

## GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA ULUSLARARASI TASARIMCILARIN METAFOR OLUŞTURMA VE UYGULAMA SÜREÇLERİ<sup>1</sup>

### INTERNATIONAL DESIGNERS' PROCESSES OF CREATING AND IMPLEMENTING METAPHORS IN VISUAL COMMUNICATION DESIGN

Resul AY

Düriye Kozlu İSMAİLOĞLU

#### ÖZET

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

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

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

#### ABSTRACT

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

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

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

<sup>1</sup> Bu çalışma araştırmacının “Görsel İletişim Tasarımında Metafor oluşturma ve Uygulama Süreçleri” sanatta yeterlik tezinden üretilmiştir.

## 1.GİRİŞ

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

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

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

## 2.GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI

Görsel iletişim tasarımı, görsel materyallerin bir kavramı görselleştirerek tasarlanması olarak tanımlanabilir. Görsel iletişim tasarımı, diğer iletişim modellerine göre daha akılda kalıcı bir özelliğe sahip olduğu bilinmektedir. Örneğin Dewan (2015: 2), görsel objeler ile oluşturulması amaçlanan mesajların sadece kavramı ifade etmek için değil aynı zamanda mesajın akılda kalmasını da sağlamaya yönelik olabileceğini ifade etmektedir. Bununla beraber sözlü olarak bir mesajı iletmek istediğimizde anlık olarak amacını gerçekleştirilebileceğini ancak daha sonra unutulabileceğini de belirtmektedir. Fakat görsel iletişim tasarımında ise üretilen mesajların unutulabilme ihtimalleri olsa dahi bu sürecin sözel iletişime göre daha geniş bir zaman dilimine sahip olduğunu açıklamaktadır. Örneğin Kulabaş (2016), zihinsel dilin tamamen görsel olduğunu ve bu durumu da kelimelere dökülemeyen rüyalardan, birkaç kelimeyle ifade edilebilen duyguların tek bir emoji ile aktarılabilmesinden bahsetmektedir. Diğer taraftan Wright (2020), insanın görseller ile öğrenebilen bir algı biçimine sahip olduğunu, insan beyninin görselleri metinlere kıyasla 60.000 kata kadar daha hızlı işleyebildiğini belirtmektedir. Dolayısıyla insan zihninin kelimelerle değil imgelerle düşünüyor olduğu çıkarımı yapılabilir.

## 3.METAFOR KAVRAMI

Metaforlar iki veya daha fazla nesneyi veya kavramı bir dil aracı olarak birbirine bağlayan, aralarında uyum kurulmasını sağlayan bir anlatım yapısı olarak tanımlanabilir. Günlük konuşma dilinde birbirinden farklı fikirleri veya kavramları birbirine bağlayabilme

yetisine sahip olan metaforlar (Arslan ve Bayrakçı, 2006: 101), iki farklı içeriğin tek bir çatı altında sunulmasını sağlamaktadırlar. Böylece farklı anlamlara gelen kavramlar arasında bağlantı kurarak ifade edilmesi amaçlanan mesajın nesnelere yolu ile anlaşılabilmesini kolaylaştıran, ikna edici ve akılda kalıcı bir iletişim dili olarak tanımlanabilir.

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

Metaforlar sembol (gösterge) ve görüntülerin içine yaratıcı bir yöntemle gizlice (zekice) yüklenen mesajlardır (Zaltman ve Coulter, 1995: 38). Görselleştirilen bu mesajlar çevremizi kuşatan olağanüstü bir güce sahip görsel iletişim ve etkileşim modelini oluşturmaktadır. Bu model ile oluşturulan metaforik ifadeler, izleyiciler için ikna edici bir mesaj olarak varlık gösterirler ve izleyiciyi mesajın içine çekerek mesaj üzerinde düşünmelerine, yorumlamalarına, hatta benimsemelerine imkân sağlarlar. Dolayısı ile metaforlar hedef kitleye yönelik oluşturulan bir tür ikna edici yanılsama olarak tanımlanabilirler (Chaves, 2013: 103).

#### 4.AMAÇ

Bu araştırmanın amacı, uluslararası on (5) farklı tasarımcının görsel metaforları oluşturma süreçlerini ve yaklaşımlarını incelemek, bu süreçleri ve yaklaşımları aşamalarıyla ortaya koymaktır.

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

#### 5.YÖNTEM

Tasarımcıların görsel metafor oluşturma süreçleri ile yaklaşımlarını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma türlerinden olgu bilim deseni kullanılmıştır.

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

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

Araştırmaya farklı ülkelerden beş tasarımcı katılmıştır. Bu tasarımcılar dünya çapında yapılan en prestijli görsel iletişim tasarımı yarışmalarında ödül alan ve jüri yeliği yapan kişilerdir. Araştırmaya katılabilecek tasarımcıların belirlenmesi için öncelikle on beş kişilik bir liste oluşturulmuştur. Bu liste üzerinden tasarımcılara araştırmaya katılma daveti gönderilmiştir. Davetin ulaştığı ancak çeşitli gerekçelerle araştırmaya katılamayacağını bildiren tasarımcılar olmuştur. Nihayetinde bu araştırma davetine gönüllü olarak katılmayı kabul eden beş tasarımcı görüşlerine başvurulmak üzere araştırmaya dahil edilmiştir. Bu tasarımcılara ilişkin betimleyici bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Adı ve Soyadı	lkesi	Unvanı	Uzmanlık Alanı	Görüşme Tarihi
Brian Stauffer	Amerika	İllüstratör	Basın-Yayın İllüstrasyonu	10.10.2019
Dario Paniagua	Arjantin	GIF Tasarımcısı, Sanat Yönetmeni	İllüstrasyon	30.11.2018
Istwan Orosz	Macaristan	Afiş Sanatçısı ve Animasyon Film Yapımcısı	İllüstrasyon	13.11.2018
Ohannes şaşkal	Türkiye	Karikatürist	Karikatür	24.01.2019
Pawel Kuczynski	Polonya	İllüstratör	İllüstrasyon	27.02.2019

*Tablo 1. Araştırmaya Katılan Tasarımcılar*

## 6. VERİ TOPLAMA SÜRECİ

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

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

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

### **6.1.Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu**

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

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

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

Tasarımcılardan gelen dönütler İngilizce ve Türkçe olmak üzere iki farklı dilde araştırmacıya ulaşmıştır. Yabancı tasarımcılardan gelen cevaplar önce Türkçeye çevrilmiş daha sonra yapılan çevirinin doğruluğunu ortaya koymak adına iki farklı dil uzmanından görüş alınmıştır. Uzmanların görüşlerine göre çeviride bazı düzenlemeler yapılmış ve araştırmanın analiz sürecine hazır hale getirilmiştir.

### **6.2.Verilerin Çözümlemesi**

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

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

## **7.BULGULAR**

### **7.1.Görsel Metafor Tanımlamalarına İlişkin Bulgular**

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

<b>Görsel Metafor Tanımlamalarına İlişkin Bulgular</b>				
<b>SORU 1: Görsel metafor sizce nedir? Lütfen bir-iki cümle içinde tanımlayınız.</b>				
<b>Tasarımcı</b>	<b>İfade</b>	<b>Kod</b>	<b>Kategori</b>	<b>TEMA</b>
Brian Stauffer	Görsel metafor, konulara ilişkin olarak daha derin anlamlar veren bir anlamlandırma penceresidir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derin anlam</li> <li>• Anlamlandırma penceresi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlamlandırma</li> <li>• İlişkilendirme</li> <li>• Sembolik çözümleme sanatı</li> <li>• Somutlaştırma</li> <li>• İmgesel Yol</li> <li>• Dil</li> </ul>	<b>Yeniden anlamlandırma sanatı</b>
Dario Paniagua	Görsel bir metafor, izleyicinin başka bir şeyi, başka bir şeyin sembolü olarak algılaması gereken bir görüntüdür. Temelde görüntünün basit duygusuna ek olarak yeni bir anlam yaratarak insanların zihinsel modelini deşifre etme sanatıdır.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sembolik görüntü</li> <li>• Deşifre sanatı</li> </ul>		
Istwan Orosz	Hayal edebileceğim şeyler var ve çizebiliyorum. Hayal edebileceğim şeyler var ama çizemiyorum. Peki, hayal bile edemediğim bir şeyi çizebilir miyim? Bu beni çok ilgilendiriyor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hayal gücü</li> <li>• Somutlaştırma</li> </ul>		
Ohannes Şaşkal	Anlatılmak istenen şeyi, en yalın haliyle, en kestirme yoldan, etkili ve çarpıcı bir biçimde ifade etmenin imgesel yoludur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yalınlık</li> <li>• Kestirme yol</li> <li>• İmgesel yol</li> </ul>		
Pawel Kuczynski	Dil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dil</li> </ul>		

**Tablo 2.** Görsel Metafor Tanımlamalarına İlişkin Bulgular

Tablo 2’ de araştırmaya katılan 5 farklı tasarımcının “Görsel metafor sizce nedir? Lütfen bir-iki cümle içinde tanımlayınız” sorusuna verdikleri cevaplar ve bu cevaplara ilişkin oluşturulan kod, kategori ve tema yer almaktadır.

Tasarımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde görsel metaforun “Anlamlandırma, İlişkilendirme, sembolik çözümleme sanatı, somutlaştırma, imgesel yol, dil” kategorileri altında toplandığı görülmektedir.

Metafor kavramı bir şeyi öteye taşımak, bir şeyi başka bir şey üzerinden anlatmak olarak bilinmektedir. Bu kapsamda Tablo 2’de kategori başlığı ele alındığında görsel metaforlar için tasarımcılar tarafından yapılan yorumlamalar ile literatür taramalarından elde edilen veriler arasında birçok paralel yaklaşımların olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin, Miller ve Hoffman (2009: 335), görsel metaforların birbirine benzer ya da zıt görseller

üzerinden oluşturulan, “soyut olan kavramları somutlaştırabilen” etkili bir “dil” olduğunu belirtmektedir.

Diğer taraftan Krippendorf (1990: 14), görsel metaforlar ile ayırt edici ve fark yaratıcı yaklaşımların ortaya konulabileceğini ifade etmektedir. Bu durum tasarımcıların dönütlerinde anlamlandırma, ilişkilendirme ve sanat gibi kavramlar ile detaylandırılmıştır.

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

Tablo 2’de tasarımcı Brian Stauffer’a göre görsel metafor derin anlam ve anlamlandırma penceresi olarak tanımlanmaktadır. Görsel metaforların kavramlara yeni ve farklı “anlam kazandırma” yetisi ile ilgili olarak Shuell (1990: 102), sıradan bir görselin bin kelimedenden daha fazla ifade gücüne sahipken, görsel metaforun ise bin görselden daha fazla ifade gücüne sahip olduğunu belirtmektedir. Çünkü görsel iletişimde mesajlar kavramlara görsel olarak “anlam kazandırma” çabası içinde oluşturulmaktadır (Dutrow (2007: 119).

Ohannes Şaşkal’a göre görsel metafor “anlatılmak isteneni en yalın haliyle en kestirme yoldan etkili ve çarpıcı bir biçimde ifade etmenin **imgesel bir yoludur**. Dolayısıyla görsel metaforların algı, imge ve yaratıcılık düzleminde göstergeler üzerinden geliştirildiği (Flowers ve Garbin, 1989: 152), insanın yaratıcılığını kullanarak imgeler arasında ilişki kurduğu (Hançerlioğlu, 2008: 184) dikkate alındığında, imgeler arasında yapılan yolculuk (etkileşim, bağlantı ve benzerlik kurma) ile mesajların görselleştirildiği söylenebilir. Bu durumda Ohannes Şaşkal’ın imgesel bir yol olarak tanımladığı görsel metaforlar imgeler üzerinden yapılan yaratıcı bir süreç olarak ifade edilebilirler.

Istvan Orosz için görsel metafor bir anlam somutlaştırma sürecidir. Tasarımcı hayal edebildiği ve edemediği şeylerin görsel metaforlar ile somutlaştırılabileceğini ifade etmiştir. Bu bağlamda tasarımcı görsel metaforun ifade gücünü “*Peki, hayal bile edemediğim bir şeyi çizebilir miyim? Bu beni çok ilgilendiriyor.*” diyerek vurgulamıştır. Dario Paniagua ise görsel metaforu “**sembolik görüntü oluşturma**” olarak tanımlanmaktadır. Tasarımcı görsel metaforu tanımlarken “*Temelde görüntünün basit duygusuna ek olarak yeni bir anlam yaratma*” olduğundan bahseder. Dolayısıyla tasarımcı için görsel metaforlar yeni anlamlar oluşturmayı sağlayan bir tür **deşifre etme sanatı** olarak açıklanabilir.

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

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

iletişim türü olmanın ötesinde, **sanatın ve yaratıcılığın** bir araya getirilmesiyle oluşturulan **özgün mesaj yaratma** modeli olarak da tanımlanabilir.

## 7.2.Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Sürecine İlişkin Bulgular

Basın-Yayın İllüstratörü Brian Stauffer, Gif Tasarımcısı ve Yaratıcı Yönetmen Dario Paniagua, Afiş Sanatçısı ve Animasyon Film Yapımcısı Istvan Orosz, Karikatürist Ohannes Şaşkal ve İllüstratör Pawel Kuczynski'nin "Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız" sorusuna verdikleri cevaplar tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece tasarımcıların görsel metafor oluşturma yöntemleri ve süreçleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra tasarımcıların "Bir eserinizi üzerinden görsel metafor uygulama sürecini adım adım anlatınız." sorusuna verdikleri cevaplar incelenerek tablolardan elde edilen veriler ile bir araya getirilmiş ve yorumlanmıştır.

### 7.2.1.Brian Stauffer

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

**Tablo 3.** Brian Stauffer'in Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

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

Brian Stauffer, bir eseri (Görsel 1) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:



“Eserdeki illüstrasyon, savaş gazilerinin kabuslarında fiziksel acı çekmeleriyle ilgiliydi. Makaleyi detaylı bir şekilde inceledikten sonra elde ettiğim ana fikir: “savaş gazileri ve fiziksel acıları” idi. İnsanların genellikle rahatlamak için çekildikleri yer olan yatağı, işkenceye dönüştüren bir huzursuzluk olarak yansıtmaya çalıştım. Kompozisyonda savaşı en sade biçimde temsil edebilecek gösterge olarak kurşunu ele aldım ve kurşunlardan oluşan bir yatak illüstrasyonu hazırladım. Rahatlamak, dinlenmek ve hatta huzur bulmak için varılan yatağın dahi bir işkenceye, acı çektiren bir yapıya dönüşmesini kurgulayarak görsel



metaforu oluşturmuş oldum.”

### **Görsel 1. Savaş Gazileri, Brian Stauffer**

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

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

### **7.2.2.Dario Paniagua**

<b>Dario Paniagua’nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci</b>			
<b>SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.</b>			
<b>Tasarımcı</b>	<b>İfade</b>	<b>Kod</b>	<b>2 Aşama</b>
Dario Paniagua	İşlenecek konuya yönelik ana fikir araştırması, sonrasında görsel araştırması ve daha sonra yaklaşım modeli belirleme...	<ul style="list-style-type: none"><li>Ana fikir araştırması</li><li>Yaklaşım modeli</li><li>Formüle etme</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Araştırma</li><li>Yaklaşım modeli belirleme</li></ul>

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

**Tablo 4.** Dario Paniagua'nın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

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

Dario Paniagua, bir eseri (Görsel 2) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

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

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

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



**Görsel 2.** *Takip, Dario Paniagua.*

Dario Paniagua'nın görsel metafor oluşturma yaklaşımı eseri üzerinden yaptığı yorumlamada da görüldüğü üzere hikâyede geçen ilişkinin (kadın ve erkek) bir parçası olan gözetim, takip, izleme gibi kavramları ana fikir olarak belirleyip görsel metafor tasarlanmıştır.

Eserde gözetim, takip ve izleme kavramları için mobese kamerasını kadının başının yerine kullanarak, erkeğin kadın tarafından daima izlendiğini vurgulamaktadır.

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

### 7.2.3. Istvan Orosz

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

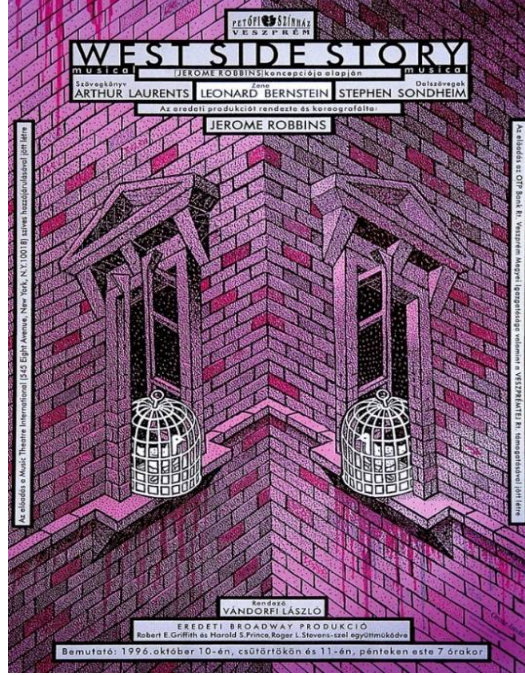
**Tablo 5.** Istvan Orosz'un Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

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

Istvan Orosz, bir eseri (Görsel 3) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

*"Bir diğer yaklaşım ise "iç-dış etkisidir". Bu etkiyi oluşturabilmek oldukça zahmetli olmasına rağmen eğlencelidir de. Örnekteki eser dikkatli incelendiğinde kullanılan perspektif çizgilerinin açılarında değişikliklerin oluşturulduğu, bunun yanı sıra yine aynı perspektif çizgileriyle pencerelerin*

açılarında da değişiklikler uygulanmıştır. Tüm bu değişiklikler ve farklılıkların “iç-dış etkisiyle” tasarlandığı görülmektedir. Burada ilk olarak duvarlar, daha sonra pencereler ve son olarak da pencerelerdeki açıların değiştirildiği fark edilmektedir. Tüm bu illüzyonun desteklenmesi adına kuş kafeslerinin yerleşimine dikkat edilmesi gerekiyor. İşte metafor oluştururken bahsettiğim iki farklı yaklaşım bu örnekte kullanılmıştır.”



**Görsel 3.** Şaşırtma, Istvan Orosz.

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

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

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

Görsel metaforların asıl amacında kavramların birer görsel mesajlara dönüştürüldüğü dikkate alındığında Istvan Orosz'un görsel metafor çalışmalarında kavramlar görsel mesaj yerine görsel illüzyonlara dönüştürülmektedirler. Kavramların “mesajı taşıma” amacının

aksine “yeniden yorumlanma” mantığında oluşturuldukları görülmektedir. Örnekteki eserde dikkatli bir inceleme yapıldığında, farklı bir üslup ile kavramların görselleştirilerek metaforlara dönüştürüldüğü görülse de buna rağmen tipolojiye göre değerlendirilebileceği anlaşılmaktadır. Örneğin eser de iki farklı yüzey farklı açılardan yansıtılmıştır. Eserde “Batı Bölgesi Hikayesi” başlığı ve eserin iki yüzeyinde de bulunan kafese kapatılmış beyaz güvercinler dikkate alındığında, Batı’nın tüm bölgesinde barışın hapsedildiği anlaşılmaktadır.

#### 7.2.4. Ohannes Şaşkal

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

Tablo 6. Ohannes Şaşkal’ın Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

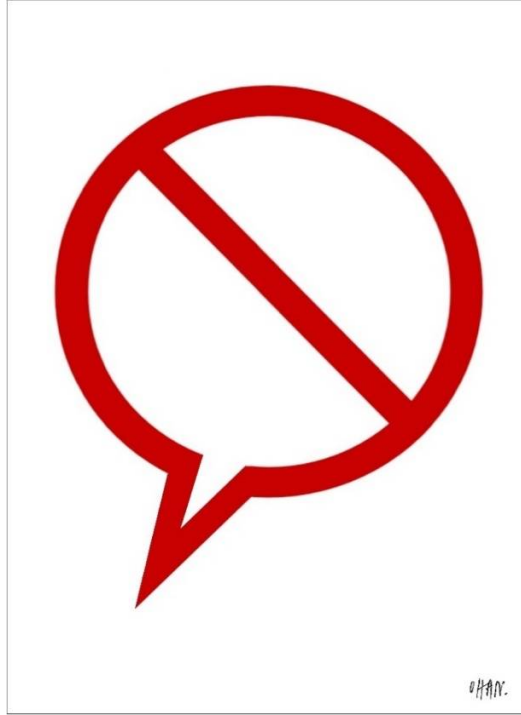
Ohannes Şaşkal’ın görsel metafor oluşturma yaklaşımı ve sürecine ilişkin ifadeleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde, Tasarımcının görsel mesaja dönüştürmeyi amaçladığı kavramın derinliklerine doğru **zihinsel bir yolculuğu** gerçekleştirdiği ve bu sayede **estetik kaygı** ile konuları çok daha **yalın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

Ohannes Şaşkal, bir eseri (Görsel 4) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

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

ânında ortaya çıkması, gerisinde daha önce üzerinde bir hayli düşünülmüş olmasının bir neticesi...”

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



**Görsel 4.** İfade Özgürlüğü, Ohannes Şaşkal

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

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

#### 7.2.5.Pawel Kuczynski

Pawel Kuczynski'nin Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci			
SORU 2: Görsel metafor oluştururken uyguladığınız yönteminizi ve süreci açıklayınız.			
Tasarımcı	İfade	Kod	3 Aşama
<u>Pawel Kuczynski</u>	...metafor oluştururken öncelikle neyi resmedeceğimi, hangi kavramı görselleştireceğimi belirliyorum ve daha sonra buradan çıkardığım fikirler üzerine yoğunlaşıyorum. Bu yoğunlaşma kapsamlı bir	<ul style="list-style-type: none"><li>Formül yok</li><li>Araştırma (kavram bulma)</li><li>Gösterge araştırması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Araştırma</li><li>Kurgulama</li></ul>

<p>araştırmayı gerektiriyor. Bu araştırmanın kapsamlı olabilmesi ise daha fazla gözlem ve daha fazla eskizle gerçekleştirilebilir. Bu aşamadan sonra kompozisyonun nasıl kurulması ve hangi açıya göre düzenlenmesinin daha etkili olabileceği üzerine denemeler yaparak nihai sonuca ulaşıyorum.</p> <p>Görsel metaforların başarılı olabilmesi için en önemli işlevlerden birinin de kompozisyon olduğu söylenebilir. Kompozisyonun başarılı olabilmesi ise kendi içinde tutarlı olmasıyla sağlanabilir. Buna bağlı olarak görsel metafor oluşturma süreci için sırasıyla; kavram oluşturma (bulma), kavrama uygun görselleştirme denemeleri, görselleştirme için doğru bir kompozisyon kurmak olarak ifade edebilirim.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kompozisyon (yeniden yorumlama)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yorumlama</li></ul>
---	---	---

**Tablo 7.** Pawel Kuczynski'nin Görsel Metafor Oluşturma ve Uygulama Süreci

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

Pawel Kuczynski'nin bir eseri (Görsel 5) üzerinden görsel metafor oluşturma sürecine ilişkin şunları söylemiştir:

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

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





**Görsel 5. Otorite ve Devrim, Pawel Kuczynski.**

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

## 8.SONUÇ

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

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

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

Bu durumda tasarımcıların izledikleri aşamalar şu şekildedir:

- Brian Stauffer görsel metafor oluşturma sürecini **araştırma, çözümlenme, sorumluluk alma ve metaforik anlatım** olmak üzere **dört aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- Dairo Paniagua görsel metafor oluşturma sürecini **araştırma ve yaklaşım modeli belirleme (Zıttını düşünme, benzetme, bağlantı kurma)** olmak üzere **iki aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- Istvan Orosz görsel metafor oluşturma sürecini, **formül kullanma, bağlantı kurma, ilişki kurma, yorumlama ve metaforik anlatım** olmak üzere **beş aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- Ohannes Şaşkal görsel metafor oluşturma sürecini, **araştırma, somutlaştırma, sadeleştirme, yorumlama, empati kurma, çözümlenme ve metaforik anlatım** olmak üzere **yedi aşama** ile açıkladığı görülmüştür.
- Pawel Kuczynski görsel metafor oluşturma sürecini, **araştırma, kurgulama ve yorumlama** olmak üzere **üç aşama** ile açıkladığı görülmüştür.

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

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

Bunlar:

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

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

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

Ayrıca bu araştırmanın;

- Görsel İletişim Tasarımı, Grafik Bölümü öğretim elemanları ve öğrencileri için, bunun yanında ilgili sektörlerde çalışan amatör ve profesyonel tasarımcılar için görsel metafor oluşturma konusunda akademik bir kaynak olarak kullanılabilmesi,
- Araştırmada geçen görsel metafor oluşturma yaklaşımları dikkate alınarak Görsel İletişim Tasarımı ve Grafik Bölümü öğrencilerine atölye çalışmaları yaptırılarak öğrencilerin yaratıcı düşünme yetilerinin geliştirilmesine katkı sağlayabileceği,
- Uluslararası tasarımcıların görsel metafor oluşturma aşamaları izlenerek farklı disiplinlerde dahi görsel metaforun geliştirilmesi konusunda hem akademik hem de sektörel bazda kaynak olarak kullanılabilmesi,
- İllüstrasyon, Basın-Yayın İllüstrasyonu, Karikatür, Afiş ve GIF alanlarıyla ilgili eğitimci, öğrenci ve tasarımcılara, metaforik görsel iletişim ürünleri hazırlayabilme konusunda katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

## 9.KAYNAKLAR

- Anells, M. (2006). Triangulation of qualitative approaches: Hermeneutical phenomenology and grounded theory. *Journal of Advanced Nursing*, 56(1), 55-61.
- Arslan, M. M. ve Bayrakçı, M. (2006). Metaforik Düşünme ve Öğrenme Yaklaşımının Eğitim-Öğretim Açısından İncelenmesi. *Milli Eğitim*, 35(171), 100-108.
- Boynukalın, A. (2014). *Sanatsal İfadede Görsel Metaforlar*. Basılmış Sanatta Yeterlik Tezi. Resim Anasanat Dalı, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Boynukalın, A. (2014). *Sanatsal İfadede Görsel Metaforlar*. Basılmış Sanatta Yeterlik Tezi. Resim Anasanat Dalı, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Braun, V. and Clarke, V. (2019). Psikolojide Tematik Analizin Kullanımı. S. N. Şad, N. Özer ve A. Atli (Çevirenler). *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 873-898.
- Casakin, H. (2006). Assessing the use of Metaphors in the Design Process. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 33, 253-268.
- Chaves, M. (2013). Visual Metaphor in the Illustrated Children's Album. *EME*, 1, 103-106

- Creswell, J.W. (2013) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition, SAGE Publications, Inc., London.
- Dewan, P. (2015). Words Versus Pictures: Leveraging the Research on Visual Communication. *Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 10(1), 2-10.
- Dutrow, B. L. (2007). Visual Communication: Do You See What I See? *Elements*, 3(2), 119-126.
- Hançerlioğlu, O. (2008). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Heller, S and Vienne, V. (2012). 100 ideas that changed graphic design. Laurence King.
- Ingebretsen, B. (2013). Drawing With Metaphors Mediating Ideational Content in Drawing Through Metaphors. *Form Akademisk*, 6(3), 1-18.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2005). *Metaforlar Hayat, Anlam ve Dil*, Çev: Gökhan Yavuz Demir, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Miller, K. E. and Hoffman, J. H. (2009). Mental Well-Being and Sport-Related Identities in College Students. *Sociology of Sport Journal*, 26(2), 335-356.
- Thomas J. Shuell, (1990). Metaphors We Learn By *Teaching and Learning as Problem Solving Theory Into Practice*, 29(2), 102-108.
- Titchen, A. and Hobson, D. (2005). Phenomenology. B. Somekh, C. Lewin (Edit.), *Research Methods in the Social Sciences* (121-130). İngiltere: SAGE Publications.
- Yongsun, B. (2012). Master Thesis in *Industrial and Strategic Design*. Design and Architecture Department, Aalto University School of Arts, Finland.
- Zaltman, G. and Coulter, R. H. (1995). Seeing the Voice of the Customer: Metaphor-Based Advertising Research. *Journal of Advertising Research*, 35(4), 35-51.
- Zorlu, F. ve Zorlu, Y. (2019). Eğitim Alanında Solomon Deneysel Deseni ile Gerçekleştirilen Çalışmaların İncelenmesi: Bir Tematik Analiz Çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(4), 1623-1636.

### 9.1. İnternet Kaynakları

- Flowers, John H. and Garbin, Calvin P. (1989). *Creativity and Perception*, Faculty Publications, Department of Psychology. 453, (Çevrimiçi) <https://digitalcommons.unl.edu/psychfacpub/453>, 11 Ekim 2020.
- Krippendorff, K. (1990). *Models and Metaphors of Communication*. Media and Communication, Construction of Realities, (Çevrimiçi) [https://repository.upenn.edu/asc\\_papers/276](https://repository.upenn.edu/asc_papers/276) , 20 Kasım 2020.
- Kulabaş, Y. *Derin Beyin – Metaforların Gücü*. (Çevrimiçi) [https://www.marketingturkiye.com.tr/koseyazilari/derin-beyin-metaforlarin-gucu\\_27](https://www.marketingturkiye.com.tr/koseyazilari/derin-beyin-metaforlarin-gucu_27) Kasım 2020.
- Wright, M. *An Introduction to Visual Metaphors*. (Çevrimiçi) <https://www.mwrig.com/writing-samples/an-introduction-to-visual-metaphors>, 27 Kasım 2020.