

ÖMER HAYYAM RUBAİLERİNİN GÜNÜMÜZ GÖRSEL İLETİŞİM  
YÖNTEMLERİYLE YORUMLANARAK, GÖRSEL İLETİŞİMDE  
HİKAYELEŞTİRME EĞİLİMİNİN SORGULANMASI

MURAT MİROĞLU

IŞIK ÜNİVERSİTESİ

2020

ÖMER HAYYAM RUBAİLERİNİN GÜNÜMÜZ GÖRSEL İLETİŞİM  
YÖNTEMLERİYLE YORUMLANARAK, GÖRSEL İLETİŞİMDE  
HİKAYELEŞTİRME EĞİLİMİNİN SORGULANMASI

MURAT MİROĞLU

Lisans, Grafik Sanatlar ve Grafik Tasarım, Işık Üniversitesi, 2011  
Yüksek Lisans, Görsel İletişim Tasarımı, Işık Üniversitesi, 2020

Bu tez, Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne Yüksek Lisans (MA) derecesi  
için sunulmuştur.

IŞIK ÜNİVERSİTESİ

2020

İŞIK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ÖMER HAYYAM RUBAİLERİNİN GÜNÜMÜZ GÖRSEL İLETİŞİM  
YÖNTEMLERİYLE YORUMLANARAK, GÖRSEL İLETİŞİMDE  
HİKAYELEŞTİRME EĞİLİMİNİN SORGULANMASI

MURAT MİROĞLU

ONAYLAYANLAR:

Doç. Dr. Sibel Tuğal  
(Tez Danışmanı)

(Işık Üniversitesi)



Doç. Banu İnanç Uyan Dur

(Işık Üniversitesi)



Dr. Öğr. Üyesi Seyit Mehmet Buçukoğlu

(Maltepe Üniversitesi)



ONAY TARİHİ: 04.09.2020

## TEŞEKKÜR

Lisans ve yüksek lisans öğrenimim boyunca desteğini hep hissettiğim, özellikle tez sürecimde engin bilgi ve tecrübeleriyle zihnimi açan ve yolumu aydınlatan çok değerli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Sibel Tuğal'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Bu süreçte harekete geçebilmem için fikirlerini ve zamanını samimiyetle benimle paylaşan Gözde Karahan'a teşekkür ederim.

Hayatım boyunca sevgisini ve desteğini hissettiren; üretimlerimde ve başarılarımda her zaman payı olan; bana olan güvenlerini göstermekten çekinmeyen sevgili annem, babam, kardeşim ve tüm aileme çok teşekkür ederim.

Tez yazım sürecim boyunca sevgi ve sabrını benden esirgemeyen, beni sürekli destekleyen ve motivasyonumu yüksek tutan sevgili eşim Melissa Mercangül Miroğlu'na ve Gofret'e ayrıca teşekkürlerimi sunarım.

ÖMER HAYYAM RUBAİLERİNİN GÜNÜMÜZ GÖRSEL İLETİŞİM  
YÖNTEMLERİYLE YORUMLANARAK, GÖRSEL İLETİŞİMDE  
HİKAYELEŞTİRME EĞİLİMİNİN SORGULANMASI

ÖZET

Tarih boyunca insanlık birbirinden farklı yaşayış biçimleri geliştirmiş, her toplum kendine özgü kültür yapıları inşa etmiştir. Bireyler ve topluluklar, bu kültürel yönelimler ışığında varlıklarını, çevrelerini ve dünyayı anlama yoluna gitmişlerdir. Deneyimler, öğretiler, düşünürlerin fikirleri, sanatçıların üretimleri ve efsanelerle birlikte birçok unsur toplum belleklerine zamanla işlenmiş ve bireylerin hayatını etkileyen birer kültürel kod halini almıştır. Günümüzde de etkileşimin daha hızlı ve aktif oluşuyla birlikte toplumlar hızla dönüşmektedir. Tüm bu dönüşümün ortasında, insanın iletişime geçme ihtiyacı varlığını korumaktadır. Gözü merkeze alan günümüz toplumlarında, görsel iletişim yöntemleri daha fazla tercih edilmektedir. Özellikle kendini doğru anlatma kaygısı içinde olan bireyler, markalar veya topluluklar; ortak kültürel kodlar aracılığıyla iletişime geçmeye çalışmaktadır. Anlatmak istediğini bu kodlara dokunarak görsel iletişim diline dökenlerin, karşısındakine ulaşmasının daha kolay ve etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Modern iletişim çalışmaları birçok duyguyu içinde barındıran kompleks yapılarla dönüşmektedir. Görsel iletişim çalışmalarındaki hikâyeleştirme eğilimi dikkat çekmekte, görsel iletişim tasarımcısının modern hikâye anlatıcıları olarak konumlanması önem kazanmaktadır. Bu bağlamda; özellikle Türkiye ve İran coğrafyalarındaki toplulukların belleklerinde önemli bir yere sahip olan Ömer Hayyam rubailerinin, günümüz görsel iletişim yöntemleriyle hikâyeleştirme uygulaması gerçekleştirilmiş ve görsel iletişimde hikâyeleştirme aşamaları incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** görsel iletişim, hikâyeleştirme, Ömer Hayyam, rubai, tasarımcı

RESEARCH OF NARRATION TREND IN VISUAL COMMUNICATION  
THROUGH INTERPRETING OMAR KHAYYAM'S RUBAIES WITH MODERN  
VISUAL COMMUNICATION METHODS

**ABSTRACT**

Throughout history, humanity has developed different ways of living and each society has built unique cultural structures. Individuals and communities have tried to understand their existence, environment and the world, in the light of these cultural trends. Experiences, teachings, ideas of thinkers, artists' productions and legends, along with many elements, have been processed in the memory of the society and have become cultural codes that affect the lives of the individuals. Today, societies are transforming rapidly with faster and more active interaction. In the midst of all this transformation, communication need still remains. In today's societies, visual is in the center and visual communication methods are more preferred. Individuals, brands or communities willing to express themselves properly; are trying to communicate through common cultural codes. It is getting easier and more effective for those who translate what they want to express into visual communication language by touching these codes.

Modern communication studies turn into complex structures that contain many emotions. The narrative tendency in visual communication studies draws attention, and the visual communication designers are positioning as modern storytellers. In this thesis study, the significance of storytelling in communication has been questioned by storytelling practice of rubaies written by Ömer Hayyam, who is an important figure in the memory of the communities in Turkish and Persian regions.

**Keywords:** visual communication, storytelling, Omar Khayyam, rubaie, designer

## İÇİNDEKİLER

<b>TEŞEKKÜR.....</b>	<b>i</b>
<b>ÖZET.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>İÇİNDEKİLER.....</b>	<b>iv</b>
<b>GÖRSELLER .....</b>	<b>vi</b>
<b>TABLolar.....</b>	<b>ix</b>
<b>KARE KODLAR .....</b>	<b>x</b>
<b>GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>1. GÖRSEL KÜLTÜR VE GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI .....</b>	<b>4</b>
1.1. Kültür .....	4
1.2. Görsel Kültür .....	6
1.2.1. Görsel Dil ve Görsel Gramer .....	9
1.2.2. Kültürlerarası Dil Farkı.....	11
1.3. Görsel Kültür ve Görsel İletişim Tasarımı .....	16
<b>2. HİKAYELEŞTİRME .....</b>	<b>18</b>
2.1. Hikâyeleştirme .....	18
2.1.1 Hikâyeleştirme Prensipleri.....	20
2.2. Görsel Hikâyeleştirme.....	26
<b>3. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA GÖRSEL HİKAYELEŞTİRME.....</b>	<b>29</b>
3.1. Görsel İletişim Tasarımı .....	29
3.2. Göstergebilim .....	33
3.3. Görsel İletişim Tasarımında Görsel Hikâyeleştirme.....	34
<b>4. YAZINSAL HİKAYELERİN GÖRSEL İLETİŞİM YÖNTEMLERİYLE GÖRSELLEŞTİRİLMESİ .....</b>	<b>40</b>
<b>5. ÖMER HAYYAM VE RUBAİLERİ.....</b>	<b>44</b>
5.1. Ömer Hayyam.....	44
5.2. Rubailer .....	45

<b>6. METODOLOJİ.....</b>	<b>47</b>
<b>7. ÖMER HAYYAM RUBAİLERİ ve GÜNÜMÜZ GÖRSEL İLETİŞİM YÖNTEMLERİ UYGULAMASI.....</b>	<b>53</b>
7.1. Hedef Kitlenin Tanımlanması.....	53
7.2. Ana Hikâye Örgüsü.....	54
7.3. Öğelerin Belirlenmesi .....	55
7.3.1. Rubailer ve Anlamın Yorumlanması .....	56
7.3.2. Karakter.....	64
7.3.3. Sinopsis .....	65
7.3.4. Senaryo .....	67
7.4. Görsel İletişim Tasarımı Uygulaması .....	68
7.4.1. Karakterlerin Tasarımı .....	69
7.4.2. Rubailerin Görselleştirilmesi .....	71
7.5. Projenin Sunulması .....	118
<b>8. SONUÇ.....</b>	<b>120</b>
<b>9. KAYNAKÇA.....</b>	<b>122</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>130</b>



## GÖRSELLER

<b>Görsel 1.</b> Kültür: Gördüğün sana nedenini söylemez (Parker, 1998, s. 165) .....	5
<b>Görsel 2.</b> Bir kültür modeli (Trompenaars & Hampden-Turner, 1997, s. 22).....	6
<b>Görsel 3.</b> "The Adoration of Magi" için Doğrusal Perspektif Çalışması, Leonardo Da Vinci, 1481. ( <a href="https://bit.ly/30ZRUhA">https://bit.ly/30ZRUhA</a> , 10.08.2020) .....	12
<b>Görsel 4.</b> Uzun Bir Çam ve Ölümsüz Taoist, Chen Hongshou, 1635 ( <a href="https://bit.ly/33ZTNwI">https://bit.ly/33ZTNwI</a> , 10.08.2020) .....	13
<b>Görsel 5.</b> Ciritçilerin Gösterileri, Levni, 1720 (Doğanay, 2017, s. 82).....	14
<b>Görsel 6.</b> McDonalds: Mangal Aşkına – Mangalburger ( <a href="https://bit.ly/3ka4K4j">https://bit.ly/3ka4K4j</a> , 17.07.2020).....	15
<b>Görsel 7.</b> İletişim Süreci (Lunenberg, 2010, s. 2) .....	16
<b>Görsel 8.</b> Marka Arketipleri (Mark & Pearson, 2001, s. 13).....	25
<b>Görsel 9.</b> Tipik Latin Haçı ( <a href="https://bit.ly/3fthj7k">https://bit.ly/3fthj7k</a> , 08.07.2020) .....	26
<b>Görsel 10.</b> Moda Evlilik, Sahne 1: Evlilik Sözleşmesi ( <a href="https://bit.ly/3445Edg">https://bit.ly/3445Edg</a> , 09.07.2020).....	27
<b>Görsel 11.</b> "Little Red Hiding Hood" İsimli İnteraktif Dijital Kitap Tanıtımından Bir Sahne ( <a href="https://bit.ly/30Whx2K">https://bit.ly/30Whx2K</a> , 09.08.2020) .....	28
<b>Görsel 12.</b> Luvice hiyeroglif yazısı ( <a href="https://bit.ly/39SBbjh">https://bit.ly/39SBbjh</a> , 16.05.2020).....	29
<b>Görsel 13.</b> İmge soyağacı (Mitchell, 1986, s. 10) .....	30
<b>Görsel 14.</b> Sık Kullanılan Emojiler ( <a href="https://bit.ly/33nKLJK">https://bit.ly/33nKLJK</a> ) .....	31
<b>Görsel 15.</b> Nike: Bizi Böyle Bilin, 2017. ( <a href="https://bit.ly/3armR1j">https://bit.ly/3armR1j</a> , 18.05.2019) .....	36
<b>Görsel 16.</b> Nike: Bizi Böyle Bilin, 2017. ( <a href="https://bit.ly/3armR1j">https://bit.ly/3armR1j</a> , 18.05.2019) .....	37
<b>Görsel 18.</b> Guillaume Apollinaire'nin "La mielleuse figue - C'est dans cette fleur - Et puis voici l'engin" İsimli Eseri (Agustin & Udasmoro, 2018, s. 61) .....	43
<b>Görsel 19.</b> Örnek Rubai İllüstrasyonu.....	51
<b>Görsel 20.</b> Örnek Rubai Animasyonu Sahneleri.....	52
<b>Görsel 21.</b> Görsel Hikâye Akışı.....	56
<b>Görsel 22.</b> Karakterlerin Karşıdan ve Yandan Görünüşleri .....	70

<b>Görsel 23.</b> 1. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	72
<b>Görsel 24.</b> 1. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	73
<b>Görsel 25.</b> 1. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	73
<b>Görsel 26.</b> 1. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	74
<b>Görsel 27.</b> 2. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	76
<b>Görsel 28.</b> 2. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	76
<b>Görsel 29.</b> 2. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	77
<b>Görsel 30.</b> 2. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	78
<b>Görsel 31.</b> 3. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	79
<b>Görsel 32.</b> 3. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	80
<b>Görsel 33.</b> 3. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	81
<b>Görsel 34.</b> 3. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	81
<b>Görsel 35.</b> Geçiş Sahnesi .....	83
<b>Görsel 36.</b> 4. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	85
<b>Görsel 37.</b> 4. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	85
<b>Görsel 38.</b> 4. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	86
<b>Görsel 39.</b> 4. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	86
<b>Görsel 40.</b> 4. Rubainin Görselleştirilmesi (5. Sahne).....	87
<b>Görsel 41.</b> 5. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	89
<b>Görsel 42.</b> 5. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	89
<b>Görsel 43.</b> 5. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	90
<b>Görsel 44.</b> 5. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	91
<b>Görsel 45.</b> 6. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	93
<b>Görsel 46.</b> 6. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	93
<b>Görsel 47.</b> Geçiş Sahnesi .....	95
<b>Görsel 48.</b> 7. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	97
<b>Görsel 49.</b> 7. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	97
<b>Görsel 50.</b> 7. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	98
<b>Görsel 51.</b> 7. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	99

<b>Görsel 52.</b> 8. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	100
<b>Görsel 53.</b> 8. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	101
<b>Görsel 54.</b> 8. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	101
<b>Görsel 55.</b> 8. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	102
<b>Görsel 56.</b> 9. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	104
<b>Görsel 57.</b> 9. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	104
<b>Görsel 58.</b> 9. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	105
<b>Görsel 59.</b> Geçiş Sahnesi (1. Sahne) .....	106
<b>Görsel 60.</b> Geçiş Sahnesi (2. Sahne) .....	107
<b>Görsel 61.</b> 10. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	109
<b>Görsel 62.</b> 10. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	109
<b>Görsel 63.</b> 10. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	110
<b>Görsel 64.</b> 10. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	111
<b>Görsel 65.</b> 11. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	112
<b>Görsel 66.</b> 11. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	113
<b>Görsel 67.</b> 11. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	114
<b>Görsel 68.</b> 11. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	114
<b>Görsel 69.</b> 12. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne).....	116
<b>Görsel 70.</b> 12. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne).....	117
<b>Görsel 71.</b> 12. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne).....	117
<b>Görsel 72.</b> 12. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne).....	118

## TABLolar

<b>Tablo 1.</b> İzence Şeması.....	3
<b>Tablo 2.</b> Nike reklam filminin gösteren-gösterilen ilişkisi.....	38
<b>Tablo 3.</b> Örnek rubai animasyonu gösteren-gösterilen ilişkisi .....	50
<b>Tablo 4.</b> Senaryo .....	67
<b>Tablo 4.</b> Senaryo (Devamı).....	68
<b>Tablo 5.</b> Karakterlerin Gösteren ve Gösterilen İlişkisi .....	69
<b>Tablo 6.</b> 1. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	71
<b>Tablo 7.</b> 2. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	75
<b>Tablo 8.</b> 3. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	79
<b>Tablo 9.</b> Geçiş Sahnesinin Gösteren Gösterilen İlişkisi .....	82
<b>Tablo 10.</b> 4. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	84
<b>Tablo 11.</b> 5. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	88
<b>Tablo 12.</b> 6. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	92
<b>Tablo 13.</b> Geçiş Sahnesinin Gösteren Gösterilen İlişkisi .....	94
<b>Tablo 14.</b> 7. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	96
<b>Tablo 15.</b> 8. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	100
<b>Tablo 16.</b> 9. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	103
<b>Tablo 17.</b> Geçiş Sahnesinin Gösteren Gösterilen İlişkisi .....	106
<b>Tablo 18.</b> 10. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	108
<b>Tablo 19.</b> 11. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	112
<b>Tablo 20.</b> 12. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi.....	115

## KARE KODLAR<sup>1</sup>

<b>Kare kod 1.</b> “Nike: Bizi Böyle Bilin” Reklam Filmi Bağlantısı ( <a href="https://bit.ly/2PRrVCC">https://bit.ly/2PRrVCC</a> , 18.05.2019).....	35
<b>Kare kod 2.</b> Örnek Rubai Animasyonu ( <a href="https://vimeo.com/425639373">https://vimeo.com/425639373</a> ).....	52
<b>Kare kod 3.</b> 1. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451109139/1bf80bceba">https://vimeo.com/451109139/1bf80bceba</a> ) .....	74
<b>Kare kod 4.</b> 2. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451109300/c6df06a80a">https://vimeo.com/451109300/c6df06a80a</a> ) .....	78
<b>Kare kod 5.</b> 3. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451109511/6c4dcd3626">https://vimeo.com/451109511/6c4dcd3626</a> ).....	82
<b>Kare kod 6.</b> Geçiş Sahnesinin Görsel İletişim Yöntemleriyle Uygulanması ( <a href="https://vimeo.com/451108931/7753d17c0f">https://vimeo.com/451108931/7753d17c0f</a> ).....	83
<b>Kare kod 7.</b> 4. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451109666/ee755c1953">https://vimeo.com/451109666/ee755c1953</a> ).....	87
<b>Kare kod 8.</b> 5. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451109903/65ad0af403">https://vimeo.com/451109903/65ad0af403</a> ) .....	91
<b>Kare kod 9.</b> 6. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451110038/00b39a829a">https://vimeo.com/451110038/00b39a829a</a> ).....	94
<b>Kare kod 10.</b> Geçiş Sahnesinin Görsel İletişim Yöntemleriyle Uygulanması ( <a href="https://vimeo.com/451109009/b479f99426">https://vimeo.com/451109009/b479f99426</a> ).....	95
<b>Kare kod 11.</b> 7. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451110114/1aafe12fde">https://vimeo.com/451110114/1aafe12fde</a> ) .....	99

---

<sup>1</sup> Kare Kodlar: Veri matrisi adı verilen, kare veya dikdörtgen formunda hazırlanan, iki boyutlu barkodun Türk diline yerleşmiş ismidir. Kare kodlar veri paylaşımını kolaylaştırmak ve sözü geçen ilgili web bağlantılarına akıllı cep telefonu yardımıyla ulaşılabilmesi amacıyla bu tez çalışmasına eklenmiştir. Kare kodları okutmak için; Ios işletim sistemine sahip telefonlarda mevcut olan Kamera uygulaması yardımıyla, Android cihazlarda ise <https://bit.ly/31W1x2z> adresindeki Google Lens uygulamasını indirip çalıştırarak, telefonun dahili kamerasını kullanabilirsiniz.

<b>Kare kod 12.</b> 8. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451110408/57a38620e9">https://vimeo.com/451110408/57a38620e9</a> ).....	102
<b>Kare kod 13.</b> 9. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451110643/97d007651b">https://vimeo.com/451110643/97d007651b</a> ) .....	105
<b>Kare kod 14.</b> Geçiş Sahnesinin Görsel İletişim Yöntemleriyle Uygulanması ( <a href="https://vimeo.com/451109045/24f5feb05c">https://vimeo.com/451109045/24f5feb05c</a> ).....	107
<b>Kare kod 15.</b> 10. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451110835/fcdefd0cbf">https://vimeo.com/451110835/fcdefd0cbf</a> ).....	111
<b>Kare kod 16.</b> 11. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451111010/e18d0b3dc9">https://vimeo.com/451111010/e18d0b3dc9</a> ).....	115
<b>Kare kod 17.</b> 12. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması ( <a href="https://vimeo.com/451111075/4c1fc71da3">https://vimeo.com/451111075/4c1fc71da3</a> ) .....	118
<b>Kare kod 17.</b> Birleştirilmiş Animasyon Videosu ( <a href="https://vimeo.com/451104149/7d05663500">https://vimeo.com/451104149/7d05663500</a> ) .....	119

## GİRİŞ

Yaşam koşullarına, görüşlerine, beklentilerine ve çevresine bağlı olarak insan; birçok kavramı anlamlandırmaya çalışmaktadır. Bu anlam arayışı dolaylı veya direkt olarak, insanın iletişim halinde ve sosyal olmasını, etkileşime geçebilmesini sağlamaktadır. Etkileşimler nedeniyle; farklı coğrafyalarda yaşayan, farklı koşullar içerisinde hayatta kalmaya çalışan topluluklar kendi yaşayış biçimleri geliştirmiştir. Yüzyıllar içerisinde kültür yapıları inşa etmişlerdir. Kültürel değerlerden beslenen göstergeler geliştirmiş, bu göstergeler etrafında günlük yaşantılarını sürdürmüşlerdir.

Kültürel değerlere bağlı olarak ortaya çıkan göstergeler arasında görsel kültür unsurları dikkat çekmektedir. Görünmez kültürel unsurların bir yansıması olarak değerlendirilmektedirler ve toplumların kültürel izlerini taşımaktadırlar. Özgün görsel dil yapıları ortaya çıkmakta, bu yapılara bağlı görseller üretilmekte ve alınılmaktadır. Sosyal bir varlık olan insanın hayatına, sözel ve yazınsal alandaki iletişimin yanı sıra, görsel dil aracılığıyla geliştirilen yeni iletişim metodları da eklenmektedir. Gözü merkeze alan bir yaşantıyı benimsedikçe görsel iletişim daha da öne çıkmaktadır. İnsanın günlük yaşamı neredeyse görsel iletişim odağında şekillenmekte, görsel unsur ve mesajlar niteliksel olduğu kadar niceliksel olarak da çeşitlenmektedir. Fakat bu artışla birlikte görsel iletişim çalışmalarına yoğun bir şekilde maruz kalınması, insanların duyarsızlaşmasına sebep olmaktadır. Görsel iletişim alanında çalışan profesyoneller, hedef kitlelerine ulaşabilmek, bilgi ve anlamı kayıpsız aktarabilmek amacıyla, yeni bir odak belirlemişlerdir: hikâyeleştirme.

İnsanlar tarih boyunca; hikâyeler, efsaneler ve farklı anlatılar aracılığıyla kültürlerini ve yaşam biçimlerini içinde buldukları topluluklara ve gelecek nesillere aktarma ihtiyacı hissetmişlerdir. Günlük yaşam ve teknoloji eski toplumlara göre çok büyük

farklılıklar gösterse de bu gelenek devam etmektedir. Bu aktarımın temelinde anlam yer almaktadır. Anlam aktarımını kayba yol açmadan daha etkili hale getirme çabası anlatı kavramını geliştirmiş ve insanlar bu anlam parçalarını hikâyeler aracılığıyla ulaştırma yoluna gitmişlerdir. İnsanın tarihsel sürecinin tümünü kapsayan anlatı geleneği bugün dahi varlığını sürdürmektedir.

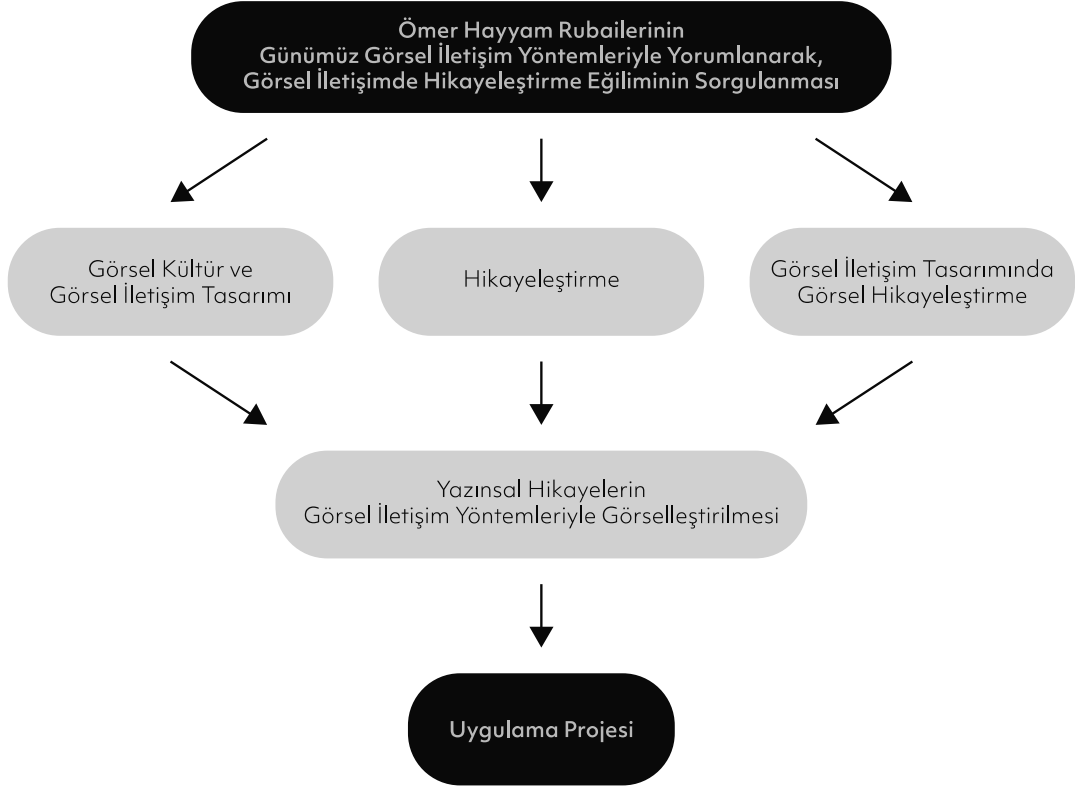
Görsel iletişimin odağı haline gelen hikâyeleştirme sayesinde hedef kitlenin verilen mesaja yönelmesi, onu benimsemesi ve yaratılan etkiye tepki vermesi daha kolay hale gelmektedir. Kitle iletişim çalışmalarında, belirlenen hedef kitlenin özelliklerine göre tasarlanan hikâyeler, göstergeleri daha güçlü ve anlam bütünlüğünü karşı tarafa mümkün olan en az kayıpla aktarmada başarılı olmaktadır. Bu yönelimin merkezinde yer alan görsel iletişim tasarımcıları, farklı disiplinlerden beslenen modern hikâye anlatıcısı olarak konumlanmaktadır.

Bu noktadan hareketle, kültürel bir öge olarak karşımıza çıkan hikâyeleştirmenin görsel iletişimde önemli bir yere ait oluşu, bu tez çalışması kapsamında literatür araştırması yöntemiyle incelenmiştir. Kişisel aile geçmişinden yola çıkarak Türkiye ve İran coğrafyasındaki kültürlere olan ilgin neticesinde öğrendiğim Ömer Hayyam rubaileri, teze bağlı uygulama çalışmasına ışık tutmuştur.

Bu bağlamda, birçok kültür üzerinde önemli etkisi olduğu bilinen Ömer Hayyam'ın rubai biçiminde kaleme aldığı eserler arasından seçilen rubailer, günümüz görsel iletişim yöntemleriyle hikâyeleştirilerek yorumlanmıştır. Uygulama projesinde izlenen adımların, yeni nesil iletişim yöntemi olarak karşımıza çıkan hikâye anlatıcılığına yönelen görsel iletişim tasarımcılarının yapacakları çalışmalara katkı sağlaması amaçlanmıştır. Tez çalışmasının tümü Tablo 1'deki izleniş şeması dâhilinde ortaya çıkmış, literatür araştırması ile elde edilen yöntemler uygulama projesindeki yöntemleri belirlemede etkili olmuştur.



**Tablo 1. İzlençe Şeması**



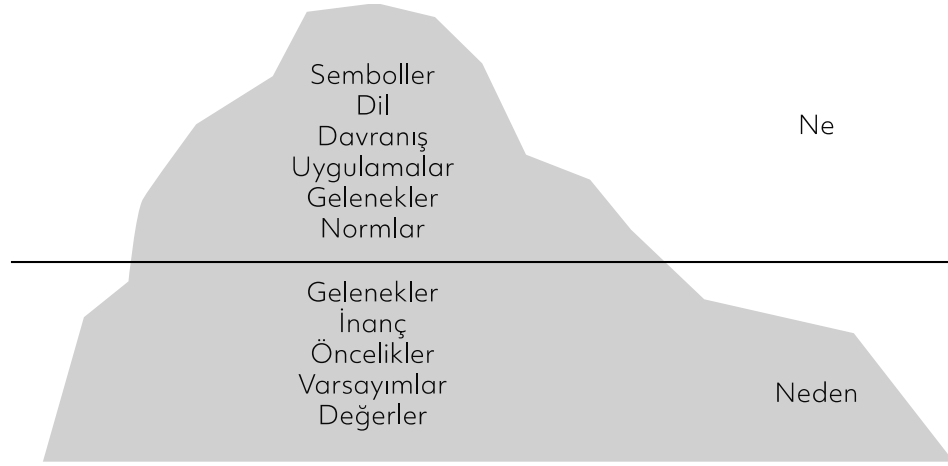
# 1. GÖRSEL KÜLTÜR VE GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI

## 1.1. Kültür

Toplumlar var oldukları ilk dönemlerden bu yana hayatları boyunca karşılaştıkları birçok unsura göre yaşam biçimi geliştirmiş, günlük alışkanlıklarına farklı refleksler eklemişlerdir. Kültür; tüm bu alışkanlıkları, değer yargılarını, bakış açılarını, korkuları ve efsaneleri içinde barındıran ve birçok şekilde tanımlanmaya çalışılmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

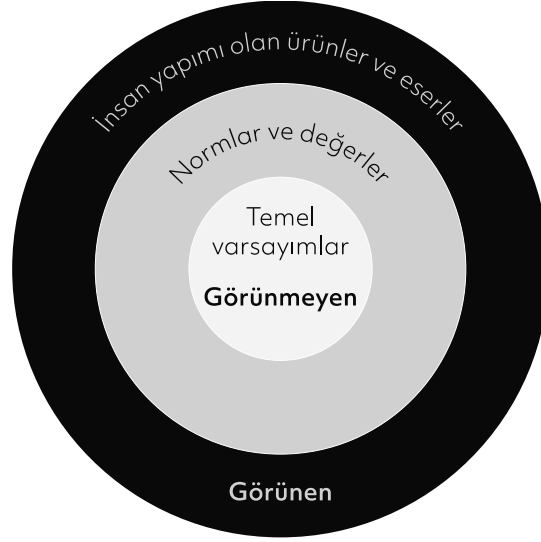
Alfred Kroeber ve Clyde Kluckhohn “Kültür: Kavram ve Tanımların Eleştirel İncelenmesi” isimli çalışmalarında türetilen birçok kültür kavramının tanımlamasına yer vermişlerdir. Bu tanımlar ışığında Kluckhohn ve Kroeber’e göre kültür; görünen ve görünmeyen örüntülerden, insanların ürettiği semboller vasıtasıyla edinilen ve aktarılan davranışlardan oluşmaktadır. Kültürün temelinde geleneksel olanlar ve geleneksel anlayışa bağlı değerler yer almaktadır. Kültürel yapıların, eylem ürünlerini ve aynı zamanda eylemin koşullarını içinde barındırdığı anlaşılmaktadır (1952, s. 181).

Tanımlar, bakılan perspektife ve tanımlayanın uzmanlığının bulunduğu disipline göre farklılıklar gösterse de kültür, görünen ve görünmeyen olarak iki kısımda incelenebilmektedir. Kültür yapısını bir buzdağına benzeterek tanımlayan Barbara Parker’a göre, insanların doğaya bıraktığı tüm izler ve ürettiği tüm yapay ürünler kültürün köklerine dair fikir vermektedir. Görsel 1’de resmedildiği gibi; görünmeyen ve kültürün altyapısını oluşturan asıl normlara, değerlere, temel varsayımlara ve inancın/geleneklerin yön verdiği davranış biçimlerine; ancak görünen kültür öğeleri vasıtasıyla ulaşmak mümkündür (1998, s. 166).



**Görsel 1.** Kültür: Gördüğün sana nedenini söylemez (Parker, 1998, s. 165)

Modern dönem kültür araştırmacılarından Charles Hampden-Turner (1934) ve Fons Trompenaars (1953) önerdikleri katmanlı kültür modeliyle görünen ve görünmeyen kültür unsurlarını incelemişlerdir. Hampden-Turner ve Trompenaars'a göre, Görsel 2'de gösterildiği şekliyle kültür yapısı üç katmandan oluşmaktadır. Dış kısımda; sanat eserleri, anıtlar, binalar, tarımcılık faaliyetleri, moda, yemek ve dil gibi görünen/açık kültür unsurları yer almaktadır. Bu katmandaki insan yapımı ürünler ve eserler, daha derin katmanlardaki kültür unsurlarını sembolize etmektedir. Orta katmanda, toplum içindeki ortak anlayışı/görüşü temsil eden normlar ve "iyi-kötü"yü belirleyen değerler yer almaktadır. Görünmeyen/kapalı kültür unsurları ise iç katmanda işlenmiştir. Toplumların buldukları çevre koşullarına göre hayatta kalma/var olma iç güdülerine bağlı yıllar içinde gelişen ve alışkanlık haline gelen davranış biçimlerinden söz edilmektedir. Temel varsayımlar; toplumların buldukları coğrafyaya, yaşam koşullarına, algılama biçimlerine göre çağlar boyu gelişmiş ve kültür farklarını oluşturmuştur. Bu bağlamda görünen kültür öğeleri, toplumların kültürlerinin temeline inme şansı yaratmaktadır (1953, s. 20-24).



**Görsel 2.** Bir kültür modeli (Trompenaars & Hampden-Turner, 1997, s. 22)

Toplum yapıları farklılaştıkça görünmeyen kültür öğeleri değişmekte, bu değişimler de görünen kültür unsurlarını toplumlara özgü hale getirmektedir. Toplamların kültürüne ait alt katmanlara ulaşmak için görünen kültür öğeleri incelenmekte, insan gruplarının iletişimindeki ve geleneklerindeki temel varsayımlara ulaşmak için görsel kültür çalışmalarına başvurulmaktadır.

## 1.2. Görsel Kültür

İnsan, çevresini ve kendini algılama pratiklerini ilk önce görme duyusuyla öğrenmiştir. Ardından tanımlamak, anlatmak için sözlü ifadeyi tercih etse de gördüğü olgunun ona olan etkisine sözlü olan ulaşamamıştır (Berger, 2010, s. 7-8). Bu noktadan yola çıkıldığında farklı dönemlerdeki çevresel faktörlerin ve insan yapısının kesişimi ile oluşan kültürel yapıların, görme eylemiyle önemli bir etkileşim halinde olduğu anlaşılmaktadır.

Görsel olan, Malcolm Barnard'ın "Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür" adlı kitabındaki düşüncesine göre ele alındığında; insan kaynaklı olarak ortaya çıkan ve belli bir amaca hizmet eden; iletişime, işleve ve aynı zamanda estetiğe dair kaygı taşıyan her türlü olgu olduğu görülmektedir (Barnard, 2010, s. 34). Bu tanımdaki en önemli nokta görselin insan eliyle üretilmiş olmasına dair tanımlamadır. Görsel olguyu yaratan insan, aynı zamanda farklı bireyler tarafından oluşturulan görsellerle

etkileşime geçmektedir; hem etken, hem de edilgendir. Bu etkileşim sadece görme eylemine de bağlı değildir. Gören bireyin düşünce yapısı, yaşadıkları ve inandıkları görme biçimini etkilemektedir (Berger, 2010, s. 8). Böylece görsel olanın kültürel bir olgu olarak sorgulanması kaçınılmaz hale gelmektedir. İnsan eliyle üretilmiş, içinde bir anlam barındıran veya anlam yüklenebilen öğeler birer imge olarak insanın günlük yaşamına etki eder durumda karşımıza çıkmaktadır.

Günümüz toplumlarının da sürekli olarak görsel etki altında olduğu anlaşılmaktadır. Yazılı olan, her dönemde anlama dayalı söylemin geliştirilmesinde etkili olsa da görsel olanın toplum üzerindeki etkisi modernleşmeyle birlikte iyice artmıştır. Görselin bu ölçüde etkili oluşu da “göz merkezli” (ocularcentrism) kitlelerin oluşmasına katkıda bulunmuştur (Rose, 2001, s. 7). Şüphesiz ki bu dönüşümün en büyük etkenlerinden biri teknolojinin ivmelenerek gelişimi ve kitlelerin çok büyük bir hızla birbiriyle etkileşime geçme ihtiyacıdır. Tüm bu gelişimin, değişimin ve etkinin odağına özne ve nesne olarak insanı almak kaçınılmazdır (Türkkan, 2008, s. 1). İnsan, kavram ve anlam bütünlüğünü, bilgiyle birlikte birçok veriyi görsel olarak daha hızlı ortaya koymaktadır. Görsel; çok katmanlı anlam taşıyabilmesi, evrensel bir kavram oluşu ve bu anlamlar arasında hiyerarşik bir yapı kurgulandığında anlam yönergesinin oluşabilmesi ile tüm dünyada gözü odak noktası haline getirmiştir.

Bu odak altında görsel kültür kavramı ortaya çıkmış ve disiplinler arası bir yaklaşım olarak yirminci yüzyıl içerisinde insan hayatına girmiştir. İsmail Özgür Soğancı'ya göre görsel kültür, insan eliyle üretilmiştir ve sanatla ilgili olsun olmasın tüm imgeleri odağında tutmaktadır. Görseller ise görsel kültür kavramının asıl malzemesidir. Duvar resimleri, tüm prodüksiyon çalışmaları, folklorik ve mimari görseller dahi her türlü öge görsel ürün olarak görsel kültürün çatısı altında toplanmaktadır. İnsan ve toplumu daha etkin bir şekilde anlayabilmek açısından görsel tüm ürünler görsel kültür birikiminin özenle incelenmesi gereken bir unsur olarak ele alınmalıdır. Bu bağlamda görsel kültür, hem bir birikime hem de insanı odağına alarak onu anlamlandırmaya yönelik bir yaklaşıma karşılık gelmektedir. Kaçınılmaz olarak tarihiyle birlikte ve daha çok göstergebilim, sosyoloji ve antropoloji etkisinde, disiplinler arası bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (2011, s. 72).

Görsel kültür çalışmaları kapsamında imgelerin hangi amaç ve anlam doğrultusunda üretildiği, hangi yollarla insanlara ulaştığı ve ne tip anlamlara geldiği sorgulanmaktadır. Paul Duncum'un aktarımına göre, görsel kültür alanındaki çalışmalarıyla öne çıkmış Raymond Williams (1921-1988) ve Nicholas Mirzoeff (1962), görsel kültür kavramının yüksek kültüre dair bir kavram olmadığını, günlük bir kavram olduğunu ve insanların sıradan hayatlarında dahi var olduğundan bahsetmektedir. İnsan hayatına dair olan ve görüntüsü haricinde farklı kültürel kodları, anlamları, düşünce ve duyguları da temsil eden imgeler görsel kültür çalışmalarının odağındadır. Görsel kültürün etkisiyle okuryazarlık eğitimlerinin alışagelmış yöntemlerinde dahi değişiklik yaşanmaktadır. Anlam oluşturma aşamalarında süregelen sözcüğe odaklılık; işitsel, davranışsal ve görsel niteliklere göre değişim göstermektedir (2001, s. 101-102). Bu bağlamda görsel kültür sadece yeni bakış açılarının geliştirilmesini değil, aynı zamanda yeni ve farklı düşünme modellerini de savunmaktadır. Kültürel anlamları oluşturmada, demografiyi incelemede, estetik değerlere ulaşmada ve iktidar ilişkilerinin belirlenme aşamalarında imgeyi merkezde tutmaktadır. Görseli izleyen bireye özgü özelliklerle birlikte işitselin, mekânın ve imgenin tüm katmanlarının çözümlenmesini ve bundan bir anlam çıkarılmasını kapsayacak şekilde bir çalışma alanına sahiptir (Akay, 2007, s. 11-13).

Görsel kültür; üretim, tüketim ve dönüşüme katkı sağlarken, toplumun yapılanmasında ve farklı toplumsal grupların kendilerini oluşturmasında rolü olan önemli bir ögedir. Bu yapı sayesinde toplumsal gruplar, kurumlar, uygulama biçimleri, nesnelere ve inançlar yeniden üretilebilmektedir (Barnard, 2010, s. 248-249). Belki de görünmez kültür öğelerinin yeniden oluşturulması, türetilmesi görsel kültür üretimleri sayesinde mümkün olabilmektedir.

Yapılan çalışmalar sonucunda görülmüştür ki görsellerin yansıttığı veya oluşturduğu farklı alt anlamlara ulaşmak amacıyla görsel okuma ve yazma kavramı önem kazanmıştır. Görsellerin sureti ardındaki anlamlara ulaşma eğilimleri, görsel dil ve görsel gramer kavramını ortaya çıkarmıştır.

### 1.2.1. Görsel Dil ve Görsel Gramer

Farklı kültür gruplarının eski dönemlere göre daha kolay ve sık etkileşime girmesi, teknolojinin ve iletişim olanaklarının ivmelenerek gelişmesi, birçok yeni kavramı insan hayatına sokmuştur. İletişim alanında da insanların bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde, kolektif olarak sentez bir dil yarattığı gerçeği kendini göstermektedir. Görsel dil, diğer dillerin oluşumunda olduğu gibi onu yaratan ve konuşan/deneyimleyen insanlar ile birlikte doğal yollarla ortaya çıkan ve gelişimini sürdüren bir dil olarak görülmektedir. Metin yoluyla ifade edilmesi zor olan, karmaşık, çok katmanlı bilgi ve anlamı taşıyabilme/aktarabilme gereksinimi sonucu ortaya çıkmıştır. Kültür yapılarının, insan gruplarının kendi alanlarında binlerce yıldır geliştirdiği ifade biçimleri bir araya gelmekte ve görsel dili beslemektedir (Horn, 1998, s. 5).

Görsel dil, toplu bilinç oluşturma, bu bilinç sayesinde olguları ve insanları bir araya getirme potansiyeline, bilgiyi ve anlamı en etkili şekilde yayma özelliklerine sahip bir iletişim aracı olarak yaşamımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu sayede insanlar aktarmak istediklerini somut bir halde, nesne formunda dışa vurabilmektedir. Neredeyse tüm diğer iletişim araçlarına göre daha geniş ve derin anlamlarla, çok katmanlı bir şekilde durum ve fikirler aktarılabilmektedir (Kepes, 1969, s. 13).

Modern dönemle birlikte insanlar bu aktarım ihtiyacına bağlı olarak görsel üretme yoluna daha çok başvurmuştur. Sibel Avcı Tuğal, 20. yüzyılla birlikte yaşanan değişimi şu şekilde aktarmaktadır:

“20. yüzyılda geliştirilen teknolojik araçlar yaratma, iletme ve alımlama aşamalarını geliştirerek görsel algının önemini ortaya koymuştur. İnsan 20. yüzyılla birlikte hızla yeni bir görme sistemine girmiş ve mekanikleşen, elektronikleşen aynı zamanda sanallaşan görme biçimine alışmaya başlamıştır. Bu görme biçimine alışmada en önemli etkenlerden biri olan bilgisayarda oluşturulan görüntü yapıları sanal yapılardır.” (Avcı Tuğal, 2018, s. 71)

Jean Baudrillard’a göre de her şey bir gösterge sanayisine dönüşmektedir. Tüm dünyanın estetikleşmesi, en sıradan şeylerin bile estetik hal alarak kültürelleşmesi, görsel bir hal alması; reklamlar, medya ve görüntüler ile gerçekleşmektedir. Düzen artık görüntüsel olana göre işlemektedir (Baudrillard, 2016, s. 22). Görsel odaklı

toplumların yapılarını kavrama, iletişim biçimlerini inceleme ve aynı zamanda bu yapılara müdahale etmenin yolunun görseli iyi okuma ve yazma olduğu açıktır.

Görsel okuryazarlık, adından da anlaşılacağı gibi, bir görüntü biçiminde sunulan bilgileri yorumlama, müzakere etme ve anlamlandırma yeteneğini ifade eder. Banu İnanç Uyan Dur'un aktarımına göre, görsel okuryazarlık alanında görsel gramer kavramını ilk olarak ortaya atan Gunther Kress (1940-2019) ve Theo van Leeuwen (1947), "Görselleri Okumak: Görsel Tasarımın Grameri" adlı çalışmalarında imgeler üzerinde çalışırken görsel gramerin anlamı yapılandırmada önemli bir rol oynamakta olduğundan bahsetmektedirler. Tüm dünyada geçerli bir görsel dilbilgisi olmadığı, her kültürün kendi görsel diline ve dolayısıyla görsel dilbilgisine sahip olduğu bu çalışma kapsamında görülmektedir (2015, s. 15260-15261).

Konrad Chmielecki'ye göre, Roland Barthes'ın (195-1980) göstergebilimsel yaklaşımı, "görsel dil" tanımlamasını bir anlamda sorgulamaktadır. Çünkü bu tanımın görsele, kendi varlığının aksine dil ile anlatılan bir olgunun göstereni olma özelliği yüklediğini düşünmektedir. Görsel aynı zamanda sözel bir düşüncenin yazıya dökülmüş haline ve sözel dilde anlatılacak bir boyuta indirgenememektedir. Bu durum görsel dilin özerk bir biçimde, diğer dillerden bağımsız bir yapıda ele alınması gerekliliğini doğurmuştur (2015, s. 105).

Görsel dil oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla "Visual Grammar" adlı kitabı yazan Christian Leborg'a göre, görsel kavramların bilgisi genellikle duyu organları vasıtasıyla, fiziksel etkileşimle edinilmektedir. Yaratma sürecinin öncesinde ve sonrasında sözel dilin işlevinin bulunduğu alanlar vardır. Neyin yaratılacağına ve yaratıldığına dair yaklaşımlar yaratıcı süreci de etkilemekte, bu süreci tanımlayacak bir dile sahip olduğunda düşünce yapısı dahi değişmektedir. Görsel gramer; farklı dillerde olduğu gibi görsel dildeki temel unsurları tanımlamak, kalıpları oluşturmak, kalıpların işlevlerini ortaya çıkarmak ve bu görsel sistemin bağımsız unsurları arasındaki ilişkiyi anlamak açısından önem arz etmektedir (2006, s. 5).



### 1.2.2. Kùltùrlerarası Dil Farkı

Toplumların içinde yaşadıkları mikro dünyaya göre şekillenen yapıları, kùltürlerini kendilerine özgü biçimde dönüştürmüştür. Her toplum, kendi ürettiği göstergeler vasıtasıyla kùltürlerinin köklerine dair ipuçlarını somut hale getirmiştir.

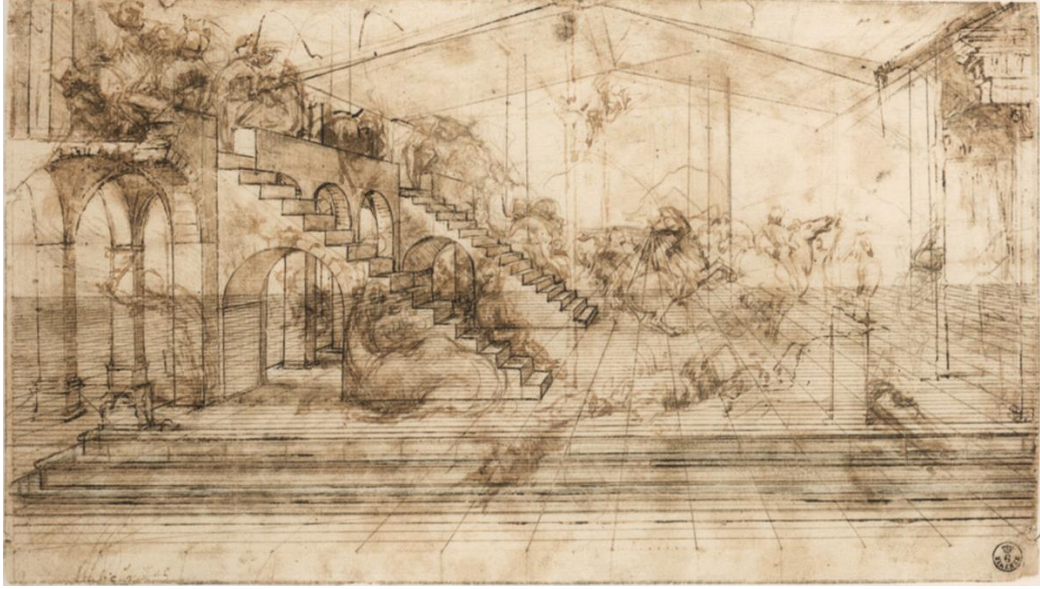
Kùltürlerdeki farklılıklar da kaçınılmaz olarak göstergelerde farklılık yaratmış, konuşulan dil özelinde olduğu gibi görsel dilde de kùltürlere özgü farklılıklar ortaya çıkmıştır.

Uyan Dur'a göre kùltürlerin görünmez ögeleri, görünen kùltür yapılarının içinde görülebilmektedir. Baskın kùltürlerin etkisinin görsel dili etkilediği görülse de bu etki belirli bir boyutta kalmaktadır. İnsanlar tarafından üretilen görsel kùltür ögelerinin her zaman yerel kùltüre ait değerlerden etkilendiği görülmektedir. Bu etki kùltürler arasındaki görsel dilde de farklılıklar yaratmaktadır. Özellikle bu alanlarda yapılan çalışmalar batı-doğu farkını ortaya koymaktadır. Batının asimetri, karşıtlık yapısı üzerine kurulu anlambilimsel tasarım anlayışı yalın bir mantıksal çizgiyi izlemektedir. Doğuda ise genellikle merkezi kompozisyonlar öne çıkarken çok katmanlı yapılar arasında anlambilimsel ilişkiler söz konusudur. Bu bağlamda görsel dildeki farklılıklar onları yaratan ve okuyan kişiler özelinde değişmekte ve bu farklılıkların analizleri de toplumdaki farklılıklar dikkate alınarak yapılmaktadır (2015, s. 15263-15266).

Alev Fatoş Parsa'nın anlatımıyla, görsel diller arasındaki farklılıklar, yazılan ve konuşulan dillerdeki ayrımlara benzer biçimde okunabilmektedir. İmge diline uygulanan kodların farklılık göstermesi birçok farklı kùltürde ve alt kùltürde görülebilmektedir. Batılı toplumlarda, ülkelerin çeşitli bölgelerinde, çeşitli demografik kriterlere göre farklılık ortaya çıkabilmektedir (2007, s. 114).

Batılı toplumlarda özellikle Rönesans'la birlikte görsel sanatlarda, görünen gerçekliğe yönelimle birlikte analitik çözümlemeler gelişmiş ve bu sayede uzamsal ilişkiler göz önüne serilmiştir. Tam olarak gördüğümüz gerçekliğe yaklaşmaya çalışan Batı görsel algısı, geliştirilen perspektif sistemleriyle bir üç boyut yanılması yaratmıştır (Görsel 3). Fakat tam olarak gözün görme analitiği bu şekilde olmadığı için soyutlamalar üzerinden bir görsel kùltür yapısı ortaya çıkmıştır. Çin

coğrafyasındaki ressamın ise bu tür kaygılardan uzak olduğu gör÷lmektedir (Görsel 4). Matematiksel bir yaklaşım yerine obje ve süjenin; insan, doğa ve evrenin dinamik etkileşimine odaklanmışlardır (Bao, ve diğeri, 2016, s. 2).



**Görsel 3.** "The Adoration of Magi" için Doğrusal Perspektif Çalışması, Leonardo Da Vinci, 1481.  
(<https://bit.ly/30ZRUA>, 10.08.2020)



**Görsel 4.** Uzun Bir Çam ve Ölümsüz Taoist, Chen Hongshou, 1635  
(<https://bit.ly/33ZTNwI>, 10.08.2020)

Bu farklılıklar daha önce bahsedildiği gibi görünmez/örtük kültürel öğelerin farklılıklarından, toplumsal yapı ve inanışların tümünden kaynaklanmaktadır. Anadolu coğrafyasında yüzyıllarca hüküm sürmüş Osmanlı sanatına baktığımızda dini etkilerin sanat anlayışını ve görsel kültür öğelerini farklılaştırdığını görmekteyiz. İslam coğrafyasında dönem dönem gerçeğe yakın tasvirlerin yasaklanması veya bu tasvirlerle iyi bakılmaması gerçeğine rağmen Osmanlı'da sanata ayrıca önem verildiği, sarayın ve padişahların birçok alanda sanatsal faaliyetlere yön verdiği bilinmektedir (İlden, 2012, s. 69) Bu coğrafyanın kültürel yapısı doğrultusunda Geleneksel Türk Sanatları gelişmiş; minyatür, hat, ebru gibi geleneksel sanat alanlarında önemli eserler ortaya çıkmıştır (Görsel 5).

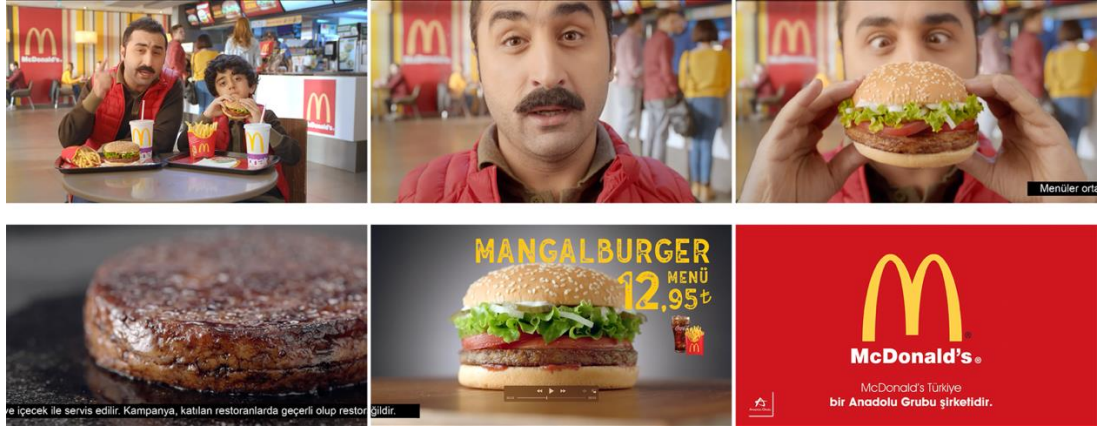


**Görsel 5.** Ciritçilerin Gösterileri, Levni, 1720 (Doğanay, 2017, s. 82)

Kültürlerdeki farklılıklar, insan gruplarının birbiriyle olan etkileşimi artıkça dönüşmeye başlamış ve görünmez unsurların dahi birbirinden etkilenen toplumlarda değişimlere uğramasına neden olmuştur. Bu değişim ve dönüşümün görsel kültüre, dolayısıyla görsel dile etkisi giderek artmıştır. Özellikle modern dönem toplumlarının iletişiminin hiç olmadığı kadar artması, küreselleşme ve iletişim araçlarının çeşitlenmesi bu etkileşimi üst düzeye çıkarmıştır. Endüstrilerin de bu alanda rolü önemlidir. Farklı kültürlere ait öğelerin bir araya gelmesi günlük hayatta daha çok görünür hale gelmiştir. Yerel kültürlerde doğan markaların küresel ölçekte bilinir olmasıyla ve bu markaların son yıllardaki iletişim stratejilerinin de farklılıklar göstermesiyle bu etkileşim iyice artmıştır. Baskın kültürler içerisinde tutunabilen veya bu kültürler içerisinde doğan şirketler, küresel piyasalardan pay alabilmek ve farklı bölgelerdeki yerel halkla iletişime geçebilmek amacıyla yerel kültür unsurlarını iletişimlerine dahil etmişler ve bu şekilde melez/sentez bir görsel dil yaratmışlardır. Görsel 6’da görüldüğü üzere Amerika’da kurulan, hızlı yeme



alışkanlığının artmasıyla yemek kültürüne dahil olan ve birçok sinema filminde ve diziye konu olmasıyla Amerika kültürüne ait bir unsur haline gelen McDonald's markası son yıllardaki yerelleşme stratejileri kapsamında ürünlerine farklı coğrafyaların kültürüne dair seçenekler eklemiş ve bu ürünlerin yine yerel görsel dil unsurlarıyla iletişimini yapma yoluna gitmiştir.



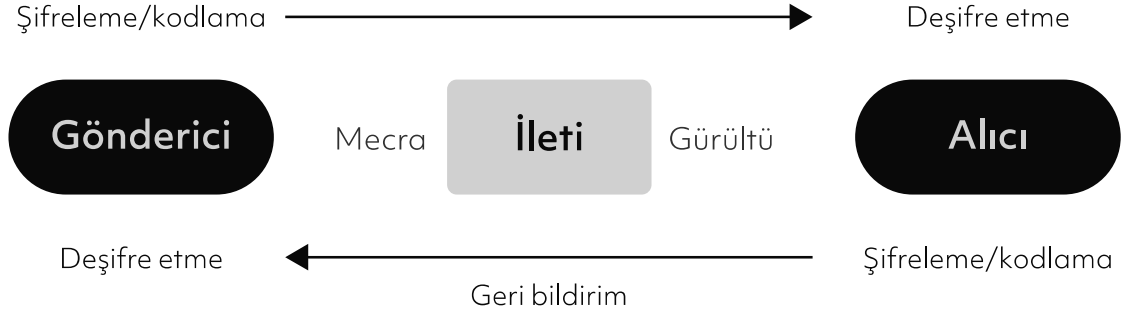
**Görsel 6.** McDonalds: Mangal Aşkına – Mangalburger (<https://bit.ly/3ka4K4j>, 17.07.2020)

Bu örnekte olduğu gibi küresel markalar, yaygın bir şekilde yerel kültürel unsurları kullanmaktadır. Bu unsurların kullanımının hedeflenen gruplardaki tüketicilerin markaya karşı negatif tepkileri azalmakta, farklı kültüre ait olguları taşıyan markaya karşı toleransı artmaktadır. Markaların bu kültüre ait kavramları olumlu bir şekilde tasvir etmesi ve sahiplenmesi, tüketicilerin pozitif reaksiyon göstermesini sağlamaktadır (Chiu, Keh, Kreuzbauer, & Li, 2020, s. 64).

Görsel dilde, konuşma dilinde olduğu gibi melez yapılar oluşmaktadır. Baskın kültürün görsel dil unsurları yerele uyum sağlamakta, yerel unsurlar ise yabancı kültürlerle daha kolay eklemlenebilmektedir. Görsel dil etkileşimlerinin günümüzde daha çok iletişim odağında şekillendiği görülmektedir. Görselin her alanda kontrolü ele geçirmiş olması, her gün insanların bulunduğu toplumdan bağımsız olarak görsel saldırı altında oluşu ve bu görsellerin genellikle iletişim amacıyla kurgulanması görsel kültür ve görsel iletişim tasarımını neredeyse her alanda kesiştirmektedir.

### 1.3. Görsel Kültür ve Görsel İletişim Tasarımı

İletişim kavramını ele aldığımızda ister istemez bir tür etkileşim sürecinden bahsetmemiz gerekmektedir. İletişim bir bilgi verme ve alma sürecidir. Genellikle bilgiyi veren ve alan olmak üzere iki taraf söz konusudur ve bilginin verilmesiyle birlikte iletişim süreci (Görsel 7) başlamaktadır.



**Görsel 7.** İletişim Süreci (Lunenberg, 2010, s. 2)

İletişim çalışmalarının asıl konusu, iletişim sürecindeki anlam kayıplarını en aza indirerek, gönderici tarafından kodlarla şifrelenmiş bilginin, anlamın veya mesajın alıcıya doğru bir şekilde ulaşmasını sağlamaktır.

Fred Lunenberg'in aktarımına göre, tanım gereği "gönderici"; kendinde bulunan bilgiyi, düşüncüyü veya anlamı iletme arzusunda olan taraftır. Gönderici hangi şekilde ve mecra da mesajını iletmeyi düşünüyorsa yönetime uygun bir şekilde şifreleme veya kodlama yoluna gitmektedir. Mecraya ve dönemine uygun olacak şekilde sembolik ifadeler, yazı, şekil, imge, ses gibi birçok formda bu bilgi iletinin kendisi haline getirilmekte ve diğer tarafa aktarılmaktadır. İletiyi alan taraf ise "alıcı" olarak tanımlanmaktadır. Alıcının gönderici tarafından iletilen anlama ve bilgiye ulaşabilmesi için ise iletiyi deşifre etmesi, kodlarını çözümülemesi gerekmektedir. İletişim süreci birçok şekilde seyredebilmektedir; yüz yüze, telefonla, internet üzerinden, basılı mecralarda veya iletişim teknolojisinin el verdiği farklı birçok mecra da iletişim süreci gerçekleşebilmektedir. Bu mecra yardımıyla taşınan mesajın alıcı tarafından göndericinin iletmek istediği anlam çözümlemesinin yapılabilmesine engel teşkil edebilecek "gürültü" denen etkilere maruz kaldığı görülmektedir. Mesaja farklı noktalardan bakmak, duygular, dil ile alakalı engeller, farklı geçmişlerden

gelinmesine bağlı olarak farklı yargılar geliştirmek gibi etkenler mesajın doğru anlamlandırılmasını etkilemektedir. Alıcının gönderilen şifreli iletiyi çözümlemesinin ardından göndericiye “geri bildirimde” bulunması, bilginin alındığına ve anlamlandırıldığına dair bir bilginin alıcı tarafından göndericiye iletilmesiyle olmaktadır. Bu süreç bir döngü haline geldiğinde tüm süreç bir karşılıklı iletişim sürecine dönüşmektedir (2010, s. 1-2).

Gönderilen kodlanmış bilgi aynı zamanda karşı tarafla paylaşılan bir öge olarak karşımıza çıkmaktadır. Paylaşılması ile birlikte artık göndericinin sahip olduğu bir unsur olmaktan çıkmakta ve artık iki tarafın ortağı olduğu bir kavrama dönüşmektedir. İnsan tarafından üretilmiş ve insan veya topluluklar tarafından anlamlandırılmıştır. Dolayısıyla artık kültürel bir varlık olarak değerlendirilebilmektedir.

Günümüz insanının içinde bulunduğu ağ, görsel olanın hkimiyeti altında devam etmektedir. Berger’e göre, tüm insanlık ve ona bağlı olan kültür yapıları zihinsel, entelektüel ve duysal olarak görsel etki altındadır. Bu bağlamda görsel egemenlik iletişime de etki etmektedir, insanlar yazın dilinden çok imgeler aracılığıyla iletişim kurmakta, anılarını dahi görüntüyle kayıt altına almaktadır (2010, s. 32).

Görsel iletişimin genel yapısı görsel kültürün etkisi altında mecra bağımsız olarak devam etmekte, insanların anlamlandırmaya çalıştıkları bilgi bütününü bu kültür birikimi ışığında değerlendirilmektedir. İletişimin konusu olarak çalışılan şifreleme ve anlamlandırma süreçleri görsel kültür gibi birden çok disiplinden beslenen yapılar ile birlikte incelendiğinde, görsel iletişim alanının modern toplum anlayışı ile birlikte iyice önem kazanması kaçınılmaz hale gelmektedir.

Görsel iletişimde ise, mesajların görsel kültürel kodları odağında çalışıldığı görülmektedir. Bu kodlar vasıtasıyla hedef kitlenin aşına olduğu görsel dile ve hayat hikâyesine uygun, bulunduğu kültüre ait ögelerin yansımalarının görülebildiği iletişim çalışmaları gerçekleştirilmektedir.

## 2. HİKAYELEŞTİRME

### 2.1. Hikâyeleştirme

İnsanlık var olduğundan bu yana hikâyeler; farklı form ve şekillerde, gerçeğe dair veya kurgusal olayların aktarılması amacı taşıyan kavramlar olarak insanların hayatlarında, kültürlerinde yer almıştır. Semboller, kahramanlar, toplulukların ritüelleri ve değerleri gibi ayrıntılarla hikâyelerin etkisi artmış, duygusal içerikleriyle birlikte hayata dair örnek vermenin ötesine geçmiştir. Hikâyeyi oluşturan olgular hikâye dinleyicisinin zihninde büyümekte, gerçekten öte bir hacme ulaşmaktadır. Böylece hikâyeler, insanların düşüncelerini de tetikleyici bir işleve sahip olmaktadır, böylece gelişmekte ve olgunlaşmaktadır. Düşünen hikâye dinleyicisi bu tetiklemeyle birlikte iletişime geçmeye yatkın, hislerini analiz etmeye ve hikâye odağında kendi hayatındaki olasılıkları değerlendirmeye karşı hareket geçebilir bir hale gelebilmektedir.

Temelde hikâyelerin amacı dinleyicisine herhangi bir şey yapmasını söylemek olmasa da etkileri insanların kararlarını değiştirebilmesine neden olacak kadar güçlü olabilmektedir. Hikâyeyle veya hikâyenin içeriğinde yer alan bir karakterle kendini eşleştirebilen bir dinleyici, buradaki konu üzerinden kendi hayatına dair çıkarımlarda bulunabilmekte ve hayatını bu hikâyedeki kurguya göre şekillendirmek isteyebilmektedir. Bu bağlamda hikâyelerin insanlar üstünde çok büyük bir etkisi olduğu söylenebilmektedir (Simmons, 2012, s. 22-35).

Hikâyeler, etkileyici özellikleri sayesinde insanlar arasında yayılabilmektedir ve dilden dile aktarılabilmektedir. Bu durum, bireylerin ve toplumların aralarındaki iletişimde hikâyeyi, paylaşılan/ortak olarak kullanılan bir bilgi kaynağı haline getirmektedir. Hikâyeler, insan topluluklarının iletişime geçmesini sağlayan bir



aygıt işlevi görmektedir (Sanders, 2010, s. 22). Hikâyeler sayesinde toplumların yapıları, kültürel kodlarına dair bilgiler, davranış biçimleri, kitlesel kuralların bilgileri korunmaktadır ve hikâyeler bunların nesilden nesile aktarılmasına olanak tanımaktadır. İnsanların düşünsel var oluşunun devamlılığı için hikâyeler vazgeçilmez unsurlar olarak varlıklarını sürdürmektedir (Benjamin, 2006, s. 161).

Var olan bir gerçekliğin, her gün hemen herkesin yaşadığı olayların insanlar üzerinde çok düşük bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir ancak konuya, bilgiye farklı bir açıdan yaklaşmak, hikâyeyi oluşturan tüm içerik unsurlarını bu gerçekliğin içerisinde görünür kılmak, konuyu daha ilgi çekici bir hale getirmektedir. Sait Aytemur'a göre günlük, alışagelmış olanlar hikâyeler sayesinde sıra dışı hale gelmektedir. Hikâyeye sahip hayatlar akılda kalmaktadır ve dramatikleşen hayatlar hafızalarda yer etmektedir (2012, s. 102).

Alan Williams ve Alison Whybrow'un aktarımına göre, insan beyninin hikâyelere verdiği tepkiyi anlamak amacıyla Princeton Üniversitesi'nde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmaya göre hikâyeyeleştirilerek aktarılan bir konuya, araştırmadaki katılımcıların daha fazla ilgi gösterdiği, hikâyeyi benimseme eğilimlerinin arttığı görülmüş, hatta anlatılan hikâyenin kendi deneyimleriymiş gibi konuya dahil olduklarına dair yorum getirilmiştir (2013, s. 22).

Hikâyeler ve hikâye anlatıcılığı insanlık tarihinin büyük kısmında en etkili iletişim yöntemlerinden biri olmuştur. Her tarihsel süreçte, dönemde ve her topluluk tarafından kullanılmış, kültüre ait bir olgu olarak benimsenmiştir. Günümüzdeki reklamların dahi ortaçağdaki halk şair ve ozanlarının hikâye anlatıcılığından esinlendiği söylenebilmektedir (Hegarty, 2012, s. 83-84). Halkla ilişkilerde önemli bir işlevi yerine getiren hikâyeler sayesinde sivil toplum örgütleri ve markalar; reklam, imaj ve itibar yönetimi çalışmalarında kitleleri etkilemektedirler. Ayrıca siyasal alanda da politikacılar ve siyasi gruplar tarafından ikna yöntemlerini güçlendirmek adına hikâyeler önemli bir araç olarak görülmektedir.

Tüm bu alanlarda hikâyelere ihtiyaç duyulması ve toplulukların yüzyıllar boyunca geliştirdikleri kültürel olgulardaki anlatılar, hikâyelerin insanların yaşam biçimi içerisinde ne kadar önemli bir alanı doldurduğunu göstermektedir. İçinde her zaman

değişim, dönüşüm ve çözüme dair fikir ve söylem barındıran hikâyelerin birçok amacı olsa da seslendikleri insan grubunun hikâyede kendini bulabilmesi ve yaratılmış dünyanın içinde hissetmesi önem taşımaktadır. Hikâye anlatıcısı bir mesajı iletmek için, toplumların davranış biçimini belirlemek için, harekete geçirici etki yaratmak için hikâyelerden yararlanılabilmektedir. Değişim ve dönüşüm hikâyelerdeki ana unsurlardır ve amaç ne olursa olsun bu unsurlar odağında hikâyeler kurgulanmaktadır.

### **2.1.1 Hikâyeleştirme Prensipleri**

Robert McKee'nin (1941) tanımlamasına göre hikâye hayatın özünü oluşturmaktadır ve insanın yapmaya cesaretinin olmadığı eylemlerle ilgilidir (Aytemur, 2012, s. 11). Bu anlamda hikâyenin içerisindeki karakterlere ve okuyucusunun hayatlarına dair olma fakat hayatın kendisi olmama özelliğini taşıdığı sonucuna varılmaktadır.

Hikâye, hayata dair konuların ve koşulların sembolize edildiği bir formdur ve kurgu ürünüdür. Yaratıcısının geliştirdiği veya organik olarak gelişen bir düzene/yapıya bağlı olarak ilerlemektedir. Anlatılmak istenenin karşı tarafa eksiksiz ulaşabilmesi ve etkinin güçlü olabilmesi için senaryoya, karakterlere, bağlama ve anlatımsal bir bakış açısına ihtiyaç duyulmaktadır. Hikâye kurgulayıcısının hayal dünyasına ve yaratıcılığına bağlı olarak tasarlanan yapıyla birlikte tüm aşamalar modüler bir biçimde geliştirilmektedir (Legorburu & McColl, 2016, s. 31).

Hikâyeleştirmeye bir serüven, bir taşınım olarak ele alan araştırmacı Richard Gerrig'e göre hikâyeye etkileşim süreci bir ikna sürecidir. Hikâye ile temas sırasında gerçek dünyadan çıkıp hikâyedeki karakterlerin, mekânın ve olayların dünyasına girilmektedir. Bu gerçek dünyadan çıkış deneyimi sayesinde gerçek dünyayla olan bağlantının kaybolduğu görülmüş, buna bağlı olarak da kişinin hayatının da bu deneyimden etkilendiği anlaşılmıştır (1993, s. 10-12). Öz olarak tasarlanan hikâye yapıları insanları derinden etkilemekte ve büyülemektedir (Aytemur, 2012, s. 31-41).

İnsanlar hikâyelerle etkileşime geçtiklerinde bu büyümenin bozulmaması ve hikâyenin sonuç bölümüne kadar ilginin kaybolmaması gerekmektedir. Bunu sağlayabilmek adına hikâye tasarımı sırasında bazı temel faktörle göz önünde bulundurulmaktadır.

Hikâyenin ana mesajı, çatışma hali, karakterleri ve örgüsü üzerinden ilerleme kaydedilmektedir.

Temel yapı kurulurken verilmek istenen bilgi, anlam veya mesaj netleştirilmektedir. Bu mesajın hikâyeyle etkileşime geçecek olan tarafta karşılık bulabilmesi, kişinin kendiyi özdeşleştirebilmesi gerekmektedir. Oluşturulan hikâyenin ana mesajı üzerinden tüm görsel ve anlatı yapısı kurgulanmaktadır. Hedef kitledeki ilginin kaybolmaması için gerçek hayata referans verebilecek bir çatışma durumu yaratılmaktadır. İnsanların uyumlu bir hayat sürdürmeye dair eğilimleri sayesinde, bir uyuşmazlık hali ile karşılaşıldığında dikkat çekici bir durum oluşmaktadır. Basit çözülebilecek veya içinden çıkılmayacak düzeyde olması yine ilginin farklı yöne kaymasını sağlayacağı için çatışma ortamı yaratılırken uygun bir denge kurulmaktadır. Buradaki amaç hikâyede yer alan karakter veya karakterlerin bu çatışma ortamını ortadan kaldırmak için yapacağı hamleleri göstermektir. Ana mesaj ve çatışma durumunun tasarlanmasıyla birlikte hikâyede rol alacak karakterlerin kişilik özellikleri tasarlanmaya başlanmaktadır. Belli arketipler dâhilinde kurgulanan karakterler, gerçekçi gözükmeli ve hikâyeyle etkileşime girmesi hedeflenen bireylerin karakter yapısına yakın, kolaylıkla kendileriyle ilişkilendirebilecekleri özelliklere sahip olmalıdır. Tüm bu tasarı ile birlikte son aşamada hikâye örgüsü çalışmaları yapılmaktadır. Yaratıcıya bağlı olan bu bölüm belli bir mantıksal süreç dâhilinde tasarlanmaktadır. Neden ve sonuç ilişkisi göz önünde bulundurularak kronolojik olduğu gibi iç içe geçmiş, girift bir kurguyla da tasarlanabilmektedir (Ertemel, 2016, s. 86-90).

Hikâyeler gerçek hayata dair unsurlar üzerine kurgulansa da, kültür olguları arasına yerleşmiş hayal ürünü masallar ve efsanelerin yaratım gelenekleri ile aynı kökten beslenmektedir. Stith Thompson (1885-1976) yapısalcı yöntemlerle halk masallarındaki motifleri araştırmış ve Joseph Campbell (1904-1987) mitolojik anlatılar üzerine yoğunlaşan çalışmalar ortaya koymuştur. Fakat bu çalışmalardan önce, Vladimir Propp (1895-1970) Rusça aslıyla 1928 yılında yayımladığı “Masalın Biçimbilimi” isimli eseriyle masalların biçimbilimsel yapısını aktardığı yöntemiyle bu alanda öncü olmuştur (Kavalcı, 2017, s. 3-4). Mehmet Emin Bars’ın anlatımına göre Rus kültüründe yer alan sınırlı sayıda olağanüstü masal (peri masalı) üzerindeki incelemeleri ile Propp, dünyadaki tüm masalların aynı eylem yapısı üzerinde

şekillendiği sonucuna varmaktadır. Kişiler, dünyalar çeşitlense ve değişse de işlevlerin aynı kaldığını, değişmediğini savunmaktadır (2014, s. 84-85). Vladimir Propp, işlevden bahsederken kişinin olaylar örgüsü içerisindeki anlamlı eyleminden bahsetmektedir ve özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:

- “1. Kişiler kim olursa olsun ve işlevler nasıl gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin, masalın değişmez, sürekli öğeleri, kişilerin işlevleridir, işlevler masalın temel oluşturucu bölümleridir.
2. Olağanüstü masalın içerdiği işlevlerin sayısı sınırlıdır.
3. İşlevlerin dizilişi her zaman aynıdır.
4. Bütün olağanüstü masallar yapıları açısından aynı türe bağlanırlar” (Propp, 1985, s. 24-26).

İncelediği olağanüstü masalları belli bir sayı sınırında tutan Propp, söz konusu masallardaki niteliklerin, beklentisini aşan bir şekilde ortak işlev yapısı olduğunu görmüştür ve bunun kuram geliştirmek için yeterli olduğunu söylemektedir. Masallardaki kişilere dair toplam 31 işlev tespit etmiştir ve masalın hazırlık aşamasını oluşturan işlevler temel olarak şu şekildedir:

- I. Aileden biri evden uzaklaşır. (Tanımı: uzaklaşma, simgesi  $\beta$ )
- II. Kahraman bir yasakla karşılaşır. (Tanımı: yasaklama, simgesi  $\gamma$ )
- III. Yasak çiğnenir. (Tanımı: yasağı çiğneme, simgesi  $\delta$ )
- IV. Saldırgan bilgi edinmeye çalışır. (Tanımı: soruşturma, simgesi  $\epsilon$ )
- V. Saldırgan kurbanıyla ilgili bilgi toplar. (Tanımı: bilgi toplama, simgesi  $\zeta$ )
- VI. Saldırgan, kurbanını ya da servetini ele geçirmek için, onu aldatmayı dener. (Tanımı: aldatma, simgesi  $\eta$ )
- VII. Kurban aldanır ve böylece istemeyerek düşmanına yardım etmiş olur. (Tanımı: suça katılma, simgesi  $\theta$ )
- VIII. Saldırgan aileden birine zarar verir. (Tanımı: kötülük, simgesi A)” (Propp, 1985, s. 28-35).

Propp’a göre hazırlayıcı işlevler VIII. işlevdeki kötülükle birlikte masalın başlangıcına işaret etmektedir fakat masalların her zaman kötülükle başlamadığı kaydedilmiştir. Bunun yerine kahramanın veya ailesinin bir eksikliğinden söz edilmekte, hırsızlıkla veya içten gelen bir yokluk hissiyle masal akışına devam edilmektedir (1985, s. 36). Bu noktadan sonraki işlev yapısı şu şekildedir:

- “VIIIa. Aileden birinin bir eksikliği vardır, aileden biri bir şeyi elde etmek ister (Tanımı: eksiklik, simgesi  $\alpha$ )
- IX. Kötülüğün ya da eksikliğin haberi yayılır, bir dilek ya da bir buyrukla kahramana başvurulur, kahraman gönderilir ya da gider. (Tanımı: aracılık, geçiş anı, simgesi B)
- X. Arayıcı-kahraman eyleme geçmeyi kabul eder ya da eyleme geçmeye karar verir. (Tanımı: karşıt eylemin başlangıcı, simgesi C)
- XI. Kahraman evinden ayrılır. (Tanımı: gidiş, simgesi  $\uparrow$ )
- XII. Kahraman büyülü bir nesneyi ya da yardımcıyı edinmesini sağlayan bir sına, bir sorgulama, bir saldırı vb. ile karşılaşır. (Tanımı: bağışçının ilk işlevi, simgesi D)

- XII. Kahraman ileride kendisine bağıta bulunacak kişinin eylemlerine tepki gösterir. (Tanımı: kahramanın tepkisi, simgesi E)
- XIV. Büyülü nesne kahramana verilir. (Tanımı: büyülü nesnenin alınması, simgesi F)
- XV. Kahraman aradığı nesnenin bulunduğu yere ulaştırılır, kendisine kılavuzluk edilir ya da götürülür. (Tanımı: İki krallık arasında yolculuk, bir kılavuz eşliğinde yolculuk, simgesi G)
- XVI. Kahraman ve saldırgan, bir çatışmada karşı karşıya gelir. (Tanımı: çatışma, simgesi H)
- XVII. Kahraman özel bir işaret edinir. (Tanımı: özel işaret, simgesi I)
- XVIII. Saldırgan yenik düşer. (Tanımı: zafer, simgesi J)
- XIX. Başlangıçtaki kötülük giderilir ya da eksiklik karşılanır. (Tanımı: giderme, simgesi K)
- XX. Kahraman geri döner. (Tanımı: geri dönüş, simgesi ↓)
- XXI. Kahraman izlenir. (Tanımı: izleme, simgesi Pr)
- XXII. Kahramanın yardımına koşulur. (Tanımı: yardım, simgesi Rs)” (Propp, 1985, s. 36-60).

Bu aşamada Propp, birçok masalın bu noktada bittiğinden bahsetmektedir fakat her zaman kurgu bu şekilde işlememektedir. Masal kahramanı yeni bir kötülük veya eksiklikle karşılaşabilmekte, bu durumda önceki işlev sırası yinelenmektedir. Bu durum da yeni bir anlatının başlangıcı olmaktadır (1985, s. 56). Bu aşamadan sonra masal aşağıdaki yeni işlevleri de kapsayabilmektedir:

- “XXIII. Kahraman kimliğini gizleyerek, kendi evine ya da başka bir ülkeye varır. (Tanımı: kimliği gizleyerek gelme, simgesi O)
- XXIV. Düzmece bir kahraman asılsız savlar ileri sürer. (Tanımı: asılsız savlar, simgesi L)
- XXV. Kahramana güç bir iş önerilir. (Tanımı: güç iş, simgesi M)
- XXVI. Güç iş yerine getirilir. (Tanımı: güç işi yerine getirme, simgesi N)
- XXVII. Kahraman tanınır. (Tanımı: tanı(n)ma, simgesi Q)
- XXVIII. Düzmece kahramanın, saldırganın ya da kötünün gerçek kimliği ortaya çıkar. (Tanımı: ortaya çıkarma, simgesi Ex)
- XXIX. Kahraman yeni bir görünüm kazanır. (Tanımı: biçim değiştirme, simgesi T)
- XXX. Düzmece kahraman ya da saldırgan cezalandırılır. (Tanımı: cezalandırma, simgesi U)
- XXXI. Kahraman evlenir ve tahta çıkar. (Tanımı: evlenme, simgesi W<sup>o</sup>)” (Propp, 1985, s. 58-62).

Bu yaklaşım sonucunda görülmüştür ki birçok masal türünde karakterler ve karşılaşılan çatışma durumları değişse, işlevler değişkenlik gösterse, azalsa veya çoğalsa da buradaki yapı değişmemektedir. Bunlar temelde bir varsayım olarak görülmektedir ve bu varsayımlar masalların üstündeki gizemin çözülmesi amacı taşımaktadır (Propp, 1985, s. 103-104).

Bahsedilen çözümlerlerin temeli; insan, anlam ve kültüre dair olan olguları anlama amacıyla ortaya çıkmıştır ve yapısalcı bakış açısına dayanmaktadır. Bir yöntem veya bir çözümlenme yolu olarak görülmektedir. Sadece antropoloji ve dil bilimleriyle

sınırlı kalmaması, diğer disiplinlerde de yer bulması bunun bilimsel bir yöntem olduğunu göstermektedir (Nar, 2014, s. 33). Yapısalcı bakış açısı her insan üretiminin temelinde bir yapı olduğuna ve gösteren ile gösterge arasındaki ilişkinin bu yapı içerisinde gizlenmiş olduğuna işaret etmektedir. Söz konusu üretimin metnine dair yapının çözülmesiyle gösterenin anlaşılabilir olduğu savunulmaktadır. Yapısalcılığa eleştirel gözle bakan post-yapısalcılardan bu noktada bahsetmek gerekir. Yapısalcılığın anlamı sınırlandırdığını, bu bakış açısıyla gösteren üzerinden tek bir göstergeye ulaşılabildiğini fakat birden fazla gösterene ulaşılabileceğini savunmaktadırlar. Örtük anlamlara ulaşmaya ve dilsel kodları çözümlemeye çalışmışlardır. Ortaya konan üretimdeki bağlamların birçok alanla ilişkili olduğunu, birçok ürünle etkileşimde olduğunu ve alımlayıcının/okuyucunun öne çıkması gerektiğine gönderme yapmışlardır (Yıldırım & Berk, 2016, s. 42-43).

Günümüze yaklaştıkça yöntem odaklı bakış açılarının bazı noktalarda sentezlendiğini görebilmekteyiz. Özellikle alımlayıcının rolünün hiç olmadığı kadar öne çıkması bu noktada önem arz etmekte ve yeni yaklaşımları ortaya çıkarmaktadır. İnsanlar kahramanı oldukları yeni dünyaları deneyimlemek istemektedirler.

Günümüz insanının hayatında göz ardı edilemeyecek etkisi olan markalar, gerek ürünlerinin somut varlıklarıyla gerekse de yoğun iletişim çalışmalarıyla sürekli varlıklarını bireylere hissettirmektedir. Bu alanda Margaret Mark ve Carol S. Pearson'ın (1944) hedef kitleyle daha iyi iletişim kurma ve özdeşlik inşa etme amacıyla geliştirdikleri 12 arketip ve bunların alt arketipleri ile markaları ve hedef kitleleri insanlaştırma ve hikâyelerdeki kahramanlara dönüştürmektedirler. Bu 12 arketipi geliştirirken, Carl Gustav Jung'un (1875-1961) arketip yaklaşımıyla hareket etmişlerdir. Jung, insanların kolektif bilinçlerinde yer alan; çok eski dönemlerden gelen; değerleri, anlamları ve kişilik özelliklerini temsil eden; temel insan davranışlarını gösteren dört arketip olduğundan bahsetmektedir. Arketiplerin kaynaklarının bilinçdışı olduğunu ve bilincimizi oradan etkilediğini dile getirmektedir. Bu yansımaların çözümlenmesi, insana ve algıladığı tüm dış etmenlerdeki bilgiye ulaşmak için yol oluşturacağını savunmaktadır (2006, s. 47-52). Bilincimizi besleyen dört arketip ise anne, yeniden doğuş, ruh ve hilebazdır (Jung, 2001, s. 14-192) Bu bakış açısıyla günümüz markaları ve tüketicileri arasındaki iletişimi daha etkili bir noktaya getirme amacıyla yola çıkan Mark ve Pearson,

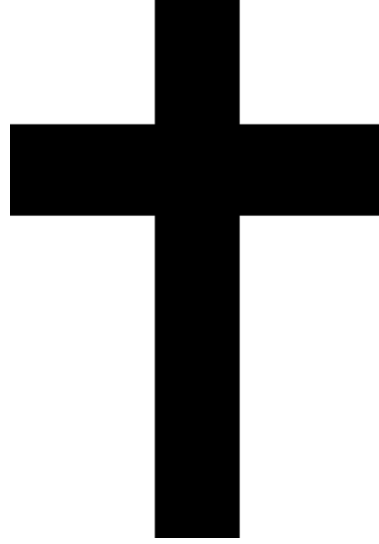
geliştirdikleri çözülemeye “anlam yönetimi” adını vermektedirler. Markaların çoğalması, ürün özelliklerinin farklılaşmasıyla rekabetin yapılamaz hale gelişi markaların iletişim çalışmalarının sonuçsuz kalmasına sebep olmaktadır (2001, s. 9). Markaların; insana dair özelliklerden, insanın bilinçdışı kaynaklı değerlerinden beslenebilmesi ve karakterize olması, kitlelerle olan iletişimlerini daha etkili bir hale getirmiştir. Baskın marka iletişimi çalışmalarının üstün rol oynadığı görsel iletişim; markaların beslendiği arketipler doğrultusunda dönüştükleri karakterler ve bu karakterlerin karşılaştığı çatışmalar sonrasında yaşadıkları değişimi anlatan hikâyeler odağında seyretmektedir. Mark ve Pearson’un geliştirdiği ve markaların beslendiği arketipler Görsel 8’de gösterilmiştir.

Arketipler ve İnsanların Yaşamlarındaki Fonksiyonları		
Arketip	Yardımcı olduğu işlev	Marka örneği
Yaratıcı	Yeni bir şey üretmek	Williams-Sonoma
Anaç	Başkalarını önemsemek	AT&T (Ma Bell)
Hükümdar	Kontrol etmek	American Express
Soytarı	İyi vakit geçirmek	Miller Lite
İçimizden Biri	Olduğu gibi davranmak	Wendy’s
Aşık	Sevgiyi bulmak ve paylaşmak	Hallmark
Kahraman	Cesurca davranmak	Nike
Asi	Kuralları yıkmak	Harley-Davidson
Sihirbaz	Dönüşümü tetiklemek	Calgon
Masum	İnancı korumak veya yenilemek	Ivory
Kaşif	Bağımsızlığı sürdürmek	Levi’s
Bilge	Dünyayı anlamak	Oprah’s Book Club

**Görsel 8.** Marka Arketipleri (Mark & Pearson, 2001, s. 13)

## 2.2. Görsel Hikâyeleştirme

Aytemur’a göre hikâyeler; insanların cesaretini gerektiren, yapamadıkları, çözümsüz gibi görünen şeylerle ilgilidir. Dramatik dönüşümler ve iniş çıkışlarla çatışmalara çözüm bulmaktadır ve alıcısına nasıl yaşaması gerektiğine dair yol gösterici özelliğe sahiptir. Bu noktada Aytemur’un aktarımına göre, reklam yaratıcısı John Hegarty’nin (1945) “Hegarty on Advertising” adlı kitabında, Hristiyan Katolik kilisesinin haç sembolü ile dünyanın en büyük markasını yarattığı önermesi yer almaktadır. İsa’nın ölümünün 400 yıl sonrasında kabul edilen haç sembolü, İsa’nın çarmıha gerilişinden önceki hayatında otoriteye, adaletsizliğe ve baskıya karşı çıkışının ve fedakarlığın hikâyesini taşıyan bir görsel kültür ögesidir (2012, s. 11). Tek başına haç sembolü insanlara, tarihi değiştirebilecek nitelikte bir hikâyenin anlatıcısı olmuştur. Bunun gibi sayısız görsel hikâye örneği de tarih boyunca mağara resmi, mozaik, heykel, parşömen, vitray gibi biçimlerde kendini göstermiş; günümüz dünyasında ise film, fotoğraf, oyun, animasyon ve sosyal medya gibi yapılarla varlığını sürdürmektedir (Williams R. W., 2019, s. 69).



**Görsel 9.** Tipik Latin Haçı (<https://bit.ly/3fthj7k>, 08.07.2020)



Barnard'a göre, yaratıcısı tarafından mevcut düzene karşı çıkma amacıyla üretilen ilk görsel kültür örneği William Hogarth (1697-1764) tarafından ortaya konmuştur. 1745 yılında yarattığı "Marriage a la Mode" (Moda Evlilik) isimli baskı resim serisinde dönemin artistokratlarının evlilik kurumu ile ilgili inanç ve değerlerine karşı duruş sergilenmektedir (2010, s. 220-221).

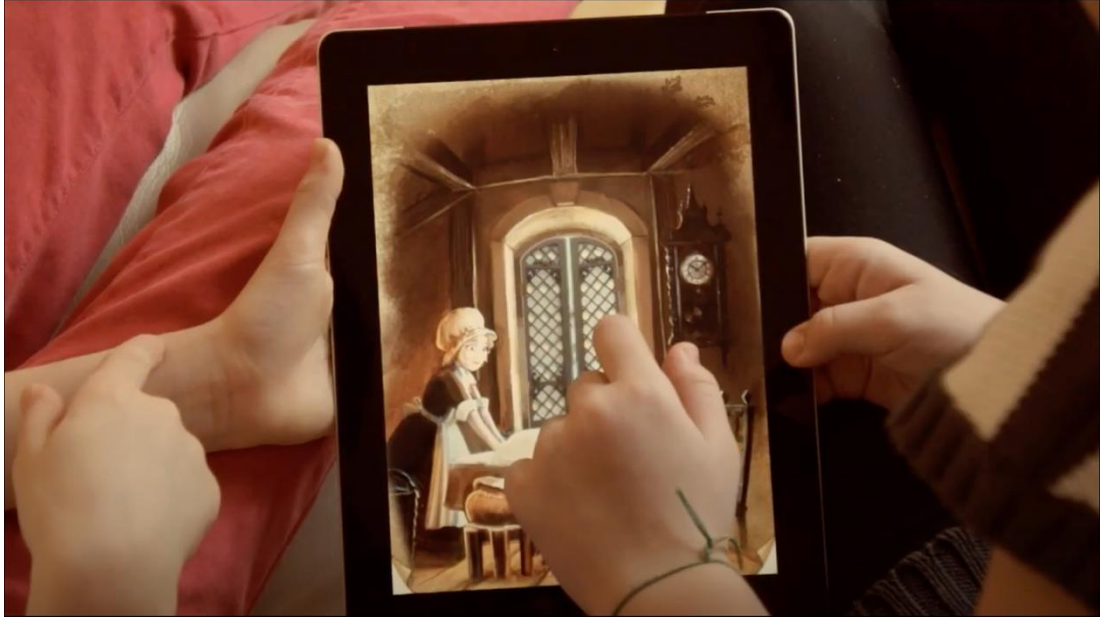


**Görsel 10.** Moda Evlilik, Sahne 1: Evlilik Sözleşmesi (<https://bit.ly/3445Edg>, 09.07.2020)

Örnekler çeşitlenerek günümüze kadar gelmektedir. Küçük yaştaki bireylerin hayal gücünün zenginleşmesi adına çocuk edebiyatında önemli bir yeri olan resimli kitaplar görsel hikâyeleştirmenin bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. İyi hazırlanmış ve hikâyeleştirilmiş resimli kitapları deneyimleyen çocukların eleştirel kabiliyeti, yorumlama yetenekleri gelişmekte ve estetik düşünceleri harekete geçebilmektedir (Giorgis, ve diğerleri, 1999, s. 146).

Duncum'a göre, görsel kültür sadece görseli kapsamamaktadır. Birden çok disiplinin bir araya gelişiyle anlam aktarımı minimum kayıpla yapılabilmektedir. Özellikle egemen ve gelişmekte olan kültürel yapıların çok üsluplu yapısından uzaklaşmak mümkün değildir. İçinde metin, ses ve görsel barındıran bir çoklu yapıda alımlama bütün olarak tüm bilginin deneyimlenmesiyle gerçekleşir. Görsel ise tüm diğer araçların anlamlarını bir noktaya sabitleyici güce sahiptir (2004, s. 255-257).

Bu bağlamda, teknolojinin gelişimiyle ortaya çıkan ve resimli kitapların varyasyonu olarak tanımlayabileceğimiz interaktif kitaplar, okuyucuyu hikâye anlatımı amacıyla tasarlanmış görsellerin içindeki dünyaya sokarken aynı zamanda hikâyenin parçası olma deneyimi yaşatmaktadır.



**Görsel 11.** "Little Red Hiding Hood" İsimli İnteraktif Dijital Kitap Tanıtımından Bir Sahne  
(<https://bit.ly/30Whx2K>, 09.08.2020)

Anlam ve bilgi aktarımı amacıyla geliştirilen her alanda görsel hikâyeleştirmeye olan ihtiyaç artmaktadır. Günümüz hayatında çok önemli bir hale gelen veri toplama ve anlamlandırma ihtiyacı yine görsel hikâyeleştirmenin önemli bir ölçüde işlev kazandığı alanlardandır. Veri yığınlarının anlamlı hale getirilerek okuyucuya aktarılabilmesi geleneksel hikâyeleştirme yöntemlerinin bir türevi olarak karşımıza çıkmaktadır. Veriler; hikâyeleştirme prensipleri, okuyucunun belli bir akışı takip edebilmesi ve görselleştirenin vermek istediği mesaja yönlenebilmesi amacıyla görselleştirilmektedir (Carpandale, Isenberg, Lee, & Richie, 2015, s. 84-85).

Bireylerin simüle edilen dünyaya kolaylıkla girmesi ve gösterilen akışa kendini kaptrabilmesi gereklidir. Bu sayede iletişim gerçekleşmekte, göndericinin iletisi alıcıya ulaşmaktadır. Görülmektedir ki katmanlı anlamın aktarımı ve günümüz dünyasının getirdiği ihtiyaçlar hikâyeleştirmeyi birçok alanda kullanılır hale getirmekte, görsel iletişim yöntemleri bu yönelime karşılık verebilmektedir.

### 3. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA GÖRSEL HİKAYELEŞTİRME

#### 3.1. Görsel İletişim Tasarımı

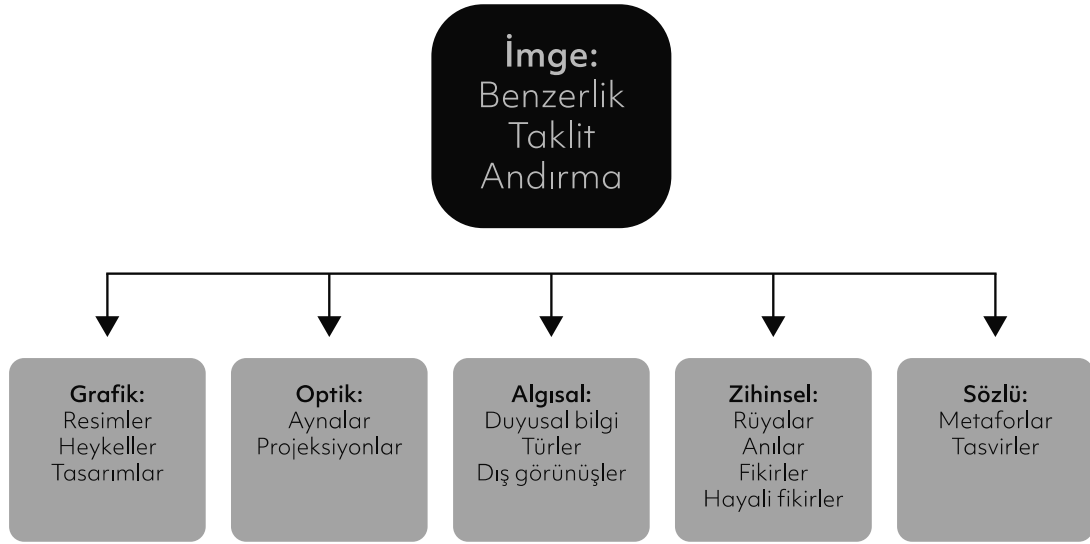
Tüm canlılar ihtiyaçları doğrultusunda yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmek için ses, görüntü, işaret veya canlı formunun kendine özgü doğasına uygun bir yolla iletişim kurma ihtiyacı hissetmektedir. İnsanlar da bilinen tarihte iletişim kurma yolu olarak görselleri kullanmıştır. Yazı bulunmadan önceki çağlarda dahi ürettikleri şekillerle imgeler doğrultusunda anlatımlarda bulunmuşlar, iletişime geçmişlerdir.

Üretilen imgeler üzerinden iletişim kurmaya çok önceleri başlayan insanın, yazıyı iletişim dili olarak üretmesi ve kullanması çok uzun zaman sonra olmuştur. Yazı dilini oluşturmak için ise yine görsel birikimden yararlanılmıştır (Görsel 12).



**Görsel 12.** Luvince hiyeroglif yazısı (<https://bit.ly/39SBbjh>, 16.05.2020)

Görselin gücü insanın bilinen tarihinin ilk dönemlerinde dahi hissedilmiştir. Görselin ne olduğuna; yazınsal metinler ve sözcüklerle görsel arasındaki farka dair soruların yanıtını arayan W. J. T. Mitchell, *İkonoloji: İmge, Metin, İdeoloji* isimli kitabında imgeyle ilgili benzerlik, taklit, andırma gibi karşılıklar üzerinden imgeleri sınıflandırmıştır (Görsel 13).



**Görsel 13.** İmge soyağacı (Mitchell, 1986, s. 10)

Görsel iletişim gözler ve gözün aktardığı sinyalleri bilişsel düzeyde işleyen ve yorumlayan beyin ile gerçekleşmektedir. Aktif ve meraklı bir beyne hitap etmek, onun bilişsel süreçlerine dair metotlara hâkim olmayı, dünyayı ve üstünde taşıdığı görüntüleri bilmeyi gerektirmektedir. Sözlü de olsa görsel de olsa tüm mesajlar gerçeğe dair veya sembolik bileşenlere sahiptir. Bu bağlamda, bu bileşenlerle karşılaşan beyin bu bilgiyi anlamlandırma yoluna gitmektedir. Bu yalnızca bir kereye mahsus değildir. Beynin aynı görselle sürekli, farklı zamanlarda karşılaşması da yeni bağlantıların zihinde kurulmasına ve yeni anlamların oluşmasına yol açmaktadır. Beyin birçok türdeki görsel mesajı işlemektedir. Zihinsel süreçte düşünceler, rüyalar ve hayaller sayesinde mesajlar deneyimlenmektedir. Ekranlar aracılığıyla gördüğümüz film, yayın veya internet gibi ortamlardan, basılı mecralardan gelen mesajlar anlamlandırılmaktadır. Mesajların anlamlandırılması, akılda kalması ve insanın hayatını değiştirecek özelliklere ulaşması için aktif olarak düşünen bir zihin yapısı gereklidir ve görsellerin bellekte kelimelere dönüşmesine yardımcı olunmalıdır. Rüyaların unutulmaması için farklı birine anlatılması veya yazılması

gibi yöntemler mekanizmayı anlamak açısından örnek olarak verilebilmektedir. Bu bağlamda beyni aktif hale getirecek yöntemler görsel iletişim süreçlerinde kullanılmaktadır (Lester, 2006, s. 5).

Günümüz iletişimin neredeyse en önemli tamamlayıcısı durumunda olan sosyal medyanın toplum yapılarına da yadsınamaz bir etkisi olmuştur. Kolektif olarak gelişen dijital kültür; kitlesel hareket etme, reaksiyon gösterme, iletişim kurma gibi toplumların kültürlerinde yer alan birçok temel fonksiyon ile birlikte kendi fonksiyonlarını üretmiş, sosyal medya platformları üzerinde yeni toplumsallaşma süreçleri doğurmuştur (Altunay, 2015, s. 425-426). Bu süreçte bireyler iletişimlerinde dijital teknolojinin imkanlarıyla yeni iletişim yöntemlerini keşfetmiş, sosyal medya mecralarının ruhuna uygun yeni görsel iletişim dilleri geliştirmişlerdir.

İsteyen herkesin istediği an görüş dile getirebildiği, sürekli bilgi akışının olduğu ve bu bilgiye kitlelerin eş zamanlı olarak tepki verdiği bu dönemde insanlar, mümkün olduğunca çabuk iletişime geçmek istemektedirler. Bu durum yine insanlar tarafından türetilmiş, zamanla kullanıcılar yazışmalarında bu amaçla kısaltmaya gitmiş, emojilerle<sup>2</sup> duygu ve söylemlerini daha hızlı bir şekilde aktarmaya çalışmışlardır.



**Görsel 14.** Sık Kullanılan Emojiler (<https://bit.ly/33nKLJK>)

<sup>2</sup> Emoji: Duyguları aktarmak amacıyla, yüz ifadelerinin yanı sıra kavram ve düşünceleri de ifade etmek için geliştiriler grafik temelli simgelerin genel adı (Gökaliler & Saatçioğlu, 2016, s. 67).



Tam bu noktada Hareketli GIF<sup>3</sup> dosya biçimi, geliştirildiği ve amatör kullanıcılar tarafından kullanıldığı ilk dönemlerdeki işlevinden sıyrılarak günlük iletişimin en popüler araçlarından biri haline gelmiştir. Kısaltmalar kullanılarak yazılan metin ve emojilerin anlam odağından bakıldığında belli bir düzeyde kaldığı, bunun aksine Hareketli GIF ile birçok anlam katmanına ulaşılabilirdiği görülmüştür. Benzer duyguları ifade edebilmek için yine kullanıcılar tarafından üretilmiş benzersiz birçok GIF seçeneğinin oluşu, bu fenomen dosya biçiminin daha güçlü bir şekilde görünürlüğünü sağlayan en önemli etkenlerden biri haline getirmiştir (Haider, 2017). Bu durumda, bireyler istedikleri duygu durumuna en yakın GIF ile iletişimi kolaylıkla yapabilmektedirler.

Tüm bu adaptasyonu, dijital iletişim kültürünün Hareketli GIF'i bünyesine kabul ettiğinin göstergesi olarak düşünebiliriz. Sosyal medyada taklit ve kopyalama yoluyla yayılan kültür unsurları anlamında kullanılan İnternet Meme'lerinin içinde yer alan GIF animasyonu, diğer paylaşım biçimleri gibi viral etki yaratarak yayılmaktadır. Sosyal medyada insanlar tarafından fikir, düşünce ve davranış geliştirilirken aynı zamanda bu paylaşımlarda yeniden yorumlama kanalıyla bir kolektif etki oluşmaktadır (Kırık & Saltık, 2017, s. 100-102). Her türlü kültürel öge gibi GIF animasyonun da bireylerin ve toplumların yaşamlarına dokunması ve içeriğini bizzat yaşamdan alması kaçınılmaz olmuştur. Dijital kültüre uyum sağlamış insanların yaşamlarındaki birçok öne çıkan unsur GIF üzerinde de birleşebilmiştir. Hıza ve zamana ihtiyaç duyan, az söz söyleyip çok şey anlatmak isteyen, birden fazla işlemi aynı andan yapma eğiliminde olan insanların oluşturduğu toplum yapısına, özellikleriyle iyi örtüşebilmiştir. Bu dosya biçimleri gibi birçok görsel iletişim ürünü yaratılmakta, iletişimin iki tarafı da hızla gelişen mecralar sayesinde sürekli devinim halinde kalmaktadır.

Tasarlanan görseller ve imgeler daha önce anlamlandırılmış olsa da, ilk defa duyu organlarıyla algılansa da iletişim gerçekleşmektedir. İletişimin sağlıklı olması, mesajın bozulmadan alıcı tarafında anlamlandırılabilmesi için ise üst okuma becerisi gerekmektedir. Anlam ve iletilen sembollerin incelenmesi, bu okumanın iletişimin

---

<sup>3</sup> Hareketli GIF: Sıkıştırılmış görüntüleri art arda gecikmeli bir şekilde gösteren dosya biçimi (Eppink, 2014, 288-300).

her iki yönünde yapılabilmesi adına göstergebilime başvurulmaktadır. Göstergebilime dair yaklaşımlardan biri; görsellerin daima görme eylemine ve gözlelemeye dayanması ve buna bağlı gelişen algılama ve bilişsel sürecin incelenmesidir. Diğer yaklaşım ise sembolize edilmiş anlamın fark edilmesi, çözümlenmesi ve tekrar anlamlandırılmasıdır (Parsa, 2004, s. 220).

### **3.2. Göstergebilim**

İnsan çevresinde olup bitenleri, dünyayı, yaşamını, kendisi ve kendisi dışındaki her şeyi duyu organları vasıtasıyla algılamakta ve anlamlandırmaktadır. Bu sayede biriktirdiği bilgi ve anlam bütünüyle şekillenen birey, karşılaştığı işaret ve göstergeleri bilinçli veya bilinçsiz yorumlayarak tepki gösterir.

Genel ifadeyle bu göstergeler arası ilişkiyi sorgulayan çalışma biçimine göstergebilim veya semiyoloji denmektedir. Asıl ilgilenilen ve araştırılan ise gösterge olarak nitelenebilecek yazı, ses, mimik, beden dili ve görsel gibi sembollerin temsil ettiği anlam katmanları, bu anlam katmanları arasındaki ilişki ve nelere karşılık geldiğidir (Chandler, 2007, s. 2).

Birçok çalışma ile göstergebilim çerçevesinde yöntemler oluşturulmaya çalışılmış ve göstergeler üzerinden anlam örüntülerine ulaşma yöntemleri irdelenmiştir. Bu çalışmaları gerçekleştiren isimlerin başında Charles Sanders Peirce (1839-1914), Ferdinand de Saussure (1857-1913), Roland Barthes (1915-1980) ve Umberto Eco (1932-2016) gelmektedir.

Saussure toplum yaşantısına dair bilgileri sembolize eden göstergelerin incelendiği bir bilim dalı olarak göstergebilimi, ölümünden sonra ders notlarının derlenmesiyle oluşturulan Genel Dil Bilim Dersleri kitabında tanımlamıştır (Atabek & Atabek, 2007, s. 67).

Seussere'nin çağdaşlarından olan Peirce göstergeler kuramını ilk kez oluşturmaya çalışmıştır. Peirce'e göre anlamı ve mantığı ortaya çıkardığı için göstergelerin incelenmesi önem taşımaktadır. Anlam katmanlarına ulaşmanın yolu üç kavramı incelemekten geçmektedir: gösterge, gösteren nesne ve gösterilen kavram. Bunlar

incelendiğinde ve işaret edilen kavrama yorum yapılarak ulaşıldığında göstergenin kültürel ve zihinsel kodlarda hangi anlamların yerine kullanıldığına ulaşılabilmektedir (Demir, 2009, s. 47-52).

Duyular vasıtasıyla gösteren algılandığında, gösterilene dair bilgi ve anlam insan beyninde oluşmaya başlamaktadır. Barthes'a göre gösterenle gösterilen arasındaki ilişkinin kurulmasıyla anlamlama gerçekleşir. Bu sürecin çıktısı ise göstergedir. Anlamlama aşamasında düz anlam ve yan anlam kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu noktada ise önemli olan yan anlamın kavranmasıdır. Anlam yapıları, var olan kültür kodlarıyla birlikte işlev kazanmaktadır (1979, s. 87-92).

Göstergebilimsel yöntemler hem gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi okuyarak örtük anlama ulaşmada hem de yeni anlamlar yaratmada önemli bir çözümleme yöntemidir. Yeni bir metni yaratırken göstergebilimsel yollar üzerinden ilerlemek hikâyeleştirme amacıyla hazırlanan kurgularda da etkili bir yöntem olarak görülmektedir. Hedef kitlenin kültürel kodlarına ulaşmak, aşına oldukları gösterenler üzerinden anlamın iletilmesi açısından özellikle görsel iletişim tasarımında önemli bir rol oynamaktadır.

### **3.3. Görsel İletişim Tasarımında Görsel Hikâyeleştirme**

Kötülüğün Şeffaflığı adlı kitabında Jean Baudrillard'ın bahsettiği gibi; çağımızda üretilen görüntüler düz anlamlarındaki boşluk ve aktardığı hiçlik sebebiyle neredeyse hiçbir sonuca ulaşmamaktadır. Bilgi teknolojilerinin gelişimi, görsel üretmeye yarayan araçlara ulaşımın hiç olmadığı kadar kolaylaşması ve toplumların görsel kültür odağında dönüşmesi, görüntülerin sınırsızca üretilmesine ve bir anlam taşımamasına sebep olmuştur. Bu hızlı çoğalım aslında büyük bir tıkanıklığa işaret etmektedir. Yinelenen ve birbirinin kopyası olarak ortaya çıkan görüntüler, yetersiz ve düz anlamdan öteye geçemeyen bir görsel bombardımana neden olmaktadır (2016, s. 21-23).

Görsel odaklı bir dünyada yaşamayı sürdürsek de yalnızca görsel kullanımı, tek başına anlamı aktarmada yeterli olmamaktadır. Aktarımın, verilmek istenilen bilginin veya etkileşime geçebilme beklentisinin iletişim çalışmalarındaki temeli artık



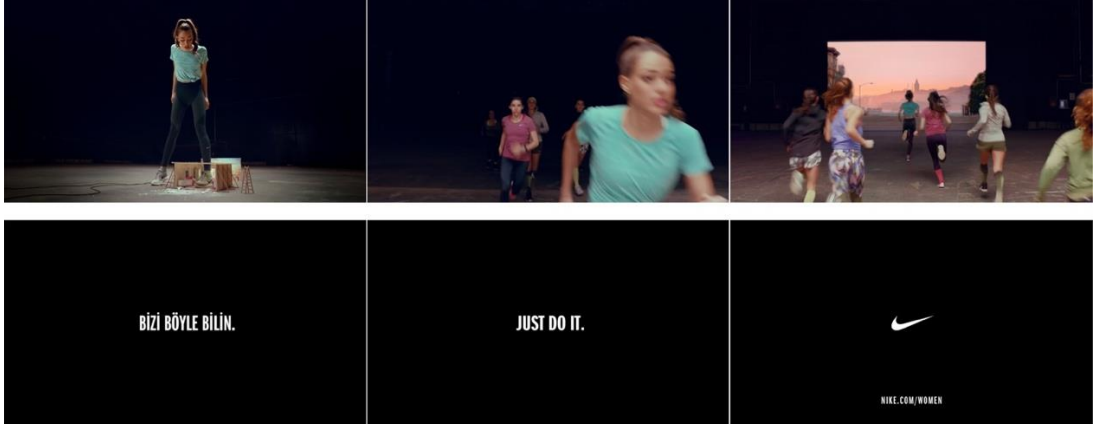
hikâyelere dayandırılmaktadır. Bu hikâyelerin odağında ise hedef kitlesinin gündelik yaşamlarına ait simgeler vardır. İnsanların hissettikleri duygular, dünya görüşleri, ilkeleri, başarıları ve başarısızlıkları gibi günlük yaşam döngülerinde yer alan tüm öğeler sembolik olarak iletişimin bir parçası haline gelmiştir. Aktarılmak istenenin metaforları haline gelen hikâyeler, insanların içeriğe daha kolay odaklanmalarını ve konuya olan ilgilerinin canlı tutulmasını sağlamaktadır.

Nike markasının 2017 yılında yayınladığı “Nike: Bizi Böyle Bilin” reklam filmi “Daha fazlasına inan” sloganıyla kadın tüketicilerini hedef alan reklam filmi serisinin Türkiye için hazırlanmış prodüksiyonudur. Serinin diğer filmlerinde olduğu gibi bu filmde de kadın figürün, toplum tarafından şekillendirilmiş kalıplarını ve kadının buna karşı yaptığı hamleyi; toplumun içinde kaybolmuş olmak yerine bireyselliğini fark edişini ve özgürlüğe adım atışını işlemektedir.



**Kare kod 1.** “Nike: Bizi Böyle Bilin” Reklam Filmi Bağlantısı (<https://bit.ly/2PRrVCC>, 18.05.2019)





**Görsel 16.** Nike: Bizi Böyle Bilin, 2017. (<https://bit.ly/3armR1j>, 18.05.2019)

Akışa göre bakıldığında ataerkil yapıda kurgulanmış aile yapısının içinden sıyrılan, bu sırada ailenin ona yüklediği “hanım hanımcık” olma, güzel olma misyonuna karşı sert bir hareketle gülümseyen genç kadın, ağzında görülen dişlikle birlikte kıyafetlerini çıkarmakta, ardından harekete geçmektedir. Ailenin ona yüklediği görevi geride bırakırken görmeye alıştığımız klasikleşmiş aile fotoğrafını da eliyle itmekte ve hikâyesini değiştirmektedir. Kendi hikâyesinin kahramanıdır ve bunu içindeki gücü çıkararak, yani Nike markası ile birlikte yapmaktadır.

Ondan kibar olması beklenirken o spor salonunda kum torbasına üst üste sert yumruklar atmaktadır. Ondandır evde yemek yapması, güç gerektirmeyen işler yapması beklenirken o tam tersine halter kaldırmayı tercih etmektedir. Ardından kadının altın, para yani materyal ile elde edilen başarıyı geri çevirdiği, kendi başarısını kendi gücüyle kazandığı görülmektedir. Ona verilen öğütlere, başkalarının baskısına rağmen kendi kurallarını kendisinin koyduğu ve kendi yoluna gittiği görülmektedir. Evdeki sorumluluklar ve kalıplar onun için bir duvar olmaktan çıkmakta ve tüm öğretileri geride bırakarak kendi mücadelesini diğer kadın arkadaşlarıyla birlikte vermektedir. Eski moda davranış kalıplarını, mutsuzluğu bir kenara atmakta ve buna dans ederek ve gülerken cevap vermektedir. Pembe renk ağırlıklı oyuncaklar ile dekore edilmiş oyuncak kız odası tek tip yetiştirilen kız çocuklarına gönderme yaparken bu fikri güçlü bir hamleyle kadın figürü ezmekte ve diğer kadınlarla birleşmektedir. Var oldukları stüdyo ortamı aslında tüm kalıpların ve öğretilmiş gerçekliğin kurmaca olduğuna gönderme yapmaktadır. Birleşen kadınlar gerçekliğe, özgürlüğe hep birlikte koşmaktadırlar.

Nike’ın “Bizi Böyle Bilin” başlıklı reklam filmindeki gösteren-gösterilen ilişkisi aşağıdaki tabloda incelenmiştir:

**Tablo 2.** Nike reklam filminin gösteren-gösterilen ilişkisi

Gösteren	Gösterilen
Çekirdek aile	Şehirli aile, ataerkil, aidiyet, sorumluluk
Salon	Birliktelik, ortak değerler, huzur, sıcaklık
Kadın	Genç kadın, öteki, kalıplara sıkışmışlık
Fotoğraf makinesi	Moda, toplumsal kalıp
Kıyafet	Orta gelir grubu, düzen, sorumluluk, görevler
Diş koruması	Beklenmeyen, çirkinlik, zıtlık
Nike markalı spor kıyafetleri	Zıtlık, aykırılık, güç, içten gelen tepki,super kahraman
Spor salonu	Mücadele
Yemek tezgahı	Kadına yüklenen görev, sorumluluk
Halter	Güç göstergesi
Kuyumcu	Güzellik, materialist kalıp
Madalya	Zirve, başarı, baş kaldırı
Yaşlı kadın	Öğüt, toplumsal baskı
Kafe	Toplum, birliktelik
Motifler	Etnik unsur, içine girilmiş kalıp
Hakem	Otorite, karar verici
Kitap	Öğreti
Basketbol sahası	Güç gösterisi, mücadele
Çerçevesiz fotoğraf	Geçmiş, eski kalıplar
Minyatür genç odası	Küçük yaşta kadına biçilen kalıplar
Stüdyo	Kurmaca ortam, moda
Manzara	Gerçek hayat, özgürlük

Reklam filminde kadın hedef kitlesiyle etkili bir bağ kurabilme amacı ile güçlü bir hikâye tasarımı yapıldığı görülmektedir. Var olan koşullarını kabul etmeyen, daha fazlasına inanan kadınlar rol model olarak kullanılmış ve burada Nike markasıyla tüketici arasında duygusal bir bağ kurulmuştur.

Kadının; aile içinde, ev içinde, mutfakta ve dışarıdaki toplumsal rolleri; küçüklüğünden itibaren kendisine empoze edilen aynı tip renk ve estetik algısı ve yüklenen sorumluluklara rağmen belli davranış kalıplarını kendi gücü ve iradesiyle geri çevirip mücadelesine, başarısına ve özgürlüğüne koşması reklam filminde izlenmektedir. Kadın figürü tüm bu eylemleri üstündeki kıyafeti (kalıpları) yırtıp atarak içindeki güçle (Nike markalı giyim malzemeleri) yapmaktadır. Burada süper kahramanlara yapılan gönderme ve kadının içindeki güç ile Nike markası özdeşleştirilmiştir. Nike'ın kalıpların ve alışılmışın ötesinde bir marka olduğu; gücün, hareketin, estetiğin ve özgürlüğün yeni temsilcisi olduğu duygusunu yansıtmak amaçlanmıştır.

Bu örnekte görüldüğü gibi, temelde ürünlerini dilediği hedef kitlesine ulaştırmak amacı güden şirketler bile hedef kitlesinin hayatına dokunma kaygısı ile iletişim biçimini kurgulamaktadır. Tüketicilerin hayat hikâyelerini, tasarlanan hikâyenin çevresinde birleştiren bir yapı ile marka hikâyesi hedef kitlenin hayatıyla özdeşleştirmiştir. Görülmektedir ki, hikâyeleştirmeye birlikte etkili gösterge kullanımı anlatının neredeyse kayıpsız bir şekilde alıcıya ulaşmasında etkili bir rol oynamaktadır.

## 4. YAZINSAL HİKAYELERİN GÖRSEL İLETİŞİM YÖNTEMLERİYLE GÖRSELLEŞTİRİLMESİ

Görsel iletişim çalışmalarının hikâyeler temeli üzerinden yapılandırılması, disiplinlerarası geçirgenliğin ve beslenmenin ne denli fazla olduğunu gözler önüne sermektedir. Disiplinlerarası etkileşimden bahsedildiğinde de akla, ilk defa 1967 yılında öne sürülen metinlerarasılık kavramı gelmektedir.

Metinlerarasılık, Tevfik Ekiz'e göre edebiyat alanında ortaya çıkmış olsa da disiplinlerarası bir kavramdır ve görsel, işitsel, yazınsal olmak üzere tüm alanlarda örneğine rastlanmaktadır. Yaratılan metnin bir başka/önceden yazılmış metne bağlı ortaya çıkışıyla, ayrıca başka metinlerin dönüşüme uğramasıyla da görülmektedir. Bu kavramı ortaya çıkaran Julia Kristeva (1941), Mihail Bahtin'in (1895-1975) söyleşimcilik/diyalogsalılık kuramından yola çıkmış ve metinlerarasılık kavramıyla kendi göstergebilimsel kuramını öne sürmüştür. Kristeva her yaratılan yeni metnin alıntılardan oluşan bir mozaik, önceki metinlerin bir dönüşümü olduğunu söylemektedir (2007, s. 124-125). Hiçbir metin tesadüf eseri ortaya çıkmamaktadır ve her metin kendinden önceki metnin yeni bir yapılandırılması, yeniden üretimidir. Her yeniden üretim ise daha yeni metinlere açılan farklı bir kapı potansiyeli taşımaktadır ve bu sonsuz bir üretimin önünü açmaktadır (Bedin, 2018, s. 73-74).

Kubilay Aktulum'un anlatımına göre, Roland Barthes da Kristeva'nın metinlerarasılık kuramını desteklemiş, "Metin (Kuramı)" başlıklı çalışmasında metinlerarasılık kavramını metnin ayrılmaz bir özelliği olarak nitelendirmiştir. Her metnin eski alıntılardan oluşturulmuş yeni bir bağlam, yeni bir metinsel örgü oluşturduğunu savunmaktadır. Metinlerarası yöntem, önceki metinlerin eritilip, dönüştürülüp yeni bir anlam oluşturmak için tekrar üretilmesini kapsamakta, böylece yeni bir metin üretimine olanak vermektedir. Böylece üretim süreci devamlı hale gelmektedir (1999, s. 56).

Modern dönem grafik tasarım çalışmaları arasından 49 adet seçerek, “Tasarımın Anatomisi” adlı çalışmayla analizini yapan Steven Heller ve Mirko Ilic’e göre her bir görsel tasarımın arkasında onu oluşturan, var olma nedenini belirleyen ve tanımlayan öncel metinler vardır. Görsel 17’deki örnekte görüldüğü gibi, tüm güncel yaratılarda önceden insanların kolektif hafızasına işlenmiş metinlerin izi sürülebilmektedir. Sonradan oluşturulmuş ürünlerde görsel kodların özellikle önceki işlere gönderme yapacak şekilde işlendiği görülmekte, bazılarında ise daha derin araştırma yapılması gerekmektedir. Çalışmalar arasındaki bu geçiş aynı zamanda bir üretimin/metnin evrimi gerçekleştirmesini olası kılmakta, nereye doğru sonsuz dönüşebileceğine dair fikir vermektedir (2007, s. 1).



**Görsel 17.** "İraq – Poster tasarımının anatomisi" (Heller & Ilic, 2007, s. 8)

Metinlerarasılığın temel olarak iki biçimde uygulandığı görülmektedir. Alıntılama biçiminde uygulanmış metinlerarası örnekler bilinen eski dönemlerden bu yana kültürel bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Alıntılama ile önceki metinlere açıkça gönderme yapılmakta ve bu metinlere atıfta bulunmaktadır. Postmodern dönemde birçok disiplinde üretilen çalışmalarda, okuyucu tarafından algılanmayacağı düşünülerek atıfta bulunulmadığı görülmüştür. Metinlerarası etkileşimin doğrudan olmadığı, örtük olarak gerçekleştiği yeniden üretimlerde ise yaratıcıdan önce okur ve metin ilişkisinin öne çıkarıldığı görülmektedir. Alımlayanın/okurun/hedef kitlenin aktif olarak metnin anlam yaratma sürecine dahil edilmesi söz konusudur. Yeniden üretilen metinde yer alan önceki metin unsurlarının bilinçli bir şekilde okura sezdirilmesiyle okurun kendi bilgi ve entelektüel seviyesiyle alımlaması, iz sürmesi ve tekrar anlamlandırması sağlanmaktadır (Ekiz, 2007, s. 124-125). Metinlerarası yöntemle; farklı disiplinlerden gelen yaratıcı veya okuyucular, önceden yaratılmış



anlamı yeni oluşturulan metinde kullanarak çok anlamlı yapılar oluşturmaktadır. Böylece disiplinlerarası farklı kültürel yapıtlar ortaya çıkmaktadır (Önal, 2013, s. 78).

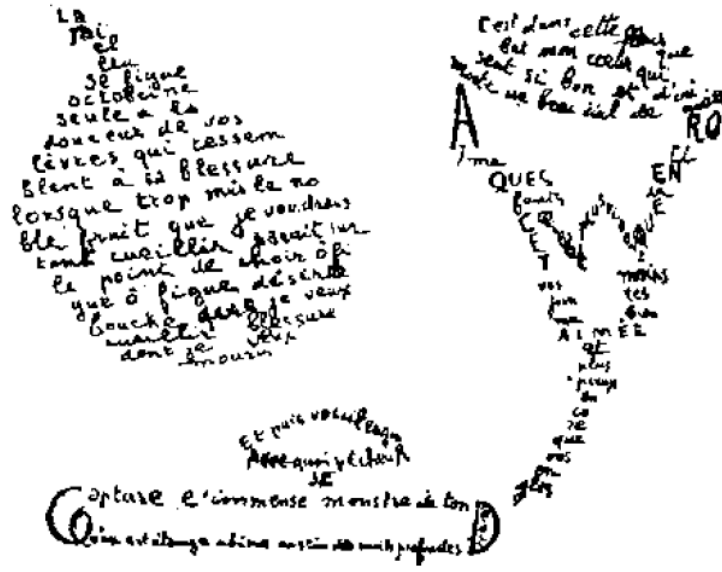
Postmodern dönemde yaratılan ürünler, metinlerarasılık bağlamında oldukça fazla geçirgenlik örneği göstermektedir. Metnin ve okurun izini sürdüğü anlamın ön plana çıktığı görülmektedir. Önceki dönemlerde ise anlam bakımından yaratıların kapalı olduğu, üreticinin vermek istediği anlamın dışına çıkılmadığı bilinmektedir. Umberto Eco “Açık Yapıt” isimli eserinde, özellikle ortaçağ sanatçısının kapalı eserler verdiğinden şu şekilde bahsetmektedir:

“Ortaçağ sanatçısının yapıtı, hakkındaki tek anlamlı ve kapalı, kavrayışı sabit, önceden kurulmuş düzenlerin hiyerarşisi olan evren kavrayışını yansıtmaktaydı. Yapıt pedagojik bir araç, tek merkezli ve zorunlu bir gereç olarak (ölçü ve uyaklara sağlam bir iç yapı kazandırarak) yalnızca sillojistik sistemi, bir zorunluluk mantığını ve tümünden gelimci bir bilinci yansıtır” (Eco, 2016, s. 83).

Mehmet Samsakçı’ya göre ise modern dönem metinlerinin ortaçağ metnine göre daha çok yorumlama, düşünme alanı sağladığını söylemek mümkündür fakat geleneksel bir toplum yapısının ürünü olan ortaçağ metinlerinin de açık yapıt mantığına uygun olarak okunması olasılık dâhilinde gözükmektedir. Özellikle bulunduğumuz coğrafyadaki edebi ürünlere bakıldığında bu bakış açısıyla daha zengin anlamlar türetilmektedir. Esere bakan bireyin entelektüel birikimi ve kültür bilgisi eserden alımlayacağı anlamı çeşitlendirip zenginleştirecektir. Bu anlamda bir eseri okuma, yorumlama, analiz etme gücüne sahip okuyucu kapalı görünen bir eseri açık halde algılayabilmektedir (2006, s. 47).

Yazın diliyle yaratılmış metinlerin görselleştirilmesi çalışmaları arasında, farklı kültürlerde örnekleri görülen kaligramlar; bu alandaki farklı alternatifler olarak karşımıza çıkmaktadır. Batı şiirine farklı bir yorum getiren Guillaume Apollinaire (1880-1918) şiirlerini kaligram adını verdiği formlarda görselleştirmektedir. Pablo Picasso’nun (1881-1973) kübist sanatından etkilendiği bilinen Apollinaire, şiiri görselleştirmiş, tipografiyi görsel dil içerisinde kullanmıştır (Agustin & Udasmoro, 2018, s. 60-61).





**Görsel 18.** Guillaume Apollinaire'nin "La mielleuse figue - C'est dans cette fleur - Et puis voici l'engin" isimli Eseri (Agustin & Udasmoro, 2018, s. 61)

Bir akım veya edebi hareket olmasa da kaligram veya görsel şiirler disiplinlerarası metin geçişinin örneklerindedir. Geleneksel anlayıştan çıkmış, anlamın bütünü yansıtan görselleştirilme yoluna gidilmiştir. Bu aynı zamanda geleneksel kalıpları ve yapıları yıkmaya anlamında değerlendirilmektedir. İfade ve anlam yaratımında özgürlüğü temsil etmektedir (Tunç, 2015, s. 250-256)

Metinlerarasılık kavramı, anlamın çeşitliliği ve daha fazla katmanlı aktarımı için yeni yollar açmaktadır. Farklı disiplinlerin arasında yer alan ve bunlardan beslenen bireyler üretimlerinde bu yeni yollar üzerinden daha yaratıcı olabilmekte, hedefledikleri topluluklara ulaşma konusunda yepyeni kapılar açabilmektedirler.

Son dönemlerde örnekleri fazlasıyla görülen, özellikle reklamcılık faaliyetlerinde karşımıza çıkan hikâyeleştirmenin aşamaları, tez çalışmasına bağlı olarak geliştirilen uygulama projesinde işlenmiştir. Hikâyeleştirme kapsamında; coğrafyamızdaki halkların kültürlerinden öğeler barındıran; insan hayatına, dünya görüşüne ve var oluşuna ait kavramlara dair anlamlar içeren Ömer Hayyam rubailerinin ilgili detaylarının incelenmesi, görsel iletişim tasarımı sürecine başlanması uygun olacaktır.

## 5. ÖMER HAYYAM VE RUBAİLERİ

### 5.1. Ömer Hayyam

Ömer Hayyam, Horasan'ın merkezi olan Nişabur'da 1039-1048 yılları arasında dünyaya geldiği rivayet edilen çok yönlü bir filozof ve birden fazla disiplin üzerinde çalışan bir bilgidir. Selçuklu sultanlarının ve dönemin veziri Nizamülmülk'ün, kişiliğine gösterdikleri ilgiye rağmen hayatını çoğunlukla doğduğu kentte ve Semerkant'ta ilim üzerine çalışarak geçirmeyi tercih etmiştir (Unat, 2007).

Horasan, Kirman, Rey, Cibal, Azerbaycan, Anadolu, Irak, Cezire, Yemen ve Fars bölgelerine hâkim olan Selçuklular döneminde yaşamış ve devletin Bağdat'ı ele geçirdiği süreçte ismi ün kazanmıştır. Yaşamı boyunca bulunduğu coğrafyada yaşanan önemli gelişmeler şüphesiz ki onu da etkilemiştir. Ömrü dâhilinde Büveyhiler devleti yıkılmış ve Selçuklu devleti kurulmuş, Haçlı seferleri başlamış ve Batıniler öne çıkmıştır. Bu dönemin aynı zamanda birçok odağın çatışma içinde olduğu; fitne, huzursuzluk ve kavganın sürekli devam ettiği; İslam coğrafyasındaki mezhepsel çatışmaların sertleştiği bir periyot olduğu anlaşılmaktadır. Haçlı seferleri halkları zor durumda bırakırken Batıniler de Abbasi hâkimiyetindeki İslam anlayışını yıkma çabası içinde olmuşlardır. Bir yandan da fikri çalışmaların, düşüncenin var oluşu ve gelişimi açısından Selçuklu devrinin elverişli bir ortam oluşturduğu bilinmektedir. Böyle bir çağda Ömer Hayyam, bilgeliğiyle öne çıkmış; ilim, şiir ve dahiliğiyle toplumun ve dünyanın içinde bulunduğu çelişkiyi ve problemleri birçok yolla çözmeye çalışmıştır (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 16-20). Geometri, cebir, astronomi, tıp, fizik, şiir ve müzikle ilgili ileri çalışmalar yapmış ve bu alanlarda toplam 16 eser ortaya koymuştur. Tıp ve matematik gibi pozitif bilimlerde dönemine göre eşsiz; çok ileride; dil, tarih, okuma ve fıkıh konularında derin bilgi birikimine sahip olduğu aktarılmıştır (Unat, 2007).

Muhammed Ali-yi Furugi (1876-1942) ve Kasım-ı Gani'ye (1893-1952) göre, Ömer Hayyam'ın dönemin bilginleri, ileri gelen devlet adamları ve sultanları arasında önemli bir yeri olmuştur. Yıldızların insan ve tabiat üstündeki etkisine inanmıyor görünse de astronomi alanındaki görüşüne itibar edilmiştir. Ayrıca astronomi ve uzay biliminin kurallarına uygun olarak hesaplanan Celali takvimini oluşturan bilgin heyetinin içinde yer almış ve heyetin ileri gelen bilim insanı olarak çalışmıştır. Matematikte önde gelenlerden olmasıyla birlikte felsefede de İbn Sina'dan sonra gelen bilgin olarak anılmaktadır (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 93-99). Birçok alanda ileri gelen bir ilim insanı olmasına rağmen Ömer Hayyam isminin geniş kitleler tarafından öğrenilmesi ve ün sahibi olması rubailerıyla olmuştur (Avcı, 2017, s. 78).

## 5.2. Rubailer

Rubailer, Furugi ve Gani'nin tanımlamasıyla; İranlıların icat ettiği özel bir şiir türü olup iki beyit yani dört mısradan oluşmaktadır. Birinci, ikinci ve dördüncü mısraları kendi aralarında kafiyelidir. Şair üçüncü mısrada aynı kafiyeyi tekrar etme ya da etmeme konusunda serbesttir. Rubai belirli bir bahirde söylenir. Bu bahir, hafızada kolay yer edinebilmesi için, Mef'ûlü/Mefâ'ilü/Mefâ'ilün/Fa' ibaresi vezinde kabul edilmiştir (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 99).

Fars edebiyatında ortaya çıkan rubai, Türk ve Arap edebiyatında da etkisini göstermeye başlamıştır. Rubailerde lirizm es geçilmeden, felsefi düşüncelerin ince ve derin bir sembolizmle şiirleştirilmesi beklenmektedir (Gariper, 2017, s. 106). Şairin, derin bir konuyu bu denli küçük, dört mısralık manzumeye sığdırabilmesi büyük bir yeteneğe sahip olmasını gerektirmektedir. Sıkıştırılmış bu iki beyitlik yapı içerisinde ve bu kurallar dâhilinde istenilen anlamın aktarılma çabası rubaiyi şiir türlerinin en zoru haline getirmiştir. En önemli ve etkili sözün ise aynı zamanda son mısrada verilmesi beklenir ki bu da kabiliyetli şairlerin altından kalkabileceği bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Ömer Hayyam ise ilim ve felsefeye olan düşkünlüğünün yanı sıra şiire karşı da ayrı bir ilgi ve alaka içerisindedir. Bu alandaki yeteneği ve kabiliyetiyle, derin düşünce pratiklerinin, var oluşun, var oluşa dair hakikat arayışının ve cevap bulamadığı soruların eşliğinde birçok rubai üretmiştir (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 99-100).

Ömer Hayyam başta olmak üzere, Ahmet Gazali, Mevlana, Azmizade Haleti gibi şairler kendilerine has söylem diliyle rubailer ortaya çıkarmışlar, 11. ve 13. yüzyıllarda rubai şiir formunun altın çağını yaşatmışlardır. Ömer Hayyam rubailerinin 19. ve 20. yüzyıllarda batı coğrafyasında popülerleşmesinin ardından yakın dönem edebiyatçılarından Nazım Hikmet, Yahya Kemal ve Arif Nihat Asya gibi şairler rubai üslubunda eserler üretmiştir (Gariper, 2017, s. 106). Rubai şairlerinin; aşk, sevgili, tanrı, hayat, var oluş, hiçlik, hayatın geçici oluşu gibi birçok kavram üzerinden, akıl ve gönül dengesi doğrultusunda insani birçok konuda söylemde bulunduğu görülmektedir. Bu edebi formun, insan üzerinde derin bir etki yaratma gücüne sahip olduğu da bilinmektedir. Uzun uzun tartışılacak, derin anlamlı, düşündürücü konuların büyük bir ustalıkla ve kabiliyetle böyle sıkıştırılmış bir şekilde aktarılma çabası bu etkiyi artıran en önemli sebeplerden biridir (Çetin, 2004, s. 11).

Cafer Gariper'in aktarımıyla, Asaf Halet Çelebi'ye (1907-1958) göre aşk şiirleri gazel formunda Fars edebiyatında yer almaktadır. Rubailerde felsefi düşünceler veya örtülü anlamlar anlatılmaktadır. Sevgiye dair söylemler sembolik olarak kullanılmış ve farklı anlam katmanlarıyla derin anlamlandırma bu şekilde sağlanmıştır (2017, s. 111).

Görülmektedir ki rubai şairleri, kompakt bir form olan rubai üslubunda farklı anlam katmanlarını insanlara aktarabilmek adına, sembolik ifadeler ve göstergeler kullanmıştır. Bu bağlamda rubaileri de şairler tarafından insanlara ulaşması istenilen mesajın veya anlamın şifrelenmiş ve göstergelerle sembolize edilmiş hali olarak görmek mümkündür.

## 6. METODOLOJİ

Günümüz toplulukları yeni nesil iletişim yöntemleri, teknolojinin gelişimi, hız ve verimliliğe odaklı yaşam biçimleri nedeniyle iletişim eğilimlerini değiştirmiştir. Bu eğilimler doğrultusunda modern dönemde gelişen iletişim araçlarıyla birlikte iletişim tasarımcıları da yeni metodlar ortaya koymuştur. Görsel kültürün derinleşmesi, görsel iletişim araçlarının çeşitlenerek insanların neredeyse her anına eşlik etmesi görsel iletişim yöntemlerinin de yeni varyasyonlarla hayatımıza etki etmesine katkıda bulunmuştur.

Bireylerin odaklanmalarının gittikçe güçleşmesi, dikkat sürelerinin birkaç saniyeye kadar inmesi de geliştirilen yöntemlerin hızlıca tükenmesine ve daha farklı yolların çizilmesine neden olmuştur. Kitle iletişiminden, birey ve toplulukların kapalı devre iletişimine kadar birçok alandaki yenilikler insanların modern yaşamına ayak uyduracak biçimde şekillenmiştir. Görselin öne çıktığı bu toplum yapısında da iletişim biçimleri görselin kontrolüne girmiş ve görsellerle şifrelenmiş mesajların etkisini daha da artırmıştır.

İletişim için sıkıştırılmış ve daha çabuk iletilen metodlar kullanılmaya başlanmıştır. Kelimeler yerini daha çok emoji'lere ve Hareketli GIF'lere bırakırken görselin gücüyle kısa süre içerisinde farklı anlam katmanlarının karşı tarafa iletilmesi kolaylaşmıştır. Zamanın kısıtlanması ve görselin öne çıkması, anlamın görsel sembol düzeyinde şifrelenmesiyle mümkün olmaktadır. Belki birden çok cümleyle yazınsal biçimde aktarılacak bir düşünce sadece birkaç saniyelik bir Hareketli GIF ile çok daha derin bir ifadeyle alıcıya iletilmektedir. Güçlü sembolik ifadeler sayesinde aktarılmak istenen anlam birkaç saniyeye sıkıştırılabilmektedir. Fakat bu süreç özellikle görsel iletişim tasarımcısının rolünü geliştirmiş ve sorumluluğunu artırmıştır. Konum gereği daha çok kitle iletişimine dair çalışmalar yapan görsel

iletişim tasarımcıları yarattıkları görsellerin özelliğini, verilmek istenen mesajın anlamını iyi bir şekilde sembolize etmesi gerekmektedir. İllüstrasyon, canlandırma yöntemleri, hareketli grafik ve tipografi gibi görsel iletişim disiplini içinde yer alan enstrümanlar kullanılarak, anlamın hedef kitle tarafından kayıpsız çözülebilmesi için etkin bir şifreleme çalışması yapılmaktadır.

Bu noktadan bakıldığında anlaşılmaktadır ki Ömer Hayyam da bu tip bir sembolizm yöntemine edebi alanda başvurmuştur. Rubai biçiminin doğası gereği dört mısraya derin bir anlam ve anlatı sığdırabilmiş, bunu da sembolik ifadelerle başvurarak gerçekleştirmiştir. Bu alandaki ustalığını farklı anlam katmanlarına ve kültürel kodlara referans veren söylemler ve hikâyeleştirme yöntemleri kullanarak göz önüne sermiştir.

Bu yazınsal biçimin günümüz görsel iletişim yöntemleriyle benzerlik taşıdığı görülmektedir. Ulaşılmak istenen kitleye bağlı olarak, onların hayatına dair bilgiler ışığında, anlamın en doğru şekilde aktarılabilmesi için çözümlenmesi ve doğru sembollerin seçilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, uygulama projesinde Ömer Hayyam rubailerinin konusu olan insan ve insanın temel var oluş sorgulamaları özelinde hikâyeleştirerek aktardığı düşünce ve anlam katmanlarını günümüz insanına, onların alışkın olduğu iletişim yöntemleriyle aktarma yoluna gidilmiştir. Hikâyeleştirme teknikleri kullanılarak modern insanın hayatına dair hikâyelere referans verilmiş, Ömer Hayyam'ın şifrelediği mesajlar günümüz insanının deşifre edebileceği yeni görsel şifrelere dönüştürülmüştür. Modern görsel iletişim yöntemlerinden illüstrasyon diliyle göstergeler resimlenmiş ve canlandırma teknikleriyle zaman boyutunun da hedef kitleye aktarılması amaçlanmıştır.

Projenin aşamaları beş ana başlık altında toplanmaktadır. İlk aşamada modern insanın yaşam döngüsüne gönderme yapacak şekilde ana hikâye kurgusu çalışılmıştır. Bu hikâye hazırlanırken hedef kitle gözetilmiş, Ömer Hayyam'ın dünya görüşü, var oluşa dair düşünceleri ve sorgulamaları göz önünde bulundurulmuş ve günümüz insanları arasından seçilen hedef kitle grubunun günlük hikâyelerine dokunacak şekilde hikâyeleştirme çalışması yapılmıştır.

İkinci aşamada, Ömer Hayyam'ın kaleme aldığı tespit edilen 12 rubaisi projeye dahil edilmiştir. Bu rubailer ana hikâye kapsamında seçilmiş ve bu hikâyeye bağlı kalacak şekilde her rubai için günümüze gönderme yapacak şekilde hikâyeleştirme çalışması yapılmıştır. Bu aşamadaki seçimler, rubai edebi biçiminin 4 satırdan oluşması dikkate alınarak yapılmıştır. Bu her 3 rubai seçimi bir konu odağında olacak şekilde seçilmiştir.

Projenin ana hikâyesine yol göstermesi için seçilen, Ömer Hayyam'ın özgür iradeye inanmadığını aktardığı rubailerinden biri örnek olarak görselleştirilmiştir:

“Gelişim elimde olsaydı, dünyaya gelmezdim.

Gitmem de elimde olsaydı, nasıl giderdim?

Bu harap dünyada daha iyisi olur muydu;

Ne gelseydim, ne gitseydim, ne de var olsaydım” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 207).

Ömer Hayyam'a göre yaratılmış olan insanın özgür iradeye sahip olmaması çok açıktır. Dünya hayatı, insanın iradesi dışında geldiği, yaşadığı ve gittiği bir evredir (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 80-81). Modern insan da bu sorgulamaları günlük yaşamındaki telaşı sırasında anlık düşüncelerle yapabilmektedir. Dijital ayak izi denilen; kullandığı iletişim cihazlarının yapısı gereği tüm hareketlerinin kayıt altına alındığı bir teknolojiyle sürekli yaşamaya çalışmaktadır. Bu yapı nedeniyle karşısına çıkan seçimler önceden hazırlanmış seçeneklerden oluşmakta, yapacağı seçim dahi bireyin manipüle edilmiş algı durumuyla olabilmektedir. Ömer Hayyam'ın kaleme aldığı karar verememe, özgür hareket edememe hali de bu tip bir eylemsizliği betimlemektedir.

Üçüncü aşamada her rubainin hikâyeleştirme çalışmasına bağlı kalacak şekilde kullanılacak göstergeler, düz ve yan anlamlarıyla birlikte belirlenmiştir.

Göstergelerin düz anlam aşamasında modern insanın hayatında görmeye alıştığı imgelere gönderme yapmasına dikkat edilmiştir. Bu bağlamda aşağıdaki gibi bir gösterge çalışması örnek olarak işlenmiştir:

**Tablo 3.** Örnek rubai animasyonu gösteren-gösterilen ilişkisi

Gösteren	Gösterilen
Modern insan	İnsanın ruh hali, düşüncesi, benliğine dışarıdan bakış, edilgen olan
Kapılar	Boyut, yeni-eski, eşik, yeni hayat, seçim
Sonsuz dünya	Düşünce, hayal, hiçlik, anlamsızlık
Yüksek kontrast	Anlamın nesnede değil insanda oluşu
Kapı hareketleri	Kararın insanda olmayışı, bilinmeyen-görünmeyen güç

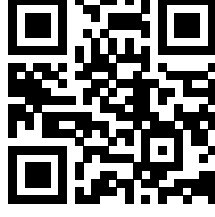
Dördüncü aşamada ise her rubai dijital illüstrasyon yöntemiyle resimlenmiş ve günümüz canlandırma yöntemleriyle hareketlendirilmiştir. Süre olarak tüm animasyon dört ayrı parça olarak kurgulanmış ve üçüncü zaman diliminde içinde bulunduğu durağanlığın bozulduğu an işlenmiştir. Buradaki zamansal düzenleme, dörtlü mısra biçiminde yer alan kafiye düzenine gönderme olarak çalışılmıştır.





**Görsel 19.** Örnek Rubai İllüstrasyonu.

Kapının eşiğinde duran figür hareketsizdir, bir manada arafta kalmıştır. Geri dönememekte, ileri gidememekte ve böylece var olamamaktadır. Geçse dahi gideceği yeni yerin eski yerden bir farkı yoktur, aynı hiçlikte ilerleyebilecektir ancak. Bu hareketsizlik içerisinde ise zaman geçer ve kapıların hareket etmesiyle şunu fark eder: kapıları açma eylemi, yani seçim yapma kararını dahi kendisi vermemektedir. Bunu algılaması da zamansal olarak animasyon süresinin üçüncü zaman diliminde olmaktadır.



**Kare kod 2.** Örnek Rubai Animasyonu (<https://vimeo.com/425639373>)



**Görsel 20.** Örnek Rubai Animasyonu Sahneleri

Bu yöntemle yorumlanmış rubailer, ana hikâye akışındaki devamlılık gözetilerek görselleştirilmiş ve birleştirilmiştir. Yaratılan animasyon, proje için hazırlanan bir web sitesinde yayınlanmış ve her rubai modüler olarak sosyal medya mecraları üzerinde paylaşılabilir biçimde erişilebilir hale getirilmiştir.

## 7. ÖMER HAYYAM RUBAİLERİ VE GÜNÜMÜZ GÖRSEL İLETİŞİM YÖNTEMLERİ UYGULAMASI

### 7.1. Hedef Kitlenin Tanımlanması

İletişim çalışmalarında, anlam aktarımının kayıpsız gerçekleşmesi ve anlamın istenilen etkiye ulaşılabilmesi açısından alıcının/hedef kitlenin anlaşılması önem taşımaktadır. Türkiye coğrafyasında yaşayan günümüz bireylerini hedefleyen projenin hitap edeceği kitlenin demografik özellikleri aşağıda belirtilmiştir:

- 25-55 yaş aralığında,
- Yüksek öğrenim öğrencisi veya mezunu,
- A, B, C1 ve C2 sosyo ekonomik statü grubunda,
- Farkındalık düzeyi yüksek,
- Anlam arayışı içinde olan,
- Kendini doğanın bir parçası olarak gören bireyler.

Yukarıdaki tanımlamalar profesyonel iletişim çalışmalarının öncesinde sıklıkla yapılırsa da hedefteki bireyleri anlayabilmek, hayatlarına dair projeksiyon yapabilmek ve onların gözünden dünyaya bakabilmek kritiktir. Bu sayede hedef kitlenin özelliklerine ve aşina olduğu olgulara atıfta bulunan anlam yapıları kurgulanabilmekte, göstergeler oluşturulabilmektedir.

Bahsedilen özelliklerdeki bireyler toplumları var etseler de eski dönemlere göre daha fazla yalnızlaşmakta, toplulukların bir parçası olmaktan uzak bir profil oluşturmaktadırlar. Nesiller arasındaki yaşam farklılıkları, bu yaş gruplarının arasındaki geleneksel iletişimi zayıflatmaktadır. 25-55 yaş aralığında diye tanımladığımız grupta dahi 3 farklı nesilden bireyler bulunmaktadır. X, Y ve Z diye bahsedilen nesil gruplarının yaşamlarına başladıkları dünyalar arasındaki önemli

farklılıklardan dolayı, bu yaş gruplarındaki insanların dünyayı algılama biçimleri ve yaşama dair tutumları değişmektedir (McCrindle & Wolfinger, 2009, s. 2-22).

Tüm bu farklılıkların ortasında küresel etkileşimin artması, insanın sürdürülebilir bir hayat düzeninin içerisinde olmaması birçok ortak problemi ve ortak bakış açısını doğurmaya başlamıştır. Küresel ısınmanın etkileri, yaşanan doğal felaketler ve 2019 ile birlikte 2020 yılına damgasını vuran, tüm dünya insanlarını etkileyen Covid-19 salgını ile birlikte insanlar yaşam biçimlerini, var oluşlarını ve geleceklerini sorgular duruma gelmiştir. Diğer coğrafyalarda olduğu gibi, Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre Türkiye'de yaşayan belirttiğimiz yaş aralıklarındaki insanların da son 20 yıl içerisindeki mutluluk düzeyleri düşme eğilimindedir (2020, s. 1).

Karamsarlığın, insanları kendilerini fark etme, anlama ve çevresiyle ilişkisini düzenleme eğilimini artırdığı görülmektedir.

Bu bağlamda, modern insanın günlük yaşam döngülerine yabancılaştığına, öğretilenleri sorguladığına gönderme yapan bir hikâye ile ilerlemek uygun görülmektedir.

## **7.2. Ana Hikâye Örgüsü**

Modern insanın hayatında önceki dönemlere nazaran çok fazla değişiklik olsa da duygu ve anlam arayışı aynı şekilde devam etmekte, günlük yaşamlarındaki döngüler ve kalıplar kendini daha çok hissettirmektedir. 11. yüzyılda rubailerle aktarılmaya çalışılan anlamın bu bağlamda halen günümüz insanların hayatlarında ve zihinlerinde karşılığı olduğu, onların var oluşlarını ve dünyayı algılama yolunda sorgulama yapmalarına yardımcı olduğu görülmektedir. Ömer Hayyam'ın aşağıdaki rubaisinin taşıdığı anlam doğrultusunda kapsayıcı bir ana hikâye belirlenmiştir:

“Gelişim elimde olsaydı, dünyaya gelmezdim.

Gitmem de elimde olsaydı, nasıl giderdim?

Bu harap dünyada daha iyisi olur muydu;

Ne gelseydim, ne gitseydim, ne de var olsaydım” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 207).

Ömer Hayyam'ın bu rubaisi, insan hayatındaki temel bir çatışmaya dair anlamı çok sade ve derin bir halde taşımaktadır. Modern insanın hayatını göz önünde bulundurduğumuzda, bu çatışma her gün tekrarlanan eylemler arasında sürekli yaşanmaktadır. Bu bağlamda aşağıdaki çatı hikâye tüm görsel iletişim projesini kapsayacak şekilde yazılmıştır:

İnsan yaşamı döngülerden oluşur. Dünyaya geliş ve gidiş döngüsü yaşam içerisindeki tüm eylemlere yansır. Bir başlangıç ve son içerir her eylem ve arada geçen süre modüler bir şekilde yaşamı oluşturur. Eylem halindeyken, bir işi bitirip diğerine başlamadan hemen önce veya herhangi bir zaman; insan kendini düşünürken bulur. Kişinin geleceği, geçmişi, var oluş nedeni, benliği, çevresi, öteki insanlar, doğa ve insana dair birçok şey zihnini kurcalar. Düşündükçe farkındalığı artar. Farkındalığı arttıkça da anlam arayışı başlar. Maalesef arayış çoğu zaman hayal kırıklıklarıyla sonuçlanır. Beklenen, öğretilen gibi değildir yaşamın gerçekliği. Fakat yine de insan devam eder. Hayat onu bir döngüden çıkarıp başkasına soksa da ardını merak eder.

Merak insanı arada bırakır; eylemde, zamanda ve fikirde. İnsana dair her eylem bir başlangıç ve son barındırır. Başlangıç ve son, tüm hayat boyunca tekrarlanır. Arada geçen ise hayattır.

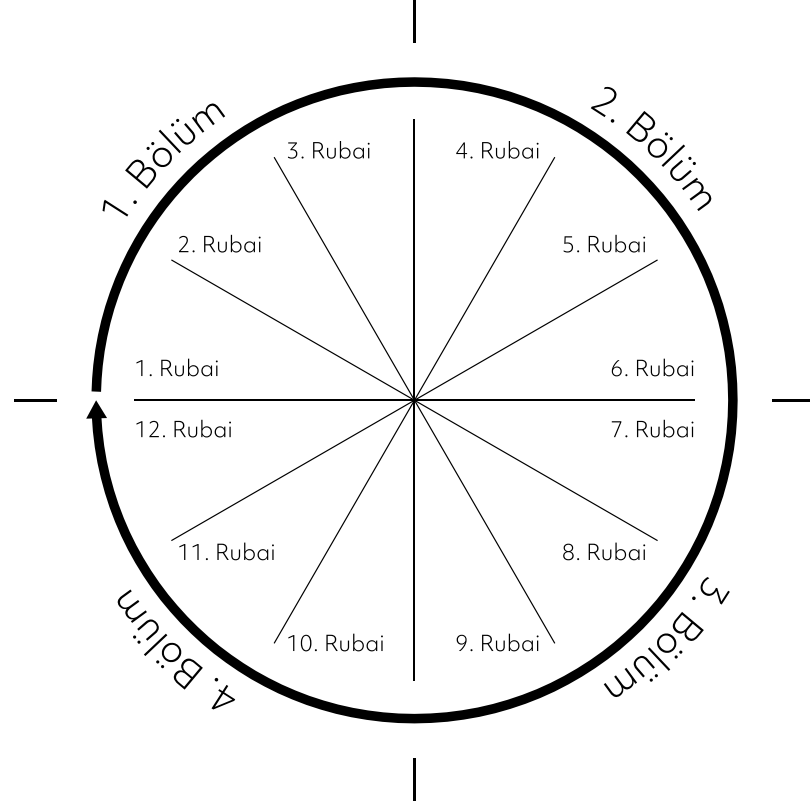
### 7.3. Öğelerin Belirlenmesi

Kapsayıcı hikâyeye bağlı kurgulanabilecek olan 12 adet rubai seçilmiştir.

Rubailerdeki dört mısraya gönderme yapan dört ana bölüm şu şekilde belirlenmiştir:

- 1- Başlangıç, yaşamın ilk evresi, çocukluk;
- 2- Gençlik, okul ve öğretiler;
- 3- Yetişkinlik, çalışma ve kayboluş,
- 4- Olgunluk, çocukluğa özlem, son.

Her bir bölüm taşıdığı anlama göre üçer rubaiyi kapsamaktadır ve bu rubailer ana hikâyeye bağlı kalacak şekilde ayrıca hikâyeleştirilmiştir (Görsel 21). Hikâyeleştirme sonucunda verilmek istenen anlam göstergelerle kodlanmış ve görselleştirilmiştir.



**Görsel 21.** Görsel Hikâye Akışı

### 7.3.1. Rubailer ve Anlamın Yorumlanması

Yaşam döngüsünü sembolize eden dört ana bölümün her birinde üçer rubai olmak üzere, toplam on iki rubai metinlerarası düşünceyle ele alınmış ve alımlanan anlam yorumlanmıştır. Bu yorumlamalar, görsel dili oluşturacak göstergeleri tasarlama aşamasına ışık tutmuştur. Bölümler ve her bölüme ait rubai sırasıyla tanımlanmıştır.

#### **Bölüm 1 - Başlangıç, yaşamın ilk evresi, çocukluk**

Hayat, ilk nefes alışla başlamaktadır. Dünyaya gelişin biyolojik tanımları bulunsa da insan için ilk nefes mucizevi bir düzenin sembolüdür. İnsan bu şekilde dünyaya gözünü açmakta ve ilk önce kendisini, sonra çevresini algılamaya başlamaktadır. Başlangıçla birlikte algıları gelişmekte, çevresini görmekte ve tanımaktadır. Masumdur, güzelliklerle birlikte tüm dünya ilgisini çekmektedir. Soruları boldur ve hayata atılabilmek için bu sorulara cevap bulması gerekmektedir.

## 1. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Ne zamandır dönüyor evrenin altın tası?

Öncesi yok, sonu yok, nedir aslı esası?

Akılla ölçülüyor, mantıkla çözülmüyor,

Bu sonsuz muammayı almaz insan kafası!” (Karahasan, 2018, s. 172)

Var oluş, bilinç ve insan hayatı onlarca düşünür tarafından sorgulanmış fakat sırrına erişilememiştir. Rubaide, yaratılışın ve bu düzenin temellendirilmesinin sebebine dair bir sorgulama olduğu anlaşılmaktadır ve ilk iki mısradaki soru, zaman kavramı üzerinden sorulmaktadır. İnsan aklının, bu sorunun cevabına erişemeyeceğine dair inanç dile getirilmektedir.

Bu rubainin görselleştirilmesi, ana hikâyenin başlangıcını temsil etmektedir. İnsan dünyaya doğmakta ve bilinç kazanmaktadır. Görmeye ve duymaya başlamakta fakat bunun nasıl gerçekleştiği bilinmemektedir.

## 2. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Gerçi rengim ve kokum, güzel olsa da,

Yanağım lale, boyum servi gibi olsa da,

Anlaşılmadı niçin, beni ezel ressamı;

Onca süsledi, bu hoş toprak dünyada” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 150)

Bu rubaide Ömer Hayyam, kendi yaratılışına dair tanımlamalar yapmakta ve bu tanımlamaları somut/görünen unsurları olumlu yanlarıyla yansıtmaktadır. Bu tanımlamaları yaptıktan sonra ise “ezel ressamı” olarak nitelendirdiği yaratıcıya bunun nedenini sormaktadır. Somut/görünenin arkasındaki anlamı, sebebi sorgulamaktadır. Rubai hakkında Hasan Çiftçi ve Orhan Başaran, şu notu kaydetmiştir: “*Dünyanın işleri hakkında derin düşüncelere dalan her insan, mutlaka şunları sorar: Dünyaya niçin geldik ve niçin gideceğiz? Bu işin sonu ne olacak? Bu husus Hayyam’ın üzerinde durduğu temel meselelerden biridir.*” (2002, s. 212)

İnsanın eğilimi görünenler üzerinden kendisini ve çevresini anlamak üzerinedir. İlgisini çeken, göze güzel gözükeler üzerinden bir yol çizerek hayata başlamaktadır. Merakı, örtülü olanı bulmak için onu harekete geçirmektedir. Sorular sordukça, cevap buldukça veya bulmak için aradıkça gizli olan anlama doğru yolculuk başlamaktadır. Bu rubainin görselleştirilmesinde, insanın merakı ve ilgisi doğrultusunda harekete geçişi ve arayışı üzerinde durulmuştur. Yaşamındaki ilk yıllarını geçiren insan görselleştirilmiştir.

### 3. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Gelip gittiğimiz bu dairenin,  
Ne başı var, ne de sonu onun.  
Kimse doğru söylemiyor; nereden olduğu,  
Bu gelmenin, nereye olacağı bu gitmenin.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 140)

Rubaide, yaşanan hayatın daire kelimesi üzerinden aktarıldığı görülmektedir. Dairenin başlangıcının ve sonunun olmadığı göz önüne bulundurulduğunda hayatın sonsuz bir döngüden ibaret olduğu anlaşılmaktadır. Geliş-gidiş ile hayat içindeki arayıştan, koşturmacadan bahsedildiği düşünülmektedir ve bu döngüye dair aktarılan bilginin doğru olmadığı dile getirilmektedir.

Hayata nasıl gelindiği bilinmediği gibi hayatın ilk dönemlerinde de insan, farkında olmadan belli döngülerin içinde bulmaktadır kendini. Sorulan ve sorulacak olan milyonlarca soru insanı bir karanlığa mahkûm etmektedir, aynı zamanda verilen cevaplar da bu karanlığı ortadan kaldırmamaktadır. Görselleştirme aşamasında bu karanlığa gönderme yapılmış ve karanlık içerisinde ilerledikçe insanın bu döngüden çıkamadığı anlatılmıştır.

## **Bölüm 2 - Gençlik, okul ve öğretiler**

Çocukluk ve gençlik yıllarında insan öğrenmeye ve alımlamaya odaklıdır. Hayatın ileriki dönemlerini kavrayışı da bu dönemlerde edindiği bilgi ve öğretiler sonucunda şekillenmektedir. Fakat bunlar her zaman insanı iyiye yöneltmemekte, sorulara cevap vermemektedir. Çoğu insan bu dönemde kendisini yaratan farklılıklarla bir yol



çizmek yerine bu farklılıkları bastırma yoluna gitmektedir, dünyanın istediği biçimde dönüşmekte ve kalıba girmektedir. Önemli olan farkında olmak ve bu kalıptan sıyrılmaktır. Karanlıktan çıkmak ve berrak bir zihinle yaşamı aydınlatmaktır.

#### 4. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Şu kısacık ömründe kim neyi tam bilmiş ki?  
Gücümüz her bir şeye acep yetebilmiş mi?  
Pek çok isteklerimiz kursağımızda kaldı,  
Mum alevi her yeri aydınlatabilmiş mi?” (Karahasan, 2018, s. 154)

İnsan ömrünün her şeyi bilmeye ve anlamlandırmaya yeterli olmadığı, bununla birlikte insanın gücünün de sınırlı olduğu aktarılan bu rubaide hayata dair hayal kırıklığı dile getirilmektedir. Mum alevinin sembolik olarak insana, insanın bilgisine atıfta bulunduğu düşünülmektedir. İnsanın mum ışığı gibi cılız olduğu ve bu yetersizlik yüzünden karanlıkta kalan anlamı, örtülü olan bilgiyi aydınlatamadığı aktarılmıştır.

Bu rubainin görselleştirilme aşamasında öğrenmeye açık zihnin, dünyaya dair öğretiler sebebiyle körelmeye başladığına dair göndermelere yer verilmiştir. Mum ışığı sembolü görsel dilde de kullanılmış, yetişkinlerin bu cılız ışığı da söndürmeye çalıştığı aktarılmıştır. Buna rağmen genç zihin aramaya ve anlamlandırmaya devam etmektedir.

#### 5. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Sonsuzluğun sırrını ne sen bilirsin ne ben,  
Şu müşkül bilmeceyi ne sen çözersin ne ben,  
Bir perde arkasında hep oyalanmadayız,  
Perde inmeye görsün, ne sen kalırsın ne ben.” (Karahasan, 2018, s. 131)

Rubaide insanın yaşamı boyunca kısıtlı bir alanda, kısıtlı bilgiyle günlük hayatına odaklandığından bahsedilmektedir. Fakat asıl gerçeklik, var oluş nedeni ve evrenin düzeni görünen hiçbir unsurda kendini göstermemektedir. Bilinen ve gerçek olan tek

şey hayatın bir gün son bulacağı, bu son buluşta da günlük kaygıların ve görünen anlamın hiçbir değerinin kalmayacağıdır.

Görselleştirme aşamasında bilginin, karanlığın tamamını yok etmese de insanın dayatılan kalıplardan çıkışı için yol gösterici olma niteliği taşıdığına dair düşünce aktarılmıştır. Fakat çıkış gibi görünenin ne olduğunu anlamlandırmak mümkün gözükmemektedir.

#### 6. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Felek akıllının arzusuyla döner mi hiç, bunu unut;  
Sen feleği ister yedi say, ister sekiz; var mı umut.  
Madem ölüm var, bütün arzular terk edilecek;  
Seni, ha mezarda karınca yemiş, ha çölde kurt.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 157)

Başaran ve Çiftçi’ye göre, dönemin insanları göklere/alemlere inanmakta, sayıları ile ilgili görüşler dile getirmektelerdir (Başaran & Çiftçi, 2002). Rubaide, insanın yaratılışa ve kâinatın düzenine dair düşüncelerinin boş olduğu anlatılmıştır. Bu dünyayı meydana getiren düzen ne olursa olsun bunun geçici olduğu, odaklanılması gereken tek gerçeğin ölüm olduğu vurgusu anlaşılmaktadır.

İnsanın zihniyle algıladıklarının onu kandırabileceği, görselleştirme aşamasında resmedilmiştir. Bir illüzyon içerisinde hayat devam etmektedir ve düzen biz ne düşünürsek düşünelim kendi mekanizmasıyla var olmaya devam etmektedir. İnanıldığına odaklanan insan kendini farklı bir yerde bulabilmekte, geçen zamanı geri alamamaktadır.

### **Bölüm 3 - Yetişkinlik, çalışma ve kayboluş**

Önceki dönemlerinde bir rüyada gibi yaşayan insan, hayatın gerçekleriyle yetişkinlik döneminde yüzleşmeye başlamaktadır. Güzelliklere ve iyiliğe odaklı yaşam değişmekte ve mücadele haline dönüşmeye başlamaktadır. Bunda öğretilenlerin, kalıpların ve kendi yolunu çizememenin de etkisi vardır. İnsan, gelecek kaygısı sebebiyle sürekli mücadele peşindedir, buna kendini mecbur hissetmektedir. Fakat

ömrün ne kadar süreceği bilinmemekte ve gözü açıp, görmenin unutulduğu şeylere odaklanmak insana varlığını hatırlatmaktadır.

#### 7. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Varlık ile yokluğu dert edinme kendine,  
Ömrünü hoşça geçir, düşme yarın derdine,  
Doldursana kadehi şöyle bir nefes alıp,  
Kaç nefes alacağız ileride kim bile?” (Karahasan, 2018, s. 147)

Bu rubaide de farklı anlam katmanlarıyla aktarılmış yoğun bir düşünce alımlanmaktadır. İlk iki mısırda, maddiyata bağlı kaygılar, geleceğe dair düşüncelerin, günlük meşguliyetlerin peşinde koşan insana seslenilmektedir. Geleceği dert etmek yerine şu anın kıymetinin bilinmesi öğütlenmekte ve nefes almanın dahi ne kadar değerli olduğu anlatılmaktadır. “Kadehi doldurmak” eylemi, anı yaşamak olduğu gibi, düşünmek ve zihni doldurmak olarak da algılanabilmektedir.

İnsan geçen zamanı fark ettiğinde bunu geri alamayacağını anlamaktadır. Zihninin algıladığıyla yaşayan, onun veya başkalarının gösterdiği yol üzerinde ilerleyen kişi büyüdüğünde hayatın dayattıklarıyla karşılaşmaktadır. Günlük yaşam döngüleri, gelecek kaygısı, kazanç endişesiyle ömrünü geçirmeye odaklanmaktadır.

#### 8. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Uyan da bir baksana kadehler boşalmış ey saki!  
Doldur ağzına kadar şarabı hoş ey saki!  
Mey testisi olmadan kuru kafatasımız,  
Kadehleri doldurmaya koş ey saki!” (Karahasan, 2018, s. 117)

Hayyam bu rubaisinde ölümün gerçekliğiyle karşılaşmadan içinde bulunulan ana odaklanmanın öneminden bahsetmektedir. Anı yaşamamanın, şimdiki zamanda kalmanın bir bilgi olduğu düşünülmektedir. Uyanık olma, her fırsatta mutlu olmanın önemi anlaşılmaktadır. Hayyam rubailerinde sıklıkla, insanın öldükten sonra toprak

olduğu ve bu toprağın içki konulan testilerin ham maddesi olduğu anlatısına yer vermektedir. Bu bağlamda testinin insanı simgelediği düşünülmektedir ve testinin doldurulması insanın kendini doldurması, düşünmesi ve gerçeğin farkına varması anlamında kullanıldığı algılanabilmektedir.

İnsan hangi şartlarda yaşarsa yaşasın eğer isterse farklı bir yol çizebilmektedir. Görselleştirme aşamasında farklı bir yol çizmek, şimdiki yaşamak ve fark etmemek üzerine yaşayan insanlarla birlikte kendi yolunda gidilebileceği ve öğretilenin dışına çıkılabileceği işlenmiştir.

#### 9. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Yerden göğe kadar pek çok Sitare,  
Dolanır boşlukta hep pare pare,  
Her düğümü çözmek mümkündür ama,  
Var mıdır bulacak ölüme çare?” (Karahasan, 2018, s. 134)

Bu rubaiden anlaşılan, görünen gerçeklikte birçok güzelliğin, birçok anlamın ve göstergenin mevcut olduğudur. Bunların görünen gerçeklikte barındırdığı anlamına ulaşmanın ve çözümsüz gibi görünen sorunları açıklığa kavuşturmanın, bilinmeyen gerçekliği çözmeye göre çok kolay olduğu gözükmektedir. İnsan da bu şekilde dünya üzerinde dolaşmakta ve aramaktadır fakat ölümle ilgili sırra ulaşmamaktadır.

İnsanın farkındalığı arttıkça dünyayı algılama biçimi değişmekte, kendisini ve başkalarını anlamsız bir hayatın içinde görmeye başlamaktadır. Her karşılaştığı durumu bir şekilde atlatılabilmekte fakat asıl anlama ulaşmamaktadır.

#### **Bölüm 4 - Olgunluk, çocukluğa özlem, son**

Olgun insan bilgeleşmektedir. Bu bilgiyle de insanın ne kadar edilgen bir yapıda olduğunu görmeye başlamaktadır. Artık değişim peşinde değildir. Düşünceler onu eylemsizliğe itmektedir. Eskiye özlem duymakta, hayatı kavradığı ilk yıllara dönmek istemektedir. Hayata başladığı yıllardaki var oluşa dair sorgulamalar farklı bir düzeyde yine de devam etmektedir. Her döngüde olduğu gibi bir başlangıç ve bir son

vardır. Bu döngüye mahkûm olan insan, sona yaklaştıkça arada kalmak istemekte, bu döngü bitsin istememektedir. Çünkü sona ulaşıldığında hayat biter.

#### 10. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Bu dünyaya ne kendi isteğinle gelinir,  
Ne de isteğimizle bu dünyadan gidilir,  
Maksat ne bu geliştin bu gidiştin bilmem ki,  
İşte geldik, gördük, gidiyoruz, ne denir?” (Karahasan, 2018, s. 99)

Dünya hayatının başlangıcı ve sonu insanın elinde olmadığı, bu rubainin ilk iki satırında işlenmiştir. Rubaideki karamsarlık göze çarpmaktadır. Hayyam’ın bu dünyada var oluşa dair sebebi aradığı, sorguladığı görülmektedir.

Görselleştirme aşamasında insanın karşısına sürekli farklı kapılar çıktığı, bu kapıların bir eksikliğe karşılık geleceği fakat hiçbirinin ulaşılmak istenen yola çıkmadığı aktarılmak istenmiştir. İnsan çaresiz olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### 11. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Gelişim elimde olsaydı, dünyaya gelmezdim.  
Gitmem de elimde olsaydı, nasıl giderdim?  
Bu harap dünyada daha iyisi olur muydu;  
Ne gelseydim, ne gitseydim, ne de var olsaydım.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 207)

Görsel iletişim uygulamasının ana hikâyesine ilham kaynağı olan bu rubaide insanın kendi var oluşunda dahi söz sahibi olamadığı ve edilgen olduğu fikri işlenmiştir. Metin Yasa ve Dursun Ali Türkmen’e göre, bu rubaisiyle birlikte Hayyam’ın pesimist bakış açısı net bir şekilde görülmekte, kötü dünya hayatına ve dünya dertlerine dair düşüncelerin bakış açısını yansıttığı anlaşılmaktadır (2007, s. 138-139). Bu düşünce dünya hayatını bir anlamda reddetmektedir.

İnsan gelişe de gidişe de karar verememektedir. Bilinç düzeyi arttıkça bunu daha iyi kavramakta, bu da onu eylemsizliğe yöneltmektedir. Zira yaptığı eylemin de bir

karşılığı olmamaktadır. Arada kalmak insanın her zaman içinde olduğu hal olarak göze çarpmaktadır; ne gelmek ne de gitmek istemektedir, istese dahi bunu gerçekleştirememektedir.

## 12. Rubai ve Alımlanan Anlam:

“Evrende bilmediğim bir bilim kalmadı;  
Sırlardan bilmediğim çok azı kaldı.  
Yetmiş iki yıl düşündüm gece gündüz;  
Sonunda anladım ki her şey meçhul kaldı.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 180)

Bu rubai, dünya hayatında öğrenilebilecek bilginin, öğretilerin ve tecrübenin gerçek sır ve anlama ulaşmada işe yaramadığını anlatmaktadır. İnsanın zihninin, düşüncesinin evrenin var oluş nedenine sahip olamadığı aktarılmıştır.

İnsanın tüm yaşantısında edindiği bilgiler bilincini değiştirirse, dönüştürse ve yola çıkarken hissettiği eksikliği gidermiş olsa da hayatın tümü yok oluşa doğru giden bir yolu simgelemektedir. Tüm hayatın anlamı bir bilinmezlikten ibarettir ve bu bilinmezlikle birlikte insan bu dünyadan gitmektedir.

### 7.3.2. Karakter

Hikâyeleştirme çalışması kapsamında yaratılacak dünyadaki çatışmalarla yüzleşecek bir ana karakter resmedilmiştir. Çocukluk ve gençlik dönemlerini anlatan ilk iki bölümde karakter küçük yaşlardaki beden yapısıyla, yetişkinlik ve olgunluk dönemini anlatan son iki bölümde ise büyük yaşlardaki beden yapısıyla tasarlanmıştır. Karakter modern dünya insanını temsil etmektedir. Somut olarak yaşamın içinde yer alsa da sembolik olarak insanın benliğini ve bilincini göstermektedir. Hedef kitlenin yetişkinlerden oluştuğu düşünülerek, kişilik yapısı ve çatışmalara dair yaklaşımının “kâşif” karakterinden yola çıkarak “içimizden biri”ne dönüşümü yansıtılmaktadır. Çocuklukta yeniye dair merak, algılama ve iç boşluğu doldurma dürtüsü, karakterin bir eksiklik ile arayış halinde olduğunu gösterecek şekilde işlenmiştir. Yetişkinliğe geçişle birlikte kişilik yapısı, mevcut durumu kabul

etmeye eğilim göstermektedir. Fakat farkındalık arttıkça, başkalarının yolundan gitmedikçe kişilik yapısı değişmeye ve “bilge” olana evrilmeye başlamaktadır.

### 7.3.3. Sinopsis

Ana hikâye doğrultusunda belirlenen dört ana bölüm ve bu bölümlere göre seçilen rubailerin ışığında anlamlandırma çalışması yapılmıştır. Anlamın aktarımı için her rubai görselleştirilmiş ve animasyon çalışmasının parçalarını oluşturmuşlardır.

Çalışmanın aynı zamanda bir hikâye akışını takip etmesi gerekmektedir ve rubailerdeki görseller birbirinin devamı niteliğinde tasarlanmıştır. Bu bağlamda ana hikâye ve anlamlandırılan rubailer doğrultusunda karakterin içinde bulunduğu olay örgüsü aşağıdaki sinopsis ile tanımlanmıştır:

Ana karakterimiz çocuk haliyle gözü kapalı ve hareketsiz biçimde durmaktadır. Bir anda yaşam belirtisi göstermeye başlar, aniden gözlerini açar ve derin bir nefes alır. Bir kapı açılır. Çocuk düzgün nefes almaktadır, ellerini ve kendisini fark eder. Çocuk yürümeye başlar, etrafında açan çiçekleri görür ve gülümser. Karşısına bir kapı çıkar, bu kapı büyük bir küpe açılmaktadır. Kimin olduğu bilinmeyen bir el çocuğu kapıdan içeri iter. Farklı bir ortamda çocuk görünür, göğsünde anahtar deliği boşluğu vardır. Kapıdan içeri giren çocuk sendeler, arkasına bakar. Etrafına bakar. Artık bir karanlıktadır. İleride açık bir kapı görür, ona doğru ilerler fakat kapı uzaklaşır. Yürümeye devam eder. Çocuk farklı bir ortamda hareketsiz durmaktadır. Göğsünde boşluk açılır. Bir mum ışığının etrafında yetişkin insanlar görülür, sırayla mumu söndürmeye çalışırlar fakat sönmez. Çocuk, içinden ışık sızan bir kitabı eline alır, kapağını açınca aydınlanır. Kitapla yolunu aydınlatır. Çıkış kapısını bulur ve kitabı bırakır. Kapı ayna gibidir, fakat kendisi yerine hayali bir görüntü görür. Buna aldanır ve kapıdan geçer. Bir kapının anahtar deliğine anahtar sokulur. Kapıdan çıktığında artık büyümüştür ve yetişkin hale gelmiştir. Yanında bir çanta vardır, onu alır ve yoluna devam eder. Kafasını kitaba gömmüş insanların yanından geçer. Elleriyle ağzını ve gözlerini kapatmış insanların yanından geçer. Çantasını yere bırakır. Sek sek oynayan çocukların yanından geçer. Çocuklar bir deliğin içine düşerler. Çocuk halindeki ve farklı mekândaki hali görülür, göğsündeki boşluğa bir anahtar girer ve bu boşluk dolar. Karakter yine

bir kapının karşısına gelir. Farklı kapılar olduğunu görür. Bu kapıların hepsi boşluğa açılıyordur. Kapılar kapanır ve açılır. Karakter eşiğe doğru adım atar fakat kapıdan geçmez, oraya sığınır. Çocuk farklı ortamdadır, zor nefes alır. Yerden yükselmiştir. Bir anda yakın planda yüzünü görürüz. Derin ve son bir nefes alır. Yok olur.



### 7.3.4. Senaryo

Tablo 4. Senaryo

Rubai	Ses	Görüntü
	Ortam sesi	Kırmızı zeminde Farsça olarak "Hiç" yazmaktadır. Kamera metnin içine doğru yaklaşır ve animasyon başlar.
	Atmosfer sesi	Siyah zemin üzerinde tipografik olarak şu rubai görünür: "Gelişim elimde olsaydı, dünyaya gelmezdim. Gitmem de elimde olsaydı, nasıl giderdim? Bu harap dünyada daha iyisi olur muydu; Ne gelseydim, ne gitseydim, ne de var olsaydım." Ömer Hayyam
1. Rubai	Dış ses: Gelişim elimde olsaydı, dünyaya gelmezdim. (Eski Farsça) Nefes sesi	Yakın planda bir çocuk yüzü görülür. Gözleri kapalıdır, hareket etmiyordur. Kamera çocuğun etrafında dönmektedir. Dış sesin sözünü bitirmesiyle çocuk gözlerini açar ve derin bir nefes alır. Bu sırada kamera geniş açığı geçer ve uzaklaşır. Çocuk kırmızı bir ortamdadır.
1. Rubai	Kapı açılma sesi	Yakın planda bir kapı kolunun çevrildiği görülür.
1. Rubai	Ortam sesi	Karakter hayatına başlamıştır. Düzgün nefes alıp verir. Ellerine bakar, kendini fark eder. Ortam beyazdır.
2. Rubai	Ayak sesleri	Bel planda çocuk yürürken görülür. Havada açan çiçekler görür ve gülümser. Etrafına bakar.
2. Rubai		Bir kapının önünde durur. Kamera açısı değişir, kapının siyah bir küpten oluşan yapıya açıldığı anlaşılır.
2. Rubai		Yakın planda çocuğu görürüz. Bilinmeyen birinin eli kadraja girer ve çocuğu kapıdan içeri iter.
3. Rubai	Ortam sesi	Karanlık bir ortamda çocuğu görürüz. Arkasına bakarak sendeler. Önüne döndüğünde çıkış kapısını görür. Ona doğru ilerlediğinde kapı gittikçe uzaklaşır. Yakın planda ayaklarını görürüz.
	Dış ses: Gitmem de elimde olsaydı, nasıl giderdim? (Eski Farsça)	Çocuk farklı bir ortamda hareketsiz durmaktadır. Göğsünde boşluk açılır.
4. Rubai	Üfleme ve alev sesi.	Bir mum ışığının etrafında yetişkin insanlar görülür, sırayla mumu üfleterek söndürmeye çalışırlar fakat sönmez.
4. Rubai	Ortam sesi	Çocuk yürümeye devam eder. İçinden ışık sızan bir kitap görür ve alır. Kapağını açar ve aydınlanır.
5. Rubai	Ayak sesleri	Kitapla yolunu aydınlatır ve yürümeye devam eder. Çıkış kapısını görür ve kitabı bırakır. Dışarı bakar.
6. Rubai	Ortam sesi	Kapının dışını ve çocuğu aynı karede görürüz. Kapı aynı zamanda ayna gibidir fakat çocuğun gördüğü kendisinin farklı bir halidir. Dışarı çıkar.

**Tablo 4.** Senaryo (Devamı)

Rubai	Ses	Görüntü
	Dış ses: Bu harap dünyada daha iyisi olur muydu; (Eski Farsça)	Yakın planda bir anahtar deliğine anahtar sokulduğu görülür.
7. Rubai	Ortam sesi	Karakterin kapıdan çıktığı görülür. Ortam aydınlıktır ama artık büyümüştür. Kendine bakar. Yanında bir evrak çantası vardır, onu alır ve yoluna devam eder.
7. Rubai	Ortam sesi	Yüzlerinin önünde kitap olan, başka bir şey göremeyen insanların yanından geçer.
8. Rubai	Ortam sesi	Yakın planda ayaklarını görürüz. Yan profilden karakterin yürüyüşünü görürüz. Elleriyile gözlerini ve ağızlarını kapatan insanların yanından geçer.
9. Rubai	Ayak sesleri	Sek sek oynayan çocuklar görür. Yanlarından geçer. En önde olan bir deliğe düşer. Diğerleri de arkasından düşer. Karakter yürümeye devam eder.
	Dış ses: Ne gelseydim, ne gitseydim, ne de var olsaydım. (Eski Farsça) Anahtar çevrilme sesi	Çocuk halindeki ve kırmızı mekandaki hali görülür, göğsündeki boşluğa bir anahtar girer ve bu boşluk dolar.
10. Rubai	Kapı açılma ve kapanma sesi	Karakter yine bir kapının karşısında görülür. Açı değiştiğinde farklı kapılar olduğu anlaşılır. Bu kapılar boşluğa açılmaktadır. Açık olanlar kapanır, kapalı olanlar açılır.
11. Rubai	Kapı sesleri	Karakter eşiğe yönelir, fakat kapıdan geçmez. Sanki oraya sığınmıştır, eşikte durur. Kapılar kapanıp açılmaya devam eder, karakter görünmez.
12. Rubai	Nefes sesi.	Çocuğu kırmızı ortamda karşıdan görürüz, havada. Göğsündeki boşluk dolmuştur. Bir anda yakın planda yüzünü görürüz, gözleri açılır ve derin nefes alır. Yok olur.

#### 7.4. Görsel İletişim Tasarımı Uygulaması

Göstergebilimsel olarak detaylandırılan her rubai hikâye kurgusuna bağlı kalacak şekilde günümüz görsel iletişim yöntemleriyle yorumlanmıştır. Üç boyutlu illüstrasyon diliyle resmedilen sahneler masaüstü prodüksiyon yöntemleriyle hareketlendirilmiştir. Her bir rubai yorumu hareketin de devreye girmesiyle birlikte zaman boyutunu da barındırmaktadır. Zamansal olarak çalışmaların yine dört ayı zaman dilimine bölünmesi, rubailerdeki mısra düzeni gibi üçüncü zaman diliminde farklı bir hareketin gerçekleştirilerek anlamın güçlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmanın başlangıcında ana hikâyenin çıkış noktasını oluşturan rubai tipografik olarak gösterilmiştir. Böylece metinlerarası bir çalışma olduğuna dair yönlendirme yapılmış, görsel okuyucunun anlam katmanlarına ulaşması bağlamında projeye

kaynaklık eden Ömer Hayyam düşün yapısına ulaşması amaçlanmıştır. Görsel iletişime işitsel öğeler de eklenmiştir. Ortam sesi ve tonal öğelerin yanı sıra girişteki rubainin her bir satırı, animasyon çalışmasını oluşturan bölümlerin girişinde Farsça aslıyla seslendirilmiştir. Ana hikâye örgüsünün dışında kalan, bölümlerin girişinde yer alan sahnelerde kaligrafik lekeler yer verilmiş, beslenen kültüre atıfta bulunulmuştur.

#### 7.4.1. Karakterlerin Tasarımı

Modern insanı simgeleyen karakter, çocukluk ve yetişkinlik dönemi olmak üzere iki farklı yapıda görselleştirilmiştir. Karakterlerin simgelediği anlamlar göstergebilimsel olarak çalışılmıştır ve gösteren-gösterilen ilişkisi belirlenmiştir (Tablo 5).

**Tablo 5.** Karakterlerin Gösteren ve Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
Kıyafet	Zamansızlık, güncel ve eskinin birlikteliği, cinsiyetsizlik
Siyah ve tonları	Anlam, zıtlık
Beyaz	Boşluk, nesne, eşya, dünya, anlamsızlık
İnsan	Ruh, bilinç
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Çocuk	Yaşamın ilk yılları, masumiyet, arayış, merak
Yetişkin	Yaşamın ileri yılları, kalıp, kabulleniş, kaygı

Tasarlanan karakterler siyah ve tonlarıyla görselleştirilmiştir. Beyaz ve sonsuz boşlukta yaşayan karakterlerin siyah renk ile tasarlanması, insanın çevresinde ve nesnede aradığı anlamın tam aksine kendinde barındığına yapılan atıftır. İnsan içinde yaşadığı dünya ile zıtlık içerisindedir. Ayrıca karakterlerin altına çember işareti çizilmiştir. İnsanların varlıklarının döngülerden oluştuğu, bu döngülerin izin verdiğince var oldukları ve bu döngülerin oluşturduğu çemberlerin dışına adım atamadıkları anlatılmıştır. Çocukluk ve yetişkinlik dönemlerine göre görselleştirilen

karakterler, kıyafetleriyle ve anatomileriyle zamansız ve cinsiyetsiz olarak kurgulanmıştır ve bilinci/insan ruhunu temsil etmektedir.



**Görsel 22.** Karakterlerin Karşıdan ve Yandan Görünüşleri

## 7.4.2. Rubailerin Görselleştirilmesi

### 1. Rubainin Görselleştirilmesi

7.3.1. Rubailer ve Anlamın Yorumlanması bölümünde bahsedildiği üzere, ilk rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Ne zamandır dönüyor evrenin altın tası?

Öncesi yok, sonu yok, nedir aslı esası?

Akılla ölçülmüyor, mantıkla çözülmüyor,

Bu sonsuz muammayı almaz insan kafası!” (Karahasan, 2018, s. 172)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 6).

**Tablo 6.** 1. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Kapı	Geliş, boyut, yaşam
Dış ses	Müdahale, dokunuş, ruhun sesi
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Çocuk	Yaşamın ilk yılları, masumiyet, arayış, merak
Rüzgar	Zaman, geçicilik, hacim

Bu noktadan hareketle görselleştirme çalışması ortaya çıkarılmıştır. Doğu, Uzak Doğu, İran ve Tasavvuf kültüründe sıkça rastlanan ve ana renkler olarak tanımlanan renklere olan siyah, beyaz ve kırmızı (Yıldırım, 2006, s. 129-139) tüm projeyi kapsayacak şekilde görsel iletişim çalışmasında kullanılmıştır.

İlk sahne kırmızı rengin hâkim olduğu bir boşlukta açılmaktadır. Farsça olarak “Gelişim elimde olsaydı, dünyaya gelmezdim.” dizeleri seslendirilirken kamera çocuk karakterin etrafında dönmektedir. Çocuk nefes almamaktadır ve hareketsizdir. Ortam ve karakterin duruşu ile hayata gelmeden hemen önceki an simgelenmektedir (Görsel 23).



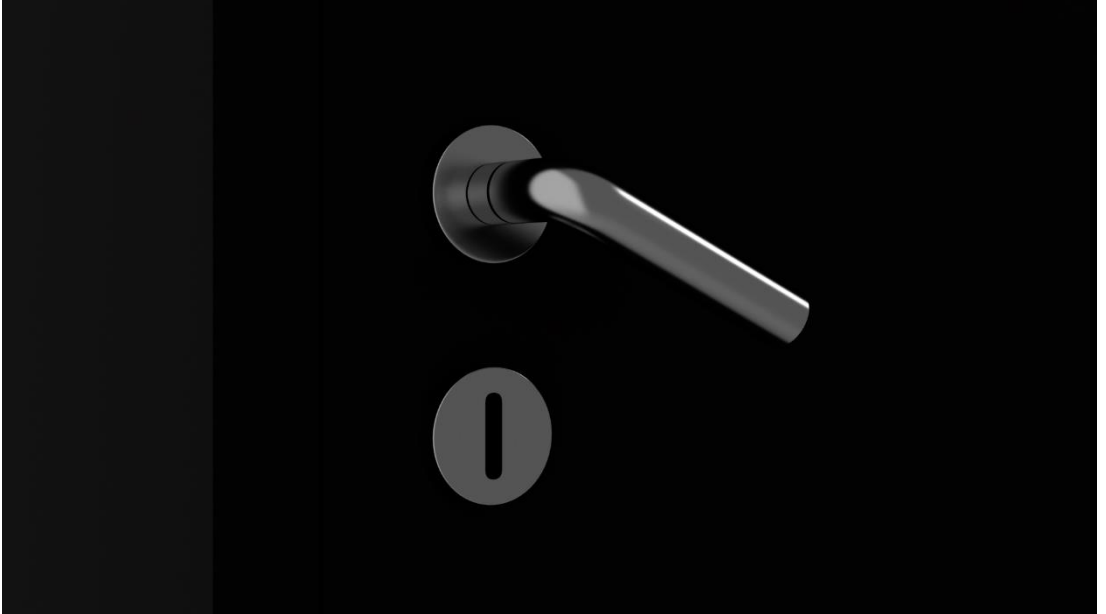
**Görsel 23.** 1. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Sözler biter bitmez karakterin gözleri açılmakta ve derin bir nefes almaktadır. Bu esnada kamera geniş açığa geçmektedir ve az da olsa uzaklaşmaktadır. Nefes ve kalp atışı sesi ile hayatın başlangıcı tasvir edilmiştir (Görsel 24).



**Görsel 24.** 1. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Üçüncü sahnede yakın planda kapı kolu görülmektedir. Kapı kolu bilinmeyen bir el tarafından açılmaktadır. Kapının açılışı hayatın başlangıcını simgelemekte, bilinmeyen bir güç tarafından açılması ise dünyaya gelişin hangi güç sayesinde olduğunun bilinmemesi olarak aktarılmaktadır (Görsel 25).



**Görsel 25.** 1. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)



Dördüncü sahnede çocuğun kendini fark ettiği, dünyaya ve kendine etki bırakabileceğini anladığı dönemler görselleştirilmiştir (Görsel 26). Boşluğu kaplayan rüzgâr, bu sahnede ve bundan sonraki sahnelerde kıyafetlerin dalgalanmasıyla hem görsel olarak hem de işitsel olarak izleyiciye hissettirilmektedir. Rüzgâr; zamanı, geçiciliği ve uzamı temsil etmektedir.



**Görsel 26.** 1. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahnede)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 3).



**Kare kod 3.** 1. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451109139/1bf80bceba>)



## 2. Rubainin Görselleştirilmesi

İkinci rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Gerçi rengim ve kokum, güzel olsa da,  
Yanağım lale, boyum servi gibi olsa da,  
Anlaşılmadı niçin, beni ezel ressamı;  
Onca süsledi, bu hoş toprak dünyada.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 150)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 7).

**Tablo 7. 2.** Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Kapı	Boyut, mekan değişimi, dönüşüm
Çiçek	Görünen, algılanan, dünyaya ait olan, güzellik
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Çocuk	Yaşamın ilk yılları, masumiyet, arayış, merak
El	Yetişkin, kurallar, otorite
Küp	Okul, öğretmenler, dünyaya ait bilgiler, kalıp

İkinci görselleştirmenin ilk sahnesinde karakter arayış halinde yürürken görülmektedir. Etrafında çiçekler açmaktadır, karakter aralarından geçmekte ve gülümsemektedir. Dünyadaki güzellikler ve görünen gerçeklikler, çiçek imgesi vasıtasıyla gösterilmiştir (Görsel 27).



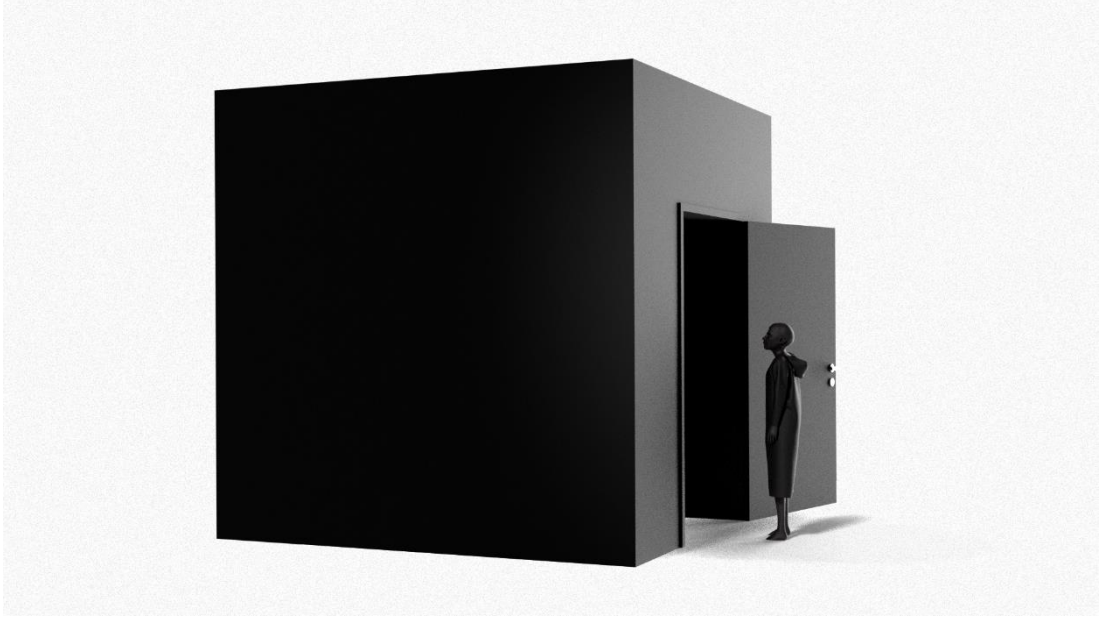
**Görsel 27. 2. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)**

Bir sonraki sahnede çocuk karakterin karşısında bir kapı çıkmaktadır. Kapı açıktır ve kapının açıldığı ortamın karanlık olduğu görülmektedir. Karakter içeri girmeden etrafı incelemeye başlamaktadır (Görsel 28).



**Görsel 28. 2. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)**

Kamera açısı değişmektedir ve kapının siyah, kp formunda bir yapıya ait olduğu anlaşılmaktadır. Karakter içeri adım atmayı tercih etmemektedir (Görsel 29).



**Görsel 29.** 2. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Yakın planda karakter kapının önünde görülmektedir. İçeri girmeye veya girmemeye henüz karar verememiştir fakat bir yetişkine ait olduğu görülen bir el karakteri kapıdan içeri itmektedir (Görsel 30).



**Görsel 30.** 2. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 4).



**Kare kod 4.** 2. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451109300/c6df06a80a>)

### 3. Rubainin Görselleştirilmesi

Üçüncü rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Gelip gittiğimiz bu dairenin,  
Ne başı var, ne de sonu onun.  
Kimse doğru söylemiyor; nereden olduğu,  
Bu gelmenin, nereye olacağı bu gitmenin.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 140)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 8).

**Tablo 8.** 3. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Kapı	Boyut, mekan değişimi, dönüşüm, giriş ve çıkış
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Çocuk	Yaşamın ilk yılları, masumiyet, arayış, merak
Karanlık	Kurallar, otorite, yanlış bilgi, cehalet, öğreti
Ayaklar	Arayış

Üçüncü görselleştirmenin ilk sahnesinde karanlık yapının içine itilen çocuk karakter görülmektedir. Ardından içeri itildiği kapı kapatılmaktadır. Baktığı yönde bir ışık görmektedir (Görsel 31).



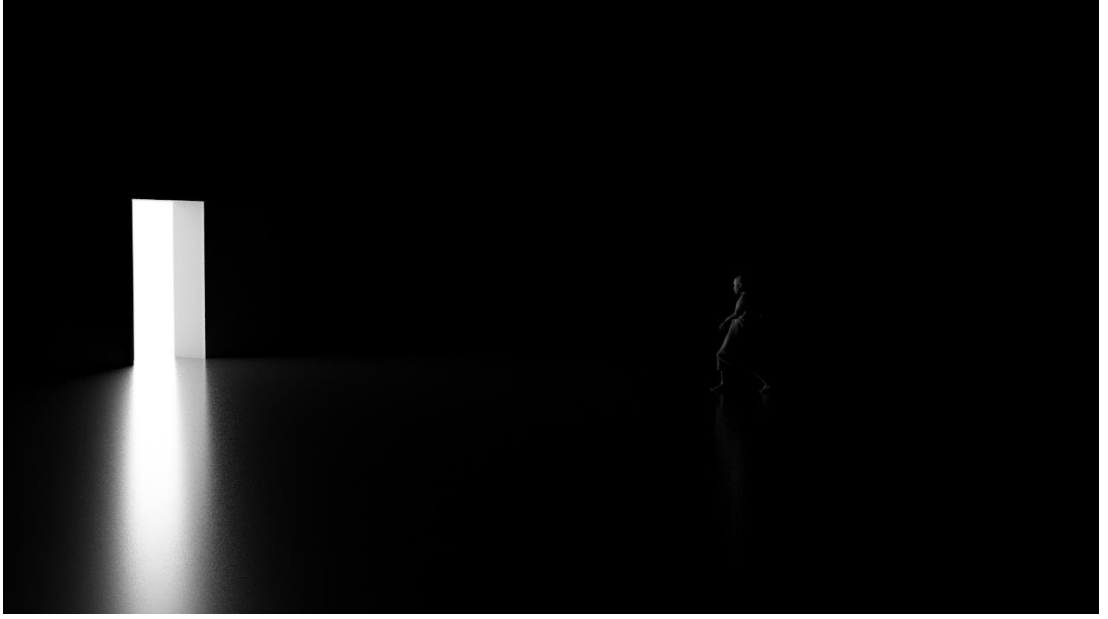
**Görsel 31.** 3. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Bir sonraki sahnede karakterin yapıdan çıkmak için, dışarıya açık bir kapıya yöneldiği görülmektedir. Temkinli adımlarla yürümektedir (Görsel 32).



**Görsel 32.** 3. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Karakter kapıya doğru ilerledikçe, kapı ondan uzaklaşmaktadır. Boyut algısı değişmekte, karakter kapıya ulaşamamaktadır. Bu sırada karanlığın sınırsızlığının görülebilmesi açısından kamera açısı da değişmektedir (Görsel 33).



**Görsel 33.** 3. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Görselleştirmenin son sahnesinde bu uzamsal değişiklik, zemine yakın bir açıdan yansıtılmıştır. Karakter temkinli adımlarla yoluna devam etmekte, umudunu kaybetmemektedir (Görsel 34).



**Görsel 34.** 3. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 5).



**Kare kod 5.** 3. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451109511/6c4dcd3626>)

### Geçiş Sahnesinin Görselleştirilmesi

Geçiş sahnesinde aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 9).

**Tablo 9.** Geçiş Sahnesinin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Çocuk	Masumiyet
Göğüsteki boşluk	Eksiklik
Dış ses	Müdahale, dokunuş, ruhun sesi

Ana hikâyeyi besleyen rubainin ikinci mısrasının seslendirilmesiyle birlikte çocuğun benliğini, ruhunu ve bilincini temsil eden hali görülmektedir. Karakter kırmızı bir boşlukta, yer çekimsiz bir dünyada görülmektedir. Karakterin gözleri kapalıdır ve zaman ilerledikçe göğsünde bir boşluk açılmaktadır (Görsel 35).





**Görsel 35.** Geçiş Sahnesi

Görselleştirilen sahne masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 6).



**Kare kod 6.** Geçiş Sahnesinin Görsel İletişim Yöntemleriyle Uygulanması  
(<https://vimeo.com/451108931/7753d17c0f>)

#### 4. Rubainin Görselleştirilmesi

Dördüncü rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Şu kısacık ömründe kim neyi tam bilmiş ki?

Gücümüz her bir şeye acep yetebilmiş mi?

Pek çok isteklerimiz kursağımızda kaldı,

Mum alevi her yeri aydınlatabilmiş mi?” (Karahasan, 2018, s. 154)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 10).

**Tablo 10.** 4. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Yetişkin	Otorite, kurallar, öğretiler, cehalet
Mum ışığı	İnsan, bilgi, aydınlık
Kitap	Bilgelik, aydınlık, yol
Işık	Aydınlık, bilgelik

Dördüncü rubainin görselleştirilmesi karanlık bir ortamı aydınlatan bir mum aleviyle başlamaktadır. Mum alevinin etrafında iki yetişkin görülmektedir ve dikkatli bir şekilde aleve bakmaktadırlar. Sırasıyla iki yetişkin karakter alevi söndürmek için üflemedirler fakat alev sönmemektedir (Görsel 36).



**Görsel 36.** 4. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Bir sonraki sahnede karakterin ayakları görülmektedir. Karanlığa rağmen yürümekten, aramaktan vazgeçmemektedir. Bu noktadan itibaren karakter gençlik dönemini yansıtmaya başlamaktadır, öğrendikleriyle yol çizebilmeye başlamaktadır (Görsel 37).



**Görsel 37.** 4. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Yürürken, yerde duran bir kitaba ulaşmıştır. Önünde dururken kitabın içinden ışık çıktığı görülmektedir (Görsel 38).



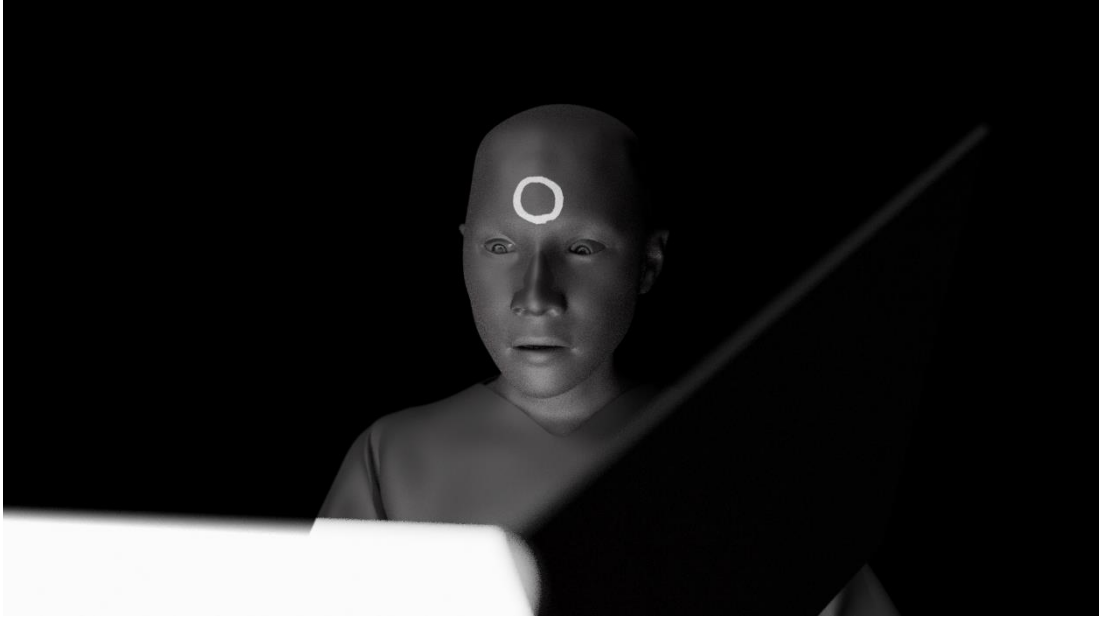
**Görsel 38.** 4. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Karakterin kitabı yerden aldığı ve incelemeye başladığı görülmektedir. Kitabın iç sayfaları parlamakta ve etrafını aydınlatmaktadır (Görsel 39).



**Görsel 39.** 4. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)

Yakın planda kitap ve onu tutan çocuk karakter görülmektedir. Karakter merakla kitabın kapağını açmaktadır. Kitabı açtığıında içinden çıkan ışıkla yüzü aydınlanmakta ve buna şaşırılmaktadır. Ardından karakterin memnun olduğu görülmektedir (Görsel 40).



**Görsel 40.** 4. Rubainin Görselleştirilmesi (5. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 7).



**Kare kod 7.** 4. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451109666/ee755c1953>)

## 5. Rubainin Görselleştirilmesi

Beşinci rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Sonsuzluğun sırrını ne sen bilirsin ne ben,  
Şu müşkül bilmeceyi ne sen çözersin ne ben,  
Bir perde arkasında hep oyalanmadayız,  
Perde inmeye görsün, ne sen kalırsın ne ben.” (Karahasan, 2018, s. 131)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 11).

**Tablo 11.** 5. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Karanlık	Kurallar, otorite, yanlış bilgi, cehalet, öğreti
Kitap	Bilgelik, aydınlık, yol
Işık	Aydınlık, bilgelik
Kapı	Boyut, mekan değişimi, dönüşüm, giriş ve çıkış

Beşinci görselleştirmede karakterin iyice aldığı bilgiyle/kitapla kendi yolunu aydınlattığı görülmektedir. Bu sayede yine temkinli de olsa karanlık içerisinde ilerleyebilmektedir (Görsel 41).



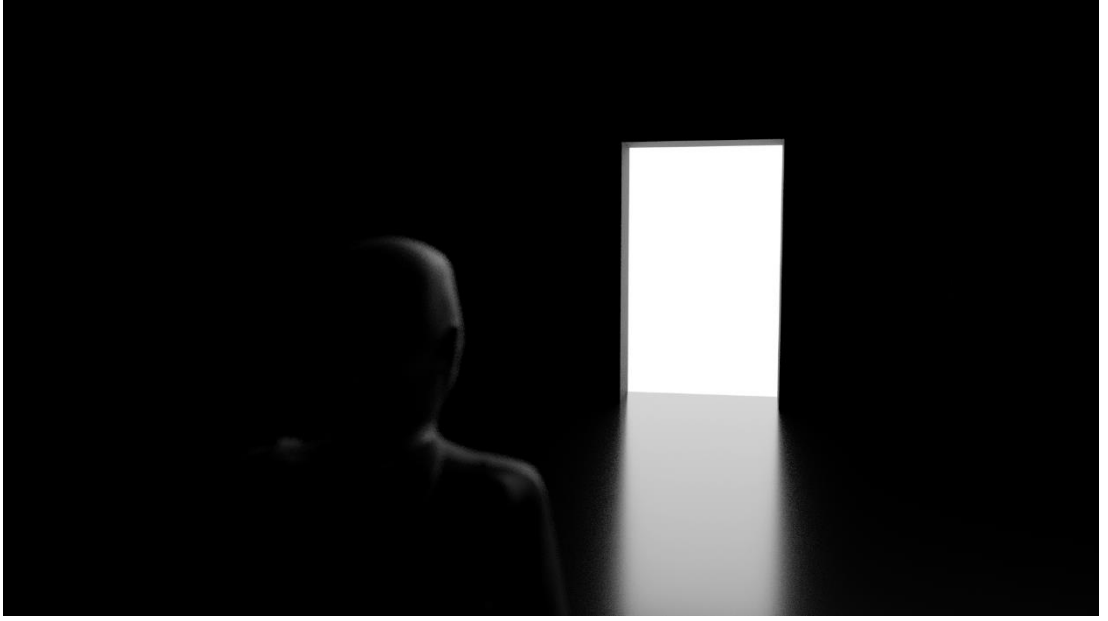
**Görsel 41.** 5. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Karakterin kitap ile aydınlattığı yolun sonunda çıkış kapısına ulaştığı görülmektedir. Kapıya vardığını gördükten sonra durmaktadır (Görsel 42).



**Görsel 42.** 5. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

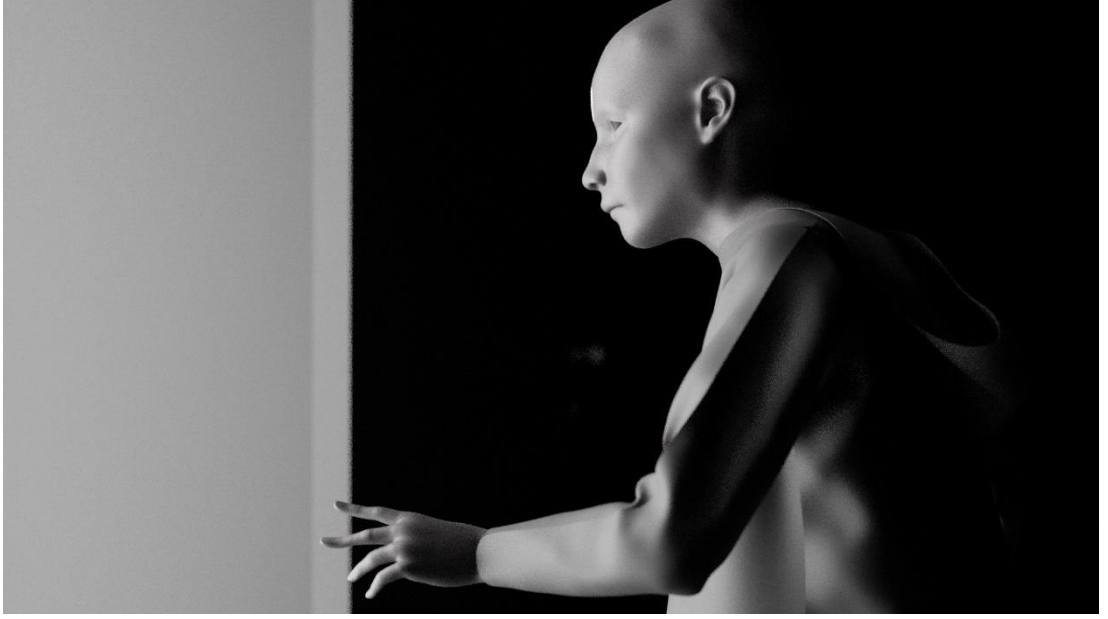
Karakter durduktan sonra kitabı kapatmaya karar vermiştir kapıya bakmaya devam etmektedir (Görsel 43).



**Görsel 43.** 5. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Karakterin kapıya yaklaştığı ve dışarı baktığı görülmektedir. Karanlığa kendi isteğiyle girmiş olmasa da dışarı çıkma kararını almaya çalışırken de temkinli gözükmektedir (Görsel 44).





**Görsel 44.** 5. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 8).



**Kare kod 8.** 5. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451109903/65ad0af403>)

## 6. Rubainin Görselleştirilmesi

Altıncı rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Felek akıllının arzusuyla döner mi hiç, bunu unut;  
Sen feleği ister yedi say, ister sekiz; var mı umut.  
Madem ölüm var, bütün arzular terk edilecek;  
Seni, ha mezarda karınca yemiş, ha çölde kurt.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 157)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 12).

**Tablo 12.** 6. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

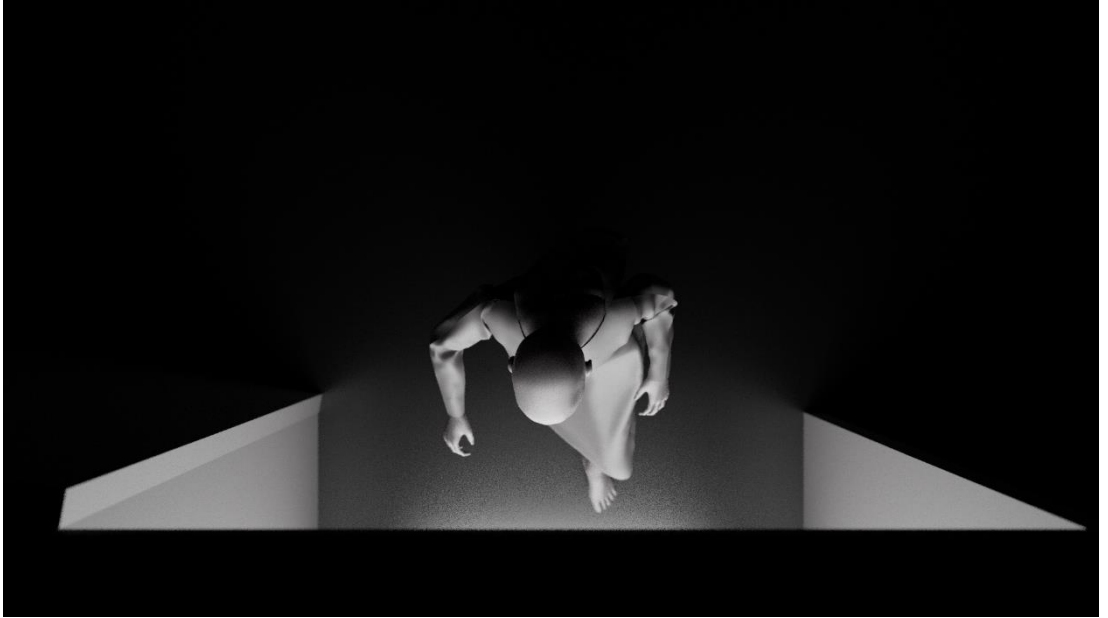
Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Karanlık	Kurallar, otorite, yanlış bilgi, cehalet, öğreti
Ayna	Dünyaya ait görüntü, farkındalık, kendinin farkına varma
Kapı	Boyut, kalıbın dışı, dönüşüm, giriş ve çıkış

Altıncı rubainin görselleştirilmesinde bir önceki sahnenin devamı hazırlanmıştır. Kamer açısı değişmiştir ve karakter kendi silüetini andıran bir bitkiyle görülmektedir. Dışarısı bir ayna gibidir fakat kendinden çok farklı bir forma bakmaktadır. Bu sırada dışarıdan geldiği anlaşılan doğa sesi duyulmaktadır (Görsel 45).



**Görsel 45.** 6. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Bir sonraki sahnede kuşbakışıyla, karakterin dışarı doğru yöneldiği görülmektedir (Görsel 46).



**Görsel 46.** 6. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 9).



**Kare kod 9.** 6. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451110038/00b39a829a>)

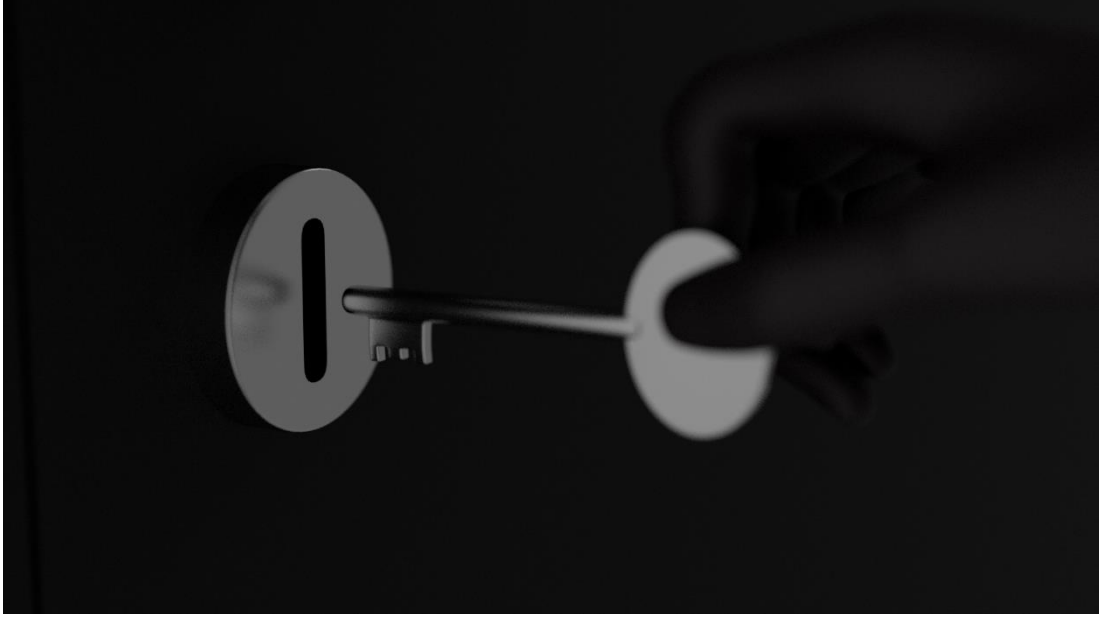
### Geçiş Sahnesinin Görselleştirilmesi

Geçiş sahnesinde aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 13).

**Tablo 13.** Geçiş Sahnesinin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
Kapı	Boyut, mekan değişimi, dönüşüm
Anahtar	Sır, bilgi, örtülü anlam
El	Yaratıcı, karar verici, uygulayıcı

Geçiş sahnesi, ana hikâyeyi kapsayan rubainin üçüncü mısrasının Farsça seslendirilmesiyle başlamaktadır. Yakın planda bir anahtar deliği görülmektedir. Ardından anahtar tutan bir el kadraja girmektedir ve anahtarı deliğe sokmaktadır (Görsel 47).



**Görsel 47.** Geçiş Sahnesi

Görselleştirilen sahne masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 10).



**Kare kod 10.** Geçiş Sahnesinin Görsel İletişim Yöntemleriyle Uygulanması  
(<https://vimeo.com/451109009/b479f99426>)

## 7. Rubainin Görselleştirilmesi

Yedinci rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Varlık ile yokluğu dert edinme kendine,  
Ömrünü hoşça geçir, düşme yarın derdine,  
Doldursana kadehi şöyle bir nefes alıp,  
Kaç nefes alacağız ileride kim bile?” (Karahasan, 2018, s. 147)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 14).

**Tablo 14. 7.** Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Kapı	Boyut, mekan değişimi, dönüşüm
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Yetişkin	Kalıp, öğretilene uyan
Çanta	Kalıp, iş, bağ, yaşam biçimi
Küp	Okul, öğretiler, dünyaya ait bilgiler, kalıp
Kitap	Öğreti, bilgi, kalıp
Diğer insanlar	Aynılık, cehalet, ayak uydurma, körlük

Yedinci rubainin görselleştirildiği ilk sahnede yine kuşbakışıyla, karakterin kapıdan dışarıya çıktığı görülmektedir. Karanlığı terk etmiştir (Görsel 48).



**Görsel 48.** 7. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Fakat karakter artık büyümüştür. Büyümüş olduğunu fark etmektedir ve kendini incelemektedir. Bu sırada yanında gördüğü bir şey dikkatini çekmektedir (Görsel 49).



**Görsel 49.** 7. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Yanında duranın bir evrak çantası olduğu anlaşılmaktadır. Çanta sembol olarak kullanılmıştır ve anlam olarak yetişkin insanın taşıdığı sorumlulukları, çalışma hayatını, günlük hayatın dertlerini ve insana yüklenenleri kapsamaktadır. Karakter bir süre durduktan sonra çantaya yönelmekte ve çantayı almaktadır (Görsel 50).



**Görsel 50.** 7. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Bir sonraki sahnede yüzlerinde kitap olan figürler görülmektedir. Kitap metaforu insanların öğretilerine, kalıplarına ve önceden tasarlanan hayatlarına gönderme yapmaktadır. Sahnedeki insanların yüzleri kitaplara o kadar gömülüdür ki etraflarını görememektedirler. Bu yüzden oldukları yerde sabit kalmaktadırlar, eylemsiz halde sürekli söylenmektedirler. Ardından karakter elinde çantasıyla kadraja girmektedir. Etrafındaki figürlere bakmaktadır fakat yürümeye devam etmektedir (Görsel 51).





**Görsel 51. 7. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)**

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 11).



**Kare kod 11. 7. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması**  
(<https://vimeo.com/451110114/1aafe12fde>)

## 8. Rubainin Görselleştirilmesi

Sekizinci rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Uyan da bir baksana kadehler boşalmış ey saki!  
Doldur ağzına kadar şarabı hoş ey saki!  
Mey testisi olmadan kuru kafatasımız,  
Kadehleri doldurmaya koş ey saki!” (Karahasan, 2018, s. 117)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 15).

**Tablo 15. 8. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi**

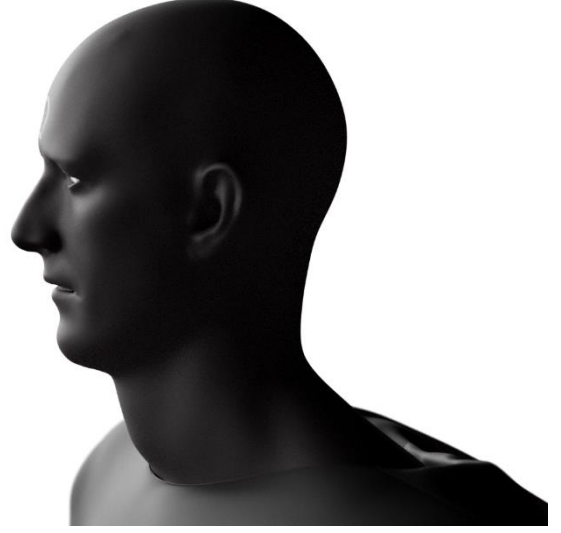
Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Yetişkin	Kalıp, öğretilene uyan
Çanta	Kalıp, iş, bağ, yaşam biçimi
Ayak	Arayış
Diğer insanlar	Aynılık, cehalet, ayak uydurma, körlük

Sekizinci rubainin görselleştirilmesi karakterin ayaklarını gösteren yakın plan ile başlamaktadır. Aydınlıkta olsa da bir yandan çantayı taşımakta bir yandan da aramaya devam etmektedir (Görsel 52).



**Görsel 52. 8. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)**

Bir sonraki kadrada karakter etrafını izleyerek yürümeye devam etmektedir (Görsel 53).



**Görsel 53.** 8. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Yürümeye devam ettikçe farklı figürlerle karşılaşmaktadır. Elleriyle gözlerini ve ağızını kapatmış insanların yanından geçmektedir ve onlara bakmaktadır (Görsel 54).



**Görsel 54.** 8. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Daha önceden başkaları tarafından terk edilmiş çantalar kadraj içinde görülmektedir. Kadraja karakter girmektedir. Karakter çantalarla karşılaşınca durmuştur (Görsel 55).



**Görsel 55.** 8. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 12).



**Kare kod 12.** 8. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451110408/57a38620e9>)

## 9. Rubainin Görselleştirilmesi

Dokuzuncu rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Yerden göğe kadar pek çok Sitare,  
Dolanır boşlukta hep pare pare,  
Her düğümü çözmek mümkündür ama,  
Var mıdır bulacak ölüme çare?” (Karahasan, 2018, s. 134)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 16).

**Tablo 16.** 9. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Yetişkin	Kalıp, öğretilene uyan
Çanta	Kalıp, iş, bağ, yaşam biçimi
Çocuk	Masumiyet, yeni
Oyun	Günlük yaşam, oyalanma, uyuma
Delik	Cehalet, kalıp, ölüm, gerçeklik

Dokuzuncu rubainin görselleştirilmesi karakterin bel planı görülmesiyle başlamaktadır. Çantasını yere bırakmıştır. Bu sırada ileride gördüğü şeyler dikkatini çekmektedir (Görsel 56).



**Görsel 56.** 9. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Kadrajda oyun oynayan çocuk figürler görülmektedir. Sıraya girmişlerdir ve en öndeki çocuk figür oyuna başlamıştır. Bu sırada karakterimiz kadraja yürüyerek girmektedir. Kadrajın sol altındaki koyu daireye doğru zıplayan çocuğun yanından geçerken ona bakmaktadır ve yoluna devam etmektedir (Görsel 57).



**Görsel 57.** 9. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Çocuk figürün bu daireye doğru zıpladığında içine düştüğü görülmektedir, dairenin bir çukur olduğu anlaşılmaktadır (Görsel 58).



**Görsel 58.** 9. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 13).



**Kare kod 13.** 9. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451110643/97d007651b>)

### Geçiş Sahnesinin Görselleştirilmesi

Geçiş sahnesinde aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 17).

**Tablo 17.** Geçiş Sahnesinin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Çocuk	Masumiyet
Göğüsteki boşluk	Eksiklik
Dış ses	Müdahale, dokunuş, ruhun sesi
Anahtar	Boşluğun doluşu, eksikliğin giderilmesi, anlam, sır

Geçiş sahnesi ana rubainin son mısrasının bir kısmının Farsça seslendirilmesiyle başlar, fakat devamı gelmemektedir. Sahnede göğüs boşluğunda büyük bir anahtar duran karakter görülmektedir (Görsel 59).



**Görsel 59.** Geçiş Sahnesi (1. Sahne)



Bir sonraki sahnede kamera açısı değişmiştir. Anahtarın çevrildiği ve karakterin göğsündeki boşluğun dolduğu anlaşılmaktadır (Görsel 60).



**Görsel 60.** Geçiş Sahnesi (2. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 14).



**Kare kod 14.** Geçiş Sahnelerinin Görsel İletişim Yöntemleriyle Uygulanması  
(<https://vimeo.com/451109045/24f5feb05c>)

## 10. Rubainin Görselleştirilmesi

Onuncu rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

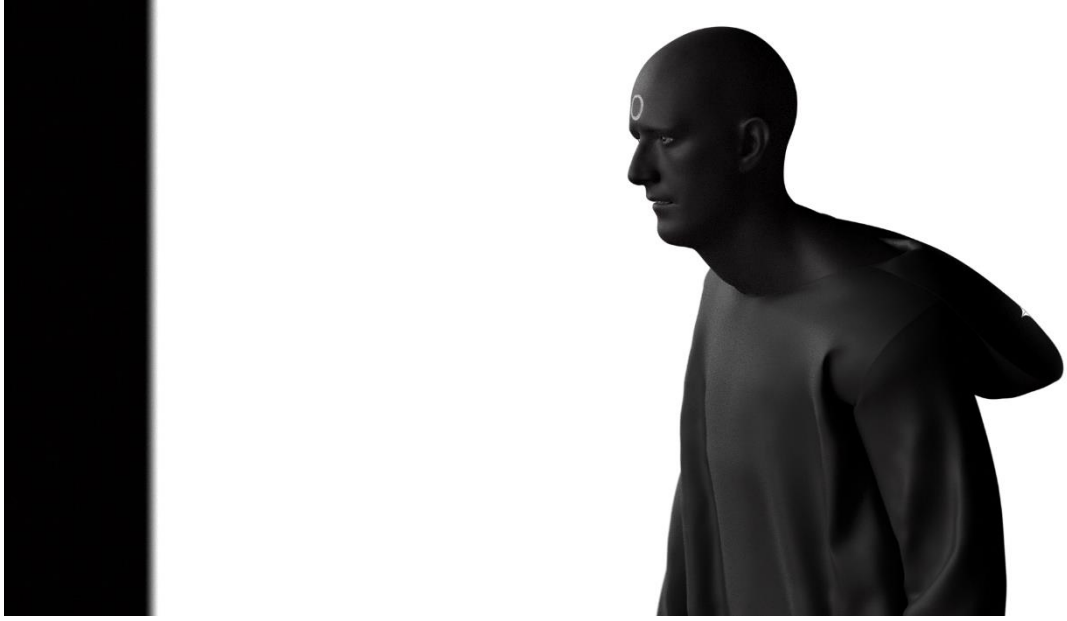
“Bu dünyaya ne kendi isteğinle gelinir,  
Ne de isteğimizle bu dünyadan gidilir,  
Maksat ne bu gelişten bu gidişten bilmem ki,  
İşte geldik, gördük, gidiyoruz, ne denir?” (Karahasan, 2018, s. 99)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 18).

**Tablo 18.** 10. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Yetişkin	Kalıp, öğretilene uyan
Kapı	Değişim, boyut, farkındalık
Kapıların ardındaki boşluk	Bilginin anlamsızlığı, çaresizlik, eylemsizlik, edilgenlik

Onuncu rubainin görselleştirilmesiyle karakterin formunun biraz daha olgunluk evresine doğru şekillendiği görülmektedir. Kadraja yürüyerek giren karakter durmakta ve etrafına bakmaktadır (Görsel 61).



**Görsel 61.** 10. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Kamera açısı değişmektedir ve geniş açıda karakterin bulunduğu çevre görülmektedir. Karakter bir kapının önünde durmuştur fakat etrafta farklı kapılar olduğu da anlaşılmaktadır. Bu kapılar bir yapıya değil, yine içinde bulunduğu dünyaya açılmaktadır (Görsel 62).



**Görsel 62.** 10. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Karakterin önündeki kapı açılmıştır fakat bu sırada diğer kapılar da hareketlenmiştir. Karakter bu duruma anlam vermeye çalışmakta ve etrafını incelemektedir (Görsel 63).



**Görsel 63.** 10. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Kapılar tekrar senkronize bir şekilde açılmakta ve kapanmaktadır. Bu esnada ana hikâyeyi besleyen rubainin son mısrasının bir bölümü Farsça seslendirilmektedir. Kapıların açılıp kapanmasını sağlayan görünmez bir güç olduğu anlaşılmaktadır (Görsel 64).



**Görsel 64.** 10. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 15).



**Kare kod 15.** 10. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451110835/fcdefd0cbf>)

## 11. Rubainin Görselleştirilmesi

On birinci rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Gelişim elimde olsaydı, dünyaya gelmezdim.

Gitmem de elimde olsaydı, nasıl giderdim?

Bu harap dünyada daha iyisi olur muydu;

Ne gelseydim, ne gitseydim, ne de var olsaydım.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 207)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 19).

**Tablo 19.** 11. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Yetişkin	Kalıp, öğretilene uyan
Kapı	Değişim, boyut, farkındalık
Kapıların ardındaki boşluk	Bilginin anlamsızlığı, çaresizlik, eylemsizlik, edilgenlik
Eşik	Araf, arada kalmak, hareketsizlik, edilgenlik, teslimiyet

On birinci rubainin görsel ilk sahnesi harekete geçmeye karar veren karakterin yürüyüş hareketiyle başlamaktadır. Karakter kapının eşğine doğru adım atmaktadır (Görsel 65).



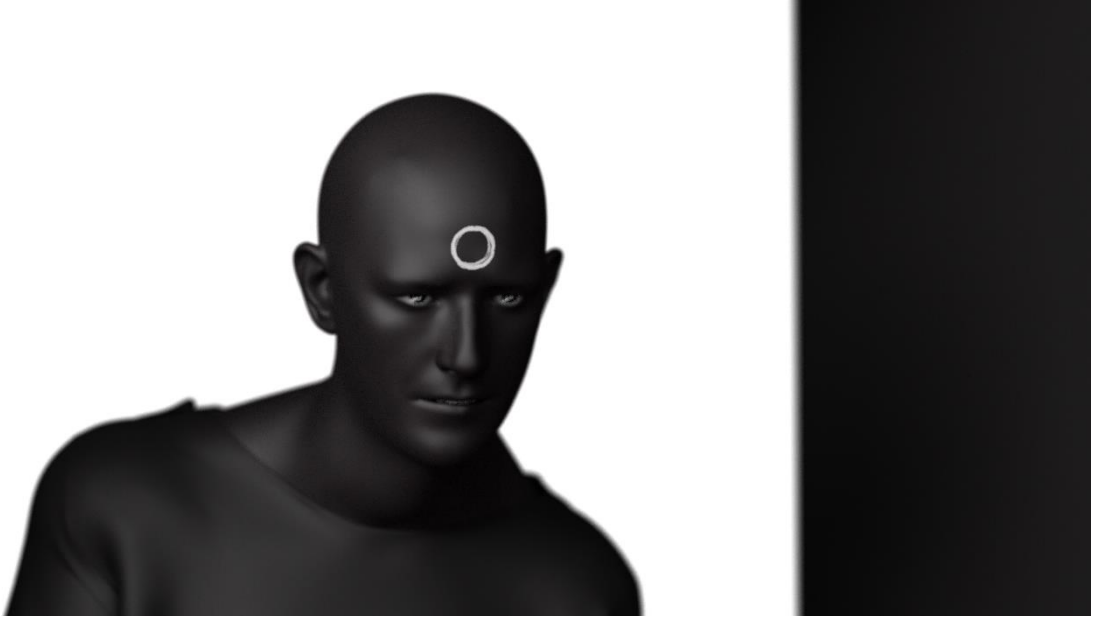
**Görsel 65.** 11. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Kamera açısı değişmektedir. Karakterin kapının eşiğinde durduğu görülmektedir. Kapının eşiğinden geçmemekte, etrafına bakmaktadır (Görsel 66).



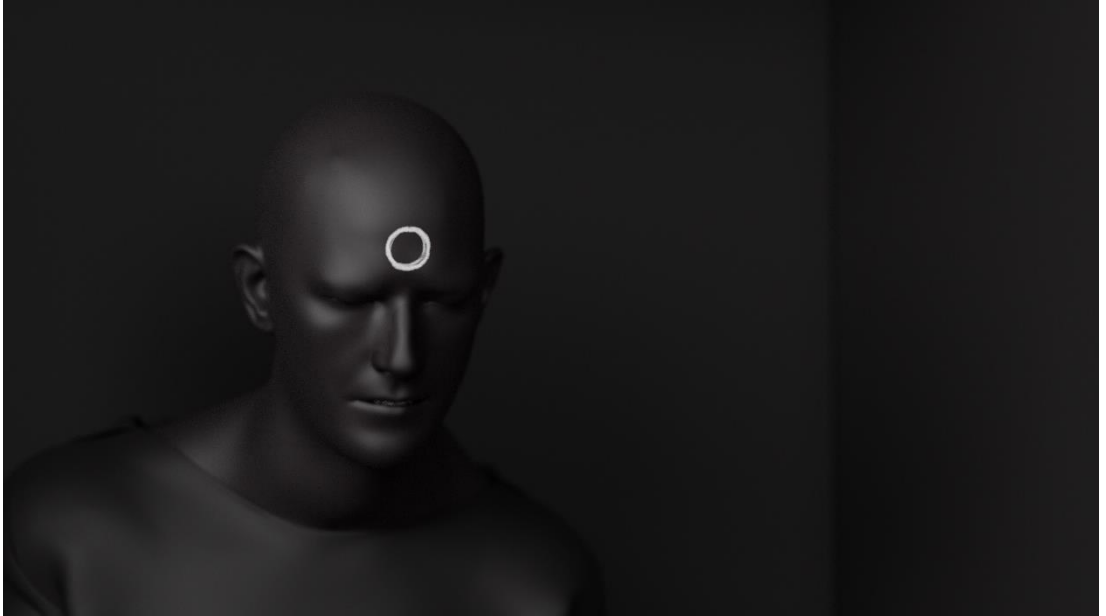
**Görsel 66.** 11. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Yakın planda karakter görülmektedir. İleri bakmaktadır fakat elinden bir Şey gelmemektedir. Ne kapının eşiğinden geçmektedir ne de geri dönmektedir. (Görsel 67).



**Görsel 67.** 11. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Bu sırada kapı kapanmaktadır. Ardından karakter umutsuz bir biçimde gözlerini kapatmaktadır (Görsel 68).



**Görsel 68.** 11. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)



Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 16).



**Kare kod 16.** 11. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451111010/e18d0b3dc9>)

## 12. Rubainin Görselleştirilmesi

On ikinci rubai olarak aşağıdaki rubai seçilmiştir ve anlamlandırılmıştır:

“Evrende bilmediğim bir bilim kalmadı;  
Sırlardan bilmediğim çok azı kaldı.  
Yetmiş iki yıl düşündüm gece gündüz;  
Sonunda anladım ki her şey meçhul kaldı.” (Başaran & Çiftçi, 2002, s. 180)

Aktarılmak istenen anlam doğrultusunda yaratılan göstergeler, gösteren-gösterilen ilişkisi açısından değerlendirilmiş ve hikâyeye uygun olarak kullanılmıştır (Tablo 20).

**Tablo 20.** 12. Rubainin Gösteren Gösterilen İlişkisi

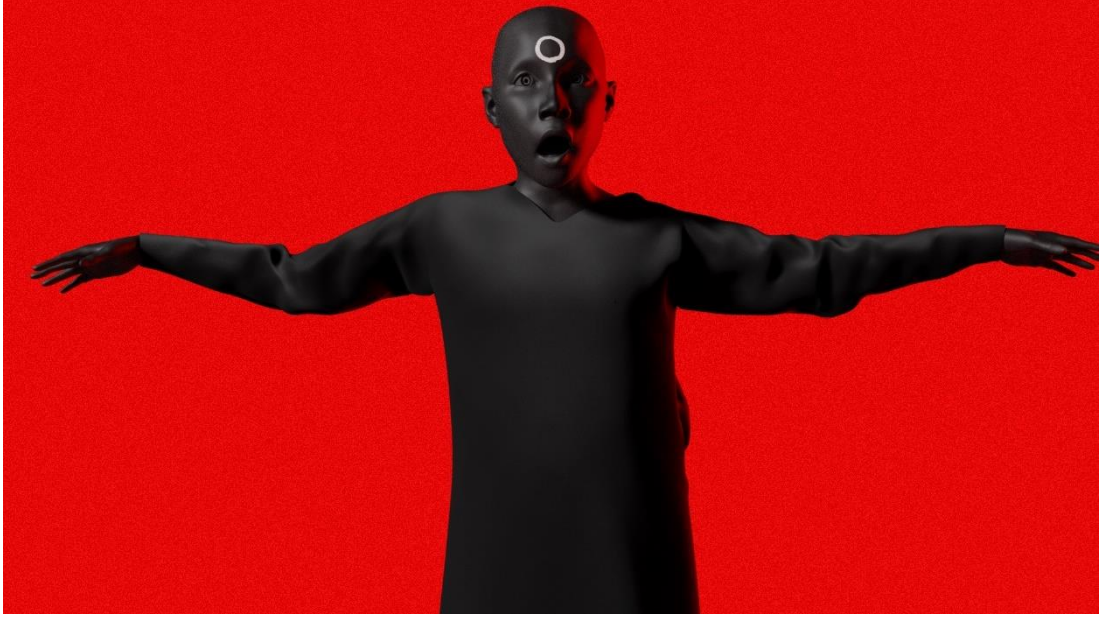
Gösteren	Gösterilen
İnsan	Anlam, ruh, hedef kitle, bilinç
Boşluk	Çevre, dünya, eşya, nesne
Çember işareti	Döngü, sıkışmışlık, çaresizlik
Çocuk	Masumiyet
Anahtar	Boşluğun doluşu, eksikliğin giderilmesi, anlam, sır
"Hiç" tipografisi	Zaman, hiçlik, yok olma, var olmama, ölüm

On ikinci rubainin görselleştirilmesi, son mısrasının seslendirilmeyen kısmının Farsça seslendirilişiyile başlamaktadır. Karakter gözleri kapalı olarak kırmızı dünyada görülmektedir (Görsel 69).



**Görsel 69.** 12. Rubainin Görselleştirilmesi (1. Sahne)

Karakter bir anda korkulu gözlerle kameraya doğru bakmakta ve derin nefes almaktadır. (Görsel 70).



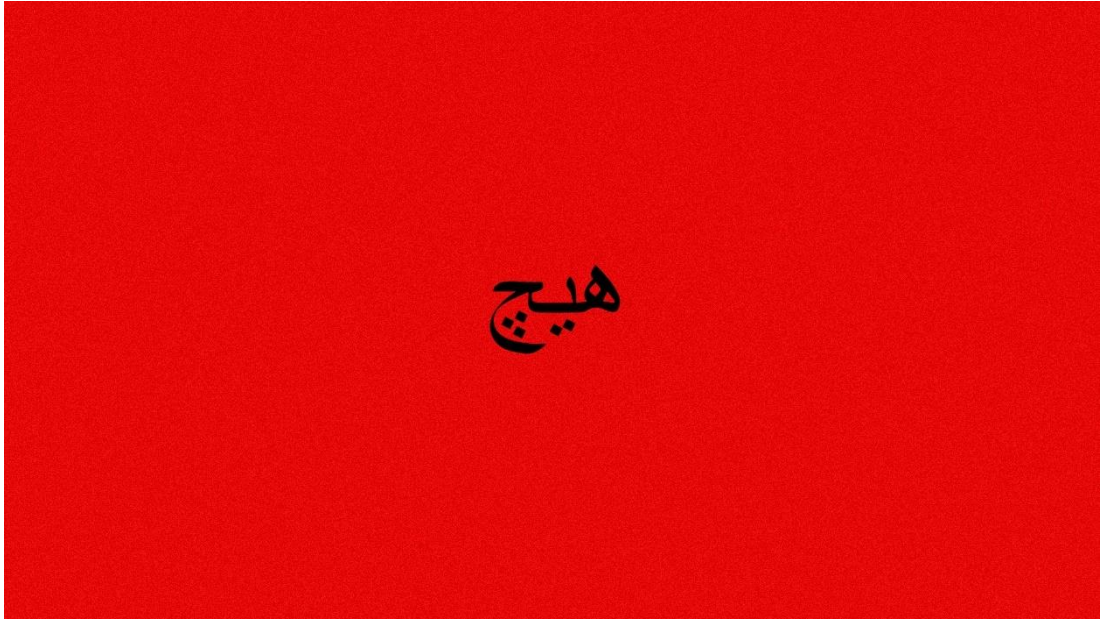
**Görsel 70.** 12. Rubainin Görselleştirilmesi (2. Sahne)

Kamera karakterden uzaklaşmıştır. Korkulu gözlerle bakarak son nefesini almış olan karakter çok geçmeden yok olmaktadır (Görsel 71).



**Görsel 71.** 12. Rubainin Görselleştirilmesi (3. Sahne)

Yok oluşunun ardından ekranda Farsça yazılmış olan “Hiç” tipografisi görülmektedir (Görsel 72).



**Görsel 72.** 12. Rubainin Görselleştirilmesi (4. Sahne)

Görselleştirilen sahneler masaüstü prodüksiyon çalışmaları ardından hareketlendirilmiş ve animasyon çalışması olarak kurgulanmıştır (Kare kod 17).



**Kare kod 17.** 12. Rubainin Görsel İletişim Yöntemleriyle Yorumlanması  
(<https://vimeo.com/451111075/4c1fc71da3>)

## 7.5. Projenin Sunulması

Her görsel iletişim çalışması ögesi bir bütünü oluşturacak şekilde bir animasyon videoda birleştirilmiştir. Animasyon projesi ana hikâyeye kaynaklık eden rubainin Türkçe’ye çevrilmiş haliyle animasyonun giriş sahnesinde kullanılmış böylece Ömer

Hayyam’a atıfta bulunularak metinlerarası okuma yapacak alımlayıcının farklı anlam katmanlarına ulaşması amaçlanmıştır. Bu rubainin yazıldığı dönemdeki Farsça ile seslendirilmesi yapılmıştır. Rubailerdeki dört mısraya atıfta bulunan dört bölüm, her bir mısranın Farsça okumasıyla başlamaktadır. Dış ses ve diğer ortam sesleri görsel anlatımı güçlendirmek ve okuyucuda farklı anlam kapılarını açmak amacıyla kurgulanmıştır. Animasyon çalışmasının birleştirilmiş hali aşağıdaki bağlantı üzerinden izlenebilmektedir (Karekod 17).



**Kare kod 18.** Birleştirilmiş Animasyon Videosu  
(<https://vimeo.com/451104149/7d05663500>)

Projenin tüm detayları, aşamaları ve amacı bu proje için hazırlanan “[www.gorselrubailer.com](http://www.gorselrubailer.com)” web sitesi üzerinden paylaşımına açılmıştır. Ayrıca hedef kitlenin sıkça kullandığı video paylaşım sitelerinden olan Youtube’da “<https://youtu.be/x3Hpypp-0Lk>” adresi üzerinde ve Vimeo’da Kare kod 17’de verilen bağlantı üzerinde animasyon çalışması sergilenmiş, projenin sosyal medya üzerinden ulaşılabilmesi amacıyla projeye özel Instagram profili “[www.instagram.com/gorselrubailer](http://www.instagram.com/gorselrubailer)” adresi üzerinden erişime açılmıştır. Böylece projenin hedef kitlesine ulaşması ve günümüz görsel iletişim tasarımcılarının mevcut çalışma metodundan yararlanması hedeflenmiştir.

## 8. SONUÇ

Görsel hâkimiyetin çağımızın birey ve toplulukları üzerindeki etkisinin giderek artması, görsel iletişimin günümüz iletişim yöntemleri arasında öne çıkmasına yol açmıştır. Ancak iletişimin görsel tabanlı olması tek başına mesajın doğru algılanacağı anlamına gelmemektedir. Modern insanın birçok yönden sürekli olarak binlerce mesaja maruz kalması ve hıza dayalı bir yaşama sahip olması, ilgi ve odaklanma sürelerini birkaç saniyeye kadar indirmiştir. Hedef kitlesinin ilgisini çekmek, verilmek istenen anlamın hedefine ulaşmasını sağlamak ve etkileşime girmek amacıyla, insanlık tarihinde birçok kültürün parçası haline gelen hikâyeleştirme yöntemlerinin son yıllarda görsel iletişim çalışmalarında yoğun bir biçimde kullanıldığı görülmektedir.

Bu tez çalışmasında, günümüz iletişim uygulamalarında hikâyeleştirme eğilimi ve bu eğilimle birlikte görsel iletişim tasarımcıları üzerindeki rolü incelenmiştir. Literatür taraması yöntemiyle, hikâyelerin kitleler üzerindeki etkisi ve hikâyeleştirme biçimleri incelenmiş, görsel kültür ve görsel iletişim ile olan bağı ve etkileşimi araştırılmıştır. Günümüz görsel iletişim yöntemleriyle hazırlanmış ve hikâyeleştirme çalışması eşliğinde tasarlanmış mevcut iletişim çalışmaları göstergebilimsel olarak incelenmiştir.

İnsanların algılarının farklılaşması ve teknolojinin gelişimiyle birlikte iletişim aygıt ve yöntemlerinin sürekli biçim değiştirmesine rağmen, hikâyelerin bireyler üzerindeki etkisinin artarak devam ettiği görülmüştür. Literatür çalışmaları ve günümüz görsel iletişim çalışmalarından edinilen veriler ışığında; kitlelerin kendi hayatlarındaki benzer öğelere atıfta bulunan, kültürel kodlarına dokunan kavramlar barındıran, yansıtılan çatışmayı çözen ana karakterle özdeşlik kurabildikleri hikâyelerle ilgilendikleri ve onlara tepki verdikleri anlaşılmıştır. Hikâyeleştirmenin görsel iletişim çalışmalarında karşılık bulması, özellikle reklam sektöründe



çalışan profesyoneller ve görsel iletişim tasarımcılarının rollerini farklılaştırmıştır. Bu profesyoneller çalışmalarının odağına hedef kitlelerin hayatlarını, dünya görüşlerini, ihtiyaçlarını ve onların hayatlarındaki çatışmaları almışlardır. Bilgi, mesaj ve anlam aktarımı amacıyla geliştirilen görsel iletişim çalışmalarını yürüten görsel iletişim tasarımcıları, modern hikâye anlatıcıları olarak disiplinlerarası çalışmakta ve etkilerini daha da artırmaktadırlar.

Bu bağlamda, yeni nesil iletişim çalışmalarındaki görsel öğelerin taşıdığı anlam yükünün hedefteki bireyin hikâyesi odağında değiştiği görülmektedir. Tasarımcının rolünün önemi ise bu değişim doğrultusunda iyice artmaktadır. Görsel iletişim tasarımcılarının, özellikle profesyonel çalışmalarda iletilmek istenen anlam bütünüünün hikâyeleştirme aşamalarında aktif rol oynamalarının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Görseli yaratan, göstergeleri okuyan ve tasarlayan görsel iletişim tasarımcılarının içinde bulunduğu modern iletişimin daha etkili olacağı, anlamın en az kayıpla aktarılacağı anlaşılmaktadır.

Tez çalışmasına eşlik eden uygulama projesinde, Türkiye ve İran coğrafyasındaki halkların kültürlerinde önemli bir yere sahip olan, edebi eserleriyle toplulukları ve nesilleri etkilemiş Ömer Hayyam'ın rubaileri üzerinden yapılan görsel iletişim tasarımı çalışmasında izlenen adımlar, günümüz görsel iletişim tasarımcılarına hikâyeleştirme çalışmalarında özellikle yöntemsel izlenince açısından yararlanabilecekleri bir kaynak olma amacı taşımaktadır. Ömer Hayyam'ın felsefi bakış açısının özgün ve modern bir dil ile aktarılmasının ilgilileri için farklı bir bakış açısı yaratılması ayrıca amaçlanmıştır.

## 9. KAYNAKÇA

- Agustin, E., & Udasmoro, W. (2018). Women and Pleasure in Guillaume Apollinaire's Calligram Collection Poèmes à Lou. *k@ta*, 20(2), 60-67.
- Akay, A. (2007). Preface. *Toplumbilim*, 22, 11-15.
- Aktulum, K. (1999). *Metinlerarası İlişkiler*. Ankara: Öteki Yayınları.
- Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. *Selçuk İletişim*, 9(1), 410-418.
- Atabek, Ü., & Atabek, G. Ş. (2007). *Medya Metinlerini Çözümlemek: İçerik, Göstergibilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Avcı Tuğal, S. (2018). *Oluşum Süreci İçinde Dijital Sanat*. İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Avcı, İ. (2017). Mehmed Bahâeddin'in Hayyam'dan Serbest Tarzda Yaptığı Manzum Rubai Çevirileri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 17(38), 77-97.
- Aytemur, S. (2012). *Hikâye Oksijendir: Taş Devrinden Dijital Çağa Hikâyenin Önemi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Bao, Y., Yang, T., Lin, X., Fang, Y., Wang, Y., Pöppel, E., & Lei, Q. (2016). Aesthetic Preferences for Eastern and Western Traditional Visual Art: Identity Matters. *Frontiers in Psychology*, 7(1596), 1-8.
- Barnard, M. (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Ankara: Ütopya.



- Bars, M. E. (2014). Vladimir Propp'un Yapısal Çözümleme Yöntemi Çerçevesinde "Battal Gazi Destanı" Filminin İncelenmesi. *Journal of History School*, 7, 79-89.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Başaran, O., & Çiftçi, H. (2002). *Hayyam: Hayatı, Felsefesi ve Gerçek Rubaileri*. Erzurum: Babil Yayınları.
- Baudrillard, J. (2016). *Kötülüğün Şeffaflığı: Aşırı Fenomenler Üzerine Bir Deneme*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bedin, C. (2018). Roland Barthes'ın Metinlerarasılık Kuramı Üzerine Bazı Düşünceler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 73-77.
- Benjamin, B. (2006). The Case Study: Storytelling In The Industrial Age and Beyond. *On The Horizon*, 14(4), 159-164.
- Berger, J. (2010). *Görme Biçimleri*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Carpendale, S., Isenberg, P., Lee, B., & Richie, N. H. (2015). More Than Telling a Story: Transforming Data into Visually Shared Stories. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 35(5), 84-90.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The Basics*. Taylor & Francis e-Kitaplığı. [https://books.google.com.tr/books?id=utd\\_AgAAQBAJ](https://books.google.com.tr/books?id=utd_AgAAQBAJ) Erişim tarihi: 02.02.2020.
- Chiu, C., Keh, H. T., Kreuzbauer, R., & Li, D. (2020). Culturally Polite Communication: Enhancing the Effectiveness of the Localization Strategy. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 51(1), 49-69.
- Chmielecki, K. (2015). From Visual Culture to Visual Communication: The Issue of the Pictorial and Iconic Turn in the Contemporary Culture. *Art Inquiry. Recherches Sur Les Arts*, 17, 93-114.

- Çelik, E. (2017). Toplum-Anlam İlişkisi Açısından Anlamın Sosyalliği. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 191-215.
- Çetin, N. (2004). *Cumhuriyet Dönemi Türk Şiirinde Rubaî*. Ankara: Hece.
- Demir, S. (2009). Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıtları Bağlamında Göstergebilime Katkıları. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Doğanay, S. (2017). TSMK, A.3593 no'lu Surnâme-i Vehbî'den Seçilmiş Minyatürlerin Kompozisyon ve Renk Açısından İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Geleneksel Türk Sanatları Anasanat Dalı.
- Duncum, P. (2001). Visual Culture: Developments, Definitions, and Directions for Art Education. *Studies in Art Education*, 42(2), 101-112.
- Duncum, P. (2004). Visual Culture isn't Just Visual: Multiliteracy, Multimodality and Meaning. *Studies in Art Education*, 45(3), 252-264.
- Eco, U. (2016). *Açık Yapıt*. İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Ekiz, T. (2007). Alımlama Estetiği Mi Metinlerarasılık Mı? *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 47, 119-127.
- Eppink, J. (2014). A brief history of the GIF (So Far). *Journal of Visual Culture*, 13(3), 298-306.
- Ertemel, A. V. (2016). *Dijital Çağda İllüzyonel Pazarlama*. İstanbul: Abaküs.
- Gariper, C. (2017). Rubai Bağlamında Şiir ve Felsefe. *Yeni Türk Edebiyatı Araştırmaları*, 17(17), 105-116.
- Gerrig, R. (1993). *Experiencing Narrative Worlds*. New Haven: Yale University.

- Giorgis, C., Johnson, N. J., Bonomo, A., Colbert, C., Conner, A., Kauffman, G., & Kulesza, D. (1999). Children's Books: Visual Literacy. *The Reading Teacher*, 53(2), 146-153.
- Gökaliler, E., & Saatçioğlu, E. (2016). Bir Reklam Unsuru Olarak Emoji Kullanımı: Emoji İçerikli Reklamlara Yönelik Tutum Araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(2), 63-91.
- Haider, A. (2017). How The Gif Won The Internet.  
<http://www.bbc.com/culture/story/20170825-how-the-gif-won-the-internet>  
Erişim Tarihi: 01.07.2020.
- Hayyam, Ö. (2009). *Rubaiyat of Omar Khayyam*. Auckland: The Floating Press.
- Hegarty, J. (2012). *Hegarty on Advertising: Turning Intelligence into Magic*. Londra.
- Hegarty, J. (2012). *Hegarty on Advertising: Turning Intelligence into Magic*. Londra: Thames & Hudson.
- Heller, S., & Ilic, M. (2007). *The Anatomy of Design: Uncovering The Influences and Inspirations in Modern Graphic Design*. Gloucester: Rockport Publishers Inc.
- Horn, R. E. (1998). *Visual language*. Washington: MacroVu Inc.
- İlden, S. (2012). Türk Minyatür Sanatının Gelişiminde Dinin (İslamiyetin) Etkisi. *Akdeniz Sanat*, 5(9), 60-72.
- Jung, C. G. (2001). *Dört Arketip*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Jung, C. G. (2006). *Analitik Psikoloji*. İstanbul: Payel Yayınevi.
- Karahasan, A. (2018). *Farsça Okunuşları ve Türkçesiyle Rubailer: Ömer Hayyam*. İstanbul: Telos Yayıncılık.

- Kavalcı, T. (2017). Vladimir Propp'un Yapısalcı Yöntemi Üzerine Bir İnceleme ve Uygulama.  
[https://www.academia.edu/34166524/Vladimir\\_Propp\\_un\\_Yapısalcı\\_Yöntemi\\_Üzerine\\_Bir\\_İnceleme\\_ve\\_Uygulama\\_Çalışması\\_docx](https://www.academia.edu/34166524/Vladimir_Propp_un_Yapısalcı_Yöntemi_Üzerine_Bir_İnceleme_ve_Uygulama_Çalışması_docx) Erişim Tarihi: 01.08.2020.
- Kepes, G. (1969). *Language of Vision*. Chicago: Paul Theobald and Company.
- Kırık, A. M., & Saltık, R. (2017). Sosyal Medyanın Dijital Mizahı: İnternet Meme/Caps. *Atatürk İletişim Dergisi*, 12, 100-108.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions. *Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard Üniversitesi*, 47(1), vii, 223.
- Leborg, C. (2006). *Visual Grammer*. New York: Princeton Architectural Press.
- Legorburu, G., & McColl, D. (2016). *Hikâye Tasarımı: Yeni Reklamlar Değil Yeni Dünyalar Yaratın*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Lester, P. M. (2006). *Visual Communication: Images with Messages*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Lunenberg, F. C. (2010). Communication: The Process, Barriers, and Improving Effectiveness. *Schooling*, 1.
- Mark, M., & Pearson, C. (2001). *The Hero and The Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*. New York: McGraw-Hill.
- McCrinkle, M., & Wolfinger, E. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding The Global Generations*. Sydney: UNSW Press.
- Mirzoeff, N. (2011). *The Right To Look: A Counterhistory of Visuality*. Durham: Duke University Press.

- Mitchell, W. T. (1986). *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago: University Press of Chicago.
- Nar, M. (2014). Yapısalcılık Kavramına Antropolojik Bir Yaklaşım: Levi-Strauss ve Yapısalcılık. *Antropoloji*, 27, 29-46.
- Önal, A. (2013). Metinlerarasılık Bağlamında Müzik Sanatında Alıntı ve Yeniden Üretim. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 69-79.
- Öncü Yıldız, M. (2012). Görsel Okuryazarlık Üzerine. *Marmara İletişim Dergisi*, 19, 64-77.
- Parker, B. (1998). *Globalization and Business Practice: Managing Across Boundaries*, . Londra: Sage Publications.
- Parsa, A. (2004). İmgenin Gücü ve Görsel Kültürün Yükselişi.  
[https://www.researchgate.net/publication/308785296\\_Imgenin\\_Gucu\\_ve\\_Gorsel\\_Kulturun\\_Yukselisi](https://www.researchgate.net/publication/308785296_Imgenin_Gucu_ve_Gorsel_Kulturun_Yukselisi) Erişim Tarihi: 02.05.2019.
- Parsa, A. (2007). Görsel Okuryazarlık: Görselleri Okuma Değerlendirme Ve Yaratma Süreci. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 2, 111-127.
- Propp, V. (1985). *Masalın Biçimbilimi*. (R. Rifat, Dü.) İstanbul: B/F/S.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies*. Londra: Sage Publications.
- Samsakçı, M. (2006). ‘Açık Yapıt’ ya da Metin Karşısında Okuyucu. *Türk Edebiyatı*, 391, 63-91.
- Sanders, B. (2010). *Öküzün A’sı: Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Simmons, A. (2012). *Etkileme ve İkna Sanatında Hikâyenin Gücü*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Soğancı, İ. O. (2011). Türkiye’de Görsel Kültür: Uluslararası Öğrenci Kitlesine Yönelik Bir Uygulama Örneği. *1. Sanat Ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu Dün, Bugün, Gelecek*. Ankara: Başkent Üniversitesi.
- Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1997). *Riding The Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. Londra: Nicholas Brealey Publishing.
- Tunç, G. (2015). Çağdaş Türk Edebiyatında Görsel Şiir. *Bilig*, 73, 249-270.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). *Yaşam Memnuniyeti Araştırması, 2003-2019*. [http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=925](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=925) Erişim:10.08.2020 adresinden alındı
- Türkkan, B. (2008). *Görsel Sanatlar Dersi Bağlamında Görsel Kültür Çalışmaları: Bir Eylem Araştırması*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Unat, Y. (2007). Ömer Hayyam. *İslam Ansiklopedisi*, 34, 66-8, Ankara: TDV Yay.
- Uyan Dur, B. (2015). Intercultural Visual Language and Visual Communication Difference. *European Academic Research*, 2, 15252-15268.
- Williams, A., & Whybrow, A. (2013). *The 31 Practices*. Londra: LID Editorial.
- Williams, R. W. (2019). Attending to the visual aspects of visual storytelling: using art and design concepts to interpret and compose narratives with images. *Journal of Visual Literacy*, 38(1-2), 66-82.

Yasa, M., & Türkmen, D. A. (2007). Hayyam ve Kötülük: Acı Eksenli Pesimizm ile Umut Eksenli Optimizm Arasında (Rubailer Örneği). *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 23, 135-151.

Yıldırım, A. (2006). Renk Simgesiliği ve Şeyh Galib'in Üç Rengi. *Milli Folklor*, 72, 129-140.

Yıldırım, K., & Berk, Y. (2016). Yapısalcılık ile Post-Yapısalcılık Bağlamında Dil ve Metinden Anlam Kurma. *Okuma Yazma Eğitimi Araştırmaları*, 3(2), 39-45.

# ÖZGEÇMİŞ

## Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Murat Miroğlu  
Doğum Tarihi ve Yeri : 14.05.1986, İstanbul

## Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Işık Üniversitesi, Grafik Sanatlar ve Grafik Tasarım  
Y. Lisans Öğrenimi : Işık Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı  
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce  
Etkinlikler :

## Sergiler

- “Bıçkın Jonathan” / İnci Doğruer ile Ortak İllüstrasyon Sergisi / İstanbul 2016

## Ödüller

- Kristal Elma Festivali 2016 / Bronz  
(Netfork / Yapı ve Kredi Bankası – Play Card / Sosyal Medya - En Yaratıcı Gerçek Zamanlı Aksiyon / Canlı TV Tweet Yayını)
- 11. Felis Ödülleri / 1 Felis ve 1 Başarı Ödülü  
(Netfork / Yapı ve Kredi Bankası – Play Card / Dijital Bölüm – Kullanıcının Yarattığı İçeriğin Kullanımı / Canlı TV Tweet Yayını)
- 14. Altın Örümcek Web Ödülleri / Üçüncülük Ödülü  
(Halt Studio / Dijital Reklam Ajansları Kategorisi / www.haltstudio.com)
- 12. Altın Örümcek Web Ödülleri / Halkın Favorisi  
(Mvm Digital / Bosch / Banner Kategorisi / Preroll Video Prodüksiyon)
- 11. Altın Örümcek Web Ödülleri / Birincilik Ödülü  
(Mvm Digital / Bosch / Mağazacılık Kategorisi / www.atestenote.com)
- Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Sanatlar ve Grafik Tasarım Bölüm Birinciliği / 3.72
- Işık Üniversitesi Yüksek Onur Öğrencisi

## İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar : Krak, Insprad, İnterdi, Netfork, Halt, Commodore Digital, Mvm  
Digital Adinteractive

## İletişim

E-Posta Adresi : mmiroglu@gmail.com  
Portfolyo : www.behance.net/muratmiroglu