

GERÇEK VE ANLAM ARASINDA ETKİLEŞİM YARATMA TEKNİĞİ; ANAMORFİK İLLÜZYON

Begüm Aylin ÖNDER
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
begumaylinonder@aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-0314-2843>

<i>Atf</i>	Önder, B. A. (2021).GERÇEK VE ANLAM ARASINDA ETKİLEŞİM YARATMA TEKNİĞİ; ANAMORFİK İLLÜZYON. İletişim Çalışmaları Dergisi, 7 (2): 219 - 261.
------------	---

Geliş tarihi / Received: 04.11.2020

Kabul tarihi / Accepted: 06.04.2021

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v07i2002

ÖZ

Sanat ve tasarım çerçevesinde görsel algılama, tüm disiplinlerin deyim yerindeyse şah damarıdır. Nitekim bireyin sosyalleşmesi ve evrimleşmesine neden olan algı, nesneyi duyumlar vasıtasıyla bir araya getirerek bireyin görsel dünyayı anlamlandırmasına olanak sağlar. Bu zihinsel süreç tasarımcı ya da sanatçı için yeni fikirlerin üretim aşamasıdır. Sanatçı ya da tasarımcı edindiği bilgiyi imgelerden aldığı ilhamla işleyerek yorumlar. Yorumlama sürecinde sanatçı ya da tasarımcı edindiği bilgiye birtakım estetik değerler kazandırarak, onu yeniden inşa eder ve bunu yaparken birbirinden farklı metaller ve yöntemler kullanabilir. Anamorfik görüntü, sanatçı ve tasarımcının kullandığı yöntemlerden farklı özelliklere sahip bir sunum tekniğidir. Bu teknikle üretilen eserlerin içinde barındırdığı; simülasyon, manipülasyon, deformasyon, giz, yanılsama ve ütopya gibi kavramlar, izleyiciyi gerçek ve anlam arasında yeni bir dünyanın keşfine çıkarmaktadır.

Araştırma kapsamında ele alınan anamorfik illüzyon tekniği, eskiye uzanan köklü geçmişi ile hem bir költ hem de günümüzün reklam tasarımlarında da tercih edilebilen yöntemler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda anamorfik illüzyon her dönemde güncelliği korumakta, günümüzün sanat ve tasarım alanlarında kendine yer bulabilmektedir. Çalışmada ele alınan tekniğin yeni kavramlar inşa edilmesine olanak tanınması ve günümüzün dijitalleşen, ağlaşan dünyasında yarattığı etkileşimli iletişim açısından oldukça etkin bir yöntem

olduğu düşünülmektedir. Çalışmada öncelikle, teknoloji ile biçimlenen sanat ve tasarım kavramları üzerine kısa bir tanımlama yapılmıştır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde anamorfik illüzyon kavramı tanımlanarak, tekniğin kullanımını tetikleyen süreçlere yer verilmiştir. Tekniğin içerdiği biçimsel yapılar ve amaçlar ise, aynı ve farklı periyotlarda ortaya çıkan sanat eserleri ile günümüzde yer yer karşılaştığımız reklam tasarımları üzerinden örneklendirilerek analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma ayrıca, illüzyon ve gerçeklik kavramlarının yeniden yorumlanmasını sağlayan anamorfik görüntülerin gelecekte yapılacak benzer çalışmalar açısından literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Anamorfik, Anamorfoz, İllüzyon, Yanılsama, Gerçeklik, Görsel Algı, Etkileşimli İletişim, Çağdaş Sanat, Grafik Tasarım.*

TECHNIQUE FOR CREATING INTERACTION BETWEEN REALITY AND MEANING; ANAMORPHIC ILLUSION

ABSTRACT

Visual thinking within the framework of art and design is the jugular vein of all disciplines. Because, the perception that causes the individual to socialize and evolve allows the individual to make sense of the visual world by bringing the object together through sensations. This mental designer is the production stage of creative or new ideas. The artist or the designer interprets the acquired knowledge by processing it with the inspiration from the images. The artist or the designer interprets the acquired knowledge by processing it with the inspiration from the images. However, in this interpretation process, the artist or designer adds some aesthetic values to the knowledge he has acquired and reconstructs it. In this process, the artist and / or designer can use different materials and methods. One of the techniques that emerged just at this point is anamorphic imagery, a type of imagination between illusion and reality. Anamorphic image is a presentation technique that has different features from the methods used by the artist and designer. As a matter of fact, the works produced with this technique contain; Concepts such as simulation, manipulation, deformation, mystery, illusion and utopia take the viewer to discover a new world between reality and meaning.

The anamorphic illusion technique, which is considered within the scope of the research, is among the methods that can be preferred both in cult and today's advertising designs with its deep-rooted history. In this context, the anamorphic

illusion maintains its timeliness in every period and can find a place in today's art and design fields. The technique discussed in the study is thought to be a very effective method in terms of enabling the construction of new concepts and the interactive communication it creates in today's digitalizing and networking world. In the study, first of all, a short definition has been made on the concepts of art and design shaped by technology. In the following parts of the study, the concept of anamorphic illusion is defined and the processes that trigger the use of the technique are included. The formal structures and purposes included in the technique, on the other hand, have been tried to be analyzed by sampling the works of art that emerged in the same and different periods and the advertisement designs that we encounter nowadays. The study also aims to contribute to the literature in terms of future similar studies of anamorphic images that enable the reinterpretation of the concepts of illusion and reality.

Keywords: *Anamorphic, Anamorphosis, Illusion, Illusion, Reality, Visual Perception, Interactive Communication, Contemporary Art, Typography, Visual Perception, Graphic Design.*

GİRİŞ

Şüphesiz günümüzde sık sık bahsedilen etkileşimli iletişim kavramı, rastlantısal bir bulgunun sonucu değil, uzun sürece yayılan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim var olduğu ilk günden beri insan, önce doğa temelli bir etkileşim yaşamış ve doğayı biçimlendirme isteği doğrultusunda yeni ifade biçimlerinin oluşumunu da beraberinde getirmiştir. Öyle ki, insanlığın yaşadığı tüm paradigma kırılmaları, yeni biçem ve yeni türden deneyimlerin ortaya çıkmasına olanak tanımış, böylece etkileşim terimi, günbegün önem kazanarak kavramsal alanını genişletmiştir. İnsanlığın yaşadığı tüm sosyal, politik, ekonomik, teknolojik ve kültürel temelli değişim ve dönüşümler, hayatın her alanında farklı etkiler yaratarak, ortaya çıkan bu her türden yeni dinamik ve kavramın bilişsel açıdan yeniden değerlendirmesiyle sonuçlanmıştır. Alan yazında belirgin bir konsensüs olmamasına karşın etkileşim kavramı, genel açıdan bilgisayar teknolojilerinin ve sosyolojinin temel araştırma alanlarında öne çıkan terimdir. Özellikle 1980 sonrasında, iletişim teknolojilerinin bilgisayar tabanlı gelişimi ve kullanıcı sayısındaki artış bu terimin iletişim alanında kendine yer edinmesine neden olmuştur. Küresel iletişim ekosisteminin bir sonucu olarak tanımlayabileceğimiz terim, bireyin duyumsal açıdan tutum ve algıları üzerinden şekillenmektedir. Sosyolojik bağlamda bireyi çerçeveleyen tüm imgeler aynı ölçekte onu etkilemekte böylece çevresel bir bütünün oluşmasına olanak tanımaktadır. Nitekim çevresel bütünde yer alan tüm imgeler hayatın diğer alanlarında da etkinliklerini hissettirmektedir. Öyle ki, 20. yüzyılın başında ortaya atılan ışık ve evren temelli kuramsal tüm gelişmeler beraberinde felsefi ve sosyoloji alanlarında da birtakım değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur.

Kısa süre içinde etkinliğini küresel çapta hissettiren bu gelişmelerden bağımsız düşünilemeyen plastik sanatlar alanında da yeni kavramların ve anlayışların ortaya çıkmasını kaçınılmaz hale getirmiştir. Bir başka ifadeyle, bu dönemin içerdiği çeşitlilik, hız ve dramatik tüm etkiler beraberinde sanatın içine sızmış, günümüzün sanat ve tasarım anlayışını derinden etkileyen “izm”li pek çok yeni akımın ya da anlayışın gelişmesine olanak sağlamıştır. Özellikle de 1960 dolaylarında, ortaya çıkan Op Art akımı, görsel algının önemini yeniden tartışmaya açmış, bilimsel bilgi üzerinden yeni anlayışların gelişimine hız kazandırmıştır.

Bilindiği gibi, görsel düşüncenin inşasında bireyin zekâsını ve edindiği bilgi birikimini bilinçli olarak kullanması ve yorumlaması söz konusudur. Duyu organları vasıtasıyla edinilen her türden bilgi, bilginin sahibi olan birey tarafından değerlendirme sürecine girer. Yaşanan bu bilişsel sürecin bir sonucu olan algı, bireyin edinimlerinden bağımsız olmamakla birlikte anlık olarak da gerçekleşmez. Algı, zihinsel süreç dahilinde bilginin yapılanması ve ayrıştırılması sonucunda ortaya çıkan çok yönlü bir süreçtir. Bir başka ifadeyle “duyular yoluyla gelen uyarıcıların getirdiği bilgi ve veriler çeşitli biçimlerde depolanır, ancak bu işlemler olurken özetleme, sınıflama ve indirgeme gibi zihinsel süreçler söz konusudur (San, 2010: 44-45).” Düşünce yapılarının örgütlenmesinde belirteç olarak görev üstlenen algılama, insan yaşantısında önemli bir yere sahiptir. Algı, farkına varma sürecinde zihninde meydana gelen eylemler bütünüdür. Diğer bir deyişle, anlamlandırma sürecinde başat rol üstlenen her türden uyarıcı, bireyin duygu ve düşünce biçimlerinin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Böylelikle birey, dış dünyada var olan soyut ve somut her şey hakkında bilgilenmekte ve buna göre aksiyon geliştirmektedir. Nitekim uyarıcıların yorumlandığı algı sisteminde duyu etkileşim, seçici dikkat ve duyu adaptasyon gibi birtakım yapısal süreçler söz konusudur. “Algılama bir yandan elde edilen görüntü, diğer taraftan düşünce içerikleri ve edinilmiş deneyden etkilenen sübjektif bir olaydır (Uçar, 2019: 134).” Doğuştan gelen pek çok yetkinliği içinde barındıran algılama süreci, bireyin yaşantısı boyunca gelişen, öğrenilebilen ve değişebilen etkenlere sahiptir. Algı aynı zamanda; psikolojik, nörolojik, kimyasal ve fizyolojik pek çok etkeni de bünyesinde barındırır. Evrende var olan tüm nesnelerin duyu sayesinde bir araya gelmesi ile oluşan zihinsel/bilişsel inşa, bireyin görsel dünyayı anlamlandırmasına da olanak sağlar. Birey için oldukça önemli bir organ/bir araç olan göz ve gözün sağladığı görme fonksiyonu, bu zihinsel süreçte kişinin dahil olduğu evreni okumasına, anlamlandırmasına ve yorumlamasına büyük katkı sağlar. Görsel algı olarak tanımlanan bu süreç bir nevi düşüncenin yapım aşamasıdır. Başka bir deyişle, “insanların gözlerden gelen bilgiyi anlamlandırdığı, dış dünyadaki imgelerden ortaya çıkan bir süreçtir ve insan için gereklidir (Arıkan, 2008:22).” Görme fonksiyonu ile birlikte çevresel bütünde var olan tüm nesnelere, renklere, şekillere ve biçimlere yüzeysel edinimler sayesinde var

olurken öte yandan algı sürecinde bireyin sadece uyaranlardan edindiği bilgiler değil, daha önceden birey tarafından öğrenilmiş, geçmişte deneyimlenmiş durum ve süreçleri de kapsadığı görülmektedir. Fiziksel ve kimyasal açıdan benzer şekilde gerçekleşen algı aynı zamanda görecelidir, “algılama kişinin karakterine, yaşına, cinsiyetine, eğitimine, yaşadığı sosyal çevreye ve kültüre göre değişiklik gösterir. (Çağlayan ve diğerleri, 2007: 29).”

“Algı, duyu izlenimlerinin yorumlanması, görsel algı ise bireyin gördüğünü kavrama yeteneğidir (Yazıcı, 2015:140)”. Kompleks bir yapıya sahip olan algılama sürecinde duyum ön şart olarak kabul edilirken, görsel algılama sürecinde göz ve beyin koordinasyonu oldukça önemlidir. İnsanın çaba sarf etmeden bilinç dışı gerçekleştirdiği görme, “göz eğitimi veya duyu algılarının eğitimi olarak nitelendirilebilir (İpşişoğlu, 2000: 15).” Biyolojik ve fizyolojik bir süreci işaret eden bu tanıma ek, göz araç olarak bir görev üstlenmekte, dış dünyada yer alan nesne, şekil, renk ya da biçimler üzerindeki noktaları milisaniyeler içinde tarayarak ortaya çıkan tüm görsel iletileri beyne aktarmaktadır. Bir başka ifadeyle, gözün içinde yer alan lens, dış ortamda var olan ışığı bükmekte, görsel olarak işlediği görüntüyü retina üzerine düşürmektedir. Ancak gözün retina üzerine düşürdüğü ve işlediği verilerin sadece bir kısmı beyne ulaşmaktadır. Çünkü, “beyin ve göz iş birliği seçicidir. Görme, algı seçiciliği, ilgi ve zekâya bağlı olarak oluşur (Tuğal, 2012:31). Bu noktada görsel algılama, “görsel uyarıcıları anlamlı bir şekilde ayırt etmekte, yorumlamakta, sınıflandırılmakta ve genellemektedir (Beyoğlu, 2015: 336).”

Görsel algılamanın oluşumunda aktifrole sahip olan görme ile algılamada meydana gelen her türden işlem, imgeler aracılığıyla anlamlandırılmaktadır. “Dolayısıyla bir imge yeniden yaratılmış ve yeniden üretilmiş olan görünümdür (Berger, 2011:10).” Nitekim Aristo’nun da sıkça bahsettiği üzere imgeler, imgeye bakan bireyin kendi dünyasına ait değerleri, kültürel, dinsel, toplumsal ve sosyolojik bagajında var olan yorumlara bağlı bir değişkenlik göstermektedir. Daha açık ifadeyle, bireyin kültürel ve sosyal edinimler imgenin değerlendirilmesinde bireyler arasında farklılıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İmge, anlamsal açıdan geniş bir çağrışım evreni, içsel bir dışa vurum ve bir çeşit yanılısamadır.

Sanat ve tasarım çerçevesinde ise görsel algılama, bu disiplinlerin deyim yerindeyse şah damarıdır. Zira, zihinsel süreç aslında tasarımcı ya da sanatçının üretim aşamasıdır. Sanatçı ya da tasarımcı edindiği bilgiyi imgelerden aldığı ilhamla işleyerek yorumlar ancak bu yorumlama sürecinde bilgiye birtakım estetik değerler kazandırır. Bunu meydana getirirken ise farklı metalar ve yöntemler kullanabilmektedir. Tam da bu noktada ortaya çıkan tekniklerden birisi de yanılısama ile gerçeklik arasında bir imgeleme türü olarak tanımlanan anamorfik imgelemedir. Araştırma kapsamında ele alınan anamorfik illüzyon

teknîği, eskiye uzanan köklü geçmişi ve güncel teknolojilere uyumlu özellikleri sayesinde her dönemde güncelliği koruyabilmekte ve günümüzün sanat tasarım anlayışında kendine geniş yer bulabilmektedir.

TEKNOLOJİ İLE YENİDEN DOĞAN SANAT VE TASARIM

Toplumsal kültürün bir parçası olan ve toplumun inanç biçimlerinden, etik, bilim, geleneklere değin uzanan kompleks ve kapsayıcı bir yapıya sahip sanat, Arapçada “yapmak, üretmek” anlamında kullanılan bir çeşit eylemdir. Türk Dil Kurumuna göre sanat; “1. Bir duygu, tasarı, güzellik vb.nin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılık. 2. Belli bir uygarlığın veya topluluğun anlayış ve zevk ölçülerine uygun olarak yaratılmış anlatım (URL-1)” olarak tanımlanmaktadır. İnsan etkinliği sonucunda var olan sanat, zihnin bilgiyi görsel imgelemeler yardımıyla yeniden yorumlaması ve bu yorumu çeşitli malzeme, teknik kurallar dahilinde dış dünyaya aktarması ile ortaya çıkar. İçinde düzen ve ahenk barındıran bu kavram, geçmişten günümüze içinde yaşadığı yüzyıl ile anlamını genişletmiştir. Duygu ve düşüncelerle kendini besleyen sanat, ortaya çıktığı kültürün tüm izlerini de içeriğinde barındırır. İçinde pek çok etkinliğe yer veren tasarım kavramı ise, yaratıcısı tarafından bir çeşit anlamlı farklılıklar yaratma eylemi olarak tanımlanmaktadır. Olgusal bir sürecin sonunda oluşan tasarım, tıpkı sanat gibi, belirgin ve kesin çizgiler taşımaz. Tasarım, planlama, içerme, açıklama, fikir ortaya koyma, yorumlama, tasarlama gibi “çok değişkenli, çok verili, çok yönlü, çok öznel ve bunlardan dolayı çok disiplinli ve çok ortamlıdır (Teymur, 1998: ii).”

Sanat izleyicinin doğrudan düş dünyasına seslenirken kullandığı her türden imgeleme sanatçının iç dünyasındaki var olan bilinçaltı kodları yansıtmasıyla çıkmakta ve izleyicisi mesajı alımlarken izleyicinin kendine has bir şekilde yorumlamasına fırsat sunmaktadır. Oysa tasarım, taşıdığı mesajı etkili bir şekilde hedef kitlesine aktarmak zorundadır. Sanatçı ise bu zorunluluğu hissetmez. Bir başka ifadeyle, “Sanatçılar, bir ürün satmak veya bir hizmeti tanıtmak için çalışmalarını yaratmazlar, onu yalnızca kendilerini ifade etme aracı olarak kullanırlar, böylece başkaları onu görebilir ve takdir edebilir (URL-2).”

Homojenleşen dünyayı kimi zaman ilkel kimi zaman kaotik şekilde yorumlayan sanatçı veya tasarımcı, kendi zihninde var olan bilgiyi sunum şekillerinde farklılıklar sergileyebilmektedir. Nitekim teknoloji ve bilimin gelişmesi ile yaşanan her türden değişim ile tasarımcı veya sanatçının üretim aşamasında içine yorum katarak yoğurduğu imgeleri kendi amaçları doğrultusunda dış dünyaya aktarırken kullandığı her türden araç, meta, malzeme veya yöntemi de etkilemekte, sanatçı veya tasarımcının içinde bulunduğu güne göre değişebilmektedir.

Günümüzde sanatçı ya da tasarımcıların izleyicisi ile iletişimi sağlamak için kimi zaman klasik, kimi zaman yeni nesil, kimi zamansa geçmiş ile o günün

yöntemlerini harmanlayabileceği hibrit araçlar, yöntemler kullandığı görülür. Bu tasarımın ya da sanat yapıtının izleyicisinde nasıl bir etki bırakmak istemesiyle ilintili olmakla beraber, aynı zamanda güncel özellik sergilemek isteyip istememesi ile de ilgilidir. Günümüzde etkileşim özelliği sergileyen her türden iletişim, izleyici tarafından daha kolay algılanmaktadır. Şüphesiz, yaşanan paradigma kırılmalarının aynı ölçekte bireyi/toplumu değiştirmesi, dönüştürmesi, alışkanlıklara yeni boyut ve özellikler kazandırması, dahası, artık neredeyse bir ihtiyaç gibi algılanması yadsınamaz bir gerçektir. “Geçmiş dönemlerde yapılan keşifler, buluşlar, oluşturulan düşünce sistemleri yüzyıllar içinde birbirleri ile ilişkilendirilerek şekillendirilmiştir. Teknolojinin ve bilimin kaydettiği her türden ilerleme doğrultusunda günümüzde sanat ve tasarım kavramları yaşanan değişimlerin etkisinde gelişim göstermiş ve göstermeye de devam etmektedir. Görünen o ki, gelişen ve hızla yayılan bilgisayar teknolojileri ve internet sayesinde ağlaşan dünya, güçlendirilmiş düşünce ve veri analizi yeteneği bulunan birtakım sistemler, makineler ve dahası gelecekte de benzer etkiler yaratacak, yeni tür sistemlerin oluşmasına katkıda bulunacaktır. İşte bu gelişmelerden bağımsız kalamayan sanat ve tasarım da aynı şekilde yenilikleri içine dahil edecektir.

“Teknoloji, üretim süreçlerini basitleştirerek ve tasarım üretimindeki araçları yaygınlaştırarak tasarımı demokratikleştirmiştir (Ambrose ve Harris, 2012: 32).” Burada bahsedildiği gibi, tüm tasarım ve sanat üretimleri teknolojinin katılımı sayesinde biçimlenebilmektedir. Öyle ki tarihsel sürece bakıldığında, fotoğrafın icadından, televizyona, karışık medya olarak da tanımlanan videodan, projeksiyona, üç boyutlu görüntülemelerden, dijital simülasyona, hologram ya da nanoteknolojik malzemelere değin, her türden gelişim, sanat ve tasarım disiplinlerinde kullanılan üretim araçları haline gelmiştir. Sanatın ve tasarımın genetik kodlarının toplumsal ve küresel ölçekte yaşanan her türden mekanizmaların gelişimi ile şekil, yöntem ve tarz olarak değişiklik gösterdiği görülmektedir. Nitekim sanatçı/tasarımcı sayesinde yeni bir kimlik kazanan bilgi, işleme aşamasındaki araçların kullandığı teknolojik yöntemler ile anlatacaklarının da ötesine geçebilmekte, yeni tür görme biçimlerinin doğmasına sebep olabilmektedir. Tam bu noktada bilim ve teknolojinin ortaya koyduğu yenilikler önem kazanmaktadır. Bilimsel bir dayanağı olan ve sonraları teknolojik imkânlar dahilinde alanını genişleten anamorfik illüzyon tekniği de bahsedilen yöntemlere verilebilecek en iyi örneklerden birisidir. Yanılsama ve gerçeklik gibi kavramları birbirine zincirleyen, ışık ve hareketle şekillenen anamorfik illüzyon tekniği, teknolojinin gelişimi doğrultusunda değişimler ve dönüşümler yaşamış, etkisini daha farklı sunabilme ve güncelliğini koruma özelliği sayesinde öne çıkarak, günümüzün çağdaş sanat ve tasarım anlayışlarında kendine rahatlıkla yer edinebilmiştir.

ANAMORFİK İLLÜZYON KAVRAMI VE GELİŞİMİ

Görsel anlatım diline hizmet eden sanat ve tasarım eserinde sanatçı/tasarımcının içselliği doğrultusunda yakalanmaya çalışılan simülasyon, giz, manipülasyon, yanılsama, gerçeklik gibi kavramlar, estetik değerler barındıran çeşitli yöntem ve tekniklerle beslenen yeni tür eserlerin oluşmasına ön ayak olmuştur. Bu yöntemlerden en ilginç anamorfik illüzyon tekniği olarak karşımıza çıkar. Öyle ki, günümüz sanat/tasarım dünyasında birbirinden farklı pek çok uygulama tekniği ürettikleri etkileşimden beslenmektedir. Etkileşimin kendini oldukça hissettirdiği bu teknik, sanatçı ya da tasarımcının var ettiği kelime ve imgelerin dış dünyada kendine farklı anlam bulmasıdır.

Günümüzde anamorföz kelimesi birçok alanda yaygınlaşarak popüler hale gelmiştir. Bu kavrama botanik ve zoolojide dahi rastlamak mümkün iken, bu alanlarda belirli şekil ve biçimlerin tanımlanmasında kullanıldığı görülmektedir. 1970’lerde J. C Emery’nin edebiyat koleksiyonu adı olarak karşımıza çıkan anamorföz, müzikte ilk defa F. Morel tarafından adlandırılan bir parçanın adıdır. Optik sistemde değişiklik yaratmak amacıyla görüntünün boyutlarında (en ve genişliğinde) birbirinden farklı değerlerin ve büyütmelemlerin kullanılması olarak karşımıza çıkan anamorföz kelimesinin geçmişi Antik Yunan’a dayanmaktadır. “Ana” kökünden türetilen sözcük, “yeniden”, “dönüşüm” gibi anlamlara gelirken, kelimenin devamında yer alan morphe/morfe ise, “biçimi” ifade etmektedir. Biçimsel açıdan bozulmaların yaratıldığı bu türden eserlerde amaç, algının ötesinde izleyicinin aykırı bir bakış açısı kazanmasına olanak sağlamaktır. Böylece, eserin simgesel bir düzlemde vaat ettiği şey temelinde, izleyicisini ana gerçeğe ulaştırma isteğidir. Bilim ve sanatın çocuğu olarak da adlandırılabilen bu teknik en genel manada, “görünümleri çarpıtılmış grafik bir yapının veya bir resmin; tümü ya da bir bölümüdür (Eroğlu, 2006:31-32).” Resim sanatında kendini gösteren ve bir çeşit perspektif oyunu ile ortaya çıkan anamorföz eserlerde görüntü, kavisli bir özelliğe sahip olurken, aynı zamanda izleyicisine/okuyucusunun saklı bir evrende var olan gerçekliğe keşif şansı sunmaktadır. Anamorföz tekniği Baltrušaitis’e göre; “kendi içinde soyut bir şiiri, optik illüzyon üretmek için kullanılacak etkili bir mekanizmayı ve sahte gerçekliğin felsefesini barındırır. Bu bir gizem, bir şaheser, bir mucizedir. İnsanların zihninde her zaman ayrı bir yeri, kendine has bir alanı olan tuhafıkların dünyasına ait olsa da ara sıra içinde bulunduğu bu dünyanın büyülü atmosferinin ötesine geçer. Bu, tanım olarak, ‘bilimsel oyunlar’ aslında olduğu sanılan şeyden fazlasıdır (Baltrušaitis, 1977:1, aktaran: Ata, 2015:28).” Kurt Wenner’e göre ise anamorföz; “kendine özgü matematiksel kuralları olan bir “sanatsal dil”dir (Wenner, 2011: 159-160).” Anamorföz teknik, sanatçı/tasarımcı ile onu okuyan kişi arasında bir çeşit bağ oluşturmakta, bu bağ ise, özdeşlik duygusunu açığa çıkarırken aynı zamanda eserin her defasında farklı kimselerce bambaşka şekillerde yorumlanmasına

olanak sunmaktadır. Anamorfik illüzyonun yorumu açık yapısı, aynı zamanda öznel olarak üretilene evrensel bir dil fırsatı sunarak, iletinin dolayısıyla eserin, sınır ötesine geçmesine katkı sağlayabilmektedir.

Sinema lügatında geniş açı sayesinde elde edilen görüntülerin 35 mm film içinde sıkıştırma yöntemiyle ortaya çıkardığı bir anamorfik tekniği, geniş perde sinema formatının yaygınlaştığı dönemde sık sık başvurulan yöntemlerden biri olmuştur. “Çekimlerde kullanılan özel anamorfik mercekler sayesinde, görüntü yarıdan sıkıştırılmış bir şekilde negatiffere aktarılıyorken, gösterim sırasında, yine anamorfik mercekler aracılığı ile sıkıştırılmış görüntü açılarak/yayılarak geniş ekrana yansıtılmaktadır (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014:5).” Sinemada görüntünün parçalanması ya da bozulması anamorfik olarak görüntüye yeniden biçim kazandırmaktadır. Dziga Vertov, sinemada insan gözü ve makine (kamera objektifi) birleşiminin sonucunda bakışın tek boyutluluktan ziyade çok boyutlu, çeşitlilik içeren bir yapıya evrildiğini söyler. Vertov’un bahsettiği sinegöz, bilinmeyen dünyanın şifresinin çözülmesidir. O, “kamera merceği ve insan gözü kapandığında (bazen ikisi de birlikte kapanırken), yuvarlak biçim, metaforik bir anlam kazanır ve insanın bileşimiyle mekanik güçlerin, görünmeyen olduğu gibi görünen dünyanın da şifresini çözebileceğine inanır (Petric, 2000: 32).” Gilles Deleuze’in “yersiz yurtsuz dünya” olarak tanımladığı sinemanın aslında görüntü ve hareket temelli olduğunu söyler. Deleuze bu iddiasını montaj olarak belirtirken, insan bedeninin bir parçası olan gözün sınırlılıklarına bağlı olan hareketsizliğin montaj sayesinde aşabileceğini vurgular. Deleuze’in “yersiz yurtsuz dünyası” ile Vertov’un “sine-gözü”nü düşünsel olarak ele alan Baker ise, kameranın beklenmedik hareketlerinin görüntüyü tek boyutluluktan çıkararak montaj sayesinde oluştuğunu savunur. Baker montajı, “yersiz yurtsuzlaşmış bir dünyanın sanallığını yakalama imkânı olarak tanımlar (Baker, 2010: 320).”

Ortaya koyulan eser her ne olursa olsun (resim, video, reklam tasarımı) anamorfik görüntü ile nesne ötesinde kavramın ağır basması istenir. Üç boyutun teknoloji desteği ile ilerlemesi her ne kadar bu tekniğin fenomenliğini bir süre azaltmış olsa da “geç kapitalizmin post-realist dönemi ile birlikte anamorfizm, neyin merkezde neyin periferik olduğu hakkındaki hegemonik varsayımları sorgulatan bir enstrüman olarak yeniden değer kazanır (Karabıyık, 2016:110).”

Erken modern çağdan günümüze, modern bilimin, toplumsal kültürün, sanatın çalışma alanında büyük önem atfedilen görme biçimleri; izleyicinin/okuyucunun zihninde tasarladığı ve onda uyanan his ile birlikte görsel algılama üzerine yeni türden söylem biçimlerinin oluşmasını sağlamaktadır. Nitekim yüzyıllardan beri sanatta duygu ve düşüncenin yansıtma biçimi olarak kullanılan “gerçek” aynı zamanda “gerçek olmayanın temsili” şeklinde kullanılmış, böylece sanatçıların bu konuya yönelik tutumlarında farklılıklar ortaya çıkartarak, özgün ifadelerinin

kapısını aramıştır. Bu bağlamda anamorfik görüntü, görünmeyen ardındaki gizi, bilinmeyen ötesine taşıyarak eseri eylemin nedeni üzerine yoğunlaştırmakta ve yeniden dünyaya doğurmaktadır. Psikanalistlerin ilgisini de üzerine çeken anamorfoz, gerçeklik ile yanılmanın yarattığı illüzyonlar için bir araç haline gelmiştir. Gerçekliğin tek bakış açısıyla yakalanabildiği, kasıtlı şekilde geliştirilen anamorfik görüntülerde geometrik birtakım yöntemler de kullanıldığı görülür ve bu tekniğin ayna (catoptric) ve perspektif (oblique) olmak üzere iki çeşidi bulunur.

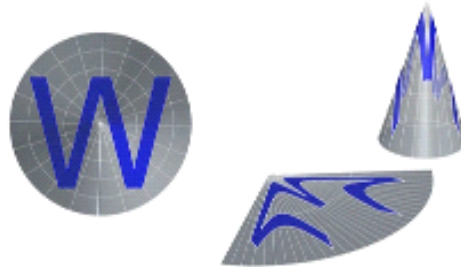
• **Ayna (Catoptric) Anamorfozu:**

Bir tür manipülasyon olarak tanımlanabilecek anamorfoz yönteminde yanıltıcı özellikler ön plana çıkarken yöntemin ayna evresi, sadece sabit bir konumdan veya uygun aynadaki yansımadan baktıktan sonra mevcut görüntünün sahip olduğu oranının doğru okumayı mümkün kılacak şekilde dönüştürülmesi şeklinde karşımıza çıkar. “Simgesel düzene geçiş birdenbire olmaz, bunu ancak ‘özdeşmeler’ kendi beni için ‘imago’lar bulmak vasıtasıyla gerçekleştirir. Bu simgesel dönem öncesi aşamayı Lacan imgesel olarak adlandırır; diğer adıyla ‘Ayna Evresi’ (Bakır, 2008:23).”

Lacan’cı bakış açısıyla simgesel bir aşamanın oluşabilmesi için, öncelikle imgesel aşamasının aşılması gerekir. Zira nesne ve simge arasındaki karşılaşma ilk olarak bu aşamada gerçekleşir. Ancak yine de gerçek bir kavuşma dil düzeyine geçişte mümkün hale gelir. Lacan’ın “Ayna Evresi” olarak tanımladığı bu imgesel aşama, özne ile ben’in (moi) oluşum aşamasıdır. Bu aşamada özne-ben kendini nesnel olarak sunmaz. Özne ne zamanki imge ile dolaysız özdeşleşmeye başlar, işte o zaman özne işlevsel boyuta ulaşır. “Eğer özne kendisini ancak simgesel düzene (dil evrenine) girerek ve bunun sonucunda da ötekinin nezdinde, onun dolayısıyla kuruyorsa; bu durum aynı zamanda öznenin kendi özüne (hakkaniyetine) yabancılaşmasını da meydana getirir; özne daha baştan kendisine yabancılaşmış olarak oluşmuştur. Lacan bunu ben (moi) ile kendi (soi) arasındaki bir yarılma olarak ifade eder ve öz bilinçaltında ulaşılamaz olarak kalır (Bakır, 2008:28).” Bir başka ifadeyle, insan toplumsal simgelerle kendi gerçekliğini düşünmektedir. Bu düşünsel süreç ise peşi sıra gelen metaforlar yardımıyla oluşur. Bu oluşum beraberinde insanın temelde öz benliğinde var ettiği gerçeklik ve düşüncesi arasında mesafeleri beraberinde getirir. “Gerçeklik ilkesi altında “özne”, ilkel dürtülerine kültürel tatminler arar. Her kültürel isteğin ardında bilinç dışı bir arzu yatar. (Tura, 2010:71).” Lacan’ın öne sürdüğü ‘gerçeklik’ simgesel ve imgesel olanın bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Lacan “Ayna imgesi görünür dünyanın eşiği gibidir (Silverman, 2006:13).” sözünde bahsettiği eşik, Rönesans’ın mekânın sınırlarını aşma çabasında ortaya çıkan yeni tür algıdan kaynaklanır. Bir başka ifadeyle bu yeni algı, mekân ile mekâna ait sınırın yanılzamaya bağlı olarak geliştirdiği sonsuzluğa yönelim çabasıdır. Gerçekte

var olan mekân veya onun yarattığı yarılsama, beden üzerinde mekânsı bir etki oluşturmakta, sonlu olduğunu bilen insanı sonluluk ve sonsuzluk arasındaki sınırdaki konumlandırmaktadır. Lacan nesne ile insan gözü arasında perde olarak tanımladığı imgenin ta kendisidir. Lacan ayna evresini dram ile bağdaştırarak bunu şu şekilde açıklar; "... ayna evresi, iç dürtüsü, yetersizlikten ön almaya dönüşen bir dramdır: Kendi mekânsal kimliğine takılmış olan özne için bedenine ilişkin kapıldığı yalancı görüntüleri üreten bir dram (Lacan, 1996: 178)." John Berger ise, *Görme Biçimleri* adlı yapıtında "düşündüklerimiz ya da inandıklarımız nesnelere görüşümüzü etkiler (Berger, 2004: 8)" diyerek, aslında görünenin ötesinde insan zihninin anlamlandırma yapma eğiliminde olduğunu vurgular.

Ayna özellikli anamorfoz tekniğinde okuyucuda yaratılmak istenen duygu, anlatımın altındaki özel bilginin çıplak gözle görülemeyecek şekilde gizlenmesidir. Sanatçı eserde asıl görünmesini istediği görüntüyü silindir, koni ya da prizma gibi ayna özelliğine sahip bir cisim ile sunar. Ayna özellikli anamorfoz ile üretilen eserlere bakıldığında sanatçıların genellikle, kültürel, siyasal, dini konularda tepkiye neden olacak ve sakıncalı olarak değerlendirilebilecek iletileri bu teknik ile gizli ve örtük şekilde sunduğu görülür. Dönemsel açıdan ele alındığında toplumsal ve kültürel etkileşime bağlı bir gereksinim neticesinde ortaya çıkan bir yöntem olduğu görülmektedir. Seckel'e göre 17. yüzyılda karşılaştığımız anamorfik teknik ile hazırlanan eserler, "bir koni, silindir, piramidal üçgen veya ayna yardımıyla, onların gerçek, muhteşem oranlarda görüntüsü elde edilebilen türden imgeler sunar. Bu tür görseller, izleyicinin yaşına, ait olduğu kültüre, sanatla ilgilenip ilgilenmediğine bakılmaksızın, onu şaşırtarak ve oyun yoluyla eğlendirir ve onu mutlu eder (Seckel, 2004: 11)." Aşağıda yer alan şekilde kullanılan ayna anamorfozunda "W" harfi zeminde deformasyona uğratacak ve çarpık bir görüntü oluşturacak şekilde yerleştirilmiştir. Bu görüntü ile karşılaşan izleyici aynalı bir koni aracılığıyla bu çarpık görüntüyü okuyabilmekte W harfine ulaşabilmektedir.



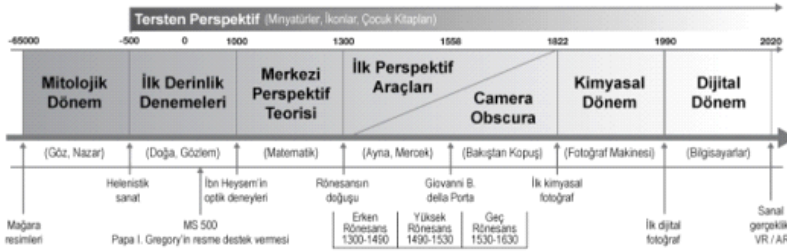
Şekil1. Konik bir yüzeyde W harfinin yarattığı izdüşüm.

Kaynak: Di Paola, F., Pedone, P ve Inzerillo, L. (2015:271).

- **Perspektif (oblique) Anamorfozu;**

Perspektif nesnelerin biçim ve boyutlarının insanın görüş mesafesine olan uzaklık ya da yakınlığı ile bağlantılıdır. Latince kökenli olan perspectiva kelimesinden gelen kavram, “eşyanın ve nesnelerin uzaktan görünüşüdür (Perspektif, 1992).” Perspektifin temel öğeleri arasında ufuk çizgisi ve kaçma noktaları bulunur. Bakış açısının değiştirilmesine bağlı olarak görsel etkide değişiklik yakalanabilmekte izleyicisinde derinlik algısı oluşturabilmektedir. Nitekim “ufuk çizgisinin ve çizgi ile birlikte tüm kaçma noktalarının konumu tamamıyla bakış açısına bağlıdır. Bakış açısı değiştirilerek ufkun konumu ve perspektif değiştirilebilir (Özdemir, 2010:72).” Bakışın tarihi olarak da tanımlayabileceğimiz perspektif tarihi bilimsel ve teknolojik açıdan gelişmelerden etkilenmiş ve içinde bulunduğu çağın paradigmalara göre çeşitlenmiştir. Perspektifin teknolojik bağlamda dönemlerini aşağıda yer alan tabloda görmek mümkündür.

Tablo 1. Perspektifin paradigmalara ve teknolojik araçlara göre gelişimi

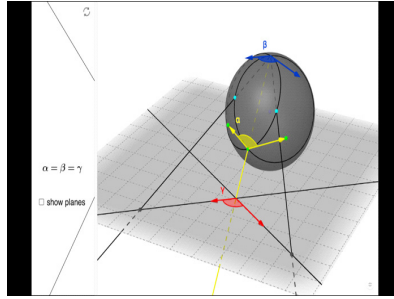


Kaynak: Altunoğlu (2018:44.)

Slavoj Žižek'in “yamuk bakmak” olarak tabir ettiği felsefi yönteminde kavram, özel bir bakış açısının algıyı oluşturduğu yordam üzerine kuruludur. Žižek bu yordamı şöyle açıklar; “psikanalizde bu yordamı öznenin müphem ve girift halini analiz etmeyi ve açığa kavuşturmayı amaçlar. Sanat, edebiyat, sinema, estetik alanlarında ise yine müphem (belirsiz) lekeli, flu durumları yamuk bakarak kavramayı hedefler (Polat, 2015:87).” Daha açık bir ifadeyle, “bir şeye dosdoğru bakarsak, onu ‘gerçekte olduğu gibi’ görürüz, halbuki arzu ve endişelerimizin karıştırdığı bakış (yamuk bakış) bize çarpık, bulanık bir görüntü verir (Žižek, 2010:77).” Bu potansiyel bakış açısı sapması görülene duyguların karışması ile normun dışına taşır ve okuyucunun yapıbozumuna imkân tanır. Friedrich Nietzsche (1844-1900) “perspektivizm” kavramına aykırı bir okuma sunarak mutlak bir perspektif ve mutlak bir gözün olmadığına değindiği görülür. Filozof, “olguların olmadığı dünyada sadece yorumlar” vardır derken, içinde bulunulan evrene tek açıdan bakmanın anlamının olmadığına altını çizer. Zamanın değişken olduğunu vurgulayan bu türden bireyci yaklaşımında Nietzsche, “kişinin hayata farklı pencerelerden de bakması” gerekliliği üstünde durduğu görülür. McLuhan ve Powers Globay köy adlı yapıtında perspektifin öznel bakış açısına büyük

katkı sağladığını dile getirirken kavramı “çoklu bakış açısına geri dönme” olarak tanımladıkları görülür (McLuhan ve Powers, 2020:265).

Rönesans öncesine kadar resim ile mekân arasındaki derinlik duygusu nesnelere arasındaki boşluklardan yararlanılarak kullanılmış, Rönesans resim sanatında ise, yanılısma temelli oluşturulan perspektif sayesinde resim ve mekâna dair ilişki başka anlam kazanmıştır. Bu değişim sadece resim sanatını etkilemekle kalmamış, insan yaşantısında dünyayı anlamlandırma düzleminde de derin etkiler yaratmıştır. Anamorfik illüzyonun ya da görüntünün ikincil türü olarak karşımıza perspektif anamorfozu “nesnenin veya figürün görüntüsünü teknik ve sistemli ölçülerle bozarak ya da projeksiyon gibi yansıtma aletleri yardımıyla mekân veya yüzeye aktararak elde edilmesidir (Kocalan ve Türkdoğan, 2018:529).”



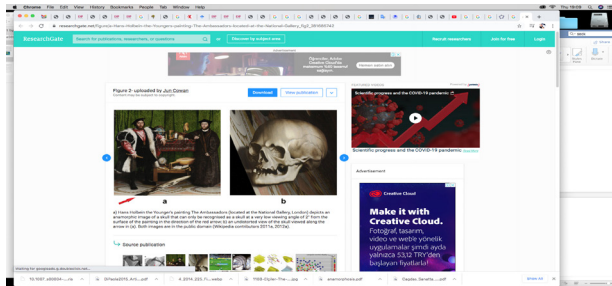
Şekil 2. Perspektif Anamorfozu İle Görselin Üç Boyutlu Olarak Algılanmasına İlişkin Örnek

Kaynak: (URL-3)

Görsel sanatlar açısından ele alındığında anamorfiz tekniği kullanılarak geliştirilen eserlerin okuyucuya sağladığı aracı, araç ya da yöntem sayesinde gözün belirli bir kaçış noktası yakalaması temelinden gelmektedir. Ancak bu teknik, doğrusal perspektifin (linear perspective) özelliklerinden farklıdır. Nitekim doğrusal perspektifte, özne kendisine uzakta olan nesnelere birbirine yakın görünürken, kendisine yakın olan nesnelere birbirine uzak olarak algılar. Doğrusal perspektiften farklı olan ve sezginin ön plana çıktığı perspektif anamorfozunda yanılısamalar, gözün netlik yapma yeteneği ile ilgilidir. Öyle ki, 1852 yılında Wilhelm Rollmann tarafından keşfedilen bu yöntem, insanın sahip olduğu her iki gözün kendine ait görüş alanının bulunmasının yanında her ikisinin de ortak görüş alanları bulunmaktadır. Perspektif anamorfozunda okuyucu iki boyutlu yüzeyde yer alan görüntüyü belirli bir kütle ve hacme sahip üç boyutlu olarak alımlaması ile açığa çıkar bu bir tür derinlik algısının yanılısaması yaratır. “1891 yılında Fransız Louis Ducos du Hauron tarafından icat edilen anaglyph yöntem, stereoscopic üç boyutlu efekt sağlayarak sinemalarda ve çeşitli basılı yayınlarda üç boyutlu fotoğraf oluşturmak için kullanılır (Hayes, 1989:133).”

RESİM SANATINDA ANAMORFİK İLLÜZYON

15. yüzyılın başlarında resim sanatında bilginin önem kazanması özellikle, Floransalı Avangart Sanatçılar'ın dikkatini çekmiştir. Bu dönemde optiğin temellerini bulmak ve yeni bir teori yaratmak için çeşitli çalışmalar gerçekleştirildiği görülür. İlk defa terime Fransız matematikçi Jean François Nicéron'un anamorfik sanat üzerine yazdığı "La Perspective Curieuse" (Curious Perspectives) adlı kitabında rastlanır. Avrupa sanatı söz konusu olduğunda ise, anamorfik görüntülerin ustalığın kanıtı olarak tanımlandığını görmek mümkündür. Rönesans'ın sanat pratiklerinde yer alan kimi perspektif kuralları ile çarpıtılmış görüntünün bağımsız anlamlar yüklenmesi ile yanılısma tekniği olarak karşımıza çıkan anamorfik illüzyonun temelinde, gerçeğe birtakım ekleme ve çıkarmalar yapıldığı görülür. Bu eserlerde algı ötesinde paralaks imgeler yaratma eğilimine yatar. Anamorfoz eserlerin resim sanatındaki önemli referanslarından birisi de şüphesiz, Alman ressam Genç Hans Holbein tarafından yapılan ünlü "The Ambassadors (Elçiler)" adlı eserdir (Resim 1). Reform hareketlerinin Avrupa'da kızıştığı döneme denk düşen 1533 tarihli eser, ikili bir portre olmanın ötesinde anlamlarla yüklüdür. Esere bakıldığında; solda dönemin Fransız elçisi Jean de Dintevilli'nin olduğu görülür. Sağ tarafta ise, Lavaur Piskoposu Georges de Selve vardır. Her iki kişinin elçi kimlikleri eserin içine dahil edilen seyahat sırasında kullanılan aletler ile vurgulanmaktadır. Eserin dini ve politik açıdan gerginliklerin yaşandığı bir döneme denk düşmesi eserde bu gerginlikleri simgeleyen çeşitli sembollerin var olmasını anlamlı kılmaktadır. Resmin gerçekliğin ötesinde barındırdığı giz ve görünmeyen anlamlara sahip olması ve pek çok ipucunu da içinde barındırmasından dolayı kimi çevrelerce "Rönesans'ın Şifresi" olarak adlandırılmıştır. Eserin barındırdığı çeşitli göndermelere ek, en önemli detaylarından biri de mekânın zemininde bulunan ve bozularak yerleştirilmiş olan kafatasıdır.

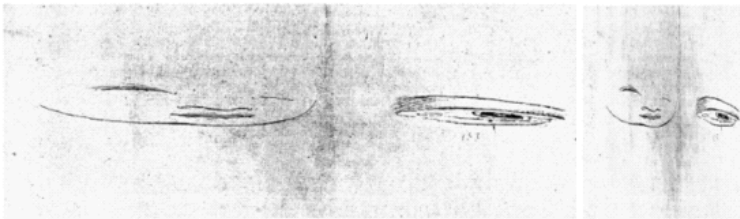


Resim 1. Hans Holbein The Younger'ın "The Ambassadors (Elçiler)" Adlı Eseri (Solda), Eserdeki Zemin Üzerinde Deforme Olan Kafa Tası Görüntüsünün Düzeltilmiş Hali (Sağda).

Kaynak: (URL-4).

Okuyucunun öznel bir bakış açısı ile yakalanabilen kafatası başka açılardan bakıldığında sadece bir tahta parçasıymış gibi algılanır. Bu eserde nesnenin manevi bir sembolü olan ve ölümü simgelediği söylenen kuru kafa, görsel duyunun içeriğine ilişkin gözlem türünü ortaya çıkarmasından dolayı anamorfik nesne örneklerinden sayılabilir. “Özellikle mekânın kullanıldığı ve izleyicinin yer değiştirerek belirli bir perspektif yakaladığında farkına varabildiği bu görsel sürprizlere yer veren eserler, etkileşim kavramının etkisini ortaya çıkarır (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014:7).” Holbein’in bu eseri, doğrusal perspektifin tam tersi bir özelliğe sahiptir. Eserde nesne mekân içinde simülasyona uğratılarak bilinçli bir yanılsama yaratılmıştır. Mekânın zemininde yer alan kafatasının belirli bir bakış açısından bakılması koşutu ile anlaşılması, eserin tasarım anlayışında kurgusal açıdan taşıdığı farklılığı göstermektedir. Anamorfik yanılsamaların, özellikle iktidara aykırı ve toplumsal geleneklere uygun düşmeyen mesajlara sahip eserlerde sık sık kullanıldığı görülmektedir. Bu eserin üretildiği dönem söz konusu olduğunda da ressam, doğrudan söyleyemediği mesajları örtük/kapalı bir şekilde sunularak, okuyucusuna sunmuştur. Nitekim “resmin alt orta kısımda gizlenen bozulmuş (distorted) kurukafa, Hristiyanlıktaki “ölümü hatırla” (momento mori) mesajını vermek için eklendiği düşünülmektedir (Kleiner, 2016: 658).”

Anamorfik illüzyonu, sanat ile bilimin arasındaki sınırları kaldıran Erken Rönesans’ın dâhi çocuğu Leonardo da Vinci’nin “Çocuk Yüzü ve Göz” (Child’s Face and An Eye) adlı eskizinde de görmek mümkündür. Çocuğun yüzünde yapılan bu anamorfik dönüşüm bu tekniğin en eski örnekleri arasında yer almaktadır. Esere ilk bakışta anlamsız ve bozuk olarak karşımıza çıkan görüntü (Resim 2-solda) bir göleti andırmaktadır. Esere, sadece belirlenmiş bir noktadan bakıldığında izleyici bu görüntüyü göz ve çocuk portresi okumakta böylece eser normal bir görünüm sergilemektedir. (Resim 2-sağda).



Resim 2. Leonardo da Vinci, Anamorföz Çocuk Yüzü ve Göz (Child’s Face and An Eye) anamorfik görüntüsü (solda), görüntünün bakış açısına bağlı görünümü (solda).

Kaynak: Baltruşaitis (1977: 33)

Da Vinci bu denemesinde, insan algısının konumsal ve bedensel doğasına dikkat çekmiştir. Bir başka ifadeyle, perspektifin doğasında bulunan çarpıtma etkileri anamorföz ile simülasyona uğratılmakta elde edilen görüntünün temsili ortaya çıkarılmaktadır. Nitekim anamorföz görüntüler beden çarpıtıcı etkilerine

tabi olarak öznelştirilmektedir. Özetle statik anamorfik bir görüntünün algılanabilmesi için, bireyin doğru noktada durarak bedenini konumlandırması gerekir. Böylece görüntü, izleyicinin zihninde öznelşerek yeni bir anlam edinecektir. Perspektif sayesinde elde edilen bu türden görüntülerde doğrusal perspektifin yerini tam tersi kurallar almaktadır. Böylelikle esere bakan okuyucu, nesne ile kendi arasında bir bağlaşım sergilemekte ve bu paradoksun içine dahil olmaktadır. Bu da izleyicide ortaya psikolojik açıdan rahatsızlık verici durum ortaya çıkmaktadır.



Resim 3. Andera Mantegna, Camera degli Sposi (Bridal Chamber) Freski, Ducale Sarayı, Mantua, İtalya, 1474.

Kaynak: (URL-5).

Tüm sanat eserlerinde okuyucunun zihninde yaratılmak istenen evren, göstergebilim aracılığıyla verilmek istenen iletiyi optik yanılsamanın yarattığı hile ile sunmaktadır. Bilindiği gibi, sanatçı ya da tasarımcı eserlerinde izleyicisini etkilemek amacıyla çeşitli yöntemler kullanır. Bu yöntemlerde kimi zaman geometrik formlar yer alır. Sanatçı/tasarımcı bu formları kimi zaman parçalayarak kimi zamansa tekrarlayarak yeniden sunar. Bazen de eserin içinde yer alan renklerde bütünlük ya da zıtlıklardan yararlanır. Bu tür yöntemlerde eserin yanılsama kazanmasına katkı sağlayabilmektedir. Görünenin ötesinde his uyandıran bir diğer anamorfik illüzyona örnek olarak Rönesans sanatçısı Andera Mantegna'nın Gonzaga ailesi için 1474'te tamamladığı, İtalya'daki Ducale Sarayı 'Camera degli Sposi'nin tavanı örnek olarak gösterilebilir. Nitekim fresklere bakan izleyici mekân derinliğinin yarattığı illüzyon sayesinde gökyüzüne bakıyor gibi hisseder. Rönesans ve sonrasında bilimsel perspektifin sanat eserlerinde kendine yer bulmasıyla birlikte ikincil boyut artık üç boyutlu hale gelmiştir. Öyle ki, bu dönem eserlerde insanın merkeze konumlandırıldığı gözdeki kusurdan yararlanılarak ortaya çıkan yanılsamayı, sanal, yapay ya da simülatif olarak nitelendirilebilecek algıyı oluşturan çeşitli örnekler olduğunu görmek mümkündür. Yüksek Rönesans'ın referanslarıyla doğan Barok sanat eserlerinde özellikle iç mekânsal yapıların kubbe ve tavanlarında yer alan fresklere bakıldığında, quadraturist türü bir teknik kullanıldığı görülür. Quadraturist

uygulama tekniğinde mantık, alt açıdan bakan gözün mimari ile bütünleşik bir yapıya dönüşecek şekilde bir çeşit illüzyon sunması üzerinedir. Başka bir deyişle bu teknik, izleyicisine içinde bulunduğu mekân içinde devamlılık hissi sunan yanılsamaya sahiptir. Barok dönemde bu yöntemi kullanan birisi de sanat teorisyeni, ressam ve mimar olarak bilinen Fra Anrea Pazzo'dur (1642-1709). Pazzo'nun St. Ignatius Kilisesi için 1694 yılında tamamladığı "Aziz Ignatius'un Yüceltilmesi" adlı fresk, gerçek taş mimarisi ve yüzey arasındaki geçiş ile cenneti anımsatan bir yanılsama yaratmak suretiyle izleyicisine sunulmuştur.



Resim 4. Fra Andrea Pozzo, "Aziz Ignatius'un Yüceltilmesi" (Triumph of Sant'ignazio of Loyola), Sant'ignazio tavan freski, Roma, 1691-94.

Kaynak: (URL-6).

Esere bakıldığında, tıpkı Mantegna'nın eserinde olduğu gibi, figürlerin uçmalarına rağmen fiziksel bir gerçekliğe sahip oldukları görülmektedir. Katolik inancında yer alan inanç dizgeleri ve tarihi birtakım olayların referansının kullanıldığı eser, iki boyutlu düzlemde yapılmış olmasına rağmen üçüncül bir boyut izlenimi sunmaktadır. Nitekim esere belirli bir noktadan yukarı doğru bir açı ile bakan izleyici, gökyüzü ve göğe yükselen figürlerin tiyatral dinamik yapılarına kendini bırakmakta böylece kendisinin de göğe doğru yükseldiğini hissedebilmektedir. Esere bakan izleyicinin görme organı aracılığıyla aldığı her türden duyum ya da izlenim örgütlenerek yeni bir bilgiye dönüşmektedir. Üç boyutlu olarak algılanan eserde optik ve psikolojik birtakım yanılsamalar söz konusudur. Eserin perspektife bağlı olarak mekân içinde sunduğu bu yanılsamalar sayesinde, izleyicisini fizikî dünya ile ruhanî dünya arasında çizgilerin bulanıklaştığı yeni bir dünyaya doğru sürüklemektedir. Zygmunt Pizlo anamorfik görüntünün bu karakteristik özelliğini şu şekilde özetler; "insan görsel sistemi üç boyutlu şekilleri algılamak için retinal 2B görüntülere dayandığı için, retinalar tarafından algılanan görüntülerdeki bilgiler ile gerçek dünya kaynakları arasındaki ilişkiler şekil belirsizliğine neden olur (Pizlo, 2008: 21-27)." Tam da bu noktada, eserin yüksekliği ve sanatçının açısız olarak yaptığı kuru sayesinde ruh ile gerçek arasında yıktığı duvar izleyicisine sanal, holografik ya da manipülatif bir sunum yapmaktadır.

Rönesans'ın meşhur “Memento Mori” olarak bilinen dini ve ahlâkî öğretilerin görsel metinlerle bezenerek sembolize edilme geleneği 1600'lerin ortalarına doğru özellikle Avrupa'da popüler hale gelen vanitas resimlerine benzemektedir. Bu resimleri icra eden sanatçılardan biri olan Hendrick Andriessen, 1660 yılında tamamladığı eserinde İngiltere Kralı I. Charles'ı konu almıştır. Sanatçının eseri o dönemde İngiltere'de boy gösteren iç savaşta ele almakta bu savaşın sonucunda İngiltere monarşisinin ve dahi kralın başına gelen olaylara ilişkin birtakım imalar barındırmaktadır. Eseri çekici kılan sadece sahip olduğu bu düşünsel imalar değil pek tabii teknik açıdan kullandığı ayna anamorfozudur. Kralın deforme olan görüntüsü silindirik bir ayna yardımıyla yansıtıldığında ancak görülebilmektedir. Sanatçı eserde kralın portresini kullanarak elde ettiği görüntüde kullandığı anamorfoz teknik ile izleyiciyi kral ile buluşturmakta ve izleyicisinde başı kesik bir portre izlenimi uyandırarak ölümü vurgulamaktadır.



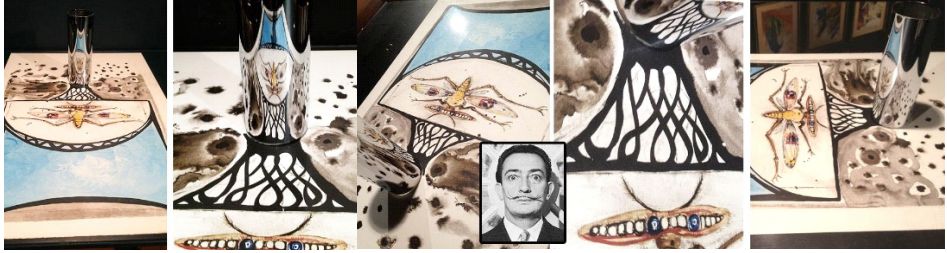
Resim 5. Hendrick Andriessen, “İngiltere Kralı I. Charles” (*King Charles of England*),

Silindirik Ayna Kullanılarak Sunulan Anamorfik Görüntü, Nationalgalerie, Stockholm,1660.

Kaynak: Baadj (2009:25)

18. yüzyıla bakıldığında özellikle ayna anamorfozu yerine daha çok optik sapma sonucu ortaya çıkan yanılsamaların kullanıldığı görülmektedir. “Bauhaus, Dada, Konstrüktivizm, Orfizm, Fütürizm ve Neo-Empresyonizm gibi akımlarla ilişkilendirilen 20. yüzyıl sanatçıları da optik algılama ve yanılsamalarla ilgilenmişlerdir (Beyoğlu, 2015: 339).” Okuyucunun katılımına olanak sunan bu illüzyonlar, dahiliyet ve etkileşim türünde iletişim yaratması bakımından oldukça önemlidir. Anamorfik illüzyon, sanat ve tasarımın akış şemasında sayılan sanat akımlarında isim yapan pek çok sanatçının kullandığı bir yöntem olarak karşımıza çıktığı görülür. Sürrealizm akımında yer alan eserlerde de tercih edilen anamorfik illüzyon yönteminde eserin izleyicide oluşturduğu algı bilinçli olanla bilinçsiz olanın, gerçek olanla hayal olanın bir sentezi olarak karşımıza çıkar. Sürrealizm akımının babası olarak bilinen İspanyol sanatçı Salvador Dali eserlerinde deformasyonlara başvuran ve anamorfik illüzyon yöntemini sık sık kullanan sanatçılardan biridir. Dali'nin eserlerini yorumlayan Max Gerard, sanatçının

eserlerinde yeni tür anlam var etme aşamasında kullandığı illüzyonların temelde, “obsesyonlar, rüyalar, paranoyalar ve delirme...” gibi psikolojik durumlara görsel referanslar verdiğini belirtir (Gerard, 1974:106).”



Resim 6. Salvador Dali, “Arlequin: Anamorphosis Suite”,
Silindir Ayna Kullanılarak Sunulan Anamorfik Görüntü, 1972.

Kaynak: (URL-7).

Fiziksel açıdan paranoyak olarak tanımlanabilecek, asimile edilmiş figürlere eserlerinde sıklıkla yer veren Dali, birden fazla imgeyi bir arada toplayarak kullandığı kolaj yöntemi sayesinde bir çeşit belirsizlik yakalamaktadır. Breton’un Dali’den alıntılarla yaptığı açıklamaya bakılacak olursa, izleyicinin zihninde belirsizlik yaratan bu durumun kaynağı, “yorumlama sürecindeki rasyonel olmayan bilgidir (Breton, 1965:134).” Sanatçı, zihin haritasında var olan düşüncüyü dış dünyaya aktarılırken kullandığı imgeleri birbiri içine geçirmekte, böylece yeniden yoruma açık olarak dış dünyaya bıraktığı bütünselliği çoklu anlamlar ile beslemektedir. “Dali çalışmalarında var olan “illüzyon” ve “rasyonel olmayan” obje veya figürleri şahsileştirerek psikanaliz bilimin bilinçaltı yansımalarıyla ilişkilendirir (Arslan, 2015: 293).” Salvador Dali’inin 1972 yılında tamamladığı eser, silindir ayna anamorfoz yöntemi kullanılarak hazırlanmış örnekler arasında gösterilebilir. Dali çarpıtarak tasarladığı bu eserde, izleyicisine farklı ve keskin bir açıdan farklı bir görünüm yakalatmaktadır. Öyle ki, ilk bakışta böceğe benzeyen eser, silindir ayna yardımıyla elde edilen yansıma sonucunda mavi şapka sahibi bir adam portresine dönüşmektedir. Yansıma ile elde edilen yeni görüntüde böceğin gövdesi yerine burun, göz, sararmış dişler, dudak gibi ayrıntılar belirginleşmekle beraber, böceğin antenleri Dali’nin bıyıklarını andırmaktadır. Böylece eser sunulmanın ötesine geçerek oto portre görünümünü kazanmaktadır.

Mekân yansıması yaratmak amacıyla çalışmalarında anamorfoza yer veren örneklerden birisi de, Macar asıllı Istvan Orosz’dur. Eserlerinde geometrik paradokslara tarihsel ve felsefi bir bakış açısıyla bakan sanatçı, Op-Art referanslarının yanı sıra, özellikle yarattığı Sürealist eserlerde anamorfik illüzyondan sık sık yararlandığı görülmektedir. “Orosz’un sanatsal üslubu klasik antik dönem ve Rönesans’tan beslenerek arkaik biçimlerde çağdaş bir görsel dil meydana getirir. Sanatçının birçok eseri önceki sanat akımları ve uygulamalarına

saygı niteliğindedir (URL-8).” Yapısal manada bozuntuya uğrattığı görüntüleri bağımsız bir anlam yükleyen sanatçı çift anlamlı imgeler kullanarak gözün sahip olduğu kusurlardan faydalanır. Böylece görüntüleri silindirik bir ayna yardımıyla sadece tek bir açıdan bakıldığında görünür kılar. Eserlerinde saklı gerçekliğe yanılısma ile ulaşan sanatçı çağdaş sanatın en ünlü yorumcularından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.



Resim 7. Istvan Orosz, Gizemli Ada (The Mysterious Island), 1983.
Anamorphic Gravür, Grafik Sanatlar Koleksiyonu

Kaynak: (URL-9).

Orosz’un ünlü edebiyatçı Jules Verne’nin “Gizemli Ada” adlı yapıtında yer alan gemi enkazını canlandırdığı bu gravürde (Resim 5), izleyici/okuyucu sanatçının kullandığı teknik ve ayna sayesinde bir yanılısamaya uğratılmaktadır. Sanatçı tarafından bilinçli olarak yapısal bozuntuya uğratılmış gravüre silindirik şeklinde bir ayna yardımıyla tek bir bakış açısında bakan izleyici/okuyucu, eserde sanatçı tarafından gizlenmiş edebiyat yazarı Jules Verne’nin portresini görmektedir. Teknik açıdan yansıyan ışığın oluşturduğu görüntünün silindirik ayna üzerine yansısıyla elde edilen portre dağınık ve anlaşılmayan görüntüyü net bir şekilde izleyicisine sunmaktadır.

Anamorfik illüzyon tekniği sanatta yer yer kullanımı azalmış olsa da özellikle bilgisayar teknolojileri sonrasında yeniden eski popülerliğini kazanan bir teknik olarak karşımıza çıktığı görülür. Tekniğin çoklu anlatıma, yeniden yorumlamaya olanak sunması, üslup birleştirici özelliği ve okuyucusunda yarattığı gizem ve merak onu tercih edilen bir yöneme haline getirmiştir. Özellikle 1960 sonrası döneme bakıldığında tekniğin sadece resim sanatıyla sınırlı kalmadığı, grafik tasarımın, edebiyatın, matematiğin, felsefenin ve mimarinin etkilendiğini bir yöntem olarak karşımıza çıktığı görülür. Yanılısamaya temelli anamorfik illüzyon tekniği ile uzayın sınırlarını çizdiği mekâna dair algının insan zihninde değişikliğe uğratılabilmesi mümkündür. Nitekim mekân insanın yarattığı bir kavramdır ve içine dahil olduğu mekân ile kendisi arasında sürekli olarak etkileşim gerçekleştirir. İster iç mekânda ister dış mekânda olsun insan, mekâna dair algı sürecini önce duyumsal, sonra zihinsel olarak gerçekleştirir. Mekânsal algılama, gözlem sonucu edinilen bilginin duyumun ötesine geçerek bireyde yarattığı zihinsel etkinin bir

sonucu olarak karşımıza çıkar. Mekânın algılanmasına yönelik en belirleyici etken ise, mekânın sahip olduğu sınırlardır. “Bu sınırlar duvar gibi kesin engeller olmak zorunda değildir; yerdeki döşemenin değişimi ya da bir çizgi bile, mekânın sınırlarını belirlemede geçerli bir unsur olabilir (Taşçıoğlu, 2020:47).” Geçmişten bu yana mekânın sanat ve tasarım alanlarında üretilen pek çok eserde yer aldığını görülür. Mekânın zihinsel olarak yarattığı “yaşam alanı” göndermesi, bu eserler içinde farklı sembolik anlatımlara olanak tanımaktadır. Mekân, gündelik hayatta olan konumunun ötesine geçerek sanat ve tasarım alanında sınır dışı arayışların gerçekleştirilebildiği alanlara dönüşebilmektedir. Anamorfik illüzyon tekniği ile üretilen eserlerde yaratılan algısal yanılsama gerçek ile anlam arasında kalan mekânın fizikî sınırları silikleştirdiği görülür. Nitekim, bu yanılsama gözün ya da bedenin mekân içinde doğrudan algıladığı nesnelere üç boyutlu bir kütle olmaktan çıkmakta böylece mekânı ve mekân dahilinde yer alan nesnelere fiziksel bir olgu olmaktan ötede, “bireyin hareketinden ve anlık yaşantılardan beslenen bir kavrama dönüşmektedir (Keskinol ve Uçar, 2017: 569).” Mekân bu yöntem sayesinde kazandığı yeni kimlik ile kimi zaman belirsiz kimi zaman olağan üstü kimi zaman ise şaşırtıcı olabilmektedir.

İsveç asıllı Felice Varini, çeşitli teknolojik cihazlar (projeksiyon, kamera, bilgisayar) yardımıyla anamorfik illüzyon tekniğini kullanan sanatçılardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Varini kapalı ve kamusal alanlarda dahil olmak üzere yarattığı eserlerinde sıklıkla geometrik formlardan yararlanmaktadır. Sanatçı kullandığı formları belirsiz bir alanda parçalayarak konumlandırmakta böylece izleyicinin görsel algısıyla oynamayı amaçlamaktadır. Sanatçının eserlerinde yer alan ve ilk bakışta birbirinden bağımsız gibi görünen geometrik parçalar, tek bir bakış açısı doğrultusunda bütünsellik kazanarak anlamlandırılabilir.

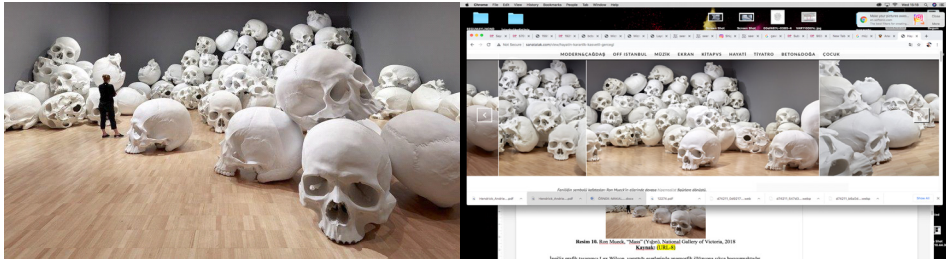


Resim 8. Felice Varini, Dairelerin Dansı (Danse D’arcs Et De Cercles), Kunsthalle Osnabrück Sergi Salonu, Almanya, 2017.

Kaynak: (URL-10).

“Varini, genellikle resim yapmadan önce boşluk içinde gezinir, mimariyi, tarihini ve işlevini not eder. Bu uzamsal bilgiden ve ürettiği son parçaya referans olarak müdahalesiyle şekil kazanan özel bir bakış açısı tasarlar” (Ata, 2015:67).” Anamorföz perspektifine sıklıkla başvuran sanatçı, eserlerinde yer verdiği öznel bakış açısı sayesinde mekâna dinamiklik ve boyut kazandırmakta, mekânın

ütopik bir kimlik edinmesini sağlamaktadır. Varini'nin eserlerinde tuval yerine iç ya da dış mekân dahilindeki alanlar bulunur. Bu alanlar üzerine çizgisel ve geometrik pek çok formu yerleştiren sanatçı genellikle ana renkleri bu formlar dahilinde kullanır. Varini 2017 yılında gerçekleştirdiği “Dairelerin Dansı” (Danse d’arcs er de cercles) adlı eserini Almanya’nın kuzeybatısında yer alan Osnabrück şehrinde Eski Dominik Manastırı’na ait sergi salonunda sergilemiştir. Sanatçı birbirini içine geçen daireleri iç mekânın nesnesi haline çevirerek alana özgü yeni tür bir parça yaratmıştır. Barok üsluba sahip manastırın dev kemerleri arasında dolaşan Varini’nin kırmızı dairesel formları, ilk bakışta soyut, çarpık ve anlamsız çizgiler olarak anlaşılrsa da yakalanan doğru bakış açısıyla bu dairesel formlar mekânın büyük kemeri ile birleşmekte ve mekâna yeni bir boyut ve dinamiklik katmaktadır. Böylece izleyici gerçek olan mekândan sıyrılarak yanılsamalı mekâna geçmektedir. Eserlerinde her daim bakış açısını mimari özelliklere göre tasarlayan sanatçı, manastırın kemerlerinde iç içe geçerek adeta dans eden dairesel formlar arasında yarattığı dil ile izleyicisine bakmak ile görmek, gerçek ile anlam arasındaki farkı keşfettirmektedir.



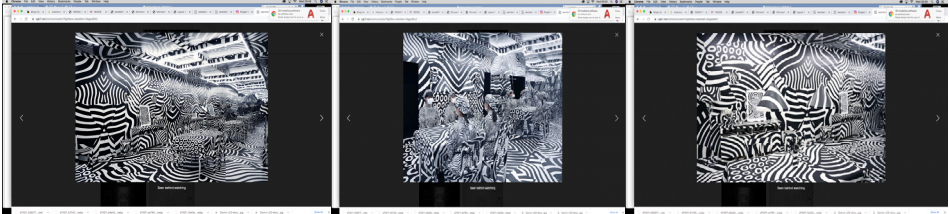
Resim 9. Ron Mueck, “Mass” (Yığın), National Gallery of Victoria, 2018
Kaynak: (URL-11).

Göz yanılsamasıyla anlatacaklarını çeşitlendirdiği malzemeler ile gerçekleştiren eserlerinde hiper gerçeklik üzerinden bir bağ ile karşımıza çıkan Avustralya doğumlu Ron Mueck, çağdaş performans sanatta bedeni kendine konu alan realist heykeltıraşlardan birisidir. Dil ve disiplin örüntüsü açısından Mueck, gerçek olarak sunduğu bedenlere gerçeğin ötesinde de anlamlar yükler. Sanatçı, özellikle insan bedenlerini normların dışında boyutlarda sunarak izleyicisine görünenin ötesinde bir dünya vaat eder. “İnsan bedenini ve formunu konu alan hiper-realist heykellerinde doğum, bebeklik, çocukluk, ergenlik, orta yaş, cinsel olgunluk, yaşlılık ve ölüm temalarını işlemektedir (URL-12).”

Ron Mueck’te insan bedenlerinde yaptığı oynamalar ve teknik becerileri ile izleyicisinde gerçekçi bir etki yaratırken, eserlerinin norm dışı boyutları, mimik ve konumlarına bağlı verdikleri poz eserlerin çoklu duygu ile anlamlandırılmasına neden olmaktadır. Mueck’in heykellerindeki güçlü psikolojik duygu yelpazesi yalnızca evrensel doğum, yaşam ve ölüm deneyimlerine değil, aynı zamanda

izolasyon, korku ve hassasiyet gibi duygusal durumlara da odaklanmaktadır. Sanatçı 2019 yılında Melbourne'daki National Galeri of Victoria'da açtığı "Mass" (Yığın) adlı sergisin de kullandığı kafataslarını mekân içine doldurmuş, kafataslarını birbirinden farklı boyutlarda sunmuştur. Sanatçının yaptığı ölçeklendirme sayesinde onu izleyen izleyici/okuyucu gerçekçi yapının hiperötesi görünümü karşısında bir çeşit yanılsama duygusu yaşamaktadır. Ayrıca sanatçının eserine bakan kişinin fanilik ile ölüm, başlangıç ile son arasındaki çağrışımları yaşaması eserin duymusal yarattığı evreni işaret etmektedir.

2020 yılında Japon illüstratör ve sanatçı Shigeki Matsuyama tarafından düzenlenen "Seen behind watching: Dazzle room" adlı enstalasyonu, anamorfik illüzyon tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiş göz kamaştırıcı işlerden birisidir. Sanatçı 2013'ten bu yana benzer türde işler geliştirmektedir.



Resim 10. Shigeki Matsuyama Tarafından Anamorfik İllüzyon Tekniği İle Hazırlanan "Seen Behind Watching: Dazzle Room" Adlı Enstalasyon Çalışması Videosu Ekran Görüntüsü, 2020.

Kaynak: (URL-13).

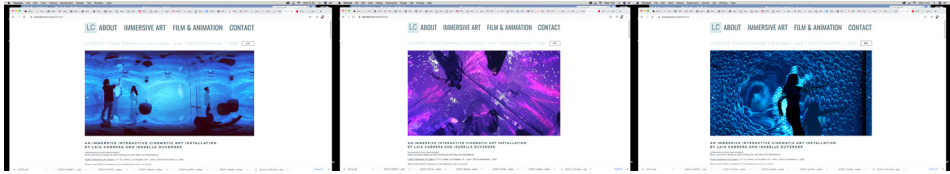
Çalışma, duvarlarla sınırlandırılmış bir odayı çevreleyen geometrik ve siyah beyaz olan formlar belirli bir açıdan bakıldığında yüzeyler üzerinde çeşitli imgelere sahip olarak karşımıza çıkmaktadır. İç mekâna yerleştirilen masa ve sandalye türü mobilyalar zemin, tavan ve duvarlarda bulunan desenlerin devamı gibi gözükmekte ve sanki mekâna ait bir parçaymış gibi algılanmaktadır. Mobilyaların aynı desene sahip olması iç mekândaki geometrik formlara ayrıca bir üç boyut algısı kazandırmıştır. Odanın içinde aynı kamuffajlara sahip kadın figürler de yine mekâna ait izlenimi vermektedir. Görünenin ötesinde arzuları harekete geçirmeyi amaçlayan sanatçının bu eseri 2013 yılında narsisizm teması üzerinden benlik vurgusu ile geliştirdiği enstalasyonun devamı niteliğindedir. Odanın kamuffaja benzer formlarla kaplı olması izleyicinin benlik ve benlik imgesi arasında yer alan sınırlarını bilinçli olarak bulanıklaştırmayı amaçlamaktadır. Göz kamaştırıcı etki sayesinde sanatçı modern bireyi kendi sınırlarının ötesine taşımaktadır. Siyah ve beyazın kullanımı görünenin ötesinde yaratılan zıtlığa bağlı bir yanılsamadır. Odayı saran geometrik formlar mekâna yanılsamaya bağlı bir atmosfer kazandırırken aynı zamanda formların sürekliliğine bağlı yaratılan dinamiklik durmak bilmeyen bir zamanı da işaret etmektedir. Hayatın karmaşıklığını iç

içe geçirdiği form ve kullandığı kamuflaj yöntemi ile öne çıkartmıştır. Dazzle olarak tanımladığı ve serginin de ana başlığı olarak karşımıza çıkan kavram, 1. Dünya savaşı sırasında düşmanı yanıltmak amacıyla savaş gemilerinin yüzeylerinin boyanmasıyla ortaya çıkan bir türden kamuflajdır. Siyah ve beyaz renkte kullanılan bu kamuflaj sayesinde düşman geminin uzaklık ve yakınlık bağlantısını algılayamamakta bu nedenle hedefi doğru tespit edememektedir. Bu yanılsamayı çalışmalarında sıklıkla kullanan Matsuyama, mekân içinde izleyiciyi kendi içine doğru sürükleyen bir etki yaratmıştır. Çalışmalarının merkezinde tema olarak “modern insanı” konu alan Matsuyama bu eserinde de modern insanın hayatına dahil olan akıllı cihazları ve internetin yaygınlaşması ile sosyo kültürel yaşantıda tüm davranış kalıplarında yaşanan değişimleri eleştirel şekilde ele almıştır. Sanatçı özellikle sosyal medyanın birey üzerindeki bilinçli etkilerini, oda içinde yarattığı karmaşıklık sayesinde eleştirmekte 21. yüzyıl insanın kendi öz kimliğini kaybetmesine vurgu yapmaktadır.

Sanatçıların 1800’lerden bu yana ürettiği eserlerde (sinema filmi, resim, tasarım, oyun gibi) gerçeklik yaratma arzusu, özellikle panoramik görüntünün keşfi ile bir üst kademeye çıkmış, bu keşif sonrasında kameranın yarattığı üç boyutlu his ile teknoloji ile bütünleşen illüzyonlar yaratılmaya başlanmıştır. Panoramik kamera sonrası, 1803 dolaylarında David Brewster tarafından geliştirilen streskop izleyicide “resme dalma” olarak tanımlanan deneyimi öne çıkartarak onu filme dahil etme çabasına girmiştir. Streoskop ve panoramik kamera, izleyicide onu çevresel olarak saran bir gösterim ve katımlık durumlarının oluşumu hızlandırmıştır. Film gösterimlerinde izleyeni filme dahil etme, içine alma, katımlılık, etkileşim gibi arayışlar, “sinemanın illüzyon gücünün artırılması için gösterimlerin yalnızca göze değil, her türlü duyuya hitap ederek daha büyüleyici hale getirilebileceği fikri de gelişmeye başlamıştır (Halaçoğlu, 2019:177)”. Bu süreçte yaşanan buluşlardan en önemlisi 1960’larda M. L. Heiling tarafından seyirciyi görüntü içine gömen sensorama simülatör (göze takılan gözlük) olarak gösterilebilir. Sensorama simülatör sayesinde kazanılan görsel derinlik izlenen içeriğin sanal bir ortama dönüşmesini sağlamakta, bunu deneyimleyen kişiyi ekranın limitlerinin ötesine geçirmektedir. Sensormanın yarattığı üçüncül boyutta oluşan kusursuz illüzyon seyircinin dahiliyetini sağlamak üzerinedir. 1990’lara geldiğinde, özellikle IMAX (Maksimize edilmiş görüntü) sistemleri gibi yeniliklerde de nihai hedef her daim kusursuz illüzyon ile yaratılmak istenen gerçeklik ve dahil etme arzusu üzerinden şekillenmiştir. “Yanılsamada önceki deneyimlerin temeli üzerine akıl, görüntüleri tamamlamak için izleyicinin gözün algılama ve anlamlandırma yeteneğini kendi çıkarı için kullanmaktadır (Reichardt 1997: 239)” Bu algılama ve anlamlandırma özellikle dijital teknolojilerin gelişimine bağlı olarak çalışmaya odaklanan izleyicide oluşan yanılsama, örtük olanı algılama tutkusunu körüklemiş, fiziksel ve ruhsal etkilerin daha yoğun

yaşanır kılmıştır. Resme dahil olma arzusu daha sonraları bilgisayar ve grafik sistemlerinin gelişmesiyle önem kazanarak bilgisayarları bir araç olmanın ötesine geçirmiştir. Böylece sanatçı ya da tasarımcıların sanal ortamlar yaratabilmesine, soyut bilgiye dayalı sanal görüntüler oluşturulabilmesine, oluşturduğu alan dahilinde de okuyucuya dahiliyet hissi sunmasına olanak sağlamıştır. Bu gelişmelere ek, dijital her türden ışık, ses, sanal, artırılmış ve karma gerçeklik gibi uygulamalar mekân algısının bilinen anlamının ötesinde yeni tür yanılsama ağırlıklı gerçek dışı dünyalar yaratmıştır. Böylece eserler, içerdiği anlamların ötesinde yeni tür kurgusal estetik bir yapı kazanmış, sanal ile gerçeğin bir arada var olmasına dayalı üretilen kusursuz yanılsama etkileşim yaratan hiper ötesi ortamlar, gerçeküstü, değişken, sanal gibi kavramlarını önemli hale getirmiştir.

Anamorfik illüzyon insan zihninde zaman ve mekâna, içsel ve öznel yaklaşımlara meydan okumak için güçlü bir araçtır. Nitekim Flutter olarak bilinen ve temelde güzel sanatlar alanında sanatı etkileşim ile eğlenceli hale getirmeyi ve herkese sevdirmeyi amaçlayan topluluk 2019 yılında on beş sanatçıdan oluşan etkileşimli bir sergi düzenlemiştir.



Resim 11. Laia Cabrera, Isabelle Duverger ve Aniol Saurina Masó'nun “İllüzyon” (Illusion) Adlı İnteraktif Enstalasyon Çalışması, Flutter Experience Art Gallery, Los Angeles, 2019.

Kaynak: (URL-14).

Sergiye katılanlar arasında çağdaş sanatı etkileşim temeli üzerinden ele alan ve bahsedilen meydan okumayı izleyicisine sunmaya çalışan Fransız sanatçılar, Laia Cabrera, Isabelle Duverger ve Aniol Saurina Masó, illüzyon adını verdikleri enstalasyon çalışmasında, görme ve yanılsama arasında oluşturdukları tasarım ile izleyiciye gerçek ve hayal olanı sorgulama şansı sunmuştur. Sanatçıların bu enstalasyon çalışması, yarattığı illüzyon sayesinde fiziksel ve dijital dünyaları birleştiren, doğru ile yanlış arasındaki çizgiyi bulanıklaştıran, eğlence odaklı bir içeriğe sahiptir. Enstalasyonda yaratılan gerçeğe yakın atmosfere dahil olan izleyici büyümlü Akdeniz kıyılarında yer alan ormanlarda keşfe çıkmakta, düşündürücü gerçeklere duyusal bir yolculuk yapabilmektedir. Etkileşimli bir iletişim üzerine kurulu olan bu çalışma, projeksiyon, ayna, ışık, ses, artırılmış gerçeklik ve video sanatının birlikteliği ile oluşturulmuştur.

REKLAM TASARIMLARINDA ANAMORFİK İLLÜZYON

Uygarlık tarihine paralel olarak görsel sanat anlayışındaki değişimlere örnek olarak gösterilebilecek “sokak sanatı,” (street art), “sokağın sanatçıların kendi düşünceleri ve o düşünceye verdikleri değerin ifade edileceği bir mekâna dönüştürülmesiyle ortaya çıkmıştır (Karaca, 2018:176)”. Birçok akımı içinde barındıran ve protest bir tavır olan sokak sanatı, şehir meydanlarını aşarak, kaldırımların, duvarların, alışveriş merkezlerinin yüzeylerine değin her türden mekâna uygulanabilen bir sanat türü olarak bilinir. Kamusal tüm alanlarda karşılaşılabilecek olan bu sanat türü, özellikle 1984’te Kurt Wenner’in denediği üç boyut illüzyon tekniği ile kısa zamanda fenomen hale gelmiştir. Sokak sanatında kullanılan tercih edilen tekniklerden anamorfoz tekniği ise, Wenner’in sıklıkla başvurduğu yöntemlerden birisidir. Üç boyutlu sokak sanatı (3D Street Art/ 3D Illusion) olarak bilinen bu sanatın yaratıcısı Wenner, üç boyutlu nesnelere iki boyutlu yüzeye aktarırken keşfettiği yansımaları inişli- çıkışlı etkilerden beslemekte, geometrik formlarda kullandığı tutarlı matematiksel yöntemler sayesinde kusursuz bir perspektif yakalayabilmektedir. Bulunduğu mekânı kurguladığı eser ile bütünleyerek izleyiciyi mekân ve orataya çıkan iş ile etkileşime sokma amacıyla olan Wenner’in sergi ağırlıklı işlerinin yanı sıra; Nike, Toyota, Microsoft, Sony, Absolut Vodka, British Airways, Disneyland, Greenpeace, Nescafé gibi markaların tanıtımları için üç boyutlu eserleri bulunmaktadır. Sanatçının 2011 yılında İstanbul’da Vestel markası için hazırladığı üç boyutlu zemin grafiği oldukça büyük ilgi toplamıştır.



Resim 12. Kurt Wenner, Vestel Reklam Grafiği, İstanbul, Türkiye, 2011.

Kaynak: (URL-15).

Sanatçının, soft pastel ve tebeşir malzemeler kullanarak gerçekleştirdiği bu reklam tasarımı Vestel’in üç boyutlu Led televizyonunu tanıtmayı amaçlar. Eserdeki renk harmonisi ve kullanılan özel perspektif sayesinde yaratılan derinlik hissi hem mekâna hareket katmakta hem de esere bakan katılımcı/izleyici ile etkileşime girmektedir. Tasarımcı zemin yüzeyine uyguladığı illüstrasyona marka imzasını da konumlandırarak marka tarafından piyasaya sürülecek ürünün gerçekçi üç boyut etkisine sahip olduğu yönünde göndermelerde bulunmaktadır. Gerilla reklam örneği olarak da sayılabilecek bu eserin optik yansımaya bağlı

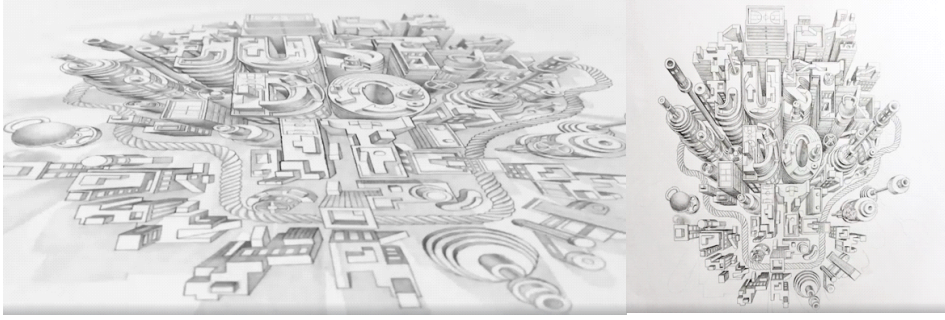
oluşturduğu anamorfik görüntü, izleyiciyi sadece fizyolojik olarak etkilemekle kalmayıp, psikolojik ve düşünsel açıdan da etkisi altına almaktadır. Marka açısından bakıldığında yaratılan bu atmosfer aynı zamanda marka reklamını viralleştirmektedir.



Resim 13. Trully Design Studio Tarafından Aeroporti Di Roma Havalimanı'nda Yer Alan Yolcu Yükleme Köprüsü Üzerindeki Vetruvian Man Adlı Eser, İtalya, 2019.

Kaynak: (URL-16).

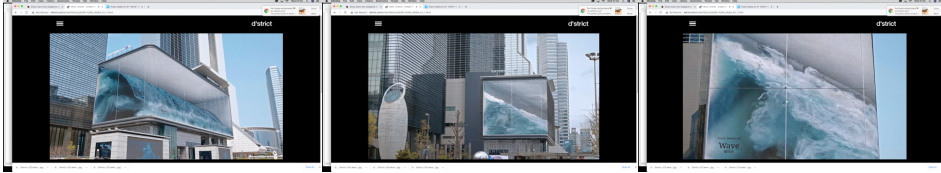
Anamorfik illüzyon tekniğinin mekân içinde kullanıldığı bir diğer örnek ise İtalya'da bulunan ve bir Atlanta Grup şirketi olan Aeroporti di Roma Havalimanıdır. 2019 yılında şirket, İtalyan'ın ünlü dâhisi Leonardo Da Vinci'nin 500. ölüm yıl dönümünde onu anma maksadıyla uluslararası yolcuların kullandığı, uçak ve havalimanı arasındaki yükleme koridorlarına sanatçının ilk eserlerinden biri olarak bilinen Vetruvian Man'i yerleştirmiştir. Anamorfik illüzyon üzerine deneysel çalışmalar yapan sanatçının bu yönüne dair bilinirliğini arttırmayı amaçlayan şirket, yolculara tekniğin sağladığı yanılsama ve renklerin oyunu sayesinde keyifli bir tecrübe sunmuştur. Çalışma aynı zamanda Vinci'den esinlenen çizimin farklı yüzeylere mükemmel bir hizada yansıtıldığını göstermektedir. Yolcuların mekân içinde mekânın bir parçası haline getirerek etkileşim yaratmayı amaçlayan bu çalışma kendine özgü perspektif kullanımıyla, tek bir bakış noktasından algılanmaktadır. Mekân ile harmanlanan eser yolculara gerçeküstü üç boyutlu görünümler sunarak yolcu, eser ve mekân arasında etkileşim yaratmaktadır.



Resim 14. Lex Wilson'un Nike 2018 Yaz Sezonu Tişört Tasarımı Çalışmaları Ekran Görüntüsü.

Kaynak: (URL-17).

Eserlerinde anamorfik illüzyona oldukça sık başvuran İngiliz grafik tasarımcı Lex Wilson çalışmalarında üç boyutlu, belirsiz formlardaki harfleri özel bir bakış açısıyla algılanabilir kılmaktadır. Ambalaj tasarımından, afişe, illüstrasyondan serbest çalışmalara değin pek çok tasarıma imzasını atan Wilson, Nike 2018 yaz koleksiyonu için tişört tasarımları yapmıştır. İç içe geçen çoklu geometrik formların oluşturduğu çalışmada ilk bakışta yoğun bir illüstratif anlatım görülmektedir Çalışmaya üst açıdan bakıldığında ise Nike markasının sloganı olan “Just Do It” tipografisi algılanmaktadır. İllüstrasyon ve tipografik birleşimlerine tasarımlarında sıklıkla başvuran Wilson bu çalışmasında da kullandığı perspektif, ışık ve üç boyut etki sayesinde anında anlaşılmaya direnen karakteristik özellikler ile karşımıza çıkmaktadır.



Resim 15. D'strict Tasarım Ofisi Tarafından Anamorfik İllüzyon Tekniği İle Hazırlanan “Wave” Adlı Enstalasyon Çalışması Videosu Ekran Görüntüsü, Güney Kore, 2020.

Kaynak: (URL-18).

2018 yılında Güney Kore'nin başkenti Seul'deki Gangnam-Gu ya da bilinen adıyla K-Pop meydanına açık hava reklamcılığı ve kültürel etkinliklerin gösterimi için binaları saran dev ekranlar kurulmuştur. Meydanda yer alan ekranlardan en büyüğü ise SM Town COEX alışveriş merkezi üzerindedir. 80 metre genişliğinde ve 23 metre yüksekliğinde elektronik bir ekrana sahip olan bina, çeşitli film gösterimi ve reklam sunumları için kullanılmaktadır. 2020 yılının mayıs ayında sanat ve tasarım ofisi D'strict tarafından kullanılan bu dev

ekran, görenleri hayrete düşüren bir enstalasyon sergisine ev sahipliği yapmıştır. Büyük camdan tank izlenimi veren ekranda sürekli olarak hareket halinde olan üç boyutlu, sanal ve döngüsel bir ritme sahip dev dalgalar gösterilmiştir. “Wave” olarak adlandırılan bu enstalasyon, cama çarpan gerçekçi simülasyon dalgalar ile anamorfik bir illüzyon yaratmakta, böylece ona bakan izleyicide çeşitli duygular uyandırmaktadır. Dalgaların gelgit yaptığı ekran şehrin sokaklarına bir anda taşacak ve önüne çıkan her şeyi bir anda içine alacakmış izlenimi vermektedir. Dijital sanatın anamorfik illüzyon kullanımına örnek olarak gösterilebilecek olan bu çalışma, sanal ile gerçeği buluşturma açısından da oldukça önemlidir. Öyle ki, çalışma sadece görsel bir gerçeklik değil aynı zamanda sahip olduğu dalga sesi ile de işitsel bağlamda da bir gerçeklik izlenimi yaratmaktadır. Bilindiği gibi, 2019’un ikinci yarısında küresel ölçekte hızlı yayılım gösteren “Yeni Tip Korona Virüs” (COVID-19) tedbirleri kapsamında pandeminin yayılımını engellemek maksadıyla insanlar evlere kapanmış, hayat tüm dünyada adeta durma noktasına gelmiştir. Çalışmanın bu döneme denk gelmesi ve dalgaların dev ekran içinde hapsolmesiyle dolaylı olarak aktardığı “sınırlandırılma hissi” kimi çevrelerce pandemi nedeniyle karantinaya alınan insanlığa benzetilmiştir. Sanat ve teknolojinin birlikteliğinden doğan çalışma aynı zamanda, 1990’lardan günümüze hızla fenomen hale gelen Güney Kore Pop Kültürü’ne de gönderme yapmaktadır.

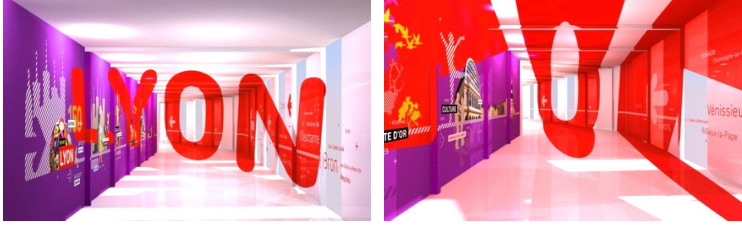


Resim 16. Lacoste Live Adlı Erkek Kokusu İçin Fransız Sokak Sanatçısı Zoer Tarafından Anamorfik İllüzyon Tekniği İle Hazırlanan “New Perspective” Adlı Televizyon Reklamı Ekran Görüntüsü, 2014.

Kaynak: (URL-19).

2014 yılında Lacoste spor giyim markasının ürettiği “Lacoste Live” adlı erkek parfümü için hazırlanan televizyon reklamında, Fransız sokak sanatçısı Zoer tarafından anamorfik illüzyon tekniği kullanılmıştır. “See beyond the obvious and discover a newperspective / Bariz olanın ötesini görün ve bir yeni bakış açısı keşfedin” sloganıyla yayınlanan reklam iletisi, mimarî ofis izlenimi veren bir iç mekânda geçmektedir. Mekânın duvarları rahat giyimli iki kişi tarafından, ürün rengi olan lacivert ve kırmızı ile boyanmaktadır. Yakından bakıldığında anlaşılmayan bu görüntüler, kameranın belirli bir açıyla konumlandırılması ile anlam kazanır. Belirlenen noktadan izleyiciye sunulan marka imzası bir sonraki sahnede görüntünün parfüm şişesine dönüşmesiyle son bulmaktadır. İzleyicisine yeni bakış çağrısı yapan yazınsal ileti ise, mekânı adeta tuval gibi

kullanan anamorfik illüzyon tekniği sayesinde anlamsal açıdan yinelenmektedir. Böylece reklamı izleyende derinlik, odaklanma ve merak gibi hisleri harekete geçirmektedir. İleti bu sayede, mekânsal açıdan yakaladığı dinamikliği ürünün dinamikliği ile özdeşledebilmektedir.



Resim 17. Fransız Graphéine Reklam Ajansı Tarafından Fransa Lyon Havaalanı'nda Yer Alan 3. Terminal Bağlantı Tünelinde Kullanılan Yönlendirme Tabelaları, Fransa, 2012.

Kaynak: (URL-20).

Anamorfik illüzyon tekniğinin iç mekânı alan ve hacim dışında ele alınarak kullanıldığı başarılı örneklerden birisi de Fransa Lyon Havaalanı üçüncü terminal bağlantı yolundaki yönlendirme tabelalarıdır. Fransız Graphéine Reklam Ajansı tarafından 2012 yılında tasarlanan tabelalarda amaç, 250 metrelik yol boyunca uzanan tüneli ve yolculuk süresini daha hızlı göstermektir. Mekânda yer alan ve tipografik anlatılar sayesinde yolcular tünelde ilerledikçe kendilerine sunulan hikâyeyi keşfetmek için hareket etmekte böylece hikâyenin bir parçası haline dönüşmektedir. Oldukça eğlenceli ve ilgi çekici olan bu illüzyon yolcuların uzay ve zaman algıları değiştirerek bireylerde hız hissi uyandırmakta böylece tünelin gerçekte olduğundan daha kısa olarak görünmesini sağlamaktadır.

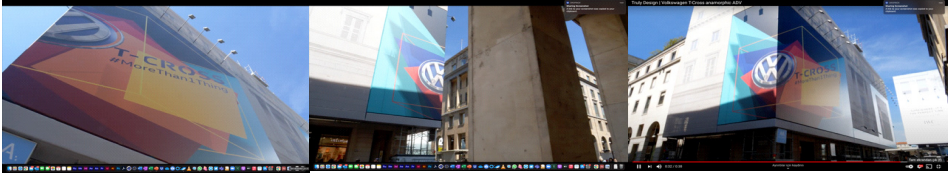


Resim 18. McCann Reklam Ajansı Tarafından İtalyan FincoBank İçin Hazırlanan Sosyal Uzaklık Açık Hava Billboardlarında Kullanılan Reklam Tasarımı, İtalya, 2020.

Kaynak: (URL-21).

2020 yılında yaşanan pandemiden en çok etkilenen ülkelerden birisi de İtalya olmuştur. Bağımsız ve çok kanallı olan FincoBank, 60 günlük karantina sonrası normalleşme sürecine giren İtalyanları, bu yeni normalde sosyal mesafe konusunda önlemleri sürdürmeye çağırmıştır. McCann Worldgroup İtalya tarafından FincoBank için tasarlanan yaratıcı kampanya, Clear Channel ve

IGPDecaux ile iş birliği ile hayata geçirilmiştir. Kampanyanın ilgi çekici özelliği, hazırlanan görüntünün yalnızca belirli bir mesafeden okunabilen optik bir yanılsamaya sahip olmasıdır. -



Resim 19. Truly Design Studio Tarafından Anamorfik İllüzyon Tekniği Kullanılarak Hazırlanan Volkswagen T- Cross Suv Araç Tanıtımı İçin Hazırlanan Açık Hava Reklam İletisi, 2019, İtalya.

Kaynak: (URL-22).

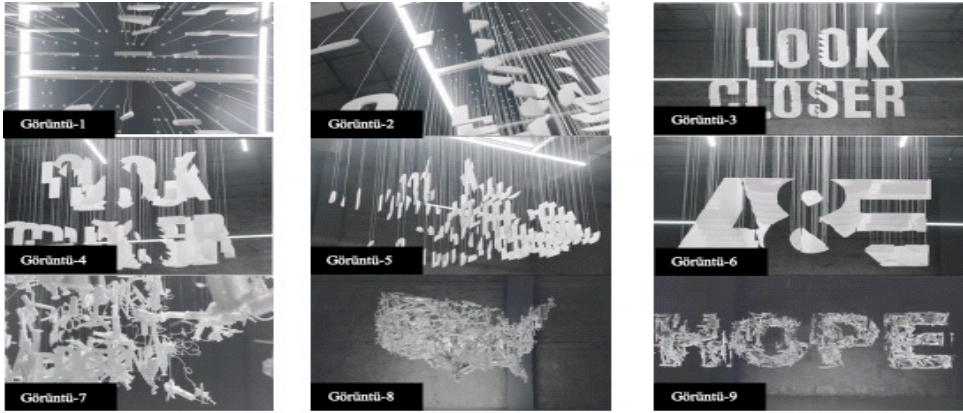
İlk bakışta beyaz bir alan üzerinde belirgin olan mavi çizgiler, okuyucunun billboard ile arasında en az 1 metre mesafe bırakması ile okunabilmektedir. Bu mesafeden bakıldığında “Maintain One Meter Apart. Invest In Your Safety / Bir metre koruma mesafesi. Güvenliğinize yatırım yapın.” sloganı ile banka Pandemi döneminde güvenliğin en değerli yatırım olduğuna vurgu yapmaktadır. Volkswagen T-Cross araçları için İtalyan Truly Design Studio tarafından 2019 yılı mayıs ayı itibariyle hayata geçirdiği açık hava reklam tasarımında kullanılan anamorfik illüzyon tekniği sayesinde marka imzası otomobilin özelliği ile yer değiştirmiştir. Binanın her iki yüzünde bir parçası bulunan markaya ait imza, okuyucunun belirli bir mesafeden iletiye bakması ile anlam kazanır. “More than 1 thinking / Birden fazla düşünme” etiketi ile sunulan ve T-Cross araçlarının sahip olduğu çok yönlülüğe vurgu yapan ileti, sahip olduğu konum ve kullanılan anamorfik teknik sayesinde sloganı desteklemekte, logoyu referans göstererek ise bu mesajını yinelemektedir.



Resim 9. Apple iPhone 6/iPhone 6 Plus akıllı cihazlarının tanıtımı için anamorfik illüzyon tekniği kullanılarak hazırlanan devingen reklam iletti ekran görüntüleri, 2014, ABD.

Resim 20. Apple Akıllı Cihazlarının Tanıtımı İçin Anamorfik İllüzyon Tekniği İle Hazırlanan Devingen Reklam İletisi Görüntüleri, 2014, ABD.
Kaynak: (URL-23).

2014 yılı Eylül ayında optik yanılsamalar üzerine anamorfik teknik kullanarak geliştirilen bir diğer reklam iletisi de bilgi ve teknoloji devi Apple markasına aittir. iPhone 6 ve iPhone 6 Plus akıllı cihazların tanıtımı için TBWA/Media Arts Lab ile çalışan marka, piyasaya sürdüğü bu yeni ürünleri tanıtmanın yanı sıra reklam iletisinde kullandığı anamorfik teknik ile markanın yeni bakış açısına da yer vermiştir. OK GO'nun "The Writing's On The Wall" müzik videosunun geliştirdiği konseptten ilham alarak hazırlanan "Perspective/Perspektif" adlı reklam iletisi bir yandan farklı olanı kullanıcıya sunan bir marka olarak Apple ve ürünlerini yüceltmekte, öte yandan Apple'ı tercih edenleri farklı bakış açısına sahip olmalarından dolayı övmektedir. Bakış açısı değiştirildiğinde sıra dışı olanın görülebileceğine vurgu yapan 2 dakika 55 saniyelik ilet, pencereden gelen ışıkla aydınlatılmış, beyaz, boş ve oldukça büyük kolonlara sahip bir iç mekânda geçer. Mekânın içinde tıpkı izleyici gibi gezinen majiskül yapıdaki modern ve siyah renge sahip tipografiler, kameranın belirli bir noktada konumlandırılması ile izleyicisi tarafından okunabilmekte, kameranın hareket etmesiyle ise bu tipografileri anlamsız şekillere dönüşmektedir. (Bknz. Görüntü 2, 7, 22, 23, 26) Siyah ve beyaz renk kontrastı ile desteklenmiş olan reklam iletisinde birbirinden farklı formlar üç boyutlu mekânın içinde uzam oluşturmak için bir arada kullanılmıştır. İnsan gözünün belirli bir odaklanma uzaklığına bağlı olarak ortaya çıkan ve izleyicide yaratılmak istenen algısal fark sayesinde okunabilen her kelime, ona bakan kişiye bir mesaj vermenin yanı sıra uygulandığı iç mekânda şaşırtıcı ve çarpıcı bir atmosfer yaratmaktadır. Biçimsel ve boyutsal açıdan birbirinden farklı olarak kullanılan tipografilerin yarattığı illüzyon etkisi aynı zamanda mekânı hacim olmanın bir adım ötesine taşımaktadır. Kameranın devinerek yaptığı hareketler ve mekân içinde adeta sanat eserlerini ziyaret eden izleyici/okuyucu gibi gezinen tipografiler sayesinde, ona bakan izleyicinin/okuyucunun mekân ile bütünleşmesini sağlamaktadır. Bu sayede mekâna dair yaratılan derinlik ve yönlendirme kamera hareketleri ile tipografiyi takip eden kişide odaklanma etkisi yaratmakla kalmayıp, mekânı gerçek bir mekân olmanın ötesine taşımaktadır. Öyle ki mekân bu algısal farkın yarattığı atmosferde tüm duyular ile algılanabilen ve sınırları onu takip eden kişi tarafından oluşturulabilen bir boşluk haline dönüştürmektedir. Devingen reklam iletisinde tipografileri anlamlandıran izleyici/okuyucu, okunamayanı okuyabilen, anlaşılamayanı görebilen, engelleri aşabilen, bakış açısını değiştirerek görünenin ötesini görebilen kişi olarak karşımıza çıkmakta ve bu meziyetleri ile adeta övülmektedir. Tipografiler anlamsal açıdan ele alındığında da benzer bir sonuçla karşılaşmak mümkündür. Nitekim iletide yer alan tüm kelimeler bir araya getirildiğinde her şeyi her zaman farklı gören insanın yüceltildiği görülür. Böylece iletinin görmenin ötesine geçebilen, farklı bir zihne sahip olan kullanıcıyı dünyayı değiştirebilecek bakış açısına sahip kişi olarak ilan etmekte, onu bu yenilikçi ve farklı bakış açısından dolayı kutsamaktadır.



Resim 21. Michael Murphy tarafından A&E TV Network “Intervention (Müdahale)” Adlı Reality Programı İçin Geliştirilen Perceptual Art Pieces Adlı Lansman Videosu Ekran Görüntüsü, ABD, 2018.

Kaynak: (URL-24).

Amerika'nın ödemeli televizyon ağlarından biri olan A&E (TV Network) suç ve belgesel konulu mini diziler başta olmak üzere, kurgu dışı programlar, reality serileri barındıran; Avustralya, Kanada, Latin Amerika ve Avrupa'da yayın yapan sanat ve eğlence ağıdır. 2018 yılında A&E Network, “Intervention (Müdahale)” adlı reality programının lansmanı için üç boyutlu, anamorfik sanat eserleriyle tanınan heykeltıraş Michael Murphy ile ortaklık kurmuştur.

Intervention serisi uyuşturucu ve alkol kullanımı sonucunda bireylerde oluşan bağımlılığın onları nasıl yıkımın eşiğine getirdiğini konu alarak, ailelerini ve yakın çevresini perişan eden bağımlı insanların profiline odaklanan bir içeriğe sahiptir. Lansmanda sunulan Murhy'nin tanımıyla “Perceptual Art Pieces (algısal sanat eseri)” olarak tanımlanan ileti, gri duvarlara sahip, beyaz, yapay aydınlatmanın kullanıldığı bir iç mekânda geçer. İletide yer alan fiziksel nesnelere kameranın tıpkı izleyici gibi devinmesiyle keşfedilmekte ve bir görünümünden diğerine dönüşmektedir. Boş bir mekânda tavana asılı ve odak noktası olmaksızın bakıldığında anlamsız geometrik parçalar olarak algılanan nesnelere, anamorfik illüzyon tekniği sayesinde belirli bir mesafeden bakıldığında anlaşılabilir. Yer çekimine meydan okuyan üç boyutlu nesnelere ait parçaların oluşturduğu atmosfere izleyiciyi odaklandırılırken iletide ses tasarımı minimum ölçüde tutulmuştur. İleti kameranın alt açıyla tavana asılı bu beyaz ve üç boyutlu fiziksel nesnelere ait parçaları gösterilmesiyle başlar. Aşağıdan yukarıya doğru denenen kamera tavandan sarkıtılan bu anlamsız nesnelere etrafında dolaşır. Hareketin tamamlanmasıyla kamera bu parçalara belirli bir mesafeden

odaklandığında ise, parçalar adeta bir illüzyon yaratarak “LOOK CLOSER/ Yakından Bak” tipografisine dönüşür. (Bknz. Görüntü-3.) Tipografinin iletildiği komutu gerçekleştiren kamera, tipografiye doğru yaklaşır, ancak tipografiler kameranın kendisine yaklaşmasıyla birlikte yeniden anlamsız, üç boyutlu şekillere dönüşür. Kamera hareketini tamamlamak üzere tipografi parçalarının çevresinde tam bir daire oluşturacak şekilde devinir ve hareketini tamamlayarak bu nesnelere arkasına geçer. Nesne ile kendi arasında belirli bir mesafe koyan kamera, karşı açı ile konumlandırıldığında ise, anlamsız şekiller bu sefer network ağı “A&E” logosuna dönüşür. (Bknz. Görüntü-6.)

Anamorfik illüzyon tekniği ile iletide yaratılan çarpıcı atmosfer, aynı zamanda izleyiciye görünenin ötesini sunarak, dip düzeyde kanalın gerçeği yansıtan gücünü temsil etmekte, bir bakıma izleyicisine meydan okumaktadır. İletinin ilerleyen bölümlerinde, aynı mekânda tavandan sarkıtılan ve belirli bir açıdan bakıldığında kıta izlenimi veren görüntü ekrana yansıtılır. Kamera bu görüntüye yaklaşarak etrafında devinir ve hareketini tamamlayarak belirli bir odak noktasında kendini konumlandırır. Bu mesafeden izleyiciye sağlanan görünüm sayesinde ekranda yer alan fizikî nesnelere somutlaşarak “HOPE (umut)” tipografisine dönüşür. (Bknz. Görüntü-9.)

Görüntülerde yer alan tüm dilsel iletiler Intervention serisi ile doğrudan bağlantılıdır. Zira serinin o dönem merceğe altına aldığı opiyat (opioid) bağımlılığının ellerinde acı çeken bireyler ve aileleridir. (“Opioid/Opiyat Bağımlılığı, haşhaştan elde edilen ağrı kesici ilaç grubu olarak bilinir. “Opiyat bağımlılığı; günümüzde kullanıma başlanması, kullanmanın sürdürülmesi ve maddeden uzak kalma süreçleri sonrasında tekrarlanması açısından çoklu faktörlerin etkileşime girdiği biyopsikososyal bozukluk olarak görülmektedir. (URL-25).” Bu bağlamda lansmanda gösterilen Hope/umut iletisi dip düzeyde, tıpkı serinin kendisi gibi, hastalıktan tedaviye geçerken yaratılan umudu yakalamakta, ulusal bir acil durumda bile kişinin “umut” bulabileceğini aktarmaktadır. İzleyiciye sunulan illüzyon iletisini A&E’nin bir parçası olarak aktarırken yakından bakıldığında ortaya çıkan keşfi somutlaştırmaktadır. Murphy, gerçeğin temsili olarak yer verdiği üç boyutlu anlamsız nesnelere kullandığı anamorfik teknik sayesinde izleyici ile etkileşime giren dilsel iletilere farklı kimlik kazandırmaktadır. Öyle ki kameranın odaklandığı nokta sayesinde algılanan tipografiler, görünenin ötesini sadece bakış açısında yapılan küçük bir değişiklik ile yenilenebileceği vurgulanmaktadır. İllüzyon sonucu anlamlı hale gelen şekiller, kendi taşıdıkları anlamlarında ötesine geçerek izleyiciye yeni, derin ve felsefik bir yaklaşım imkânı sunmaktadır. Anlam-görüntü ilişkisine destek olan yönüyle iletide kullanılan teknik ayrıca izleyiciye sunduğu şekilleri anlamlı bir tipografiye dönüştürmesiyle değer kazanmaktadır.



Resim 22. BBR Saatchi & Saatchi Tarafından Super-Pharm Optic'in Bifokal Gözlüklerinin Tanıtımı İçin Anamorfik İllüzyon Tekniği Kullanılarak Hazırlanmış Açık Hava (Outdoor) Billboard Tasarımı, İsrail, 2015.

Kaynak: (URL-26).

İsrail'in optik hizmetler sunan eczane zincirlerinden Super-Pharm Optic, 2015 yılında bifokal gözlük koleksiyonunu piyasaya sürmüştür. Bifokal gözlüklerin özelliklerine bakıldığında bu gözlüklerin “sadece iki görüş alanı vardır- biri uzaktaki (uzak görüş) nesnelere net bir şekilde görülmesini sağlarken diğeri gözlük camının alt kısmında (yakın görüş) bulunur ve belirli bir okuma mesafesinde net bir görüş sağlar. İki görüş alanı arasındaki geçiş gözlük camının merkezinde bulunan belirgin “bifokal çizgisi” ile tanımlanır (URL-27).” Ürün 40 yaş ve üstü bireylerin gözlerindeki yakın ve uzak görüş kusurunu ortadan kaldırma vaadi sunmaktadır. Bu kusuru avantaja çeviren BBR Saatchi & Saatchi reklam ve tanıtım ajansı açık hava reklamı (outdoor) çalışmasında anamorfik illüzyon tekniğinden yararlanmıştır. İletiyi bir yandan ona bakan izleyicide merak ve ilgi uyandırmakta öte yandan ürünün sağladığı yararı bu teknik ile deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Otobüs duraklarına yerleştirilen billboardlar iki farklı sözel iletiyi tek bir raket içinde gösterir. Mavi bir zemin üzerine yerleştirilen sözcükler belirli bir mesafeden bakıldığında odaklanma oluşturmada, dilsel iletiler bifokal gözlüklerin tam etkisini simüle ederek ve yeni bir bakış açısı kazandıran ürünü kullanıcıya tanıtmaktadır. İletilerde izleyici öncelikle “seeing from far” (uzağı görmek) tipografisini algılar. Aynı açı ile ilgili billboarda yakın mesafeden bakan izleyici bu sefer aynı nokta üzerinde “Seeing from Near” (Yakından Görmek) mesajını okuyabilmektedir.

SONUÇ

Teknolojinin gelişimi ile görsel iletişime yönelik gereksinimin artması, insan hayatına eklenen yeni bakış açılarına ve çok çeşitli açılımlara temel oluşturmuştur. Nitekim bilimsel ve teknolojik açıdan insanlığın geçirdiği paradigmatik kırılmalar, bireyi saran tüm sosyal ve fizikî şartların değişmesi ile sonuçlanmış, bu değişimler hayatı yeniden biçimlendirerek başta bireyin kendisini, sonra toplumu ve en nihayetinde küresel ölçekte tüm insanlığı yeniden biçimlendirmiştir. Kültürel gelişim ve birikim dahilinde hayatın her alanına etkin olan ve çevresel bütünü oluşturmasında bireyi çevreleyen her türden imge değişime bağlı olarak öznel bakış açılarının geliştirilmesine ön ayak olmuştur. Hayatın bu gelişmelerinden bağımsız düşünilemeyen sanat ve tasarım alanlarında da aynı ölçekte meydana gelen değişimler beraberinde çeşitli arayışları getirmiş ve kavramların yeniden sorgulanmasına neden olmuştur. Dahası, sanatçı ve tasarımcıların bilişsel açıdan sorguladığı kavramlar sadece kavramsal yorumlama ile sınırlı kalmamış, sanat ve tasarımın dahil olduğu her türden eserin içine sızarak, teknik anlamda da farklı sunum ve yöntemlerin denenmesine neden olmuştur. 15. yüzyıldan bu yana sanatçılar algılama üzerine yeni türden söylemler başlatmak ve bu söylemleri gerçekleştirmek için, okuyucuda etkileşim ve algısal farklılıklar yaratmaya çalışmışlardır. Özellikle görsel algılama bağlamında gerçeklik ve yanılsama üzerine deneysel yaklaşımlar sergileyen sanatçılar kullandıkları teknikler ile yarattıkları düşsel dünyada eser ile izleyici arasında bir bağ oluşturmayı amaçlamıştır. Görsel bir yanılsama tekniği olarak tanımlanan anamorfik görüntüler, bu bağın oluşmasında oldukça etkin tekniklerden biridir. Gerçek ile hayal olanın yeniden yorumlanmasına olanak tanıyan ve farklı türden bir ifade biçimi olarak tanımlanabilen bu teknik katılım, dahiliyet, etkileşim gibi özellikleri öne çıkarttığı görülmektedir. Tekniğin sahip olduğu simülasyon, manipülasyon, deformasyon, giz, yanılsama ve ütopya gibi kavramlar, izleyiciyi gerçek ve anlam arasında yeni bir dünyanın keşfine çıkarmaktadır. İki boyutlu yüzeylerin deformasyona uğratarak yaratılan illüzyon, şekillerin, yüzeylerin, nesnelerin yeniden anlamlandırılmasına olanak tanımakta böylece alışılmışın dışında yeni tür imgelerin oluşumunu kaçınılmaz kılmaktadır. Dahası, gelişen teknoloji ile eserler, içerdiği anlamların ötesinde yeni tür kurgusal estetik bir yapı kazanarak, sanal ile gerçeğin bir arada var olmasına dayalı üretilen kusursuz yanılsama ile etkileşim yaratan hiper ötesi ortamlar, gerçeküstü, değişken, sanal gibi kavramların önemini arttırmaktadır.

Çalışma kapsamında ele alınan anamorfik illüzyon tekniğinin Yüksek Rönesans'tan başlayarak bilgisayar teknolojileri ve grafik sistemlerin de gelişimi ile reklam tasarımlarında da kullanıldığı, bu tekniğin sanata eklenen her türden deneyimi, yöntemi içine katarak çeşitlendirildiği görülmüştür. Bu tekniğin sanatçı veya tasarımcılar tarafından hemen hemen her dönemde denenmesi ise,

sanatın kaynağı olan insan ile eserin arasında etkileşimli bir iletişim yaratma çabasından kaynaklandığı söylenebilir. Dahası, anamorfik illüzyon insan zihninde zaman ve mekâna, içsel ve öznel yaklaşımlara meydan okumak için güçlü bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim sanatçılar ve tasarımcılar vermek istedikleri mesajları bu teknik sayesinde gizleyebilmektedir. Örtük olarak sunulan her türlü ileti bu teknikle izleyicinin zihninde yeni bir dünya yaratmakta böylece eser mekân ve uzam boyunduruğundan çıkarak izleyiciye dahiliyet fırsatı sunmaktadır. İmgenin yeniden üretimi sanal ile gerçek arasında yeni türden anlamların oluşmasına olanak sağlamaktadır. Özellikle son birkaç yılda anamorfik görüntülerin yarattığı yanılama, ses, video, animasyon, ışık, sanal, artırılmış, karma gerçeklik gibi teknolojilerle birlikte kullanılarak hibritleşmesi, gerçek ile hayal, fiziksel ile dijital olanı iç içe geçirmiştir. Anamorfik illüzyon tekniğinin ilgi çekici diğer yanı iletişim sürecinde etkileşim, dahiliyet, katılıma olanak tanınmasıdır. Günümüzün reklam tasarımlarında amaca uygun kullanıldığı zaman etkin sonuçlar yaratan bu teknik, izleyicisini ileti ile bütünlemede böylece ürün ya da hizmetin bir parçası haline getirmektedir. Sonuç olarak, 21.yüzyılın müphem, karmaşık yapısında anlamların ve kavramların yeniden sorgulanmasına ve anlamlandırılmasına olanak sağlayan anamorfik görüntülerin bundan sonraki süreçlerde daha da geniş bir alana yayılarak daha sık kullanılacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Altunoğlu, Ö. S. (2019). Perspektif İzdüşüm Sistemlerine Bilgisayar Destekli Çözümler ve 2.5 Boyutlu Animasyon Uygulaması. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Ambrose, G. & Harris, P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. (Uslu, M. E. Çev.), İstanbul: Literatür Yayınları.

Arıkan, A. (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*. Konya: Eğitim Akademi Yayınları.

Arslan, D. (2015). *Sanat ve Tasarımda Optik İllüzyona Bağlı İmge Kullanımı*. SDÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi Art-E., 8(16). 287-301. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/193499>.

Ata, Ö. (2015). Anamorfik Sanat Üzerine Araştırmalar ve Seramik Uygulamaları, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Baadj, N. (2009). Hendrick Andriessen's 'Portrait' of King Charles I. *The*

- Burlington Magazine*, 151(1270): 22-27. <http://www.jstor.org/stable/40480018>.
- Baltrušaitis J. (1977). *Anamorphic Art*. (Strachan, W. J. Çev.), New York: Harry N. Abrams.
- Baker, U. (2010). *Kanaatlerden İmajlara: Duygular Sosyolojisine Doğru*. (Abuşoğlu, H. Çev.), İstanbul: Birikim.
- Bakır, B. (2008). *Sinema ve Psikanaliz*. İstanbul: Hayalet Kitap.
- Berger, J. (2004). *Görme Biçimleri*. (Salman, Y. Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Berger J. (2011). *Görme Biçimleri*. (Salman, Y. Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Breton, A. (1965). *Surrealism and Painting*. London: Macdonald Publishing.
- Beyoğlu, A. (2015). Sanat Eğitiminde Algı, Görsel Algı ve Yanılsama: Victor Vasarely'nin Çalışmaları Üzerine Bir İnceleme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Haziran 2015, 17 (1): 333-348. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/321351>.
- Coşkun, R. (2014). Teknolojinin Olanakları ile Değişen Sanat Alanı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 6(6), 76-89. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/192480>.
- Çağlayan, S., Korkmaz, M. & Öktem, G. (2014). Sanatta Görsel Algının Literatür Açısından Değerlendirilmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*. 3(1): 160 – 173.
- <http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/16a.caglayan.pdf>.
- Di Paola, F., Pedone, P. & Inzerillo, L. (2015). Anamorphic Projection: Analogical/Digital Algorithms. *Nexus Netw J*. 17, 253–285.
- Eroğlu, Ö. (2006). *Resim Sanatı Sözlüğü*. İstanbul: Nelli Sanatevi.
- Gerard, M. (1974). *Dali, Dali, Dali*. New York: Harry N. Abrams, Inc.
- Güneş, Ş. (2009). *Street Art*. İstanbul: Artes Publishing.
- Halaçoğlu, B. N. (2019). Panoramadan İçine-Gömülmeye; Video Oyunlarında Kusursuz İllüzyon. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (24), 171-193. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/903005>.
- Hayes, R. M. (1989). *A History and Filmography of Stereoscopic Cinema*. North Carolina: Perspecta Systems Ltd.
- İprişoğlu, N. (2000). *Alımlama Boyutları ve Çeşitleri Resim*. İstanbul: Papirüs

Yayınevi.

Karabıyık, A. (2016). Ne Gelmesini Bekliyorsun? (O Çoktan Geldi). *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 0 (17): 107-117. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/227603>.

Karaca, A. (2018). Sokak Sanatı, Banksy ve Filistin. *International Journal of Social Inquiry*, 11(2): 171-197. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/606735>.

Keleşoğlu, B. & Uygungöz, M. (2014). Sanat ve Tasarımda Anamorfik Görüntüler. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7(7): 1-18. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/192490>.

Keskinkol, G. & Uçar, T. F. Sanat ve Mekân Algısında Kaligrafik ve Tipografik Yaklaşımın Yansımaları. *Art-e Sanat Dergisi*, 10(20): 568-582. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/395390>.

Kleiner, F. S. (2016). *Gardner's Art Through The Ages: A Global History*. Boston: Cengage Learning.

Kocalan, M. & Türkdoğan, T. (2018). Çağdaş Sanatta Bir Yanılsama Tekniği: 'Anamorfoz' ve Felice Varini. *Journal of History Culture and Art Research*, 7(1): 527-541.

<http://kutaksam.karabuk.edu.tr/index.php/ilk/article/view/1033>.

Lacan, J. (1996). "Özne-Ben" in İşlevinin Oluşturucusu Olarak Ayna Evresi. (Kuyaş, N. Çev.), *Freud'dan Lacan'a Psikanaliz*, Saffet Murat Tura (Der.), içinde, İstanbul: Ayrıntı.

Mcluhan M. & Powers R. B. (2020). *Global Köy*. (Öcal Düzgören, B. Çev.). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Özdemir, N. (2010). Perspektif ve Derinlik. *Sanat Dergisi*, 0 (1). <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunigsfd/issue/2589/33300>. 70-77.

Perspektif. (1992). Meydan Larousse, *Sabah Gazetesi*. s. 12-13

Petric, Vlada (2000). *Dziga Vertov: Sinemada Konstruktivizm*. (Yamaner, G. Çev.), Ankara: Öteki.

Pizlo, Z. (2008). *3D Shape: Its Unique Place in Visual Perception*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Polat, H. (2015). *Slavoj Zizek Üzerine – I*. Marksist Teori, Kasım Aralık, 1- 18.

<http://www.marksistteori1.org/images/pdf/marksistteori-18.pdf>.

Reichardt, J. (1997). “Op Art”, *Concepts of Modern Art*, Nikos Stangos (Ed.), London: Thames and Hudson,

San, İ. (2010). *Sanat Eğitimi Kuramları*. Ankara: Ütopya.

Seckel, A. (2004). *Masters of Deception: Escher, Dalí & The Artists of Optical Illusion*. New York: Sterling Publishing Company.

Silverman K. (2006). *Görünür Dünyanın Eşiği*, (Onacak, A. Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Taşçıoğlu, M. (2020). *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekân*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Teymur, N. (1998). *Temel Tasarım, Temel Eğitim*. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi.

Tura, S. M. (2010). *Freud'dan Lacan'a Psikanaliz*. İstanbul: Kanat Kitap.

Tuğal, A. S. (2012). *Oluşum Süreci İçinde Op Art*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Uçar T. F. (2019) *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Wenner, K. (2011). *Asphalt Renaissance: The Pavement Art and 3-D Illusions of Kurt Wenner*. New York: Sterling Signature.

Yazıcı, Y. E. (2015). Anamorfik İllüzyonun Mekân Algısına Etkilerinin Farklı Sanatçı Yaklaşımlarına Göre İrdelenmesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(15): 139-148. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/192506>.

Zizek, S. (2010). *Yamuk Bakmak: Popüler Kültürden Jacques Lacan'a Giriş*, (Birkan, T. Çev.), İstanbul: Metis.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL-1 <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 08.10.2020).

URL-2 <https://sanatvetasarim.net/2019/11/30/sanat-ve-tasarim-arasindaki-fark-nedir-her-tasarim-sanat-midir/> (Erişim Tarihi: 08.10.2020).

URL-3 <https://www.geogebra.org/m/x9VWNc8R> (Erişim Tarihi: 08.10.2020).

URL-4 <https://www.nationalgallery.org.uk/paintings/hans-holbein-the-younger-the-ambassadors> (Erişim Tarihi: 09.10.2020).

URL-5 <https://www.britannica.com/place/Camera-degli-Sposi> (Erişim Tarihi: 09.10.2020).

URL-6 <https://www.theguardian.com/travel/2017/jun/21/church-of-st-ignatius-of-loyola-rome-free-entry-frescoes> (Erişim Tarihi: 12.10.2020).

URL-7 <https://artsology.com/salvador-dali-anamorphic-art.php> (Erişim Tarihi: 12.10.2020).

URL-8 <http://gulersanat.com/istvan-orosz/> (Erişim Tarihi: 09.10.2020).

URL-9 <https://graphicarts.princeton.edu/2015/03/25/anamorphic-images/> (Erişim Tarihi: 12.10.2020).

URL-10 <http://www.varini.org/varini/doshpdv/dos2017/06-17-hd.html> (Erişim tarihi: 20.10.2020)

URL-11-<http://www.sanatatak.com/view/hayatin-karanlik-kasvetli-gercegi> (Erişim tarihi 18.10.2020).

URL-12 <http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR> HYPERLINK “<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=2&articleID=68>”& HYPERLINK “<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=2&articleID=68>”sectionID=2 HYPERLINK “<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=2&articleID=68>”& HYPERLINK “<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=2&articleID=68>”articleID=68. (Erişim Tarihi: 06.10.2020).

URL- 13 <https://www.sgk7.net/communication> (Erişim tarihi 18.10.2020)

URL-14 <https://www.laiacabreraco.com/illusion> (Erişim tarihi 20.10.2020)

URL-15-<https://v3.arkitera.com/h64276-sanata-bir-iyilik-yap-sokaga-at.html> (Erişim tarihi 20.10.2020)

URL-16 <https://www.behance.net/gallery/89510317/Vitruvian-Man-Leonardo-Da-Vinci-Airport-Rome> (Erişim tarihi 04.12.2020)

URL-17-<https://www.behance.net/gallery/67016643/Nike-Commission-2> (Erişim tarihi 18.10.2020)

URL-18 http://www.district.com/arttechfactory/kr/65-Public_Media_Art_1.html (Erişim tarihi 20.10.2020)

URL-19 <https://www.youtube.com/watch?v=rUnEUXLQ2Go> (Erişim tarihi 14.12.2020)

URL-20 <https://www.grapheine.com/en/portfolio/aeroporto-de-lyon> (Erişim tarihi 04.12.2020)

URL-21-https://www.adsoftheworld.com/media/outdoor/fineco_bank_the_social_distancing_billboard. (Erişim tarihi 04.12.2020)

URL-22-<https://www.behance.net/gallery/79734793/Volkswagen-T-Cross-Anamorphic-ADV> (Erişim tarihi 04.12.2020)

URL-23 <https://youtu.be/TJ1SDXbij8Y> (Erişim tarihi 04.12.2020)

URL-24-https://www.adsoftheworld.com/media/design/ae_perceptual_art_pieces (Erişim tarihi 04.12.2020)

URL-25-<https://npistanbul.com/amatem/opiat-bagimlilik>(Erişim Tarihi: 06.12.2020).

URL-26-<https://www.adforum.com/creative-work/ad/player/34514865/the-bifocal-optical-illusion/super-pharm-optic> (Erişim tarihi 06.12.2020)

URL-27-<https://www.allaboutvision.com/tr/g%C3%B6zl%C3%BCkler/progresif-g%C3%B6zl%C3%BCk-camlar%C4%B1/> (Erişim Tarihi: 06.12.2020).