

## YAYIN İLLÜSTRASYONLARINDA GÖRSEL HİKÂYE ANLATIMI

Namık Kaan GÖKÇEN<sup>1</sup>

**Özet:** Yayın illüstrasyonları günümüzde basılı ve dijital yayımlarda metnin içeriğiyle ilişkili görsel hikâye anlatıcısıdır. Görsel hikâye anlatımı çoklu sahnelerin dışında tek bir görselle hikâyeyi etkili bir biçimde anlatabilmektedir. Yayın illüstrasyonlarında görsel hikâye anlatımı yöntemi okuyucuların metni daha hızlı ve rahat algılamalarını sağlayarak içeriğe odaklanmalarına destek olmaktadır. Bu anlamda yayın illüstrasyonları, metnin yanında konumlandırılan ayrı bir yapı olarak değil, içerikle bir bütün olarak değerlendirilmelidir. Bu bütünlük içerisinde yayın illüstrasyonlarının, yapıya görsel estetik katmanın ötesinde işlevleri vardır. İçerikteki bilgi, düşünce veya duyguları okuyucuya aktarma, benimsetme ve hissettirme amacını taşırlar. Böylece metin okuyucuyla daha fazla etkileşime geçebilmektedir. Günümüzde basılı olan yayınların çoğu dijital ortamda da yerini almakta, kimi yayınlar ise sadece dijital olarak yayın hayatına devam etmektedir. İnsanlar, gazete, dergi ve kitapları, kullanımı giderek yaygınlaşan ve geniş imkânlar sunan bilgisayar, tablet ve telefon gibi cihazlarla dijital platformlardan okumayı tercih etmektedir. Bu çalışmanın amacı basılı ve dijital yayın illüstrasyonları ile görsel hikâye anlatımının bağıni araştırmak, örnekler üzerinden incelemektir. Bu bağlamda günümüzün önemli basılı ve dijital yayınları arasında yer alan dergi ve gazetelerdeki illüstrasyonlar incelenmiştir. Yapılan araştırma ve incelemelerde edinilen bilgiler ışığında gerçek bir haber içeriği ele alınarak görsel hikâye anlatımı yöntemiyle yeni bir yayın illüstrasyonu serisi tasarlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** yayın illüstrasyonları, görsel hikâye anlatımı, illüstrasyon

**Abstract:** Nowadays editorial illustrations are visual storytellers associated with the content of the text in printed and digital publications. Visual storytelling can effectively tell the story with a single image, apart from multiple scenes. The visual storytelling method in editorial illustrations helps readers to perceive the text more quickly and comfortably and to focus on the content. In this sense, publication illustrations should be considered as a whole with the content, not as a separate structure positioned next to the text. Within this integrity, editorial illustrations have functions beyond adding visual aesthetics to the structure. They aim to convey, adopt and make the reader feel the information, thoughts or emotions in the content. In this way, the text can interact more with the reader. Nowadays, most of the printed publications take their place in the digital environment, while some publications continue their publishing life only digitally. People prefer to read newspapers, magazines and books on digital platforms with devices such as computers, tablets and phones, which are becoming increasingly widespread and offer a wide range of opportunities. The aim of this study is to investigate the connection between printed and digital publication illustrations and visual storytelling and to explore it through examples. In this context, illustrations in magazines and newspapers, which are among today's important printed and digital publications, were analyzed. In the light of the information obtained from the research and examinations, a new series of publication illustrations was designed with the visual storytelling method by taking a real news content.

**Keywords:** editorial illustrations, visual storytelling, illustration

### ARAŞTIRMA MAKALESİ

<sup>1</sup> Işık Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, namikkaan.gokcen@isikun.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Yayın illüstrasyonları genellikle gazete, dergi, kitap ve dijital içerikler sunan yayınlarda yer alan yazılı metinlerle ilişkili olarak kullanılan illüstrasyon türleridir. Yayın illüstrasyonları, okuyucunun günlük haber ve dergi kültürü deneyiminin önemli bir parçasını oluşturur. Metnin içeriğine göre şekillenen illüstrasyonlar, konuyu destekleyen ve zenginleştiren bir görsel hikâye anlatımı unsurudur. Kimi zaman içinde barındırdığı mizah, zekâ ve estetikle okuyucuyu düşünmeye itmektedir.

Günümüzde yayın illüstrasyonları dergi ve gazetelerin önemli, ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Görsel hikâye anlatımıyla bilgi aktarımının artması sonucunda gazete ya da dergi gibi metinlerin ağırlıkta olduğu kitle iletişim araçları mesajlarını okuyucuya daha kolay iletmek amacıyla yayın illüstrasyonlarından yararlanmaktadırlar. Yayın illüstrasyonları bir metnin yanında yer alan dekoratif amaçlı çalışmalar değildir; metnin içeriğiyle bütünleşen, kimi zaman içerikteki belli noktaları ön plana çıkararak, okuyucuda yazının okunması için neden oluşturacak görseller amaçlayan çalışmalardır. Okuyucu ile metin arasında bir bağlantı kuran yayın illüstrasyonları, içeriğin okuyucular tarafından yorumlanmasını teşvik etmektedir. Görselleştirilerek anlatılan içerikler okuyucunun algısını kolaylaştırmada çok önemli bir yere sahiptir. Ayrıca illüstrasyonda yer alan sembolik ifadeler okuyucunun yazının temel mesajlarını görmesini sağlamaktadır. Aynı şekilde yayın illüstrasyonlarında yer alan stil ve görsel dil çeşitliliği yazılı metinlerin hayal gücü bakımından sınırlarını aşmasına yol açmaktadır. Makale ve haberin algılanmasında kolaylık sağlayan bu çalışmalar toplumsal eleştirilerin görsel fenomenler haline dönüştüğü örnekler olarak da kitlelerin karşısına çıkmaktadır. Buna benzer örnekler sosyal hareketlerde yaygın olarak kullanılmıştır. Günümüzde her alanda olduğu gibi gazete ve dergiler de okuyucuyla buluşmak için yayın formatlarında değişikliğe gitmektedir ve geleneksel yapılardan farklı görünümlere dönüşmektedir. Geleneksel baskı yöntemlerinden dijital platformlara taşınan yayınlar okuyucularla farklı yöntemlerle etkileşime geçmektedir. Farklı mecralar sayesinde görsel hikâye anlatımının önemi artmaya devam etmektedir. Görsel hikâye anlatımıyla yapılan yayınlarda, okuyucuların karmaşık konuları daha iyi anlamaları sağlanmaktadır. Günlük yaşam, ekonomi ve siyaset gibi içeriklerde illüstrasyon kullanımı konunun daha hızlı ifade edilmesini sağlamakta, okuyucunun metinden çıkarımlar yapmasına olanak vermekte, konuyla ilgili algısını derinleştirmektedir. Bu çalışmanın amacı yayın illüstrasyonlarını görsel hikâye anlatımı açısından incelemek, elde edilen bilgiler ışığında yeni bir yayın illüstrasyonu uygulaması ortaya koymaktır.

## 2. HİKÂYE ANLATIMI

Hikâye anlatımı evrenseldir ve insanlık tarihi kadar eskidir. Her kültürde, her dönemde var olan hikâye anlatımı, kültürel gelenekleri, değerleri duyurmak, insanları bilgilendirmek amacıyla kullanılmıştır. “Tarih öncesinden bu yana, tüm kültürler hikâyeleri sözlü gelenek yoluyla aktarmış ve bunlar her zaman insanlığımızın önemli bir parçası olmuştur.” (Dujmovic, 2006).

Hikâye, gerçek veya kurgusal bir olayın, dinleyicinin deneyimleyebileceği veya öğrenimlerde bulunabileceği bir şekilde anlatılmasıdır. Bir hikâye, amacı doğrultusunda; bilginin, deneyimin, düşüncenin veya bakış açısının karşı tarafa iletilmesi işlevi görür. Hikâye anlatımı bir dizi olaydan oluşur ve bu olaylar bir hikâye oluşturacak şekilde kurgulanır. Gerçek veya kurgusal olduğu her iki durumda da önemli bir unsur vardır; o da hikâyenin bir mesajı olması gerektiğidir. Hikâyeler insanların yaşadıklarından, tecrübelerinden veya hayal güçlerinden ortaya çıkabilir çünkü insan doğası gereği bir yaşamı deneyimlemek ve deneyimlerini karşı tarafa anlatma ihtiyacı duymaktadır. Çoğu insan yazı yazmayı dahi öğrenmeden hikâyelerini anlatma ve kendini ifade etme güdüsü taşır. “Hikâye anlatıcılığı, mağara çizimleri gibi görsel hikâyelerle ortaya çıkmış ve daha sonra hikâyelerin ağızdan ağıza, nesilden nesillere aktarıldığı sözlü geleneklere kaymıştır.” (Mendoza, 2015). Geçmiş uygarlıklarda destanlar, ilahiler, şiirler, şarkılar ve törenler kullanılarak insanlara sözlü anlatımlar yapılmıştır. Yazı dili gelişmemiş kültürler inançlarını, geleneklerini aktarmak için sözlü hikâye anlatımından yararlanmışlardır. Gelişen teknolojiyle beraber hikâye anlatımları daha farklı yollarla kullanılmıştır. Baskı yöntemleri, radyo, televizyon, sinema ve bilgisayar gibi araçlarla hikâye anlatımları dönemsel olarak farklı anlamlar kazanmıştır. “İyi bir hikâye dikkatinizi çeker ve sizi duygusal bir tepki uyandıran bir yolculuğa çıkarır. Ortasında, kendinizi geri çevirmek istemediğinizi görürsünüz. Bir gün, bir hafta, hatta bir ay sonra bitirdikten sonra kolayca bir arkadaşınıza anlatabilirsiniz.” (Knaflıç, 2015, s. 166). Geçmiş uygarlıklar kültürlerini ve hikâyelerini gelecek nesillere farklı yollarla aktarmışlardır. “Başlangıçta doğada bulunan ahşap ağaçlar ve taş üzerinde oyulmuş malzemeleri kullanarak ve daha sonra teknoloji geliştikçe işlenmiş malzemeler kullanılmaya başlanmıştır.” (McIver, 2016). Teknolojiyle beraber gelişen baskı yöntemleri daha ayrıntılı hikâye anlatımlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Birkaç tür hikâye vardır. Masallar, efsaneler, mitler, tarih ve din tarihi gibi. “Sözlü gelenek yoluyla hikâye anlatımı, kültüre bağlı olarak tarihin farklı noktalarına dayanır. Bu gelenekler, nesilden nesile aktarılan ve sonunda yazılıp yayınlanan hikâyeleri anlatmak için şarkı, ilahi ve destansı şiirleri kullanır. Mitler de ilk olarak ağızdan ağıza aktarılmıştır.” (Mendoza, 2015). Dinler bir toplumun geleneklerini ve kültürlerini etkileyen çok önemli kavramlardır. Dini olayların ve geleneklerin nesillere aktarılmasında hikâye anlatımının önemli bir payı vardır. Geçmiş toplumlarda, hikâye anlatımının önemli görevlerinden biri

insanların farklı gerçeklerin ve doğruların olabileceği yönünde bilgi sahibi olmasını sağlamasıdır. Tarihte yer almış birçok kültür ve medeniyet için hikâye anlatımı, insanlığa faydalı olacak önemli bilgileri yaymak ve kitlelere ulaştırmak için çok önemli bir araç olmuştur. “Hikâye anlatımı çevremizdeki dünyayı nasıl öğrendiğimizin temelini oluşturur.” (Schutz, 1960, s. 27).

Hikâye anlatımı, insanlığın bilmediği bir olayı ve bilgiyi, bir başkasının daha önceden yaşadığı deneyimler sonucu yarattığı hikâyelerden öğrenmelerine aracı olmuştur. Bu, ilk insandan günümüze dek çağın etkili öğrenme biçimlerinden biri haline gelmiştir. Bir hikâyenin insanları etkisi altına almasındaki en temel unsur, duyguların hikâyeye karışmasıdır. İnsan doğası gereği duygusal bir canlıdır ve duygularını karşı tarafa aktarmaktadır. Mutluluk, heyecan, öfke, sevgi ve aşk gibi duyguların tümü, insanların ortak yaşadığı hislerdir. Hikâye anlatıcısı duygularıyla iletişim yoluna geçtiği zaman, okuyucusu, dinleyicisi veya izleyicisinin dikkatini hikâyeye çekmesi kolaylaşır. Söz konusu hedef kitle, hikâyenin barındırdığı duygu öğeleri sayesinde hikâyeye duygusal bir bağ ve empati kurabilir ve kendilerini hikâyenin bir parçası olarak görebilirler. Hikâye anlatıcısı, hikâyesini anlatmak için farklı öğelerden ve yöntemlerden yararlanabilir fakat bazı temel öğeler standarttır ve iyi bir altyapı kurgulanması gerekmektedir. Bu bölümde o altyapının nasıl oluşturulacağı, etkili bir hikâyenin nasıl tasarlandığı ve karşı tarafa geçiş yolları incelenecektir. Kurgusal veya gerçek bir hikâyeye yaratırken en önemli kısım o hikâyenin yapısını doğru bir şekilde oluşturabilmektir. Hikâye yapısı temelinde üç bölümden oluşur. Bu üç bölüm; giriş, gelişme ve sonuç bölümleridir. Hikâye anlatıcısı giriş kısmında bir problemi ortaya koymalıdır. Gelişme bölümünde, bu problem üzerinde detaylı anlatıma geçmeli ve problemi çözmeye çalışmalıdır. Sonuç bölümünde ise hikâye bir çözüme kavuşturularak tamamlanmalıdır. Bu formül farklı yapılarla kurgulanabilir. Öte yandan her güçlü hikâyenin temelinde sağlam bir başlangıç kısmı vardır. Bu doğrultuda ilerleyerek gelişme ve sonuç kısmı yaratılır. Kendal F. Haven’in ‘Super Simple Storytelling’ adlı kitabında hikâyenin yapısını oluşturan dört temel unsurdan bahsedilmektedir” (Haven, 2000, s.17-18). Bu dört unsur dinleyici, okuyucu ve izleyicinin hikâyeyi kolay anlamasına ve hikâyeye daha kolay uyum sağlamasına yardımcı olur.

1. Karakterler: Her hikâyenin merkezi unsuru olan kurgusal veya gerçek kahramanlardır.
2. Çatışma: Karakterlerin hedeflerine ulaşırken ortaya çıkan engelleri kapsayan kısımdır.
3. Mücadele: Hikâyeyi yönlendiren ve hikâyenin sonuna doğru bir köprü görevi gören olayların olduğu kısımdır.
4. Amaç: Karakterlerin engelleri aşip sonuca ulaşmaya çalıştıkları kısımdır.

**1. Karakter:** Karakterler her hikâyenin merkezi unsurudur. Hedefler karakterlerin hikâyelerinin olduğu kısımdır. “Çatışma kısmı karakterlerin hedeflerine ulaşmasında engellerin ortaya çıktığı yerdir ve mücadele kısmı her hikâyeyi yönlendiren karakterin hedefe ulaşmak için mücadele ettiği bölümdür” (Haven, 2002, s.15).

Hikâye anlatıcısı, duyguyu karşı tarafa daha rahat aktarmak için bu maddelere özen göstermelidir. Burada önemli nokta, anlatıcının karşı tarafa “Şimdi ne olacak?” sorusunu sordurabilmesidir. Hikâyenin okuyucuda heyecan ve merak duygusu yaşatması hikâyenin ne kadar güçlü bir yapısal tasarıma sahip olduğunu da kanıtlar. Karakter tasarımı hikâyede bu yapıyı oluşturan çok önemli ve belirleyici bir unsurdur. Hikâyeler karakterle ilgilidir ve başarılı bir hikâyenin tüm unsurları karakterlerden ve onların hedeflerinden, çatışmalarından ve mücadelelerinden oluşur. “Bir hikâyenin diğer anlatı unsurları karaktere bağlıdır. Giriş gelişme ve sonuç karakterlerin ihtiyaçlarını karşılamak için yazılmıştır” (Haven, 2002, s.21). Karakterin gerçekçiliği ve inandırıcılığı okuyucu veya izleyici için önemlidir. Bu yüzden bütün hikâye boyunca o karakter okuyucunun rehberi olacaktır ve hedef kitlenin önceliği, duygusal bağ kurduğu ve empati yapabildiği bir rehberle bu uzun yolculuğa çıkmak olacaktır. Bu karşılıklı duygu alışverişi doğallıkla mümkündür. Karakter tasarlanırken kusursuz ve mükemmel bir kişilik yaratmak hikâyenin gerçekçiliğini yok edebilir, bu durum hikâyenin inandırıcılığını yitirmesine neden olacaktır. Bu sebeple karakterin de herkes gibi kusurları ve farklı duygu yansımaları olması gerekir. Bu kusurlar duygusal olabileceği gibi fiziksel de olabilir. Okuyucunun karakteri tanınması için giriş bölümünde karakterin her anlamda tam kapsamlı olarak ele alınması gerekir. Bu tanıma işlemi detaylı bir betimlemeyle mümkündür. Karakterin fiziksel ve duygusal özelliklerinden detaylı bir şekilde bahsetmek güçlü bir anlatı yöntemi gerektirir.

**2. Çatışma:** Çatışma bölümü hikâye yapısının en önemli kısımlarından biridir. “Hikâyedeki aksiyonu geliştiren ve okuyucunun/dinleyicinin en çok dikkatini çeken ve heyecanlandıran unsur çatışmadır” (Aktaran: Başaran, 2010, s.121). Çatışma bölümü hikâyede kahramanın amacına giden yolda karşısına çıkan engellerin toplandığı bölümdür. Herhangi bir şekilde karakteri zorlayacak bir amaç olmadığı zaman, okuyucunun hikâyeye ilgi düzeyi azalacaktır. Bir şekilde karakterin hedeflerine koşarken bu yolda hedefe ulaşmasının zorlaştırılması ve engellerin ortaya çıkması gerekmektedir. Bu çatışma kurgusu engel olarak görünse de aslında okuyucu için olayların nerede başladığını anlatan ve hikâyenin gelişiminin sağlandığı bölümlerdir. Çatışmalar hikâye içinde farklı şekillerde kurgulanabilir. Hikâye anlatıcısı karakteri dışarıdan gelen etkili engellerle bir çatışma içine sokabilir veya yukarıda bahsedildiği gibi karakterin kendisinden gelen kusurlar bir engel ve sorun haline gelip, karakterin kendi içinde çatışma yaşamasına neden olabilir. Çatışmanın aşağıdaki gibi dört çeşidi bulunur:

1. Kahramanın doğa ile çatışması: Kahramanın kutup soğuğu, denizdeki fırtına, orman, sel baskını, deprem vb. doğa olaylarına karşı, amacına ulaşmak için savaşmasıdır.

2. Kahramanın kendi içinde iki ayrı yönünün çatışması: İçsel psikolojik mücadeleye dayanan çatışma türüdür.
3. İki karakter arasındaki çatışma: Dedektif ile katil, bir kızı seven iki erkek örneklerinde olduğu gibi karakterler arası ortaya çıkan çatışmadır. Bir kahraman birden fazla kişiyle de çatışabilir.
4. Kahramanın toplumla çatışması: Kahraman, içinde yaşadığı veya yeni girdiği toplumu oluşturan insanlarla veya töre, gelenek gibi unsurlarla mücadele edebilir (Aktaran: Başaran, 2010, s.121).

**3. Mücadele:** Hikâyenin bu kısmında karakterin karşısına çıkan engellerle mücadelesi anlatılır. Bu kısım hikâyenin bir nihayete ulaşması için köprü görevi görür, bağlayıcı unsurları kapsar. Karakterin eyleme geçtiği, hikâye sonunda ulaşmayı hedeflediği yolda karşısında duran engellerle yüzleştiği, çözüme kavuşturmak için çabaladığı bu anlar, dinleyicinin hikâyeyle kurduğu duygusal bağın en çok güçlendiği anlardandır. Çatışma sonrası karakterin yaşadığı mücadele, hikâyedeki tansiyonun ve heyecanın en üst düzeye ulaşmasında, dinleyicinin merak duygusunun tetiklenmesinde önemli bir araçtır.

**4. Amaç:** Yaratılan her karakterin bir amacı olmak zorundadır. Amaç bölümü yukarıda belirtilen diğer bütün kısımlarla bağlantılıdır. Eğer herhangi bir çatışma, problem, mücadele yoksa karakterin tamamlayacağı bir amaç da yok demektir. Hikâyelerde kahramanların hedefleri ile bu hedefleri gerçekleştirmek için sarf ettiği çaba işlenir. Bu amaçlar doğrultusunda hikâyenin işlenişi, kurgusu, yönü belirlenir. Bir hikâye yapısı, yukarıdaki maddeler göz önüne alınarak oluşturulmalıdır.

Fakat hikâye anlatımı mecraları sürekli değişmektedir. Geçmişten günümüze insanlığın gerçekleştirdiği birçok gelişme ve buluş, bu mecraların çeşidini ve sayısını artırmaktadır.

Kitap, gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema, açık hava reklamcılığı, sosyal medya, bilgisayar oyunları, sanal gerçeklik gibi gün geçtikçe sayısı artan farklı mecralar, hikâye anlatımı için önem arz etmektedir. Hikâye anlatımı yapılırken bütün mecralarda yukarıda bahsedilen giriş, gelişme, sonuç bölümleri kullanılır. Mecralara göre anlatım şekilleri değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin bir radyo dinleyicisi veya bir roman okuyucusunun bir film seyircisine kıyasla hikâyeyi algılama şekli aynı olmayabilir. Radyo ve roman hikâye anlatımlarında, dinleyici ve okuyucuların zihinlerinde olay, karakter ve mekânların daha iyi canlandırılması için çok daha detaylı tasvirler yapılmalıdır. Bunun nedeni görsellerle iletişim kurmanın daha kolay ve anlaşılır olmasıdır. Radyo ve kitap mecralarında dinleyici ve okuyucunun olayları gözünde canlandırması kendi hayal gücüne bağlıdır. Hikâye anlatımının yapısı karşı tarafın kolay algılayabilmesi için kurgulanmış olsa da insan dikkati çabuk dağılabilmektedir. Üstelik gelişen teknolojiyle beraber toplumun metinlere olan dikkati daha da azalmaktadır.

“Görsel kültürün egemenliğindeki bu yeni yüzyılda ise, çağdaş Batı toplumlarında imgelerin merkezde bulunduğu ve bu anlamda ‘göz merkezli’ (ing. ocularcentrism) toplumların oluştuğu sonucuna varılmıştır” (Jay, 1993; Aktaran: Rose, 2001, s.7). Bu noktada hikâye anlatımını kolaylaştıran, hikâyeyi karşı tarafa daha kolay ve etkili şekilde geçiren bir yöntem kullanılmaktadır. Bu yöntem Görsel Hikâye Anlatımıdır.

## 2.1. Görsel Hikâye Anlatımı

Görsel hikâye anlatımı insanlık tarihi boyunca önemli bir iletişim şekli olmuştur. Tarih boyunca insanlar; dini inanışlarını, geleneklerini, düşüncelerini, tanıklık ettikleri olayları, deneyimlerini çeşitli el sanatlarıyla kitlelere ve gelecek nesillere aktarmıştır. “Gezegenin dört bir yanından gelen diğer kadim halklar da arkalarında dünyalarını dolduran şeyleri tasvir eden glyfler ve semboller bırakmışlardır” (Vanden-Eynden, 2015). Tarih öncesi zamanlardaki mağara çizimlerinden, antik Mısır hiyerogliflerinden ve “Çin kültüründeki ideograflardan bu yana; insanlık her zaman iletişim kurmaya ve görsele dayalı sezgisel işaretlere büyük bir ihtiyaç duymuştur” (Melver, 2016). “İnsanlık tarihinde anlatılan ilk hikâyeler görsel kullanılarak yapılmıştır ve sonrasında sözlü geleneklere dönmüşlerdir” (Mendoza, 2015). Görsel hikâye anlatımı; bir hikâyenin, olaylar dizisinin veya bir mesajın görsel öğeler kullanılarak hedef kitleye anlatılmasıdır. Bazen bu görsel öğelere metinler veya farklı duysal öğeler eşlik etse de temelinde görsel kullanılarak anlatılan her hikâye bir görsel hikâye anlatımı örneğidir. “Görsel hikâye anlatımında kelimeler ve sesler, hedef kitle deneyimini artırmak için eşlik etse de, anlatımın ana dayanağını gerçeği taklit eden veya abartı yolu ile kullanılan görüntüler oluşturur” (Danisworo, 2002, s.2).

Görsel hikâye anlatımını diğer anlatı tarzlarından ayıran en önemli özellik okuyuculara daha kolay bir anlatı yöntemi sunmasıdır. Bunun nedeni mesajı okuyucuya görme duyularına hitap ederek sunmasıdır. “Görme, konuşmadan önce gelmiştir. Çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir” (Berger, 1972, s.7). Berger’in bahsettiği gibi insanların görebilme yetisi doğuştan gelen bir özelliktir ve insan görsel yetisi gelişmiş bir varlıktır. Bu sebeple görebilmenin konuşmadan önce gelmesi insanın güçlü bir görsel algıya sahip olmasını sağlamıştır. “İnsan beynine iletilen bilgilerin yüzde 90’ı görseldir ve insan beyni metinler yerine görüntüleri daha çabuk özümseyip, 60.000 kat daha hızlı işleyebilmektedir” (Eisenberg, 2014). Bu sayede görsel hikâye anlatımı az zamanda çok fazla bilgiyi okuyucuya aktarabilmektedir. Bu anlamda görsel hikâye anlatıcıları tarafından, hedef kitlenin ilgisini en çok çekecek, basit ve faydalı görsel unsurların kullanılması mesajın kitlelere kolay ulaşmasını sağlamaktadır. Görsel hikâye çeşitleri fikirleri, duyguları ve olayları ifade etmek açısından oldukça zengindir. Mccloud’a göre görsel anlatım çeşitleriyle aşağıdakiler yapılabilir;

- Karakterin fiziksel özelliği tarif edilebilir;
- Duygular beden dili aracılığıyla iletilir; göz, ağız ve ellerin ifadeleri ve resimsel anlatılar kullanılır. Örneğin bakışan iki kişinin arasında küçük kalpler çizilip birbirlerine duydukları sevgi anlatılabilir.
- Karakterlerin ne düşündüğü ve söylediği anlatılır;
- Gövde konumu ve hareket çizgileri yoluyla eylem gösterilir;
- Sahneler ve sahneleri oluşturan nesnelere tasvir edilir;
- Hayali dünyaları ve varlıkları temsil ederek fiziksel gerçeklikten uzaklaşılır;
- Ekran dışında gerçekleşen eylemler veya kelimeler ima edilir;
- Diğer karakterler değil, yalnızca okuyucunun görebileceği gizli eylemler gösterilir

(McCloud, 2006, s.288). Bu doğrultuda hikâyeyi yorumlayacak olan görsel anlatıcının, içeriğe uygun görsel hikâye anlatımı yöntemi tercih etmesi, verilmek istenen mesajın hedef kitleye etkili bir şekilde aktarılmasını sağlar. Görseller, geçmişten günümüze dek önemli bir anlatım aracı olarak; eğitimden sanata ve iş dünyasına kadar pek çok alanda, hikâyeleri ve mesajları aktarmak için kullanılan unsurlardır.

### 3. BULGULAR

Bu bölümde günümüzün önde gelen tasarımcılarından Malika Favre, Anna Parini ve Tom Haugomat'ın yaptıkları yayın illüstrasyonlarından örnekler görsel hikâye anlatımı açısından incelenecektir. İncelemek için bu illüstrasyonların seçilme nedeni başarılı illüstratörler tarafından önemli yayınlar için yapılmış olmaları ve hem estetik nitelik bakımından yüksek hem de kavram odaklı belli derinliği olan çalışmalar olmalarıdır. Günümüzün önemli illüstratörlerinden biri olan Malika Favre'nin Pop Art ve Op Art etkileri taşıyan çalışmaları popüler dergilerin kapaklarında sıklıkla yer almaktadır. Çizimlerinde dikkatle seçilmiş renk paletleri ve sadelik ön plana çıkmaktadır. Favre'nin illüstrasyonlarında renk önemli bir tasarım öğesi olarak dikkat çekmektedir. Sanatçının yayın illüstrasyonları dışında reklam kampanyaları için yaptığı ticari çizimleri de bulunmaktadır. Pozitif ve negatif alan kullanımı bakımından oldukça etkili illüstrasyonları bulunmaktadır. Çizimlerinin içinde kitlelerin empati yapısı üzerinde düşünebileceği hikâyeler ortaya koymuştur. Malika Favre, yarattığı görsel hikâye anlatımlarıyla sosyal, kültürel olaylar ve kadın erkek eşitliği konularına odaklanmıştır. Görsel 1'de Malika Favre, 2017 yılında New Yorker dergisine Sağlık, Tıp ve Beden konusu için yaptığı kapak illüstrasyonunda kadınların iş hayatındaki rolüne dikkat çekmektedir. Mavi tonların ağırlıkta olduğu çizim, ameliyat masası üzerinde yatan bir hastanın gözünden dört kadın doktoru göstermektedir. Çizer hikâyesinde, tıbbın halen erkek egemen bir alan olduğuna ve bir ameliyat masasındaki tüm cerrahların kadın olması durumunun halen istisnai bir durum olduğu gerçeğine dikkat çekmektedir. "Wisconsin Üniversitesi'nde cerrah olan Susan Pitt, görüntüyü gerçek hayatta yeniden canlandırabilmek için diğer kadın doktorlara bir meydan okuma yayımladığında kapak yeni bir anlam kazanmıştır" (Smith, 2019). Bu çalışmanın sosyal medyada sağlık çalışanları tarafından hayli ilgi görmesi çizerin hikâyeyi tam odağından yakaladığının göstergesidir. Dünyanın çeşitli yerlerinden binlerce doktor bu illüstrasyonu tekrar canlandırarak fotoğraflarını sosyal medyadan paylaşmıştır. Sağlık çalışanlarının tıp alanında kadınların konumu hakkında yapılan bu çizimden ilhamla çektikleri fotoğraflar görsel hikâye anlatımı aracına dönüşmüştür.



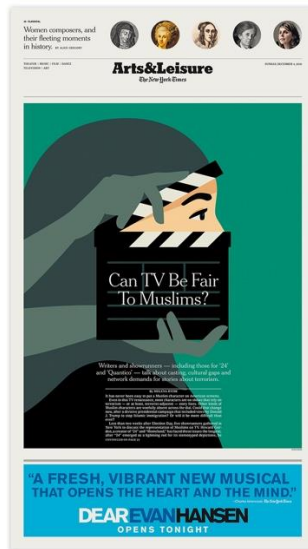
Görsel 1. The New Yorker dergisi, Malika Favre, 2017.

Sanatçının bir diğer önemli çalışması 2018 yılında Suudi Arabistan’da gerçekleşen modernleşme reformu haberi üzerine Arab News gazetesi için yaptığı yayın illüstrasyonudur (Görsel 2). Bu reform sayesinde Arabistan’da araba kullanmaları yasak olan kadınlar, tek başlarına direksiyon başına geçebilme özgürlüğünü elde etmiştir. Bu önemli haberi illüstrasyonla anlatan çizer, bir kadının gözlük camında otoyol yansımasının görüldüğü bir çizim yapmıştır. Yine minimal bir çizim dili kullanırken, arka planda Suudi Arabistan’ın bayrak renklerine gönderme yapılan yeşil renk kullanılmıştır. Çalışmanın odak noktasında başörtülü bir Arap kadını vardır ve kullanılan diğer renkler kırmızı, beyaz ve siyahtır. Daha dikkatli bakıldığında ise kadrajın araba kullanan bir kadının bakış açısından görüldüğü anlaşılmakta ve kadın figürün gözlük camından sadece yol görünmektedir. Ayrıca ileriye gitme fikri yansıtılmıştır. Favre’nin bu çalışması sosyal medyada oldukça ilgi görmüş ve Arab News sitesinden en çok indirilen görsellerden biri olmuştur. Malika Favre’nin bu çalışması etkili görsel hikâye anlatımıyla sadece bir yayının görseli olmaktan çıkmış, Arap kadınlar için tarihi bir olayın sembolü haline dönüşmüştür. Arabistan sokaklarında duvarlara çizilmiş, moda ürünlerine basılmıştır.



**Görsel 2.** Arab News, Malika Favre, 2018.

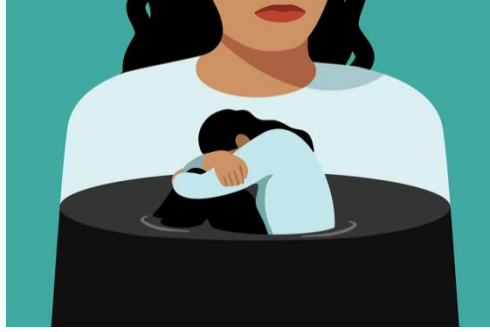
Anna Parini, The New York Times, Rolling Stone, The Economist gibi günümüzün önemli yayınlarına çalışmalar yapan İtalyan illüstratör ve grafik tasarımcıdır. Çizerin en büyük özelliği karmaşık bir konuyu sade ve renkli bir görsel dille anlatabilmesidir. Anna Parini makale veya haber içeriğini yorumlarken kafasındaki görüntüyü herkesin erişebilmesi için en basit şekilde çevirmeye çalıştığını belirtmiştir (Harris, 2017). Görsel 3’te yer alan örnek çalışmasının konusu televizyondaki Müslüman karşıtı söylemlerle ilgilidir. Yeşil bir zemin üzerine çarşaflı Müslüman bir kadının profilden görüntüsü çizilmiştir. Konunun televizyonla ilgili olması nedeniyle, televizyon yapımlarını klaket ile ifade etmiştir. Klaket çarşaflı kadının kıyafetinin bir parçası haline gelirken aynı zamanda bir engel gibi yüzünü kapatmaktadır.



**Görsel 3.** The New York Times, Anna Parini, 2016.

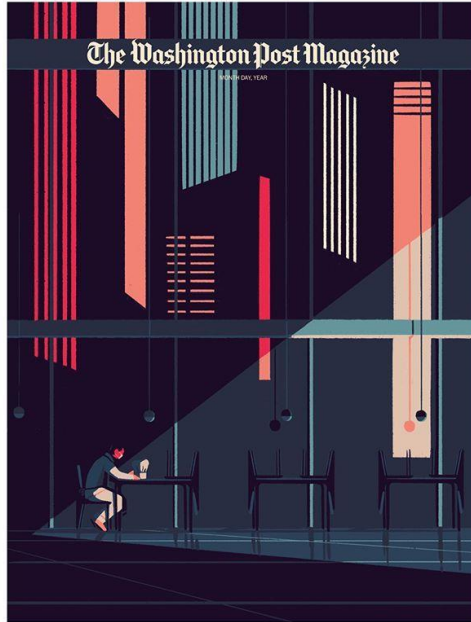
Bir diğer örnekte The New York Times gazetesi için Peri Klass’ın yazısını görselleştiren Parini ABD’de depresyon oranının her yıl artması ve küçük yaş gruplarına kadar inmesiyle ilgili bir çalışma hazırlamıştır. Peri Klass 2017 yılında “Is a Teen Just Depressed, or Just Moody” başlıklı yazısında şu bilgileri vermektedir: “2005’ten 2014’e kadar depresyon yaşı oldukça düşen Amerika’da, yaş aralığı 12 ile 17 yaşlarına kadar inmektedir. Ayrıca kız çocuklarda erkeklere göre daha fazla depresyon eğilimi görülmektedir. Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri çocuklar için intihar oranının yükseldiğini ve intihar ihtimalinin trafik kazasında hayatını kaybetme ihtimalinden daha yüksek olduğunu belirtmektedir” (Klass, 2017). Anna Parini de bu çalışmada

gençlerin intiharı konusunu görsel hikâye anlatımıyla okuyuculara aktarmıştır (Görsel 4). Kadrajın ortasında genç kız vardır ve kızın gövdesi saydam olarak çizilmiştir. Genç kızın gövdesinde, siyah suya batmış, üzüntü içinde oturan kendisi vardır. Karakterin depresyonda olması, vücudunun yarıya kadar siyah suyun içinde oturmasıyla ifade edilmiştir. Bu çizimde dışarıdan normal görünen fakat içinde depresyon ve üzüntü yaşayan bir karakterin hikâyesi görsel hikâye anlatımıyla başarılı bir şekilde okuyucuya ulaştırılmıştır.



Görsel 4. The New York Times, Anna Parini, 2016.

Kariyerine animasyon alanında çalışarak başlayan Tom Haugomat daha sonra yayıllüstrasyonuna yönelmiştir. Çalışmaları The Washington Post Magazine, Le Monde, Air France Magazine gibi Avrupa ve Amerika'nın önemli dergilerinde yer almıştır. Eserlerinde dikkatle oluşturulmuş kompozisyonlar, sinematik bir yapıya bürünmektedir. Çizimlerinde genellikle göz hizasında bir geniş açı ve kuşbakışı açı kullanarak izometrik bir tarz geliştirmiştir. Genellikle karakterlerinde yüz çizimi kullanmamaktadır. Tom Haugomat'ın bu tercihi, karakterler üzerinde belirsizliğe neden olabileceği gibi, okuyucu ile kahraman arasına mesafe koyma gibi riskler de barındırır. Bu nedenle, Haugomat duygu ve düşünceleri okuyucuya aktarmak için renk kullanımına, karakterlerin beden diline ve negatif alan kullanımına yönelmiştir. Çalışmalardaki soğuk pastel renkler ve ışık kullanımı 1950 ile 1960'lı yılların illüstrasyon tarzını anımsatmaktadır. Çizer Koronavirüs döneminde de çalışmalarını sürdürmüştür. Dünyada pandemi ilan edildikten sonra her sektörde olduğu gibi yemek sektöründe de olumsuz etkiler ortaya çıkmıştır. "The Washington Post gazetesi yazarı Tom Sietsema tarafından kaleme alınan 'Yeni Düzen' adlı makale, salgın sonrası yeme içme sektörünün yaşadığı sıkıntıları okuyuculara aktarmıştır" (Sietsma, 2020). Haugomat, yazarın çalışmasını görselleştirirken, bomboş bir restoranın içinde toplanmış masa ve sandalyelerin arasında tek başına oturan, düşüncelere kapılmış bir şefin görüntüsünü okuyuculara aktarmıştır. Bu çalışma derginin kapak görseli olarak yayımlanmıştır. Pastel ve koyu renklerin ağırlıkta olduğu çalışmada, karakteri odak noktası haline getiren ışık, bir tasarım unsuru olarak kullanılmıştır (Görsel 5).



Görsel 5. The Washington Post Magazine, Tom Haugomat, 2020.

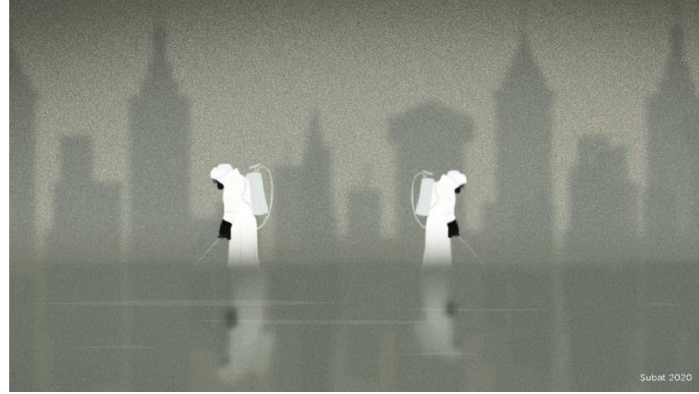






**Görsel 7.** Çin'deki Virüs Tüm Dünya'ya Yayılmaya Başladı.

“11 Şubat 2020 günü DSÖ yeni koronavirüs hastalığını resmi olarak ‘Covid-19’ ismiyle tanımladı. Aynı gün açıklanan verilere göre toplam koronavirüs vakası 45 bin 100 olurken bu vakaların 44 bin 653’ü Çin’de görülmüştü. Hastalıktan dolayı hayatını kaybedenlerin sayısı ise 1115 olmuştu” (Yücel, 2020). Görsel 8’de sisli bir şehir silüeti önünde iki karakter gösterilmiştir. Bu karakterlerin üzerindeki kıyafetlerden virüsten korunmaya çalışan iki sağlık görevlisi olduğu anlaşılmaktadır. Hastalığın resmi adının belirlenmesiyle birlikte gündelik hayatımıza yerleşen bu manzarada iki görevlinin bir şehri koronavirüsten dezenfekte etmeye çalıştığı an görselleştirilmiştir. Virüsün neden olduğu kasvetli, korku dolu ruh hali soluk, puslu ve hastalığı akla getirebilecek gri renk tonlarıyla aktarılmıştır. İllüstrasyonda yer alan iki karakter beyaz kıyafetleriyle, sağlık görevlisi olmalarının dışında, temizliği ve güveni temsil etmektedir.



**Görsel 8.** Hastalığın Resmi İsmi Covid-19 Olarak Tanımlandı.

“7 Mart 2020 gününe gelindiğinde ise koronavirüs nedeniyle ölen insanların sayısı dünya genelinde 3 bin 500’e, koronavirüs vakalarının sayısı 102 bine, virüsün görüldüğü ülke sayısı ise 90’a yükseldi” (Yücel, 2020). Koronavirüs’ün dünyanın dört bir yanına yayılmış olması ve artık bütün dünya için tehdit oluşturması bu illüstrasyonda belirsiz bir mekânda bulunan dört ana karakterle görselleştirilmiştir (Görsel 9). Çalışmada virüsün her yeri kapladığı fakat insanların halen salgının boyutunu anlamadıkları için tedbirsizce etrafta dolaştıkları ifade edilmiştir. İllüstrasyonda gri ve sarı tonları ağırlıktadır. Bu renk tonları virüsün ölümcül olduğunu temsil etmektedir. Virüsün çıplak gözle görülemeyen ve canlılardan bulaşan bir etken olması nedeniyle biçimi şeffaf bir yapıda çizilmiştir.



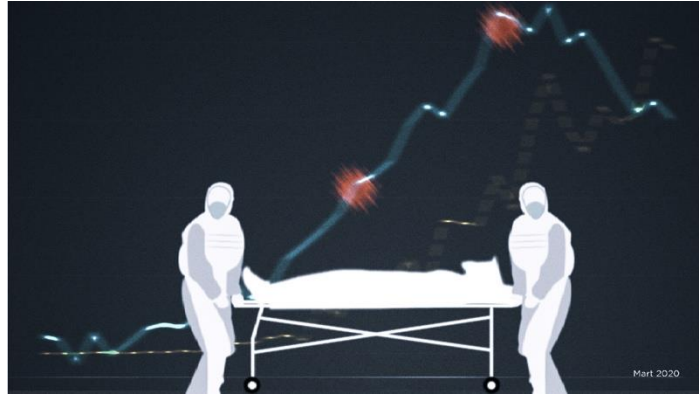
**Görsel 9.** Virüs Vakalarının Sayısı 102 Bine Ulaştı.

10 Mart 2020 günü koronavirüsün tespit edildiği ülkeler arasına Türkiye de katıldı. 10 Mart'ı 11 Mart'a bağlayan gece saat 00.30'da Türkiye'deki ilk koronavirüs vakası resmen açıklandı. Sağlık Bakanı Fahrettin Koca yaptığı basın toplantısında bir kişinin Covid-19 testinin pozitif çıktığını, bu kişinin Avrupa'dan geldiğini ve kendisiyle birlikte yakınlarının da karantinaya alındığını duyurdu" (Yücel, 2020). Koronavirüsün Türkiye'de tespit edildiğinin açıklandığı anın görselleştirildiği bu çalışmada gerçek hayattan bir sahne sadeleştirilerek aktarılmıştır. Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın televizyonda bu olayı açıkladığı an ve sonraki günlerde neredeyse her gün televizyona çıkıp vakaların sayısını belirttiği günler tek bir sahnede aktarılmıştır. İllüstrasyon çalışmasında turkuaz ve mavi tonları ağırlıktadır. Turkuaz ve mavi renk tonları sağlığı, temizliği, güveni temsil etmektedir ve vaka sayıları tablolarının rengidir. Bunun nedeni Sağlık Bakanı'nın görselde ana kahraman olarak yer almasıdır. Ayrıca görselde arka planda yer alan tablolar vaka sayılarını temsil etmektedir. Tabloların bulanık olması ise ilk vakanın ardından geçen süreyi ve tablodaki sürekli değişim ile artışı ifade etmektedir. (Görsel 10).



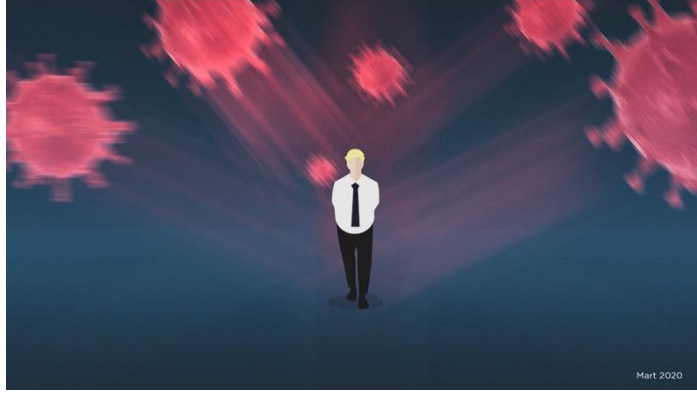
**Görsel 10.** Koronavirüs Türkiye'de Tespit Edildi.

"19 Mart'ta İtalya, toplam ölüm sayısında Çin'i geride bırakarak koronavirüsün en çok can aldığı ülke durumuna geldi. İtalya'da 5 bin 322 yeni vaka tespit edildi ve bir günde 427 kişi hayatını kaybetti. Böylece 19 Mart itibarıyla İtalya'daki toplam ölüm sayısı 3 bin 405 oldu. Toplam vaka sayısı ise 41 bin 35 olarak açıklandı" (Yücel, 2020). Görsel 11'de İtalya'nın Çin'i geçerek Koronavirüsün en çok can aldığı ülke olması üç karakterle aktarılmıştır. İki karakterin sağlık çalışanı oldukları, hastalıktan korunmak için giydikleri koruma kıyafetleri ve taşıdıkları sedyeyle tasvir edilmiştir. Ayaktaki karakterlerin hastalığa yakalanmış ya da ölmüş bir vakayı taşıdıkları görülmektedir. Arka planda ise kovid ile alakalı bir grafik bulunmaktadır. İtalya'da yükselişe geçen ölüm oranları bu grafikte okuyucuya aktarılmıştır.



**Görsel 11.** 19 Mart'ta İtalya Toplam Ölüm Sayısında Çin'i Geride Bırakarak En Çok Can Kaybının Yaşandığı Ülke Oldu.

"27 Mart günü İngiltere Başbakanı Boris Johnson'a yapılan Covid-19 testinin pozitif çıktığı açıklandı. ABD'deki toplam vaka sayısı 100 bini geçerken toplam ölü sayısı ise 1704 olarak açıklandı" (Yücel, 2020). On ikinci illüstrasyonun merkezinde sade bir çizim diliyle İngiltere Başbakanı Boris Johnson bulunmaktadır. Boris Johnson'ın pozitif çıkan test sonucu sonrasında virüsün karakterden hızla yayıldığı bir sahne gösterilmiştir (Görsel 12).



**Görsel 12.** İngiltere Başbakanı Boris Johnson Koronavirüse Yakalandı.

“30 Mart günü BM’den yapılan açıklamada insanlığın İkinci Dünya Savaşı’ndan beri yaşadığı en büyük krizle karşı karşıya olduğunun altı çizilirken salgın nedeniyle dünya ekonomisinin % 1 küçülebileceği ifade edildi” (Yücel, 2020). Görselde haber içeriğinde yer alan dünya ekonomisinin küçüleceği ve büyük bir ekonomik kriz yaşanacağı vurgulanmıştır. Görsel 13’te yer alan illüstrasyon çalışmasında ise tek bir karakter ve grafik unsurlarla görselleştirilmiştir. İllüstrasyonun odak noktasında yer alan karakterin bir kutu taşıdığı görülmektedir. Bu kutu genellikle taşınan veya işten çıkarılan insanların ofis eşyalarını koyduğu karton kutulardan biridir. Doğrudan sahne ışıklarının yöneldiği karakterin kıyafeti takım elbisedir. Bu detaylardan okuyucu ekonominin küçülmesiyle işsiz kalan veya kalacak olan insanların tasvir edildiğini anlayabilir. Ayrıca, karakterin üzerinden geçen grafik çizgisi ekonomik göstergelerin hızla düşüşe geçtiğine işaret etmektedir. Grafiğin kırılım yerlerinde virüs sembolleri kullanılarak ekonominin kötüye gidiş sebebinin Covid-19 olduğu vurgulanmıştır. Arka planda ve illüstrasyonun tamamında yer alan koyu renk tonları büyük bir krizi ve depresyonu temsil etmektedir.



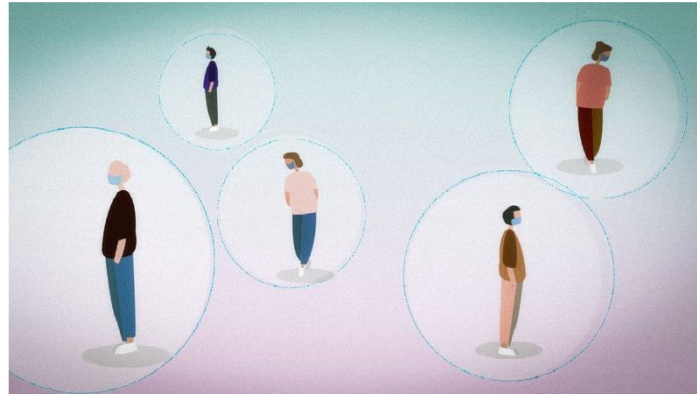
**Görsel 13.** Salgın Nedeniyle Dünya Ekonomisinin Yüzde Bir Küçüleceği İfade Edildi.

“Türkiye ise vaka artış hızının en yüksek olduğu ülkelerden biri olarak öne çıkıyor. 8 Nisan günü ilk kez bir günde 4 binden fazla yeni vakanın tespit edildiği Türkiye’de son 10 günde toplam 33 bin 498 vaka tespit edilirken toplam vaka sayısı da 47 bin 29’a yükseldi. Aynı süre zarfında ölü sayısı da 792 kişi arttı. 10 Nisan günü Türkiye’deki toplam ölü sayısı bin 6’ya ulaştı ve böylece Türkiye dünya genelinde koronavirüs nedeniyle bin kişiden fazla insanın hayatını kaybettiği on üçüncü ülke oldu. Aynı akşam Türkiye’de koronavirüsün yayılma hızını düşürmek amacıyla 30 büyükşehir ve Zonguldak’ta hafta sonunu kapsayacak iki günlük sokağa çıkma yasağı ilan edildi. Böylece 2000 yılındaki nüfus sayımının ardından ilk kez 30 büyükşehirin tamamını kapsayan bir sokağa çıkma yasağı gerçekleştirilmiş oldu” (Yücel, 2020). Görsel 14’te Türkiye’de gerçekleşen sokağa çıkma yasağı dolaylı bir anlatımla görsel hikâyeye dönüştürülmüştür. Mekân olarak bir apartman anlatılırken, karakterler o apartmanın sakinleridir. 11 insan ve bir kedinin yer aldığı görselde, sokağa çıkma yasağında evlerinden dışarı çıkan insanlar görselleştirilmiştir.



**Görsel 14.** 10 Nisan Günü Türkiye’de Sokağa Çıkma Yasağı İlan Edildi.

“10 Nisan günü dünya çapında koronavirüs nedeniyle hayatını kaybeden kişi sayısı da 100 bini aşarak 103 bin 56 oldu. Bu ölümlerin 60 binden fazlası Nisan ayının ilk 10 günü içinde meydana geldi. Yine toplam 1 milyon 710 bin vakanın yarısından fazlası da aynı dönemde tespit edildi” (Yücel, 2020). İllüstrasyon serisi, yeni normal olarak belirtilen maskeli ve mesafeli insanların görüldüğü bir sahneyle son bulmaktadır. Beş karakterden oluşan görsel hikâyede karakterlerin her birinin kendi kişisel balonları içinde olduğu, birbirleriyle mesafelerini koruduğu ve maske taktıkları görülmektedir. 10 Nisan günü dünya genelinde koronavirüs nedeniyle hayatını kaybeden insanların sayısı 103 bin kişi olarak belirtilmiş, insanların daha dikkatli, mesafeli ve maskeli yeni hayatları sade bir çizim diliyle okuyucuya aktarılmıştır (Görsel 15). Bu çalışmada artık insanların virüsle yaşamayı öğrendikleri yeni normal hayatları vurgulanmıştır. İllüstrasyonda kullanılan mavi, beyaz, pembe tonları sosyal mesafeyi koruyan ve maske takan insanların tedbirlerle virüsten korunabileceklerini ifade etmektedir.



**Görsel 15.** Koronavirüsten Korunma Süreci.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇLAR

Geçmişten günümüze illüstrasyonlar çocukluktan yetişkinliğe kadar hayal gücünün, zihnin gelişmesinde ve kelimelerin daha kolay algılanmasında önemli bir yere sahiptir. Özellikle yayın illüstrasyonları bir habere, hikâyeye veya makaleye derinlik katma, hayal gücünün dahil edilmesi ve bir mesajın iletilmesi açısından çok önemlidir. İnsan beyninin çalışma sistemi göz önüne alındığında bir görsel imgenin metinden daha hızlı algılanması, bellekte daha uzun kalması doğaldır. Bu makalede yapılan araştırmalar ve incelemeler, yayın illüstrasyonlarının okuyucu ve metin arasında önemli birer bağlayıcı olduğu ve bu sayede etkileşimin arttığını göstermektedir. İnsan beyninin metinler yerine görüntüleri daha çabuk algılayıp özümsemesi literatürlerin incelenmesiyle açıklanmıştır. Araştırmalar sonucunda üretilecek olan yayın illüstrasyonu uygulamasının fazla ayrıntı gerektirmeyen, minimal ilkelere dayanarak tasarımı olmasına dikkat edilmiştir. Bunun nedeni minimal dilde bir yayın illüstrasyonunun algıyı kolaylaştırdığı ve daha etkileyici olduğunu kanıtlamaktır. Bu bağlamda yapılan araştırmalar ve örneklerin incelenmesi sonucunda görsel hikâyeye anlatımı sunan illüstrasyon serisi oluşturulmuştur. Uygulama hazırlanırken haber içeriğinin kilit noktaları dikkate alınmıştır. İçerikte göze çarpan kısımlar ve mesajlar okuyucuya iletmeye çalışılmıştır. Ayrıca çalışma hazırlanırken günümüz yayın illüstratörlerinin tarzları incelenerek görsel hikâyeye anlatımı açısından farklı bir sadelikte, negatif alanın etkili kullanımıyla haberin okuyucuyla etkileşime geçmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, uygulama projesiyle birlikte araştırmada edinilen bilgi, yayın illüstrasyonlarının birer görsel hikâyeye anlatıcısı olduğunu göstermektedir.

Günümüzde hızla artan dijital imkânlar, her alanda olduğu gibi, yayın illüstrasyonlarının da işlevini ve bilgi aktarımındaki gücünü olumlu yönde etkilemiştir. Gazete ve dergilerin basılı ve dijital platformlarında görsel kullanımının artması, okuyucunun bilgiye ulaşabilmek için görseli anlamlandırma ve yorumlama becerilerini geliştirmektedir. Buna bağlı olarak yayın illüstrasyonları, bilgi içeren haber veya makalelerin karmaşık yapıdan uzaklaşmasına ve daha açık biçimde algılanmasına olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda yayın illüstrasyonları, iletişimin en önemli parçası olan hikâye anlatımı ve görsel hikâye anlatımı kavramlarından faydalanmaktadır. Bu anlamda yayın illüstrasyonları, sadece bir görsel değil, çeşitli derinlikte taşıdığı bilgiyi aktarabilen, anlatımı zenginleştiren, ifadeyi güçlendiren görsel bir dildir.

## TEŞEKKÜR

Araştırmanın her aşamasında yardımlarını esirgemeyen değerli hocam Prof. Banu İnanç Uyan Dur'a ve her zaman yanımda olan babama teşekkür ederim.

## KAYNAKÇA

Başaran, M. (2010). Öğretim kademesine göre öğrencilerin hikâye unsurlarına ilişkin beklentileri. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0 (20), 119-139. <https://dergipark.org.tr/pub/sakaefd/issue/11216/133951>

Berger, J. (1972). *Görme biçimleri*. Metis Yayınları.

Dujmovic, M. (2006). Storytelling as a method of efl teaching. (1890-1910), *Ain Pergendira Journal*, 3, 111-126.

Eisenberg, H. (2014). Humans Process Visual Data Better. *Thermopylae Sciences and Technology*. Erişim Tarihi: 28.04.2020 <https://www.t-sciences.com/news/humans-process-visual-data-better>

Harris, M. (2017). Anna Parini's colorful illustrations. *DigitalArts From IDG*. Erişim Tarihi: 28.04.2020 <https://www.digitalartsonline.co.uk/news/illustration/anna-parinis-colourful-illustrations-depict-ups-downs-everyday-life/>

Haven, Kendall F. (2000). *Super simple storytelling*. Teacher Ideas Press.

Klass, P. (2017). Is a Teen Depressed, or Just Moody? *New York Times*. Erişim Tarihi: 28.04.2020 <https://www.nytimes.com/2017/02/13/well/family/teenagers-depression.html>

Knaflic, C. (2015). *Stortelling with data: A data visualization guide for business professionals*. John Wiley & Son, Inc. Hoboken.

McCloud, S. (1994). Understanding comics: The invisible art. *Harper Perennial*.

McIver, G. (2017). Art history for filmmakers: *The art of visual storytelling*. Bloomsbury Publishing.

Mendoza, M. (2015). The Evolution of Storytelling. *The Reporter*. Erişim Tarihi: 25.04.2020 <https://reporter.rit.edu/tech/evolution-storytelling>

Rose, G. (2001). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual Materials*. Sage Publishing.

Schutz, A. (1960) *The social world and the theory of social action*. Social Research, 27, 203-215

Sietsma, T. (2020). The New Order. The Washington Post Magazine. Erişim Tarihi: 07.05.2020 <https://www.washingtonpost.com/magazine/2020/04/23/restaurants-matter-reasons-more-than-dinner-posts-food-critic-what-were-danger-losing/>

Smith, E. (2019). Malika Favre. *Medium*. Erişim Tarihi: 28.04.2020 <https://medium.com/@eleanorksmith98/malika-favre-7d184c1849df>

Vanden-Eynden, D. (2014). Storytelling in EGD: The Ancients Started It All. *Metropolis*. <http://www.metropolismag.com/ideas/arts-culture/storytelling-in-egd-the-ancients-started-it-all/>

Yücel, O. (2020). Koronavirüs Zaman Çizelgesi. *Medyascope*. Erişim Tarihi: 07.05.2020 <https://medyascope.tv/2020/06/29/koronavirus-zaman-cizelgesi-ne-zaman-ortaya-cikti-nasil-yayildi-onemli-tarihler-nelerdi-yeni-yeni-yeni-2-yeni-yeni/>