

**T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**



**GÖRSEL İLETİŞİM ARACI OLARAK FESTİVAL
AFİŞLERİ: ULUSLARARASI GAZİANTEP
GASTRONOMİ FESTİVALİ 2019 AFİŞLERİNİN
GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ**

Eyup Turan ŞAHAN

Yüksek Lisans Tezi

İLETİŞİM ANABİLİM DALI

İletişim Bilimleri

ŞUBAT 2022

**T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

İLETİŞİM ANA BİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

**GÖRSEL İLETİŞİM ARACI OLARAK FESTİVAL
AFİŞLERİ: ULUSLARARASI GAZİANTEP GASTRONOMİ
FESTİVALİ 2019 AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL
ÇÖZÜMLEMESİ**

Tez Yazarı
Eyup Turan ŞAHAN

Danışman
Dr. Öğretim Üyesi Tamer KAVURAN

**ŞUBAT 2022
ELAĞIÇ**

BEYAN

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım **“GÖRSEL İLETİŞİM ARACI OLARAK FESTİVAL AFİŞLERİ: ULUSLARARASI GAZİANTEP GASTRONOMİ FESTİVALİ 2019 AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ”** Başlıklı Yüksek Lisans Tezi’nin içindeki bütün bilgilerin doğru olduğunu, bilgilerin üretilmesi ve sunulmasında bilimsel etik kurallarına uygun davrandığımı, kullandığım bütün kaynakları atıf yaparak belirttiğimi, maddi ve manevi desteği olan tüm kurum/kuruluş ve kişileri belirttiğimi, burada sunduğum veri ve bilgileri unvan almak amacıyla daha önce hiçbir şekilde kullanmadığımı beyan ederim.

21.02.2021

Eyup Turan ŞAHAN

ÖN SÖZ

Afiş, en eski reklam araçlarından birisidir ve 19. yüzyılın başlarında görsel iletişim için bir araç olarak gelişmeye başladı. Her sanatta olduğu gibi afiş sanatının belirli argümanları vardır. Bu argümanlar her sanat eserinde olduğu gibi belirli ve belirsiz anlamlar ve mesajlar içerebilir. Her sanat eserinin hedef kitlesi farklıdır. Sanatçı; hedef kitlesine göre içerik hazırlar ve iletilmesi gereken mesajları doğrudan veya dolaylı olarak eserine yansıtır. Sanatçı; Reklam, Bilgilendirici, Motive Edici, Film, Etkinlik, Seyahat, Araştırma gibi afiş türlerinden herhangi birisi için tasarımda bulunurken vermek istediği mesajı kodlar. Bu kodları çözmek için göstergebilim teknikleri kullanılır.

Bu çalışmada göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile afişlerin nasıl çözümleneceği ortaya konmuştur. Örneklem olarak belirlenen Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali afişleri göstergebilimsel çözümlemesi yapılmış ve belirlenen eksikler için çözüm önerileri sunulmuştur.

Bu çalışma da her zaman desteğini hissettiğim ve bilgisine hayran olduğum değerli hocam ve danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Tamer KAVURAN'a, yüksek lisans eğitimim süresince benden desteğini esirgemeyen, bu sürecin sıkıntılarına katlanan ve varlığıyla bana güç veren aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eyup Turan ŞAHAN

ELAZIĞ 2022

İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	I
ÖN SÖZ.....	II
İÇİNDEKİLER	III
ÖZET.....	V
ABSTRACTD	VI
TABLolar LİSTESİ.....	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VIII
GÖRSELLER LİSTESİ	IX
1. GİRİŞ	1
2. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ	2
2.1. Afış.....	2
2.2. Tasarım ve Görsel İletişim.....	12
2.2.1. Afış Standartları	12
2.2.1.1. Kompozisyon	12
2.2.1.2.Üçler Kuralı.....	13
2.2.1.3.Izgara.....	14
2.2.1.4.Afış Tasarımında izlenecek adımlar.....	14
2.3. Türkiye’de Afış.....	15
2.4. UNESCO.....	19
2.4.1.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Nedir?.....	19
2.4.2. Gaziantep.....	20
2.4.3. Gaziantep Mutfağı.....	20
2.4.4. UNESCO Yaratıcı Şehirler – Gaziantep Gastronomi (2015).....	20
3. YÖNTEM.....	22
3.1. Problem Tanımı.....	22
3.2. Araştırmanın Amacı	22
3.3. Araştırmanın Önemi	22
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	22
3.5. Evren-Örneklem.....	22
3.6. Kapsam ve Sınırlılıklar.....	22
3.7. Veri Toplama ve Verilerin Analizi.....	23
3.8. Göstergebilim.....	23
3.8.1. Göstergebilim Tarihçesi	25
3.8.2. Göstergebilimde Kullanılan Temel Yaklaşımlar ve Kavramlar	25
3.8.2.1.Ferdinand de Saussure	25
3.8.2.2.Charles Sanders Peirce	26
3.8.2.3.Roland Barthes.....	26
3.8.2.4.Noam Chomsky	26
3.8.2.5.Umberto Eco.....	27
3.8.3. Göstergelerin Anlamlandırılması	27
3.8.3.1.Düz Anlam (Denotation)	27
3.8.3.2.Yan Anlam (Konnotation)	27
3.8.3.3.Kodlar/Şifreler	27

3.8.3.4.Mitler	28
3.8.3.5.Metonimi (Düz Değişmece)	28
3.8.3.6.Metafor (Eğretileme)	28
3.9. Göstergelerin Anlamlandırma Biçimleri.....	28
3.9.1.Dizisel Boyut (Paradigm)	28
3.9.2.Dizimsel Boyut (Syntagm)	28
3.9.3.Dizimsel (Sintaktik)	29
3.9.4.Anlambilimsel (Semantik).....	29
3.9.5.Edimbilimsel (Pragmatik)	29
4. BULGULAR ve YORUMLAR	30
4.1. Afişlerin Çözümleme Yöntemi	30
4.2. Afişlerin Çözümlemesi.....	30
4.2.1. Terbiyeli Kuşbaşı Kebap Afişinin Çözümlemesi.....	35
4.2.2. Tarihi Budeyri Hanı Afişinin Çözümlemesi	37
4.2.3. Gaziantep Kalesi Afişinin Çözümlemesi	40
4.2.4. Çingene Kızı Afişinin Çözümlemesi	42
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	45
KAYNAKLAR.....	46
ÖZ GEÇMİŞ	

ÖZET
GÖRSEL İLETİŞİM ARACI OLARAK FESTİVAL AFİŞLERİ: ULUSLARARASI
GAZİANTEP GASTRONOMİ FESTİVALİ 2019 AFİŞLERİNİN
GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

Eyup Turan ŞAHAN
Yüksek Lisans Tezi

FIRAT ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimleri Enstitüsü
İLETİŞİM ANA BİLİM DALI
İletişim Bilimleri

Şubat 2022, Sayfa: IX + 48

Afiş, bir fikrin, ürünün veya olayın toplu tüketim için kamusal alanda geçici olarak tanıtılmasıdır. Modern anlamda afiş 19. y.y.'da taşbaskının afişlerde kullanımı ve rekabete dayalı ekonominin gelişmesi ile ortaya çıkmıştır. Afişler aynı zamanda sanat eserlerinin, özellikle ünlü eserlerin reproduksiyonları için de kullanılır ve genellikle orijinal sanat eserine göre düşük maliyetlidir. Bu araştırmada afişin fonksiyonlarından olan dikkat çekici özelliği incelenmiştir. Araştırma örneklemleri olarak UNESCO tarafından Yaratıcı Şehirler Ağına kabul edilen Gaziantep'in "Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali'nin afişlerinin dikkat çekme fonksiyonları açısından Göstergebilim Çözümleme yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Göstergebilimsel çözümleme eserlerde görünen ardındaki mesajları analiz etmek için kullanılan bir yöntemdir. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi özelliği olan, "betimleme araştırma" yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde grafik tasarım ve afiş hakkında temel bilgiler, ikinci bölümde araştırmanın yöntemi ve göstergebilimsel çözümleme tekniği, üçüncü bölümde afişlerinin göstergebilimsel çözümlemesi yapılmış ve elde edilen bulgular sonucunda dördüncü olarak araştırmanın sonuç kısmı oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Afiş, Görsel İletişim, Göstergebilim, Gaziantep

ABSTRACT
**FESTIVAL POSTERS AS VISUAL COMMUNICATION TOOLS: A SEMIOTIC
ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL GAZIANTEP GASTRONOMY
FESTIVAL 2019 POSTERS**

Eyup Turan ŞAHAN

Master Thesis

FIRAT UNIVERSITY

Graduate School of Social Sciences

Communication Sciences

Communication Sciences

February 2022, Page:IX + 48

A poster is a temporary promotion of an idea, product or event in the public domain for mass consumption. In the modern sense, the poster emerged in the 19th century with the use of lithography in posters and the development of a competitive economy. Posters can be designed to be both eye-catching and informative. Posters are also used for reproductions of works of art, especially famous works, and are generally of low cost compared to the original work of art. In this study, the remarkable feature of the poster, which is one of its functions, was examined. The posters of Gaziantep's "International Gaziantep Gastronomy Festival", which was accepted to the Creative Cities Network by UNESCO as a research sample, were examined in terms of their attention-grabbing functions by using Semiotic Analysis method. Semiotic analysis is a method used to analyze the messages behind the works.

The research consists of four parts. In the first part, basic information about graphic design and posters, in the second part, the research method and semiotic analysis technique, in the third part, the semiotic analysis of the posters was made and as a result of the findings obtained, the fourth part of the research was formed.

Key Words: Poster, Visual Communication, Semiotics, Gaziantep

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Terbiyeli Kuşbaşı Kebabı Afişinin Anlatısal ve Teknik Göstergeleri	35
Tablo 2: Tarihi Büdeyri Hanı Afişi Anlatısal ve Teknik Göstergeleri	37
Tablo 3: Gaziantep Kalesi Afişi Anlatısal ve Teknik Göstergeleri	40
Tablo 4: Zeugma Çingene Kızı Afişi Anlatısal ve Teknik Göstergeleri	43



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Üçler Kuralı Şekli	13
Şekil 2: Izgara Sistemi	14
Şekil 3: Afiş tasarımında izlenecek adımlar.....	14
Şekil 4: Saussure’a göre anlamlandırma süreci	23
Şekil 5: Kavramlar birden çok anlam taşıyabilir	24
Şekil 6: Şekiller kelime anlamlarının dışında farklı manaların göstergesi de olabilirler....	24



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: Jules Cheret, Eldorado	3
Görsel 2: Henri de Toulouse-Lautrec, Moulin Rouge	3
Görsel 3: Leonetto Cappiello, Cachou Lajaunie.....	4
Görsel 4: Stoner, Resmî ABD Savaş Filmleri	5
Görsel 5: Plinio Codognato, F	6
Görsel 6: Norman Rockwell, Savaş Tahvilleri Satın Alın,	7
Görsel 7: Stan Galli, Chicago - United Air Lines	8
Görsel 8: Milton Glaser, Dylan,.....	9
Görsel 9: Paul Rand, IBM.....	10
Görsel 10: Ralph Schraivogel, Newman - Filmposium,.....	11
Görsel 11: Üçler Kuralı Uygulama Örneği.....	13
Görsel 12: İhap Hulusi Görey - Alfabe,.....	15
Görsel 13: Kenan Temizan, Ankara Birası Afişleri,.....	16
Görsel 14: Yurdaer Altıntaş, Sairin Mektupları,	17
Görsel 15: İbrahim Enez - Umut,	17
Görsel 16: Graphx, Hamile Tuzu, (Kırmızı Reklam Ödüllü),.....	18
Görsel 17: Savaş Çekiç, Best Printed Poster, (Meksika Bienali-2016),.....	18
Görsel 18: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri	30
Görsel 19: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri	31
Görsel 20: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri	32
Görsel 21: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri	33
Görsel 22: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri	34
Görsel 23: Terbiyeli Kuşbaşı Kebabı Afişi	35
Görsel 24: Tarihi Büdeyri Hanı Afişi	37
Görsel 25: Afişin Yeraldığı Bölgenin Uydudan Görüntüsü	38
Görsel 26: Gaziantep Kalesi Afişi	40
Görsel 27: Zeugma Çingene Kızı Afişi	42

1. GİRİŞ

İnsanın, milattan önce 7000 yıllarından beri verimli olarak kullandığı ateş aydınlanma, ısınma, yabanilerden korunmanın dışında bir de besinleri pişirmek için kullanılmıştır. Yemeklerde kullanılan ateş; odun ateşinden, doğalgaz ve elektrikli ocaklara gelene kadar zamanla farklı şekiller aldı. İnsanoğlu bu süreçte gıdaların sadece beslenmek için değil, yedikleri yemeklerden zevk de almaya başladılar. Bu süreç günümüze gelene kadar yemek ile ilgili yeni mesleklerin ortaya çıkmasına sebep oldu. Aşçılık, Diyetisyenlik, Gurmelik ve Gıda Mühendisliği gibi meslekler için okullar açılarak çeşitli bilim dalları oluştu. Modern anlamda Gastronomi bilimi; yemek hazırlamak insanın beş duyu organı ile hissedebileceği duyuşsal özellikler kullanılarak ortaya konan çalışmaları içerir (Wikipedia katılımcıları, 2021).

Kendisine barışı kurmayı görev edinmiş olan Unesco'nun (Unesco.org.tr, 2020) bu misyonun en önemli ayaklarından birisini de kültürel değerlerin korunmasıdır. UNESCO; Kültürel değerleri korumak için çeşitli programlar hazırlamıştır. Bu programlardan birisi de UNESCO Yaratıcı Şehirler Programıdır. Program, sürdürülebilir kentsel gelişim için yaratıcılığı stratejik bir faktör olarak tanımlayan şehirler ile ve şehirler arasında işbirliğini teşvik etmeyi amaç edinmektedir. (Unesco, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, 2021). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı yedi yaratıcı alanı kapsar: El Sanatları ve Halk Sanatları, Medya Sanatları, Film, Tasarım, Gastronomi, Edebiyat ve Müzik. 246 üyesi bulunan bu ağda Türkiye'den altı şehrimiz bulunmaktadır. Bunlardan birisi de Gastronomi alanında ilk üye olan Gaziantep'tir.

Kitlelerin ilgisini çekmek için değişik görsel ve işitsel araçlar kullanılabilir. Görsel araçlardan olan afiş en çok tercih edilenlerden birisidir. Afiş, genellikle dekorasyon veya bir şeyin reklamını yapmak için bir duvara veya tahtaya yapıştırdığınız veya iğnelediğiniz büyük bir baskılı resim, fotoğraf veya not olarak tanımlanmaktadır (Cambridge Dictionary, 2021). Üç ana afişi türü vardır. Bunlar bir ürünü veya hizmeti tanıtan Ticari afişler, kültür ve sanat ile alakalı olan Kültürel afişler ve eğitici, duyarlılık, uyarıcı, siyasi gibi konuları işleyen Sosyal afişlerdir (MEB, 2012).

Afiş tasarım süreci konuya, mesaja ve uygulanacak yönteme göre değişiklikler göstermektedir. Özellikle Afiş sanatçısının yoruma dayalı tasarımları hedef kitleyi düşünmeye itmekte ve manipülasyona sebep olabilmektedir. Bunların yanında mesajın açık ve net iletildiği afişler de söz konusudur.

Gösterge; nesne, olgu veya herhangi bir şeyi çağrıştıran, işaret eden veya aracı olan şeydir. (Erkman, 1987). Gösterge dizelerinin işleyişini bilimsel bir yöntemle inceleyen ve betimleyen bilime Göstergebilim denir (Rifat, Göstergebilimin ABC'si, 2009, s. 12).

Bu bağlamda, bu araştırma 2019 yılında Gaziantep'te düzenlenen Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali afişlerini göstergebilimsel analiz yöntemi ile incelemiştir

2. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ

2.1. Afiş

Fransızca “affiche” kelimesinden dilimize geçen afiş ve İngilizceden geçen poster Kamuya açık bir yerde sıvanmış ve resmin, tanıtım veya propaganda duyurusunun bulunduğu, resmin ilişkilendirilebileceği yazılı veya basılı levha (Larousse Dictionnaire de Français, 2021).

Afişler, belge niteliği taşımakla birlikte düzen, estetik ve mizanpaj özellikleri de taşımaktadırlar. 19. yüzyılda gelişmeye başlayan afiş üretimi, öncelikli olarak yazı, sonrasında da resim eklenerek taşbaskı ile çoğaltıldı. Ekonomik faaliyetlerin gelişimi ile rekabetçilik ortamında değişik tasarımlar ortaya çıkmaya başladı. Bunun sonucunda da sanatçılarındaki büyük ilgisi ile yeni bir sanat dalı ortaya çıkmaya başladı. Bonnard, Toulouse-Lautrec, Daumier vb. afiş sanatının gelişmesinde önemli katkılarda bulundu. (MEB, 2012).

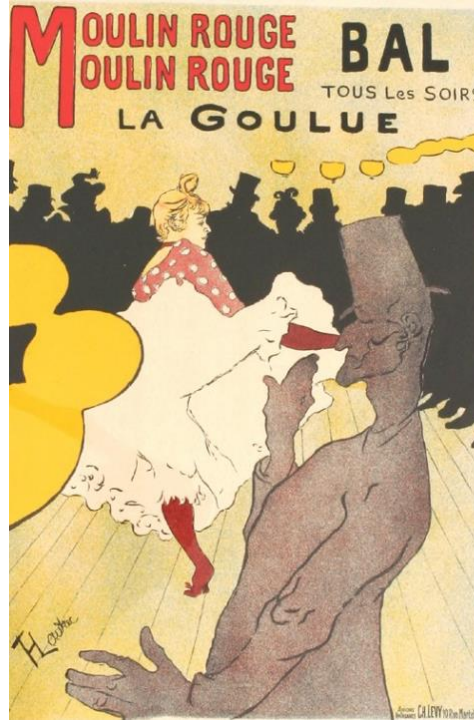
Uluslararası Afiş Galerisine göre Afiş sanatının gelişiminde 10 dönemden bahsedilmektedir. Bunlar; 1880-1895 Taşbaskının bulunması, 1890-1900 Güzel Zaman & Yeni Sanat Dönemi (The Belle Epoque & Art Nouveau), 1900-1914 Yeni Yüzyıl ve Erken Modernizm dönemi, 1914-1919 I. Dünya Savaşı ve Bolşevik İsyanı dönemi, 1919-1938 Dünya Savaşları Arasında: Modernizm ve Art Deco dönemi, 1939 - 1950: II. Dünya Savaşı ve Taş Baskı Sonu dönemi, 1946 - 1965: İkinci Dünya Savaşı Sonrası ve Yüzyıl Ortası Modernizmi dönemi, 1965 - 1972: Altmışlar ve İsyan Sanatı, 1970 - 1989: Post Modernizm dönemi, 1990 ve günümüz Afiş dönemi.

1880-1895 Taşbaskının Bulunması Dönemi: Taş baskı 1796'da Alman yazar ve aktör Alois Senefelder tarafından tiyatro eserlerini yayınlamak için ucuz bir yöntem olarak icat edildi (Wikipedia Katılımcıları, 2021). Fakat afiş üretimi için çok yavaş ve pahalıydı. Çoğu afiş, az renk veya tasarıma sahip basit ahşap veya metal gravürler olmaya devam etti. Bunların hepsi 1880'lerde Jules Cheret'in "3 taş litografik süreci" ile değişti; bu, sanatçıların gökkuşağındaki her rengi, dikkatli bir şekilde basılmış, genellikle kırmızı, sarı ve mavi olmak üzere üç kadar az taşla elde etmelerini sağlayan bir yöntemdi (International Poster Gallery, 2021).



Görsel 1: Jules Cheret, Eldorado (Gösteri Merkezi), 1894

1890-1900 Güzel Zaman & Yeni Sanat Dönemi (The Belle Epoque & Art Nouveau): 1891'de, Toulouse-Lautrec'in olağanüstü ilk posterı Moulin Rouge, posterin durumunu güzel sanatlar düzeyine yükseltti ve bir poster çılgınlığına yol açtı. Fransa'da Belle Epoque olarak anılan 1890'larda afiş sergileri, dergiler ve bayiler çoğaldı; Parisli öncü satıcı Sagot, kataloğunda 2200 farklı posterı listeledi! (International Poster Gallery , 2021)



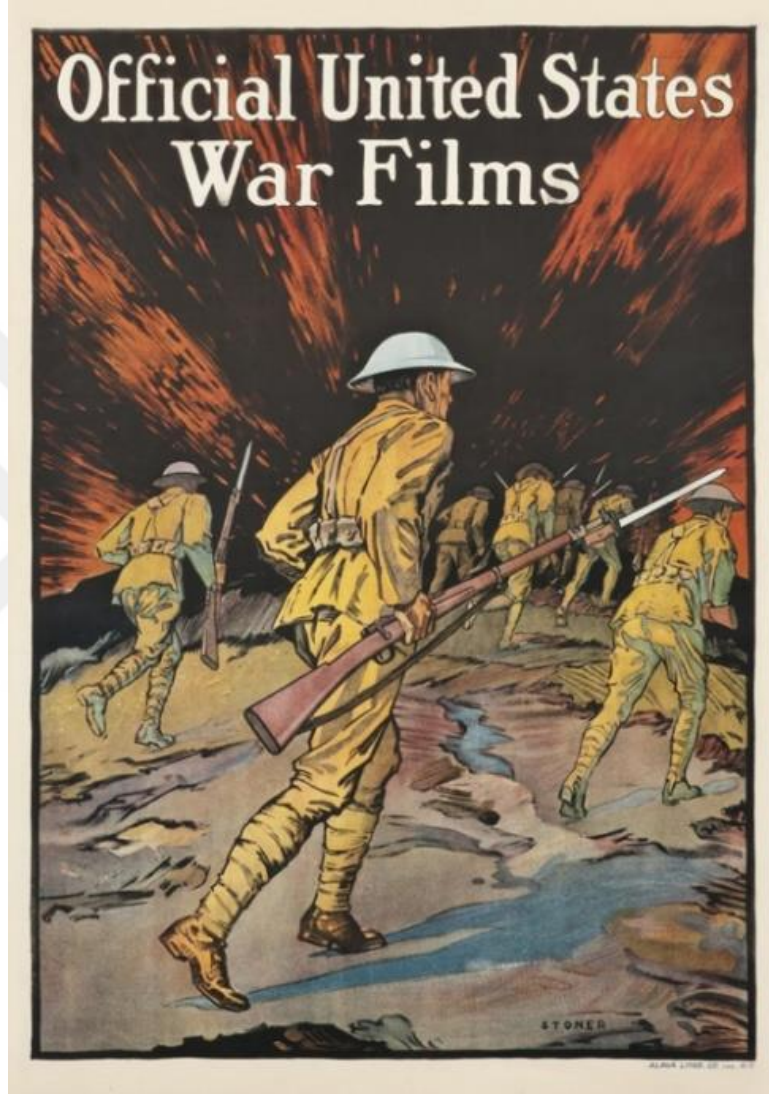
Görsel 2: Henri de Toulouse-Lautrec, Moulin Rouge (Gösteri Merkezi), 1891

1900 - 1914: Yeni Yüzyıl ve Erken Modernizm: Cheret ve Toulouse-Lautrec'ten sonra Cheret ve Toulouse-Lautrec'ten güçlü bir şekilde etkilenen Leonetto Cappiello İtalyan karikatürist, Art Nouveau'nun telaşlı detayını reddetti. Bunun yerine, yoğun bir bulvarda izleyicinin dikkatini ve hayal gücünü hemen çekecek, genellikle mizahi veya tuhaf, basit bir görüntü oluşturmaya odaklandı. Bu marka kimliği yaratma yeteneği, Cappiello'nun modern reklamcılığın babası olmasını sağladı (International Poster Gallery , 2021).



Görsel 3: Leonetto Cappiello, Cachou Lajaunie (Ferahlatıcı Şeker), 1920

1914-1919 I. Dünya Savaşı ve Bolşevik İsyanı dönemi: Birinci Dünya Savaşı, afiş için yeni bir rol anlamına geliyordu: propaganda. Savaş, bugüne kadarki en büyük reklam kampanyasını başlattı ve her savaşçının savaş zamanı iletişim ihtiyaçları için kritik öneme sahipti: para toplamaktan, asker toplamaktan ve gönüllü çabalarını artırmaktan, üretimi teşvik etmeye ve düşman vahşetinde öfke uyandırmaya kadar (International Poster Gallery , 2021).



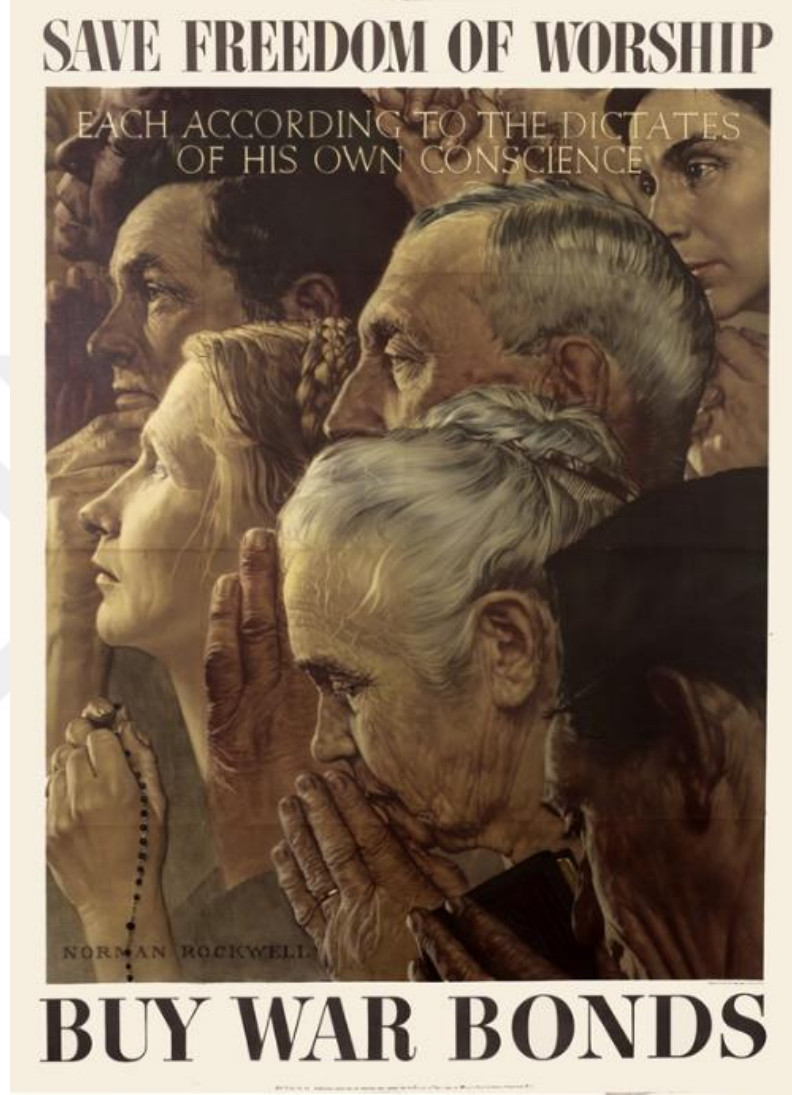
Görsel 4: Stoner, Resmî ABD Savaş Filmleri (Piyade Adamları), 1917

1919-1938 Dünya Savaşları Arasında: Modernizm ve Art Deco dönemi: Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra, Art Nouveau'nun organik ilhamı, giderek endüstriyelleyen bir toplumda önemsiz hale geldi; modern sanat hareketleri Kübizm, Fütürizm, Ekspresyonizm ve Dadaizm başlıca etkiler haline geldi. Yine bu dönemde Fransa, Almanya ve İsveç'te grafik tasarım kursları açıldı. Adını Dekorative Arts'tan alan Art Deco akımı da bu dönemde başlamıştır (International Poster Gallery , 2021).



Görsel 5: Plinio Codognato, Fiat 509, 1925

1939 - 1950: II. Dünya Savaşı ve Taş Baskı Sonu dönemi: Afiş, İkinci Dünya Savaşı'nda yine büyük bir iletişim rolü oynadı, ancak bu sefer ilgiyi diğer medya, özellikle radyo ve basılı medya ile paylaştı. Bu zamana kadar, çoğu poster, gazete ve dergilerde görülen tanıdık nokta deseniyle sonuçlanan foto-ofset seri üretim tekniği kullanılarak basıldı (International Poster Gallery , 2021).



Görsel 6: Norman Rockwell, Savaş Tahvilleri Satın Alın, 1943

1946 - 1965: İkinci Dünya Savaşı Sonrası ve Yüzyıl Ortası Modernizmi dönemi:

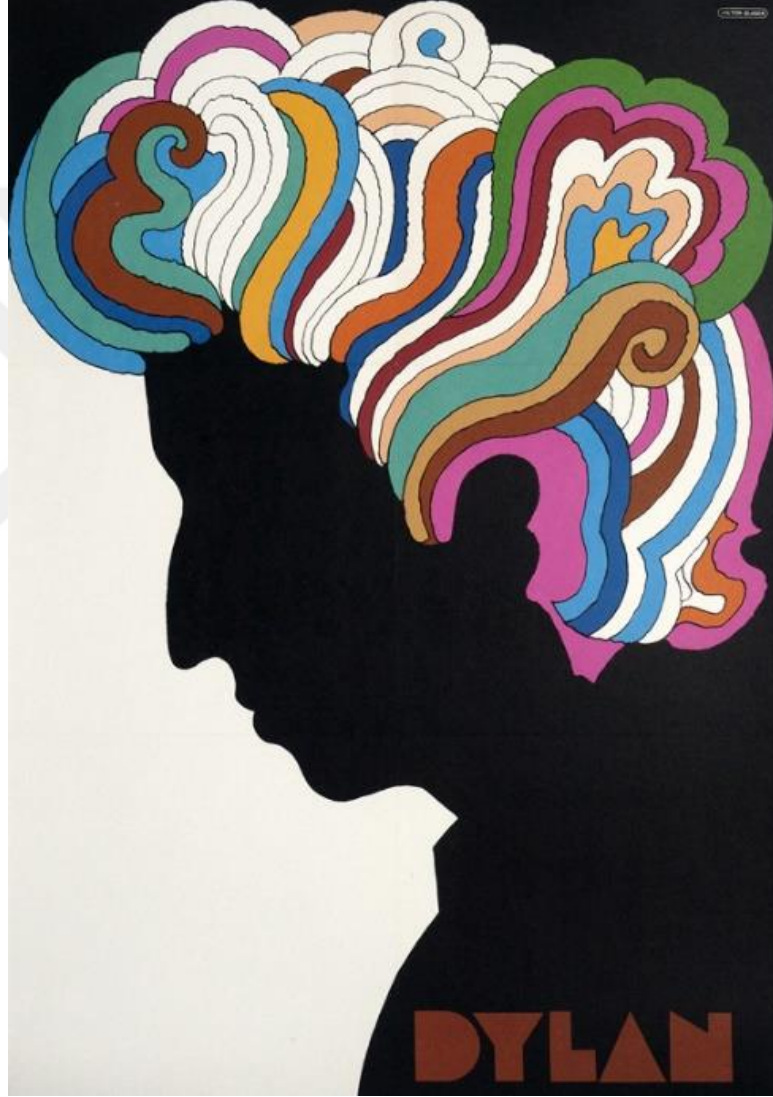
İkinci Dünya Savaşı sonrasında reklam yöntemleri çağa uyum sağlamak için değişti. 1950'lerin başında gerçek bir "poster patlaması" meydana geldi ve biri tüketici diğeri kurumsal olmak üzere iki farklı stili öne çıkardı. 50'lerin Stili olarak adlandırdığımız ilki, parlak renkli ve tuhaftı, Uluslararası Tipografik Stil olarak adlandırılan ikincisi ise daha akılcı ve düzenliydi (International Poster Gallery , 2021).



Görsel 7: Stan Galli, Chicago - United Air Lines (Mies Building), 1955

1965 - 1972: Altmışlar ve İsyan Sanatı

Ellilerin düzeni, 60'ların ortalarına gelindiğinde daha kaotik ve devrimci bir tenöre yol açacaktı. Sürrealizm, Pop Art ve Ekspresyonizm'den özgürce ödünç alınan yeni bir illüstrasyon stili, daha rahat ve sezgiseldi ve Post-Modernist duyarlılığın ilk dalgasıydı. Ünlü bir örnek Milton Glaser'ın 1967 Bob Dylan plak albümü ekiydi. Glaser, uzun saçlarını zengin bir şekilde akan dalgalardan oluşan bir gökkuşağı olarak tasvir ederek müzisyenin karşı-kültürel mesajını kristalize etti (International Poster Gallery , 2021).



Görsel 8: Milton Glaser, Dylan, 1966

1970 - 1989: Post Modernizm dönemi

Uluslararası Stil hızla İsviçre'nin ötesine yayıldı ve Yetmişli yıllarda dünya çapında önde gelen grafik tasarım stili oldu. Seksenlerin başında, stil yerini İsviçre Tarzının resmi ve dogmatik kurallarını kırmaya çalışan Post Modernistlere bırakmaya başladı (International Poster Gallery , 2021).



Görsel 9: Paul Rand, IBM (Rebus - 1st Printing), 1981

1990 ve günümüz Afiş dönemi

Posterin rolü ve görünümü, toplumun değişen ihtiyaçlarını karşılamak için geçtiğimiz yüzyılda sürekli olarak değişti. Rolü 100 yıl öncesine göre daha az merkezi olmasına rağmen, bilgisayar ve internet 21. yüzyılda iletişim kurma şeklimizde devrim yarattıkça poster daha da gelişecektir.



Görsel 102: Ralph Schraivogel, Newman - Filmpodium, 2001

2.2. Tasarım ve Görsel İletişim

İnsan kaynaklı tasarım tarih boyunca değişik şekillerde kendini göstermiştir. Mağaradaki çizimler, ilk insanın kullandığı araçlar, korunmak için yaptığı barakalar, eski medeniyetlere ait hiyeroglifler ve birçok görsel unsur tasarım örnekleri olarak ortaya çıkmaktadır. Son 50 yılda, tarihçiler, sosyologlar, dilbilimciler ve görsel iletişim öğrencileri, ticari amaçlarla ve toplu tüketim için üretilen sanat veya grafik tasarımıyla ilgilenmeye başladılar. 1986'da Grafik Tasarım Eğitim Derneği'nin kurulması ve ilk olarak 1983'te düzenlenen ve şimdi her yıl toplanan Grafik Tasarım Tarihi Sempozyumu, akademisyenlerin bu alana artan ilgisinin bir kanıtıdır. Aynı zamanda, bilgisayar teknolojisinin büyümesi, özellikle bilgisayar grafikleri ve masaüstü yayıncılık, profesyonel tasarımcının çalıştığı ortamı kökten değiştirdi (Thomson, 1993).

'Tasarım' dediğimizde, ürünleri, mekanları ve iletişimi kapsayan; tasarım disiplinlerini (yani grafik tasarım, bilgi tasarımı, ürün ve endüstriyel tasarım, moda ve tekstil, iç tasarım ve tasarımcı / yapımcı sorunları), tasarım yönetimini (tasarım stratejisi, tasarım politikası, pazarlama ve tasarım, tasarım ve üretim, inovasyon), tasarım teorisi (tasarım yöntemleri, sistem bilimi ve tasarım, yaratıcılık ve tasarım), ekoloji ve çevresel tasarım, tasarımda cinsiyet sorunları (Atkinson, 2017) anlıyoruz. Emre Becer, Tasarım sürecinden bahsederken, sürecin planlı ve yöntemsel olmasının yanında, rastlantısal ve sezgisel özellikler de gösterebileceğini dile getiriyor (Becer, 1997).

Tasarım çeşitleri arasında Grafik Tasarımı, faaliyeti, belirli mesajları belirli hedeflerle sosyal gruplara iletmeyi amaçlayan görsel iletişimleri projelendirmekten oluşan sanat, meslek ve akademik disiplin (Wikipedia, Wikipedia, 2021) olarak tanımlanmaktadır. Grafik tasarım örneklerinden birisi olan afiş, en yaygın kullanım alanına sahip grafik ürünlerinden birisidir. (Sarıkavak, 2015, s. 4). Afişteki asıl amaç hedef kitleye verilmek istenen belirli bir mesajı görsel unsurları kullanarak iletmektir. “Afişler gündelik yaşamın olduğu gibi aynı zamanda sosyal, ekonomik, politik ve kültürel etkinliklerin barometresidir” (Muller-Brockmann, 2010, s. 12). Afişler, kullanım alanlarına göre sosyal, kültürel ve ticari afişler olarak üç ana başlıkta sınıflandırılmıştır (MEB, 2012).

2.2.1. Afiş Standartları

Tasarım deyince ilk gelen kurallardan birkaçı Fibonacci Sayıları ve Altın Oran'dır. Fibonacci sayısı veya dizisi, basit bir doğrusal yinleme ilişkisi ile tanımlanan bir tamsayı dizisidir. Dizi, matematikte ve diğer bilimlerde birçok ortamda görünür. Özellikle, doğal olarak oluşan birçok biyolojik organizmanın şekli, Fibonacci dizisi ve onun yakın akrabası olan altın oran 1,618 sayısı tarafından yönetilir (Wikipedia, Fibonacci Dizisi, 2020).

2.2.1.1. Kompozisyon

Doğadaki matematik ile estetiğin birlikte uygulandığı birçok sanatsal ve mimari eser bulunmaktadır. Bunları doğru kullanıp bir düzlem üzerine yerleştirmek için kompozisyon bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır. (Henri, 2007)

2.2.1.2. Üçler Kuralı

Tasarımın düzlemin üzerine işlenmesi için başvuru yöntemlerinin başında 'Üçler Kuralı' gelmektedir. Kurala göre sayfa iki dikey ve iki yatay çizgi ile dokuz parçaya bölünür Şekil-2. Tasarımda önemli unsurlar kesişim noktalarına yerleştirilmesi denge sağlanır. Resim-1'de örnekte çalışmanın iki önemli unsuru Üçler Kuralı ile kesişme noktalarına yerleştirilerek denge sağlanmıştır.

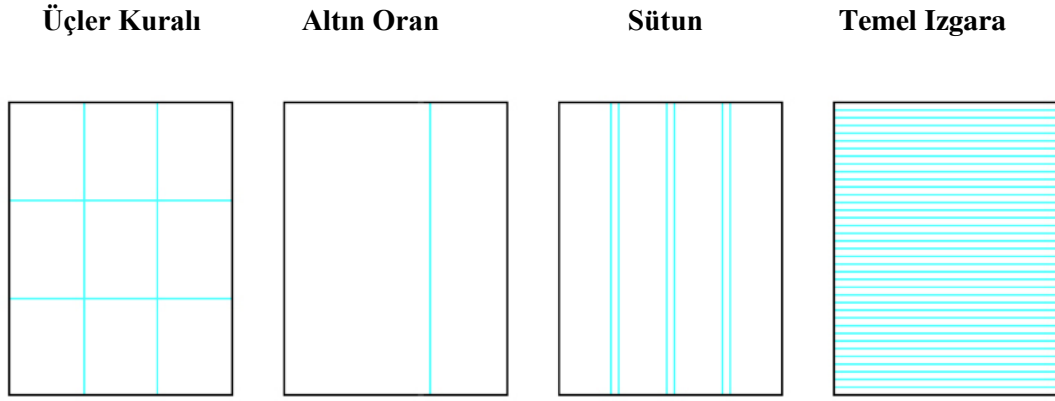
Şekil 1: Üçler Kuralı Şekli



Görsel 11: Üçler Kuralı Uygulama Örneği

2.2.1.3. Izgara

Grafik tasarımda başvurulan bir diğer önemli yöntem de ızgara sistemidir. İkinci Dünya Savaşından sonra İsviçre'de geliştirilen ızgara sistemi sayfa düzenine dair katı kuralları olan bir sistemdir. Asıl amacı grafikere görsel kolaylık sağlamak ve çalışmalarını çabucak ve sorunsuz tasarlamasına yardımcı olmaktır (İUAUZEF, 2020). Şekil-3'te temel bazı ızgara çeşitleri yer almaktadır.



Şekil 2: Izgara Sistemi

2.2.1.4. Afiş Tasarımında izlenecek adımlar

Tasarım dünyasında benimsenmiş birçok tasarım odaklı düşünme modelleri bulunmaktadır. Bunlar üç aşamalıdan başlayıp yedi aşamalıya kadar değişik aşamaları olan modellerdir. Tasarım odaklı düşünme eğitimi konusunda başat giden okullardan olan Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford tarafından geliştirilmiş ve Interaction Design Foundation tarafından detaylandırılan model en yaygın kullanılan modellerden birisidir. Beş aşamalı tasarım odaklı düşünme model aşamaları empati, belirle, fikir üret, prototip ve test olarak belirlenmiştir (Teo Yu Siang and Interaction Design Foundation, 2020).

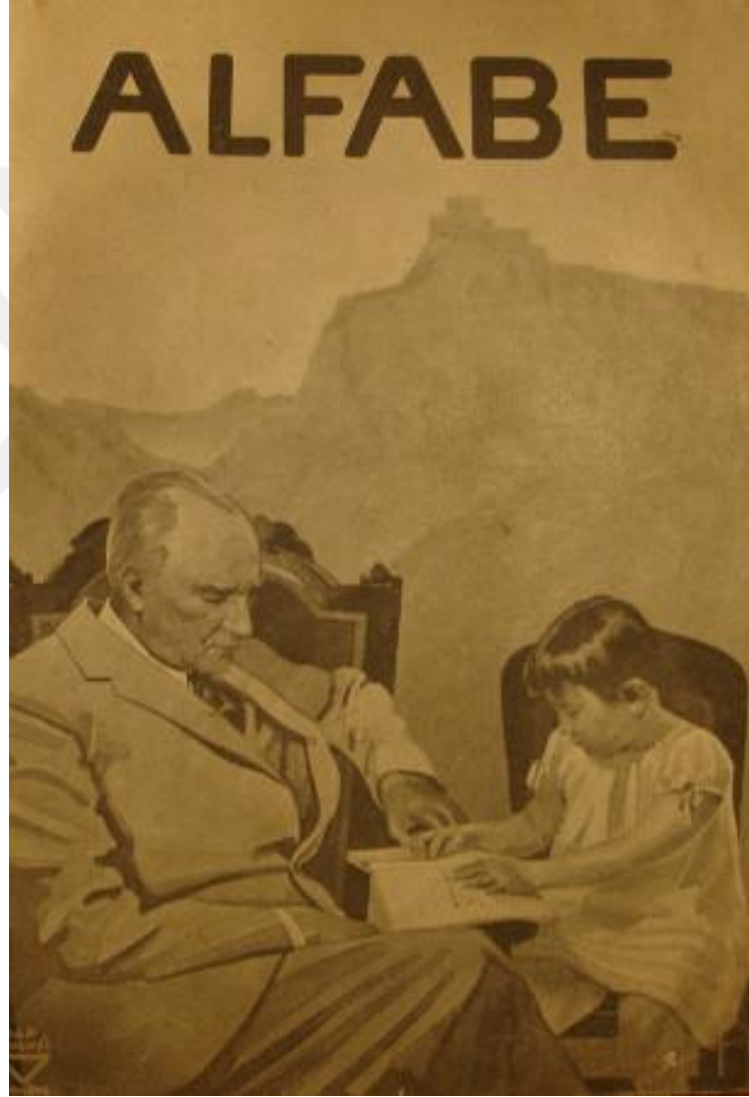


Şekil 3: Afiş tasarımında izlenecek adımlar

2.3. Türkiye’de Afiş

Osmanlıların son dönemi ile Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren Türkiye’de de ilk örnekleri verilmeye başlanan afiş sanatı daha çok metin tabanlı tasarımlar olup; tiyatro, sinema, çeşitli sivil toplum kuruluşları ve yabancı menşeli ürünlerin tanıtımı için tasarımlar yapılmıyordu. (Wikipedia, Afiş. Vikipedi, 2021).

Türkiye’de afiş denilince akla gelen ilk sanatçı İhap Hulusi Görey’dir. Eğitimi Almanya’da Prof. Ludwig Hohlwein’den almıştır. Ses getiren birçok eserden sonra Mustafa Kemal Atatürk’ün de dikkatini çekmiş ve Alfabe kapağı tasarlaması için çalışmasını ister. Görey’in tasarladığı Alfabe kapağı 1970’li yıllara kadar kullanılmıştır.



Görsel 12: İhap Hulusi Görey - Alfabe, 1932

Cumhuriyet dönemi afiş sanatının bir diğer önemli ismi de Kenan Temizan olup gerçekçi figürler kullanarak renkli ve alışılmışın dışında tasarımlar ile dikkat çekmiştir. Münif Fehim de bir çok ulusal gazetede çalışmış ve bir çok derginin kapak tasarımını yapmıştır. Ahmet Fehim

aynı zamanda ifade tarzı ve siyah-beyaz çalışmaları ile zamanının Oryantalizm akımının temsilcisi olmuştur (Dinçeli, Sevindik, & Karatepe, 2016).

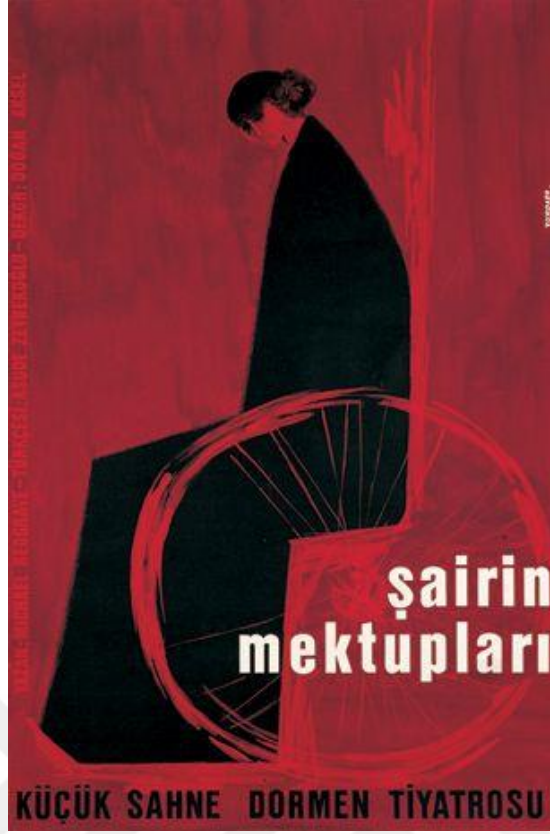
Mithat Özar, 1920’li yılların ortalarında sinema filmleri için tasarladığı çok büyük afişler ile kendisini göstermiştir. Uzun bir süre sonra Sanayi-i Nefise Mektebi’nin Güzel Sanatlar Akademisi’ne evrilmesi ile akademiye geçmiştir. Afiş tasarım eğitimin Türkiye’deki temelleri Özar aracılığı ile akademide afiş bölümü kurularak atılmıştır (YILDIRIM, 2012). Sinema afişlerinde İbrahim Enez, Selçuk Önal, tiyatro afişlerinde Orhan Umay, Mahzar Resmor, Turgut Zaim, Tarık Uzman, Hüseyin Mumcu, Tarık Levendoğlu yanı sıra Fikret Akgün, Atilla Bayraktar, Yusuf Karaca, Atıf Tuna, Faruk Morel gibi isimler dönemin diğer önemli sanatçılarıdır.

Yeni basım makinalarının gelişmesi ve reklam sektöründe yeni firmaların açılması ile Türkiye’de afiş gelişimi hızlandı. Televizyon ve değişik medya reklamlarının etkisine rağmen gerek açık hava reklam mecralarının yaygınlaşması gerekse de uygun bedellerinden dolayı afiş sanatı gelişmeye devam etmiştir. Türk sanatçılar, ulusal ve uluslararası yarışmalara katılmaya ve ödüller almaya başladı. Sergiler açıldı, eski afişler koleksiyoncular tarafından mezatlarda satın alınmaya başladı. (Wikipedia, Afiş. Vikipedi, 2021).

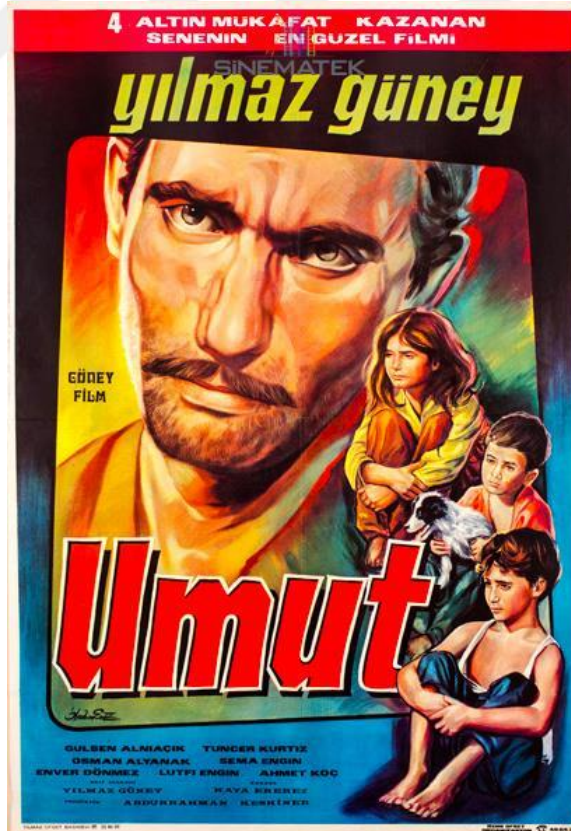
Günümüzde de afiş sanatında gelişmesinde ve teşvik edilmesinde büyük rol oynayan değişik dernekler tarafından verilen ödüller, bienaller ve sergiler farklı düşüncelerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Dinçeli, Sevindik, & Karatepe, 2016).



Görsel 33: Kenan Temizan, Ankara Birası Afişleri, 1940



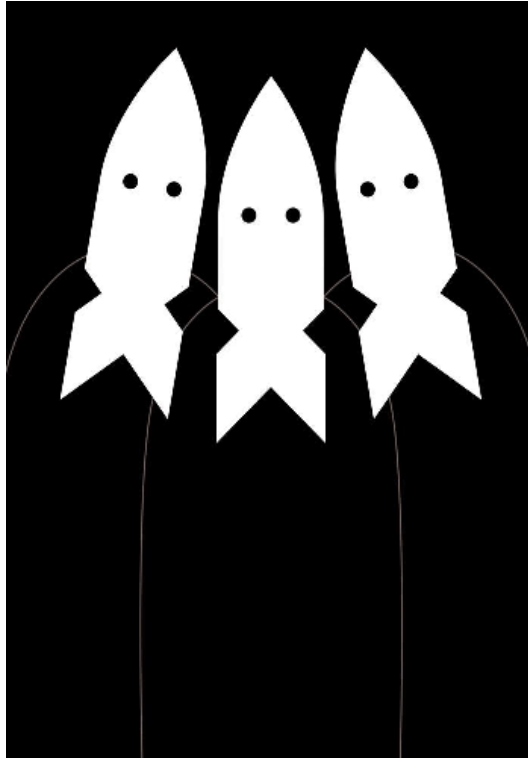
Görsel 14: Yurdaer Altıntaş, Sairin Mektupları, 1961



Görsel 15: İbrahim Enez - Umut, 1970



Görsel 4: Graphx, Hamile Tuzu, (Kırmızı Reklam Ödüllü), 2016



Görsel 57: Savaş Çekiç, Best Printed Poster, (Meksika Bienali-2016), 2015-2016

2.4. UNESCO

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) "Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu"dur (Unesco.org.tr, 2020). II. Dünya Savaşı sırasında kurulmuştur (Unesco, Unesco Türkiye Milli Komisyonu, 2021).

1945 yılında üye ülkeler tarafından imzalanan sözleşme ile UNESCO misyonunu “eğitim, bilim ve kültürde uluslararası işbirliği yoluyla barışı inşa etmeyi amaçlar” olarak tanımlamaktadır (Unesco, Unesco Türkiye Milli Komisyonu, 2021).

2.4.1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Nedir?

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), yaratıcılığı sürdürülebilir kentsel kalkınma için stratejik bir faktör olarak tanımlayan şehirler ile ve şehirler arasında işbirliğini teşvik etmek amacıyla 2004 yılında kuruldu. Halihazırda bu ağı oluşturan 246 şehir ortak bir hedef doğrultusunda birlikte çalışıyor: yaratıcılığı ve kültür endüstrilerini yerel düzeyde kalkınma planlarının merkezine yerleştirmek ve uluslararası düzeyde aktif olarak işbirliği yapmak.

- Ağa katılarak, şehirler en iyi uygulamalarını paylaşmayı ve aşağıdakileri sağlamak için kamu ve özel sektör ile sivil toplumu içeren ortaklıklar geliştirmeyi taahhüt eder:
- Kültürel faaliyetlerin, malların ve hizmetlerin yaratılmasını, üretilmesini, dağıtılmasını ve yayılmasını güçlendirmek;
- Yaratıcılık ve yenilik merkezleri geliştirmek ve kültür sektöründeki yaratıcılar ve profesyoneller için fırsatları genişletmek;
- Özellikle marjinalleştirilmiş veya savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel yaşama erişimi ve katılımı iyileştirmek;
- Kültürü ve yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınma planlarına tam olarak entegre etmek.

Ağ yedi yaratıcı alanı kapsar: El Sanatları ve Halk Sanatları, Medya Sanatları, Film, Tasarım, Gastronomi, Edebiyat ve Müzik.

Yaratıcı Şehirler Ağı, özellikle 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi'nin uygulanması için bir eylem ve inovasyon üreme alanı olarak UNESCO'nun ayrıcalıklı bir ortağıdır. (Unesco, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, 2021). Türkiye'den ağa dahil olan şehirler:

1. Kırşehir – Müzik (2019)
2. Hatay – Gastronomi (2017)
3. Kütahya Zanaat ve Halk Sanatları (2017)
4. Gaziantep – Gastronomi (2015)
5. Afyonkarahisar – Gastronomi (2019)
6. İstanbul – Tasarım (2017)

2.4.2. Gaziantep

Fırat Nehri'nin bir kolu olan Sacırsuyu Nehri yakınında, Suriye'nin Halep kentinin kuzeyindeki kireçtaşı tepelerinde yer almaktadır. Şehir, antik ticaret yollarının yakınında stratejik bir konuma sahipti ve son kazılar, MÖ 4. binyılına kadar yerleşimin olduğunu göstermektedir. Eski adı Hamtap şehir, Suriye geçiş güzergahını kontrol eden önemli bir noktaydı. Türkler, 1183'te ele geçirdi. Sonraki dönemlerde çeşitli Arap ve Türkmen hanedanları ile Moğol, Timur gibi işgalciler arasında el değiştirdi. 16. yüzyılın başlarında. Osmanlılar döneminde Ayıntab (Arapça 'Ayntab: "İyi Bahar") olarak adlandırılan bölge, 1919'da İngilizler, 1921'de de Fransızlar işgal etti. O zamana kadar dış güçlerle mücadelesinden dolayı milliyetçilerin direnişinin merkezi haline gelmişti (Britannica, 2021). Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin, 6 Şubat 1921 tarih 147. Toplantısında, dönemin kabine başkanı ve MSB Bakanı Fevzi Çakmak TBMM başkanlığına sunduğu önerge ile o zamanki adıyla Ayıntap olan il 'Gazi'lik ünvanı verilerek Gaziantep olmuştur.

2.4.3. Gaziantep Mutfağı

Değişik kaynaklarda M.Ö. 5600 dönemine kadar eski bir tarihe sahip Gaziantep, bu açıdan dünyadaki en eski yerleşim yerlerinden birisidir (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013). Bu kadar eski bir tarihe sahip şehir haliyle birçok kültürü de içinde barındırmıştır. Değişik kültürlerin etkisi ile kültürlerarası hoşgörü ve insanların etkileşimleri kültürel yapıyı da etkilemiştir. Farklı inançların özel günleri, adetleri ve törenleri yemek türleriyle de zenginleştirilmiştir (aktaran Sabbağ, 2015).

Karasal iklim kuşağında, Mezopotamya bölgesinin batısında yer alan Gaziantep tarihi İpekyolu'nun önemli duraklarından birisidir. Şanlıurfa, Adana, Hatay ve Suriye'nin Halep şehirlerinin ilin mutfak kültürüne önemli etkileri olmuştur. Gaziantep'li bu zengin coğrafyayı değerlendirerek ve farklı kültürlerin de katkısı ile kendisine özgü mutfak birikimini oluşturmuştur. (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021) 12 bin yıl önce buğday tarımının ilk kez yapıldığı bölgede yer alan Gaziantep'te (Zohary ve ark., 2012) buğdaydan yapılan yemeklerin yaygınlaşması normaldir. (Sabbağ, 2015). Bilhassa hazırlaması zahmetsiz ve uzun süre saklanabilen bulgurdan pişirilen yemekler Gaziantep mutfağının vazgeçilmezlerindendir (Sabbağ, 2015).

Gaziantep'te mutfak kültürünün olgunlaşmasında etkili olan nedenleri şöyle sıralayabiliriz.

- a) Yaklaşık altı bin yıllık bir geçmişi var.
- b) Yerel kültürlerin tesiri
- c) İpekyolu'nda yer alması
- d) Kuzey-güney güzergahında yer alması
- e) Bulunduğu coğrafyanın iklim şartları
- f) Yöre insanının kendine özgü oluşturduğu farklılığın etkisi (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021)

2.4.4. UNESCO Yaratıcı Şehirler – Gaziantep Gastronomi (2015)

Gaziantep, ticaret yollarının geçiş noktasında bulunmasından dolayı zengin gastronomi geçmişi ile anılmaktadır. Gaziantep'te mutfak sanatları, şehir ekonomisinin en önemli etkeni olmaktadır. Yaklaşık üç milyon popülasyona sahip bu şehir, nüfusunun yüzde 60 kadarı bu sektörde yer almaktadır. Ve bunların yüzde elliye yakını hububat ve kuru gıda da dahil beslenme

sektörü içinde yer almaktadır. Gaziantep'te mutfak ve yemek demek, festivallerin, turizmin ve toplumsal birliktelik ile aynı anlama gelmektedir.

Uzun zamandan beri düzenlenen “Gaziantep Fıstık Kültür ve Sanat Festivali”, mutfak sanatları, konserler, söyleşiler ve halkın etkileşimine imk n tanıyarak Şehrin hareketlenmesine sebep oldu. Bunun yanında, Gaziantep’te antik İpekyolu’ndan miras kalan lokal lezzetlerin farklılığını    günlük eşsiz bir organizasyona yani “Őıra Festivali” ne ev sahipliğı yapar. Şehir, kardeş Şehir olan uluslararası kentlerle işbirliğini güçlendirmek için sahip olduğı mutfak sanatlarını da kullanıyor.

Gaziantep Yaratıcı Şehirler Ağı’na katılarak Őu katma değıerleri   ng rmektedir:

- İlçelerdeki Mutfaklar projesi ile farklı kültürdeki insanları bir araya getirerek etkileşimlerini arttırmak ve ekonomik kaynakları düşük ailelerin yemek pişirerek ihtiyaçlarını karŐılayacakları tam teŐekküllü mutfaklar oluŐurtmayı hedeflemektedir.
- Hassas gruplara ve engelli kiŐilere eğıitim kursları sunarak Engelsiz Atölye projesi aracılığıyla sosyal içermeyi artırmak;
- Aynı ağıdaki diğıer Şehirler ile bilhassa eski İpekyolu'nun mutfak sanatları geçmişi hakkında bilimsel çalışmalar yaparak iş birliğine   zendirmek; ve

Deneyimleri ve bilgi birikimini ağıdaki diğıer Şehirler ile paylaŐma amacıyla Uluslararası Mutfak Sanatları Festivali düzenlemek (Unesco, Yaratıcı Şehirler Ağı, Gaziantep, 2021).

3. YÖNTEM

3.1. Problem Tanımı

İletişim tasarımı, stratejik görsel tasarım yardımıyla stratejiyi tartışırken açık bir mesajı ifade etmek için kullanılan yaygın bir yaklaşımdır. Düşünme sürecinin temelini oluşturur ve problem çözmeye, şeyleri derinlemesine düşünmeye ve ne yapmaları gerektiğini anlamaya yardımcı olur. Başından sonuna kadar resmin tamamına bakmak ve çalışmalarını izleyici üzerinde maksimum etkiye sahip olacak çarpıcı grafikler oluşturmak için kullanmak bir iletişim tasarımcısının sorumluluğundadır. İletişim tasarımının parçası olan kişiler, uygulama tasarımı ve markalaşma gibi ilgili alanlarda da çalışırlar (Bhasin, 2021).

Günümüzde birçok festival düzenlenmektedir. Bunlar müzik, film, dans, yöresel ürünler, vb. türlerde düzenlenmektedir. Tüm bunların kendilerine özgü hedef kitlesi ve konsepti vardır. Bu yüzden hedef kitleye daha kısa yolda mesajları iletebilmek için doğru konumlandırma yapılarak doğru afiş tasarım yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada doğru hedef kitleye ulaşmak için afiş tasarımın nelere dikkat edilmesi gerektiği sorusuna Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali afişleri örnekleminde cevap aranmıştır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Görsel İletişimi Tasarımı açısından Gastronomi Festival Afişlerinin çözümlenerek hedef kitleye den kısa yoldan doğru mesajı iletmenin yollarını ortaya koymak bu çalışmanın temel amacıdır. Bu çalışmanın yapılış amacıysa daha önce da bahsedilen alandaki eksiklerini gidererek literatüre katkıda bulunmaktır. Böylelikle göstergebilim çözülmesi yöntemiyle bir afişin nasıl çözümlenmesi gerektiği ve afişin etkilerinin araştırılarak bulgular ortaya konmuştur.

3.3. Araştırmanın Önemi

Gastronomi afişlerinin göstergebilimsel çözümlemesi sırasında afiş tasarımında ortaya konan temel kriterlerin neler olduğu ve seçilen örneklerde bu kriterlerin nasıl uygulandığı ortaya konmuştur.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma yöntemi olarak kalitatif araştırma yöntemleri kapsamında, “betimleme” yöntemi kullanılacaktır. Afişler, hedef kitlede nasıl bir etki meydana getirdiği ve onlara nasıl bir mesaj iletildiği iletişim tasarımı açısından göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir.

3.5. Evren-Örneklem

Araştırmanın evrenini 2019 yılında yapılan 14 Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali afişleri oluştururken araştırmanın örneklemini de benzer unsurların işlendiği farklı grupları temsil edecek özelliklere sahip olmaları nedeniyle belirlenen dört afiş oluşturmaktadır.

3.6. Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu araştırma çerçevesinde Unesco tarafından Yaratıcı Şehirler Ağı'na ilk dahil olan Gaziantep'in Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri incelenmiştir.

3.7. Veri Toplama ve Verilerin Analizi

Afişler, festival öncesinde ve süresince festivalin internet sayfasında ve sosyal medya mecralarında yayımlanmıştır. Verilerin analizi nitel araştırma yöntemi özelliği taşıyan, “betimleme araştırma” ve göstergebilim çözümleme yöntemiyle yapılmıştır.

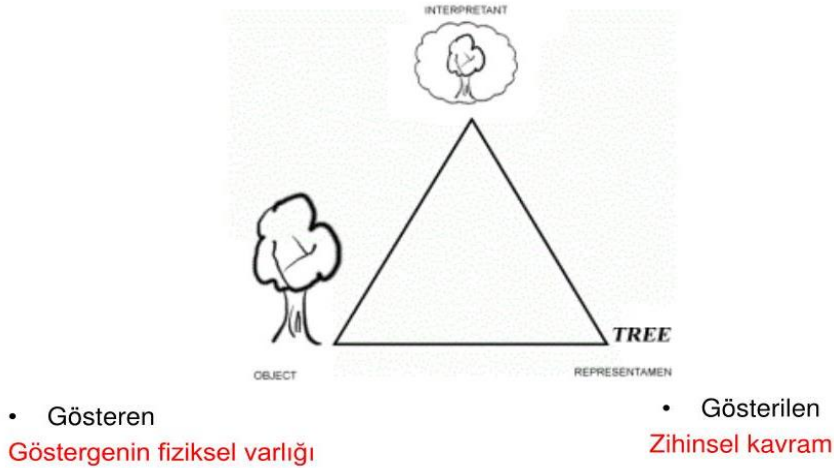
3.8. Göstergebilim

Gösterge, göstergebiliminin merkezinde yer alır. Göstergelerin ve işleme biçimlerinin bilimsel olarak araştırılmasına semiyotik veya semiyoloji (Göstergebilim) denir. (Fiske, 2003).

Erkman, buradan yola çıkarak ‘Bir şeyi çağrıştıran ancak o şey kendisi olmadan iletişim kuran her işaret göstergedir’ demiştir. (Erkman, 1987). Gözümüzde canlandırmak için aşağıdaki Şekil-1’de inceleyebiliriz. Formüle edecek olursak; Gösteren ile Gösterilen’in birleşiminde Gösterge ortaya çıkar. Örnek olarak, Tree (ağaç) sözcüğü (t+r+e+e harfleri ile meydana gelen kelime) gösteren, ağaç kelimesinin anlattığı ise gösterilendir.

Saussure dili tanımlarken “Olguları ifade eden bir işaretler sistemidir” der. Bu nedenle braille alfabesiyle, sembolik kutsal ayinlerle, incelik olarak kabul edilen görgülerle, asker işaretleri vb. ile mukayese edilerek yazılır (Saussure, 1998).

• Gösterge



Şekil 4: Saussure’a göre anlamlandırma süreci

Guiraud Anlamlamayı ‘Herhangi bir şeyin hafızamızda canlandığı olgudur: Bulutların yağmurun habercisi olduğu; kaşın yukarı kalkması şaşkınlığı, havlayan köpeğin sinirliliğini, “at” kelimesinin bir hayvanı işaret etmesidir.’ (Guiraud, 1999) şeklinde tanımlamıştır.

Göstergebilimin önde gelen düşünürlerinden olan Fransız Roland Barthes Göstergebilimin dilbiliminin bir bölümü olduğunu söylemektedir. Barthes Göstergebilim İlkeleri'ni dört başlıkta toplayarak Düzanlam ve Yananlam, Gösterilen ve Gösteren, Dil ve Söz, Dizim ve Dizge şeklinde sıralamıştır. Barthes; gösterge için gösteren ve gösterilenden oluştuğunu söylemektedir (Barthes, Göstergebilimsel Serüven, 1993). Buradan hareketle Göstergebilimsel analizde kullanılan yöntemde gösterge ve gösteren ilişkisi ile düzanlam ve yananlamlarını ortaya koyarak çalışmalarda ne anlatılmak istendiği ortaya konmaktadır.

3.8.1. Göstergebilim Tarihçesi

Genel olarak gösterge; İşaret, varlığı veya oluşumu başka bir şeyin olası varlığını veya oluşumunu gösteren bir nesne, nitelik, olay veya varlıktır. Bu bakış açısıyla, kelimeler, semboller, simgeler, vs. gösterge olarak nitelendirilir. Göstergelerin bir dizgesi olarak nitelendirilen dile dair eskiçağlardan beri farklı düşünceler ortaya konmuştur. Stoacılar Ortaçağdaki skolastik felsefe eserlerinde de anlamlama formatlarına (modi significanti) dair önemli fikirler ortaya konmuştur. (Rifat, 1998) Yapısalcı yaklaşımdan gelen Göstergebilim; esasında anlamlama ve anlam üretimine dayanan, temelde insanın etrafındaki ve içinde bulunduğu alemi anlamaya ve yeniden anlamlandırmaya odaklanarak meydana gelmiştir. Göstergebilim, anlamın meydana gelme aşamalarını ortaya koymakla uğraşarak, yirminci yüzyılın başlarında başlayan çalışmalar 1950'li yıllara geldiğinde otonom bir bilim dalı olmaya başlamıştır. (Sivas, 2012)

Her ne kadar göstergebilim Eski Yunan felsefesine kadar gitse de Sivas'ın belirttiği gibi 20. Yüzyıl incelendiğinde üç ana kaynak öne çıkmaktadır. Bunlar İsviçre'de Ferdinand de Saussure, Amerika'da Charles Peirce ve Avrupa'da Biçimciler. Felsefeci ve Mantıkçı olan Peirce, Semiotik terimini¹ kullanan ilk bilim adamlarındandır. Peirce, Göstergebilimin Mantıkla hemen hemen aynı olduğunu iki biliminde simgeleme ve soyutlama edimlerini incelediğini savunur. Göstergebilimin en önemli isimlerinden birisi de Peirce ile aynı dönemde yaşamış, fakat birbirlerinden bağımsız düşünceler ortaya koymuş olan Ferdinand de Saussure'dür. Modern filolojinin başatlarından sayılan Saussure, göstergebilimin geleceğine dair öngörülerde bulunmuş ve iletişimin her türünü araştırarak, dilbilimi dahil bütün sosyal bilimlere içine alan yeni bir bilim dalı olacağını öne sürmüştür. Doğu Avrupa'da ortaya çıkan Biçimcilik akımı, ilk başta edebiyat eleştirisi, dilbilim, masalların analiz edilmesi konularında faaliyette bulunmuşlardır. (Erkman, 1987).

3.8.2. Göstergebilimde Kullanılan Temel Yaklaşımlar ve Kavramlar

Göstergebilim üzerine mantık, felsefe, edebiyat, resim ve heykel gibi birçok alan çalışmalar yapılmıştır. Bunlardan mantık ve felsefe üzerine çalışmalar yapan Charles Sanders Peirce ile dilbilimci Ferdinand de Saussure kendi alanlarında ön plana çıkan bilim insanlarıdır.

3.8.2.1. Ferdinand de Saussure

Saussure göstergebilimi tasarlarken dilin diğer kuramlardan ayrıldığını belirtir. Saussure'a göre; dilin kendine has durumunu kavramaya yönelik yeni unsurlara ihtiyaç vardır. Göstergeler dizgesi görevi olan dil kavramları işaret eder (Saussure, 1998, s. 46). Aynı kaynakta, Göstergebilim

¹ Semiotik (Göstergebilim) Eski Yunancadaki 'semeion' sözcüğünden gelir. Semeion, gösterge demektir. İlk kullanımı tıptadır. Hastalık belirtisi anlamındadır. Örneğin, midenizde bir yara varsa, mideniz ağrır. Midenizin, ağrısı, hastalığın kendisi değil, belirtisidir. Asıl hastalık yara, ağrı da onun varlığını haber veren gösterge, belirtidir.

için yeni bir bilim dalının olduğunu, adını Göstergebilim diye adlandırdığını ama bu bilimin yasalarının zamanla oluşacağını dile getirmektedir.

Göstergelerin gösteren ve gösterilenden oluşması dizgede kapsadıkları sessel ve kavramsal ayrılıklara dayanır. Dilde göstergeyi gösterge yapan onu benzerlerinden ayırt eden özellikten başka bir şey değildir. Saussure ve diğer bütün yapısalcılara göre dil olgusu içerisinde karşıtlıklardan başka hiçbir şey yoktur, hatta dilin kapsadığı karşıtlıklar diğer alanlardakinden daha anlamlıdır. Saussure, dil göstergelerini karşıtlıklardan oluşmasını birim ve dilbilgisi olgusunu birbiriyle kaynaşmasının şartı olarak görmektedir. Saussure dili karmaşık öğelerin kurduğu bir denge olarak görür ve ona göre, “dil bir töz değil bir biçimdir.”² Böylece Saussure, dil olgularının tözsel olduğuna dair kendi deyimiyle yanılgıyı dil olgularının bir biçim olduğunu ileri sürerek düzeltmiştir. (Ünal, 2016)

3.8.2.2. Charles Sanders Peirce

Peirce ölümünden sonra toplanan yazılarından derlenen “Peirce’in Felsefe Yazıları” kitabında “*genel anlamında mantık, göstergebilim yerine kullanılan bir başka sözcüktür yalnızca. Yani göstergelerin hemen hemen gerekli ve biçimsel öğretisi. Sanırım bunu kanıtladım. Bu öğretiyi "hemen hemen gerekli" ve biçimsel diye tanımlarken, şunu göz önünde tuttum: Kimi göstergelerin niteliklerini elden geldiğince gözlemleriz. Edindiğimiz yararlı gözlemlerden yola çıkarak da büyük ölçüde gerekli yargılara varırız. Bunu yaparken izlediğimiz yola soyutlama denmesini doğru bulmuyorum. Vardığımız yargılar, bilimsel anlağın kullandığı göstergelerin hangi niteliklerde olabileceğine ilişkindir.*” (Buchler, 2011, s. 98) bir yaklaşım sunmaktadır.

Peirce, gösterge, nesne ve yorumlayıcı olmak üzere tam olarak üç temel semiyotik öğenin bulunduğunu ileri sürmüştür.

3.8.2.3. Roland Barthes

Saussure dilbilimini göstergebiliminin alt bir dalı olarak tasvir eder. Barthes ise göstergebilimini filolojinin alt dalı değil de bölümü olarak konumlandırır. Barthes buna gerekçe olarak, yazın, mutfak, moda vb. dizgelerin sadece dil ile anlam ve gerçeklik vasfına haiz olduğunu söyler. Barthes’ın göstergebilimine dair tezindeki sabit durum ise dili her yere konumlandırmasıdır (Culler, 2008, s. 81; akt.Ünal, 2016) ifade eder.

Barthes göstergebilimin ilkelerini ortaya koyarken yapısal dilbilimden ödünç alınan dört ana başlığı göstergebilime uyarlamıştır. Bunlar;

1. Dil ve Söz
2. Gösterilen ve Gösteren
3. Dizim ve Dizge
4. Düzanlam ve Yananlam

3.8.2.4. Noam Chomsky

20. yüzyılda bilimlerin genel gelişimi ile birlikte daha yakından bakıldığında, dilbilimi psikolojinin bir alt dalı olarak gören Chomsky (1972: 28) ile Ferdinand de Saussure (1916: 33) arasındaki fark, öncelikle "göstergebilim" in bir dalı olduğu için, Saussure'ün dilbilimi betimleyici bir perspektifte evrensel göstergebilime, Chomsky'nin ise onu açıklayıcı bir perspektifte özel bir

² (Saussure, 1998, s. 180)

göstergebilime ataması gerçeğine iner. Chomsky, dilbilimi, klasik zamanlarda öne çıkan ve o zamandan beri "bilişsel bilim" başlığı altında yeniden canlanan zihinsel temsillerle ("fikirler") ilgilenen göstergebilimin alt disiplini bulur. (Holenstein, 2013)

3.8.2.5. Umberto Eco

Eco, İtalya'da ilk Uluslararası Göstergebilim Kongresi'ni 1974'de düzenlemiştir. Eco, 'gösterge' yerine, 'gösterge işlevi' terimini getirmektedir. Eco'ya göre 'gösterge işlevi' terimi, anlatım (maddesel olay) ile içerik arasındaki korelasyonu belirtmektedir. İletişim göstergebilimiyle, anlam göstergebilimi arasında Eco'nun temsil ettiği bir kültür göstergebiliminden söz edilebilmektedir. Eco'ya göre, göstergebilim, bir iletişim süreci olarak düşünülen kültürel olguların incelenmesidir. Bu durumda, 'Bir gösterge başka bir şeyin yerine anlamlı olarak geçebilecek herhangi bir şeydir' diyen yazar, gösterge kavramına daha geniş bir tanım getirmiştir. (Demir S. , 2009)

3.8.3. Göstergelerin Anlamlandırılması

Anlamlandırmayı bir şeyin diğerini temsil ettiği işaretlerin belirlenmesi ve üretilmesi süreci olarak tanımlayabiliriz (P., 2021). Günlük dilde bir kelimeyi ilk duyduğumuz zaman çağrıştırdığı ilk kavram o kelimenin düz anlamıdır. Düz anlamdan bağımsız olmayacak şekilde, kişinin kendisinin yorumladığı (ikinci) anlama da Yan anlam diyoruz (Erkman, 1987, s. 63).

3.8.3.1. Düz Anlam (Denotation)

Bir göstereni gördüğümüz, duyduğumuz, şu ya da bu biçimde algıladığımız zaman, onun gösterileni, yani anlamı zihnimize oluşur. Sinemada bir 'ev' gördüğümüz zaman, bu görüntüsel imge, bizde /EV/ kavramını oluşturur. Dolayısıyla ev görüntüsüyle, ev kavramı arasında bir bağ kurulur, görüntüyle kavram ilişkilendirilir, başka bir deyişle anlamlama süreci gerçekleşir. Burada dikkat edilmesi gereken, zihnimizdeki kavramın ya da bir göstergenin taşıdığı anlamın, gerçek dünyadaki nesnelerle özdeş olmadığı gerçeğidir. Kafamızın içinde gerçek bir ev değil, /EV/ kavramı vardır! Zihnimizdeki kavramla gerçek dünyadaki nesneler aynı şeyler değildir. Bu noktada, göstergeyi iki aşamalı bir birim olarak yorumlamak doğru olur. (Erkman, 1987)

3.8.3.2. Yan Anlam (Konnotation)

Yananlam, Barthes'in ikinci anlamlandırma düzeyinde göstergelerin işlediği üç yoldan birisini betimlemek için kullandığı bir terimdir. Yananlam, göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir. Bu, anlamların öznelliğe ya da en azından öznelerarasılığa doğru kaydığı andır: bu anda yorum, yorumlayıcıdan etkilendiği kadar nesne ya da göstergeden de etkilenir. (Fiske, 2003)

3.8.3.3. Kodlar/Şifreler

Toplumsal hayatımızın geleneksel olan veya toplum üyeleri tarafından kabul gören yasalarla idare edilen tüm yönlerini "kodlanmış"tır diyebiliriz (Fiske, 2003). Sistem sınırlı sayıda gösterge-kural barındırır. Sistemlerin (dillerin) kendilerine özgü şifreleri vardır. Şifreler, kural ve göstergelerin anlamıyla ilgilidir (Erkman, 1987). Hukuk kuralları, görgü kuralları veya ragbi

kuralları gibi davranış kurallarını anlamlandırma kodlarından (şifrelerinden) ayırmamız gerekir. Anlamlandırma şifreleri, göstergelerin sistemleridir. Bu ayrımı yaparken, bu iki şifre kategorilerinin karşılıklı bağlantılı olduğunu kabullenmeliyiz. Otoyolların kendilerine has kodları hem davranış kodu hem de anlamlandırma sistemi olmaktadır (Fiske, 2003, s. 91).

3.8.3.4. Mitler

Mit, bir tür öykü olup doğanın birtakım görüntüleri açıklamasını veya tanımlamasını sağlar (Fiske, 2003). Barthes tarafından anlaşıldığı şekliyle mit çalışması, genellikle, doğa ile etkileşimin zihinsel ögesinde veya bir topluluk içinde mevcut olan örtük işaretleri araştırma yöntemi olarak tanımlanabilen göstergebilim alanı altında yürütülür. Mitin işlevi gerçekliği boşaltmaktır: Kelimenin tam anlamıyla, durmaksızın dışarı akan bir kanamadır, bir kanamadır ya da belki bir buharlaşmadır, kısacası algılanabilir bir yokluktur. (Barthes, Mythologies, 1991, s. 142)

3.8.3.5. Metonomi (Düz Değişmece)

Düz değişmece; bir parçanın tamamını işaret etmesidir (Fiske, 2003, s. 127). Bir göstergenin anlam gücü iki yol ya metafor ya da metonomi kullanılarak artırılabilir. Bütünün küçük bir parçası bütünü temsil edebilir. Örneğin, kral ya da kraliyetten söz ederken, kısaca “taç” diyebiliriz. (VARLI GÜRER, 2021, s. 6)

3.8.3.6. Metafor (Eğretileme)

Metafor, bir kavramın, ikisi arasında bazı benzerlik veya korelasyonların olduğu başka bir kavram açısından anlaşılmasının ifadesidir. Metafor, bir kavramın başka bir kavramla anlaşılmasıdır. “Metafor”, daha çok söz söyleme sanatlarında kullanılan ayrıca bunun yanında diğer sosyal bilimlerde de anlatma ve öğretme amacıyla kullanılmaktadır (Demir & KARAKAŞ YILDIRIM, 2019, s. 1086).

3.9. Göstergelerin Anlamlandırma Biçimleri

Göstergebilimin temel kavramları olan gösterge, gösterge (ikon), anlamlandırma, index, düz anlam, yan anlam vb. kavramlar çeşitli anlam yaratma yollarına göndermede bulunurlar. Daha çok, bir iletinin bir şeyi anlamlandırmasını mümkün kılan yapılandırılmış bir ilişki dizisinin çözülmesi üzerinde yoğunlaşırlar. Yani, işareti ya da sesi bir ileti haline getirenin ne olduğu üzerinde dururlar. (Fiske, 2003, s. 61).

3.9.1. Dizisel Boyut (Paradigm)

Thomas Samuel Kuhn Paradigmayı, Bilimsel Devrimlerin Yapısı kitabından sonra popüler hale geldikten sonra 20 farklı paradigmadan faydalanarak tanımlar. Paradigma; belirli sözdizimsel rollerde birbirini dışlayan seçimler oluşturan bir dizi dilsel öğedir (Wikipedia, Paradigma, 2021).

3.9.2. Dizimsel Boyut (Syntagm)

Göstergebilimde, dizimsel analiz, paradigmaların (paradigmatik analiz) aksine sözdizim veya yüzey yapısının (dizimsel yapı) analizidir. Bunu Barthes, David Lodge ve Susan Spiggle ile birlikte bir örnek geliştirmişlerdir. Örneğe göre; gömlek, şort ve sandaletler üstler, altlar ve ayakkabı düzlemi boyunca, yani dizim düzlemi olan giyilebilir öğelerin kurallarına uyduklarını

varsayarsak, paradigmatic düzlem boyunca serbestçe değiştirilebilir. Sandaletleri yüksek topuklu ayakkabılarla değiştirebilirsiniz, ancak onları üst olarak giymek kuralları çiğnemek olur (Wikipedia, Syntagmatic Analysis, 2021).

3.9.3. Dizimsel (Sintaktik)

Göstergebilim, dizimsel veya sintaktik aracılığı ile göstergelerin birbirleri ile olan bağlantılarını inceler; bildiriler meydana getirmek için hangi şartlarda biraraya geldiklerini araştırır (Rifat, 1998, s. 34). Sözdizimsel yapının anlaşılması fonolojik yapınınkinden çok daha sınırlıdır, betimlemeler çok daha ilkel ve buna bağlı olarak, evrensel sözdizim ilkeleri, evrensel sesbilim ilkelerinden çok daha az kesindir, ancak ikincisi, söylemeye gerek yok da geçici olarak kabul edilmelidir. Sözdizimsel açıdan iyi bir teori mantıksal olarak tutarlıdır, anlamsal açıdan ampirik olarak doğrulanmıştır ve pragmatik açıdan anlaşılabilir. (Chomsky, 2006, s. 41).

3.9.4. Anlambilimsel (Semantik)

Semantik, dilde anlam çalışmasıdır. Tüm metinlere veya tek kelimelere uygulanabilir. Örneğin, "hedef" ve "son durak" teknik olarak aynı anlama gelir, ancak anlambilim öğrencileri ince anlam tonlarını analiz eder.

3.9.5. Edimbilimsel (Pragmatik)

Filolojideki yenilenmeyi gerçekleştirmek için sözcüğün ortaya çıkış aşamasında değerlendiren daldır(kullanımbilim). Edimbilim, Charles W. Morris (1938) tarafından, göstergelerin göstergelerle ilişkisini inceleyen anlambilimin aksine, göstergelerin yorumlayıcılarla ilişkisini inceleyen göstergebilim dalı olarak tanımlandı (Wilson, 2021).

4. BULGULAR ve YORUMLAR

Bu bölümde Göstergebilimsel analiz yöntemi ile UNESCO tarafından Yaratıcı Gastronomi Şehri seçilen Gaziantep'in Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 afişlerini inceleyerek çözümleme yapılmıştır.

4.1. Afişlerin Çözümleme Yöntemi

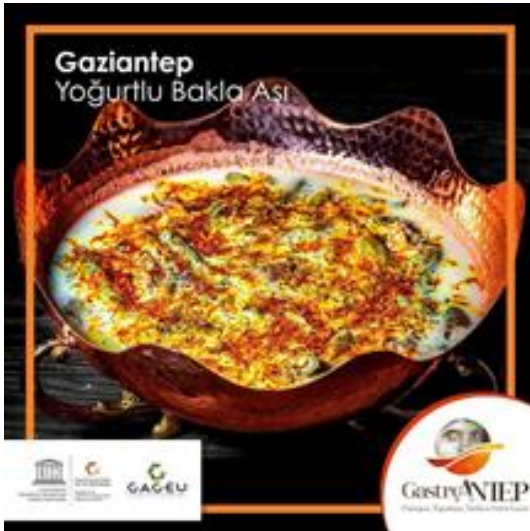
Önemli dilbilimcilerden Vladimir Propp en önemli eseri olan **Masalın Biçimbilimi**'nde alanındaki çoğu eserlerin kaynakçalarında bulunur. Saussure'ün modern dilbilim sahasında devrim yapmışsa Propp da bu eserde masal inceleme konusunda olduğu gibi anlam çözümleme konusunda da zamanının en önemlisi ve öncüsü olmuştur (Propp, 1985). Bu tezde çözümleme yöntemi olarak Propp'un da kullandığı yapısalci yaklaşımı esas alarak, anlatısal gösterge unsurları olan kişi, zaman ve mekân çerçevesinde çözümleme yapılacaktır. İkinci aşama olarak, teknik göstergeleri ele alınarak afişte kullanılan renk, biçim, kompozisyon, teknik gibi öğeler belirlenerek çözümleme yapılacaktır. Üçüncü aşamada ise çözümlemenin anlam aktarımı bölümü devreye girecektir. Burada görsel ve dilsel göstergelerin, düz anlam ve yananamları belirlenecektir. Her çözümlemenin sonucunda, o afiş ile ilgili olarak elde edilen sonuç birer paragraf halinde sunulacaktır.

4.2. Afişlerin Çözümlemesi

2019 yılında yapılan Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali Afişleri In-House reklam ajansı gibi çalışan Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Görsel Tasarım ve Tanıtım Şube Müdürlüğü tarafından tasarlanmıştır. Tasarlanan afişler asılacak mecraaya göre dizayn edilerek farklı alanlarda kullanıma olanak tanımışlardır. Tasarım ekibiyle iletişime geçilmiş ve tasarım sırasında kullanılan araçlar tespit edilmiştir. Verilen bilgilere göre afişlerdeki resimler Adobe Photoshop programı ile düzenlenip Adobe Illustrator programı ile tasarlanmıştır.



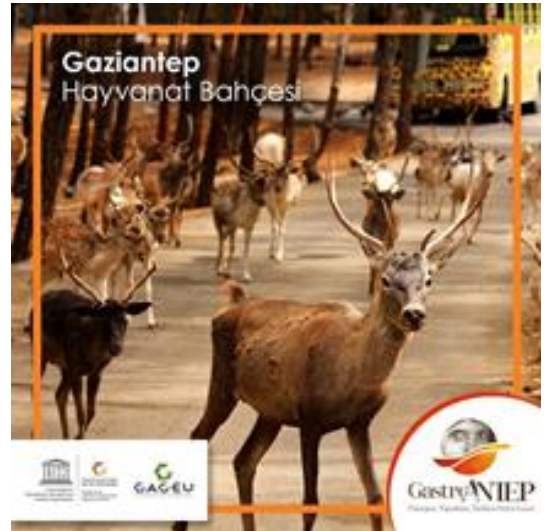
Görsel 18: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri



Görsel 19: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri



Görsel 20: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri



Görsel 21: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri



Görsel 22: Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 2019 Afişleri

4.2.1. Terbiyeli Kuşbaşı Kebab Afişinin Çözümlemesi



Görsel 23: Terbiyeli Kuşbaşı Kebabı Afişi

Tablo 1: Terbiyeli Kuşbaşı Kebabı Afişinin Anlatısal ve Teknik Göstergeleri

GÖSTERGE	ANLATISAL			TEKNİK		
	KİŞİ	ZAMAN	MEKAN	RENK	IŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	-	-	-	Kahverengi Yeşil Hardal Sarısı, Turuncu	Aydınlık ortam Figür üzerine soldan ışık	Şişe dizilmiş küp halinde kesil pişmiş kebab, etin altında lavaş ekmek, 4 parça domates turşusu, turuncu çerçeve, festival logosu, UNESCO, GBB, Gagev logoları, metin
GÖSTERİLEN	-	-	-	Lezzet, damak zevki, iştah, yöresel, huzur		

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Afişte yan yana duran küp şeklinde pişmiş et parçaları sağ-üstten sol-alta doğru yer alıyor. Aynı dizili et parçalarının benzeri sağ-üstten sağ-alta doğru yer alıyor. Etlerin altında iki kat ince ekmek bulunuyor. Sol-üstü arka planda domates turşusu ve orta üstte küçük bir yeşillik yer almaktadır. Afişin etrafında turuncu bir çerçeve, sağ-alt köşede “GastroAntep” festivali logosu, sol-alt köşede UNESCO, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Gagev’in logoları bulunuyor. Çerçevenin içinde sol-üst kısımda “Gaziantep Terbiyeli Kuşbaşı Kebap” ifadesi yer alıyor.

Anlatısal Göstergeler

Afişte ön planda olan iki şiş kebab taze pişmiş olduğu etin yağının donmamış olmasından anlaşılıyor. Sol-üstteki ‘Gaziantep Terbiyeli Kuşbaşı Kebap’ yazısı afişte kullanılan kebab resminin adı olduğunu gösteriyor. Sol-alttaki UNESCO, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Gagev logoları festivalin organizatör kurumlarını göstermektedir. Sağ-alttaki kırmızı ve turuncunun renklerin tonlarında tasarlanmış GastroAntep logosunda Zeugma Antik Kentindeki kazılarda ortaya çıkarılan dünyaca ünlü ‘Çingene Kızı Mozaigi’ yer almaktadır. Logodaki GastroAntep yazısının altında “Güneşten, Topraktan, Tarihten Gelen Lezzet” sloganı bulunuyor.

Teknik Göstergeler

Afişte ağırlıklı olarak sıcak renkler kullanılmıştır. Özellikle kırmızının iştah açıcı özelliği olması dolayısıyla kırmızıya yakın renkler kullanılmış (Dikici, 2018). Arka plandaki domates turşusu ve yeşillik yoğun sıcak renkleri dengelemek için seçilmiştir. Dengeli bir ışık kullanılarak yakın çekim yapılan fotoğrafın ince detayları ortaya çıkarılmıştır. Kebabın sol-üst ile sağ-alt şeklinde yerleştirilmesi tasarımda denge unsurunu ön plana çıkarmıştır.

Afişte Anlam Aktarımı

Afişte kullanılan sıcak ve soğuk renkler kontrastlık oluşturmaktadır. Zıtlıkların kullanılması asıl unsurun ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bunun yanında festival bir Gastronomi etkinliği olmasından dolayı temel argümanlar kullanılarak belirgin bir şekilde ne amaçla tasarlandığı ortaya çıkmaktadır.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Afişin genel şablonuna bakıldığında resim tek başına bir akış oluştururken Sol-altta kullanılan UNESCO ve organizasyon kuruluşlarının logoları için beyaz zemin kullanılmak zorunda kalmıştır. Fotoğrafın akışına göre logoların yerleştirilmesi gerekirken bir bent gibi durmaktadır. Afiş içerisinde bulunan turuncu çerçeve her ne kadar çalışmaya bir sınır çizmeye ve önemli unsurları ortaya çıkarmayı amaçlasa da resimde bulunan sıcak renklerden dolayı çok amacına tam anlamıyla ulaşamamıştır.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

İnsanların iştahını kabartan ve acıkma hissi uyandıran görseldeki resim “Gaziantep Terbiyeli Kuşbaşı Kebabı” tanımlamasıyla yemeğin tescilli bir ürün olduğu ortaya konmaktadır. Gaziantep’in dünyaca ünlü mutfağının en ünlü yemeği olan kuşbaşı kebabının kullanılması aynı zamanda bir meydan okuma işlevi de görmektedir. Bu meydan okumanın göstergesi; hiçbir açıklamaya gerek duyulmadan sadece yemeğin adının yazılmasıdır.

4.2.2. Tarihi Budeyri Hanı Afişinin Çözümlemesi



Görsel 24: Tarihi Budeyri Hanı Afişi

Tablo 2: Tarihi Budeyri Hanı Afişi Anlatısal ve Teknik Göstergeleri

ANLATISAL				TEKNİK		
GÖSTERGE	KİŞİ	ZAMAN	MEKAN	RENK	IŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	-	Gündüz, Öğleden Sonra	Budeyri Hanı, Türktepe Mevki ve Cami	Mavi, Kiremit Rengi, Beyaz Taş	Gündüz Işığı, Doğal	Tarihi Yapının Ön Plana Çıktığı Manzara Görseli, Tepede Bayrak Direği Ve Cami
GÖSTERİLEN	-	Sıcak, Güneşli Aydınlık Hava	Tarihi Yapı, Doğal Güzellik	Özgürlük, Sıcaklık, Ferah, Güvenilir, Göz Alıcı	Ferahlık, Rahatlık, Huzur	Tarihi Bir Han'ın Sağlam Bir Şekilde Duruşu



Görsel 25: Afifin Yeraldığı Bölgenin Uydudan Görüntüsü

Afifin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Afifin üstten üçte birini kadar kaplayacak şekilde mavi gökyüzü yer alıyor. Mavi gökyüzüne denk gelecek şekilde “Bu yıl da misafirperverliğimizi gösterme zamanı!” sloganı bulunmaktadır. Gökyüzünün bittiği noktada bir tepe üstünde yer alan cami ve yerleşim yerleri mevcut. Afifin alttan üçte birlik kısmında yer alan bir taş yapı mevcut. Afifin sağ-alt köşesinde “GastroAntep” festivali logosu, sol-alt köşede UNESCO, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Gagev’in logoları bulunuyor.

Anlatısal Göstergeler

Afifi üç bölüme ayırırsak, üstten ilk bölüm sadece gökyüzü, ortada yerleşim yerlerinin olduğu bir tepe ve altta eski bir yapının yer aldığını görüyoruz. Gökyüzü ile kaplı birinci bölümde hava açık ve güneşli. Üstten açık mavi tondan en altta gri tona varan bir geçiş söz konusu. Gökyüzünün bittiği noktada bir bayrak direği ile Cami minaresi göze batmaktadır. Etrafında dip dibe yapılmış evler ve sık sokaklar mevcut. Bayrak direğinde yarı dalgalanan kırmızı bir bayrak var. Alttaki üçüncü bölümü oluşturan bölümde ise tarihi 19. yy. sonlarına dayana Büdeyri Hanı yer almaktadır. Osmanlı Han mimarisinin klasik Sol-alttaki UNESCO, Gaziantep Büyükşehir

Belediyesi ve Gagev logoları festivalin organizatör kurumlarını göstermektedir. Sağ-alttaki kırmızı ve turuncunun renklerin tonlarında tasarlanmış GastroAntep logosunda Zeugma Antik Kentindeki kazılarda ortaya çıkarılan dünyaca ünlü ‘Çingene Kızı Mozaîğı’ yer almaktadır. Logodaki GastroAntep yazısının altında “Güneşten, Toprakdan, Tarihten Gelen Lezzet” sloganı bulunuyor.

Teknik Göstergeler

Afişte canlı renkler kullanılmıştır. Kaynaklarda güveni temsil eden (ÜNKER, 2021) Mavi Mavi rengin hakim olduğu gökyüzü sonsuz bir derinlik hissi oluşturarak huzur vermektedir. Olgunluğu temsil eden (Dikici, 2018) Kahverengi renginin yatıştırıcı özelliğı çatılarda ve taş evlerde çok belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Ortam ışığı doğal olduğundan dolayı yapysallıktan uzaklaşarak izleyicinin benimsenmesi sağlanmıştır. Gerçek fotoğrafın kullanılması izleyicinin empati yapmasını sağlamaktadır. Mavi gökyüzü üzerine beyaz yazılmış “Bu yıl da misafirperverliğimizi gösterme zamanı!” sloganı serifsiz font kullanılarak tasarımsal alanda sadeliğı sağlamış ve kendi içinde bir bütünlük oluşturmuştur.

Tarihi Büdeyri Hanı’nın keskin ve belirgin çizgileri güç göstergesi olup yıllara meydan okuduğunun belirtisi durumundadır. Arka plandaki evlerin karmaşık yapısı burada hala yaşamın devam etmesinden dolayı kendi içinde bir düzenin de olduğunu göstermektedir.

Ayrıca tepedeki dalgalanan bayrak hakimiyeti gösterir durumdadır. Cami ve minarenin belirgin bir şekilde yer alması bölgede hakim inanın nişanesidir.

Afişte Anlam Aktarımı

Altı bin yıllık bir geçmişe sahip Gaziantep’in önceki yüzyıldan kalan bir hanın seçilmesi geçmişe işaret etmektedir. Bu yüzden “Bu yıl da misafirperverliğimizi gösterme zamanı!” sloganı şehrin geçmişine işaret etmektedir. Çünkü Selçuklularda ve Osmanlılarda Han ve kervansaraylar, şehirlerarası ve ülkeler arası ticaretin konaklarından birisidir. Bu yerler bir nevi hotel olarak nitelendirilebilmekte ve ayrıca misafirlerin yanı sıra kervanların ve/veya yolcuların bineklerine de bakım hizmeti verilmekteydi. (İLİCA, 2000). Bu yüzden hem tarihi konumu hem de sosyal alan olmasından dolayı Büdeyri Hanı’nın seçilmesi geçmişten gelen tecrübenin göstergesidir. Ve bundan dolayı afişte demek istenen ‘Biz geçmişte de bu işi yapıyorduk, şimdi de yapıyoruz. Geçmişimizden aldığımız bu güçle ve halkımızın desteğı ile bu organizasyonu da hakkıyla yapacağız’dır.

Ayrıca gündüz aydınlık bir havada ve afişin üçte birini kapsayan bir alana sahip gökyüzü görüntüsü güven teşkil etmekte ve bir vizyon ortaya koymaktadır.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Afiş çalışması bir kare formatında olmasından dolayı çizgisel bir akış oluşturmaktadır. Üstte slogan düzlemsel bir yapıda ve aşağıda logolar dengeli bir konumdadır.

Slogan üst-ortada ve altta iki yana yaslanmış iki logo görünmez bir üçgen şeklini alarak doğal resim ile eklenen tasarım unsurlarının sıradışı bir kombinasyonu sağlanmıştır.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Afişte kullanılan “Bu yıl da misafirperverliğimizi gösterme zamanı!” geçmiş yıllarda yapılan eylemin devam etmesi gerektiğini gösteriyor. Geçmiş yıllarda yapılan eylem başarılı olduğu için eylemde bir değişiklik olmadan bu yılda yapılmasının istenmesi metaforik bir bakış açısı ortaya koymaktadır.

4.2.3. Gaziantep Kalesi Afişinin Çözümlemesi



Görsel 26: Gaziantep Kalesi Afişi

Tablo 3: Gaziantep Kalesi Afişi Anlatısal ve Teknik Göstergeleri

GÖSTERGE	KİŞİ	ANLATISAL GÖSTERGELER			TEKNİK GÖSTERGELER	
		ZAMAN	MEKAN	RENK	IŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	-	Akşam üstü, Tan Vakti	Gaziantep Kalesi, Şirvani Cami, Şehir içi Yol	Mavi, Sarı, Kahverengi , Turuncu	Batmış Güneşin Son Işığı, Araçların Yapay Işığı	Batmış Güneşin Son Aydınlığı ile Görünen Tarihi Yapı, Dikey Minare, Köşeli Binalar
GÖSTERİL EN	-	Açık Gökyüzü, Batmakta Olan Güneş Işınları	Tarihi Yapı, İnanç Merkezi, Ulaşım, Doğal Güzellik	Güven, Huzur, Dikkat, Canlılık	Loş Aydınlık, Huzur, Dinginlik, Dikkat	Tan Vaktinde Tarih ile Doğanın Uyumu, Modern Çağın Gereksinimleri ile Yaşamın Kolaylaşması

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Afiş 2019 Gastronomi Afişlerinin formatına uygun olarak kare şeklinde tasarlanmıştır. Yine aynı şekilde kare turuncu bir çerçeve söz konusu. Kurumsal logolar altta sağlı sollu yerleştirilmiştir. Üst-soldan Maviden alt sağa kızıla giden bir gökyüzü vardır. Sol tarafta kale surları, ortada cami ve minaresi belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bulb modunda çekilmiş bir yoldaki ışıklar göze çarpmaktadır. Afişin üst orta kısmında ‘12-15 Eylül’de Başka Plan Yapmayın! Bizim Festivale siz de davetlisiniz!’ ifadesi yer almaktadır.

Anlatısal Göstergeler

Afişte esas olarak tan vaktinde çekilmiş bir Gaziantep Manzarası resmi kullanılmıştır. Resimin beşte üçlük kısmı maviden kızıla giden bir gökyüzünden oluşmaktadır. Gökyüzünün üzerine sans-serif fonttan ‘12-15 Eylül’de Başka Plan Yapmayın! Bizim Festivale siz de davetlisiniz!’sloganı yer almaktadır. Resimde sol-orta tarafta geçmişi tam olarak bilinmese de Roma Döneminde gözetleme kulesi olarak kullanılan (Wikipedia katılımcıları, 2021) tarihi Gaziantep Kalesinin surları yer almaktadır. Surların sağ aşağı tarafında başlayan yerleşim yerleri belirlemektedir. Surların bitiminde sur boyunca yan yana sıralı dizili bayraklar yer almaktadır. Aşağı-orta tarafta belirgin bir şekilde yer alan ve yapılışı tarihi 1677’den önceye dayanan (Gaziantep İl kültür Turizm Müdürlüğü, 2021) Şirvani Cami avlusu ile birlikte minaresi bulunuyor. Caminin sağ-üst arka tarafını ağaçlıkların kapladığı görülüyor. Caminin sol tarafında Bulb yöntemi ile çekilen araçların geçişiyle oluşan ışık efekti göze batmaktadır.

Teknik Göstergeler

Afişte kullanılan resimde doğal ışık yanında karanlığın içinden süzülen bir yapay ışık söz konusudur. Yapay ışık fotoğraf çekilirken deklanşörün basılı tutulması yöntemi olan Bulb yöntemi ile hareketli nesnelerin bıraktığı ışık süzmesidir. Tan vaktinde çekilen fotoğratta ışık arka tarafta kalmasından dolayı ağaçların resme bakan yönleri karanlık duruyor.

Görselde yer alan insan yapımı yapılar köşeli unsurlar olarak göze batmaktadır. Tarihi kalenin surlardan aşağı inen kısmı oval şekil almaktadır. Ortada ve arka planda görülen iki cami minaresi dikey ve sivri figürler olarak dikkat çekmektedir. Afiş genel itibari ile 2019 festival afişleri formatında hazırlandığı için genel şablon korunmuştur.

Afişte Anlam Aktarımı

Afişte kullanılan resim klasik bir manzara resminin ötesine geçememekle birlikte basit efektler verilere hareketlilik kazandırılmaya çalışılmıştır. Bu afiş çalışmasında en dikkat çeken unsur *12-15 Eylül’de başka plan yapmayın! Bizim festivale siz de davetlisiniz!* sloganıdır. Önceki afişte Gaziantep’lilere seslenirken bu afişte hedef kitlesi olan potansiyel ziyaretçilere seslenilmiştir. Potansiyel ziyaretçilere demek istenen festival tarihlerinde planlama yaparken festivali esas almaları gerektiği vurgulanmaktadır. Zaten biz Gaziantep’liler olarak ev sahipliği yapmayı çok seviyoruz ve bu festivali de çok benimsedik, şimdi de bizim festivalde yaşadığımız zevki, lezzeti siz de yaşayın diye davet ediyoruz manasına geliyor.

Son iki afişte de kullanılan görseller doğrudan festival içeriğinden çok Gaziantep’in tarihi dokularını ön plana çıkarmıştır. Bunun sebebi de festivalin ana omurgası olan Gaziantep mutfağının tarihsel geçmişinin nasıl aşamalardan geçtiğini gösteriyor.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Afişte slogan olarak kullanılan *12-15 Eylül'de başka plan yapmayın! Bizim festivale siz de davetlisiniz!* Yazı çalışmada en çok yeri kaplayan gökyüzünün üzerinde yer alıyor. Maviden kızıla akan gök rengine beyaz renk yazı ve hafif gölge efekti yazının seçiciliğini kolaylaştırıyor. Bütün afiş çalışmalarında ortak nokta olan turuncu çerçeve ve festival organizatörlerinin ve festival logosunun standart bir şekilde korunması kurumsal bütünlüğünün korunmasına sebebiyet veriyor.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

12-15 Eylül'de başka plan yapmayın! Bizim festivale siz de davetlisiniz! sloganı izleyenlere festivalin herkese açık olduğunu gösteriyor. Sloganda geçen *plan yapmak* deyiimi daha çok düzenli bir hayat sürenler ve günlük yaşamını planlayarak geçirenler için dikkate alınacak bir mittir. Günü birlik yaşayan birisi rutin işlerinin dışında günlük plan yapma ihtiyacı duymazlar. Sloganda geçen *bizim* miti sahiplenilmiş bir olgunun göstergesi olmakla birlikte yeni bir unsur değil de geçmişten gelen ve gelenekselleşmiş bir etkinliğin olduğunu gösteriyor. Sloganda geçen “*de*” takısı dahil olma anlamında ki dahi kısaltması olup, etkinliğe başkalarının da davet edildiğini gösteriyor.

4.2.4. Çingene Kızı Afişinin Çözümlemesi



Görsel 27: Zeugma Çingene Kızı Afişi

Tablo 4: Zeugma Çingene Kızı Afişi Anlatısal ve Teknik Göstergeleri

ANLATISAL GÖSTERGELER				TEKNİK GÖSTERGELER		
GÖSTERGE	KİŞİ	ZAMAN	MEKAN	RENK	IŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	Çingene Kızı	-	-	Kiremit kırmızısı, soğuk yeşil, kahverengi, krem rengi	-	Mozaik, dağınık saç, kız, eskitme zemin, antik eser
GÖSTERİLEN	Tarifi Şahsiyet	-	-	Eski, soğuk, dayanıklılık	-	Antik dönemden kalma bir mozaik eseri, esere uygun eskitme zemin tasarımı, etkinlik düzenleyenlerin logoları

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Afiş 2019 Gastronomi Afişlerinin formatının dışında bir formatla hazırlanmış. Geçmiş M.Ö. 2. Yüzyıla dayanan Maenad veya yerel adı ile Çingene Kızı Mozaïği (Kültür Bakanlığı, 2021) görsel sayfanın ortasında sağdan sola olacak şekilde boydan boya yer alıyor. Resmin hemen üzerinde etkinlik tarihlerinin yer aldığı *Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 12-15 Eylül 2019* yazısı yer almaktadır. Resmin altında sağ tarafta *Zeugma Mozaik Müzesi* ifadesi bulunuyor. Onun hemen altında da GastroAntep Festival logosu ve organizatörlerin logoları bulunmaktadır.

Anlatısal Göstergeler

Afiş genel bakışta soğuk renklerden oluşmuştur. Afişin üç bölümden oluşan ana şablonunda üst tarafta kiremit kırmızısı zemin üzerine beyaz renkle *Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 12-15 Eylül 2019* yazılmıştır. Orta bölümde Çingene Kızı, alt bölümde ise Zeugma Mozaik Müzesi ifadesi yer almaktadır. Alt bölüm zemininde boyaları dökülmüş duvar vardır. Söz konusu zemin Çingene Kızı Mozaïğine tarihselliğine vurgu yapılmaktadır.

Teknik Göstergeler

Afişte cansız ve soğuk renkler kullanılmıştır. Özellikle kahverengi ağırlıklı çalışma olmuştur. Kahverengi; doğurganlığı, dünyayı, yeryüzünü, verimliliği temsil etmektedir (KIRIK, 2013, s. 75). Çalışmada kahverenginin seçilmesi mozaïğin renklerine yakın olmasından kaynaklanmaktadır. Mozaik, küçük taş paralarının farklı renk ve boyutlarda bir düzen içinde anlamlı bir eser haline getirilmesiyle ortaya çıkmaktadır (Bakanlığı, 2021). Mozaikler Antik Yunan'da çok kullanılan bir sanat yöntemiydi. Mozaik tasarımına uygun olarak eskiye işaret ederek zemin tasarımında boyaları dökülmüş duvar çalışması kullanılmıştır. Özellikle Festival logosu ve organizatör logolarının zemin rengi kullanılmadan verilmesi çalışmanın cansız renk çalışmasına uyum sağlamıştır.

Afişte Anlam Aktarımı

Atatürk Baraj gölünün su tutulması sırasında Zeugma Antik kentinin Belkıs Harabeleri bölümünde bir villanın avlusunda bulunan Çingene Kızı mozaïği; sular altında kalmaması için müzeye taşınmıştır (Wikipedia katılımcıları, 2021). Çingene Kızı Mozaïği taşıdığı ince işçilik ve

eserde barındırdığı sanatsal vurgularda dolayı Zeugma'nın Mona Lisa'sı şeklinde nitelendirilmektedir. İşte bu yüzden günde yüzlerce ziyaretçisi bulunmaktadır. (Kültür Bakanlığı, 2021). İşte bu sebeplerden dolayı Çingene Kızı dünyaca üne sahip bir eserdir. Afişte kullanılması dikkatleri üzerine çekmesinden dolayıdır. Özellikle bakışlarından dolayı Mona Lisa benzetmesi özellikle yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 12-15 Eylül 2019 yazısı üzerinden metnin Dizisel yapısı alttaki *Zeugma Mozaik Müzesi* yazısıyla bir bütünlük sağlamaktadır. Aynı şekilde logoların zeminsiz kullanımı da akışa katkı sağlamıştır. *Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali 12-15 Eylül 2019* yazısındaki Gaziantep Gastronomi ifadesi vurgulu yazılarak metinde dikkatin üzerine çekilmesi amaçlanmıştır. Aynı şey altta Zeugma Mozaik Müzesi'nde ki Zeugma ifadesi için de geçerli.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Üstteki yazıda Gaziantep Gastronomi ifadesinin kalın yazılması Gaziantep'in Gastronomi sahasındaki söz sahibi oluşunu göstermek amaçlıdır. Yine altta Zeugma Mozaik Müzesi'nde ki Zeugma isminin dünyada çok büyük bir üne sahip olmasından dolayı vurgulanmıştır.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Anadolu birçok medeniyetin beşiği konumundadır. Son yapılan kazılardan çıkarılan 12 bin yıllık Göbekli Tepenin tarihin en eski yerleşim yerlerinden birisi olması da bunun göstergesidir. İlk yerleşim yerlerinin dışında; Hititler, Frigler, Urartular, Lidyalılar, Asurlar vb. hep kendilerinden bir parça bırakarak tarih sahnesinden çekilmişlerdir. Bu parçalar birikerek bir sonraki medeniyetin gelişimine katkı sunmuşlardır.

Gaziantep tarihi milattan önceki döneme dayandığı için köklü bir birikime sahiptir. Tarihi İpekyolu üzerinde bulunan Gaziantep yüzyıllar boyunca değişik medeniyetlere ev sahipliği yaptığı için bu kültürel birikim mutfağa da yansımış ve dünyaca ünlü bir lokasyon haline gelmiştir. Özellikle kendine özgü yerel yemeklerinin yanında modern batı mutfaklarını da başarılı bir şekilde uygulamasından dolayı yer-yabancı bir çok turistin ilgi odağı haline gelmiştir.

Bu alanlardan birisi de mutfak sanatlarıdır. Toplayıcılık devrinden beri değişkenlik gösteren damak zevki özellikle Anadolu’da doruk seviyesine çıkmıştır. Bunun en güzel örneği de UNESCO tarafından Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında dünyada verilen Gastronomi Şehri unvanı 26 tanesinden 3 tanesi Türkiye’de bulunmaktadır.

Festivaller, afişlerin en çok kullanıldığı etkinliklerin başında gelmektedir. Bu çerçevede 2019 yılında Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivali için yapılan afişlerin göstergebilimsel çözümlemesi yapılmıştır. Çözümlemeye başlamadan önce göstergebilimin tarihi süreci ve inceleme yöntemleri araştırılmıştır. Göstergebilimsel çözümleme göstergeden hareketle nesnenin/olgunun asıl anlamının dışında verdiği mesaja anlamaya çalışma çabasıdır. Festival konusuna uygun olarak tasarlanan afişler, zengin renk skalası ve görsel canlılığı ile dikkat çekerek festivalin duyurusu yapılmıştır. Doğru afiş tasarımı ilgili olduğu konu veya etkinliklerine değer katmasının yanında göstergebilimin çözümleme yönteminin etkisi ortaya çıkmaktadır.

Uluslararası Gaziantep Gastronomi Festivalinde kullanılan afişlerin de katkısı ile birçok uluslararası şefin katılımı ile başarılı bir festival gerçekleştirilmiştir. Uluslararası basın tarafından yakın takip edilen festival sayesinde farklı ülkeler ve kültürler de hem Türkiye’yi hem de Gaziantep Mutfaklarını tanıma imkânı bulmuştur.

KAYNAKLAR

- Atkinson, P. (2017). The Design Journal and the Meaning of Design. *The Design Journal*, 1-4.
- Bakanlığı, K. (2021, 3 15). *Mozaik Yapımcılığı*. Türkiye Kültür Portalı: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/hatay/kulturatlasi/mozaik-yapimciligi> adresinden alınmıştır
- Barthes, R. (1991). *Mythologies*. (A. Lavers, Çev.) New York: Noonday Press.
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Serüven*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Becer, E. (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Bhasin, H. (2021, Ekim 21). *Coomunication Design*. Marketing91: <https://www.marketing91.com/communication-design/> adresinden alınmıştır
- Britannica. (2021, 05 13). *Britannica, Gaziantep*. Britannica: <https://www.britannica.com/place/Gaziantep> adresinden alınmıştır
- Buchler, J. (2011). *Philosophical Writings of Peirce*. New York: Dover Publications. Inc.
- Chomsky, N. (2006). *Language and Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Demir, C., & KARAKAŞ YILDIRIM, Ö. (2019). Türkçede Metaforlar ve Metaforik Anlatımlar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1085-1096.
- Demir, S. (2009). Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıtları Bağlamında Göstergebilime Katkıları. İstanbul.
- Dikici, F. H. (2018, Nisan 1). Pazarlamadaki Sessiz Satıcı: Renkler. *SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER'DE AKADEMİK ARAŞTIRMALAR-IV*, 27-39.
- Dinçeli, D., Sevindik, O., & Karatepe, A. K. (2016). Türkiye'de Görsel Kültür İçerisinde Afiş Sanatına Bakış. *5. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu* (s. 393-411). İstanbul: Bahçıvanlar Basım A.Ş.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Bilim ve Sana.
- Gaziantep İl kültür Turizm Müdürlüğü. (2021, 4 13). *Tarihi Gaziantep Camileri*. Gaziantep İl kültür Turizm Müdürlüğü: <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-52362/tarihi-gaziantep-camileri.html> adresinden alınmıştır
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, 5 14). *Gaziantep*. Ankara: Dumat Ofset Matbacılık San. Tic. A.Ş.
- Guiraud, P. (1999). *Anlambilim*. İstanbul: Multilingual.
- Güvendi Kaptan, S. (2017). İLETİNİN GÖRSEL TASARIMLARA DÖNÜŞTÜRÜLMESİNDE GÖSTERGEBİLİMSSEL DÜŞÜNME SÜREÇLERİ VE CSO İÇİN AFİŞ UYGULAMALARI. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Henri, R. (2007). *The Art Spirit*. New York: Basic Books.
- Holstein, E. (2013). Semiotics as a Cognitive Science. *Cognitive Semiotics*, 6-19.
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021, 6 1). *Gastronomi*. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-149194/gastronomi.html> adresinden alınmıştır
- İLİCA, A. (2000). Çorum'da Tarihî Bir Yapı: Veliyyüddin Paşa (Velipaşa) Hanı Ve Vakfiyesi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1-30.
- International Poster Gallery . (2021, 6 12). *A Brief of the Poster*. International Poster Gallery Online: <https://www.internationalposter.com/a-brief-history-of-the-poster/> adresinden alınmıştır
- İUAUZEF. (2020). *Grafik Tasarım*. İstanbul: İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ.
- KIRIK, A. M. (2013). Sinemada Renk Ögesinin Kullanımı: Renk ve Anlatım İlişkisi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 71-83.
- Kültür Bakanlığı. (2021, 05 12). *Zeugma Mozaik Müzesi*. Türkiye Kültür Portalı: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/zeugma-mozaik-muzesi> adresinden alınmıştır

- Larousse Dictionnaire de Français. (2021, 8 12). *Definitions: Affiche*. Larousse Dictionnaire: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/affiche/1445> adresinden alınmıştır
- MEB. (2012). *Grafik ve Fotoğraf*. Ankara: Milli eğitim Bakanlığı.
- Muller-Brockmann, J. &. (2010). *History of the Poster*. Chicago: Phaidon.
- P., E. (2021, Eylül 13). *Semantics*. Chegg.com: <https://www.chegg.com/flashcards/semantics-1-1-semiotics-definitions-problems-1f95e2fc-21c3-4c5e-98da-fda265868ce5/deck> adresinden alınmıştır
- Propp, V. (1985). *Masalın Biçimbilimi*. (M. Rifat, & S. Rifat, Çev.) İstanbul: Kent Basımevi.
- Rifat, M. (1998). *20. YY.'da Kuramlar*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.Ş.
- Sabbağ, Ç. (2015). Gaziantep Yeme İçme Kültürü. *Fırtattan Volgaya Medeniyetler Köprüsü*, 198-217.
- Sarıkavak, N. K. (2015). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Airbrush Teknolojisi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Saussure, F. D. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri*. İstanbul: Multilingual.
- Sivas, A. (2012). GÖSTERGEBİLİM VE SİNEMA İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DENEME. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 527-538.
- Teo Yu Siang and Interaction Design Foundation. (2020, 11 29). *Interaction Design Foundation*. What is Design Thinking?: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking> adresinden alınmıştır
- Thomson, E. M. (1993). The Literature Of Graphic Design. *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America*, 7-11.
- Unesco. (2021, Mayıs 1). *Unesco Türkiye Milli Komisyonu*. Unesco Hakkında: <https://www.unesco.org.tr/Pages/96/2/UNESCO> adresinden alınmıştır
- Unesco. (2021, 5 13). *UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı*. <https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1> adresinden alınmıştır
- Unesco. (2021, 5 20). *Yaratıcı Şehirler Ağı, Gaziantep*. Unesco: <https://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep> adresinden alınmıştır
- Unesco.org.tr. (2020, 12 12). *Unesco Hakkında*. Unesco: <https://www.unesco.org.tr/Pages/96/2/UNESCO> adresinden alınmıştır
- Ünal, M. F. (2016). Göstergebilim Serüveni. *Mütefekkir - Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 379-398.
- ÜNKER, Ü. (2021, 3 15). *Satışta Sürdürülebilirlik Nasıl Gerçekleştirilir?* Ümit Ünker: <https://umitunker.wordpress.com/> adresinden alınmıştır
- VARLI GÜRER, Z. (2021, 6 1). *Göstergebilim Ders Notu-Anlamlandırma*. [zeynepvarligurer.files.wordpress.com: https://zeynepvarligurer.files.wordpress.com/2018/03/gc3b6stergebilimde-anlamlandırma-ders-notu.pdf](https://zeynepvarligurer.files.wordpress.com/2018/03/gc3b6stergebilimde-anlamlandırma-ders-notu.pdf) adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2020, 12 18). *Fibonacci Dizisi*. [www.wikipedia.org: https://tr.wikipedia.org/wiki/Fibonacci_dizisi](https://tr.wikipedia.org/wiki/Fibonacci_dizisi) adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2021, Temmuz 29). *Afiş*. *Vikipedi*. Özgür Ansiklopedi: <https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Afi%C5%9F&oldid=25086201>. adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2021, 6 1). *Paradigma*. Wikipedia: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Paradigma> adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2021, 6 1). *Syntagmatic Analysis*. Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Syntagmatic_analysis adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2021, 1 7). *Wikipedia*. *Graphic_design*: https://en.wikipedia.org/wiki/Graphic_design adresinden alınmıştır
- Wikipedia katılımcıları. (2021, 5 23). *Çingene Kızı*. *Vikipedi*, Özgür Ansiklopedi: tr.wikipedia.org/w/index.php?title=%C3%87ingene_K%C4%B1z%C4%B1&oldid=24347912 adresinden alınmıştır

- Wikipedia katılımcıları. (2021, 03 12). *Gaziantep Kalesi*. Vikipedi, Özgür Ansiklopedi: https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Gaziantep_Kalesi&oldid=25306702 adresinden alınmıştır
- Wikipedia Katılımcıları. (2021, 6 3). *Lithography*. wikipedia, Özgür Ansiklopedi: <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Lithography&oldid=1028583654> adresinden alınmıştır
- Wilson, D. (2021, 06 01). *Pragmatics*. Encyclopedia of Philosophy: <https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/pragmatics-0> adresinden alınmıştır
- Yasa, S. (2012). GRAFİK TASARIMDA İLETİŞİM VE GÖSTERGEBİLİM. *İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM DERGİSİ*, 267-278.
- YILDIRIM, M. (2012). Anadolu Meslek Liseler Grafik Bölümü Öğrencilerinin Eğitim Öğretim Durumları Ve Eğitim Öğretimden Beklentileri. *ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 162-177.

