ilahiyat tetkikleri dergisi | *journal of ilahiyat researches*
ISSN: 2458-7508 | e-ISSN: 2602-3946
ilted, Haziran / June 2019/1, 51: 501-523

Mevlânâ Konulu Romanlarda İçerik ve Tasarım İlişkisinin Sosyolojik Analizi

The Sociological Analysis of Relation Between Content and Design in Mawlana-Themed Novels

Muhammet Ali ÖZDOĞAN

Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı
PhD Student, Akdeniz University, Institute of Social Sciences,
Department of Philosophy and Religious Sciences, Antalya / Turkey
ozdogana@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-7048-0009

Makale Bilgisi | Article Information
Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Date Received: 11 Şubat / February 2019
Kabul Tarihi / Date Accepted: 02 Mayıs / May 2019
Yayın Tarihi / Date Published: 30 Haziran / June 2019
Yayın Sezonu / Pub Date Season: Haziran / June

DOI: 10.29288/ilted.525819

Atıf / Citation: Özdoğan, Muhammet Ali. "Mevlânâ Konulu Romanlarda İçerik Tasarım İlişkisinin Sosyolojik Analizi / The Sociological Analysis of Relation Between Content and Design in Mawlana-Themed Novels". *ilted: ilahiyat tetkikleri dergisi / journal of ilahiyat researches* 51 (Haziran / June 2019/1): 501-523. doi: 10.29288/ilted.525819

İntihal: Bu makale, iThenticate yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.
Plagiarism: This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism detected.
web: http://dergipark.gov.tr/ilted | mailto: ilahiyatdergi@atauni.edu.tr

Copyright © Published by Atatürk Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi /
Ataturk University, Faculty of Theology, Erzurum, 25240 Turkey.
Bütün hakları saklıdır. / All right reserved.

Öz

Yayıncılık sektörü, gelişen teknik ve teknolojik imkânlara bağlı olarak yeni bir görünüm kazanmıştır. Kitaplar tür ve sayı olarak çoğalmıştır. Dağıtım, tanıtım ve tasarım kitabın en az içeriği kadar bir eserin talep görmesini belirleyici unsurlar haline gelmiştir. Ancak tasarım, eserin muhtevasından bağımsız değildir. Bu makale kapsamında ele alınan Mevlânâ hakkında yazılmış romanlarda da popüler kitapların dizaynında görülen çizgilere rastlanmaktadır. Yazar, eser ve okur arasında bir köprü vazifesi gören bu çizgiler sembolik imalar taşımaktadır. Zira içerik olarak dinsel bir görünüme sahip bu eserlerde soyut ifadeler bolca yer almaktadır. Bilhassa Mevlânâ'nın toplumumuzdaki karşılığının çoğulluğu yazarları ister istemez simgesel bir anlam havuzundan yararlanmaya yönlendirdiği söylenilebilir. Özellikle tasavvufun sembolik örüntülerden müteşekkil sahası bu alanla ilişkili yazılan kitapları simgesel ve şekilsel bakımdan etkilemiştir. İçerik tasarım ilişkisi açısından romanın fragmanı gibi tasarlanan kitap kapakları, prizmatik bir görünüm oluşturmuştur. Ortaya çıkan bu tabloyu netleştirmek amacıyla kitap dizaynının kurallarını popüler kültürün hangi dinamikleriyle anlaşma yaptığına odaklanılmıştır. Bu doğrultuda kitap tasarımında içeriğin nasıl belirleyici olduğu üzerinden dinselliğin ne tür popüler uzantılara dönüştüğü sorularına cevap aranmıştır. Bu sorulara cevap bulmak için literatür taraması ve Foucault merkezli söylem analizi yöntemi kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Din Sosyolojisi, Mevlânâ, popüler kültür, kitap tasarımı, Bab-ı Esrar, Aşk, Aşkın Gözyaşları.*

Abstract

Publishing sector has gained a new appearance depending on developing techniques and technological opportunities. The number and the genre of books have been increasing. Distribution, advertisement and design significantly affect a book to be demanded at least as much as its content. However, design of a book isn't independent from its content. It is encountered that the novels about Mewlana, discussed in this article, has the same design lines with the popular novels. These lines whose function is to operate the communication among the author, the work and the reader have symbolic meanings. As these works have a religious appearance as content, there are numerous abstract expressions in them. Especially it can be uttered that Mewlana's pluralist meaning especially in our society lead authors intentionally or not to a meaning pool. Particularly the structure of Sufism built by symbolic patterns affects these kinds of books symbolically and structurally. The cover of the books that are designed as trailers of them which display a prismatic appearance. It is focused on how rules of a book design are associated with popular culture dynamics in order to clarify the result. Accordingly, the answers of some questions such as how the design of a book determine the content and to what extend spirituality turns into popularity have been investigated. To find these answers, literature search and Foucauldian discourse analysis methods have been applied.

Keywords: *Religious Sociology, Mewlana, popular culture, book design, The Secret Door, Love, Tears of Love.*

Extended Summary

Books have been one of the most effective means of conveying people's thoughts throughout history. People have authored books for a variety of purposes, especially in the subjects of religion, history and love. The geographical, economic and cultural structure of societies has shaped the content of books. However, a book cannot be immediately created by a person by writing his ideas. In order for a text chain to become a book, it is essential that it be placed between two covers with a meaningful and rigorous arrangement.

The human being carries out the designing activities at every stage of life in order to shape and control his environment. Due to this intention of the individual, the idea of design spreads into many areas of daily life. In particular, the book sector is full of products of this intellectual effort of man.

In fact, the increase of the number and type of books on the shelves makes book design more important. Thus, it is not possible for the works that are not well-designed to come forward in the book sector where the visible ones keep up, and the ones keeping up are visible. Thus, design is considered a serious stage in the preparation of a book.

In the book design, firstly mental fiction is made about the content of the work. The type of book, the author's world of thought, social expectations, popular trends, consumption preferences are other factors that shape typographic elements. But design is not just a combination of technics, visual details. In the background of this design, there is a discourse on a sociological basis that corresponds to the interior layout and cover design of the work.

Traces of the factors mentioned in the design of the novels of Ahmet Ümit's *Bab-ı Esrar*, Elif Şafak's *Aşk* and Sinan Yağmur's *Aşkın Gözyaşları* examined within the scope of this research are observed. On the other hand, it is seen that the authors used comparisons and visual figures arising from the metaphorical style of Mewlana in the mentioned books. Novelists place visual design elements inspired by Mewlana's metaphorical language on a semi-religious, semi-earthly plane. Although the design elements such as whirling dervish, ring, heart and double waw used in book covers and inner pages have a religious equivalent in Sufi literature, the fact that these elements are dealt with in the novel, even in the writers' clothing, raises the debates that Mewlana has been transformed into an object of consumption.

Colors in book covers are used according to today's social color understanding. The names of books and cover colors and visual designs are in harmony. For example, the intertwined colors and whirling dervishes, which also support police fiction in *Bab-ı Esrar*, reflect the heterodoxy view that Ahmet Ümit has given in the content. The image of the heart placed on a pink background in *Aşk* draws the word love into a phenomenological line as it is processed in the content. Mewlana's image leading his head down with the whirling dervish in *Aşkın Gözyaşları* stands out as a more traditional design choice. Again, the power of popular culture is exploited by mentioning the quantity of print on the cover of three books. In addition, the number of editions suggests that pluralistic, inclusive discourse produced by the authors have a secondary objective to be inclined to underline.

Considering from the perspective of Foucault, when the raw material of discourse is information, and it is taken into consideration that the power of everyday language is transformed into a power by the power and circulated by mass media, it is noteworthy that the promises of change in the works covered by the article are the result of design. Postmodern language is used in the solution of the problems which remain from modernity especially in the back-cover writings. In the cover writings on novels voiced by well-known people, highly affirmative words stand out. These people make a serious contribution to the image value of the design as they draw a profile prone to Mewlana's thinking. These statements include psychotherapeutic implications that lead the reader to awakening, purification, and enlightenment.

Mewlana's historical mystic personality affects the layout and back-cover design of the novels. There are comments on the reality of the novel in the book covers. In fact, considering today's reader preferences, the power of fiction dominating the virtuality is presented as one of the points to be written in the success of the book. However, although they take Konya in the 13th century to the center, there are deep differences between them. For all three works, it is seen that novel heroes with historical realities are positioned according to the writers' world view, even if they use a reality discourse such as taking the reader to history. This implies the concept of historical discontinuity that Foucault states the history is a discourse produced by power.

The visual symbols in the novels, in which Mewlana is mentioned, can be regarded as the present-day equivalent of the ideographic expression style used before the writing. The authors use these visual figures to describe the stories they have created from Mewlana to the postmodern individual of today. Through these visual elements, it is seen that the ideographic narrative form has

been re-introduced in the popular culture climate. For example, visual elements such as butterflies, hearts, rings, necklaces, whirling dervishes, alifs, and double waws make it easier to convey ideographic feelings to the reader. In this context, the authors dissolve the concept of Sufism in a pattern of mysticism and put them into a fluid form. In these novels, it can be claimed that Mewlana has been turned away from its own reality into a popular cultural product.

GİRİŞ

İnsanlığın bir düşünceyi ifade etmek için kullandığı semboller uzun bir zaman diliminde şekillere, alfabeye ve yazıya dönüşmüştür. İnsan zihninin dışavurumu olan metinler, belli bir kurgu ve plan dâhilinde inşa edilmiştir. İnsanoğlu, mağara duvarlarına çizdiği resimler; taşlara, kil tabletlere kazıdığı yazılar ile kalıcı olma ve geleceğe iz bırakma peşinde olmuştur. Kişiler bunu yaparken de içerikle uyumlu estetiğe dayalı bir tasarım anlayışıyla hareket etmiştir.

Sanatsal yaratının genel yasalarıyla sanatta ve hayatta güzelliğin kuramsal evrelerinden yola çıkarak konunun duygusal ölçüsünü ve akılsal uygulayım düzenini önceden bilinçte sıralamak[1] demek olan tasarım, üretim sürecinin bir bileşeni olmuştur. Kitap tasarımı, yayıncılık alanının olmazsa olmazı olarak görülmüştür. Tasarım, özellikle matbaanın icadıyla canlanan kitap sektöründe bilgisayar teknolojisinin kullanılmaya başlanmasıyla yeni bir safhaya girmiştir. Kitap basımının ve dağıtımının kolaylaşması insanları kitap yazma noktasında heveslendirmiştir. Ancak bu kadar çok kitabın raflarda yerini alması, zaten sınırlı sayıdaki okurun dikkatini çekebilmek için büyük bir handikaba dönüşmüştür. Ne var ki doğru zamanda doğru konuyu yazmak ve bunu etkili bir tasarımla birleştirip iyi bir reklamla kitabın önündeki engeller kaldırılabilmiştir.

Toplumun ilgi duyduğu yapıtlar arasında aşk, din ve tarihle ilgili çalışmalar öne çıkmaktadır. Yazarlar için aşk konusu daima ön sıralarda yer alsa da din ve tarih sahasında da hayli ürün verilmiştir. Fakat yazarlar, din ve tarih mevzusu üzerine eser verirken endişe etmişlerdir. Bu tereddüdün ortaya çıkmasında Türkiye'deki politik söylemler, din ve tarih gibi üzerinde uzlaşılması zor konuların bulunmasının dahli olmuştur. Din, hem metinlerde hem de gündelik hayat içinde kontrol edilmesi gereken bir fenomen olarak tasavvur edilmiştir.

Aslına bakılırsa dinin *seküler dogmatizmin* boyunduruğundan kurtarılmasında ve görünürlüğünün artmasında din tüketim ilişkisinin katkısı olduğu iddia edilebilir. Popüler kültür tartışmaları içinde dinin merkezi bir noktada yer alması ticarileşme ve tüketim ürünleri üzerinden dinselliğin ambalajlanmasına dayandırılabilir. Bilhassa toplumsal hareketliliğin türettiği yeni yapılara dinselliğin süratle nüfuz ettiği söylenebilir. Başka bir biçimde dile getirmek gerekirse hızlı kültürel çevrim nedeniyle bocalayan insanlarda mistik temayüllerin belirdiği ileri sürülebilir.

---

[1] Türk Dil Kurumu. "Büyük Türkçe Sözlük", erişim: 28 Aralık 2018. http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c40541cecebf6.25880647.

Bu bağlamda Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî tarihselliği ve dinselliği barındıran bir kişilik olması dolayısıyla üzerinde en çok konuşulan, yazılan isimlerin başında gelmiştir. Türkiye'de Mevlânâ ile ilgili çalışmaların seyrine bakıldığında 2000 yılı sonrasında ciddi bir kıpırdanma görülür. Zira 2007 senesinin UNESCO tarafından Mevlânâ Yılı ilan edilmesi neticesinde de ünlü mutasavvıf hakkında bilhassa roman türünde kaleme alınan kitapların miktarında artış kaydedilmiştir.

Bu eserler, dilin kullanımında Mevlânâ'nın metaforik üslubunu daha dünyevî ama dinsel bir kalıp içine çekmeleri noktasında birbirine benzemektedir. Görselliğin önemsendiği bir zamanda metaforlar, yarı dini yarı dünyevi anlamlarla bezenerek dolaşıma sokulmuştur. Özellikle romanlarda aşk, din mevzularına biraz da tevekkül eklenerek yazılan hikâyeler, popüler bir kurguyla birleştirilmiştir. Lakin bu montaj, sanala hükmedecek bir niyetle yapıldığından eserlerde romanların yazılırken hangi zahmetlere girildiği kimlerle görüşüldüğü hangi kaynaklara başvurulduğu gibi tali unsurlara da yer verilmiştir. Yazarlar, kitapların arka kapağını genelde tanınmış kişilerin eserle alakalı övücü sözlerine ayırmıştır. Söz konusu kişiler, Mevlânâ düşüncesine yatkın bir profil çizdikleri için de tasarımın imaj değerine ciddi katkı sunmuştur.

Esasında görünebiliyorsan ayakta kalırsın ayaktaysan görünebilirsin prensibi, her sektörde olduğu gibi kitap sektörünün tasarım kısmında geçerli olmaktadır. Görsel rekabetin kızışması, popüler kültürün endüstriyel acımasızlığı yayınevlerini ve yazarları nasıl öne çıkarız ve bir süre orada kalırız kaygısında bir araya getirmektedir. Okuru karmaşadan kurtaracak, kitap kalabalığının içinden çekip çıkaracak görsel, işitsel, duygusal tasarım öğelerinden oluşan bir formülasyonun eseri, kitap satış rakamlarında ön sıralarda kalmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Haliyle kitabın kapağı okuru kendisine çekecek şekilde dizayn edilmektedir. Bu yüzden tasarımcılar, satış rakamlarıyla sıralamaya girmiş eserlerin kapağında baskı sayısını öne çıkararak popüler kültürün çekim gücünden istifade eden bir rasyonaliteye sırt çevirmemişlerdir.

Mevlânâ konulu popüler romanların içerik ve tasarımı arasındaki bağlantıları deşifre etmeyi amaçlayan bu makalede literatür taraması yapılmış ve Foucault merkezli söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu metotla Mevlânâ ile ilgili çağdaş popüler romanların hangi tasarımsal unsurlar tarafından belirlendiğinin cevabı aranmaktadır. Bu yanıtlar bulunurken toplumun mistisizm ve dinsellik gibi popüler kültür aygıtlarıyla yönlendirildiği hesaba katılarak Mevlânâ üzerine kalem oynatılan romanlarda görsel ve yazınsal öğelerden nasıl bir söylem türetildiğine bakılmaktadır. Söylemin değişimin bir motor gücü olduğu, kitle iletişim araçlarıyla bunu hissettirdiği[2] dikkate alındığında makale kapsamındaki eserlerdeki değişim vaadinin tasarıma akseden tarafları incelenmiştir. Makale Ahmet

[2] Marianne Jorgensen – Louise J. Philips, *Discourse Analysis as Theory and Method* (London: Sage Yay., 2002), 74.

Ümit'in *Bab-ı Esrar*, Elif Şafak'ın *Aşk*, Sinan Yağmur'un *Aşkın Gözyaşları* romanlarıyla sınırlandırılmıştır. Bu eserlerin seçilmesinin nedeni romanların 2007 Mevlânâ Yılı sonrasında yayınlanmış ve satış rakamlarıyla öne çıkmış olmasıdır. Ayrıca söz konusu yazarlar, farklı dünya görüşlerine sahip olmalarına karşın eserlerindeki tasarım çizgileri ve tipografik unsurları Mevlânâ'yı tüketim kalıbı içinde eritmeleri noktasında ortaklaşmaktadır. Kolektif bilinçaltımızda şekillenmiş kültürel söylemin Mevlânâ konulu eserlerin tasarımına nasıl yansıdığının izini süren bu çalışma, alanında bir ilk olması nedeniyle önem arz etmektedir.

1. BİR KONTROL ARACI OLARAK TASARIM

Bütünün parçalarının çizilmiş hali olarak ifadelendirilen tasarım kavramı, tasarlamak fiiliyle yakından ilişkilidir. Tasarı, bir kimsenin icra etmeyi istediği işlem basamaklarının insan zihninde görüntüsünün oluşmasıdır. Tasarım, bir eseri ortaya çıkarmak için düşünsel veya maddi eylemler süreci olarak da tarif edilebilir.[3] Başka bir deyişle o, insan aklının bir ürünü olarak önceden belirlenmiş detayların anlamlı bir bütün haline getirilmesidir.

Tasarım, mimari bir mefhum şeklinde insan hayatına girmiştir. Ancak o sadece mimari alana özgü bir düşünce egzersizi olarak kalmamıştır. XX. yüzyıldan itibaren tasarım, daha geniş bir yelpazede hayatiyet kazanmaya başlamıştır.[4] Bugün hemen hemen yaşamın her tarafına sirayet eden tasarım fikri; kişisel, kamu, şehir, bahçe, ev, otomobil, moda, kitap, gazete, dergi vb. mekânların ve objelerin şekillendirilip kontrol edilmesi gayesiyle ciddi uğraşı alanlarını doğurmuştur. Kitap dizaynı ise bu alanların içinde kendine has bir seyir izlemiştir. Köken itibariyle iki bin yıldan daha eski bir geçmişi olmasına rağmen[5] tasarım, özellikle Rönesans dönemiyle birlikte bir disiplin haline gelmiştir.[6] Bir anlamda düşüncenin de etkili bir aktarım şekli olan bu saha şifahi, el yazısı, matbaa ve elektronik şeklinde tarihsel bir çizgi takip etmiştir.[7]

Gelişen bu yeni alanlar, insanın çevre üzerindeki hâkimiyetini güçlendirirken söz konusu gelişmelerin zaman ve mekân üzerindeki tasarrufunda insana avantaj sağladığı söylenebilir. Ne var ki tasarımcılar, içinde bulundukları koşullardan en iyi biçimde yararlanmak durumundadır. Dolayısıyla onlar, çevresel şartları işlevsel bir gözle irdelerler.[8] Hauffe, tasarımın fonksiyonunun ne olacağı sorusu üzerine odaklanırken bir taraftan da söz konusu kavramın el sanatı alanından ayrıldı-

---

3 Nigan Bayazıt, "Tasarım", *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi* (İstanbul: YEM Yay., 1997), 3: 1746.

4 Thomas Hauffe, *Design* (London: Laurance King Yay., 1998), 10; Hermann Muthesius, *Style-Archıtecture And Buıldıng-Art: Transformatıons Of Archıtecture In The Nıneteenth Century And Its Present Condıtıon* (Santa Monica: The Getty Center for the History of Art and the Humanities Yay., 1994), 50.

5 Pete Masterson, *Book Design and Production A Guide forr Authors and Publishers* (California: Aeonix Yay., 2007), 22.

6 Bernard Leupen, v.dğr., *Design and Analysis* (Rotterdam: Oto Yay., 1997), 39.

7 Gavin Ambrose – Paul Harris, *The Layout Book* (Lausanne: Ava Yay., 2007), 13.

8 Leupen v.dğr., *Design and Analysis*, 13.

ğını ifade ederek teknolojik vurguyu ön plana almaktadır.[9] Yukarıda belirtildiği gibi insanoğlunun düşünceyi aktarma araçlarındaki seyri dikkate alındığında gelinen nokta dijital olanakların kitap tasarımına yeni bir boyut kazandırdığını göstermektedir. Daha açık söylemek gerekirse sözlü ve yazılı merhaleden geçmiş insanlık, bu ikisinin kolâjından oluşmuş bir tasarım anlayışıyla yola devam etmektedir.

Postman'a bakılırsa matbaanın el yazmasının yerini almasıyla yeni edebi türler ortaya çıkmıştır. Ona göre bugünkü elektronik gelişmeler de edebi türler üzerinde benzer bir etki bırakabilir.[10] Ancak matbaadan dijital döneme geçiş, yeni türlerden çok tasarım alanında yazar ve tasarımcıya çeşitli alternatif sunmaktadır. Dijital yenilikler tasarımcıların işini kolaylaştırmaktadır. Bugün yazarlar, kitap dizaynında teknolojinin imkânlarından mümkün olduğunca faydalanmaktadır. Dijital zemin gerek sanatçılara gerek grafikerlere çalışmaları üzerinde birçok seçeneği görme olanağı sağlamaktadır. Zaman ve mekâna bağlılığın zayıfladığı bir dönemde yazarlar, kitaplarının tasarımlarına doğrudan müdahil olabilmektedir. Böylece sanatçılar, eserlerinin etkili bir tarzda sunumu için kitap tasarımlarında dizgiye katkıda bulunabilmektedir.

Tasarımın ilk ayağı kitap kapaklarından başlamaktadır. Kapağın çarpıcı bir şekilde düzenlenmesi kitabı rakiplerinin bir adım önüne geçirecektir. Doğru renkler, çizgiler; kitaba ait bilgilerin konumlandırıldığı yerler, muhtevaya dair iddialı bir cümle, eseri eline alan okurun tercihinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu konuda Karagöz ve arkadaşlarının yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre tasarımın kitap satın almada bireylerin tercihini önemli ölçüde etkilediği sonucu çıkmıştır.[11]

Kitabın görselliğinin önemli bir parçası sayılan yazı fontu ve büyüklüğü, dizayn için bir başka mühim konudur. Zira metnin yazı tipi, hikâyeye bir ton ve vurgu katmaktadır. Metnin içinde değişen yazı fontları romanın akıcılığını da sağlamaktadır. Yazı karakteri, anlatının söylemsel yükünü de taşımaktadır. Sözgelimi italik yazı karakteri, alıntılamalarda duyguların doğrudan aktarımını sağlaması bakımından etkili bir tercihtir. Bir yönüyle tasarım üzerindeki tonlama da tanıtım potansiyelini artıran öğelerdendir. Bu vurgu, reklamdaki tipografinin başta gelen tesir alanlarından biridir. Lakin bu eylem, verilmesi arzulanan iletinin sertliğini ve yumuşaklığını tayin eden mühim kıstasların başında gelmektedir. Bununla birlikte ölçülendirme, bu sahada ehemmiyet arz etmektedir. Sayfalarda boşlukların bırakılması, tonlamanın doğru icra edilmesi ve karakter yapılandır-

---

9 Hauffe, *Design,* 10.

10 Neil Postman, *Technopoly The Surrender of Culture to Technology* (New York: Vintage Books Yay., 1992), 192.

11 Yalçın Karagöz v.dğr., "Okuyucuların Kitap Satın Alma Tercihlerini Etkileyen Biçimsel Özelliklerin Doğrulayıcı Faktör Analizi İle Belirlenmesi", *Uluslararası Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi (Bosna Hersek- Saraybosna, 19-22 Mayıs 2017),* haz. Furkan Beşel v.dğr. (Sakarya: Beşköprü Yay., 2017), 276.

ması tasarımın niteliğini artırmaktadır. Metinde tercih edilen noktalamaların keskinleştirilmesi, koyu, eğik kullanımı hikâyenin rengini ve duygusunu ifadelendirmek adına önemli ayrıntılardandır.[12] Roman türü için bu detayların doğru kullanılması, kitabı eline alıp şöyle bir karıştıran okurun satın alma tercihine yardımcı olacağı söylenebilir.

2. POPÜLER KÜLTÜRDE AMBALAJIN DİNSEL TASARIMI VE DİNSELLİĞİN AMBALAJLANMASI

Popüler kültür, doğası gereği tanımlanması zor bir kavramdır.[13] Çünkü bu kültür, bir bakıma tasarım ürünü bir kültürdür. İçeriği gereği o, hâkim güçler ve araçlar tarafından kontrol edilebilir ve şekillendirilebilir bir gen yapısına sahiptir. Popüler kültür, kendisinden önce oluşmuş geleneğin üzerine inşa eder kendini. O, tarihten ve dinden kopuk değildir, ancak her ikisine de göbekten bağlı da değildir. Haliyle bu kültürün çok uzak bir gelecek tasavvuru ve lineer zaman algısı yoktur. Dahası o, an'a odaklanır; yayılmacıdır, kalıcı değildir.

Popüler kültür, bu yayılmacı özelliğine karşın hitap ettiği kitleye hegomonik davranmaz, onları kolay yoldan ikna edebileceği araçlarla yönlendirir. O, önceden tasarlanmış, kurgulanmış davranış ve duyuş kalıpları, imgelerle anlam kazanır ve bir süre toplum hayatında arzı endam eder. Vambe ve Khan'ın nazarından popüler kültür, kapsama alanındaki grupların kimliksel ihtiyaçlarını dikkate alarak onların kültürel ve dinsel kimliklerini inşa sürecine kontrollü bir halde katılımının önünü açar.[14] Böylelikle söz konusu kitle, keskinlikten arındırılmış daha melez bir bünyeye kavuşmuş olur.

Günümüzde toplumsal yapılara sirayet eden melezliğin yoğunlaştığı bölgelerde popülerlik ve dinin aşinalığı mevzubahistir. Popüler kültürün dinle irtibatı epistemolojik bakımdan gevşek bir zeminde cereyan etmiştir. Hususen bu zeminde postmodernizmin başlangıç noktasına doğru kronolojik bir kazı yapılırsa dinselliğin kök paradigmasıyla karşılaşmak olasıdır. Melezliğin kaynağına Berger'in penceresinden bakıldığında sekülerliğin baskısı neticesinde meydana gelen kırılmalarda bir çoğulculuğun belirdiği görülmektedir. Ona göre çoğulculuk, dini mutlakçılığın kesin inançlarına zarar verirken bir taraftan da seküler dogmatizmi zayıflatmaktadır.[15] Türkiye'nin yakın tarihini göz önünde bulundurarak söylemek gerekirse yaşam formlarının etrafını kalın çizgilerle kuşatan seküler gücün çerçevelediği bu alanda Mevlânâ anlatılarıyla zihinsel bir dönüşümün gerçekleştiği görülebilir. Bunun yansımalarını Mevlânâ etrafında mistisizm yoğunluklu eserlerden anlamak mümkündür.

---

12 Mehmet Kerem Taner, *Gazete ve Dergi Reklamlarında Tipografi Kullanımı ve Tasarım Farklılıkları* (Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, 2018), 4.

13 Ray B. Browne, *Popular Culture Studies Across the Curriculum* (Jefferson: McFarland Yay., 2001).

14 Maurice Vambe - Katy Khan, "Myths of Popular Culture", *The Open Area Studies Journal* 2 (2009): 65- 72.

15 Peter L. Berger, *Kutsal Şemsiye,* çev. Ali Coşkun, 5. Baskı (İstanbul: Rağbet Yay., 2015), 38-39.

Mistisizm, Berger'in dediği gibi içerisinde insanın kutsal güçler veya varlıklarla birleşmeyi aradığı dini bir tutum olarak tanımlanabilir.[16] Mistik din, bu yüzden kurtuluşu her zaman, insanın varsayılan bilinçliğinin içinde arar. Bu bakımdan mistisizm, bugün psikoterapi bayrağı altında güçlenerek yoluna devam etmektedir.[17] Batılı anlayışta mistisizm iki ana güzergâha sahiptir. Bunlar Platonik vurgunun ağır bastığı felsefi eğilim ile Hz. İsa, Aziz Paul ve Luther gibi isimlerin merkezinde olduğu bireysel kurtuluş tecrübesidir.[18] Ancak mistik tecrübenin nihai hedefi olarak uyanma, arınma, aydınlanma ve birleşme şeklinde formüle edilen bu basamakların bugün postmodern dinamikler tarafından psikoterapik alt amaçlara ayrıştırıldığı söylenebilir.

Bu ayrışma sonrasında mistisizmin dinselliğin bir üst anlatıya dönüştürülmesinde önemli rol oynadığı ifade edilebilir. Dahası sözü edilen bu amaçların gündelik yaşamdaki işlevselliği dinin varlığını deruhte etmektedir. Mistisizmin rotasıyla ilgili Berger'in yukarıdaki tespitini daha anlaşılır kılmak için söz konusu kavramla tasavvufun ayırımına bakmak gerekir. Tasavvuf, çokluktan birliğe doğru bir yolculuk iken mistisizm çoğulculuğun kuşatıcı niteliğinden güç alan ve çerçevesini buna göre çizen bir sistematiğe sahiptir. Yılmaz'a göre tasavvufta rûhî yükselme, mistisizmde gelip geçici haz vardır.[19] Haddizatında mistisizme yüklenen anlam göz önünde tutulursa bahse konu kavramın din-tüketim denkleminde katalizör vazifesi üstlendiği göze çarpar.

Mistisizm vurgulu popülerleştirilmiş kalıp yargıların görselleştirilmeye içkin tarafı, din temalı ürünlerin yayılımı ve dolaşımını hızlandırmaktadır. Traube, kırsal kültür (folk) ile kent kültürü arasındaki izdivaçtan teşekkül eden popüler kültürün bir süre iki kültür arasında köprü vazifesi gördüğünü ancak popüler kültürün ticari kaygılar neticesinde folkla bağlantısının koptuğunu ifade eder.[20] Esasında Traube'nin XIX. yüzyıl sonlarına yönelik bu tespiti, bugün mistik unsurların melez inanç karakterine sahip bir ara bölge ürünü olduğu savını güçlendirmektedir. Öte yandan Fiske'in Batılı endüstriyel toplumlarda popüler kültürün görünümüne ilişkin yaptığı "özü ile çelişen; kar amaçlı üretilen ve dağıtılan eserlerin bulunduğu" saptaması farklı bir modernleşme süreci izlemiş yarı endüstri yarı tarım toplumu[21] olan Türkiye toplumuna bir ayna olarak tutulduğunda mistisizm ile özünden kopmak istemeyen ama bunu tüketim ürünleri üzerinden talep eden bir kitlenin varlığı fark edilir. Kitap, bu insanların taleplerinin kültürel sermaye ihtiyaçlarının giderilmesi için fonksiyonel bir araçtır.

---

16 Berger, *Kutsal Şemsiye,* 137.

17 Peter L. Berger, *Melekler Hakkında Söylenti, Modern Toplumda Tabiatüstünün Yeniden Keşfi,* çev. Ali Coşkun - Nebile Özmen (İstanbul: Rağbet Yay., 2012), 132.

18 Joseph F. Thorning, "Mysticism", *An Encyclopedia of Religion,* ed. Villus Ferm (New York: Philosophical Library Yay., 1945), 513.

19 Hasan Kamil Yılmaz, *300 Soruda Tasavvufî Hayat* (İstanbul: Erkam Yay., 2010).

20 Elizabeth G. Traube, "The Popular in American Culture", *Annual Review of Anthropology* 25 (1996): 130.

21 Şerif Mardin, *Türk Modernleşmesi* (İstanbul: İletişim Yay., 1991), 223-237.

Kitap sektörünün bu bağlamda mistisizmin bir tüketim nesnesine dönüştürülmesini hızlandırdığı görülmektedir. Bu biçim değiştirme, basitleştirilmiş imgeler üzerinden bir seyir izler. Sözgelimi *Mesnevi* gibi okuyucuyu ürküten derin metinler, nesnelerin hızla dolayımlandığı ve süratle tüketildiği bir zamanda yazarlar tarafından eğretilemesel öyküler vasıtasıyla daha kabul edilebilir bir görünüme kavuşturulur. Örneğin Mevlânâ, bu merhalede başı öne eğik elleri birbirine kavuşturulmuş bir yaşlı derviş imgesine sıkıştırılmış bir stereotipe çevrilir.[22]

Bu imgeler, daha çok kitap kapaklarında kullanılır. Mevlânâ'nın kullandığı sembolik dil doğası gereği kitap tasarımı için zengin bir imgelem havuzuna sahiptir. Yayınevleri, yazarlar bu imgelem havuzundan diledikleri gibi yararlanmışlardır. Romanların kapakları kelebek, derviş, semazen, ışık, kalp, yaprak, yüzük, Mevlânâ türbesi gibi görsellerle donatılmıştır. Bir bakıma ürünün ambalajı kabul edilen kitap kapakları tüketiciyi psikolojik açıdan ürünü satın almaya teşvik etmekte, bu da satışı bir hayli etkilemektedir. Bilindiği gibi kapak, kitabı muhafaza eder, anlatır, taşıma kolaylığı sağlar, okuyucuya sunar. Haliyle bir kapak; okuru eseri satın almaya iten, dış görünümü şüphesiz grafik tasarım imkânları ve unsurlarıyla desteklenmiş, ürünü cazip kılan elbise gibidir.[23]

Kitap kapaklarının ve iç sayfaların dizaynı içerikle sıkı bir ilişki içindedir. Akademik kitaplar,[24] çocuk kitapları, sanat kitapları, bilimkurgu kitapları, edebi kitaplar, şiir kitapları kendine has çizgilere sahiptir. Bu makale kapsamında ele alınan romanlar ile makalenin sınırları dışındaki Mevlânâ konulu akademik eserler arasında da gözle görülür bir farklılık bulunmaktadır. Örneğin Mevlânâ hakkında yazılan akademik kitapların kapaklarında geometrik düz çizgiler bulunurken romanların kapak tasarımında yuvarlak hatlar birbirine geçmiş renkler kullanılmaktadır

3. MEVLÂNÂ KONULU ROMANLARDA İÇERİK TASARIM İLİŞKİSİ

Bir kitabı oluşturan sadece içinde yazanlar değildir. Kitabın dış kapağından sonuna kadar eserin görünümünü güçlendiren bir takım uygulamalar vardır. Bu uygulamaların birbiriyle koordineli şekilde bir araya gelmesine tasarım denir. Ancak eserin dizaynı yanında kitabı baskı sonrası tanıtıcı faaliyetlerle karşılaşmak olasıdır. Bu noktada yazarla birlikte kitabın okura ulaştırılmasında emeği geçen kişi sayısı azımsanamayacak kadar çoktur. Çağımızda pazarlama anlayışının en önemli meselelerinin başında ürünün tüketiciye nasıl bir ambalaj içinde sunula-

---

[22] Seçil Büker – Aydan Özsoy, *Gönülden Gönüle Bir Mevlana İmgesi – Mevlana Üzerine Bir Alımlama Çabası* (Ankara: Ütopya Yay., 2009), 51.

[23] Nazan Düz, *Kitap Kapağında Grafik Tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kuramsal Bir Yaklaşım* (Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, 2001), 30.

[24] Bu kapsamdaki kitap kapağı örnekleri için bk. Mustafa Tekin, *Mevlâna Pergelinde Toplum* (İstanbul: Rağbet Yay., 2001); Metin Yasa, *Mevlana'da Aşk ve İşlevi Rubaileri Işığında* (İstanbul: Elis Yay., 2010); İsmail Yakıt, *Mevlana'da Aşk Felsefesi* (İstanbul: Ötüken Yay., 2011); Büker – Özsoy, *Gönülden Gönüle Bir Mevlana İmgesi – Mevlana Üzerine Bir Alımlama Çabası;* Bayram Ali Çetinkaya, *Şems ve Mevlânâ Dostluğu* (İstanbul: İnsan Yay., 2017).

cağı konusu gelir. Bir ürünün ambalajı, içeriğinden önce müşterinin dikkatini çekeceğinden tasarım profesyonel bir meslek haline gelmiştir. Binlerce ürün arasında grafik tasarımı iyi yapılmış bir ürün diğerleri arasında hemen bir adım öne geçmektedir. Tasarımcılar, kitabın kapağından içindeki dizayna kadar en orijinal en göz alıcı tasarımın arayışı içindedir. Tasarımcılara kitabın içeriği, hitap ettiği kitle, konusu, başlığı, kitaptaki kahramanların tarihsel ya da mistik gerçekliği ilham verir. Tasarım aşamasında yazarla tasarımcı birbirinden bağımsız hareket etmez. Her iki taraf da kitabın önce göze sonra öze hitap edeceği şeniyetine bağlı kalırlar. Bilgisayar programlarının geliştiği bu zamanda yayıncılar, kitap kapak tasarımı ve kitabın mizanpajını en az kitabın içeriği kadar önemsemektedir. Kapak tasarımındaki tipografik öğeler; kitabın adı (hatta yazarının en tanınmış eseriyle anılması), kitabın konusu, yayınevi adı veya logosu, baskı adedi, kaçıncı baskı olduğu gibi bilgiler; kitabın iddiasını veya içeriğini özetleyen sloganlar kitabın tanıtımında önemli görülmektedir. Bütün bu tipografik öğeler, kitabın ambalajı ve imajını oluşturmaktadır.

Yayınevleri ve yazarlar, kitabın itibarına katkıda bulunacak her türlü ayrıntıyı düşünmektedir. Bu bakımdan kitabın tasarımı, muhtevasıyla sıkı bir ilişki içindedir.[25] Kitabın kapağı, ismi, konusu, iç kapak dizaynı, önsözü, bölüm başlıkları, epigrafların seçimi, yazı karakteri, kapak rengi, yapıta ilişkin okur-yazar görüşleri sanatçının ve eserinin toplum algısında sağlam bir zemine yerleşmesi için profesyonel bir tasarım süzgecinden geçirilir. İnsanların ruh hali göz önünde bulundurularak hazırlanan tipografik enstrümanlarla daha geniş bir okur kitlesine ulaşmak amaçlanır.

Makale kapsamındaki eserlerde bu tipografik öğeler kullanılmıştır. Örneğin Ahmet Ümit'in *Bab-ı Esrar*'ında[26] romanın konusuna ve adına uygun bir görsel kullanılarak okur, kitaba daha kapaktan buyur edilmiştir. Popüler kitaplarda sıklıkla tercih edildiği gibi *Bab-ı Esrar*'da Ahmet Ümit'in ismi büyük puntolarla yazılarak yazarın adı ön plana çıkarılmıştır. Doğan Kitap tarafından basılan 63. baskının kapağında, sol alt köşede yayın evinin logosu sağ alt köşesinde ise 125.000 adet basıldığı yer almaktadır. Kitap kapağında birbirini tamamlayan siyah sarı ve turuncu tonlar kullanılmıştır. Kitap kapağındaki içi sarı tonlarla ışıklandırılmış kemerimsi bir yapının önünde duran bir insan silueti siyah tonlarla çerçevelenerek romanın temasıyla ilişkili bir tasarım yapılmıştır. Eserin kapağına dikkatlice bakıldığında fark edilebilecek bir noktaya bir semazen görseli de yerleştirilmiştir. *Bab-ı Esrar*'ın Everest Yayınları tarafından neşredilen baskısında da semazen fotoğrafı kullanılmıştır. Sosyo kültürel bilinçte Mevlânâ'ya tekabül eden sema gösterisinin gördüğü kurumsal ve toplumsal ilgi nedeniyle semazen figürü, Mevlânâ'nın bağlamından koparılıp kitschleştirilmesinde başat bir unsur olmuştur.

---

[25] Peter Stoicheff – Andrew Taylor, *The Future of The Page* (Toronto: University of Toronto Press, 2004), 9.

[26] Ahmet Ümit, *Bab-ı Esrar,* 63. Baskı (İstanbul: Doğan Kitap, 2008).

Elif Şafak'ın *Aşk* romanı da[27] *Bab-ı Esrar* gibi Doğan Kitap tarafından yayınlanmıştır. *Aşk*'ın Ocak 2013'te basılan 380. baskısının kapağına 760.000 sayısı yazılmıştır. Kitap, İngilizce yazılmış (Forty Rules of Love) Yiğit K. Us tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Kitabın kapak tasarımı profesyonel bir ekip tarafından yapılmıştır. Tasarım ekibi tarafından *Aşk*'ın kapağının dizaynında klasik düzen kullanılmıştır. Zemin üzerindeki görüntü, tek renk armonisi ile yalın renk kontrası sağlayarak algıda kolaylık sağlanmıştır.[28] Kapak tasarımı zemin rengi ve illüstrasyon çalışması için sıcak renk olan pastel pembe renk kullanılmıştır. Kapağın tam ortasına kalp şeklinde bir yaprak görseli yerleştirilmiştir. Geçmişten bugüne kadar kültürel renk algısında romantizmin rengi olarak kullanılan pembe, *Aşk*'ın kapak rengi olarak kullanılmıştır. Kitabın kapağındaki bu rengin Türk kültüründeki kadınsı rengi sembolize ettiğinden dolayı erkek okurların pembe renkli kitaptan uzak duracağı hesap edilerek erkekler için kitabın gri kapaklısı da basılmıştır. İki yazarın da aynı yayıneviyle çalışması kapak tasarımında ortak algıların ürünü olarak kendini göstermiştir. Buna karşın eser isimleri ve romancıların dünya görüşleri kitap tasarımında ifadesini bulmuştur.

Bu bağlamda kitap kapaklarında Foucault'nun söylem tanımına uygun bir zihinsel yansımayla karşılaşmak mümkündür. Nitekim Foucault'da söylem, iktidar tarafından bir kontrol aracı olarak kullanılmasıyla kitlelere ve zihinlere hükmetme amacıyla tasarım unsurlarının biçimlendirilmiş olması yakından ilişkilidir.[29] Sözgelimi *Aşk* romanının pembe renginin kadınsı çağrışımı dolayısıyla bir ara renk olan gri kapaklısının yayınlanması siyah ve beyaz keskinliğini ortadan kaldırmayı amaçlar. Çünkü gri renk tarafsızlığın da rengidir.[30] Her ne kadar bu renk seçimi bir pazarlama stratejisi gibi görünse de Elif Şafak'ın Mevlânâ imgesi ile yansıtmak istediği tarafsızlık, melezlik fikrinin gri renkle desteklendiğini söylemek yanlış olmaz. Esasında Elif Şafak gibi söylemlerini toplumsal cinsiyet eşitliği üzerine kurmuş bir yazarın cinsiyetçi renk ayrımını gri renkle daha da belirginleştirmesi postmodernizmin ironi fikriyle uyuşmaktadır.

Sinan Yağmur'un *Aşkın Gözyaşları* serisi ise Karatay Akademi tarafından basılmıştır. Serinin birinci kitabı *Tebrizli Şems*'in ilk basımı Haziran 2010 tarihinde yapılmıştır. *Tebrizli Şems*'in kapağında baskı sayısı yazılırken hangi baskıda kaç adet kitap basıldığı belirtilmemiştir. Serinin diğer kitaplarında ise kaç adet basıldığı belirtilerek kitap için çok okunan eser intibaı oluşturulmuştur. İlave etmek gerekirse Sinan Yağmur, röportajlarında romanın korsanının ve PDF halinin de çokça okunduğunu Mevlânâ'yı anlatmak gibi ulvî bir amacının bulunması dolayı-

---

27 Elif Şafak, *Aşk,* çev. Yiğit K. Us, 380. Baskı (İstanbul: Doğan Kitap, 2009).

28 Zülfü Erbaş, *Ülkemizde Çok Satan Kitapların Kapak Tasarımlarında Kullanılan Renklerin Grafik Tasarım Açısından Analizi* (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, 2013), 65.

29 Michel Foucault, *Bilginin Arkeolojisi*, çev. Veli Urhan (İstanbul: Birey Yay., 1999).

30 Tülay Özdemir, "Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 14/2 (2015): 398.

sıyla bundan rahatsızlık duymadığını dile getirmiştir.[31] Yağmur'un bu ifadesi, Mevlânâ ve tüketim tartışmaları içerisinde kendisine yöneltilebilecek eleştirilere cevap maksadı taşıdığını akla getirebilir. Foucault'nun bilgi ve iktidar ilişkisi perspektifinden[32] hareketle bilginin ve bilgiye götüren yolların söylemsel düzlemde bir denetim aracına dönüştürüldüğü düşünüldüğünde bilgi ve söylemin postmodern dünyanın ruhuna uygun bir dönüşüm geçirdiği görülür. Kaplan'ın vurguladığı gibi modernlik mekanın kontrolü ve sömürüsüne odaklanırken postmodernlik zamanın kontrolü ve sömürüsüne yoğunlaşır.[33] Yazarlar, yukarıda da ifade edildiği gibi geleneksel ile modernin kontrolsüz çarpışması neticesinde ortaya çıkan yeni durumunun ruhuna ters düşmemeye gayret ederler. Eagleton'un deyişiyle onlar, teorik ve politik arzularını dünyanın kaçınılmaz talepleriyle uyumlu hale getirirler.[34] Kitap kapaklarındaki yüz binli rakamlar Adorno'nun kültür endüstrisinin yaşam iksiri diye tabir ettiği okuru tröstlere bağlayan simgesel reklamlardır.[35] Yayınevleri; kitapçıların, okurların bir eseri ciddiye almaları için ondan yüz binlerce basmaları gerekir.[36] Kapaktaki basım adedi, toplumun nerede durduğu kadar nereye yöneleceğine de işaret eder. Buradaki çoğulculuk ve çokluk, zamanın kontrolünü kolaylaştırır. Mevlânâ Yılını müteakip arka arkaya piyasaya çıkan üç romanın merkez üssünde zamanın ruhu bulunmaktadır. Hatta yazarlar, bu ruh ile geleneksel Mevlânâ çizgisini dışlamadan Mevlânâ'yı kendi dünya görüşleri çerçevesinde yeniden üretmektedir.

Romanların tasarımında öne çıkarılan detaylardan birisi de tarihle olan bağlantılarına dikkat çekilmesidir. Günümüz insanı için roman üzerinden tarihsel bir seyahat yapmak ilgi çekici gelmektedir. Bu yönelimin farkına varan yazarlar eserlerinin tarihle olan ilişkisini öne çıkarmıştır. Everest Yayınları tarafından neşredilen *Bab-ı Esrar*'ın arka kapağında "Günümüzden yedi yüz küsur yıl öncesine uzanan gerilim dolu, heyecan yüklü, mistik bir serüven..."; Doğan Kitap tarafından basılan kapakta da "Yedi yüz yıldır çözülemeyen sır; Şems-i Tebrizi cinayeti… Yedi yüz yıldır süren bir sevda; Şems-i Tebrizi ile Mevlânâ" tanımlaması göze çarpmaktadır. *Aşk* romanında ise bu nokta, Taha Akyol'un "Elif Şafak mükemmel bir roman tekniğiyle birbirine maddeten benzemeyen çağları, insan ruhunda, ruhumuzun sıkıntı, arayış ve keşiflerinde birleştirmiş…" ifadeleriyle belirginleştirilmektedir. Benzer şekilde *Aşkın Gözyaşları Tebrizli Şems* romanının arka kapağında Erdal Demirkıran'ın "Bunu yazan kişi mutlaka Şems'in yakın arkadaşı olmalı" görüşleri yer almaktadır. Romanlara dair tanınmış kişilerce yapılan bu ger-

---

31 "Okuyucuyu gözyaşına boğan ünlü yazar!", erişim: 20 Aralık 2018, http://www.haber7.com/kitap/ haber/810604-okuyucuyu-gozyasina-bogan-unlu-yazar.

32 Foucault, *Özne ve İktidar*, 93.

33 Yusuf Kaplan, "İnsanlığın Selam Yurdu Olarak İslam Medeniyeti", *Birlikte Yaşamak,* haz. Ahmet Kavlak – Muhammet Enes Kala (Ankara: Hece Yay., 2015), 176.

34 Terry Eagleton, *Postmodernizmin Yanılsamaları*, çev. Mehmet Küçük (İstanbul: Ayrıntı Yay., 1996), 26.

35 Theodor W. Adorno, *Kültür Endüstrisi,* çev. Nihat Ülner v.dğr., 6. Baskı (İstanbul: İletişim Yay., 2011), 101.

36 George Ritzer, *Enchanting A Disenchanted World Continuity And Change In The Cathedrals Of Consumption* (California: Sage Yay., 2005), 77.

çeklik sunumu Foucault'da söylemin tarihten ilham alan yanını akla getirmektedir. Arkeolojiyi bir yöntem olarak kullanan Foucault, söylemi tarih ile bugün arasında bir alaka kurarak anlamlandırmaktadır. Tarihi sosyal inşacı bir bakış açısıyla irdeleyen Foucault, bilginin gerçeğin yalnızca bir yansıması olmadığını ileri sürmektedir. Doğru zannedilen olgunun söylemsel bir yapılandırma olduğunu haliyle bilgiyi üretme zemininin doğru ve yanlışın saptanmasında işe yaradığını belirtmektedir.[37] Her üç eser için de okuru tarihe götürme gibi bir gerçeklik söylemine başvurulsa da tarihsel gerçekliklere sahip roman kahramanlarının yazarların dünya görüşüne göre konumlandırıldığı görülmektedir. Bu durum, Foucault'nun geçmiş ile bugün arasındaki ilişkiyi çözümlemek için kullandığı tarihsel süreksizlik[38] kavramını desteklemektedir. Ayrıca postmodern kültürde tarihin çağdaş tüketimin hammaddesi olarak görülmesi[39] Foucault'nun kastettiği tarihsel kopukluğun başka bir izahıdır.

Kitap dizaynına şekil veren bir faktör de Mevlânâ'nın kullandığı sembolik dilin esnekliğidir. Örneğin Elif Şafak, kitabına "Bu kitabı aşkla konuşan, sabırla pişen dost meclisine…" gibi bir ithaf cümlesiyle başlamayı tercih etmiştir. Şafak, okurun kitabı eline alınca göreceği ilk sayfada aşağıdaki AŞK tanımlamasını yapmıştır. Onun aşk anlayışı muğlaktır.

AŞK'ın hiçbir sıfata ve tamlamaya ihtiyacı yoktur.

Başlı başına bir dünyadır aşk.

Ya tam ortasındadır, merkezinde,

Ya da dışındasındır, hasretinde…

Şafak, kitabının girişinde aşk hakkında göstermiş olduğu bu kapsayıcı tavrı romanın son sayfasında dünyada yaşayan çeşitli dinlere ait sembollere yer vererek göstermiştir. Böylece o, Mevlânâ vasıtasıyla romanda sıkça altını çizdiği dinlerüstülük söylemini hikâyenin bitiminde bir kez daha tekrarlamıştır. Ahmet Ümit, romanına "Dünya, rüya içinde rüyadır" Hint atasözüyle başlayarak iç sayfalarda geçecek olan rüya sahnelerine bir atıf yapmıştır. Hindistan'daki dini inanç biçimleri ve rüya üzerinden mistisizme kapı aralayan felsefi bir gönderme eserin söylemsel niyetine dair bize ipuçları verebilir. Belirtmek gerekir ki buradaki Hint atasözüyle yazara ve kitaba Mevlânâ'dan mülhem bir evrensellik katılması amaçlanmış olabilir. Ahmet Ümit bir röportajında[40] "dünya görüşünü insanların gözüne sokmadan" oluşturduğu yazın dili sayesinde okur kitlesinin en az üçte birinin muhafazakârlardan oluştuğunu öne çıkarmaktadır. Onun *Mesnevi*'den yaptığı

---

37 Michel Foucault, *Özne ve İktidar*, çev. Işık Ergüden – Osman Akınhay (İstanbul: Ayrıntı Yay., 2012), 188-191.

38 Michel Foucault, *Power/Knowledge Selected Interviews And Other Writings 1972-1977,* çev. Colin Gordon v.dğr. (New York: Pantheon Books, 1980), 148.

39 Eagleton, *Postmodernizmin Yanılsamaları*, 50.

40 "Hepimiz aynı yerdeyiz Türkiye yoksa biz de yokuz!", erişim: 3 Ocak 2019, https://www.sabah.com.tr/magazin/2018/07/09/ahmet-umit-hepimiz-ayni-yerdeyiz-turkiye-yoksa-biz-de-yokuz?paging=3

iktibaslar ile değişik kültürlere ait deyişlerden heteredoksî bir bakış açısıyla ürettiği metni mistisizm ve tüketim tartışmaları içinde ayrıca ele almak mümkündür.

Romanların ortaklaştıkları noktalardan birisi eser hakkında farklı dünya görüşlerine sahip kişilerin övücü ifadelerine yer vermiş olmalarıdır. Örneğin *Bab-ı Esrar*'ın arka kapağında ise Sabah gazetesinden Mehmet Barlas, Vatan gazetesinden Okay Gönensin ve Posta gazetesinden Mehmet Ali Birand gibi tanınmış gazetecilerin okuru kitap konusunda heveslendiren kısa birer tanıtım yazısı bulunmaktadır. *Aşk* romanının görüşler kısmında Gazeteci Yazar Taha Akyol'un Milliyet gazetesinde yayınlanan kitap üzerine görüşleri bulunmaktadır. Akyol'un eserle alakalı yazdığı "Elif Şafak mükemmel bir roman tekniğiyle birbirine maddeten benzemeyen çağları, insan ruhunda, ruhumuzun sıkıntı, arayış ve keşiflerinde birleştirmiş… Şafak bu eseriyle sadece Türk değil, dünya edebiyatına da büyük bir eser kazandırdı." ifadeleri yer almaktadır. *Aşkın Gözyaşları Tebrizli Şems*'in (227. baskı) arka kapağında Radyocu Yazar Erdal Demirkıran, Dr. Hüsamettin Olgun'un; 392. baskı arka kapağında Bedirhan Gökçe'nin kitaba ilişkin olumlu görüşleri dikkat çekmektedir. *Hz. Mevlana* kitabının arka kapağında ise Dr. Ender Saraç ve Murat Göğebakan'ın; *Kimya Hatun* kitabında ise Cemâl Nur Sargut ve Radyo Programcısı Kahraman Tazeoğlu'nun kitapla ilgili görüşleri bulunmaktadır. Sinan Yağmur'un kitaplarındaki teşekkür bahsinde Nazan Bekiroğlu, Bedirhan Gökçe, Kahraman Tazeoğlu, Dr. Ender Saraç, Prof. Dr. İskender Pala, Cemal Nur Sargut, Nur Arturan, Nural Çiftçi, Sebile Eke, Göksel Baktagir, Hüsamettin Olgun gibi isimlere rastlanmaktadır. Sinan Yağmur'un kamuoyunda tanınmaya başlanmasıyla birlikte *Aşkın Gözyaşları Tebrizli Şems*'in sonraki baskılarının teşekkür bölümünde daha tanınmış isimlere yer ayrılmıştır. Kitapta bu isimlerden teşekkür kısmında bahsedilmesi, arka kapakta bu isimlerin görüşlerinin bulunması Sinan Yağmur'un ve eserlerinin imaj değerini artırdığı söylenebilir. Bu kimselerin ortak noktası, yerine göre Mevlânâ'ya dayanak yaptıkları söylemlerinin geniş bir kitlede popüler karşılık bulmasıdır. Bu isimler, genellikle eserlerin insan ruhunun sıkıntılarına çözüm bulacağını, kaybolmaya yüz tutmuş değerleri hatırlatacağını dillendirmektedir. Mevlânâ'dan yola çıkılarak ortaya konan bu vaatler, modernitenin ürettiği sorunlara postmodern çözüm arayışı şeklinde tanımlanabilir. Zira eserlerin kapaklarından yansıyan dini söylemi nostaljik, çoğulcu, kapsayıcı, teskin edici, mistik dini söylem şeklinde kabaca sınıflandırmak mümkündür.

Mevlânâ'dan hareketle inşa edilen bu söylemler toplumsal yapıda da mevcuttur. Söylem anlamı inşa eder.[41] Anlam kültürel, politik ve popüler iktidardan bağımsız üretilmez. Yazarlar, kitaplarında eserleri ve kendileri hakkında tanınmış kimselere yer verirken onların sosyal bağlam içindeki yerinin farkındadır. Esasında romancılar, kitaplarına yönelik beğenilerini dile getiren popüler kişiler üzerinden söylemlerine çok boyutluluk katar. Bahsi geçen kimseler; radyocu, yazar,

[41] Hilal Çelik - Halil Ekşi, "Söylem Analizi", *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 27: 100.

sporcu, doktor, müzisyen, seslendirme sanatçısı, gazeteci, siyasetçi, iş adamı profiline sahip olmaları dolayısıyla tasdikleyici politik söylem, kapsayıcı dinsel söylem, popüler mistik söylem, romantik söylem, ahlakçı söylem, gelenekçi nostaljik söylem ve çoğulcu dini söylemlerin üretilmesinde işlevsel bir role sahiptir. Bu bağlamda içeriğini Mevlânâ üzerine kurgulayan her üç eserde de post-yapısalcı bir bölünme dikkat çekmektedir. Post-yapısalcı anlayışta toplumun çoklu yapılarla bir ilişkiler ağına sahip olması[42] ile iletişim araçlarının geniş bir toplumsal zeminde kullanılır hale gelmesi arasında bağlantı bulunmaktadır.

Romanlarda gömülü halde bulunan bu söylemler metnin okur üzerindeki etkisini artırır. Söylemin metin ile toplum arasında bir taşıyıcı rolü bulunduğundan[43] dolayı görsel tasarım unsurlarıyla okuyucudaki duygusal tepkimeler canlandırılır. Örneğin Sinan Yağmur'un *Tebrizli Şems* ve *Hz. Mevlana*[44] kitaplarının kapağında sırtı dönük, yüzü belirgin olmayan derviş fotoğrafları *Aşkın Gözyaşları*'nın içeriğine yönelik okurdaki merakı harekete geçirmektedir. *Kimya Hatun*[45] kitap kapağında mor arka fonun üzerine yüzü karartılmış bir semazen fotoğrafı kullanılarak kitabın hikâyesinde aktarılan hüzün duygusu mor renkle desteklenmektedir. *Kimya Hatun*'un 64. ile 65. sayfalar arasına kuşe kâğıtta mor fon üzerine sarı başcıklı çiçeğe konmuş bir kelebek makrosu vardır. Yazarın bu kompozisyonda kelebekle kısa bir ömür süren Kimya'yı sarı renkle de onun bu dünyadan ayrılışını sembolize ettiği düşünülürse kapaktaki hüzün hissinin iç sayfada da canlı tutulması hedeflenmiştir. *Tebrizli Şems* ve *Hz. Mevlana*'nın kapaklarının iç tarafında herhangi bir tasarım öğesine yer verilmemişken *Kimya Hatun* kitabının ön ve arka kapağının iç kısımları çift vav hattı ile doldurulmuştur. Ayrıca Sinan Yağmur'un katıldığı programlarda giydiği yeleğinin renginin *Kimya Hatun* kitabıyla aynı renkte olması ve üzerinde çift vav bulunması tesadüf değildir. Yine Sinan Yağmur'un Yunus Emre ile ilgili davet edildiği programlarda da *Aşkın Gözyaşları Yunus Emre* kitabının kapak rengi de olan[46] turkuaz renkte ön tarafında mim harfi bulunan bir yelekle katılması dikkat çekicidir. Yağmur'un kitap kapaklarıyla uyumlu renkte yelek giymesi ve yelek üzerinde çift vav, mim harflerinin bulunması onu canlı bir alegoriye dönüştürdüğü söylenebilir. Zira Yağmur'un kullandığı aksesuarlar, onun yazın diliyle uyuşmakta aşk, din, evlilik kaynaklı toplumsal anomi alanlarında sanal bir sığınak vazifesi görmektedir.

Makale kapsamındaki eserlerin tarihsel mistik bir kişiliği ele alması sebebiyle hikâyenin gerçekliğe uygunluğu, en azından konu edilen kimsenin ruhundan bü-

---

42 Ömer Say, "Yapısalcılıktan Post-Yapısalcılığa Çoğulculuğun İnşası", *Akademik İncelemeler Dergisi* 8/2 (2013): 345.

43 Çelik – Ekşi, "Söylem Analizi", 114.

44 Sinan Yağmur, *Aşkın Gözyaşları Tebrizli Şems,* 392. Baskı (Konya: Karatay Akademi Yay., 2012); Sinan Yağmur, *Aşkın Gözyaşları Hz. Mevlana,* 3. Baskı (Konya: Karatay Akademi Yay., 2011).

45 Sinan Yağmur, *Aşkın Gözyaşları Kimya Hatun* (Konya: Karatay Akademi Yay., 2011).

46 Yazar Sinan Yağmur ile "Aşkın Gözyaşları; Yunus Emre", erişim: 20 Aralık 2018, https://www.youtube.com/watch?v=Cys_DQA2oes.

tünüyle uzaklaşılmaması okurlarda bir beklentidir. Her üç eserin sonunda buna yönelik bir adım atılarak kaynakça verilmiştir. Nitekim kurgunun gerçeğe hâkimiyeti, onu yönlendirmesi Türk toplumunun arzuladığı bir özelliktir. Bilhassa kitle kültürünün hareket sahası içinde sanalın gerçeği belirlediği, erittiği bir devirde halka sunulan ürünlerin başarısı kurguyu hakikate götürebilme potansiyelinde gizlidir.[47] Sözgelimi Sinan Yağmur'un *Tebrizli Şems* kitabının 227. baskısının arka kapağında Erdal Demirkıran'ın "Bunu yazan kişi mutlaka Şems'in yakın arkadaşı olmalı!" sözü, Yağmur'un *Hz. Mevlana* romanının sonunda okurlara teşekkür etmek için kaleme aldığı sayfalarda İzmir'den Canan Hanım'ın dakikalarca ağladığından söz etmesi, İstanbul'dan Duygu Hanım'ın elleri titreyerek kitabı uzatırken "Hocam kitabı okurken kaç salâvat getirdim hatırlamıyorum" ifadeleri romanın başarı hanesine yazılmış ayrıntılardır. Konusunu tarihte yaşamış bir kişiden alması nedeniyle romanın başarı seviyesini okurun yazara ve esere itimadı belirlemektedir. Bu sebeple kitaplarda eser hakkında olumlu görüş belirten okurlar ve tanınmış kişilerle birlikte araştırma kapsamında yararlanılan kaynak ve kişilere hatta gezilen mekânların fotoğraflarına da yer ayrılmaktadır. Örneğin Sinan Yağmur'un *Hz. Mevlana* adlı eserinde 256. ile 257. sayfalar arasına renkli katlanmış kuşe kâğıt eklenmiştir. Burada bir harita, Şems-i Tebrizî'nin doğduğu köy, Mevlânâ'nın dünyaya geldiği söylenen evin fotoğrafı dikkat çekmektedir. Yapıttaki bu detayların kurgu ve gerçekliğin iç içe geçmesine neden olduğu söylenebilir. Bu ayrıntıların makale kapsamındaki romanlarda kurgu gerçeklik dengesinde karşımıza çıktığı kabul edilebilir. Romanlardaki eklentiler, bu dengenin gerçeklik ayağını tahkim eder ve okur üzerinde hipnotize bir iz bırakır. Zaten burada tarihi yaşamak ve yaşatmak esas alınır. Foucault'nun iktidarın bilgiyle araçsal ilişkisine[48] yaptığı vurgudan mülhem romancıların bilgi vesilesiyle iktidarla araçsal bir temas kurduğu ifade edilebilir.

Makalede konu edilen romanlar, bölümler halinde yazılmıştır. Şafak'ın kitabı beş bölüme ayrılmıştır. Roman kahramanı kadının hayatını temsilen toprak, su, rüzgar, ateş ve boşluk şeklinde sıralanan bu beş bölümle günün beş vakti arasında fenemenolojik bir anlam ilişkisi kurulabilir. *Bab-ı Esrar* ve *Aşkın Gözyaşları* romanlarında da her hikâyenin başında tırnak içi ifadeler kullanılmaktadır. Bölüm başlıklarındaki bu ifadelerde Ahmet Ümit'in "hırsızlık yapanların elleri bilekten kesilir…" gibi dışa dönük katı dini söylem göndermelerine karşın Sinan Yağmur, Mevlâna ve Şems-i Tebrizi'den yaptığı alıntılarla öze dönük dinsel söylem eleştirileriyle öne çıkmıştır. Elif Şafak'ın *Aşk* romanında ana bölümler, diğer kitaplarda ise bölüm başlıkları kitabın sağ tarafındaki sayfadan başlatılmıştır. Hatta bunun için sol kısımdaki sayfa tümüyle boş bırakılmıştır. Romanlar parça parça yazıldığından başlık üstü ve altı boşluklar okurun kitabı okumasını kolaylaştırmıştır. Sayfa kullanımındaki bu boşluklar okurun metnin içinde boğulmasını önlemiştir.

---

47 Tayfun Atay, *Görünüyorum O Halde Varım,* 2. Baskı (İstanbul: Can Yay., 2018), 84-87.

48 Foucault, *Özne ve İktidar*, 74-76.

Sayfaları hızlıca çeviren okur bu durumdan haz aldığından kitaba daha bir bağlılık duygusu ile yaklaşmıştır.

Eserlerin içerik ve tasarım tercihleri arasında sıklıkla karşımıza çıkan imaj meselesi, hem yazarın hem yayınevinin ortak kaygısıdır. Bu endişe, Mevlânâ'yı işleyen eserlerde Adorno'nun *Kültür Endüstrisi'*nde üretim olgusunu izah etmek için amaçlar uğruna şeylerin içsel özelliklerinin dışsal bir görünüm kazandığı saptamasını[49] haklı çıkaracak cinstendir. Zira Mevlânâ üzerine yazılmış romanların popüler kültürel bir ürüne dönüştürülmesi eserin özünün kısırlaş-masına neden olduğu[50] söylenebilir. Erol Güngör'ün *İslam Tasavvufunun Meseleleri* adlı eseri dikkatlice okununca tasavvufun halk dindarlığının üstünde daha seçkin bir inanç biçimi olduğu fark edilecektir.[51] Roman tanıtımlarında ise Mevlânâ vesilesiyle tasavvufun seçkin karakterinden sıyrıldığı ve geniş bir kitleye yayıldığı manzarası sunulmaktadır. Dahası bu eserlerde sıkça karşılaşılan tasarım sembolleri nedeniyle tasavvufun fıtratının dışında bir alana çıkarıldığı söylenebilir.

Nihayetinde Mevlânâ'nın kaleme alındığı romanlardaki görsel sembolleri, yazının atası sayılan ideografik ifade biçiminin modern zamanlardaki karşılığı olarak kabul etmek mümkündür. Mcmurtrie'nin baskı ve kitabın hikâyesini anlattığı eserinde belirttiği gibi insan eylemleri karmaşıklaştıkça ideografik sembolleri üretmenin marifetli elleri bile zorladığı kabul edilir.[52] Duyguları anlatmak için kullanılan ilkel yazı sembollerini akla getiren bu kavramın bugün popüler kültür ikliminde tekrar tedavüle sokulduğu görülmektedir. Sözgelimi bu makale sınırlarındaki eserlerde kelebek, kalp, yüzük, kolye, semazen, elif, çift vav gibi görsel unsurlar, ideografik anlamları popüler roman okuyucusuna ulaştırmada kolaylık sağlamaktadır. Yazarlar, bu yolla tasavvufu mistisizm kalıbında eriterek akışkan bir forma sokmaktadır. Böylece merkezi anlamından koparılan Mevlânâ, kendi gerçekliğinden bağımsız bir anlatıyla tüketim nesnesine dönüştürülmektedir.

SONUÇ

Kitap tasarımı el yazısı, matbaanın icadı ve nihayetinde dijital basım teknikleri gibi bir seyir izlemiştir. Ancak tasarımın tarihsel süreçteki bu üç ana aşamasında konusu ne olursa olsun kitap tasarımı ve içeriği arasında sıkı bir ilişki var olagelmiştir. Dijital imkânların artması tasarım ve muhteva etkileşiminden meydana gelen formları çeşitlendirmiştir. Ayrıca maliyetlerin düşmesi, kâğıt üretimindeki artış, kitabın hammaddesine kolay erişebilmek gibi faktörler sebebiyle eserlerin tasarımındaki ekonomik önceliğin yerini estetik kaygılar almıştır.

---

49 Adorno, *Kültür Endüstrisi,* 14.
50 Adorno, *Kültür Endüstrisi*, 74.
51 Erol Güngör, *İslam Tasavvufunun Meseleleri*, 5. Baskı (İstanbul: Ötüken Yay., 1996).
52 Douglas C. McMurtrie, *The Book The Story of Printing and Bookmaking* (New York: Oxford University Yay., 1948), 4.

Kitap sayısındaki yükseliş, okurun kitap seçimini zorlaştırmıştır. Bir romanın edebi değeri beklenilen okur kitlesine ulaşması için yeterli gelmeyeceği anlaşılmıştır. Hatta edebi yoğunluğun kitabın daha da yalnızlaşmasına yol açtığı düşünülmüştür. Bu düşünce, haliyle yazarları daha göze batan, "görünen" söylemlere yönlendirmiş aşk, din, mistisizm etiketli ürünler peşi sıra gelmiştir.

Görünürlük arayışları, salt içerik ve vurgu bazında değil tasarım alanında da gerçekleşmiştir. Bilhassa dijital olanakların çoğalması kitapların iç ve dış tasarımında yeni denemeleri beraberinde getirmiştir. Tasarımcılar, bir kitabı tasarlarken yazarın bakış açısını, fikrini, dönemin ruhunu, eserin içeriğini ve türünü, hedef grubun ortalama estetik algısını hesaba katmışlardır. Kitaplar yazılmaktan ziyade tasarlanır olmuştur.

Türkiye'de tarihsel mistik kişiliklerin anlatıldığı romanlarda içerik tasarım ilişkisine değin sıkı bir alaka saptanmıştır. Bu kitapların isimleri, kapağa rengini veren temel etkenlerin başında geldiği görülmüştür. Elif Şafak'ın *Aşk* romanı kültürel renk dünyasında aşkı sembolize eden pembe ile Ahmet Ümit'in *Bab-ı Esrar* adlı eseri gizemi ifade etmek için turuncu siyah renklerin harmanlanmasıyla oluşmuş bir kompozisyon ile piyasaya çıkmıştır. Sinan Yağmur'un *Aşkın Gözyaşları* serisinde de *Tebrizli Şems* kırmızı, *Hz. Mevlana* yeşil, *Kimya Hatun* mor fon kullanılmak suretiyle hikâye okurun zihninde renklendirilmiştir. Yine *Aşkın Gözyaşları* serisinin yayınevi ve kapak tasarımında değişiklikler olmasına rağmen eserlerde ana renkler yerini korumuştur.

Romanlarda Mevlânâ'nın kullandığı dilin metaforik niteliği kitaplarda tırnak içi ifadeler, italik alıntılar, hat yazıları, metin içine gömülmüş semboller; semazen, derviş, kelebek, kurumuş yaprak, kalp, ney, ayna, yüzük, kapı gibi görsel tasarım ögelerinde kendini belli etmiştir. Dahası bu görseller, yazarların giyim kuşamı ve fotoğraflardaki duruşuna kadar yansımıştır. Yazarların katıldığı programlardaki kıyafet tarzları, duruşları modern-postmodern pazarlama arasındaki farkı akla getirmektedir. Postmodern pazarlamada üründen ziyade imaj öne çıkarıldığı için araştırma kapsamındaki eserlerde de imaja yönelik bir tasarım yapılmıştır.

Tasavvufun sembolik dili hikâyenin akışını sağlamıştır. Hassaten bu romanlarda aktarılan özlü sözler ve kısa öyküler, fotoğraf ve resimler üzerine yazılı şekilde sosyal medyada çokça paylaşılmıştır. Özellikle dinsel temalı bu sunumların romanlarda izlerine rastlandığı iddia edilebilir. Dinsellik ve aşk teması, dünyevî ve uhrevî ayrımına gidilmeden bir karışım şeklinde verilmiştir. Eserlerin muhtevasını oluşturan tasavvuf; aşk, aile, hastalık gibi toplumsal anomi alanlarında bir sağaltım kapısı olarak kullanılmıştır.

Romanların tasarımında yer verilen unsurların metin içinde yorumlaması yapılmıştır. Örneğin *Aşk* romanının kapağındaki kalp görseli romanda Ella'ya kocası tarafından hediye edilen elmas kolyeyle anlam kazandırılmıştır. Yine aynı eserde dilek ağacı olarak görülen "kırık kalpler ağacı" ile kapak görseli ve Elif Şafak'ın

iç kapaktaki fotoğrafı arasında karşılıklılık ilişkisi olduğu görülmüştür. Hakeza *Aşkın Gözyaşları Kimya Hatun*'da kahramanlar, çocukluk evresinin masumiyeti etrafında kelebek imgesi üzerinden dünyevi istekler minimalize edilmiş halde takdim edilmiştir.

Roman(cı)ların bir araya geldikleri hususlardan biri de kitapların sonunda yazara ait diğer kitapların reklamının yapıldığı görülmüştür. Böylece her üç yazar da eserlerinin tanıtımıyla romanlarının edebi alt yapısının sağlamlığını göstermiş ve daha önce kaleme aldığı kitaplar için de bir ipucu vermiştir. Başka bir ifadeyle yazarların edebi geçmişi okurlara rakamlarla anlatılmıştır. Eserlerde sayısal dilin öne çıktığı bir başka tasarım ögesi de baskı sayısı olmuştur. *Bab-ı Esrar*'ın 63. baskıda yüz yirmi beş bin (Everest Yayınlarının baskısında üç yüz altmış bir bin), *Aşk*'ın 380. baskıda yedi yüz altmış bin adet *Hz. Mevlana* kitabının 3. baskıda yüz bin toplamda üç yüz bin adet basıldığı belirtilmiştir. Kapaktaki bu rakamlarla kitabın çok satıldığı intibaı bıraktığı tespit edilmiştir. Kitap kapaklarındaki bu rakamsal ifadeler popüler kültürel iktidar tarafından üretilen çoğulculuk ve kapsayıcılık söyleminin tezahürü olarak okunabilir.

Romancıların öne çıkardığı hususlardan birisi romanların tarihsel gerçeklikle örtüştüğüdür. Bu gerçeklik kapakta ya da okur görüşleri bölümünde karşımıza çıkmaktadır. Üç romanda da Mevlânâ'nın yaşam öyküsünün tarihsel gerçekliklere uygun olduğu yazılmıştır. Buna karşın ele alınan tarihsel döneme ilişkin yazarlar arasında ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklara Foucault'nun tarihsel süreksizlik kavramı perspektifinden bakıldığında tarihsel bilginin iktidar tarafından şekillendirildiği görülmektedir.

Yayın evleri ve yazarların romanları dizayn ederken konudan bağımsız hareket etmedikleri tasavvufun anlam setinden olabildiğince yararlandığı görülmüştür. Tasarımcılar, tasavvufun simgeler dünyasıyla daha çok araçsal aklın rehberliğinde bir ilişkiye girmişlerdir. Başka bir ifadeyle dinin görünürlüğünün arttığı kabul edilirse dinsel anlamlar taşıyan semboller, ticari değeriyle kitap kapaklarını süslemiştir. Bu bağlamda elif, vav harfleri, hat yazısıyla çizilen sema, Mevlevi külahı kitaplarda sıkça tercih edilen görsel unsurlar olarak öne çıkmıştır. Bu semboller vasıtasıyla Mevlânâ'nın bugünün dünyasında kendi tasavvufi gerçekliğinden koparılarak kitsch bir seviyeye indirildiği iddia edilebilir.

KAYNAKÇA

Adorno, Theodor W. *Kültür Endüstrisi.* Çev. Nihat Ülner - Mustafa Tüzel - Elçin Gen. 6. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.

Ambrosse, Gavin - Harris, Paul. *The Layout Book*. Lausanne: Ava Yayınları, 2007.

Atay, Tayfun. *Görünüyorum O Halde Varım.* 2. Baskı. İstanbul: Can Yayınları, 2018.

Bayazıt, Nigan. "Tasarım". *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*. 3: 1746. İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, 1997.

Berger, Peter L. *Melekler Hakkında Söylenti, Modern Toplumda Tabiatüstünün Yeniden Keşfi.* Çev. Ali Coşkun - Nebile Özmen. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2012.

Berger, Peter L. *Kutsal Şemsiye.* Çev. Ali Coşkun. 5. Baskı. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2015.

Büker, Seçil - Özsoy, Aydan. *Gönülden Gönüle Mevlana İmgesi Üzerine Bir Alımlama Çalışması.* Ankara: Ütopya Yayınları, 2009.

Browne, Ray. B. *Popular Culture Studies Across the Curriculum*. Jefferson: McFarland Yayınları, 2005.

Çelik, Hilal - Ekşi, Halil. "Söylem Analizi". *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 27 (2008): 99-117.

Düz, Nazan. *Kitap Kapağında Grafik Tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kuramsal Bir Yaklaşım.* Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, 2001.

Eagleton, Terry. *Postmodernizmin Yanılsamaları*. Çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.

Erbaş, Zülfü. *Ülkemizde Çok Satan Kitapların Kapak Tasarımlarında Kullanılan Renklerin Grafik Tasarım Açısından Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, 2013.

Fiske, John. *Understanding Popular Culture*. New York: Routledge Yayınları, 2010.

Foucault, Michel. *Power/Knowledge Selected Interviews And Other Writings 1972-1977.* Trans. Colin Gordon - Leo Marshall - John Mepham - Kate Soper. New York: Pantheon Books, 1980.

Foucault, Michel. *Bilginin Arkeolojisi*. Çev. Veli Urhan. İstanbul: Birey Yayınları, 1999.

Foucault, Michel. *Özne ve İktidar*. Çev. Işık Ergüden – Osman Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000.

Haber7. Erişim: 20 Aralık 2018. http://www.haber7.com/kitap/haber/810604-okuyucuyu-gozyasina-bogan-unlu-yazar.

Güngör, Erol. *İslam Tasavvufunun Meseleleri*. 5. Baskı. İstanbul: Ötüken Yayınları, 1996.

Hauffe, Thomas. *Design.* London: Laurance King Yayınları, 1998.

Jorgensen, Marianne – Philips, Louise J. *Discourse Analysis as Theory and Method.* London: Sage Yayınları, 2002.

Kaplan, Yusuf. "İnsanlığın Selam Yurdu Olarak İslam Medeniyeti". *Birlikte Yaşamak*. Haz. Ahmet Kavlak – Muhammet Enes Kala, 167-177. Ankara: Hece Yayınları, 2015.

Karabük Üniversitesi 3 Nisan TV. Erişim: 20 Aralık 2018. https://www.youtube.com/watch?v =Cys_DQA2oes.

Karagöz, Yalçın - Yemez, İbrahim - Bardakçı, Sait. "Okuyucuların Kitap Satınalma Tercihlerini Etkileyen Biçimsel Özelliklerin Doğrulayıcı Faktör Analizi İle Belirlenmesi". *Uluslararası Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi (Bosna Hersek- Saraybosna, 19-22 Mayıs 2017).* Haz. Furkan Beşel - Fatih Yardımcıoğlu - Hakkı Bağcı. Sakarya: Beşköprü Yayınları, 2017.

Leupen, Bernard - Grafe, Christoph - Körnig, Nicola - Lampe, Mark - Zeeuw, Peter de. *Design and Analysis*. Rotterdam: Oto Yayınları, 1997.

Mardin, Şerif. *Türk Modernleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1991.

Masterson, Pete. *Book Design and Production A Guide forr Authors and Publishers*. California: Aeonix Yayınları, 2007.

McMurtrie, Douglas C. *The Book The Story of Printing and Bookmaking.* 2. Baskı. New York: Oxford University Yayınları, 1948.

Muthesius, Herman. *Style-Archıtecture And Buildıng-Art: Transformatıons Of Archıtecture In The Nıneteenth CenturyAnd Its Present Condıtıon*. Santa Monica: The Getty Center for the History of Art and the Humanities, 1994.

Özdemir, Tülay. "Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler". *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 14/2 (2015): 391-402.

Postman, Neil. *Technopoly The Surrender of Culture to Technology.* New York: Vintage Books, 1992.

Ritzer, George. *Enchanting A Disenchanted World Continuity And Change In The Cathedrals Of Consumption.* California: Sage Yayınları, 2005.

Sabah Gazetesi. Erişim: 3 Ocak 2019. https://www.sabah.com.tr/magazin/2018/07/09/ahmet-umit-hepimiz-ayni-yerdeyiz-turkiye-yoksa-biz-de-yokuz?paging=3.

Say, Ömer. "Yapısalcılıktan Post-Yapısalcılığa Çoğulculuğun İnşası". *Akademik İncelemeler Dergisi* 8/2 (2013): 331-346.

Stoıcheff, Peter - Taylor, Andrew. *The Future Of The Page*. Toronto**:** University of Toronto Press, 2004.

Şafak, Elif. *Aşk.* 380. Baskı. Çev. Yiğit K. Us. İstanbul: Doğan Kitap, 2009.

Taner, Mehmet Kerem. *Gazete ve Dergi Reklamlarında Tipografi Kullanımı ve Tasarım Farklılıkları.* Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi, 2018.

Thorning, Joseph F. *An Encyclopedia of Religion*. Ed. Villus Ferm. New York: Philosophical Library, 1945.

Traube, Elizabeth G. "The Popular in American Culture". *Annual Review of Anthropology* 25 (1996): 127-151.

Türk Dil Kurumu. "Büyük Türkçe Sözlük". Erişim: 28 Aralık 2018. http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c40541cecebf6.25880647.

Ümit, Ahmet. *Bab-ı Esrar*. 63. Baskı. İstanbul: Doğan Kitap, 2008.

Vambe, Maurice - Khan, Katy. "Myths of Popular Culture". *The Open Area Studies Journal* 2 (2009): 65-71.

Yağmur, Sinan. *Aşkın Gözyaşları Hz. Mevlana.* 3. Baskı. Konya: Karatay Akademi Yayınları, 2011.

Yağmur, Sinan. *Aşkın Gözyaşları Kimya Hatun*. Konya: Karatay Akademi Yayınları, 2011.

Yağmur, Sinan. *Aşkın Gözyaşları Tebrizli Şems*. 392. Baskı. Konya: Karatay Akademi Yayınları, 2012.

Yılmaz, Hasan Kamil. *300 Soruda Tasavvufî Hayat*. İstanbul: Erkam Yayınları, 2010.