

**GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA
METAFOR OLUŞTURMA VE UYGULAMA SÜREÇLERİ**

Resul AY

(Sanatta Yeterlik Tezi)

Eskişehir, 2020

**GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA
METAFOR OLUŞTURMA VE UYGULAMA
SÜREÇLERİ**

Resul AY

**T.C.
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı
SANATTA YETERLİK TEZİ**

Eskişehir, 2020

T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTİSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Resul AY tarafından hazırlanan Görsel İletişim Tasarımında Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreçleri başlıklı bu çalışma 26/11/2020 tarihinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından Sanat ve Tasarım Anasanat Dalında Sanatta Yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Prof. Düriye KOZLU İSMAİLOĞLU
(Danışman)

Üye

Doç. Dr. Doğan ARSLAN

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Salih DENLİ

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Elif AVCI

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Tezcan BAHAR

ONAY

.../.../2020

Prof. Dr. Mesut ERŐAN
Enstitü Müdürü

...../...../.....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin/projenin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Resul AY

ÖZET

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA METAFOR OLUŞTURMA VE UYGULAMA SÜREÇLERİ

AY, Resul

Sanatta Yeterlik- 2020

Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı

Danışman: Prof. Düriye KOZLU İSMAİLOĞLU

Bu araştırmada, Görsel İletişim Tasarımında Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreçleri konusu ele alınmıştır. Araştırmada görsel iletişim ve metaforik anlatım arasındaki ilişki irdelenmiş, ulusal ve uluslararası tasarımcı ve akademisyenlerin görsel metafor hakkındaki görüşleri ile bütünleştirilerek görsel metafora özgün tanımlar getirilmiştir. Araştırmada alan-yazın taraması ile görsel metaforların sınıflandırmaları, türleri ve uygulama alanları üzerinde durulmuş, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile uzman görüşlerinden yararlanarak görsel metaforların hangi yaklaşımlar ile oluşturulabileceğine ilişkin tematik analiz yöntemi kullanılarak bulgular edinilmiştir. Elde edilen bulgular dikkate alınarak araştırma kapsamında 30 adet görsel metafor uygulama çalışmaları hazırlanmış, yansıtıcı günlük tutularak görsel metaforların araştırmacı tarafından uygulanma süreçleri aşamalarıyla birlikte belirtilmiştir.

Bu araştırma, ulusal ve uluslararası görsel iletişim tasarımcılarının görsel metaforu nasıl tanımladıklarını, görsel metafor oluşturma süreçlerini ve hangi yaklaşımlar ile görsel metaforu oluşturduklarını aşamalarıyla ortaya koyar.

Anahtar Kelimeler: Metafor, Görsel Metafor, Görsel Metafor Oluşturma, Görsel İletişim.

ABSTRACT

METAPHOR CREATION AND APPLICATION PROCESSES IN VISUAL COMMUNICATION DESIGN

AY, Resul

Proficiency in Art –2020

Department of Art and Design

Supervisor: Prof. Düriye KOZLU İSMAİLOĞLU

In this research, the subject of Metaphor Creation and Application Processes in Visual Communication Design was discussed. In the study, the relationship between visual communication and metaphorical expression was examined, and the original definitions were brought to visual metaphor by integrating with the views of national and international designers and academicians on visual metaphor. The research focused on the classifications, types and application areas of visual metaphors which emerge repeatedly throughout the literature reviewed, expert opinions were considered and the findings were obtained by using the semi-structured interview form and the thematic analysis method about which approaches to use to create visual metaphors. Considering the obtained findings within the scope of the research, 30 visual metaphor application studies were prepared and by keeping a reflective diary the application stages of visual metaphors were specified by the researcher.

This research reveals, how national and international visual communication designers define the visual metaphor, the processes of creating visual metaphor, and with which approaches they form the visual metaphor with all stages.

Keywords: Metaphor, Visual Metaphor, Creating Visual Metaphor, Visual Communication.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
GÖRSELLER LİSTESİ.....	viii
UYGULAMALAR LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

GÖRSEL İLETİŞİM KAVRAMI

1.1. GÖRSEL İLETİŞİM.....	5
1.1.1. İletişim Kavramı.....	5
1.1.2. Görsel İletişim Kavramı.....	5
1.2. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI.....	6
1.2.1. Görsel İletişim Tasarımı.....	6
1.2.2. Görsel İletişim Tasarımında Algı, İmge ve Yaratıcılık.....	7
1.2.3. Görsel İletişim Tasarımında Gösterge ve Metafor İlişkisi.....	10
1.3. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA METAFOR KAVRAMI.....	14
1.3.1. Metafor Kavramı ve Türleri.....	14
1.3.1.1. Yapısal Metaforlar.....	18
1.3.1.2. Varlıksal (Ontolojik) Metaforlar.....	20
1.3.1.3. Yönelimsel Metaforlar.....	23
1.3.2. Görsel Metafor Tipolojisi.....	25
1.3.2.1. Görsel Yapı ve Anlam İşlemi.....	26
1.3.2.1.1. Yan Yana Kullanma.....	27
1.3.2.1.2. Birleştirme.....	32
1.3.2.1.3. Yerine Başka Görsel Kullanma.....	35

2. BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMA METODU.....	42
2.2. ARAŞTIRMAYA KATILAN TASARIMCILAR.....	44
2.3. VERİ TOPLAMA SÜRECİ.....	44
2.3.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu.....	45
2.4. VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ.....	46

2.5. ARAŞTIRMACI GÜNLÜĞÜ.....	47
-------------------------------	----

3. BÖLÜM

BULGULAR

3.1. GÖRSEL METAFOR TANIMLAMALARINA İLİŞKİN BULGULAR	48
3.1.1. Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Sürecine İlişkin Bulgular	53
3.1.1.1. Brian Stauffer.....	53
3.1.1.2. Byoung IL SUN.....	56
3.1.1.3. Dario Paniagua.....	58
3.1.1.4. Doğan Arslan	62
3.1.1.5. Goyo Rodriguez.....	65
3.1.1.6. Istvan Orosz.....	68
3.1.1.7. Miquel Porlan.....	71
3.1.1.8. Ohannes Şaşkal	74
3.1.1.9. Orhan Ardahanlı	77
3.1.1.10. Pawel Kuczynski	80

4. BÖLÜM

GÖRSEL METAFOR UYGULAMALARI.....	84
SONUÇ	136
KAYNAKÇA.....	140

TABLolar LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Görsel Metafor Sınıflandırması	25
Tablo 2. Görsel Metafor Sınıflandırması	40
Tablo 3. Araştırmaya Katılan Tasarımcılar	44
Tablo 4. Görsel Metafor Tanımlamalarına İlişkin Bulgular.....	49
Tablo 5. Brian Stauffer'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci	54
Tablo 6. Byoung IL Sun'un Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci.....	56
Tablo 7. Dario Paniagua'nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci	59
Tablo 8. Doğan Arslan'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci.....	63
Tablo 9. Govo Rodriguez'in Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci.....	66
Tablo 10. Istvan Orosz'un Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci	68
Tablo 11. Miquel Porlan'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci	71
Tablo 12. Ohannes Şaşkal'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci.....	75
Tablo 13. Orhan Ardahanlı'nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci	78
Tablo 14. Pawel Kuczynski'nin Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci ...	81

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Olgu Bilim Deseni Kapsamında Araştırma Süreci.....	43
Şekil 2. Verilerin Çözümleme Süreci	46
Şekil 3: Görsel Metafor Tanımları.....	53
Şekil 4. Görsel Metafor Tasarlama Süreçleri.....	83

GÖRSELLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Görsel 1. Bu Bir Pipo Değildir – Rene Magritte 1929	12
Görsel 2. Sadece Bir Ağaç Kesilmedi, Saatchi ve Saatchi 2006.....	19
Görsel 3. Yalnızlaşma, Pawel Kuczynski, 2006	21
Görsel 4. Migros Kahve, Serdesin Reklam Ajansı, 2018,.....	22
Görsel 5. Afrika'nın En Ölümcülü (Afrika's Deadliest), Rocket Yard, 2018.....	24
Görsel 6. Korkunç, Daha Korkunç, Ali Batı, 2010	28
Görsel 7. Empati, Ali Seylan, 2014.....	29
Görsel 8. Barış-Savaş, Salih Denli, 2014, (Yanyana Kullanma).....	31
Görsel 9. Marriage (Evlilik), Herb Lubalin, 1965,.....	32
Görsel 10. Hepimiz Sürücüyüz, Yolları Paylaşalım, Cerebro Y&R, 2018	33
Görsel 11. İnsanoğlu Kuş Misali	34
Görsel 12. Logotype, 2018,	35
Görsel 13. Nivea: Daha Uzun ve Daha Güçlü Tırnaklar, TBWA, 2018,.....	36
Görsel 14. Garanti Bankası Faaliyet Raporu, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, 1995	37
Görsel 15. Freedom (Özgürlük), Jens Wickelgren, (t.y.)	38
Görsel 16. Metafor Sınıflandırmaları	39
Görsel 17. Savaş Gazileri, Brian Stauffer	55
Görsel 18. Filistin ve İsrail, Byoung Il Sun.....	57
Görsel 19. Takip, Dario Paniagua.	61
Görsel 20. Truva Atı, Doğan Arslan	64
Görsel 21. Guerra (Savaş), Goyo Rodriguez.....	67
Görsel 22. Şaşırtma, Goyo Rodriguez.....	69
Görsel 23. Öğrenci Mahremiyeti, Miquel Porlan.....	73
Görsel 24. İfade Özgürlüğü, Ohannes Şaşkal.....	76
Görsel 25. Truva Atı, Orhan Ardahanlı.....	79
Görsel 26. Otorite ve Devrim, Pawel Kuczynski.	82

UYGULAMALAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Uygulama 1. İşini Sev	85
Uygulama 2. Evlilik Teklifi	87
Uygulama 3. Eğitim Sistemi	89
Uygulama 4. Sahte Haber.....	91
Uygulama 5. Sahte Haber.....	93
Uygulama 6. Bilgi Kirliliği	94
Uygulama 7. Bilgi Kirliliği	95
Uygulama 8. İfade Özgürlüğü.....	97
Uygulama 9. İfade Özgürlüğü.....	99
Uygulama 10. İfade Özgürlüğü.....	100
Uygulama 11. İfade Özgürlüğü.....	101
Uygulama 12. Covid-19 / Alarm.....	103
Uygulama 13. Covid-19 / Seyahatler Ölümlere Neden Oldu.....	105
Uygulama 14. Covid-19 / Evde Kal Güvende Kal.....	106
Uygulama 15. Covid-19 / Evde Kal Sosyal Medya Duyurusu (Hashtag).....	108
Uygulama 16. Covid-19 / Evde Kal Kitap Oku	109
Uygulama 17. Covid-19 / Sağlık Savaşçıları	110
Uygulama 18. Kapitalizm	112
Uygulama 19. Kapitalizm	114
Uygulama 20. Kapitalizm	115
Uygulama 21. Misafirperver Türkiye	117
Uygulama 22. Misafirperver Türkiye	119
Uygulama 23. Barış ve Savaş.....	121
Uygulama 24. Plastik Tüketmeden Önce Düşün	123
Uygulama 25. Plastik Tüketimi Sonumuz Olabilir	125
Uygulama 26. Plastik Tüketimi / Pandemi Tehlike	126
Uygulama 27. Mobbing	128
Uygulama 28. Adalet ve Mülteciler	130
Uygulama 29. Mülteci.....	132
Uygulama 30. Hız ve Trafik.....	134

GİRİŞ

İletişim, bilgi alışverişi olarak tanımlanırken, görsel iletişim kavramı ise bu bilgilerin görsel malzemeler aracılığı ile hedef kitleye ulaştırılması olarak ifade edilmektedir. Bu kapsamda duygu veya düşüncelerin ya da herhangi bir kavramın görsel materyaller ile aktarılma biçimine görsel iletişim denilebilir (Hoffman, 2009: 335). Görsel iletişim tasarımında metaforik kanallardan faydalanılarak etkili iletişim gerçekleştirilir. Görsel iletişimde mesajın hedef kitle ile bağ kurması ve izleyiciyi düşünmeye teşvik etmesi metaforlar aracılığı ile gerçekleştirilebilir. Çünkü metaforlar görsel ve işitsel iletişim modellerinde ayırt edici, fark yaratıcı anlatım biçimlerine sahiptirler (Krippendorf, 1990: 14).

Metaforlar çeşitli disiplinlerde de karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, şiir, edebiyat felsefe ve plastik sanatlar gibi iletişimin ve düşünsel süreçlerin ana unsur olarak var olduğu tüm alanlarda görülmektedir. Özellikle felsefi söylemlerin başladığı Antik Yunan döneminden günümüz post-modern dönemine kadar metafor kavramının birçok farklı yapısal içeriğiyle karşılaşılmaktadır. Günümüzde ise metafor, dilbilimsel ya da felsefi alanlara nazaran görsel iletişimde daha yaygın kullanılmaktadır. Özellikle reklamcılık alanında hedef kitlenin mesajı tekdüze açıdan görmesinin yanı sıra, onları düşünmeye ve yorumlamaya teşvik etmektedir.

Metaforun görsel mecralarda doğru ve yerinde kullanımı ulusal ve uluslararası kapsamda toplumlar tarafından kabul görmüş ve aynı anlamı taşıyan görseller üzerinden, yani göstergeler ile gerçekleştirilebilir. Örneğin, beyaz güvercinin barış, kalemin eğitim, merdivenin amaç, hedef, parmak izinin kimlik, karakter, akbabanın ölüm, tehlike kavramlarını çağrıştırdığı düşünülebilir. Görsel metaforlar da bu ve benzeri göstergeler üzerinden kurulan bağlantılar ve göndermeler ile oluşturulmaktadır.

Araştırmada elde edilen kaynaklar kapsamında görsel iletişim tasarımında **metaforun tasarımcılar tarafından nasıl bir süreç işletilerek ortaya konduğu** ile ilgili olarak yeterli düzeyde akademik verinin olmaması probleminden hareketle “Görsel İletişim Tasarımında Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreçleri” konusu bir gereksinim olarak değerlendirilmiş ve araştırmaya alınmıştır.

Bu kapsamda alan yazın taramasından ve tasarımcılar ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ışığında belirlenen konulara/kavramlara yönelik görsel metafor eserleri üretilmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, uluslararası on (10) farklı tasarımcının görsel metaforları oluşturma süreçlerini ve yaklaşımlarını incelemek ve elde edilen bulgular dikkate alınarak uygulama çalışmaları hazırlamaktır.

Bu araştırma, görsel iletişim tasarımı eserleri oluşturulurken metafor kullanımı ile fikirlerin üretim aşamasında dünyaca ünlü tasarımcılar tarafından nasıl tasvir edildiğini, fikirlerin/kavramların görselleştirilme sürecinde metafor uygulama/geliştirme yaklaşımlarının neler olduğunu ve metaforik ifadenin hangi yaklaşımlar ile oluşturulduklarını ortaya koyması bakımından önemlidir. Ayrıca, Görsel İletişim Tasarımı ve Grafik Bölümü öğretim elemanları, öğrencileri için ve de bu alanlarda ilgili sektörlerde çalışan amatör ve profesyonel tasarımcılar için görsel metafor oluşturma konusunda akademik bir kaynak olarak kullanılabilmesi açısından da önemlidir.

Araştırmanın Problemi

Görsel iletişimde metafor bazı alanlarda araştırma konusu olmuştur. Örneğin, çağdaş sanatta metafor, görsel iletişimde metafor, metaforun reklamcılıktaki gücü, metaforun görsel iletişimdeki önemi, afiş tasarımında metafor ve benzeri birtakım alanlarda araştırmalar Barbara Philips, Edward McQuarrie, George Lakoff, Michael Jhonson gibi uzman ve akademisyenler tarafından tartışılmaktadır.

Görsel iletişim tasarımında metaforun tasarımcılar tarafından nasıl bir süreç işletilerek ortaya konduğu bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu temel problemle birlikte aşağıdaki alt problemler de ele alınmıştır:

- Tasarımcılara göre görsel metafor nedir?
- Tasarımcılar tarafından oluşturulan görsel metaforlar hangi aşamalardan geçerek hazırlanmaktadır?
- Tasarımcıların görüşlerinden yararlanarak sosyal içerikli sorunlara ilişkin ne tür görsel metaforlar tasarlanabilir?

Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, görsel iletişim tasarımı alanındaki tasarımcıların metafor geliştirme yaklaşımları ve süreçlerini kapsamaktadır. Araştırmanın amacına uygun olarak on tasarımcının görsel metafor geliştirme yaklaşım ve süreçleri dikkate alınarak sınırlandırılmıştır.

Konu ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Lakoff ve Jhonson (2005) “Metaforlar: Hayat, Anlam ve Dil” adlı kitabında metaforların iletişimin her alanında var olduklarını, iletişimin daha renkli ve daha estetik bir biçimde oluşturulabilmesinde insanların bilinçli veya bilinçsizce metaforik kullanımlar gerçekleştirdiğini ifade etmektedirler. Ayrıca insanın içinde yaşadığı gerçeklikleri ancak metaforlar ile inşa edebileceklerini; metaforun kendimizi, ötekini ve hayatı anlayabilmenin yegâne yolu oldukları ile ilgili görüşlerini bildirmektedirler. Çünkü metaforları dilin yani iletişimin asli varlığı olduğunu iddia etmektedirler.

Görsel iletişim tasarımında ise metaforu Philips ve McQuarrire, (2004: 116), “Beyond the Visual Metaphor: A new typology of Visual Retic in Advertising” adlı makalesinde metaforik düşünce yapısını anlaşılır bir sistem üzerine inşa ederek, “bağlantı, benzerlik ve zıtlık” başlıkları altında açıklamaya çalışmışlardır. Bununla beraber bu başlıkları da kendi içinde “yan yana kullanma, yerine kullanma ve birleştirme” olarak bölümlere ayırmışlardır ve günümüz tasarımcılarının eserlerini üretirken bu başlıklar altında sınıflandırabilmelerine olanak sağlamışlardır. Görsel iletişimde metaforun bu tür bir sınıflandırma ile yeniden ele alınması ile tasarımcılar kendilerine yeni yaklaşım yöntemleri geliştirerek eser üretimlerinde izledikleri yöntemlerin anlamlı kılınmasını sağlamışlardır.

Bununla beraber metafor ile ilgili olarak Marianna Bolognesi Amsterdam Üniversitesi’nde “görsel iletişimde metafor” ile ilgili olarak bir enstitü kurmuş ve metaforun iletişimde nasıl ve hangi amaçlar doğrultusunda var olduğunu, görsel veya işitsel kapsamda üretilen eserlerde metaforun iletişimdeki yeri ve önemi üzerinde araştırmalar yapmaktadır.

Türkiye’de ise görsel iletişimde metafor hakkında birçok araştırmada metaforun gücü ve iletişimdeki önemi üzerine yapılan araştırmalar dikkat çekmektedir. Banu İnanç Uyan Dur tarafından hazırlanan “Hand Image as a Metaphor and Its Usage in Poster Design” adlı makalede metaforun “el” görsel ile afişlere

yansıması irdelenmiş ve göstergebilimsel açıdan analizlerini gerçekleştirilerek metaforun iletişimdeki önemi vurgulamaya çalışmıştır. Örneğin sadece bir görsel ile metaforik düşünce sisteminin birleştirilmesiyle birbirinden tamamen farklı görsel iletişim ürünlerinin üretilebileceğine dikkat çekilmeye çalışmıştır.

Yalçinkaya (2012: 2-15), “The Power of Metaphor in Communication” adlı makalesinde dünyayı anlamada metafor, metaforik düşünce, metaforun kültürel bağlamda çeşitliliği ve özellikle de metaforun iletişimi nasıl şekillendirebildiği ile ilgili olarak analizler gerçekleştirmiştir. Reklamcılıkta, yani görsel iletişim tasarımı ürünlerinde tasarımcıların metaforu ele alış biçimleri ve gerekliliği bağlamında eserler üzerinden göstergebilimsel açıdan analizler gerçekleştirmenin yanı sıra metaforun doğru ve yerinde kullanımı ile birbirinden bağımsız veya karmaşık problemlerin bile görsel bir ürüne dönüştürülerek mesajdaki anlaşmazlığı ortadan kaldıracak iletişim gücüne sahip olduğunu açıklamaya çalışmaktadır.

Çeken (2016: 1-8), “Görsel Cinaz ve Sosyal Afişlerde Kullanımı” adlı makalesinde metaforik düşüncenin afiş tasarımlarındaki kullanımı ile izleyiciyi etkileme ve yönlendirmede metaforun gerekliliğini ifade etmeye çalışmaktadır. Örneğin doğru kullanılan bir metafor ile izleyicinin görsel mesajda kodlanan iletiyi çözmek için zihin faaliyeti içine girdiğini ve eser ile izleyici arasında etkileşim kurularak akılda kalıcılığın metafor ile gerçekleştirilebileceğini ifade etmektedir. Çünkü metaforlar mesajı hemen vermek yerine izleyiciyi görsel bir problemi çözmeye sürecine dahil ederek izleyiciyi mesajın sadece alıcısı olmaktan çıkarmakta ve eser üzerinde anlam oluşturma aşamasında bir katılımcıya dönüştürmektedirler. Dolayısıyla ile iletişiminin başarılı olabilmesinde önemli bir unsur olan etkileşimin sağlanmasında metaforların önemli bir konuma sahip oldukları görülmektedir.

Araştırmada yapılan literatür taramasında elde edilen verilere göre metaforların görsel iletişim dilinde en önemli iletişim unsuru olduğu söylenebilir. Dolayısıyla ile metaforların görsel iletişimde kullanım biçimleri, uygulama aşamaları ve geliştirilme yaklaşımı ve süreçlerinin araştırılmasının, görsel iletişim tasarımı alanına yeni bir kazanım sağlayacağı düşünülmektedir.

1. BÖLÜM

GÖRSEL İLETİŞİM KAVRAMI

1.1. GÖRSEL İLETİŞİM

1.1.1. İletişim Kavramı

İletişim, herhangi bir bilgiyi bir yerden başka bir yere iletme ile gerçekleşen, canlılar arasındaki bağı kuvvetlendirmek adına uygulanan bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir. Bu alışveriş ise sözlü, yazılı veya görsel olarak çeşitli yollarla yapılabilmektedir.

İnsan, çevresinde olup bitenleri var olduğu günden bu yana incelemekte ve araştırmaktadır. Bu eylem insanın çevresini okumasıyla gerçekleşmektedir. Bu kapsamda, Flink (2007: 47), insanoğlunun çevresinde olup bitenleri okuyarak bilgi sahibi olabileceğini ve bu bilgiler ile iletişim kurabilme yetisini elde edebileceğini ifade etmektedir. İnsanın çevresini okuması ise görsel okuma ile başlamaktadır. Örneğin, insanoğlu ilk dönemlerde mağara duvarlarına resmedilen sahneleri görsel anlamda analiz ederek okumuş, yorumlamış ve öğrendiklerini aynı yöntemi kullanarak aktarma çabası içinde olmuştur.

Dolayısı ile insanın zamanla kazandığı bilginin ilk olarak görsel okuma ile daha sonra ise birbirleriyle yaptıkları bilgi alışverişine bağlı olarak gelişim gösterdiği söylenebilir.

1.1.2. Görsel İletişim Kavramı

Mesajların görsel materyaller aracılığı ile iletilmesi veya algılanmasıyla gerçekleşen iletişim türüne görsel iletişim denilebilir. Görsel iletişim ile yaşadığımız ortamı tanımaya, algılamaya ve öğrenmeye başlarız. Örneğin Dutrow (2007: 119), sahip olduğumuz bilgilerin ve deneyimlerimizin temelinde görsel iletişimin olduğunu, ayrıca toplumların ortak kararlarının (kültürel bilgi birikimlerinin) oluşmasında da görsel iletişimin önemli bir işleve sahip olduğunu ifade etmektedir.

Görsel iletişimde kullanılan objelerin iletişim kapsamında eşsiz özelliklere sahip oldukları bilinmektedir. Çünkü bir görsel obje ile birçok farklı mesajın sunulabilmesi olasıdır. Sözlü veya yazılı bir mesaja göre, görselleştirilmiş bir mesaj izleyici tarafından daha hızlı ve daha kolay algılanabilir bir özelliğe sahiptir. Ayrıca

iletişim amaçlı oluşturulan görselleştirilmiş mesajlar, yazılı mesajların da destekleyicisi olabilmektedirler (Hand, 2017: 219).

Görsel iletişimin mesajı iletme konusundaki başarısı günümüz teknolojisinden de olumlu açıdan etkilenecek, çeşitlenmiş ve farklı başlıklar altında varlık göstermeye başlamıştır. Özellikle sosyal medya ağları olarak tanımlanan birtakım iletişim kanallarında mesajlar sıklıkla görselleştirilerek hedef kitleye sunulmaktadır. (Russman ve Svensson, 2017: 2). Görsel iletişimin sosyal ağlarda bu denli çeşitli ve yoğunlukla kullanılmasını ise Hand (2017: 220), bir görselin kendi içeriksel yapısı ile birçok farklı anlamı taşıdığına ve bu anlamların kullanıcıların üzerinde daha akılda kalıcı bir özelliğe sahip olmasına bağlamaktadır.

Dolayısı ile görsel iletişimin çok köklü bir geçmişe ve sağlam bir zemine sahip olduğu söylenebilir. Her çağın koşullarına göre rahatlıkla şekillenen esnek bir yapısı olduğu görülmektedir. Örneğin, ilkel dönemlerde mağara duvarlarından başlayarak, günümüz teknoloji çağının bilgi paylaşım kanallarını oluşturan sosyal medya iletişim ağlarına kadar varlığını sürdürmüş ve halen yoğun bir biçimde kullanıldığı bilinmektedir. Dolayısı ile görsel iletişim modelinin sözlü iletişim modeline göre daha etkili olabileceği sonucuna varılabilir.

1.2. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI

1.2.1. Görsel İletişim Tasarımı

Görsel iletişim tasarımı, görsel materyallerin bir kavramı görselleştirerek tasarlanması olarak tanımlanabilir. Görsel iletişim tasarımı, diğer iletişim modellerine göre daha akılda kalıcı bir özelliğe sahip olduğu bilinmektedir. Örneğin Dewan (2015: 2), görsel objeler ile oluşturulması amaçlanan mesajların sadece kavramı ifade etmek için değil aynı zamanda mesajın akılda kalmasını da sağlamaya yönelik olabileceğini ifade etmektedir. Bununla beraber sözlü olarak bir mesajı iletme istediğimizde anlık olarak amacını gerçekleştirebileceğini ancak daha sonra unutulabileceğini de belirtmektedir. Fakat görsel iletişim tasarımında ise üretilen mesajların unutulabilme ihtimalleri olsa dahi bu sürecin sözlü iletişime göre daha geniş bir zaman dilimine sahip olduğunu açıklamaktadır. Örneğin Kulabaş (2016), zihinsel dilin tamamen görsel olduğunu ve bu durumu da kelimelere dökülemeyen rüyalardan, birkaç kelimeyle ifade edilebilen duyguların tek bir emoji ile aktarılabilmesinden bahsetmektedir. Diğer taraftan Wright (2020), insanın görseller ile öğrenebilen bir algı

biçimine sahip olduğunu, insan beyninin görselleri metinlere kıyasla 60.000 kata kadar daha hızlı işleyebildiğini belirtmektedir. Dolayısıyla insan zihninin kelimelerle değil imgelerle düşünüyor olduğu çıkarımı yapılabilir.

Görsel iletişim tasarımında beyaz boşluk, ön-arka ilişkisi, oran orantı ve benzeri birtakım sayfa düzeni kurallarının dışında *algı, imge ve yaratıcılık* gibi kriterlerin önemli bir konuma sahip oldukları bilinmektedir. Bununla beraber algı, imge ve yaratıcılık kavramları metaforun daha başarılı kullanılabilmesine imkân sağlayan unsurlardır. Örneğin görsel iletişim tasarımı eserlerinde herhangi bir kavramı resmedebilmek için hedef kitle üzerinde oluşacak algı, algının sağlanabilmesi için yeniden yorumlanan imge ve bu sürecin gerçekleşmesi için ise yaratıcılık devreye girmektedir. Bu kapsamda başarılı bir metaforik ifade için algı, imge ve yaratıcılık kavramlarının birbirleri ile olan etkileşimleri ve metaforik ifade ile olan organik bağları detaylı olarak incelenmiştir.

1.2.2. Görsel İletişim Tasarımında Algı, İmge ve Yaratıcılık

İnsanoğlu çevresinde olup bitenleri algılamak ve yorumlayabilmek için tüm duyu organlarını kullanmaktadır (Necka, 2011: 216). Bu algılama süreci ise yoğunlukla görme duyusu ile gerçekleştirilmektedir. Çünkü görme duyusunun diğer duyu organları içinde algılamayı daha verimli bir biçimde sağladığı bilinmekte ve iletişim amaçlı eylemler incelendiğinde yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunda doğrudan göze hitap edildiği görülmektedir. Bu konu hakkında Batı (2014: 18-19), insan beyninin duyu organları arasında en çok enerjiyi görme duyusu için harcadığını, çünkü insanoğlunun edindiği bilgilerin %83'ünü görerek elde edebildiğini açıklamaktadır. Buna bağlı olarak görsel iletişim tasarımında görme ile başlayan “algı”, sonrasında zihinde beliren “imge”, daha sonra ise yorumlama, yenileme, yeniden üretme yaklaşımı ile “yaratıcılık” gibi görsel iletişimi oluşturan üç önemli unsur ile karşılaşıldığı bilinmektedir.

Algı, insanın yaratıcılık yetisini tüm boyutlarıyla etkilemektedir. Örneğin, yaratıcı bir fikir ile üretilen görsel mesajda izleyicinin yine yaratıcı yönüyle mesajı çözümlemesi söz konusudur. Çünkü görsel iletişimde algı ve yaratıcılık birbirine paralel olan ve birbirini etkileyen en önemli unsurlar olarak bilinmektedir. Bu iki unsur ise “imge” kullanımı ile gerçekleştirilebilmektedir. “Görsel algı yaratıcı bir süreçtir” ve bu sürecin gerçekleşmesi algılama başladıktan sonra imgeye ve nihayetinde yaratıma dönüşmektedir (Flowers and Garbin, 1989: 152, Erdal, 2006: 13).

Algılama ile ilgili en kapsamlı araştırmaların Gestalt Psikolojisine dayandığı bilinmektedir. Algılama hakkında çalışmalar yapan Kurt Koffka, Max Wertheimer ve Wolfgang Ko, 1920’li yıllarda görsel algılama biçimi ile insan sinir sistemindeki ilişkiyi açıklamaya çalışmışlar, insanın nesnelere algılaması esnasında bu nesnelere arasında bağlantı kurma, gruplama ve tamamlama yaklaşımlarına açıklık getirmişlerdir. Örneğin, ortak açıklamalarından biri olan “insanlar ağaçlardan önce ormanı görmektedirler” ifadesini kullanarak algılamada “bütüncül” bir var oluşa dikkat çekmişlerdir. Çünkü göz önce bütünü ve daha sonra bütünü oluşturan parçaları fark etmektedir (Necka, 2011: 217). Dolayısı ile insan görsel materyalleri algılamada sahip olduğu görsel hafıza birikimini kullanarak bütüne odaklanır ve daha sonra detayları fark ederek mesajı kavramaya ve yorumlamaya başlar.

Görme ile başlayan algının ardından zihinde oluşan “imge” kavramı incelendiğinde birçok farklı tanımlamaların yapıldığı görülmektedir. Görsel sanatlarda imge kavramına yönelik en bilinen tanımı ise Berger (2009: 10), “yeniden yaratılmış ya da yeniden üretilmiş bir görünüm” olarak yapmıştır. Çünkü her imgede bir görme biçiminin bulunduğunu belirtmektedir.

Leppert (2002:19-20) ise imge ile ilgili olarak: “*Bir imge üzerine konuşmak onun şifresini çözmeye çalışmak, şifre çözüldüğünde artık konuşulacak bir şeyin kalmayacağı ve nihai anlamın sözcüklere dökülmesiyle birlikte olayın biteceği bir şifre çözme işlemi değildir. Bir imge üzerine konuşmak, en nihayetinde, kişinin kendisini imgeyle ve imgenin temsil ettiği görüntüyle ilintilendirme girişimidir*” açıklamasını yapmıştır. Dolayısı ile imgenin genel anlamda, bireyde yaratıcılığa bağlı olarak değişkenlik gösterebilen, esnek bir yapıya sahip olan, kişinin kendi iç dünyasına göre yeniden şekillendirilebilen bir unsur olduğu söylenebilir.

İnsanoğlu yaratıcılığını kullanarak imgeleri bir araya getirir, imgeler arasında ilişki kurar ve yeni bir tasvir oluşturur. Bu tasvir yöntemine ise “yaratıcı imgelem” tanımı yapılabilir (Hançerlioğlu, 2008:184). Örneğin 20. yy’in en önemli filozoflarından Jean-Paul Sartre, imge için yaratmanın ilk adımı olduğundan bahseder. Çünkü sanatsal yaratımlar imge kullanımı ile oluşturulabilmektedir. Özellikle görsel sanatlarda imge, sanatçının yaratıcılığından beslenerek yeniden yorumlanır ve bireyin dış dünya ile kurduğu ilişkiye bağlı olarak varlığını gösteren bir tür yansıma olarak ifade edilir. İmgeler ile oluşturulan imgelem kavramı ise düşünme, yorumlama, anlam

katma ve yaratıcı bir fikir oluşturma ile gerçekleşmektedir (Sartre, 2006: 7, Özdağ, 2017, Bozkurt, 1995: 203).

Dolayısı ile imgeler için yaratım sürecini gerçekleştiren unsurlar oldukları ifade edilebilir. Çünkü görme duyusu ile başlayan algı sürecinin ardından, nesnenin insan zihninde oluşan izdüşümüne bağlı olarak oluşan imge ve insanın sahip olduğu yaratıcılığına başvurarak imgeleri yeniden yorumlaması, yeniden tasvir etmesi, soyut olan bir kavramın somut bir duruma getirilmesi gibi yaklaşımlar ile metaforik anlatım biçiminin oluşturulabileceği söylenebilir. Bu süreç daha çok anlamlandırma süreci olarak ifade edilebilmektedir. Örneğin bir obje veya figür genel manada insanların onayını almış görsel kodlar çerçevesinde isimlendirilirken, metafor çerçevesinden oluşturulan görseller somut ve yönlendirici anlamlar kazandırmak amacıyla bir araya getirildikleri görülmektedir. Dolayısıyla görsel iletişim tasarımında metaforik ifade biçiminin algı, imge ve yaratıcılığın kullanılmasına bağlı olarak anlamlandırma süreciyle somut ve yönlendirici anlamlar geliştiren, bir iletişim yöntemi olabileceği düşünülebilir.

Görsel iletişimde metaforik ifade biçiminde bireyin kültürel altyapısının ve görsel hafızasının önemli bir konuma sahip olduğu bilinmektedir. Çünkü görsel metaforlar toplumlar tarafından ortak paydaya sahip görseller (göstergeler) üzerinden oluşturulabilmektedir. Bu sürecin gerçekleştirilebilmesi için ise yaratıcılık devreye girmektedir. Yaratıcılık kavramı incelendiğinde birçok düşünür, yazar ve akademisyenin ortak yaklaşımları dikkat çekmektedir. Örneğin, Runco, (2004: 657-658) ve Fletcher (1990: 37), yaratıcılık için farklı disiplinler tarafından üzerinde çok çeşitli sayıda araştırmalar yapılan bir kavram olduğunu; Smith (1998: 107), yeni fikirlerin, farklı alternatiflerin ve olanakların oluşturulabilmesi olduğunu ifade etmektedirler. Görsel iletişimde yaratıcılığın görsel mesajların izleyiciyi düşünmeye ve mesajı yorumlamaya teşvik edebilen bir tür zihin egzersizi olduğu, ayrıca, yaratıcılık ve algının çok derin köklerle birbirlerine bağlı unsurlar oldukları belirtilmektedir (Webb ve Kerne, 2012: 1, Oldham ve Cumming, 1996: 607, Walton, 2003: 146, Ward, 2004: 173, Kirton, 1987: 304).

Dolayısıyla yaratıcılık, entelektüel çabaların merkezine dayanan sanat ve tasarımın yapı taşlarından biri olan imgenin yüzeye yeniden yorumlanarak aktarılması olarak tanımlanabilir. Ayrıca yaratıcılık, algılamadan sonra başlayan zihinsel görselleştirme süreci, kavramlarda soyutlaştırma-somutlaştırma yetisi, yenilikçi bir

fikir ortaya koyabilme ve yeniden yorumlayabilme olarak da ifade edilebilir (Webb ve Kerne, 2012: 2). Görsel iletişim tasarımında yaratıcılık, hedef kitlenin algısını etkilemek adına imgeleri yeniden yorumlama ile mesajın görselleştirilme süreci olarak bilinmektedir. Böylece üretilen görsel mesajın daha kolay anlaşılması ve mesajın hedef kitle tarafından benimsenmesine imkân sağlayabileceği düşünülebilir (Negm ve Tantawi, 2015: 1). Çünkü güçlü bir yaratıcılık ile görselleştirilen fikirler, iyi bir kalitede olacağından, bu fikirler ortaya koyulan tasarımın koruyucu bir kalesi gibi tasarımın taşıdığı mesajı savunabilecektir (Serdarlı, 2008: 25).

Görsel iletişim tasarımında algı, imge ve yaratıcılık unsurları incelendiğinde birbirleri ile sürekli olarak etkileşim içinde oldukları görülmektedir. Bu etkileşim tasarımcılara/sanatçılara soyut kavramları görselleştirebilme yetisi kazandırmıştır.

Dolayısıyla genel olarak algı, imge ve yaratıcılıkla geliştirilen metaforik ifade biçimleri ile görsel mesajların oluşturulduğu ve bu mesajların görsel iletişim materyallerinde sıklıkla kullanıldığı söylenebilir. Özellikle afiş, reklam, fotoğraf, illüstrasyon ve benzeri görsel iletişim kanallarında izleyicinin algı düzeyine göre mesajların bu üç unsura bağlı olarak metaforik bir ifade ile bütünleşerek uygulandıkları bilinmektedir. Bu uygulama sürecinde algı, imge ve yaratıcılık bir bütün olarak kullanılmakta ve en nihayetinde görsel metaforlar oluşturulmaktadır. Dolayısı ile görsel mesajlarda metafor kullanımının bu üç temel unsur üzerinden gerçekleştirilebileceği sonucuna varılabilir.

1.2.3. Görsel İletişim Tasarımında Gösterge ve Metafor İlişkisi

Bildirişim sağlamak amacıyla kullanılan göstergeler, bir fikri, düşünceyi veya herhangi bir şeyi bir başka şeye atfederek kullanılan sistematik bir yapı olarak tanımlanabilir. Çevremizi bulunan göstergeler yoluyla düşünüyor, yorumluyor ve algılıyoruz (Günay, 2008: 2). Çünkü göstergeler hem dilsel hem de görsel açıdan birçok alanda karşılaştığımız etkileşim kanallarındırlar.

En basit tanımı ile gösterge; gösteren ve gösterilen terimleri arasındaki ilişkiden oluşan bir kavram olarak tanımlanabilir. Göstergelerle ilgili çağrışımlar ise “göstergebilimin” çatısı altında ele alınmaktadır. Örneğin Pierce (Pierce, 1982: 339) gösterge hakkındaki tanımları arasında en yalın olan açıklamalardan biri şöyledir: “Gösterge bir şeyin yerini tutan, o şeyi üreten ve ona nitelik kazandıran düşüncedir” ifadesinde göstergenin işaret ve temsil etme özelliğine vurgu yaptığı görülmektedir.

Gösterge ve göstergebilim kavramlarına ilişkin olarak Rifat (2009: 7), iletişim maksadı taşıyan doğal dillerle birlikte inanç, töre, siyasal rejim, yazılı ve sözlü basın, sinema, tiyatro, müzik, edebiyat, reklam, moda ve benzeri tüm alanların göstergelerden oluştuğunu, göstergebilimin de tüm bu alanların kavranabilmesi, yorumlanabilmesi ve tüm bu alanlarda çözümlene, analiz etme, yeniden yapılandırma gibi bir misyonu olduğundan bahseder. Dolayısıyla göstergebilimin insanoğlunun içinde yaşadığı dünyanın sahip olduğu anlamları araştıran alan olduğu görülmektedir. Bu kapsamda göstergebilim ve gösterge ile ilgili olarak Batı (2019: 252-253), göstergebilimin, göstergelerin ne oldukları hakkında ve ne tür işlevlere sahip olduklarına yönelik incelemelerin yapıldığı bilim alanı olduğunu ve gösterge için ise herhangi bir şeyi temsil eden, onu ifade eden ya da onun yerine kullanılan parçalar olduğunu belirtmektedir.

Gösterge kavramının tarihçesi incelendiğinde ilk zamanlardaki kullanımının bugüne kıyasla biraz daha farklı bir yapısı olduğu görülse de zamanla günümüze paralel bir sistematik düzende işlevlere sahip olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin Rifat (2009: 29), eski çağlara kadar köklü bir geçmişi olan gösterge kavramının Yunan dilinde belirti ve işaret anlamlarına geldiğini ve daha çok tıp ve bilicilik alanında gelişim gösterdiğini ifade etmektedir. Bununla beraber kavramın zamanla dilbilimde kendi öz yapısını kazandığı görülmektedir (Özmkas, 2009: 33).

Göstergebilim alanında en önemli iki kuramcıdan biri olan İsveçli dilbilimci Ferdinand de Saussure, göstergeyi oluşturan gösteren ve gösterilen terimleri arasındaki ilişkinin nedensiz (keyfi) olduğunu ifade etmiştir. Ancak diğer önemli kuramcı C.S. Pierce ise bu yaklaşımın doğru olmadığını savunarak göstergenin mantıksal ve göstergebilimsel açıdan nesnelere ve kavramlar ile nasıl bağdaştırıldığını derinlemesine analiz ederek göstergeyi sınıflandırmış ve bu sınıflandırma ile nesnelere arasındaki ilişkiyi belirtmeye çalışmıştır (Oğuz, 2012: 1161, Batı, 2019: 253). Pierce tarafından gösterge hakkında yapılan sınıflandırmalar literatürde önemli bir konuma sahiptirler. Özellikle görsel iletişim alanında görsel analizlerde sıklıkla kullanılan “görüntüsel gösterge, belirti ve simge” türleri dikkat çekmektedir. Bu sınıflandırmada gösterge nesnesine göre değerlendirilerek ele alınmaktadır.

Görüntüsel gösterge (İng. *ikon*), incelendiğinde buradaki göstergelerin belirttiği nesnelere doğrudan ilişki içinde oldukları görülmektedir. Örneğin bir fotoğraf ya da bir resim çalışması herhangi bir yerin, bir şahsın, bir objenin doğrudan

belirtildiği görüntüsel göstergedirler. Gösterge kavramının gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki ile oluştuğu dikkate alındığında, Belçikalı ressam Magritte'in "pipo" eseri oldukça önemli bir örnek teşkil etmektedir. Örneğin Berger (2009: 7), insanın sözcüklerden önce çevresini görme yoluyla algıladığını, daha sonra gördüklerini sözcüklerle anlattığını belirterek Magritte'in gerçeküstücü yaklaşımına atıfta bulunarak onun sözcükler ve nesnelere arasında var olan uçurumu yorumladığını belirtmiştir.



Görsel 1. Bu Bir Pipo Değildir – Rene Magritte 1929

Kaynak: www.sanatabasla.com, Erişim Tarihi: 05.09.2019, (Görüntüsel Gösterge)

Magritte eserinde resmedilen piponun altına "bu bir pipo değildir" yazarak görselin işlevsel açıdan pipo ile hiçbir bağlantısının olmadığını ancak görüntüsel olarak pipoyu çağrıştıran bir resim olduğunu belirtmektedir. Ninova (2017), pipo imgesinin ancak pipoyu çağrıştırabilen bir unsur olduğunu ve piponun yerini alabilecek niteliklere sahip olmadığını vurgular. Diğer taraftan Batı (2019: 60), resmedilen piponun sadece kimyasal birtakım maddelerden oluşturulduğu belirterek; ilginç bir yaklaşımda bulunmuştur. "Bahsettiğimiz nasıl bir şey olsun ki o hem bir pipo hem de değildir." Dolayısı ile burada gösteren ve gösterilen arasında benzerlik ilişkisinin kurulduğu, eserin belirttiği şeyi doğrudan temsil ettiği yani görüntüsel gösterge yaklaşımının varlığından bahsedilebilir. Bu kapsamda görüntüsel göstergeler için kısaca belirttiği nesne olmasa dahi kendi anlamını kaybetmeyen göstergeler olarak tanımlama yapılabilir.

Belirti (İng. *index*), incelendiğinde ise simge ve görüntüsel göstergeden biraz daha farklı bir yapısı olduğu anlaşılmaktadır. Simge ve görüntüsel göstergelerin

insanlar tarafından birtakım amaçlar doğrultusunda oluşturuldukları görülmekteyken, belirti göstergesinin insan dışında gelişen olaylar olduğu bilinmektedir (Günay, 2008: 3). Neden-sonuç ilişkisine bağlı olarak gelişen belirti göstergelerini örnekler üzerinden ifade etmek gerekirse; güneşin batmaya başlaması (neden), havanın kararması, akşamın oluşması (sonuç), bulutların yoğunlaşması (neden), yağmurun başlaması (sonuç) olarak neden-sonuç, yani bitişiklik ilişkisi ile belirti göstergelerinin fark edildikleri söylenebilir. Örneğin Pierce (1984: 304-306), belirti göstergesini “Nesnesi ortadan kalktığında onu gösterge yapan niteliklerini kaybeden bir gösterge” olarak tanımlar. Ayrıca belirtilerin nesnelereyle doğrudan bir ilişkisi olduğunu ve bu ilişkinin yorumlayan üzerinden gerçekleştiğini bildirir. Örneğin; ağaç yaprakları renk değiştiriyor ve daha sonra yere düşmeye başlıyor ise burada sonbaharın gelmeye başladığı düşünülebilir. Bir yorumlayıcı tarafından kurumuş yapraklar yorumlanmaz ise buradaki solan, düşen veya kuruyan yapraklar sonbaharın göstergesi olma niteliğine sahip olamayacaklardır. Dolayısı ile belirti göstergelerinde neden-sonuç ilişkisi üzerinden bir yorumlayıcıya ihtiyaç duyulmaktadır. Aksi halde bu tür göstergeler çözümlenemez ve bir anlam ifade edebilecek niteliğe sahip olamazlar. Bu kapsamda belirti göstergeleri için insan yapımı olmayan, ancak insanların edindikleri tecrübelerle yorumlayabildikleri göstergeler olarak tanımlanabilir.

Simge (İng. *symbol*), göstergesi yorumlayıcılar tarafından atfedilen anlamlar ile anlaşılır ve yorumlanabilir yetiye sahiptirler. Çünkü simgeler yansıttıkları anlamlara ilişkin olarak herhangi bir benzerlik göstermemektedirler (Kaptan, 2017: 16). Örneğin Rifat (2009: 32) Simge göstergesini yorumlayıcısı olmadığı gösterge olabilme özelliğini kaybedecek olan gösterge olarak tanımlar (Rifat, 2009: 32). Simge göstergesi toplumdan topluma göre hem tarihsel hem de kültürel açıdan farklılıklar gösterse de evrensel kapsamda ortak anlamlar taşıma özelliklerine sahip oldukları söylenebilir. Örneğin, Fransız felsefeci Roland Barthes farklı bir anlamlandırma yapısı kapsamında simgeleri ele alarak: “Bir nesne, uzlaşım ve kullanım aracılığıyla başka bir şeyin yerine geçtiğinde ve o şeyin anlamlandırılmasını mümkün kıldığında simge haline gelmektedir” ifadesini kullanır (Fiske, 1996: 123). Dolayısıyla simgeler incelendiğinde anlamlandırma boyutunda bazı ifadelerin yerine geçtikleri görülmektedir. Bu bağlamda örnek olarak terazi simgesi ele alındığında terazinin kimi toplumlarca adaleti, eşitliği temsil ettiği bilinirken, kimi toplumlarca dengeyi, düzeni temsil ettiği görülmektedir. Buradan hareketle semboller bireysel ve toplumsal

uzlaşma temelinde hedef kitleye ve kullanım alanlarına göre değişkenlikler göstererek anlamlandırılabilen ve yorumlanabilen gösterge türü olarak ifade edilebilirler.

Görsel iletişim materyallerinde sıklıkla kullanılan semboller tasarımcılar tarafından taşıdığı anlama göre kültürel kodlarla bütünleştirilerek yeni bir ifade biçimine dönüştürülebilmektedirler. Görsel metaforların algı, imge ve yaratıcılık sürecine bağlı oluşturulduğu dikkate alındığında tüm bu sürecin göstergeler üzerinden gerçekleştirildiği dikkat çekmektedir. Çünkü göstergeler evrensel olarak taşıdıkları anlamlar ile kültürel dokuların bütünleşmesiyle görsel metaforların oluşturulmasında en temel öneme sahip oldukları söylenebilir.

1.3. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA METAFOR KAVRAMI

1.3.1. Metafor Kavramı ve Türleri

Metaforlar iki veya daha fazla nesneyi veya kavramı bir dil aracı olarak birbirine bağlayan, aralarında uyum kurulmasını sağlayan bir anlatım yapısı olarak tanımlanabilir. Günlük konuşma dilinde birbirinden farklı fikirleri veya kavramları birbirine bağlayabilme yetisine sahip olan metaforlar (Arslan ve Bayrakçı, 2006: 101), iki farklı içeriğin tek bir çatı altında sunulmasını sağlamaktadırlar. Böylece farklı anlamlara gelen kavramlar arasında bağlantı kurarak ifade edilmesi amaçlanan mesajın nesnelere yolu ile anlaşılabilmesini kolaylaştıran, ikna edici ve akılda kalıcı bir iletişim dili olarak tanımlanabilir.

Lakoff ve Johnson (2015: 22), metaforun bir nesneyi başka bir nesnenin üzerinden anlama, yorumlama ve aktarma olduğundan bahseder. Ingebretsen (2013: 2), buna benzer bir tanım ile metaforu bir kavramı başka bir kavram üzerinden anlatabilme olduğunu açıklar. Casakin (2006: 255), ise metaforların tasarımda problem çözebilen güçlü bir iletişim dili olduğunu savunur. Buna bağlı olarak görsel metaforlara bakıldığında, “imgesel bir gösterge” olmakla beraber, zihinde kavram oluşturan ve iletişimi gerçekleştiren bir değere sahip oldukları da görülmektedir. Dolayısı ile sözel ve görsel metaforların içeriksel olarak aynı anlamlandırma özelliklerine sahip oldukları anlaşılmaktadır. Çünkü metaforlar genel olarak dil ve imgeye dayalı bir bütünleşme süreci ile yorumlanabilen bir yetiye sahiptirler (Boynukalın, 2014: 31-32).

Metaforlar sembol (gösterge) ve görüntülerin içine yaratıcı bir yöntemle gizlice (zekice) yüklenen mesajlardır (Zaltman ve Coulter, 1995: 38). Görselleştirilen bu

mesajlar çevremizi kuşatan olağanüstü bir güce sahip görsel iletişim ve etkileşim modelini oluşturmaktadır. Bu model ile oluşturulan metaforik ifadeler, izleyiciler için ikna edici bir mesaj olarak varlık gösterirler ve izleyiciyi mesajın içine çekerek mesaj üzerinde düşünmelerine, yorumlamalarına, hatta benimsemelerine imkân sağlarlar. Dolayısı ile metaforlar hedef kitleye yönelik oluşturulan bir tür ikna edici yanılsama olarak tanımlanabilirler (Chaves, 2013: 103).

Alparslan ve Kutanis (2007: 3) ise metafor için iki farklı anlamlandırma sürecinden bahseder. İlk anlam olarak *“bir isim, bir belirleyici kelime ya da kelime grubunun farklı ama kendisine benzeyen bir nesneye ya da eyleme transfer edilmesi ile oluşan, hakiki anlamda da kullanılabilen söz figürüdür”*, ikinci anlam olarak ise *“Kavramsal sunum olarak görülen bir şey; sembol”* olarak tanımlamaktadırlar. Buna bağlı olarak metaforlar sözel ve görsel kapsamda ele alındığında insan zihnini canlandıran ve yorumlama kabiliyetini geliştiren bir unsur oldukları söylenebilir. Örneğin sözel metaforlarda insan zihninin hikâyelere ve benzetmelere yönelik eğilimlerinin olumlu yönde gelişim gösterdiği, görsel metaforlarda ise belleğimizde kendisine yer edinme, hatırlanma, ayrıca uyandırdıkları heyecan ve merak duyguları ile algılarımızı yeniden şekillendirme vasıflarına sahiptirler (Batı, 2013: 70).

Görsel metaforunda izleyicinin de algı düzeyi metaforun uygulanma sürecinde oldukça önemlidir. Örneğin Batı (2013: 57), izleyicinin metafora yönelik bakış açısının, sahip olunan kültürel değere, yaşadığı çevreye ve cinsiyetine göre değişkenlik gösterebildiğini ifade etmektedir. Çünkü metaforlar hedef kitlenin bilgi birikimine bağlı olarak izleyicinin yorumlama gücü ile etkileşim halindedir. Tasarımcı/sanatçı birbirinden uzak iki kavramı imgeler ile bir araya getirirken izleyicinin de algı seviyesini düşünerek metaforları oluşturmaktadırlar. Çünkü başarılı metaforların birbirinden uzak imgeler/göstergeler ile oluşturulabileceği bilinmektedir. Örneğin, Thomson (1991: 82-83) metaforların değerlendirilmesine yönelik yaptığı açıklamada, birbirleri ile benzerliği olmayan veya benzerliği olmadığı düşünülen göstergeler arasında tasarımcı/sanatçı tarafından kurulan bağlantılar ile oluşturulan metaforik mesajın çok daha etkili olabileceğini ve bu bağlantıların ise izleyicinin sezgilerine, bilgi birikimine göre kavranabileceğini ifade etmektedir. Dolayısı ile görsel iletişim tasarımında metafor kullanımında hedef kitlenin bilgi birikimi dikkate alınmalı, başarılı bir görsel metafor uygulaması için ise birbirinden bağımsız gibi görünen imgeler, göstergeler veya kavramlar arasında beklenmedik bağlantılar

kurulabilmelidir. Örneğin, metaforun bilinen eski tanımını yapan Aristo metaforu, görsel veya anlamsal olarak birbirinden farklı olan varlıkların benzer yanlarının keşfedilerek ortaya koyulan yeni bir ifade biçimi olduğunu belirtmiştir (Yongsun, 2012: 19).

Lakoff ve Johnson (2005: 10-28), metaforlar soyut ve ayrıntılar içeren kavramların anlaşılmasını ve inşa edilebilmesini sağladığını ifade eder. Çünkü metaforlar doğası gereği yaratıcıdır, insan zihninde geliştirilerek yeniden yorumlanırlar ve ortaya yeni bir keşfin ifadesini koymaktadırlar. Metaforların yaratıcı bir sürecin altyapısı olmaları ise içeriksel yapılarına bağlıdır. Örneğin, metaforlar imge ile dil, soyut kavramlar ve canlı tasvirleri bir arada bulundurmaktadırlar (Boynukalın, 2014: 32). Dolayısı ile metaforlar bir kelimenin ya da kavramın daha önce tek başına sahip olamayacağı yeni bir anlamı oluştururlar, yeni bir ifade biçimi keşfedilir ve buna bağlı olarak sahip olduğumuz düşüncelerin ufkunun gelişmesine imkân sağlar.

Koffman (1999: 65-66), Nietzsche'nin insanların metafor kullanımına yönelik isteklerinin estetik bir gereksinim olmasının yanında, hayatı olumlu kılabilen bir düşünce sistemi ve hayatı yeniden yorumlamayı sağlayan bir iletişim modeli olduğundan bahseder. Çünkü metaforlar sanatın birçok farklı alanlarında yorumlayabilme ve estetik kaygılarla üretilebilme yetilerinden dolayı sıklıkla kullanılmaktadırlar. Sanatçının düşünme yollarını çeşitlendiren ve izleyicinin/dinleyicinin düşüncelerini şekillendirmek, yeni bir bakış açısı kazandırmak ve onlara var olanı yeniden yorumlayıp kelimenin veya kavramın gizli olan özelliğini yeniden sunabilmek için kullanıldığı söylenebilir. Ayrıca, insanların birbirleri ile kurdukları iletişimde farkında olarak ya da olmadan metaforik düşünce ve ifade biçimlerini kullanmaktadırlar. Çünkü metaforlar, kavramları veya kelimeleri sınıflandırmaya, tarif etmeye, açıklamaya ve yeniden değerlendirmeye yönelik bir düşünce sisteminin oluşumuna imkân sağlamaktadırlar. Dolayısı ile metaforlar için iletişimin olduğu her yerde varlıklarını gösterebilen bir etkileşim modeli olduğu söylenebilir.

Metaforlar yapısal oluşumları gereği farklı türlere ayrılarak kavramları sistematik bir ifade biçimine dönüştürebilmektedirler. Buna rağmen metafor kavramı kendi içinde farklı türlere ayrılrsa da her bir metafor türü kendi işlevsel yapısını korumaktadır. Bu nedenle metafor türlerinin bazı durumlarda birbirleri ile iç içe, bazı durumlarda ise birbirlerinden bağımsız olarak kullanıldıkları bilinmektedir. Lakoff ve

Johnsonun geliştirdiği çağdaş metafor kuramına göre sözel metaforlar gibi görsel metaforlar da kapsamlı olarak türlerine göre analiz edilebilmektedir. Bu kapsamda aşağıda belirtilen metafor türlerinin açıklamaları sadece metaforun ve metaforik ifade biçimlerinin daha iyi anlaşılabilmesi için araştırılmıştır ve bazı örnekler üzerinden yorumlamaları yapılmıştır. Ayrıca, görsel metaforların “yapısal” analizlerinin Philips ve McQuarrie tarafından geliştirilen metafor tipolojisi ile değerlendirilmesinin daha verimli olabileceği düşünölmüş ve ayrı bir başlık altında detaylıca ele alınmıştır.

Lakoff ve Johnson’un geliştirdiği Çağdaş Metafor Kuramının görsel metaforların türlerine göre incelenmesine kapsamlı olarak imkân sağladığı bilinmektedir. Örneğin kavramsal metafor kuramının görsel metaforların analizi üzerine Serig (2006: 229), görsel metaforların tanımları ile dilsel metaforların tanımlarının neredeyse istisnasız olarak birbirleri ile ilişkili olduğunu, kavramsal metafor teorisinin de sadece dile özgü değil, görsel metaforların da analizlerinde isabetli sonuçlar verebildiğinden bahseder. Dolayısı ile kavramsal metafor kuramı ve türlerinin görsel metaforları değerlendirme konusunda yeterli düzeyde sonuçlar verebileceği söylenebilir. Çünkü metaforik düşünce, zihinsel bir süreç ile gerçekleştirilmektedir ve algının duyuşsal tecrübelerle olduğu (gözlem, sınıflandırma ve kavramsal düşünce) bilinmektedir. Tüm bu yapının bilişsel süreçte kavramsal bir karışımın oluşmasını sağladığı, bu karışımın ise kavramsal haritalamayı yani görsel şemaları oluşturduğu bilinmektedir. Dolayısı ile Lakoff’un görüşüne göre metafor, kavramların zihinsel (görsel veya dilsel) bir haritasıdır ve sadece ikincil olarak dilde, görüntüde veya insan ifadesinin diğer biçimlerinde varlık gösterdiği söylenebilir. Bu ifade biçimleri de sözel veya görsel olabilmektedirler. Örneğin bir “görsel” metaforik bir ifade taşıyabilir, ancak tek başına metafor değildir. Çünkü metafor düşünsel bir süreç ürünüdür. Bu nedenle görselin (formun) düşünce sisteminden geçirilip kavramsal bir yapıya kavuşturulmasıyla metaforik bir ifadeye dönüşebileceğinden bahsedilebilir.

Örneğin Heldbom (2007: 1), kavramsal metafor teorisinin görsel metaforlar ile olan ilişkisi üzerine görsel metaforların kavramsal içeriklere sahip olduklarını ve bu kavramların izleyiciye sessizce anlatılan metaforik ifadeler olduğunu açıklar. Ayrıca görsel mesajlarda ifadelerin oluşum sürecinde kavramsal metaforların önemine değinerek renkler üzerinden kavramsal metafor teorisini dikkate alarak bir örneklendirme yapmaktadır: “nasıl ki yönelim metaforlarında “iyi olan yukarıda, kötü

olan aşığıdadır” sistematik yapısıyla metaforik bir ifadenin temeli oluşturuluyorsa, görsel iletişim unsurlarında da bu durumun geçerli olduğundan bahsederek; renkler üzerinden “siyahın kötüyü, beyazın iyiyi” temsil ettiğini belirtmiş, görsel unsurların da birer kavramsal yapıya/içeriğe sahip olduklarını açıklamaya çalışmıştır. Bununla beraber sözel metaforlar üzerine birçok akademik yayın hazırlayan Dilbilim Profesörü Kövecses (2019:10), “*Kavramsal Metafor Teorisinin Yeni Uzantıları: Görsel Metaforlara Nasıl Uygulanır?*” adlı makalesinde sözel ve görsel metaforların Lakoff ve Johnson tarafından geliştirilen kavramsal metafor teorisine göre ele alınmaları gerektiğini belirtmektedir. Bu durumu da mesaj iletme kaygısıyla oluşturulan görsel metaforların sahip oldukları kavramsal dinamikleri kullanarak izleyiciyle etkileşime geçtiklerini ve kavramsal algı üzerinden bir iletişimin gerçekleştirildiğini açıklamaktadır. Buradaki iletişimin sözel metaforlar ile aynı amaç doğrultusunda oluşturulduğunu açıklamaktadır. Kövecses ayrıca, kavramsal metaforların doğası gereği kavramsal olduğunu ve sadece dile özgü olmadığını, görsel metaforların da kavramsal bir sistemde oluşturulduğunu belirtmektedir. Benzer bir yaklaşımla Réka Benczes (2019: 20), kavramsal metafor sistemine göre on yıllardır yapılan araştırmaların genel olarak sözel kapsamda ele alındıklarını, içinde bulunduğumuz çağda kavramsal metaforların işitsel ve görsel mecralarda ayırt edilebilir düzeyde var olduklarını açıklamaktadır.

Dolayısıyla Çağdaş Metafor Kuramı alt başlıklarıyla birlikte etraflıca araştırılmış ve örnekler üzerinden ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Kavramsal Metafor Kuramı üç farklı başlık altında toplanmıştır. Bunlar: *Yapısal, Yönelim ve Varlıksal Metaforlardır* (Kövecses, 2002: 33).

Yapısal metaforlar, bir kavramı başka bir kavram ile yapılandırmakta, ontolojik metaforlar, somut yapıya sahip olmayan şeylere varlık statüsü kazandırmakta, yönelim metaforları ise uzay/mekân ilişkisiyle bir kavrama mekânsal bir yön vermektedir (Çetinkaya, 2017: 379).

1.3.1.1. Yapısal Metaforlar

Lakoff ve Johnson’un geliştirdikleri çağdaş metafor teorisine göre kavramsal metaforlar sistematik bir yapı içindedirler ve bu yapı kaynak ile hedef kavram alanlarından oluşmaktadır. Yapı incelendiğinde, hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığıyla anlaşılmaktadır. Yapısal metafordaki hedef ve kaynak arasındaki ilişkide kaynak kavram alanı somut, hedef kavram alanı ise soyut olarak

bilinmektedir. Örneğin “vakit nakittir” metaforu incelendiğinde kaynağı oluşturan bilginin “para” yani somut bir kavram olduğu, hedefi oluşturan bilginin ise “zaman” yani soyut bir kavram olduğu görülmektedir (Akşehirli, 2005: 1-5, Škrđić, 2017:19, Kövecses, 2002:37, Ercan, 2016: 159). Dolayısı ile örnekten de anlaşılacağı gibi kavramsal metaforlar soyut ve somut metaforik yaklaşımı da içinde barındırmaktadırlar.

Steen, (1999: 57), kavramsal metaforların iletişimin var olduğu birçok alanda kullanıldığını ve kurduğumuz iletişimi gerçekleştirirken üretilen birçok ifadenin dahi kavramsal metafor teorisine dayandığını belirtmektedir. Bu tanımlamaya ilave olarak kavramsal metaforların diğer tüm metafor türlerini genel anlamda kapsadığını; örneğin sözel, somut ve soyut olan tüm metafor çeşitlerinin kavramsal metafor çatısı altında değerlendirilebileceğini açıklamaktadır. Tanımlamalar ve yorumlar dikkate alındığında birçok metafor türünün genel olarak kavramsal metafor olarak tanımlanabileceği sonucuna varılabilir.

Bu kapsamda yapısal metafor türü için hedef ve kaynak alanların sistematik ilişkisi ile oluşturulan ifade biçimlerinin, kaynak kavram alanının somut, hedef kavram alanının ise soyut olması ile gerçekleştirilebileceği dikkate alındığında, görsel iletişim tasarımı materyallerinde bu sistematiği içeren çalışmaların yoğunlukla uygulandığı görülmektedir.



Görsel 2. Sadece Bir Ağaç Kesilmedi, Saatchi ve Saatchi 2006

Kaynak: <https://osocio.org/message/not-only-a-tree-is-cut-down/>, Erişim Tarihi: 10.10.2018, (Yapısal Metafor).

Görsel 2 incelendiğinde Lakoff ve Johnson’un çağdaş metafor teorisine göre kaynak kavram doğa (somut), hedef kaynak ise yaşam (soyut) olduğu düşünüldüğünde yapısal metafor türüne uygun bir çalışma olabileceği görülmektedir. Ayrıca kavramsal metaforların birçok metafor türünü kapsadığı da göz önüne alındığında, tasarımda soyut olan bir kavramın (yaşam), somut olan nesnelere (ağaç gövdesi ve hayvan figürü) ile bütünleştirilmesinin somut metafor türüne örnek olabileceği, Forceville’nin karma metafor yaklaşımına göre ele alındığında da hedef ve kaynağın birleştirilmesiyle karma metafor türüne örnek olabileceği söylenebilir. Örneğin, Çetinkaya (2017: 377), kavramsal metaforlar için karmaşık, anlaşılması güç yapıya sahip soyut olan kavramların, bilinen somut özelliklere sahip kavramlar ile bağdaştırılmaları bu bilinmeyen kavramların daha kapsamlı anlaşılmasını sağladığından bahseder.

Dolayısıyla ile metaforlar farklı başlıklar altında türlere ayrılmış olarak tanımlanıyor olsalar da görsel iletişim tasarımında birçok farklı metafor türünün bir arada kullanıldığı görülmektedir. Bu nedenle görsel iletişim tasarımında eserler üretilirken hangi tür metafor kullanılacağı gibi bir kaygı söz konusu olmamaktadır. Çünkü bir fikrin görselleştirilmesindeki gaye mesajın hedef kitleye amaçlanan nitelikte görselleştirilebilmesidir. Bu nedenle tasarımların hangi metafor türüne göre üretileceği değil, metaforun tasarımda nasıl ve ne tür yaklaşımlarla başarılı bir biçimde oluşturulabileceği önemlidir.

1.3.1.2. Varlıksal (Ontolojik) Metaforlar

Varlıksal metaforlar soyut, yani fiziksel bir yapısı olmayan bir varlığın, somutlaştırılarak yeniden oluşturulması olarak tanımlanmaktadır. Örneğin Lakoff ve Johnson, (2015: 54), varlıksal metaforları diğer metafor türlerinden ayıran en ayırt edici özelliğinin, soyut olan bir şeyi rakamlarla ifade etme, ona nitelik kazandırma ve onu belli bir boyuta getirerek somutlaştırma girişimi olduğundan bahseder. Örneğin, “Bu acıya dayanmak çok fazla sabır gerektirir” cümlesi incelendiğinde soyut bir kavram olan sabır, sayılabilen, somut bir varlık gibi nitelik kazandırılarak ifade edilmiştir (Akşehirli, 2005: 1-5).



Görsel 3. Yalnızlaşma, Pawel Kuczynski, 2006

Kaynak: <https://gaiadergi.com/savas-ve-sistem-karsiti-elestirel-cizimleriyle-pawel-kuczynski/>, Erişim

Tarihi: 07.10.2018, (Varlıksal Metafor).

Görsel iletişim tasarımında da varlıksal metaforlar ile sıklıkla karşılaşmaktadır. Özellikle basın ilanlarında ve sosyal içerikli görsel iletişim materyallerinde varlıksal metaforlar ile soyut olan bir kavramın somutlaştırılması veya varlıklara insani atıflarda bulunularak görsel mesajların oluşturulduğu görülmektedir. Örneğin Görsel 3 incelendiğinde teknolojinin olumsuz yönlerinden biri olan “yalnızlık, yabancılaşma” gibi fiziksel bir yapıya sahip olmayan kavramlar, somutlaştırılarak görselleştirilmiştir. Yalnızlık kavramının metaforu “adalar” olarak tasarlanmış, kavramın varlıksal statüsü değiştirilmiş ve kavram fiziksel bir varlık olarak yeniden yorumlanmıştır. Ayrıca diğer metafor türlerine göre incelendiğinde ise farklı benzetilenlerin bir arada kullanılması ile karma metafor türünün de uygulandığı görülmektedir.



Görsel 4. Migros Kahve, Serdesin Reklam Ajansı, 2018,

Kaynak: https://www.adsoftheworld.com/media/print/migros_migros_coffee, Erişim Tarihi: 07.10.2018, (Varlıksal Metafor).

Günlük konuşma dilinde sıklıkla kullanılan varlıksal (ontolojik) metaforlar genel olarak kişileştirme yöntemi ile oluşturulmaktadır. Örneğin, “Enflasyon mücadele edilmesi gereken bir düşmandır” ifadesindeki “enflasyon” insani bir varlık olarak tasavvur edilmiştir. Varlıksal metaforlar, herhangi bir varlığa insani niteliklerin verilmesiyle de oluşturulabilmektedirler ve bu yöntem görsel iletişim tasarımı ürünlerinde de kullanılmaktadır. Örneğin Görsel 4 incelendiğinde kahve bardağının göz bebeği olarak kullanılmasıyla kahvenin uykuyu açan, insanı zinde tutabilen bir içecek olduğu, insana özgü bir enerjik bakış şekliyle, görsel mesajın oluşturulduğu görülmektedir. Burada “zindelik, enerji, dinçlik, coşku” gibi soyut kavramların görselleştirildiği düşünüldüğünde, bu kavramların insana özgü bir nitelikle somutlaştırılmasıyla ontolojik metafor türüne uygun olabileceği söylenebilir. Ayrıca, görselden “kahve içerek zinde olabilirsiniz” mesajı çıkarılabilir ve mesaja göre kaynak kavram alanının somut (kahve), hedef kaynak alanının ise soyut (zindelik) olduğu dikkate alındığında yapısal metafor türünün varlığından söz edilebilir.

Genel olarak açıklamalardan anlaşılacağı üzere varlıksal metaforlar için özetle, soyut (fiziksel olmayan) bir varlığın somut (fiziksel) olarak ona bir nitelik atfedilip yeniden ifade edilmesi ve/veya yeniden yorumlanması olarak tanımlanabilir.

1.3.1.3. Yönelimsel Metaforlar

Yönelim metaforları, mekânsal açıdan kavramların birbirleri ile ilişki içinde oldukları metafor türüdür. Yönelim metaforları ile kavramlar uzay/mekân etkileşimi içindedirler. Örneğin, yukarı-aşağı, ön-arka, içeri-dışarı, merkez-çevre ve benzeri yönelimler kavramlara atfedilerek ifade biçimleri oluşturulur (Lakoff ve Johnson, 2015: 40).

Yapısal metaforlar incelendiğinde somut tecrübelerimizden faydalanarak soyut kavramlar anlaşılabilirdi ve bu teoriye göre somut yaşam deneyimi kavramların anlaşılmasında oldukça önemli bir konuma sahipti. Bu kapsamda yönelim metaforları ile bedenimizin dışındaki dünyayı kavranmaya başlar ve dış dünya da içimizdeki dünyanın dışında tutulur. Böylece uzaklık, derinlik, yer çekimi kuvveti ve benzeri tüm aktiviteleri öğrenmeye ve tecrübe etmeye başlarız. Örneğin, Mark Johnson'un "imaj tasarımı" olarak tanımladığı kavram da bu yaklaşım ile varlık gösterir. Çünkü imaj tasarımı soyut olan kavramların fiziksel deneyimlerimizle anlaşılmasını gerçekleştiren bir unsurdur. Dolayısıyla soyut fikirler imaj tasarımları ile kavramlaştırılır. Bu işlem ise yön metaforları olarak tanımlanan aşağı-yukarı, ön-arka ve benzeri yönelimlerin kullanımı ile gerçekleşir (Akşehirli, 2005: 1-5).

İnsanın fiziksel varlığını tecrübe etmesiyle oluşan yönelim metaforları, ilişki içinde olduğumuz nesnelere etkisi altında oldukları yer çekimi kuvveti ile meydana gelmiştir. Örneğin "Mutlu olan yukarıda, kederli olan aşağıdadır" örneği incelendiğinde eğiliyor olmak kederi ve depresyonu temsil ederken, dik duruş pozitif bir görüntü sergileyebilmektedir (Yıldızlı, 2017: 1492). Dolayısı ile yönelim metaforları kavramların anlaşılması veya yeniden yorumlanması bağlamında uzay/mekân ilişkisi düzleminde kendisini göstermektedir. Örneğin, "Erdemli olan yukarıda, erdemsiz olan aşağıdadır" ifadeleri incelendiğinde yukarı ve aşağı kavramları ile bir yönelim söz konusudur. Buradaki yönelimin metaforik bir ifade ile betimleniyor olması ise yönelim metaforunu işaret etmektedir.



Görsel 5. Afrika'nın En Ölümcülü (Afrika's Deadliest), Rocket Yard, 2018

Kaynak: <https://campaignsoftheworld.com/print/national-geographic-africas-deadliest-endless-circle-life-death-means-life-others/> Erişim Tarihi: 18.07.2018, (Yönelimsel Metafor).

Yönelim metaforlarında kavramlar birbirleri ile mekânsal açıdan ilişki içindedirler ve bir tür sistematik yapıya sahiptirler. Bu yapı temel kavramlarımızın organize edilmesini sağlamaktadır. Çünkü kültürel ve fiziksel tecrübelerle dayandırılarak belirlenebilirler (Lakoff ve Johnson, 2015: 44-45). Bu kapsamda Nat Geo Wild TV kanalı için hazırlanmış basın ilanı (Görsel 5) incelendiğinde, reklam metninde “sonsuz yaşam döngüsünde, bazıları için ölüm diğerleri için yaşam demektir” ifadesi yer almaktadır. Lakoff ve Johnson (2015: 42) “kontrol, yahut güç sahibi yukarıda; kontrole, yahut güce maruz kalan aşağıdadır” yönelim metaforunun burada sistematik bir yaklaşımla ele alınarak tasarımdaki kompozisyonun oluşturulduğundan söz edilebilir. Bu sistematik yaklaşımın “yaşam döngüsü” kavramını görsel açıdan da desteklemektedir. Ayrıca soyut bir kavram olan yaşam döngüsü, aslan ve zebranın hareketiyle görselleştirilmeye çalışılarak hem ontolojik metafor türüne de örnek olarak gösterilebilir.

Lakoff ve Johnson bütün metaforları üç farklı türde kategorize ederek; yapısal, varlıksal (ontolojik) ve yönelimsel olarak değerlendirmişlerdir. Örneğin, metaforlar yapısal bir yapıya sahiptirler çünkü diğer yapılar ile eşleştirilerek yeni bir yapı oluştururlar. Varlıksaldırlar, çünkü soyut olan bir kavramı somutlaştırırlar. Yönelimseldirler, çünkü bütün kavramlar sistematik yapısı diğer bir kavramsal sistematik yapıya göre organize edilir. Dolayısı ile metaforların genel olarak bu üç temel yapıda birbirleri ile etkileşim içinde oldukları söylenebilir.

1.3.2. Görsel Metafor Tipolojisi

Philips ve Mcquarrie tarafından geliştirilen ve önerilen görsel metafor tipolojisinde dokuz türde görsel metafor sınıflandırması ile karşılaşılmaktadır. Tipoloji görsel yapı ve anlam işlemi başlıklarıyla hazırlanmıştır (Tablo 1). Görsel Yapı kapsamında, metaforları oluşturan öğeler arasındaki ilişki; yan yana kullanma, birleştirme ve yerine görsel kullanma gibi sınıflandırmalarla ve bu sınıflandırmalar da Anlam İşlemi kapsamında bağlantı, benzerlik ve zıtlık yaklaşımlarıyla detaylandırılmıştır.

Karmaşıklık (Complexity)	GÖRSEL YAPI (Visual Structure)	Zenginlik (<i>Richness</i>)		
		ANLAM İŞLEMİ (<i>Meaning Operations</i>)		
		Bağlantı (Connection) (A, B ile ilişkilidir.)	Karşılaştırma (<i>Comparison</i>)	
			Benzerlik (Similarity) (A, B gibidir.)	Zıtlık (Opposition) (A,B gibi değildir.)
Yan yana görsel kullanma (Juxtaposition)	Bağlantı (Yanyana görsel kullanma)	Benzerlik (Yanyana görsel kullanma)	Zıtlık (Yanyana görsel kullanma)	
Birleştirme (Fusion)	Bağlantı (Birleştirme)	Benzerlik (Birleştirme)	Zıtlık (Birleştirme)	
Yerine başka görsel kullanma (Replacement)	Bağlantı (Yerine başka görsel kullanma)	Benzerlik (Yerine başka görsel kullanma)	Zıtlık (Yerine başka görsel kullanma)	

Tablo 1. Görsel Metafor Sınıflandırması, Philips ve McQuarrie (2004: 116)

Philips ve Mcquarrie görsel metafor tipolojisini, Forceville ve Kaplan gibi akademisyenlerin araştırmalarını temel alarak elde ettikleri verileri kendi deneyimleriyle bütünleştirerek geliştirdiklerini belirtmektedirler. Bu nedenle geliştirilen bu tipoloji ile görsel metaforların türlerine göre değerlendirebilmenin yanında yapılarına göre de kapsamlı analiz edilmelerine imkân sağlaması düşünölmektedir.

1.3.2.1. Görsel Yapı ve Anlam İşlemi

Metaforlar temelde bir şeyin başka bir şey ile olan bağlantısı, birbirleri üzerinden yeniden yorumlanarak görselleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Buna bağlı olarak görsel metaforlar kendi içinde farklı türlerde varlık gösterirler, ancak sınıflandırılmaları gerektiğinde tipolojiye göre bunun üç farklı yöntemi olduğundan bahsedilebilir. Bunun en kolay olanı iki görseli yan yana kullanmaktır. Biraz daha karmaşık olan yöntem ise iki görselin birleştirilmesi ve en zoru ise olmayan görseli hatırlatabilmesi için bir görseli başka bir görselin yerine kullanılmasıdır. Tablo 1 incelendiğinde görsel yapıyı oluşturan başlıkların “karmaşıklık/complexity” kavramı ile ele alındığı dikkat çekmektedir. Buradaki “karmaşıklık” kavramı ile hedef kitleye iletilen görsel mesajların çözümlenme süreçlerinin karmaşıklığından bahsedilmektedir. Örneğin iletilmesi amaçlanan mesaj ile izleyici bir tür etkileşim içine girerek izleyicide zihinsel bir anlamlandırma süreci başlar. Bu süreçte izleyici mesajı anlamaya yönelik bir takım çözümler yapmaya çalışır. Buradaki çözümler karmaşıklığın ortadan kaldırılmasına ve mesajın anlaşılmasına yönelik olduğundan dolayı görsel yapıdaki başlıklar karmaşıklık kavramı ile ilişkilendirilmiştir. (Philips ve Mcquarrie, 2004: 117).

Anlam işlemi incelendiğinde ise tipolojiye göre iki temel yaklaşımın olduğu görölmektedir. Bunlar bağlantı kurma ve karşılaştırmadır. Karşılaştırma kendi içinde benzerlikleri tanımlamayı amaçlar ve zıtlıkları belirtmeye çalışır. Bağlantı kurma ise görselleştirilen mesajlarda objeler arasındaki bağlantının kurulabilmesine ilişkin hedef kitlenin yaklaşımlarını dikkate alır. Buradaki asıl amaç, bir objenin görünüşündeki fark edilebilirliğin ve belirginliğin arttırılmasıdır (Philips ve Mcquarrie, 2004: 118).

Anlam işlemini oluşturan başlıklar “zenginlik/richness” kavramı ile ilişkilendirilmiştirlerdir. Bu ilişkilendirmeye yönelik Kireççi (2018: 360), “zenginlik” kavramı için anlam işlemleri ile gerçekleştirilen işlem olasılıklarının derece ve çeşitliliğini ifade ettiğini belirtmektedir. Çünkü bu işlemler anlamlandırmaya yönelik

bilgilerin sağladığı yeni ve farklı tepki çeşitliliğiyle aynı oranda zengindirler. Buna bağlı olarak anlam işlemindeki zenginliğin, çok anlamlılığı ifade ederek belirsizliği ortadan kaldıran bir yapı olduğu söylenebilir.

Bu çerçevede genel olarak görsel yapı ve anlam işlemi arasındaki fark ele alındığında, görsel yapı, yüzey üzerinde sunumu yapılan öğelerin görsel olarak düzenlenmeleriyle ilgilenirken, anlam işlemi, düzenlenmiş bu objelerin hedef kitleye yönelik çıkarımlar sağlamasıyla ilgilidir. Benzer şekilde, görsel yapılarda karmaşıklık dereceleri dikkate alınarak sıralamalar ve düzenlemeler yapılırken, anlam işleminde belirsizlik, çok yönlü anlamlandırma seviyeleri dikkate alınarak düzenlemeler yapılır (Philips ve Mcquarrie, 2004: 119).

1.3.2.1.1. Yan Yana Kullanma

Tipolojiye göre “yana yana kullanma” görsel yapısında, mesajın izleyici tarafından algılanabilmesi için izleyicinin öncelikle objelerin neyin göstergesi olduklarını kavradıktan sonra bu göstergeler arasında kurulan ilişkiyle oluşturulan metaforun sunduğu mesajı çözümlenmektedirler. Bu çözümlenme iki obje (görsel) arasında yapılan kıyaslamalarla elde edilmektedir. Örneğin tasarımcı Ali Batı tarafından Dünya Doğayı Koruma Vakfı (WWF) için yapılan çalışmada (Görsel 6), tüm dünyadaki canlı türlerinin yaşamlarının birbirlerine bağlı oldukları, insanlığın sağlıklı ve sürdürülebilir bir ekosistem olmadan yaşayamayacaklarına ilişkin olarak hazırlanan tasarımda, birbirlerine benzer, ancak ufak bir detayla aralarında fark oluşturulan ve oluşturulan bu fark ile mesajın görselleştirildiği görülmektedir. Örneğin görselde, siyah bulutlar, kuru bir ağaç dalı ve akbaba kullanılmıştır. Kullanılan üç farklı obje tehlikenin, korkunun ve hatta tehdidin birer göstergeleridir. Örneğin, akbaba ölümün, kuru bir dal hastalığının (bozulan toprak yapısı), siyah bulutlar ise fırtınanın birer göstergeleridir. Metaforlar bilinmeyeni bilinen göstergeler üzerinden anlatan bir tür yaratım yöntemi olarak düşünüldüğünde burada tehlike kavramının metaforunun oluşturulduğu görülmektedir. Görselde kullanılan metinde (soldaki görsel) “korkunç” yazısı dikkat çekmektedir. Tüm bu göstergelerle oluşturulan metafora ve kullanılan ifadeye rağmen aynı görselden akbaba çıkarılarak iki görsel yan yana kullanılmıştır. Ancak sağdaki görselde akbabanın çıkarılmasına rağmen mesajın biraz daha tehlikeden uzaklaşabileceğinin düşünülmesi gerekirken, görsel üzerinde “daha korkunç” metni kullanılmıştır. Dolayısı ile burada ekosistemin bir halkası olan akbabanın yokluğunun, varlığından daha tehlikeli olduğu vurgulanmaya

çalışılmıştır. Bu kapsamda ele alındığında, metafor türlerine göre doğanın yok olmasının insanlığın yok olmasına neden olacağı vurgulanmaya çalışılarak kavramsal metafor türünün uygulandığı görülmektedir. Tipolojiye göre değerlendirildiğinde görsel yapı olarak iki görselin yan yana kullanıldığı, anlam işlemi olarak ise iki görsel arasında bağlantı ve zıtlık oluşturulduğu görülmektedir. Çünkü kullanılan görseller birbirleri ile benzer gibi görünse de aslında aralarında bir zıtlık söz konusudur. Bu zıtlık, var olmak ya da yok olmak üzerinden oluşturulmuştur.

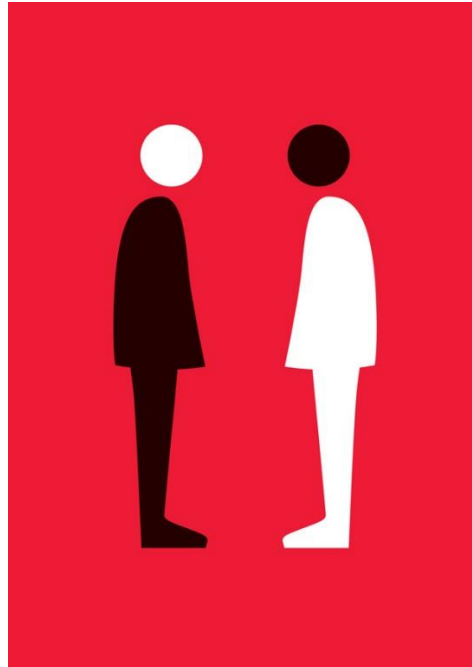


Görsel 6. Korkunç, Daha Korkunç, Ali Batı, 2010

Kaynak: <https://brogan.com/blog/social-marketing-example-8-world-wildlife-fund-horrifying-more-horrifying/>, Erişim Tarihi: 09.10.2019, (Yanyana Kullanma).

İki farklı ya da benzer görseller üzerinden kurulan bağlantı, zıtlık, benzetme gibi anlam işlemlerinin uygulandığı “yan yana kullanma” görsel yapısında, tasarımcılar bilinçli bir şekilde bu iki görselin kıyaslanmasını isteyerek tasarımsal kurguyu hazırlamaktadırlar (Kireççi, 2018: 356). Yan yana kullanma görsel yapısı, diğer görsel yapılar ile bazı durumlarda etkileşim içinde olabilmektedir. Bu etkileşim fotoğraf üzerinden yapılan metaforlarda daha az rastlanılsa da illüstrasyon çalışmalarında sıklıkla karşılaşılabilen bir durumdur. Bu etkileşime göstergelerin detaylı incelemeleri yapılarak ulaşılabilmektedir. Örneğin, tasarımcı Ali Seylan tarafından tasarlanan, illüstrasyon çalışması (Görsel 7) empati kavramını görselleştirmek üzere hazırlanmıştır. Empati kavramı, kişinin kendisini karşısındakinin yerine koyarak, onun tarafından olaylara bakabilmek, karşısındaki

kişinin duygu ve düşüncelerini anlamak için gösterdiği uğraşı olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda, tasarımda iki aynı figür kullanılmış, kullanılan figürler renkleri ile birbirlerinden hem ayırt edilmiş hem de ilişkilendirilmiştir. Figürlerin ikisi de duruşları ve fiziksel görünümleri sebebiyle insanların birer sembolleri, ikonları, göstergeleri olmuşlardır. Bu göstergelerin birinin siyah renkte, diğerinin beyaz renkte kullanıldığı, baş kısımlarının ise birbirlerine ait renkler ile değiştirildiği görülmektedir. Dolayısı ile renkler üzerinden bir empati kurulmuştur. Siyah olan beyazı, beyaz olan da siyahı, taşıdıkları renkler üzerinden değerlendirerek metafor oluşturulmuştur. Soyut olan empati kavramının somutlaştırılması ile karşılaşıldığı için ontolojik metafor türüne, iki figüründe karşılıklı bir duruşları, birbirlerine doğru bakıyor olmaları ise yönelim metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Bu kapsamda tipolojiye göre değerlendirildiğinde birbirine benzer ya da farklı iki görselin yan yana kullanılması ile görsel yapı bağlamında “yan yana kullanma”, anlam işlemi bağlamında ise “bağlantı kurma” yaklaşımlarının olduğu görülmektedir. Bu sınıflamada bazen birbiri ile fiziksel olarak benzemeyen ancak karakteristik olarak benzeyen, bazı durumlarda ise fiziksel olarak benzeyen ancak karakteristik olarak benzemeyen ya da hem fiziksel hem de karakteristik açıdan benzerlikler ya da zıtlıklar taşıyan göstergelerin yorumlandığı bilinmektedir.



Görsel 7. Empati, Ali Seylan, 2014

<http://aliseylan.com.tr/project-detail/empathy>, Erişim Tarihi: 09.10.2019, (Yanyana Kullanma).

Yan yana kullanma görsel yapısında genel olarak birbiri ile ilişkili, zıt ya da benzer olan iki objenin yan yana kullanıldığından bahsedilmiştir. Ancak illüstratif çalışmalarda bu durum görsel yapı kapsamında birçok farklı değişkenliklere sahiptirler. Çünkü illüstrasyon çalışmaları bazı durumlarda iki veya üç farklı görsel yapı sınıflandırmasına uygun düzenlemelerle oluşturulmaktadır.

Örneğin, tasarımcı Salih Denli tarafından tasarlanan, illüstrasyon çalışması (Görsel 8) Barış ve Savaş kavramlarını görselleştirmek üzere hazırlanmıştır. Barış kavramı, huzur, sükûnet ile yaşamak ve de kötülük, kavga ve savaştan kurtuluş iken, savaş kavramı tüm bu kavramların zıttı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda eserde birbirine zıt olan barış ve savaş kavramları biçimsel olarak birbiri ile iç içe geçirilerek görselleştirilmiştir. Barış, savaşın ya da savaş, barışın üzerinden anlatılmaya çalışılmıştır. Eserde bu iki kavram birbirleri üzerinden anlatılmaya çalışılarak yapısal metafora uygun bir görselleştirme olabileceği söylenebilir. Aynı zamanda sağa ve sola doğru bir yönelim ile siyah beyaz dengesinde hazırlandığı da dikkate alındığında yönelim metaforunun da varlığından söz edilebilir. Birbiri ile iç içe geçmiş iki kavram ve bu kavramları temsilen dört farklı gösterge kullanılarak savaş ve barış arasındaki mücadeleye dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

Hazırlanan eser tipolojiye göre ele alındığında ise ilk olarak birleştirme görsel yapısı dikkat çekiyor olsa da biraz detaylı bir inceleme ile burada yan yana kullanma görsel yapısının da olduğu görülmektedir. Burada birbiri ile zıt olan iki görsel hem yan yana getirilmiş hem de birleştirilerek siyah-beyaz dengesinde bir kompozisyon ile oluşturulmuştur. Dolayısı ile eserde genel olarak yan yana kullanma görsel yapısı üzerinden bir birleştirmenin uygulandığı söylenebilir. Bu kapsamda, görsel yapı bağlamında, yan yana görsel kullanma ve birleştirme yaklaşımının, anlam işlemi bağlamında ise bağlantı kurma ve zıtlık oluşturma yaklaşımlarının olduğu anlaşılmaktadır.



Görsel 8. Barış-Savaş, Salih Denli, 2014, (Yan Yana Görsel Kullanma).

Birbirlerinden farklı ya da benzer iki görselin bir araya getirilerek oluşturulan görsel mesajlar “yan yana kullanma” görsel yapısına göre ele alınmaktaydılar. Ancak, tipografik çalışmalarda bu durum harfler üzerinden gerçekleştirildiğinden dolayı burada “yan yana kullanma” görsel yapısının özel bir durumu söz konusudur. Örneğin fotoğraf ya da illüstrasyon ile oluşturulan metaforlarda kullanılan görsel öğeler birer gösterge konumunda olmaktaydılar ve böylece tipolojiye göre daha net incelemeler yapılabilmekteydi. Fakat tipografik çalışmalarda, harfler herhangi bir kavramın ya da imgenin göstergesi olmadıkları için harflerin tasarımsal düzenlerine göre tasarımın hangi sınıflandırmaya ait olduğu tespit edilebilmektedir.

Örneğin, tasarımcı Herb Lubalin tarafından tasarlanan (Görsel 9) “Marriage” (evlilik) kavramının tipografik bir görselleştirmesi incelendiğinde, iki aynı harfin karşılıklı ve yan yana kullanıldığı görülmektedir. Burada “R” harfleri ile bireylere yani kadın ve erkeğe atıfta bulunularak bir metafor oluşturulmuştur. Metaforlar, göstergeler üzerinden kavramların yorumlanması olarak tanımlanmaktaydı. Burada da harfler birer sembol iken, önce gösterge konumuna getirilmiş ve daha sonra bu göstergeler yorumlanarak görsel bir metafora dönüştürülmüştür.

Tipografik çalışmalar tipolojiye göre değerlendirildiğinde, illüstrasyon çalışmaları gibi görsel yapı kapsamında bazen tek bir görsel yapıya uygun olurken, bazen de tüm görsel yapılara uygun olabilmektedirler. Bu durum tipografik ve illüstratif çalışmaların esnek ve zengin bir anlatım gücüne sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Dolayısı ile tasarım metaforik açıdan incelendiğinde, fiziksel bir yapısı olmayan “evlilik” kavramının somutlaştırıldığı görülmektedir. Bu durum ontolojik metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Çünkü soyut olan evlilik kavramının varlıksal statüsü değiştirilmiş ve harflerin yorumlanmasıyla fiziksel bir

görünüm kazandırılmıştır. Tipolojiye göre ele alındığında ise görsel yapı bağlamında “yan yana kullanma”, anlam işlemi bağlamında “benzetme” yaklaşımlarının uygulandığı görülmektedir.



Görsel 9. Marriage (Evlilik), Herb Lubalin, 1965,

Kaynak: <https://www.aiga.org/medalist-herblubalin#slideshow-1-4>, Erişim Tarihi: 09.10.2019,

(Yan Yana Görsel Kullanma).

1.3.2.1.2. Birleştirme

Yan Yana Kullanma yaklaşımında birbirinden farklı iki görsel bir arada kullanılarak bağlantı, benzerlik veya zıtlıklar oluşturularak görselleştirmeler gerçekleştiriliyordu. Birleştirme yaklaşımında ise birbirleri ile ilişkili ya da ilişkisiz iki görsel arasında bağlantı, benzerlik veya zıtlık dikkate alınarak görseller oluşturulmaktadır. Örneğin Görsel 10 incelendiğinde “ve “hepimiz araç kullanıyoruz, yollarımızı paylaşalım” sloganının görselleştirilebilmesine yönelik bisiklet ve otomobil birleştirilmiştir. Tipolojide önerilen görsel yapıya göre “birleştirme” yöntemi, “yan yana kullanma” ya da “yerine görsel kullanma” türlerine göre daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Çünkü birbirinden yapısal olarak farklı ancak sistemsellik olarak ortak özellikleri bulunan iki görsel arasındaki yakın ilişki dikkate alınarak benzerlikleri vurgulanmış ve fiziksel farklarıyla da dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda otomobil kaynak olarak, bisiklet ise hedef olarak gösterilmeye çalışılarak aslında herkesin birer araç kullanıcısı olduğu, ifade edilmek istenmiştir. Dolayısıyla Araç kullanmak (somut), paylaşmak (soyut) olan kavramlar görselleştirilerek kavramsal metafor türü uygulanmıştır. Ayrıca tipolojik açıdan değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında birleştirme, anlam işlemi bağlamında ise benzetme yaklaşımlarından yararlandığı görülmektedir.



Görsel 10. Hepimiz Sürücüyüz, Yolları Paylaşalım, Cerebro Y&R, 2018

Kaynak: https://www.adsoftheworld.com/media/print/fundacion_monica_licona_bike_1

Erişim Tarihi: 09.10.2019, (Birleştirme).

Metaforlarda kişileştirme yaklaşımları ontolojik metafor çatısı altında ele alınmaktaydılar. Bu tür metaforlar insani birtakım niteliklerin soyut kavramlara atfedilmesiyle yapılan anlatım türleriyle oluşturulmaktaydı. Örneğin “Hayat beni aldattı” örneğinden de anlaşılacağı üzere insana ait bir niteliğin soyut bir kavrama aktarıldığı görülmektedir (Lakoff ve Johnson, 2015: 63). Bu tür kişileştirmeler görsel iletişim materyallerinde de sıklıkla karşılaşılan bir anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapısal metaforlar ise hedef ve kaynak kavram alanlarında oluşturulan metafor türü olarak bilinmekteydiler ve burada kaynak kavram alanı somut, hedef kavram alanı ise soyut olarak kullanılmaktaydı. Bu kapsamda çizer Selçuk Demirel tarafından hazırlanan illüstrasyon (Görsel 11) incelendiğinde iki farklı metafor türüne ve iki farklı sınıflandırmaya uygun olduğu görülmektedir. Çalışmada insanlar hem ağaç dalları ile hem de birbirleri ile birleştirilerek metafor oluşturulmuştur. Burada metafor türüne göre değerlendirildiğinde, görselden çıkarılabilecek; doğa, yaşam, beraberlik gibi olası kavramlar insanlar üzerinden görselleştirilerek yapısal metafora, bununla beraber ağaca insani bir yapı, bir nitelik kazandırılarak ta ontolojik metafora uygun bir çalışma olarak yorumlanabilir. Eserde insanlar bir araya getirilmiş ve ağaç dallarıyla birleştirmeler yapılarak görsel tasarım uygulanmıştır. Toplumun en küçük parçası, toplum içinde bağımsız olan fakat, duygu, düşünce ve amaçlarıyla birbirlerine benzer ya da farklı değerleri taşıyan insan ile doğa bir araya getirilmiştir. Doğanın göstergesi olan ağaç ile toplumun göstergesi olan insan bütünleşmiştir. Eserde göstergeler kendi içinde yorumlanarak bir metafora dönüştürülmüştür. Burada tipolojiye göre bir inceleme yapıldığında hem “birleştirme” hem de “yerine görsel

kullanma” görsel yapılarıyla karşılaşılmaktadır. Çünkü insanlar birleştirilerek bir ağaç formu oluşturulmuş, oluşturulan form da ağacın yerine kullanılmıştır. Dolayısı ile burada iki farklı görsel yapının bir arada kullanıldığı söylenebilir. Anlam işlemine göre ele alındığında ise hem “bağlantı kurma” hem de “benzetme” yaklaşımları görülmektedir. Çünkü insan ile ağaç arasında bir benzerlik oluşturulmuş ve aynı zamanda bir bağlantı kurulmuştur. Bu kapsamda illüstrasyon çalışmaları metaforik açıdan değerlendirildiğinde, birçok farklı metafor türüne ve de birçok farklı metafor sınıflandırmasına uygun olabilecek esnek yapısı olan görsel iletişim eserleri olarak tanımlanabilir.



Görsel 11. İnsanoğlu Kuş Misali

Kaynak: Selçuk Demirel, 2015, Erişim Tarihi: 03.07.2019, (Birleştirme, Yan Yana Görsel Kullanma).

Logo/logotype çalışmaları markalaşmanın ilk adımı ve firmaların kurumsal kimliklerinin vitrinini oluşturan en önemli unsurlar olarak tanımlanabilir. Logo tasarımlarında akılda kalıcılık, özgünlük ve farklı kesimlerce algılanabilme gibi özellikler tasarımcılar tarafından dikkat edilen kriterler olarak bilinmektedir. Dikkate alınan tüm kriterlerin yaratıcı bir yaklaşım ile elde edilebilir olması sebebiyle logo tasarımları metaforun en net kullanıldığı alanlardan biridir. Logo üzerinde uygulanan metaforlar harflerde yapılan değişikliklerle oluşturulurken, amblemler üzerinde uygulanan metaforlar daha çok semboller kullanılarak, yani göstergeler üzerinden yapılmaktadır. Örneğin Görsel 12 incelendiğinde, “artist” (sanatçı) kavramı amblem üzerinde yapılan göndermelerle, “kalem” ile “A” harflerinin birleştirilmeleriyle tasarlanmıştır. Kalem, genel anlamda eğitim, bilgi ve bu minvaldeki kavramların göstergesi olarak bilinirken, burada sanatın, sanatçının göstergelerine dönüştürülmüştür. Artist kelimesinin ilk harfi olan “A” harfi ile kalemin birleştirilmesi

ile oluşturulan metafor, metafor türüne göre değerlendirildiğinde kavramsal olarak yorumlanabilir. Çünkü sanatçı kavramı somuttur ve somut olan bir kavram yine somut bir görsel üzerinden aktarılmıştır. Tipolojiye göre incelendiğinde ise görsel yapı bağlamında “birleştirme”, anlam işlemi bağlamında “bağlantı” kurma yaklaşımlarının olduğu söylenebilir.



Görsel 12. Logotype, 2018,

Kaynak: <http://graphicdesignjunction.com/2017/06/business-logo-designs-inspiration-47/>, Erişim

Tarihi: 04.08.2019, (Birleştirme).

1.3.2.1.3. Yerine Başka Görsel Kullanma

Yerine görsel kullanma yaklaşımı birbiri ile ilişkili iki görsel üzerinden formüle edilmiş bir yapılandırma sistemidir. Örneğin, A ve B öğeleri birbirleri ile bağlantılıdır, benzerdir ya da zıttır ve bu iki öğeden biri kullanılarak hedefteki objenin nitelikleri kaynaktaki objeye aktarılır (Philips ve Mcquarrie, 2004: 119). Görsel 13 incelendiğinde reklam metninde “daha uzun ve daha güçlü tırnaklar” sloganı kullanılarak, bayan tırnağı metal konserve açacağı olarak gösterilmeye çalışılmıştır. Bayan tırnağı kaynak, konserve açacağı ise hedef olarak sunulmuş, böylece bir objenin başka bir obje üzerinden nitelendirilmesi, yani kaynağa, hedefteki bir objenin vasıflarının aktarılması sağlanmıştır. Bu kapsamda metafor türlerine göre değerlendirildiğinde kavramsal metafor olarak yorumlanabilir. Çünkü hem “uzun” kavramı (somut), hem de “güçlü” kavramı (soyut) kullanılarak görselleştirme yapılmıştır. Ayrıca tipolojiye göre değerlendirildiğinde, görsel yapı bağlamında yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında ise bağlantı kurma yaklaşımlarının olduğu söylenebilir.



Görsel 13. Nivea: Daha Uzun ve Daha Güçlü Tırnaklar, TBWA, 2018,

Kaynak: <http://adsarchive.com/nivea-nail-polish/>, Erişim Tarihi: 07.08.2019, (Yerine Görsel Kullanma).

Metaforlar tanınır göstergeler üzerinden yapılan benzetmelerle oluşturulan yaratımlar olarak bilinmelerine rağmen, bu durum illüstratif çalışmalarda daha esnek olabilmektedir. Çünkü illüstratif çalışmaların iç dinamiklerinde izleyici üzerinde net ve kesin bir düşünce yaratma eğiliminin olmadığı bilinmektedir. İllüstratif metaforlar yorumlamalara açıktır ve bazen kişiden kişiye, bazen de toplumdaki topluma ya da kültürden kültüre göre anlamsal ve yapısal olarak farklılıklar gösterebilmektedirler.

Metaforlar her ne kadar reklam iletilerinde hedef kitlenin ilgisini çekmeye ve onları ikna etmeye yönelik ticari kaygılarla geliştirilen öğeler olsalar da sosyal açıdan oluşturulan illüstrasyon çalışmalarında bu tür kaygıların dışına çıkılarak izleyiciyle sadece duygusal açıdan bir bağ kurulmaya ve onların hayal dünyalarına dokunmaya yönelik yaklaşımların tasarımcılar tarafından benimsendiği söylenebilir. Ayrıca, sosyal içerikli illüstratif betimlemeler incelendiğinde genel olarak kavramsal tüm metafor türlerine ve tüm metafor sınıflandırmalarına uygun eserlerle karşılaşmaktadır. Örneğin, sanatçı Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan eser incelendiğinde (Görsel 14), tren yolu üzerindeki ev ile evin içindeki insanlar dikkat çekmektedir. Ev, tren rayları üzerinde “trenin” yerine kullanılmış, trenin dumanları ise eve aktararak kavramsal bir metafor oluşturulmuştur. Somut olan aile kavramı, soyut olan yolculu, göç etme ve benzeri kavramlar yönelik görselleştirilmiştir. Eserde, evin içinde bulunan insanlar ve ev bir ailenin, bir yuvanın göstergesi olurken, metaforik açıdan bir nevi göç, toprağından uzaklaşma, yeni bir

hayata doğru ilerleme nitelilerinin oluşturulduğu söylenebilir. Buradan hareketle görsel metaforlar için göstergeler üzerinden yapılan zihinsel bir yolculuk olduğu, “göstergelerin” zihinsel süreçten geçirilerek bir tür ifadeye dönüştürülebilmesi gibi tanımlamalar yapılabilir. Çünkü görsel metaforlar, tanıdık göstergeler üzerinden oluşturulmaktadır.

Çalışma metafor türlerine göre incelendiğinde hem ontolojik hem de yönelim metaforları kapsamında ele alınabilir. Çünkü, eserde göç, yolculuk, ayrılık gibi soyut olan kavramlar somutlaştırılarak ontolojik metafor türü, görsel üzerinde tasvir edilen yolculuğun farklı yönlere doğru olan eğilimi ile de yönelim metafor türünün varlığından söz edilebilir. Bununla beraber, eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında görsel yapı bağlamında “yerine görsel kullanma” ile karşılaşmaktadır. Bu çıkarım, evin, trenin yerine kullanılması ile elde edilmiştir. Anlam işlemi bağlamında ele alındığında ise bağlantı kurma ve benzerlik oluşturma yaklaşımlarından bahsedilebilir. Bu çıkarım ise evin tren yolu üzerinde tren gibi hareket eden bir göstergeye dönüşmesiyle elde edilmiştir. Dolayısıyla genel olarak illüstrasyon çalışmalarının metaforik açıdan oldukça çeşitli teknik yapılara sahip oldukları söylenebilir.



Görsel 14. Garanti Bankası Faaliyet Raporu, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, 1995

Kaynak: <https://www.gurbuz-de.com/serbest.html>, Erişim Tarihi: 03.08.2019, (Yerine Görsel Kullanma).

“Yerine görsel kullanma” yapısı birçok farklı uygulama alanında karşılaşılan bir yaklaşımdır. Örneğin tipografik çalışmalarda bu yaklaşım ilk etapta kolay

algılanamıyor olsalar da, bazı detaylı incelemelerle bu sistemin uygulamadaki tezahürü daha rahat fark edilebilir. Örneğin, Görsel 15 incelendiğinde tasarımcı Jens Wickelgren tarafından hazırlanan “freedom” (özgürlük), isimli tipografik düzenlemede “m” harfinden bir kesit alınmış, uçarak süzülen bir kuşa gönderme yapılmıştır. Uçmak; özgürlüğün, bağımsızlığın, yükselmenin göstergeleri olarak bilinmektedir. Bu göstergeler üzerinden yapılan gönderme ile metaforik ifade oluşturulmuştur. Örneğin, Ertan ve Sansarcı, (2017: 37) “Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı” kitabında metaforu, bilinmeyeni, yani henüz varlığının farkında olunmayan bir kavramın, bilinen bir gösterge üzerinden yeniden yorumlanması olarak tanımlamışlardır. Dolayısıyla çalışmada her ne kadar “m” harfinin belli bir parçasının ayrıştırıldığı görülse de bu ayrıştırma ile “yerine görsel kullanma” yapısının uygulandığı dikkat çekmektedir. Çünkü “m” harfinden ayrıştırılan parça uçan bir kuşun yerine kullanılarak artık onun metaforu olmuştur. Bu bağlamda ele alındığında soyut olan bir kavramın, somut bir görsele dönüştürülmesi ile mesaj kavramsallaşarak ontolojik, ayrıca, “m” harfinden alınan kesitin yukarı doğru bir yönde hareket kazanmasıyla (Mutlu olan yukarıdadır, özgür olan yukarıdadır) yönelim metaforları oluşturulmuştur. Dolayısıyla yapılan çalışma hem ontolojik hem de yönelim metafor türlerine örnek olarak gösterilebilir. Tipolojik açıdan değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında ise benzetme ve bağlantı kurma yaklaşımlarının olduğu görülmektedir.

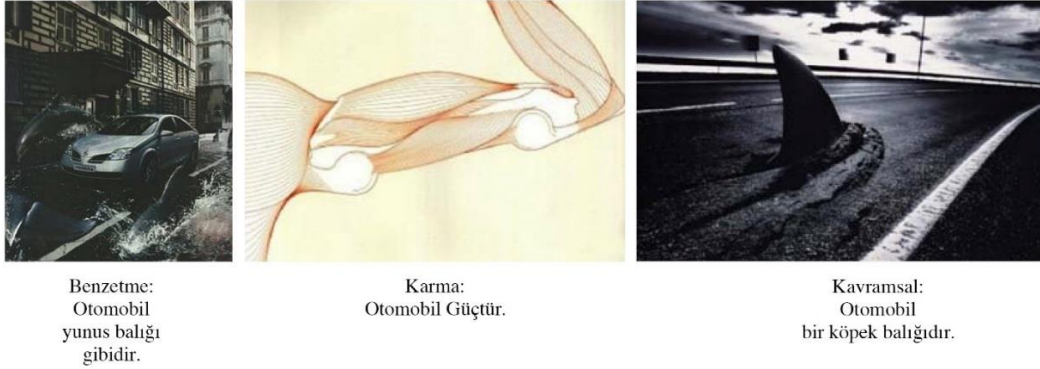


Görsel 15. Freedom (Özgürlük), Jens Wickelgren, (t.y.)

Kaynak: <http://logofaves.com/2010/07/freedom/> Erişim Tarihi: 03.05.2019 (Yerine Görsel Kullanma).

Philips ve Mcquarrie tarafından geliştirilen görsel metafor tipolojisinin, metaforların yapısal sınıflandırmaları açısından önemli bir konuma sahip olduğu düşünülmektedir. Çünkü geliştirilen bu tipolojinin görsel metaforları hangi açılardan ele alınmaları ve detaylı olarak analizlerinin nasıl ve ne tür yaklaşımlarla gerçekleştirilebileceği konusunda literatüre önemli bir katkı sağladığı bilinmektedir.

Philips ve McQuarrie tarafından geliştirilen görsel metafor tipolojisinin dayanak noktalarının Forceville ve Kaplan gibi akademisyenlerin görsel metaforları sınıflandırma yöntemleri olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda daha önceki sınıflandırmalar incelendiğinde, örneğin Kaplan (1990: 41, 1992: 199), tarafından geliştirilen “ilişkilendirme” kavramı yerine Philips ve Mcquarrie “yan yana kullanma” kavramını, “dönüştürme” kavramı yerine de “birleştirme” kavramını kullanmışlardır. Forceville (1994: 11), “ilişkilendirme ve dönüştürme” kavramlarını bir araya getirerek bir daraltmaya gitmiş ve M2 (görsel olarak iki terimi içeren metaforlar) formülünü, “yerine görsel kullanma” teorisini de geliştirerek M1 (görsel olarak tek terim içeren metaforlar) formülünü oluşturmuştur.



Görsel 16. Metafor Sınıflandırmaları

Kaynak: Mulken, 2010: 3420.

2010 yılında Forceville, Van Mulken ve Le Pair ortak yayınladıkları makalelerinde Forceville'nin 1994 yılında bireysel olarak oluşturduğu kavramlar için daha yeni terimler kullanarak “benzetme, karma ve kavramsal” metaforlar olarak metafor sınıflandırmalarını güncellemişlerdir. Örneğin Görsel 16 incelendiğinde soldaki tasarımda benzetme metaforu kullanılarak “araba yunus balığı gibidir” metni, ortadaki tasarımda karma metaforu kullanılarak “araba güçtür” metni, sağdaki tasarımda ise kavramsal metafor kullanılarak “araba köpek balığıdır” metni görselleştirilmiştir.

Forceville'nin “benzetme metaforu” ile birbirinden farklı iki görsel arasında ilişki kurularak bir benzetme oluşturulmuştur. Bu benzetme yöntemi Philips ve Mcquarrie'nin tipolojisine göre incelendiğinde “yan yana kullanma” görsel yapısına ve “benzetme” anlam işlemine eşdeğer olduğu görülmektedir.

Forceville'nin "karma metaforu" ile birbirinden farklı iki görsel bir bütün halinde benzetilerek birleştirilmiştir. Buradaki karma metafor yöntemi Philips ve Mcquarrie'nin tipolojisine göre incelendiğinde "birleştirme" görsel yapısına ve "bağlantı kurma" anlam işlemine eşdeğer olduğu görülmektedir.

Forceville'nin "kavramsal metaforu" ile yerine başka bir görsel kullanılarak bir çağrışımın yapılması amaçlanmıştır. Buradaki kavramsal metafor yöntemi Philips ve Mcquarrie'nin tipolojisine göre incelendiğinde "yerine görsel kullanma" görsel yapısına ve "bağlantı kurma" anlam işlemine eşdeğer olduğu görülmektedir.

2011 yılında Gkiouzepas ve Hogg "Articulating a new framework for visual metaphors in advertising" adlı makalelerinde Philips ve Mcquarrie'nin tipolojisine benzer bir alternatif geliştirmişlerdir. Geliştirilen ve önerilen görsel metafor tipolojisinde altı türde görsel metafor sınıflandırması ile karşılaşılmaktadır (Tablo 2). Tipoloji "objelerin sunum biçimi" ve "görsel senaryo" başlıklarıyla hazırlanmıştır. Objelerin Sunum Biçimi kapsamında görsel metaforları oluşturan öğeler arasındaki ilişkide; yan yana kullanma ve sentezleme / birleştirme" gibi sınıflandırmalar yapılmış ve bu sınıflandırmalar da Görsel Senaryo kapsamında ele alınmıştır.

		OBJELERİN SUNUM BİÇİMİ (OBJECTS' MODE OF REPRESENTATION)	
		Yan yana görsel kullanma (Juxtaposition)	Sentezleme / Birleştirme (Synthesis)
GÖRSEL SENARYO (VISUAL SCENARIO)	Gerçekçi Simbiyoz (Realistic Symbiosis) "birbirinden farklı iki görselin gerçekçi olarak bir arada kullanılması"	<i>Gerçekçi Simbiyoz</i> (Realistic Symbiosis)	<i>Gerçekçi Simbiyoz</i> (Realistic Symbiosis)
	Yerine görsel kullanma (Replacement)	<i>Yerine görsel kullanma</i> (Replacement)	<i>Yerine görsel kullanma</i> (Replacement)
	Suni Simbiyoz (Artificial Symbiosis) "birbirinden farklı iki görselin yapay olarak bir arada kullanılması"	<i>Suni Simbiyoz</i> (Realistic Symbiosis)	<i>Suni Simbiyoz</i> (Realistic Symbiosis)

Tablo 2. Görsel Metafor Sınıflandırması, Gkiouzepas ve Hogg, (2011: 104).

Tipolojiye göre Görsel Senaryo “gerçekçi simbiyoz (birbirinden farklı görsellerin gerçekçi olarak bir arada kullanılması), yerine görsel kullanma ve suni simbiyoz (birbirinden farklı görsellerin yapay olarak bir arada kullanılması)” yaklaşımlarıyla detaylandırılmıştır (Gkiouzepas ve Hogg, 2011: 104). Geliştirilen tipolojide genel olarak üç adet görsel senaryo yaklaşımıyla iki farklı gösterimin sağlandığı söylenebilir. Böylece toplamda altı türde görsel metafor analizinin yapılabileceği mümkün olabilmektedir. Philips ve McQuarrie’nin tipolojisi ile karşılaştırıldığında üç adet sınıflandırmanın olmadığı görülmektedir. Gkiouzepas ve Hogg (2011: 104), Philips ve McQuarrie’nin tipolojisindeki bazı türler arasındaki farkların gereksiz detaylandırmalar olduğuna dikkat çekmeye çalışmışlardır. Dolayısı ile genel olarak Philips ve McQuarrie’nin geliştirdikleri tipolojiden önceki ve sonraki araştırmalar incelendiğinde her ne kadar bu çalışmaların amacına uygun bir biçimde işlenmiş oldukları bilinse de Philips ve McQuarrie’nin sınıflandırma metotları diğer sınıflandırma metotlarına göre görsel metaforların daha nitelikli ve isabetli analizlerinin yapılabilmesine imkân sağlamaktadırlar (Peterson, 2018: 7). Bu nedenle daha kapsamlı ve daha nitelikli analiz ve değerlendirmelerin yapılabilmesi için Philips ve McQuarrie’nin geliştirdikleri tipolojinin temel alınması düşünülmekte ve araştırma kapsamındaki eserlerin görsel metaforlarının bu tipolojiye göre yorumlanmaları amaçlanmaktadır.

2. BÖLÜM

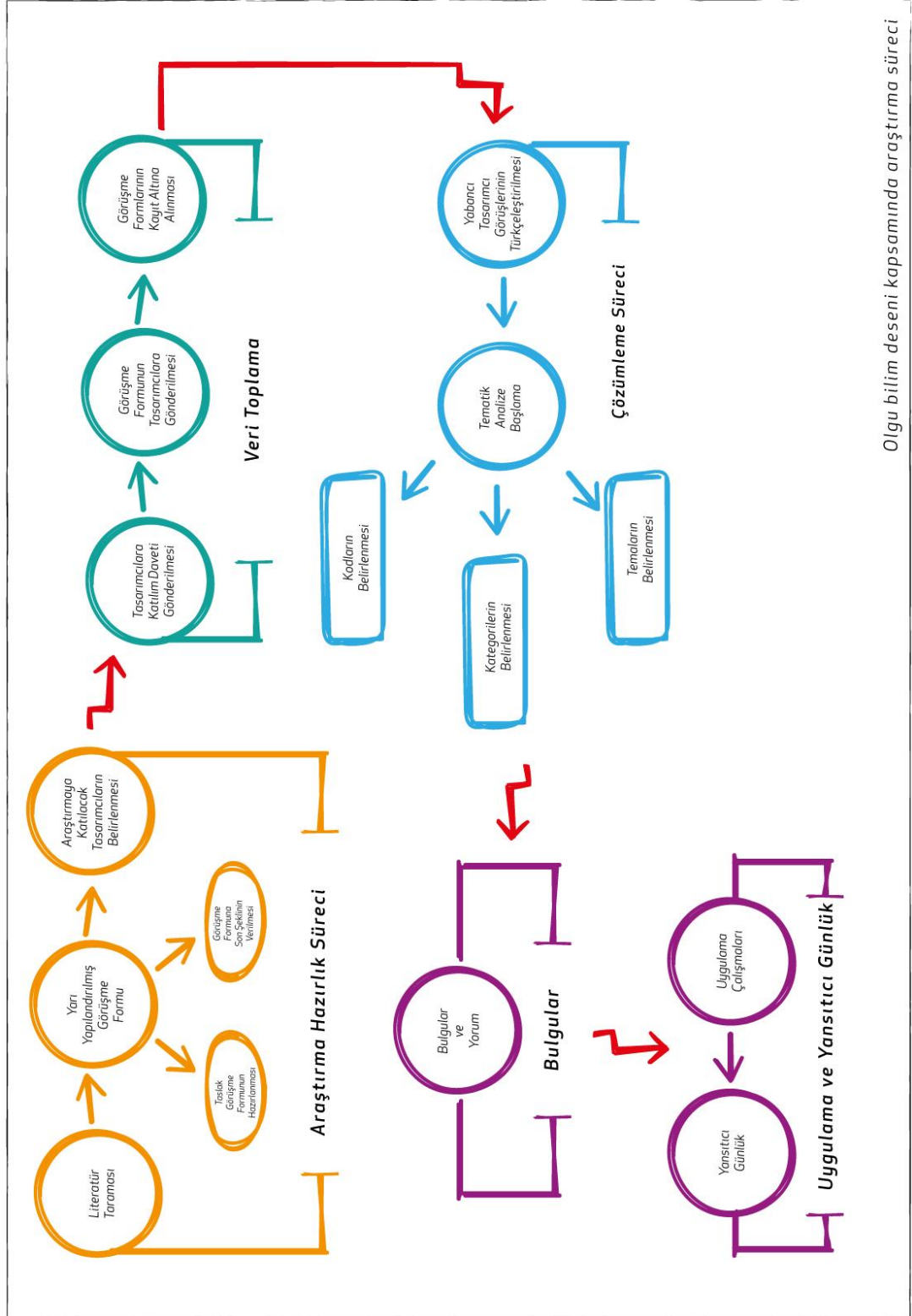
YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMA METODU

Tasarımcıların görsel metafor oluşturma süreçleri ile yaklaşımlarını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma türlerinden olgu bilim deseni kullanılmıştır. Araştırmanın nitel boyutunun yanında tasarımcılardan elde edilen bulgular dikkate alınarak görsel metafor uygulamaları yapılmıştır.

Olgu bilim genel anlamda belli bir olgu üzerinden bireysel algı ve bakış açısının ortaya çıkarılarak yorumlanması olarak tanımlanabilir. Olgu bilim deseninde katılımcıların oluşturduğu ifadelerin tanımlanması ve açıklanması amaçlanarak (Annels, 2006: 55) katılımcıların kavramlar hakkında elde ettiği deneyimlerin ortak noktada toplanması sağlanır (Titchen ve Hobson, 2005: 123).

Olgu bilim, ulaşılan olguya yönelik olarak algı ve deneyimlerin, bu deneyimlerin ortaya çıktığı koşullar ve ortamın neler olduğunu irdeler (Cresswell, 2013). Dolayısıyla olgu bilim için günlük hayatta karşılaşılan olgulara ilişkin detaylı ve derinlemesine bilgi sahibi olmak adına yapılan araştırma ve incelemeler ile edinilen deneyimlere yüklenen anlamların ortaya çıkarılması amaçlanan bir araştırma türüdür.



Olgu bilim deseni kapsamında araştırma süreci

Şekil 1. Olgu Bilim Deseni Kapsamında Araştırma Süreci

2.2. ARAŞTIRMAYA KATILAN TASARIMCILAR

Araştırmaya farklı ülkelerden on tasarımcı katılmıştır. Bu tasarımcılar dünya çapında yapılan en prestijli görsel iletişim tasarımı yarışmalarında ödül alan ve jüri üyeliği yapan kişilerdir. Araştırmaya katılabilecek tasarımcıların belirlenmesi için öncelikle on beş kişilik bir liste oluşturulmuştur. Bu liste üzerinden tasarımcılara araştırmaya katılma daveti gönderilmiştir. Davetin ulaştığı ancak çeşitli gerekçelerle araştırmaya katılamayacağını bildiren tasarımcılar olmuştur. Nihayetinde bu araştırma davetine gönüllü olarak katılmayı kabul eden on tasarımcı görüşlerine başvurulmak üzere araştırmaya dahil edilmiştir. Bu tasarımcılara ilişkin betimleyici bilgiler Tablo 3'te verilmiştir.

Adı ve Soyadı	Ülkesi	Unvanı	Uzmanlık Alanı	Görüşme Tarihi
Brian Stauffer	Amerika	İllüstratör	Basın-Yayın İllüstrasyonu	10.10.2019
Byoung Il Sun	Güney Kore	Akademisyen	Afiş	01.12.2018
Dario Paniagua	Arjantin	GIF Tasarımcısı, Sanat Yönetmeni	İllüstrasyon	30.11.2018
Doğan Arslan	Türkiye	Akademisyen	Karikatür, Afiş, İllüstrasyon	01.12.2018
Goyo Rodriguez	İspanya	Afiş Sanatçısı, Çocuk Kitabı Çizeri	İllüstrasyon	07.06.2020
Istwan Orosz	Macaristan	Afiş Sanatçısı ve Animasyon Film Yapımcısı	İllüstrasyon	13.11.2018
Miquel Porlan	İspanya	İllüstratör	Basın-Yayın İllüstrasyonu	12.12.2018
Ohannes Şaşkal	Türkiye	Karikatürist	Karikatür	24.01.2019
Orhan Ardahanlı	Türkiye	Akademisyen	Afiş	10.09.2019
Pawel Kuczynski	Polonya	İllüstratör	İllüstrasyon	27.02.2019

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Tasarımcılar

2.3. VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Metaforik ifade biçimleri, kitlelerin görsel mesaj bombardımanına tutulduğu günümüz teknoloji, internet ve iletişim döneminde önemli bir mesajlaşma konumuna sahiptirler. Özellikle sosyal medyanın geniş kitlelerce kullanımı, internetin yaygınlaşması, ihtiyaçların karşılanması bağlamında bireysel alışverişlerin dahi sayısal ortam üzerinden gerçekleştirilmesindeki artışlar gibi nedenler görsel iletişim alanında metaforik yaklaşımların önemini ortaya çıkarmıştır (Yongsun, 2012: 58). Metaforik düşünme desteği ile üretilen görsel iletişim materyalleri hedef kitleye daha zekice, daha eğlenceli ve daha ikna edici görsel mesajlar sunmaktadır.

Bu ve benzeri gerekçelerden dolayı metafor, görsel iletişim tasarımında etkili dillerden biri olarak bilinmektedir. Örneğin, metaforun görsel iletişimde ne denli öneme sahip olduğunu Shuell (1990: 102), “bir görsel 1,000 kelimedenden daha fazla ifade gücüne sahipken, bir metafor bin görselden daha fazla ifade gücüne sahiptir” şeklinde belirtmektedir. Dolayısı ile görsel iletişim ürününün izleyiciyi etkilemesinde, ikna etmesinde ve hatta yönlendirmesindeki gücünü metafor ile elde edebileceği söylenebilir. Bununla beraber Heller ve Vienne (2012), metaforun kullanılmadığı bir görsel iletişim tasarımının yok hükmünde olduğunu, görsel iletişim tasarımının varlığını ve sürdürülebilirliğini diğer iletişim alanlarından ayıran en önemli özelliğinin metaforik ifade biçimleri olduğunu belirtmektedir.

Bu kapsamda araştırmada ulusal ve uluslararası tasarımcıların görsel metafor kavramı hakkındaki düşünceleri, görsel metaforları hangi yaklaşımlar ile oluşturdukları ve bu sürecin nasıl işlediğine yönelik eserleri üzerinden açıklamaları için yarı yapılandırılmış bir görüşme formu oluşturulmuştur.

2.3.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Araştırma kapsamında hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu dört sorudan oluşturulmuştur. Birinci soru tasarımcıların ne iş yaptıkları, hangi alanda çalıştıklarına yönelik betimsel bazı bilgileri almaya yöneliktir. Diğer üç soru ise tasarımcıların görsel metafor oluşturma süreçlerini ve yaklaşımlarını belirlemeye yöneliktir. Tasarımcılara yöneltilen sorular aşağıdaki gibidir:

- 1- Kendinizden kısaca bahsediniz.
- 2-Görsel metafor sizce nedir? Lütfen bir-iki cümle içinde tanımlayınız.
- 3-Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.
- 4-Bir eseriniz üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız.

Bu görüşme formu araştırmaya katılan tasarımcılara internet ortamında gönderilmiş ve yazılı olarak cevaplamaları istenmiştir. Araştırmaya katılan iki tasarımcıyla yazılı görüş verilmesine rağmen çevrimiçi birer görüşme de yapılmıştır. Bu görüşme tasarımcıların kendi istekleri üzerine yapılmıştır.

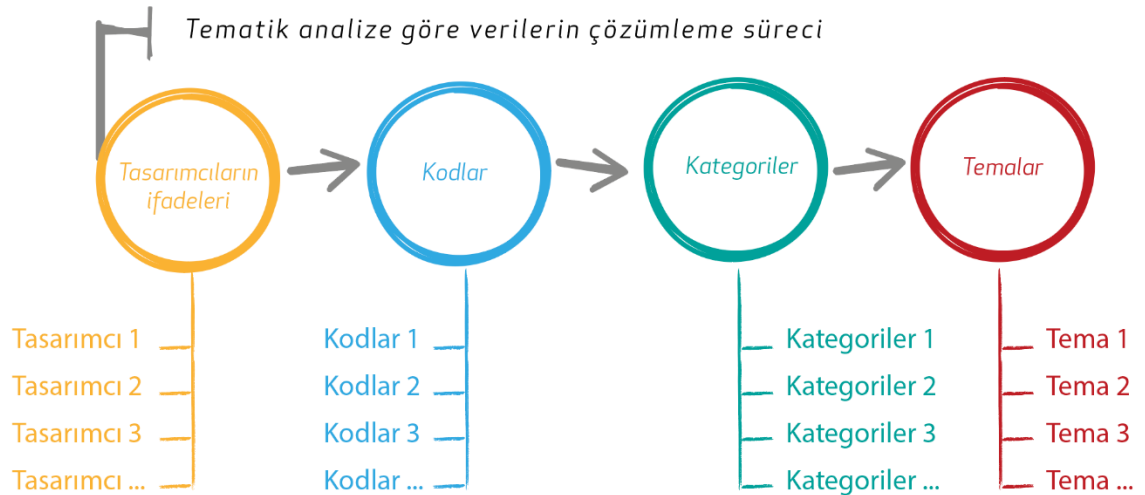
Tasarımcılardan gelen dönütler İngilizce ve Türkçe olmak üzere iki farklı dilde araştırmacıya ulaşmıştır. Yabancı tasarımcılardan gelen cevaplar önce Türkçeye çevrilmiş daha sonra yapılan çevirinin doğruluğunu ortaya koymak adına iki farklı dil

uzmanında görüş alınmıştır. Uzmanların görüşlerine göre çeviride bazı düzenlemeler yapılmış ve araştırmanın analiz sürecine hazır hale getirilmiştir.

2.4. VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ

Yarı yapılandırılmış sorulara yönelik tasarımcı cevapları tematik analiz yoluyla çözümlenmiştir. Tematik analiz, incelenmesi amaçlanan konunun benzer ve farklı yönlerinin nitel olarak sentezlenip hazırlanan temalar üzerinden geliştirilen eleştirel yaklaşımlara imkân sağlayan bir araştırma aracı olarak tanımlanabilir (Zorlu ve Zorlu, 2019: 1627). Tematik analizde araştırmacı probleme cevap bulmak adına topladığı betimleyici verileri araştırmalarında niteliksel açıdan kullanır. Daha sonra araştırmacı ortaya çıkan alt temalar üzerinden temaları bulmaya yönelik veri üzerinde incelemeler yaparak tematik analizin sağladığı esneklikten faydalanmış olur (Braun ve Clarke, 2019: 874).

Tematik analiz yaklaşımı ile araştırmaya katılan tasarımcıların görüşme formundaki sorulara verdikleri cevaplar aşamalı olarak incelenmiş ve cevap içeriklerine göre kodlama işlemi yapılmıştır. Kodlama işlemi yapıldıktan sonra her soruya ilişkin kategoriler oluşturulmuştur. Oluşturulan bu kategorilerden yola çıkarak her bir araştırmacının görüşlerine yönelik temalar belirlenmiştir. Verilerin çözümlenmesine yönelik süreç aşağıda verilen grafikteki gibidir.



Şekil 2. Verilerin Çözümlenme Süreci

2.5. ARAŞTIRMACI GÜNLÜĞÜ

Araştırmanın uygulama aşamasına ilişkin yansıtıcı günlük notları tutulmuştur. Bu günlükler araştırmacı tarafından hazırlanan görsel metaforların sürecini anlatmaya yöneliktir. Günlükler genel olarak dünya üzerinde karşılaşılan kronik sorunlar dikkate alınarak çalışmaların nasıl ortaya çıktığına ilişkin tarih ve zaman aralıklarına dikkat edilerek tutulmuştur.

Yansıtıcı düşünme eğitim ve öğretimde önemli bir konuma sahip olan, bilginin oluşmasına destek sağlayan, konular üzerinde tutarlılığı ve sürekliliği geliştiren dikkatli bir düşünme biçimi olarak tanımlanabilir (Jay ve Johnson, 2002: 75). Hem uygulayarak hem de süreci yaşayarak yapılan bir öğrenme modeli olarak ifade edilen (Dewey, 1993) yansıtıcı düşünmeyi Lee (2005: 702), kişinin içinde bulunduğu durumu göz önüne alarak deneyimleri ile harekete geçmesine, deneyimler arasındaki ilişkiyi oluşturarak mantıksal çıkarımlar sağlamasına ve de kişisel değişim ve gelişim amaçlı deneyimlerini kullanması gibi farklı varyasyonlara sahip bir süreç olarak açıklamaktadır. Yansıtıcı günlükler ise yansıtıcı düşünebilme yetisinin kazanılabilmesi için en sık kullanılan bir araç olarak ifade edilmektedir (Akkoyunlu, vd., 2016: 315).

Açıklamalardan anlaşılacağı üzere, yansıtıcı günlük kullanıldığında kişinin süreci yaşayarak uygulamalarını hazırladığı, deneyimleriyle harekete geçtiği, elde edebileceği bilgilerin tutarlılığı ve sürekliliği gibi önemli kazanımlara sahip olabileceği söylenebilir. Dolayısıyla araştırma sürecinde hazırlanan uygulama çalışmalarının yansıtıcı günlük kullanılarak hazırlanmasında bu tür kazanımların ve de aktarımların sağlanabilmesi düşünülmüştür.

3. BÖLÜM

BULGULAR

3.1. GÖRSEL METAFOR TANIMLAMALARINA İLİŞKİN BULGULAR

Araştırmanın bu sürecinde öncelikli olarak tasarımcıların “Görsel metafor sizce nedir? Lütfen bir-iki cümle içinde tanımlayınız” sorusuna verdikleri cevaplar tematik analiz yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. Böylece uzman tasarımcıların görsel metafor kavramına ilişkin görüşleri ortaya konulmaya çalışılmış ve tasarımcıların soruya yanıt olarak verdikleri cevaplar akademik kaynaklar ile bütünleştirilerek yorumlanmıştır.

Görsel Metafor Tanımlamalarına İlişkin Bulgular				
SORU 1: Görsel metafor sizce nedir? Lütfen bir-iki cümle içinde tanımlayınız.				
Tasarımcı	İfade	Kod	Kategori	TEMA
Brian Stauffer	Görsel metafor, konulara ilişkin olarak daha derin anlamlar veren bir anlamlandırma penceresidir.	<ul style="list-style-type: none"> • Derin anlam • Anlamlandırma penceresi 	<ul style="list-style-type: none"> • Anlamlandırma • İlişkilendirme • Yolculuk • Sembolik çözümleme sanatı • Gerçeklik • Somutlaştırma • İmgesel Yol • Özgünlük • Dil 	Yeniden anlamlandırma sanatı
Byoung Il Sun	Bir şeyi başka bir şey ile anlatabilmek adına hayal dünyasına ışınlanarak yapılan bir yolculuktur.	<ul style="list-style-type: none"> • Bir şeyi başka bir şey ile anlatma • Hayal dünyasına yolculuk 		
Dario Paniagua	Görsel bir metafor, izleyicinin başka bir şeyi, başka bir şeyin sembolü olarak algılaması gereken bir görüntüdür. Temelde görüntünün basit duygusuna ek olarak yeni bir anlam yaratarak insanların zihinsel modelini deşifre etme sanatıdır.	<ul style="list-style-type: none"> • Sembolik görüntü • Deşifre sanatı 		
Doğan Arslan	Bir fikri veya düşünceyi anlatmak veya göstermek için hiç alakası olmayan başka bir unsur ile ilişkilendirerek, konunun anlatılmasına yardımcı olmaktadır.	<ul style="list-style-type: none"> • İlişkilendirme 		
Goyo Rodriguez	“Çok ilginç ve çok zengin bir gerçeklik”	<ul style="list-style-type: none"> • İlginç ve zengin gerçeklik 		
Istwan Orosz	Hayal edebileceğim şeyler var ve çizebiliyorum. Hayal edebileceğim şeyler var ama çizemiyorum. Peki, hayal bile edemediğim bir şeyi çizebilir miyim? Bu beni çok ilgilendiriyor.	<ul style="list-style-type: none"> • Hayal gücü • Somutlaştırma 		
Miquel Porlan	Görsel metaforlar, bir şeyin ya da kavramın hissettirdiği manaya göre görselleştirilme çabalarıdır.	<ul style="list-style-type: none"> • Anlamı görselleştirme 		
Ohannes Şaşkal	Anlatılmak istenen şeyi, en yalın haliyle, en kestirme yoldan, etkili ve çarpıcı bir biçimde ifade etmenin imgesel yoludur.	<ul style="list-style-type: none"> • Yalınlık • Kestirme yol • İmgesel yol 		
Orhan Ardahanlı	Özgün yaratma eylemi.	<ul style="list-style-type: none"> • Özgünlük 		
Pawel Kuczynski	Dil	<ul style="list-style-type: none"> • Dil 		

Tablo 4. Görsel Metafor Tanımlamalarına İlişkin Bulgular

Tablo 4’ de araştırmaya katılan on farklı tasarımcının “*Görsel metafor sizce nedir? Lütfen bir-iki cümle içinde tanımlayınız*” sorusuna verdikleri cevaplar ve bu cevaplara ilişkin oluşturulan kod, kategori ve tema yer almaktadır.

Tasarımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde görsel metaforun “anlam kazandırma, yolculuk, iletişim sanatı, bağlantı kurma, anlamı somutlaştırma, imgesel yol, yaratım, dil ve sanat” kategorileri altında toplandığı görülmektedir.

Metafor kavramı bir şeyi öteye taşımak, bir şeyi başka bir şey üzerinden anlatmak olarak bilinmektedir. Bu kapsamda Tablo 4’te kategori başlığı ele alındığında görsel metaforlar için tasarımcılar tarafından yapılan yorumlamalar ile literatür taramalarından elde edilen veriler arasında birçok paralel yaklaşımların olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin, Hoffman (2009: 335), görsel metaforların birbirine benzer ya da zıt görseller üzerinden oluşturulan, “*soyut olan kavramları somutlaştırabilen*” etkili bir “*dil*” olduğunu belirtmektedir.

Philips ve Mcquarrire’nin (2004: 116) tipolojisine bakıldığında görsel metaforlarda bağlantı kurma, anlamı somutlaştırma, anlam kazandırma yaklaşımları görsel yapı ve anlam işlemi başlıkları altında ele alınarak görsel iletişim mesajlarının bağlantı, benzerlik ve zıtlıklar üzerinden geliştirildiğine dikkat çekmektedir. Diğer taraftan Krippendorf (1990: 14), görsel metaforlar ile ayırt edici ve fark yaratıcı yaklaşımların ortaya konulabileceğini ifade etmektedir. Bu durum tasarımcıların dönütlerinde iletişim sanatı, anlam kazandırma ve sanat gibi kavramlar ile detaylandırılmıştır.

Dolayısıyla görsel metaforlar göstergeler üzerinden oluşturulan imgesel süreçler bütünü olarak, soyut veya somut kavramlara sanatsal yorumlamalar getiren, yeniden anlamlandıran, göstergeler arasında kavramsal ve fiziksel bağlantılar kuran yaratıcı bir dil olarak tanımlanabilir.

Tablo 4’te tasarımcı Brian Stauffer’a göre görsel metafor derin anlam ve anlamlandırma penceresi olarak tanımlanmaktadır. Doğan Arslan ise görsel metaforu bir şeyi alakasız başka bir şey ile anlatma, ilişkilendirme ve yardımcı olma olarak ifade etmektedir. Buna göre Brian Stauffer ve Doğan Arslan görsel metaforu “***anlam kazandırma***” aracı olarak açıklamaktadırlar.

Görsel metaforların kavramlara yeni ve farklı “anlam kazandırma” yetisi ile ilgili olarak Shuell (1990: 102), sıradan bir görselin bin kelimedenden daha fazla ifade gücüne sahipken, görsel metaforun ise bin görselden daha fazla ifade gücüne sahip olduğunu belirtmektedir. Çünkü görsel iletişimde mesajlar kavramlara görsel olarak “anlam kazandırma” çabası içinde oluşturulmaktadır Dutrow (2007: 119).

Byoung Il Sun görsel metaforu birşeyi başka bir şey ile anlatma, hayal dünyası ve yolculuk olarak ifade etmektedir. Byoung Il Sun için görsel metafor “hayal dünyasına ışınlanarak yapılan bir *“hayal dünyasına yolculuk”* iken, Ohannes Şaşkal göre görsel metafor “anlatılmak isteneni en yalın haliyle en kestirme yoldan etkili ve çarpıcı bir biçimde ifade etmenin *imgesel bir yoludur*.”

Görsel metaforların algı, imge ve yaratıcılık düzleminde göstergeler üzerinden geliştirildiği (Flowers ve Garbin, 1989: 152), insanın yaratıcılığını kullanarak imgeler arasında ilişki kurduğu (Hançerlioğlu, 2008: 184) dikkate alındığında, imgeler arasında yapılan yolculuk (etkileşim, bağlantı ve benzerlik kurma) ile mesajların görselleştirildiği söylenebilir. Dolayısı ile Byoung Il Sun’un hayal dünyasına yolculuk, Ohannes Şaşkal’ın ise imgesel bir yol olarak tanımladıkları görsel metaforlar imgeler üzerinden yapılan yaratıcı bir süreç olarak ifade edilebilirler.

Goyo Rodriguez görsel metaforu “çok daha ilginç ve daha zengin bir gerçeklik olarak” tanımlamıştır. Fikirlerin güçlü ifadelerle dönüştürüldüğünü, ifadelerin zengin bir gerçekliğe kavuştuğunu sağlayan bir tür *gerçeklik* olduğunu belirtmektedir. Çünkü tasarımcıya göre görsel metaforlar *gerçeği* “daha ilginç, daha zengin” olarak yansıtan bir araç olarak tanımlanmaktadır.

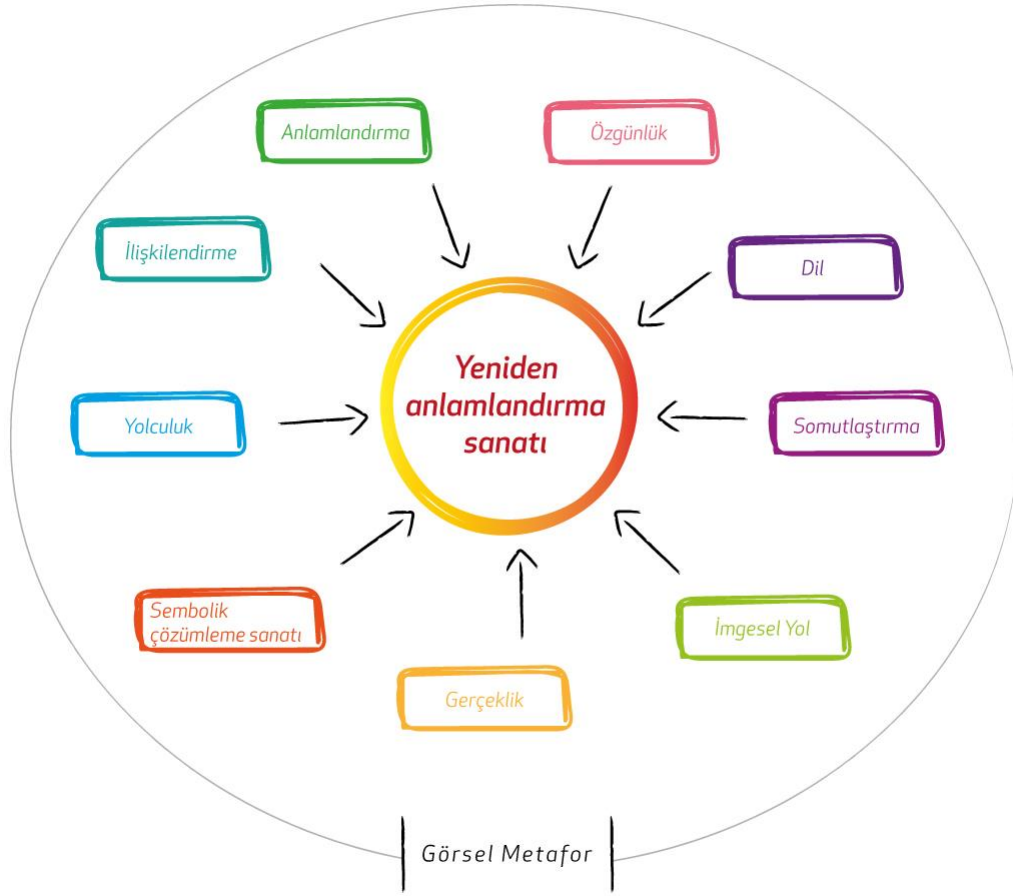
Istvan Orosz için görsel metafor bir anlam somutlaştırma sürecidir. Tasarımcı hayal edebildiği ve edemediği şeylerin görsel metaforlar ile somutlaştırılabileceğini ifade etmiştir. Bu bağlamda tasarımcı görsel metaforun ifade gücünü “*Peki, hayal bile edemediğim bir şeyi çizebilir miyim? Bu beni çok ilgilendiriyor.*” diyerek vurgulamıştır. Miquel Porlan ise görsel metaforu “*bir şeyin ya da kavramın hissettirdiği manaya göre görselleştirilme çabası*” yani *anlamı görselleştirme* olarak tanımlamakta ve Istvan Orosz’a benzer olarak “*somitlaştırma*” aracı olarak belirtmektedir. Dolayısıyla Görsel iletişim tasarımında kavramlar göstergeler üzerinden oluşturulan çağrışımlar ile görsel metaforlara dönüştürüldüğü söylenebilir. Bu kapsamda tanımlamalar dikkate alındığında görsel metaforlar “anlamı somutlaştırma” eylemi olarak açıklanabilirler.

Orhan Ardahanlı için görsel metafor yaratım sürecidir. Tasarımcı görsel metaforun özgünce oluşturulan bir yaratım olduğundan bahsetmektedir. Dolayısıyla görsel metaforun özgün ve yaratıcı bir yaklaşım ile oluşturulduğu söylenebilir.

Pawel Kuczynski için görsel metafor “**dil**” olarak ifade edilmektedir. Görsel metaforlar imge ile dil, soyut kavramlar ve canlı tasvirleri bir arada bulundurmaktadırlar (Boynukalın, 2014: 32). Dolayısıyla dil kavramı bir tür üslup, bir ifade biçimi ve bir iletişim aracı olarak düşünüldüğünde, tasarımcı, görsel metaforun iletişimi kurmaya yarayan farklı bir iletişim modeli olduğunu ifade ettiği düşünülebilir.

Dario Paniagua için görsel metafor, “**sembolik görüntü oluşturma**” olarak tanımlanmaktadır. Tasarımcı görsel metaforu tanımlarken “*Temelde görüntünün basit duygusuna ek olarak yeni bir anlam yaratma*” olduğundan bahseder. Dolayısıyla tasarımcı için görsel metaforlar yeni anlamlar oluşturmayı sağlayan bir tür **deşifre etme sanatı** olarak açıklanabilir.

Bu on kategori dikkate alındığında tasarımcıların görsel metaforu bir “**yeniden anlamlandırma sanatı**” olarak değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. Dolayısı ile tasarımcıların açıklamaları ve alan-yazın incelendiğinde, görsel metaforlar ile duygu, düşünce, kavram ve benzeri birçok soyut olgunun somutlaştırıldığı ve bu somutlaştırmaların göstergeler üzerinden oluşturulduğu, bu oluşumların ise imgeler arasında kurulan bağlantılar ile izleyici de amaçlanan algı biçiminin şekillendirilmesi ve yaratıcılığın sürece dâhil olmasıyla görselleştirme çabası olarak tanımlanabilirler. Bu kapsamda görsel metaforlar sadece soyut olanı somutlaştıran ya da kavramları sadece göstergeler üzerinden tanımlamaya yarayan bir iletişim türü olmanın ötesinde, **sanatın ve yaratıcılığın** bir araya getirilmesiyle oluşturulan **özgün mesaj yaratma** modeli olarak da tanımlanabilir.



Şekil 3: Görsel Metafor Tanımları

3.1.1. Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Sürecine İlişkin Bulgular

3.1.1.1. Brian Stauffer

Basın-Yayın İllüstratörü Stauffer'ın “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Stauffer'ın görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Brian Stauffer'ın “Bir eseriniz üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız.” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Brian Stauffer'in Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	4 Aşama
Brian Stauffer	<p>...hikâyede geçen şahısların deneyimleri hakkında neler hissettiğine bakıyorum ve editör tarafından hikâyenin yazarlara neden tahsis edildiği, yazarın deneyimleri ve hikâyede ne tür bir iletişim oluşturmayı umduğunu incelemeye başlıyorum...</p> <p>... analiz ederek birtakım bilgiler edinmeye çalışıyorum. Ben tüm bu sürecin ardından devreye giriyorum ve büyük bir sorumluluk üstlenmiş oluyorum...</p> <p>...bu ilişkiyi ifade edebilecek göstergeler üzerinden görsel metaforu oluşturuyorum. Görsel metafor oluşturmanın bir formülü olduğunu düşünmüyorum ve benim de bir formülüm yok çünkü görsel metaforlar oluşturulduktan sonra yani sonuçlandırıldığında görsel bir formül haline gelir...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formül yok • Hikâyeyi araştırma • Hikâyeyi analiz etme • Sorumluluk alma • Görsel metafor oluşturma 	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Çözümleme • Sorumluluk • Metaforik anlatım

Tablo 5. Brian Stauffer'in Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Brian Stauffer'in görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, öncelikle görsel metafor oluşturma konusunda bir **formül** vermekten kaçındığı görülmektedir. Stauffer'in, sürece **araştırma** yaparak başlaması öne çıkmaktadır. Bu araştırma kapsamında incelediği konu ya da resimleme yapacağı makale üzerinde bir sorgulama sürecine girerek, önce **hikâyeyi anlamaya** çalıştığı ve sonrasında **hikâyeyi analiz ettiği** söylenebilir. Tasarımcının **sorumluluk üstlendiği** aşamada, basın-yayın (editorial) illüstrasyonları ile uyguladığı görsel metaforların, makalede geçen konu kapsamında ana fikri belirlendikten sonra hikâyede geçen şahıslar/varlıklar arasındaki ilişki ortaya çıkarılarak, belirlenen ana fikir ile aralarında bir bağlantı kurularak oluşturulmaktadır.

Brian Stauffer, bir eseri (Görsel 17) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“Eserdeki illüstrasyon, savaş gazilerinin kabuslarında fiziksel acı çekmeleriyle ilgiliydi. Makaleyi detaylı bir şekilde inceledikten sonra elde ettiğim ana fikir: “savaş gazileri ve fiziksel acıları” idi. İnsanların genellikle rahatlamak için çekildikleri yer olan yatağı, işkenceye dönüştüren bir huzursuzluk olarak yansıtmaya çalıştım.

Kompozisyonda savaşı en sade biçimde temsil edebilecek gösterge olarak kurşunu ele aldım ve kurşunlardan oluşan bir yatak illüstrasyonu hazırladım. Rahatlamak, dinlenmek ve hatta huzur bulmak için varılan yatağın dahi bir işkenceye, acı çektiren bir yapıya dönüşmesini kurgulayarak görsel metaforu oluşturmuş oldum.”



Görsel 17. Savaş Gazileri, Brian Stauffer

Brian Stauffer'in görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere hikâyede geçen şahısların (savaş gazileri) günlük hayatta da psikolojik acılar çekiyor olmaları ana fikir olarak ele alınmış, yaşadıkları travmalar arasında bu ana fikir kullanılarak bir bağlantı oluşturulmuş ve görsel metafor tasarlanmıştır. Dolayısı ile görsel metafor oluştururken kavram için doğru sembol, gösterge, görsel kullanılarak görsel hikâyelerin, yani görsel metaforların oluşturulabileceği sonucuna varılabilir.

Brian Stauffer'ın kendi eseri üzerinden metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci; araştırma ve çözümlenmeden sonra sorumluluk alarak görsel metafor tasarlama aşamalarıyla aynı yaklaşımda olduğu görülmektedir. Eserde Stauffer, öncelikle savaş gazileri ile ilgili makaleyi detaylı bir şekilde araştırmış ve analiz etmiştir. Daha sonra anlamlandırma sürecine ilişkin olarak sorumluluk almış ve metaforik anlatımı kurgulamıştır. Böylelikle görsel metafor oluşturma sürecini dört aşamada ortaya koymuştur.

Brian Stauffer'in eseri metafor türlerine göre ele alındığında hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığı ile anlaşılmaktadır. Burada kaynak kavramın (savaş) somut olduğu, hedefteki kavramın (psikolojik acılar) soyut olduğu dikkate alındığında eserin yapısal metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla

beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, yatağın kurşunlardan oluşturulduğu dikkat çekmektedir. Dolayısı ile görsel yapı bağlamında “yerine görsel kullanma” ile karşılaşılmaktadır. Anlam işlemi kapsamında ele alındığında ise bağlantı kurma ve benzerlik oluşturma yaklaşımlarından bahsedilebilir. Dolayısıyla editoryal illüstrasyon çalışmalarının metaforik açıdan oldukça çeşitli teknik yapılara sahip oldukları da söylenebilir.

3.1.1.2. Byoung IL SUN

Akademisyen ve Tasarımcı IL SUN’un “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Byoung IL SUN’un görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Byoung IL SUN’un “Bir eseriniz üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız.” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Byoung IL SUN’un Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	5 Aşama
Byoung IL SUN	<p>Mesaj anlamıyla birlikte bir diğer obje üzerinden anlatılmalıdır. Kavramları görselleştirmek için tüm olasılıkları doğrudan veya dolaylı olarak uygulamalıdır.</p> <p>Görselleştirmenin yapılabilmesi için seçilen imajlar fikirlere ve formlere avantaj sağlamalıdır. Çünkü, bir mesajı farklı bir obje ile ifade edebilmek olarak bilinen görsel metaforlar, tüm yöntemlere açık esnek bir yapıya sahiptirler.</p> <p>...Görseller birleştirilebilir veya tek bir görsel ile mesaj anlatılabilir...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gösterge • Gösterge birleştirme • Formüle etme • İlişki kurma • Yönlendirme • Objeler arasında bağlantı kurma • Uygulama • Görsel Mesaj 	<ul style="list-style-type: none"> • İmgeler arasında ilişki kurma • Yönlendirme • Niteliklerin yorumlanması • Metaforik anlatım • Görsel mesaj.

Tablo 6. Byoung IL SUN’un Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Byoung IL SUN’un görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, Görsel metafor oluşturma konusunda bir yöntem (*formül*) kullandığı görülmektedir. SUN’un, sürece konuya ilişkin belirlediği **imgeler arasında ilişki kurarak** başlaması öne çıkmaktadır. Bu durumda

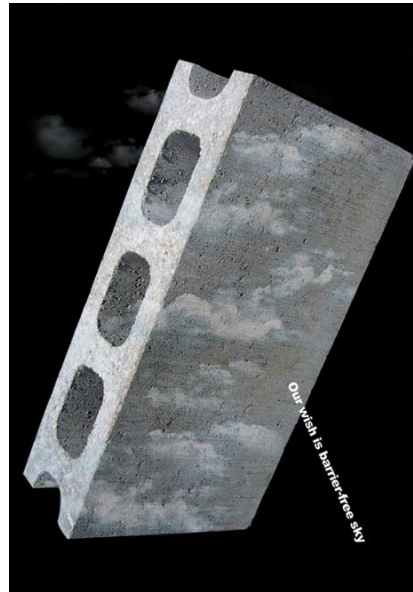
öncelikle kavramlara uygun **gösterge** tercihi yaptığı, **göstergeleri birleştirerek** ya da tek başına kullanarak formüle etmeye çalıştığı, aralarında ilişki kurduğu, yönlendirmeler yaptığı ve uygulamaya geçerek görsel mesajı hazırladığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda görselleştirilecek kavrama ilişkin olarak seçilen **imgeler arasında ilişki kurma, yönlendirme, niteliklerin yorumlanması (objeler arasında bağlantı/ilişki kurma), uygulama biçimi (metaforik anlatım) ve görsel mesaj** oluşturma adımlarından oluşan beş aşamalı bir sürecin gerçekleştirilmesiyle görsel metaforun hazırlandığı söylenebilir.

Byoung IL SUN, bir eseri (Görsel 18) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“Filistin ve İsrail arasındaki bitmek bilmeyen savaşlar. İdeolojik gerçekliklerden dolayı cepheleşme ve belirsiz bir gelecek.”

*“Bitmek bilmeyen savaşlara rağmen umut edilen barış, belirsiz bir gelecek ve ideolojik cepheleşmeler” ele alınarak hazırlanmış eserde uygulanan metaforun gelişim süreci: “**Duvar parçası**; engeller, ayrışma, savaş, anlaşmazlık ve belirsiz bir geleceğin, **Bulut**; özgürlük, barış, umut ve beklentiler, **Mesaj**: Yüksek engeller ve boşluklarla kuşatılmış karanlık bir yaşamın gerçek beklentileri ve umutları, **Metafor**: Bariyerin görüntüsü, gerçek dünyanın metaforik fikrini aktarır.”*

“Görsel metafor oluştururken imgeler arası bağlantı, algı operasyonu, izleyicinin algı düzeyini anlama, son olarak da yaratıcılık işlevleri bir arada sıkı bir ilişki içinde tutulmalıdır.”



Görsel 18. Filistin ve İsrail, Byoung Il Sun.

Byoung IL SUN'un görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere görsel metafor oluşturma kapsamında izlenen yol incelendiğinde ilk olarak kullanılacak mesajı ifade edebilecek materyaller ve imgeler arasında nitelikli bir ilişki kurulması gerektiğinden bahsetmektedir. Örneğin hangi kavram hangi imaj ile ilişkili olabilir sorusuna cevap bulunmalı, daha sonra bu imajların bir iletiye nasıl dönüştürülebileceği (izleyicide yaratacağı algı) analiz edilmelidir. Bu analizi imgeler arasındaki bağlantıların özelliklerinin incelenerek gerçekleştirilebileceği ve tercih edilen göstergelerin metaforik bağlamda yorumlanabilir bir niteliğe kavuşturulmalarına vurgu yapmaktadır. Oluşturulan metaforik anlatım biçiminin bu adımların atılmasıyla ortaya çıkarılacağını belirtmektedir.

Byoung IL SUN'un kendi eseri üzerinden metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci; imgeler arasında ilişki kurma, yönlendirme, niteliklerin yorumlanması ve metaforik anlatım adımlarıyla görsel metaforun oluşturulabileceği üzerinde durmaktadır. Eserde Byoung IL SUN Filistin ve İsrail arasındaki “*Bitmek bilmeyen savaşlara rağmen umut edilen barış, belirsiz bir gelecek ve ideolojik cepheleşmeler*” ifadesine yönelik “göstergeler” belirlemiş, seçilen göstergeler üzerinden görsel metaforu tasarlamıştır.

Byoung IL SUN'un eseri metafor türlerine göre ele alındığında soyut bir kavramın somut bir yapıya kavuşturulduğu görülmektedir. Burada barış kavramı (soyut), engel kavramının (somut) olduğu dikkate alındığında eserin ontolojik metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, duvar parçası ve gökyüzü bir araya kullanılmıştır. Dolayısıyla görsel yapı bağlamında “yan yana görsel kullanma”, anlam işlemi kapsamında ise bağlantı kurma yaklaşımından bahsedilebilir. Dolayısıyla Byoung IL SUN' un eseri fotoğraf ve illüstrasyon tekniklerinin bir arada kullanılmasıyla oluşturulmuş, ontolojik bir metafor olarak tanımlanabilir.

3.1.1.3. Dario Paniagua

GIF Tasarımcısı ve Sanat Yönetmeni Paniagua'nın “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Paniagua'nın görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Dario Paniagua'nın “Bir eserinizi üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım

anlatınız” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Dario Paniagua'nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	2 Aşama
Dario Paniagua	<p>İşlenecek konuya yönelik ana fikir araştırması, sonrasında görsel araştırması ve daha sonra yaklaşım modeli belirleme...</p> <p>1-Zıttını düşün: Basit ama etkilidir. Çalışılacak konuya yönelik kavramı belirledikten sonra kavramın zıttını düşünerek görselleştirmeler yapmaya çalışmak izleyiciye farklı bir bakış açısı kazandırır, etkili olur. Örneğin “dünya değişiyor” ifadesini dünya bugüne kadar hiç değişmemiş olsaydı mantığıyla bir şeyler hazırlamak aslında neleri kaybettiğimizi gösterecektir ve insanların daha dikkatli olmasını sağlayacaktır.</p> <p>2-Objeye ya da hayvanları insanlaştır: Hayvanların karakteristik özelliklerini genelleştiririz. Örneğin aslanlar kral, karıncalar işçi, arılar iyi organize olan, maymunlar oyuncu, ayılar derin uykulu gibi. Bu tür hayvanların özelliklerini insanlara aktararak izleyicinin otomatik olarak bu karakteristik özellikleri algılamasını sağlarız. Objelerin hayvanlar gibi davranışları yoktur ancak karakteristik özellikleri vardır. İşte bu karakteristik özelliklerinin insanlara aktarılmasıyla yeni anlamlar oluşturulabiliyor. Böylece geniş bir olasılık yelpazesi açmış oluruz.</p> <p>3-Köprüleri inşa et ya da yık: Burada objeler arasından bir bağlantı inşa edebilir ya da aralarındaki bağlantıyı koparabilirsin. Bu tamamen senin odaklandığın amaca göre değişir. Köprülerden kastım, yol, tel, tünel, merdiven, basamak, ray, kol, boru ve benzer birçok obje bizim bağlantı kurmamızı kolaylaştırır. Bu objeler ile birbirlerinden farklı insanları ya da birbirini sevmeyen insanları görselleştirebiliriz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ana fikir araştırması • Yaklaşım modeli • Formüle etme • Kıyaslama • İlişkilendirme 	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Yaklaşım modeli belirleme <ul style="list-style-type: none"> ○ Zıttını düşünme ○ Benzetme ○ Bağlantı kurma

Tablo 7. Dario Paniagua'nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Dario Paniagua'nın görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, görsel metafor oluşturma konusunda birtakım farklı yaklaşımlar (**formüller**) kullandığı görülmektedir. Paniagua'nın, sürece öncelikle **ana fikir araştırması** yaparak başladığı öne çıkmaktadır. Daha sonra **yaklaşım modeli belirleyerek (zıttını düşünme, benzetme ve bağlantı kurma)** süreci devam ettirmektedir. Yaklaşım modelini de araştırma kapsamında ele aldığı konunun içeriğine göre belirleyerek konu, kavram ve seçilen göstergeler arasında formüle bir yaklaşımla kıyaslamalar ve ilişkilendirmeler yaparak görsel metaforu hazırlamaktadır.

Dario Paniagua, bir eseri (Görsel 19) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

Her zaman dikkat yaratmaya çalışırım. Çünkü insanlar görsel bir mesaj okutmaya çalışıyoruz. Belirli bir öge, farklı bir yapıya kavuşturduğumuzda vurgulanabilir ve bu insanların buna dikkat etmesini sağlar.

Metaforlar benzerlik örüntüsünü kırmamıza yardımcı olur. Çünkü metafor çok güçlü bir kavramdır. Bu etkiyi de anomali olarak tanımlayabiliriz. Bunu yapmanın bir yolu, beklenmedik veya yersiz bir şey yaratmaktır. Çünkü dikkat farkla ilgilidir. Bu eylem insanların beynini aktive eder, çünkü bu görüntülerde anlam bulmaya çalışırız. Metaforları kullanmanın bir başka yolu da somut olmayan kavramları somutlaştırmaktır. Bunu neden yapmamız gerekiyor? Çünkü "soyutu" anlamak zordur ancak somut olanı hatırlamak her zaman daha kolaydır. Soyutu hatırlamak için mücadele ediyoruz. Bu yüzden yaratıcı süreçlerimde her zaman nihai metaforumun şu iki bileşene sahip olduğunu kontrol ediyorum: dikkat çekmek için "Anomali" ve insanların somut olmayan bir kavramı daha iyi anlamalarını sağlamak için "Somutluk".

Eserde kadın erkek ilişkisi dikkate alınarak görsel metafor oluşturuldu. Burada kadının, eşini sürekli takibe aldığını, erkeğin, kadın tarafından gözetim altında olduğunu belirtmeye çalıştım. Eserde mobese kamerası kadının başı ile yer değiştirerek, kameranın sürekli olarak izleme ve kayıt altına alma özelliği bir insana aktarılmış oldu. Burada ilk olarak kadın erkek ilişkisine yönelik yazılan makaleyi detaylı bir şekilde inceleyip ana fikri (tutsak erkek) belirledim. Sonrasında bu tutsaklığı erkeğin sürekli kadın tarafından takip edilmesi, gözetim altında tutulması, yaptığı her şeyin, attığı her adımın kadın tarafından kayda alınmışçasına anlatılmasını sağlamaya çalışmadım. Burada sırasıyla: ana fikir, sonra doğru objeler ve daha sonra sağlıklı bir kompozisyon aşamalarıyla görsel metaforu oluşturduğumu söyleyebilirim.



Görsel 19. Takip, Dario Paniagua.

Dario Paniagua'nın görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere hikâyede geçen ilişkinin (kadın ve erkek) bir parçası olan gözetim, takip, izleme gibi kavramları ana fikir olarak belirleyip görsel metafor tasarlanmıştır. Eserde gözetim, takip ve izleme kavramları için mobese kamerasını kadının başının yerine kullanarak, erkeğin kadın tarafından daima izlendiğini vurgulamaktadır.

Dario Paniagua'nın kendi eseri üzerinden metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci; ana fikir **araştırması** yaptıktan ve **yaklaşım modeli belirledikten (zıttını düşünme, benzetme, bağlantı kurma)** sonra görsel metafor tasarlama aşamalarıyla benzer yanlarının olduğu görülmektedir. Eserde Paniagua, öncelikle kadın-erkek ilişkisi ile ilgili konuyu detaylı bir şekilde araştırıp ana fikri belirlemiş, sonrasında yaklaşım modeli belirleyerek görsel metaforu tasarlamıştır. Böylelikle görsel metafor oluşturma sürecini iki aşamada ortaya koymuştur.

Dario Paniagua'nın eseri metafor türlerine göre ele alındığında hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığı ile anlaşılmaktadır. Burada kaynak kavramın (takip) somut olduğu, hedefteki kavramın (suç) soyut olduğu dikkate alındığında eserin yapısal metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, erkeği izlemeye alan kadının başı mobese kamerası ile anlatılmaktadır. Dolayısı ile görsel yapı bağlamında

“yerine görsel kullanma” ile karşılaşılmaktadır. Anlam işlemi kapsamında ele alındığında ise bağlantı kurma ve benzerlik oluşturma yaklaşımlarından bahsedilebilir.

3.1.1.4. Doğan Arslan

Akademisyen ve Tasarımcı Arslan’ın “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Arslan’ın görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Doğan Arslan’ın “Bir eserinizi üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız.” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Doğan Arslan’ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	7 Aşama
Doğan Arslan	<p>...önce ele aldığım konuyu derinden ve özünden anlamaya çalışırım. “Problemin cevabı, problemi iyi anlamadan geçer” fikrinden yola çıkarak, görselleştirmek istediğim düşüncenin muhtemel görsel olabilecek sembolleri veya imgeleri düşünmeye başlarım. Yalnız bu süreçte önemli bir durum söz konusu; Ele alınan konunun görselleştirilmesinde ilk aklıma gelecek zihnimdeki görseller genelde klişe imgelerdir...</p> <p>İşte bu klişe fikirlerin dışına çıkmak, taze ve orijinal bir söylem üretebilmek için görselleştirmek istediğim düşünceyi mümkün olduğunca farklı ve yeni bir biçimde söyleme veya gösterme kaygısı güderim. Bu sebep ile ele aldığım konuyu olmadık ve beklenmedik bir durumla ilişkilendiririm. Tabii ele aldığım konu hakkında bilgi sahibi değilsem, ciddi bir araştırma sürecine girerim. Konu hakkında daha da bilinçlenirim. Bu araştırma konuyu derinden ve özünden anlamama yardım edecektir.</p> <p>...ele alınacak konu hakkında fikir sahibi olmak için okuduğum veya izlediğim haber veya bilgi kanallarından mümkün olduğunca bu konu ile ilişkili insanlarla veya topluluklarla duygusal ve zihinsel bir empatiye de girerim. Mesela “Deprem” konulu bir çalışma yaparsam, genelde bilinen klişe bilgilerin dışına çıkıp, konu hakkında bilimsel yazılardan ve belgesellerden yararlanırım. Depremi insanı etkileyen en can alıcı ve dramatik durumunu empatiyle kavramaya çalışarak, konuya derinlik kazandırmak isterim. Böylece deprem konusuna farklı yaklaşım ve gözlem edinmeye çalışarak bu fikri görselleştirmeye çalışırım. Mesela deprem ’in görsel olarak en belirgin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Konuyu anlama • Muhtemel sembolleri düşünme • Klişe sembollerin dışına çıkma • İlişkilendirme • Duygusal ve zihinsel empati kurma • Gösterge ve kavramlar arasında bağlantı kurma • Konular arasında bağlantı kurma • Metaforik anlatım 	<ul style="list-style-type: none"> • Anlama • Sembol arayışı • Klişenin dışına çıkma • İlişkilendirme • Empati kurma • Gösterge, konu ve kavramlar arası bağlantı • Metaforik anlatım

	<p>özelliği yıkılmış binalar ve çatlamış veya yarılmış duvarlar olarak düşünürüz. Yani depremin göstergesi duvarda kırılmalar veya yarılmalardır. Eğer bu depremin insana verdiği zararı veya üzüntüyü görselleştireceksem, bu yarık veya yarılmayı duvarda veya bir bina da değil de insanın kalbine yakın bir yerde bu deprem kırılmasını gösteririm ki, depremin binalara değil insana zarar verdiğini metaforik olarak anlatmaya çalışırım.</p>		
--	---	--	--

Tablo 8. Doğan Arslan'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Doğan Arslan'ın görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, öncelikle sürece **konuyu anlamak** adına araştırma yaparak başlaması öne çıkmaktadır. Bu araştırma kapsamında incelediği konu ya da kavram üzerinde bir sorgulama sürecine girerek, önce derinlemesine **muhtemel sembolleri düşünmeye başladığı**, aklına gelen **klişe sembollerin dışına çıkarak** belirlediği nihai semboller ile konu arasında **ilişki kurduğu**, bu süreçte konuya ilişkin şahıslar ile **duygusal ve zihinsel empati kurduğu** ve tüm bu zihinsel birikimi konuya yönelik belirlediği **kavram ve göstergeler arasında bağlantılar** inşa ederek görsel metaforu tasarladığı anlaşılmaktadır.

Doğan Arslan', bir eseri (Görsel 20) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“2018 yılında Çanakkale Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinin davetli afiş sergisinde konu “Truva Yılı” idi. Eski bir Yunan mitolojisinde, Akhali büyük bir komutan olan Odysseus, bütün çabasına rağmen dokuz sene farklı zamanlarda dönemin gözde Truva Kenti’ni ele geçirmeye çalışır, fakat başaramaz. Komutanın aklına dâhiyane fikir gelir. En iyi askerlerini yaptırdığı tahtadan büyük bir atın içine saklayarak, çekiliyormuş gibi yaparak kuşatmayı kaldırır. Bu büyük atı da kuşatmanın olduğu yerde bırakırlar. Daha sonra Truva askerleri bu büyükçe atı alıp kalenin içine çekerek, akşam kutlamaya katılırlar. Yorgun ve sarhoş halde bitkin bir şekilde uyuyan askerler, gece yarısı bu atın içinde çıkan Akhali askerler tarafından bozguna uğratılırlar. Kalenin içinden askerler tarafından açılan kapıdan da dışardaki askerler girdiğinde artık savaş kazanılmıştı.

Tarihte bu özetlediğim hikâyeyi bir sergi için düşündüğümde, klasik konuyu illüstre etmek istemedim. Bu önemli ve ders çıkarılacak tarihi mitolojiyi, günümüz Türkiye’sindeki İncirlik üssünde bulunan Amerikan askerleriyle ilişkilendirerek, farklı bir Truva Atı fikrini anlatmak istedim. Aşağıdaki çalışmada elindeki silahıyla bir asker dururken askerin kafasında bir maske halinde görülen atın kafası bulunmaktadır. Dolayısıyla elinde silah taşıyan at kafalı bir asker imgesi göze çarpmaktadır bu afişte.

Afiş' deki bu imgenin durumunu netleştiren; "Be Aware of Trojan Horse in The Middle East" yazısıdır. Bu yazıda Orta Doğudaki Truva Atına dikkat edilmesi gerektiğini ifade edilmektedir. Asker'in kolundaki asker üniformasındaki bayrak ile bu askerin Amerikan askeri olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada geçmişteki mitolojik bir hikâyeyi günümüz siyasi bir konuya farklı bir perspektiften bakmak ve bu fikri izleyicilere göstermek için böylesine bir metafor kullandım. Dolayısıyla görsel metafor 'da geçmişteki bir olayı günümüz ile ilişkilendirerek, bağlantı kurdum. Bu çalışmada Amerikan askerinin, Türkiye'de bulunma sebebine farklı bir hikâyeden yola çıkarak değerlendirmede bulundum."



Görsel 20. Truva Atı, Doğan Arslan

Doğan Arslan'ın görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere işleyeceği konunun özüne inerek sıra dışı göstergeleri tercih ettiği, mümkün olduğunca farklı ve orijinal bir söylem oluşturma gayesinde olduğu görülmektedir. Ayrıca görsel metafor oluştururken konunun insanları etkileyen en can alıcı yönlerine yoğunlaşarak empati kurduğunu belirtmektedir.

Doğan Arslan'ın kendi eseri üzerinden metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci; **anlama, sembol arayışı, klişenin dışına çıkma, ilişkilendirme, empati kurma, gösterge, konu ve kavramlar arası bağlantı kurmanın** ardından **metaforik anlatımı** gerçekleştirerek yedi aşamada görsel metaforu hazırlamaktadır. Eserde Arslan, tarihte yaşanmış bir olay ile günümüzde devam eden güncel bir olay arasında tanıdık objeler aracılığıyla bağlantı kurmuştur. Kurulan bağlantı öncelikle konu ile ilgili araştırmaları detaylı bir şekilde yaptıktan sonra ve konunun anlamsal yapısını analiz edilerek gerçekleştirilmiştir. Daha sonra anlamlandırma sürecine ilişkin olarak elde ettiği veriler üzerinden görsel metaforu tasarlamıştır.

Doğan Arslan'ın eseri metafor türlerine göre ele alındığında hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığı ile anlaşılmaktadır. Burada kaynak kavramın (tuzak) somut olduğu, hedefteki kavramın (aldatma) soyut olduğu dikkate alındığında eserin yapısal metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, Amerikan askerinin baş bölgesinin, Truva atını temsilen at başı ile yer değiştirildiği dikkat çekmektedir. Dolayısıyla görsel yapı bağlamında “yerine görsel kullanma” ve “birleştirme” ile karşılaşılmaktadır. Anlam işlemi kapsamında ele alındığında ise bağlantı kurma ve benzerlik oluşturma yaklaşımlarından bahsedilebilir. Bu kapsamda, politik-protest afiş çalışmalarının görsel metafor sınıflandırmaları açısından bazı durumlarda farklı yapıları da bir arada bulundurabilme özelliğine sahip olabildikleri düşünülebilir. Kavramların görselleştirilme sürecinde mesajın bütünüyle izleyiciye aktarılabilmesi adına “görsel yapının” ve “anlam işleminin” daha zengin kullanıldığı görülmektedir. Dolayısıyla politik afişlerde görsel metaforların çeşitli teknik yapılarla sahip oldukları ifade edilebilir.

3.1.1.5. Goyo Rodriguez

Afiş Sanatçısı ve İllüstratör Rodriguez'in “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Rodriguez'in görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Goyo Rodriguez'in “Bir eserinizi üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız.” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Goyo Rodriguez'in Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	6 Aşama
Goyo Rodriguez	... öncelikle çalışacağım konu üzerine araştırmalar yapıyorum. Çalışacağım kavramı bulduysam eğer gösterge belirleyip taslakların nicel ve nitel zenginliğini de dikkate alarak taslaklar hazırlıyorum. Üçüncü aşamada kavrama uygun geliştirdiğim taslaklarda hangi göstergeleri kullandıysam onlar ile kavram arasında bir ilişki kurmaya çalışıyorum. Eğer klişeden uzak, yeteri kadar yaratıcı bir ilişki kurabildiysem ondan sonra orijinal taslaklarımı hazırlayıp sayısal ortama aktarmaya başlıyorum...	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Kavram belirleme • Gösterge kullanımı • Taslak hazırlama • Kavram ile gösterge arasında ilişki kurma • Klişeden uzak orijinal taslak hazırlama • Sayısal ortamda uygulama 	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Kavram bulma • Gösterge tercihi • Taslak hazırlama • İlişki kurma • Uygulama

Tablo 9. Goyo Rodriguez'in Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Goyo Rodriguez'in görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, öncelikle görsel metafor oluşturma konusunda herhangi bir **formül** kullanmadığı görülmektedir. Rodriguez'in, sürece **araştırma** yaparak başlaması öne çıkmaktadır. Bu araştırma kapsamında incelediği konu üzerinde yoğunlaşarak konuya ilişkin **kavram belirlediği**, sonrasında kavrama uygun **gösterge kullanarak taslaklarını hazırladığı**, daha sonra **kavram ile gösterge arasında ilişki kurmaya çalıştığı** anlaşılmaktadır. Tasarımcının **klişeden uzak orijinal taslaklar hazırladıktan** sonra **sayısal ortamda uygulamaya** geçerek görsel metaforu oluşturduğu görülmektedir.

Goyo Rodriguez'in bir eseri (Görsel 21) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“Savaşlar dünyayı sadece kana boğdu. Topraklarımız sürekli olarak insanların kanları ile sulandı. Ne bir renk, ne bir ırk, sadece kan. Eseri, bu cümleyi dikkate alarak hazırladım.”

“Eserde göğüs kafesi, yani insanın en hayati bölgesini koruyan zırh ile bahçe sulama bidonu ilişkilendirilerek, toprağı su ile değil kan ile besliyoruz mesajını vermeye çalıştım. Burada sırasıyla önce kavramı (savaş), daha sonra uygun göstergeler (göğüs kafesi ve bahçe sulama bidonu) son olarak da kompozisyonu hazırladım.”



Görsel 21. Guerra (Savaş), Goyo Rodriguez.

Goyo Rodriguez'in görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere toprağın su ile değil kan ile sulanıyor olmasını, göğüs kafesi ve sulama bidonu arasında bir ilişki kurarak görsel metaforu tasarladığı görülmektedir. Öncelikle kavramı (ana fikri belirlemiş) ve sonrasında objeler arasında bağlantılar kurmuştur.

Goyo Rodriguez'in kendi eseri üzerinden metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci ile benzer bir yaklaşım sergilediği görülmektedir. araştırma, kavram bulma, gösterge tercihi, taslak hazırlama, ilişki kurma ve uygulama olmak üzere altı aşamadan oluşan görsel metafor oluşturma süreci görülmektedir. Eserde Rodriguez, savaşın acımasızlığını anlatan: *"Savaşlar dünyayı sadece kana boğdu. Topraklarımızı sürekli olarak insanlarımızın kanları ile sulandı. Ne bir renk, ne bir ırk, sadece kan."* Cümlesinden çok etkilendiğini ve bu cümle üzerinde *araştırma yapıp*, elde ettiği kavramı geliştirerek görsel metaforunu oluşturduğunu belirtmektedir.

Goyo Rodriguez'in eseri metafor türlerine göre ele alındığında hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığı ile anlaşılacaktır. Burada kaynak kavramın (savaş) somut olduğu, hedefteki kavramın (umutsuzluk) soyut olduğu dikkate alındığında eserin yapısal metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, göğüs kafesi ve sulama bidonunun birleştirildiği anlaşılacaktır. Dolayısıyla görsel yapı bağlamında “birleştirme” ile karşılaşılmaktadır. Anlam işlemi kapsamında ele alındığında ise benzerlik oluşturma yaklaşımlarından bahsedilebilir.

3.1.1.6. Istvan Orosz

Afiş Sanatçısı ve Animasyon Film Yapımcısı Orosz'un “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Istvan Orosz'un görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Istvan Orosz'un “Bir eserinizi üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız.” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

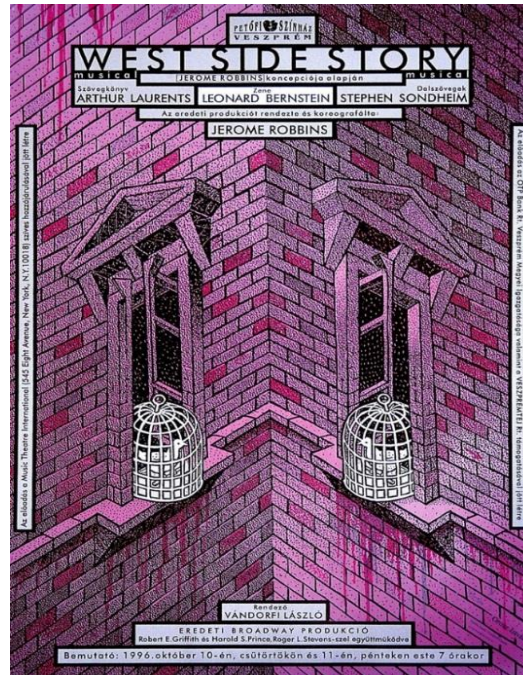
Istvan Orosz'un Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	5 Aşama
Istvan OROSZ	<p>...benim metaforlarım mimari yapılardır. Çünkü mimari yapılarla oluşturulan “şaşırtmaca” algıda “şaşırtma” anlamına gelir. Klasik mimari formları incelendiğinde bir tür alfabe karşımıza çıkar, ancak bu alfabeden oluşan kelime ve cümleler Mobius Şeridi biçimiyle kendi etraflarında dönerek ve kontrollerini kaybederek birbirlerini (kendilerini) yok ederler. Bunlar yer değiştirmenin modern bölümlerinin sembolik temsilidir (yansımalarıdır). Ben gerçek ve halüsinasyon arasındaki sınırı ayırmaya çalışırım (Sınırı belirlemeye çalışırım). Benim metafor yaratmadaki yöntemlerimden biri bu kapsamda ele alınabilir...</p> <p>... eserlerimde işte bu iki kavramı yani “Gerçeklik” ve “Halüsinasyonu” Mobius Şeridiyle yorumladığım söylenebilir....</p> <p>Bir diğer yaklaşım ise perspektif çizgilerinin açılarında değişiklikler oluşturarak “iç-dış etkisi” yaratmaktır.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formüle etme • Kavramlar arasında bağlantı kurma • İlişkilendirme • Yeniden yorumlama • Uygulama 	<ul style="list-style-type: none"> • Formül kullanma • Bağlantı kurma • İlişki kurma • Yorumlama • Metaforik anlatım

Tablo 10. Istvan Orosz'un Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Istvan Orosz'un görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, Görsel metafor oluşturma konusunda bir yöntem (**formül**) kullandığı görülmektedir. Orosz'un, sürece gerçeklik ve halüsinasyon kavramları arasında bağlantı kurarak başlaması öne çıkmaktadır. Bu durumda öncelikle kavramların algıda şaşırtma oluşturmalarını amaçlayıp kavramları "mobius şeridi" veya "iç-dış etkisi" yöntemiyle ilişkilendirdiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda görselleştirilecek kavrama ilişkin olarak seçilen imgeler **yeniden yorumladıktan sonra** görsel metafor **uygulamasını** tamamlamaktadır.

Istvan Orosz, bir eseri (Görsel 22) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

"Bir diğer yaklaşım ise "iç-dış etkisidir". Bu etkiyi oluşturabilmek oldukça zahmetli olmasına rağmen eğlencelidir de. Örnekteki eser dikkatli incelendiğinde kullanılan perspektif çizgilerinin açılarında değişikliklerin oluşturulduğu, bunun yanı sıra yine aynı perspektif çizgileriyle pencerelerin açılarında da değişiklikler uygulanmıştır. Tüm bu değişiklikler ve farklılıkların "iç-dış etkisiyle" tasarlandığı görülmektedir. Burada ilk olarak duvarlar, daha sonra pencereler ve son olarak da pencerelerdeki açılar değiştirildiği fark edilmektedir. Tüm bu illüzyonun desteklenmesi adına kuş kafeslerinin yerleşimine dikkat edilmesi gerekiyor. İşte metafor oluştururken bahsettiğim iki farklı yaklaşım bu örnekte kullanılmıştır."



Görsel 22. Şaşırtma, Goyo Rodriguez

Istvan Orosz'un görsel metafor oluşturma yaklaşımı incelendiğinde farklı ancak birbirleri ile bir arada kullanılan iki farklı yönteminden bahsedilebilir. Birincisi 'Mobius Şeridi' ile oluşturulan "gerçeklik ve halüsinasyon" kavramlarının görselleştirilmeleri, ikincisi ise iç-dış etkisi oluşturmak adına perspektif çizgileriyle belirlenen açıların farklı noktalarda kullanılarak değişikliğe uğratılmaları ile "şaşırtma" kavramının görselleştirilmesidir. Dolayısıyla genel olarak Istvan Orosz'un görsel metaforları birer illüzyon olarak geliştirilmektedir. Ayrıca eserlerinde çeşitli kavramlara yönelik çalışmalar yapmak yerine sadece "gerçeklik, halüsinasyon ve şaşırtma" kavramları için görsel metaforlar oluşturduğunu belirtmektedir.

Istvan Orosz'un eseri metafor türlerine göre ele alındığında soyut bir kavramın somut bir yapıya kavuşturulduğu görülmektedir. Burada "şaşırtma" kavramı (soyut), "gerçeklik" kavramının (somut) olduğu dikkate alındığında eserin ontolojik metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Ayrıca, eserdeki yukarı-aşağı, sol-sağ açılarının kullanılması ile eser, yönelim metaforu başlığı altında da incelenebilir.

Istvan Orosz'un kendi eseri üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak yaklaşımı incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci; **formüle etme, bağlantı kurma, ilişki kurma, yorumlama ve metaforik anlatım** olmak üzere beş aşamadan oluştuğu anlaşılmaktadır.

Görsel metaforların asıl amacında kavramların birer görsel mesajlara dönüştürüldüğü dikkate alındığında Istvan Orosz'un görsel metafor çalışmalarında kavramlar görsel mesaj yerine görsel illüzyonlara dönüştürülmektedirler. Kavramların "mesajı taşıma" amacının aksine "yeniden yorumlanma" mantığında oluşturuldukları görülmektedir. Örnekteki eserde dikkatli bir inceleme yapıldığında, farklı bir üslup ile kavramların görselleştirilerek metaforlara dönüştürüldüğü görülse de buna rağmen tipolojiye göre değerlendirilebileceği anlaşılmaktadır. Örneğin eser de iki farklı yüzey farklı açılardan yansıtılmıştır. Eserde "Batı Bölgesi Hikayesi" başlığı ve eserin iki yüzeyinde de bulunan kafese kapatılmış beyaz güvercinler dikkate alındığında, Batı'nın tüm bölgesinde barışın hapsedildiği anlaşılmaktadır.

Dolayısıyla eserde (Görsel 22) tipolojiye göre görsel yapı bağlamında yan yana görsel kullanma yaklaşımının varlığından söz edilebilir. Diğer taraftan anlam işlemi bağlamında ele alındığında da benzerlik ve zıtlık özelliklerinin olduğu söylenebilir. Birbirine hem benzer hem de zıt iki yüzey kullanılmış, ayrıca iki yüzeyde de barışı temsil eden beyaz güvercinlerin kafeslere kapatılması burada iki farklı ve benzer

yüzeylerin anlam itibari ile birbirlerine benzetilmiştir. Dolayısı ile burada hem zıtlık hem de benzetme anlam işlemleri bir arada kullanılmışlardır.

3.1.1.7. Miquel Porlan

Basın-Yayın İllüstratörü Porlan'ın “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Porlan'ın görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Miquel Porlan'ın “Bir eserinizi üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Miquel Porlan'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	6 Aşama
Miquel Porlan	<p>Görsel metafor oluştururken net bir yöntemim yok. Ancak görsel metaforu oluştururken izlediğim bazı adımlar şu şekildedir: Birinci adımda okumalar yapıyorum. Mesleğim gereği gazete ve benzeri mecralara yönelik editöryal illüstrasyonlar hazırladığım için öncelikle konuyu anlamak adına görselleştirmeyi amaçladığım paragrafi okuyarak ve analiz ederek birtakım notlar alıyorum. Böylece konunun temasını oluşturacak anahtar kavramları (en önemli kısım) buluyorum.</p> <p>İkinci adımda konuya yönelik kavramlar için bir liste hazırlıyorum ve aralarındaki ilişkiyi buluyorum. Daha sonra görselleştirmeye yönelik düzenli ve mantıklı eskiz çalışmaları hazırlıyorum. Tüm bu hazırlıkların ardından gerçekten söylemek istediğim düşünceyi oluşturacak görseli hazırlıyorum.</p> <p>...göstergeler eğer gündelik hayatta sıkça kullanılan objelerden oluşturulursa izleyici ile bir bağ kurulabilir. Dolayısıyla tanındık göstergeler değişikliklere uğratarak yeniden yorumlanmalıdır. Böylece izleyiciye yeni bir perspektifi “TANIDIĞI obje” üzerinden sunarak bir illüzyonu, yani metaforu yaratmış olacaksınız.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formül yok • Konuyu araştırma • Konuyu anlama • Konuyu analiz etme • Kavramları belirleme • Sorumluluk alma • Mesaj oluşturma 	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Anlama • Çözümleme • Kavram bulma • Sorumluluk • Görsel metafor oluşturma

Tablo 11. Miquel Porlan'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Miquel Porlan'ın görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, öncelikle görsel metafor oluşturma konusunda bir **formül** kullanmadığı, bunun yerine düzenli olarak izlediği iki farklı yaklaşım olduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi, konuya ilişkin paragrafı detaylı bir şekilde inceleyip kısa notların alınması, ikincisi ise konuya yönelik kavramları araştırmakta ve aralarındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Dolayısı ile Porlan'ın sürece konu hakkında **araştırma** yaparak başladığı, bu araştırma kapsamında incelediği konu ya da resimleme yapacağı makale üzerinde bir sorgulama sürecine girerek, önce **konuyu anlamaya** çalıştığı ve sonrasında **konuyu analiz ederek kavramları belirlediği** söylenebilir. Tasarımcının **sorumluluk üstlendiği** aşamada, basın-yayın (editorial) illüstrasyonları ile uyguladığı görsel metaforların, makalede geçen konu kapsamında ana fikri belirleyebilmek adına kavramları kesinleştirmekte ve kavram ile ana fikir arasında bir bağlantı kurmaktadır. Kurulan bu bağlantı ise “bilinen” göstergeler üzerinden yorumlanarak görsel mesajlara dönüştürülmektedir.

Miquel Porlan bir eseri (Görsel 23) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“Eser, öğrenci mahremiyetinin ihlaline ilişkin olarak gazetede yayımlanmak üzere yazılmış bir makale için hazırlanan bir illüstrasyon çalışmasıdır. Öncelikle okuduğum makaleye uygun ve anahtar kavram ile doğrudan ilişkili semboller üzerine yoğunlaşarak eskizler hazırladım. Okulla ilişkili ne kadar obje varsa (Örn: Sırt çantası, dosya, kalem, kalemlik, silgi, masa, sıra, defter vb.) taslak olarak hazırladım. Ve sonra, ayrı bir sayfada, mahremiyetle ilgili nesnelere: dolaplar, gözler, parmak izleri, bir pencere... Bu semboller ayrıca, şekiller, çizgiler, renkler ve görünüşe göre onları bulmak için gözlem gerektiren birçok detayla dolu grafik kompozisyonlar olarak görülebilirler ve bu durumda çizgili bir kâğıt (öğrencilerin sık kullandıkları araç) panjur ile ilişkilendirilerek görsel metaforu oluşturdum. Kâğıdın çizgilerini değiştirerek anahtar kavramı (mahremiyet ihlalini) anlatmaya çalıştım. Böylece çizgili kâğıt hem aslından uzaklaştırıldı hem de aslı korunarak bir panjura dönüştürülmüş oldu. Panjurdan gizlice bakan gözler ile de “öğrencilerin gizlice izlendiğini” vurgulamış oldum.

Bence pek çok illüstrasyon kavramı var ve günlük nesnelere gibi ortak semboller kullanıyorlar ve izleyiciyle ilişki kuruyorlar. Günlük nesnelere görsel açıdan yeni bir bakış açısı vermek için onların özünü (yapısını) değiştirdiğinizde, onlara yeni bir anlam verme şansınız olur. Çünkü herhangi bir varlığın yapısında görsel metafor oluşturmak adına yapılan illüstratif değişikliklerle o varlığa sadece yeni bir yapısal boyut (görünüm) kazandırılmıyor, ayrıca ona daha yeni anlamlar yüklenebiliyor.



Görsel 23. Öğrenci Mahremiyeti, Miquel Porlan

Miquel Porlan'ın görsel metafor oluşturma yaklaşımı incelendiğinde herhangi bir yöntemi olmadığından bahsetmektedir. Ancak, görsel metaforlar geliştirilirken öncelikle doğru anahtar kelimelerin bulunması gerektiğini, daha sonra bu anahtar kelimelerin hangi “tanıdık” görseller ile daha etkili anlatılabileceği üzerine gidilebileceğini analiz ettiğini belirtmektedir. Elde edilen objeler ancak birbirleri ile birleştirilerek ortaya yeni bir görsel dil yani görsel bir metafor çıkarılabileceğini, ayrıca görsel metafor oluşturulurken dikkat edilmesi gereken bir diğer önemli konunun ise “TANIDIK” göstergelerin kullanılması olduğunu savunmaktadır. Çünkü izleyici ile görsel metafor arasında ancak bu şekilde bir bağlantı kurulabileceğini düşünmektedir. İzleyicinin geçmişine dokunabilecek objelerin modifiye edilerek onlara yeni bir perspektif, yeni bir anlam sunulabileceğini, dolayısı ile “tanıdık” objelerin görsel metaforların gerçek anahtarları olabileceğini ifade etmektedir. Bu anahtarları doğru kapılarda kullanabilmenin ise başarılı bir metaforun geliştirilmesini sağlayacağını açıklamaktadır.

Miquel Porlan'ın kendi eseri üzerinden metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde gorsel metafor oluşturma süreci; **araştırma, anlama ve çözümlmeden sonra kavram belirlemede, sonrasında sorumluluk alarak gorsel metaforu** tasarlama aşamalarıyla aynı yaklaşımda olduğu görölmektedir. Eserde Porlan, öncelikle “öğrenci mahremiyeti” ile ilgili makaleyi detaylı bir şekilde incelemiş, anlamış ve analiz etmiştir. Daha sonra anlamlandırma sürecine ilişkin olarak sorumluluk almış ve doğru kavram ile uygun gösterge arasındaki ilişkiyi oluşturarak gorsel metaforu tasarlamıştır. Böylelikle gorsel metafor oluşturma sürecini altı aşamada ortaya koymuştur.

Miquel Porlan'ın eseri metafor türlerine göre ele alındığında kaynak kavramın (mahremiyet) soyut olduğu, hedefteki kavramın (dikizlemek) somut olduğu dikkate alındığında eserin ontolojik metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, çizgili defter yaprağının panjur ile kurulan ilişkisi gözler ve parmakların kullanımlarıyla kurulduğu dikkat çekmektedir. Dolayısı ile gorsel yapı bağlamında “yan yana gorsel kullanma” ile karşılaşılmaktadır. Anlam işlemine göre ele alındığında da bağlantı kurma ve benzerlik oluşturma yaklaşımlarından bahsedilebilir. Dolayısıyla editoryal illüstrasyon çalışmalarının metaforik açıdan oldukça çeşitli teknik yapılara sahip oldukları da söylenebilir. Çünkü editoryal illüstrasyonlarda birçok farklı gösterge tek bir kavram üzerinde yorumlanarak zengin bir anlam bütünlüğü oluşturulabilme esnekliğine sahiptirler.

3.1.1.8. Ohannes şaşkal

Karikatürist şaşkal'ın “Gorsel metafor oluştururken uyguladığımız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece şaşkal'ın gorsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Ohannes şaşkal'ın “Bir eserinizi üzerinden gorsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Ohannes Şaşkal'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	7 Aşama
Ohannes Şaşkal	<p>Sonuçta, sanatsal yaratım zihinsel süreçlerin ürünüdür ve imgelerde (görsel metaforlarda) anlatımını bulur. Sanat icra eden, mesele ettiği şeyi zihninde kurarak, evirerek çevirerek geliştirir, olgunlaştırır. Konu üzerine kafa yormadan verimli bir neticeye ulaşmak mümkün değildir. Amaç, görünendeki (olgulardaki) görünmeyeni açığa çıkartmaktır. İşte bu yüzden, “öz”e odaklanmalı ve anlatılmak isteneni en uygun ve en zarif biçimde, yeni bir dille sunmanın yollarını aramalıyız.</p> <p>...meseleye baştan empatiyle yaklaşmalı; onu oluşturan bileşenleri derinlemesine incelemeli, çözümlemeliyiz. İlginçtir, ulaştığımız veriler ne kadar derinlikliyse, süreç de o oranda yalınlaşmaya götürecektir bizi.</p> <p>...tasarımı, insani sorumluluğumuzdan, estetik kaygılardan ödün vermeden, kalple, tutkuyla götürmeliyiz.</p> <p>...şu an, ifade ettiğim sözler beynimin kıvrımlarından, iradi olarak dökülürken, yaratım sürecinde, aynı organda, yaratım ânında, neler olup bittiğini oranlayabilmek mümkün değil, iradeden bağımsız bir gelişim, bir seyir (progress) söz konusu orada. Kendi deneyimlerimden yola çıkarak, şunu söylemek isterim: Çoğu zaman dert ettiğim meselenin nasıl olup da bir anda yaratıma dönüştüğünü, şu ya da bu verimli neticeye evrildiğini hayretle izlerim. Kestirilemez bir yol alıştır bu...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Görünmeyeni açığa çıkarma • Özünü bulma • Yorum kazandırma • Empati kurma • Derinlemesine inceleme ve çözümleme • Görsel mesaj 	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Somutlaştırma • Sadeleştirme • Yorumlama • Empati kurma • Çözümleme • Metaforik anlatım

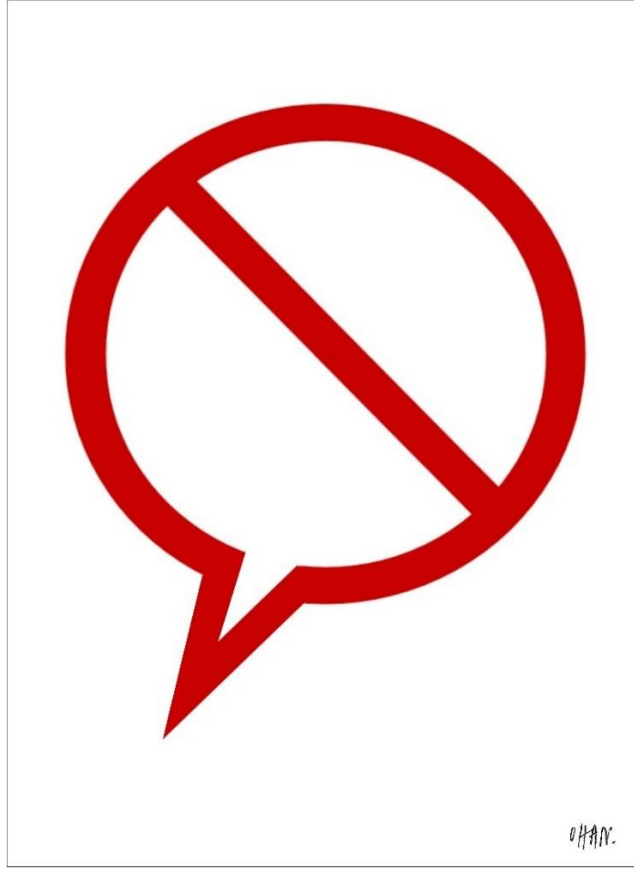
Tablo 12. Ohannes Şaşkal'ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Ohannes Şaşkal'ın görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, Tasarımcının görsel mesaja dönüştürmeyi amaçladığı kavramın derinliklerine doğru **zihinsel bir yolculuğu** gerçekleştirdiği ve bu sayede **estetik kaygı** ile konuları çok daha **yalın ve çarpıcı** bir biçimde **görsel mesajlara** dönüştürdüğü anlaşılmaktadır. Burada tasarımcı öncelikle görsel metafor oluşturma konusunda bir **formül** kullanmadığı görülmektedir. Şaşkal'ın sürece **araştırma** yaparak başlaması öne çıkmaktadır. Bu araştırma kapsamında incelediği konu ya da resimleme yapacağı konu üzerinde bir sorgulama sürecine girerek, önce **görünmeyeni açığa çıkarmaya** çalıştığı, **özünü bulmayı amaçladığı**, **yorum kazandırdığı**, **empati kurduğu**, **derinlemesine inceleyerek çözümlemeye çalıştığı** ve sonrasında **görsel metaforu oluşturduğu** söylenebilir.

Ohannes Şaşkal, bir eseri (Görsel 24) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“İfade Özgürlüğü ’ne dair bir hayli çizdim. 2014 yılında yaptığım bu çalışma da onlardan biri... İfade özgürlüğünden yoksunluğu kısa yoldan anlatan bu tasarım, “ifade” simgesiyle, “yasak” simgesinin aynı yapıda bütünleşmesinden ibaret! Bu çalışmam, zaman zaman olduğu üzere, bir anda, “pat diye” ortaya çıkan işlerimden biri. Hemen belirtmek gerekir ki, “tasarım”ın ânında ortaya çıkması, gerisinde daha önce üzerinde bir hayli düşünülmüş olmasının bir neticesi...”

“Şöyle de ifade edebilirim: İmgeler üzerinden gerçekleşen bu bireşim, bir çırpıda oluşmuş gibi görünse de öncesinden bu mevzuda kafa yorduğum için, ortaya çıkan ürün, nihayetinde, birikmiş bir zihinsel kurgunun aniden beliren tasarımsal dışavurumudur.”



Görsel 24. İfade Özgürlüğü, Ohannes Şaşkal

Ohannes Şaşkal’ın görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere “ifade özgürlüğü” kavramını düşünce balonu ile yasak kavramını ise yasak sembolü ile bir araya getirerek görsel metaforu oluşturmuştur. Bu süreci ise geçmişten gelen bir birikimin neticesi olarak belirtmektedir. Ayrıca Şaşkal, görsel metaforların kimi zaman bir anda ortaya çıkabileceğini eseri üzerinden (Görsel X) tanımlamaktadır. Bu tanım ise imgeler üzerinden gerçekleşen bireşimler bir anda ortaya çıkarılabiliyor olsalar da bu üretimin

ardında uzunca düşünce, analiz, yorumlama, benimseme vb... birikimlerin var olduğundan bahsetmektedir.

Tasarımcının araştırma kapsamında sorulan sorulara verdiği yanıtlar incelendiğinde genel olarak **yedi aşamalı** bir süreç ile görsel metaforlarını tasarladığı söylenebilir. Bu süreç; **araştırma, somutlaştırma, sadeleştirme, yorumlama, empati kurma ve çözümlenimin** ardından **metaforik anlatıma** dönüştürülerek gerçekleşmektedir.

Ohannes Şaşkal'ın eseri metafor türlerine göre ele alındığında hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığı ile anlaşılmaktadır. Burada kaynak kavramın (ifade özgürlüğü) somut olduğu, hedefteki kavramın (yasak, engel) somut olduğu dikkate alındığında eserin yapısal metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, düşünce balonunun yasak sembolü üzerinden oluşturulduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla görsel yapı bağlamında “birleştirme” ile karşılaşılmaktadır. İki sembol bir araya getirilerek bu birleştirme çok yalın bir biçimde sağlanmıştır. Anlam işlemi kapsamında ele alındığında da “benzerlik” oluşturma ve “bağlantı” kurma yaklaşımlarından bahsedilebilir. Dolayısıyla karikatürist bir yaklaşımla oluşturulan görsel metaforun yalın ve etkili oluşu derinlemesine bir analiz ve yoğun bir birikimin sonucu olarak açıklanabilir. Şaşkal karikatürün bu özelliğini “*söz'den güç alan, kendi öz anlatım dilinden, yani “çizgi” ve “grafik”in olanaklarından yararlanarak yol alınan*” bir süreç olarak belirtmektedir.

3.1.1.9. Orhan Ardahanlı

Akademisyen ve Tasarımcı Ardahanlı'nın “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Ardahanlı'nın görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Orhan Ardahanlı'nın “Bir eseriniz üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Orhan Ardahanlı'nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	5 Aşama
Orhan Ardahanlı	<p>... kesin olarak belirli bir yöntemden veya teknikten bahsetmek mümkün değildir...</p> <p>...düşünselleştirme, deneyimde verilen şeylerin basitleştirilmesine indirgemek, tüm bunlar metafor oluşum sürecine dahildir.</p> <p>Basitleştirme, temel nesnel ve gerçek bağımlılıkların saptanmasına yardımcı olur çünkü çeşitli bağlantıların en basit biçimde ortaya çıkarılması, olguyu karakterize eden ve deneyimde kaydedilmiş olan döngüyü yansıtmayı amaçlamaktan başka bir şey değildir...</p> <p>Metaforun bize yüklediği sorumluluk, yaratma eyleminde kavramın özünü bularak "geriye taşıma" niteliğini oluşturmaktır. Bir şeyin özünü bulmak, onun soyut DNA zincirini ortaya çıkarmaktır. Bir bakıma kimliğini... Ne kadar geriye/geçmişe/özüne taşırsak, onu o kadar ileriye/geleceğe/yeniliğe taşımış oluruz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formül yok • Kavramı basitleştirme • Saptamak • Bağlantıları oluşturma • Kimliğini ortaya çıkarma • Yeniliğe taşıma 	<ul style="list-style-type: none"> • Sadeleştirme • Saptama • Bağlantı kurma • Kimlik kazandırma • Yorumlama

Tablo 13. Orhan Ardahanlı'nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

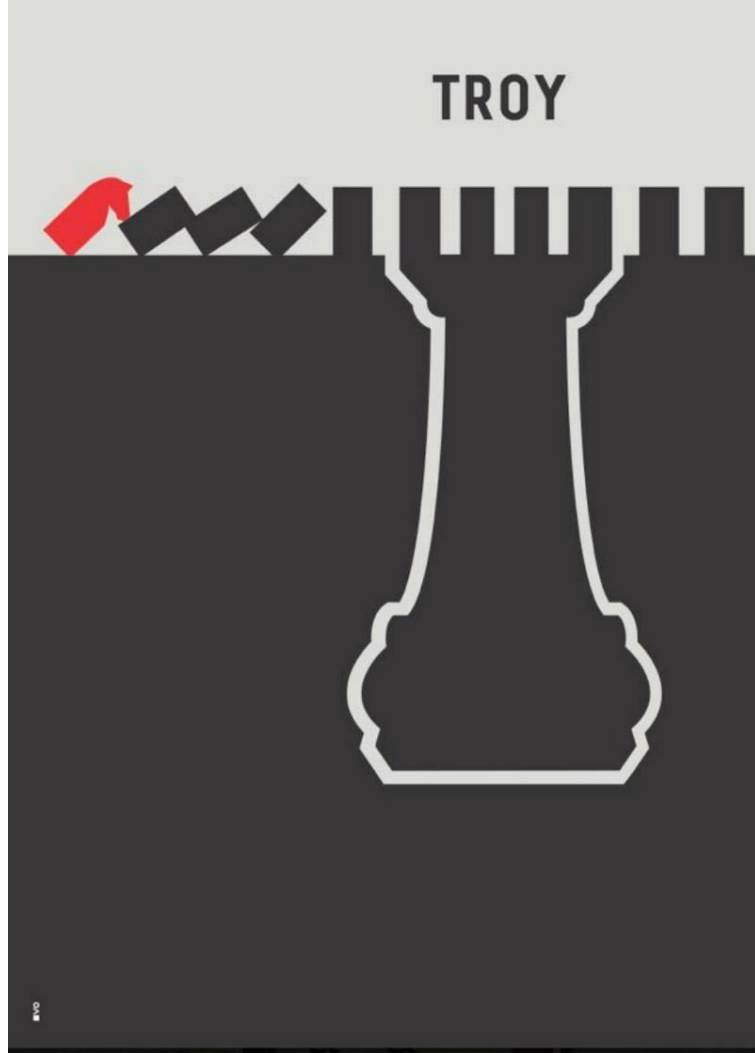
Orhan Ardahanlı'nın görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, öncelikle görsel metafor oluşturma konusunda bir **formül** kullanmadığı görülmektedir. Ardahanlı'nın, sürece üzerinde çalıştığı **kavramı basitleştirerek** başlaması öne çıkmaktadır. Bu basitleştirme kapsamında incelediği kavram üzerinde bir sorgulama sürecine girerek **muhtemel saptamalar yaptığı, bağlantılar oluşturduğu ve kavramın kimliğini ortaya çıkarmak** adına kavramı **yeniliğe taşıyarak** görsel metaforu oluşturduğu söylenebilir.

Orhan Ardahanlı'nın bir eseri (Görsel 25) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“Eser oluşturma sırasında görsel metafor süreci de deneyimlerden, anlık en basit tepkimelerden, toprak üzerinde gözle göremeyeceğiniz küçük bir taş parçasından bile etkilenerek oluşturulabilir.”

“Eserde Truva Atı'nın hikayesi ana tema olarak; Truva'ya giren Akhalar Truvalılara karşı zafer kazanmasını temsilen betimlenmiştir. Domino taşlarının devrildiklerinde ardı ardına yanlarındaki taşları da devirmeleri esasına dayalı oyundan esinlenerek Truva zaferi ulaşmayı eş zamanlı olarak şematikleştirmiştir. Kırmızı rengini de esas alarak hem atın liderlik önemine hem de Truva'ya gönderme yapılmaktadır. Domino taşları hareket edebilmek için, kendilerinden önce bir tepkimeye ihtiyaç duyarken, At için böyle bir durum söz konusu değildir. Türkler için değerini her zaman koruyan bir hayvan olan at, uzun ömür, mutluluk, asalet, doğruluk, şöhrat, iyilik ve soyun devamlılığının sembolü de olduğu için kompozisyon vurgusu bu noktada başlamaktadır.”

“Sonuç olarak; tüm bu kavram ve görsel ifadenin oluşumunun yanı sıra hassas olunması gereken durum, seçmiş olduğunuz anlatım biçimidir. Her türlü zaafi, düşü, büyüsel tutumu ve karanlık görgüyü beyin süzgecinden geçirerek yorumlar ve kendi varlığını kanıtlar.”



Görsel 25. Truva Atı, Orhan Ardahanlı

Orhan Ardahanlı'nın görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamadan da anlaşıldığı üzere hikayenin ana fikri “zafer” olarak belirlenmiş ve bu zafer domino taşları üzerinden anlatılmaya çalışılmıştır.

Orhan Ardahanlı'nın kendi eseri üzerinden metafor oluşturma sürecine ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci; **sadeleştirme, saptama, bağlantı kurma ve kimlik kazandırma** yaklaşımlarının ardından **yorumlamalar** yaparak görsel metafor tasarladığı görülmektedir. Eserde Ardahanlı, Truva Atı ile ilgili hikâyeyi temel alarak detaylı bir şekilde saptamalar yaparak bağlantılar kurmuş ve nihayetinde kimlik kazandırarak yeni bir yoruma

kavuşturmuştur. Böylelikle görsel metafor oluşturma sürecini beş aşamada ortaya koymuştur.

Orhan Ardahanlı'nın eseri metafor türlerine göre ele alındığında hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığı ile anlaşılmaktadır. Burada kaynak kavramın (savaş) somut olduğu, hedefteki kavramın (zafer, başarı) soyut olduğu dikkate alındığında eserin yapısal metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında kalenin siper duvarları domino taşlarına benzetilerek Truva Atı ile bir arada (yan yana) kullanılarak kompozisyonunu kurduğu dikkat çekmektedir. Bu kapsamda eserde görsel yapı bağlamında “yan yana görsel kullanma” ile karşılaşılmaktadır. Anlam işlemi kapsamında ele alındığında ise bağlantı kurma ve benzerlik oluşturma yaklaşımlarından bahsedilebilir. Dolayısı ile afiş çalışmalarında kullanılan görsel metaforlar kimi zaman tek bir görsel yapıya ve anlam işlemine sahipken, kimi zaman birçok farklı görsel yapı ve anlam işlemi niteliklerine sahip olabilmektedirler.

3.1.1.10. Pawel Kuczynski

İllüstratör Kuczynski'nin “Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız” sorusuna verdiği cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece Kuczynski'nin görsel metafor oluşturma yöntemi ve süreci ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra Pawel Kuczynski'nin “Bir eserinizi üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız” sorusuna verdiği cevaplar incelenerek tablodan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Pawel Kuczynski'nin Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	3 Aşama
Pawel Kuczynski	<p>...metafor oluştururken öncelikle neyi resmedeceğimi, hangi kavramı görselleştireceğimi belirliyorum ve daha sonra buradan çıkardığım fikirler üzerine yoğunlaşıyorum. Bu yoğunlaşma kapsamlı bir araştırmayı gerektiriyor. Bu araştırmanın kapsamlı olabilmesi ise daha fazla gözlem ve daha fazla eskizle gerçekleştirilebilir. Bu aşamadan sonra kompozisyonun nasıl kurulması ve hangi açıya göre düzenlenmesinin daha etkili olabileceği üzerine denemeler yaparak nihai sonuca ulaşıyorum.</p> <p>Görsel metaforların başarılı olabilmesi için en önemli işlevlerden birinin de kompozisyon olduğu söylenebilir. Kompozisyonun başarılı olabilmesi ise kendi içinde tutarlı olmasıyla sağlanabilir.</p> <p>Buna bağlı olarak görsel metafor oluşturma süreci için sırasıyla; kavram oluşturma (bulma), kavrama uygun görselleştirme denemeleri, görselleştirme için doğru bir kompozisyon kurmak olarak ifade edebilirim.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formül yok • Araştırma (kavram bulma) • Gösterge araştırması • Kompozisyon (yeniden yorumlama) 	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma • Kurgulama • Yorumlama

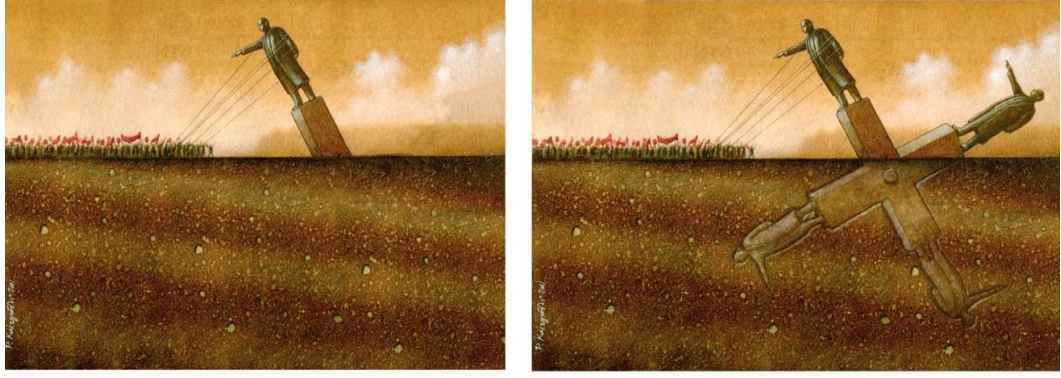
Tablo 14. Pawel Kuczynski'nin Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

Pawel Kuczynski'nin görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, öncelikle görsel metafor oluşturma konusunda bir **formül (yöntem)** kullanmadığı görülmektedir. Pawel Kuczynski'nin, sürece **araştırma** yaparak başlaması öne çıkmaktadır. Bu araştırma kapsamında öncelikle **kavramı** belirlemede daha sonra kavrama uygun **gösterge** araştırmaktadır. Bu sürecin sonunda ise elde ettiği **kavram ve gösterge** arasında kurduğu ilişkinin **kompozisyonunu** oluşturarak görsel metafor hazırladığı anlaşılmaktadır.

Pawel Kuczynski'nin bir eseri (Görsel 26) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

“Devrim ile ilgili olarak hazırlanmış bu çalışmanın birinci aşamasında “insanların, otoriteye ait bir yapıyı (semböl) devirmeleri” görselleştirilmiştir. İkinci aşamada heykeller çoğaltılmış ve “döngü” kavramı oluşturulmaya çalışılmıştır. Böylece eser bize “dünyayı değiştirmek için sarf edilen sonsuz süreci” anlatmaktadır.”

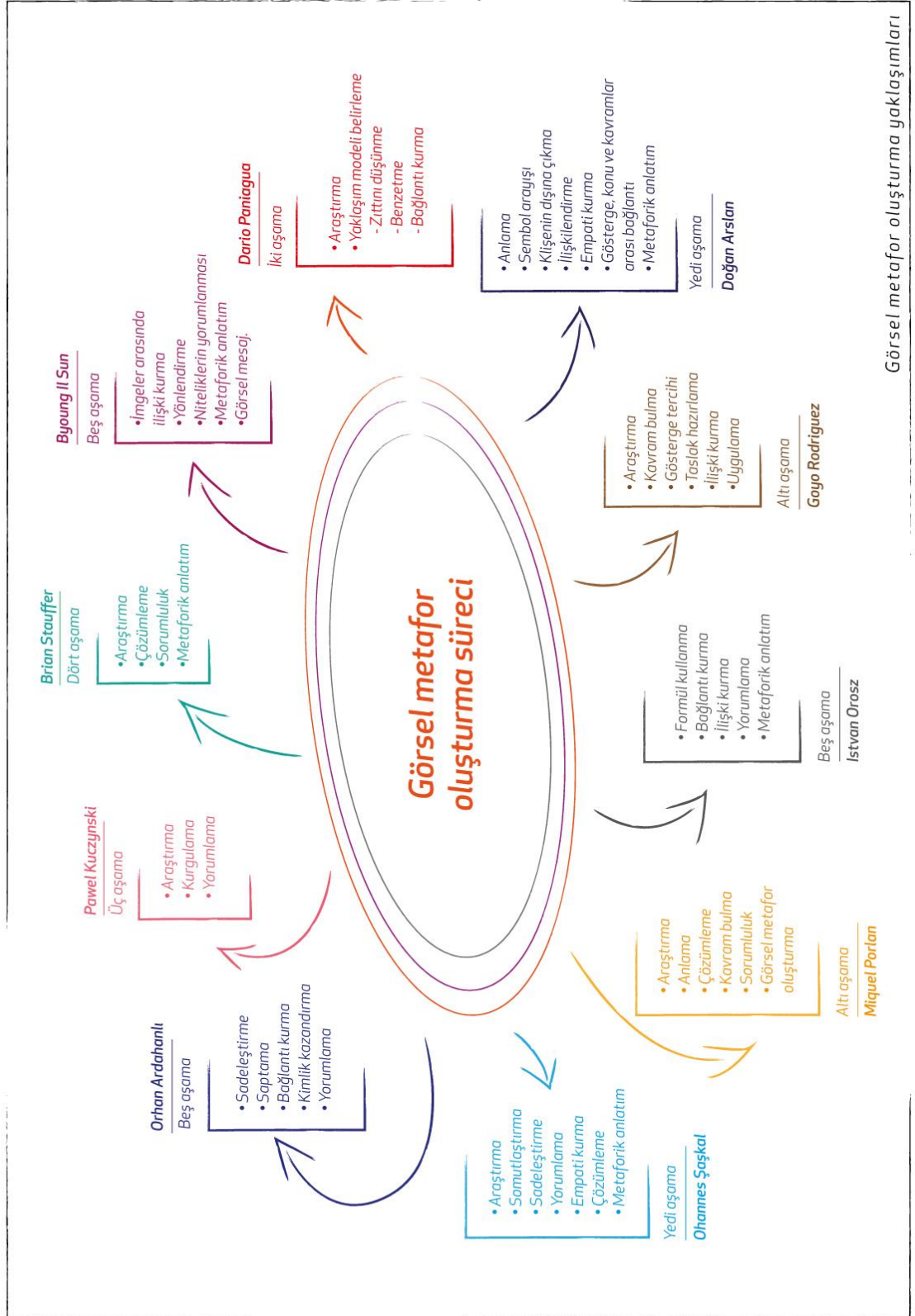
Genel olarak sürecin adımları şu şekildedir: İlk olarak “kavram oluşturma (amaçlanan konu için gerekli anahtar kavramın oluşturulması, örneğin eserdeki ana kavram “kısır döngü” olarak belirlenmiştir), daha sonra kavrama uygun görselleştirme denemeleri ve son olarak görselleştirme için doğru kompozisyon ve doğru açıların oluşturulması olduğunu söyleyebilirim.”



Görsel 26. Otorite ve Devrim, Pawel Kuczynski.

Pawel Kuczynski'nin görsel **metafor oluşturma yaklaşımı** eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere otorite ve devrim ilgili olarak bir kavram (kısır döngü) belirlenmiş, “dünyayı değiştirmek için sarf edilen sonsuz süreci” ana fikir olarak ele alınmış ve uygun göstergeler ile kompozisyon oluşturulmuştur. Pawel Kuczynski'nin kendi eseri üzerinden **metafor oluşturma sürecine** ilişkin olarak ifadeleri incelendiğinde görsel metafor oluşturma süreci; **araştırma ve kurgulamadan** sonra **yorumlamalar** yaparak görsel metafor tasarladığı görülmektedir.

Pawel Kuczynski'nin eseri metafor türlerine göre ele alındığında hedefteki kavram, kaynağı oluşturan kavramın aracılığı ile anlaşılmaktadır. Burada kaynak kavramın (devrim) somut olduğu, hedefteki kavramın (kısır döngü) soyut olduğu dikkate alındığında eserin yapısal metafor türüne örnek gösterilebileceği söylenebilir. Bununla beraber eser, metafor sınıflandırmalarına göre ele alındığında, heykel ve insanların bir arada kullanıldığı görülmektedir. Dolayısı ile görsel yapı bağlamında “yan yana görsel kullanma” ile karşılaşılmaktadır. Anlam işlemi kapsamında ele alındığında ise heykelin bir değirmene benzetilmesi ile “benzerlik” oluşturma yaklaşımından bahsedilebilir. İllüstratif metaforlarda daha detaylı ve daha çok figürün bir arada kullanılarak görsel metaforun oluşturulmasının sıkça karşılaşılan bir durum olduğu anlaşılmaktadır. Buna rağmen her ne kadar fazla figürlerin kullanıldığı görülse de eserdeki metafor tamamen heykelin değirmene benzetilmesi ile oluşturulmuştur. İnsanlar ise hem bu pervanenin dönüş hareketini oluşturan figürler, hem de kavramın ana temasını belirleyen figürler olarak kullanılmışlardır.



Görsel metafor oluşturma yaklaşımları

Şekil 4. Görsel Metafor Tasarlama Süreçleri

4. BÖLÜM

GÖRSEL METAFOR UYGULAMALARI

Görüşme yapılan tasarımcıların araştırma kapsamında hazırlanan sorulara verdikleri yanıtlar incelendiğinde, tasarımcılar arasında birtakım benzerlikler ve farklılıkların olduğu görülmüştür.

Görsel metafor oluşturmada tasarımcıların benzer yaklaşımları incelendiğinde, tasarımcıların hepsinin sürece öncelik olarak araştırma yaparak ve işleyecekleri konuyu derinlemesine analiz ederek ana fikir belirledikleri görülmektedir. Daha sonra belirlenen ana fikir için kavramlar oluşturularak, oluşturulan kavramlara uygun olabilecek göstergeleri seçmektedirler. Seçilen göstergeler arasında, bağlantı kurma, benzerlik ve zıtlık oluşturma yaklaşımları ile göstergeler yeni bir yoruma kavuşturularak görsel metaforlara dönüştürülmektedirler.

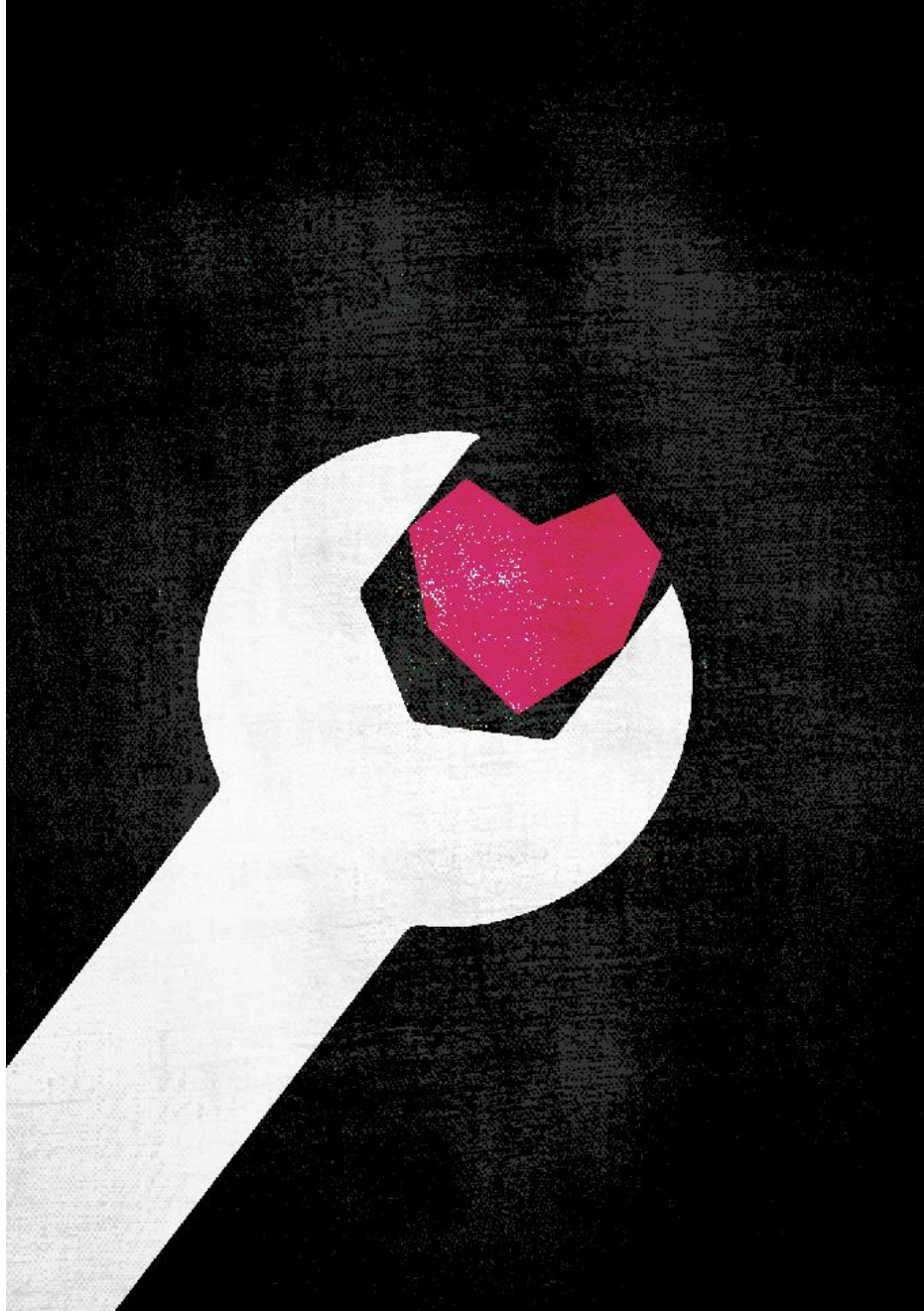
Tasarımcılardan bazılarında ise görsel metafor oluşturmada herhangi bir konuyu veya kavramı araştırıp üzerinde çalışmak yerine, doğrudan herhangi bir göstergelyi ele alarak göstergelyi sezgisel olarak yeniden yorumlayıp görsel bir mesaja dönüştürmektedirler. Burada tasarımcı herhangi bir kavrama bağlı kalmaksızın, seçtiği gösterge üzerinden sezgisel olarak birtakım benzerlikler oluşturularak görsel metaforunu hazırlamaktadır. Örneğin Dario Paniagua bazı durumlarda rastgele seçmiş olduğu göstergeleri sezgisel olarak yorumladığını ve karşılaştığı görsel sonuca göre oluşturduğundan bahsetmektedir.

Görsel metafor oluşturmada tasarımcıların farklı yaklaşımları incelendiğinde, kimi tasarımcının kendine özgü belirli aşamalar ile bu süreci gerçekleştirdiği görülürken, kimi tasarımcıların ise belli yapılar üzerinden kavramları görselleştirdikleri görülmektedir. Örneğin Istvan Orosz, görsel metaforlarını genel olarak Mobius Şeridi'ni veya iç-dış etkisi olarak tanımladığı açı farklılıklarını temel alarak hazırlarken, Byoung Il Sun, altı farklı adım üzerinden (imgeler arasındaki bağlantı/ilişki, Yönlendirme, Niteliklerin yorumlanması (objeler arasındaki bağlantı), Metafor, Anlatım (uygulama biçimi), Mesaj) görsel metaforlarını oluşturmaktadır.

Tasarımcıların yukarıda sözü edilen yaklaşımları da dikkate alınarak araştırma, kavram belirleme, çözümlenme, gösterge belirleme, ilişki kurma, kurgulama ve metaforik mesaj oluşturma süreçleri işletilerek uygulama çalışmaları hazırlanmıştır.

Çalışmanın bu aşamasında araştırmacının deneyimleri ve kendi tasarım sürecine ilişkin görüşleri, günlükleri aracılığıyla yine araştırmacının kendisi tarafından aktarılmaktadır. Bu nedenle 1. tekil şahıs olarak araştırmacının, tasarımcı kimliği kendi cümleleri ile ortaya konulmaktadır.

İşini Sev Başlıklı Afif



Uygulama 1. İşini Sev

Okuduğum başarı hikâyelerinde sürekli olarak başarısızlıklar ve zorluklarla karşılaşan girişimcilerin hayat hikâyeleri ve başarı yolculuklarından fazlasıyla etkilenmiş olmam “işini sev” isimli görsel tasarımın oluşturulmasını sağladığını söyleyebilirim. Özellikle Steve Jobs, Jack Ma, Walt Disney, Sundar Pichai, Elon Musk, Socihora Honda, Selçuk Bayraktar, Eren Bali gibi isimlerin hikâyeleri “işini sev” ana fikrini oluşturmamda yardımcı oldular. Başarının engeller, sınırlandırmalar, hatalar ve benzeri zorluklara karşı işini severek çalışmayla elde edilebileceğine ilişkin karşılaştığım ilham verici hikâyeleri 20-25.02.2019 tarih aralığında detaylı olarak araştırdıkça başarının en önemli anahtarının “işini sevmek” olduğunu bir kez daha benimsedim.

Araştırmalarım neticesinde ‘işini sev, işini severek yap’ kavramını görselleştirmek adına hangi göstergeleri kullanmam gerektiğini ve bu göstergeler arasındaki ilişkiyi nasıl oluşturabileceğime yönelik edindiğim bilgi ile 26.02.2019 tarihinde taslaklar hazırladım. İş denince akla ilk gelen göstergeler olarak, baret, pense, çekiç, İngiliz anahtarı, somun vb. olarak ve sevgi, sevmek gibi kavramlar için ise soyut kalp formunu bir listede not aldım. Daha sonra İngiliz anahtarı ve kalp formunu tercih ederek aralarında bir ilişki kurmayı denedim. Bu ilişkide İngiliz anahtarının en çok birlikte kullanıldığı somunun yerine ‘kalbi somuna benzeterek’ kullanmaya karar verdim. Geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 5 gün, uygulama ise 2 saat sürmüştür.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiğinde sevgi (soyut) kavramı somutlaştırılarak yapısal metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında ise bağlantı kurma yaklaşımlarının olduğu görülmektedir.

Evlilik Teklifi Başlıklı Afif



Uygulama 2. Evlilik Teklifi

Evlilik Teklifi afişi ile ilgili olarak ulusal yayın yapan televizyon kanallarında ve dijital yayın mecralarında yoğun olarak karşılaştığım, kadına yönelik şiddet, erkek egemen aile ilişkileri, aile ilişkilerinde kadınların karşılaştığı zorluklar ve benzeri birtakım problemler dikkatimi çeken konulardı. 22.06.2019 günü bu konuyu ele almaya karar vererek yaptığım araştırmalarda bazı evliliklerin kadınlara yönelik kurulmuş bir tuzak olduğu kanısına vardım.

Tüm bu olumsuz tabloların başlangıç noktası olan ‘evlilik teklifi’ eylemini nasıl bir görsel metafor ile oluşturup bu olumsuz durumu anlatabileceğimi düşünerek 23.06.2019 tarihinde konuyu araştırmaya başladım. Evlilik için, yüzük, gelinlik, damatlık, duvak gibi göstergeler ve tuzak için kapan, kilit, çukur vb. göstergeler belirledim. Bugün bu belirlediğim göstergeler üzerinden kendi yaklaşımım ile bu olumsuz durumu anlatmaya karar verdim.

24.06.2019 tarihinde, belirlediğim göstergeler üzerinden herkes tarafından çok kolay bir biçimde anlaşılabilir olan yüzük kutusu görseli ile tuzak kavramı arasındaki ilişkiyi oluşturmak adına taslaklar hazırladım. Hazırladığım taslaklarda yüzük kutusuna kapan dişlileri ekleyerek kutuyu bir kapana benzettim. Böylece tuzak ve evliliğin bir arada görselleştirildiği bir görsel metafor geliştirmiş oldum. Geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 2 gün, uygulama ise 1 saat sürmüştür.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiğinde tuzak kavramı somutlaştırılarak varlıksal metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında birleştirme, anlam işlemi bağlamında ise benzerlik oluşturma yaklaşımları ile oluşturulmaya çalışılmıştır.

Eğitim Sistemi Başlıklı Afif



Uygulama 3. Eğitim Sistemi

Öğrencilerin birbirleri ile yarıştırlarak bir çıkmaz içinde oldukları, dünyanın birçok ülkesinde benzer durumların varlık gösteriyor olmasına yönelik 25.07.2019 tarihinde okuduğum bir köşe yazısından etkilenerek öğrencilerin içinde buldukları koşulları detaylı olarak incelemeye başladım.

Bu koşulları derinlemesine araştırdığımda karşılaştığım birtakım ortak sorunların olduğunu fark ettim. Ancak en çok dikkatimi çeken konu birbirleri ile yarış durumunda olup, bir çıkmazın içinde olmalarıydı. Buradan hareket ile 26.07.2019 tarihinde öncelikle konu için ana fikri (hedefi olmayan yarış) belirledim. Sonrasında bu fikrin hangi göstergeler ile yansıtılabileceğine yönelik bir arayış içine girdim.

Eğitim denilince birçok farklı görsel akla gelebiliyor. Örneğin kalem, defter, kitap vb. Fakat bu tür göstergeler afiş çalışmalarında sıklıkla kullanıldıkları için biraz daha farklı ya da daha az kullanıldığını düşündüğüm keş kullanmaya karar verdim. Keş ile 'hedefi bilinmeyen yarış' ana fikrini görselleştirebilmek için yaptığım araştırmalarda, çıkışı olmayan, engelleri olan, hedefin bulunmasında zorlukları olan 'labirent' görselini kullanmaya karar verdim. Daha sonra bu iki görsel arasında bir ilişki kurarak öğrencilerin yani eğitim sisteminin içinde bulunduğu durumu görsel metafor olarak geliştirmiş oldum. Görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 2 gün, uygulama ise 2 saat sürmüştür.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiğinde, çıkmaz ve yarış kavramları somutlaştırılarak varlıksal metafor türüne örnek olarak ve labirent içinde farklı yönlere doğru koşan öğrenciler de dikkate alındığında yönelimsel metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında birleştirme, anlam işlemi bağlamında ise bağlantı kurma yaklaşımları ile oluşturulmaya çalışılmıştır.

Sahte Haber Başlıklı Afişler



Uygulama 4. Sahte Haber

Sosyal paylaşım alanlarında, haber kanallarında ve gazetelerde bazı haberlerin bilinçli olarak insanlar üzerinde algı yönetimi oluşturmak amacıyla çarpıtılarak servis ediliyor olmaları beni bu konu üzerinde çalışmaya teşvik ettiğini söyleyebilirim.

19.05.2020 tarihinde, bu tür haberlerin toplumları nasıl etkilediği, bireylerin üzerinde ne tür etkiler oluşturduklarını araştırdıkça tuzak, tehlike ve bilgi kirliliği oluşturduklarını fark ettim. Sonrasında yaptığım birtakım okumalar ile elde ettiğim bilgilerde bu tür haberlerin tamamen toplumların yaşam biçimlerini etkilediğini anladım ve bu durumun etkili bir biçimde görsel metafor üzerinden nasıl anlatabileceğimi düşünerek gösterge arayışına giriştim.

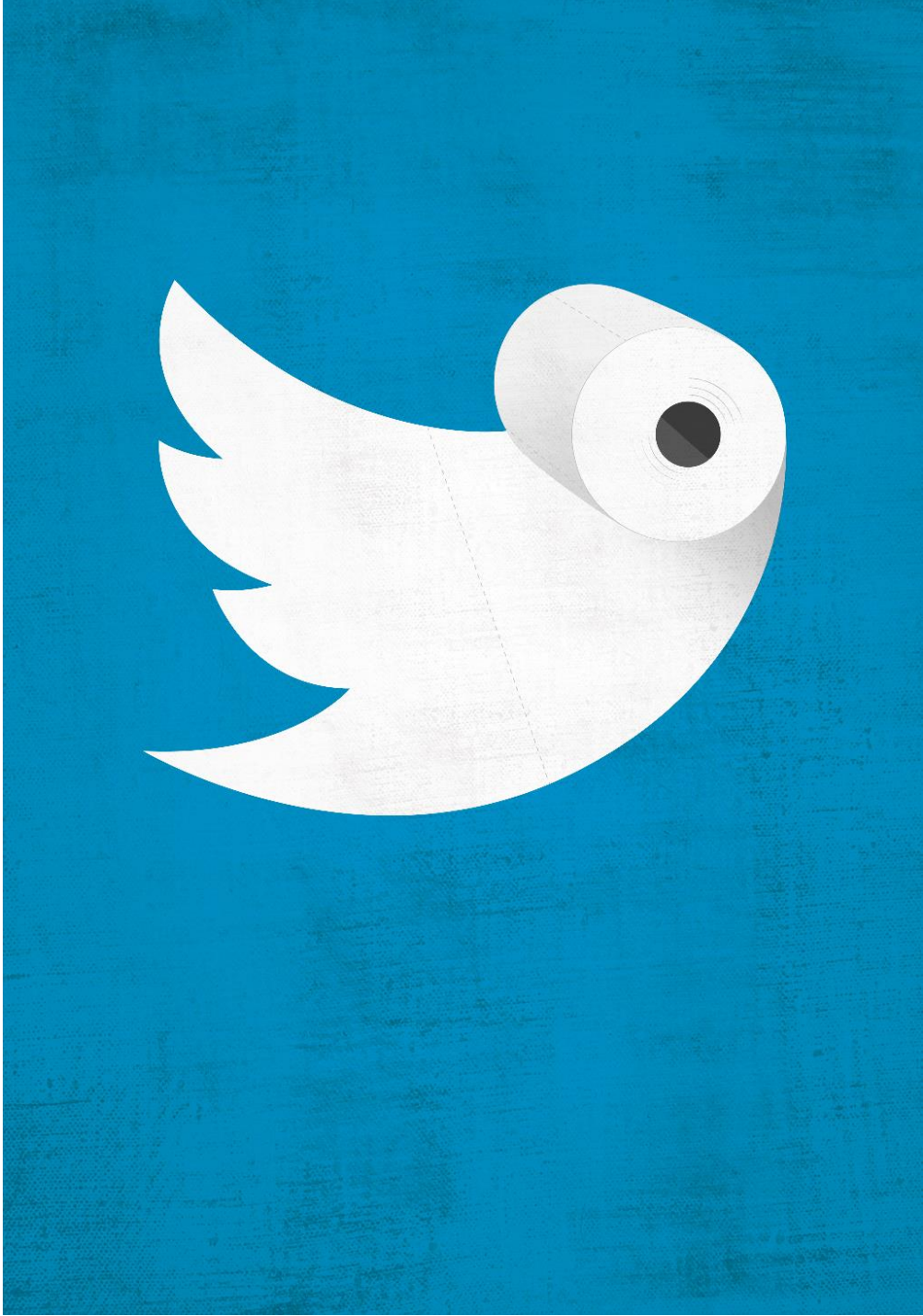
20.05.2020 tarihinde, sahte haberlerin birer tuzak ve tehlike arz ettikleri düşüncesinden hareketle Uygulama 4 için tuzağın göstergesi olabilecek ‘kanca’ ve haberin göstergesi olabilecek mikrofon görselleri arasında bir ilişki kurarak görsel metaforu hazırladım. Görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 gün, uygulama ise 5-6 saat sürmüştür.



Uygulama 5. Sahte Haber

Sahte haberlerin toplumları yanlış bilgilerle zehirlediği düşüncesinden hareketle yılan dili ve haberin göstergesi olarak dolma kalem ucu kullanmaya karar vererek 21.05.2020 tarihinde, Uygulama 5'i hazırladım. Geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 saat, uygulama ise 2-3 saat sürmüştür.

Bilgi Kirliliği Başlıklı Afişler



Uygulama 6. Bilgi Kirliliği

22.05.2020 tarihinde, Uygulama 6' da sosyal medyaya paylaşılan haberlerin bilgi kirliliği oluşturduklarına yönelik, sosyal medya için gösterge olarak twitter kuşu ve haberin önemsiz ve değerersiz oluşunu da tuvalet kâğıdı üzerinden anlatmaya çalışarak twitter kuşu ile tuvalet kâğıdı arasında bir ilişki kurarak görsel metaforu

oluşturdum. Geliştirilen görsel metaforun hazırlanmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 gün, uygulama ise 7-8 saat srmştir.

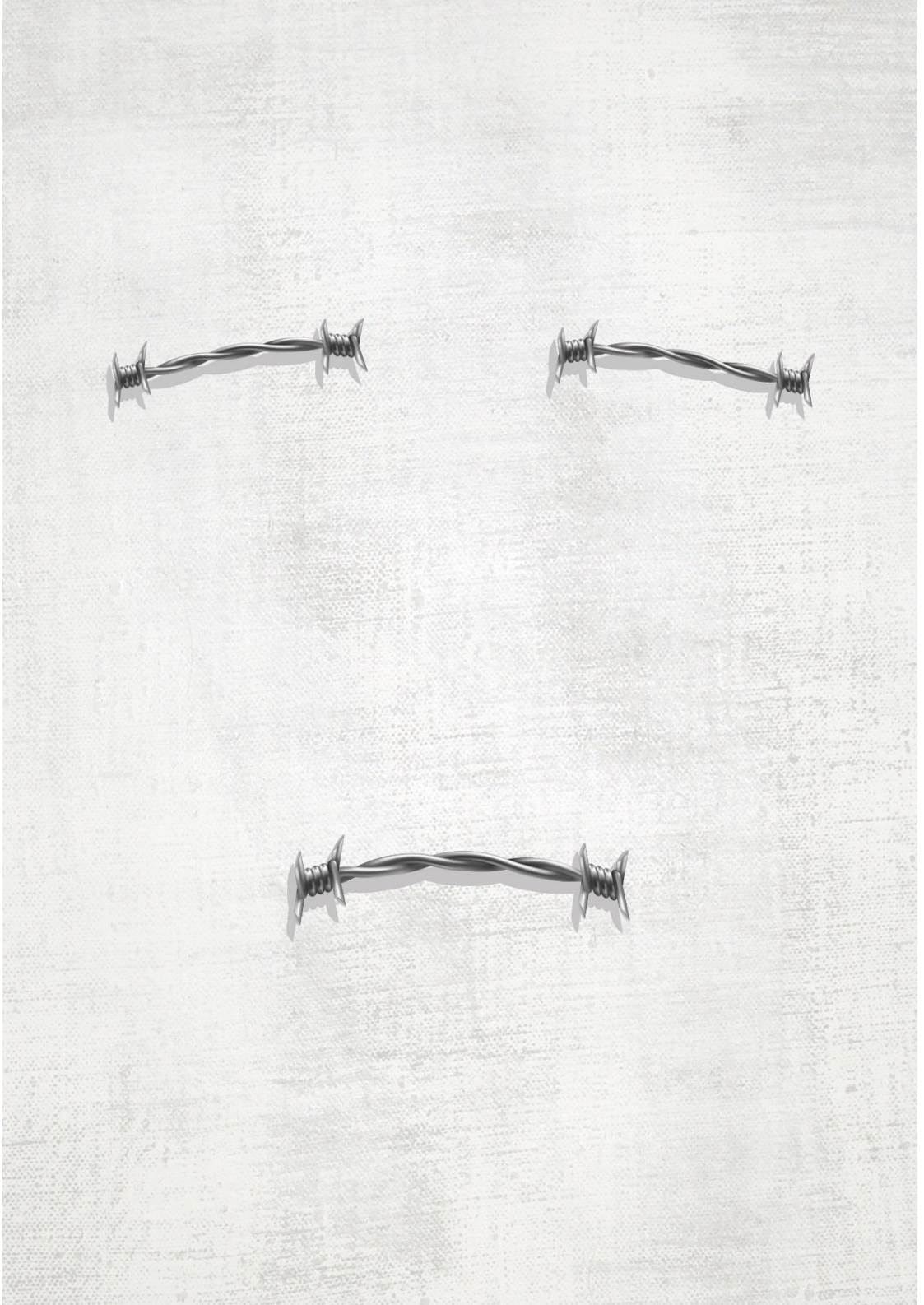


Uygulama 7. Bilgi Kirliliği

23.05.2020 tarihinde, Uygulama 7' de herhangi bir olayın duyurusunu yapmak için kullanılan megafon ile yine bilgi kirliliğini ifade edebilmek adına çöp tenekesini kullanarak megafon ile çöp tenekesi arasında ilişki kurarak görsel metaforu geliştirdim. Görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 4-5 saat, uygulama ise 5-6 saat sürmüştür.

Eserler metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde tehlike, tuzak ve bilgi kirliliği kavramlarının somutlaştırılmasıyla yapısal metafor türüne örnek olabilecekleri söylenebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre incelendiklerinde uygulamaların hem görsel yapı hem de anlam işlemi bağlamında aynı niteliklere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Görsel yapıda dördü de birleştirme ve anlam işlemi bağlamında dördünde de benzerlik oluşturma ve bağlantı kurma yaklaşımları ile oluşturuldukları söylenebilir.

İfade Özgürlüğü Başlıklı Afişler



Uygulama 8. İfade Özgürlüğü

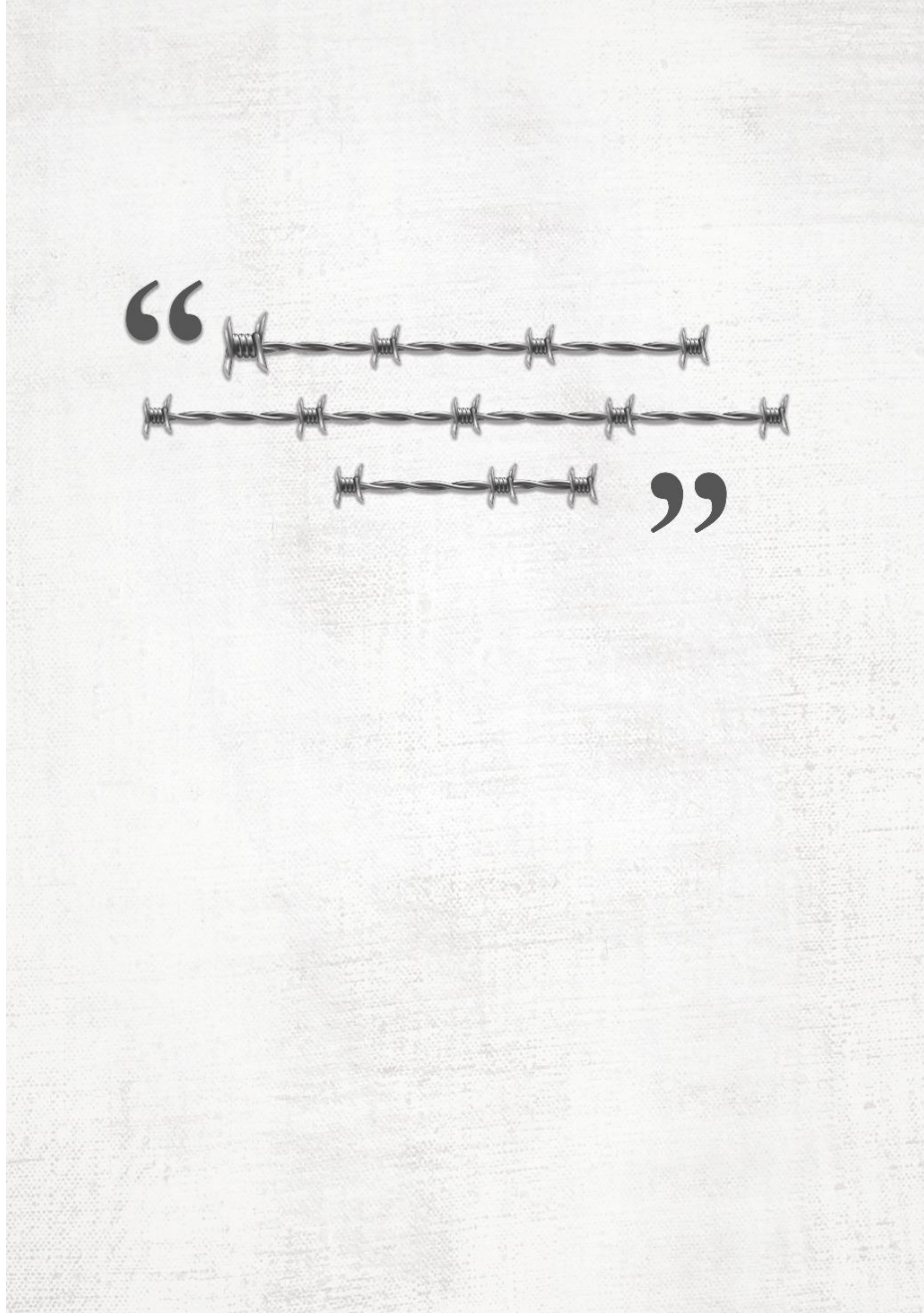
İfade Özgürlüğü afişleriyle ilgili olarak dünya genelinde birçok ülkede sıkça karşılaşılan ve kronik bir sorun haline gelen ifade özgürlüğü konusu bu afişleri hazırlamamın en önemli nedeni idi.

İnsanların düşüncelerini, fikirlerini ve görüşlerini özgürce ifade edemiyor olmaları veya ifade ettikten sonra karşılaştıkları sorunların toplumlar üzerinde yarattığı travmaları çıkış noktası olarak ele aldım.

21.03.2020 tarihinde, ifade özgürlüğü ile ilgili olarak yaptığım araştırmalarda düşüncelerini ifade eden veya edemeyen bireylerin yaşadıkları sorunları görselleştirerek somut bir biçimde ortaya koymaya çalıştım.

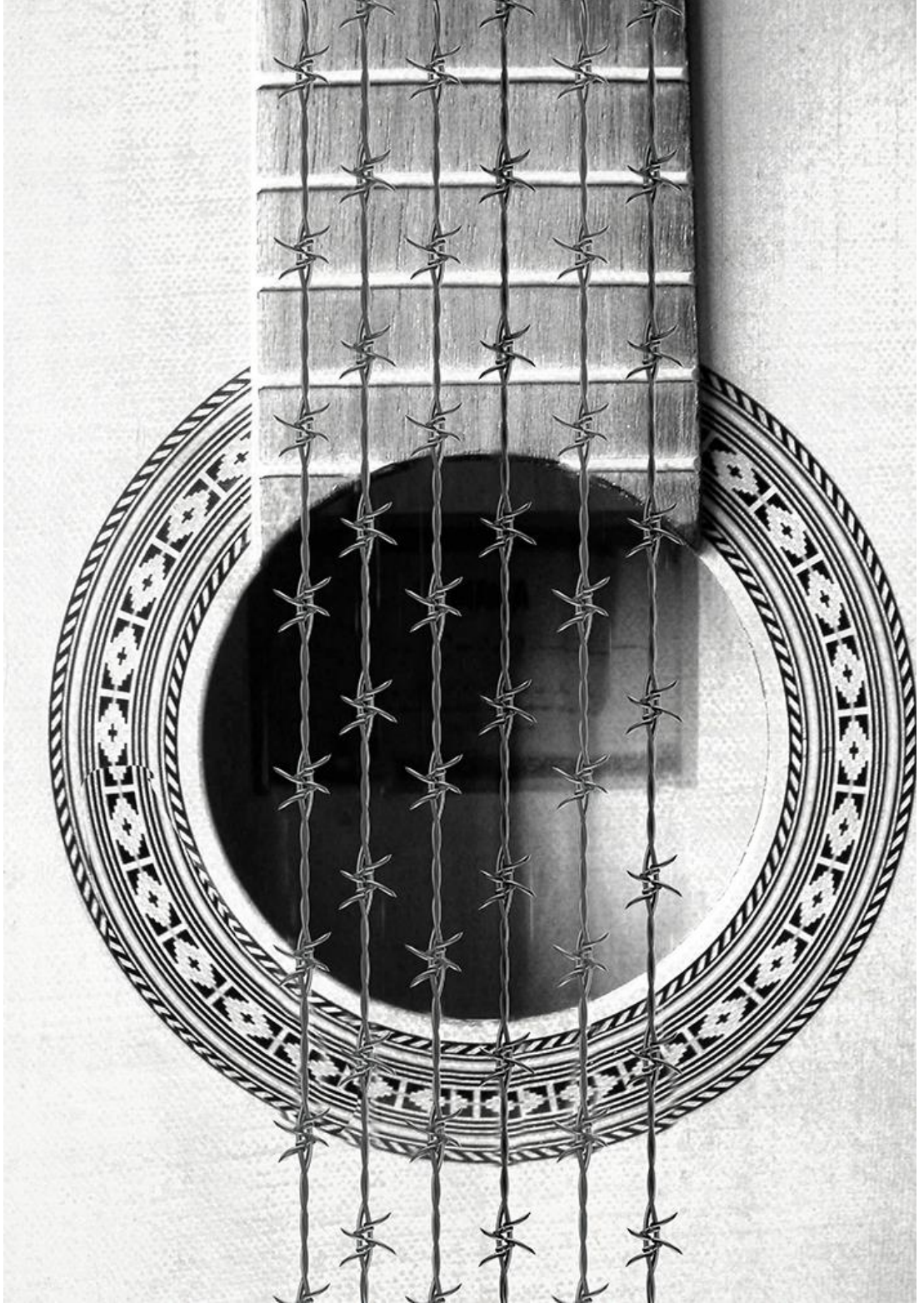
22.03.2020 tarihinde, yaptığım araştırmalar neticesinde iki tür durumla karşılaştım. Birincisi düşüncelerini ifade edemeyenler, ifadeleri sansürlenmiş, kısıtlanan bireyler, ikincisinde ise düşüncelerini ifade eden bireylerin birtakım sıkıntılı süreçler yaşamalarıydı. Bu iki durum için öncelikle ana fikirleri belirledim. Örneğin 8., 9. ve 10. çalışmada ifadeleri sansürlenmiş ve kısıtlanan bireyler, 11. çalışmada ise ifadesini beyan eden bireylerin zorlu bir süreç içinde bulduklarına yönelik birtakım notlar aldım. Burada 'kısıtlanma ve cezalandırılma' kavramlarını belirleyerek taslaklar hazırladım. Taslakları hazırlarken bu iki kavram için 'engeli' temsil edebilecek sınır tellerini, cezalandırmayı temsil edebilecek 'girdaba girmiş bireyi' göstergeler olarak kullandım.

23.03.2020 tarihinde, Uygulama 8' de düşüncelerini ifade edemeyen bireyler için ağız ve gözlerini sınır telleri ile oluşturarak görsel metaforu hazırladım. Geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 gün, uygulama ise 2-3 saat sürmüştür.



Uygulama 9. İfade Özgürlüğü

24.03.2020 tarihinde, Uygulama 9' da ifadesi sansürlen ve kısıtlanan bireylerin ifadelerini sınır telleri ile oluşturarak görsel metaforu hazırladım. Geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 gün, uygulama ise 2-3 saat sürmüştür.



Uygulama 10. İfade Özgürlüğü

25.03.2020 tarihinde Uygulama 10' da ifadelerini sanatsal yollarla belirten bireylerin sansürlenmesi ve kısıtlanmasını enstrümanın tellerini sınır telleri ile

oluşturarak görsel metaforu hazırladım. Geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 gün, uygulama ise 11-12 saat sürmüştür.



Uygulama 11. İfade zgrlg

26.03.2020 tarihinde, Uygulama 11’de düşüncelerini beyan eden bireylerin karşılaştıkları zorlu süreci düşünce balonu ile girdabı ilişkilendirerek görsel metaforu hazırladım. Geliştirilen görsel metaforların oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 gün, uygulama ise 7-8 saat sürmüştür.

Eserler metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde yasak, engel ve cezalandırma kavramlarının somutlaştırılmasıyla hem varlıksal hem de yapısal metafor türlerine örnek olabilecekleri söylenebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre incelendiklerinde uygulamaların hem görsel yapı hem de anlam işlemi bağlamında aynı niteliklere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Görsel yapıda dördü de birleştirme ve yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında dördünde de benzerlik oluşturma ve bağlantı kurma yaklaşımları ile oluşturuldukları söylenebilir.

Covid-19 Başlıklı Afişler



Uygulama 12. Covid-19 / Alarm

Covid-19 hakkında 2020 yılı Mart ayında dünya genelinde birçok ülkede hızla yayılmaya başlayan salgın hastalık ile ilgili hastalıktan korunmaya yönelik yapılan öneriler dikkatimi çekmişti ve 11.03.2020 tarihinde bu önerileri önemseyerek amaçladığım mesajları görselleştirmeye başladım.

12.03.2020 tarihinde, salgın hastalığın hızla yayılmaya başladığı ile ilgili olarak birçok haber mecrasında yayınlar yapıldı. Hastalığın ciddi boyutlarda tehlike arz ettiği, bulaşıcılık oranının diğer bulaşıcı hastalıklara nazaran daha ağır seyrettiğine yönelik açıklamalar yapıldı. Bu durumu görselleştirmek ve bir uyarı oluşturmak adına belirlediğim ‘tehlike çanları’ ana fikrini görselleştirmeye karar verdim. Bunun için gösterge olarak çan ve Corona’nın mikroskopik görüntüsünü kullanmaya karar verdim. Burada Corona’nın görüntüsünü çanın topu olarak kullanarak görsel metaforu oluşturdum. Uygulama 12 için geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 saat, uygulama ise 1-2 saat sürmüştür.



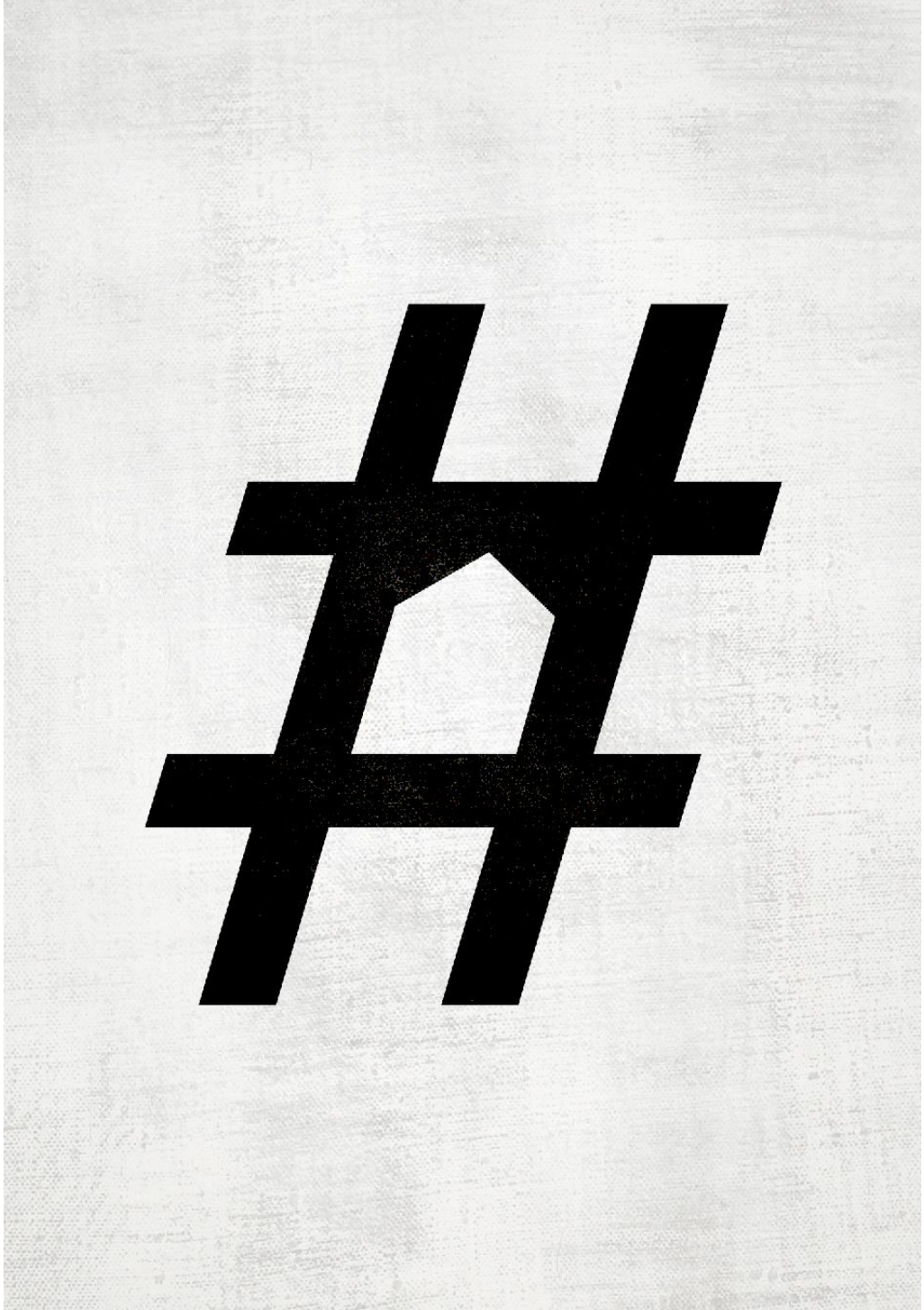
Uygulama 13. Covid-19 / Seyahatler Ölümlere Neden Oldu

Salgın hastalığın yayılmasında en önemli nedenlerden birinin de seyahatler olduğu söylenmişti. Ülkelerin sınır kontrolleri ile ilgili birtakım uyarılar yapılmıştı. 17.03.2020 tarihinde buradan hareket ile seyahat için gösterge olarak bavulu, hastalığın ölümcül oluşuyla ilgili de tabutu ilişkilendirerek görsel metaforu hazırladım. Uygulama 13 için geliştirilen görsel metaforun oluşturulmasında araştırma ve zihinsel süreç 1 saat, uygulama ise 1-2 saat sürmüştür.



Uygulama 14. Covid-19 / Evde Kal Güvende Kal

Hastalığın önlenilmesine yönelik birçok öneriler ve zorunluluklar getirildi. Günlük hayatımız için yeni normaller olarak adlandırılan, maske kullanımı, zorunlu olmadıkça evden çıkılmaması, hatta bazı belediyeler tarafından insanların evlerinde sıkılmamaları için kitaplar dağıtılması gibi gelişmeler oldu. Bu gelişmelerden hareketle 26.03.2020 tarihinde uygulama 14, 15 ve 16 için araştırmalar yapmaya başladım. Evde Kal toplumsal hareketini temel alarak öncelikle ‘evde kal, güvende kal’ ana fikrini görselleştirmek için taslaklar hazırlamaya başladım. Asma kilit ile güvenliği ve bu güvenliğin evde olacağını anlatmak adına kilit ile ev arasında ilişki kurarak uygulama 14’ü hazırladım. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 4-5 saat, uygulama süreci ise 1 saat sürdü.



Uygulama 15. Covid-19 / Evde Kal Sosyal Medya Duyurusu (Hashtag).

Evde Kal hareketine istinaden sosyal medyada sıklıkla paylaşımların yapıldığı sırada, 27.03.2020 tarihinde sosyal medya için gösterge olarak hashtag ile ev formunu bütünleştirerek uygulama 15 için görsel metaforu hazırladım. Çalışmada araştırma ve zihinsel süreç 3-4 saat, uygulama süreci ise 30-40 dakika sürdü.



Uygulama 16. Covid-19 / Evde Kal Kitap Oku

Bazı belediyelerin Evde Kal Kitap Oku hareketini dikkate alarak 28.03.2020 tarihinde uygulama 16' da hastalık için gösterge olarak maske ile etkinliğin göstergesi olarak kitap arasında ilişki kurarak görsel metaforu hazırladım. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 3-4 saat, uygulama süreci ise 1-2 saat sürdü.



Uygulama 17. Covid-19 / Sağlık Savaşıları

11.04.2020, Bugün salgın hastalıkla en çok mücadele eden sağlık çalışanlarının özverili çalışmalarının neticesi olarak salgının ülkemizde azalmaya başladığına yönelik haberler duyuruldu. Sağlık alışanları için teşekkür gösterileri düzenlemeye başladı. Buradan hareketle sağlık çalışanları için gösterge olarak stetoskop ve mücadelenin göstergesi olarak boks eldivenleri arasında bir ilişki kurarak görsel metaforu hazırladım. Çalışmada zihinsel süreç 6-7 saat uygulama süresi ise 3-4 saat sürdü.

Eserler metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde Tehlike anı, ölüm, güvenlik, duyuru, öneri ve mücadele kavramlarının somutlaştırılmasıyla hem varlıksal hem de yapısal metafor türlerine örnek olabilecekleri söylenebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre incelendiklerinde uygulamaların hem görsel yapı hem de anlam işlemi bağlamında aynı niteliklere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Görsel yapıda tüm çalışmalarda birleştirme ve yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında da benzerlik oluşturma ve bağlantı kurma yaklaşımları ile oluşturuldukları söylenebilir.

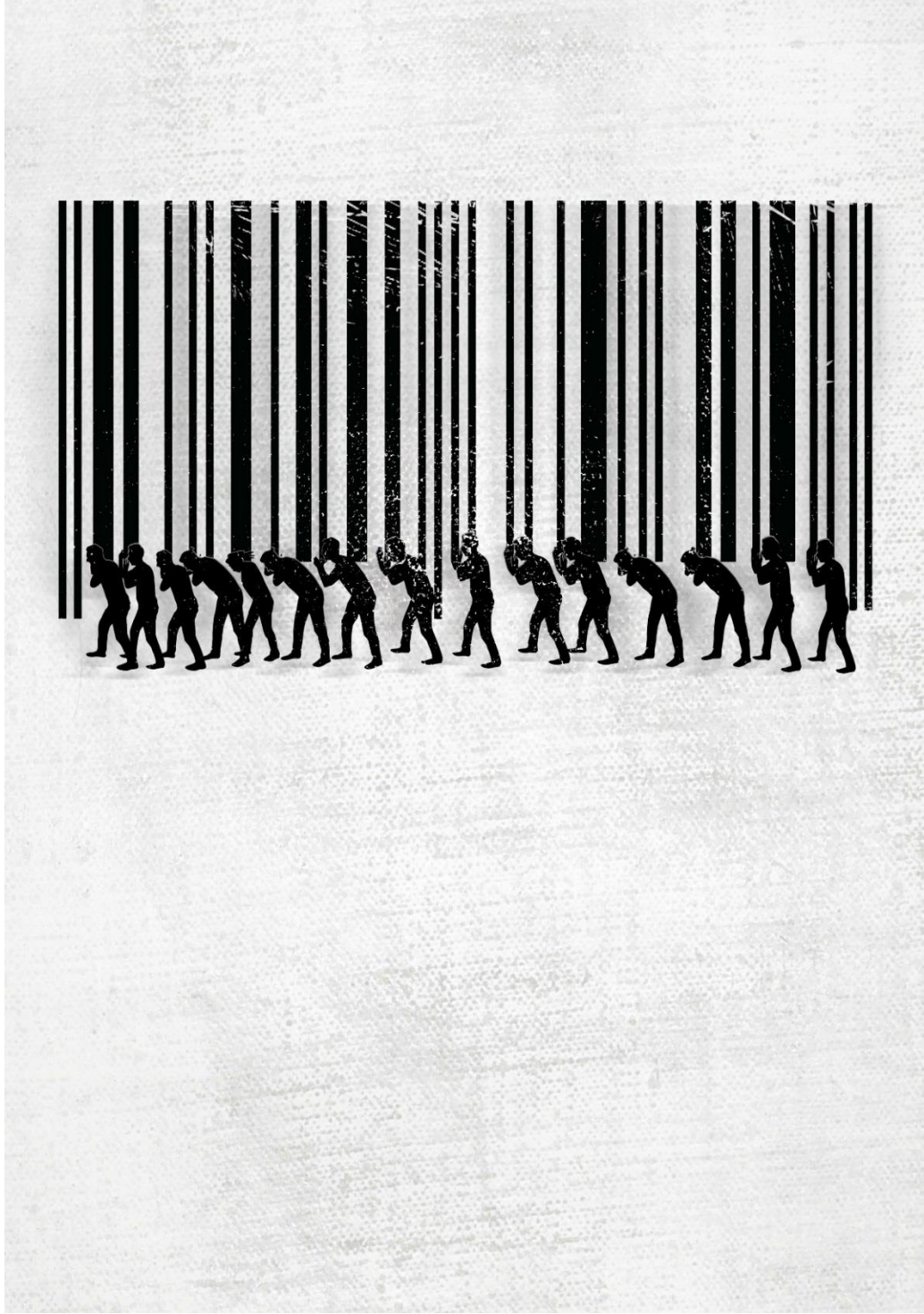
Kapitalizm Başlıklı Afişler



Uygulama 18. Kapitalizm

Kapitalizm afişleriyle ilgili olarak 19-21.05.2020 tarihlerinde etraflıca yaptığım araştırmalarda toplumların tüketime yönlendiriliyor olmaları ve tüketimi kültürel bir durum olarak toplumlara empoze etme çabasında olan sistemin, hedef kitlelere ulaşımını yine görsel mesajlar üzerinden ikna çabası içinde gerçekleştiriyor olmaları bu konu üzerinde araştırma yapmamın gerekçisi olarak söylenebilir.

22.05.2020 tarihinde, Uygulama 18'de ekonomik yükselişini toplumlara dayatılan tüketim üzerinden sağlayan kuruluşların tüketicileri birer 'av' olarak görüyor olmalarını kendi perspektifimden yansıtmaya çalıştım. Ekonomi için gösterge olarak yükselen oklar, av için ise timsah görsellerini kullanarak görsel bir mesaj oluşturmaya çalıştım. Ekonomi çizgilerini timsahın dişlerinin yerine kullanarak görsel metaforu oluşturdum. Ağzını açmış timsahın ise yükselen ekonomik gücü ile avını bekleyen bir ikon olarak yansıtmaya çalıştım. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 1 gün, uygulama süreci ise 8-9 saat sürdü.



Uygulama 19. Kapitalizm

23.05.2020 tarihinde, Uygulama 19' da tüketime zorlanan toplumların bir süre sonra tüketimin kölesi haline getirildiklerini yansıtmaya çalıştım. Burada tüketimin göstergesi olarak barkodu ve bu barkodun çizgilerini sırtlayıp taşıyan insanları bir kompozisyon kurarak görsel metaforu oluşturdum. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 1 gün, uygulama süreci ise 11-12 saat sürdü.

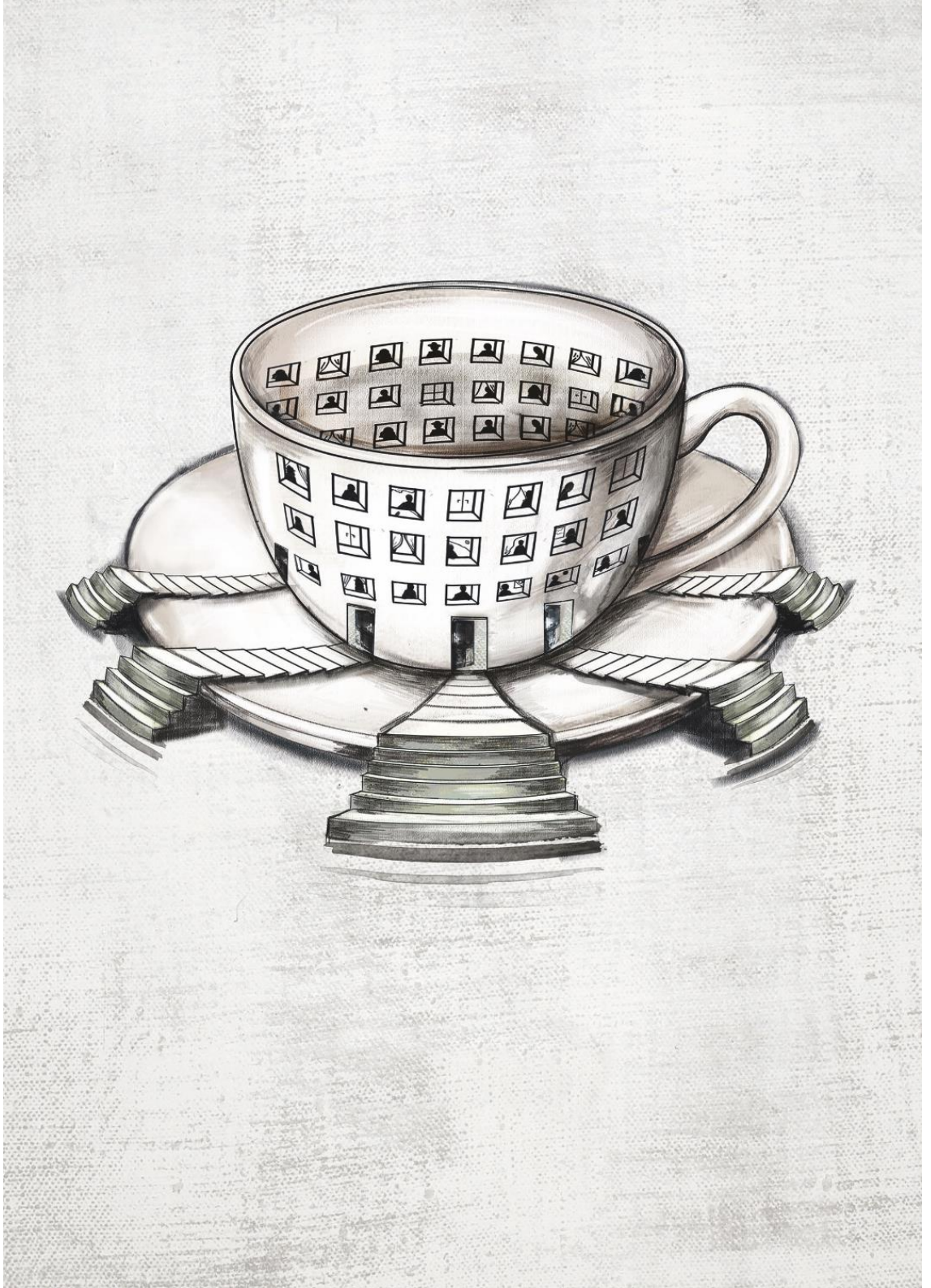


Uygulama 20. Kapitalizm

24.05.2020 tarihinde, Uygulama 20' de toplumların tüketimin artık tamamen bir parçası olduklarını, tükettikçe var olabileceklerine inandırıldıkları, tüketimin içinde varlıklarını sürdürebildikleri ana fikirlerinden hareket ile tüketimin göstergesi olarak alışveriş arabası ve bu arabanın bir yaşam alanına benzetilerek ve de insanlar ile bir kompozisyon oluşturularak görsel metaforu geliştirdim. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 1 gün, uygulama süreci ise 6-7 saat sürdü.

Eserler metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde tüketim, av ve köleleştirme kavramlarının somutlaştırılmasıyla hem varlıksal hem de yapısal metafor türlerine örnek olabilecekleri söylenebilir. Ayrıca uygulama 18 ve 19' da timsahın ağzının yukarı doğru olması, barkod çizgilerini taşıyan insanların sola doğru bir hareket halinde olmaları da yönelimsel metafora örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre incelendiklerinde uygulamaların hem görsel yapı hem de anlam işlemi bağlamında aynı niteliklere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Görsel yapıda tüm çalışmalarda birleştirme ve yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında da benzerlik oluşturma ve bağlantı kurma yaklaşımları ile oluşturuldukları söylenebilir.

Misafirperver Türkiye Başlıklı Afişler

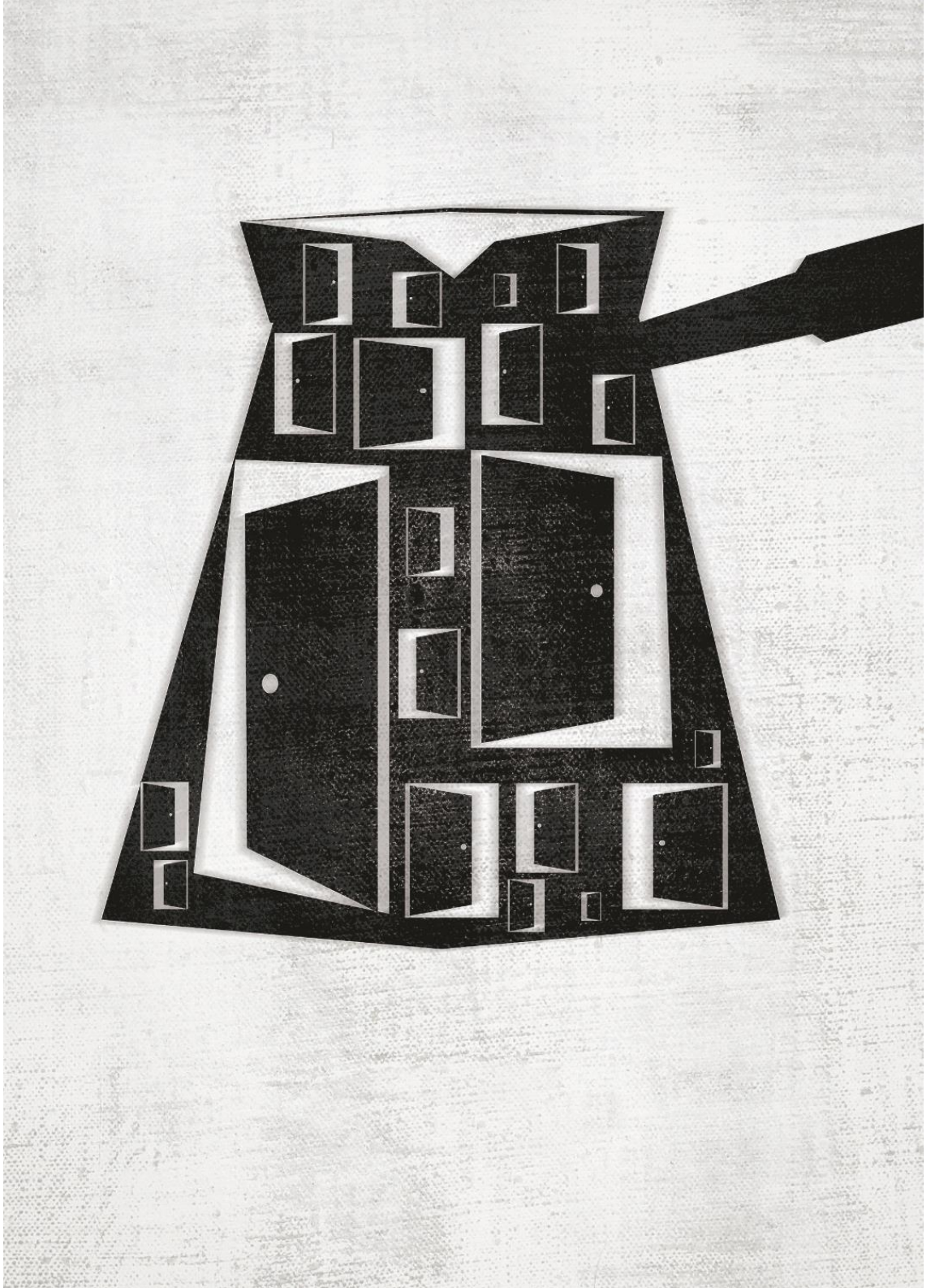


Uygulama 21. Misafirperver Türkiye

Misafirperver Türkiye afişleriyle ilgili olarak, ülkemizin tüm olumsuz koşullarda bile yine de ihtiyaç sahibi tüm ülkelere misafirperverlik konusunda titizlikle sergilediği yaklaşımları görselleştirmek ve geniş kitlelere ulaştırmak adına 10.04.2020 tarihinde bu konu hakkında afişler yapmaya karar verdim.

11.04.2020 tarihinde, konu üzerinde araştırma yaptıktan sonra hangi göstergeler üzerinde çalışabileceğimi belirledim. Örneğin, Türk Kültürü denince akla ilk gelen göstergelerden ikisi olan fincanı ve cezveyi, misafirperverlik için de ev, kapı ve merdiven görsellerini kullanmaya karar verdim. Bugün bu görseller arasında ilişki kurmak adına 4-5 saatlik bir süre içinde taslaklar hazırlayarak birtakım kompozisyonlar oluşturdum.

12.04.2020 tarihinde, hazırladığım taslakların içinde Uygulama 21'de merdiven, ev ve fincan görselleri arasında ilişki kurarak görsel metaforu oluşturdum. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 2 gün, uygulama süreci ise 12-13 saat sürdü.



Uygulama 22. Misafirperver Türkiye

14.04.2020, Bugün ise cezve ve kapılar ile ilgili olarak hazırladığım taslaklardan birini seçerek Uygulama 22’de görüldüğü üzere kapı ve cezve arasında bir ilişki kurarak görsel metaforu oluşturdum. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 4 gün, uygulama süreci ise 1-2 saat sürdü.

Eserler metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde misafirperver kavramının somutlaştırılmasıyla yapısal metafor türüne örnek bir çalışma olduğu söylenebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre incelendiklerinde uygulamaların hem görsel yapı hem de anlam işlemi bağlamında aynı niteliklere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Görsel yapıda tüm çalışmalarda birleştirme ve yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında da benzerlik oluşturma ve bağlantı kurma yaklaşımları ile oluşturuldukları söylenebilir.

Bariş ve Savaş Başlıklı Afif



Uygulama 23. Bariş ve Savaş

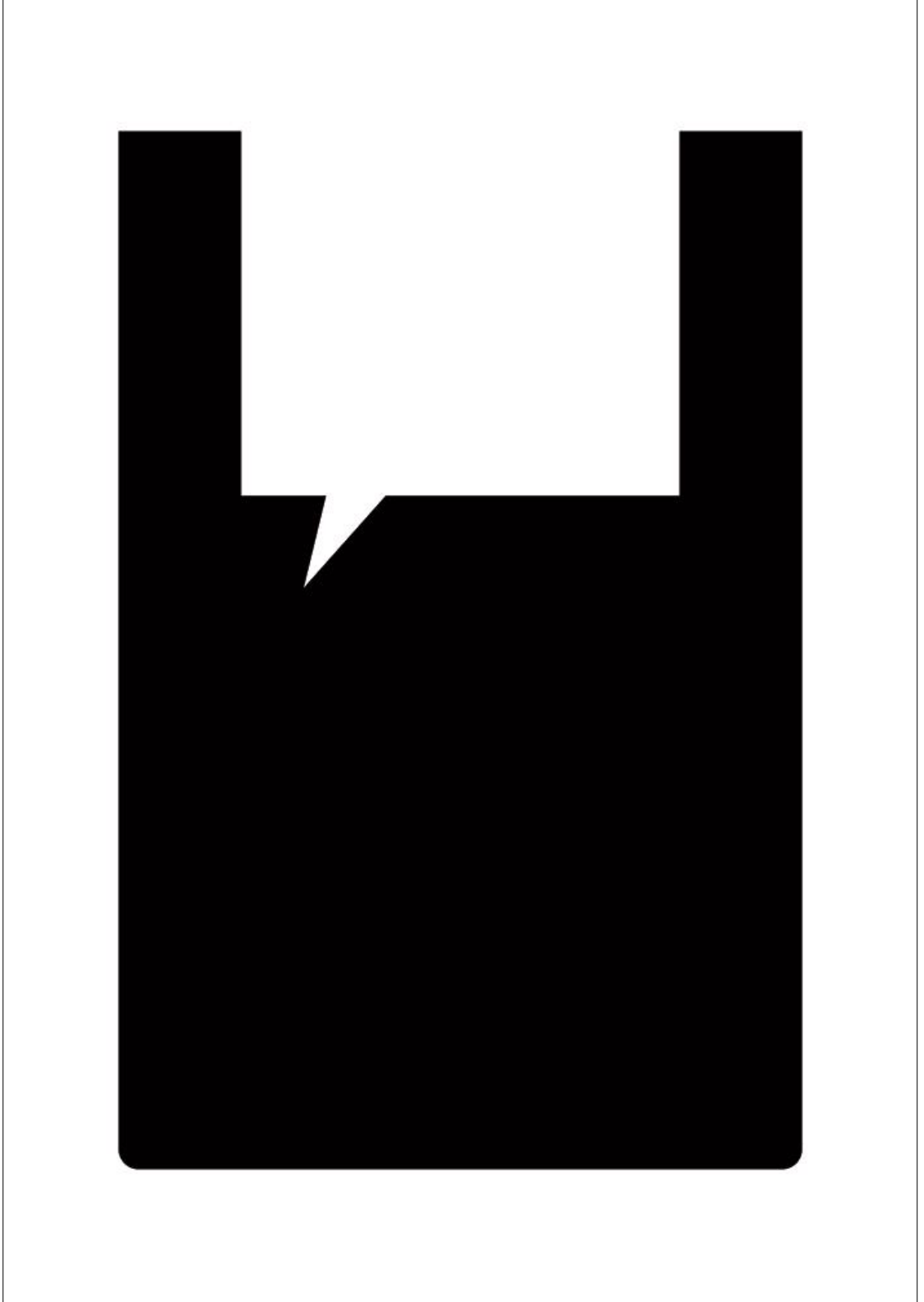
Barış ile Savaş afişi, savaşın yıkıcı, tahrip edici, toplumların psikolojik dirençlerini yıpratıcı karanlık yüzü ile barışın huzur, sükûnet ve aydınlık varlığı insanlık tarihinde her zaman varlık gösteren iki zıt eylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Su ile ateş, siyah ile beyaz, güzel ile çirkin gibi zıtlıklar tıpkı barış ile savaş gibi sürekli olarak bir arada bulunmuşlardır. 08.05.2020 tarihinde Eseri oluşturma noktasında bu iki zıtlık arasında metaforik bağlamda estetik bir görsel mesaj oluşturmaya karar verdim.

09.05.2020 tarihinde, barış kavramı zeytin dalı, beyaz güvercin ve benzeri göstergeleri, savaş için ise bomba, kurşun, at, tank ve benzeri göstergeleri bir liste olarak hazırladım. Bu iki zıt kavramın bir zıtlık içinde görsel metafor olarak oluşturulmasının görsel kültür açısından daha etkili bir iletişimi gerçekleştirebileceğini amaçlayarak göstergeler üzerinde sürekli olarak zıtlık oluşturmaya çalıştım.

10.05.2020 tarihinde, belirlediğim göstergelerde atın boyun kısmı ile güvercinin baş kısmında lekesel kapsamda bir benzerlik oluşturabileceğimi hazırladığım taslaklar ile netleştirmeye başladım. Sonrasında estetik açıdan uygun olduğuna karar verdim ve görsel metaforu zıtlıklar üzerinden geliştirmiş oldum. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 3 gün, uygulama süreci ise 4-5 saat sürdü.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiğinde barış ve savaş kavramları somutlaştırılarak yapısal ve varlıksal metafor türlerine örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiklerinde görsel yapı bağlamında yan yana görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında ise zıtlık oluşturma yaklaşımlarının olduğu görülmektedir.

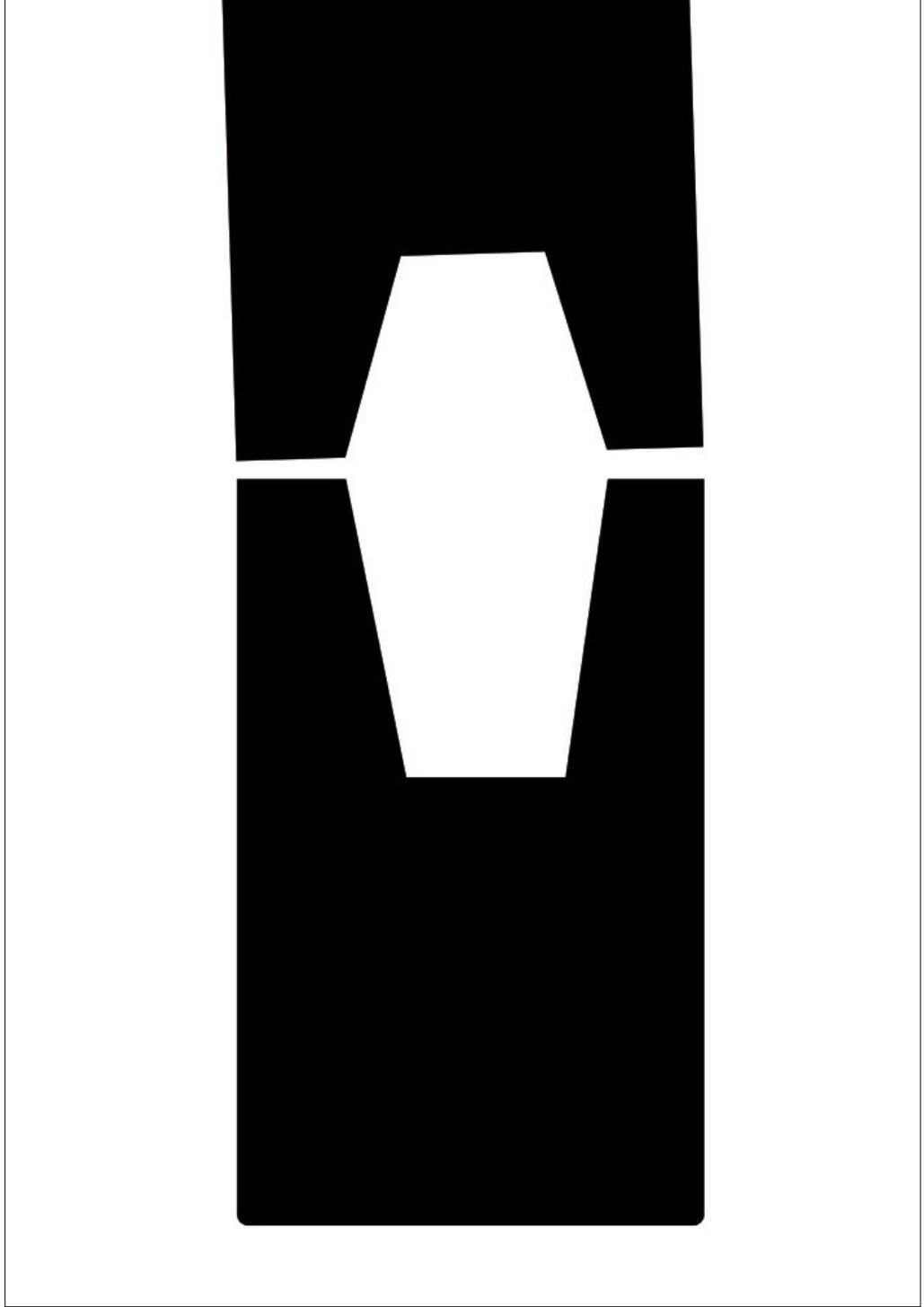
Plastik Tüketimi Başlıklı Afişler



Uygulama 24. Plastik Tüketmeden Önce Düşün

Plastik Tüketimi afişleri ile ilgili olarak basılı ve dijital yayın ortamlarında sıkça duyurusu yapılan küresel ısınma, denizlerin kirliliği, buzulların erimesi ve benzeri haberlerin yıllardır yapılıyor olmaları eserleri oluşturmam adına hareket noktamı oluşturmuştu. Afiş çalışmalarını hazırlamadan önce 24.04.2020 tarihinde, yaptığım detaylı araştırmalarda küresel ısınmayı tetikleyen en önemli faktörlerden birinin kullanılan plastik ürünlerin doğaya zarar vermesi olarak karşıma çıkmıştı. Buradan hareketle öncelikle plastik kullanımı konusunda ve verdiği zararlar hakkında ana fikirler oluşturmaya başladım. Örneğin toplumu bilinçlendirmek adına ‘tüketmeden önce tekrar düşün, plastik tüketimi sonumuz olabilir ve de Covid-19’un mikroskobik görüntüsünden esinlenerek pandemik tehlike’ gibi anahtar kavramlar belirledim.

25.04.2020, Bugün belirlediğim kavramlar için sırasıyla belirlediğim göstergeler üzerinde taslaklar hazırladım. Örneğin, Uygulama 24 için plastik kullanmadan önce tekrar düşün kavramına yönelik düşünce balonu ve plastik için de poşet görseli kullanarak aralarında kurduğum ilişki üzerinden görsel metaforu oluşturmuş oldum. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 2 gün, uygulama süreci ise 1 saat sürdü.



Uygulama 25. Plastik Tüketimi Sonumuz Olabilir

26.04.2020 tarihinde, dikkatsizce kullanılan plastiklerin canlıların sonunu getirebileceği düşüncesinden hareket ile yine plastik poşetler ile tabut görseli arasında kurduğum ilişki ile Uygulama 25'i hazırladım. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 3 gün, uygulama süreci ise 1 saat sürdü.



Uygulama 26. Plastik Tüketimi / Pandemik Tehlike

Covid-19 salgın hastalığın mikroskopik görüntüsü bu salgının göstergesi olarak kabul gördüğü söylenebilir. 27.04.2020 tarihinde hazırlamaya karar verdiğim konu hakkında elde ettiğim bilgiler neticesinde asıl pandemik tehlikenin Covid-19 değil, plastik tüketimi olduğunu vurgulamak adına plastik şişeler ile Covid-19 görseli arasında bir ilişki kurarak görsel metaforu oluşturmuş oldum. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 3 gün, uygulama süreci ise 2 saat sürdü.

Eserler, metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde düşünme, ölüm ve pandemi kavramları somutlaştırılarak yapısal ve varlıksal metafor türlerine örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiklerinde görsel yapı bağlamında birleştirme ve yan yana görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında ise zıtlık oluşturma, bağlantı kurma ve benzerlik oluşturma yaklaşımlarının olduğu görülmektedir.

Mobbing Başlıklı Afif



Uygulama 27. Mobbing

Mobbingin bireyler üzerinde psikolojik bağlamda ağır hasarlara yol açtığına dair karşılaştığım birçok olgu dikkatimi çektiği için bu konu hakkında görsel mesajlar oluşturmam gerektiğine 08.05.2020 tarihinde karar verdim. Bunun için yaptığım araştırmalarda şiddet, baskı, kuşatma, taciz ve benzeri birçok kavramla karşılaştım. Bu kavramları listeleyip kendime bir anahtar kavram belirlemeyi amaçladım.

09.05.2020 tarihinde, yaptığım araştırmalardan sonra ‘kuşatma’ kavramını ele alarak taslaklar hazırlamaya başladım. Kuşatma denilince akla birçok benzer göstergeler gelebilmektedir. Ancak bu kuşatmanın ele geçirilmiş bir neticesi üzerinden hareket ederek, kuşatılan yani kontrol altına alınan görselleştirmeye çalıştım.

10.05.2020, Bugün bireyin göstergesi olarak kravatu, kontrolü ele geçirmenin göstergesi olarak İngiliz anahtarını ele alıp bu iki görsel arasında kurulan ilişki ile görsel metaforu hazırladım. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 3 gün, uygulama süreci ise 2-3 saat sürdü.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde mobbing kavramı somutlaştırılarak yapısal metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında birleştirme ve anlam işlemi bağlamında ise bağlantı kurma yaklaşımlarının olduğu görülmektedir.

Adalet ve Mülteciler Başlıklı Afif



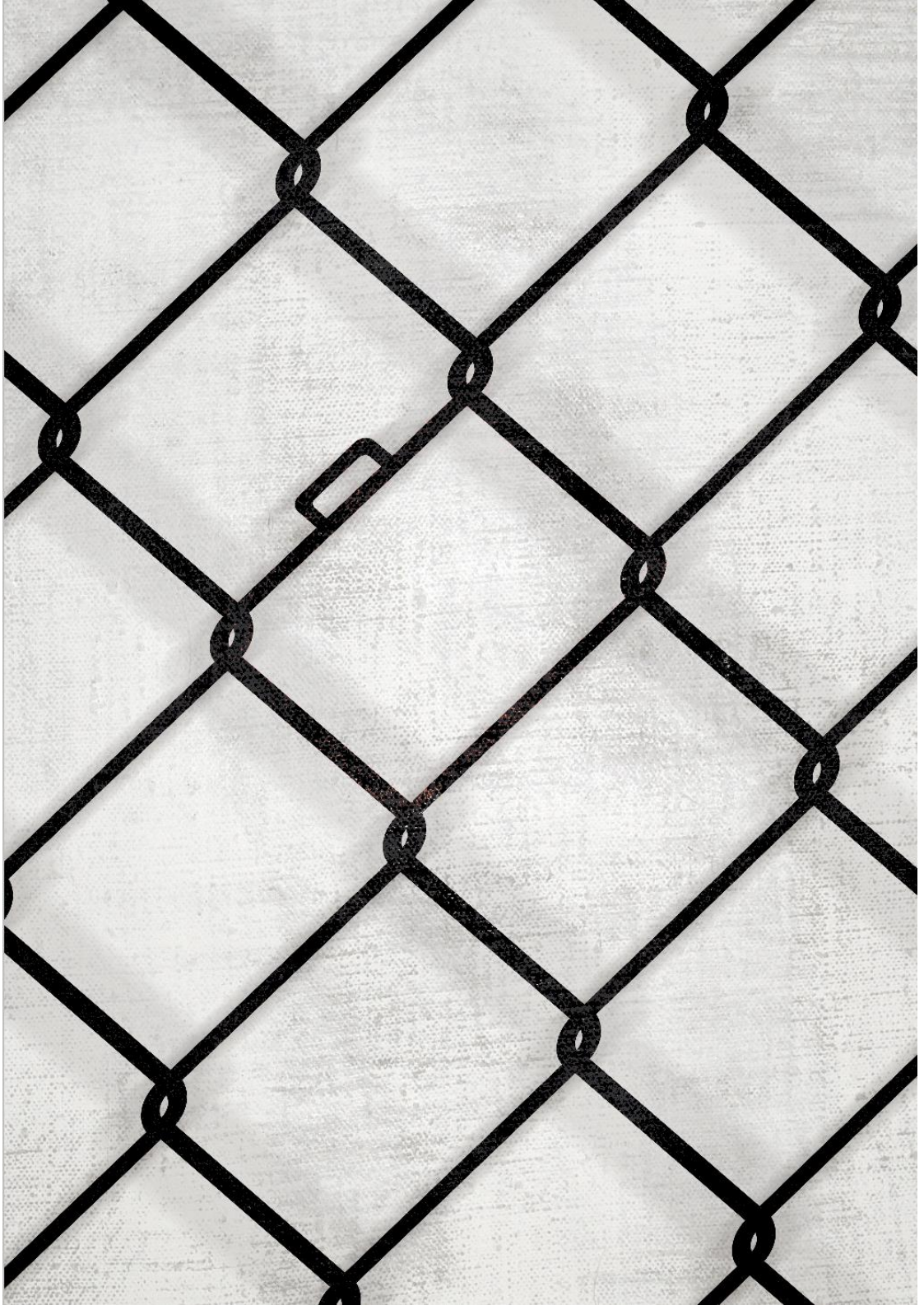
Uygulama 28. Adalet ve Mülteciler

Mülteci veya sığınmacılar hakkında yaptığım araştırmalarda öne çıkan sorunları listelediğimde adaletsizlik kavramı ile daha sık karşılaşmışım. Bu afişin çıkış noktasını da bu durum belirlemiştir.

12.03.2020 tarihinde konu ilgili olarak belirlediğim adaletsizlik kavramı için çekiç görselini mülteciler/sığınmacılar için de bavul görselini kullanmaya karar verdim. Bu iki görsel üzerinden adaletin işlemediğini anlatmaya yönelik hazırladığım taslaklarda kırılmış bir çekiç ve çekicinin tokmağı yerine kullanılan bir bavul taslağında karar kılarak görsel metaforu hazırladım. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 2 gün, uygulama süreci ise 4-5 saat sürdü.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiklerinde adalet kavramı somutlaştırılarak yapısal metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında birleştirme ve anlam işlemi bağlamında ise bağlantı kurma yaklaşımlarının olduğu görülmektedir.

Mülteci Başlıklı Afif



Uygulama 29. Mülteci

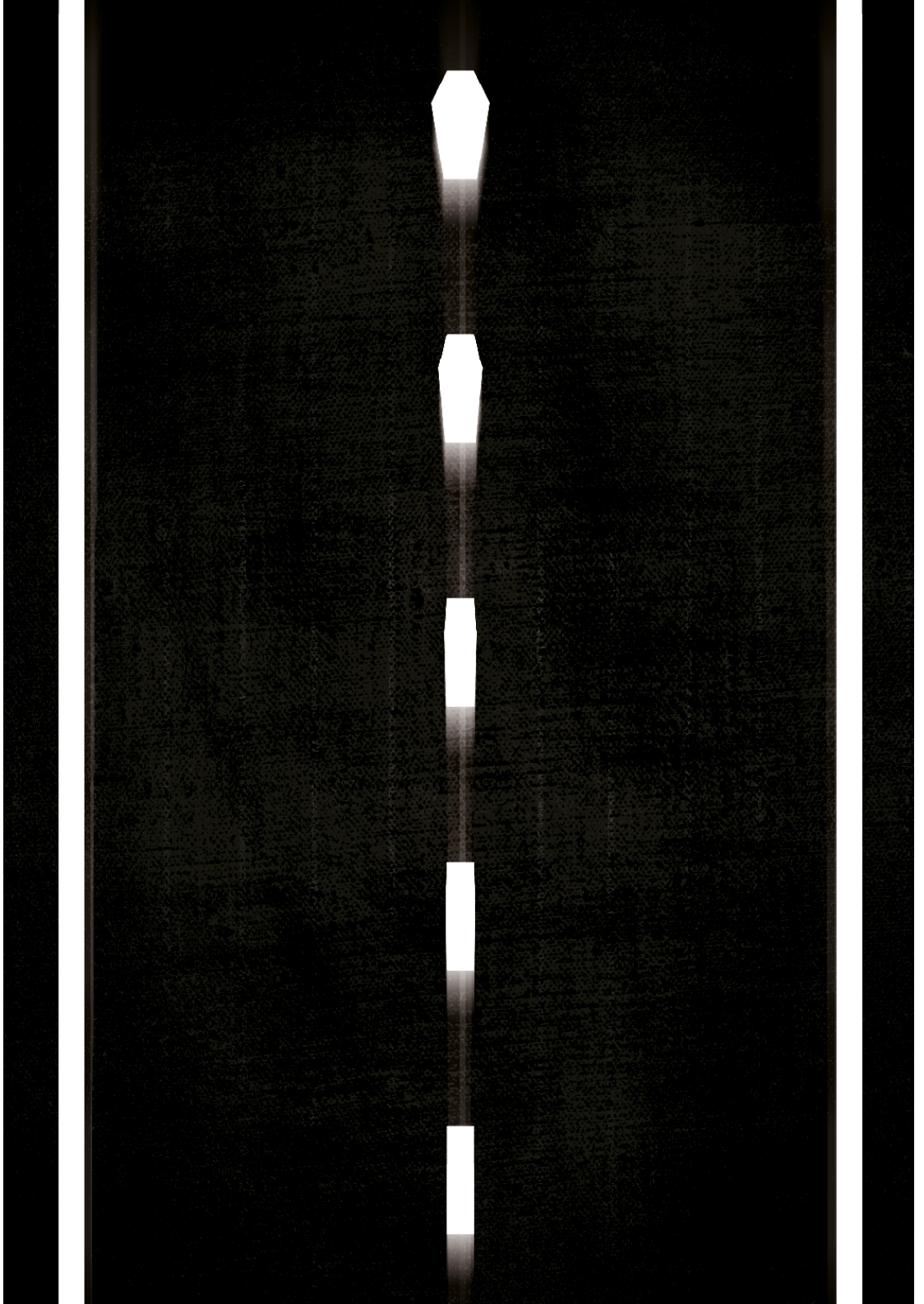
Mülteci afişiyle ilgili olarak ulusal yayın yapan televizyon kanallarında ve basılı yayın mecralarında yoğun olarak karşılaştığım mülteci veya sığınmacı haberleri sürekli olarak dikkatimi çeken bir konuydu. Bu haberlerden etkilenerek hayatlarını hareket halinde sürdüren insanlar üzerinde 25.04.2020 tarihinde, araştırma yapmaya karar verdim. Bu araştırmayı sığınmacıların veya mültecilerin hangi ülkeden hangi ülkeye gittikleri, nasıl bir yol takip ettikleri, hayatta nasıl kaldıkları ve ne tür sorunlarla karşılaştıkları üzerine yoğunlaştırmaya çalıştım. Araştırdıkça bu tür insanların yaşadıkları sorunları ayrıntılı olarak öğrendim.

26.04.2020 tarihinde, mülteciler veya sığınmacılarla ilgili araştırmalarımı yaptıktan sonra onların yaşadıkları sorunları görselleştirerek daha geniş kitlelerde farkındalık yaratma çabasında olmaya başladım. Daha sonra onların yaşadıkları sorunların kaynaklarını temel alarak nasıl bir görsel metafor üzerinden etkili biçimde anlatabileceğimi düşünerek gösterge arayışına giriştim. Mülteciler için kullanılabilir bavul, ayak izi, sınır telleri, sınır çizgileri gibi göstergeler belirledim. Bugün bu göstergeler üzerinden bu sorunu kendi gözümden, kendi çerçeveden nasıl anlatabileceğimi düşünerek bavul ve sınır telini gösterge olarak ele aldım. Bu kararın dayanağı olarak bu tür insanların gittikleri ülkelerin sınırlarında bekletiliyor olmalarını en iyi anlatacak gösterge olan sınır tellerini kullanmaya karar verdim.

Eserde sınır tellerini engelin, bavulu ise mültecilerin göstergeleri olarak ele aldıktan sonra hazırladığım taslaklarda bu iki gösterge arasında ilişki kurmaya çalıştım. Böylece sınır tellerinin bir parçasını bavula benzeterek sınır ve mülteci kavramını görselleştirmiş oldum. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 2 gün, uygulama süreci ise 2-3 saat sürdü.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiğinde engel (soyut) kavramı somutlaştırılarak yapısal metafor türüne örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında birleştirme, anlam işlemi bağlamında da bağlantı kurma yaklaşımları ile oluşturulmaya çalışılmıştır.

Hız ve Trafik Başlıklı Afif



Uygulama 30. Hız ve Trafik

Hız ve Trafik afişiyle ilgili olarak ulusal yayın yapan televizyon kanallarında ve basılı yayın mecralarında yoğun olarak karşılaştığım trafik kazaları haberleri uzunca bir süredir gündemimde olan, görselleştirmeyi amaçladığım konulardan biriydi. 15.03.2020 tarihinde konu hakkında detaylı bir araştırma yaptığımda karşılaştığım ölüm oranları oldukça yüksekti. Trafik kazalarının en büyük nedenlerinden biri olarak kabul edilen ‘hız’ kavramını ele alarak ana fikir belirlemek adına bir liste hazırladım.

16.03.2020 tarihinde hazırladığım listedeki ana fikirlerden ‘trafikte hız öldürür’ ifadesini tercih ederek hız ve ölüm kavramlarını, aynı zamanda bunun trafikte gerçekleşen bir birliktelik olması gerektiğini düşünerek taslaklar hazırlamaya başladım. Hazırladığım taslaklardan bir tanesinde yol şeritleri üzerinde hızı ve ölümü temsil edebilecek bir uygulamayla görsel metaforu tasarladım. Çalışmanın araştırma ve zihinsel süreci 2 gün, uygulama süreci ise 6-7 saat sürdü.

Eser, metafor türlerine göre değerlendirildiğinde hız ve ölüm kavramları somutlaştırılarak yapısal ve varlıksal metafor türlerine örnek olarak gösterilebilir. Bununla beraber görsel metafor sınıflandırmasına göre değerlendirildiğinde görsel yapı bağlamında birleştirme ve yerine görsel kullanma, anlam işlemi bağlamında da bağlantı kurma ve benzetme yaklaşımları ile oluşturulmaya çalışılmıştır.

Tez araştırması süresince, tez izleme komitesi üyeleri tarafından verilen eleştiri ve öneriler ile tasarım uygulamaları araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve görsel anlamda dil birliği sağlanmıştır.

SONUÇ

Görsel İletişim Tasarımında Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreçleri başlıklı araştırma kapsamında tematik analize göre değerlendirmesi yapılan tasarımcı dönütlerinden elde edilen bulgulara dayalı olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Tasarımcılar görsel metaforu; **anlamlandırma, ilişkilendirme, yolculuk, sembolik çözümlene sanatı, gerçeklik, somutlaştırma, imgesel yol ve özgünlük** kavramlarıyla açıklayarak “**yeniden yorumlama sanatı**” olarak görmektedirler.

Tasarımcıların görsel metafor oluşturma yöntemi ve sürecine ilişkin genel olarak; **araştırma, çözümlene, empati kurma, kurgulama, benzetme, zıttını düşünme, sadeleştirme, özünü bulma** gibi birbirlerinden farklı ve birbirlerine benzer aşamalar olduğu saptanmıştır.

Bu durumda tasarımcıların izledikleri aşamalar şu şekildedir:

- a. Brian Stauffer görsel metafor oluşturma sürecini **araştırma, çözümlene, sorumluluk alma ve metaforik anlatım** olmak üzere **dört aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- b. Byoung Il Sun görsel metafor oluşturma sürecini, **imgeler arasında ilişki kurma, yönlendirme, niteliklerin yorumlanması, metaforik anlatım, görsel mesaj** olmak üzere **beş aşamada** açıkladığı görülmüştür.
- c. Dairo Paniagua görsel metafor oluşturma sürecini **araştırma ve yaklaşım modeli belirleme (Zıttını düşünme, benzetme, bağlantı kurma)** olmak üzere **iki aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- d. Doğan Arslan görsel metafor oluşturma sürecini, **anlama, sembol arayışı, klişenin dışına çıkma, ilişkilendirme, empati kurma, gösterge konu ve kavramlar arası bağlantı ve metaforik anlatım** olmak üzere **yedi aşamada** ile açıkladığı görülmüştür.
- e. Goyo Rodriguez görsel metafor oluşturma sürecini, **araştırma, kavram bulma, gösterge tercihi, taslak hazırlama, ilişki kurma ve uygulama** olmak üzere **altı aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- f. Istvan Orosz görsel metafor oluşturma sürecini, **formül kullanma, bağlantı kurma, ilişki kurma, yorumlama ve metaforik anlatım** olmak üzere **beş aşama** ile açıkladığı görülmüştür.

- g. Miquel Porlan görsel metafor oluşturma sürecini, **araştırma, anlama, çözümlene, kavram bulma, sorumluluk ve görsel metafor oluşturma** olmak üzere **altı aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- h. Ohannes Şaşkal görsel metafor oluşturma sürecini, **araştırma, somutlaştırma, sadeleştirme, yorumlama, empati kurma, çözümlene ve metaforik anlatım olmak** üzere **yedi aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- i. Orhan Ardahanlı görsel metafor oluşturma sürecini, **sadeleştirme, saptama, bağlantı kurma, kimlik kazandırma ve yorumlama** olmak üzere **beş aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- j. Pawel Kuczynski görsel metafor oluşturma sürecini, **araştırma, kurgulama ve yorumlama** olmak üzere **üç aşama** ile açıkladığı görülmüştür.

Elde edilen sonuçlar dikkate alındığında görsel metafor oluşturma süreçleriyle ilgili olarak üç farklı yaklaşım görülmektedir. Bunlar; araştırma yaparak elde edilen kavrama yönelik oluşturulan görsel metaforlar, gösterge üzerinden yorumlamalar yapılarak oluşturulan görsel metaforlar ve de belli bir yaklaşım modeliyle oluşturulan görsel metaforlardır. Tasarımcıların görsel metafor oluşturma yaklaşımlarında bazı benzerlikler ve farklılıklar olmasına rağmen tasarımcıların genel olarak sürece araştırma yaparak başlamaları öne çıkmaktadır. Daha sonra elde edilen verilere yönelik göstergeler belirlenerek **yeniden anlamlandırma süreci** başlatılmakta ve görsel metaforlar geliştirilmektedirler.

Elde edilen sonuçlara göre bir diğer önemli husus ise tasarımcıların görsel metaforu üç farklı uygulama yöntemiyle geliştiriyor olmalarıdır.

Bunlar:

- **Entelektüel** bir süreç olarak tanımlamasını yapabileceğimiz; kavram üzerinde yoğunlaşarak izledikleri aşamalar ile görsel metaforu oluşturuyor olmaları
- **Sezgisel** bir süreç olarak tanımlamasını yapabileceğimiz; herhangi bir kavramı dikkate almadan, doğrudan gösterge üzerinde yoğunlaşarak görsel metaforu oluşturuyor olmaları
- **Formüle** bir süreç olarak tanımlamasını yapabileceğimiz; kendilerine özgü yöntemler ile görsel metaforu oluşturuyor olmalarıdır.

Bu durumda görsel metaforlar hem farklı aşamalar ile hem de farklı uygulama yaklaşımlarıyla oluşturulmaktadır. Bu değişken durumların tamamen tasarımcının inisiyatifinde olduğu görülmektedir.

Görsel metafor tanımlamalarına ilişkin olarak araştırmacının elde ettiği deneyimler neticesinde araştırmacı, görsel metaforu mantık ve yaratıcılığın koordineli olarak kullanılmasıyla oluşturulabilen bir anlatım modeli olarak benimsemektedir. Bu durumda görsel metaforu, **izleyicinin var olan algılama biçimini yıkan ve yeni bir algılama biçimi inşa eden** görsel iletişim türü olarak tanımlamaktadır. Dolayısı ile araştırmacı, görsel metaforu, John Berger'in ifade ettiği algı düzeyine göre şekillenen "görme biçimlerine" atıfta bulunarak, algı düzeyini yeniden inşa eden **gösterme biçimleri** olarak ifade etmektedir.

Araştırmacının araştırma sürecinde elde ettiği kazanımlardan bir diğeri ise görsel metaforu oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin olarak hangi aşamaları düzenli olarak uyguladığını saptaması olmuştur. Araştırmacı görsel metafor oluştururken genel olarak altı aşamalı bir süreç izlemektedir.

Bu aşamalar; konuyu araştırma, kavram/ana-fikir belirleme, uygun gösterge arayışı, kavram ve gösterge arasında ilişki kurma, kurgulama ve metaforik anlatımdır. Araştırmacının uygulamalarındaki aşamalar incelendiğinde sırasıyla bu adımları izlediği görülmektedir.

Ayrıca bu araştırmanın;

- Görsel İletişim Tasarımı, Grafik Bölümü öğretim elemanları ve öğrencileri için, bunun yanında ilgili sektörlerde çalışan amatör ve profesyonel tasarımcılar için görsel metafor oluşturma konusunda akademik bir kaynak olarak kullanılabilceği,
- Araştırmada geçen görsel metafor oluşturma yaklaşımları dikkate alınarak Görsel İletişim Tasarımı ve Grafik Bölümü öğrencilerine atölye çalışmalarını yaptırılarak öğrencilerin yaratıcı düşünebilme yetilerinin geliştirilmesine katkı sağlayabileceği,
- Uluslararası tasarımcıların görsel metafor oluşturma aşamaları izlenerek farklı disiplinlerde dahi görsel metaforun geliştirilmesi konusunda hem akademik hem de sektörel bazda kaynak olarak kullanılabilceği,

- İllüstrasyon, Basın-Yayın İllüstrasyonu, Karikatür, Afiş ve GIF alanlarıyla ilgili eğitimci, öğrenci ve tasarımcılara, metaforik görsel iletişim ürünleri hazırlayabilme konusunda katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akkoyunlu, B., Telli, E., Çetin, N. M. ve Dağhan, G. (2016). Öğretmen Eğitiminde Yansıtıcı Günlüklere İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 7(4), 312-330.

Alpaslan, S. ve Kutanis, R. Ö. (2007). Bilimsel Bilgi Üretiminde Metaforların Rolü: Destek mi, Engel mi? *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(15), 1-17.

Andre P. W. (2003). The Impact of Interpersonal Factors on Creativity. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 9, 146-162.

Arslan, M. M. ve Bayrakçı, M. (2006). Metaforik Düşünme ve Öğrenme Yaklaşımının Eğitim-Öğretim Açısından İncelenmesi. *Milli Eğitim*, 35(171), 100-108.

Barthes, R. (1999). *Göstergebilimsel Serüven*, Çev: Mehmet Rifat ve Sema Rifat, 4.Basım, İstanbul: Kaf Yayınları.

Batı, U. (2014). Görmenin Doğası: Fetiştistik Bir Beyin Aktivitesi. *Grafik Tasarım Dergisi*, 60, 18-19.

Benczes, R. (2009). Visual Metonymy and Framing in Political Communication. Image and Metaphor in the New Century Budapest: Hungarian Academy of Sciences, *Budapest University of Technology and Economics*, 17-28.

Boynukalın, A. (2014). *Sanatsal İfadede Görsel Metaforlar*. Basılmış Sanatta Yeterlik Tezi. Resim Anasanat Dalı, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.

Bozkurt, N. (1995). *Sanat ve Estetik Kuramları*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Braun, V. & Clarke, V. (2019). Psikolojide Tematik Analizin Kullanımı. S. N. Şad, N. Özer ve A. Atli (Çevirenler). *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 873-898.

Casakin, H. (2006). Assessing the use of Metaphors in the Design Process. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 33, 253-268.

Chaves, M. (2013). Visual Metaphor in the Illustrated Children's Album. *EME*, 1, 103-106

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.

Çetinkaya, B. (2017). Kutadgu Bilig'de Kavramsal Metaforlar. *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, 19(2), 377-399.

Dewan, P. (2015). Words Versus Pictures: Leveraging the Research on Visual Communication. *Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 10(1), 2-10.

Dewey, J. (1933). *How we think: A Restatement of The Relation of Reflective Thinking to the Educative Process*. Boston: D. C. Heath.

Doğan, G. (2008). Görsel Okur-yazarlık ve İmgenin Anlamlandırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-29.

Dutrow, B. L. (2007). Visual Communication: Do You See What I See? *Elements*, 3(2), 119-126.

Ercan, G. S. (2016). Türkçe Kısa Öykülerde Doğa ve İnsan İlişkisi: Kavramsal Eğretilme Modeli Çerçevesinde Bir İnceleme. *The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science*, 48, 155-164.

Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları.

Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan. 2. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat.

Fletcher, W. (1990). The Management of Creativity. *International Journal of Advertising*, 9(1), 37-43

Flink, H. (2007). Tell it Like it is: Essential Communication Skills For Engineers. *Industrial Engineer*, 39(3), 44-49.

Forceville, C. (1994). Pictorial Metaphor in Advertisements. *Metaphor and Symbolic Activity*, 9(1), 1-29.

Forceville, C. (1996). *Pictorial Metaphor in Advertising*. London: Routledge.

Forceville, C. (2008). Metaphor in Pictures And Multimodal Representations. *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, 462-482.

Gkiouzepas, L., & Hogg, M. K. (2011). Articulating A New Framework For Visual Metaphors in Advertising. *Journal of Advertising*, 40(1), 103-120.

Hançerlioğlu, O. (2008). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hand, M. (2017). Visuality in Social Media: Researching Images, Circulations and Practices. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, London, 217-231.

Ingebretsen, B. (2013). Drawing With Metaphors Mediating Ideational Content in Drawing Through Metaphors. *Form Akademisk*, 6(3), 1-18.

İnanç, B. (2016). Metafor ve Exlibris. *Uluslararası Exlibris Dergisi*, 3(5), 122-128.

Jay, J. K., & Johnson, K. L. (2002). Capturing Complexity: A Typology of Reflective Practice for Teacher Education. *Teaching and Teacher Education*, 18(1), 73-85.

Kaplan, S. J. (1990). Visual Metaphors in the Representation of Communication Technology. *Critical Studies in Mass Communication*, 7, 37–47.

Kaplan, S. J. (1992). A Conceptual Analysis of Form and Content in Visual Metaphors. *Communication*, 13, 197–209.

Kireççi, A. N. (2018). Reklamcılıkta Görsel İknanın Kuramsallaştırılma Çabaları ve Philips ve McQuarrie'nin Reklamcılıkta Görsel Retorik Sınıflandırması Üzerinden Reklam Analizleri. *Selçuk İletişim*, 11(2), 347-373.

Kirton, M. J. (1987). Adaptors and Innovators: Cognitive Style and Personality. *Frontiers of Creativity Research*, 282-304.

Koffman, S. (1984). *Nietzsche and Metaphor*. Çev: Duncan Large, Stanford- Charles Peirce, Writings of Charles S. Pierce.

Kövecses, Z. (2019). New Extensions of Conceptual Metaphor Theory: How They Apply to Visual Metaphors, Image and Metaphor in the New Century Budapest: Hungarian Academy of Sciences, *Budapest University of Technology and Economics*, 3-16.

Lakoff, G. & Johnson, M. (2005). *Metaforlar Hayat, Anlam ve Dil*, Çev: Gökhan Yavuz Demir, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Lee, H. J. (2005). Understanding and Assessing Pre-service Teachers Reflective Thinking. *Teaching and Teacher*, 21(1), 699-715.

Leppert, R. (2002). *Sanatta Anlamın Görüntüsü; İmgelerin Toplumsal İşlevi*. Çev: İsmail Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Mark A. R. (2004). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 55, 657–687.

McQuarrie, E. F., & Mick, D. G. (1999). Visual Rhetoric in Advertising: Text-Interpretive, Experimental, And Reader-Response Analyses. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 37-54.

Negm, E., & Tantawi, P. (2015). Investigating the Impact of Visual Design on Consumers' Perceptions towards Advertising. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(4), 1-9.

Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work. *Academy of Management Journal*, 39(3), 607-634.

Özmkas, U. (2009). Charles Sanders Peirce'in Gösterge Kavramı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 32-45.

Russmann, U. & Svensson, J. (2017). Introduction to Visual Communication in the Age of Social Media: Conceptual, Theoretical and Methodological Challenges. *Media & Communication*; 4(5), 1-5.

- Sartre, J. P. (2006). *İmgelem*. çev: Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Scott, L. M. (1994). Images in Advertising: The Need for a Theory of Visual Rhetoric. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 252-273.
- Serdarlı, E. (2008). *Reklam yazmak*. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Serig, D. (2006). A Conceptual Structure of Visual Metaphor. *Studies in Art Education*, 47(3), 229-247.
- Smith, G. F. (1998). Idea-generation Techniques: A Formulary of Active Ingredients. *The Journal of Creative Behavior*, 32(2), 107-134.
- Steen, G. (1999). From Linguistic to Conceptual Metaphor in Five Steps. *Amsterdam Studies in The Theory And History of Linguistic Science Series 4*, 57-78.
- Thomas B. W. (2004). Cognition, Creativity, and Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19, 173-188.
- Titchen, A. & Hobson, D. (2005). Phenomenology. B. Somekh, C. Lewin (Edit.), *Research Methods in the Social Sciences* (121-130). İngiltere: SAGE Publications.
- Van Mulken, M., Le Pair, R., & Forceville, C. (2010). The Impact of Perceived Complexity, Deviation and Comprehension on the Appreciation of Visual Metaphor in Advertising Across Three European Countries. *Journal of Pragmatics*, 42(12), 3418-3430.
- Yıldızlı, M. E. (2017). Yönelim Metaforlu Deyimlerin Sınıflandırılması. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1489-1498.
- Zaltman, G. & Coulter, R. H. (1995). Seeing the Voice of the Customer: Metaphor-Based Advertising Research. *Journal of Advertising Research*, 35(4), 35-51.
- Zorlu, F. ve Zorlu, Y. (2019). Eğitim Alanında Solomon Deneysel Deseni ile Gerçekleştirilen Çalışmaların İncelenmesi: Bir Tematik Analiz Çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(4), 1623-1636.

İnternet Kaynakları

- Andrew M. W. & Kerne, A. (2012). *Creative Visual Thinking Through Information Composition + Diagramming*, (Çevirimiçi) <https://ecologylab.net/research/publications/creativeVisualThinkingThroughInformationComposition+Diagramming.pdf> 10 Temmuz 2019.
- Hedblom, M. (2017). *Beneath the Paint: A Visual Journey Through Conceptual Metaphor Violation*, (Çevirimiçi) https://www.researchgate.net/publication/319852332_Beneath_the_Paint_A_Visual_Journey_through_Conceptual_Metaphor_Violation, 26 Mayıs 2019.

Limont, W. *Conceptual Metaphor in Visual Art*, (Çevirimiçi) <https://www.researchgate.net/publication/270105242>, 23 Mayıs 2019.

Necka, E. (2011). *Perception and creativity*. Jagiellonian University, Krakow, Poland (Çevirimiçi) (https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/50148/necka_perception_and_creativity_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y). 12 Temmuz 2019.

Ninova, Ü. *Foucault'nun Piposu ve Berger'in Görme Biçimleri*. (Çevirimiçi) <https://gaiadergi.com/foucaultnun-piposu-ve-bergerin-gorme-bicimleri/>, 24 Temmuz 2019.

Özdağ, D. E. *İmge ve İmgelem Olgusu*. (Çevirimiçi) <http://www.enpolitik.com/kose-yazisi/1733/imege-ve-imegem-olgusu.html> 26 Kasım 2018.

Kulabaş, Y. *Derin Beyin – Metaforların Gücü*. (Çevirimiçi) <https://www.marketingturkiye.com.tr/koseyazilari/derin-beyin-metaforlarin-gucu/>, 27 Kasım 2020.

Wright, M. *An Introduction to Visual Metaphors*. (Çevirimiçi) <https://www.mwrig.com/writing-samples/an-introduction-to-visual-metaphors/>, 27 Kasım 2020.

Görsel Kaynakları

Görsel 1. *Bu Bir Pipo Değildir: Görüntülerin İhaneti “The Treachery of Images” – Rene Magritte, 22 Ocak 2013*, (Çevirimiçi) <https://www.sanatabasla.com/2013/01/goruntulerin-ihaneti-the-treachery-of-images-magritte/> (Erişim tarihi, 05.09.2019).

Görsel 2. *Yapısal Metafor: Not Only a Tree Is Cut Down, Mark Van Gorp, 09 Kasım 2006*, (Çevirimiçi) <https://osocio.org/message/not-only-a-tree-is-cut-down/>, (Erişim Tarihi, 10.10.2018).

Görsel 3. *Varlıksal Metafor: Savaş ve Sistem Karşıtı Eleştirel Çizimleriyle Pawel Kuczynski, Gaye Özen, 06 Ağustos 2016*, (Çevirimiçi) <https://gaiadergi.com/savas-ve-sistem-karsiti-elistirel-cizimleri-pawel-kuczynski/>, (Erişim Tarihi: 07.10.2019).

Görsel 4. *Varlıksal Metafor: Migros Kahve, Serdesin Reklam Ajansı, 2018*, (Çevirimiçi) https://www.adsoftheworld.com/media/print/migros_migros_coffee, Erişim Tarihi: 07.10.2018,

Görsel 5. *Yönelimsel Metafor: National Geographic – Africa's Deadliest | In the Endless Circle of Life, Death for Some Means Life for Others, Rocket Yard, 17 Temmuz 2018*, (Çevirimiçi) <https://campaignsoftheworld.com/print/national-geographic-africas-deadliest-endless-circle-life-death-means-life-others/>, (Erişim Tarihi: 18.07.2018).

Görsel 6. *Korkunç, Daha Korkunç, Social Marketing Example #8: World Wildlife Fund, Horrifying. More Horrifying, Abigail Wilkins*, (Çevirimiçi) <https://brogan.com/blog/social-marketing-example-8-world-wildlife-fund-horrifying-more-horrifying/>, (Erişim Tarihi: 09.10.2019).

Görsel 7. *Empati, Ali Seylan, (Çevirimiçi) <http://aliseylan.com.tr/project-detail/empathy>, Erişim Tarihi: 09.10.2019,*

Görsel 8. *Görsel 8. Barış-Savaş, Salih Denli, 2014. Erişim Tarihi: 07.07.2019.*

Görsel 9. *Marriage (evlilik), Herb Lubalin, 1965, (Çevirimiçi) <https://www.aiga.org/medalist-herblubalin#slideshow-1-4> Erişim Tarihi: 09.10.2019.*

Görsel 10. *Hepimiz Sürücüyüz, Yolları Paylaşalım, Cerebro Y&R, 2018, (Çevirimiçi) https://www.adsoftheworld.com/media/print/fundacion_monica_licona_bike_1 Erişim Tarihi: 09.10.2019.*

Görsel 11. *İnsanoğlu Kuş Misali, Selçuk Demirel, 2015, Erişim Tarihi: 03.07.2019.*

Görsel 12. *Logotype, 2018, (Çevirimiçi) <http://graphicdesignjunction.com/2017/06/business-logo-designs-inspiration-47>, Erişim Tarihi: 04.08.2019.*

Görsel 13. *Nivea: Daha Uzun ve Daha Güçlü Tırnaklar, TBWA, 2018, (Çevirimiçi) <http://adsarchive.com/nivea-nail-polish/>, Erişim Tarihi: 07.08.2019.*

Görsel 14. *Garanti Bankası Faaliyet Raporu, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, 1995, (Çevirimiçi) <https://www.gurbuz-de.com/serbestt.html>, Erişim Tarihi: 03.08.2019.*

Görsel 15. *Freedom (Özgürlük), Jens Wickelgren, (t.y.), (Çevirimiçi) <http://logofaves.com/2010/07/freedom/> Erişim Tarihi: 03.05.2019.*

