

GÖRSEL KÜLTÜR ÖĞELERİNİN, GÖRSEL METAFOR TİPOLOJİSİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ***EVALUATION OF VISUAL CULTURE ELEMENTS ACCORDING TO VISUAL METAPHOR TYPOLOGY** **Resul Ay*****Öz**

Tabelalar, afişler, billboardlar, semboller, ikonlar, etiketler, piktogramlar ve benzeri tüm görsel öğelerin birer görsel kültür ürünleri olduğu bilinmektedir. Araştırmada görsel kültür öğelerinin, grafik tasarım sanatçıları tarafından yaratıcı yaklaşımlarıyla gelişen anlamsal değişimleri ele alınmıştır. Günlük hayatta sıkça karşılaştığımız bu görseller taşıdıkları sıradanlaşmış anlamlarından tasarımcılar tarafından çıkarılarak; güçlü ve ikna edici kavramsal mesajlara dönüşmektedir. Bu araştırma doküman incelemesi yöntemi ile hazırlanmıştır. Bu araştırmanın amacı, uluslararası farklı tasarımcıların görsel kültür öğelerini Philips ve Mcquarrie'nin geliştirdiği görsel metafor tipolojisine göre incelemektir. Görsellerin farklı bir anlam evrenine geçişleri ve bu geçiş süreçlerinin aşamaları betimsel olarak irdelenmiş, çözümlenme neticesinde birleştirme metodunun görsel metafor çalışmalarında yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Görsel Kültür, Kavramsal Tasarım, Görsel Metafor, Görsel Metafor Tipolojisi.

Abstract

It is well known that signs, posters, billboards, symbols, icons, labels, pictograms and all similar visual elements are visual culture products. In this study, the semantic changes of visual culture elements developed by graphic design artists with their creative approaches are discussed. These visuals, which we frequently encounter in everyday life, are transformed into powerful and persuasive conceptual messages by designers by removing them from their ordinary meanings. This research has been prepared by document analysis method. The aim of this research is to analyze the visual culture elements of different international designers according to the visual metaphor typology developed by Philips and Macquarie. The transition of visuals to a different universe of meaning and the stages of these transition processes have been examined descriptively. As a result of the analysis, it is seen that the combination method is used extensively in visual metaphor studies.

Keywords: Visual Culture, Conceptual Design, Visual Metaphor, Visual Metaphor Typology.

Araştırma Makalesi / Research Article

Başvuru tarihi / Received: 07 Eylül 2024 - Kabul tarihi / Accepted: 02 Aralık 2024

*Dr. Öğr. Üyesi, Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, resul.ay@dpu.edu.tr.

1. Giriş

İnsan, tarih boyunca görsel imgeler yoluyla çevresini anlamlandırmaktadır. Örneğin Flink (2007:47)'in de belirttiği gibi insanın çevresini okuması ile görsel okumasının geliştiğini, görsel okumadaki gelişimin ardından sözel iletişimin oluşmaya başladığından bahseder. Mağara duvarlarındaki ilk çizimlerle temelleri atıldığı bilinen bu süreç, zamanla gelişerek günümüzdeki modern yaratıcı ifade biçimlerine evrilmiştir. Dolayısıyla insanın elde ettiği bilgilerin görsel okumalar ile gerçekleştiğini ve insanın kendisini de bu okumalar ile geliştirmeye başladığı söylenebilir. Algılama ile başlayan görsel okumalar, zihinde imgeye dönüşmüş ve daha sonra bu imgeleri anlamlandırmanın şifrelerini çözebilenler yaratım sürecini başlatarak sanatsal üretimlere geçmişlerdir. Bu üretimler ile mesaj kaygısı taşıyan görseller zamanla basitleştirilerek ikonlara, sembollere, piktogramlara dönüşmüştür. Bu dönüşüm insanın görselleri daha akılcı okumasına, doğal olarak görsel kültürünü geliştirmesine olanak sağlamıştır. Günümüzde bu süreç; sanatçıların ve tasarımcıların müdahaleleriyle kavramsal ve anlamsal derinlik kazanan ikon, sembol ve piktogram gibi görsel kültür öğelerinde somutlaşmaktadır. Bu dönüşüm, görsel kültür öğelerinin sıradan işlevlerin ötesine geçerek anlam katmanları barındıran araçlar haline gelmesine olanak sağlamış olup, bu imgelerin görsel ifade üretme süreçlerini Philips ve Mcquarrie'nin tipolojisine göre çözümlemeyi hedeflemektedir.

Bu araştırma, sembol, ikon ve piktogram gibi görsel kültür öğelerinin nasıl evrildiğini ortaya koyarak, uluslararası farklı tasarımcıların görsel kültür öğelerini Philips ve Mcquarrie'nin geliştirdiği görsel metafor tipolojisine göre değerlendirmektedir. Bu bağlamda bu çalışma modern görsel kültür anlayışının, tasarım yapım sürecinde, birleştirme, yan yana görsel kullanma ve yerine görsel kullanma yaklaşımlarının literatüre katkısı düşünülmektedir. Bununla beraber görsel kültür öğelerinin sanatçılar ve tasarımcılar tarafından kavramsal boyuta taşınmasının izleyici üzerinde etkisi ile görsel iletişim alanına katkıda bulunması öngörülmektedir. Dutrow (2007:119)'un ifadesine göre, görsel iletişimde deneyim ve alt yapı oluşturmaktır. Örneğin sosyal alanlarda sıkça karşılaştığımız, sıradan anlamları olan ikon, sembol, piktogram, tabela göstergeleri gibi görsel kültür öğeleri sanatçıların müdahaleleri ile kavramsal ve anlamsal boyuta taşınmıştır. İzleyiciyi ikna edebilen veya yönlendirebilen ya da düşündürebilen niteliğe

kavuşturulmuş görsel kültür öğelerinin kavramsal yolculukları araştırmada ele alınarak anlatılmaya çalışılmıştır.

1.1. Görsel Kültür

Görsel Kültür, çevremizde var olan ve mesaj kaygısı güden görseller olarak tanımlanmaktadır. Bu görseller bir mesaj iletmek üzere tasarlanırlar ve mesajı bazen dolaylı bazen de doğrudan anlatma çabası içindedirler. Bu görsellerden bazılarına örnek verecek olursak, bunlar; semboller, ikonlar, piktogramlar veya biraz daha kavramsal olarak geliştirilmiş; afişler, billboardlar, hareketli görüntü çalışmaları vb. öğelerdir.

Farklı kültürlerdeki imgeler, kültürel ve toplumsal olarak çeşitli anlamlar kazanabilirken, bazı imgeler ise belirli kavramları evrensel düzeyde temsil etme özelliği gösterir. Bir kültürde olumlu veya olumsuz bir anlama sahip görsel öğeler, başka bir kültürde farklı anlamlar içerebilir. Bu durumda kimi kültürlerde beyaz renk, masumiyeti ifade ederken, bazı kültürlerinde ise de matem ile ilişkilendirilir. Görsel imgelerde de bu anlayış da aynı şekildedir. Kalp sembolü ile aşkı, zeytin dalının barışı temsil etmesi evrensel bir görsel anlayışını ortaya koymaktadır. Bu imgelerin kültürler arasında anlamı yaygın olarak bilinmektedir (Yıldız, 2020:42). Evrensel olarak kabul gören bu imgeler, görsel iletişimde ortak bir dil oluşturur ve kültürel sınırları aşarak bireyler arasında kolay bir iletişim sağlar. Bu, kültürel özgünlüğü korurken iletişimin evrensel boyutlarda sürdürülmesine de olanak tanır.

Barnard (1998:25), işlevsel veya estetik kaygılar ile insanlar tarafından geliştirilen ve yorumlanan her şeyin birer görsel kültür ögesi olduğunu belirtmektedir. Diğer yandan Duncum (2001:19-25), günlük hayatımızda karşılaştığımız tüm nesne ve imgelerin görsel kültür olduğundan bahseder. Örneğin televizyon, dergi, film, kitap, reklam, tekstil, alışveriş alanları, eğlence yerleri vb. yerlerde karşılaştığımız her türlü bilgilendirici veya mesaj veren görselleri bu kapsamda ele almaktadır. Mirzoeff (1998:3) ise, *What is Visual Culture* makalesinde görsel kültürün yaşamımızın bir parçası olduğunu değil yaşamımızın kendisi olduğunu ifade etmektedir.

Görsel kültür kavramı için çevremizde gördüğümüz, mesaj kaygısı içeren veya içermeyen görseller bütünü denilebilir. Bu görseller sanatçılar, tasarımcılar veya zanaatkarlar tarafından

topluma yönelik hazırlandığı bilinmektedir. Fotografik, hareketli veya afiş, billboard gibi farklı alanlarda üretilen imgeler toplumların görsel kültürlerini oluşturmaktadır. Tavin (2009:115)'in belirttiği gibi teknolojik araçlar ile geliştirilen imgeler bütünü olarak tanımladığı görsel kültürün, toplumların görme ve yorumlayabilme pratiklerini geliştiren bir özelliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Açıklamadan da anlaşılacağı üzere insanların çevrelerinde gördükleri, sanatçı, tasarımcı veya zanaatkarlar tarafından üretilen tüm görsel öğelerin iletişim kurma amacı ile oluşturuldukları anlaşılmaktadır.

Aşağıdaki piktogramlar incelendiğinde farklı anlamlara sahip semboller görülmektedir. Her bir sembol bir anlam taşımaktadır ve izleyiciyi bilgilendirme amacı doğrultusunda tasarımcılar tarafından oluşturulmuşlardır. İnsanlar çevrelerinde gördükleri bu semboller ile birtakım kuralların var olduğunu anlamaktadırlar ve topluma açık alanlarda bu kurallar doğrultusunda hareket etmek durumundadırlar (Görsel 1). Bu ve benzeri sıradan anlamlara sahip görseller, sanatçıların müdahaleleriyle veya yorumlamalarıyla kavramsal bir yolculuğa çıkarılarak izleyiciye mesajı dolaylı ve düşündürücü ve hatta ikna edici bir yaklaşımla sunmaktadırlar.



Görsel 1. Piktogramlar

Görsel kültür, çevremizde bulunan ve mesaj kaygısı güden görsellerin bir bütünü olarak bilinmektedir. Bu görseller işlevsel veya estetik kaygılarla üretilerek, toplumların görme ve yorumlama pratiklerini geliştirmektedir. Görsel kültür öğeleri, izleyiciye mesajı dolaylı veya doğrudan iletme amacıyla tasarlanmaktadır.

2. Amaç

Bu araştırmanın amacı, uluslararası farklı tasarımcıların görsel kültür öğelerini kavramsal birer görsel mesajlara dönüştürme biçimlerini irdelemektir. Kavramsal mesaj taşıma niteliği kazanan bu görsel öğelerin Philips ve Mcquarrie'nin geliştirdiği görsel metafor tipolojisine göre incelenme ve çözümlenme bakımından önemlidir. Bu imgelerin görsel metafor tipolojisine göre tasarımcıların uygulama aşamasında bilimsel alt yapı ile bu uygulamayı gerçekleştirmeleri hedeflenmektedir. Böylece tasarımcıların deneyimsel olarak yapmış oldukları uygulamalar, bilinçli bir biçimde bu tipolojiye göre yapılacaktır.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Modeli, Evren ve Örneklem

Nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yapılmıştır. Doküman incelemesi, araştırmacı tarafından hedeflenen konulara ilişkin bilgi alınabilecek belgelerle analiz etme ve veri oluşturma yöntemidir (Karabada vd., 2023:2666).

Araştırmanın evreni, rastgele seçilmiş internet taraması ile elde edilmiş görsellerden hazırlanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1: Araştırma Evrenini Oluşturan Sanatçılar, Görsel Öğeler

Sanatçı/Tasarımcı Adı Soyadı	Görsel Öge	Kavram
Clet Abraham	Piktogram	Evrin
Noma Bar	Piktogram	Yasak
Dmytro Dziuba	İkon	Suç
Yossi Lemel	Piktogram	Tüketim
Ohannes Şaşkal	Sembol	Hukuk
Doğan Arslan	Sembol	Göçmenler

3.2. Veri Analiz Yöntemi

Philips ve Mcquarrie tarafından geliştirilen görsel metafor tipolojisindeki görsel yapı sistemine göre belirlenen üç başlık altında değerlendirilmiştir. Bu başlıklar: Yan yana görsel kullanma, birleştirme ve yerine başka görsel kullanma olarak bilinmektedir.

3.2.1. Yan Yana Görsel Kullanma

Bu sınıflandırmada bir görselin taşıdığı mesaj bir başka görselin taşıdığı mesaj ile kıyaslanır. Örneğin beyaz bir güvercin barış mesajını taşıırken yanına getirilecek bir kurşun görseli savaş mesajını taşımaktadır. Bu iki görselin taşıdıkları mesajlar birbirleri ile kıyaslanarak izleyiciye aktarılmaktadır. Burada tasarımcılar bu kıyaslamanın izleyici tarafından yapılmasını isteyerek tasarımsal kurgularını hazırlamaktadırlar (Kireççi, 2018:356).

Görsel üzerinden yapılan okumalarda genel olarak X unsurunun Y unsuruyla birlikte bulunması, hedef kitlenin bu unsurlar arasında bağlantı kurmasını bekler. Burada Y unsur X unsur üzerinden anlaşılakta ve taşıdığı anlam izleyiciye aktarılmaktadır (Yılmaz vd., 2023:96). Dolayısıyla yan yana getirilen görsellerin bilinçli bir şekilde tercih edildiği, birbirleri arasında kavramsal ve görsel olarak benzerliklerin olduğu, bu sayede ana görselin aktarmak istediği mesajı bir diğer görsel üzerinden pekiştirilerek aktardığı bilinmektedir.

3.2.2. Birleştirme

Görsel metaforunda, X ve Y öğeleri görüntüde grafiksel olarak birleştirilerek tasvir edildiği bilinmektedir. Bu sınıflandırmada birbiri ile ilgili veya ilgisiz iki görsel birleştirilerek oluşturulduğu görsel mesajlar olarak tanımlanabilir (Jamil vd., 2024:261). Bu sınıflandırmayı diğerlerinden ayıran en önemli özelliği ise görsellerin kavramsal olarak birbirlerinden farklı ancak yapısal olarak birbirleri ile benzerlikleridir. Örneğin kalem ve roket görsellerinin birbirlerine olan benzerlikleri dikkate alınarak iki görsel birleştirilir. Kalem, kavramsal olarak eğitimi, bilgeliği temsil ederken roket kavramsal olarak hızı, zirveyi temsil etmektedir. Kavramsal olarak birbirleri ile farklı olan bu iki görsel birleştirildiğinde hız ve eğitim, zirve ve bilgelik gibi kavramların tek bir görsel üzerinden birleştirilerek anlatılmaya çalışıldığı söylenebilir.

Hedef ve kaynak nesnelerin anlamsal olarak ilişkili tek bir görsel öge içinde birleştiği yaklaşım türü olarak da tanımlanabilir. Bu türde hedef nesne, kaynağı görselleştiren nesnenin biçimini tamamlar ve görsel mesajı izleyiciye aktarır (Kravchenko vd., 2024:236).

3.2.3. Yerine Başka Görsel Kullanma

Hedef nesne ile kaynak nesnenin anlam veya fiziksel yakınlığı hesaplanarak oluşturulan bir yaklaşım türü olarak ifade edilebilir. Örneğin, kuğu ve uçak arasındaki kavramsal ve fiziksel yakınlık tasarımcı tarafından bilinçli olarak kurgulanır ve kuğunun yerine uçak veya uçağın yerine kuğu kullanılarak biri, bir diğeri üzerinden anlamı izleyiciye aktarır (Van Enschoot vd., 2023:351).

Bu sınıflandırmada, bir görselin başka bir görselin yerine kullanılarak onun kavramsal özelliklerini aldığı, bu durumda hedefteki objenin niteliklerinin kaynak görsel ile aktarıldığı bir yaklaşım türü olarak ifade edilebilir (Philips ve Mcquarrie, 2004:119). Bu sınıflandırmayı diğerlerinden ayıran en önemli özelliği ise hedef görselin kaynak görsel üzerinden betimlenerek mesajın oluşturulmasıdır.

Philips ve Mcquarrie tarafından geliştirilen tipoloji, görsel mesajları yapısal ve kavramsal olarak sınıflandırmaya olanak sağlamaktadır. Bu tipoloji ile görsel mesajların detaylı bir şekilde nasıl ve hangi yaklaşımlar ile oluşturulabildiğinin çözümlenebilmesi açısından literatüre katkı sağlamaktadır. Geliştirilen tipoloji, yaratıcı görsel iletişim materyalleri alanında akademik çalışmalar yapan Forceville ve Kaplan gibi akademisyenlerin geliştirdiği *ilişkilendirme*, *dönüştürme* gibi yapıların ele alınarak sadeleştirilmesi ile formüle edilmiştir.

4. Bulgular

Görsel kavramını, görülebilen her şey, görsel kültür kavramını ise görsel üzerinden iletişim kurma gayesiyle oluşturulan, çevremizde gördüğümüz her şey olarak tanımlanabilir. Örneğin bir hava alanında karşılaşılan piktogramlar ile nereye, ne amaçla ve nasıl gidileceği izleyici tarafından anlaşılır ve ona göre hareket edilir. Veya bir savaş fotoğrafına bakıldığında fotoğraf izleyiciye savaş ile ilgili bir mesaj verir. Ancak, fotoğraftaki sahne izleyicinin aklında bir imge olarak canlanırken, daha önceleri savaşlar hakkında duyduğu, gördüğü veya deneyimlemiş olduğu imgeleri de çağrıştırmak daha kapsamlı düşünebilmesine imkân sağlayabilmektedir. Bu durumun sanatçılar tarafında biraz daha farklı seyrettiği görülmektedir. Sanatçılar, savaş görselinin çağrıştırmaya çalıştığı tüm anlamları imgelere dönüştürerek sosyal, ideolojik veya politik mesajlar geliştirmektedirler. Bu gelişim ile imgelerin taşıdığı kavramların keşfine çıkarak bu

imgeler ile kavramsal çalışmalar oluşturabilmektedirler. Örneğin, akbabanın ölümü, zeytin dalının barışı, asma kilidin güvenliği veya yasaklamayı çağrıştırdığını çözümler ve imgeler arasında ilişkilendirmeler yaparak görselleri kavramsal bir boyuta taşırlar ve izleyiciye ikna edici, yönlendirici veya düşündürücü mesajlar geliştirirler.

4.1. Clet Abraham

Clet Abraham, İtalyan sokak sanatçısıdır. Özellikle kamusal alanlarda gerçekleştirdiği sanatsal çalışmalarıyla tanınmaktadır. 1966 yılında Fransa'da doğmuş olup kariyerini İtalya'nın Floransa kentinde sürdürmektedir (<http> 3).



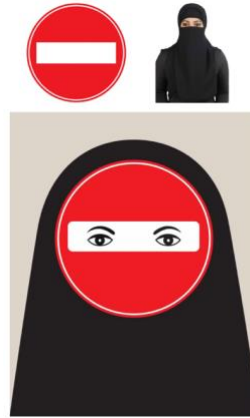
Görsel 2. Clet Abraham, Evrim

Sokak tabelalarına yaptığı müdahaleler ile tanınan sanatçı Abraham, trafikte ve sokaklarda bilgilendirme ve yönlendirme maksatlı tasarlanan tabelalardaki piktogramlara aykırı bir yaklaşımla piktogramları yeniden yorumlamaktadır. Piktogramlara yapmış olduğu müdahaleler ile görselin taşıdığı ana mesaj bilindik ve sıradanlıktan çıkıp, bambaşka bir yörüngeye geçerek kavramsal bir yolculuğa başlamıştır. İzleyicinin zihninde yeni pencereler açarak izleyiciyi sorgulamaya, düşünmeye ve irdelemeye davet etmektedir. Örneğin yukarıdaki görsel incelendiğinde, Fransız sanatçı Abraham'ın sokak tabelasına yapmış olduğu müdahale dikkat çekmektedir (Görsel 2). Sıradan bir anlama sahip olan yaya şeridinin, evrimleşme sürecine

atıfta bulunduğu anlaşılmaktadır. Maymun ile evrimin başlangıcına gönderme yapılırken, robot ile geleceğe gönderme yapılmaktadır. Yaya şeridi, sıradan, günlük hayatta sıkça karşılaşılan, belli bir kuralı izah etmek üzere tasarlanan bir görsel iken, sanatçı müdahalesi ile kavramsal bir boyut kazanmış ve izleyiciye yeni bir düşünce alanı açmıştır. Sanatçının eserindeki kurgusu kavramsal bağlamda incelendiğinde kurallara uyararak insanlaştık ve yine kurallara uyararak robotlaşıyoruz mesajının izleyiciye verilmeye çalışıldığı söylenebilir. Tipolojiye göre incelendiğinde ise *yan yana görsel kullanma* sınıflandırmasının olduğu görülmektedir (Görsel 2). Sanatçı birbirleri ile ilgili veya ilgisiz farklı görselleri bir araya getirerek, görsellerin sahip oldukları kavramsal anlamları bir diğerine aktarmakta ve görsel mesajını oluşturmaktadır. Maymun üzerinden insanlığa, insan üzerinden robotlaşmaya doğru bir sürecin mesajlaştırılmasını *yan yana görsel kullanma* yapısıyla oluşturduğu anlaşılmaktadır.

4.2. Noma Bar

Noma Bar, 1973 yılında Tel Aviv, İsrail'de doğmuş ve sanatsal kariyerine grafik tasarım ve illüstrasyon alanlarında yoğunlaşarak başlamıştır. Eserlerinde sadeleştirilmiş formlar kullanarak minimal çalışmalar hazırlamaktadır (<http> 2).



Görsel 3. Noma Bar, Yasak

Sosyal içerikli çalışmaları ile tanınan sanatçı Noma Bar, tabelalarda bulunan *girişi olmayan yol* (yasak, geçilmez vb.) anlamına gelen piktogram ile Peçe arasında bir ilişkilendirme yaparak görsel bir mesaj oluşturmuştur (Görsel 3). Sıradan bir anlama sahip olan piktograma

yapmış olduğu müdahale ile anlamı kavramsal bir boyuta taşıdığı görülmektedir. Görsel, kavramsal bağlamda incelendiğinde; yasak sembolünün beyaz kısmına kadın gözleri eklenmiş ve tabelanın yuvarlak biçimi ile Peçe arasında anatomik bir yüz ifadesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Arabistan'da trafikte kadınlara yönelik uygulanan çifte standardı, engelleyici politik kuralları kadın üzerinden anlatarak, yasaklar içinden bakan bir kadın görseli oluşturmuştur. Dolayısıyla günlük hayatta sıkça karşılaşılan, sıradan ve bilindik anlamlara sahip olan, belli kuralları izleyiciye aktarmak üzere tasarlanan sembollerin sanatçı müdahalesi ile yeni bir boyuta taşındığı, izleyiciye yeni bir sorgulama alanı oluşturduğu görülmektedir. Tipolojiye göre incelendiğinde ise *birleştirme* ve *yerine başka görsel kullanma* yapılarının olduğu görülmektedir (Görsel 3). Sanatçı kadın yüzü ile tabelayı birleştirmiş, peçenin gözler için ayrılan kısmı yerine de yasak çizgisinin boşluğunu kullanmıştır. Dolayısıyla birbirleri ile ilgili veya ilgisiz iki farklı görselin taşıdıkları kavramsal anlamlar bir diğerine aktararak görsel mesaj güçlendirilerek izleyiciye sunulmuştur. Hazırlanan mesajın, tipoloji yardımı ile tasarımcı tarafından nasıl ve hangi aşamalarla oluşturulduğu çözümlenebilmektedir.

4.3. Dmytro Dziuba

Dmytro Dziuba, Ukraynalı bir grafik tasarımcıdır. Sosyal ve politik temalarla, direniş, ulusal kimlik ve savaşın insani maliyetine dair afişler üretmektedir. Ukrayna'daki savaş atmosferini yansıtan projelerde yer alarak toplumsal direnişle sanatsal ifadeyi birleştirdiğini belirtmektedir (Dziuba, 2024a).



Görsel 4. Dmytro Dziuba, Suç

Gelişen teknoloji ile sayısı hızla artan sosyal medya platformları bireylerin yeni iletişim mecraları olarak tanımlanmaktadır. Bu mecraların en bilinen ikonlarından biri beğeni (like) sembolü olarak bilinmektedir. Sosyal içerikli protest çalışmalarıyla tanınan Ukrayna'lı tasarımcı Dmytro Dziuba'nın hazırlamış olduğu görsel incelendiğinde siyah çizgiler, iki adet beğeni sembolü ve mavi bir zemin dikkat çekmektedir (Görsel 4). Beğeni ikonlarının sosyal medya aracı Facebook'a ait olduğunu daha güçlü bir şekilde izleyiciye sunabilmek için Facebook'un kurumsal rengi olan mavi rengini zeminde kullanmıştır.

Sosyal medya mecralarının kullanımları arttıkça bazı toplumsal problemlerin de beraberinde arttığı görülmektedir. Bunların en dikkat çekenleri; ifade özgürlüğü, tehdit, zorbalık vb. olarak belirtilmektedir. Örneğin, Şen vd. (2015:129), iletişim çağında ifade özgürlüğü için karmaşık bir hal aldığından bahsetmektedirler. Diğer yandan Zafer vd. (2019:358), özgür ortam olarak kabul gören internette gözetim mekanizmalarının yetersiz olduğunu, toplumda bilgi kirliliğinin oluştuğunu belirtmektedirler. İşlenen suçların yeterli gözetim olmadığı için karşılıksız kaldığı düşünülmektedir. Buradan hareketle Dziuba'nın eseri kavramsal boyutta ele alındığında, beğeni sembolleri parmaklıklara tutunan bir mahkûmun elleri gibi gösterilmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında sanatçı ile yapılan görüşmede eserini hangi amaçla tasarlandığı sorulduğunda sanatçı: *İfade özgürlüğü suç olmamalı* cevabını vermiştir (Dziuba, 2024b). Bu durumda, sıradan bir anlamı olan beğeni ikonu, sanatçı müdahalesi ile yeni bir kavramsal boyuta

taşınarak izleyiciye farklı bir anlamlandırma penceresi açtığı söylenebilir. Eser, tipolojiye göre incelendiğinde ise *yan yana görsel kullanma* ve *yerine başka görsel kullanma* yapılarının bir arada uygulandığı görülmektedir (Görsel 4). Çalışmada, *beğeni* ikonu mahkûm ellerinin yerine kullanılmakla beraber, parmaklıklarla da yan yana getirilmiştir. Dolayısıyla sanatçının birbirleri ile kavramsal olarak farklı ancak yapısal (anatomik) olarak ilişkili (el ve beğeni ikonu) görselleri bir arada kullanarak hedef görselin mesajını kaynak görsele aktarmayı amaçladığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla tipolojiye göre eser çözümlenmeye çalışıldığında eserin sanatçı tarafından hangi amaçla ve hangi aşamalar ile oluşturulduğu kavranabilmektedir.

4.4.Yossi Lemel

Yossi Lemel, 1957 yılında Kudüs'te doğmuş bir İsrailli politik afiş sanatçısıdır. Aynı zamanda eğitimci ve küratördür (Çelik vd., 2021:38).



Görsel 5. Yossi Lemel, Tüketim

Yossi Lemel'in eseri incelendiğinde sol üstte süpermarketlerde kullanılan bir alışveriş arabası, sağ tarafında piktograma dönüştürülmüş vektör çalışması ve hemen altında kırmızı zemin üzerinde aynı görsel kullanılarak, sanatçı müdahalesiyle yeniden yorumlanmış ve protest bir görsel mesaj oluşturulmuştur (Görsel 5). Alışveriş arabası ikonu bilindiği üzere izleyiciye bulunduğu bölgede alışveriş yapılabilmesi, ihtiyaçlarını karşılayabileceği gibi bilgiler vermektedir. Bununda yanında zanaat ve sanat bağlamında fotoğrafçının çekmiş olduğu sıradan bir fotoğraftan

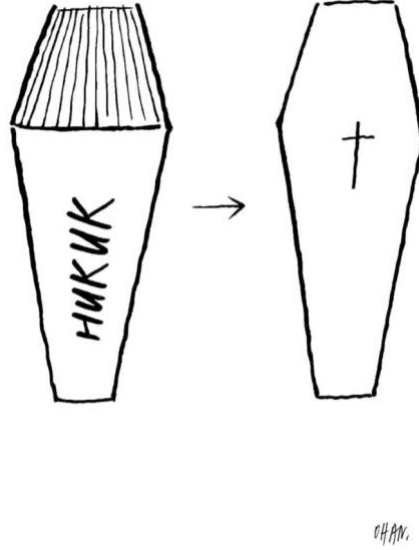
veya tasarımcının hazırladığı klasik bir piktogramdan, sanatçı müdahalesi ile daha öteye; düşündürücü, yönlendirici, ikna etmeye yönelik bir amaçla oluşturulmuş görsel bir mesaj ortaya çıkarılmıştır.

Tasarımcı ile yapılan görüşmede eseri ile hangi mesajı vermeyi amaçladığı sorulduğunda: *Isıran dişlere sahip bir alışveriş arabası ile tüketimi ve kapitalizmi eleştirmeyi amaçladım* cevabını vermiştir (Lemel, 2024). Dolayısıyla sanatçı, günlük hayatta sıkça karşılaşılan alışverişi temsil eden piktogram üzerinden sosyolojik bir soruna dikkat çekerek, kapitalizmin, tüketimin, tüketim çılgınlığının toplumlara zarar verebileceği vb. düşüncelerini yansıtmayı amaçlayan bir görsel çalışma hazırlamıştır. İzleyicinin algısında tehlike, tuzak, dikkatli ol gibi kavramları çağrıştırmak adına alışveriş arabasına sivri dişler eklemiştir. Sanatçı piktograma yapmış olduğu ufak bir ekleme ve müdahale ile izleyicinin bildiği bir görsel üzerinden kendi fikrini anlatabilmeyi amaçlamıştır. Eser, tipolojiye göre incelendiğinde ise burada *birleştirme* yapısının uygulandığı görülmektedir (Görsel 5). Alışveriş arabası ile dişler birleştirilerek, dişlerin sahip olduğu tehlike kavramı alışveriş arabasına aktarılmıştır.

4.5. Ohannes Şaşkal

Ohannes Şaşkal, çizim hayatına 1977'de başlamış, genellikle toplumsal ve kültürel temalarla görsel mesajlarını oluşturmaktadır (Ay vd., 2022:38). Eleştirel karikatür çalışmaları ile tanınan Ohannes Şaşkal'ın hukuk kavramına yönelik yapmış olduğu çalışma incelendiğinde sol tarafta bir adet kitap ve sağ tarafta bir adet tabut illüstrasyonu görülmektedir (Görsel 6). Kitabın üzerinde hukuk yazısı kullanılmış ve sağ tarafa doğru izleyiciyi yönlendirmeyi amaçlayan bir ok işareti eklenerek izleyiciye tabut görseli gösterilmeye çalışılmıştır. Kitabın bulunduğu pozisyon ve açıları incelendiğinde bilinçli bir şekilde bu formda hazırlandığı anlaşılmaktadır. Çünkü yapısal olarak tabuta benzetilmeye, tabut ile ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Eser kavramsal olarak incelendiğinde de hukuk kavramının işe yaramadığı, cansız, ölmüş bir sistem olduğu algısının izleyiciye verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Görsel iletişim algı üzerinden geliştirilen bir iletişim modeli olarak bilinmektedir. Algı, izleyicinin tüm yaratıcılık yetisini de tasarımın içine dahil ederek izleyiciyle etkileşim kurulmasını sağlamaktadır. Çünkü fikrin yaratıcı bir şekilde iletilebilmesi yine izleyicinin yaratıcılık düzeyiyle mesajın çözümlenmesine imkân sağlamaktadır. Çünkü algı ve

yaratıcılık kavramları görsel iletişimde birlikte hareket eden veya birbirlerine paralel olan kavramlardır (Casakin, 2006:253, Chaves, 2013:103).



Görsel 6. Ohannes Şaşkal, Hukuk

Eser, tipolojiye göre incelendiğinde *yan yana görsel kullanma* yapısının uygulandığı görülmektedir (Görsel 6). Yapısal olarak birbirlerine benzeyen ancak kavramsal olarak birbirlerinden farklı iki görsel yan yana kullanılarak hedef görselin mesajı kaynak görsele aktarılmıştır. Dolayısıyla iki farklı kavramın birbirleri üzerinden ortak paydada buluşturularak görsel bir mesaja dönüştürüldüğü söylenebilir.

4.6. Doğan Arslan

Doğan Arslan, 1970, Kırşehir doğumludur. İllüstrasyon ve karikatür alanlarında protest ve absürt, mizahi çalışmalar hazırlamaktadır. Özellikle toplumsal sorunlara ve güncel olaylara dair eleştirel bir bakış açısı geliştirmekte ve bu sayede görsel anlatımlarını oluşturmaktadır (<http> 1).



Görsel 7. Doğan Arslan, Göçmenler

Görsel iletişim tasarımında tasarımcılar görsel kültür öğeleri üzerinden fikirlerini yansıtabilmektedirler. İzleyicinin daha önceden aşına olduğu, sıradan bir anlama sahip olan ikon, piktogram, sembol vb. görsel öğelerin sanatçı tarafından müdahale edilerek, yeniden yorumlanarak veya basit dokunuşlarla izleyiciye sunulduğu görülmektedir. Sanatçılar yaratıcılıklarını kullanarak farklı imgeleri bir araya getirmekte ve imgeler arasında ilişkilendirmeler yapmaktadırlar (Sartre, 2006:7; Bozkurt, 1995:203; http 3). Bu ilişkilendirmeler ise sezgisel ve entelektüel yaklaşımlarla gerçekleştirilmektedirler. Örneğin Sezgisel yaklaşımda sanatçı görselin sahip olduğu anatomik yapısını ve görselin taşıdığı kavramı sezgilerini ve entelektüel birikimini kullanarak ilişkilendirir ve mesajını oluşturur.

Eser incelendiğinde; sonsuzluk işareti ve işaretin üzerinde yürüyen insanlar görülmektedir (Görsel 7). Eserde sonsuzluk işareti döşeme taşlarıyla illüstre edilerek duvar, yer ve zemin gibi gösterilmeye çalışılmıştır. Üzerinde bavul taşıyan bir baba, çocuklarının elini tutan bir anne görselleri kullanılarak mültecilere gönderme yapılmıştır. Sanatçı sonsuzluk işaretine müdahale ederek, bir yolu, bir duvarı kavramsal olarak sonsuzlaştırmıştır. Sembol üzerinde yürüyen mültecilerin ise hiçbir yere varamayacakları, sonsuza kadar bu yolculuğun içinde olacakları anlatılmaya çalışılmıştır. Eser, tipolojiye göre incelendiğinde ise *yerine başka görsel kullanma* ve *birleştirme* yapılarının bir arada kullanıldığı görülmektedir (Görsel 8). Döşeme taşları ile sonsuzluk sembolü birleştirilmiş ve aynı zamanda döşeme taşları sonsuzluk sembolünün

yerine de kullanılmıştır. Burada tipolojiye göre farklı bir görsel yapı görülmektedir. Çünkü sonsuzluk işareti döşeme taşlarıyla oluşturulurken hem birleştirme yapılmış hem de sonsuzluk sembolünün yerine taşlar kullanılarak hedefteki görselin sadece kavramsal değil aynı zamanda anatomik nitelikleri de kaynak görsele aktarılmıştır.

5. Sonuç

Gerçek ve sanal dünyada görsel kültür öğeleriyle çevrili bir ortamda, çevremizi algılama biçimimiz sahip olduğumuz görsel kültür düzeyiyle şekillenmektedir. Bu çalışmada, Clet Abraham, Noma Bar, Dmytro Dziuba, Yossi Lemel, Ohannes Şaşkal, Doğan Arslan gibi tasarımcıların eserleri rastgele seçilmiş olup, görsel metafor tipolojisine göre eserleri incelenmiştir. Clet Abraham: Yanyana görsel kullanma, Noma Bar: Birleştirme ve yerine başka görsel kullanma, Dmytro Dziuba: yanyana görsel kullanma ve yerine başka görsel kullanma, Yossi Lemel: Birleştirme, Ohannes Şaşkal: Yanyana görsel kullanma, Doğan Arslan: Yerine başka görsel kullanma ve birleştirme yaklaşımları ile eserleri hazırladıkları görülmektedir.

Gündelik hayatta sıkça karşılaştığımız basit ve sıradanlaşmış görsel kültür öğeleri sanatçıların yaratıcı yaklaşımları ile kavramsal nitelik kazanmaktadır. Tasarımcıların mesaj verme amaçlarının yanında insan zihnini, imgelerimizi, zekâ katsayımızı ve duygusal zekamızı zorlayarak insanlığın gelişimine en büyük katkıyı sağladıkları görülmektedir. Görsel kültür öğelerinin hangi aşamalarla, nasıl ve hangi amaçlarla yeniden yorumlandıklarının ve kavramsal boyuta geçiş süreçlerinin betimsel olarak irdelendiği bu araştırmada yaratıcı çalışmaların çözümlenebilmesine yönelik görsel metafor tipolojisi kullanılarak eserler çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda tüm görsel imgelerin görsel metafor tipolojisine göre değerlendirilmesi yapılmış olduğu anlaşılmıştır. Bu araştırmada tipolojik olarak yapılan incelemeler, grafik tasarım, görsel iletişim tasarımı gibi bölümlerde; workshop çalışmaları yapılarak yaratıcı görsel süreçler oluşturulabilir.

Kaynakça

- Ay, R. ve İsmailoğlu, D. K. (2022). "Görsel İletişim Tasarımında Uluslararası Tasarımcıların Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreçleri", *Digital Communication Journal*, Sayı 8, s.80-98.
- Barnard, M. (1998). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*, çev. Güliz Korkmaz, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Bozkurt, N. (1995). *Sanat ve Estetik Kuramları*, İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Casakin, H. (2006). "Assessing the Use of Metaphors in the Design Process", *Environment and Planning B: Planning and Design*, Sayı 33, Londra: Sage Publishing, s.253-268.
- Chaves, M. (2013). "Visual Metaphor in the Illustrated Children's Album", *EME*, Sayı 1, s.103-106.
- Çelik, N. ve Güzelöğlu, C. (2021). "Hatırlama Kültürü Bağlamında Afiş Sanatı: Yossi Lemel Afişleri", *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, Sayı 16, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları, s.33-48.
- Dutrow, B. L. (2007). "Visual Communication: Do You See What I See?", *Elements*, Sayı 2, Chantilly, Mineralogical Society of America, s.119-126.
- Dziuba, D. (2024a). Dmytro Dziuba ile Facetime üzerinden yapılan görüşme, Kütahya: 10 Nisan.
- Dziuba, D. (2024b). Dmytro Dziuba ile e-posta üzerinden yapılan görüşme, Kütahya: 10 Kasım.
- Flink, H. (2007). "Tell It Like It is: Essential Communication Skills for Engineers", *Industrial Engineer*, Sayı 3, Norcross, IISE, s.44-49.
- Jamil, M. J. ve Altaf, S. (2024). "From Verbal to Visual Rhetorical Figures: A Review of Classifications, Taxonomies and Typologies", *Jahan-e-Tahqeeq*, Sayı 3, s.255-276.
- Karadaban, A. vd. (2023). "Nitel Araştırma Yöntemlerinden Doküman İncelenmesi", *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal (Smart Journal)*, Sayı 67, s.2666-2670.
- Kireççi, A. N. (2018). "Reklamcılıkta Görsel İknanın Kuramsallaştırılma Çabaları ve Philips ve McQuarrie'nin Reklamcılıkta Görsel Retorik Sınıflandırması Üzerinden Reklam Analizleri", *Selçuk İletişim*, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sayı 2, s.347-373.
- Kravchenko, N. vd. (2024). "Visual Metaphor Analysis: A Relevance Theory Approach", *Amazonia Investiga*, Caquetá, Primate Editorial, Sayı 80, s.233-241.
- Lemel, Y. (2024). Yossi Lemel ile Messenger üzerinden yapılan görüşme, Kütahya: 22 Mart.
- Mirzoeff, N. (1998). *The Visual Culture Reader*, London: Routledge.
- Phillips, B. ve McQuarrie, E. (2004). "Beyond Visual Metaphor: A New Typology of Visual Rhetoric in Advertising", *Marketing Theory*, Sayı 2, Londra: Sage Publishing, s.113-136.
- Sartre, J. P. (2006). *İmgelem*, çev. Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Şen, A. F. ve Şen, Y. F. (2015). "Sosyal Medya, İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 2, Ankara: Gazi Üniversitesi, s.122-136.

Tavin, K. (2009b). "Engaging Visuality: Developing a University Course On Visual Culture", *The International Journal of the Arts in Society*, Sayı 3, Champaign: The Arts in Society Journal Collection, s.115-124.

Van Enschoot, R., Van Hooijdonk, C. ve Bronkhorst, E. (2023). "Refining Replacements. Validating A Revised Typology of Visual Metaphor Using Perceived Processing Fluency and Aesthetic Pleasure", *International Journal of Advertising*, Sayı 2, Londra: Taylor & Francis, s.344-367.

Vardarlier, P. ve Zafer, C. (2019). "Medya ve Toplum", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sayı 2, s.355-361.

Yıldız, A. (2020). "Kültürel Bir Gösterge Olarak Renk Sembolizmi ve Beyaz'ın Kültürel İşlevleri", *Türk Ekini*, Sayı 6, s.37-49.

Yılmaz, B. Ü. ve Şahin, M. (2023). "Overview of Sports Metaphors Through Visual Rhetoric Classification in The Context of The Postmodern Consumer Culture", *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sayı 3, s.89-106.

İnternet Kaynakları

http 1: Aiga, (2020). "Doğan Arslan", <https://teachingresource.aiga.org/author/dogan/>, Erişim tarihi: 10.11.2024.

http 2: Cowan, K. (2018). "Noma Bar on His Favourite Work, Developing His Style and Saying A Lot Without Using Words", <https://www.theflorentine.net/2011/02/10/clet/>, Erişim tarihi: 10.11.2024.

http 3: Korey A. (2011). "Clet", <https://www.theflorentine.net/2011/02/10/clet/>, Erişim tarihi: 10.11.2024.

http 4: Özdağ, D. E. (2018). "*İmge ve İmgelem Olgusu*", <http://www.enpolitik.com/kose-yazisi/1733/imge-ve-imgelem-olgusu.html>, Erişim tarihi: 10.12.2024.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. "Piktogramlar", <https://www.burasicanakkale.com.tr/haber/31586-canakkale-belediyesi-trafik-isaret-ve-uyarici-malzemesi-alacak>, Erişim tarihi: 10.05.2024.

Görsel 2. "Clet Abraham, Evrim", <https://drouot.com/en/l/21088658-clet-born-1966-involuzione-201>, Erişim tarihi: 12.05.2024.

Görsel 3. "Noma Bar, Yasak", <https://kenh14.vn/kham-pha/tuyen-tap-hinh-hoa-sieu-an-tuong-mang-y-nghia-2-trong-1-20130415093411665.chn>, Erişim tarihi: 15.05.2024.

Görsel 4. "Dmytro Dziuba, Suç", <https://drouot.com/en/l/21088658-clet-born-1966-involuzione-201>, Erişim tarihi: 12.05.2024.

Görsel 5. "Yossi Lemel, Tüketim", <http://www.posterposter.org/wp-content/uploads/2014/02/Yossi-Lemel-6.jpg>, Erişim tarihi: 12.05.2024.

Görsel 6. “Ohannes Şaşkal, Hukuk”, <https://www.agos.com.tr/tr/yazi/21681/ohan-in-cizimleri-sergileniyor>, Erişim tarihi: 07.04.2024.

Görsel 7. “Doğan Arslan, Göçmenler”, <https://sanalmuze.aydindogankvakfi.org.tr/karikaturistler/dogan-arslan-1037>, Erişim tarihi: 20.04.2024.