlayan, *Dünya Turizm Örgütü* (UNWTO) Genel Kurulu'nun 22. oturumunda (2017) benimsediği tanıma göre “Ziyaretçinin temel motivasyonunun somut ve somut olmayan kültürel çekicilikleri öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm faaliyeti türü.” anlamına gelmektedir.

“Bir turizm destinasyonundaki ürünler, sanat ve mimari, tarihi ve kültürel miras, mutfak mirası, edebiyat, müzik, yaratıcı endüstriler ve yaşam tarzları, değerleri ile yaşayan kültürleri kapsayan bir toplumun ayırt edici maddi, entelektüel, manevi ve duygusal özellikleriyle ilgilidir. Sistemler, inançlar ve gelenekler (Https-1)”.

Bu doğrultuda kültür turizmi bağlantılı yaratılan çağdaş festivaller, düzenlendiği bağlam çevresinde bir kültürün simülasyonunu sunmaktadır demek yanlış olmayacaktır. Katılımcılar simüle edilmiş, benzetilmiş, yeniden yaratılmış olgular ile festival deneyimi yaşamaktadır.

Deneyim ekonomisi çalışmaları ile bilinen Pine ve Gilmore’a göre (1996) bir tüketici deneyim arayışındadır ve yeni deneyimler için para ve zaman harcamaya heveslidir. Yeni deneyimler yaşamaya ve bu deneyimleri elde etme güdüsü çağdaş insanın festivallerden beklentisini de değiştirmektedir. Festivaller özellikle çağdaş insanın beklentilerine cevaben otantik, çekici ve etkileyici deneyimlerin sahnesi olarak yaratılmaktadır.

Konsept, otantik ya da bir değer sergilemesi olarak festivallerin yaratılmaya çalışılması ve kurgunun ön plana çıkıyor oluşu, farklı bir zaman akışı deneyimlemenin potansiyel katılımcı için ortaya çıkan gereksinimleri, grafik tasarım disiplinin festivallerin görsel kimliğini zaman ve mekânsal olarak etkinlik amacını destekler nitelikte geniş perspektiften kapsamlı uygulamalarla yaratmasını gerekli kılmaktadır. Dolayısı ile festivallerin görsel kimlik uygulamalarında simülasyon ve deneyim belirleyici unsur olarak yer almaktadır.

“Etkinlik tasarım planında göz önünde bulundurulması gereken unsurlar, tasarımı içerir: mobilyalar, dekorasyon, fiziksel yerleşim, özel bağlam ve aksesuarlar. Pine ve Gilmore’a (1999) göre, bir deneyimi sahnelemek için düz alan ayırt edici bir alan haline gelmelidir. Mekân, izleyicilere organizasyon hakkında sözel olmayan ipuçları veren olanaklarla (destekler) katmanlanmıştır (McLoughlin, 2015, s.248)”.

Grafik tasarım disiplini bu bağlamda çağdaş festivallerin görsel kimliğini bütün yönleriyle el alan bir iletişim çözümü sergilemektedir. Disiplinler arası çalışmalar ile festival atmosferini yaratmaktadır. Ambalaj tasarımından kurumsal tişörtlere, anahtarlıktan uçağa kadar zaten geniş ve sürprizlerle dolu yüzeyler grubuyla çalışan tasarımcı için, mekânı

bütünüyle çalışmak, ilgi çekici ve onu farklı boyutlarda düşünmeye iten bir alan olmuştur (Taşçıoğlu, 2013, s.79). Hikâye anlatımı, teknoloji, sanal gelişmeler, yazılımsal çözümler, çevresel grafik tasarım festival mekânının bir simülasyon ve deneyim alanı olmasını sağlayan uygulamalar arasındadır. Grafik tasarım ise bu doğrultuda iş birlikleri ile McLoughlin'in de ifade ettiği gibi organizasyon hakkında sözel olmayan/görsel ipuçları veren, görsel iletişimi gerçekleştirmektedir.

“Ses kayıtları, fotoğrafçılık, hikâye anlatımı ve oyun. Bu tür yaklaşımlar, festivallerin daha derin, daha nüanslı bir “okunmasını” sunar ve festival etkinliğini oluşturmak için bir araya gelen çoklu, heterojen ilişkileri ve süreçleri yakalayabilen teorik ve kavramsal çerçevelerin geliştirilmesine katkıda bulunur (Duff ve Mair, 2021, s.17)”.



Görsel 3.9. *Lost Lands Festival* mekanının atmosferini yaratan tasarımlar ve enstalasyonları.

Görsel 3.10. *Lost Lands Festival 2022* festival afişi.

Örneğin *Lost Lands Müzik Festivali* adeta tarih öncesinin bir simülasyonu, yeniden yaratımı gibidir (Görsel 3.9, 3.10). Festival katılımcılarına tarihsel bir deneyim sunmaktadır ve grafik tasarımın festival atmosferini yaratırken rolü kıyafetlerden, sahne tasarımından mekânda yer alan enstalasyonlara kadar iş birliğine olan yatkınlığı ile çeşitlenmektedir. Taşcıoğlu'nun da ifade ettiği gibi “Sıradışı olmak, binlerce görsel mesaj arasından sıyrılabilmek, farklı deneyimler yaşatarak akılda kalıcı olabilmek amacıyla tasarımcılar yeni disiplinlere, yeni boyutlara ve yeni açılımlara başvurmaktadırlar (2013, s. 129)”. Dönemin, kültürün, kavramların görselleştirilmesi, festival görsel kimliğinin uygun göstergelerle yeniden yaratımı, grafik tasarımın görsel iletişim gücünü göstermektedir. Dolayısı ile çağdaş festivallerin görsel kimlik tasarımlarına etki eden önemli unsurlar olarak festivallerin simülasyon ve deneyim ile ilişkili doğası festival görsel kimliğinin birçok ürünü ve uygulamayı barındırmasını ve disiplinler arası iş birliği ile atmosfer yaratımını gerekli bir noktaya taşımaktadır.

3.2.3. Teknolojik Gelişmeler, Küresel İklim ve Toplumsal Risk Faktörleri

Çağdaş festivallerin görsel kimlik tasarımları ve uygulama alanlarını belirleyen, etki eden bir diğer ve belki de önemini her geçen gün artıran unsurların başında teknolojik gelişmeler gelmektedir. Hayatın diğer alanlarında olduğu gibi festivallerde de teknoloji sürekli değişiyor ve önümüzdeki yıllarda da bu değişimin hızının düşmesi pek mümkün görünmüyor (Duff ve Mair, 2021, s.12). Nitekim McLoughlin'e göre, “Teknoloji, çağdaş yaşamın önemli bir yönüdür ve izleyiciler, bir etkinlik veya festivale teknolojik entegrasyon beklemelidir. Seyirci katılım düzeyini artırmak için ilk etkinlik tasarımı aşamasında teknoloji dikkate alınmalıdır (2015, s.246)”.

Teknolojinin tam anlamıyla küreselleşen bir dünyanın merkezinde konumlanıyor oluşu ve dijital devrimsel yeniliklerin grafik tasarımın temel uygulama pratikleri içinde ilerleme gücü, festival görsel kimliğinin dijital kanallarda kendine ait bir söylem bulmasını kolaylaştırmıştır. Tasarımcılar gittikçe bir sistemin parçası oluyorlar. Projeler tek bir kişinin kontrol edemeyeceği şekilde büyüyüp karmaşıklıktıkça tasarımcıların pek çok beceriyi içinde bulunduran büyük ekiplerle çalışması gerekiyor (Twemlow, 2011, s.111). Grafik tasarımın disiplinler arası iş birliğine olan yatkınlığı ve festivallerin farklı disiplinlerin ortak

alışmaları ile gerçekleşen bir etkinlik biçimi olan doğası, çağdaş festivallerde görsel iletişim biçimlerini çağın gerekliliklerine uygun teknolojik bir noktaya ulaşmasını sağlamıştır diyebiliriz.

Duff ve Mair, teknolojinin festivallerdeki yerini şu sözleri ile ifade etmiştir;

“Geniş anlamda, teknolojinin festival çalışmaları üzerindeki etkisini kavramsallaştırmanın iki ana yolu vardır. Birincisi, festivalleri deneyimlemenin yeni, daha verimli ve daha etkili yollarını kolaylaştırmak için tasarlanmış donanım ve yazılımdaki gelişmeler; ikincisi, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik ve deneyimlerin kişiselleştirilmesi için platformlar sağlayan sosyal medya ve dijital pazarlamadaki gelişmeler (2021, s.12)”.

Örneğin Duff ve Mair’in de ifade ettiği gibi festivali sorunsuz deneyimlemek için güvenlik, konaklama, katılımcılarla iletişim, bilgi ve yön tayini adına kolaylıklar sağlayan dijital bileklikler; festival zamanında ve öncesinde güncel bilgilere erişmek adına geliştirilen mobil uygulamalar kullanılmaktadır. *Coachella Festivali* RDIF teknoloji ile kullanılan bilekliklere ve mobil uygulama kullanımına başarılı örneklerden olmaktadır (Görsel 3.11, 3.12).



Görsel 3.11. *Coachella Festivali* RDIF bileklik tasarımı.

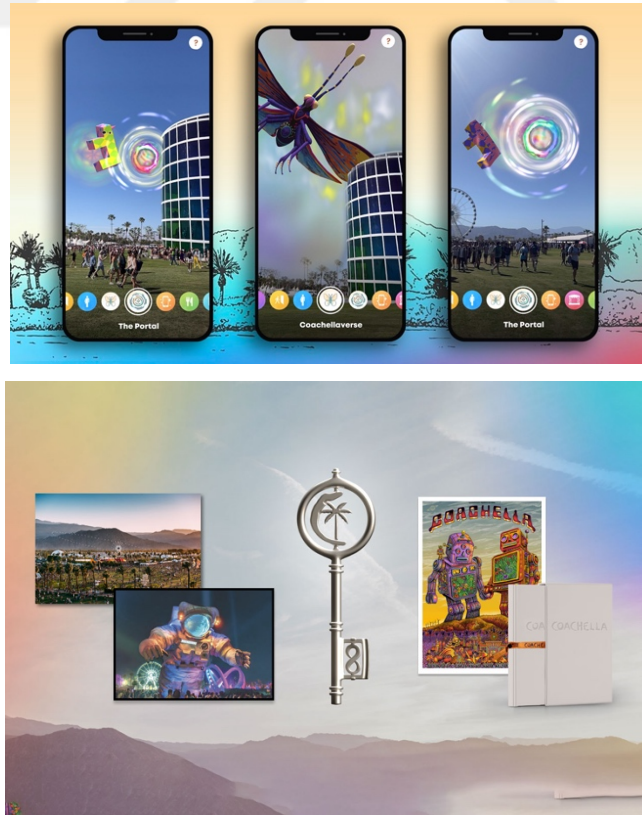


Görsel 3.12. *Coachella Festivali* mobil uygulama.

Bununla beraber *Coachella Festivali*, kullanıcı tarafından oluşturulan deneyimin kişiselleştirilmesi için gerekli teknolojik gelişmelere de önemli örnekler gerçekleştirmiştir. Misyonunu “Dünyanın en iyi markalarının tüketici deneyimlerini yeni 3D dünya için yeniden keşfetmelerine yardımcı olarak, XR ve metaverse için küresel lider olmaktır.” (Https2)

şeklinde ifade eden *Trigger XR* tarafından *Coachella Festivali* için katılımcı deneyimini artıracak olan, dijital uygulamalar geliştirilmiştir (Görsel 3.13, 3.14). Bu tarz AR uygulamaları, mobil paylaşım ağları, sosyal medyanın kişisel deneyimleri paylaşma ve aktarma işlevinin her noktasında festival görsel kimliğinin yansıtılması adına önemli olmaktadır. Bu alanlarda grafik tasarımcı arayüz ve kullanıcı deneyimi tasarımı, 3D modelleme gibi alanlarda aktif rol alarak festival görsel kimliğinin teknolojik devrim ile çeşitlenen birçok kaleminde yer almaktadır. Ve festivallerin teknoloji ile ilişkili gelişmeleri görsel kimliğinin sürekli olarak çeşitlenmesi ve gelişmesini etkileyen önemli unsurlardan olmaktadır. McLoughlin de ifadesinde bunun altını çizmektedir;

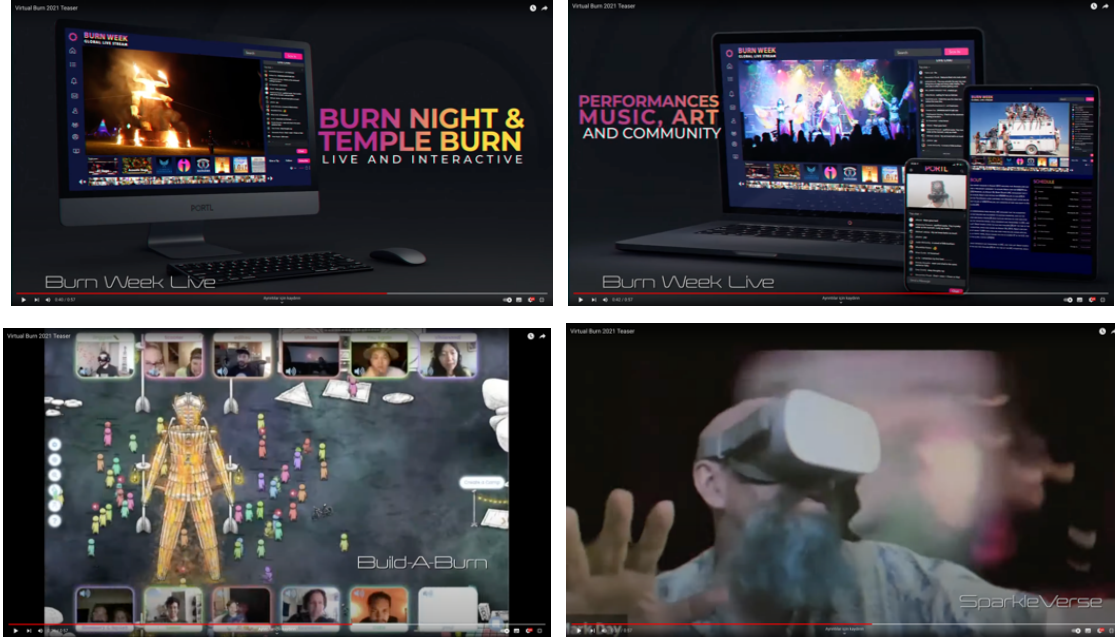
“Tüketiciler aynı zamanda etkinliğin marka kimliği ve içerdiği içerik veya seçenekler (alaka düzeyi, bağlam, sosyal etkileşim, yönlendirme) ve aynı etkinlikte arkadaşlar ve diğer ziyaretçilerle potansiyel olarak paylaşılan deneyim nedeniyle mobil uygulamalara ilgi duyuyor. Bu uygulamalar, daha güçlü bir marka bilinirliğine yol açar... (2015, s.239)”.



Görsel 3.13. *Coachella Festivali için Trigger XR tarafından tasarlanan AR filtreleri.*

Görsel 3.14. *Coachella Festivali NFT Koleksiyonu.*

Teknolojik gelişmeler ve grafik tasarımın festival görsel kimliği uygulama pratiklerinde değişen paradigmalara kolaylıkla uyum sağlayan doğasını bir diğer önemli unsur olan toplumsal risk faktörlerinde görebiliriz. Örneğin, festival görsel kimliği ve uygulama pratiklerine etki eden unsurların başında toplumda yaşanan, insanların kolektif eylemlerini etkileyen salgın hastalıklar ya da terör saldırıları gelmektedir. Duff ve Mair (2021) festivallerin gelecekteki araştırma yörüngeleri üzerine yapmış olduğu çalışmada bu durumun risk çağında festivaller başlığı altında incelemiştir. Dünyayı etkisi altına alan, bireyler ve gruplar arasında iletişimin yüz yüze ve mekânsal deneyimini engelleyen COVID-19 salgını sürecinde festivaller, kitlesel bir araya gelişlerin risk teşkil ettiği bir dönemde, dijital olarak gerçekleştirilmiştir. Örneğin dünyaca ünlü *BurningMan Festivali* Pandemi sürecinde sanal olarak deneyimlenmiştir. Festival mekânı sanal olarak katılımcılar için deneyimlenebilir bölümlerle, ortak arkadaşlarla etkinliği paylaşmaya ve katılıma açık olarak yaratılmıştır. Sanal gözlük kullanımı ve online paylaşım platformları ile festival sürecinde dijital deneyim sağlanmıştır (Görsel 3.15, 3.16).



Görsel 3.15. *BurningMan festivali sanal gerçeklik deneyimi ve dijital festival platformları.*



Görsel 3.16. *Sanal BurningMan mekânı.*

3.3. Çağdaş Festivallerin Düzenlenme Amaçları: Türkiye ve Dünya'dan Başlıca Örnekleri

Tarihsel olarak zengin ve köklü geçmişe sahip festival, günümüzde etkinliğini koruyan, işlevleri ve amaçları değişse de sosyal yaşam içinde yarattığı etki alanı açısından güçlü bir fenomen olmaktadır. Özellikle 1960'lardan itibaren turizm, ekonomik nedenler, küreselleşme ve elbette boş zaman çerçevesi dünya üzerinde festivallerin konumunu güçlendirmiş, sayıları her geçen gün artmıştır. Tüm dünyanın ilgisini çeken, bir eğlence ve deneyim biçimi olarak katılım için fırsat görülen, insanların tatillerini değerlendirmek amaçlı heyecanla beklediği festival türleri sosyal hayat içerisinde önemli bir yere sahip olmuştur.

Türkiye'de ise Cumhuriyet dönemi ile birlikte halk kültürüne yönelim ve eğlence biçimleri (cumhuriyet baloları gibi) kültürel kalkınma ve yapılanma planları içinde gerçekleştirilmiştir. Bununla beraber köklü geleneklerle, yerel halkın düzenlemiş olduğu festivaller de var olduğu gibi özellikle 1960'lı yıllardan sonra turizm odaklı ve kültürün bir ürün olarak ele alınması gibi postmodern etkilerle festivaller sponsor destekli olarak gerçekleştirilmeye başlamıştır.

20. yüzyılda postmodernizm ile birlikte festivallerin yaşamış olduğu dönüşüm yukarıdaki başlıklarda da bahsedildiği gibi birçok unsuru barındırmaktadır. Festivallerde yaşanan dönüşüm sonrasında günümüzde düzenlenme amaçları ve bu doğrultuda da sayıları yükseliş sergilemektedir. Kültürel, ekonomik, politik, turizm bağlantılı olarak festivaller hedefler doğrultusunda sıklıkla araçsallaştırılmaktadır.

Festivallerin düzenlenme amaçlarını belirgin olarak sınıflandırmak festival çeşitliliği göz önüne alındığında detaylı bir çalışmayı gerekli kılmaktadır. Bu konumuz sınırlılıkları ve

alan bilgisinin dışında bir çalışmadır. Bu doğrultuda çağdaş festivallerin düzenlenme amaçlarını, Türkiye ve Dünya'dan önemli örnekleri ve görsel kimlik tasarımlarını kültürel miras, ekonomik/markalaşma, eğlence/deneyim odağında üç başlık altında incelenecektir.

3.3.1. Kültürel ve Tarihsel Miras

Kültürel ve tarihsel miras olarak süregelen, köklü geçmişe sahip festivaller ülkelerin ve belediyelerin üzerinde titizlikle durduğu, toplumda yerleşik duruma gelmiş, kolektif olarak aidiyeti güçlendiren nitelikleriyle çağdaş festivallerin düzenlenme amaçları arasında yer almaktadır. Kimi zaman süregelen bir festival kültürel miras olarak devam ettirilmekle beraber, kimi zaman da herhangi bir kültürel ve tarihsel gelenek festivalleştirilerek yaşatılmaya çalışılmaktadır.

Örneğin dünyaca ünlü *Harbin Buz Festivali*, balıkçıların mumların çabuk sönmemesi adına buza şekil verdikleri ve mumu içine yerleştirdikleri bir gelenek doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Balıkçıların günlük yaşamı içinde bir ihtiyaç doğrultusunda başlayan bu gelenek, zaman içerisinde buzdan sanat eseri yaratmaya varan bir noktaya gelmiştir ve 1963 yılında festivalleştirilmiştir (Görsel 3.17, 3.18).



Görsel 3.17. *Harbin Buz Festival mekânı giriş yazısı ve logo kullanımı.*



Görsel 3.18. *Harbin Buz Festivali ışıklandırılmış buz kütleleri.*

Festivaller, düzenlendiği bölgede ya da ülkede, o toplumu oluşturan bireyler arasında ortak duygu düşünce birliğini, kolektif aidiyeti yeniden yaratır. İnsan ilişkilerini bu çerçevede geliştirir. Dahası, festivaller içinde kültürel bir araya gelme olanakları harikadır ve bu hem üreticiler hem de tüketiciler için festivallerin çekiciliğinin bir parçasıdır: kaynaşma, birlikte

oynama, sinerji bulma ve farklı tüketicileri, deneyimleri ve kültürel zevkleri kaydetme fırsatıdır (Bennett ve Woodward, 2016, s.12).

“... çağdaş festival, kültürel farklılığın yönlerini temsil etmek, karşılaşmak, birleştirmek ve araştırmak için potansiyel bir alan haline gelir. Daha genel olarak, topluluk, yerellik ve aidiyet hakkında bir şeyler iletirken, müzik, yemek veya yaşam tarzlarına adanmış çağdaş kültürel festival, kültürel çoğullaşma, hareketlilik ve küreselleşme süreçlerine yanıt olarak gelişir (Bennett ve Woodward, 2016, s.18)”.

Kültürel ve tarihsel miras bağlamında Türkiye’den bir örnek olarak, uzun bir geçmişe sahip olan *Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali*, 2012 yılında *UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Dünya Kültürel Mirası* listesinde yer alan önemli festivallerimiz arasındadır. Yaklaşık 500 yıllık bir geçmişe sahip olan festivalde her yıl Nevruz haftasında (21-24 Mart arasında) hazırlanan mesir macunu geçit töreninin ardından halk ile paylaşılmaktadır. Tarihsel olarak ortaya çıkışı Osmanlı dönemine uzanan festivalde bu doğrultuda geleneksel kıyafetler döneme vurgu yapmaktadır. Festival mekânı olarak insanların biraraya geldiği *Sultan Camii ve Avlusu* ise tarihsel geçmişiyle festivalin gerçekleştirildiği önemli bir buluşma noktası olmaktadır (Görsel 3.19).



Görsel 3.19. *Manisa Mesir Macunu Festivali 1958 yılından bir görünüm.*

“Osmanlı padişahı Yavuz Selim'in eşi ve Kanuni Sultan Süleyman'ın annesi Hafsa Sultan'ın Manisa'yı ziyareti sırasında hastalandığına dair bir inanış vardır. Hastalığına çare bulunamayan padişahın yaptırdığı Sultan Camii Medresesi'nin başındaki Merkez Efendi, bitki ve baharatlardan oluşan bir macun hazırlamıştır. Bu macunu yedikten sonra sağlığına kavuşan Hafsa Sultan, 41 çeşit baharattan oluşan bu macunun halka dağıtılmasını istemiştir. Halktan gelen yoğun talebi karşılayamayan Sultan, Hafsa Sultan tarafından yaptırılan Sultan Camii'nin kubbe ve minarelerinden hamurların kâğıda sarılarak halka dağıtılmasını emretti. Böylece gelenek 1539'da doğdu ve o günden itibaren her yıl 21 Mart'ta halk Sultan Camii önünde toplanmaya başladı (Özbalcı, 2013, s.489)”.



Görsel 3.20. Manisa Mesir Macunu'nun festival için hazırlık aşaması ve dağıtımı.

Görsel 3.21. Geleneksel kıyafetler ile festival geçit töreninde yer alan katılımcı.

Görsel 3.22. Döneme ait kostüm ile festival alanında macun yapımı.

Festivalin bir tarih simülasyonu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Geçit töreninde dünya üzerinden çeşitli ülkelere ait geleneksel kıyafetler ile danslar edilmekte, oyunlar oynanmaktadır. Festival içeriği bu doğrultuda başarılı bir şekilde dışavurum sergilemektedir. Fakat festival iletişimi görsel kimlik tasarımı açısından yorumlanacak olursa yeterli örneğe ulaşılmamakla beraber incelemelerde bulunabileceğimiz, hakkında detaylı

bilgilere erişebileceğimiz bir sosyal medya hesabı ve web sitesinin de aktif olmadığı görülmektedir.

Festivalin logosu, mesir macunun renkli ambalajlarını yansıtan renk skalasına sahip bir seçimle tasarlanmıştır (Görsel 3.23). Çeşitli baharatların karışımını temsil eden bir havan üzerinde festivalin kaçıncı kez düzenlendiği ve festival adı ile yer almaktadır. Bu doğrultuda festival görsel kimliğini ve anlamını taşıyan sembolleştiren logosunda tasarım ilkeleri doğrultusunda hatalar içeriği görülmektedir. Tipografik açıdan tutarlılık sergilemeyen yazı karakteri ve punto seçimleri bilgi karmaşası yaratmakla beraber görsel iletişim açısından başarılı bir görsel kimlik sistemi olmadığını göstermektedir.



Görsel 3.23. Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali logo tasarımı

Görsel 3.24. 475. Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali afişi

Benzer biçimde afiş tasarımında da hiyerarşi, logodaki tutarlılık ve bilginin sıralı aktarımında düzensizlikler göze çarpmaktadır (Görsel, 3.24). Festival içeriğini, mesir macunu ambalajındaki renk ve üretimde kullanılan havanın birleşimi ile yansıtmaya çalışan görsel kimlik tasarımı bu açıdan başarılı olsa da belirgin bir kimlik sistemine sahip olmadığı görsel iletişim ürünlerinde ve uygulama biçimlerinde gözlemlenmektedir.

Uluslararası olarak gerçekleştirilen, kültürel ve tarihi bir miras biçimi olan, UNESCO kültür mirası listesinde de yer alarak önemini güçlendiren Manisa Mesir Macunu Festivali içeriğinin daha sistemli olarak yansıtılması, festival iletişimini, başarısını daha üst noktalara

taşımasında önemli rol oynayacaktır. Sosyal medyanın ve teknolojinin aktif kullanımı da etkileşimi artırarak festival deneyimini güçlendirmekle beraber geniş kitlelere ulaşmasını sağlayacaktır.

3.3.2. Ekonomik ve Markalaşma

“Tanımları gereği, bugün festivaller, belirli (ve bazı durumlarda oldukça niş) izleyicileri hedef alan oldukça organize ve metalaştırılmış etkinliklerdir. Hem ekonomik hem de kültürel ölçek ekonomilerine ulaşmak için mükemmel bir fırsattır; ekonomik olarak, mega festival, kültürel üretim açısından ölçek ekonomileri sunarak sınırlı bir süre boyunca bir alan veya bir site içinde bir dizi sanatçıyı toplayıp sunabilir (Bennett ve Woodward, 2016, s.12)”.

Bennet ve Woodward’ın da ifade ettiği gibi özellikle postmodernizm sonrası festivaller ekonomik olarak metalaştırılmış etkinlikler olarak yer almaktadır. Ekonomik kaygılar çağdaş festivallerin düzenlenme amaçlarında önemli noktalardandır. Bölgenin ve ülkelerin refah seviyesindeki artışa olan talebi ve küresel ölçekte turizmin markalaşma ile bağlantılı gelir kaynağına olan ilişkisi ekonomi ve markalaşma bağlantılı festivallerin sayısını artırmıştır. Özellikle belirgin bir kültürü ve markalaşmış bölge ya da ürünü konu alan küresel ölçekte katılımın gerçekleştiği festivaller dünya çapında ilgi çektiği için önemli kazançlar sağlamaktadır.

Örneğin bugün dünyaca ünlü *Rio Karnavalı*, şubat ayının sonunda ya da mart başlangıcında, Brezilya’nın Rio de Janeiro şehrinde düzenlenen dünyanın her yerinden turist katılımının gerçekleştiği markalaşmış bir etkinlik olmaktadır. Dünyanın en meşhur ve en geniş çaplı karnavalı olarak Rio de Janeiro’da etkinlik zamanında ülkenin gelir seviyesinde ciddi bir artış yaşanmaktadır. Birbirinden zengin kostümlerin, tüylü kıyafetlerin, dans şovlarının yapıldığı karnavalda, samba okulları dans gösterileri, müzikleri ve kostümleriyle görsel şölen yaşanmaktadır (Görsel 3.25, 3.26).



Görsel 3.25. Rio Karnavalı 'nda kostümlü bir katılımcı



Görsel 3.26. Rio Karnavalı samba okulları geçit töreni

2022 yılında Rio Karnavalı samba okulları için çatı olacak görsel kimlik tasarımı gerçekleştirilmiştir. Karnaval içerisinde başarılı ve sistemli iletişim çalışmasına örnek olmaktadır; karnaval ruhu, renk kullanımı, dans ve bayrak hareketleri logoda yansıtılmaktadır (Görsel 3.27, 3.28, 3.29). Portekiz tasarım ajansı *Tátil Design*, yaratılan görsel kimlik sistemi ve logo tasarım hikayesini şu şekilde ifade etmektedir;

“Her şeyden önce samba topluluğunun gücünü ortaya çıkaracak güçlü, çağdaş bir kimlik geliştirmeyi hedefledik. Karnavalın ruhu ve bedeni onlar. Tüm süreç boyunca onlar için değil, onlarla birlikte gelişmek çok önemliydi. Herkesi toplu olarak temsil eden, bulaşıcı enerjisi, sıradanı sıra dışı hale getirme yeteneği olan bir marka aradık. Ama aynı zamanda her okulun, her üyenin temsil edildiğini hissetmesini istedik. Bu nedenle marka her okulun rengini giyiyor ve her davul setinin samba dönüşlerine eşlik eden hareketlerle gelişiyor (<https://www.tatil.design>)”.



Görsel 3.27. Rio Karnavalı Samba Okulları logo tasarımı



Görsel 3.28. Rio Karnavalı Samba Okulları görsel kimlik tasarımları



Görsel 3.29. Rio Karnavalı Samba Okulları afiş ve reklam çalışmaları

Çevresel grafik tasarım, tshirt, fotoğraf filtreleri, mobil uygulama ara yüzleri gibi birçok yüzeyde görsel kimliğin sistemli olarak başarılı uygulamaları markalaşma açısından önemli katkılar sunmaktadır. Türkiye’de de markalaşma yönünde festivallerin araçsallaştırılmasına 2021 yılında ilki düzenlenen, *Türkiye Kültür Yolu Festivalleri* örnek gösterilebilir. Web sitesinde belirtilen amaca göre; Dünyanın en kapsamlı kültür sanat projelerinden biri olan Türkiye Kültür Yolu Festivalleri, Türkiye’nin kültürel değerlerini

mimarlık, tarih, kültür ve sanat yoluyla zihinlere aktarmanın yanında şehirlere marka etkinlikler de kazandırmaktadır (Https-8).

“Kültür Yolu, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın hayata geçirdiği projelerden birisidir. “Kültür Yolu”, kültürümüzün şehir/semte merkezli olarak ele alındığı, sanat-zanaat-gastronomi-sohbet-gösteri-eğlence vb. etkinliklerin, mekanların, her yaşta halkın ve ziyaretçilerin buluştuğu rotanın adıdır (Https-9)”.

İstanbul, Ankara, Çanakkale gibi çeşitli illerde düzenlenen ve düzenlenmesi planlanan farklı festivalleri kapsayan proje aynı zamanda başarılı görsel kimlik tasarımlarına sahiptir. Her şehrin kültür yolu festivali için ayrı bir logo tasarımı, web sitesi, sosyal medya hesapları olan ve düzenlendiği şehirde afiş tasarımları, kullanılan bayraklar ve etkinlik rotalarına konumlanan çevresel grafik tasarımları bağlamında yerleştirmelerle başarılı bir iletişim süreci gerçekleştirmiştir. Şehirlerin kültürel değerleri, sembolik mekânları, tarihi yapıları gibi göstergeler görsel kimlik tasarımlarında yer almıştır. Tasarımların şehre ve etkinlik mekânlarına yayılan uygulamaları festivalin anlamını ve çağrısını sunan görsel izlekler yaratmıştır.

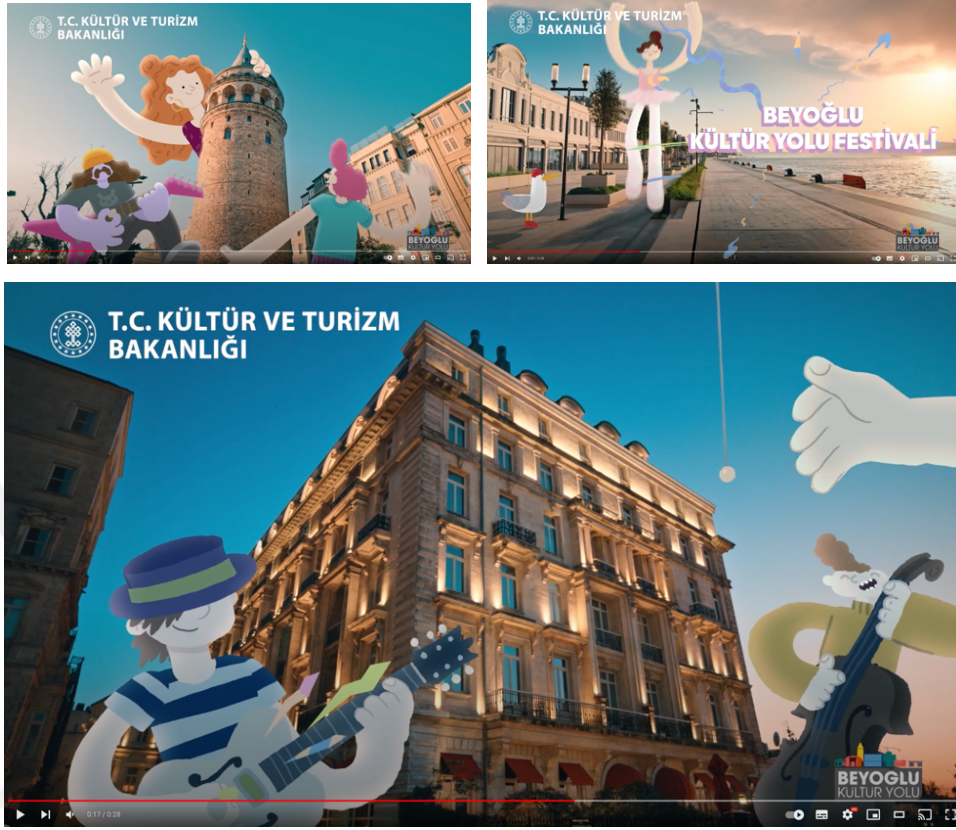


Görsel 3.30. *Kültür Yolu Festivalleri Logo*

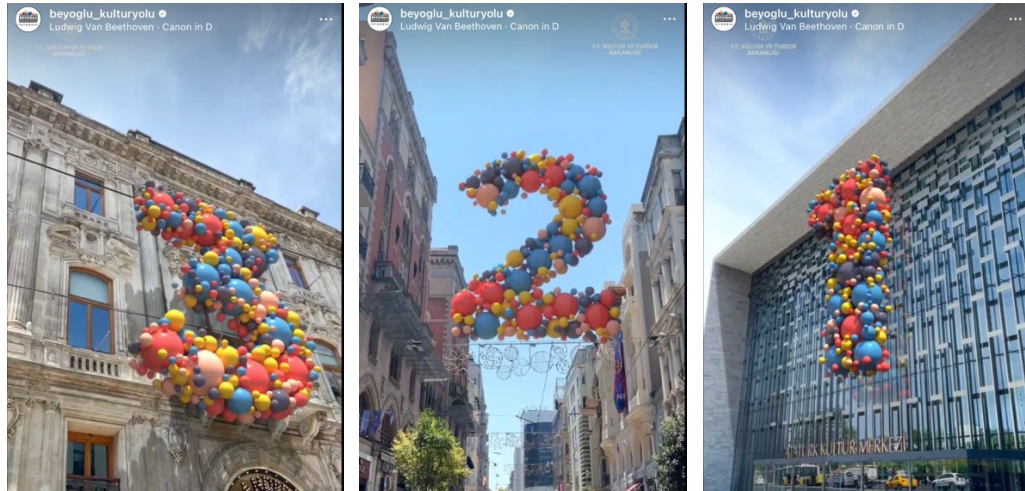


Görsel 3.31. *Kültür Yolu Festivalleri sitesinde festivaller hakkında detaylı bilgi sunan tasarımlar.*

Özellikle 2022 yılı *Beyoğlu Kültür Yolu* reklam filmi çalışması hareketli grafikler ve film içerisine yerleştirilen şehrin kültürel mekânlarında çeşitli illüstrasyonların kullanımı ile başarılı bir tanıtım/duyuru filmi olduğu söylenebilir (Görsel 3.32). Festival iletişimi açısından kritik bir aşama olarak festivallerin duyurusunun gerçekleştirilmesi özellikle markalaşma bağlamı ile yaratılan festivallerin potansiyel katılımcıların dikkatini çekmek, zihninde yer etmek adına önemli bir aşama olmaktadır.



Görsel 3.32. *Beyoğlu Kültür Yolu Festivali tanıtım filmi.*



Görsel 3.33. *Festival zamanı için paylaşılan geri sayım videoları.*

Bununla beraber festival sürecinde sosyal medyada ve etkinlik mekânlarında kullanılan görsel kimlik uygulamaları da bütünlük içerisinde ilgi çekici olarak yaratılmıştır. Festival başlangıç zamanı duyurusu olarak etkinlik mekânlarını üzerine yerleştirilmiş rengarenk

balonların uçtuğu videolar, sosyal medya hesaplarından paylaşılarak, ilan edilmiştir (Görsel 3.33). Dijital platformlarda görsel kimlik uygulamaları çağdaş festivallerin bir gerekliliğidir. *Kültür Yolu Festivalleri* bu noktada ilgi çekici, amacını yansıtan fotoğraf, video ve illüstrasyonlar ile uygulama yüzeylerinde tutarlı bir görsel kimlik izleği yaratmıştır diyebiliriz.



Görsel 3.34. Etkinlik mekanlarında ve noktalarında yer alan sahne tasarımları.



Görsel 3.35. Festival etkinlikleri afiş tasarımları ve sosyal medya hesabından yapılan paylaşımlar.

3.3.3. Deneyim, Eğlence, Yaşam Tarzı, Sanat ve Boş Zaman

Festivaller, sanayileşme sonrası gerçekleşen çalışma saatleri sonrasında boş zamanı değerlendirme biçimi olarak görülmesiyle ve 19.-20. yüzyıl arasında uçak, tren, büyük tur şirketleri gibi ulaşım araçlarındaki gelişmeler ile hemen hemen her kesime, yaşa ve sosyokültürel ihtiyaca göre çeşitlendiği bir süreç içinde zenginleşmeye başlamıştır. Deneyim, eğlence, ortak yaşam tarzı ve sanat bağlamında düzenlenen festivaller hızla çeşitlenmektedir. Gerçekten de çağdaş küresel festival manzarasının çeşitliliği o kadar fazladır ki, sürekli genişleyen bir yaşam tarzı zevkleri ve tercihleri yelpazesi artık çeşitli farklı festival ortamlarında barındırılmaktadır (Bennett ve Woodward, 2016, s.14).

Özellikle estetik haz çevresinde bir araya gelmenin arenası olarak festivaller yüksek kültürün (yani sanatın) ifade aracı bulduğu etkinliklerden olmaktadır. “Sanatın amacı duyduğumuzu başkalarına ulaştırmaktır... (Read, 2014, s.9)”. Herbert Read’in de söylediği gibi sanatın amacı “güzel olanı” başkalarıyla paylaşmaktır. Bu çerçevede dinlemekten ve izlemekten keyif aldığımız, kendiliğinden güzel olana temas ettiğimiz zaman dilimleri olarak, dünyada farklı sanat biçimlerini konu alan festivaller düzenlenmektedir.

Çeşitli kültür-sanat türlerini konu alan festivaller, dünya üzerinde önemli karşılaşma alanları olmakla beraber, sanat eserleri ile temas edilen, paylaşılan ve hakkında konuşmalar yapılan bir imkân sunmaktadır. Dünyaca ünlü *Cannes Film Festivali*, *Londra Tasarım Festivali*, *Altın Portakal Film Festivali*, *WOMAD Festivali* gibi etkinlikler sanat, yaşam tarzı, dans ve müzik çevresinde düzenlenen meşhur festivallerden olmaktadır.

Yaşam tarzı, ortak beğeniler, eğlence ve sanat evresinde gerçekleşen çağdaş festivallerin görsel kimlik tasarımları, etkinliğin kendisi kadar potansiyel katılımcıların heyecanla takip ettiği, sadece festival iletişimini gerçekleştirmekten öte kendi içinde bir başyapıt gibi değer sergilemektedir. Örneğin “*Festival De Cannes*” afişleri takipçileri için festivalin kendisi kadar ilgi çekici ve takip edilen tasarımlar olmaktadır (Görsel 3.37, 3.38). Öyle ki etkinlik mekânı *Grand Theatre Lumiere'de* festivali tanımlı kılan ve o yılki temasını, iç görüsünü somutlaştıran afişin yerleştirilmesi gazetecilerin, çevredeki insanların takip ettiği, izlediği bir ritüel ile gerçekleştirilmektedir.



FESTIVAL DE CANNES

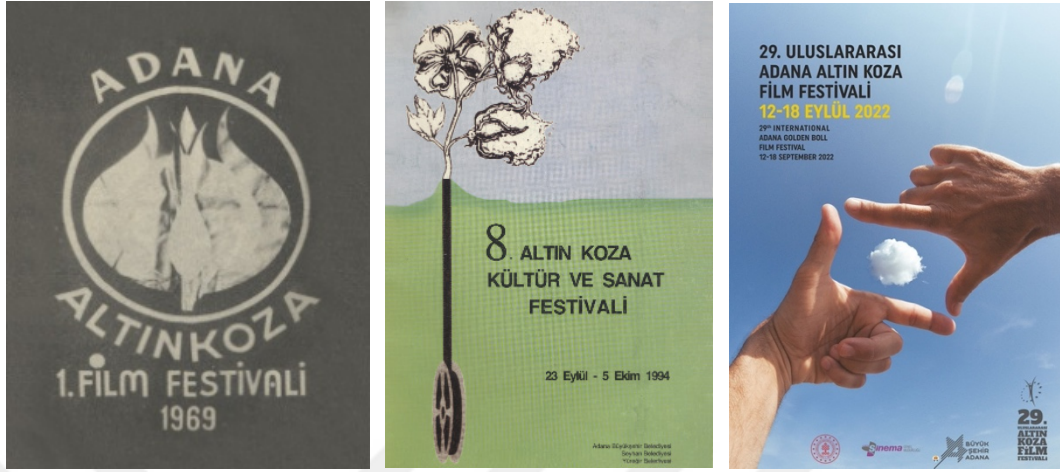


Görsel 3.36. Cannes Film Festivali logosu.

Görsel 3.37. 75. Cannes Film Festivali Afişi.

Görsel 3.38. 75. Cannes Film Festivali Afişi Grand Theatre Lumiere' deki görünümü.

Sanat festivalleri ortak estetik hazzı deneyimlemek için bir araya gelen insanların yüksek kültürün unsuru olan sanat biçimlerini deneyimlediği, paylaştığı ve gelişimine katkıda bulunduğu kültürel bir hareketlilik alanı yaratır. Dünyada yahut düzenlendiği bölgede sanatçıların ve sanat eserlerinin ön plana çıkmasını sağlayan etkileri vardır. Festival görsel kimliği de bu doğrultuda festivalin amacına ulaşmasında iletişim rolüyle beraber estetik bir değer taşıması sergilemesinde önemli olmaktadır. Türkiye’de de bu doğrultuda *Uluslararası Adana Altın Koza Film Festivali*, *İzmir Caz Festivali*, *Ankara Film Festivali* gibi önemli kültür sanat etkinlikleri gerçekleştirilmektedir. Bununla beraber gösterimler, konserler ve konferanslar gerçekleştirilen etkinliklerin görsel kimlik tasarımları ve afişleri de Türkiye’de festival görsel kimlik tasarımları haznesini zenginleştirmektedir (Görsel 3.39, 3.40, 3.41).



Görsel 3.39. 1. Altın Koza Film Festivali Afişi.

Görsel 3.40. 8. Altın Koza Film Festivali Afişi.

Görsel 3.41. 29. Altın Koza Film Festivali Afişi.

İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSİV) 1973 yılından bu yana ülkemizde kültür sanat odaklı festivallerin gelişmesinde önemli rol üstlenmiştir.

“İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSİV), dünyadaki kültür ve sanat üretiminin seçkin örneklerini, yeni girişimleri ve değişik akımları İstanbul'daki sanatseverlere sunmak, Türkiye'nin kültürel zenginliğini dünyaya tanıtmak ve İstanbul'u uluslararası kültür-sanat platformunun önemli merkezlerinden biri haline getirmek amacıyla 1973 yılında kuruldu (Https-6)”.

İKSİV festivalleri görsel kimlik tasarımlarında Türk grafik tasarım tarihinin önemli isimleri tarafından üretilen başlı başına bir arşiv niteliğinde tasarımlara sahip olmuştur. Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen grafik tasarımcıları İKSİV bünyesinde düzenlenen festivallerin afişlerini ve görsel kimlik tasarımlarını gerçekleştirmiştir. 1973'te düzenlenen ilk *İstanbul Festivali* afişi *Mengü Ertel* tarafından tasarlanmıştır (Görsel 3.42, 3.43.).



Görsel 3.42. Mengü Ertel'in tasarlamış olduğu 1973 İstanbul Festivali Afiş Tasarımı.

Görsel 3.43. 1973 İstanbul Festivali'ne ait bilet.

“İKSV’nin ilk İstanbul Festivali’ni düzenleyeceğini şehrin dört bir yanında, Mengü Ertel imzalı afişlerle duyurmasıyla büyük bir geleneğin ilk adımları atılmış oldu. Başlangıcından bugüne İstanbul Film, Müzik, Caz, Tiyatro Festivalleri, İstanbul Bienali, İstanbul Tasarım Bienali ve Filmekimi afişleri, Yurdaer Altıntaş, Bülent Erkmen, Yeşim Demir, Sadık Karamustafa, Esen Karol, Paul McMillen gibi birçok değerli tasarımcının ve Alametifarika, DDB&Co, Hep İletişim, Muhabbet, Reklamevi, TBWA gibi yaratıcı ajansların imzalarını taşıdı (Https-4)”.

1994 sonrası kurumsallaşması ve festivallerin caz, tiyatro, müzik gibi farklı türlere ayrılması ile görsel kimlik tasarımı ve sisteminde değişime gidilmiştir. Bülent Erkmen tarafından tasarlanan İKSV görsel kimlik sistemi ufak değişiklikler ile halen kullanılmaya devam etmektedir. İKSV bünyesindeki her festivalin bir logosu, web sitesi, sosyal medya hesapları ve her yıl değişen görsel kimlik tasarımları vardır. Kuruluşundan bu yana görsel iletişime olan hassas yaklaşımı ile festival afişleri için yarışmalar düzenlenmiştir. Halen festivallerin görsel kimlik tasarımları ülkemizde önemli grafik tasarımcılar, ajanslar

tarafından yaratılmaktadır ve İKSV Türkiye'nin festival/etkinlik görsel kimlik tasarımının kalitesini artıran, takip edilen ve tarzları belirleyen bir konumdadır.



Görsel 3.44. 1994 yılı İKSV görsel kimlik ve marka tasarımı, Bülent Erkmen.

Görsel 3.45. 1994 yılına ait Bülent Erkmen'in yapmış olduğu festival afişleri.



Görsel 3.46. 1979 - Mimar Sinan Üniversitesi'nde gerçekleşen 7. İstanbul Festivali Afiş Yarışması'ndan bir kare.



Görsel 3.47. Yurdaer Altuntaş'ın 1993 İstanbul Film Festivali Afiş Tasarımı



Görsel 3.48. Olcay Okan'ın 13. İstanbul Festivali Afiş Tasarımı

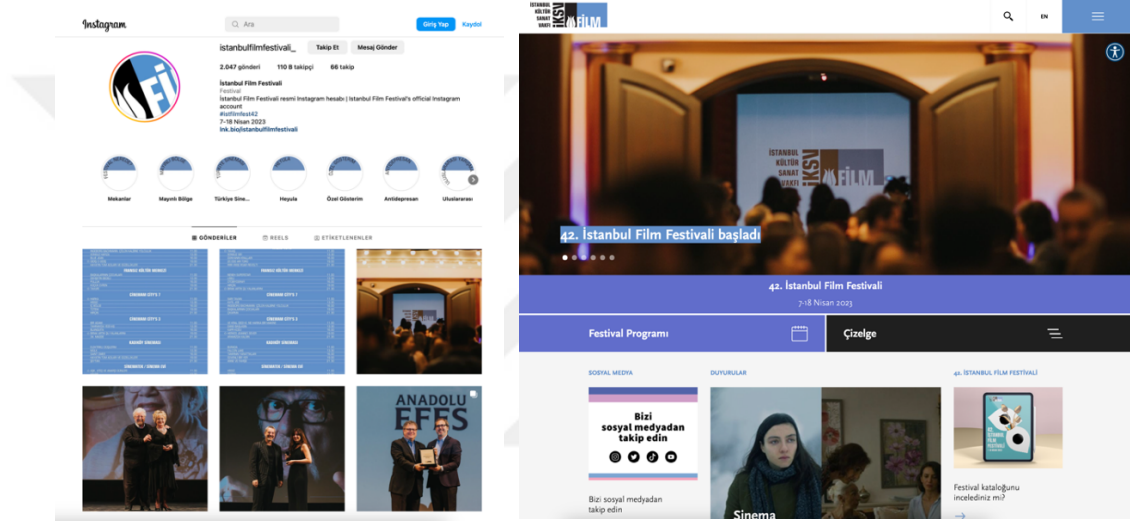


Görsel 3.49. Mengü Ertel'in 1. İstanbul Tiyatro Festivali Afiş Tasarımı

Festival iletişiminin her aşamasında görsel kimliğin başarılı kullanımı ve uygulama yüzeylerinin birçok kalemden oluşan zengin yüzeyleri İKSV markasını güçlendirmektedir. İKSV festival iletişimde grafik tasarımın gücünden faydalanarak, dijital ve basılı mecralarda, sosyal medya platformlarında, mekân grafiklerinde ve başlı başına bir geleneğin parçası olan afişlerinde festivalin amacının görsel dışavurumları başarılı bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Görsel 3.50, 3.51, 3.52, 3.53, 3.54, 3.55, 3.56).



Görsel 3.50. İKSV Film Festivali logosu.



Görsel 3.51. 42. İstanbul Film Festivali Afişi.

Görsel 3.52. 42. İstanbul Film Festivali Afişi.

Görsel 3.53. 42. İstanbul Film Festivali Afişi.

Görsel 3.54. 42. İstanbul Film Festivali Instagram hesabı.

Görsel 3.55. 42. İstanbul Film Festivali Web Sitesi.

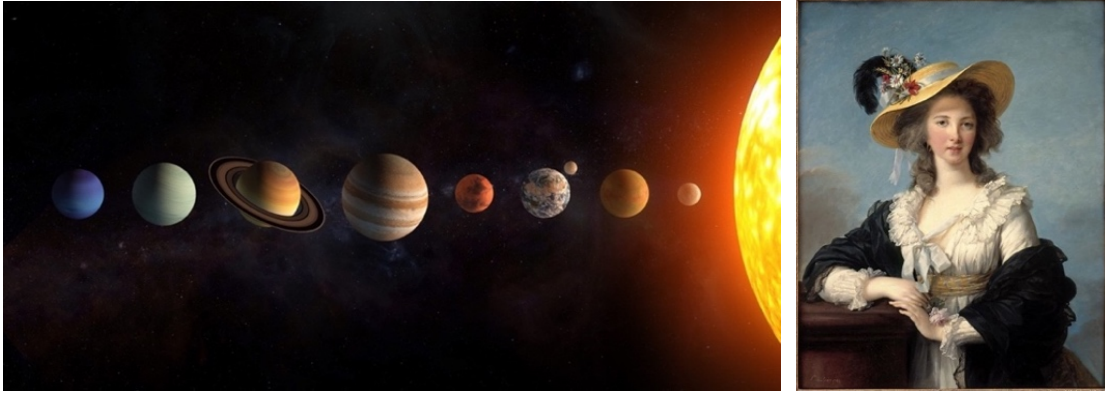
Görsel 3.56. 42. İstanbul Film Festivali Afişinin sahne uygulamasına bir örnek.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. FESTİVAL VE GÖRSEL KİMLİK

4.1. Görsel Kimlik Kavramı ve Grafik Tasarım

Kimlik (*identity*) olarak adlandırılan kavram, bir nitelik kümesidir, aynılık ve sürekliliği içeren Latince “idem” kökünden gelmektedir. Sözlükte, “Herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan özelliklerin bütünü.” olarak tanımlanır. Görsel kimlik ise, herhangi bir nesnenin, olgunun, bireyin, kurumun vb. “ne olduğu”, “nereye ait olduğu”, “neleri kapsadığını”, gibi bilgileri bize gösteren, görsel duyulara hitap eden işaretlerdir. Böylesi işaretler, varoluştan gelmekle beraber tanımlı doğanın görsel dışavurumlar aracılığı ile yaratılması şeklinde de oluşturulabilir. Kısaca ve çok temel bir içgüdüünün sonucu olarak, günlük yaşamdan örnek vermek gerekirse 18. yüzyılda Viktorya dönemi kadınları için kuş tüylü şapkalar zenginlik ve soyluluk göstergesi olarak kimliğe işaret eden duysal işleviyle yaygın biçimde kullanılmıştır (Görsel 4.2).



Görsel 4.1. *Tıpkı gezenerin özellikleri ile tanımlı bir doğaları olduğu gibi etrafımızdaki nesnelerin, bireylerin, kurumların ve ülkelerin de onları tanımlı kılan nitelikler kümesi vardır.*

Görsel 4.2. *Hasır Şapkalı Düşes de Polignac, Elisabeth Louise Vigée Le Brun, 1782.*

Kimlik kavramı sosyoloji, psikoloji, felsefe gibi disiplinlerin araştırma pratiklerinde temel bir kavram olmakla beraber, görsel iletişim biçimlerini tasarlayan, bir içeriğe biçim kazandıran grafik tasarım disiplininin de başlıca uygulama alanıdır. Grafik tasarım disiplinin temel uygulama alanı olarak *kurumsal görsel kimlik tasarımı* ele aldığı içeriği görsel olarak tanımlı kılan nitelikleri yaratmak ya da sunmak üzerine çözümler getirir. Bir kuruluşun

kurumsal kimliği, kuruluşun ne olduğunu, neyi temsil ettiğini ve ne yaptığını ifade eder (Topalian, 1984, s.56). Kurumu işaret eden görsel izler ise görsel kimliğidir.

Grafik tasarım herhangi bir kurumun, olgunun, nesnenin kimliğine dair görsel dışavurum evrenini sembol, renk, biçim, doku, tipografi gibi temel öğeleri kullanarak yaratır. Grafik kelimesinin etimolojik kökeni, yazmak ve çizmek anlamına gelen yunanca bir kelime olan graphikos’tan gelmektedir, sözlükte “biçim, desen veya çizgilerle göstermek” olarak tanımlanmaktadır. Hollis’ e göre “Grafik tasarımın birincil rolü tanımlamadır: bir şeyin ne olduğunu veya nereden geldiğini söylemektir (1997, s.10)”. Görsel kimlik kavramı ile önemli ilişkisi de tam bu noktada ortaya çıkmaktadır; grafik tasarım herhangi bir olgunun ne olduğuna ya da nasıl algılanması gerektiğine dair hedeflenen niteliklerin görsel dışavurumlarını (iletişimini) yaratan bir disiplindir. Grafik tasarım, görüntülerle kelimeleri stratejik bir şekilde kullanan yaratıcı bir eylemdir; bir şeyin veya kavramın nasıl gösterileceğini ve sunulacağını belirler (Ergüven, 2021, s.116).

Varoluşçu psikolog Rollo May, “Yaratma Cesareti” adlı kitabının “Yaratıcılıkta Bir Sınırlanma Olarak Biçim” başlıklı bölümünde, grafik tasarımın temel işlevi olarak, iğeriği tanımlı ve görünebilir kılan yapısını rneklendirmemize yardımcı olacak, sanatsal perspektifken bir ifadede bulunur;

“Diyelim ki karatahtaya bir tavşan iziyorum. Tahtada “Bir tavşan var.” diyebilirsiniz. Gerçekte tahtada benim oluşturduğum basit çizginin dışında hiçbir şey yok: ne bir çıkıntı, ne bir çentik, ne de üç-boyutlu bir şey. Tahta aynı tahta, “zerinde” bir tavşan olamaz. Gördüğünüz sadece, son derece dar bir çizgi, benim tebeşir izgim. Bu izgi iğeriği sınırlar. izgi, resmin içinde kalan ve dışında kalan alandan bahseder söz konusu biçime getirilen saf bir sınırlamadır. Tavşan ortaya çıkıyor çünkü siz benim iletişimimi, yani, bu çizginin içinde bu alanı ayırma, sınırlama isteğini kabul ettiniz (2018, s.129)”.

Grafik tasarım tıpkı Rollo May’in örneklendirdiği gibi bir iğeriği diğerlerinden ayıran sınırlar çizer; anlamlı biçimler üretir. Herhangi bir iğeriğin, dışında ve içinde kalan alana işaret edecek yaratıcı bir görsel dünya inşa eder. Rollo May’ e göre böyle bir eylem “...biçim ve benzeri şekilde tasarım, plan ve modelin tümü de sınırlar içindeki maddesel olmayan bir anlamın varlığına karşılık düşer (2018, s.129)”. Diğer bir ifadeyle, anlamlandırma duyularla gerçekleşen bir yapıdadır, belirli amaçlarla ve yöntemlerle diğerlerinden ayrılan nitelikleri

yaratan grafik tasarımcı da yarattığı biçimlerin görsel duylara hitap eden anlam dünyasını inşa eder ya da sunar. Dolayısı ile grafik tasarımın biçimi sınırladığı yaratıcı nitelikler içinde bir anlamlandırma kendini görsel duyuşlara bırakır (Görsel 4.3).



Görsel 4.3. Örneğin, Edinburgh'ta festival zamanı geldiğinde birbirinden farklı temalarla ve amaçlarla festivaller düzenlenmektedir. Festivallerin diğerinden ayıran içeriğinin bir yansıması olarak ona kimlik kazandıran, logosu yani grafik temsili vardır. Bu her festivalin niteliğine yani kimliğine görsel bir çağrıdır.

Oskay'a göre "Algılanabilen her şey iletişim sürecini başlatır (2021, s.396)". Bu noktada ise kuşkusuz görsel duyuşların iletişim dinamiklerindeki etkin rolü, insanlığın görsel iletişim biçimlerini keşfettiği zamandan bu yana kritik bir noktadadır. İnsanın doğasını araştırmalarının merkezine alan İskoç Filozof David Hume, insan doğasındaki izlenimler ve fikirler arasındaki bağlantıyı konu edindiği *İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Soruşturma* adlı kitabında "Duyulabilir nesnelerin hayal dünyamıza etkisi her zaman diğerlerinden daha fazla olmuştur ve bu etkiyi ilişkili oldukları ve benzedikleri diğer fikirlere kolaylıkla aktarırlar (2018, s.50)" ifadesinde bulunur. Ona göre, insanın doğası/zihin işleyişi, izlenim

edinmek, bu izlenimleri zihinde belirli bir anlam noktasına taşımak ve bununla alakalı her görüntüyü ya da eylemi daha sonrasında alışkanlıkla kökeni ile ilişkilendirmektedir. Görsel izlenimler ile herhangi bir olguya dair edindiğimiz duyular, bizi fikirlere/anlam noktalarına taşımakla beraber daha sonrasında o olgu ile karşılaşmalarda bizi kökenine ileten anımsatıcılar olarak zihnimizde yaşamaktadır. Bu noktada David Hume görsel duyuş ve izlenimin fikirler (idealar) noktasında önemine dair bir örneklemede bulunur;

“O halde, bir insanın otuz yıl boyunca görme yetisine sahip olduğunu ve sözelimi mavinin bir tonu hariç her türlü rengi adı gibi bellediğini varsayalım. Karşılaşmak kısmet olmadığından öğrenemediği bu renk tonu haricinde mavinin tüm farklı tonlarının en koyudan en açığa sıralanacak şekilde bu kişinin önüne koyulduğunu varsayalım; çok açık ki bu renk tonunun olduğu yerde bir boşluk algılayacak ve bir renk tonunun olması gerektiği yer ile diğer ton arasında haddinden fazla bir mesafe olduğunu sezecektir (2018, s.19)”.

David Hume’un ifadesi, grafik tasarım disiplininin görsel duylara hitap eden anlam izlekleri yaratan doğasında bir bakış geliştirirken, grafik tasarım aracılığı ile görsel kimlik yaratmanın insan zihninde nasıl bir izlek yarattığına dair önemini de aydınlatmaktadır. Nitekim David Hume “Mevcut bir nesneden bir fikre geçiş her durumda ilgili fikre güç ve sağlamlık katar (Hume, 2018, s.53)” ifadesinde adeta görsel duyuşlar ile yaratılan anlam izleğinin önemini vurgular. O halde bir kurumun değer ve anlam çemberini çizen görsel iletişim izlerine (görsel kimliğine) temas ettiğimizde zihnimizde oluşan aitlik fikirleri, herhangi bir mecrada kurumun görsel iletişimini sağlayan görsel kimlik öğeleriyle yeniden karşılaştığımızda yinelenen izlenimler ile kurumun zihnimizdeki yeri aktarılan mesajlar dahilinde daha da güçlendirmektedir diyebiliriz.



Görsel 4.4. Örneğin, Edinburgh Film Festivali'nin 2022 yılında görsel kimliğinde kullanmış olduğu mor renk şehrin çevresel boyutlarında anlam izlekleri yaratmıştır. Şehir sakinlerinin, Edinburgh Film Festivalinin 2022 yılındaki varlığı zihinlerinde güçlenmiştir.

Görsel 4.5. Edinburgh'ta bina yüzeyine video haritalama ile yansıtılan görsel kimlik tasarımı.

Görsel 4.6. Edinburgh kalesine yakın bir yerde konumlanan Yunan sütunları üzerine video haritalama ile uygulanan görsel kimlik tasarımı.

Görsel 4.7. Edinburgh Film Festivali mekânında etkileşimli görsel kimlik uygulaması.

Biraz daha uzak geçmişten ve günümüz grafik tasarım disiplinin sistemli olarak yüzeylere atfetmiş olduğu kimlik izlerinden bağımsız bir şekilde eski toplumların günlük yaşam iletişim dinamiklerinden örnek vermek gerekirse; bir anımsama biçimi olan görselliğin (daha önceki bölümlerde de değindiğimiz) ilkel ritüeller ve törenlerde baş rolde olmasının arkasında da Hume' un ifade ettiği gibi duyulabilir nesnelerin zihnimizi temsil ettikleri anlam noktalarına taşımakta araçsallık sergilemesi vardır. Benzer bir örneği, Yunan ve Roma medeniyetlerinin de festivallerin görsel kimliğini yaratan başlıca ögesi olarak tanrı fikrinin somut olana (yani görünür olana) bağlı olması gerekliliğinde bulabiliriz. Böylesi bir somutlaştırma eyleminde, bir araya gelmelerine neden olan amaç çevresinde oluşan içerik ile

yaratılan görsel olarak tanımlı mekânlar ve nesnelerin işaret ettiği amacın/anlamanın güçlenmesi hedeflenmiştir. Bu noktada Becer'in de (2013, s.33) ifade ettiği gibi görsel iletişim sanatı olan grafik tasarımın herhangi bir içeriğin görsel duyulara hitap eden dışavurumlarını yaratarak anlam inşa eden/sunan rolünün, görsel kimlik kazanımı bağlamında ne denli önemli olduğunun adeta altı çizilmektedir.

4.1.1. Kimlik: Tanımlama içgüdüsünden sosyal yaşamda gereksinimine

İnsanlık görsel duyulara hitap eden anlam izlekleri yaratarak herhangi bir olguyu tanımlı kılmayı içgüdüsel olarak gerçekleştirmiştir. Kültürel/toplumsal/sanatsal bellek ile aktarılan görsel iletişimin tarihsel zenginliği, insanlığın sıklıkla hissettiği, inandığı, işittiği ve gördüğü şeyleri kısaca dünyayı algılayış biçimlerini tasvir etme içgüdüsüne dair izler sunarken görsel kimlik yaratmaktaki başarısını da ortaya koyar.

Prehistorik dönem toplumları, dünyayı algılayış ve yorumlayış biçimleri ile anlam kazanan yaşamın enstantelerini içgüdüsel biçimde aktarırken çevresini görsel olarak belirgin nitelikler sergileyecek şekilde biçimlendirmiştir (Görsel 4.8, 4.9). Bilindiği üzere hemen hemen, insan yaşamına ve iletişim içgüdüsüne dair kitapların ilk örneklerinde mağaralar ve mağara resimleri vardır. Paleolitik çağın çeşitli evrelerinde ritüel mekânı olarak da kullanılan, insanın yaşam serüveninde iletişim biçimlerine dair öncül izleri barındıran mağaralar, insanın temasta bulunduğu, yaşadığı ve sosyal ilişkiler kurduğu alanı tanımlı kılmasının eski örneklerinden olmaktadır. Nitekim Taşcıoğlu'nun da (2013, s.15) ifade ettiği gibi, insanın iz bırakma isteği, en temel içgüdülerinden olmaktadır.



Görsel 4.8. Eller Mağarası, Arjantin, M.Ö. 7300.



Görsel 4.9. Mezopotamya’da bulunan aidiyet belirten kil tablet, yaklaşık M.Ö. 4000.

İçinde yetiştiğimiz çevre insan içgüdülerinin gelişimi açısından çok önemlidir (Winston, 2010, s.32). Tanımlı kılma içgüdüğü ve becerisi de insanın yaşadığı çevrenin niteliklerine, iletişim biçimlerindeki dönüşümlere ve gereksinimlere bağlı olarak gelişmiştir. Tanımlı kılma içgüdüğü temelinde kendini ifade etme, dışavurma, sınırlar çizme, kendinden bir şeyler aktarma çerçevesinde iletişim kurma biçimidir. İletişim, insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgudur (Oskay, 2021, s.15). Dolayısı ile insanlığın tanımlı kılma içgüdüğü ve yetkinliği toplumsal yaşamdaki gelişmeler ile paralellik göstererek gelişen bir yapıda olagelmıştır. Bununla beraber zaman içinde uygarlık mühendisleri tarafından yaşamın sosyal, kültürel ve psikolojik yönlerinin geliştiğı ve çeşitlendiğı süreçlerde insanlık, tanımlı kılmanın üzerinde düşünmeye, herhangi bir nesneyi, mekânı nasıl bircikleştireceğı ve aitlik bilgisini nasıl aktaracağına dair tasarı eylemlerinde bulunmuştur. Kimlik, üzerinde düşünülen sosyal yaşama dair bir gereksinime dönüşmüştür.

Kuşkusuz toplumlar tarafından kült merkezleri, tapınaklar, gelişen sosyal yaşam ve kamusal alan bilinci ile yaratılan mekânlar; kişisel, sosyal yahut tapınım amacıyla yaratılan nesneler sosyal yaşamın gerekli kıldığı ve içgüdüsel olarak tanımlı kılmaya dair özgün nitelikler sergileyen izleri barındırır. Arkeoloji müzeleri; bir zamanlar orada yaşayan medeniyetin yaşamına dair izleri sunan antik kentler; devasa tapınaklar yaratıldığı toplumun duygu düşünce belirlenimlerini, kültürünü kısacası kimliğini yansıtan işaretleri barındıran yüzeylere sahiptir. İnsanlığın başlangıcından beri simgeler insanların bilgisini, deneyimini ve inançlarını taşımıştır. En baştan beri insanlar işaretler aracılığıyla da iletişim kurmuştur. Simgeler ve işaretler bu yüzden kültürlerin anlaşılması için önemli birer ipucudur (Schmandt, 2021, s.22).

Bu çerçevede, Antik Mısır medeniyetinin yaratmış olduğu, özgün nitelikler sergileyen yüzeyler ve yaşam ile iç içe geçen semboller, işaretler, renkler, formlar görsel kimliğin prehistorik dönemlerdeki tanımlı kılma içgüdüsüne ve sosyal yaşam gereksinimine dair önemli örneklerdendir. Gombrich (2013, s.65), Antik Mısır sanatının en önemli üstünlüğü olarak sarsılmaz sanat kurallarını diğer bir ifadeyle sanatsal üslubunu gösterir. Antik Mısırlılar yaratmış oldukları sanatsal biçimlerde, betimlenen imgelerde, hiyerogliflerde, heykel formlarında veya mimari yapılarda bir bütünlük sağlayan, aşılması yasak olan üretim kuralları koyarak belirgin bir kimlik yaratmakta ustalık sergilemişlerdir. Bu kuralların, tıpkı günümüz kurumsal kimliğinde tanımlı görsel evreni yaratan ve sınırlar çizen görsel kimlik standartları gibi bir işlevde olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu yüzden, Mısır sanatı üç bin yıldan uzun süren bir zaman içinde, çok az değişmiştir (Gombrich, 2013, s.67). Ve günümüze kimlik sahibi bir medeniyetin izleri ulaşmıştır (Görsel 4.10, 4.11, 4.12).



Görsel 4.10. *Aafenmut Stelası, M.Ö. 924-889, Metropolitan Museum of Art, New York.*



Görsel 4.11. *Rê-Horakhty'ye yiyecek ve parfüm sunumunu betimleyen ahşap stel, M.Ö. 950-700.*



Görsel 4.12. *Tutankamon maskesi, M.Ö. 1327. Mısır Müzesi, Kahire.*

Böylesi “tanımlı” ve “anlam çemberi çizen” izler yaratılmasaydı uzak geçmişteki toplumlar, mekânlar ve eylemler hakkında fikir sahibi olmamız şüphesiz daha zor olabilirdi. Tarihsel izler, kimlik yaratma içgüdüsünün ne denli önemli olduğunu, kimlik sahibi nesnelerin, mekânların ve işaretlerin geçmişten günümüze kadar uzanan “anlam” sergileyen doğasıyla vurgular. Tanımlı kılma ve bir değerlendirme içgüdüsü olarak yaratılan görsel izler, toplumsal yaşamın geçmişine dair aydınlatıcı nüshalar olmakla beraber, görsel iletişimin toplumsal yaşamın gelişimindeki gücü ve önemini de yinelemektedir.

İnsanın doğasından gelen böylesi bir değer atfetme, tanımlı kılma içgüdüsünün yanısıra, zaman içinde uygarlık mühendisleri, sosyal yaşam organizasyonundaki gelişmelerin gerekli kıldığı tanımlama ihtiyacının sonucunda yüzeylere, nesnelere ve mekânlara aidiyet bildiren izler/işaretler bırakmanın yeni yöntemlerini keşfetmiştir. Görsel kimliğin işaret etmiş olduğu aitlik bilgisi, üretimin gelişip ve çeşitlenmesiyle, ticaretin yaygınlaşmasıyla, grupların, medeniyetlerin, ya da krallıkların kendi varlığını kanıtlaması ve sınırlarını çizmek istemesi sonucunda bir gereksinim olmuştur.

Philip B. Meggs “Görsel işaretler yüzyıllardır kimlik tespiti için kullanılmıştır (2012, s.412)” ifadesinde bulunur ve sosyal yaşam organizasyonundaki gelişmelerin gerekli kıldığı aidiyet belirten görsel işaretlerin en eski örnekleri olarak Mezopotamya’da kullanılan mühürleri ve kil tabletleri gösterir (Görsel 4.13). Mezopotamya’da mühürler devlet yazışmaları, kişisel ve ticari ürünlere kadar geniş bir yelpazede kullanılarak, herhangi bir nesnenin nereden geldiğini, kime ait olduğunu, güvenilirliğini belirgin hale getirmiştir. Meggs, mühürleri bir hikâye anlatan, tasarım değeri yüksek, kimlik belirten sembolik öğeler olarak ifade etmiştir (Bkz. 2012, s.12).



Görsel 4.13. Sümerlilere ait silindir mühür.

Bugün bir kurumun, oluşumun vb. doğasına, varlığına ve anlamına işaret eden görsel kimlik yaratan görsel iletişim öğelerinin en temelinde logo ve amblem gelmektedir. Bu işaretlerin kökenleri, tarihsel olarak uzak geçmişe dayanmaktadır. Nitekim, bildiğimiz biçimleriyle grafik tasarım, sanayi devriminin dönüşüm ve üretim arenasından doğan bir

disiplin olmakla beraber iletişimin ortaya çıktığı andan itibaren temel biçimlerine dair zengin örneklerle sahiptir.

“Ortaçağda, tescilli markalar zorunluydu ve loncaların ticareti kontrol etmesini sağladı. 1700'lere gelindiğinde hemen hemen her tüccar ve bayinin bir ticari markası veya damgası vardı. Seri üretim ve pazarlamasıyla Sanayi Devrimi, görsel tanımlama için ticari markaların değerini ve önemini artırdı (Meggs, 2012 s.412)”.

Bireysel düzeyde başlayan kimlik ihtiyacı ile beraber toplumların da diğerlerinden ayrılan niteliklerini işaret eden sembolik öğeleri yaratmaları, her ulusun kendini ait hissetmesini sağlayan görsel işaret evrenini oluşturmuştur (Görsel 4.14). İnsanların sosyal bir yaşantı içerisinde bir arada yaşamaya başlamalarıyla birlikte, kendilerini bir bütün olarak ve bir kimlik ile ifade etme ihtiyaçları doğmuştur (Okay, 2018, s.1). Bu şekilde krallıklar, beylikler ve imparatorluklarla şehirler, kendilerini diğerlerinden ayıracak olan bayraklar ve kıyafetler icat etmiştir (Okay, 2018, s.242).



Görsel 4.14. Paris Şehri Hanedanlık Armaları, L. Chevillard, 1735.

4.1.2. Görsel kimlik tasarımı ve görsel kimlik sistemleri

Grafik tasarımın kökleri insanın iletişim içgüdüsüne kadar uzansa da “bir meslek olarak grafik tasarım yirminci yüzyılın ortalarından itibaren var olmuştur.” (Hollis, 1997, s.8). İçgüdüsel olarak ve sosyal yaşamın gereksinimleri ile yaratılan kimlik göstergesi işaretler, yirminci yüzyılda bir disiplin haline dönüşen grafik tasarımın, kurumsal görsel kimlik yaratmaya dair uygulama pratikleri arasında yer almaya başlamıştır.

Kurumsal kimliğin kökleri, ilk olarak yönetimin ilgisini çeken Amerikan grafik tasarımına dayanmaktadır (Akt: Malewar, Saunders, 2000. s.539). 1950'ler ve 1960'larda Rand, Beall, Bass ve Lippincott & Margules ve Chermayeff & Geismar gibi tasarım firmaları da dahil olmak üzere birçok Amerikalı tasarımcı, kurumsal görsel kimliği önemli bir tasarım etkinliği olarak benimsemiştir (Meggs, 2012 s.417). Nitekim yirminci yüzyılda teknolojik ilerlemeler, sanayi ve ticari üretimdeki gelişmeler, şirketlerin uluslararası niteliklere sahip olması gibi bir dizi sosyoekonomik nedenler daha geniş kitlelere ulaşması hedeflenen iletişim kaygılarını da beraberinde getirmiştir. Özellikle kurumlar kendilerini diğerlerinden ayıran nitelikleri işaret etmek ve sunmak üzere grafik tasarımın görsel iletişimi yaratan gücünden yararlanmak istemiştir. Nihayetinde “Grafik tasarım, görsel olarak nasıl iletişim kurabileceğini öğrenmek, bir sese ve iletişim kurabilecek bir şeye sahip olmaktır (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s. 33)”.

Görsel kimlik tasarımı kurumlar için fazlasıyla önem taşımaktadır. Kurumlar insan tarafından oluşturulan, insan kurgusu, değer atfedilen; belirli amaçlarla ve görevlerle, hedeflerle işleyen; misyon ve vizyon sahibi bir yapıdır. Bu yapıya nitelik ve ayrıcalık kazandıran, hedef kitlesine ulaşmasını sağlayan güçlü söylemi, görsel yollarla iletişim kurduğunda söyledikleridir, görsel iletişimidir. Görsel kimlik yaratmak diğer bir deyişle görsel duyulara hitap ederek aktarmak istenilen anlam/nitelik/değer çemberini çizmektir.

Aitlik bilgisi (kimlik/görsel kimlik) binlerce yıldır olduğu gibi günümüzde de herhangi bir eylemi gerçekleştireceğimizde kritik bir rol oynar. Eğer diğerlerinden biçim olarak ayrılmasını sağlayan görsel kimlikten yoksun ürünler olsaydı ya da her ürün aynı görsel sınırlar (aynı tipografi, renk, çizgi, ambalajlama biçimi, kâğıt dokusu vb.) içinde bir anlam bulsaydı o zaman bir ayırmadan, o ürünün diğerlerinden farklı olan içeriğini gösteren işaretlerden bahsedilemezdi. Öte yandan, markaların, kurumların vd. etkili, estetik ve işlevsel

bir görsel kimliğe sahip olması sadece yaratılmak istenilen bir izlenim değildir. Özellikle 21. yüzyılda hedef kitle markaların, kurumların kısaca yaşamın içindeki görsel dünyaya dair yenilikçi, anlaşılır, estetik yönden yüksek bir nitelik sergileyen görsel izlenimlere ve görsel iletişime gereksinim hissetmektedir. Dolayısı ile görsel kimliğin yadsınamaz rolü toplumsal yaşamın artan iletişim ihtiyaçları ile sürekli bir devinim içinde fazlasıyla önemli bir noktaya taşınmaktadır.

Bir kuruma ait görsel kimlik, Topalian'ın da ifade ettiği gibi “Halkın zihninde bir şirketi diğerlerinden ayıran önemli bir ayırt edici özelliği oluşturan somut bir kişiliktir (1984, s.58)”. Görsel kimlik tasarımları, amblem, logotype, tipografi, tanımlı renk kodları ve uygulama biçimleriyle kurumun görsel kişiliğini yaratır. Görsel kimlik, kurumun kökenlerinden izler taşıyan anlamlı birer dışavurum sergilediğinde, netlik, güvenilirlik, şeffaflık gibi bağlamlarla hedef kitlenin zihninde daha kalıcı bir konuma erişir. Kurumun özgün niteliklerine dair yaratılan başarılı görsel dil, kurumun iletişim değerini belirlemekle beraber, hedef kitlenin izlenimlerinde keyif aldığı ve temas etmekten hoşlandığı görsel evreni yaratır.

Tasarımcılar, organizasyonun köklerine ve ne anlama geldiğine dair net bir görüşe sahip olduklarında, özgün görsel kimlikler geliştirmeye başlayabilirler (Bosch, Jong, Elving, 2005, s.109). Bir tasarım problemi, görsel kimlik yaratmak ya da görsel kimlik aracılığı ile kurulacak iletişimin nasıl bir niteliği olması gerektiği olduğunda, tasarımcının karşılaştığı birincil nokta nasıl bir içeriğin, değer, erdemin, mesajın, ürünün hangi hedef kitleye iletilmesinin planlandığıdır. Bu noktadan hareketle, görsel kimlik kazandırmak, en önemli aşama olarak kurumun değerleri, amacı ve niteliklerini yansıtan bir sembol yaratmak üzerine temellenir. Bu semboller, logotype, amblemlerdir. Kurumun sembolü/logosu adeta bütün anlamı bünyesinde toplayan, görsel iletişimin omurgası niteliğindedir (Görsel 4.15, 4.16, 4.17).



Görsel 4.15. Uluslararası kargo şirketi Fedex' in logosu.

Görsel 4.16. Fedex kargo aracı üzerinde görsel kimlik uygulaması.

Görsel 4.17. New York'ta eski bir demiryolu üzerinde bulunan High Line parka ait logo ve görsel kimlik çalışması.

Kuruma işaret edecek amblem, logotype, renk ve tipografi gibi temel bileşenlerin yaratılması ve belirlenmesi sonucunda, kurumun faaliyet gösterdiği kapsam bağlamında fiziksel çevrede ve iletişim kurması belirlenen platformlarda kurumun varlığını sunması üzerine uygulamalar yapılmaktadır. Görsel kimlik tasarımı, kurumun anlam çemberini çizen logo, renk, tipografi gibi temel öğelerinin kartvizit, broşür, afiş, antetli kâğıt, kurum içi giyilebilir ve taşınabilir ürünler, basılı ve dijital platformlar, bunun da ötesinde yenilikçi yaklaşımlarla fiziksel çevrede disiplinlerarası işbirliğiyle yaratılmaktadır.

Görsel kimliği yaratan öğelerin kullanımları belirten kurallar, diğer bir ifadeyle Meggs' in "tavizsiz görsel standartlar" olarak vurguladığı görsel kimlik sistemleri, kurumun kişiliğini ve kimliğini zedeleyecek olan görsel kimlikteki olası bir sapmaya yer verilmemesi adına

oluşturulan sistemdir. Görsel kimlik sistemleri, iletişim aracı olarak işlevsellik sergileyen zengin alternatiflerde, kuruma dair tutarlı bir görsel dil geliştirmeyi hedefler.

Kurumsal firmaya ait bütüncül görsel izlerini yaratmak adına oluşturulan görsel kimlik sistemin ortaya çıkışı ise 1950'lere dayanmaktadır. Görsel kimlik sistemleri renk, kâğıt seçimi, malzeme bilgisi; logonun yüzeylerde kullanımı için ölçü oranlarını paylaşır, çeşitli platformlara göre kurumsal firmanın temel renk, biçim, doku ve sembollerinin nasıl uygulanması gerektiği gibi kapsamlı standartları getirir.

Görsel kimlik tasarımlarına dair ilk çabaların genellikle İngiliz demiryolları şirketleri ile 19. yüzyılın sonlarında başladığı ifade edilmekle beraber daha belirgin bir bütünlük sunan çalışmalar 20. yüzyılda kendini göstermektedir. Nihayetinde, "Yirminci yüzyılın başında işletmeler ve endüstriler kendilerini fazla planlamadan markaladılar veya tanımladılar." (Heller, Vienne, 2016, s.79). Görsel kimliğin belirli sistemlere göre tasarlanması bağlamında en belirgin çalışmalar ise Peter Behrens'in AEG şirketi için yapmış olduğu tasarımlardır. Behrens'in AEG firması için tasarladığı görsel bütünlük sergileyen çalışmalar, kurumsal görsel kimliğin belirli sistemler ile grafik tasarım disiplini aracılığıyla yaratılmasına dair ilk örneklerdendir. Behrens, AEG firması için yaratmış olduğu logo ve yazı tipini afişlerde, broşürlerde, mimari vb. yüzeylerde belirli sınırlar ve standartlar ile uygulayarak kuruma dair kimlik sahibi belirgin bir söylem geliştirmiştir (Görsel 4.18, 4.19).



Görsel 4.18. Peter Behrens 'in AEG firması için tasarlamış olduğu logo ve afişler.



Görsel 4.19. Kurumsal kimliğin mimari yüzeyde uygulanışı, AEG fabrikası.

Görsel kimlik sistemleri, kurumsal kimliğin sürdürülebilirliği açısından kritik bir rol üstlenir. Görsel kimlik sistemleri kurumun anlam çemberinin dışına çıkmasına ve bunun sonucunda oluşacak hedef kitlenin zihnindeki anlam kaybının önüne geçmek için tutarlı görsel sınırlar çizmek adına kritik bir rol oynamaktadır. 20. yüzyılda Paul Rand, Massimo Vignelli, Saul Bass gibi tasarımcılar, kuşkusuz yarattıkları logolar ve görsel kimlik sistemleri ile grafik tasarım disiplininde öncü çalışmalara imza atmışlardır. Kurumun görsel iletişimini yaratan kapsamlı uygulamalar için gerekli kuralların, ölçülerin ve bilgilerin paylaşıldığı ve görsel kimliği yaratan öğelerin nasıl uygulanması gerektiğine dair planlı, sürdürülebilir, evrensel nitelikte görsel kimlik sistemleri hazırlamışlardır.

Bugün tüm dünyanın hafızasına kazınan ikonik IBM logosu 20. yüzyılın başarılı görsel kimlik tasarımlarının başında gelmektedir (Görsel 4.20). Grafik tasarımda modernist anlayışın önemli isimlerinden Paul Rand, IBM firması için yaratmış olduğu görsel kimlik sistemi ile kurumun zihinlerdeki yerini güçlendirirken; firmanın tanımlı sesi olacak görsel dili, renk, çizgi, tipografi, fotoğraf gibi öğeleri modernist yaklaşımının bir sonucu olarak yalın, evrensel ve özgün biçimde yaratmıştır. Nitekim Meggs'in ifadesiyle Rand, uzun bir süre boyunca işlevsel olması için bir ticari markanın evrensel, görsel olarak benzersiz ve stil açısından zamansız olan temel şekillere indirgenmesi gerektiğini fark etmiştir (2012, s.417).



Görsel 4.20. Paul Rand'ın tasarlamış olduğu IBM logosu ve görsel kimlik sistemi

Görsel kimlik sistemlerini nesnel, yalın ve anlaşılır bir iskelet olarak gören zamansız görsel kimlikler yaratmayı çalışmalarının merkezine alan Massimo Vignelli, kurumsal kimliğe ve görsel sistemlere dair öncü çalışmalara imza atmış bir diğer önemli tasarımcıdır. Vignelli kendi ifadesiyle herhangi bir tasarım problemine yaklaşımını şu şekilde ifade etmiştir; “Tasarladığımız şeylere zaman içinde bir daha bir daha bakılacağını bilme sorumluluğunu taşıyarak, uzun ömürlü tasarımlarla ilgileniyoruz. Tasarımcı olarak hem müşteriye hem de topluma karşı sorumluluklarımız var (Vignelli, 2009, s.58)”. Özellikle Vignelli’nin 2008 yılında yeniden tasarımını üstlendiği *New York City Metro Haritası ve Yönlendirme Sistemleri* kamusal alanda karmaşık bilgilerin yalın ve anlaşılır nitelikte olmasına dair belirgin standartları taşıyan görsel kimliğe ve görsel sisteme önemli bir örnektir (Görsel 4.21).



Görsel 4.21. *New York Metro Yönlendirme Sistemi Kimlik Tasarımı, Massimo Vignelli.*

4.1.3. Görsel kimlik tasarımlarında değişim ve değişkenlik

Görsel kimlik tasarımları, *değişim* ve *değişkenlik* sergileyebilmektedir. Nitekim Topalian'a göre "Görsel kimlik, organizasyonla birlikte "nefes alması" gereken "yaşayan" bir özelliktir (1984, s.59)". Kurumla birlikte doğan görsel kimlikler, kurumun değişen paradigmaları (yönetimin değişmesi, yeniden yapılanma, kurumun amacına ve ne ürettiğine bağlı olarak değişen durumlar, sosyokültürel süreçler vb.) ile ilintili olarak değişebilmektedir. Görsel kimlik tasarımındaki *değişkenlik* ve *esneklik* ise kurum kimliğinin doğasının bir yansıması, iletişim stratejisi hatta bunların da ötesinde bir gereksinim olmaktadır.

Öncelikli olarak bu iki kavramın sözlük anlamlarından bahsetmek gerekirse sözlükte *değişim* "Belli bir süreç içinde yer alan değişikliklerin tümü" olarak tanımlanırken; *değişkenlik* "Kişi ya da bir türün değişebilmekte gösterdiği esneklik" olarak tanımlanmaktadır. Örneğin Türkiye'de 1987 yılında kurulan Finansbank'ı, Qatar National Bank (QNB) Group'un satın alması sonucunda görsel kimliğinde kapsamlı bir değişiklik süreci yaşanmıştır. Kurumun "kimliğinde" gerçekleşen değişiklik, logosu ve kurumsal görsel kimliğindeki tüm yüzeyleri içine alan geniş kapsamlı köklü bir değişime neden olmuştur. Bununla beraber kurumlar öz kimliğinde bir değişim olmasa dahi görünen yüzünü, görsel iletişimini gerçekleştiren görsel kimliğini, hedef kitleleriyle çağcıl bir düzeyde buluşmak üzere yenilemektedir. Nitekim, Okay'ın ifadesiyle "Toplumsal değişiklikler doğal olarak kuruluşların yapısına ve kültürlerine de yansımaktadır (2018, s.52)". Bugün sıklıkla kullandığımız Instagram, Twitter, Facebook gibi dijital platformlar, Apple gibi teknolojik firmalar görsel kimlikteki değişim süreçlerine önemli örneklerden olmaktadır. Kullanıcı deneyimi, arayüz tasarımları, dijital kültür ve dijital görsel evrenin dönüşen grafik dili böylesi değişiklikleri gerekli kılan nedenlerden birkaçıdır.

Kısaca değinildiği gibi kurumlar görsel kimlik tasarımlarında bir farklılaşmaya, değişime gidebilmektedir. Bazı kurumların görsel kimlik tasarımları ise *değişkenlik* sergileyen bir iletişim stratejisi olarak yaratılmakla beraber bazı durumlarda görsel kimlikteki değişime olan esneklik diğer bir ifadeyle *değişkenlik*, kurumun ne olduğu, neleri kapsadığı, vizyonu ve misyonu temelinde gerekli olmaktadır.

“Çok yakın zaman kadar kimlik tasarlamak için bir şirketin veya kuruluşun özü, tek bir grafik işarete ya da logoda özetlenirdi. Sonra bu logo kurumsal kimlik rehberlerinde belirlenen kurallar uyarınca antetli kâğıttan kamyona, şirketin çeşitli fiziksel yüzeylerine uygulanırdı. Ancak, markalaştırmanın bağlam ve kullanımları karmaşılaştıkça, kimliklerin, onlarla karşılaşılın farklı insan grupları için farklı işlevleri olan, daha esnek, çok yönlü ve akışkan sistemlere dönüşmeleri gerekti (Twemlow, 2011, s.112)”.

Örneğin, kâr amacı gütmeyen bir kurum olarak SALT, 2011-2021 arasındaki değişkenlik sergileyen bir görsel kimlik sistemini iletişim biçimi olarak tercih etmiştir. SALT kurumunun doğasında deneysellik, farklı ve yeni olanı araştırmak, geleceğe yönelik fikirler üretmek gibi amaçlar vardır. SALT’ın görsel kimliği de kurumun bu doğasının bir yansıması olarak zaman içinde değişkenlik sergileyen bir sistem olarak tasarlanmıştır. SALT’ın görsel kimlik sistemi olarak tasarlanan “Kraliçe” yazı karakteri, dört ayda bir farklı tasarımcıların S-A-L-T harflerine karakter kazandırmasıyla yeniden tasarlanmıştır. Kurumun mekân grafikleri, basılı ve dijital platformlar, afişler, çantalar, web sayfası kısacası kurumun görsel iletişimini sağlayan görsel kimliği düzenli aralıklarla yenilenmiştir (Görsel 4.22, 4.23).

SALT



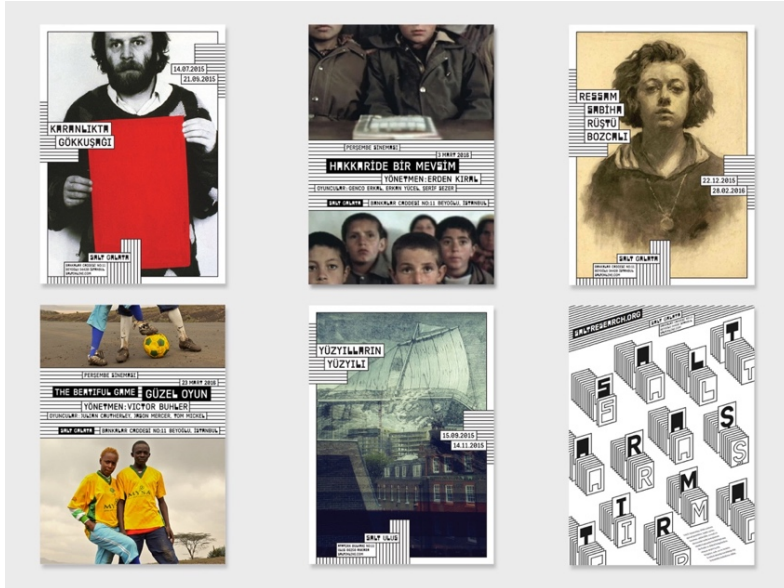
Görsel 4.22. Salt Kraliçe yazı karakteri ve kurumsal kimliğinde uygulama örnekleri.

KRNLİÇE RAW

■ABCÇDEFGĞHI
İJKL̲MNOÖPRE
ŞTUÜVYZ

KRNLİÇE RAW

■ABCÇDEFGĞHI
İJKL̲MNOÖPRE
ŞTUÜVYZ



Görsel 4.23. Salt Yazı Karakteri Sürümü (10) ve Afiş Tasarımları, Ömer Faruk Güven.

Kurumun doğasının bir gerekliliği olan görsel kimlikteki değişkenliğe olimpiyat oyunları örnek gösterilebilir. Olimpiyat oyunları düzenlendiği coğrafyanın kültüründen izler taşıyan bir görsel kimlik tasarımı her düzenlenişinde evrilmektedir. Düzenlendiği ülke olimpiyat oyunlarının sembolü olarak iç içe geçen halkaları kullanmakla beraber, kendi kültürünün bir dışavurumu olarak bu geniş kapsamlı kültürel hareketlilik alanı yaratan etkinliğin görsel kimliğini de simgesel olarak özgün nitelikleri yansıtan biçimlerle yaratmaktadır.

Tıpkı olimpiyat oyunları gibi, belirgin bir tema ve içerik bağlamında düzenlenen festivaller de değişken görsel kimliklere sahiptir. Festivalin ne olduğuna dair temel çağrışımı olarak var olan logosu haricinde genellikle her yıl başka bir görsel kimlik tasarımı ile karşılaşırız. Festivaller için görsel kimliklerde değişkenlik her yıl ya da ritmik aralıklarla farklı temalar ile düzenleniyor olması nedeniyle bir gereksinim olmaktadır (Görsel 4.25, 4.26).

Görsel kimlikteki belirgin bir süreklilik sonrasında yaşanan *değişim* ile kurumun doğasının bir sonucu olarak gerekli olan *değişkenlik* ayrımı konumuz bağlamında altının çizilmesi gerektiği düşünülen bir nokta olarak görülmüştür. Tıpkı Topalian'ın da ifade ettiği gibi yaşayan ve nefes alması gereken bir doğası olan görsel kimlik kurum ile farklılaşmakta, dönüşmekte, yeni biçimlere doğru evrilebilmektedir.



Görsel 4.24. Hong Kong Asian Film Festivali'nin 2015 yılındaki görsel kimlik tasarımı.



Görsel 4.25. Hong Kong Asian Film Festivali'nin 2017 yılındaki görsel kimlik tasarımı.

4.2. Festival İletişiminde Görsel Sanatların Yeri

İletişim bireyler, kümeler, toplumlar arasında söz, yazı, görüntü, el-kol-baş hareketleri vb. simgeler aracılığıyla düşünce, dilek ve duyguların karşılıklı iletilmesini sağlayan bir etkileşim sürecidir (Ozankaya, 1991, s.467). İnsanların belirgin bir amaç için biraraya geldiği festivaller doğası itibariyle başlı başına bir *iletişim etkinliğidir*. İletişim, Oskay'ın (2021, s.393) da ifade ettiği gibi insanın türsel özelliği olan toplumsallaşırlığının bir yansımasıdır ve festivaller küçük ya da büyük ölçekli insan gruplarının katılımı ile iletişim halinin zengin biçimlerini sergilemektedir (Görsel 4.27).



Görsel 4.26. Lightning in a Bottle Festivali'ne ait bu görsellerde belirli bir amaç için biraraya gelen insanların ortak duygu ve düşünce paylaşımları yaptıkları anlar, iletişimin en doğal ve içten örneklerini sergilemektedir.

Festivali yaratan, düzenleyen, planlamasını yapan kurum veya kuruluşların, bir amaç için festivali düzenlerken çözmesi gereken temel problemleri vardır. Bu problemlerin

başında festival iletişimi gelmektedir. Festival iletişimi geniş kitlelere hitap eden kilit bir noktadadır; festivalin amacına ulaşmasında iletişim biçimleri estetik, işlevsel ve yaratıcı biçimde çözülmüş olmalıdır.

Festival iletişimi, festivalin varlığını somutlaştıran niteliklerin yaratılması; festivale katılım sağlamayı düşünen hedef kitlenin festivale katılım sağlamak için motivasyon kazanması; festival sürecinde katılımcıların beklenti içinde bulunduğu estetik haz, deneyim gereksinimine yönelik yanıt bulması; festival zamanında festival mekânında ihtiyaç duyulan bilgi akışını sağlaması gibi alanlarda önemli konumdadır.

Festivallerin planlanması ve gerçekleştirilmesi süreçlerinde birçok disiplin festivallere dair problemlerin çözümleri için iş birliğinde bulunur. Festival iletişimine dair problemler, endüstriyel tasarım, sahne, ses ve ışık tasarımı, mimarlık, çevre mühendisliği, yazılım mühendisliği, turizm ve etkinlik yönetimi, görsel iletişim ve görsel sanatlar vd. gibi disiplinler arası iş birliği çabasıyla çözülmektedir. İletişim çözümlerinde rol alacak disiplinler, festivalin türü ve festivalin iletişim ihtiyacına göre değişebilmektedir. Festivalin köklü geçmişinden bu yana görsel duylara hitap eden öğeler ise festival zamanında ve mekânında temel iletişim biçimleri olarak yer almıştır. Daha önceki bölümlerde detaylıca bahsedildiği gibi festival iletişimin çözümlerinde görsel iletişim ve görsel sanatlar insanların bir araya geldiği şenlikli aktivitede başrolde olmuştur.

4.2.1. Festival: Estetik iletişim zamanı ve mekânı

Estetik sözcüğü Grekçe *aisthesis* ya da *aisthanesthai* sözünden gelir. Aisthesis sözcüğü, duyum, duyulur algı anlamına geldiği gibi aisthanesthai sözcüğü de duyu ile algılamak anlamına gelir (Tunalı, 2012, s.13). Estetik kavramını ilk kez felsefi disiplin içinde ele alan Baumgarten, estetiği duysal bilginin bilimi olarak tanımlamıştır. Tunalı da (2012) estetik etkinliği bilme etkinliğine benzetir ve şu ifade ile açıklar;

“Bir yanda güzel dediğimiz bir varlık, örneğin bir doğa parçası, bir sanat yapıtı, kısaca estetik varlık, estetik obje vardır, öbür yanda, bu estetik varlıkla estetik ilgi içinde bulunan, onu estetik olarak algılayan, ondan hoşlanan ya da estetik haz duyan bir süje vardır (2012, s.23)”.

İletişim gönderici ve alıcı arasında gerçekleşen bir etkileşim sürecidir. Festivallerde festival katılımcıları, estetik nitelikler sergileyen görsel öğeler ile karşılaşır. Festival zamanında ve mekânında bulunan sanat yapıtları, heykeller, enstalasyonlar, dijital gösterimler, hologramlar, duyuşsal renk ve ışık zenginliği; festival mekânında festival görsel kimliğini yansıtan renk, tipografi ve imge gibi grafik biçimler festival iletişiminin başarısını önemli ölçüde etkiler. Niklas Luhmann’a (1995) göre estetik, iletişimin başarısı için önemli bir ölçüttür. Bununla birlikte, özellikle görsel sanatlarda, estetik angajmanın yerine getirdiği tespit edilebilir bir iletişimsel rol vardır (Mooney, 2020, s.89). Tunalı’ya göre de “Sanat yapıtı hem bir autonom göstergedir hem de bir iletişimsel göstergedir.” (2012, s.103). Tunalı’nın ifadesiyle autonom gösterge olarak sanat yapıtının bir yönü de “toplumun oluşturduğu felsefi, bilimsel ve kültürel düşünme ve duyma, dünya görüşü ve yaşam biçimlerini de ifade etmesidir” (2012, s.103). Bu noktada sanat eserleri, kolektif kimliği, ortak amaçları, beğenileri ve hedefleri sunmaya ve anlamı deneyimleme dair festival iletişiminde rol almaktadır. Nihayetinde festival belirli bir topluluk biçimi olarak ortak duygu ve düşünceleri taşıyan insanların bir araya geldiği zaman aralığıdır. Bu doğrultuda sanat yapıtları, festivalin amacı, düzenlendiği tema bağlamında festival mekânında ve zamanında yer alan heykeller, enstalasyonlar vd. festivalin anlamını sunan estetik iletişim araçları olmaktadır.



Görsel 4.27. Cameron Krow’ un *Lightning in a Bottle* Festivali için yapmış olduğu enstalasyon çalışması.



Görsel 4.28. *Lightning in a Bottle* Festivali yoga yapılan alan ve Cameron Krow’ un enstalasyonu.

Festival, doğası itibariyle estetik iletişimin gerçekleştiği zamansal ve mekânsal bir fenomendir. Cundy'nin (2016) de ifade ettiği gibi festivaller “Genellikle farklı mekânlarda yer alırlar, çeşitli sanatları kapsarlar ve sanatçılarla doğrudan karşılaşmalar için koşullar yaratırlar”. Birçok festivalin dramatik veya göz alıcı özellikleri vardır; koreografisi yapılır ve ayrıntılı bir şekilde düzenlenir ve hazırlanmaları haftalar, bazen aylar alır (Davies, 2015, s.550). Vern Bielt (2015) “Etkinlik organizatörleri, organik festivalin bir bileşeni olarak görsel sanatların önemini unutmamalıdır.” ifadesinde festival iletişiminde görsel sanatların öneminin altını çizmektedir.

Nitekim, festivallerin uzun soluklu geçmişinden de anlaşıldığı üzere festivallerde iletişim biçimi olarak sanat yapıtları yer almıştır; festivallerin tarihsel geçmişinden günümüze uzanan zaman aralığı zengin örneklerle bunu kanıtlar niteliktedir. Antik Yunan ve Roma sanatının festivallerin görsel niteliklere sahip olmasındaki rolü bir yana Rönesans dönemindeki festivalleri yaratan ve tasarlayan bizzat sanatçılar ve sanat eserleri olmuştur. Böylesi bir estetik iletişimin çağdaş bir örneği olarak, Kaliforniya’da düzenlenen *Coachella Festival*’i duyumsal estetik zamanı ve mekânı yaratılmasına dair başarılı örneklerdendir (Görsel 4.30, 4.31, 4.31). Festival organizatörleri gerçekleştirilmesi planlanan festival zamanında, festival mekânı için sanatçılardan sipariş üzerine yaratımlar talep etmektedir. Sanatçılar ve sanat eserleriyle karşılaşmak heyecanı ise festivale katılım motivasyonunu artırmaktadır.



Görsel 4.29. *Coachella Valley Music and Arts Festival 2018’de yer alan Oberto Behar ve Rosario Marquardt tarafından “Süpernova” enstalasyonu.*



Görsel 4.30. Coachella Valley Music and Arts Festival 2019’de yer alan Sarbalé Ke tarafından yaratılan “The House of Celebration” enstalasyonu.

Görsel 4.31. Coachella Valley Music and Arts Festival 2014’de yer alan Poetic Kinetics’e ait “Escape Velocity” hareketli heykel.

4.2.2. Festival deneyimi: Estetik etkileşim

Deneyim, insanın etkileşim içinde bulunduğu şeylerin yarattığı duygu ve düşünceler bütünüdür. Farklı olanı keşfetmeye, görmeye ve etkileşime olan yönelimimiz sonucunda deneyim, özellikle çağdaş insanın sosyal hayatın dinamikleri içindeki tercihlerinde rol oynamaktadır. Nihayetinde “İnsan uygarlığının ve türümüzün gelişiminin özünde, bireysel ve kolektif gelecekleri dönüştürme ve yönlendirme potansiyeline sahip deneyimler, bilgiler ve fikirleri paylaşma iletişim kurma yeteneği ve arzusu vardır (Mooney, 2020, s.89)”.

Deneyim ekonomisi çalışmaları ile literatürde önemli bir konuma sahip olan Pine ve Gilmore (1999) göre, bir tüketici kişisel tatmin duygusunu yakalamak ve düzenlenen etkinliklerde farklı duysal deneyimler yaşamak için zaman ve para harcamak konusunda istekli davranır. Festivallere katılım motivasyonu içinde de deneyim faktörü belirleyici olmaktadır. Rojek (2013), mega etkinliklerin dünyadaki ciddi sorunlardan uzaklaşma işlevi gördüğüne, aynı zamanda katılımın kendinize bir hediye vermek gibi psikolojik enerji ürettiğine inanmaktadır (Akt: Brown, 2020, s.15). Dolayısı ile festival organizatörleri tarafından festival katılımcılarının pasif birer katılımcı olmalarının ötesinde, festivalde deneyim alanlarında aktif rol almaları ve festivallerde duysal ve duygusal olarak olumlu etkilerle zaman geçirmeleri festival başarısı bağlamında öncülenmektedir (Görsel 4.33).



Görsel 4.32. 2000 Trees Festival’de katılımcıların estetik deneyim biçimi olarak birlikte tasarladıkları tipografik enstalasyon.

Bir deneyim biçimi olarak görsel sanatlar ve görsel iletişim biçimleri ile yaratılan estetik etkileşim festivallerde sıklıkla yer almaktadır. Festivallerde deneyiminin bir parçası olarak tasarlanan estetik biçimleri yaratmak, gerçekleşmesi için aktif rol almak veya izlemek kuşkusuz bir bilgi doğurmaktadır. Nitekim “Bir izleyicinin estetik bir deneyime dahil olması, zihinsel bir eylemden daha fazlasıdır (Mooney, 2020, s.90)”.

“Estetik deneyim, görseli anlamak ve analiz etmekten daha fazlasıdır. Bilgi aktarımını, iletişimi içerir ve bu nedenle bir bilgi biçimidir. Estetik deneyim, izleyiciyi etkileyerek, bilgiyi tam olarak anlamadan bile iletişim kurma işlevi gören duygusal veya empatik tepkiye neden olur (Mooney, 2020, s.102)”.

Etkileşim en az iki unsurun birbirini etkilemesi ve değişmesi sonucunda bir bilgi ortaya çıkaran eylemdir. Estetik etkileşimi barındıran festival deneyimi görsel biçimlerle temas eden katılımcılarda festivale dair bir iz bırakmaktadır denilebilir. Barry’e göre (2020) görsel biçimler ile duyularımıza hitap eden deneyimler, en baskın öğrenme biçimi olmakla beraber, beynimizde kim olduğumuz, nasıl davrandığımız gibi sinaptik bağlantıların kurulmasını sağlamaktadır. Bu noktada festival deneyimi olarak, görsel duyularımıza hitap eden estetik biçimler ile temas etmenin katılımcılar üzerine duygusal ve duygusal olarak daha fazla etki yarattığı söylenebilir. Diğer bir deyişle deneyim biçimi olarak yaratılan görsel duyulara hitap eden estetik biçimler ile etkileşim sonucunda festivaller, anlamını, varlığını, aktarmak istediği mesajı güçlendirmektedir.

Festivallerde vurgulanan duruş pasif olmaktan çok aktiftir, tefekkürden ziyade katılımı teşvik eder (Sassatelli, 2011, s.16). Davies’e (2015, s.548) göre, festivallerin hem katılımcılar hem de izleyiciler için birçok yeni kişisel veya grup deneyimi ürettiğini ifade eder ve tarih boyunca da festivallerin deneyim barındıran yapısını “... renk, görüntü ve ses bolluğu göz önüne alındığında büyük festivaller kuşkusuz duyuşal deneyimlerin olağan dışı gösterileriydi” sözleriyle vurgular. Vern Biett ise festival deneyimine dair estetik biçimleri yaratmanın, izlemenin ve paylaşmanın önemini şu sözleri ile ifade eder;

“Sanat arabaları gibi olağandışı veya nadiren görülen statik sanat eserlerini izlemek insanları büyüler ve çılgın hızlı resim gibi performans sanatlarını izlemek insanları heyecanlandırır. Bununla birlikte, sanat yaratmak sürecin ve performansın bir parçası olmak, liminoidal bir deneyime yol açan şeydir. Bir topluluk festivalinin dekoruna katkıda bulunmak için kâğıttan parti şapkası yapmak ve sonra giymek, büyük duvar resimleri boyamak ve kostüm benzeri kıyafetler giymekle meşgul olan katılımcılar (hepsi geçmiş nesillerdeki organik şenlikli davranış biçimleriyle ilgili) özel deneyimler yaşıyorlar (2015 s.26)”.

Dolayısı ile görsel sanatlar ve grafik tasarım da festival iletişiminin bir parçası olarak festival deneyiminin estetik biçimlerle yaratılmasında, izlenmesinde ve paylaşılmasında önemli bir konumda olmaktadır (Görsel 4.34).



Görsel 4.33. *Counterpoint Müzik Festivali 2014’te, Heineken Evi olarak adlandırılan yapı üzerine festival boyunca yaratılan grafiti çalışmaları.*

4.3. Festival Görsel Kimlik Tasarımının Festival İletişiminde Rolü

4.3.1. Festival görsel kimliği

“Beyin ile çevre arasında bir arayüz olan optik sistem... (Barry, 2020, s.6)” bir sosyomekansal fenomen olan festivalin varlığına işaret eden izlerine temas etmemizi, festivalin varlığını ve anlamını algılamamızı sağlayan, festival deneyimine dair en temel duyumdur. Gördüklerimizden anlam çıkardığımız süreç olarak tanımlanabilecek algı, her şeyden önce milyonlarca yıl boyunca evrimleşmiş sinirsel donanıma sahip bilinçdışı duygusal sistem tarafından çalınan ayrıntılı bir senfonidir (Barry, 2020, s.4). Bu doğrultuda ise grafik tasarım, algı senfonisinin niteliğini belirleyen ve zenginleştiren bir disiplin olmaktadır. Yaratılan festivalin varlık izlerini sunan, anlam dünyasını görsel niteliklerle işlevsel ve estetik biçimde inşa eden grafik tasarım disiplini, festivali hedef kitle ve katılımcılar için görsel duyuma açık hale getiren izlenimleri yaratarak festivalin iletişimde önemli roller üstlenir. Nitekim grafik tasarım algının istenilen noktaya ulaşmasını çeşitli platformlar aracılığıyla bir görsel iletişim sanatı olarak gerçekleştirmektedir.

“Sosyal bilimler araştırmasına önemli bir katkı olan “algı teorisi”, görsel iletişimi anlamak için bilişsel sinirbilim ilkelerinin uygulanması olarak tanımlanabilir: beynin gördüklerinden nasıl anlam çıkardığı, görsel görüntülerin kişisel olarak üzerimizdeki etkisi ve bir kültür ve istenen sonuçlara ulaşmak için görsel görüntülerin nasıl manipüle edilebileceği (Barry, 2020, s.3)”.

Uzak geçmişinden çağdaş biçimlerine kadar uzanan zengin tarihinde festival fenomeni temelinde kuşkusuz bir amaç barındırmıştır. Festivaller belirli bir amaç için düzenlenir ve amaç çerçevesinde oluşan içeriğin, farklı duylara hitap eden yansımaları vardır. Festivalin görsel kimliği ise bu yansımaların en temel ve işlevsel kısmıdır. Festivalin varlığını somutlaştıran, görsel kişilik kazanmasını sağlayan kimlik tasarımları, festival etkinliklerinin görsel biçimlerle iletişim kurmasını sağlar. Diğer etkinliklerden ayıran niteliklerini, doğasını, festivali sembolleştiren logosu, renk, tipografi ve imgelerle işaret eder.

Görsel kimlik tasarımı, çağımızda daha da karmaşık, çok katmanlı olarak fiziksel çevrede ve sanal dünyada bir iz bırakmaktır, çözülmesi gereken ve görsel kimliği başarılı kılan ise nasıl bir iz bırakılacağıdır. Festivalin doğası, doğrudan yaratılması planlanan görsel

kimliği ve görsel kimlik tasarımının hangi platformlarda/yüzeylerde iletişim biçimi olarak uygulanması gerektiğinin nihai belirleyicisi olmaktadır.

Kullanılan renk, seçilen ve yaratılan tipografinin yansıttığı karakter ve grafik öğelerin hiyerarşik kullanımı gibi grafik tasarımcının görsel kimlik tasarımında problem çözerken aldığı kararlar, festivalin doğasından izler taşıması adına önemli olmaktadır. Örneğin belirgin bir bölgesel ürün ve kültürel gelenek üzerine gösteriler düzenlenen, bilgi paylaşımı yapılan ve konferanslar dizisi ile gerçekleşen festivalin görsel kimlik tasarımı ile müzik ve eğlence türüne ait festivalin görsel kimlik tasarımı doğaları itibarıyla farklı bir grafik dile sahip olacaktır. Uygulama yüzeyleri ve alanları festivalin doğasına göre çeşitlenecektir.

Fête des Vignerons



Görsel 4.34. “Fête des Vignerons” Logotype. İsviçre’de düzenlenen bir kültürel festival örneği olarak “Fête des Vignerons” festivali yüzyıllardır bölgenin şarapçılık geleneğini kutlamak için görkemli bir şekilde düzenleniyor. Festival görsel kimliği ise kültürel geçmişini ve içeriğini yansıtan renk ve tipografi kullanımı ile başarılı bir iletişim gerçekleştiriyor.

Görsel 4.35. Fête des Vignerons 2019 yılı afişi.

Görsel 4.36. Fête des Vignerons 2019 yılı görsel kimliği mekân içi uygulama örneği.



Görsel 4.37. Countdown dünya dışı yaşam biçimleriyle ilgili bir hikayesi olan ve festival sürecinde farklı aşmalarda görsel, işitsel ve etkileşim süreçleriyle bu hikâyenin deneyimlenmesini sağlayan müzik ve eğlence içeren festivaldir. Görsel kimliği ise parlak renkler, illüstratif biçimlerle içeriği başarılı bir şekilde yansıtmaktadır.

4.3.2. Festival iletişimde görsel kimliğinin aşamalı aktarımı

Turizm alanında Profesör Graham Brown, etkinlik organizasyonunda görsel iletişimin önemini, çevresel faktörleri dönüştüren rolünü inceler. Brown (2020) “*Eventscares: Transforming Place, Space and Experiences*” adlı kitabında bu ilişkiyi ele alır ve kitabı neden yazmaya karar verdiğine dair bir paylaşımda bulunur.

Brown, Sidney 2000 Olimpiyatları’ndan önce organizasyon komitesinin ofisinde bulunduğunda, olimpiyat oyunu için tasarlanan görsel kimlik tasarımlarını, uygulama talimatlarını ve kurallarını içeren kılavuzu gördüğünde fazlasıyla etkilendiğini ve etkinlik iletişiminin görsel yönden böylesi detaylı tasarlanıyor oluşunun bıraktığı etki ile araştırmalarının şekillendiğini paylaşır. Brown (2020), etkinlikler planlanırken, bilgisi dağıtılırken ve oyunlar esnasında görselliğin etkinliklerde farklı aşamalarda önemli roller üstelendiğinden ve dolayısı ile düzenlendiği bölgeyi görsel olarak dönüştürdüğünden

bahseder. Brown’a (2020) göre “Görsel bir kimlik, geniş bir paydaş yelpazesıyla iletişim kurmayı ve etkinlik deneyimlerini geliştirmeyi amaçlar.” Nitekim Richard vd. (2015) “Etkinlik tasarımının çok çeşitli paydaşları içermesi ve etkinlik öncesinde, sırasında ve sonrasında, etkinlik yerinde ve aynı zamanda diğer yerlerde ve (sanal) alanlarda çok çeşitli unsurları kapsaması gerekir.” ifadesinde bulunur.

Sonuç itibarıyla festivaller planlanır, hedef kitleye duyurusu gerçekleştirilir, festival katılımcıları tarafından festival zamanında ve mekânında deneyimlenir ve festival bittikten sonra insanların zihninde bir yaşanmışlık duygusu bırakır. Bu doğrultuda festivalin varlığının en temel dışavurumu olan görsel kimliği genel itibarıyla dört farklı aşamada festival hedef kitlesine aktarılacak üzere tasarlanır ve festival iletişimindeki rolünü bu aşamalarda gerçekleştirir.

- İlk duyuru reklam ile iletişim
- Festival sitesi ve detaylı bilgi
- Festival zamanında ve mekânında
- Festivalin ardından

4.3.2.1. *Tomorrowland festivali örneği*

Festival görsel kimliğinin aşamalı olarak aktarılması ve bu sürecin festival iletişimde oynadığı rol, dünyanın önde gelen başarılı festival organizasyonunu ve iletişimini gerçekleştiren *Tomorrowland* örneğinde incelenebilir. Elektronik müzik ve dans festivali olan Tomorrowland ilk olarak 2005 yılında Belçika’da Boom şehrinde düzenlenmiştir. Tomorrowland festivali dünyanın önde gelen, müzik ve eğlence deneyiminin yüksek seviyede özgün bir atmosferde gerçekleştiği ünlü festivallerdendir. Tüm dünyada sıra dışı coşkunun ve özgün eğlencenin deneyimlendiği festivaller arasında yer alan Tomorrowland her yıl binlerce katılımcı ile gerçekleşmektedir.

Tomorrowland festivalinin düzenlendiği mekânda, tipografisinde, görsel dilinde belirgin bir üslubu yansıttığı gözlemlenmiştir. Festivalin görsel kimliği ve mekânın atmosferi, 1861’de William Morris tarafından yaratılan Arts & Crafts hareketinin bir yansıması olan Belçika’daki Art Nouveau akımının izlerini barındırmaktadır. Festivalin sahne tasarımı, festival mekânındaki yapıların biçimleri Ortaçağ katedrallerine benzemektedir, zarif kıvrımlardan, bitkisel desenlerden izler taşımaktadır (Görsel 4.39, 4.40, 4.41).



Görsel 4.38. Hector Guimard’ın Art Nouveau tarzında tasarlamış olduğu ikonik Paris Metro girişi, 1898.

Görsel 4.39. Alfons Mucha’ya ait illüstrasyon, Daydream (Rozmarzenie), 1897.



Görsel 4.40. 2022 Tomorrowland festivalinde kullanılan logo ve festival mekânında yer alan sahne tasarımı, enstalasyon, iç mekân tasarımı. Öğelerin hepsinin Art Nouveau’dan izler taşıyan bir kimliğe sahip olduğu gözlemlenebilir.

Tomorrowland festivali her yıl başka bir tema ile yaratılmaktadır ve bu temanın birincil olarak somutlaştığı biçim ana sahnenin tasarımı (mainstage) olmaktadır. Festival görsel kimliği de festivalin temasını, hikayesini aktaran ana sahnenin bir izdüşümü olarak

tasarlanmaktadır. Örneğin 2016 yılında *Yaşam İksiri*, 2017 yılında *Amikorum Gösterisi*, 2018 yılında *Planaxis'in Hikayesi*, 2019 yılında *Bilgelik Kitabı*, COVID-19 salgını nedeniyle 2021 yılında *Dünya Çapında* dijital gösterimiyle ve son olarak da 2022 yılında *Sevginin Yansıması* temasıyla düzenlenmiştir.

Festival görsel kimliğinin dört aşamada aktarılarak festival iletişiminde oynadığı rol, Tomorrowland' in 2022 yılında *Sevginin Yansıması* (The Reflection of Love) teması için yaratılan görsel kimlik tasarımları üzerinden incelenecektir.

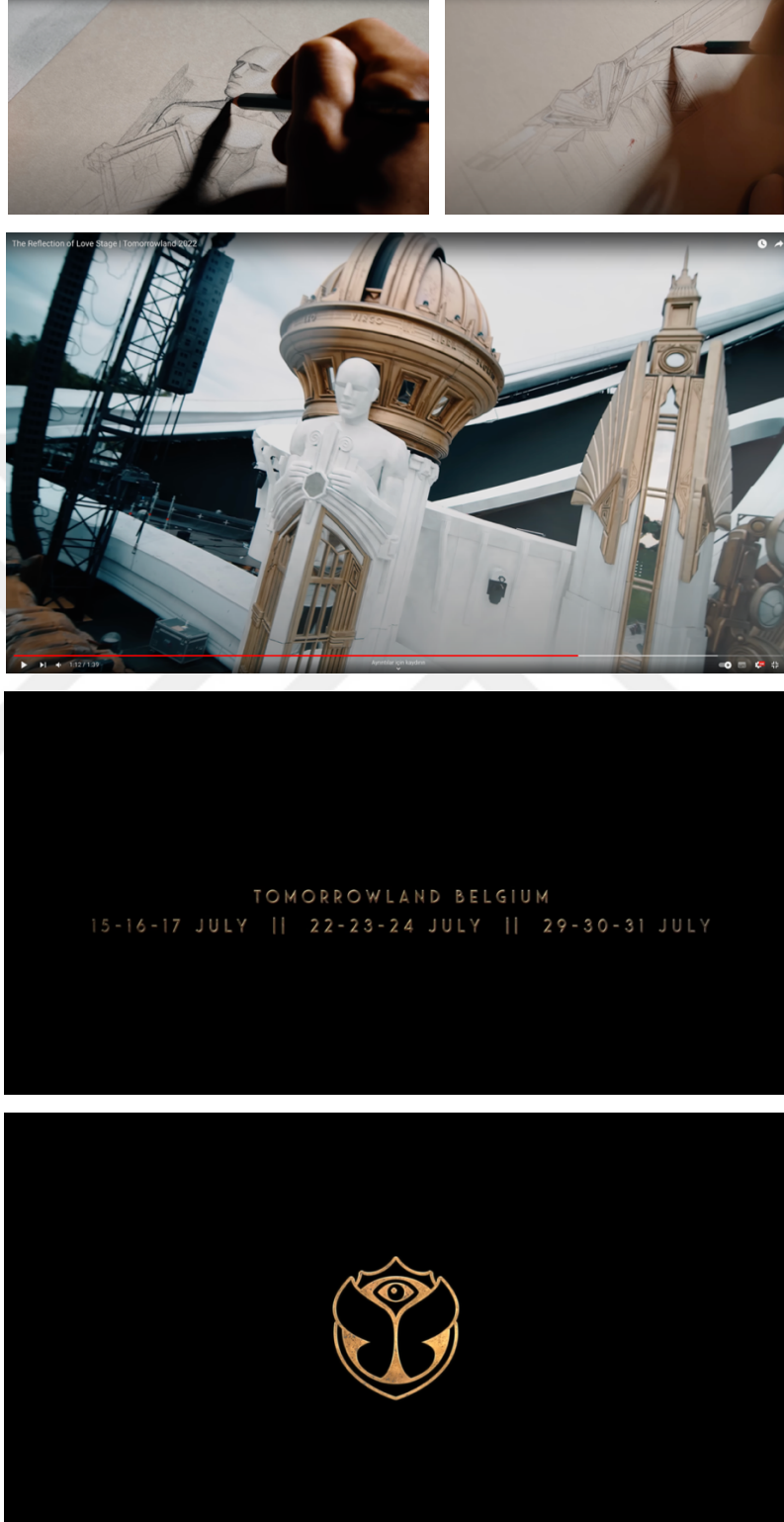
Festival duyurusu ve “Sevginin Yansıması” ana sahnesinin tanıtımı

Festivaller belirgin bir amaç, tema ile düzenlenmesi planlanan varlığını öncelikli olarak televizyon, sosyal medya platformları, afiş, billboard gibi çeşitli basılı ve dijital platformlarda tanıtır, varlığını görünür hale getirir. Barry' nin de ifade ettiği gibi “Gördüklerimizin hepsi, fark edeceğimiz, zihinsel olarak işleyeceğimiz, harekete geçireceğimiz ve sonrasında yapacağımız her şey için birincil platformu oluşturur (2020, s.5)”. Bu doğrultuda festivale katılım sağlayacak hedef kitle için reklam kampanyaları gerçekleştirilir. Festival iletişiminin birincil aşaması olarak yer alan reklam, festivalin varlığını ve kişiliğini, temasını yansıtan görsel kimliği ile ilk karşılaşma alanı olmaktadır.

Tomorrowland festivali, 2022 yılındaki temasını ve katılım çağrısını youtube kanalından tanıtım filmi yayınlayarak, afiş ve sosyal medya paylaşımları ile ilan etmiştir. COVID-19 nedeniyle ara verilen fiziksel buluşmayı yeniden gerçekleştirmek üzere düzenlenen festivalin görsel kimliği, pozitif enerjinin, sevginin yaşandığı ve yansıtıldığı bir buluşma olacağını işaret eden, festival mekânından ve ana sahnenin hikayesinden izler taşıyan öğelerle yaratılmıştır. Genel olarak siyah ve metalik sarı ağırlıkta olan tipografi ve logo kullanımı ise festivalin temasını belirleyen ana sahnenin tasarımına bir gönderme yapmaktadır. Festivalin temasını oluşturan uzay, koordinat, gökyüzü gibi kavramların ise renk, çizgi ve imgelerle yansıtıldığını görebiliriz (Görsel 4.42, 4.43).



Görsel 4.41. Festival duyuru afişleri.

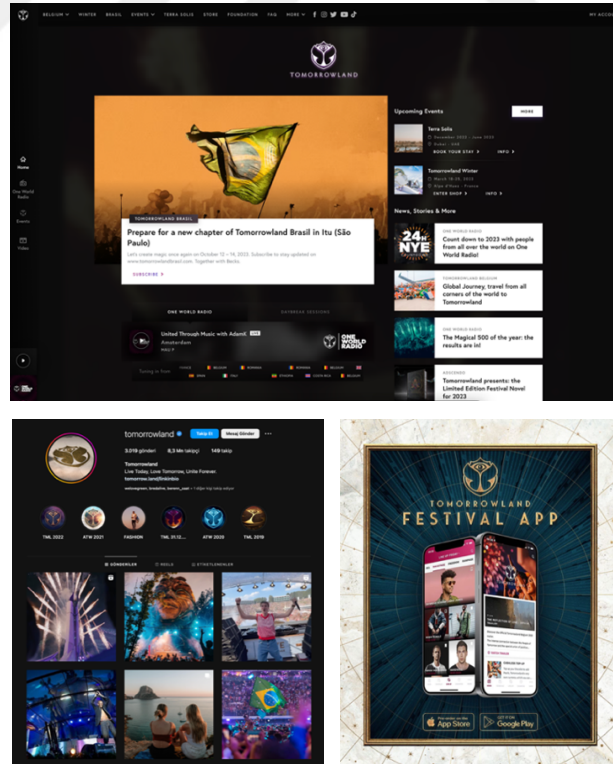


Görsel 4.42. Festival tanıtım filmi, festival mekânın, ana sahnesinin yaratılma hikayesini ve temasını aktarıyor. Festival görsel kimliğine dair ilk izlenimleri sunuyor.

Festival detaylı bilgilerinin paylaşıldığı platformlar

Festivale katılım çağrısı için hedef kitlesine ulaşan başarılı reklam çalışmaları, hedef kitlede bıraktığı olumlu izlenimlerle, merak duygusuyla ve bazen de bir sonraki edisyonu için heyecanla bekleyişte olan potansiyel katılımcılarını, festival hakkında detaylı bilgiler edinebileceği bir sonraki platform için harekete geçirir. Festivaller hakkında detaylı bilgiler sunan platformlar genellikle web sitesi, sosyal medya, mobil uygulamalar gibi dijital platformlar olmaktadır. Dijital platformlarla beraber broşür, kitapçık gibi basılı tasarım ürünleri de kullanılmaktadır. Tomorrowland festivali bu süreci dijital platformlar üzerinden gerçekleştirmiştir (Görsel 4.44, 4.45).

Yeni bir izlenim alanı oluşturan web sitesi ve sosyal medya platformları festival programı hakkında detaylı bilgiler sunarken potansiyel katılımcı için festivalin varlığına dair görsel kimliğinin detaylı bilgiler ile zihnimizde daha anlamlı hale gelmesini sağlayan ikinci aşama olmaktadır.



Görsel 4.43. Tomorrowland web sitesi.

Görsel 4.44. Sosyal medya hesabı ve mobil uygulamasına dair duyuru gönderisi.

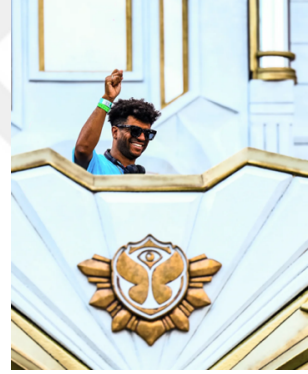
Festival zamanında ve mekânında

Festival zamanında ve mekânında görsel kimliğin üstlendiği iletişim rolü birçok yüzeyde uygulama biçimlerini gerektirmektedir. Festival zamanı ve mekânının atmosferi günlük yaşamın peşi sıra ilerleyen aynılık döngüsünden farklı olarak, aşkın duyumsal özellikler sergiler. Başarılı festivaller Waterman' a göre katılımcıları, izleyicileri cezbetmek için genellikle küresel bir kültüre hitap eden güçlü ve meraklı bir mekân duygusu yaratır (Waterman, 1998, s.58). Festival görsel kimliği adeta mekânı dönüştürür, mekânın kişilik kazanmasını sağlar ve festivalin atmosferini yaratır. *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekân* adlı çalışmada, Taşcıoğlu (2013, s.35) “Atmosfer yaratmak başlı başına bir tasarım problemidir.” ifadesinde bulunur.

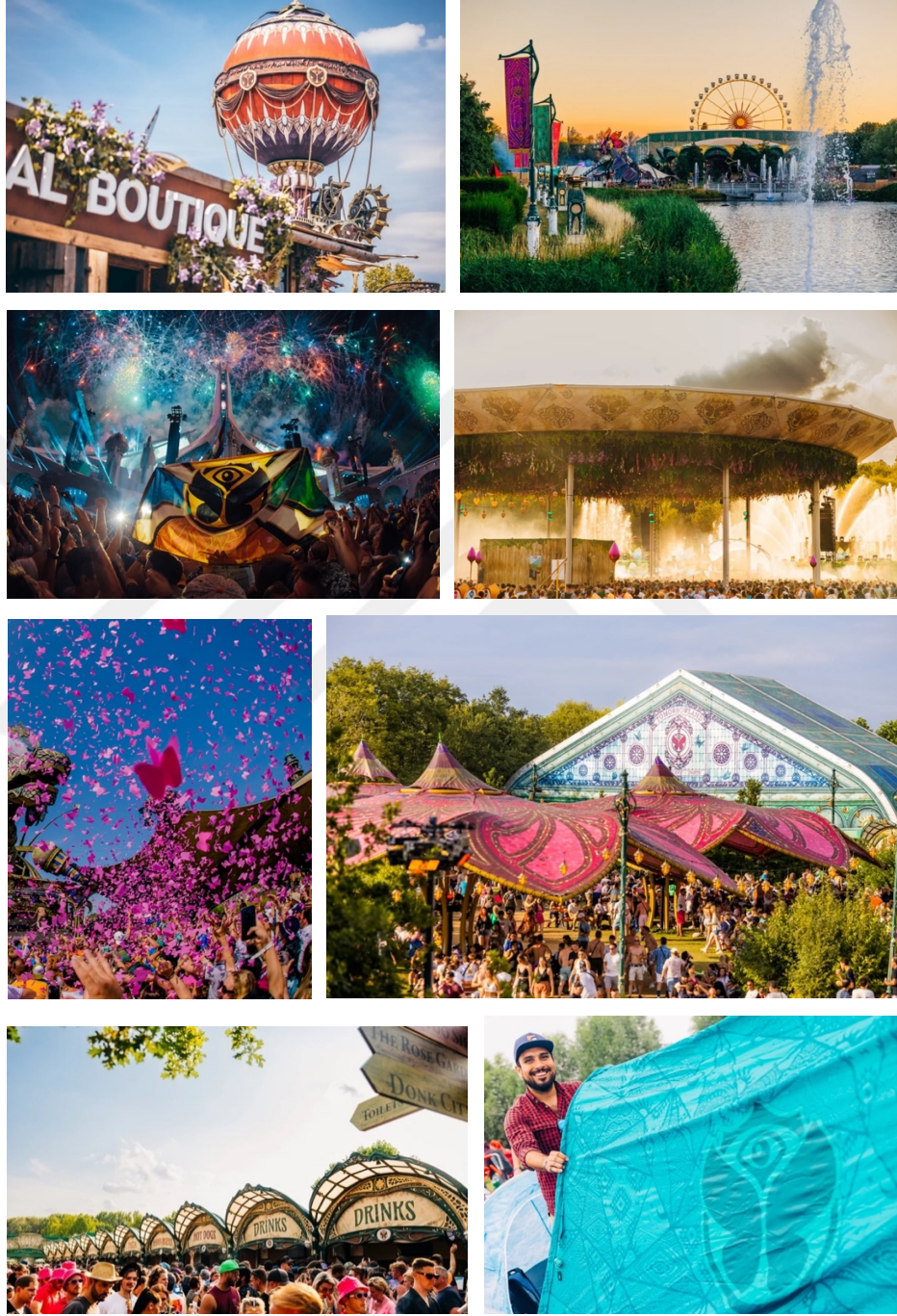
“Yağmurlu ya da karlı bir havada, dışarıdan içeri girmek, sıcak evin havasını koklamak ve kahve kokusunu hissetmek ya da sıkıcı bir havada temiz hava almak için dışarı çıkıp gezmek, dev bir konserin olduğu stadyumun kapısından içeri ilk adımı atmak, insanı bir atmosferden bambaşka bir atmosfere sokar (Taşcıoğlu, 2013, s.35)”.

Dolayısı ile Taşcıoğlu'nun da vurguladığı gibi başarılı niteliklere ve görsel duyulara hitap eden estetik iletişim biçimlerine sahip olan festival mekânları, adım atıldığı andan itibaren insanın farklı bir atmosfere bürünmesini sağlar.

Festival görsel kimliği belki de festival iletişiminde en etkin rolünü festival mekânında gerçekleştirir. Görsel kimlik tasarımının fiziksel yüzeylerde, flamalarda, sahne tasarımında, festival ekibinin kıyafetlerinde, yönlendirme sistemlerinde kısacası festival mekânının her alanında festivalin varlığını somutlaştırır. Bu doğrultuda görsel kimliğin festival mekânında aldığı rol, festivalin varlığını somutlaştıran izlere en geniş yelpazede temasa geçildiği ve festivalin zihinlere kazındığı önemli aşamalardan olmaktadır. Tomorrowland festival mekânı ise bu çerçevede adeta festivalin temasının fiziksel bir dışavurumu olarak başarılı görsel iletişimi sergilemektedir (Görsel 4.46, 4.47).



Görsel 4.45. *Ana sahne üzerinde Tomorrowland logosu kullanımı ve festival mekânın girişindeki tipografik yer imi.*

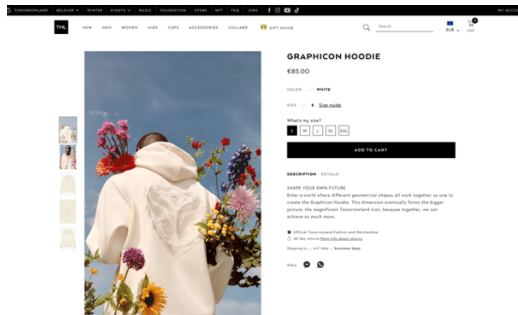


Görsel 4.46. Festival mekânında festival görsel kimliğinin çeşitli alanlarda ve uygulama yüzeyleri

Festivalin ardından

Festivaller, deneyimlendiği zaman ve mekânda, iletişim ve organizasyon başarısı ölçüsünde katılımcılarda bir iz bırakır. Katılımcılar festivallerden duygu, düşünce ve deneyimlerini taşıyacak olan somut hatıralar edinerek ayrılırlar. Bu hatıralar festivale dair duygu, düşünce ve deneyimlerimizi anımsatıcı işlevleri olan, festivalin akılda kalıcılığını artıran, festival bittikten sonra dahi festival görsel iletişimini gerçekleştirmeye devam eden çeşitli ürünlerdir. Festival görsel kimliğinden izler taşıyan kıyafetler, bileklikler, afişler, fotoğraflar, hediyecek eşyalar vb. festival iletişimini zaman ve mekân sınırlarını aşan niteliklere taşır. Festival düzenleniş amacını işaret eden, görsel kimliğini barındıran ürünler, katılımcının festivale dair edindiği anlamı, deneyimi satın aldığı/edindiği ürünlere yüklemesiyle daha da önemli bir noktaya erişir. Bu nedenle festivalden sonra da yaşamaya devam edecek iletişim biçimlerini tasarlamak festival görsel kimliğini/varlığını güçlendiren, bir sonraki edisyon için anımsatıcı işlevi olan önemli aşamalardan olmaktadır.

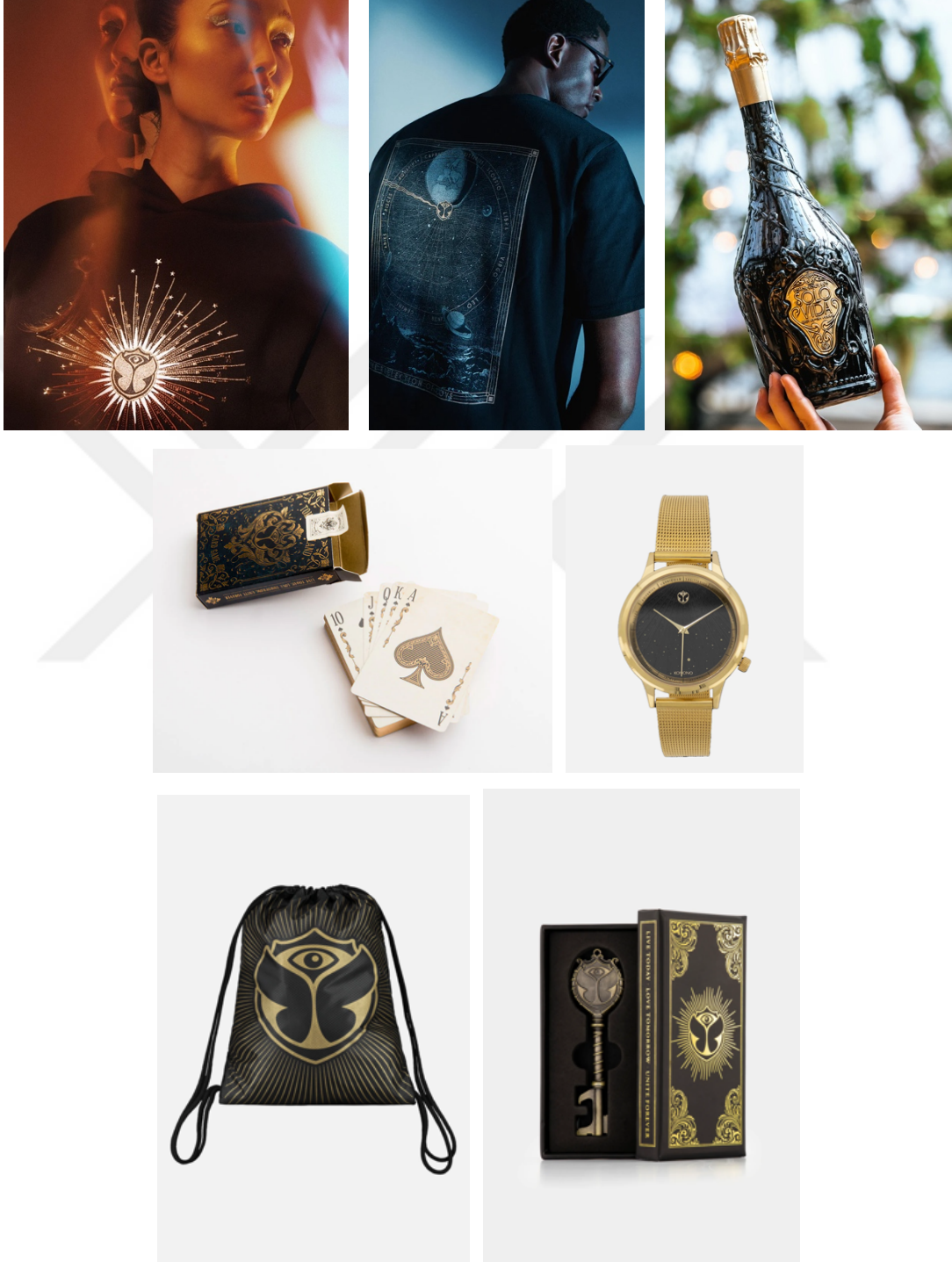
Tomorrowland, bu bağlamda festivale dair ürün tasarımlarını geniş bir yelpazede çeşitlendirerek başarılı bir iletişim stratejisi oluşturmuştur. Festival görsel kimliğini içeren tasarımlar ya da özel olarak yaratılmış kreasyonlar tişörtlerde, şapkalarda, bilekliklerde, plak ve içecek ambalajlarında uygulanmıştır. Tomorrowland' in online mağazasında hemen hemen insanın günlük yaşamda kullanacağı ürünler satışa sunulmaktadır. Online satış festival öncesinde ya da sonrasında edinebilecek bir imkân sunarken, festival zamanında mekânından da bu ürünlerin satışı yapılmaktadır. Katılımcıların festival sürecinde konakladığı, kamp yaptığı, temel ihtiyaçlarını giderdiği ve alışveriş yaptığı “DreamVille” adlı kısımda bu ürünler satışa sunulmaktadır (Görsel 4.47, 4.48, 4.49).



Görsel 4.47. Tomorrowland web sitesinde online ürün satış sayfası.



Görsel 4.48. DreamVille satış alanı.



Görsel 4.49. Tomorrowland web sitesinde satışa sunulan Sevginin Yansıması Koleksiyonu (*The Reflection Of Love Collection*).

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. UYGULAMA PROJESİ

5.1. Uygulama Projesinin Amacı

“Geçmişten Günümüze Festivallerde Görsel Kimlik ve Grafik Tasarımın Festival Kimliğindeki Rolü” adlı çalışmanın uygulama projesinde, tez kapsamında elde edilen bilgilerin ve bulguların sergileme tasarımı ile paylaşılması amaçlanmıştır.

Festival içeriğinin görsel dışavurumları olarak yer alan tanımlı iletişim öğelerinin tarihsel süreçte nasıl şekillendiğine ve grafik tasarımın festivallerdeki rolüne odaklanan tez çalışmasında elde edilen bilgilerin, bir sergi içeriği olarak ele alınıp, sosyal hayatımızın parçası olan festivallere dair tarihsel bir bakış ile sunulmasının bilgilendirici ve faydalı olacağı düşünülmüştür.

Uygulama projesi için *Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü Sergi Alanı* sergi mekânı olarak belirlenmiştir. Öğrenciler, öğretmenler, okul içinden ve dışarıdan gelen ziyaretçilere açık olarak gerçekleştirilmesi planlanmıştır.

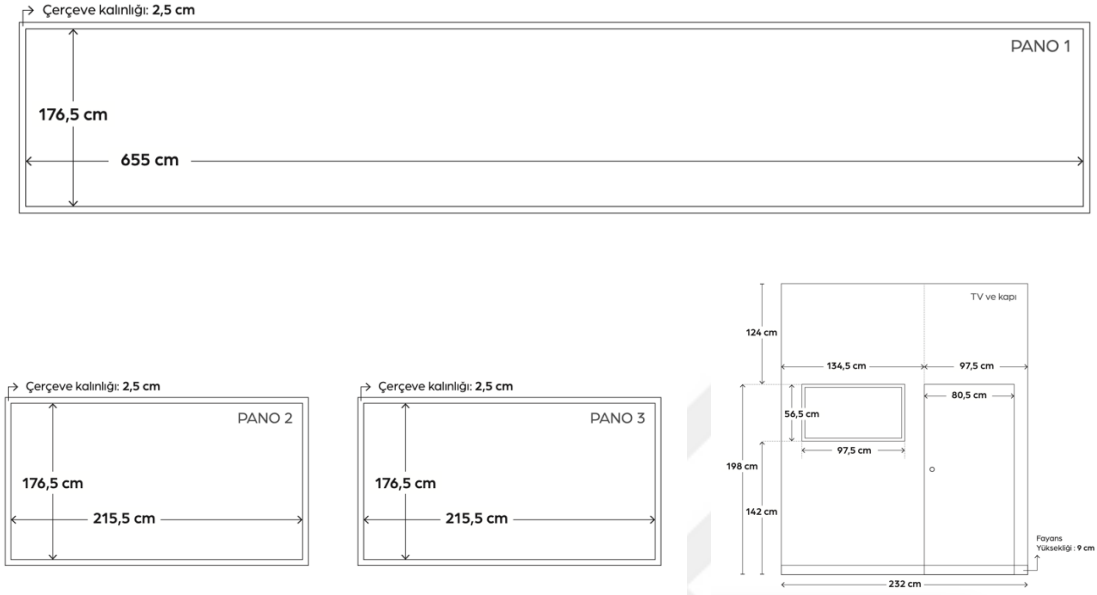
5.2. Düünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi

5.2.1. Sergi mekânı ve özellikleri

Sergileme tasarımında mekânın özellikleri ve sınırlılıkları uygulama biçimlerini belirleyen, serginin vücut bulmasını sağlayan iskelet görevi görmektedir. Bu doğrultuda Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü Sergi Alanı’nın sergi tasarımını ve uygulama biçimlerini belirleyen özelliklerini paylaşmak önemli olmaktadır.

Kısaca sergi alanının özelliklerinden bahsetmek gerekirse, grafik katında duvara asılı çeşitli ölçülerde mıknaş panolar bulunmaktadır. Bu panolar düzenlenen sergilerin kolaylıkla gerçekleşmesine olanak sağlayan, hızlı ve pratik bir eylem alanı tanımaktadır. Mıknaş özelliği ile sergileme konusunda malzemenin yaratmış olduğu sınırlılıklar olduğu gibi malzeme bağlantılı yaratıcı alternatiflerin de uygulamaya dahil edilmesini sağlamaktadır.

Uygulama projesinde grafik katında yer alan 6 panodan 655x176,5 cm ölçüsündeki Pano1 ve 215,5x176,5 cm ölçüsündeki Pano2 ve Pano3 kullanılmıştır. Sergi giriş alanı olan, sergi logosu/adı ve açıklamaların paylaşıldığı duvar ise 232x322 cm ölçüsündedir ve bu alan da proje içerisinde logo ve açıklama metninin yer aldığı yüzeylerden olmuştur (Görsel 5.1).



Görsel 5.1. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü Sergi Alanı Pano Ölçüleri

5.2.2. Sergi başlığı ve içeriği

Tarihsel bir süreci ele alan serginin adı “Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği” olarak belirlenmiştir. Sergi içeriği ise festival fenomenine dair tanımları ve güncel işlevlerini; ilkel ritüellerden, grafik tasarımın bir disiplin olarak ortaya çıktığı modern dönemlere kadar araştırma süreci boyunca elde edilmiş dair yazılı ve görsel bilgilerden bir seçkiyi kapsamaktadır.

Serginin amacına ulaşmasında sergi içeriğinde yer alan yazınsal bilginin uzunluğu ve içeriği önemli rol oynamaktadır. Bu doğrultuda tez çalışması boyunca detaylı şekilde tarihsel süreçleri ele alınan başlıkların, sergide yer alacak yazınsal bilgide kısa ve öz olarak önemli noktalar odağında aktarılması hedeflenmiştir.

Bu kapsamda, serginin içeriği 6 bölümde aktarılacak üzere planlanmıştır;

- Festival Nedir?
- Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği
- İlkel Ritüeller ve Semboller
- Kökenlerin Merkezi: Antik Yakındoğu

- Tanrılar ve Festivaller Antik Yunan ve Roma
- Ortaçağ Kültüründen Miras: Karnaval
- Rönesans Saray Festivallerinden Modern Festivallere

5.2.3. Sergi görsel kimliği

Serginin kendi bağlamı içerisinde bir görsel kimliği olması tanımlı ve görsel bütünlük içinde atmosfer yaratması adına önemlidir. Bu doğrultuda öncelikle Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği sergisi için bir logo tasarımı yapılmıştır. Logoda tipografik seçimin festival ruhuna uygun olarak hareketli bir karakter yansıtılması ve renklerin de buna uygun olarak seçilmesi hedeflenmiştir. Sergide kullanılan yazı karakterleri ise metinlerde *Abril Text*, başlıklarda *Forma DJR Banner* ve alternatif olarak ise *Kampasite* tercih edilmiştir.



Görsel 5.2. Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği logo tasarımı ve kullanılan renkler
(M. Kübra Akboğa Arşivi)

Kampasite

Abril Text

Forma DJR Banner

Görsel 5.3. *Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği kullanılan fontlar.*

(M. Kübra Akboğa Arşivi)

5.2.4. Sergi tasarımları ve uygulamaları

6 bölümde aktarılmak üzere planlanan sergi içeriğinde, geniş bir yüzeyi kaplayan Pano1’de *Festival Nedir? Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği, İlkel Ritüeller ve Semboller, Kökenlerin Merkezi: Antik Yakındoğu, Tanrılar ve Festivaller Antik Yunan’a dair* bilgiler ve görseller yer almıştır. Pano2’de *Antik Roma* ve Pano3’te ise *Ortaçağ Kültüründen Miras: Karnaval, Rönesans Saray Festivallerinden Modern Festivallere* bölümleri yer almıştır.

Tasarımlar panoları kaplayacak şekilde dijital baskıya uygun olarak hazırlanmıştır. Baskıların panolara mıknatıs destekli tutturulabilmesi için parçalar halinde alınıp asılmıştır. Her bölümün sergi görsel kimliğine uygun olacak şekilde farklı renkle ayrılmasına ve bu doğrultuda sergi atmosferinin renkli, eğlenceli ve festival ruhunda yaratılması hedeflenmiştir. Bölüm başlıkları dikey olarak renkli zemin üzerinde belirtirmiştir. Her bölümde genel bilgiler yatay olarak aktarılırken, görseller ve görsel bağlantılı açıklama yazıları ise küçük dikdörtgen kutular içinde aktarılmıştır.

Bilgi aktarımında yazınsal bilginin fazla olmamasına dikkat edilmiş, detaylı bilgileri sunan mıknatıslı kitapçıklarla aktarılmasına karar verilmiştir. Böylelikle detaylı bilgi edinmek isteyen ziyaretçi için etkileşimde bulunacağı kitapçıklar tasarlanmıştır.

Bununla beraber sergi mekânında, çeşitli enstalasyon çalışmaları da yapılmıştır. Festival görsel kimliğinin bir parçası olarak yer alan, tarihsel süreçte medeniyetlerin ritüel ve törenlerde kullandıkları objelerden tasarlanan yerleştirmelerle sergi mekânının atmosferi yaratılmaya çalışılmıştır. Ayrıca festivallerin belirgin ögesi olarak yer alan bayrakların da serginin içeriğini yansıtmaya hedeflenerek tavanda asılı olarak kullanılmıştır.



Görsel 5.4. Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi Pano 1.
(M. Kübra Akboğa Arşivi)



Görsel 5.5. Kitapçık kapağı ve iç sayfasından bir görünüm.
(M. Kübra Akboğa Arşivi)



Görsel 5.6. *Kitapçı'nın panodaki kullanımı*
(M. Kübra Akboğa Arşivi)



Görsel 5.8. *Dünden Bugüne Festival Görsel Kimliği Sergisi Pano1 ve Pano3 (M. Kübra Akboğa, Arşiv).*



Görsel 5.9. *Sergi alanından bir görünüm (M. Kübra Akboğa Arşivi) .*



Görsel 5.10. Sergi açıklama metni ve logonun yer aldığı duvar (M. Kübra Akboğa Arşivi).

SONUÇ

Festival, insanlığın ortak amaç için bir araya gelme, paylaşma ve kutlama içgüdüğü ile doğan sosyokültürel bir fenomendir. Tarih öncesinden günümüze kadar uzanan, köklü geçmişe sahip iletişim etkinliğidir. İnsanların kendini ifade etme, duygularını ve düşüncelerini mekân, nesne, davranış katmanlarıyla dışavurmasına imkân sunan zamansal ve mekânsal bir fenomendir.

Bu tez festivaller ve görsel kimliğinin zengin tarihini, nasıl yaratıldığını, festival iletişiminde görsel biçimlerin yerini ve grafik tasarımın çağdaş festivallerdeki rolünü ele almıştır. İnsanlık ilkel dönemlerden itibaren görsel iletişim biçimleri ile çevresini, yaşamını ve nesneleri belirgin nitelikler sergileyecek şekilde biçimlendirmiş, tanımlı kılmıştır. Tıpkı hayatın diğer alanlarında olduğu gibi festivaller de tarih boyunca özgün görsel ifadeler ile tanımlı kılınan öğelerden olmuştur. Nitekim festivallerin ilkel ve antik çağlarda gerçekleştirilen ritüellere kadar uzanan geçmişi festival, ritüel ve görselliğin ayrılmaz ilişkisini ve gerekliliğini gözler önüne sermektedir. Medeniyetlerin kültürel belleğinde geniş yer kaplayan ritüeller ve ritüellere eşlik eden objeler, kıyafetler, mekânsal düzenlemeler festivallerde görselliğin iletişim biçimi olarak geçmişten günümüze kadar süregelen önem boyutunu göstermektedir.

Festival içeriğinin, düzenleniş amacının dışavurumu olarak doğan görsel kimliği yaşanan toplumsal gelişmeler, sosyokültürel dönüşümler ve medeniyetlerin iletişim biçimleri, sanatsal yetkinlikleri ile şekillenmiştir. Sanayi Devrimi'nden sonra grafik tasarımın görsel iletişimi yaratan ve bir içeriğe biçim veren rolü ile festivallerin görsel kimlik tasarımı sistemli ve hedef kitleye uygun iletişim kurma ihtiyacına doğru seküler noktaya evrilmiştir. Önceleri festivalde yer alan amacını ve kolektif anlamları somutlaştıran sembolik objeler yerini logolara ve birçok kalemden oluşan tasarımlara bırakmıştır. Antik çağlarda tanrının festivale katılması için gerçekleştirilen ritüellerdeki görsel, işitsel ve eylemsel hassasiyet çağdaş festivallerde potansiyel katılımcıların beklentilerine uygun iletişim biçimlerine ve deneyime evrilmiştir.

Festivallerin sosyoekonomik, politik vb. amaçlarla sıklıkla araçsallaştığı günümüzde grafik tasarımın bir içeriğe biçim veren, sunan ve tanımlı kılan yetkinliği, disiplinler arası iş birliğinde bulunduğu festival iletişiminde fazlasıyla belirleyici olmaktadır. Bugün bu doğrultuda dünyaca ünlü festivaller incelendiğinde, görsel kimlik tasarımları etkinlik

iletişiminin her aşamasında kritik konumda olmaktadır. Görsel kimlik tasarımları ve uygulama biçimleri ile grafik tasarım disiplini festival başarısını, niteliğini yükseltmektedir. Özellikle postmodernizm sonrasında ortaya çıkan küreselleşme, sosyoekonomik ve markalaşma beklentileri gibi festivallerin doğasında yaşanan dönüşümler grafik tasarımın rolünü daha da belirginleştirmiştir. Nitekim ağdaş insanın hayatın diğer alanlarında olduğu gibi festival deneyiminden ve atmosferinden beklentisi, günlük ritmin dışında görsel, işitsel, eylemsel olarak aşkın ve farklı bir zaman, mekân sunmasıdır. Teknolojik/sanal entegrasyonu gerekli kılan gelişmeler; festival öncesinde, zamanında ve sonrasında izlemekten, temas etmekten, kullanmaktan keyif duyulan ürünler; şehir merkezlerini ve düzenlendiği kamusal alanları dönüştüren, festival meknını, atmosferini yaratma girişimleri gibi festival görsel kimliği uygulama alanlarının her geçen gün çeşitlenmesine neden olan ağdaş unsurlar söz konusudur. Ve bu noktada grafik tasarımın görsel iletişim gücü ve geniş yelpazede disiplinler arası iş birliği festival iletişiminde görsel kimlik tasarımının önemini artırmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abraham, R. D. (1987) *An American Vocabulary of Celebrations*. A. Falassi (Editör), Time out of time: Essays on Festivals içinde (s.173-184). Albuquerque: University of New Mexico Press
- Ambrose, G. (2013). *Grafik Tasarımında Dil ve Yaklaşım* (Çev: M. Taşçıoğlu). Literatür Yayıncılık.
- Assmann, J. (2015). *Kültürel Bellek Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik* (Çev: A. Tekin). İstanbul: Ayrıntı.
- Atakuman, Ç. (2019) *Arkeolojide Ritüel ve Toplum*. Atakuman Ç. (Editör), İstanbul: Ege Yayınları.
- Bahtin, M. (2016). *François Rabelais ve Ortaçağ-Rönesans Halk Kültürü* (Çev: S. Gürses Abuagla). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Barletta, L. (2020). *Kamusal Alan* (Çev: Adnan Tonguç). Eco U. (Editör) 16. Yüzyıl Rönesans Çağı içinde (s. 302-308). İstanbul: Alfa
- Becer, E. (2013) *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Benoît, Bolduc (2015) “Fêtes on paper: Graphic Representations of Louis XIV's Festivals at Versailles,” *The Princeton University Library Chronicle*, 76(1-2), p. 211.
- Bennett, A., Taylor, J., & Woodward, I. (2014). *The festivalization of culture*. Ashgate.
- Bielt, V. (2015) *Organic Festivity*. Jepson, A., & Clarke, A (Editörler). Exploring community festivals and events içinde (s.17-31). London: Routledge.
- Bonnemaïson, S. and Macy, C. (2008) *Festival architecture*. London: Routledge.
- Brown, G. (2020) *Eventscapes: Transforming Place, Space and Experiences*. London: Routledge.
- Carastro, M. (2019). *Hareketlerden Sözlere Ritüel Temelli Adetler*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yunan (3. baskı) içinde (s. 602-614). İstanbul: Alfa
- Cohen, A. (1982) “A polyethnic London Carnival as a contested cultural performance,” *Ethnic and Racial Studies*, 5(1), pp. 23–41.

- Cudny, W. (2014) “*The phenomenon of festivals. their origins, evolution, and classifications,*” *Anthropos*, 109(2), pp. 640–656.
- Cudny, W. (2016) *Festivalisation of urban spaces: Factors, processes and effects*. Cham: Springer.
- Davies, W. K. D. (2015). *Festive Cities: Multi-Dimensional Perspectives*. Davies W. K. D. (Ed.). Theme Cities: Solutions for Urban Problems (1. baskı) içinde (s. 553-561). New York: Springer
- Delanty, G., Giorgi, L., & Sassatelli, M. (2011). *Festivals and the Cultural Public Sphere*. Taylor & Francis.
- Dilek, Y. (2019) *Eski Mezopotamya Dini Ritüeller ve Kullanılan Objeler*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Doğan Alparslan, M., & Alparslan, M. (2019). *Hititler: Bir Anadolu İmparatorluğu*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Duffy, M. (2016) *The Emotional Ecologies of Festivals*, Bennett, A., Taylor, J. ve Woodward, I. (Editörler), *The Festivalization of Culture* içinde (s.229-251). London: Routledge.
- Duffy, M., & Mair, J. (2021). *Future trajectories of festival research*. *Tourist Studies*, 21(1), 9-23.
- Ergüven, A. (2021). *İyi Tasarım Nedir*. İstanbul: Hümanist Ajans.
- Falassi, A. (1987) *Time out of time: Essays on the festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Getz, D. (2010). *The Nature and Scope of Festival Studies*. *International Journal of Event Management Research*, 5, 1-47.
- Goethe, J.W. (1987). *The Roman Carnival*. Falassi, A. (Ed.), *Time out of time: Essays on the festival* içinde (s. 13-35). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Gold, J. R., & Gold, M. M. (2020). *Festival Cities: Culture, Planning and Urban Life*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Gombrich, E.H. (2013) *Sanatın Öyküsü*. İstanbul: Remzi kitapevi.

- Graf, F. (2016). Festivals in Ancient Greece and Rome. *Oxford Research Encyclopedia of Religion* Festival had a name. (2011). In *Thesaurus Cultus et Rituum Antiquorum: ThesCRA*. Los Angeles: The J. Paul Getty Museum.
- Harvey, D. and Savran, S. (2014) *Postmodernliğin Durumu: Kültürel değişimin Kökenleri*. İstanbul: Metis.
- Hollis, R. (1997) *Graphic Design: A Concise History*. London: Thames & Hudson.
- Hume, D. (2019). *İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Soruşturma* (Çev: F. B. Aydar). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- GUOBIN XU, YANHUI CHEN, LIANHUA XU, ET AL (2018). Introduction to chinese culture: Cultural history, arts, festivals and rituals. PALGRAVE MACMILLAN.
- Kodres, K., & Mänd, A. (2013). *Images and Objects in Ritual Practices in Medieval and Early Modern Northern and Central Europe*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Kolonkaya Bostancı N. (2019) *Paleolitik Çağ Toplanma Alanları ve Ritüeller*. Ç. Atakuman (Editör) Arkeolojide Ritüel ve Toplum içinde (s.55-77), İstanbul: Ege Yayınları.
- Latsch, M.-L. (1984) *Chinese traditional festivals*.
- Luhmann, N. (1995). *Social Systems*, Stanford University Press, Standford.
- Manetti, G. (2019). *Yunanistan'da Spor ve Oyunlar*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yunan (3. baskı) içinde (s. 246-259). İstanbul: Alfa
- May, R. (2013). *Yaratma Cesareti*. (Çev: A. Oysal). İstanbul: Metis.
- Meggs, P.B. (2012) *A History of Graphic Design*. New York: John Wiley.
- Melewar, T.C. and Saunders, J. (2000) "Global Corporate Visual Identity Systems: Using an Extended Marketing Mix" *European Journal of Marketing*, 34(5/6), pp. 538–550.
- Milano, L. (2019). *Giriş*". Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yakındoğu (2. baskı) içinde (s.24-35). İstanbul: Alfa
- Monin, E. (2008). *The Speculative Challenges of Festival Architecture in Eighteenth-Century France*. Bonnemaïson, S., & Macy, C. (Editörler). Festival architecture içinde (s:155-181). London: Routledge

- Mooney, S. (2020) *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*. ROUTLEDGE.
- Naso, P.O. (2016). *Fasti (I-VI) Roma Takvimi ve Festivaller* (Çev: A. Coşkun Abuagla). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Nocera, G.M. (2019). *Bereketli Hilal ve “Birinci Neolitik Devrim”*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yakındoğu (2. baskı) içinde (s. 39-49). İstanbul: Alfa
- Okay, Y. (2018) *Kurum Kimliği*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Oskay, Ünsal (2021) *İletişimin ABC’si*. İstanbul: Der Yayınları.
- Oskay Ünsal (2021) *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle iletişimin kültürel İşlevleri: Kuramsal Bir Yaklaşım*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Ozankaya, Ö. (1991). *Temel Toplumbilim Terimleri Sözlüğü*. Cem Yayınevi.
- Ökse A.T. (2019) *Giriş*. Ç. Atakuman (Editör) Arkeolojide Ritüel ve Toplum içinde (s.10-11), İstanbul: Ege Yayınları.
- ÖZBALCI, S., & Turgut, V. A. R. (2013). *Mesir Festival with an economic perspective*. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(3), 488-497.
- Özsevgeç, Y. (2017). *POSTMODERNİZM ÜZERİNE*. Journal of International Social Research, 10(54).
- Perfigli, M. (2022). *“Çoktanrıcılık” ve Teoloji*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Roma (2. baskı) içinde (s. 532-539). İstanbul: Alfa
- Pironti, G. (2019). *Çoktanrıcılığın Dili*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yunan (3.baskı) içinde (s. 552-559). İstanbul: Alfa
- Pine, J. B. ve Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the Experience Economy*. Harvard Business Review, July-August
- Pucci, G. (2019). *Giriş*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yunan (3. baskı) içinde (s. 700-708). İstanbul: Alfa
- Raband, I. (2013). *The Festival Books for Ernest of Austria from Brussels and Antwerp 1594*. Hirakawa, K. (Editörler). Aspects of Narrative in Art History, Kyoto University
- Richards, G., Marques, L., & Mein, K. (2017). *Event Design: Social Perspectives and Practices (Routledge Advances in Event Research Series)* (1st ed.). Routledge.

- Rizzi, A. (2019). *Bayramlar, Oyunlar, Törenler*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Orta Çağ (6. baskı) içinde (s. 326). İstanbul: Alfa
- Salmeri, G. (2022). *Augustus: İmparatorluğun Kurucusu*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Roma (2. baskı) içinde (s. 132-140). İstanbul: Alfa
- Schmandt Besserat, D. (2021). *Yazının En Eski Öncüsü* (Çev: B. Ersöz). D. Crowley, P. Heyer (Editörler), İletişim Tarihi Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya içinde (s. 21-35). Ankara: Siyasal Kitabevi
- Schmidt, K. (2007). *Göbekli Tepe* (Çev: R. Aslan). İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Smith, R.J. (2015). *Festival ve Kutlamalar* (Çev: Sibel Keskin), M. Ö. Oğuz, S. G. TEKE ve S. AKKAYA (Editörler), Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 3 içinde (s. 346-355). Ankara: Geleneksel Yayıncılık
- Smith, R.J. (2015). *Festival ve Kutlamalar*. (S. Keskin, Çev.) Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Geleneksel
- Stoeltje, J. B. (2015). *Festival*. (Çev: P. Ersoy.) *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar* M. Ö. Oğuz, S. G. TEKE ve S. AKKAYA (Editörler), Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 3 içinde (s. 346-355). Ankara: Geleneksel
- Strano, G. (2019). *Mezopotamya’da Astronomi*”. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yakınoğu (2. baskı) içinde (s. 446-453). İstanbul: Alfa
- Taşcıoğlu, M. (2013) *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Kitap*. İstanbul: YEM Yayın.
- Taşcıoğlu, M. (2013) *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekân*. İstanbul: YEM Yayın.
- Tondo, I. (2019). *Gündelik Hayat*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Yunan (3. baskı) (s. 289-299). İstanbul: Alfa
- Topalian, A. (1984) “Corporate identity: Beyond the Visual Overstatements,” *International Journal of Advertising*, 3(1), pp. 55–62.
- Tunalı, İ. (2012) *Estetik*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Twemlow, A. (2011). *Grafik Tasarım Ne İçindir?* (Çev: D. Özgen). İstanbul: YEM Yayın.
- Uçar T. F. (2019) *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

- Van den Bosch, A. L., de Jong, M. D., & Elving, W. J. (2005). How Corporate Visual Identity Supports Reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(2), 108–116.
- Vienne, V. S. H. (2016). *Grafik Tasarımı Değiştiren 100 Fikir* (Çev: B. Bayrak). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Viglietti, C. (2022). *Krallar Çağı*. Eco U. (Ed.), (L. T. Basmacı Çev.) Antik Roma (2. baskı) içinde (s. 28-42). İstanbul: Alfa
- Vignelli, M. (2009 Ocak). Bilgilendirme Tasarımı Öncülerinden Massimo Vignelli (Çev: Ç. Çankaya), *Grafik Tasarım Dergisi*, 28, 56-60
- Waterman, S. (1998). Carnivals for Elites? The Cultural Politics of Arts Festivals. *Progress in Human Geography*, 22(1), 54-74.
- Winston, R. (2010). *İlkel Dürtülerimiz Modern Yaşamlarımızı Nasıl Biçimlendiriyor* (Çev: S. Köseoğlu). İstanbul: Say Yayınları.

İnternet Kaynakça

http-1: <https://www.triggerxr.com/about>

(Erişim tarihi: 18.02.2023)

http-2: <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/kronoloji>

(Erişim tarihi: 03.03.2023)

http-3: <https://www.iksv.org/tr/haber/gecmisten-gunumuze-iksv-afisleri>

(Erişim tarihi: 03.03.2023)

http-4: <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/tarihce>

(Erişim tarihi: 03.03.2023)

http-5: <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/temel-amaclar>

(Erişim tarihi: 03.03.2023)

http-6: <https://www.oneclub.org/awards/theoneshow/-award/43421/rio-carnaval-logo>

(Erişim tarihi: 24.02.2023)

http-7: <https://www.kulturyolufestivalleri.com/kultur-yolu>

(Erişim tarihi: 24.02.2023)

http-8: <https://www.kulturyolufestivalleri.com/kultur-yolu>

(Erişim tarihi: 24.02.2023)

Görsel Kaynakça

Görsel 1.1: liderempresarial.com, (Erişim tarihi: 19.03.2022)

Görsel 1.2: bridgemanimages.com, (Erişim tarihi: 20.03.2022)

Görsel 1.3: smithsonianmag.com, (Erişim tarihi: 31.03.2022)

Görsel 1.4: smithsonianmag.com, (Erişim tarihi: 31.03.2022)

Görsel 1.5: smithsonianmag.com, (Erişim tarihi: 31.03.2022)

- Görsel 1.6:** kids.nationalgeographic.com, (Erişim tarihi: 31.03.2022)
- Görsel 1.7:** kids.nationalgeographic.com, (Erişim tarihi: 31.03.2022)
- Görsel 1.8:** denizhummasi.com, (Erişim tarihi: 31.03.2022)
- Görsel 1.9:** sohu.com, (Erişim tarihi: 31.03.2022)
- Görsel 1.10:** history.com, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.11:** bbc.com, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.12:** serbestiyet.com, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.13:** bfmtv.com, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.14:** welovegreen.fr, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.15:** welovegreen.fr, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.16:** instagram.com, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.17:** instagram.com, (Erişim tarihi: 30.03.2022)
- Görsel 1.18:** highlinemeeting.com, (Erişim tarihi: 29.03.2022)
- Görsel 1.19:** highlinemeeting.com, (Erişim tarihi: 29.03.2022)
- Görsel 1.20:** fox35orlando.com, (Erişim tarihi: 29.03.2022)
- Görsel 1.21:** rove.me, (Erişim tarihi: 29.03.2022)
- Görsel 2.1:** tr.wikipedia.org, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.2:** donsmaps.com, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.3:** donsmaps.com, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.8:** sailingstonetravel.com, (Erişim tarihi: 19.04.2022)
- Görsel 2.9:** sailingstonetravel.com, (Erişim tarihi: 19.04.2022)
- Görsel 2.11:** thoughtco.com, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.12:** vici.org, (Erişim tarihi: 21.04.2022)

- Görsel 2.14: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.17: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.18: nationalgeographic.com, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.19: nationalgeographic.com, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.20: nationalgeographic.com, (Erişim tarihi: 18.04.2022)
- Görsel 2.21: thecollector.com, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.22: pixabay.com, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.23: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.24: arkeofili.com, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.25: cycladic.gr, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.26: nationalgeographic.com, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.27: nationalgeographic.com, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.28: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.29: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 21.04.2022)
- Görsel 2.30: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 23.04.2022)
- Görsel 2.31: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 27.04.2022)
- Görsel 2.32: picryl.com, (Erişim tarihi: 27.04.2022)
- Görsel 2.33: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 27.04.2022)
- Görsel 2.34: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 05.10.2022)
- Görsel 2.35: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 05.10.2022)
- Görsel 2.36: museodelprado.es, (Erişim tarihi: 05.10.2022)
- Görsel 2.37: museodelprado.es, (Erişim tarihi: 05.10.2022)
- Görsel 2.38: wikimedia.org, (Erişim tarihi: 05.10.2022)

- Görsel 2.39: worldhistory.org, (Erişim tarihi: 06.10.2022)
- Görsel 2.40: metmuseum.org, (Erişim tarihi: 06.10.2022)
- Görsel 2.41: historyextra.com, (Erişim tarihi: 06.10.2022)
- Görsel 2.42: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 06.10.2022)
- Görsel 2.43: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 06.10.2022)
- Görsel 2.44: 19thcenturybritpaint.blogspot.com, (Erişim tarihi: 07.10.2022)
- Görsel 2.45: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 07.10.2022)
- Görsel 2.46: artsandculture.google.com, (Erişim tarihi: 07.10.2022)
- Görsel 2.47: metmuseum.org, (Erişim tarihi: 20.03.2023)
- Görsel 2.48: forbes.com, (Erişim tarihi: 20.03.2023)
- Görsel 2.49: pinterest.com, (Erişim tarihi: 20.03.2023)
- Görsel 2.50: janae.fr, (Erişim tarihi: 20.03.2023)
- Görsel 2.51: tr.depositphotos.com, (Erişim tarihi: 20.03.2023)
- Görsel 2.52: pinterest.com, (Erişim tarihi: 21.03.2023)
- Görsel 2.53: nlc.cn, (Erişim tarihi: 21.03.2023)
- Görsel 2.54: cityviewnc.com, (Erişim tarihi: 21.03.2023)
- Görsel 2.55: istockphoto.com, (Erişim tarihi: 21.03.2023)
- Görsel 2.56: en.wikipedia.org, (Erişim tarihi: 22.03.2023)
- Görsel 2.57: chinadaily.com, (Erişim tarihi: 22.03.2023)
- Görsel 2.58: prnewswire.com, (Erişim tarihi: 24.03.2023)
- Görsel 2.59: hurriyet.com.tr, (Erişim tarihi: 25.03.2023)
- Görsel 2.60: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 07.10.2022)
- Görsel 2.61: bazonline.ch, (Erişim tarihi: 07.10.2022)

- Görsel 2.62:** christies.com, (Erişim tarihi: 07.10.2022)
- Görsel 2.63:** aa.com.tr, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.64:** youtube.com, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.65:** wikimedia.org, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.66:** wikipedia.org, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.67:** wikipedia.org, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.68:** youtube.com, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.69:** telegraph.co.uk, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.72:** institutdefrance.fr, (Erişim tarihi: 21.10.2022)
- Görsel 2.75:** onlineonly.christies.com, (Erişim tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 2.76:** artsandculture.google.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 2.77:** artsandculture.google.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 2.78:** artsandculture.google.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 2.79:** artsandculture.google.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 2.80:** artsandculture.google.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 3.1:** blackpast.org, (Erişim tarihi: 15.02.2023)
- Görsel 3.2:** ensembles.org, (Erişim tarihi: 15.02.2023)
- Görsel 3.3:** socialismgoesglobal.exeter.ac.uk, (Erişim tarihi: 15.02.2023)
- Görsel 3.4:** segd.org, (Erişim tarihi: 15.02.2023)
- Görsel 3.5:** segd.org, (Erişim tarihi: 15.02.2023)
- Görsel 3.6:** lancewyman.com, (Erişim tarihi: 15.02.2023)
- Görsel 3.7:** arundelcastle.org, (Erişim tarihi: 16.02.2023)
- Görsel 3.8:** arundelcastle.org, (Erişim tarihi: 16.02.2023)

- Görsel 3.9:** lostlandsfestival.com, (Erişim tarihi: 16.02.2023)
- Görsel 3.10:** worlddjfestivals.com, (Erişim tarihi: 16.02.2023)
- Görsel 3.11:** intellitix.com, (Erişim tarihi: 16.02.2023)
- Görsel 3.12:** coachella.com, (Erişim tarihi: 18.02.2023)
- Görsel 3.13:** triggerxr.com, (Erişim tarihi: 18.02.2023)
- Görsel 3.14:** hypebeast.com, (Erişim tarihi: 18.02.2023)
- Görsel 3.15:** youtube.com, (Erişim tarihi: 18.02.2023)
- Görsel 3.16:** virtualburn.burningman.org, (Erişim tarihi: 18.02.2023)
- Görsel 3.17:** theatreartlife.com, (Erişim tarihi: 18.02.2023)
- Görsel 3.18:** edition.cnn.com, (Erişim tarihi: 19.02.2023)
- Görsel 3.19:** eskiturkiye.net, (Erişim tarihi: 19.02.2023)
- Görsel 3.20:** manisameydangazetesi.com.tr, (Erişim tarihi: 19.02.2023)
- Görsel 3.21:** manisatb.org.tr, (Erişim tarihi: 19.02.2023)
- Görsel 3.22:** kulturportali.gov.tr, (Erişim tarihi: 19.02.2023)
- Görsel 3.23:** facebook.com, (Erişim tarihi: 21.02.2023)
- Görsel 3.24:** manisa.gov.tr, (Erişim tarihi: 21.02.2023)
- Görsel 3.25:** bbc.com, (Erişim tarihi: 21.02.2023)
- Görsel 3.26:** nytimes.com, (Erişim tarihi: 21.02.2023)
- Görsel 3.27:** behance.net, (Erişim tarihi: 24.02.2023)
- Görsel 3.28:** behance.net, (Erişim tarihi: 24.02.2023)
- Görsel 3.29:** behance.net, (Erişim tarihi: 24.02.2023)
- Görsel 3.30:** kulturyolufestivalleri.com, (Erişim tarihi: 24.02.2023)
- Görsel 3.31:** kulturyolufestivalleri.com, (Erişim tarihi: 24.02.2023)

Görsel 3.32: youtube.com, (Erişim tarihi: 27.02.2023)

Görsel 3.33: instagram.com, (Erişim tarihi: 27.02.2023)

Görsel 3.34: instagram.com, (Erişim tarihi: 27.02.2023)

Görsel 3.35: instagram.com, (Erişim tarihi: 27.02.2023)

Görsel 3.36: festival-cannes.com, (Erişim tarihi: 27.02.2023)

Görsel 3.37: festival-cannes.com, (Erişim tarihi: 01.03.2023)

Görsel 3.38: actu.fr, (Erişim tarihi: 01.03.2023)

Görsel 3.39: tr.wikipedia.org, (Erişim tarihi: 01.03.2023)

Görsel 3.40: tr.wikipedia.org, (Erişim tarihi: 01.03.2023)

Görsel 3.41: altinkozaff.org.tr, (Erişim tarihi: 01.03.2023)

Görsel 3.42: t24.com.tr, (Erişim tarihi: 03.03.2023)

Görsel 3.43: iksv.org/tr, (Erişim tarihi: 03.03.2023)

Görsel 3.44: bek.com.tr, (Erişim tarihi: 03.03.2023)

Görsel 3.45: iksv.org, (Erişim tarihi: 03.03.2023)

Görsel 3.46: t24.com.tr, (Erişim tarihi: 06.03.2023)

Görsel 3.47: iksv.org/tr, (Erişim tarihi: 06.03.2023)

Görsel 3.48: iksv.org/tr, (Erişim tarihi: 06.03.2023)

Görsel 3.49: iksv.org/tr, (Erişim tarihi: 06.03.2023)

Görsel 3.50: iksv.org/tr, (Erişim tarihi: 06.03.2023)

Görsel 3.51: ifturquie.org, (Erişim tarihi: 07.03.2023)

Görsel 3.52: bantmag.com, (Erişim tarihi: 07.03.2023)

Görsel 3.53: aksam.com.tr, (Erişim tarihi: 07.03.2023)

Görsel 3.54: instagram.com, (Erişim tarihi: 09.03.2023)

- Görsel 3.55: film.iksv.org, (Erişim tarihi: 09.03.2023)
- Görsel 3.56: bakiniz.com, (Erişim tarihi: 09.03.2023)
- Görsel 4.1: oshte.bg, (Erişim tarihi: 29.10.2022)
- Görsel 4.2: www.metmuseum.org, (Erişim tarihi: 29.10.2022)
- Görsel 4.3: edinburghfestivalcity.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 4.4: edinburghfestivalcity.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 4.5: [instagram.com/edfilmfest](https://www.instagram.com/edfilmfest), (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 4.6: [instagram.com/edfilmfest](https://www.instagram.com/edfilmfest), (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 4.7: [instagram.com/edfilmfest](https://www.instagram.com/edfilmfest), (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 4.8: ksvart.com, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 4.10: metmuseum.org, (Erişim tarihi: 28.10.2022)
- Görsel 4.11: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 28.10.2022)
- Görsel 4.12: wikipedia.org, (Erişim tarihi: 28.10.2022)
- Görsel 4.13: nereye.com.tr, (Erişim tarihi: 24.10.2022)
- Görsel 4.14: christies.com, (Erişim tarihi: 26.10.2022)
- Görsel 4.15: fedex.com, (Erişim tarihi: 06.11.2022)
- Görsel 4.16: fedex.com, (Erişim tarihi: 06.11.2022)
- Görsel 4.17: pentagram.com, (Erişim tarihi: 06.11.2022)
- Görsel 4.18: designhistoryresearch.wordpress.com, (Erişim tarihi: 08.11.2022)
- Görsel 4.19: khanacademy.org, (Erişim tarihi: 08.11.2022)
- Görsel 4.20: domestika.org, (Erişim tarihi: 09.11.2022)
- Görsel 4.21: standardsmanual.com, (Erişim tarihi: 09.11.2022)
- Görsel 4.22: itsnicethat.com, (Erişim tarihi: 11.11.2022)

- Görsel 4.23: [behance.net/ofgvn](https://www.behance.net/ofgvn) , (Erişim tarihi: 11.11.2022)
- Görsel 4.24: walkerart.org , (Erişim tarihi: 09.11.2022)
- Görsel 4.25: [behance.net/alonglongtime](https://www.behance.net/alonglongtime) , (Erişim tarihi: 13.11.2022)
- Görsel 4.26: [behance.net/alonglongtime](https://www.behance.net/alonglongtime) , (Erişim tarihi: 13.11.2022)
- Görsel 4.27: libfestival.org , (Erişim tarihi: 16.11.2022)
- Görsel 4.28: cameronkrow.com , (Erişim tarihi: 18.11.2022)
- Görsel 4.29: [instagram.com/libfestival](https://www.instagram.com/libfestival) , (Erişim tarihi: 18.11.2022)
- Görsel 4.30: designboom.com , (Erişim tarihi: 20.11.2022)
- Görsel 4.31: archilovers.com , (Erişim tarihi: 20.11.2022)
- Görsel 4.32: kdhx.org , (Erişim tarihi: 20.11.2022)
- Görsel 4.33: [instagram.com/2000trees_festival](https://www.instagram.com/2000trees_festival) , (Erişim tarihi: 05.12.2022)
- Görsel 4.34: drinkedin.net , (Erişim tarihi: 05.12.2022)
- Görsel 4.35: fetedesvignerons.ch , (Erişim tarihi: 10.12.2022)
- Görsel 4.36: fetedesvignerons.ch , (Erişim tarihi: 10.12.2022)
- Görsel 4.37: editions-bienvivre.ch , (Erişim tarihi: 10.12.2022)
- Görsel 4.38: countdownnye.com , (Erişim tarihi: 11.12.2022)
- Görsel 4.39: wikipedia.org , (Erişim tarihi: 13.12.2022)
- Görsel 4.40: wikipedia.org , (Erişim tarihi: 13.12.2022)
- Görsel 4.41: tomorrowland.com , (Erişim tarihi: 13.12.2022)
- Görsel 4.42: [instagram.com/tomorrowland](https://www.instagram.com/tomorrowland) , (Erişim tarihi: 15.12.2022)
- Görsel 4.43: [youtube.com/@tomorrowland](https://www.youtube.com/@tomorrowland) , (Erişim tarihi: 15.12.2022)
- Görsel 4.44: tomorrowland.com , (Erişim tarihi: 16.12.2022)
- Görsel 4.45: [instagram.com/tomorrowland](https://www.instagram.com/tomorrowland) , (Erişim tarihi: 16.12.2022)

Görsel 4.46: tomorrowland.com, (Erişim tarihi: 28.12.2022)

Görsel 4.47: tomorrowland.com, (Erişim tarihi: 28.12.2022)

Görsel 4.48: tomorrowland.com, (Erişim tarihi: 28.12.2022)

Görsel 4.49: tomorrowland.com, (Erişim tarihi: 28.12.2022)

Görsel 4.50: tomorrowland.com, (Erişim tarihi: 28.12.2022)

