



Hi Journey

SANAT VE TASARIM STÜDYOSU

SAYI:4 • EYLÜL 2026



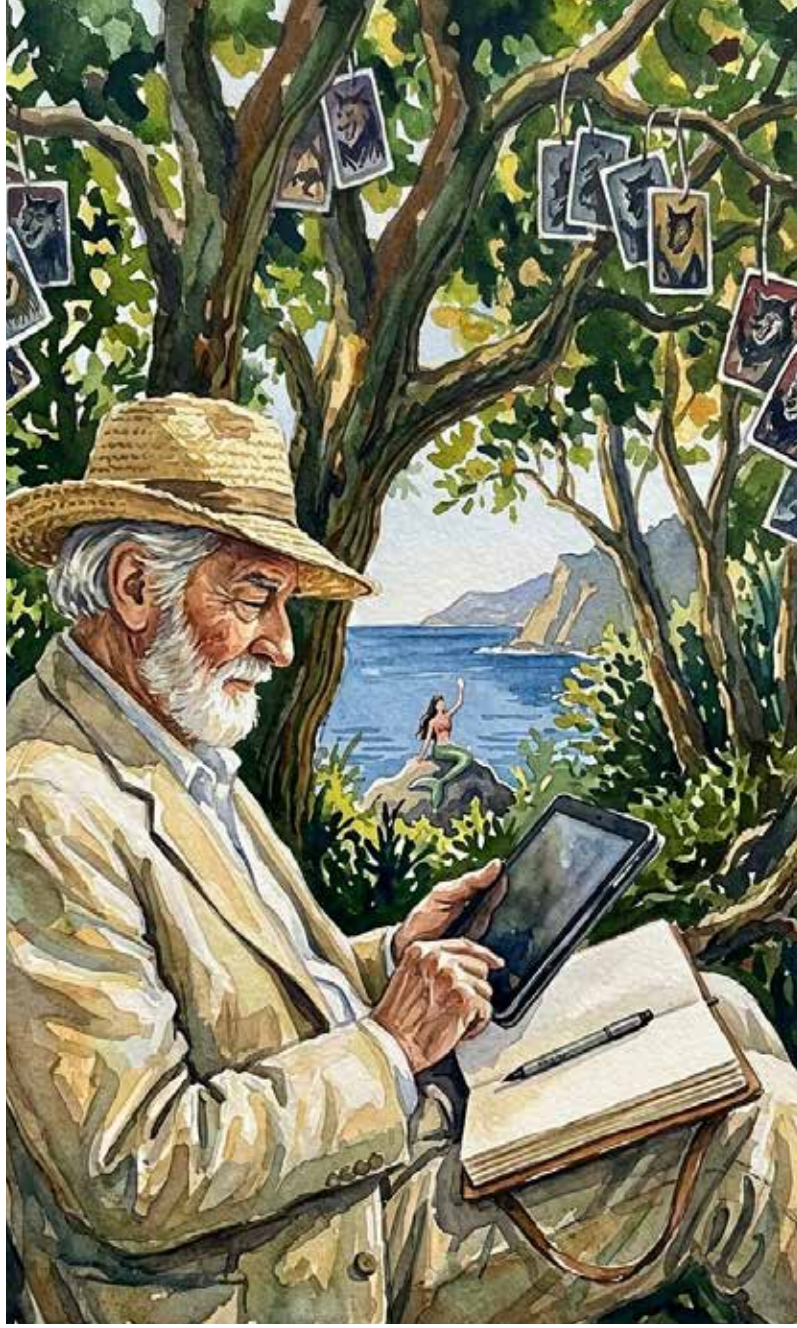
SİZDEN GELENLER



AZİZE KARTI



GEÇTİĞİMİZ AY
NELER YAPTIK?



Hi Art & Design



İzmir'in üzerinden yaz sıcakları yavaşça çekilirken, okulların açıldığı ve sokak oyunlarının tatlı nostaljisiyle yeni sezona adım attığımız Eylül ayında Hi Journey Dergi'nin 4. sayısıyla karşınızdayız. Bu sayıda da sanatın, tasarımın, kent belleğinin ve ilham verici yolculukların izini süren yepyeni içeriklerle buluşuyoruz.

Eylül Sayısında Neler Var?

Bu Ay Neler Yaptık?

"Jam Session Urla" yazısında Gent'ten Urla'ya uzanan serbest çizim buluşmalarını kaleme alıyoruz. Yazıda, Her Yer Kolektif üyeleri ve Yutugud Stüdyo kurucusu Kaan Walsh eşliğinde Urla'nın eski çarşı bölgesinde gerçekleştirilen yaratıcı buluşuyoruz.

"Tasarım ve Her Yaşa Uygun Oyunlar" başlığında günümüzde grafik tasarımla yeniden şekillenen sokak oyunlarının belleğimizde bıraktığı nostaljik izleri inceliyoruz

Dr. Nedim Mutlu Kızılbuga, "Pedal Çevirirken Aklımdan Neler Geçer?" yazısında Kent Ormanı'nda bisiklet sürerken zihninde şekillenen akış hâlini paylaşıyor. Yazıda, Kazakistan'daki kartalcı Ayşuvak ve kartalı Şirkale ile kazanılan mansiyon ödülü ile zihinde doğan Bisikletçi Marşı yer alıyor.

Sena Selek, "Büyücü'nün İradesinden Azize'nin Derin Sessizliğine" yazısında geçen sayıdaki Büyücü figürünün ardından Tarot serisine devam ediyor. Yazıda II numaralı Azize kartı; Pop Art estetiği, mitolojik kökleri ve Carl Gustav Jung'un Anima arketipi üzerinden derinlemesine inceleniyor.

12-19 Ağustos tarihlerinde düzenlenen, davetli olduğumuz **Molyvos Uluslararası Müzik Festivali** sonrası iki farklı başlıkla sizleri sorgulatan, kuzey Ege rüzgârına salıyoruz.

Naci Zeybekler, "Tasarım Markaya Nasıl Üfler?" başlıklı yazısında tasarımın sadece bir pazarlama sosu olmadığını, markaların DNA'sı olduğunu vurguluyor. Yazıda, Coca-Cola'nın kontur şişesi ve "form fonksiyonu izler" kuralı üzerinden tasarımla bir markaya nasıl ruh üflendiği ele alınıyor.

Keyifli okumalar diler, bir sonraki sayımızda kültür, tasarım ve kentle ilgili Türkçe veya İngilizce yazılarınızı, resim ve fotoğraflarınızı bekleriz.

Keşif dolu okumalar!

As the summer heat slowly recedes from Izmir, and as we step into the new season with the sweet nostalgia of school and street games, we present the 4th issue of Hi Journey Magazine in September. While we celebrate for the bilingual magazine to include more people from around of the world, this issue also features brand new content tracing art, design, urban memory, and inspiring journeys.

What's in the September Issue?

What We Did This Month:

The article "Jam Session Urla" details the free drawing gatherings that stretched from Ghent to Urla. The article unfolds the creative meeting held in Urla's old market area with members of Her Yer Kolektif and Kaan Walsh, founder of Yutugud Studio.

Under the title "Design and Games for All Ages," we examine the nostalgic traces left in our memories by street games, which have been reshaped by graphic design today.

In his article "What Goes Through My Mind While Pedaling?", **Dr. Nedim Mutlu Kızılbuga** shares the state of mind that takes shape while cycling in the City Forest. The article includes the Cyclist's March, born from the honorable mention award won for the eagle keeper Ayşuvak and her eagle Şirkale in Kazakhstan.

Sena Selek continues her Tarot series following the Magician figure in the previous issue, in her article "From the Magician's Will to the High Priestess's Deep Silence". The article delves into the High Priestess card number II, examining it through the lens of Pop Art aesthetics, mythological roots, and Carl Gustav Jung's Anima archetype.

Following the **Molyvos International Music Festival**, which we attended from August 12-19, we are releasing you into the North Aegean breeze with two different themes that will make you question things.



Dr. Hasan IŞIKLI

Following the **Molyvos International Music Festival**, which we attended from August 12-19, we are releasing you into the North Aegean breeze with two different themes that will make you question things.

Naci Zeybekler, Naci Zeybekler, in his article "How Does Design Breathe Soul into a Brand?", emphasizes that design is not just a marketing icing, but the DNA of brands. The article discusses how design breathes life into a brand, using Coca-Cola's contour bottle and the principle that "form follows function" as examples.

We wish you enjoyable reading and look forward to receiving your articles, pictures, and photographs in Turkish or English on culture, design, and the city in our next issue

Happy reading - full of discoveries!

Editör:

Dr. Hasan Işıkli

Kapak ve İç Sayfa Tasarımı:

M.Hami Kural

Dijital Pazarlama:

Naci Zeybekler

Katkıda Bulunanlar:

Hasan Işıkli

Naci Zeybekler

M.Hami Kural

N.Mutlu Kızılbuga

Sena Selek



6-13

Geçtiğimiz Ay Neler Yaptık?
What Did We Do Last Month?



22-28

Sizden Gelenler
What You Sent In



10-13

JAM SESSION URLA

Gent'ten Urla'ya Uzanan Bir Çizgi Hikâyesi:
Jam Session Buluşmaları

*A Comic Story Spanning From Ghent To Urla:
Jam Session Gatherings*



30-37

Tasarım Ve Kültürel
Miras Peşinde
*In Pursuit Of Design
And Cultural Heritage*



14-21

Büyücü'nün İradesinden
Azize'nin Derin Sessizliğine
*From The Will Of The Magician
To The Deep Silence Of The
High Priestess*



TASARIM VE HER YAŞA UYGUN OYUNLAR DESIGN AND GAMES SUITABLE FOR ALL AGES

Dr. Hasan Işıklı

Siz bu satırları okurken Eylül geldi, belki okullar açıldı belki henüz açılmadı. Arkada bıraktığımız, belki haftasonları hala tadını çıkara çıkara oynamak istediğimiz sokak ve ev oyunları hala dijital oyunlara kafa tutuyor.

As you read these lines, September has arrived; perhaps schools have opened, perhaps not yet. The street and indoor games we left behind, the ones we still want to enjoy on weekends, are still challenging digital games.

"Vampir Köylü" Oyunu

Özellikle yazın arkadaşlarla, komşularla, gidilen kamp-taki diğer çocuklarla oynanan bu oyunlar yetişkin olduğumuzda nostalji etkisiyle yumuşak ve olumlu duygularla belleğimizde yankılanıyor. Bu oyunlarda yaratıcı bir şekilde düşünüp, kuralları öğrenirken mızıkçılık yaptığımızda oyunun neden bozulduğunu, bazen hızlı, cesur ve güçlü olup bazen de kurnaz olup diğer oyuncuları elememiz gerekiyor.

Yazla birlikte mahallede ve yazlıkta yaşayan çocuklar arasında Eylül ile birlikte okula dönerken açık havada bazen gülerken, bazen de küsüp kavga ederek oynadıkları oyunlar dillerden düşmüyor. Hele kart oyunları, örneğin **Monopoly** ya da **İpucu** olarak bildiğimiz **Cluedo** bazen arkadaşlarla bazen ailecek oynadığımız oyunlar arasında yerini aldı. Üniversitedeki iş arkadaşlarımla, çizgi roman ve kolaj atölyelerime katılan çocukların kart oyunlarını (yetişkinler bir süredir FRP de oynuyorlar) dinledikçe dijital baskı ve ambalaj sanayiye hakim grafik tasarımın dijital oyunlara alternatif basılı kart oyunları, bunların koleksiyonun yapılması grafik tasarımın en işaretli kolu olduğunu gösteriyor. Ben şahsen yönlendirme ve yer imi işaretlerine bayılırım. Her gittiğim mekanda ve ülkede uzun uzun piktogramları ve kroki/haritaları incelerim. Yerel kültürün, bazen de temanın sıradan bir tuvalet işaretini tasarlama biçimini yakalamak bana haz verir.



The Vampire Village Game

Especially the games played with friends, neighbours, and other children at camp during the summer, resonate in our memories with soft and positive feelings of nostalgia as adults. In these games, we need to think creatively, learn the rules, understand why cheating ruins the game, and sometimes be quick, brave, and strong, and sometimes cunning to eliminate other players.

With the arrival of summer, the games played outdoors by children in neighborhoods and summer houses - sometimes with laughter, sometimes with quarrels and fights - are still talked about as they return to school in September. Especially card games, such as **Monopoly** or **Cluedo**, have taken their place among the games we sometimes play with friends and sometimes with family. Listening to my colleagues at university talk about the card games played by the kids who participated in my comic book and collage workshops (adults have been playing FRP for a while now), it shows that graphic design, which dominates the digital printing and packaging industry, is most prominent in its field, especially in printed card games as an alternative to digital games, and the act of collecting them. Personally, I love directional and bookmarking signs. In every place and country I visit, I spend a long time examining pictograms and sketches/maps. Capturing the way a simple toilet sign is designed, reflecting the local culture and sometimes the theme, gives me pleasure.



Söz konusu kart oyunları olunca, her ne kadar oyun arkadaşım olmasa da ne kadar kör kalabilirdim? Hangimiz yazlığın terasında, çardakta, bir bahçede, sahilde ya da parkta akşamın loş ışığında oynadığımız bu oyunları yine oynamak için can atmaz?

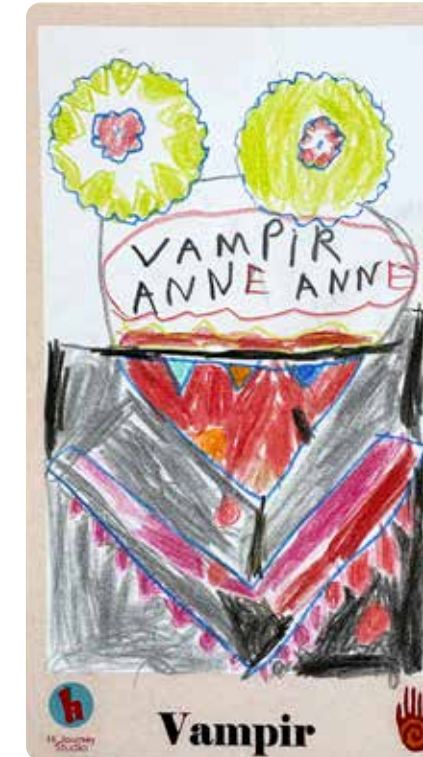
Grafik tasarım ve yer yer endüstriyel tasarımın da dahil olduğu kart oyunlarından biri de henüz Türkiye’de az bilinen Vampir Köylü Oyunu. Fransa ve çevresinde **Loup-garou (Kurtadam)** olarak bu oyun ister çember yapılarak sözle, ya da tasarlanmış oyuncu ve görev kartları ile oynanıyor. Oyun kurucunun yönetiminde seçilen en az bir vampir/kurtadam oyun içinde her gece bir köylüyü “öldürüyor”. Sabah olunca yönetici birinin öldürüldüğünü ilan ediyor. Yöreye göre bazen doktor, bazen de şifacı öldürülmüş oyunu tahmin etmeye çalışıyor. Bilirse oyuncu kurtuluyor. Tahmin edemezse yönetici kimin öldürüldüğünü açıklıyor. Öldürülen köylü oyundan çemberden çıkmadan oyundan çıkıyor ve gece olunca gözlerini kapatmıyor. Kalan köylü rolündeki oyuncular vampirin kim olduğunu tahmin etmeye çalışıyorlar. Eğer vampiri oynayan oyuncu becerikli çıkıp diğerlerini manipüle ederse kazanabiliyor, yoksa ufak ipuçlarıyla köylüler tartışıp oylayarak birini seçiyorlar. Seçilen vampir değilse sağlık olsun! Köylülerden biri daha elenmiş oluyor.

When it comes to card games, how blind could I be, even without playing companions? Who among us wouldn't yearn to play these games again, the ones we played on the terrace of a summer house, in a gazebo, in a garden, on the beach, or in a park in the dim light of evening?

One of the card games that includes graphic design and, to some extent, industrial design, is the Vampire Villager Game, still relatively unknown in Turkey. In France and its surroundings, this game, known as **Loup-garou (Werewolf)**, is played either in a circle with spoken words or with designed player and task cards. In this game, at least one vampire/werewolf, chosen by the game's organizer, “kills” a villager each night. In the morning, the organizer announces that someone has been killed. Depending on the region, sometimes it is a doctor, sometimes a healer, and the players try to guess who was killed. If they guess correctly, the player is free. If they can't guess, the organizer reveals who was killed. The killed villager leaves the game without leaving the circle and must keep their eyes open at night. The remaining villagers try to guess who the vampire is. If the player playing the vampire plays smartly and manipulates the others, they win; otherwise, the villagers discuss and vote to choose someone based on small clues. If the chosen one isn't the vampire, so be it! Another villager is eliminated.

Temmuz ayında bana asistanlık yapan Doğa'nın sık sık bahsetmesi üzerine önce koleksiyonu yapılan bu Vampir Köylü kartlarını inceledik. Karakter tasarımı için oyun kartlarının ne kadar güzel örnekler olduğunu keşfetmem üzerine Doğa ve resim öğretmenini annesi Funda Taş ile deneme amaçlı bir Vampir Köylü oyunu oynayıp kart tasarlamaya karar verdik. **Hi Journey Whatsapp topluluğu** ve yakın çevreye duyuru yaptıktan sonra **Türk Anneler Derneği Karşıyaka Şubesi** desteğini de alarak bir grup çocukla toplandık. Hi Journey ana stüdyoda birkaç tur oynayacağımız Vampir Köylü kartlarını dağıttık, vampiri bulmaya çalıştık. Çocuklar çok hevesli olduğu için her tur başka çocuk yönetici oldu. Her gece vampir bir köylüyü ısırdı. Her gündüz kendini gizleyen vampiri tahmin etmeye çalıştık. Ardından yetenekli ve neşeli grup kendi vampir köylü kartlarını tasarlayarak Hi Journey stüdyonun grafik tasarım eşliğinden geçtiler. Ben de çocuklarla birlikte verdiğimiz şablon kart üzerine köylü kartı tasarladım. Ne yalan söyleyeyim çocukların enerjisine yetişmek zorsa da onların neşesini hissetmek, karakter tasarlarken gösterdikleri sıra dışı fikirleri gözlemlemek eğlenceliydi!

In the end of July, after Doğa, who was assisting me, frequently mentioned it, we first examined these Vampire Villager cards, which are often collected. After discovering how beautiful the game cards are for character design, Doğa and her art teacher mother, Funda Taş, decided to organize a Vampire Villager game and card design. After announcing it to the **Hi Journey WhatsApp community** and our immediate circle, and with the support of the **Turkish Mothers Association Karşıyaka Branch**, we gathered a group of children. We distributed Vampire Villager cards in the Hi Journey main studio for a few rounds of play, trying to find the vampire. Because the children were so enthusiastic, a different child acted as the moderator each round. Every night, a vampire bit a villager. Every day, we tried to guess the vampire who was hiding. Then, the talented and cheerful group designed their own Vampire Villager cards, passing through the graphic design threshold of the Hi Journey studio. I also designed a villager card on the template card we provided, together with the children. To be honest, it was hard to keep up with the children's energy but feeling their joy and observing the unusual ideas they showed while designing the characters was fun!





JAM SESSION URLA

Gent'ten Urla'ya Uzanan Bir Çizgi Hikâyesi:
Jam Session Buluşmaları

A Comic Story Spanning From Ghent To Urla:
Jam Session Gatherings

2015'ten beri gençlere üniversitede dersler veriyorum. Tıpkı yürümesini ve konuşmasını öğrenen bir çocuğun büyümesini izlemek gibi, gençlerin de tasarımın ilkelerini öğrenip yaratıcılıklarını geliştirme sürecini yakından takip etmek profesyonel başarının ötesinde manevi tatmin veriyor.

Bu sezon İzmirli genç sanatçılardan oluşan Her Yer Kolektif üyelerinden Mert Eren Toptaş, Özge Çetin ve Zeynep Nisa Cire ile ayda bir **Jam Session** adını verdiğimiz serbest çizim buluşmaları düzenledik. Jam Session deyince aklımıza müzisyenlerin buluşup doğaçlama müzik yapmaları geliyor değil mi? Gent'teyken bağımsız çizerler grubunun müzisyenlerle birlikte mahallenin barında buluşup çizim yapmaları, ürettikleri etiket ve fanzinleri daha sonra **les Voizines** etkinliğinde stantlarda satışları, hatta aklılarına gelen fikirleri geliştirip bazılarının

I have been teaching young people in academy since 2015. Just like watching a child grow while learning to walk and talk, closely following the process of young people learning the principles of design and developing their creativity gives me spiritual satisfaction beyond professional success.

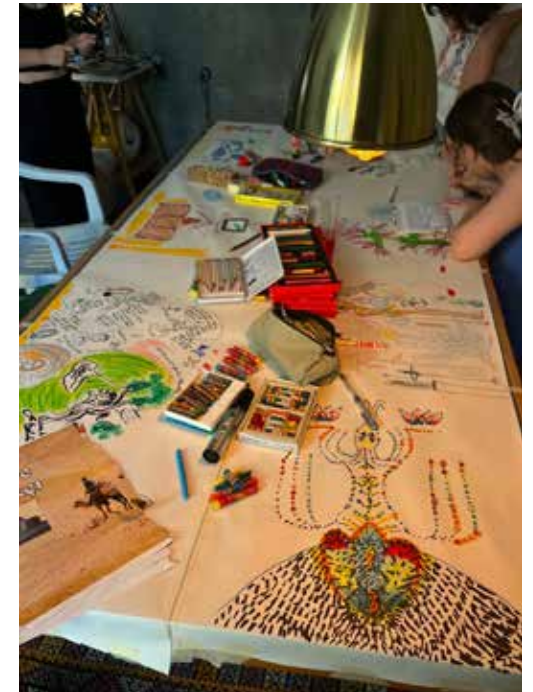
This season, together with Mert Eren Toptaş, Özge Çetin, and Zeynep Nisa Cire, members of the Her Yer Kolektif, a group of young artists from Izmir, we organized monthly free drawing gatherings called **Jam Sessions**. When we say Jam Session, we think of musicians meeting and improvising music, right? While in Ghent, I observed that a group of independent illustrators would meet with musicians in the neighborhood bar to draw, then sell the labels and fanzines they produced at the **Les Voizines** event, and even develop

Fransızca ve Hollandaca yayın yapan Avrupalı bir yayınevinde basıldığını gözlemlemiştim. Özellikle genç sanatçılara alan açan, **Nihan Karahan** tarafından yürütülen Kemeraltı Antikacılar Çarşısı'nda yer alan **The Letter Sanat Galerisi**'nin kapanmasıyla gençlerin işlerini tanıtip etkileşim duyacakları **"öteki mekân" (heterotopya)** ihtiyaç duyduklarını keşfettim.

İlk başta bekleneceği gibi Hi Journey ana stüdyoda yaptığımız serbest çizim buluşmaları sakin geçti. Zamanla gençlerin tutukluğu ve çekingenliği geçip kendi malzemeleriyle üretime başladılar. Kimi başladığı bir işi bitirirken kimi de eskizler çiziyordu. Bu etkileşimi gözlemlemek değerliydi, kendimi yavaş yavaş onları, ortamı ve konuşulanları çizerken yakaladım. Gençler kendi bedenleri ve kimlikleri üzerinden keşifler yaparken ben de Dodo Kitabevi'nde başladığım görsel günlüğü **görsel etnografyaya (visual ethnography)** eviriyordum.

their ideas, with some of them being published by a European publishing house that published in French and Dutch. With the closure of **The Letter Art Gallery**, located in the Kemeraltı Antiques Market and run by Nihan Karahan, which provided a space especially for young artists, I discovered that young people needed an **"other space" (heterotopia)** where they could showcase their work and interact with others.

As expected, the free drawing sessions we held in the main Hi Journey studio were initially calm. Over time, the young people's shyness and hesitation disappeared, and they began to produce work with their own materials. Some finished a project they had started, while others were sketching. Observing this interaction was valuable; I gradually found myself sketching them, the environment, and what was being said. While the young people were making discoveries through their own bodies and identities, I was transforming the visual diary I started at Dodo Bookstore into **visual ethnography**.



En son 10 Ağustos 2026'da **Her Yer Kolektif**'ten **Mert Eren Toptaş**'ın girişimiyle Urla'nın yaratıcı sektörün yoğun olduğu eski çarşı bölgesinde yer alan **Yutugud Stüdyo ve Konukevi**'nde Jam Session adıyla serbest çizim buluşmamızı gerçekleştirdik. Kışın sanatçıların da kalıp sanat üretimi yapabildiği konukevi tarihi bir ev. Evin bir kısmı konukeviyken avluya bakan kısımda kurucu **Kaan Walsh** yaşıyordu. Avluya bakan, eskiden develerin kaldığı ahır yaratıcı bir şekilde ferah ve konforlu atölyeye dönüştürülmüştü. Yerlerdeki taşlardan eski Akdeniz evleri avlularında bulunan büyük limon ağacı bize geçmişle iç içe olduğumuzu hatırlatıyordu. Tanışmayla birlikte doğal bir şekilde kalemlerimiz ve boyalarımızdan AN'ın hisleri ve düşünceleri hiçbir acelesi olmayan Menderes'in suları gibi döne döne masaya sabitlenmiş büyük kâğıda akıyordu.



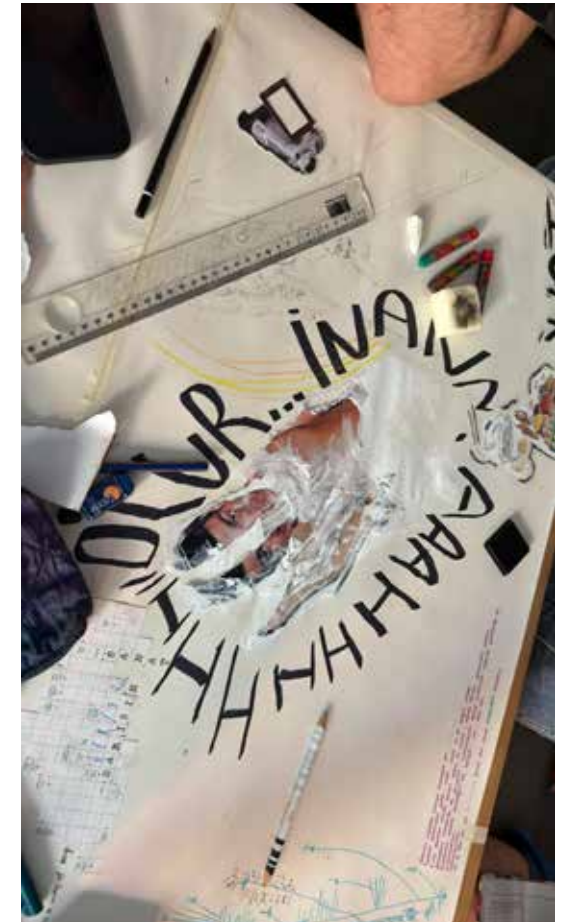
Our last free drawing gathering, a Jam Session, took place on August 10, 2026, at **Yutugud Studio and Guesthouse** in Urla's old market area, a hub for creative professionals, thanks to the initiative of **Mert Eren Toptaş** from **Her Yer Kolektif**. The guesthouse, a historic house where artists can stay and create art during the winter, was partly a guesthouse, while the founder, **Kaan Walsh**, lived in the part overlooking the courtyard. The area overlooking the courtyard, formerly a camel stable, had been creatively transformed into a spacious and comfortable studio. The stones on the floor, the large lemon tree found in the courtyards of old Mediterranean houses, reminded us of our connection to the past. From the moment we met, the moment's feelings and thoughts naturally flowed from our pencils and paints onto the large sheet of paper fixed to the table, like the unhurried waters of the Menderes River.

Rosalie Aleksandra'nın Balıklıova'da terkedilip gizli kalmış bir köydeki projesi, hayatı Trabzon ve Muğla'nın tezatlarıyla şekillenen **Eylül**'ün Eskişehir'de başlayıp Urla'da devam eden kariyeri ve **Her Yer Kolektif**'ten sanatçıların umutları, geçmişleri ve arzuları hepimizin bir yolculukta olduğunu gösteriyordu. Yolculuğumuzu kısa bir süre kesişip aynı kâğıt üzerinde ortak bir deneyime dönüştürdük, yeni bir yaz deneyimini kaydettik.

Etkinlik biterken Kaan Walsh'ın müzisyenlerle bağlantısı olan bir grafik tasarımcı olduğunu öğrendim. Tesadüf, New York'tan gelen kozmopolit iki müzisyen Jam Session'ı ziyarete geldiler. Kaan Bey avluda bir araya gelişimizi kutlayıp incir, domates, üzüm ve yerli beyaz şaraptan oluşan yerli ikramlarda bulundu. Kadehimizi dayanışma ve yaratıcılığa kaldırdık.

Rosalie Aleksandra's project in an abandoned and hidden village in Balıklıova, **Eylül**'s career - shaped by the contrasts of Trabzon and Muğla, beginning in Eskişehir and continuing in Urla - and the hopes, pasts, and desires of the artists from **Her Yer Kolektif** all showed that we were all on a journey. We briefly intersected on our journeys, transforming it into a shared experience on the same sheet of paper, recording a new summer experience.

As the event ended, I learned that Kaan Walsh was a graphic designer with connections to musicians. Coincidentally, two cosmopolitan musicians from New York visited the Jam Session. Mr. Walsh celebrated our gathering in the courtyard, offering local treats of figs, tomatoes, grapes, and local white wine. We raised our glasses to solidarity and creativity.





BÜYÜCÜ'NÜN İRADESİNDEN AZİZE'NİN DERİN SESSİZLİĞİNE FROM THE WILL OF THE MAGICIAN TO THE DEEP SILENCE OF THE HIGH PRIESTESS

Sena Selek

Sırların Perdesi Aralanıyor

Dergimizin geçen sayısında masadaki tüm araçları kavrayan, iradesini evrene dayatan ve yaratımın ilk kıvılcımını çakan Büyücü'nün (The Magician) masalsı dünyasındaydık. Hatırlarsanız, Van Gogh'un fırça darbele- rine sığınan o tutkulu simyacı, dış dünyayı dönüştürmenin peşindeydi.

Fakat yaratımın evrensel ritminde her gururlu haykırışı, derin bir sessizlik takip eder. Büyücü eyleme geçer, dünyayı kurar; hemen ardından gelen II numaralı Azize (The High Priestess) ise durur, dinler ve o dünyanın ruhunu fısıldar. Söyleyenin ardından saklayan, görünenin ardından görünmeyen gelir.

Hi Journey okurlarını bu sayıda, eylemin rüzgarından idrakin ve sezgilerin sakin sularına, Azize'nin gizemli krallığına davet ediyoruz.

Sütunların Arasındaki Mimar: Göstergebilim ve Tasarım Tarihi

Azize'nin görsel tarihi, Orta Çağ dini ikonografisinden 20. yüzyılın ezoterik grafik devrimine uzanan büyüleyici bir dönüşümün öyküsüdür. Klasik Tarot de Marseille diziliminde "Papesse" (Kadın Papa) olarak tahtında oturan bu figür, Pamela Colman Smith'in fırçası ve Arthur Edward Waite'in kurgusuyla grafik tasarım tarihinin en ikonik göstergebilimsel metinlerinden birine dönüşür (Waite, 1910).

Kartın görsel kompozisyonuna baktığınızda, tesadüfe yer olmayan bir grafik denge görürsünüz:

Unveiling the Curtain of Secrets

In the previous issue of our magazine, we entered the mythical world of The Magician, who grasped all the tools on the table, imposed his will upon the universe, and struck the initial spark of creation. If you recall, that passionate alchemist who took refuge in Van Gogh's brushstrokes was in pursuit of transforming the external world.

The Magician takes action and builds the world; immediately following him, The High Priestess (Card II) pauses, listens, and whispers the very soul of that world. After the one who speaks comes the one who conceals; after the visible comes the invisible.

In this issue, we invite the readers of Hi Journey away from the winds of action into the tranquil waters of insight and intuition - into the mysterious realm of The High Priestess.

The Architect Between the Pillars: Semiotics and Design History

The visual history of The High Priestess is a fascinating tale of transformation, extending from Medieval religious iconography to the 20th - century esoteric graphic revolution. Sitting on her throne as "La Papesse" (The Popess) in the classic Tarot de Marseille layout, this figure evolved into one of the most iconic semiotic texts in graphic design history through the brush of Pamela Colman Smith and the framework of Arthur Edward Waite (Waite, 1910).

When you look at the card's visual composition, you observe a graphic balance where nothing is left to chance:

- Siyah ve Beyazın İkiliği (B ve J Sütunları):

Azize, Süleyman Mabedi'nin iki ana sütunu olan **B (Boaz-Edinim/Karanlık)** ve **J (Jachin-Kuruluş/Işık)** arasında konumlanır. Grafik dilde bu zıtlık; zihnin dualitesini, bilinç ile bilinçdışının sınır çizgisini kodlar.

- Saklı Bereket ve Dişil Rahim:

Arkasında uzanan nar ve hurma desenli perde, Antik Yunan'ın Eleusis Gizemleri'nden Bakire Meryem ikonografisine uzanan bir köprüdür (**Place, 2005**). Nar yeraltının saklı bereketini, hurma ise eril zekayı simgeler. Azize, bu iki evrensel gücün tam ortasında duran sarsılmaz bir bekçidir.

- Gizlenen Hakikat:

Ayaklarının altındaki hilal, sezgilerin gelgitli doğasını anlatırken; kucağında giysisinin kıvrımlarıyla kısmen örtülmüş **TORA rulosu**, hakikatin tamamının tek bir bakışta okunamayacağını gösterge-bilimsel olarak ilan eder. **"Büyücü dünyayı değiştirmek için konuşur; Azize ise dünyayı kavramak için susar."**



- Duality of Black and White (Pillars B and J):

The High Priestess is positioned between **B (Boaz-Attainment/Darkness)** and **J (Jachin-Establishment/Light)**, the two main pillars of King Solomon's Temple. In graphic language, this contrast encodes the duality of the mind and the boundary line between the conscious and the unconscious.

- Hidden Fertility and the Feminine Womb:

The curtain patterned with pomegranates and palms stretching behind her forms a bridge extending from the Eleusinian Mysteries of Ancient Greece to the iconography of the Virgin Mary **Place, 2005**). The pomegranate symbolizes the hidden abundance of the underworld, while the palm represents masculine intellect. The High Priestess stands as a steadfast guardian directly between these two universal forces.

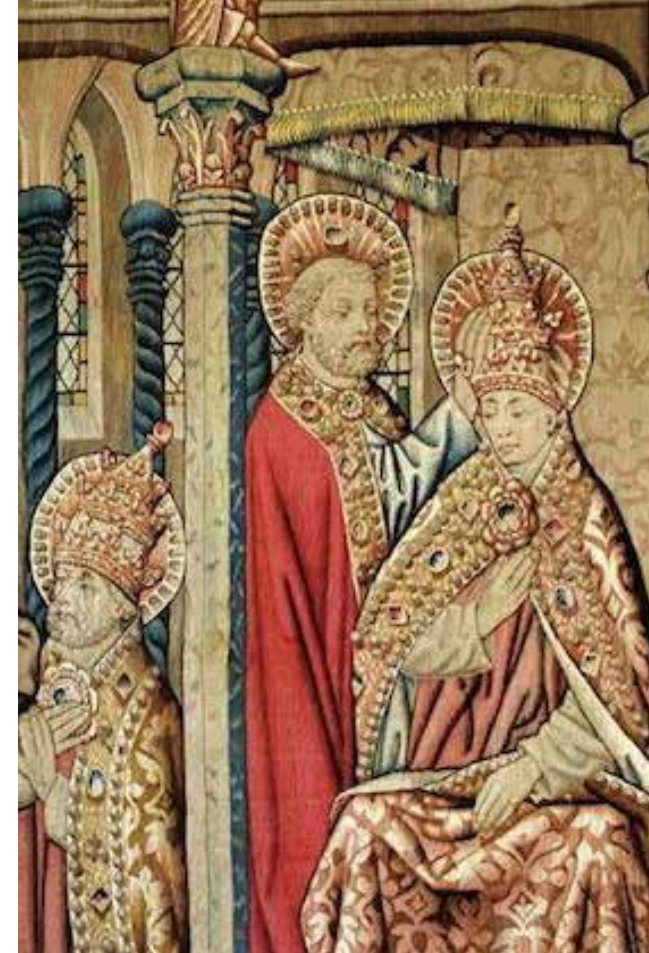
- Concealed Truth:

While the crescent moon beneath her feet conveys the ebb and flow of intuition, the **TORA scroll** held in her lap - partially shrouded by the folds of her robe - semiotically announces that the entirety of truth cannot be read at a single glance. **"The Magician speaks to change the world; The High Priestess remains silent to comprehend it."**

Mitten Gerçeğe Taşınan Miras: Kadın Papa Efsanesi ve Saray Sembolizmi

Azize'nin tasarımındaki bu güçlü dişil otorite, tarih boyunca yalnızca ezoterik bir sembol olarak kalmamış; toplumsal hafızadaki en sarsıcı anlatılarla da beslenmiştir. Bu köklerin en belirginini, 9. yüzyılda erkek kılığına girerek Papalık makamına kadar yükselen efsanevi Kadın Papa Joanna (**Popess Joanna**) anlatısıdır. Patriarchal düzenin kalbinde yükselen bu efsane, kartın ilk örneklerindeki taçlı kadın imgesine tarihsel bir ruh kazandırmıştır.

Büyücü eyleme geçer, dünyayı kurar; hemen ardından gelen II numaralı Azize (The High Priestess) ise durur, dinler ve o dünyanın ruhunu fısıldar.



A Legacy Carried from Myth to Reality: The Legend of Pope Joan and Court Symbolism

This powerful feminine authority in the design of The High Priestess did not remain merely an esoteric symbol throughout history; it was also nourished by the most striking narratives in collective memory. The most prominent of these roots is the tale of the legendary Pope Joan (**Popess Joan**), who disguised herself as a man in the 9th century and rose to the Papal throne. Flourishing at the very heart of the patriarchal order, this legend bestowed a historical spirit upon the crowned female imagery seen in the earliest examples of the card.

The Magician takes action and builds the world; immediately following him, The High Priestess (Card II) pauses, listens, and whispers the very soul of that world.

Bu güçlü imge, İtalyan Rönesansı'nın aristokratik saraylarına taşındığında ise görsel bir propaganda nesnesine dönüştü (**Husband, 2008**). 1533 yılında **Caterina de' Medici** Fransa Sarayı'na gelin gittiğinde, beraberinde İtalyan saraylarının bu zengin görsel kültürünü ve sembolizmini taşıdı (**Decker et al., 1996**).

Mitolojik katmanlarda ise Azize;

- Peşesini sadece hakiki arayıcılara kaldıran Mısır Tanrıçası Isis'tir,
- Mevsimlerin ve yeraltı dünyasının kraliçesi Persephone'dir,
- Gece yarısının ve sezgisel büyü'nün tanrıçası Hecate'dir.

Hepsinin ortak noktası aynıdır: Görünen yüzün ötesinde, derinlerde saklanan bilgi.

Görsel Çeviri: Kadim Sırrı Pop Art ile Evrenselleştirmek

Binlerce yılın bu ağır ve gizemli mirasını bugün dergimizin sayfalarına taşıırken, onu ka-dim bir heykel gibi değil, yaşayan, dinamik bir ikon olarak ele aldık. Bu sayının kapağında ve görsel kurgusunda gördüğünüz Azize, bin yıllık sessizliğini Pop Art estetiğinin gürültülü ve tanıdık diliyle bozuyor. Roy Lichtenstein'in grafik netliği, parlak renk blokları ve Ben-Day noktaları, Azize'nin saklı dünyasını modern insanın görsel tüketim hızına "çeviriyor."

Bu tasarım tercihi, sırrı basitleştirmek değil; tam tersine, onun her an her yerde, bir süpermarket rafında ya da bir gazete kağıdında bile gizlenebileceğini hatırlatmak için tarafımdan tasarlanmıştır. Pop Art Azize, kutsalı kit-le kültürünün kalbine yerleştirerek bize sarsıcı bir soru soruyor:

When this potent image was carried into the aristocratic courts of the Italian Renaissance, it transformed into an instrument of visual propaganda (**Husband, 2008**). In 1533, when **Catherine de' Medici** arrived as a bride at the French Court, she brought along this rich visual culture and symbolism of the Italian courts (**Decker et al., 1996**).

Within mythological layers, The High Priestess is:

- Isis, the Egyptian Goddess who unveils her veil only to true seekers,
- Persephone, the queen of seasons and the underworld,
- Hecate, the goddess of midnight and intuitive magic.

Their common thread is identical: the knowledge hidden deep beneath the visible surface.

Visual Translation: Universalizing Ancient Secrets Through Pop Art

As we bring this heavy and mysterious legacy of thousands of years onto the pages of our magazine today, we approached it not as an ancient sculpture, but as a living, dynamic icon. The High Priestess you see on the cover and visual design of this issue breaks her thousand-year silence with the loud, familiar language of Pop Art aesthetics. Roy Lichtenstein's graphic clarity, vibrant color blocks, and Ben-Day dots "translate" the hidden world of The High Priestess to the visual consumption speed of modern humanity.

This design choice was devised by me not to simplify the secret, but rather to remind us that it can be concealed anywhere at any moment - even on a supermarket shelf or a piece of

"En "yüzeysel" görünenin altında bile "en derin" olanı görmeye hazır mısınız?"

Zihnin Karanlık Odaları: Jung ve Anima Arketipleri

Tarihin ve mitlerin dokuduğu bu dişil bilgelik, psikanaliz masasına yatırıldığında insan zihninin en derin katmanlarıyla buluşur. Analitik psikolojinin kurucusu **Carl Gustav Jung**, Tarot'u insanoğlunun ortak hafızasından süzülen kolektif bilinçdışının bir görsel haritası olara tanımlar (**Jung, 1969**).

Bu haritada Büyücü bilincin ve Güneş'in temsilcisiyken; Azize, erkeğin bilinçdışındaki dişil potansiyeli ve derin ruhsal bilgeliği simgeleyen Anima arketipinin ta kendisidir. Jungian perspektiften Azize, mantığın ve rasyonel aklın tıkanığı noktada devreye giren **"içsel bilme"** halidir. Rüyaların, sezgilerin ve henüz dile gelmemiş düşüncelerin kuluçka merkezidir. Zihnimizin aydınlık odalarında Büyücü gibi eylemden eyleme koşarken unuttuğumuz o karanlık, dingin odaların anahtarı yalnızca onun elindedir.



news print. By placing the sacred at the heart of mass-culture, Pop Art High Priestess asks us a provocative question: **"Are you ready to see the "deepest" beneath that which appears most "superficial"?"**

Dark Chambers of the Mind: Jung and Anima Archetypes

When this feminine wisdom woven by history and myth is laid upon the psychoanalytic couch, it meets the deepest strata of the human mind. **Carl Gustav Jung**, the founder of analytical psychology, defines the Tarot as a visual map of the collective unconscious filtered through humanity's shared memory (**Jung, 1969**).

On this map, while The Magician represents consciousness and the Sun, The High Priestess is the very embodiment of the Anima archetype - symbolizing the feminine potential and deep spiritual wisdom within the male unconscious. From a Jungian perspective, The High Priestess is the state of **"inner knowing"** that activates at the point where logic and rational intellect stall. She is the incubation center for dreams, intuitions, and unexpressed thoughts. She alone holds the key to those dark, tranquil rooms of our mind that we forget as we rush from one action to another like The Magician in the bright rooms.

"Büyücü dünyayı değiştirmek için konuşur; Azize ise dünyayı kavramak için susar."

"The Magician speaks to change the world; The High Priestess remains silent to comprehend it."

Kendi Nar Perdenizi Aralamaya Hazır mısınız?

Büyücü ile yola çıktık, irademizi beyan ettik ve yaratımı başlattık. Şimdi ise Azize'nin dingin ikliminde durma, içeriye bakma ve derin bir nefes alma zamanı. Görsel kültürün ve tarihin bu en gizemli durağında Azize, dergimizin sayfalarından doğrudan gözlerinizin içine bakıyor ve soruyor:

"Dış dünyanın gürültüsü sustuğunda, kendi içindeki o derin fısıltıyı duymaya cesaretin var mı?"

Önümüzdeki günlerde kararlarınızı alırken sadece rakamlara ve somut verilere değil; zihninizin o karanlık, sezgisel odalarına da güvenin. Nar perdesinin arkasına geçin. Büyücü dünyayı kurdu; şimdi Azize ile o dünyanın ruhunu keşfetme sırası sizde!

Are You Ready to Unveil Your Own Pomegranate Curtain?

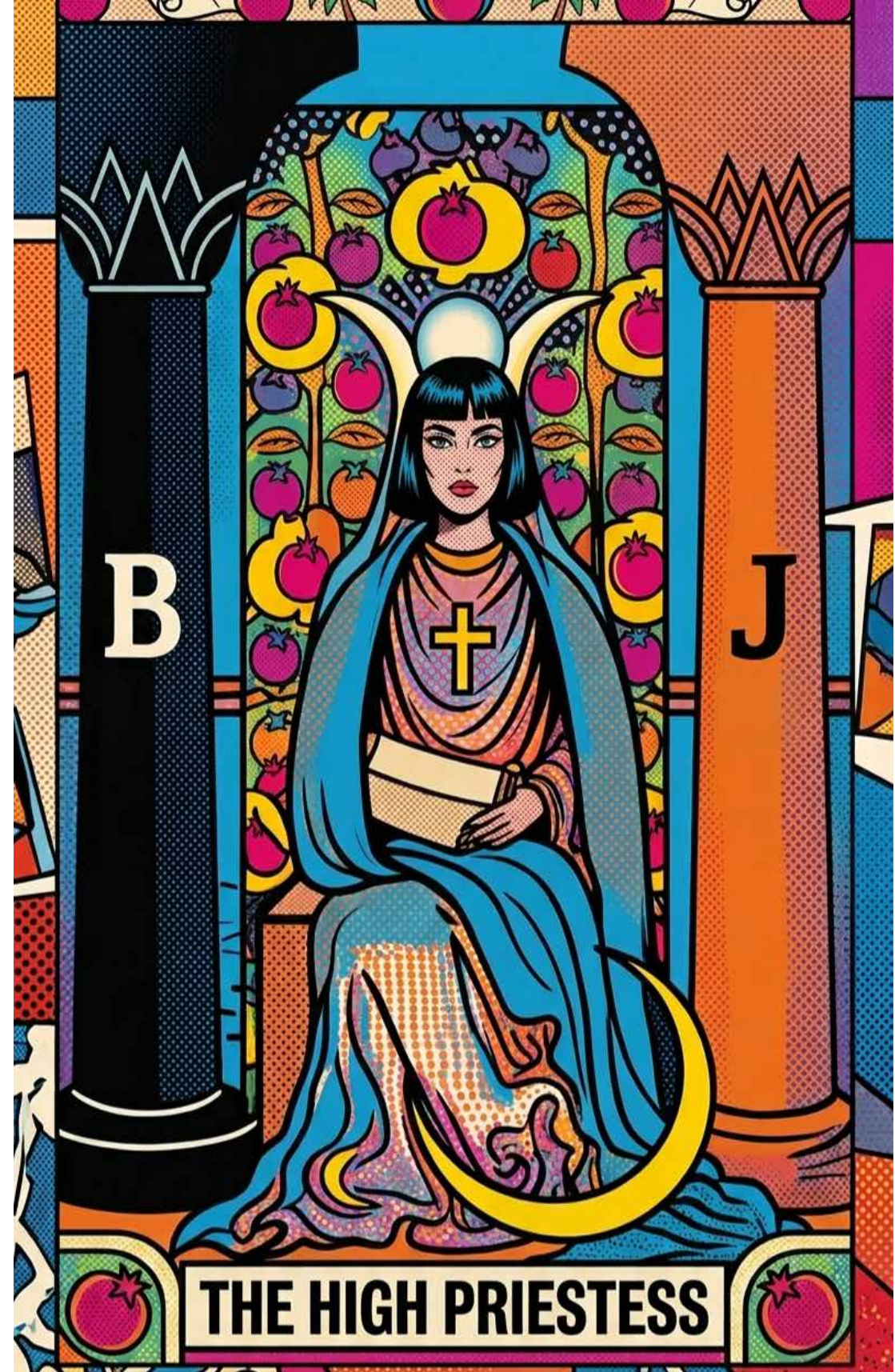
We set out with The Magician, declared our will, and initiated creation. Now, in the serene climate of The High Priestess, it is time to pause, look inward, and take a deep breath. At this most mysterious stop of visual culture and history, The High Priestess gazes directly into your eyes from the pages of our magazine and asks:

"When the noise of the external world falls silent, do you have the courage to hear that deep whisper within yourself?"

In the coming days, as you make your decisions, trust not only numbers and concrete data, but also those dark, intuitive chambers of your mind. Step behind the pomegranate curtain. The Magician built the world; now it is your turn to discover the soul of that world with The High Priestess!

Referanslar / References

- Decker, R., Depaulis, T., & Dummett, M. (1996). A Wicked Pack of Cards: The Origins of the Occult Tarot. Duckworth.
- Husband, T. (2008). The Art of Illumination: The Visconti Tarot. The Metropolitan Museum of Art.
- Jung, C. G. (1969). Archetypes and the Collective Unconscious. Princeton University Press.
- Place, R. M. (2005). The Tarot: History, Symbolism, and Divination. TarcherPerigee.
- Waite, A. E. (1910). The Pictorial Key to the Tarot. William Rider & Son.



Bahçedeki
Bisiklet
ve Köpek

The Bicycle
in the Garden
and the Dog

2016



PEDAL ÇEVİRİRKEN AKLIMDAN NELER GEÇER? WHAT GOES THROUGH MY MIND WHILE PEDALING?

Dr. Nedim Mutlu Kızılbuga

"Bisikletleri, dünyayı neredeyse kurtarabilecek kadar değerli, üzerine binilebilen bir sanat eseri olarak düşünün." Grant Petersen

"Think of bicycles as works of art that are so valuable they could almost save the world." Grant Petersen

Bisiklete binmek benim için ulaşımın, sporun ya da eğlencenin çok ötesinde; zihin akışını serbest bırakan bir faaliyet. Sanırım pedalların düzenli hareketi ve yolun ritmi buna sebep oluyor. Bazen bir sergi için seçeceğim ya da bir yarışmaya göndereceğim fotoğrafları pedal çevirirken belirlerim. Bazen de bisiklet sürerken gördüğüm mısır tarlalarının üzerinde süzülen kırlangıçlardan ve yüzüme çarpan rüzgârdan ilham alarak zihnimde satırlar kurarım. Hatta itiraf etmeliyim ki bu yazıyı da bisiklet sürerken zihnimde tasarlıyorum.

Kent Ormanı'nda tur atarken uluslararası bir geleneksel sporlar fotoğraf yarışmasına göndereceğim kareleri düşünüyordum. Lagün kıyısında uzanan yolda pedal çevirirken hangi fotoğrafları seçmem gerektiğine rahatlıkla karar vermeye başladım. Öncelikle Kazakistan'da çektiğim fotoğraflarla katılmaya karar verdim. Çünkü kartalcılar arasında geçirdiğim günlerde çektiğim fotoğraflar, bir bakıma benim alametifarikamdı.

For me, cycling is much more than transportation, sport, or entertainment; it is an activity that unleashes the flow of my mind. I think the regular movement of the pedals and the rhythm of the road are the reasons for this. Sometimes I decide on photographs to choose for an exhibition or to submit to a competition while cycling. Other times, I draw inspiration from the swallows gliding over the cornfields and the wind on my face while cycling, and I formulate lines of text in my mind. I must even confess that I'm conceiving this piece while cycling.

While cycling through the City Forest (Kent Ormanı), I was thinking about the photos I would submit to an international traditional sports photography competition. While pedaling along the road that stretches along the lagoon, I easily began to decide which photos to choose. First, I decided to participate with the photos I took in Kazakhstan. Because the photos I took during my days among eagle trainers were, in other words the latter is my hallmark.



Peki, nasıl bir fotoğraf olmalıydı?

Fotoğraf okunabilen bir belgedir. Bir fotoğrafa bakan kişi, onun yalnızca estetik yönünü değil; nerede, hangi kültürde ve hangi hikâyenin içinde çekildiğini de okuyabilmelidir. Bu nedenle arka planında Kazakistan coğrafyasını hissettiren bir kare seçmeliydim. Böyle düşününce aklıma doğrudan iki fotoğraf geldi.

İlkinde, Kırgızistan'dan misafir olarak gelen bir **kuşbeyi**; Kazakistan ile Doğu Türkistan arasındaki sınırı oluşturan Tarbagatay Dağları'nın ve Kazak Türklerinin geleneksel meskeni olan keçe evlerin önünde, at sırtında duruyor ve kolundaki kartala bakıyordu.

Kırgız Kuşbeyi
Kyrgyzstan falconer
2022



So, what kind of photograph should it be? A photograph is a document that can be read. A person looking at a photograph should be able to read not only its aesthetic aspects, but also where it was taken, in which culture, and within what story. Therefore, I needed to choose a frame that evoked the geography of Kazakhstan. Two photographs immediately came to mind.

In the first, a **falconer** from Kyrgyzstan, a guest, stood on horseback in front of the Tarbagatay Mountains, which form the border between Kazakhstan and East Turkestan, and the felt houses, the traditional dwelling places of the Kazakh Turks, looking at the eagle on his arm.

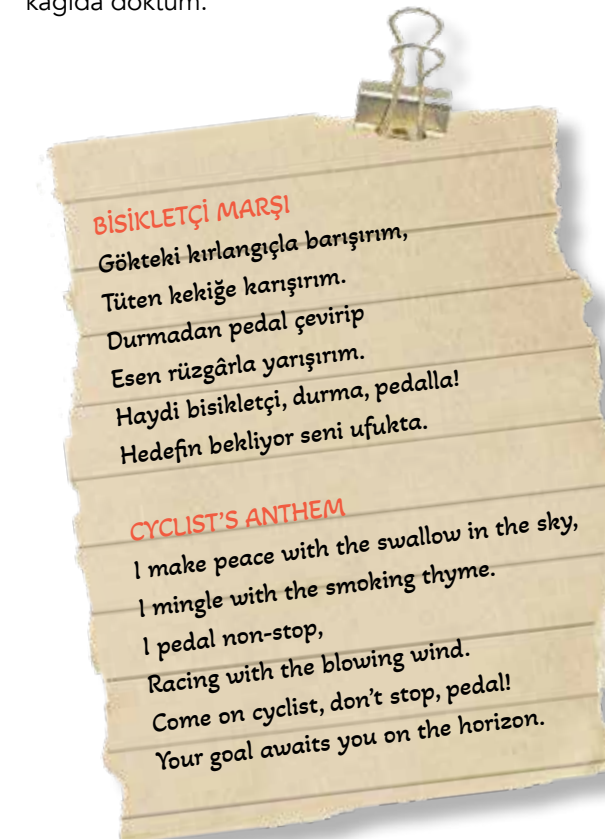
Bisiklete binmek benim için ulaşımın, sporun ya da eğlencenin çok ötesinde; zihin akışını serbest bırakan bir faaliyet.

For me, cycling is much more than transportation, sport, or entertainment; it is an activity that unleashes the flow of my mind.

Ancak bu fotoğraf biraz durgundu. Alternatif olarak daha dinamik, izleyiciyi ilk bakışta yakalayacak bir kareye ihtiyacım vardı. Aklıma gelen ikinci fotoğraf ise yine Tarbagatay Dağları'nın önünde, **Mangıstavlı kartalcı Ayşuvak ile kartalı Şirkale**'yi görüntülediğim kareydi. Bu fotoğrafta Şirkale tam Ayşuvak'ın elinden havalanıyordu. İlk bakışta insanı içine çeken bir fotoğraftı. Kartalın pençeleri, kanatlarının açıklığı ve uzaklara odaklanmış kararlı bakışları, uzun uzun incelenmeyi hak edecek kadar etkileyiciydi.

Nihayet yarışma sonuçları açıklandığında, Ayşuvak ile Şirkale'nin bu fotoğrafı mansiyon ödülüne layık görüldü. Sanırım insan en doğru kararlarını, pedal çevirirken zihnini özgür bıraktığı o akış hâlinde veriyor.

Bisiklet yolculukları bana yalnızca çektiğim fotoğraflar arasında seçim yapmamda yardımcı olmadı. Demiryolu hattını izleyerek Torbalı'dan Pancar istikametine doğru yaptığım bir başka sürüşte ise zihnimde bir **Bisikletçi Marşı** doğdu. Oldukça kısa olan bu marşın dizeleri, o an çevremi kuşatan pastoral atmosferin bir yansımasıydı. Marşı zihnimde tamamladığımda tarif etmesi güç bir zihinsel rahatlama hissettim. Sele üzerinde başlayan yaratım süreci, yine sele üzerinde tamamlanmıştı. Yolculuğun sonunda ise zihnimde olgunlaştırdığım bu marşı kâğıda döktüm.



Ayşuvak ve Şirkale
Ayşuvak and Shirkale
2022



However, this photograph was a bit static. As an alternative, I needed a more dynamic image that would captivate the viewer at first glance. The second photograph that came to mind was one I had taken in front of the Tarbagatay Mountains, **showing Ayshuvak, a falconer from Mangystau and his eagle, Shirkale**. In this photograph, Shirkale was taking flight right from Ayshuvak's hand. It was a photograph that drew the viewer in at first sight. The eagle's talons, the spread of its wings, and its determined gaze focused on the distance were impressive enough to deserve long and careful examination.

Finally, when the competition results were announced, Ayşuvak and Şirkale's photographs were awarded an honorable mention. I think people make their best decisions in that state of flow where they let their minds run free while pedaling.

My bike journeys didn't just help me choose among the photos I took. On another ride from Torbalı to Pancar, following the railway line, a Cyclist's Anthem was born in my mind. The verses of this rather short anthem were a reflection of the pastoral atmosphere surrounding me at that moment. When I completed the anthem in my mind, I felt a speechless mental relief. The creative process that began on the saddle was completed on the saddle. At the end of the journey, I put this anthem, which I had matured in my mind, on paper.



TASARIM MARKAYA NASIL ÜFLER? HOW DOES DESIGN BREATHE SOUL INTO A BRAND?

Naci Zeybekler

Bugün bir kahve zincirinin bardağını elimize aldığımızda, yeni bir telefonun kutusunu açtığımızda ya da telefonumuzdan bir uygulamanın içinde gezindiğimizde, bizi o markaya bağlayan şeyin sadece ürünün kalitesi olmadığını çok iyi biliyoruz.

When we hold a coffee chain's cup today, open the box of a new phone, or browse through an app on our smartphones, we know very well that what connects us to that brand is not just the quality of the product.

Bizi çeken ilk şeyler; o ürünün elimize nasıl oturduğu, gözümüze nasıl görüldüğü ve hayatımızı nasıl kolaylaştırdığıdır. Yani, aslında tasarımıdır. Bugünün dünyasında ticaretin o soğukluğu ile insanın estetik arayışı, tasarım ortak paydasında buluşuyor. Markalaşma dediğimiz o devasa ekosistem, gücünü ve kalıcılığını artık tamamen tasarım felsefesine emanet ediyor.

Her Şeyin Birbirine Benzediği Bir Dünyada "Fark" Yaratmak

Yapay zekanın gündemimizde yer aldığı, teknolojinin ve üretimin geldiği bu noktada, artık hemen her marka benzer kalitede ürünler ortaya koyabiliyor. Telefonlar benzer teknik özelliklere, otomobiller benzer motorlara, mobilyalar benzer malzemelere sahip. Peki, bu özellikler bu kadar eşitlenmişken biz neden bir markayı diğerine tercih ediyoruz?

Çünkü iyi tasarım, bir ürünü sadece işlevsel kılmakla kalmaz, ona bir kişilik kazandırır. Tasarım; kopyalanamayan, formülü olmayan ve tüketiciyle marka arasında doğru- dan bağ kuran sessiz bir dildir. Bir marka, bir ürünü ya da logoyu tasarlarlarken aslında müşterisine şu mesajı verir: **"Ben senin hayatını, alışkanlıklarını ve estetik zevkini önemsiyorum."**

Karanlıkta Bile Tanınan Bir Kimlik

Tasarımın akılda kalma gücünü anlamak için çok geriye değil, günlük hayatımızın en sıradan objelerine bakmak yeterli. Yüz yılı aşkın süredir hayatımızda olan Coca-Cola'nın ikonik kontur şişesini düşünün. 1915 yılında bu şişe tasarlanırken tasarımcılara verilen brifing çok netti: **"Öyle bir şişe yapın ki, karanlıkta sadece dokunarak, hatta kırıldığında bile yerdeki tek bir parçasından onun ne olduğu anlaşılsın."**

What attracts us first are how that product fits in our hand, how it looks to our eyes, and how it makes our lives easier. In other words, it is actually its design. In today's world, the coldness of commerce and the human pursuit of aesthetics meet on the common ground of design. That giant ecosystem we call branding now entrusts its strength and permanence entirely to the philosophy of design.

Creating a "Difference" in a World Where Everything Looks Alike

At this point where artificial intelligence is on our agenda and technology and production have arrived, almost every brand can now offer products of similar quality. Phones have similar technical specs, cars have similar engines, and furniture has similar materials. So, while these features are so equalized, why do we prefer one brand over another?

Because good design does not merely make a product functional; it gives it a personality. Design is a silent language that cannot be copied, has no formula, and builds a direct bond between the consumer and the brand. When designing a product or a logo, a brand actually sends this message to its customer: **"I care about your life, your habits, and your aesthetic taste."**

An Identity Recognized Even in the Dark

To understand the memorable power of design, looking at the most ordinary objects of our daily lives is enough, without having to go back too far. Think of Coca-Cola's iconic contour bottle, which has been in our lives for over a century. When this bottle was designed in 1915, the brief given to the designers was very clear: **"Make such a bottle that it can be recognized even in the dark just by touch, or even from a single broken piece on the ground."**



Markalaşma dediğimiz o devasa ekosistem, gücünü ve kalıcılığını artık tamamen tasarım felsefesine emanet ediyor.

That giant ecosystem we call branding now entrusts its strength and permanence entirely to the philosophy of design.

Kakaonun kıvrımlarından ilham alan o cam tasarım, aradan geçen bir asra, değişen tüm trendlere ve teneke kutuların pratikliğine rağmen hala markanın en güçlü imzasından biri. İşte iyi bir tasarım, ürünü sadece koruyan bir ambalaj olmaktan çıkarıp, markanın kendisi haline getirebilecek kadar büyük bir güce sahiptir.

Tasarım Bir Sos Değil, DNA'dır

Tasarımın gücünü en iyi anlayan markalara baktığımızda, onların tasarımı sadece ürün bittikten sonra üzerine sürülen bir **"pazarlama sosu"** olarak görmediklerini fark ederiz. Tasarım, o markaların tam olarak DNA'sıdır.

Örneğin, dünyanın en değerli teknoloji devlerinin başarısı, sadece içindeki çiplerden değil, o cihazların sunduğu sadelik ve kullanım kolaylığından gelir. Ya da minimalist bir mobilya markasını düşünün; sunduğu şey sadece bir koltuk değildir, modern ve karmaşadan uzak bir yaşam alanıdır.

İyi tasarım, karmaşık olanı basitleştirir ve ürünü bir **"ihtiyaç"** olmaktan çıkarıp bir **"arzu nesnesine"** dönüştürür.

Inspired by the curves of the cocoa pod, that glass design remains one of the brand's strongest signatures despite a century passing, all changing trends, and the practicality of tin cans. This is why a good design possesses a power great enough to transform a product from a mere protective packaging into the brand itself.

Design Is Not a Sauce, It Is DNA

When we look at the brands that understand the power of design best, we realize they do not view design as just a **"marketing sauce"** smeared on after the product is finished. Design is precisely those brands' DNA.

For instance, the success of the world's most valuable tech giants comes not just from the chips inside, but from the simplicity and ease of use those devices offer. Or consider a minimalist furniture brand; what it offers is not just a sofa, but a modern, clutter-free living space.

Good design simplifies the complex and converts a product from being a **"need"** into an **"object of desire."**



Sadece Şık Olmak Yetmez

Tabii burada kritik bir ayırım var: Bir şeyin sadece **"şık"** görünmesi, onun iyi bir tasarıma sahip olduğu anlamına gelmez. Tasarım dünyasının en temel kurallarından biri, biçimin işlevi takip etmesidir. Yani bir ürün harika görünebilir ama kullanımı zorsa, web sitesi çok havalıdır ama aradığınız şeyi bulamıyorsanız orada tasarım havada kalmış demektir.

Günümüz tüketicisi yapaylığı ve sadece **"göz boyamak"** için yapılan hamleleri hemen fark ediyor. Başarılı bir markalaşmada tasarım; ambalajdan logoya, müşteri hizmetlerinden ürünün kendisine kadar her aşamada aynı tutarlılığı ve kolaylığı sunabilmelidir. Tasarım, markanın karakteriyle örtüştüğü müddetçe değer yaratır.

Sonuçta teknolojiler eskir, trendler değişir, pazarlama stratejileri güncellenir. Ancak güçlü bir tasarım felsefesi üzerine kurulmuş, insanların hayatına hem estetik hem de pratik bir değer katabilmiş markalar kalıcı olur. Çünkü ürünler tüketilir ama iyi tasarlanmış bir deneyimin bıraktığı o tat ve konsept kolay kolay unutulmaz.

Just Being Stylish Is Not Enough

Of course, there is a critical distinction here: Just because something looks **"stylish"** does not mean it has a good design. One of the most fundamental rules of the design world is that form follows function. In other words, a product may look great, but if it is hard to use, or if a website looks very cool but you cannot find what you are looking for, design falls short there.

Today's consumer instantly notices artificiality and moves made purely to **"dazzle."** In successful branding, design must offer the same consistency and ease at every stage—from packaging to logo, from customer service to the product itself. Design creates value as long as it aligns with the brand's character.

In the end, technologies age, trends change, and marketing strategies get updated. However, brands built upon a strong design philosophy that add both aesthetic and practical value to people's lives become permanent. Because products are consumed, but the taste and concept left behind by a well-designed experience are not easily forgotten.



TASARIM VE KÜLTÜREL MİRAS PEŞİNDE IN PURSUIT OF DESIGN AND CULTURAL HERITAGE

Dr. Hasan Işıklı

Molyvos Müzik Festivali'yle Midilli Gezisinde Grafik Tasarımcı Deneyimi Nasıl Oldu?

What was the experience like as a Graphic Designer during the Molyvos Music Festival and the trip to Lesbos?

Tasarım gündelik yaşamın içindedir. Gündelik hayatta tasarımla o kadar iç içeyizdir ki her şey adım adım görünmez hale gelir. Türkiye'den Yunanistan'a geçince görünmez olanın görünürlüğü adeta Lewis Carroll'ın *"Alice Harikalar Diyarında"*nın devam niteliğinde olan *"Aynanın İçinden"* romanını hatırlatıyor. Pek çok şey benzer ve aynı anda bir o kadar farklı. Bu da bizlere unuttuğumuz ya da gündelik yaşamda görünmezleşmiş şeyleri yeniden fark etmek için olanak sağlıyor. Japonya'ya, ya da Almanya'ya gidenler medyadan görseller, tanıdıklarından işitseler bile görsel ve kültürel farklılık çok olduğu için kıyaslama yapılmaz. Adeta farklı bir gerçeklik deneyimlenir.

Yunanistan'a, hele hele kapıda vizeyle Ege, yeni adıyla Adalar Denizi'ndeki Yunanistan'a ait adalara seyahat ettiğinizde neler hissediyorsunuz? Sadece plajlar ve yemekler mi dikkatinizi çekiyor?

Bu yaz üçüncü kez **Molyvos Müzik Festivali'**ne gidince bu sefer tasarım eğitmeni gözlüklerim takılı halde dolandım. Denize nazır kayalık bir tepeye kurulu Molyvos'un kendisini daha yakından inceleme imkânı buldum. Örneğin en eski adı **Mithymna**, modern adı Molyvos olan kentin Türkçe bir adı olduğunu, orada yaşayan Müslüman / Türk topluluğunun kente **Molva** dediğini öğrendim. Etimolojik kökene inmesem de, Yunan kimliğinin ötediği ya da bastırıldığı 500 yıllık bir ortak geçmiş vardı.

Bu Osmanlı geçmişi Molyvos'ta pek de görünmez değildi. Aksine annelerimizin salonlarındaki büfe-lerde duran ne işe yaradığı bilinmez ve kimsenin de dokunmadığı nesneler gibi cici, sabit ve izole bir şekilde duruyorlardı. İlk gözüme çarpan çeşme, hatta çeşmeler oldu. Molyvos'ta su bol muydu? Modernitenin, daha sonra kentsel dönüşümün ezip geçtiği Türk şehirlerinde geçmişe dair öğeler eski, pis, güvensiz, kullanışsız olarak tanımlandığı için yıkılıyor, birkaçı da gözden gönülden uzak bir köşede bakımı yapıp kapıları sıkı sıkı kapatılıp önüne güvenlik görevlisi konarak **"korunuyordu"**. Çeşmelerin konumu dikkatimi çekti. Ağırlıklı dört yol ağızları, yokuş başı ve limanda bulunuyorlardı. Su temel ihtiyacını hızlı gidermek kadar çeşitli meslekten zanaatkarın işini görüyor olmalıydı, kaleye doğru giderken fırının yanındaki çeşme sanki eskiden yokuşu çıkan yaşlıların soluklanma noktasıydı.

Design is part of everyday life. We are so intertwined with design in our daily lives that everything gradually becomes invisible. The visibility of what was invisible when crossing from Turkey to Greece is reminiscent of Lewis Carroll's *"Through the Looking-Glass"*, a sequel to *"Alice in Wonderland"*. Many things are similar yet so different at the same time. This allows us to rediscover things we have forgotten or that have become invisible in our daily lives. Those who go to Japan or Germany, even if they see it in the media or hear about it from acquaintances, cannot make comparisons because the visual and cultural differences are so great. It's almost like experiencing a different reality.

What do you feel when you travel to Greece, especially to the Greek islands in the Aegean Sea (now called the Islands Sea), with a visa on arrival? Are only the beaches and food what catch your attention?

This summer, I went to the **Molyvos Music Festival** for the third time, this time wearing my design instructor glasses. I had the opportunity to examine Molyvos, situated on a rocky hill overlooking the sea, more closely. For example, I learned that the city, whose oldest name was **Mithymna** and modern name is Molyvos, has a Turkish name, and that the Muslim/Turkish community living there called the city **Molva**. Although I didn't delve into the etymological origins, there was a 500-year shared past that Greek identity had pushed aside or suppressed.

This Ottoman past was not at all invisible in Molyvos. On the contrary, it stood there nicely, fixed, and isolated, like the unknown, untouched objects in our mothers' living rooms. The first thing that caught my eye was the fountain, or rather, fountains. Was there plenty of water in Molyvos? In Turkish cities, which were later crushed by modernity and then urban transformation, elements of the past were demolished because they were defined as old, dirty, unsafe, and unusable. A few were kept in a secluded corner, their doors tightly closed and guarded by security personnel for **"protection"**. The location of the fountains caught my attention. They were mainly found at intersections, hilltops, and harbors. Besides quickly quenching basic needs, the water must have served the needs of various craftsmen; the fountain next to the bakery on the way to the castle seemed like a resting point for elderly people climbing the hill in the past.

Kadını erkeği, çoluğu çocuğu çeşme etrafında su doldururken belki de kapı önüne sandalye çekip birlikte kahve içerken sosyalleşme noktasıydı. Bu son çeşmenin içindeki girintide sabun vardı. Diğerlerinde yoktu, çünkü artık su ak-mıyordu.

Kütüphane ile kafenin yanından merdivenleri çıkarken yükselen çeşme çalışı-yordu, ama Türk turistler o kadar su içmeye çalışıp çaput bağlayıp adak dilemişler ki turizm dili İngilizce olmasına rağmen Türkçe uyarı yazıları vardı.

Liman tarafında rock müziği çalan bir barın yanındaki çeşme ise sadece Os-manlıca değil, Osmanlıca ve Rumca / Yunanca'dan oluşan çift dilli bir kitabe vardı. Liman daha heterojen bir insan akışının yeriye farklı dillere yer verilmesi eskide kalmış çok kültürlü yaşamı hatırlattı.

Şu siteler ve telle çevrili bloklarda yaşam özendirilip kutuplaşma artarken farklı alışkanlık ve düşünce yapıları olan nasıl geçiniyordu diye düşündüm.

Men and women, young and old, filled their water bottles around the fountain, perhaps even socializing while sitting on chairs in front of their doors and drinking coffee together. There was soap in the recess inside this last fountain. There wasn't in the others, because the water no longer flowed.

The fountain rising above the library and cafe was working, but Turkish tourists had tried to drink the water so much, tying rags and making vows, that despite English being the language of tourism, there were warning signs in Turkish.

Next to a bar playing rock music on the harbor side, there was a fountain with an inscription that was not only in Ottoman Turkish, but also bilingual, consisting of Ottoman Turkish and Greek / Roman Greek. While the harbor is a place with a more heterogeneous flow of people, the inclusion of different languages reminded me of a multicultural life that has long since passed.

I wondered how people with different habits and ways of thinking managed to coexist while life in these gated communities and fenced blocks is encouraged, increasing polarization.



Bu sefer kaleye çıkmadım, ara sokakları keşfettim. Taşların arasından fışkıran akşamsefalarına gülümse-dim. Taşlardan kayıp düşmemek için ayakkabı da giy-sem, terlik de giysem yavaş yavaş paytakça indim. Liman ve ana yol üstündeki dükkanlar tıklım tıklım doluydu. Benim kaldığım **School Mistress with Golden Eye Pansiyonu** çevresinde mahallenin bakkalı dışında birkaç hediyelik eşyacı ve harika bir terası olan kilise vardı. Bazı dükkanların belki de yıllardır boş olduğunu gözlemledim. 2024'te boştu, hala boştu. Boş olanların bir iki tanesinden kötü kokular geliyor, içinde çöpler gözükiyordu. Kafamı kaldırıp baktığımda eskiden Ege köylerinde de olan el yapımı elle yazılmış dükkân adı ve ürünü / hizmeti be-timleyen resimler gördüm. Hatta sonradan bir parkta bu geleneğin devamını erkekler tuvaleti girişinde gördüm.



This time I didn't climb up to the castle; I explored the side streets. I smiled at the evening primroses burs-ting forth from between the stones. Whether I wore shoes or slippers, I slowly and awkwardly descended the stone path to avoid slipping. The shops on the harbor and the main road were packed. Around the **School Mistress with Golden Eye Hostel** where I stayed, there was the local grocery store, a few sou-venir shops, and a church with a wonderful terrace. I observed that some shops had perhaps been empty for years. They were empty in 2024, and they still are. A couple of the empty ones smelled bad, and garbage was visible inside. When I looked up, I saw handmade, hand-written shop names and pictures describing the products/services, just like in the old Aegean villages. Later, I even saw a continuation of this tradition at the entrance to the men's restroom in a park.

Sıradan bir baskı merkezinden alınmış pleksiglas **"WC Men"** yazısı kapının üzerine sabitlenmiş. Sonradan yerli bir çizer de denizci erkek başı resmetmişti. Bir yandan adaya ve denize dair fikir veriyor, bir yandan da orantılı ve iddialı olmadan mütevazı bir özgünlük sergiliyordu.

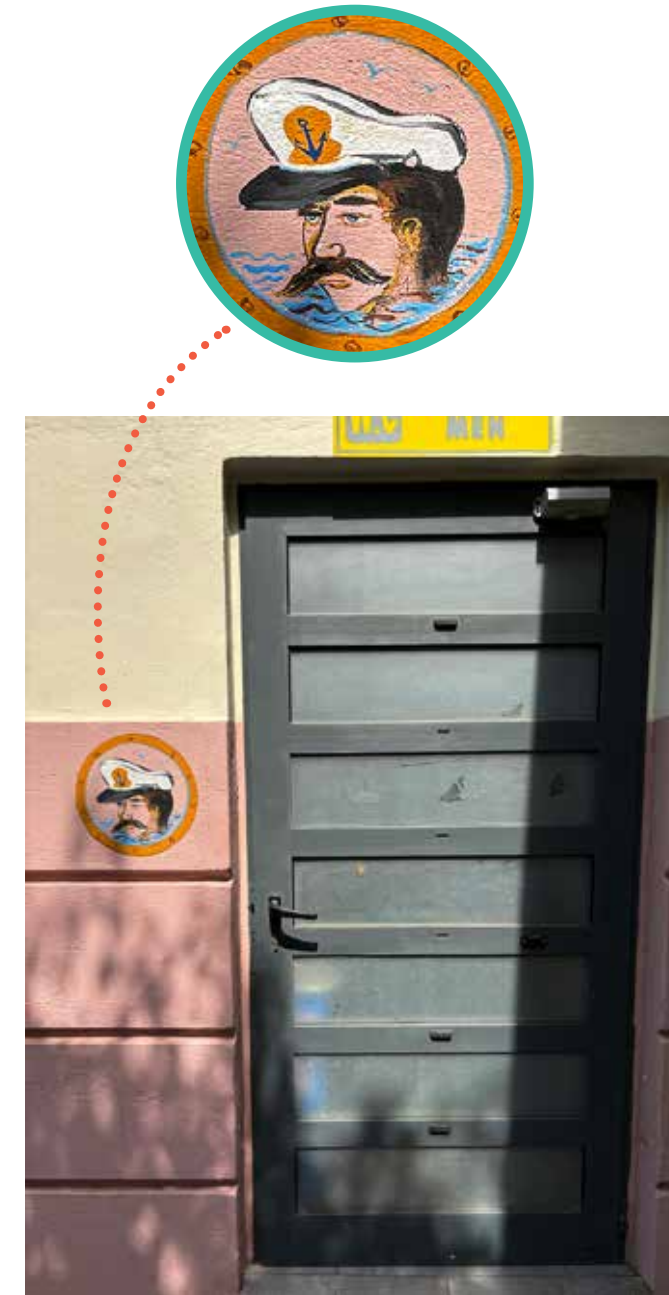
Elbette her tabela **tipografi** (yazı tasarımı) açısından derli toplu ve özgün değildi. Boş bir dükkânın üstünde belki 40 yıllık bir tabela gördüm. İzmir'deki bazı işletmeler gibi (nedenini hala anlamadığım bir estetik kaygısıyla) bu tabelada da Victoria dönemi ilk sanayi ürünleri ve reklamcılığın başında kullanılan Viktorya yazı tipiyle **"Mini Market"** yazıyordu.



A plexiglass sign that read **"WC Men"**, taken from an ordinary printing shop, was fixed to the door. Later, a local artist added a drawing of a sailor's head. It gave an idea of the island and the sea, while also exhibiting a modest originality without being overly ostentatious or pretentious.

Of course, not every sign was neat and original in terms of **typography**. I saw a perhaps 40 - year - old sign above an empty shop. Like some businesses in Izmir (for reasons I still don't understand), this sign also read **"Mini Market"** in a Victorian font, used in the early industrial products and advertising of the Victorian era.

Kapıda vizayla birlikte Britanyalı, Alman ve Hollandalı turist kadar Türk turist de Midilli'yi ziyaret ettiği için batı Avrupa ülkelerinden çok farklı bir şekilde yerel dil ve İngilizce yanında Türkçe çevirisi olan tabelalar ilgimi çekti. Çeviriler doğrudu, ancak farklı alfabe kullanılan Yunanistan'da tipografi ne kadar rafine olsa da Latin karakterlerin olduğu Türkçe çevirilerde **Arial** gibi okunaklı ama yavan ve hafif kaba yazı tipleri gözlemledim.



I was intrigued by the signs, which, unlike those in Western European countries, included Turkish translations alongside British, German, and Dutch tourists visiting Lesbos with visas. The translations were correct, but the alphabet was different. Although the typography in Greece, where Latin characters are used, is quite refined, I observed that in Turkish translations, the fonts are legible but bland and slightly coarse, like **Arial**.





Biraz da sebebi ziyaretim, geçen sene de sanatçısı olduğum **Molyvos Festivali**'ni mercek altına alalım değil mi ama? Bu senenin teması olan, Aristoteles'in ürettiği bir kavram olan **Eudomonia** (tam çevirisi yok: esenlik, mutluluk arayışı, denge, uyum...) hissiyatı festivalin görselindeki hafif hipnotize eden bitki kolajı ve morla sarının kontrastından oluşan titreşimler dikkat çekiyordu.

16 Ağustos'ta ilk konser civar köylerden birindeki zeytinyağı müzesinde yapılacaktı. Festivalin kıyıda köşede kalmış mekânları kullanıp hareket yaratması hoşuma gidiyor. Âtıl olana sanki sihirli bir değnekle dokunulmuş gibi geliyor. Müzenin geometrik formdan oluşan logo-su, derli toplu yönlendirmesi yine var olan Antik Yunan görsel dilinin dışına çıkıyor, nispeten yalınlığı, dikey dinamik yapısı ve geometrik biçimleriyle sanayi geçmişine de göz kırpan modernist bir kimlik sergiliyor. **"I Eat the Sun and Drink the Rain"** adlı konserde çağdaş bir müzikle birlikte neredeyse çalgı olmadan müzik grubunun bazen antik Yunan'ı hatırlatan çember yapmaları, koro ve bu koronun arkasında yeni bir teknoloji olan projektördeki ağır çekim remix videolar kayıp bir kadın mı, yoksa bir rüya mı etkisi verdi.

Tasarımlardan en çok siz hangisini daha çok beğendiniz? Yaşadığınız yerde eski tabelalar ve yazılar ne yoğunlukta var? Örneğin ne yapılsa Kadifekale'de Basmane'de yaşamak isterdiniz?

Also, since this is partly the reason for my visit, let's take a closer look at the **Molyvos Festival**, where I was an artist last year, shall we? This year's theme, **Eudomonia** (there is no exact translation: well-being, the pursuit of happiness, balance, harmony...), a concept created by Aristotle, was reflected in the festival's visuals with its slightly hypnotic plant collage and the vibrations created by the contrast of purple and yellow.

The first concert was to be held on August 16th in an olive oil museum in one of the nearby villages. I like how the festival uses secluded spaces to create movement. It feels as if something unused has been touched by a magic wand. The museum's geometric logo and neat signage again go beyond the existing Ancient Greek visual language, exhibiting a modernist identity that also winks at its industrial past with its relative simplicity, vertical dynamic structure, and geometric forms. In the concert titled **"I Eat the Sun and Drink the Rain"**, the combination of contemporary music and the almost instrumental-free band sometimes forming circles reminiscent of ancient Greece, along with the chorus and the slow-motion remix videos projected onto a projector - a new technology - created an effect reminiscent of a lost woman or a dream.

Which of the designs did you like the most? How many old signs and writings are there in your area? For example, what would make you want to live in Kadifekale or Basmane?



KLASİK MÜZİK FESTİVALLERİ VE KENT BELLEĞİ CLASSICAL MUSIC FESTIVALS AND URBAN MEMORY

Dr. Hasan Işık

Molyvos Müzik Festivali'nde Fanzin Atölyesi

Fanzine Workshop at the Molyvos Music Festival

Yazın biraz paranız ve zamanınız olsa neler yaparsınız? İzmir'de güçlü bir yazlık kültürü var. Çocuklar yazlığa bırakılır, bazen anne, bazen nine ve dede çocuklara bakar. Anne ve baba çalışmadığı günler yazlığa gider, hep birlikte denize gidilir, öğlen kızartmalar yenir, akşamüstü çaylar kurabiyeler ve kekler, akşam da bahçe ne kadar minik olursa olsun mangal yakılır. Sokak oyunlarının, öğle sıcaklığında yatağa uzanıp okunan kitapların tadı başka olur. Peki yürürken, otobüsteyken ve arabayla yol alırken hiç gözünüze çarptı mı; yazın pek çok turistik köy, ilçe ve şehirde festivaller düzenleniyor! Bazı kâşif ruhlu yeni bir deneyim peşinde, bazı takip ettiği sanat etkinliğini izlemek, eh bazen de arkadaşlarla sosyalleşirken değişiklik olsun diye sene içinde, çoğu zaman da yazın bütçe ve yıllık izinlerini festivallere göre ayarlıyorlar. Bir kısmı belediyenin önyak olması ile düzenlenirken, festivallerin bazıları da sanat dallarından birini yerliler ve ziyaretçilerle paylaşır. Bu festivalleri de derneklerin, vakıfların, bazen de kurum bile olmayan, bu sanat dalına gönül vermiş grupların dirayetle yönetip sürdürdüğünü görüyoruz.

Ben de çocukluğumdan beri ara ara **İKSEV'in (İzmir Kültür Sanat Vakfı)** düzenlediği Uluslararası İzmir Festivali'ne katılıyorum.



What would you do if you had some money and time in the summer? İzmir has a strong summer culture. Children are left at the summer house, sometimes the mother, sometimes the grandmother and grandfather look after them. On days when the parents don't work, they leave for the summer house, go to the sea together, eat fried food at lunchtime, have tea, cookies and cakes in the afternoon, and in the evening, no matter how small the garden is, they have a barbecue. The street games and the books read while lying in bed in the midday heat are something else. But have you ever noticed, while walking, on the bus, or driving, that many tourist villages, towns, and cities organize festivals in the summer? Some people, with a spirit of exploration, seek new experiences, some want to attend a favorite art event, and sometimes, for a change of pace while socializing with friends, adjust their budgets and annual leave during the year, mostly in the summer, to coincide with festivals. While some festivals are organized with the initiative of the municipality, others share one of the art forms with locals and visitors. We see that these festivals are managed and sustained with resilience by associations, foundations, and sometimes even groups that are not institutions but are dedicated to this art form.

I, too, have occasionally participated in the International İzmir Festival organized by **İKSEV (Izmir Culture and Arts Foundation)** since my childhood.



En çok Efes'teki antik tiyatrodan verilen konserlerle bilinen festival, her sene Haziran Temmuz aylarında İzmir vilayetindeki tarihi mekânlarda konser ve diğer sahne performanslarını düzenlemeye devam ediyor. 2008 - 2014 yıllarında gönüllü olarak da çalıştığım Uluslararası İzmir Festivali klasik müzik konusunda bana öğretmen oldu. Öte yandan önce bir grafik tasarımcı gözüyle, sonraları da kentsel alanlarda etnografik araştırmalar yaparken tema eksikliği, seçili müzisyen ve parçaların rastgele olması beni tatmin etmiyordu. Klasik batı müziği alanında çekim merkezi olmaktan çok çeperde kalan, Akdeniz ve kendi geçmişi nedeniyle bir Avrupa etkisi olan İzmir'de klasik müzik nedense bir türlü tasarımıyla birleşmiyor, gündelik hayatın parçası olamıyordu. Festival programı yönetim kurulunun bağlantıları ve sponsor kurumların önermesiyle (belki de emrivaki yapılması) oluşturuluyor, mahalleli anlamında kullandığımız **"yerli"** ile turisti aynı anda gözetken bir tema çerçevesinde bütüne seslenen bir festival deneyimleyemiyordum.

2024 yılında Kurban Bayramı'nda bir arkadaşım ile Midilli adasında hesaplı bir geziye katıldım. Tur rehberi bizi adanın kuzey batısındaki Molyvos'ta (Mithymna) gezdirirken deniz kıyısındaki bu tepeye kurulu kentin bilindik Yunan mavi - beyaz - mor renkli kübik evlerden ayrıştığını fark ettim. Mavi kapılar, begonviller ve beyaz duvarlardan çok burada doğa kendini her an hissettiriyordu.

The festival, best known for its concerts in the ancient theater in Ephesus, continues to organize concerts and other stage performances in historical venues in İzmir province every year in June and July. The International İzmir Festival, where I also worked as a volunteer from 2008 to 2014, was a teacher for me in classical music. On the other hand, first as a graphic designer, and later while conducting ethnographic research in urban areas, I was not satisfied with the lack of themes and the random selection of musicians and pieces. In İzmir, which is more on the periphery than a center of attraction in the field of classical Western music, and which has a European influence due to its Mediterranean and its own history, classical music somehow could not be combined with design, could not become a part of daily life. The festival program was being created based on the connections of the organizing committee and the suggestions (perhaps even unilaterally) of sponsoring institutions, preventing me from experiencing a festival that addressed the whole, one that considered both the **"local"** (as we use the term for the neighborhood) and the tourist simultaneously within a central theme.

In 2024, during Eid al - Adha, I went on an affordable trip to Lesbos with a friend. While the tour guide was showing us Molyvos (Mithymna) in the northwest of the island, I noticed that this town, built on a hill overlooking the sea, differed from the familiar Greek blue - white - purple cubic houses. Instead of blue doors, bougainvillea, and white walls, nature was constantly present here.



Kayaların ve taşların biçim verdiği bu kentte **Molyvos Kalesi'**nden aşağı salınıyor limana varıyordunuz. Trafik söz konusu bile değildi. Tek bir araç zar zor yukarılara kadar çıkıyordu.

Tur rehberinden burada bir klasik müzik festivali olduğunu öğrenmem üzerine keşif amaçlı o yaz ziyaret ettim. Festival gerçekten de her sene bir teması olup içerik ve grafik tasarımı bütüncül bir şekilde kullanan, adanın farklı tarihi mekânlarına sıçrayan, deniz kıyısında açık hava konserleri düzenleyen ve genç sanatçılara yer veren örnek bir festivaldi. Özellikle kavramsal yaklaşımı ilgimi çekip tasarımcı bakış açısıyla sanat yönetmenleri Danae ve Kiveli Dörken kardeşleri ve festival müdürü Lito Dakou'yu tebrik ettim. Teklifim üzerine 2025 yapımında, yani geçen sene doktora tezimin bir çıktısı olan dergimizin birinci sayısında da sürecini bahsettiğim hayali bellek fanzin tasarım atölyesini yürüttüm.

Atölyeyi anlatmadan önce şu filmi bir durduralım. Hayali bellek mi, o da nedir? Tamam, anlatıyorum. Sabırsızlanmayın hemen...

In this town shaped by rocks and stones, you could descend from Molyvos Castle and arrive at the harbor. Traffic was practically nonexistent. Only one vehicle could barely make it up to the top.

After learning from the tour guide that there was a classical music festival there, I visited that summer for exploration purposes. The festival was truly exemplary, with a theme each year, integrating content and graphic design, spanning different historical locations on the island, organizing open-air concerts by the sea, and giving young artists a platform. I was particularly drawn to their conceptual approach, and I congratulated the art directors, Danae and Kiveli Dörken, and the festival director, Lito Dakou, for their design perspective. At my suggestion, I led the imaginary memory fanzine design workshop in 2025. The process of such extraordinary workshop which I also mentioned in the first issue of our magazine, was a product of my doctoral thesis.

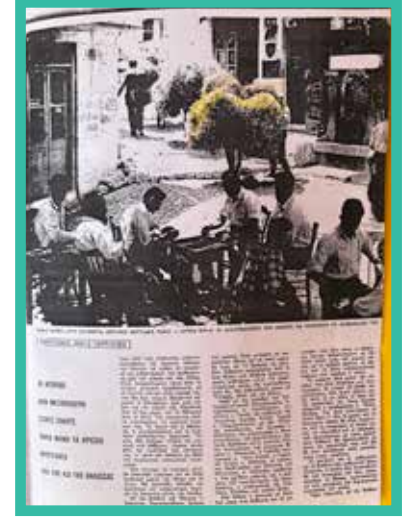
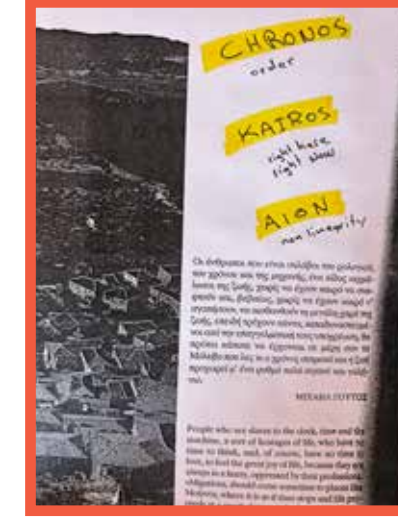
Before I describe the workshop, let's pause this film for a moment. Imaginary memory? What is that? Okay, I will explain. Don't get impatient...

Kent belleği desem, aklınıza ne geliyor? Öncelikle bellek, tarihten farklı olarak bireyin kendi deneyimleri ve yaşamışlığı ile birlikte neler hatırladıklarıdır. Ancak bu noktada herhangi bir bellekten değil, mekâna dair bir bellekten bahsediyorum. Özellikle tek bir bireyin değil, bireylerin deneyimleyerek, birbirlerine anlatıp zamanla katılan bir anlatı, bir mite dönüşen, bu mitin de o mahallede, köyde ya da kentte yaşayanların kimliğini oluşturan da bu bellek oluyor.

Peki bir klasik müzik ya da tiyatro festivali bunun neresinde? Bilindik konser salonları dışında yapılan yaz festivalleri evet, bir nebze turizme, kentin değer kazanıp ürünleri ve hizmetlerinin daha iyi pazarlanmasına yarıyor. Dolayısıyla orta vadede yerel ekonomiye katkıda bulunmaya başlıyor. Ancak yaşanan durum, yerli esnafın ve işçinin kazanmasından ibaret değil. Festival tarihi mekânlarda, hele hele insanların o kentle bağdaştırdıkları mekânlarda etkinlik düzenledikçe oluşan deneyim yıllar geçtikçe kent belleğinin parçasına dönüşüyor. Üstelik bu sefer için içine “yabancı” yani mahalleli olmayan, yerli olmayan turist de dahil olmuş oluyor. Böyle “içeri” ve “dışarı” ile diyalog için zemin de kurulmuş oluyor.

Bu düşünceler doğrultusunda ilkinin 2021’deki sanatçı hareketlilik programıyla gittiğim Marsilya yakınlarında yine ufak bir Akdeniz kenti olan Martigues’deki Les Fadas du Monde Festivali’nde başlattığım hayali bellek fanzin atölyesi 2025 festival programında yerini aldı. Molyvos’un tarihi halk kütüphanesinde kütüphane personelinin desteği ile yürüttüğümüz atölyede sizin de birinci sayıdan bildiğiniz “hayali bellek”; olmuş olabilecek Molyvos’un geçmişine dair bellekleri festival katılımcılarından

If I say urban memory, what comes to mind? First of all, memory, unlike history, is what an individual remembers along with their own experiences and lived realities. However, at this point, I’m not talking about just any memory, but a memory related to a place. It’s not just the experience of a single individual, but a narrative that solidifies over time through the experiences and stories of individuals, transforming into a myth, and this myth then shapes the identity of those living in that neighborhood, village, or city. So where does a classical music or theater festival fit into this? Summer festivals held outside of well-known concert halls do contribute to tourism to some extent, enhancing the city’s value and helping to better market its products and services. Therefore, in the medium term, they begin to contribute to the local economy. However, the situation isn’t just about local businesses and workers profiting. As festivals are held in historical venues, especially those that people associate with the city, the resulting experience becomes part of the city’s memory over the years. Moreover, this time, “foreign” tourists, those who are not locals, are also involved. This creates a foundation for dialogue between “inside” and “outside”. In line with these thoughts, the imaginary memory fanzine workshop, which I first started in 2021 at the Les Fadas du Monde Festival in Martigues, a small Mediterranean town near Marseille, as part of the artist mobility program, has taken its place in the 2025 festival program. In the workshop, which we conducted in Molyvos historic public library with the support of the library staff, I asked the festival participants to tell stories about the “imaginary memory” – memories of Molyvos past that you know



hikâyeleştirmelerini istedim. Festivalle birlikte Molyvos ve çevresini deneyimlediklerinde neler hissediyorlar, nasıl bir anlam kuruyorlardı? Festival kentin belleğinde nasıl izler bırakıyordu?

Yıllardır festivale katılmış olgun bireylerden oluşan atölye katılımcıları ile ilk gün hayaletimsi bir şey olan hayali belleği, Molyvos’u ve festivali konuştuk. O sıralar 11. yılını kutlayan festivalin dönüşümleri ve festival müdürünün mücadelesini, yerlilerin tepki ve katılımını dinledim. Ardından onları saldı. Tıpkı Paulo Coelho’nun Simyacı’sındaki İngiliz gezgin ve baş kahramanda gördüğümüz gibi kimi kütüphanede kaldı, internete baktı, kitaplara göz attı, notlar aldı. Kimi de dışarı çıkıp gözlem yaptı, fotoğraflar çekti, flaş belleğini getirip kendi arşivindeki fotoğrafları inceledi.

Çıkan el yazısı, gazete yazıları, fotokopi resim ve çizimlerden oluşan dört sayfalık fanzinler katılımcıların kişiliklerinin çeşitliliğini, belleğin nasıl dallanıp budaklanabildiğini gösteriyordu.

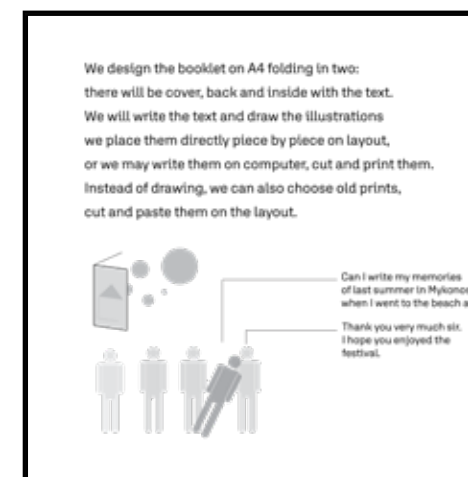
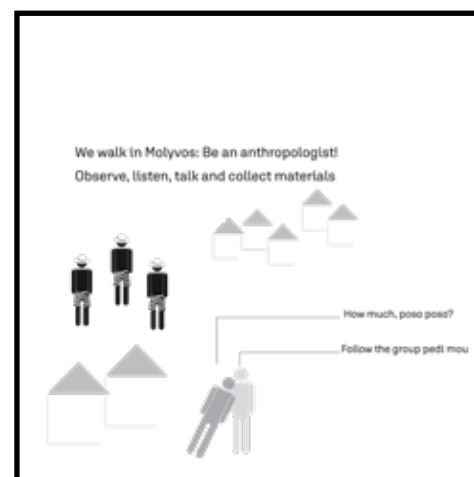
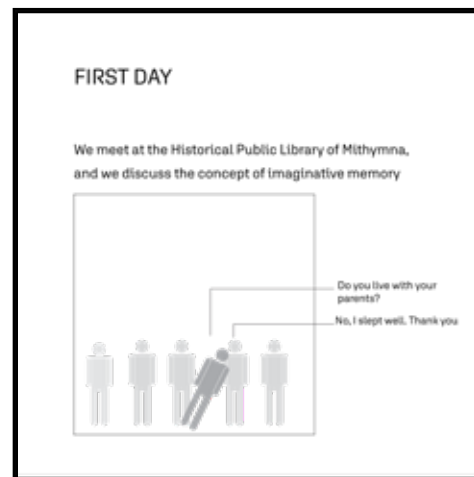
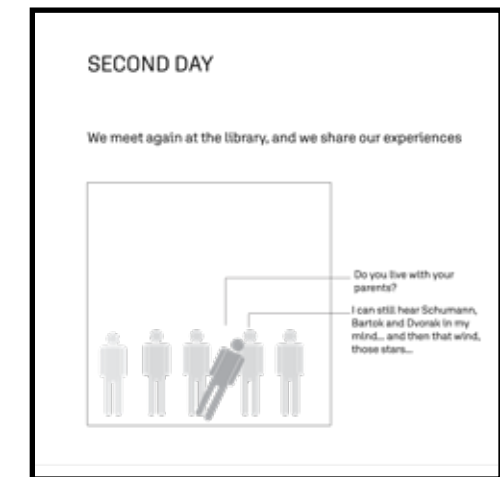
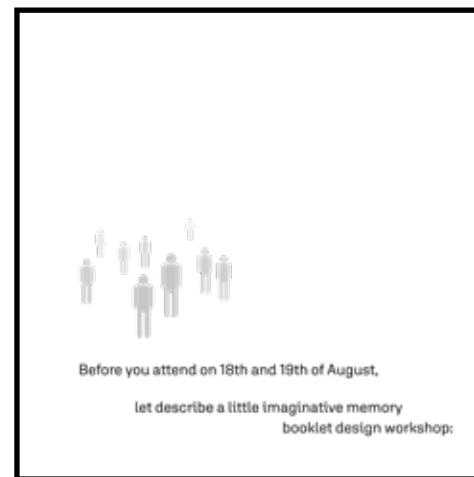
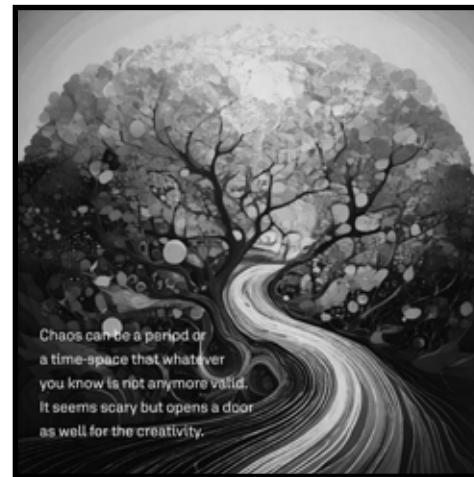
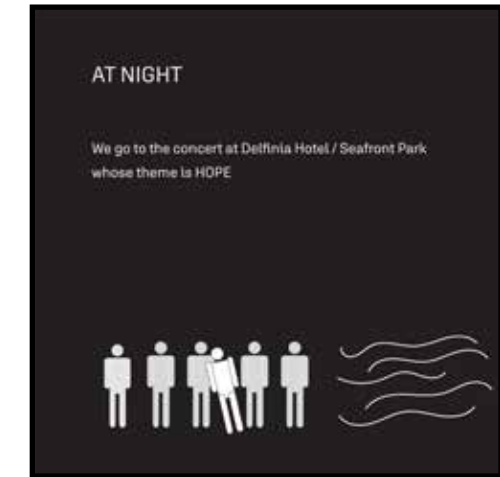
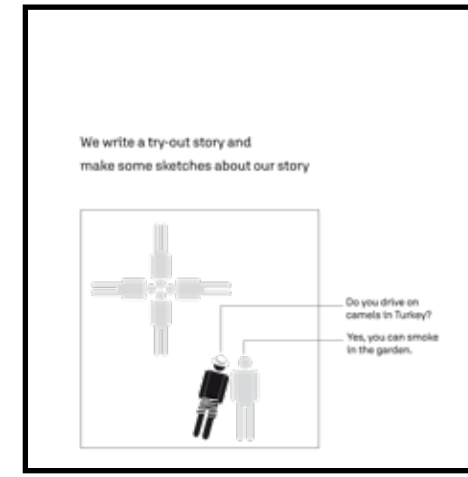
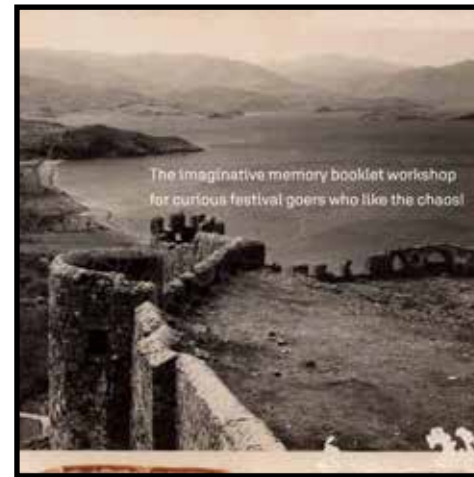
Peki sizin gönlünüze yatan bir festival var mı? Tarihi merkezleri, antik yerleri, müzeleri ziyaret ettiğinizde ne tür hayaller kuruyorsunuz?

from the first issue. What did they feel when they experienced Molyvos and its surroundings together with the festival, what kind of meaning did they create? What traces did the festival leave in the memory of the city?

On the first day, with the workshop participants, who were mature individuals who had been attending the festival for years, we talked about the imaginary memory, which is something ghostly, Molyvos, and the festival. I listened to the transformations of the festival, which was celebrating its 11th year at the time, the struggle of the festival director, and the reactions and participation of the locals. Then I let them go. Just like the English traveler and protagonist in Paulo Coelho’s “The Alchemist”, some stayed in the library, looked at the internet, browsed books, and took notes. Others went out to observe, take photographs, and even brought flash drives to examine photos from their own archives.

The resulting four-page fanzines, consisting of handwritten notes, newspaper articles, photocopied pictures, and drawings, showed the diversity of the participants’ personalities and how their memories can branch out and expand.

So, is there a festival that appeals to you? What kind of dreams do you have when you visit historical centers, ancient sites, and museums?



DOĞA GÜRGENÇ



HASAN IŞIKLI



M.HAMİ KURAL



HANDE ZERKİN

Hi Art & Design



Hi Journey

SANAT VE TASARIM STÜDYOSU

SAYI:4 • EYLÜL 2026