



All Sciences Academy



GÜZEL SANATLARDA ÇAĞDAŞ ARAŞTIRMALAR

*GÜZEL
SANATLARDA
ÇAĞDAŞ
ARAŞTIRMALAR*

Editor
Doç. Dr. Seda DİLAY





Güzel Sanatlarda Çağdaş Araştırmalar

Editör: Doç. Dr. Seda DİLAY

Dizayn: All Sciences Academy Design

Basım Tarihi: Ağustos 2025

Yayıncı Sertifika Numarası: 72273

ISBN: 978-625-5794-10-9

© All Sciences Academy

www.allsciencesacademy.com

allsciencesacademy@gmail.com

İÇERİK

1. Bölüm	5
İrk Temelli Ayrımcılığın Reklamlarda Göstergeler Üzerinden Analizi	
<i>Burhan ŞOHOĞLU, Yiğit BALCI</i>	
2. Bölüm	36
Moda Tasarımında Kültürel Sürdürülebilirliğe Yönelik Sanatsal ve Yorumlayıcı Bir Model	
<i>Emine KOCA</i>	
3. Bölüm	58
Tek Kişilik Oyun Yazımı ve Bir Örnek: Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler	
<i>Vahdet Yasin AKYÜZ</i>	
4. Bölüm	86
Etkileşim Çağında Kültür ve Sanat: Sınırların Silikleştiği Yeni Alanlar	
<i>Ümit PARSIL, Burhan YALÇIN</i>	
5. Bölüm	102
Grafik Tasarımın Yıkıcı Teknolojiler Karşısındaki Evrimi: Adaptasyon Stratejileri ile Mesleki Gelecek Senaryolara Bir Bakış	
<i>Semih DELİL</i>	
6. Bölüm	119
Kayıp Şey Kitabının İkonografik ve İkonolojik Açıdan İncelenmesi	
<i>Merve ERSAN, Ahmet FUTTU</i>	
7. Bölüm	154
Kentsel Anlatılar ve Sahneleme: Tiyatroda Kimlik, Psikoloji ve Spontanite	
<i>Murat YALÇIN</i>	

İrk Temelli Ayrımcılığın Reklamlarda Göstergeler Üzerinden Analizi

Burhan ŞOHOĞLU¹

Yiğit BALCI²

- 1- Öğr. Gör.; Ankara Hacı Bayram Veli üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü. burhan.sohoglu@hbv.edu.tr ORCID No: 0000-0002-0746-4153
- 2- Öğr. Gör.; Tarsus Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Tasarım Bölümü Grafik Tasarımı Programı. yigitbalci@tarsus.edu.tr ORCID No: 0000-0002-5972-2249

ÖZET

Reklam, kitle iletişim araçlarını kullanarak hedef kitleye mesaj ileten, yaygın ve etkili bir iletişim biçimidir. Ancak yalnızca ürün ve hizmet tanıtımıyla sınırlı olmayan bu alan, toplumsal normların, kültürel değerlerin ve ideolojik yapının da yeniden üretildiği bir mecraya dönüşmektedir. Bu bağlamda, reklamların içerdiği görsel ve sözel göstergeler aracılığıyla zararlı stereotiplerin pekiştirildiği, ırksal önyargıların sürdürüldüğü ve belirli grupların sistematik olarak ötekileştirildiği görülmektedir. Irkçılık ve ayrımcılık gibi toplumsal açıdan hassas temaların medya temsilleri arasında, reklamlar özellikle dikkat çekici örnekler sunmaktadır.

Bu çalışma, reklam kampanyalarında varlığını sürdüren ırkçılık ve ötekileştirme temsillerinin nasıl üretildiğini göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Düz anlam, yan anlam ve mit kavramları üzerinden yürütülen analizlerde, kullanılan figürlerin konumlandırılması, söylemler, metaforlar ve görsel yapıların taşıdığı kültürel kodlar açığa çıkarılmaktadır. Böylece, ayrımcı yaklaşımın toplumsal eşitlik ve kapsayıcılık bağlamında nasıl işlediği eleştirel biçimde değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler – Reklam, Medya Temsili, Irk Temelli Ayrımcılık, Göstergebilim, Sistematik Ayrımcılık.

GİRİŞ

Reklam, belirli bir ürün, hizmet, fikir veya marka lehine tutumlarını, inançlarını, davranışlarını veya satın alma kararlarını etkilemek amacıyla hedef kitlelere ikna edici mesajları tanıtmak ve yaymak için kullanılmaktadır. Reklamların amacı, farkındalık yaratmak, istek oluşturmak, marka tanınırlığı sağlamak ve tüketicilerin reklamı yapılan ürünlerin tüketimini teşvik etmektir. Firmalar reklamlar vasıtasıyla kendileri hakkında çeşitli bilgileri, sundukları hizmetleri veya ürünleri hakkında oluşturdukları mesajları yaratıcı bir yöntem ile izleyiciye aktarmaktadır (Öztürk, ve Duğan, 2019, s. 133-152). Bu sayede izleyicilerin ilgisi çekilebilmekte ve marka farkındalığı yaratılabilmektedir. Reklamlarda doğru hedef kitlenin belirlenmesi ve bu hedef kitlenin ihtiyaçları ile isteklerinin anlaşılması da önem arz etmektedir.

Toplumsal sorunlardan biri kabul edilen ırkçılık geçmişten bu yana görülmüş ve olgu olarak zaman içinde değişmiş olsa da günlük yaşantıda farklı şekillerde görülebilmektedir. Irkçılık kavramı varoluşsal olarak toplumların içerisinde bulunmamaktadır. Toplumun içinde yer alan bireylerin tutum ve yaklaşımları nedeniyle sonradan ortaya çıkmakta veya öğrenilmektedir. Irkçılık ya da ötekileştirme ile ilgili politik yaklaşımların aktif kalmasındaki en önemli araçlardan biri günlük yaşamda bireylerin

birçok ortamda maruz kaldıkları reklamlardır (Kırık, Öztürk, Saltık, ve Orujova, 2018, s. 15-22). Bu tür reklamlarda kullanılan göstergeler, bazı bireylerde önyargıların yeniden üretimini kolaylaştırabilir. Hedef pazarlama, tüketicilerin kendilerini tanımlayabilecekleri ipuçları sağlayan reklamlar oluşturmayı içermektedir (Merdin, 2024, s.200). Reklamlarda kullanılan imge ve göstergeler bireylerin bilinç altında ön yargı algısı oluşturabilmektedir. Bu çalışmada, ırkçı ve ötekileştirme mesajları içeren reklamların göstergebilimsel yöntem ile çözümlenmiştir.

1. İletişim Aracı Olarak Reklam

Reklam, en temel tanıma göre, ürün ya da hizmetin zaman ve yer belirlenerek ücret karşılığı tüketicilere kitle iletişim araçları ile tanıtılma uğraşlarının tümünü içermektedir. Reklamın ana işlevi tüketiciye bilgi aktarımı sağlamak, marka, ürün veya hizmet özelliklerini tüketicilere iletmektir. Reklamı yapılan ürün ve hizmet hakkında bilgi ne kadar çok izleyiciye ulaştırılır ise o kadar fazla tüketicisi oluşabilmektedir. Bu nedenle ürün reklamının çok fazla tekrar edilerek potansiyel tüketicinin reklama maruz bırakılması, tüketici zihninde yer etmesini ve etkisinin uzun yıllar sürmesini sağlayabilmektedir (Taşkiran, ve Bolat, 2013, s. 49-69).

Kitle iletişim araçlarını kullanarak tüketiciye ulaşmaya çalışan reklam, ürün hakkında bilgilendirme yaparken, tüketiciyi zorlamaksızın ürün veya hizmeti satın alma düşüncesinin oluşmasını amaçlamaktadır. Reklam, hizmet ya da ürün tanıtımı gerçekleştirerek talep artışını sağlamayı hedeflerken, reklamın belli başlı etik kuralları çerçevesinde kalması gerekmektedir (Polat, 2015, s. 105-124). Bu durumda reklamların tüketicileri doğru ya da yanlış yönlendirme durumları etik değerlere uyulup uyulmadığına göre değişkenlik gösterilebilmektedir. Çünkü reklamların tüketici karar alma süreçleri üzerindeki etkisi göz ardı edilemez bir durumdur (Çeken ve Terzi, 2024, s. 346-366).

Reklamlar, ürün ya da hizmetin olumlu yanları üzerinde durarak tüketiciyi etkilemeye çalışmaktadır. Firmalar hedef kitlenin pazarında yer alan rakipleri analiz ederek tüketicinin yararı bakımından kendisi için makul olanı seçmeye yönelik etki sağlamayı amaçlamaktadır. Reklamların hedefi sadece ürünleri sattırmak değil aynı zamanda markaların marka imajını oluşturması noktasında desteklemesini ve güçlendirilmesini de amaçlamaktadır (Karabulut, 2018, s. 119).

Reklamın iletişim dünyasında yadsınamayacak bir yeri bulunmaktadır. Bu nedenden dolayı markalar oldukça büyük miktarda maddi kaynaklarını reklam oluşturabilmek için ayırmaktadır. Rekabetin yoğun olduğu pazarlarda reklamlar aracılığı ile tüketicilerin ikna edilmesi oldukça zor ve karmaşık bir durum olabilmektedir. Tüketicinin ikna edilebilmesi için ürün ya da hizmet hakkında doğru bilgi sunulması önem taşımaktadır (Çetin, 2019, s. 156-180). Teknoloji çağında reklamlarda sadece bilgi aktarımı yapılması tek başına yeterli değilken markalar artık reklamlarda ürünlere duygusal kazanımlar

yükleyerek tüketicinin satın alacağı ürün ile ilgili somut bir nesne düşüncesini yaratmayı hedeflemektedir.

2. Reklamlarda Ayrımcılığın Bir Türü Olarak İrkçilik

Ayrımcılık, ırk, cinsiyet, yaş, din, cinsel yönelim veya engellilik gibi belirli özelliklere dayalı olarak bireylere ve gruplara yönelik haksız veya önyargılı davranışı ifade etmektedir. Ayrımcılık yapılan bireylere veya gruplara uygulanan haksız ayırım, dışlama, kısıtlama veya dezavantajları içermekte ve onları diğerlerinin yararlandığı eşit fırsatlardan, haklardan veya ayrıcalıklardan mahrum bırakmaktadır (Çelenk, 2010, s. 228). Ayrımcılık, bunlarla sınırlı olmamakla birlikte çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bunlar kısaca ırk ayrımcılığı, cinsiyet ayrımcılığı, yaş ayrımcılığı, dini ayrımcılık ve engellilik ayrımcılığıdır (Moreau, 2010, s. 143-179). Araştırmada reklamlarda ırkçılığa dayalı ayrımcılık unsurları incelenmiştir. Kavram olarak ırk ayrımcılığı, bireylere ırkları veya etnik kökenleri temelinde farklı tutum gösterilmesi şeklinde ifade edilebilmektedir.

Reklamlarda ayrımcılık, ürünlerin, hizmetlerin veya markaların, belirli bireylere ve gruplara yönelik haksız klişeleri, önyargıları devam ettirecek ya da pekiştirecek şekilde yapılmaktadır. Reklamlarda, insanların özellikleri veya kimlikleri temelinde dışlayan, küçük düşüren, ötekileştiren mesajlar, görüntüler ve tasvirler içerdiğinde ayrımcılık ortaya çıkmaktadır. Ayrımcı reklamlar, toplumsal önyargıları güçlendirir, dışlama ve eşitsizliği teşvik eder ve belirli grupların aykırılışmasına katkıda bulunarak önemli olumsuz etkilere sahip olabilmektedir.

İrk kavramı, aynı soydan gelen, aynı dile ve dini inançlara sahip bireyleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Başka bir deyişle benzer fizyolojik özellikleri bulunan grupları ve soyu anlamında bireyleri tanımlamaktadır. Genel olarak ele alındığında ırk, tür ve soy anlamı taşımaktadır (Kırık vd., 2018, s. 15-22). İrk kavramı, dilleri, adetleri ve milletleri fark etmeksizin, kalıtsal olarak belirli fiziki karakterlerin birleşimini aktaran insan toplulukları şeklinde tanımlanabilmektedir. Fiziki karakter, kalıtsal olarak anatomik yapının yanında aynı zamanda fizyolojik ve psikolojik özellikleri de içermektedir. İrk kavramı, biyolojik temelli insan özelliklerini aktarsa da, bu özelliklerin ırksal olarak anlamlandırılması sosyal ve tarihsel süreçler sonucunda meydana gelmektedir (Kaya, ve Durgun, 2020, s. 79-102).

Bireylerin biyolojik özellikleri dikkate alınmadan sosyal, ekonomik veya ideolojik tutumları kapsamında ırk kategorilerine ayrılması ırk kavramının kapsamından ayrılarak ırkçı bir yaklaşımının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İrkçılığı meydana getiren ana süreç, öteki yaklaşımının yaratılmasıdır. Bir topluluk ötekileştirildiğinde, sahip oldukları olumlu özelliklerin dışında kalarak daima olumsuz özelliklere sahipmiş gibi görülmektedir. Bu topluluklara karşı oluşturulan önyargılar ırkçılık düşüncesini beslemekte ve büyütmektedir. İrkçilik ideolojisi, kendinden

farklı olan güçsüz gruplar üzerinde hakimiyet kurularak ilerlemektedir. Irkçılık kavramının, geçmişten bugüne varlığını sürdürebiliyor olmasının ana nedeni; kavram olarak üretilip yaygınlaştırılması, ırk hakkında bilimsel ve sosyal çalışmaların yapılması ve ırk bakımından zayıf olarak kabul edilen toplumların birer tehdit olarak görülmesi şeklinde ifade edilebilmektedir. Bu durumun gelişmesinde özellikle medyanın etkisi oldukça fazladır (Kırık vd., 2018, s. 15-22).

Reklamın, tüketicilerin bir ürün ya da hizmeti satın almasını sağlamasının yanında aynı zamanda reklamlar, sadece ürünleri tanıtmakla kalmaz, aynı zamanda belirli ideolojik mesajlar ve kültürel değerler iletir. Göstergebilim, reklamlardaki bu ideolojik mesajlar ve kültürel değerleri anlamak için kullanılır. Reklamların hangi değerleri yücelttiğini, hangi normları teşvik ettiğini ve toplumsal cinsiyet rolleri, güzellik idealleri gibi konularda hangi mesajları iletildiğini anlamak önemlidir. Bazı reklam çalışmalarının içinde yer alan negatif yaklaşım bağlamında ırkçılık gibi pek çok konuda olumsuz örnek teşkil edebilecek kampanyaları üretebildiği görülmektedir (Demir, 2022, s.). Bu reklam kampanyalarının, önyargılı anlatıları yeniden üretme ve ayrımcılığı besleme potansiyeline sahip olduğu gözlemlenebilir. Reklamın gücü sadece tüketici davranışlarını şekillendirme kabiliyetinden değil, aynı zamanda toplumsal değerleri şekillendirme potansiyeli de yaratabilmesinden kaynaklanmaktadır.

3. Reklamlarda Göstergebilim

Göstergebilim (Semiyoloji) kavramı, anlam bakımından en yalın şekilde açıklandığında göstergelerin bilimi şeklinde ifade edilebilmektedir. Gösterge, farklı anlamlar içerebilme özelliği taşımasından dolayı, sahip olduğu anlamı dışında varlık, olgu veya nesne belirtebilen bir öge şeklinde de tanımlanabilmektedir. İletişim amacı ile kullanılan jest, görüntü ve ses, bilimsel diller, müzik, film, afişler vb. unsurların tamamı birer gösterge olarak kabul edilmektedir. İletişim süreçleri içinde kullanılan göstergeler, zihinde ikinci bir imgeyi canlandırmakta ve bu amaç doğrultusunda kullanılan her şey göstergebilimin çalışma alanına girmektedir (Holat, 2021, s. 291-311). Göstergebilim, dil, kültür, toplumsal yapı ve iletişim gibi alanlarla yakından ilişkili olup göstergelerin anlamının nasıl oluştuğunu ve değiştiğini incelemektedir. Göstergebilim, iletişimdeki anlam karmaşalarını çözmek ve doğru bir şekilde anlamlandırmak için kullanılan önemli araçlardır.

Reklamlar görsel ve göstergelerden meydana gelmektedir. Göstergebilimi, reklam üretimini mümkün kılabilmek ve doğru iletişim kurulabilmesi adına tüm kültürel olgu ve öğeleri bir gösterge olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım ile aynı veya farklı yapı içindeki göstergelerin birbiri arasındaki ilişkisini inceleyip, türlerini saptayarak sınıflandırabilmektedir. Bunun yanı sıra gösterge bilim insanlar arası ya da insan ve çevre arasındaki ilişkilerin anlamlandırılmasını, olay ve olguların

tanımlanmasını sağlamaktadır. Göstergebilim, özellikle dar anlamalı iletilerin analizinde reklam metinlerinde kullanılmaktadır. (Tuncer, 2020, s. 474-498). Göstergebilimi ile reklam üretiminde yer alan kültürel unsurların göstergeler olarak ele alınmasını ve göstergeler arasındaki ilişkilerin incelenmesini sağlamaktadır.

Dilbilimci Ferdinand de Saussure, Avrupa'da önemli bir figür olarak kabul edilir. Öğrencilerinin notlarından derlenerek yayımlanan “Genel Dilbilim Dersleri” adlı eserinde, Saussure, doğal dillerin dilbilimin konusu olduğunu belirtirken, dil dışındaki gösterge dizgeleri üzerine çalışacak başka bir bilim dalının varlığının gerekliliğini öngörmekte ve bu bilim dalına “göstergebilim” (semiology) adını vermektedir. Eser, Saussure'un vefatından sonra yayımlanmıştır (Özgür, 2006, s. 2017). Saussure dil (langage) alanını dilin kendisi (langue) ve konuşma (parole) olarak ikiye ayırır. Bu ayırmada iki durum çok önemli görünmektedir. Birincisi, dil soyut bir sistemdir ve konuşma açısından birincildir. Dil konuşmada temsil edilir, bu nedenle konuşmada dilbilimsel olarak önemli olan yalnızca dilin yapısını nasıl ve ne ölçüde gerçekleştirdiğidir. İkincisi, yalnızca dil bir işaret sistemi oluşturur. Özellikle aykırı düşünce olarak görünmektedir. Söylenen ve algılanan konuşma işaretleri (sadece tek sesler değil, aynı zamanda tam cümleler) kendi başlarına işaret değildir, sadece dilin işaretlerini temsil ederler. Saussure'e göre kavramsal alan ile sesli konuşma arasında, düşünce ile akustik madde arasında doğrudan bir bağlantı yoktur, her ikisi de dilin göstergelerini gerçekleştirdikleri için birbirleriyle yalnızca dolaylı olarak ilişkilidirler. Saussure iki şeyi vurgular: birincisi, gösteren ve gösterilenin simetrisi ve birinin diğeri olmadan var olamayacağı, ikincisi ise aralarındaki ilişkinin keyfilidir. Bu ikilemi çözmek için Saussure anlam ve değeri birbirinden ayırmaktadır. Keyfilik göstergenin anlamını, mutlak belirlenim ise değerini karakterize etmektedir. (Lotman, 2003, s. 77-78).

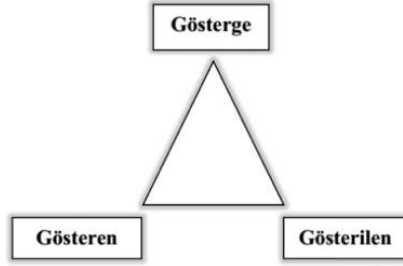
Saussure, göstergenin nedensizliği ilkesini dil göstergesinin ana özelliklerinden biri olarak ele almaktadır. Dilsel göstergenin ortaya koyduğu nedensizliği, gösterenin gösterene uzlaşmalı bir biçimde bağlanmasından kaynaklanmakta ve bu durum doğal olmayıp toplumsal olarak görülmekte şeklinde ifade edilmektedir (Holat, 2021, s. 291-311). Gösteren ile gösterge arasındaki ilişkinin birbirine bağlı olmaması, dilsel bakımdan göstergelerin nedensizliğine sebep olmaktadır. Saussure'un göstergenin nedensizliği ilkesi gösterge bilimine yapmış olduğu en önemli katkı olarak kabul edilmektedir. Yapısalcı bir tavır içerisinde olan Saussure, dili anlamlı bir hale getiren yapının karışıklıklardan meydana geldiğini ve dilde yer alan göstergeyi oluşturan kısmın aslında onun bir diğerinden ayırt edebilmesini mümkün kılan şeyin değişkenler olduğunu savunmuştur. Dili bir biçim olarak ele almaktadır (Özkirişçi, 2021, s. 846-868). Bunların yanısıra Saussure, dil ve sözü birbirinden ayırarak dili, insanlardan bağımsız bir biçimde kendine özgü ve kuralları bulunun bir sistem olarak ele almıştır. Sözü ise bireylerin kelimeleri meydana getirebilmek için farklı kombinasyonlarda kullandığı

sesler olarak tanımlamaktadır. Bireyler bir düşünceyi aktarmaya başladıklarında sesler bir dil olarak incelenebilmektedir. Seslerin bu durumu gerçekleştirebilmesi için işaret ve dil sistemi içinde yer alması gerekmektedir. Meydana gelen uyum sözlerin soyut ve toplumsal bir dil sistemini sembolize etmektedir (Yasa, 2012, s. 270). Saussure dil göstergesinin toplumsal rolünü de ele almış, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyi, toplumsal olarak uzlaşılarla dayanan bir yapı olarak tanımlamıştır.

Charles Sanders Peirce, göstergebilimi felsefe içinde sistemli bir şekilde ele alan öncü düşünürlerdendir. Pragmatizmin ve mantıkçı yaklaşımın öncüsü Peirce “semeiotic” terimini kullanarak genel göstergeler kuramı tasarımını meydana getirmiştir. Peirce mantığı, semiyotiğe eşit görmekte ve semiyotiği üç ana bölümde ele almıştır. Bu bölümler; eleştirel mantık, kurumsal gramer ve kurumsal retoriktir (Karaman, 2017, s. 25-36). Peirce, göstergebilim yaklaşımını mantık çerçevesinde ele almış ve meydana getirdiği üçlü gösterge sistemi ile dil felsefesine önemli katkılar sağlamıştır. Göstergebilimi üzerine önemli çalışmalar yapan bir diğer bilim insanı Ferdinand de Saussure Avrupa’da Peirce Amerika’da çalışmalar ortaya koymuştur. Bu iki bilim insanının çalışmaları arasında sadece coğrafi ve mekânsal farklılıklar değil aynı zamanda gösterge sistemleri açısından da farklar bulunmaktadır. Saussure göstergeyi sadece dil çerçevesinde ele alırken, Peirce faydacılık ve bilim çerçevesinde ele almıştır. Faydacılık yaklaşımı ile bir mantık kuramı oluşturmaya çalışan Peirce, bu eğilim sayesinde bir gösterge kuramı geliştirebilmiştir (Özmkas, 2009, s. 32-45). Peirce’ın göstergeler sistemi, mantıksal işlev ve gösterge bilimsel olguları sınıflandırmak amacıyla altmış altı sınıflı bir yapı meydana getirmiştir. Gösterge sınıflandırılmasında en yaygın olarak kullanılan göstergeler, nesnelerin varlıksal bağıntı, benzerlik veya saymacılık içermelerine göre belirti, görüntüsel gösterge ve simge olarak ayrılmıştır (Güneş, 2013, s. 332-348). Peirce’ın yaptığı ayrımlar kapsamlı bir şekilde incelendiğinde bu üçlü ayrımların temele alındığı görülmektedir.

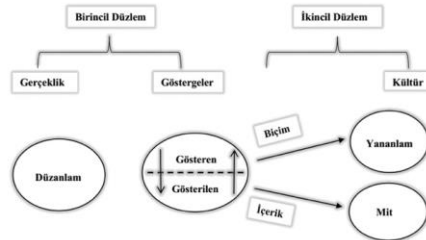
Postmodern düşüncenin öncü isimlerinden Fransız Roland Barthes’ın, göstergebilimin gelişiminde büyük katkıları bulunmaktadır. Barthes, göstergebilim üzerine düzenlediği seminerler ve yayımladığı kitaplar ile bu alanın yalın ve sade bir biçimde yorumlanabilmesini sağlamış, aynı zamanda araştırma alanlarına, özellikle sosyal bilimlerde, bir araştırma yöntemi kazandırmıştır. Barthes’ın kuramının anlaşılabilmesi için mit, kod, metafor ve metonimi kavramlarının doğru bir biçimde kavranması gerekmektedir. Mit kavramı, kültürün içinde yer alan gerçekliğin ya da doğanın bazı görünümelerini anlamlandırılmasını sağlayan öyküler olarak tanımlanabilmektedir. Kod kavramı, içinde yer alan göstergelerin düzenlendiği sistem olarak açıklanabilmektedir. Metafor kavramı, bir kavramı veya olguyu anlatabilmek için ona benzetilen başka kavramın adının eğretilemesi olarak ifade edilmektedir. Metonimi kavramı ise bir

şeyin anlamını ifade etmek amacı ile ona ait olan başka bir şeyin vurgulanması şeklinde tanımlanmaktadır (Çakı, 2018, s. 66-91).



Şekil 1. Barthes'ın Gösterge Şeması
Kaynak: (Bircan, 2015, s. 17-41).

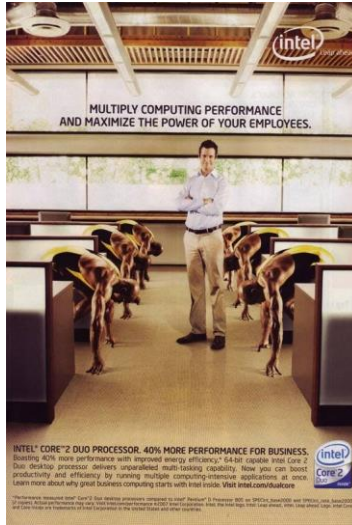
Barthes Saussure'un aksine, göstergebilimin dilbilim içinde yer aldığını söylemektedir. Barthes'in kuramına göre bireylerin yararlandığı her gösterge dizgisi sadece dil aracılığı ve desteği ile gerçeklik kazanmaktadır. Bilimsel bir üstdil kullanılmasını vurgulayarak, gösterge dizgilerinin salt dizgilerin değil, dizgilerden söz eden söylemlerin incelenmesiyle değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur (Yaylagül, 2015, s. 320). Barthes'in kuramının temelinde kavramları anlamlandırmanın iki düzeyi bulunmaktadır. Bu düzeyler yan anlam ve düz anlam olarak ifade edilmektedir. Kavram olarak düz anlam göstergenin neyi temsil edeceğini, yan anlam ise göstergenin nasıl temsil edileceğini açıklamaktadır. Düz anlam genellikle evrensel yapıdadır ve insanların zihninde benzer şekilde çözümlenir. Yan anlamda ise kültürlere ve topluma bağlı olarak her bireyin zihninde farklılıklar meydana getirerek çözümlenebilmektedir. Barthes'ın kuramında görsel öğelerin ilişkilendirilmesi ile düz ve yan anlam meydana gelmektedir. Barthes'ın kuramında bu analiz süreci iki düzlemde yapılandırılır. Birincil düzlem nesnelerin seçildiği düz anlam boyutunu temsil eden dizisel yapıdır. Diğer düzlem ise dizimsel olarak adlandırılır ve seçilen öğelerin anlamlandırılarak bir bütün oluşturulması için kullanılmaktadır (Karaman, 2017, s. 25-36).



Şekil 2. Barthes'ın Anlamlandırma Şeması
Kaynak: (Bircan, 2015, s. 17-41).

Göstergenin en önemli amacı, bireylere bir olgu veya durumu dolaylı bir biçimde aktarmaktır. Reklamlar, bu iletilerin aktarılması konusunda en önemli ve etkili araçlardan biridir. Reklam tasarımları içinde yer alan göstergeler izleyiciye bir iletişim aracı olarak sunulmaktadır. Reklamlardaki bu göstergeler sayesinde hedef kitlenin ürün ya da hizmet ile bağ kurarak anlamlandırma yapması amaçlanmaktadır. Göstergebilim, tüm kültürel olguları bir iletişim aracı olarak görmekte ve incelemektedir (Yasemin, 2021, s. 24-30).

4. Irk Temelli Ayrımcılığın Reklamlarda Göstergeler Üzerinden Analizi



Şekil 3. Intel Core 2 Duo Reklam Tasarımı

Kaynak: <https://guardian.ng>

Şekil 3’de Reklam görseli, teknoloji devi bir markanın işlemci performansını tanıtmak amacıyla hazırlanmış bir kampanya örneğidir. Görselin düz anlam düzleminde incelenmesi, sayfanın ortasında yer alan beyaz tenli bir erkek figürünü öne çıkarır. Bu figür, sıradan ofis kıyafetleri içinde, ofis bölmeleri arasında konumlanmış şekilde ayakta durmaktadır. Kollarını göğsünde birleştirmiş, kendinden emin bir duruşla doğrudan izleyiciye bakmakta ve hafifçe gülümsemektedir. Figürün her iki yanında, spor kıyafetleri giymiş, siyahı altı erkek figürü, yarış başlangıcındaki atletler gibi çömelmiş şekilde yer almaktadır. Arka plandan içeri yansıyan gün ışığı ise, sahnenin mesai saatleri içinde bir ofis ortamında geçtiği izlenimini vermektedir. Görselin üst kısmında yer alan “bilgi işlem performansını artırın ve çalışanlarınızın gücünü en üst düzeye çıkarın” ifadesi, teknoloji ve verimlilik odaklı bir mesaj içermektedir.

Ancak reklam görseli, yüzeyde tarafsız ve işlevsel bir teknoloji anlatısı sunuyor gibi görünse de, derin yapıda çok katmanlı ve sorunlu anlam dizgeleri taşımaktadır. Roland Barthes'ın göstergebilimsel modeli çerçevesinde değerlendirildiğinde, görseldeki öğelerin düz anlamlarının ötesinde taşıdığı yan anlamlar, ırk temelli ayrımcılığa ve güç ilişkilerine dair çeşitli ideolojik kodları görünür kılmaktadır.

Görselin merkezinde yer alan beyaz figür, yalnızca bir ofis çalışanı ya da yönetici olarak değil, aynı zamanda beyaz üstünlüğünü, entelektüel otoriteyi ve yönetsel gücü temsil eden bir gösterene dönüşmektedir. Bu figürün dik duruşu, rahatlığı ve merkezî konumu, hiyerarşik bir düzenin üst basamağını işaret etmektedir. Buna karşın, her iki yanında dizilmiş olan siyahi erkek figürleri, sporcu kıyafetleri içinde ve yarışa başlamak üzere çömelmiş pozisyonudadır. Bu figürler, düz anlamda atletik bireyler olarak görünse de, yan anlam düzleminde yalnızca fiziksel güç ve hızla ilişkilendirilmiştir. Bu temsiller, tarihsel olarak siyah bedenin fiziksel emek ya da spor alanlarıyla özdeşleştirilmesini yeniden üretmekte ve bireyleri araçsallaştırılmış iş gücüne indirgemektedir.

Ayrıca, siyahi figürlerin çömelmiş pozisyonu yalnızca atletik performansa değil, aynı zamanda itaatkâr ve emir bekleyen bir konuma işaret etmektedir. Bu durum, beyaz figürün dik duruşu ve üstün konumuyla karşıtlık oluşturarak, görseldeki güç ilişkisini daha da belirgin hale getirmektedir. Ofis ortamına yayılan gün ışığının yalnızca beyaz figür üzerinde yoğunlaşması, aydınlanma, bilgi ve modernlik gibi kavramların yalnızca beyaz bireylerle ilişkilendirildiğini ima ederken; siyahi figürlerin bulunduğu bölgenin görece karanlıkta bırakılması, bu bireylerin sembolik olarak “aydınlanmadan” ve karar verici konumlardan dışlandığı anlamını üretmektedir.

Reklamda yer alan “çalışanlarınızın gücünü en üst düzeye çıkarın” ifadesiyle birlikte düşünüldüğünde, siyahi bedenler birer insan olmaktan çok, sistemin işlevini artıran biyomekanik parçalar gibi sunulmaktadır. Bu durum, insan emeği ile teknolojik verimlilik arasında kurulan metaforik ilişkinin, ırksal kodlar üzerinden kurgulandığını göstermektedir. Siyahi figürler birer “işlemci” gibi gösterilmiş; dolayısıyla onların katkısı yalnızca fiziksel performansla sınırlandırılmıştır.

Intel reklamında, teknolojik ilerleme ve performans artışı gibi temalar ön planda sunulsa da, görsel kompozisyonda yer alan figürlerin konumlandırılması, tarihsel ve kültürel bağlamda belirli anlam çağrışımları oluşturabilecek bir yapıyı barındırmaktadır. Görselde beyaz tenli bir figür, takım elbise giymiş ve dik bir duruş sergileyen yönetici konumunda yer almakta; çevresinde ise aynı hizaya dizilmiş, eğilmiş pozisyonda bulunan altı siyahi erkek figürü bulunmaktadır. Bu düzenleme, spor performansı metaforu ile ilişkilendirilebilecek olsa da, aynı zamanda tarihsel olarak beyazlıkla özdeşleştirilen zihinsel otorite ile siyahlıkla ilişkilendirilen bedensel güç arasında sembolik bir karşıtlık kurduğu yönünde de

değerlendirilebilir. Reklamın görsel dili, izleyiciye bu karşılık üzerinden belli toplumsal rolleri yeniden üretme potansiyeli taşıyan bir temsil sunmaktadır. Bu yapı, hem tarihsel önyargıların hem de kültürel stereotiplerin reklam dili aracılığıyla yeniden üretildiğini göstermekte; bireylerin ırk temelli kategorilere ayrılarak temsil edilmesi üzerinden ötekileştirici bir ideolojinin inşasına katkıda bulunmaktadır.

Tablo 1: Intel Core 2 Duo Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Beyaz figür	Ten rengi açık olan birey	Bilgisayar işlemcisini ofis ortamında kullanan kişi
Ofis ortamı	Çalışan ve ofis malzemelerinin bulunduğu alan	Siyahi bireyler ofis ortamındaki bilgisayarları temsil etmekte
Gündüz vakti	Gün ışığının içeri yansmasıyla ortamın aydınlanması	Gündüz vakti olmasına rağmen siyahi figürlerin bulunduğu alan karartılmakta
Siyahi figür	Ten rengi koyu olan birey	Siyahi bireylerin atletik yapıda, hızlı çevik olmasına atıf yapılarak işlemcinin hızlı çalıştığı vurgulanması
Reklam Metni	“Multiply computer performance...”	İnsan gücü yerine teknoloji vurgusu; siyah bedenler makine işleviyle eşdeğerleştirilmiş



Şekil 4. Dove Visiblecare Duş Jeli Reklam Tasarımı
Kaynak: <https://www.businessinsider.in>

Şekil 4’te yer alan görsel, tanınmış bir kişisel bakım markasına ait duş jeli reklam kampanyasından bir kareyi göstermektedir. Görselin düz anlam düzeyinde, beyaz havlulara sarılmış üç kadın figürü (soldan sağa siyahi, esmer ve beyaz tenli) kompozisyonun merkezinde ayakta durmaktadır. Arka planda ise, figürlerin arkasında yer alan iki pano üzerinde “Before” (önce) ve “After” (sonra) ifadeleri dikkat çekmektedir. Soldaki panoda, kuru ve çatlamış, koyu renkli bir cilt temsili yer alırken; sağdaki panoda pürüzsüz ve açık renkli bir cilt imajı sunulmaktadır. Reklamın sloganı ise “En beklenmedik yerden, düşünuzdan, gözle görülür şekilde daha güzel bir cilt” şeklindedir.

Görselde yer alan kadın figürlerinin konumlandırılması ve ten renkleri arasındaki kontrast, düz anlam düzeyinde sıradan bir ürün tanıtımı gibi sunulsa da, konotatif düzeyde çeşitli sembolik anlam katmanlarını çağrıştırmaktadır. Siyahi figürün sol tarafta, ‘Before’ yazısının önünde yer alması, tarihsel ve kültürel bağlamda olumsuzlukla ilişkilendirilen temsillerle örtüşebilecek bir imgelem üretmektedir. Öte yandan, beyaz tenli figürün ‘After’ yazısının önünde ve sağda konumlandırılması, temizlik ve ideal görünümle özdeşleştirilen bir bitiş noktasını çağrıştırmaktadır. Bu temsil biçimi, Batı merkezli güzellik ve temizlik normlarının görsel düzlemde yeniden üretildiği yönünde yorumlanabilir. Reklamın genel kurgusu, siyahi beden dönüştürmesi gereken bir başlangıç noktası olarak sunulması üzerinden, ten rengine ilişkin sembolik anlamların nasıl yapılandırıldığına dair tartışmalı bir örnek teşkil etmektedir.

Kadın figürlerinin jest ve mimikleri de bu göstergibilimsel okumayı destekleyecek biçimde kurgulanmıştır. Siyahi kadının doğrudan kameraya bakan nötr duruşu, onun pasif ve geçici bir “önce” figürü olarak temsil edildiğini ima ederken; beyaz kadının duruşu daha özgüvenli ve

tamamlanmış bir formu işaret etmektedir. Bu durum, yalnızca ten rengine değil, aynı zamanda beden diline yüklenen anlamlar yoluyla da ırksal ve cinsiyet temelli kalıp yargıların sürdürülmesine hizmet etmektedir.

Duş jeli gibi “temizlik” amacı güden bir ürünün tanıtımında siyah bedenın başlangıç ve dönüşüm nesnesi olarak konumlandırılması, temizlik ile beyazlık arasındaki tarihsel bağı hatırlatmaktadır. Bu bağlamda, reklamda kullanılan görsel dil; siyah teni “kirli”, “ham” ya da “geri” gibi anlamlara sabitleyen sembolik bir anlatı üretmektedir. Yüzeyde ürün kullanımına dair sıradan bir betimleme gibi görünen bu reklam karesi, derin anlam düzeyinde ırkçı kodları yeniden üreten bir temsiliyet sorununa işaret etmektedir.

Tablo 2: Dove Visiblecare Duş Jeli Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Beyaz figür	Ten rengi açık olan birey	Sağdaki “after” yazılı panonun önünde duran duş jeli ürününün kullanımı sonrası vücudun açık ten rene dönmesine vurgu
Kumral figür	Ten rengi kumral olan birey	Her iki panonun ortasında durarak ürün kullanımı arttıkça ten rengin tamamen açılmadan önceki son hali
Siyahi figür	Ten rengi koyu olan birey	Soldaki “before” panosunun önünde duran ve duş jeli ürününü kullanmayanların ilk haline vurgu
Soldaki pano	“Before” yazılı dokusu pürüzlü pano	Koyu tenli olmanın tercih edilmediği sanki ciltlerinin pürüzlü ve istenmeyen vurgusu
Sağdaki pano	“Before” yazılı dokusu pürüzsüz pano	Beyaz tenli insanların pürüzsüz ve daha güzel bir cilde sahip olduğu algısı yaratılmakta
Zemin	Figürlerin durduğu alan	Giderek açılan renk tonu ile ürün kullanımıyla rengin açıldığı algısını yaratma



Şekil 5. Sony PlayStation Protatable Reklam Tasarımı
Kaynak: <https://i.pinimg.com>

Şekil 5’te yer alan reklam görseli, bir oyun teknolojisi markasının video oyun oynatıcısına ait beyaz renkli modelin tanıtımı için hazırlanmıştır. Görselde soluk tenli, beyaz saçlı ve beyaz giysili bir kadın ile siyahi, siyah saçlı ve siyah giysili bir başka kadın figürü yer almakta; bu iki figür kompozisyonun merkezinde karşı karşıya konumlandırılmıştır. Renk kontrastı üzerinden güçlü bir görsel etki yaratılmış gibi görünse de, bu karşıtlık yalnızca estetik bir unsurdan ibaret değildir. Düz anlam düzeyinde sadece bir ürün lansmanı izlenimi uyandıran reklam, derin yapıda oldukça yüklü sembolik anlamlar taşımaktadır.

Görselin sağında yer alan beyaz kadın figürü, baskın ve hâkim bir duruş sergilemekte; siyahi kadın figürünü çenesinden yukarı kaldırarak fiziksel ve simgesel bir tahakküm kurmaktadır. Siyahi kadın ise edilgen ve karanlık bir alana hapsedilmiş şekilde, pasif bir duruşla temsil edilmiştir. Bu kurgu, tarihsel olarak Batı’daki sömürgeci imgelerde sıkça rastlanan ırksal hiyerarşilerin güncellenmiş bir versiyonu gibidir. “White is coming” (Beyaz geliyor) sloganı, yüzeyde yeni bir ürünün piyasaya sürülüşünü işaret ederken; bağlam içinde, beyazlığın yalnızca bir renk değil, gelen, egemen olan ve yerleşen üstün bir norm olarak sunulduğunu göstermektedir.

Kıyafet ve ten rengi kullanımı, klasik kültürel ikilikleri (aydınlık/karanlık, iyi/kötü, güçlü/zayıf) çağrıştırmakla siyahlığı olumsuz, beyazlığı ise olumlu anlamlarla kodlamaktadır. Özellikle iki figürün duruşları ve jestleri, beyaz kadının aktif, siyahi kadının ise pasif biçimde sunulması, bu reklamı yalnızca bir ürün tanıtımı olmaktan çıkarıp, beyaz merkezli bir temsil düzeninin yeniden üretildiği ideolojik bir söyleme dönüştürmektedir.

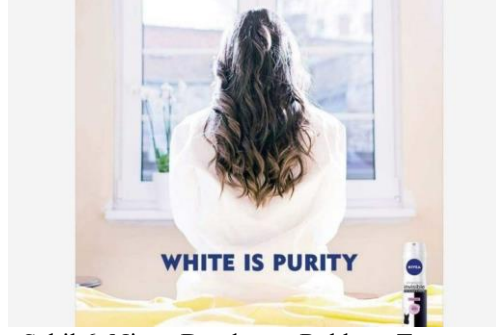
Kompozisyonadaki sembolik hiyerarşi, Barthes’ın konotatif anlam düzeyinde betimlediği gibi, ideolojik olarak yüklüdür. Görselin taşıdığı bu sembolik şiddet, günümüz medya ve reklam alanlarında ırk temelli ayrımcılığın hâlâ nasıl bilinçli ya da bilinçsiz biçimde yeniden üretilebildiğini göstermektedir. Farklı ırktan iki kadın figürünün temsili, yüzeyde çeşitliliğe gönderme yapsa da; alt metinde, beyaz figürün hâkimiyet

kuran pozisyonu ve siyah figürün edilgen konumlandırılması, çok daha derin ve sorunlu bir anlam inşasına neden olmaktadır.

Bu reklam görseli, yalnızca estetik bir tasarım veya pazarlama stratejisi değil; aynı zamanda ırksal üstünlük, tahakküm ve ötekileştirme temelli temsillerin güncel bir örneği olarak değerlendirilmelidir. Irk temelli güç ilişkilerinin temsili üzerinden kurulan bu görsel söylem, sadece bireysel algılar üzerinde değil, toplumsal bilinçte de ayrımcı yapıların sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır.

Tablo 3: Sony PlayStation Protable Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Beyaz figür	Kıyafeti ve ten rengi açık olan birey	Beyaz ışık altında beyaz saçlı ve giyimli beyaz tenli kadının duruş olarak üstün olma algısı oluşturulması
Siyahi figür	Kıyafeti ve ten rengi koyu olan birey	Siyah saçlı, koyu tenli ve siyah giysili kadın ışığın az olduğu kısımda hiçbir şey yapmadan eziliyor gibi durması
Siyah arka plan	Beyaz rengi öne çıkarma	Slogan, ürün görsel ve beyaz kadının ön plana çıkması için kullanılmakta
Slogan	Beyaz taşınabilir video oyun oynatıcı geliyor	Beyaz renkli slogan beyazın güçlü bir şekilde geliyor mesajını aktarmakta
Ürün görseli	Beyaz renkli video oyun oynatıcı	Dikkat çeken kadın figürlerinin yanında ürünle ilişki kurulmasını sağlamakta
Fiziksel temas (çene tutma)	Beyaz kadının siyah kadının çenesini yukarı doğru kaldırması	Tahakküm, aşağılama, denetim ve beden üzerinde kontrol iması
Zıt giyim/renk kodlaması	Beyaz kadının beyazlar içinde, siyah kadının siyahlar içinde olması	ikili karşıtlık: “iyi/kötü”, “aydınlık/karanlık”, “hakim/mağlup” şeklindeki kültürel kodlamaların yeniden üretimi



Şekil 6. Nivea Deodorant Reklamı Tasarımı

Kaynak: <https://guardian.ng/>

Şekil 6’da yer alan reklam yüzeyde temizlik, saflık ve hijyen gibi olumlu değerleri yüceltmek amacı taşıyor gibi görünse de, derin yapıda beyaz rengin normatif bir üstünlük kodu olarak kullanılmasıyla, beyaz ırkın idealleştirdiği problemleri bir söylem inşa edilmektedir.

Reklam kampanyası, NIVEA’nın “Black & White Invisible” ürününe dair Ortadoğu pazarı için geliştirilmiş ve “White is purity” (Beyaz saflıktır) sloganıyla sosyal medyada yayımlanmıştır. Reklamda tamamen beyaz giysiler içinde, beyaz bir arka plan önünde konumlandırılmış açık tenli bir kadın figürü yer almakta; bu temsil biçimi, düz anlam düzeyinde ürünün beyaz kıyafetlerde leke bırakmadığına işaret etmektedir. Ancak konotatif düzeyde bu söylem, “beyaz olan saftır” ile “beyaz ırk saftır” arasında çift anlamlı bir bağlam üretmektedir. Siyahi ya da farklı etnik kimliklere sahip figürlerin görselde yer almaması, beyazlığın temsili üstünlüğünü daha da belirgin hâle getirmektedir.

Figürün çevresi (beyaz pencere, kirli beyaz duvarlar, beyaz gökyüzü ve parlak sarı örtü) tümüyle beyazlık temasını merkezileştirmektedir. Görselin bu düzenlemesi, beyaz rengin yalnızca estetik değil, aynı zamanda ahlaki ve kültürel bir norm olarak yüceltildiğini göstermektedir.

Beyaz rengin bu biçimde sunulması, kimi izleyiciler tarafından beyaz tenin ya da kimliğin arzu edilen bir norm olarak temsil edildiği biçiminde yorumlanabilir. Bu temsiller, Mary Douglas’ın temizlik-saflık ilişkisine dair kuramını hatırlatacak biçimde, beyazlığın düzen, saflık ve normatif kimlik ile özdeşleştirildiği; ötekinin ise dışlanan, lekelenmiş ya da eksik olarak inşa edildiği bir söylem inşa etmektedir.

Söz konusu söylemsel yapı, yalnızca ürünün hijyenik özelliklerine gönderme yapmaktan öte; beyazlığın evrensel ve değişmez bir idealleştirme biçimi olarak pazarlanmasına yol açmaktadır. NIVEA kampanyasının sosyal medya üzerinden aldığı tepkiler, bu sembolik anlatının kamuoyu tarafından ırkçı olarak algılandığını ve çeşitli kullanıcı grupları özellikle beyaz üstünlükçü çevreler tarafından sahiplenildiğini göstermiştir. Firmanın kampanyayı geri çekmesi ve özür dilemesi bile, reklamın taşıdığı örtük

anlamaların nasıl fark edilmeden üretilip dolaşıma sokulabildiğini açık biçimde ortaya koymaktadır.

Reklamın sunduğu görsel düzenleme, bazı bağlamlarda beyaz kimliğin idealize edilmesi ve evrensel bir norm olarak sunulması biçiminde değerlendirilebilir. Bu tür temsillerin, görsel kültür aracılığıyla toplumsal önyargıların yeniden üretimine katkıda bulunabilecek yapılar sunduğu düşünülebilir.

Tablo 4: Nivea Deodorant Reklamı Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Kadın figürü	Arkası dönük uzun saçlı kadın	Beyaz gün ışının altında beyaz giysi ile beyaz pencerenin önünde duran kadının temizliği sembolize etmesi
Slogan	Beyaz saflıktır	Saflığın ve temizliğin sadece beyaza atfedilmesi
Arka plan	Beyaz renkli ve gün ışığı olan bir alan	Duvar, pencere ve çiçek gibi arka plan unsurlarının beyaz ile ilişkilendirilmesi



Şekil 7. Nivea for Men Kendinizi Yeniden Uygarlaştırın Reklam Tasarımı.

Kaynakça: <https://www.nbcnews.com>

Şekil 7’de yer alan reklam, popüler bir kişisel bakım markasının erkek deodorant ve tıraş ürünlerine yönelik kampanyasının bir parçası olarak tasarlanmıştır. Reklam görselinin düz anlam düzleminde bakıldığında, sportif, bakımlı ve şık giyimli bir siyahi erkek figürünün elinde, uzun saçlı ve sakallı başka bir siyahi yüz maskesini tuttuğu görülmektedir. Figür, bu maskeyi fırlatacakmış gibi bir pozisyonda konumlandırılmış; sağ tarafta ise ürün görselleri ile birlikte “Umurundaymış gibi görün” ve “Kendini yeniden medenileştir” sloganları yer almaktadır.

İlk bakışta bir bakım ürününün tanıtımından ibaret gibi görünen bu reklam, derin yapıda taşıdığı semboller ve dilsel göstergeler aracılığıyla oldukça problematik bir ideolojik anlam inşasına zemin hazırlamaktadır. Siyahi erkek figürünün elinde tuttuğu yüz maskesi, figürün “önceki hâli”

olarak kodlanmakta; afro saçlı, sakallı ve doğal görünümüyle geçmiş, yetersiz, hatta “ilkel” bir temsili işaret etmektedir. Reklam bu haliyle yalnızca fiziksel bakım değil, kimliğin dönüşümünü daha açık bir ifadeyle, beyaz normlara uyumlu bir görünüm kazanma sürecini vaat etmektedir.

“Re-Civilize Yourself” (Kendini yeniden medenileştir) sloganı, bu ideolojik çerçevenin dilsel taşıyıcısıdır. Tarihsel olarak “medenileştirme” kavramı, Batı sömürgeciliği tarafından siyahi ve yerli halklara yönelik tahakkümün meşrulaştırılmasında kullanılmıştır. Bu bağlamda, reklamın modern bir ürünü tanıtırken aynı kavramı siyahi bir figür aracılığıyla yeniden üretmesi, siyahi kimliğin doğal haliyle “medeniyet dışında” konumlandırıldığını göstermektedir. Afro saç ve sakal gibi kültürel kimlik göstergeleri, reklamın söyleminde, kurtulunması gereken bir “yük” ya da geride bırakılması gereken bir geçmiş olarak sunulmaktadır.

Bu temsil biçimi, siyahi bireylerin kendi tarihsel ve kültürel kimlikleriyle var olamayacağı, ancak normatif yani Batı merkezli ve beyaz kodlarla tanımlanmış bir görünüm kazandıklarında kabul görebilecekleri yönünde bir mesaj taşımaktadır. Görseldeki “maskeyi atma” hareketi, adeta kişinin kendi kimliğini reddetmesi, onu sembolik olarak yok etmesi çağrısını içermektedir. Böylece reklam, bakım ürünü tanıtımı biçiminde yapılandırılmış olsa da, kullanılan göstergeler bağlamında kültürel asimilasyon çağrısını yapan bir temsil biçimi sunmaktadır.

Bu reklam, gelen eleştiriler sonrası yayından kaldırılmış ve şirket kamuoyundan özür dilemiştir. Ancak bu örnek, çağdaş reklamcılığın hâlâ tarihsel tahakküm dillerini nasıl bilinçli ya da bilinçsiz biçimde yeniden üretebildiğine dair çarpıcı bir gösterge niteliği taşımaktadır. Görsel kültür alanında Afro saç ve sakalın temsil ediliş biçimi, temizlik ve modernlik gibi kavramlarla ilişkilendirilerek, kültürel kimlikler üzerinde sembolik baskının sürdürülmesine hizmet etmektedir.

Şekil 7’deki reklam, siyahi kimliği doğal haliyle dışlayarak; bakım ürünü kullanımı üzerinden bireyin medenileştirilmesi gerektiği fikrini yayan, ırk temelli ayrımcılığı yeniden üreten ideolojik bir temsildir. Reklamın sunduğu görsel yapı, afro-kültürel kimliğin bastırılması ve beyazlıkla ilişkilendirilen normlara yönelim arasında sembolik bir gerilim yarattığı biçiminde yorumlanabilir.

Tablo 5: Nivea for Men Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
İnsan figürü	Şık giyimli olan birey	Modernleşmeye ve uygarlaşmaya çalışan kişi
Maske	İnsan kafasından oluşan topa benzetilen maske	Siyahi kişilerin tıraşsız ve uzun saçlı halinin, tıraş olunarak ve saç kestirerek uygarlaşabilir algısı
Arka plan	Sokak ışıklarının olduğu bir park alanı	Güneş ile aydınlatılan ve uzayıp giden zemin, adım adım uygarlığa yaklaşma ve sonunda aydınlık bir medeniyete kavuşma
Slogan	Kendinizi yeniden uygarlaştırın	Bakımsız ve saçlı sakallı olmanın medeniyetsiz olduğu vurgusu
Ürün görseli	Sağ tarafta yer alan üç farklı formda ürün	Reklamı inandırıcı kılmak



Şekil 8. GAP Kids Her Şeyi Yapabilen Çocuklar Reklam Tasarımı

Kaynakça: <https://www.huffpost.com/>

Şekil 8’da günümüz popüler giyim marka kampanyası için üretilmiş olan “Her Şeyi Yapabilen Çocuklar” isimli reklam tasarımı görülmektedir. GAP Kids tarafından yayımlanan bu reklam görseli, yüzeyde çeşitlilik ve kapsayıcılık mesajı verirken, derin yapıda ırksal temsiller açısından sorunlu bir anlatı sunmaktadır. Görselde, üçü beyaz ve biri siyahi olmak üzere dört kız çocuğu farklı pozlarda konumlandırılmıştır. Soldaki çocuk baş aşağı durmakta, sağdaki çocuk ise balerin esnekliğinde bir duruş sergilemektedir. Ortada yer alan iki figürden biri, siyahi çocuk, ayakta ve hareketsiz bir pozisyonda yer almakta; bedensel ifadesi belirgin biçimde pasif ve donuktur.

İlk bakışta çeşitliliği ve çocukların çok yönlülüğünü vurguluyor gibi görünen bu sahne, Roland Barthes’ın göstergebilimsel çözümlemesiyle değerlendirildiğinde, yalnızca denotatif düzeyde değil, konotatif düzeyde de anlam üretmektedir. Siyahi figürün mekânsal konumu, ten rengi ve duruşu, görselde bilinçli ya da bilinçsiz olarak bir hiyerarşi yaratmaktadır. Beyaz çocuklar aktif ve dinamik duruşlarıyla fiziksel yeterliliği temsil ederken;

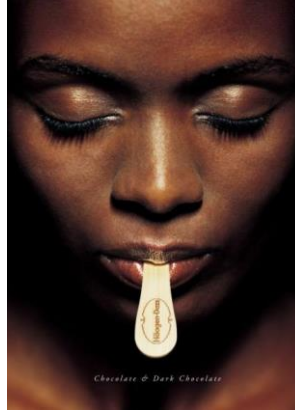
siyahi çocuk figürü hem hareketten hem de görsel odaktan dışlanmış bir konumda sunulmaktadır. Özellikle ortada yer alan beyaz çocuğun kolunun siyahi çocuğun başına yaslanması, bu figürü adeta bir zemin gibi kullanmakta ve nesneleştirici bir söylem üretmektedir.

Reklamda yer alan “LOVE” (sevgi) yazılı tişört ise ironik bir çelişki yaratır. Görsel düzlemde kapsayıcı bir sevgi mesajı verilse de, temsil edilen figürler arasındaki eşitsizlik, bu söylemin görsel pratikte karşılık bulmadığını gösterir. Siyahi çocuğun kıyafeti ve ten rengi, diğer figürlerle kıyaslandığında arka planla daha az uyum içindedir ve kontrast bir biçimde öne çıkarılarak geri plana itilmiştir. Bu durum, bazı izleyicilerde sembolik dışlanma ya da görsel odaktan uzaklaşma hissi yaratabilecek bir temsil düzeni oluşturabilir.

Reklamın amacı kapsayıcılığı teşvik etmek olsa da, görseldeki yerleştirme, beden dili ve renk uyumsuzlukları, istemeden de olsa ırksal önyargılara dayalı bir hiyerarşik düzen yaratmaktadır. Görselin derin yapısında, beyaz çocuklara “her şeyi yapabilen” figürü atfedilirken; siyahi figür edilgen, hatta neredeyse fon işlevi gören bir öge hâline indirgenmiştir. Bu örnek, çağdaş pazarlama kampanyalarının çeşitlilik ve kapsayıcılık iddiasına rağmen, görsel temsil yoluyla nasıl ayrımcı anlamlar üretebildiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 6: GAP Kids Her Şeyi Yapabilen Çocuklar Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Baş aşağı figür	Amuda kalkan açık tenli kız çocuğu	Yetenekli ve başarılı çocuk algısı
Ayağını tutan figür	Bale hareketi yapan kız çocuğu	Baledeki zor hareketlerden birini yaparak üstünlük algısı yaratma
Kolunu yaslayan figür	Kolunu siyahi çocuğa dayayan kız çocuğu	Üstünlük kurma çabası ile kolunu kafasına basarak siyahi kız çocuğunun hiçbir şey yapamayacağı vurgusu
Siyahi figür	Diğerlerinden farklı olarak açık renk giysi giyen kız çocuğu	Diğer çocuklar içerisinde en kısa boylu bırakılarak ezilme vurgusu. Ayrıca hiçbir hareket yaptırılmaması her şey yapabilen çocuklar sloganına uygun olmama durumunu göstermekte
Arka plan	Gri renk	Açık ten renkli çocukların giysi renkleri ile uyumlu bir arka plan yaratılarak siyahi renkli ve pembe giysili çocuğun geri planda kalması



Şekil 9. Haagen-Dazs Reklam Tasarımı.
Kaynakça: <https://chocolateclass.wordpress.com>

Şekil 9’da Häagen-Dazs için hazırlanmış “Çikolata” temalı bir dondurma reklamı yer almaktadır. Görsel düzlemde yalnızca bir ürün tanıtımı yapılıp gibi görünse de, yakın plan bir kadrajla verilen siyahi kadın figürü ve ona eşlik eden metinsel yapı, temsildeki sorunları açığa çıkarır. Kadının gözleri kapalıdır, dudaklarının arasında ise Haagen-Dazs logosunu taşıyan bir dondurma çubuğu bulunmaktadır. Görselin hemen altında yer alan “çikolata & bitter çikolata” ifadesi, doğrudan ürün çeşitliliğini ifade ediyor gibi görünse de, çikolata görselinin doğrudan kullanılmaması ve onun yerine siyahi bir beden sunulması, anlamı derinleştiren simgesel bir yer değiştirme yaratır.

Reklamda siyahi kadının ten rengiyle çikolata arasında kurulan metaforik ilişki, tarihte kökleri bulunan egzotikleştirme pratiklerini yeniden üretmektedir. Siyahi kadınlar, uzun yıllardır Batı görsel kültüründe baştan çıkarıcı, tüketilebilir ve erotik bir nesne olarak temsil edilmiş; bu temsil biçimi sömürgeci bakışla harmanlanarak hem ırksal hem de cinsiyet temelli bir ayrımcılığı beslemiştir. Reklamda da benzer bir temsil stratejisi uygulanmakta; siyahi kadın çikolata ile özdeşleştirilerek, ten rengi üzerinden bir tat ya da arzu nesnesine dönüştürülmektedir.

Kadının gözlerinin kapalı olması, edilgenlik ve içe kapanıklık temsiline işaret eder. İzleyici ile göz teması kurmayan bu figür, kendi özneselliğinden yoksun bir biçimde yalnızca bakışa sunulmuş bir beden olarak kurgulanır. Dondurma çubuğunun ağızdan yeni çıkarılmış gibi konumlandırılması ve fallik formu, cinsel çağrışımı güçlendirerek, kadının bir haz nesnesi olarak kodlanmasına neden olur.

Çikolatanın yalnızca bir tat değil, aynı zamanda bir beden, hatta cinsiyetlendirilmiş ve ırksallaştırılmış bir tüketim nesnesi olarak sunulması, hem görsel hem de metinsel düzlemde çok katmanlı bir ayrımcılık üretir. Bu reklam, ürünle özdeşleştirilen siyahi kadını erotik ve egzotik bir temsile

indirgerken, aynı zamanda ırkçı ve cinsiyetçi ideolojilerin estetikleştirilmiş bir taşıyıcısı hâline gelir.

Tablo 7: GAP Kids Her Şeyi Yapabilen Çocuklar Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Siyahi figür	Koyu tenli sadece yüzü görünen birey	Siyahi birey kullanılarak çikolata rengine çağrışım yapılmakta
Dondurma çubuğu	Koyu tenli bireyin ağzında yer alan çubuk	Ortamdaki tek açık renkli öge olan dondurma çubuğu hem üzerinde yazılı markaya hem de dondurma olduğuna dikkat çekebilmek için yoğun ışığa maruz bırakılması
Reklam başlığı	Çikolata & bitter çikolata	Yazının bulunduğu alandaki keskin gölge vurgusuyla ten renginin çikolatalı kısmı için daha açık bitter çikolatalı kısmı için daha koyu gölge vurgulanmakta



Şekil 10. Nicofresh E-Sigara Reklam Tasarımı.

Kaynakça: <https://www.theguardian.com/>

Şekil 10’da, elektronik sigara markası NicoFresh’in “Tütün yok. Tabu yok.” (No Tobacco. No Taboo.) kampanyası kapsamında üretilmiş bir reklam tasarımı yer almaktadır. Görselde, yaşlı beyaz bir kadın ile genç siyahi bir erkek figürü samimi bir biçimde yan yana oturmaktadır. Kadının elinde bir e-sigara bulunmakta, arka planda ise ürün logosu ve kampanya sloganı yer almaktadır. Kadının kıyafeti, aksesuarları ve oturma alanı, belirli bir sosyoekonomik statüyü çağrıştırmaktadır. Düz anlam düzleminde değerlendirildiğinde, yalnızca bir ürün tanıtımı izlenimi vermektedir.

Ancak yan anlam düzleminde incelendiğinde, görselin çok katmanlı sembolik temsiller içerdiği görülmektedir. Figürlerin yaş, ırk ve toplumsal cinsiyet bakımından oluşturduğu karşıtlık, reklamın merkezinde yer alan “tabu” kavramını görsel olarak desteklemektedir. Genç bir siyahi erkeğin yaşlı beyaz bir kadınla fiziksel temasa geçtiği bu kompozisyon, Batı görsel kültüründe çoğunlukla norm dışı kabul edilen bir ilişki biçimini temsil etmektedir. Bu bağlamda slogan “Tabu yok”, yalnızca ürünü değil, aynı

zamanda toplumsal kabullerin sınırlarını zorlayan bir yaşam tarzını da pazarlamaktadır.

Reklamda kullanılan figür seçimi, bilinçli olarak toplumsal tabulara gönderme yapmaktadır. Siyahi erkek figür, tarihsel olarak Batı söyleminde cinselliği vurgulanmış siyah beden stereotipini yeniden üretmektedir. Kadın figür ise, yaşlılığın genellikle cinsiyetsizlikle özdeşleştirildiği kültürel anlatıların dışına çıkarılmakta ve bu kez hâkimiyetin simgesi olarak konumlandırılmaktadır. Bu durum, yalnızca bireysel temsiller değil, aynı zamanda yaş ve ırk temelli toplumsal normlara dair ideolojik mesajlar üretmektedir.

Görseldeki tensel yakınlık, reklamı sıradan bir ürün tanıtımının ötesine taşıyarak, sigarayı “yasak zevk” ile özdeşleştiren sembolik bir düzleme yerleştirmektedir. Elektronik sigara, burada yalnızca bir nikotin alternatifi değil; toplumsal normlara karşı çıkmamanın, sınır ihlallerinin ve “özgürleşme” retoriğinin aracı olarak sunulmaktadır.

Reklam, cinsellik, ırk ve yaşlılık gibi bir arada sunulması nadir olan toplumsal kategorileri temsil ederek dikkat çekmeyi hedeflemektedir. Ancak bu temsiller, eleştirel bir söylem üretmektense, görsel “sıra dışılığı” ticarileştiren bir fetiş nesnesine dönüştürmektedir.

Tablo 8: Nicofresh E-Sigara Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Erkek figürü	Siyahi genç erkek	Genç olmasına rağmen siyahi olduğu için yaşlı kadınların bile tercih etmeyeceği algısı
Kadın figürü	Yaşlı beyaz tenli kadın	Bakımlı ve açık tenli yaşlı kadın reklamda ürünü de elinde tutarak vurgulamakta
Slogan	Tütün yok. Tabu yok.	Tabuların yıkılarak yaşlı ve açık tenli kanın genç ve siyahi bir erkekle olması
Ürün görseli	Elektronik sigara	Reklama inandırıcılık katma
Arka plan	Ev ortamı	Rahatlık sakinlik ve baş başa kalma



Şekil 11. Paddy Power Reklam Tasarımı.

Kaynakça: <https://metro.co.uk/>

Şekil 11’de, Paddy Power isimli spor bahis şirketi tarafından boksör Floyd Mayweather için hazırlanan reklam tasarımı yer almaktadır. Görselde, başı gövdesine oranla abartılı biçimde büyük çizilmiş siyahi erkek sporcu figürü sağ tarafta konumlandırılmış; sol tarafta ise “Always Bet on Black” (Daima siyaha bahis yap) sloganı ile kampanyaya ilişkin metinsel içerik yer almaktadır. Arka planda uçuşan para görselleri, boks ringi ve Mayweather’ın gülümseyen yüzüyle birlikte bu tasarım, ilk bakışta mizahi ve karikatürize bir etki yaratmaktadır. Ancak derinlemesine incelendiğinde, reklamın ırksal stereotipleri yeniden ürettiği ve sorunlu bir temsil stratejisi benimsediği görülmektedir.

Reklamın düz anlam düzeyinde, başarılı bir siyahi sporcunun maddi kazanımı ve fiziksel gücü öne çıkarılmaktadır. Ancak yan anlam düzeyinde, hem figürün biçimsel özellikleri hem de slogan tercihi ırkçı göndermelere dayanan kültürel kodları devreye sokmaktadır. “Always Bet on Black” ifadesi, yüzeyde bir kumar terimi olarak kullanılmakta gibi görünse de, siyahi bedene doğrudan yapılan göndermeyle birlikte çifte anlam kazanmaktadır. Bu ifade, geçmişte ABD’de siyahilere yönelik aşağılayıcı kalıp yargılarla ilişkilendirilmiş ve toplumsal önyargıların bir parçası hâline gelmiştir. Sloganın bu bağlamda kullanımı, ırksal kimliği alaycı ya da esprili bir dile indirgemekte ve ayrımcı bir retoriği görünmez kılmaktadır.

Figürün başının grotesk biçimde büyük çizilmesi ve çevresindeki para saçılması, siyah bedeni salt fiziksel güce, maddi başarıya ve gösteriye indirgemektedir. Bu durum, tarihsel olarak siyahi erkek figürünün “hiperfiziksel”, bedensel performansa indirgenmiş temsillerine benzerlik göstermektedir. Mayweather figürü, zihinsel ya da insani yönleriyle değil, yalnızca fiziksel kudreti ve ekonomik başarısıyla öne çıkarılmakta; bu da temsilde tek boyutlu bir kimlik inşasına yol açmaktadır.

Görselin sunduğu mizahi atmosfer, ırk temelli önyargıların eğlenceli bir estetikle yeniden üretilmesini meşrulaştırmaktadır. Reklam dili, siyahi bedenin karikatürleştirilmesi ve nesneleştirilmesi yönünde yorumlanabilecek göstergeler içermektedir. Bahis önerisinin bu figür üzerinden yapılması, ten rengi ile başarı arasında kurulan nedensel ilişkiyi doğallaştırmakta ve toplumsal eşitsizlikleri görmezden gelen bir anlatı oluşturmaktadır.

Bu reklam, görsel söylem aracılığıyla yalnızca siyahi kimliği araçsallaştırmakla kalmamakta; aynı zamanda toplumsal cinsiyet, ırk ve sınıf temelli önyargıların ticari bir ürün üzerinden dolaşıma sokulmasına da katkı sunmaktadır.

Tablo 9: Paddy Power Reklam Tasarımı Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Erkek figürü	Siyahi boksör olan erkek	Vücut ölçüleri anormal gösterilerek dikkat çekilmiş ve siyahilerin daha iyi dövüştüğü algısı yaratılmış, etrafında uçuşan paralar ile katıldığı dövüşü kazanır imajı verilmekte
Slogan	Daima siyaha bahis yap	Siyah renkte ve büyük harfler ile yazılarak siyahi üstünlüğü vurgulanmakta
Marka	Paddy Power	Tabuların yıkılarak yaşlı ve açık tenli kanın genç ve siyahi bir erkekle olması
Arka plan	Ring alanı	Rahatlık sakinlik ve baş başa kalma



Şekil 12. Volkswagen Golf Reklam Tanıtım Videosu.

Kaynakça: <https://www.standard.co.uk>

Şekil 12’de, bir otomobil markasının reklam kampanyası kapsamında üretilmiş video temelli bir reklam görseli yer almaktadır. Kompozisyonda, bir otomobilin yanında duran siyahi erkek figürü ve sahneye dışarıdan müdahalede bulunan büyük beyaz bir el yer almaktadır. Figürlerin kaldırım kenarında ve mağaza vitrini önünde konumlanmış olması, sahnenin kentsel bir ortamda geçtiğini göstermektedir. Video ilerledikçe, beyaz elin parmak uçlarıyla siyahi figürü yönlendirdiği ve otomobilin yanından uzaklaştırdığı görülmektedir. Görselin yüzeyinde sıradan bir etkileşim sunuluyor gibi görünse de, göstergibilimsel açıdan incelendiğinde derin anlam düzleminde ırksal ve sömürgeci söylemleri çağrıştıran simgesel yapılar barındırmaktadır.

Reklamda, büyük beyaz elin siyahi erkek figürü üzerindeki yönlendirici etkisi, güç ilişkilerine ve otoriteye dair sembolik bir temsile dönüşmektedir. Elin fiziksel müdahalesi, yalnızca bireyler arası etkileşimi değil, aynı zamanda tarihsel olarak beyaz bedenin siyah beden üzerindeki kontrol ve tahakkümünü sembolize etmektedir. Bu açıdan bakıldığında, figürlerin seçimi ve konumlandırılması, ırksal güç hiyerarşilerini görselleştiren bir anlatı kurmaktadır.

Videonun devamında, siyahi figürün “Petit Colon” yazılı bir yapıya doğru itilerek yönlendirilmesi ise doğrudan sömürgeci çağrışımları devreye

sokmaktadır. Fransızca “Petit Colon” ifadesi “küçük yerleşimci” anlamına gelmekte ve bu kavram, sömürgecilik tarihinde beyaz Avrupalıların yerli topraklardaki üstünlük iddialarıyla ilişkilendirilmektedir (Motune, 2020). Bu bağlamda, siyahi bedenın istemsizce bu yapıya yönlendirilmesi, hem tarihsel hem de kültürel bağlamda dışlayıcı ve baskılayıcı bir temsiliyet örneği olarak değerlendirilmektedir.

Siyahi figürün edilgenliği, beyaz elin yönlendirici ve kontrol edici pozisyonu ile birlikte düşünüldüğünde, görselin yalnızca bir ürün tanıtımından ibaret olmadığı; aynı zamanda beyazlık merkezli bir güç gösterisinin estetikleştirilmiş biçimi olduğu anlaşılmaktadır. Görsel yapı, ten rengi, beden konumu ve fiziksel müdahale yoluyla ırksal ayrımcılığın görsel kodlarını yeniden üretmektedir.

Bu reklam, sömürgeci bakışın modern temsil biçimleriyle nasıl güncellenebildiğini ve ırksal önyargıların günümüz reklam stratejilerine nasıl entegre edilebildiğini göstermektedir.

Tablo 20: Volkswagen Golf Reklam Tanıtım Videosu Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Erkek figürü	Siyahi erkek	Ürünün ile ilgilenen ve yanında duran siyahi erkek figürünün sahneden uzaklaştırılma biçimi istenmeme algısı yaratmakta
İnsan eli	Beyaz ten renkli insan eli	Beyaz tenli el orantısız olarak küçük olan siyahi erkek figürünü parmak uçları ile sanki böceği uzaklaştırıyormuş gibi hareket ettirilmesi
Ürün	Markanın tanıttığı otomobil	Korunması gereken bir ürün algısı yaratılması
Arka plan	Cadde ortamı	Cadde de dükkân ve vitrinlerin yer alması modern şehirli bir imaj vermekte



Şekil 13. Heineken Reklam Tanıtım Videosu.

Kaynakça: <https://news.sky.com>

Şekil 13’te, Heineken Light markasının “Sometimes, lighter is better” (Bazen, daha hafif daha iyidir) sloganıyla sunduğu reklam tasarımı yer almaktadır. Reklamda bir bar sahnesi kurgulanmış; açık tenli bir barmen figürü dürbün aracılığıyla içki içmek istemeyen açık tenli bir kadını fark etmektedir. Ardından, Heineken Light şişesi tezgâh üzerinden kaydırılarak,

iki siyahi kadın ve bir siyahi erkek figürünün yanından geçmekte ve nihayetinde açık tenli kadına ulaşmaktadır. Görsel, ilk bakışta ürünün hafif içeriğine gönderme yapan bir kampanya izlenimi vermektedir. Ancak derinlemesine incelendiğinde, bu reklamın ten rengi üzerinden kurgulanan örtük bir hiyerarşi barındırdığı anlaşılmaktadır.

Reklamın merkezinde yer alan “Bazen, daha hafif daha iyidir” sloganı, yüzeyde biranın içeriğine atıfta bulunuyor gibi görünse de, “lighter” sözcüğünün aynı zamanda açık ten anlamına gelmesi nedeniyle çift anlamlı bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda slogan, hem ürünün niteliğine hem de ırksal kimliğe dolaylı biçimde gönderme yapmaktadır. Açık tenli kadın figürüne ulaşan içki şişesi, anlatının sembolik merkezini oluşturmakta; siyahi figürler ise yalnızca geçiş mekânları ya da dolaylı sahne öğeleri olarak kullanılmaktadır.

Reklamın görsel anlatımı, sırasıyla incelendiğinde bu hiyerarşi daha açık hâle gelmektedir: İlk karede içki hazırlayan beyaz barmen otoriter bir pozisyonda yer almakta; ikinci karede siyahi bir adam gülümsese de kamera odağı içki şişesindedir. Üçüncü karede ise, şişe açık tenli genç bir kadının eline ulaşmakta ve bu an, ışık ve kompozisyon yoluyla reklamın zirve sahnesi olarak sunulmaktadır. Bu yapı, arzu edilen ve ödüllendirilen öznenin açık tenli birey olduğunu dolaylı biçimde pekiştirmektedir.

Reklam, beyazlıkla özdeşleştirilen modernlik, çekicilik ve başarı kavramlarını merkeze alırken, siyahi figürleri yalnızca anlatının “periferik” unsurları olarak göstermektedir. İçki şişesinin geçişi, yalnızca fiziksel bir hareket değil, aynı zamanda sembolik bir ayrımın da ifadesi olarak işlev görmektedir. Beyaz kadın figürü, ideal tüketici ve arzusun nihai hedefi olarak yüceltilmekte; siyahi figürler ise hikâyenin arka planına itilmekte ya da yalnızca “dekoratif” geçiş öğeleri olarak temsil edilmektedir.

Bu görsel strateji, içki reklamı kılığı altında beyaz üstünlüğünü yücelten bir söylem üretmektedir. Ten rengi ile arzu edilebilirlik, “hafiflik” ile değer ilişkisi kurularak, reklam modern pazarlama diliyle ırksal bir ideolojiyi yeniden üretmektedir. Bu durum, Batı merkezli temsil kalıplarının güncel reklam pratiklerine nasıl adapte edildiğini ve ırkçılığın nasıl örtük biçimlerde yeniden dolaşıma sokulduğunu açık biçimde göstermektedir.

Tablo 31: Heineken Reklam Tanıtım Videosu Analizi

Gösteren	Düz Anlam	Yan Anlam
Erkek figürü	Beyaz ten renkli erkek	Barda yer alan beyaz tenli erkeğin sadece beyaz tenli kadının sıkıntısını görmesi ve onun özel olduğu algısı yaratılması
Beyaz kadın figürü	Beyaz ten renkli kadın	Form ve biçimin korunma algısının beyaza bireye yüklenmesi nedeniyle önünde duran içeceği kalorisi yüksek olduğu için içememesi
Siyahi kadın figürü	Koyu ten renkli kadın	Kalorisi düşün olan içecek önünden geçerken elde etmek istediği ürünün başka bir bireye gitmesi siyahi kadının hak etmediği düşüncesi ortaya çıkması
Ürün	İçecek şişesi	Kalorisi düşük formda kalmak isten bireyler için üretilmiş bir ürün
Arka plan	Bar ve bistro	Birçok etnik grubun yer aldığı müzik ve içeceklerin bulunduğu bir mekân

SONUÇ

Bu çalışma, reklam endüstrisinin toplumsal yapılar üzerindeki etkisini gösterebilimsel bir perspektifle inceleyerek, ırk temelli ayrımcılığın görsel ve dilsel temsiller aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini ortaya koymuştur. Reklamlar yalnızca ürün tanıtımı yapan araçlar değil; aynı zamanda kültürel değerlerin, ideolojik kodların ve toplumsal normların üretildiği ve yeniden dolaşıma sokulduğu güçlü iletişim ortamlarıdır. Özellikle küresel markaların ürettiği reklam görselleri, kültürel hafızada yerleşik olan ırkçı söylemleri çoğu zaman fark edilmeden yeniden devreye sokarak toplumsal önyargıların sürekliliğini sağlamaktadır.

Reklamlarda yer alan ırkçı göstergeler, yalnızca estetik tercihler değil, aynı zamanda belirli ırksal kimliklere dair mitolojik anlamlar taşıyan ve bu anlamları pekiştiren ideolojik yapılar olarak işlev görmektedir. “Düz anlam” ve “yan anlam” katmanlarıyla analiz edilen bu göstergeler; beyaz figürlerin güçlü, olumlu ve merkezî rollerle; siyahi figürlerin ise edilgen, temizlik veya dönüşüm nesnesi hâlinde sunulması gibi temsillerle, tarihsel olarak kolonyal döneme ait ırkçı mitlerin güncellenmiş hâllerini üretmektedir. Bu durum, siyahi bireylerin reklam kurgularında ya hiç görünmemesi ya da yalnızca dönüşmesi gereken, egzotikleştirilmiş ve denetlenebilir nesneler olarak temsiliyle sonuçlanmaktadır.

Bu bağlamda, reklamların sunduğu “güç”, “modernlik”, “temizlik” ve “uygarlık” gibi kavramların beyazlıkla özdeşleştirilmesi, yalnızca bireysel

düzeyde değil; yapısal ve kültürel düzeyde bir dışlama pratiğini yansıtmaktadır. Reklamlarda kullanılan mekân tasarımları, ışık-gölge dengeleri, dilsel seçimler, beden dili ve sloganlar, Barthes'ın mit kavramı çerçevesinde birer ideolojik aygıt dönüşmekte; ırksal hiyerarşilerin yeniden üretilmesine aracılık etmektedir. Irkçılık miti, görsel kodlar ve semboller aracılığıyla topluma aktarılmakta ve toplumsal bilinçaltında meşruiyet kazanmaktadır.

Göstergebilimsel analiz, bu tür ırkçı temsillerin yalnızca yüzeysel anlamlarını değil, taşıdığı derin kültürel ve politik yapıları da görünür kılmak açısından kritik bir araçtır. Bu sayede, reklamlarda yer alan işaretlerin sadece neyi temsil ettiğini değil, aynı zamanda bu temsillerin nasıl işlediğini, ne tür önyargıları pekiştirdiğini ve toplumsal yapılarla nasıl ilişkilendiğini anlamak mümkün olmaktadır.

Sonuç olarak, reklamlar üzerinden kurulan bazı temsiller, sistemik ayrımcılığın yeniden üretimine ve toplumsal eşitsizliklerin norm hâline gelmesine katkı sağlayan ideolojik alanlar olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle, reklam üreticilerinin yalnızca estetik ya da pazarlama odaklı değil; aynı zamanda etik sorumluluklar çerçevesinde hareket etmeleri zorunludur. Reklamlardaki ırkçı stereotiplere karşı duyarlılık geliştirmek, yalnızca üreticilerin değil; aynı zamanda tüketicilerin, eğitimcilerin ve medya kuruluşlarının ortak sorumluluğudur. Medya okuryazarlığının güçlendirilmesi, göstergebilimsel okuma pratiklerinin yaygınlaştırılması ve eleştirel izleme becerilerinin toplumsallaştırılması, daha adil, kapsayıcı ve eşitlikçi bir medya kültürü inşası için vazgeçilmezdir. Göstergebilimsel yaklaşım, bu doğrultuda hem akademik hem toplumsal düzlemde dönüştürücü bir potansiyele sahiptir. Bu tür eleştirel okumaların eksikliğinde, reklam endüstrisinin yalnızca tüketim değil, aynı zamanda ayrımcılığı estetik yollarla yeniden üretme potansiyeli taşıyan bir alan hâline gelebileceği ileri sürülebilir.

REFERANSLAR

- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve Göstergebilim. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 13(26), 17-41.
- Çakı, C. (2018). Roland Barthes' in Göstergebilimsel Çözümlemesi ile Nazi Propagandasında Engelliler. SDÜ İFADE, (2), 66-91.
- Çelenk, S. (2010). Ayrımcılık ve Medya. Televizyon Haberciliğinde Etik, 211, 228.
- Çetin, İ. (2019). Televizyon reklamlarında cinsellik kullanımı üzerine etik inceleme: Hasbro yılbaşı reklamı. Aksaray İletişim Dergisi, 1(2), 156-180.

Demir, H. (2022). Sosyal Medya Platformlarında Irkçı ve Cinsiyetçi Reklam Söylemleri: Hazır Yemek Zinciri Reklamlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi. UBCAK 9. Uluslararası Bilimsel Çalışmalar Kongresi.

Güneş, A. (2013). Göstergebilim Tarihi. *Humanities Sciences*, 8(4), 332-348.

Holat, O. (2021). Netflix'teki Türk Dizi Afişlerinin Göstergebilimsel Çözümlemesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (27), 291-311.

Karabulut, Ö. Ü. B. (2018). Viral Reklamlarda Markanın Algılanması Noktasında Görsel Bir Unsur Olarak Rengin Kullanılması. 1st International CICMS Conference 4-5 May, 2018 Kuşadası, Turkey,

Karaman, E. (2017). Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'in Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 25-36.

Kaya, E. E. ve Durgun, Ş. (2020). Irkçılığın Dönüşümü: Kavramsal ve Kuramsal Bir Analiz. *Akademik Hassasiyetler*, 7(13), 79-102.

Kırık, A. M., Öztürk, F. E., Saltık, R. ve Orujova, A. (2018). Bir Tutum Ve Davranış Biçimi Olarak Irkçılığın Pekiştirilmesinde Reklamcılığın Rolü. *Asya Studies*, 4(4), 15-22.

Lotman, M. (2003). Peirce, Saussure and The Foundations of Semiotics. *Sun Yat-sen journal of humanities*, 16, 77-78.

Moreau, S. (2010). What is discrimination? *Philosophy & Public Affairs*, 143-179.

Motune, V. (2020). Volkswagen apologizes for 'racist' ad posted on Instagram. <https://www.voice-online.co.uk/news/world-news/2020/05/24/volkswagen-apologizes-for-racist-ad-posted-on-instagram/> adresinden 23 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

Özgür, A. (2006). Göstergebilim. <https://independent.academia.edu/AÖZGÜR> adresinden 24 Mart 2025 tarihinde alınmıştır.

Özkirişçi, İ. H. (2021). Hareketli Grafiklerin Göstergebilimsel Çözümlemesi; Intention Örneği. *Art-e Sanat Dergisi*, 14(28), 846-868.

Özmkas, U. (2009). Charles Sanders Peirce'in Gösterge Kavramı. *Uşak Üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 2(1), 32-45.

Öztürk, D. ve Duğan, Ö. (2019). Irkçı Reklamlara Yönelik Tüketici Tutumunun Satın Alma Davranışındaki Rolü Üzerine Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 4(2), 133-152.

Polat, C. (2015). Televizyon Reklamlarına İlişkin Algının Marka Hassasiyeti Üzerine Etkisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(4), 105-124.

Taşkıran, N. ve Bolat, N. (2013). Reklam ve Algı İlişkisi: Reklam Metinlerinin Alınlanmasında Duyu Organlarının İşlevleri Hakkında Bir İnceleme. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 49-69.

Tuncer, E. S. (2020). Sıradışı Bir Reklama Göstergebilimsel Bir Yaklaşım: Magnum "İçindeki Seni Serbest Bırak". *Intermedia International E-journal*, 7(13), 474-498.

Yasa, S. (2012). Grafik Tasarımda İletişim ve Göstergebilim. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(5), 270.

Yasemin, Ö. (2021). Grafik Tasarım Ambalaj Örneklerinde Göstergebilimsel Çözümlemeler: Doritos Cips Ambalaj Örneği. *Euroasia Journal Of Social Sciences & Humanities*, 8(23), 24-30.

Yaylagül, Ö. (2015). Göstergebilim ve Dilbilim. *Hece Yayınları ve Dergileri*.

Moda Tasarımında Kültürel Sürdürülebilirliğe Yönelik Sanatsal ve Yorumlayıcı Bir Model

Emine KOCA¹

¹ Prof. Dr; Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı Bölümü,
emine.koca@hbv.edu.tr ORCID: 0000-0001-6607-5652

ÖZET

Kültürel ve sanatsal uygulamaların ve bilginin sürdürülebilirliğini ifade etmesinin yanı sıra kültürel kaynakların korunması ve kullanımında gelecek nesillerin ihtiyaçlarının dikkate alınmasını sağlamayı da kapsayan kültürel sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınmanın dördüncü ayağı ve sürdürülebilir yaşamın belirleyicilerinden olarak görülmektedir. AB Konseyi 2030 ajandası çerçevesinde, kültür tarafından yönlendirilen dönüşüm yolları tasarlamada sanatçılar ve kültür örgütlerinin tam rol oynaması gerektiği mesajı ile kültür ve sürdürülebilir kalkınma arasındaki etkileşimi daha da güçlendirmek amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşmada, tasarım alanında eğitim veren kurumların sorumlulukları ve özellikle alana kaynak oluşturacak akademik çalışmalar önem taşımaktadır.

Kolaj tekniği kullanılarak Türk motiflerinin güncel giysi tasarımlarına yansıtıldığı koleksiyon ile kültürel sürdürülebilirlik açısından sanatsal ve yorumlayıcı bir model sunmanın amaçlandığı bu uygulamalı çalışmada; aynı tür malzemelerle yapılan decoupage kolaj tekniği kullanılmıştır. Türk motiflerinden oluşan döşemelik kumaş koleksiyondan seçilmiş bitkisel motifli kumaşların motifleri yüksek ısı sağlayan bir aletle (havya) oyularak kumaştan ayrılmış ve iki ve üç boyutlu kolaj ile geleneksel dikiş tekniklerinin bir arada kullanıldığı dokuz giysi tasarımı hazırlanmıştır. Böylece, zanaat ve sanat birlikteliğinin görsel yansımaları olarak Türk motifleri giysilerde yeni anlatılara dönüştürülmüştür.

Çalışma sonucunda, kültürel öğelerin tasarım süreçlerine entegre edildiği, kültürel mirasa dayalı tasarım tabanlı çözümler geliştirmede sanatsal yaklaşımların rolü, yorumlayıcı bir model örneklerle ortaya koyulmuştur. Ayrıca, kültürel ifadelerin bilgi transferini gelecek nesillere aktarmak ve bu yaklaşımla oluşturulacak yeni tasarımları desteklemek önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Giysi, Tasarım, Kolaj, Kültür, Sanat, Sürdürülebilirlik.

GİRİŞ

Daha sürdürülebilir yaşam tarzlarına geçiş için arayışlar kapsamında, kültürün toplumdaki insanların refahını artırmayı amaçlayan ekonomik değer üretme potansiyeline sahip olduğu görüşü kabul görmektedir. Dünya Kültür ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Culture and Development) raporunda (WCCD, 1995) kültürün, birlikte yaşama ve insan varlığına anlam katma rolleri üzerinde durularak, ekonomik gelişmeyi teşvik edici ve medeniyetlerin karakteristiklerinin oluşmasındaki işlevine dikkat çekilerek, kültürel politikalarla sürdürülebilir kalkınma ilişkilendirilmiştir. Kültürel sürdürülebilirliğin sürdürülebilir kalkınmayla yakından ilişkisi, UNESCO'nun "kültür, kalkınma süreçlerinin sürdürülebilirliğini sağlayan

gerekli dönüştürücü boyutu sağlar" açıklamasında da açıkça görülmektedir. Birleşmiş Milletler, 2010 ile 2021 yılları arasında kültür ve sürdürülebilir kalkınma arasındaki artık tartışmasız olan bu bağlantılar hakkında 8 kararı kabul etmiş ve üye devletlerin kapsayıcı ve dayanıklı toplumları şekillendirmek için kültürün etkileştirici rolünü ileriye taşıma taahhüdünü de kanıtlamıştır (UNESCO, 2023). AB Konseyi, Mayıs 2020'de önemli bir adım atarak, 2019-2022 kültür çalışma planına bir öncelik olarak "Sürdürülebilir kalkınmanın itici gücü" olarak kültürü eklemiştir.

2015 yılında planlanan 2030 ajandası çerçevesinde, kültür tarafından yönlendirilen dönüşüm yolları ve kültürel yönetişimi daha tutarlı bir politika çerçevesine doğru yeniden tasarlanmanın, iddialı insan gelişimi hedeflerine ulaşmak ve sürdürülebilirliğe doğru dönüşümü sağlamak için anahtar olduğu belirtilmiştir. Sanatçılar ve kültür örgütlerinin, bu hedeflerin karşılanmasını sağlamada tam rol oynaması gerektiği öneriler arasında önemli bir yer almıştır. Bu temel mesajlar ile kültür ve sürdürülebilir kalkınma arasındaki etkileşimi daha da güçlendirmek amaçlanmıştır. UNESCO'nun 28-30 Eylül 2022 tarihleri arasında Meksika'da gerçekleşen Kültür Politikaları ve Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Konferansı MONDIACULT 2022 öncesinde uzmanlar, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin başarılmasında bir "itici güç olarak kültürün" önemli rolüne odaklanan "Fırtınalı Zamanlar. Doğa ve insanlar: Değişim için kültürel cesaret" başlıklı yeni bir rapor yayınlamıştır. Kültürün, her biçimi, ifadesi ve anlamı ile insan gelişimi için herhangi bir dönüşüm yolunun merkezinde olması gerektiğini vurgulayan raporda; yaşanabilir ve sürdürülebilir bir gelecek için kültürel hayal gücümüzü beslemek amacıyla insanlar ve doğa arasındaki ilişkiyi yeniden düşünmek için bir dizi öneri formüle edilmiştir (European Commission ,2022).

Bu bağlamda, süreç içinde, kültürel miras ve geleneklerin korunması ve devam ettirilmesi anlamını taşıyan kültürel sürdürülebilirlik, her alan için önemli bir kavram olarak gündeme gelmiştir. Kültürel ve sanatsal uygulamaların ve bilginin sürdürülebilirliğini ifade etmesinin yanı sıra kültürel kaynakların korunması ve kullanımında gelecek nesillerin ihtiyaçlarının dikkate alınmasını sağlamayı da kapsayan kültürel sürdürülebilirlik, çoğu zaman sürdürülebilir kalkınmanın dördüncü ayağı olarak da görülmekte ve sürdürülebilir yaşamın belirleyicilerinden biri olarak rolü vurgulanmaktadır.

Kültürel sürdürülebilirlik, çeşitliliğin, katılımın, temsilin ve diğer insanlara, topluluklara ve onların temsili materyallerine saygının önemini kabul ederek geçmişin önyargılarını düzeltmeyi amaçlayan değerlerimizdeki değişime bir yanıt olarak, kültürel mirasları korur ve geliştirir (Brown ve Vacca, 2022:590). Bir yandan, kimlik oluşumu ve ifadesi, kültürel mirasın korunması ve kültürel süreklilik duygusu gibi kültürel ve sanatsal uygulamaların ve kalıpların sürdürülebilirliğine atıfta bulunurken, diğer yandan daha sürdürülebilir toplumlara giden yolların bir kısmını

bilgilendirmek ve oluşturmak için kültürel özelliklerin ve eylemlerin rolüne atıfta bulunur (Kangas vd., 2017:130). Bu rollerin geekleşmesi için farklı ve yeni argümanlara ihtiyaç vardır. Küresel kültürün egemenliğinin her geçen gün arttığı dünyada çevresel, ekonomik, sosyal ve kültürel değişikliklerle ilgili giderek artan sayıda sorun alanı, sanat ve kültürel kurumlarda karmaşık bir faktör olmuştur. Birçok moda markası ve tasarımcı yaratıcı bir ekonomi geliştirmek ve kültürel kimliği sürdürmek için kültürel öğelerin önemini benimseyerek endüstrideki sosyal ve kültürel sorunları ele alma misyonunu üstlenmeye başlamıştır. Tasarımlarında ve üretim süreçlerinde kültürel sürdürülebilirliği dikkate alarak tasarımlarını kültürel değerlerle şekillendirmeye başlamış, dolayısıyla güncel yaşama taşıdıkları bu değerleri geleceğe aktarma işlevini de yerine getiren yaratıcı sosyal girişimleri ile de dikkat çekmektedirler. nl moda tasarımcıları kültürel tarihe ve geleneklere saygı duyarak, dünya çapında bir kitleye hitap eden ürünler yaratmaktadır. Böylece çeşitli kültürel unsurlar ve küresel trendler arasında köprü kurarak, farklı pazarlarda kültürel mirasa daha derin bir değer verilmesini teşvik etmektedirler.

Günümüz moda anlayışında geleneksel giyim ve tamamlayıcılarının kumaşından biçimine, renginden süslemesine kadar önemli bir yere sahip olması kültürün moda üzerindeki etkisini sergilemektedir. Her sezon modanın makro temalarından biri, yerli toplulukların işçiliğini ve geleneklerini onurlandırmak için farklı medeniyetlere ait yerli tasarımları ve temaları bir araya getirmektedir. Bu durum, moda endüstrisinin artık farklı formları, renkleri ve stilleri olan bu topluluklara saygı duymaya ve yerel sürdürülebilirliği teşvik etmeye yönelerek kurumsal doğasından kurtulmayı hedeflediğini göstermektedir. Moda sistemine yerleşmiş eski değerlerin yerine, kültürel sürdürülebilirlik ve maddi kültürün korunması kavramına doğru eğilimin artmaya başlaması bu hedefin benimsendiğini gösteren olumlu gelişmeler olarak görülmektedir. Tasarımcılar, kendine özgü tasarımlar yaratmak için her biri kendine özgü gelenekleri ve zanaatları olan çeşitli kültürlerden malzemeleri bir araya getirerek tarihi, geleneği, sanatı ve zanaatı i içe geçirdikleri koleksiyonları ile beğeni kazanmaktadırlar. Ancak, başka bir kültürün öğelerinin ve sembollerinin önemini anlamadan veya saygı duymadan benimsenmesi konusu yeni bir etik tartışmayı gündeme getirmiştir. Dünya Fikri Mülkiyet rgt'nün (WIPO) ve Kültürel Fikri Mülkiyet Hakları Girişimi'nin (CIPRI) de dahil olduğu çeşitli girişimlerin bu konuda önemli yasal girişimleri olmasına rağmen, uygulamada arzulanan düzeyde korumanın geekleşmediğine yönelik tartışmalar devam etmektedir. Bu nedenle, moda ve kültürün arasında güçlü bir bağ olduğunu, ancak, kültürel olarak miras alınan yerleşik sürdürülebilirlik odaklı özellikleri kabul etmek, anlamlarını korumak ve saygı göstererek sürdürmenin önemli olduğunun bilincinde olmak gerekmektedir.

Kültürel miraslarımızdan biri olan halk giysilerinin de tasarım ve malzeme özelliklerinin yanı sıra anlamsal işlevleri açısından da pek çok öz

değerini yitireceği veya zaman içerisinde değişime uğrayarak yozlaşacağı dikkate alınarak, bu giysilerin biçimsel özelliklerinin yanında anlamsal yapılarının da belgelenmesi (Koç ve Koca, 2015:72) ve güncel yaşama aktararak sürdürülebilirliğinin sağlanması önemlidir. Çünkü *tasarım asla kültürel olarak tarafsız değildir, ancak her zaman sosyo-kültürel değerleri taşır ve değeri, "somutlaştırdığı sembolik, duygusal ve anlam tanımlamasına" bağlıdır* (Rullani, 2004:13). İlham verebilecek uygulamaların ve inançların merkezinde kültürün yer aldığı düşünüldüğünde, yaratıcı veya sanatsal ifade biçimi olarak kültürün tasarım süreçlerine entegre edilmesi, bu değerleri yaratmanın argümanlarından biri olarak görülebilir. Böylece tasarımlarla yansıtılan anlatılar, değerler ve eylemler, sürdürülebilir kalkınmanın kültürel açıdan daha hassas bir anlayışının ortaya çıkmasını sağlarken, sanatın, kültürün ve kültürel politikanın rollerinin açıklığa kavuşturulmasına da katkıda bulunulabilecektir.

Günümüzde kültürel miras kaynakları, kaynak tükenmesi, kültürel sahiplenme ve küreselleşme nedeniyle büyük zorluklarla karşı karşıya olduğu dikkate alındığında; moda tasarımlarının kaçınılmaz olarak sosyal ve kültürel değerlerden etkilenecek şekilde şekillendiği tasarımlarında bu değerleri yansıtarak bulunduğu döneme aktarması önemlidir. Tasarım yoluyla farklı kültürel uygulamaları ve metodolojileri paylaşmak, farklı ülkelerdeki ve etnik gruplardaki çeşitli geleneksel kültürlerinin tanınmasını sağlayarak, tasarımcıların sürdürülebilir bir gelecek için kültürel hayal gücünü besleyecektir. Aynı zamanda, farklı toplulukların 2030 Gündeminde (UN, 2015) “itici güç olarak kültürün” temelini oluşturduğu Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SDGs) ulaşmalarına da katkı sağlayacaktır.

Bu görüşlerin çıkış noktasını oluşturduğu çalışmada, Türk kültürünün önemli öğelerinden biri olan geleneksel Türk motiflerinin iki ve üç boyutlu kolaj tekniği kullanılarak güncel giysi tasarımlarında yansıtıldığı kapsül koleksiyon ile kültürel sürdürülebilirlik için sanatsal yaklaşımla yorumlayıcı bir model sunmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda, kültürel öğelerin tasarım süreçlerine entegre edildiği, kültürel mirasa dayalı tasarım tabanlı çözümler geliştirmede sanatsal yaklaşımların rolünü ortaya koyan giysi tasarımları ile kültürel ifadelerin bilgi transferini gelecek nesillere aktarmak ve bu yaklaşımla oluşturulacak yeni tasarımları desteklemek önerilmiştir.

Türk Dokuma Sanatında Motifler

Gelenek, görenek, örf ve adetleriyle şekillenmiş yaşam biçimleriyle oldukça zengin bir çeşitliliğe sahip olan Türk kültüründe motif ve desenlerin önemli bir yeri vardır. Dokuma, ahşap, taş, çini ve kağıt gibi farklı alanlarda ve farklı malzemelerden yapılmış sanat eserlerinde kullanılan motifler, süsleme amacının yanı sıra ikonik anlamlarıyla da Türk kültürünün tarihi birikimlerinin belgeleri olarak görülmektedirler. Geleneksel yüzeyleri süsleyen motifler, dış dünyaya verdikleri mesajlar nedeniyle sözsüz iletişim

dili işlevi de görürler. Köklü bir geçmişe sahip Türk dokuma sanatında da motifler kumaşların değerini ve ilgi görmesini sağlayan önemli etkenlerden biri olmuştur.

Altın ve gümüş tellerle dokunmuş ipek kumaşlar, sadece ihtiyaç için değil, manevi bakımdan da önem taşımış, İmparatorluğun kuvvet ve görkemini yansıtan bir simge haline gelmiştir. Saray törenlerinde yolları ve çevreyi süslemek için kumaşlar kullanılmıştır. Sultan'ın yabancı ülke hükümdar, devlet adamları ve misyonlarına verdiği hediyeler arasında saray kumaşları en ön sırayı almıştır (Gürsu, 1988: 17). Bu nedenle toplumun duygularını, sanatsal beğenilerini ve kültürel özelliklerini yansıtır hale gelerek "geleneksel" özellikler kazanmış olan dokumacılık, maddi kültürün en önemli ürünleri olarak değerlendirilmektedir. Bu geleneksel yapıyı oluşturan en önemli unsur dokumaların üzerinde bulunan motiflerdir (Akpınarlı, 2008: 1).

Türk dokuma sanatının da en belirgin özelliği olan motifler; geometrik, bitkisel, figürlü, nesnel ve soyut olarak gruplandırılmaktadır (Akpınarlı, 2009: 20). Dokumalarda her dönem, çiçek, meyve, ağaç motifleri gibi bitkisel motifler kumaş yüzey süslemelerinde görülmektedir. Desenleri lale, karanfil, gül, yasemin, zambak, narçiçekleri, sümbül, çiğdem oluştururken, lale ayrıcalıklı bir yer tutarak Batı süslemelerinde de sıklıkla kullanılmıştır. Bu tür natüralist çiçeklerin dış kontürlerinin belirgin olarak çizilmesi ise kumaş desenlerini diğer ülke kumaşlarından ayıran en belirgin özelliktir. Bunların yanı sıra üç benek, stilize bulut ve ikisinin birlikte kullanıldığı çintemani motifi de kullanımı yaygın olan motiflerdendir. Hayvan figürlü kumaşlara çok az rastlanmaktadır. Hepsi belli bir şemaya bağlı olarak yapılan bu motiflerde sonsuzluk fikri esastır (Tezcan,2007:158). Çatma, kemha, seraser, zerbaft, kadife gibi değerli kumaşlarda lale, gül, karanfil, sümbülün yanı sıra iri hançer yaprak, nar gibi bitkisel motifler yaygın olarak kullanılarak kumaşlara ayırt edici özellik kazandırılmıştır. Her biri ayrı anlam taşıyan bu motifler renkleri ve stilize edilmiş çeşitleri ile de farklılık göstermektedir.

Türk dokuma sanatında çok fazla kullanılan motif olan lale, güzelliğinin yanında ilahi varlığa da işaret eden bir sembol olarak görülmüştür. Bir döneme ismini vermiş Türk kültürü içinde önemli bir motiftir (Özkeçeci 2007: 78). Padişah kaftanlarında sık kullanılan lale motifi aynı zamanda hediye olarak sunulan kaftanların desenlerini süslemiştir. Lale motifli kumaşlar yabancı tüccarlar tarafından ilgi görmüş ve benzerleri çalışılmıştır (Yazar ve Hikmet,2017:158).

Karanfil; sevgi, içtenlik, öz saygı ve güzelliği sembolize eden bir çiçektir (Olguner 2011: 91). Kumaş dokumalarında da sık rastlanılan sümbül ise aşk, mutluluk ve bağımlılık simgesidir (Gezer 2012: 232). Kökleri eskilere dayanan nar motifine birçok uygarlık ve kültürde kutsallık atfedilmiş, sembolik anlamlar ve simgesel özellikler yüklenmiştir. Doğu kökenli olarak bilinmesine rağmen, nar motifinin Türk kumaşlarına 15.

yüzyılda İtalyan kumaşlarının etkisiyle geçtiği kabul edilmektedir. Türk kültüründe cennet meyvesi sayılan nar, mitolojik anlatılarda ruhun ölümsüzlüğü, doğurganlığı ve bereket sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır (Arık, 2009:584). Çekirdekleri bir tohum olarak neslin sürekliliğini güvence altına aldığı düşünüldüğü için cennet, bereket, doğurganlık ve üreme sembolizmiyle ilişkilendirilmiştir (Gültekin, 2008: 9).

Tasavvufi sembolizmde gonca halinde gül, birliği, açılmış gül ise birliğin çokluk halinde görünüşünü temsil etmektedir. Gül bahçesi gönül açıklığı, kirinden pasından temizlenerek, ilahi güzelliğin yansımasına hazır hale gelmiş kalbi, gonca gül ise insanın kendisiyle ve Tanrı'yla baş başa kalmasını simgelemektedir (Can, 2019:53). Rengi, kokusu ve biçimiyle sevgiyi, aşkı ve güzelliği temsil eden gül, her baharda yeniden canlanan özelliğiyle dirilişin ve edebiliğin simgesi olarak görülmektedir. Gerçek ve ilahi aşkın sembollerinden biri olarak edebi eserlerde, efsanelerde, halk hikayelerinde, atasözü ve deyimlerde, gerçek ve simgesel anlamıyla Türk kültüründe kuşaktan kuşağa aktarılan bir değere sahiptir.

Günümüz tekstillerinde de kullanım alanı bulan bu motifler hem görsel çekicilikleri hem de anlamsal ifadeleri ile tüketicilerin ilgisini çekmeye devam etmektedir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Kolaj tekniği kullanılarak Türk motiflerinin güncel giysi tasarımlarına yansıtıldığı koleksiyon ile kültürel sürdürülebilirlik açısından yorumlayıcı bir model sunmanın amaçlandığı bu uygulamalı çalışmada; aynı tür malzemelerle yapılan decoupage kolaj tekniği kullanılmıştır. İki ve üç boyutlu kolajlar ile geleneksel dikiş tekniklerinin bir arada kullanıldığı dokuz tasarım hazırlanmıştır. Böylece, zanaat ve sanat birlikteliğinin görsel yansımaları olarak Türk motifleri giysilerde yeni anlatılara dönüştürülmüştür.

Tasarım sürecinin izlendiği çalışmanın materyalini, bir firmanın Türk motiflerinden oluşan döşemelik kumaş koleksiyondan seçilmiş bitkisel motifli kumaşlar oluşturmaktadır. Lale, gül, karanfil ve nar motiflerinden oluşan kumaşların motifleri yüksek ısı sağlayan bir aletle (havya) oyularak kumaştan ayrılmıştır. Motiflerle oluşturulan iki ve üç boyutlu kolaj yüzeylerle giysi formları oluşturulmuş ve tasarımların sembolik değerleri artırılmıştır. Kolaj yüzeylerin oluşturulmasında ve motiflerin birleştirilmesinde iğne oyası, boncukla tutturma, battaniye iğnesi gibi geleneksel süsleme ve dikiş teknikleri kullanılarak yüzey kompozisyon bütünlüğü sağlanmıştır.

KÜLTÜREL MOTİFLERLE GİYSİ TASARIMLARI HAZIRLAMA

Türk motiflerinden kırmızı lale ve mavi güllerle bezenmiş desen özelliğine sahip olan döşemelik kumaştan üç ayrı özellikte gece elbisesi tasarlanmıştır. Aynı türden malzemelerle yapılan kolaj tekniği uygulamalarında, desenli kumaşın kırmızı ve mavi renkli lale motifleri ile dal ve yaprakları kullanılmıştır.

1. Tasarım, “kırmızı ve mavi” ters lale silüet formunda, tek parçalı bir elbisedir. Tasarımda birbirini tamamlayacak şekilde konbin olarak dokunmuş düz ve desenli döşemelik kumaşlar kullanılmıştır.



Tasarım 1. İki ve Üç Boyutlu Kolaj Tekniği İle “Kırmızı ve Mavi” Elbise Tasarımı

Tasarım 1’deki elbisenin diz hattına kadar bedeni saran formu krem rengi düz döşemelik kumaştan, dizden sonra genişleyen etek formu ise lale motifli döşemelik kumaştan oluşmaktadır. Kumaşın lale, dal ve yaprak motifleri dekupaj tekniği ile yüksek ısı veren iğne uçlu aletle (havya) oyularak kumaştan ayrılmıştır. Desenli etek parçasının bedenle birleşecek üst kenarı düz olarak kesilmemiş, lale, dal ve yaprak motiflerinin şekillerine göre kenarlarından oyularak kumaştan ayrılmıştır. Düz beden kumaşı üzerine yerleştirilen etek parçası, lale ve dal motifleri, desen bütünlüğünü sağlayacak şekilde düz beden kumaşı üzerine yerleştirilerek etek ve beden parçası elde aplike dikiş tekniği ile birleştirilmiştir. Tasarımda koram ilkesi gözetilerek, etekten bedene doğru motiflerin anlamlı ve estetik bir dizilişi ile görsel hiyerarşi sağlanmıştır. Böylece, doku, renk ve ölçü bakımından farklı

iki zıt parça, eteğin devamı niteliğindeki lale ve dal motiflerinin yoğundan seyreğe doğru kademeli geçişi ile birleştirilerek hem formda hem yüzeyde eksensel bir koram oluşturulmuştur.

Elbisenin boyun dekoltesini süsleyen takı görünümlü yaka formu, Türk giyinme kültüründe bazı bölgelerde kullanılan süsleme biçiminden esinlenilerek tasarlanmıştır. Bunun için; iki adet mavi renkli küçük lale motifi st üste yerleştirilmiş ve kenarlarından iğne oyası zürafa tekniği ile birbirine tutturularak birleştirilmiştir. Bu şekilde hazırlanan lalelerin içi elyaf ile doldurularak hacim kazandırılmıştır. Boyun vresine göre şekillendirilmiş 3cm genişliğinde bant şeklindeki krem rengi yaka parçası hazırlanmış ve üzeri kırmızı ve mavi renkte mat boncuklar sıralanarak süslenmiştir. Bu parçanın vresine, n ortasında kırmızı büyük lale olacak şekilde üç boyutlu hazırlanmış olan mavi lale motifleri aralarına yapraklar yerleştirilerek tanzim edilmiş ve el dikişi ile tutturulmuştur. Hazırlanmış olan yaka parçasının büyük kırmızı lale ve dal motifleri bedeninin straplez yaka formu üzerine yerleştirilerek, motiflerin vresinden aplike dikiş tekniği ile tutturulmuştur.

“Kırmızı ve mavi” giysi tasarımında, iki boyutlu ve üç boyutlu kolaj uygulamaları ile kullanılan kültürel motiflerin, elbisenin görselliğinin yanı sıra özgünlük, ayırt edicilik ve güncel trendleri yansıtmış gibi sembolik değerini de artırdığını söylemek mümkündür.

Aynı döşemelik kumaştan tasarlanan ikinci tasarımda farklı bir yaklaşım benimsenerek, krem rengi düz kumaş ağırlıklı olarak kullanılmış ve üç boyutlu kırmızı lalelerin vurgulandığı tasarım özelliğine dikkat çekilmiştir. Lale sözcüğünün, değerli bir taş olan ll (Farsça) kelimesinden türediği ve kırmızı anlamını taşıdığı bilindiği için bu tasarım “Lal” olarak adlandırılmıştır. Tasarımda döşemelik kumaşın yanı sıra lale motiflerinin parlak dokusuyla uyumlu ince saten kumaştan hazırlanmış farklı boylarda şeritler kullanılmıştır.



Tasarım 2. Üç Boyutlu Kolaj Tekniği İle “Lal” Elbise Tasarımı

Eteğinin ön ortasında uzun yırtmacı olan ters lale silüet formundaki “lal” elbise tasarımı, ön ve arkada derin V yaka formuna sahiptir. Döşemelik kumaştan oyularak çıkarılmış olan kırmızı lale motifleri, tasarım 1’de olduğu gibi birleştirilerek, içleri elyafıla doldurulmuş ve üç boyutlu laleler oluşturulmuştur. Elbise ile aynı renkte saten kumaş ile 2cm genişliğinde hazırlanan şeritler, ön ve arka yaka oyuntusunun çevresine üç sıra halinde yerleştirilerek bel hattında birbirinin üzerinden geçecek şekilde tutturulmuştur. Ön ve arka bel hattında geometrik şekil oluşturan şeritlerin uçları etek üzerinde sarkacak şekilde serbest bırakılmıştır. Saten şeritler, yırtmaç boyundan başlayarak etek ucuna doğru kademeli boylarda ayarlanmış ve uçlarına üç boyutlu kırmızı lale motifleri tutturulmuştur. Ölçüde koram prensibi ile ön ve arka ortasında bir hat üzerinde sıralanmış olan laleler eksensel bir vurgu oluştururken, kullanım sırasındaki hareketlilikleri ile de ritim sağlamaktadırlar.

Aynı döşemelik kumaştan tasarlanan 3. tasarım, iki parçalı görünümde olmasına rağmen, bel hattından birleştirilmiş tek parça elbisedir. Elbisenin çok parçalı beden formunun kıvrımlı uçlarının arasından görünen üç boyutlu laleler ve arka etek kuyruğu, göze çarpan tasarım detaylarıdır. Beden parçalarının oluşturduğu görünümün oluşturduğu vurgu nedeniyle tasarım “*dilimli*” olarak adlandırılmıştır.



Tasarım 3. İki ve Üç Boyutlu Kolaj Tekniği İle “Dilimli” Elbise Tasarımı

“Dilimli” elbise tasarımı, boynu saran askıları ile sırtı açıkta bırakan, düz dar silüet formundadır. Üst bedeni 14 parçadan oluşmuş ve her parçanın birleştirme dikişlerinin üzerine kırmızı koton iplik ile elde oyulgama dikişi yapılmıştır. Kırmızı oyulgama dikişi ortada olacak şekilde iki yanına da mavi koton iplikle oyulgama dikişleri yapılarak beden renklendirilmiştir. Belde dilimli kıvrımlar oluşturan her parçanın kenarı kırmızı koton iplikle battaniye iğnesi dikişi ile süslenerek bedenle uyumu sağlanmıştır. Üç boyutlu hazırlanan küçük mavi laleler her parçanın dilimleri arasına yerleştirilerek beldeki kıvrımlı görünümün vurgusu artırılmıştır.

Eteğinin iki yan dikişinde derin yırtmaçları olan tasarımın, arkada yere uzanan kuyruk parçasının üzerine kırmızı iri lale ve gül motiflerinin oluşturduğu dal kompozisyonu, iki boyutlu kolaj ile uygulanmıştır. Motiflerin çevresi aplike dikiş tekniği ile kumaşa tutturulmuştur. Üç boyutlu küçük lale motifleri dal üzerine ayrıca yerleştirilmiştir. Döşemelik kumaştan oyularak çıkarılan renkli küçük çiçek motifleri, koton iplik kullanılarak tıgla örülmüş farklı boylardaki zincir üzerine sıralı olarak tutturulmuştur. 6 adet çiçekle donatılmış zincir bir arada toplanarak, arka ortasında belden aşağıya sarkıtılmıştır. Bu süsleme detayında, Türk halk giyiminde hem işlevsellik hem de süsleme unsuru olarak bele bağlanan farklı özelliklerdeki kordon ve bel bağlarından esinlenilmiştir. Koç ve Koca’nın (2016:244) araştırmalarında belirttikleri; “Türk kadını, estetik beğenisi doğrultusunda

çeşitli renkte püskül, ponpon, boncuk, oya, kumaş parçaları vb. malzemeler kullanarak kolonların uçlarına süslemeler yapmıştır. Bele sarıldıktan sonra serbest olarak bırakılan kolanların uçları Türk halk giysilerinde süsleme olarak kullanılmıştır” açıklamaları da Anadolu’nun pek çok bölgesinde bu tür süslemelerin kullanımını ortaya koymaktadır. Ayrıca, elbisenin iki yanındaki derin yırtmaçları, Türk giyinme kültürünün temel giysilerinden biri olan entarilerin derin yırtmaç özelliğinden esinlenilmiştir.

Dilimli elbise tasarımında, etek formundaki yırtmaçları ve motifleriyle birlikte hem biçim hem de süsleme açısından kültürel değerleri günümüze aktaran modern bir giysi tasarımı olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, kültürel sürdürülebilirliği sağlayacak giysi tasarım örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Çalışma kapsamında hazırlanan 4. tasarım, aralarında mavi güller olan lila renkli lalelerin yoğun olduğu desenli döşemelik kumaş ve kombini olan düz kumaştan oluşmaktadır. Bu nedenle, “*lila*” olarak adlandırılan elbisenin, lale motiflerinin oluşturduğu iki ve üç boyutlu kolaj uygulamaları ile giysinin görsel etkisi ve tasarım özelliği artırılmıştır.



Tasarım 4. İki ve Üç Boyutlu Kolaj Tekniği İle “*Lila*” Elbise Tasarımı

“*Lila*”, A silüet formunda, eteğinin önü kısa arkası uzun ve kuyruklu elbisedir. Motiflerin şekliyle uyumlu olarak kesilen etek bel hattı, üst beden üzerine yerleştirilip birleştirildikten sonra, çevresi mor renk koton iplikle battaniye iğnesi dikişi yapılarak süslenmiştir. Mor renkten lilaya doğru geçişi sağlayacak tonal koton ipliklerle, bel çevresinde yapılan beş 5 sıra

elde oyulgama dikişi ile monokromatik renk armonisi yaratılmıştır. Tonal renk geçişinin etkisini artırmak için oyulgama dikişlerinin aralıkları dardan genişe doğru ayarlanmıştır. Tasarım 1’de olduğu gibi etek parçasının uzantısı olarak oyulan dal ve lale motifleri st beden üzerine yerleştirilerek, ilave edilen dal ve yapraklarla kolaj yüzey kompozisyonu oluşturulmuştur. Bu hem işlevsel hem de estetik açıdan tasarıma değer kazandırmaktadır. Etekteki yoğun motiflerden seyrek motiflere doğru geçiş ile etek ve beden parçaları birleştirilirken, aynı zamanda düzenli ve ahenkli bir uyum da gerçekleşmiştir. Böylece, eksensel koramın yarattığı görsel hiyerarşi ile tasarımın bütünlüğü de sağlanmıştır. Ayrıca kumaştan oyularak çıkarılmış lale motiflerinin çevresi iğne oyası zürafa tekniği ile süslenmiş, alt iki köşesinde küçük pensler yapılarak motiflere hacim kazandırılmıştır. Bu motifler st bedendeki lale motiflerinin üzerine ikinci bir kat olarak yerleştirilmiş ve açık bırakılan st kısmından içi elyafla doldurularak lalelerin üç boyutlu görünümü sağlanmıştır. Lale motiflerinin açık olan dilimli st katları dışarı doğru kıvrılacak şekilde ısı ile şekillendirilerek, üç boyutlu kolaj etkisi güçlendirilmiştir.

Tasarım 5. birbirinin kombini olan; yeşil kadife zemin üzerinde kenarları sarı simli iplikle kontrlenmiş, kabartmalı bordo lale motifleriyle bezenmiş desenli ve düz döşemelik kumaştan hazırlanmıştır. Bu kumaşın önemli özelliği değerli Türk dokumalarından biri olan “atma” ile çok benzer olmasıdır. *atmanın kadifeden farkı zemine oranla motif havının yüksek olmasıdır* (Tezcan, 2007:154). Motiflerinin altın ve gümüş klaptanla ya da tam tersi şekilde klaptanlı zemin üzerine havlarla oluşturulmuş motifli eşitleri de bulunmaktadır.



Tasarım 5. İki ve Üç Boyutlu Kolaj Tekniği İle “Çatma” Elbise Tasarımı

“Çatma” elbise, bedeni saran düz dar silueti, arka eteğindeki ters lale formundaki kuyruğu ve sırtından bele kadar uzanan kısa kap görünümü parçası ile dikkat çekmektedir. Bedeni düz yeşil kadifeden kuyruğu ise çevresi sarı simli iplikle kontürlü lale motifleri ile bezenmiş döşemelik kumaştan oluşturulmuştur. Kalça altına kadar bedenle birleştirilen kuyruk parçası ile elbiseye hareket serbestisi sağlanırken, görsel etkisi de artırılarak hem işlevsel hem de sembolik değeri artırılmıştır. “Çatma” elbise tasarımının omuzlarından aşağıya inen kısa kap açık olan sırt dekoltesinin bir kısmını kapatmaktadır.

Yaka formunu oluşturacak şekilde bedene birleştirilen kap parçası, geleneksel tığ ile örgü tekniği kullanılarak oluşturulmuş iki boyutlu kolaj yüzey tasarımıdır. Kap parçası için, lale motifleri kadife kumaştan oyularak çıkarılmıştır. Sarı simli ipliğin kullanıldığı tığ ile örülmüş zincirlerle laleler arasında bağlantı sağlanarak kolaj yüzey tasarlanmıştır. Kap tamamen dikişsiz olup, omuz ve beden formu dikkate alınarak yüzey kompozisyonu hazırlanmıştır. Ayrıca, diğer tasarımlarda uygulandığı gibi hazırlanan üç boyutlu lalelerin çevresi sarı simli iplikle iğne oyası zürafa tekniği ile süslenmiştir. Kap parçasının arka ortasında bir lale olmak üzere kap çevresine üç boyutlu laleler yerleştirilerek hareketli bir görünüm sağlanmıştır. Kumaşı, formu ve geleneksel tekniklerle desteklenerek hazırlanan kap vurgusu ile “çatma” elbise tasarımının, zanaat ve sanat

birlikteliği ve kültürel sürdürülebilirlik açısından güzel bir örnek oluşturduğu söylenebilir.

Tasarım 6, Türk kültürünün önemli sembollerinden biri olan stilize gül motifleri ve dalları ile bezenmiş döşemelik kumaştan hazırlanmıştır. Bu nedenle, hem kumaşı hem de tasarım özellikleri nedeniyle, gül bahçesi anlamını taşıyan “*gülistan*” olarak adlandırılmıştır.



Tasarım 6. İki ve Üç Boyutlu Kolaj Tekniği İle “*Gülistan*” Elbise Tasarımı

“*Gülistan*” elbise tasarımı geleneksel dantel örgü tekniği ve üç boyutlu kolaj ile hazırlanmış, eteği önden arkaya doğru uzayan, asimetrik, A silüet formundadır. Elbisenin derin -V-yaka formunun çevresindeki bantlar döşemelik kumaşın kenar bordürlerinden oluşmaktadır. Kumaştan oyularak çıkarılan bu bantlar, tığ ile örülen zincirlerle birleştirilerek hem beden hem de yaka formu oluşturulmuştur. Bu bantların, asimetrik bir şekilde bel hattının altında sonlandığı yerden, kısa etek ucuna kadar uzayan serbest pililerin hareketli ve kabarık görünümü ile asimetrik vurgu güçlendirilmiştir. Kumaştan oyularak çıkartılan yaprak ve gül motifleri, elde şekillendirilerek iğne oyası zürafa tekniği ile birleştirilmiştir. Bu gül motifleri yapraklarla birlikte tanzim edilerek üç boyutlu kolaj yüzey oluşturulmuş ve sol omuzun bantları üzerine yerleştirilmiştir. Böylece, tasarımda asimetrik denge ve bütünlük sağlanmıştır. Arka beden derin sırt dekoltesinde, bel hattının üzerine yerleştirilen dal ve yaprak motifleriyle, elbisenin kullanım açısından konforu artırılırken, hareketli dal ve yapraklar ile tasarımın görsel etkisi artırılmıştır.

Birbirinin kombini olan düz ve gül, karanfil ve lale motiflerinin bir arada desen oluşturduğu döşemelik kumaştan iki farklı giysi tasarımı hazırlanmıştır. Türk dokuma sanatında özellikle bitkisel motiflerin bir arada kullanımının yaygın olduğu dikkate alındığında, çalışmanın amacına ulaşmak için seçilen bu kumaşın ve hazırlanan tasarımların önemi daha iyi anlaşılmaktadır.



Tasarım 7. Üç Boyutlu Kolaj ve Aplike Tekniği İle “Harmoni” Elbise Tasarımı

Tasarım 7’de kültürel motiflerin birlikte kullanıldığı döşemelik kumaşın, elbisede kullanım şekli ile yaratılan asimetrik vurgu, tek kol ve tek göğüs formu ile güçlendirilmiştir. Gül, karanfil ve lale motiflerin oluşturduğu parça applike yöntemi ile elbiseye monte edilmiştir. Bedeni saran düz silüet formundaki tasarımın, sol diz üzerinden başlayan derin yırtmaç ile işlevselliği ve görselliği artırılmıştır. Sol göğüsün üzerini kaplayan kolaj yüzey, gül motiflerinden oluşmaktadır. Kumaştan oyularak çıkarılan stilize gül motifleri, göğüs formunu oluşturacak şekilde üst üste yerleştirilerek katmanlı bir görünüm sağlanmıştır.

Tasarım 7 ile benzer formda olan “*karanfilli*” tasarımda, asimetrik detaylarda kullanılan üç boyutlu karanfil motifleri ile vurgu oluşturulmuştur. Böylece, kültürel motiflerle alternatif tasarımlar yaratmanın örneği de sunulmuştur.



Tasarım 8. Üç Boyutlu Kolaj ve Aplike Tekniği İle “*Karanfilli*” Elbise Tasarımı

Döşemelik kumaşın lale, gül ve karanfil motiflerinin bordürle sınırlanmış bölümünün elbisenin bir tarafında kullanıldığı “*karanfilli*” tasarım, bedeni saran düz silüet formundadır. Bedenle bütünleşik sol kolun aksine, iki banttan oluşan askılı sağ kolun oluşturduğu yaka formu ve eteğin sol yanındaki karanfilli bantları ile asimetrik tasarım özelliğine sahiptir. Tasarımın vurgu noktası olan, sol yan dikişi kalça hattından sonra açık bırakılarak, kumaştan oyularak çıkarılan bordürler ile ön ve arka beden parçalarının birbirine bağlanması sağlanmıştır. Eşit aralıklarla sıralanan bordür bantların alt kenarlarına üç boyutlu hazırlanan karanfil motifleri tutturulmuştur. Karanfil motiflerinin yaprakları ayrılıp şekillendirilerek, elde dikiş teknikleri ile birleştirilmiş ve üç boyutlu forma dönüştürülmüştür. Ölçüde koram prensibi ile etek ucundan yukarıya doğru kademeli bir sıralama ile yerleştirilen karanfiller ile tasarımın asimetrik görünümü güçlendirilirken, görsel etkisi de artırılmıştır.

Tasarım 9, birbirinin kombini olan nar ve dalgalı desenli çintemani motiflerinden oluşan döşemelik kumaşlardan hazırlanmıştır. Türk dokuma sanatında stilize edilmiş çeşitli nar motifleri, farklı çiçekler ve çintemani olarak da bilinen üç benek/ pars beneği gibi başka motifler ile birlikte bezenerek, kumaş desenlerinde yer almaktadır. Gürsu, (1988:23), özellikle padişah kaftanlarında güç ve kudreti simgeleyen pars beneği motifi ile nar motifinin kumaş yüzeylerinde öne çıktığını belirtmektedir. Okumura'nın (2014:198), Türk dokumalarında üç benekli motifin bazen sadece üç benekli olarak, bazen sadece dalgalı desenle, bazen de iki motif birlikte kullanıldığını belirtmesi, tasarım 9'da kullanılan döşemelik kumaşın desen özellikleri ile örtüşmektedir. Ayrıca, "güneşin yeniden doğuşu" anlamına gelen Nardugan, Orta Asya'da başlayan ve Türk toplumları tarafından kutlanan bir bayramdır. Birlik, huzur ve bereket içinde bir yıl geçirilmesini simgeleyen nar meyvesinin ise bu bayramın simgelerinden biri olduğu bilinmektedir. Bu kültürel değeri nedeniyle tasarım "*nardugan*" olarak adlandırılmıştır.



Tasarım 9. Üç Boyutlu Kolaj Tekniği ile "*Nardugan*" Elbise Tasarımı

"*Nardugan*" elbise tasarımı, yere kadar uzayan tek kolu ve sol diz üzerinden başlayan derin yırtmacıyla, bedeni saran asimetrik düz bir sülîet formundadır. Elbisenin bedeni dalgalı desenli çintemani motiflerinden oluşan döşemelik kumaştan hazırlanmıştır. Oval biçimli geniş kolu, dışı nar motifli, içi çintemani motifli kumaştan olmak üzere çift katlıdır. Böylece, hareket halinde kolun içinden görünen çintemani motifleri ile bedende

tekrarlayan motiflerin uyumu sağlanmıştır. Kumaştan oyularak çıkartılan ve üç boyutlu hazırlanan nar motifleri, kol parçasının çevresine aralıklarla tutturulmuştur. Ayrıca, organze kumaştan yapılan ince biyelerin ucuna üç boyutlu nar motifleri tutturulmuştur. İki kırmızı ve bir mavi nar motifli, farklı boylardaki üç biye bir araya toplanarak etek yırtmacının başladığı yere tutturulmuştur. Kademeli olarak sıralanan nar motiflerinin yırtmaç üzerinde sallanan özelliği ve omuzdan aşağıya inen kolun kıvrımları arasında nar motiflerinin hareketli görünümü tasarıma ritim katmıştır. Elde şekillendirilerek üç boyut kazandırılmış yaprak motifleri ile yüzeyi süslenen sol omuz askısı ise bu ritmi güçlendirmektedir.

Çalışma kapsamında, Türk motiflerinin güncel giysi tasarımlarında kullanılmasıyla hazırlanan kapsül koleksiyon ile sanatsal ve yorumlayıcı bir model sunulmuş ve bu değerlerle tasarımlara özgünlük kazandırırken görünürlükleri de artırılarak kültürel sürdürülebilirliğe katkı sağlanabileceği görülmüştür. Tasarım örnekleriyle vurgulanan bu katkının tasarımcılara esin kaynağı yaratmak açısından teşvik edici olabileceği kültürel sürdürülebilirlik açısından önemli görülmektedir.

Günümüz moda sektörünün içinde bulunduğu rekabet ortamında tasarımcılar koleksiyonlarında daha yaratıcı ve özgün olmak için bir konsept üzerinde çalışma zorunluluğu hissetmektedirler. Tasarımcıların geleneksel doku ve dokumaları kullanarak, çağdaş yorumları ve sıra dışı yaklaşımlarıyla, kültürel öğeleri yeni tasarımlarına yansıtmaları, tasarımlarına özgünlük kazandıracağı gibi, modanın alışla geldik gelişimini değiştirerek kültürel kayıpların önlenmesine de katkıda bulunacaktır (Koca vd., 2015:128). Modanın kitleler üzerindeki gücü dikkate alındığında; kültürün daha sürdürülebilir günlük pratikler ve yaşam tarzlarına doğru toplumsal eğilimleri desteklemede dikkate değer bir potansiyele sahip olduğunu ve bu yaklaşımla hazırlanan tasarımların modada kültürel sürdürülebilirliğin sağlanmasındaki etkili yollardan biri olduğunu söylemek mümkündür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kolaj tekniği kullanılarak Türk motiflerinin güncel giysi tasarımlarına yansıtıldığı koleksiyon ile kültürel sürdürülebilirlik açısından yorumlayıcı bir model sunmanın amaçlandığı bu uygulamalı çalışmada: kültür, sanat ve tasarımın etkileşimi ile yerleşik geleneksel kodlar korunarak, yeni yorumlarla fonksiyonel ve sembolik değeri artırılmış güncel tasarımlar oluşturulabileceğinin örnekleri sunulmuştur. Zanaat ve sanatın birlikteliği ile tasarım sürecini yeniden yapılandırarak, bir kültürün öğelerine dayanan yeni anlatıların, uygulama ve teknikler ile tasarımlara nasıl yansıtıldığı açıklanmıştır. Kolaj tekniği ve geleneksel teknikler ile Türk kültürüne özgü

motiflerin yeni yorumlarıyla giysi tasarımlarına özgünlük ve farklılık kazandırıldığı görülmüştür. Malzemeleri, renkleri, motifleri ve sembolleri ile birçok değeri içinde barındıran kültürel öğelerin, tasarım süreçlerine entegre edildiği, kültürel mirasa dayalı tasarım tabanlı çözümler geliştirmede sanatsal yaklaşımların etkili olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca, kültürel ifadelerin bilgi transferini gelecek nesillere aktarmak ve kültürel sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için tasarımlarda, temsil edilen kültürün somut ve soyut anlamlarını değiştirmeyen süreçlerin geliştirilmesinin önemi vurgulanmıştır.

Tasarımlardaki kültürel referansların daha geniş bir kitleye hitap etmesiyle moda endüstrisindeki çeşitlilik artarak, sistemsel bazı değişimlere ve yeni rekabet ortamı yaratılabilecektir. Kültürel kimliğe saygılı yaratıcılık ürünü tasarımlar ile tüketicilerin değerlerini yeniden değerlendirme, çevreyle uyumlu yaşama, sürdürülebilir ürünler satın alma sorumluluğunu sağlamaya katkıda bulunulabilmektedir. Kültürel miras stratejileriyle ifade edilen tasarım ve yaratıcı süreçler yoluyla sürdürülebilirliğinin sağlanması ile maddi kültürün yaşatılmasına yönelik yenilikçi süreçlere geçişin de hızlandırılabileceği düşünülmektedir. Bu da moda sistemindeki bazı temel değerlerin değiştirilerek maddi kültürün yaşatılmasına yönelik yenilikçi süreçlere dönüştürülmesini gerektirmektedir.

REFERANSLAR

- Akpınarlı, H. F. (2008). Osmanlı Dokumalarındaki Kuş Motifinin İncelenmesi. *Ciepo-18 Erken-Osmanlı ve Osmanlı Araştırmaları, Uluslararası Komitesi-15. Sempozyumunda Sunulmuş Bildiri, 25-30 Ağustos, Zagreb-Hırvatistan.*
- Akpınarlı, H. F. (2009). Çankırı Geleneksel Kadın Giysilerinde Kullanılan Kumaş Özelliklerinin İncelenmesi. *Resimden Tezhibe, Ağaç Baskıdan Çiniye, Kilimden Giysiye Geleneksel Türk Sanatları Sempozyumunda Sunulmuş Bildiri, 4-6 Haziran, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Erzurum.*
- Arık, S. (2009). Türk Dokumacılık Sanatında Nar Motifi, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 584-589.
- Brown, S. ve Vacca, F. (2022). Cultural sustainability in fashion: Reflections on Craft and Sustainable Development Models. *Sustain. Sci. Pract. Policy* 18 (1), 590–600.
- Can, M. (2019). Türk İşleme Sanatında Gül Motifi. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 4 (6), 51-61.
- European Commission (2022). *Experts put Forward Recommendations on How to Harness The Power of Culture for Sustainable Development.* https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5726 adresinden 07 Mart 2025 tarihinde alınmıştır.
- Gezer, Ü. (2012). 16. yy. Osmanlı Kumaşlarındaki Motiflerin Sembolik Yönden İncelenmesi ve Günümüze Yansımaları. Sanatta Yeterlilik Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Geleneksel Türk

- Sanatları Anasanat Dalı, Halı, Kilim ve Kumaş Desenleri Programı.
- Gültekin, .E. R. (2008). Türklerde Bereket Sembolü Olarak Kullanılan Meyve Motifleri ve Mimaride Değerlendirilmesi. *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 3(5), 9-31.
- Gürsu, N. (1988). *Türk Dokumacılık Sanatı Çağlar Boyu Desenler*. İstanbul: Redhouse Yayınevi.
- Kangas, A., Duxbury, N. ve Beukelaer, C. D. (2017). Introduction:Cultural Policies for Sustainable Development. *International Journal of Cultural Policy*, 23(2), 129-132.
- Koca, E., Koç, F. ve Kaya Ö.(2015). Yöresel Dokumaları Güncel Tasarımlarda Yorumlamak “Kargı Bezi Örneği”, ASOS Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(9), 125-133.
- Koç, F. ve Koca, E. (2015). Kütahya’nın Entarili Geleneksel Kadın Giysilerinin Göstergebilimsel Çözümlemesi. *Milli Folklor*, 27(106), 70-87.
- Koç, F. ve Koca, E. (2016). Türk Halk Giyiminde Kullanılan Süslemelere Tipolojik Bir Yaklaşım. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 5(19), 237-262.
- Olguner, P. (2011). *18. yy ve 19. yy Türk İşleme Motiflerinde Sembol Dili ve Sembolizm İçerikli Yorumlar*. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Geleneksel Türk Sanatları Anasanat Dalı, Halı- Kilim ve Eski Kumaş Desenleri Programı.
- Özkeçeci, İ. Ve Özkeçeci, Ş. B. (2007). *Türk Sanatında Tezhip*. İstanbul:Seçil Ofset.
- Rullani, E. (2004). *Economia della Conoscenza: Creativita e Valore Nel Capitalismo delle Reti (economy of knowledge:creativity and value in network capitalism)*. Rome: Carocci.
- Tezcan, H. (2007). Geleneksel Türk El Sanatları. (haz.) M. Özel. *Kumaş Sanatı*, (pp.153-168). İstanbul: TC Kültür Bakanlığı Yayınları.
- UNESCO (2023). *Culture in Public Policy*. <https://www.unesco.org/en/articles/culture-public-policy> adresinden 07 Mart 2025 tarihinde alınmıştır.
- WCCD (World Commission on Culture and Development) (1995). *Our Creative Diversity*. Paris: UNESCO Publishing.
- Yazar T. ve Öztürk H. (2017). Dokuma ve Motif Özellikleri Açısından Sembolik Değer Olarak Osmanlı Padişah Kaftanları ve Şifreleri. *Researcher: Social Science Studies*, 5(10), 154-158.

Tek Kişilik Oyun Yazımı ve Bir Örnek: Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler

Vahdet Yasin AKYÜZ¹

1- Doç. Dr.; Ordu Üniversitesi Müzik ve Sahne Sanatları Fakültesi Tiyatro Bölümü.
vyasinakyuz@gmail.com ORCID No: 0000-0001-7473-6967

ÖZET

Bu çalışma, tek kişilik tiyatro oyun yazımına dair yaratıcı süreçleri ve kuramsal çerçeveleri incelemeyi amaçlamaktadır. “Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler” adlı tek kişilik oyun, bir model metin olarak ele alınmış; absürd anlatı, grotesk karakter inşası, semiyotik dönüşüm ve postdramatik yapı gibi kavramlar üzerinden çözümlenmiştir. Richard Schechner’in “restored behavior” kavramı, dolayısıyla performans kuramı, Hans-Thies Lehmann’ın postdramatik tiyatro anlayışı ve Augusto Boal’ın seyirciyi eyleme çağıran tiyatro anlayışı bir arada düşünülmüş; anlatıcının çok katmanlı ses örgüsü, sahne üzerindeki dönüşüm potansiyeliyle değerlendirilmiştir. Her bir tablo, yaratıcı yazma teknikleri (örneğin bilinç akışı, dramatik listeleme, metafor üretimi) ve karakter psikolojisinin sahneleme bağlamındaki etkileri açısından irdelenmiştir. Bunun yanı sıra, tablolar; replikler üzerinden anlatıcı belleği, mizah katmanları, çoklu karakter temsili, iç monolog ve mizansen ilişkisi üzerinden incelenmiştir. Masal diliyle kurgulanan politik eleştiriler, tabela estetiğiyle kodlanan sınıfsal hicivler ve ölüm teması üzerinden inşa edilen kara mizah unsurları, oyunun dramatik yapısına çok katmanlı bir derinlik kazandırmaktadır. Çalışma, aynı zamanda Lajos Egri, Özdemir Nutku, William Zinsser, Hülya Nutku, Zehra İpşiroğlu ve Ray Bradbury gibi yazarlardan alınan yaratıcı yazma ilkelerini, tiyatro sahnesine taşımayı hedeflemiştir. Sonuç olarak, tek kişilik tiyatro metinlerinin, yaratıcı yazarlık ve dramaturjik çözümleme bağlamında güçlü birer ifade alanı sunduğu ve kuramsal çeşitlilik açısından zengin bir potansiyele sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tek Kişilik Oyun, Oyun Yazma, Dramaturji, Karakter İnşası, Anlatıcı.

GİRİŞ

Tek kişilik tiyatro oyunları, tiyatronun en sade ama bir o kadar da yoğun anlatı biçimlerinden biridir. Tek bir beden üzerinden çoklu karakterlerin, geçmişin, düşüncenin ve duygunun temsil edilmesi; bu formu hem yazınsal hem de sahneleme açısından oldukça zorlu ama aynı zamanda yaratıcı süreçlere açık bir alana dönüştürür. Bu türde oyun yazmak, yalnızca dramatik bir metin kurmak değil; aynı zamanda içsel bir yolculuk, anlatıcının kendi belleğiyle yüzleşmesi, toplumsal bir arka planın bireysel deneyim üzerinden yeniden inşası anlamına gelir.

Tek kişilik oyun yazımı üzerine yapılacak her kuramsal tartışma, aslında yaratıcı yazma süreciyle doğrudan ilişkilidir. Çünkü anlatıcı, sahnede yalnız kaldığında kelimeler onun hem kalkanı hem aynası hâline gelir. Bu noktada oyun yazımı, yalnızca dramatik yapıyı kurmakla kalmaz, aynı zamanda oyuncu-yazarın zihinsel ve duygusal katmanlarını performansla

dönüştürür. Bu bağlamda, yazı yazmanın yalnızca bir üretim değil, bir iç dönüş, bir keşif süreci olduğu da görülmektedir.

Bu çalışmada, tek kişilik oyun yazımının yaratıcı boyutları; anlatıcı bellek, iç monolog, çoklu karakter temsili, mizansenin metne etkisi ve mizah katmanları üzerinden ele alınacaktır. V. Yasin Akyüz'ün kaleme aldığı *Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler* adlı oyun, sahne ve metin ilişkisini kuramsal bir zeminde somutlamak amacıyla model olarak kullanılacaktır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Tek kişilik oyunlar, postdramatik tiyatronun yükselişiyle birlikte yalnızca geleneksel anlatı yapılarının dışına çıkmakla kalmamış; aynı zamanda seyirciyle kurulan etkileşim, metnin çok katmanlı anlam örgüsü ve sahnelemeye dair yaratıcı tercihlerle yeni bir dramaturji alanı yaratmıştır. Hans-Thies Lehmann'ın tanımıyla postdramatik tiyatrodaki “metin, bir anlatı dizisi olmaktan çıkar; performansın bir parçası hâline gelir” (Lehmann, 2006: 145). Bu anlayış, tek kişilik oyunlarda anlatıcı-anlatılan-oyuncu üçlüsünün bir bedende bütünleşmesini açıklar.

Richard Schechner'in performans kuramı da bu noktada önemli bir referans noktasıdır. Schechner, performansın “tekrar” unsuruyla yapılandığını; bir oyuncunun sahnede kendi geçmişini, başkalarının sözünü, bir geleneği ya da kişisel bir anıyı yeniden icrâ edebileceğini söyler (Schechner, 2006: 29). Tek kişilik oyunlar, bu “yeniden icrâ”yı hem metinsel hem bedensel düzeyde üstlenir.

Yaratıcı yazma perspektifi ise oyunun üretim sürecine odaklanır. Egri (1982: 81), dramatik çatışmanın güçlü karakter yaratımına dayandığını belirtir. Zinsser (2018: 19) ise “iyi yazmak, her cümleyi en basit öğelerine ayırmayla başlar” diyerek metnin özüne işaret eder. Ray Bradbury (2015: 106) yazının tutku, sezgi ve sezgisel tekrarlar iç içe bir süreç olduğunu savunur. Rib Davis (2015: 17), özellikle diyalog yazımında karakter seslerinin çeşitliliğine ve bunun karakterizasyonla bağlantısına dikkat çeker; bu da tek kişilik oyunlarda çoklu karakter temsiliinde önem kazanır.

Bu kuramsal çerçeve ışığında; çalışmanın ilerleyen bölümlerinde *Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler* oyunundaki her tablo (sahne), kuramsal kavramlarla ilişkilendirilerek değerlendirilecektir.

YÖNTEM

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemine dayalı, kuramsal ve uygulamalı bir tiyatro çözümlemesidir. Amaç, tek kişilik oyun yazımında yaratıcı yazma tekniklerinin ve performans kuramlarının nasıl iç içe geçtiğini göstermek ve özgün bir oyun metni üzerinden bu etkileşimi detaylandırmaktır. Araştırma, hem metin analizi hem sahneleme potansiyeli açısından çok katmanlı bir değerlendirme modeli sunar.

Veri Kaynağı

Çalışmanın uygulamalı ayağını oluşturan temel metin, V. Yasin Akyüz tarafından yazılmış olan *Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler* adlı tek kişilik oyundur. Oyun, mizahi üslubuyla birlikte grotesk, absürd ve eleştirel bir yapıya sahiptir. Metinde, bir karakterin beden içindeki organlarını konuşarak çoklu kimlik temsili yaratması hem dramatik yapı hem de yaratıcı yazı teknikleri açısından analiz değeri taşımaktadır.

Kuramsal Arka Plân ve Seçilen Yaklaşımlar

Araştırmanın kuramsal çerçevesi;

- Richard Schechner’in performans teorisi (özellikle “yeniden icra” ve “ritüel-oyun” ayrımı),
- Hans-Thies Lehmann’in postdramatik tiyatro tanımı (söz merkezli olmayan, çoklu temsil biçimlerine dayalı yapı),
- Augusto Boal’ın seyirciyle kurulan doğrudan etkileşim ve “özgürleştirici tiyatro” kavramlarıyla,
- Zehra İpşiroğlu’nun yaratıcı yazma atölyeleri bağlamında oyunlaştırma süreciyle,
- Lajos Egri’nin karakter merkezli dramatik çatışma modeliyle,
- Özdemir ve Hülya Nutku’nun diyalog, ses ve karakter yaratımı üzerine dramaturji notlarıyla,
- William Zinsser’in yazarlık etiği ve yalınlık ilkesine dayanan anlatım kuramıyla
- Ray Bradbury’nin içtenlik, anı ve tutkuyu merkeze alan yaratıcı yazı anlayışıyla
- Rib Davis’in diyalog yazımındaki sosyal kodlar başlığı ve çoklu karakter temsili görüşüyle desteklenmiştir.

Bu kuramsal arka plân, çalışmanın teorik temelini oluştururken; oyun metninin detaylı çözümlemesiyle sahne-oyuncu-metni içeren üçlü bir bağlam kurularak yorumlama yapılmıştır.

Analiz Tekniği ve Yöntemsel Yol Haritası

Oyun metni, “tablolar” olarak adlandırılmış olan sahneler üzerinden yapılandırılmıştır. Her tablo:

1. Replik örnekleriyle desteklenmiş,
2. Kuramsal kavramlarla ilişkilendirilmiş,
3. Anlatıcı belleği, iç monolog, mizah, çoklu karakter temsili ve sahne ekonomisi gibi temel kavramlar açısından incelenmiştir.

Ayrıca, oyuncunun anlatıcı-yazar kimliğiyle birleştiği anlara özel vurgu yapılmış; performansın “öz anlatı” boyutu ön plana çıkarılmıştır. Repliklerin mizansenle ilişkisi ve metin üzerindeki etkileri de analizde dikkate alınmıştır.

Sınırlılıklar

Araştırma, tek bir oyun üzerinden yapılan analizle sınırlıdır. Ancak bu oyun, içerdici dramatik yapı, sahneleme olanakları ve yaratıcı yazı teknikleri bakımından türün tipik örneklerinden biri olarak değerlendirilmiştir. Oyun yazım süreci ve sahneleme potansiyeli üzerine yapılacak yeni yaratıcı uygulamalar için yön gösterici olması hedeflenmiştir.

OYUN METNİ (TEK TEK BASARAKTAN v1 İÇERİDEKİLER)

(Tek kişilik tekinsiz güldürü)

Yazan: V. Yasin AKYÜZ

(Bir çatı katı dairesinin çalışma odası olarak kullanılan salonu... Evin içinde çatıya açılan merdiven basamakları bulunmaktadır. Oldukça dağınık olan odanın içinde; üç tekerlekli bir bisiklet, mızıka, A4 kâğıtlar, çeşitli kalemler, diz üstü bilgisayar, daktilo, pipo, kitaplıkta dizili kitaplar, çalışma masası, masa lambası, ofis sandalyesi, tekerlekli askılık, ses kayıt cihazı, sünger palyaço burnu, el kuklaları, büyükçe bir huni, cansız manken, iskambil kâğıtları ve oyunda kullanılabilecek çeşitli aksesuarlar bulunmaktadır. Üçüncü Tekil Şahıs paspasla yerleri silmektedir. Yorulduğunda leğendeki suyla yüzünü yıkar, havluyla kurulur ve havluyu omzuna atar. Bir an omzundaki havluya bakar ve sahnenin önüne gelir.)

Girizgâh

Üçüncü Tekil Şahıs –

Hay hak!

Hak dostum, Hak!

Bir çuval "gündem" bırak,
Altına da "hashtag"leri bırak.
Gözü alınmasın hiçbir kuşun,
Kırılmasın dile gelen düş'ün.
Eylemse, buyur eyleyelim,
Dertse, beraber söyleyelim.
Kimseler alınmasın,
Bizimkiler salınmasın,
Cümle postlar dalınmasın,
Seyircimiz sıkılmasın!
İsim isme,
Cisim cisme,
Tweet retweete, semt semte benzer.
İşte serdik sahneye halımızı,
Yeşilimizi, alımızı,
Sustukça büyüyen alazımımızı.
Başlatalım artık masalımızı...
Ama öyle "başlayalım" deyince başlanmaz,
Her önüne gelen, taşlanmaz.
Bir oyun kuralım,
Bir hakikat atalım ortaya;
Varsın kimse tutmasın ayağımıza pranga,
Yunus'tan selam, Pir Sultan'dan fermanla.
"Âdem vardır ekrandan ibaret,
Arı vardır, uçar çiçekten habersiz,
Abdest alır ama içi kirli,
Temiz görünür, kalbi serseri.
Halkı 'like'lamak mıdır işimiz?
Softalar bizden kaçsa ne çıkar?
Bilcümle vebâl bizdedir,
Arı bizim, bal bizdedir!"

Gelin bir öykü anlatayım size... Uzun zamandır istiyorum bunu evet, yaklaşın yanıma birazcık... Bildiğiniz bütün öyküleri unutun önce, ricâ ediyorum yapın bunu, en azından çabalamalısınız... Yoksa ne hükmü kalır benim anlatacağım öykünün? Bu öykü sadece sizinle benim aramda, bilmeyenlerin "ha, evet, duydum, saçma sapan bir şey" diyecekleri, ama bizim gizini koruyacağımız bir sır... Ne de olsa onlar anlayamayacaklar kralın çıplak yerlerine bakmaktan... Onları boş verelim, bize gelemiz, yani öykümüze... Öyle ya, öykü sadece benim olma aidiyetliğini kaybediyor sizlerle paylaştığımda ve sizin de oluyor bir o kadar...

Efendim kabızlık çekiyorum. Ha, yok öyle fiziksel eylem bazında yimiş yimiş de dışkılayamamış bir durum değil benimkisi. Gezmiş, görmüş, okumuş, dinlemiş de yazamamış olmanın verdiği bir kabızlık. Tahmin ettiğiniz gibi yazar kabızlığı...

(Kalemlikten çeşitli kalemleri alır, beğenmez, en son seyircilerden birine bir kurşun kalem seçtirir ve tekrar sahneye döner.)

1.TABLO: KEBAZET

Üçüncü Tekil Şahıs - (Kalemi kırar.) Neden yazamıyorsun diye kaleme kızılmaz. Yazamamak da belli bir dönem yazgısıdır yazarın. Hem kalem böylesi bir durumda neden ilk suçlu olarak görülsün ki? Ne zamandır bilgisayar eşliğinde yazmaya çalışıyoruz kimi yazılır okunmazlarımızı. O zaman, kalemle ilgili bir sorunumuz yok demektir. (Kırık kalem parçalarını fırlatır.) Sorun kendimizde, bizdedir. Biz kim miyiz? Bilumum iç ve dış organlardan kurulu, seksenlerin sonu ile doksanların başı arasında çocukluk evresine Özallar tarafından kimi bombardımanlar yapılmış olan, böyle bir memlekette yaşanmasına rağmen epeydir yazma konusunda kabızlık çeken bir yazarız. (Bisiklete biner, sahneyi turlar.) Evet, hepimiz birden; yani organlarım, çocukluğum ve şu an aynada gördüğüm kabız yazar, hepsi ben oluyoruz. Kimi zaman aramızda anlaşarak, hayata karşı bir görev dağılımı yapıyoruz. (Çocukların oyun sesleri duyulur.) Bazen çocukluğum çıkıyor üç tekerlekli bisikletimin selesine oturup, Erzurum’da güneşi bir daha öyle sarı ve sıcak göremeyeceğini düşünürken. Vaktimizin çoğu organlara hibe edilmiş durumda... Akciğerler ve kalbin oksijen talebi hiç bitmiyor, mide gerçekten çok konuksever, her geleni yatıya alıyor, ayaklar sırtı üstü uzanmak, eller bulaşık yıkamamak, göz görmek, kulak duymak, burun koklamak, bağırsak tahliye etmek istiyor. Bizim için daha kötüsü, yazarın bunları yazmak istememesi...

SES – Ayşe tatile çıksın!

2.TABLO: ORGAN MAFYASI

(Tekerlekli askılıktan giyinmeye başlar.) Niye dışarı çıkacakmışım ki? Çünkü mide hazretleri hiç sakalsız ve bir o kadar bıyiksız olmasına rağmen kazanıyor. Anlıyorum ve fakat akşam beşte, karları eriyen bir Erzurum soğuşuna tüm sıcakkanlılığımla atılmak salakça geliyor. Hem Erzurum da alınabilir onu bu eriyen yarı çamur, yarı karlı halini görmemden. (El kuklalarını takar. Organları bu şekilde konuşturacaktır.)

Beyin - Çıkılacak!

Üçüncü Tekil Şahıs - Beynimin, mideyle yaptığı işbirliği sonucu verdiği emirlerden nefret ediyorum. Bedenimde bir gestapo besliyorum, diğer organlar bu teokratik yönetimden hiç de huzursuz değiller. Ama en azından aralarında bir uyum ve birlik söz konusu. Hiçbiri:

Bir Organ - Onu ben seçmedim kesin on iki parmak bağırsağının işidir bu, zaten herifler aşiret, o yüzdelik dilim kesin onlardan kaynaklanıyordur...

Üçüncü Tekil Şahıs - gibi bir sapkın düşünce içerisinde değiller. (Giyinmeye başlar.) Bu hain işbirliği içerisinde bir şeyler yemek üzere dışarı çıkıyorum en astronot halimle. Üzerimde; atlet, süveter, dayı kızının ördüğü kazağımsı zırh; zincirleme mont tamlaması; altımda potur dediğimiz pijamamsı, pantolon, ayaklarda yün çorap, postallar ve ellerimde kayak eldivenlerim, kafada ise beynimin tiksindiği alkollü içecek eşantyonu berem

ile salıyorum kendimi en az yürünüp, kel olası mide doyurulana kadar yenecek bir lokanta arayışı içerisinde. Kayak yapacak halde değilim, ama hemşerilerimin kimi omuz darbelerine karşı slalom yaparak ilerleme durumundayım kendi pistimde. Varış noktası daha belirlenmiş değil, salak beyin! Midenin sözüne uyup, organlar birliğinin kararıyla beni dışarı çıkarmayı biliyorsunuz, ama gidilecek lokantayı düşünmek bana kalıyor. Beden içi devrimlerden bıkkın, en yakın tavuk döner piliç döner; gün olur martı döner lokantasında alıyorum soluğu. Bundan önce alınanlar hatırlanmıyor beyin tarafından, onun için bu son soluk ilk ve tekmiş gibi geliyor zannımca. Lavaş arasındaki hangi hayvana ait olduğunu bilmediğim et ve onunla kader birliği yapmış olan kimi üçüncü kalite domates, biber ve kontrgerilla arkadaşlarını gerzek mideme yolluyorum. Yüzümün çirkinliğinden olsa gerek mide yüzüzlük yaparak bir ikincisini bekliyor, nah alırsın ikiye diyerek hesabı ödeyerek çıkıyorum iki kışın ancak sığabileceği tavuk döner piliç döner; gün olur martı döner lokantasından. Artık sıra benim isteklerimde manyak organlarım şeklinde bir gülümseme peydahlanıyor iki dudağımın çapkın sevişmesinden.

Mide - Eyvah! Yine alkol tüketecek!

Üçüncü Tekil Şahıs - Biçiminde şarlıyor mide, kimi yanma ve sızılara gark olacağını bilerek.

Böbrekler - Kardeş, dua et de bira içmesin ayyaş herif. Sonra sabaha kadar hamallık, bize de eziyet, kendine de, zavallı çüke de...

Üçüncü Tekil Şahıs - Junior, başı kaldırıyor:

Junior - Beni katmayın olaya, ben oy kullanmadım son seçimde. Önümüzdeki yerel seçimlerde de bu bedende herhangi bir organa vermem oyu. Benim gözüm sevgilisinin organında, bütün oylarım ona.

Üçüncü Tekil Şahıs - Diyerek aralarında dedikodu, demeseydi koyamaz mıydı yapıyorlar. İç sorunlardan, dış sorunlara zıplıyor organ birliği tartışması. Olaya gözler katılıyor: (Korsan bandanasını takar.)

Sağ Göz - Oğlum, en kötüsü rakı! Yine rakı alırsa sabah birimiz Şam'da öbürümüz Bağdat'ta uyanacağız.

Sol Göz - Bir gün de ağzından çıkan güzel bir yer duyayım ah mondiö! Şam, Bağdat... Ne yapılacak oralarda, ne işimiz var? Örneğin Paris'te, Havana'da da uyanabiliriz.

Sağ Göz - Çok salaksın sol göz, bu bir deyim olduğu için, içinde için için Şam ve Bağdat geçiyor!

Üçüncü Tekil Şahıs - diyerek babalıyor sol gözümü faşist sağ gözüm. Hırt ve Halt Partisi'nin merkez binasının yanından aşağıya doğru kayarak alkol alınacak az alışa rağmen çok veriş merkezine giriyorum. Ben rafları gezinirken, içimde ne siyaset meydanları yaşanıyor. (Siyaset meydanı müziği) Beyin, ayaklara dalaşılıyor:

Beyin - (Godfather müziği) Eğer buradan alkol alınarak eve götürülürse bu adam, sizden bilirim ve de hiç acımam, topuklarınıza sıkarım ona göre!

Ayaklar - İyi de bizim ne suçumuz var? Elleriyle alıyor ve de taşıyor nevaiesini, bizce sen ellerle paylaş kozunu sayın beyin!

Üçüncü Tekil Şahıs - Şeklinde olaydan sıyrılmaya çalışıyor çok koral bir şekilde ayak takımı. Eller suskun, raflarda lingo lingo şişeler üzerinde gezinmekteler. Güzel bir kırmızı Türk şarabı alıyorum, üzerinde red wine yazmasına rağmen ve de aldığımın yüksek miktardaki verişini ödeyerek çıkıyorum bu benmerkezci narsist merkezden. Organlara, ilk hedefiniz evdir ileri Atatürk'ten deforme edilmiş cümlesini söylüyorum, hiçbir organ karşı çıkamıyor, hatta totonun bile mabadi yemiyor karşı çıkmaya, baştan sona Atatürkçüymüş meğer organlarım. Varış noktamın belirli olması güzel en azından, kimi artistik patinaj hareketler eşliğinde, hamşo hemşerilerimden sıyrılarak hızla şarabıma bir an önce kavuşma isteğiyle evin yakınlarına ulaşıyorum ve aşağılardan bir ses adımı ısrarla tekrarlayıp duruyor. Görüş mesafesini aşağıya doğru kaydırıyorum ve ben kekeliyorum sen anla arkadaşla gözlerimiz bir göz bir göze gel beraber gözlükçü açalım demiş konumuna geliyoruz. Ben iyiyim sen nasılsın faslını on dakikada geçtikten sonra, ailen nasıl faslına girecekken, beyin ilk defa işe yarar bir eylem gerçekleştirip ellere "cep telefonunu çıkar" komutunu veriyor. Ben yalancıkdan cep telefonumla konuşuyor numarasına yatarken, ben kekeliyorum sen anla arkadaş üşüyerek ben gidiyorum işaret dilinde anlatıyor. Bense eve giden yollardan sağdakine mi yoksa soldakine mi teşne olayım diye kararsızlık yaşarken, soldaki yolu tercih eden afet-ül devrana yönelik hamlesini yapan junior'ın yönelişine boyun eğmek durumunda kalıyorum.

3. TABLO: SAĞIM SARIMSAK SOLUM PEMBELEŞMEDİ

Üçüncü Tekil Şahıs - (Masadan topları alır ve üç top çevirmeye başlar.) Yazmak istemiyorum yalan gözlerinize ve de isterik bakışlarınıza, öyle değil mi? Bu da bir görüş! Görmekle bakmak arasındaki farkı anlamak için 1001 temel eseri okumaya ya da 4 yıllık tam kıllık bir fakülte bitirmenize gerek yok. Ortada olana bakmanız yeterli ülkemizin solu "ortanın solu bilmemneyimin yolu" şeklinde bir açıklamaya girdiğinden beri ne kadar soldur? Sağdan bir şey beklememekteyim; çünkü sağım sarımsak! Soğan solun pembeleşinceye kadar kavrulmasını beklerken, müşteri aklıktan ölüyor. Yemeğe müniden bakarak, ama asla göremeyerek ölüyor. (Topları seyirciye fırlatır.)

4. TABLO: SANA(T)EMA

Üçüncü Tekil Şahıs - (Daktiloya bir kâğıt yerleştirir ve yazmaya başlar.) Sana tema, bana tema, ona tema bu sanat da, kendi temasını hangi temaslardan şekillendirmiş ana tema bu, iş bu gereği düşünüldü yazıda. Haliyle işe de; avlanır, üretmezgillerden olan atalarımızın bol üzüm yapraklı dönemlerinden başlamakta fayda görüyorum. (Deep Fores'ın Sweet Lullaby müziği eşliğinde, ilkel bir avcı kostümüne bürünür.) Çok renkli Türkçemizde eşcinsel ibaresiyle senli benli olan ve fakat bilimde ilk insanların genel ismi olarak bilinen Homo sapiens -Latince "akıllı adam" veya "bilen adam"-ın

kısadan köşeyi dönme emelleriyle ortaya çıkmıştır sanat. Av etleri, mağaralarda koca döven kadınların önünde paylaşılırken; ava çıkmak yerine darbe plânları kurmayı tercih eden Homo Evrenus avdan payesini alamaz ve aç olarak o geceyi geçirir. Ardından, açlığı başına vurduğundan olsa gerek, mağaralara “nü” av resimleri çiziktirmeye başlar. Avcı Homo geldiğinde ise çiziktirilerini ona gösterir ve bunun avlanma eyleminden daha önemli olduğu konusunu kimi “popstar” jest ve mimikleriyle ifade eder. Avcı Homo, Homo Evrenus’a avdan bir parça verir diğer klan üyeleri huzurunda, klan üyeleri kendilerini hiç de jüri gibi hissetmiyorken. Sonrasında ise hiçbir mankenlik ajansına kaydı olmamasına rağmen! Homo Fenomenus, hayvanların postunu kuşanıp takipçilerine satmaya çalışır, o da klan üyeleri huzurunda av etyle ödüllendirilir. “Mağarada Oxford vardı da biz mi okumadık” diyen Homo Tatlus ise “yaprağıma kum doldu, atmaya vidanjör gerek” ezgisine ayak uyduran kimi tartım ve ritimler eşliğinde, biraz da tehdit ögesiyle yüklü şarkısıyla, sanata müzik boyutunu getirerek av etinden nasibini alır. Haliyle ve de vaktiyle, tahmin edilebileceği gibi “ilk el” atalarımızın bu klanında Avcı Homo dışında avlanan başka kimse kalmaz ve o da Turkuvazus medya gurubu tarafından hayvan katilliğiyle suçlanarak Panter Emelus’a sevk edilir. Homo Hırzızus’un bir gece ansızın yapılan tüm çalışmaları ve av etlerini çalmasıyla başlayan “sanatta hırsızlık” kavramı ise orta çağ karanlığına kadar sürer ve ardından ünlü oyuncu Ediz Hun’un floranımsı elipsi icat edişiyle, mumlar ve mumcular katledilerek yerlerine tüm karanlıklara aydınlık süsü veren floranımsı elips takılır. İşte “ikinci el atalar” a kadar olan bu “ilk el” atalar dönemindeki klanda sanat bu şekilde oluşur ve de ne yazık ki aynı av etleri gibi çok çabuk kokuşur.

(Mızıkasını alır. Siya Siyabend’ten Hayyam’ı çalar, ardından müzik piyanodan / gitardan devam ederken şarkıyı söyler.)

5. TABLO: MASAL

Üçüncü Tekil Şahıs – Geçen gün evdeydik. Bildiğin ailecek. Tavan lambasının yarısı çalışıyor, öbür yarısı çalışmak istemiyor. Derken elektrikler kesildi. Instagram, X, Facebook, Playstation, diziler... Pat! Hepsi devre dışı. Kaldık birbirimize bakarak. Göz göze gelince, panik. Mecburen sohbet etmeye başladık. Şaşıracaksın ama... İnsanlarmış. Hem de fena olmayan cinsinden.

Masal sever misiniz?

Ben sevmem. Ama içimden, nereden estiğini bilmediğim bir dürtüyle, size bir masal anlatasım var şimdi. Hazırsanız başlıyorum:

Bir varmış, hiç yokmuşun o belirsiz zamanlarında...

Düşünmek suçtu. Düşmeyince halk kahramanı, düşünce tutuklu sayıldığın yıllar. Coğrafyanın kader değil müfredat olduğu bir ülkede geçer bu hikâye. İlkokuldan yüksek lisansa kadar, “jeopolitik” ve “jeostratejik” sözcükleriyle beyin delinmiş bir coğrafya burası.

İşte o ülkede de, her masalda olduğu gibi, güzel mi güzel, alımlı mı alımlı, verimsiz mi verimsiz bir prenses yaşamış. Yani: Tipik. Bir işe yaramayan. Anca story atar. Bu prensesin bir de kral babası varmış.

Ama öyle sıradan bir kral değil, çocuğuna “yelkenliler” alan, halkından “bir yeli bile esirgeyen”, eşkıyalara “Mister” diye hitap eden cinsten.

Ve evet, tüm bunlara rağmen halktan bir tane bile 42 numara ayakkabı, pardon, çarık yememiş.

Sapkınlığı bu davranışlarından değilmiş ama...

Asıl sapkınlığı, kızını ülke için “faydalı” biriyle evlendirme takıntısından ileri gelirmiş.

Oysa ki...

Kuş gribi zamanında prensesi ne tavukçular istemiş, ne yumurtacılar.

Kriz zamanında ne ekonomistler, ne rantiyeciler yaşamış.

Ama kral her defasında “Kural kuraldır!” diyerettiğinden, o kârlı evlilik bir türlü gerçekleşememiş.

Bir gün olmuş, ülkenin dört bir yanından —kallavi yollarla çevrilmiş ama eğitimsiz bırakılmış dört bir yanından— genç yiğitler düşmüş yola. Her biri başka bir özge diyardan. Hepsinde özgün bir düşünce, farklı bir formül.

Kara Murat çıkagelmiş önce.

Fatih’in fedailiğini bırakmış, mikrofonu kapıp sahneye atlamış:

“Kara kara düşünmekten sıkıldık. Artık Kara değil, Kâr’a Murat olayım diyorum. Ak akçe, kara gün içindir. Fedai değil, yatırımcı olayım.”

Spider Man, örümceğini almış gelmiş:

“Macera peşinde ağ örmek mi? Yok daha neler!

Artık ben prensesin sökükle donunu, sutyenini dizeceğim.

Ağlarımı moda endüstrisine vakfediyorum.”

Batman, Gotham City’ye el sallamış:

“Gölge savaşlarından yoruldum. Gerçek kimliğimi hatırladım.

Memleketim Batman’a dönüyorum.

Güneydoğu’ya yatırım olur, sıra hasreti de biter, hem devlet de sever.”

Keloğlan da boş durmamış.

Kelleye vergiyle saç ektirmiş.

Halktan toplanan parayla, halka rağmen, halka karşı kıl çıkarmış.

Velhasılı, kral memnun kalmamış.

Çünkü kural nettir:

“Faydalı olacak. İllâ ki! Öyle kahramanlık, gösteri, PR yetmez!

Kızımı öyle her gelene vermem. Kural kuraldır!”

Ve işte o anda...

Evet tam da orada, bir anda biri çıkagelmiş.

Seyirciye döner.

— Sizce kim? Haydi, tahmin edin. (Seyirciden cevaplar alır.)

Keşke dediğiniz gibi biri olsaydı.

Ama hayır.

Gelen, adı sanı duyulmamış bir “Eli Maşalı” imiş.
İlk işi: Heykelleri yıktırmak.
Sonra: Konserleri bastırmak.
Ardından: Tiyatrolara sansür, sansürle yetinmeyip kapanış.
Kral, Eli Maşalı’yı görünce gözlerinin içi parlamış.
Kalkmış, aynanın karşısına geçmiş gururla.
Bir bakmış ki...
Aynada kendi yansıması yok.
Aynada Eli Maşalı’yı görüyor.
(Aynayı seyirciye doğrultur. Seyirciye baktırır.)
Ve sorar:

“Peki... siz kimi görüyorsunuz?”

6.TABLO: SATLIK CİYERCİ TÜKANI

Üçüncü Tekil Şahıs – (Masadaki paketten bir sigara çıkarır, dudaklarının arasına yerleştirir.) “Satlık Ciyerci Tükani”... Buyur buradan yak diyemem, paketteki son sigara buna çok bozulur, sahibinden başka kimseye “satlık” olmayan bir edayla, yakılsa bile tat vermeyebilir. (Sigarayı pakete geri koyar.) İlköğretim klasmanındayken Türkçe dersine sadece bedenlen değil, düşünsel olarak da ‘bedenci’ giren bir milli eğitimzede yazmış doğal olarak bu yazıyı ve farkında olmadan Türkçeyle birlikte asmış dükkânına. (İlahi okurcasına) Ruhuna divân-ı lugati’t Türk, amin.

Aranızdan bazı eleştirmen-okurlar “tamam, bu da yanlış ve fakat Türkçemizde o kadar fazla yabancı kelime varken neden bu hiç de garip olmayan katilleri hor gördün?” şeklinde keçilenebilir. Diyalekt açıdan cevap hakkımı kullanma gibi bir -joker olmayan tamamen özlük hakkı diye nitelendirebileceğimiz- girişim içerisinde “şarküteri, free-shop, fast-food, bijuteri” ...vs birazcık kaykıl ileri maykıl tarzında kelimeler bizi Avrupa Birliği’ne sokacağından (!) kabul edilebilir. Peki bizim mahalli olduğu kadar yabancı uyduruk kaydırık içi dolu turşucuk kelimelerimiz bizi Turşucular Birliği’ne sokabilir mi?

Öyle ya, (böylesi de olabilirdi pekalâ) % 99+Eli Maşalı’nın Müslüman olduğu bir ülkede domuz eti satılan yer anlamındaki “şarküteri”lerin müşterileri olunabiliyor, beleş dükkanlara girilebiliyor lakin su gibi para harcanarak hiçbir şeyin free olmadığı anlaşılıyor, pide-lahmacun çifti, solucan cinsiyetli pizza tarafından hızlı bir şekilde yenilebiliyor solucanlar hiç pizza sevmiyorken. Türkçe, okunduğu gibi mi yazılıyor; yazıldığı gibi mi okunuyor; yoksa aralarındaki gol averajına göre mi olay çözümleniyor muamma...

Anlaşılamayan diğer konu; insanımız “satlık, ciyerci, tükan” kelimelerini kullanırken bu okunup yazılamama, yazılıp okunamama genel geçmez kurallarına takıldığından mı dili yanlış kullanıyor yoksa dili öğrenmenin yolu di’li geçmiş zamanlarda mı kaldı? Ben dile dil demem, dil dili dilden dillendirmedikçe tavrı en makul çözüm, herkes öpüşebilsin rahatça, dikizleyin o zaman insanımız birbirini ne kadar iyi anlayabiliyor ve

ortada dilli ve zilli bir sorun kalmıyor. Haydan gelip, huyda şehirlerarası mola verenler için yapılabilecek pek bir şey yok. Onlar ki suda balık ve toprakta karınca kadar çokturlar, beyhude edilen laflara her daim tokturlar, yine yazacaklardır elbet “satılık ciyerci tükanını” satılık ciğerci dükkânlarının vitrinine, sakat atın sakatat ciğeri beş para etmezken.

7.TABLO: SİGARASIZLIĞIN ZARARLARI

Üçüncü Tekil Şahıs – (Paketteki sigarayı tekrar çıkarır. Parmaklarının arasında dolaştırır.) Ne oldu? Sıkıldınız mı? (Sevecen) Ha sıkılmadınız ama sitrik asitli ve dumanlı hava sahasına çıkmanızın vakti geldi değil mi? (Öfkeli) Kimse çıkamaz! (Sevecen) En azından oyunun son tablosu bitmeden, kimse çıkamaz anlamında şey ettim canım. (Paketi kaldırır, sinevizyonda sigara paketi ve üzerindeki yazılar görünür.) Sigara içmek öldürür! İçmezsen hayatın garantide değil; Bir bakarsın kanalizasyon çukuruna düşmüşsün, ya da emekli kuyruğunda ölmüşsün, sonra doğalgaz patlayabilir, atlayabileceğin gibi işsizlikten dolayı boğaz köprüsünden, boğaz tokluğuna baklava çalıp mahpusta çürümek de var; milli maçta kalp krizinden göçmek de, kalp krizi geçiremeyenlerin attığı kurşunlardan ölmezsen yapışabilir her an bir yerlerine kene, yine mi benzine zam diyerek de olabilir gidişin, yetişin komşular elektriğe yüzde kırk diyerek de... Gribal enfeksiyona tâbi birkaç sapık tavuğu yiyerek; o da olmadı akli dengesi yerinde olmayan bir deli danayı tüketerek zehirlenebilirsin. Aslında en kolayı; en çok hamburger, en çok kolayı tıkınıp, tuvalette ıkmak da olabileceği gibi, kayıtsız ve şartsız bizans trafiğine atılmak da olabilir. Gurbetçiyse; yabancı sevmez kundaklargoiller tarafından, şanslıysan sıra hasretinden ölme hakların var. Mahkeme çıkışında hasımların tarafından vurulmadıysan bu söylediklerinin daha mahkemede aleyhine delil olarak kullanılmadan içerde dönersiz şişlenme yoluyla çok delikli bir şekilde morgu ziyaret edebilirsin.

Düşünüyorsan halin daha da harap: arabana bomba koyulana, henüz yirmi dördündeyken, bir mayıs sabahı ipe çekilene, otelin kundaklanıp, yakılmayı beklediğin ana kadar düşünebilirsin, ya da gözaltı yerine başka altlara gidip, işkenceden dolayı ruhen ölebilirsin. Düşünsen bile sakın yazma, ölümün daha çabuk olur ardından adına bulvarlar, sokaklar oluşturulur, o sokaklarda çok beygirli arabalarıyla gençler kanla depolarını doldurur.

(Sinevizyondaki görüntü büyütülür.) Paketin üzerindeki yazı söylüyor ben demiyorum: sigara içmek ölümcül akciğer kanserine neden olur! Peki ya sigara içmeden kazanılan diğer ölümler neden olur? Sizi bilmem, ben artık günde iki paket içmeye başladım ve doktor azalt derse yapacağım şey de üstadım Ferhan Şensoy gibi tek paketteki kırklık sigaraya geçiş olabilir, ama ben sigarayı bırakmayacağım, çünkü Arif olan Ahmed söylemiş: hiç kimse benim için böyle yanmadı diye! (Sigarayı yakar, selâm verir. Işıklar kararır, seyir yeri aydınlanır.)

OYUN METNİ ÜZERİNDEN ANALİZ

Girizgâh — Anlatıcı Belleği ve Gündem Eleştirisi

Oyun, “Girizgâh” başlığıyla başlar ve anlatıcı karakter olan Üçüncü Tekil Şahıs’ın bir çuval “gündem” ve altına iliştirilen “hashtag”leri bırakmasıyla açılır:

“Hay hak! Hak dostum, Hak! Bir çuval ‘gündem’ bırak, Altına da ‘hashtag’leri bırak.”

Bu açılış, sahnede yalnızca bir oyuncunun yer aldığı tek kişilik bir yapı için olağanüstü bir anlatıcı belleği performansıdır. Karakter hem günümüz dijital dilini hem de tasavvufi imgelemlerle harmanladığı bir dil kurarak seyircisini hem zihinsel hem duygusal düzlemde hazırlamaktadır.

Bu sahne Schechner’in “ritüel ve oyun” arasındaki geçişleri hatırlatır (Schechner, 2006). Burada oyuncu, sahneyi adeta bir dijital çağ ayini gibi kurgular; seyircisini hem ironik bir farkındalığa hem de birlikte yaratılan bir anlatıya davet eder. Anlatı, doğrudan seyirciye hitapla kurulur; bu da Boal’ın (2014: 19) “seyirci-oyuncu” (spect-actor) modeline yaklaşan bir strateji olarak okunabilir.

Üçüncü Tekil Şahıs’ın; “Eylemse, buyur eyleyelim, Dertse, beraber söyleyelim.” Repliği izleyiciyle duygusal bir bağ kurmanın ötesinde ortak bir politik ve estetik sahne önerisidir. Bu, Lehmann’ın postdramatik tiyatrodaki metnin seyirciyle birlikte icrâ edilen bir süreç olduğu görüşüyle de örtüşür (Lehmann, 2006).

Ayrıca, repliklerde geçen: “Cümle postlar dalınmasın, seyircimiz sıkılmasın!” satırı, modern zamanların sosyal medya dilini tiyatral bir forma dönüştürürken; oyuncunun karakterle ve izleyiciyle kurduğu çok katmanlı ilişkiyi vurgular. Bu anlatım biçimi, Zinsner’in yalın ama doğrudan yazım ilkesiyle de ilişkilidir: Kısa, güçlü cümlelerle karmaşık meseleler aktarılır.

“Girizgâh”ın sonunda karakter, yazar kabızlığını şu cümleyle dile getirir: “Efendim kabızlık çekiyorum... Gezmiş, görmüş, okumuş, dinlemiş de yazmamış olmanın verdiği bir kabızlık.”

Bu replik, yaratıcı yazma sürecinde tıkanma, yani yaratıcı üretkenlik eksikliği üzerinden ironik ve kişisel bir ifade biçimi sunar. Bradbury’nin yaratıcı yazıya dair aktardığı “her gün yaz, kendini zorla, ilham gelmesini bekleme” önerisinin tam tersine; bu karakter ilhamsızlığın dramatik ağırlığını mizahi bir dille sahneye taşır.

Ayrıca bu sahnede seyirciden bir kalem seçmesini istemesi ve onunla yazmaya çalışması, performansın interaktif yapısını belirginleştirir. Oyuncu sadece hikâye anlatmaz, aynı zamanda yazma edimini sahne üstünde yaşar. Bu durum, İpşiroğlu’nun (2005: 175) yaratıcı yazma pedagojisinde vurguladığı “çözümleyici düşünme” süreciyle doğrudan ilişkilidir.

Yaratıcı Yazma ve Dramatik Araçlar

Bu tabloda dikkat çeken yaratıcı yazma teknikleri:

- İç monologla dış monolog arasında geçiş: Karakter, kendi zihnindekileri yüksek sesle paylaşıırken; aynı zamanda seyirciden onay bekler.

- Duygusal çok katmanlılık: Hem melankolik bir yazamama hâli, hem komik bir abartı duygusu taşır.

- Karma bir dil yapısı: Argo, tasavvufi ifadeler, sosyal medya dili, şiirsel yapılar... Bu çeşitlilik Egri'nin "karaktere uygun dil" ilkesine uyar.

- Oyuncu-yazar birliği: Karakter, metni yazan kişiye dönüşür. Bu durum hem öz-anlatı hem performatif otobiyografi örneğidir.

Bu ilk sahne, tüm oyunun tonunu belirleyen metaforik, dilsel ve sahnelemeye dair önemli ipuçlarını barındırır. Oyuncu artık sadece bir karakter değil, aynı zamanda yazar, yorumcu ve anlatıcı olarak metnin içinde dolaşır.

1. Tablo: Kebazet — Yazma Tıkanıklığı, İç Organlarla Karakter Bölünmesi

Kebazet sahnesi, karakterin bir kalemi kırmasıyla başlar: "Kalemi kırar. Neden yazamıyorsun diye kaleme kızılmaz. Yazamamak da belli bir dönem yazgısıdır yazarın."

Bu replik, yaratıcı yazarlıkta ilham kaybının bireysel bir suçluluk değil, yapısal bir süreç olduğunu ifade eder. Kalem kırmak; hem fiziksel bir eylem hem de metin üretiminin reddi ya da krizi olarak okunabilir. Ray Bradbury'nin *Yaratıcı Yazarlık* (2015) kitabında sıkça değindiği gibi, yazarlık pratiği disiplin ister; ancak burada karakter disipline değil, "direnc"e teslim olmuştur.

"Sorun kendimizde, bizdedir. Biz kim miyiz? Bilumum iç ve dış organlardan kurulu... böyle bir memlekette yaşanmasına rağmen epeydir yazma konusunda kabızlık çeken bir yazarız."

Bu cümlede bedenın parçalarından oluşan çoğul "biz" söylemi, çoklu kimlik ve bedensel temsil anlamında postdramatik tiyatro yapısına doğrudan uyar. Karakter artık tekil bir özne değil, iç organlarının yönettiği dağınık bir kimliktir. Schechner'e göre, "performans oldukça heyecan vericidir; çünkü tiyatro ve ritüelin arasında bir yerdedir" (Schechner, 2006: 138). Dolayısıyla bir beden, birçok kimliğe ev sahipliği yapabilir; burada ise bedenin her parçası bir karaktere dönüşmektedir.

Karakterin üç tekerlekli bisiklete binip sahnede dolaşması ve çocukluğundan bahsetmesi şu replikle belirginleşir:

"Bazen çocukluğum çıkıyor üç tekerlekli bisikletimin selesine oturup, Erzurum'da güneşi bir daha öyle sarı ve sıcak göremeyeceğini düşünürken..."

Bu sahne, anlatıcı belleği açısından önemlidir. Çocukluk anısının bisikletle çağrılması, Bradbury'nin anıdan doğan yazı modeline benzer.

Yazma edimini tetikleyen kişisel nesne veya hatıra durumu burada sahneleştirilmiş hâlde karşımıza çıkar.

Bedenin Politikleştirilmesi ve Mizahi Çoğulluk

Sahne ilerledikçe anlatıcı, bedeninin tüm organlarıyla konuşmaya başlar. Kuklalar aracılığıyla organları temsil eder ve her biri farklı aksanlarla, farklı isteklerle sahnede yer alır:

“Beyin: Çıkılacak!”

“Mide hazretleri... kazınıyor.”

“Bağırsak tahliye etmek, junior olur olmaz her yere girip çıkmak istiyor.”

Bu, yalnızca mizahi bir teknik değil, aynı zamanda Boal’ın “bedenin parçalarını konuşturma” yöntemine benzer biçimde, iktidar-özne ilişkilerini içselleştirme biçimidir. Beyin karar verir, mide dayatır, bağırsak konuşur. Bu parçalanmış özne yapısı, Lehmann’ın postdramatik sahnelemesinde anlatıcının metnin dışına çıkıp bedenini metinleştirerek “oyunlaştırması”yla uyumludur (Lehmann, 2006).

“Bir Organ: Onu ben seçmedim kesin on iki parmak bağırsağının işidir bu, zaten herifler aşiret.”

Bu replik, Türkiye’deki politik partiler, aidiyet ve hizipçilik kültürünü organlar üzerinden alegorik olarak eleştirir. Yani birey yalnızca kendisi değildir; toplumsal iktidar ilişkileri, onun bedenine nüfuz etmiştir.

Yaratıcı Yazma Teknikleri ve Yapı

Kebazet sahnesi, yaratıcı yazarlık bakımından birçok teknik içerir:

- İç monolog – çoklu karakter diyaloguna dönüşür: Karakterin zihni, bedensel parçaları tarafından kuşatılmıştır.

- Grotesk mizah: Organların, ciddi politik meseleleri seslendirmesi kara mizah üretir.

- Bedensel metin: Yazı artık kalemle değil, bedenle yazılmaktadır. Bu sahne tam anlamıyla “beden-metin” uyumunun göstergesidir.

- Hiciv ve ironi: Tüm politik sistem, bir mide ve bağırsak alegorisiyle yerle bir edilir.

- Çocukluk geri dönüşü: Anlatıcının üç tekerlekli bisiklet ile geçmişe dönüşü, anı ile yazı arasındaki köprüyü kurar.

Tiyatroda Mizansen ve Performans Etkisi

Bu sahnede karakterin çeşitli kuklalarla organları konuşturması, sahne ekonomisi açısından da dikkat çekicidir. Bir el kuklası, farklı ses tonlarıyla birkaç karakteri temsil edebilir. Bu da Davis’in (2015: 23) önerdiği diyalog çeşitliliği ve “her karakterin kendine ait bir sosyal kodu olmalıdır” ilkesine sahneleme açısından tam uyum sağlar.

Aynı zamanda karakterin Erzurum soğuşuna hazırlanmak için giydiği kat kat kıyafetler, sadece mizahi değil; Boal'ın “estetik mesafe” stratejisiyle sahnede yabancılaştırıcı bir etkide bulunur. Kıyafetlerin abartılı biçimde tasarlanması, gerçekliğin parodileştirilmesini sağlar.

Kebazet Tablosunun Kuramsal ve Yaratıcı Değeri

Kuramsal Kavram

Anlatıcı Belleği
Çoklu Kimlik Temsili
Grotesk Mizah
Postdramatik Yapı
Yaratıcı Yazarlık Tıkanması
Sahne Ekonomisi

Yansıması

Çocukluk anısı, bisiklet metaforu
Organların kuklalarla konuşturulması
Mide, bağırsak gibi organların diyalogu
İç çatışmanın bölünerek sunulması
Kalemin kırılması, kabızlık metaforu
Minimal aksesuarlarla çoklu rol

3. Tablo: Organ Mafyası — Bedensel Hiyerarşi, Çoklu Karakter Temsili ve Absürd Anlatı

Bu sahnede Üçüncü Tekil Şahıs, tekerlekli askılıktan kıyafetlerini alarak dışarı çıkmaya hazırlanırken, içsel bir isyanla organlarını konuşturmaya başlar. Her organın farklı bir sesi, karakteri ve gündemi vardır. Sahnede organlar yalnızca biyolojik değil, sosyo-politik anlamda da aktörleşir. Bu yapı, Boal'ın beden politikleştirilmesi fikrine güçlü bir sahne örneği sunar (Boal, 2014).

Çoklu Karakter Temsili: Organlar Arasında Güç Mücadelesi

“Beyin: Çıkılacak!”

“Mide hazretleri kazanıyor.”

“Bağırsak tahliye etmek istiyor.”

“Çük: Beni katmayın olaya, ben oy kullanmadım son seçimde.”

Her organ, adeta bir toplumsal sınıf ya da politik temsilci gibi davranır. Özellikle Junior karakterinin “ben oy kullanmadım” repliği, pasif yurttaşlığı ve siyasi çekilme hâlini absürd bir ifadeyle karikatürize eder. Bu, postmodern politik eleştirinin beden metaforu üzerinden sahneye taşınmasıdır.

“Bir Organ: Onu ben seçmedim, kesin on iki parmak bağırsağının işidir bu... zaten herifler aşiret!”

Bu cümle, Türkiye'deki siyasal yapının aile, aşiret ve liyakatsizlik eleştirisini beden parçalarıyla sahneye getirir. Özellikle aşiret, oy blokları, hizipçilik gibi politik göndermeler, grotesk abartıyla sahneye taşınır. Egri'nin dramatik çatışma anlayışında karakterlerin inandırıcılığı eylem motivasyonlarıyla kuruluyorsa, burada da her organın ayrı bir motivasyonu vardır — ama hepsi bir anlatıcının çatışmalı bilincinden doğar.

Grotesk Mizahın Anatomisi

“Beynin, mideyle yaptığı işbirliği sonucu verdiği emirlerden nefret ediyorum.”

Bu replikte bir organ ittifakı kurulmuştur. Mide ile beyin arasında kurulan bu “koalisyon”, absürd ama tanıdık bir gücün parodisini sunar. Mizah, burada yalnızca güldürmez; tanınan bir toplumsal düzene dair farkındalık yaratır. Özellikle şunlar:

“Bedenimde bir gestapo besliyorum.”

“Ayaklar slalom yaparak ilerleme durumumda, kendi pistimde.”

Absürd tiyatronun yapıtaşlarından olan abartılı analogiler ve yer değiştirme (burada beden içi politik yapı ve kayak pisti) iç içe geçmiştir. Lehmann’ın postdramatik sahnede sahici gerçekliğin değil, performatif gerçekliğin öne çıktığı tanımıyla örtüşür (Lehmann, 2006).

İç Monolog, Mizansen ve Diyaloglar Arası Geçiş

Organ Mafyası sahnesi boyunca oyuncu tek başınadır, ancak en az on farklı karakteri —organları— kendi sesiyle canlandırır. Bu, Rib Davis’in tanımıyla “karakterin konuşması yazarın tanıdığı belli bir bireye dayanabileceği gibi, tanıdığı insanların bir karışımı da olabilir” (Davis, 2015: 32). Her organın:

- farklı ses tonu,
- değişen jest-mimik,
- farklı mekânsal yönelimi

vardır. Örneğin “Sağ Göz” ve “Sol Göz” arasında geçen diyalog:

“Sağ Göz: Oğlum, en kötüsü rakı!”

“Sol Göz: Bir gün de ağzından güzel bir yer duyayım ah mondiö! Şam, Bağdat... Ne işimiz var oralarda?”

burada gözlerin bile politik görüş ayrılığı vardır. Sağ Göz’ün milliyetçi, Sol Göz’ün romantik kozmopolit olduğu hissedilir. Bu repliklerin sadece sesi değil, karakter tipolojisi de farklıdır. Anlatıcı, bu çoklu temsilleri mizansenle güçlendirir: gözlerine korsan bandanası takması gibi küçük aksesuarlar, karakter geçişlerini fiziksel olarak da görünür kılar.

Bu performans, Schechner’in “restored behavior” (yeniden icra edilen davranış) tanımının pratiğe dökülmüş hâlidir. Anlatıcı artık yalnız değildir — kendi içinde bir halk meclisi, bir kabine, bir aykırı forum vardır.

Sahne Ekonomisi ve Dramatik Yansımalar

- Tek bir oyuncu, çok karakter: Kukla, aksesuar ve jestlerle sağlanır.
- Mekân sabit, karakterler hareketlidir: Oyuncu mekânda kalır, kimlikler değişir.
- Zaman kesintisizdir, ama konuşanlar çoktur: Sahne zamanında herhangi bir geçiş yoktur; dramatik zaman aynı kalır ama anlatı içindeki kişiler çoğalır.

• Diyaloglar çatışkılıdır: Her organ başka şey ister; karakterin bölünmüş ruh hâli seyirciye aktarılır.

Organ Mafyası Tablosunun Kuramsal ve Yaratıcı Değeri

Kavram

Çoklu Karakter Temsili
Politik Grotesk
Absürd Mizah
İç Monolog ve Diyalog
Performans Kuramı
Diyalog Çeşitliliği

Yansıması

Organların farklı kişiliklerle konuşturulması
Organ hiyerarşisi ve absürd devlet temsili
Organlar üzerinden politik yurttaş parodisi
Karakterin kendiyle tartışması
Bedenin oyun olarak sahneye dönüşmesi
Organların farklı tutumla temsil edilmesi

4. Tablo: Sana(T)ema — Sanatın Evrimi, Kültürel Bellek ve Sahneleme Üzerine İronik Bir Epik

“Sana tema, bana tema, ona tema... bu sanat da kendi temasını hangi temaslardan şekillendirmiş, ana tema bu işte.”

Sahne, karakterin daktiloya bir kâğıt yerleştirmesiyle başlar. Bu bir yazı eylemidir, ancak sıradan bir yazı değil: kültürel geçmişle hesaplaşmanın, sanatın kökenine dair ironik bir arkeolojinin başlangıcıdır.

Karakter, “avcı” kostümü giyerek sahne üzerinde evrimsel bir dönüşüm geçirir. Böylece Schechner’in performans teorisinde bahsettiği “ritüel + drama” birleşimi somut hâle gelir. Oyuncu, sahne üzerinde hem anlatıcı hem karakterdir; hem tarihsel bilgi aktarıcısı, hem ironik yıkıcıdır.

Sanatın Absürd Tarihi: Homo Tatlus ve Homo Fenomenus

“Homo sapiens... kısıdan köşeyi dönme emelleriyle ortaya çıkmıştır sanat.”

Karakterin sanat tarihini, ilkel insanın mağara çizimlerinden sosyal medya influencer’larına kadar abartılı biçimde aktarması, Lehmann’ın postdramatik tiyatrodaki “tarihsel sürekliliği koparma” eğilimini sahnede gösterir. Bu tarih anlatısı lineer değildir; eğilip bükülür, çarpıtılır ve sonunda bir “gülünç hakikate” ulaşır.

“Mağarada Oxford vardı da biz mi okumadık!”

“Homo Tatlus ise ‘yaprağıma kum doldu’ ezgisine ayak uydurur.”

Bu tür cümleler, absürd gerçeklik ile gündelik dilin grotesk bileşimini oluşturur. Homo Tatlus karakteri, modern toplumun entelektüel ve estetik sefaletini ironik biçimde temsil eder.

Mizansenin Anlam Yüğü: Müzik, Kostüm, Objeler

Karakter bu sahnede müzikle eşlik eder:

(Mızıkasını alır. Siya Siyabend’ten Hayyam’ı çalar.)

Müzikal eşlik, bu sahnede sadece ses değil, anı çağırان ve ritüel oluşturan bir bileşendir.

Kostüm ise bir ilkel avcı kılığıdır. Sahne üstündeki bu giyinme ritüeli, karakterin sanatın evrimini hem fiziksel hem anlatı düzeyinde temsil ettiğini

gösterir. Schechner'in "restored behavior" (yeniden icra edilmiş davranışlar) kavramı burada vücut bulur: karakter, insanlık tarihini kendi bedeniyle yeniden icra eder.

Yaratıcı Yazma ile İronik Anlatımın Buluşması

Bu sahne, yaratıcı yazının deneme formunu sahneye taşır. William Zinsser'in (2015: 63) savunduğu gibi iyi bir yazı "bütünlük"tür. Bu sahnede anlatıcının sesi:

- hem eleştirel,
- hem içten,
- hem de her an parodik bir dönüşe açıktır. Tüm bu unsurlar, bütünlüklü yapıyı sunar.

Rib Davis'in önerdiği diyaloglarda çeşitlilik ilkesi, burada tarihsel karakterlere mizahi bir diksiyon kazandırarak uygulanır:

"Homo Fenomenus, hayvanların postunu kuşanıp takipçilerine satmaya çalışır."

Bu cümle, günümüz moda/sosyal medya kültürünü ilkelik metaforlarıyla yorumlayan keskin bir hicivdir.

Göstergebilimsel Eleştiri: Tema, Alt Tema, Anti-Tema

Karakter metin içinde "tema" kelimesini sürekli tekrar ederek metin üzerine metin kurar. Bu, hem dilsel bir oyun, hem de Zinsser'in "gereksiz kelimelerle içeriğin bulanması"na karşı geliştirdiği yöntemle alaydır. Burada yazar, kasıtlı olarak kelime fazlalığı yaratarak "tema bolluğunun anlam yoksunluğuna dönüşmesi"ni ironize eder.

Bu da yaratıcı yazının anti-kuralcı yönünü sahneye taşır: yazmak, bazen yazının kurallarını bozmakla başlar. İpşiroğlu'nun (2005: 175) dediği gibi: "yaratıcı yazma çalışmalarının amacı genelinde tiyatrodan esinlenerek yazma becerisini, çözümleyici düşünme yetisini geliştirmek"tir. Çözümleyici düşünme yetisi ise zaman içinde kuralların dışına çıkmaya eğilimlidir.

Sana(T)ema Tablosunun Kuramsal ve Yaratıcı Değeri

Kavram	Yansıması
Anlatıcı Performansı	Yazarın sahnede tarih anlatıcısına dönüşmesi
Postdramatik Kopuş	Doğrusal tarih yerine ironik tarihsel
sıçramalar	
Grotesk Tarih Anlatısı	Homo sapiens → Homo Tatlus → Homo Fenomenus dönüşümü
Müzik ve Kostüm Kullanımı	Mızıka, avcı kostümü, daktilo → anlatının sahneye taşınması
Parodi ve Absürd	Mağara döneminden sosyal medyaya uzanan kültür ironisi
Yaratıcı Yazma İronisi	

5. Tablo: Masal — Postmodern Alegori, Politik Hiciv ve Seyirciyle Yüzleşme

Tablo, anlatıcının evde ailesiyle birlikte elektriklerin kesildiği bir akşamı anlatmasıyla başlar:

“Instagram, X, Facebook, Playstation, diziler... Pat! Hepsi devre dışı. Kaldık birbirimize bakarak. Göz göze gelince, panik. Mecburen sohbet etmeye başladık. Şaşıracaksın ama... İnsanlarmış. Hem de fena olmayan cinsinden.”

Bu giriş, postmodern yabancılaşmanın en yalın eleştirilerinden biridir. İletişim araçlarıyla sarılmış modern insan, ekranlar susunca kendiyi ve ötekiyle yüzleşir. Bu da Egri’nin önerdiği gibi “dramatik çatışmanın” artık dışsal değil, içsel bir duruma dönüştüğünü gösterir: karakterin asıl çatışması susan evin içinde konuşamayan insanlardır.

Masal Diliyle Gerçeklik: Postmodern Bir Alegori

“Bir varmış, hiç yokmuşun o belirsiz zamanlarında... Düşünmek suçtu. Düşmeyince halk kahramanı, düşünce tutuklu sayıldığın yıllar.”

Bu cümle, masal dilinin en saf hâliyle gerçeklik ve politikanın iç içe geçirildiği bir noktadır. Bu anlatı biçimi, Lehmann’ın “türler arası çözülme” (genre dissolution) dediği postdramatik özelliği taşır: trajedi, masal, farz ve politik tiyatro iç içedir.

Karakter, ülkenin siyasi iklimini absürd bir krallık anlatısıyla masallaştırır:

“Prens... story atar. Kral babası... halkından ‘bir yeli bile esirgeyen’

Buradaki anlatım hem Zinsser’in yalın dil ilkelerine sadıktır, hem de Boal’ın tiyatrodaki doğrudan ve kaba bir gerçekliği yüzleştirme stratejisini taşır.

Kralın, Eli Maşalı’ya dönüşmesi ve “Aynaya baktığında kendisini değil, Eli Maşalı’yı görmesi”, Schechner’in “oyuncunun dönüşüm alanı” kuramıyla örtüşür. Aynaya seyircinin bakması istendiğinde, Boal’ın “seyirciye eylem alanı aç” öğretisi canlanır. Artık sahne sadece temsil değil, eylemin tetikleyicisidir.

Kültürel Kodlarla Mizahi Dönüşüm

“Keloğlan kelleyle vergiyle saç ektirmiş. Halktan toplanan parayla halka rağmen halka karşı kıl çıkarmış.”

Bu cümle, politik hicvin halk masallarıyla birleştiği en net örnektir. Keloğlan, artık saf Anadolu çocuğu değil; yeni Türkiye’nin kamu bütçesiyle estetik ameliyat geçirmiş PR karakteridir. Bu dönüşüm, yaratıcı yazmanın “yeniden yazma” (re-writing) stratejisidir: var olan karakter yeniden kurgulanır, ama bu kez ideolojik bir alt metinle yüklenmiştir.

Ray Bradbury’nin (2015: 32) eskiye yeni bir gözle bakma durumundan kastı burada sahnede vücut bulur. Bu ilke, karakter seçiminde

belirginleşir: masal kahramanları çağdaş politik figürlerin alegorisine dönüşür.

Seyirciyle Yüzleşme: Aynaya Bakmak

(Aynayı seyirciye doğrultur.) Ve sorar: “Peki... siz kimi görüyorsunuz?”

Bu, dramatik tiyatrodan açık biçim yapıya geçişin sembolik eşiğidir. Oyuncu, karakter olmaktan çıkar, temsilin içine seyirciyi de dahil eder. Brecht’in “verfremdung” (yabancılaştırma) etkisinin ve Boal’ın “seyircinin aktörleşmesi”nin somutlaştığı bu an, aynı zamanda anlatıcının en çıplak hâlidir: sorumluluk paylaşılır.

Lehmann, bu tür müdahaleleri “metnin sahneden çekilmesi” olarak tanımlar: artık yazılmış olan değil, sahnede o anda kurulan bir anlatı vardır.

Masal Tablosunun Kuramsal ve Yaratıcı Değeri

Kavram

Postmodern Anlatı
Alegori ve Parodi

Yansıması

Masal formuyla politik hiciv
Prenses, kral, Keloğlan gibi karakterlerin güncel temsili
Mevcut figürlerin yeniden yazılması
Tek sesli değil, çok katmanlı seslendirme
Aynanın seyirciye tutulması, sorumluluğun paylaşılması
Masal perdesi altında sert politik eleştiri

Dramatik Gerçeklik

6. Tablo: Satlık Ciyerci Tükanı — Dilin Deformasyonu, Sınıf Eleştirisi ve Semiyotik Grotesk

Bu sahnede Üçüncü Tekil Şahıs, bir sigarayı çıkartıp geri koyarak başlar konuşmaya:

“‘Satlık Ciyerci Tükanı’... Buyur buradan yak diyemem, paketteki son sigara buna çok bozulur.”

Açılış, hem sözcük oyunu hem de sosyal gözlem içeren çok katmanlı bir ifade ile başlar. Tabeladaki yazım hataları (“satlık”, “ciyerci”, “tükan”) karakterin gözünden kaçmaz, aksine tüm sahne boyunca bu “hatalı” Türkçenin arkasındaki sosyo-kültürel katmanlar didiklenir.

Dil Deformasyonu Üzerinden Sosyal Katman Eleştirisi

“Doğal olarak bu yazıyı, farkında olmadan Türkçeyle birlikte asmış dükkânına.”

Bu cümle, dilin kamusal alanda nasıl temsil edildiğini, dil hatalarının yalnızca bireysel değil, sistemik ve sınıfsal olduğunu vurgular. William Zinsser’in (2015: 11) “iyi yazmak için iyi manevi değerler gerekir” ilkesine tersinden bir gönderme vardır burada. Zinsser’in kastettiği “düşünce

temizliği”, burada toplumsal olanaksızlıkların yarattığı bir kirlenmeye dönüşür.

Bu sahne, aynı zamanda Lehmann’ın (2006: 84) postdramatik tiyatrodaki “dil bozulmasıyla gerçekliğin bozulması” fikrine güçlü bir örnek sunar. Sahne boyunca dil, gerçekliğin kopyası değil; parodisi olarak işlev görür.

Kültürel Kodlar Üzerinden Semiyotik Mizah

“%99+Eli Maşalı’nın Müslüman olduğu bir ülkede domuz eti satılan yer anlamındaki ‘şarküteri’lerin müşterileri olunabiliyor.”

Burada bir sözcükler arası çarpışma vardır. Yabancı kökenli kelimelerin “daha kabul edilebilir” olması, halkın öz Türkçeyle olan bağına dair kültürel bir yabancılaşmayı ortaya koyar. Hüülya Nutku’nun (2017: 142) vurguladığı “tiyatrodaki sözcük seçimi kadar onların yerleştiriliş biçimleri de önemlidir” görüşü bu mizahı destekler.

“Free-shop, fast-food, bijuteri” ... kaykıl ileri maykıl tarzında kelimeler bizi Avrupa Birliği’ne sokacağından (!) kabul edilebilir.”

Bu satırlar, yarı şairane bir hiciv diliyle yazılmıştır. Ritmik tekrar, ses benzerliği, sözcüklerin bilinçli bozulması... Hepsini yaratıcı yazma sürecinde önerilen “biçimsel oynamalarla dil eleştirisi”nin bir örneğidir.

Halk Tabelası: Bir Absürd Metin Olarak

Bu sahnede tabela bir dekor değil, bir karakterdir. “Satlık Ciyerci Tükani” ifadesi, yazım hatası içerdiği için değil; o yazım hatasının kültürel arka planı ve meşruiyeti üzerinden sorgulanır. Dilin bu deformasyonu, karakterin bilinç akışına dönüşür ve tüm metni yönlendirir.

Yazarlıkta çoğu kez karşılaşılan bir sözcüğün ilk kıvılcım olması anlayışıyla örtüşür. Tabeladaki üç yanlış sözcük, burada yedi sayfalık bir anlatının tetikleyicisidir.

Metin-içre Dil Eleştirisi ve Yaratıcı Yazma

Bu sahne, klâsik oyun yazarlığına aykırı bir biçimde, diyalogsuz bir metin içinde iç içe anlatı katmanları barındırır. Sahne boyunca şu yaratıcı yazma teknikleri kullanılır:

- Listeleme ve örnekleme: Yabancı kelimeler sıralanır, etkileri karşılaştırılır.
- Bilinç akışı: Karakterin zihni, sözcükler üzerinden mekânlar arasında dolaşır.
- Yabancılaştırma: Seyirciye hatırlatılır: bu sözcükler sizinle ilgili!
- Metin içre mizah: Hatalı sözcüklerin içerdiği çelişkilerle oynanır.

Satlık Ciyerci Tükani Tablosunun Kuramsal ve Yaratıcı Değeri

Kavram

Semiyotik Eleştiri

Yansıması

Tabelaların yazınsal değil, kültürel/ideolojik

Yabancılaşma	Dili doğru kullanamayan halk değil, sistemi okunması kuranlardır mesajı
Parodi ve Grotesk Dil	Kelime deformasyonlarının sahneye taşınması
Yaratıcı Yazma Uyarısı	Üç sözcükten oluşan tabela → tüm sahneyi belirleyen unsur
Performans Nesnesi olarak	Yazı Tabela artık pasif bir yazı değil, aktif bir karakter gibi işlev görür

7. Tablo: Sigarasızlığın Zararları — Ölüm, Bürokrasi ve Umutsuzluk Üzerine Kara Mizah

“Sigara içmenin zararları belli de sigarasızlığın zararları üzerine neden konuşulmuyor!”

Bu replik, dil düzeyinde tersine çevrilmiş bir alışkanlık uyarısı gibi görünse de aslında karakterin bireysel irade ile sistemsel yasaklar arasında sıkışmışlığını anlatır. Sigarayı yasaklayan sistem, alternatif bir umut da sunmaz. Tıpkı sahnedeki karakter gibi: ne içebiliyor, ne soluk alabiliyor.

Nikotin Bir Bahane: Modern Hayatta Boğulma Hâli

“Sigara içmek öldürür! İçmezsen hayatın garantide değil...”

Burada artık nikotin, bireysel alışkanlık değil; modern insanın yaşadığı çaresizliğin sembolü olarak okunur. Sigarasızlıktan ölmek, bir absürttür ama aynı zamanda varoluşsal bir ironidir: yaşayamamak, nefes alamamak, ifade edememek.

Eğri’nin çatışma tanımı burada evrilir: içsel çatışma bir davranışa değil, davranamama hâline dönüşür. Karakter neyi arzuladığını bilir ama onu elde etmenin koşulları yoktur — bu da sahnenin dramatik ironisini yaratır.

Grotesk Bir Bürokrasi ve Ölüm

“Sigara içmek öldürür! İçmezsen hayatın garantide değil; Bir bakarsın kanalizasyon çukuruna düşmüşsün, ya da emekli kuyruğunda ölmüşsün, sonra doğalgaz patlayabilir, atlayabileceğin gibi işsizlikten dolayı boğaz köprüsünden, boğaz tokluğuna baklava çalıp mahpusta çürümek de var; milli maçta kalp krizinden göçmek de, kalp krizi geçiremeyenlerin attığı kurşunlardan ölmezsen yapışabilir her an bir yerlerine kene, yine mi benzine zam diyerek de olabilir gidişin, yetişin komşular elektriğe yüzde kırk diyerek de... Gribal enfeksiyona tâbi birkaç sapık tavuğu yiyerek; o da olmadı akli dengesi yerinde olmayan bir deli danayı tüketerek zehirlenebilirsin. Aslında en kolay; en çok hamburger, en çok kolayı tıkınıp, tuvalette ıkmak da olabileceği gibi, kayıtsız ve şartsız bizans trafiğine atılmak da olabilir. Gurbetçiyse; yabancı sevmez kundaklargiller tarafından, şanslıysan sıra hasretinden ölme hakların var. Mahkeme çıkışında hasımların tarafından vurulmadiysen bu söylediklerinin daha mahkemede aleyhine delil olarak

kullanılmadan içinde dönersiz şişlenme yoluyla çok delikli bir şekilde morgu ziyaret edebilirsin.” Bu sahne, şehirli, “normlara uygun” yaşayan bireyin dahi beklenmedik bir şekilde ölümle karşılaşabileceği düşüncesini grotesk bir dille işler. Burada ölüm sıradan, anlamsız ve rastlantısaldır. Bu da absürd tiyatrunun varoluşçu damarına işaret eder. Bu da metindeki Camus ve Beckett etkisini gösterir.

Mekân, Nesne ve Ölüm: Sahneleme İpuçları

Bu sahnede karakterin elinde bir sigara paketi vardır ama içinden sigara çıkmaz. Belki boş, belki yasaklanmış. Bu, nesnenin yokluğuyla sahneye etkisi anlamında güçlü bir öğedir.

Ayrıca karakterin nefes alışverişlerini vurgulayan fiziksel performansı — derin soluma, boğulma efekti, göğsünü sıkması — seyirciyle empatik bir fiziksel rezonans kurar. Bu durum da, Özdemir Nutku’nun (1965: 84) belirttiği; “oyun yazarının tempo-ritim kavramına olan dikkati” ile açıklanabilir.

Yaratıcı Yazma Tekniği Olarak Kara Mizah

Bu sahnede dil, metafor değil doğrudan ironi aracıdır. Mizah, anlatıyı yumuşatmak için değil; gerçeğin yakıcılığını daha da görünür kılmak için kullanılır.

Zehra İpşiroğlu’nun yaratıcı yazmada çözümleyici düşünce ilkesi, toplumsal gerçekliğin ironik bir dille kurgulanması biçiminde bu sahnede “sigara yasağı” olarak değil; yaşam hakkının eksikliği üzerinden tartışılır.

Sigarasızlığın Zararları Tablosunun Kuramsal ve Yaratıcı Değeri

Kavram	Yansıması
Kara Mizah	Ölüm ve yasakların ironik sahnelenmesi
Nesne Yokluğu ile Anlatı	Sigaranın olmaması anlatının ana tetikleyicisi olur
Absürd Varoluş	Nedensiz ölüm, sıradanlığın içindeki trajedi
Grotesk Bürokrasi	İç organların bile sistemin parçası hâline gelmesi
İronik Listeleme	Duyguların ve yasakların art arda sıralanması
Seyirciyle Fiziksel Empati	Oyuncunun nefes performansı ile seyirciyi boğulmaya ortak etmesi

SONUÇ

Tek kişilik oyun yazımı, tiyatro sanatında hem biçimsel hem içeriksel olarak eşsiz bir ifade alanı sunar. Oyuncunun aynı anda anlatıcı, karakter, anlatı mekânı ve hatta seyirciye dönüşebildiği bu form, tiyatronun temsil gücünü en rafine hâliyle ortaya koyar. “Tek Tek Basaraktan: İçeridekiler” adlı oyun, bu bağlamda yalnızca bir dramaturji örneği değil, aynı zamanda yaratıcı yazı pratiklerinin sahneye yansıyan bir laboratuvarı olarak değerlendirilebilir.

Bu kitap bölümünde tek kişilik tiyatro yazımına ilişkin kuramsal ve yaratıcı yazı temelli yaklaşımlar, Richard Schechner’in “restored behavior” (yeniden icra edilmiş davranış), Hans-Thies Lehmann’ın “postdramatik tiyatro”, Augusto Boal’ın “ezilenlerin tiyatrosu” ve Rib Davis’in “çoklu karakter temsili” bağlamındaki çözümlemeleriyle ele alındı. Bunun yanı sıra William Zinsser, Zehra İpşiroğlu, Lajos Egri, Özdemir Nutku, Hülya Nutku ve Ray Bradbury gibi yaratıcı yazı alanında referans kabul edilen yazarların yöntemleri ışığında metnin biçimsel ve içeriksel yapısı çözümlendi.

“Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler”, tek kişilik anlatının sunduğu potansiyeli absürd mizah, grotesk temsil, politik hiciv ve semiyotik oyunlar aracılığıyla sahneye taşımaktadır. Her tablo, hem biçimsel bir özgünlük hem de içeriksel bir derinlik taşımakta; repliklerin diliyle sahnelemenin dili arasında güçlü bir etkileşim kurulmaktadır. Organ Mafyası sahnesinde beden bir devlet aygıtına dönüşürken; Sana(t)ema tablosunda sanat tarihi ironik bir evrim anlatısına bürünmekte, Masal sahnesinde politik gerçeklik masal kalıplarıyla parodileşmekte; Satlık Ciyerci Tükanı ise dil deformasyonunu bir semiyotik hicve dönüştürmektedir.

Bu analizler göstermiştir ki, tek kişilik tiyatro oyunları yalnızca “sahnede yalnız kalabilme” becerisiyle değil, çoğulluğu bireysel bellekte ve bedende üretebilme yeteneğiyle değer kazanır. Oyuncu, metinle kurduğu ilişkide sadece bir anlatıcı değil; bir çokluk simülasyonu, bir mikro sahne evreni yaratmaktadır. Yaratıcı yazının sahne üstü karşılığı olan bu tür oyunlar, tiyatro literatüründe “tek”in “çok”a evrilmesinin en güçlü örneklerindendir.

Sonuç olarak bu çalışma, yaratıcı yazma ile sahne yazarlığı arasındaki kesişim noktalarını “Tek Tek Basaraktan v1 İçeridekiler” oyunu üzerinden örnekleyerek; kuramsal açıklamalarla uygulama arasında köprü kurmayı amaçlamıştır. Bu tür oyunlar hem akademik alanda incelenmeye, hem de sahnelenerek toplumsal karşılıklarını sınamaya değer güçlü yapılar sunmaktadır.

REFERANSLAR

- Boal, A. (2014). *Ezilenlerin tiyatrosu* (Çev. Necdet Hasgöl). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Bradbury, R. (2015). *Yazın sanatı ve yaratıcı yazarlık* (Çev. Deniz Kurt). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.
- Davis, R. (2015). *Radıyo, tv, sinema için diyalog yazmak* (Çev. Gonca Gülbey). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.
- Egri, L. (1982). *Piyes yazma sanatı* (Çev. Suat Taşer). İstanbul: Yazko Yayınevi.
- İpşiroğlu, Z. (2005). Yaratıcı yazma: oyun yazma atölye çalışmalarından notlar. Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Dergisi, Sayı: 7, 165 - 176
- Lehmann, H.-T. (2006). *Postdramatic theatre* (Çev. Karen Jürs-Munby). London: Routledge.
- Nutku, H. (2017). *Oyun yazarlığı*. İstanbul: Eksik Parça Yayınları.
- Nutku, Ö. (1965). *Oyun yazarı*. İstanbul: İzlem Yayınları.
- Schechner, R. (2006). *Performance studies: An introduction* (2nd ed.). London: Routledge.
- Zinsser, W. (2015). *İyi yazmak üzerine*. İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.

Etkileşim Çağında Kültür ve Sanat: Sınırların Silikleştiği Yeni Alanlar

Ümit PARSIL¹
Burhan YALÇIN²

¹ Öğr. Gör., Adıyaman Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, El Sanatları Bölümü.,
umitparsil@adiyaman.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-1901-5400

² Dr. burhanyalcin02@gmail.com, ORCID ID: 0009-0008-2838-9595

ÖZET

Günümüzde kültür ve sanat arasındaki ilişki, geçmişe kıyasla daha fazla iç içe geçmiş, karşılıklı etkileşim ve dönüşüm süreçlerine sahne olmuştur. Dijitalleşme, küreselleşme, kimlik politikaları ve yeni medya pratikleri, sanatın kültürel alanla olan bağlarını güçlendirmiş, bu alanlar arasında yeni geçişkenlik biçimlerini doğurmuştur. Bu bağlamda sanat, yalnızca estetik bir üretim değil, aynı zamanda kültürel kimliklerin, toplumsal eleştirilerin ve politik söylemlerin ifade alanı olarak da konumlanmaktadır (Bennett, 2001; Hall, 1997). Kültür-Sanat ilişkisini etkileyen en önemli değişkenler arasında dijitalleşme, küreselleşme, kimlik politikaları, toplumsal cinsiyet çalışmaları ve yeni medya teknolojileri yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Kültür, Dijitalleşme, Medya, Teknoloji.

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle düşüncelerin imgeler ve imajlar aracılığıyla aynı anda dünya çapında dolaşması, aynı mesajın farklı bireyler ve kültürel bağlamlarda karşılık bulmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Sanat da bu hızlı dolaşımın bir parçası olarak, çok kültürlü bir bağlamda varlığını sürdürürken; aslında küresel etkileşim içinde farklı kültürlerin özgün sanat anlayışlarının sınırlarının silikleştiği bir yapıya evrilmektedir. Bu bağlamda, sanatın çok kültürlülüğü vurgulansa da geleneksel estetiklerin küresel normlar altında homojenleşmeye başlaması, sanatın giderek tek tipleşen bir kültürel forma bürünmesine neden olmaktadır (Özdemir, 2022: 101). Dijitalleşme, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve bu teknolojilerin günlük yaşama entegre edilmesiyle başlayan, sürekli evrilen dinamik bir süreçtir. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte dijitalleşmenin etkisi toplumsal yaşamın her alanına nüfuz etmiş, sanat da bu dönüşümden doğrudan etkilenmiştir. Tarihsel süreçte sanatın, dönemin teknolojik olanaklarıyla biçim ve anlam kazandığı göz önüne alındığında, dijital çağda sanatın da teknolojik ilerlemelerle yeniden şekillendiği görülmektedir. Bugün, sanatın bir çok dalında dijitalleşmenin izleri belirginleşmiş; sanatçılar dijital araçlar sayesinde hem üretim süreçlerinde hem de eserlerinin sunum biçimlerinde yeni olanaklara kavuşmuştur. Geleneksel sanat üretimi sürerken, dijital teknolojilerle üretilen eserlerin sanal platformlarda sergilenmesi, sanatın erişim ve ifadesine dair sınırları yeniden tanımlamaktadır (Karakulakoğlu ve Askeroğlu, 2018: 410). Bu süreç, sanatın demokratikleşmesine ve daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanırken, aynı zamanda kültürün ticarileşmesi, sanatçının anonimleşmesi gibi tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

Kimlik politikaları ve kültürel temsiller de çağdaş sanatta önemli bir yer tutmaktadır. Etnik kimlik, toplumsal cinsiyet, cinsel yönelim, sınıf gibi

sosyokültürel olgular sanat üretiminin temel eksenlerinden biri hâline gelmiş; sanatçılar eserlerinde bu kimlikler üzerinden sorgulamalar yapmaya başlamıştır. Bu çerçevede sanat, bireysel ve toplumsal kimliklerin görünür kılınmasına katkı sağlarken, aynı zamanda politik bir direniş alanına da dönüşmüştür. Küresel ve yerel kültürel dinamikler ise, sanatın biçim ve içeriğinde yeni hibrit yapıların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Geleneksel ile modern, yerel ile küresel, bireysel ile kolektif arasında sürekli bir etkileşim söz konusudur. Bu bağlamda sanat; kültürel bellek, tarihsel anlatılar ve toplumsal deneyimlerle yeniden şekillenmekte, yeni anlatım biçimlerine evrilmektedir.

Bu kitap bölümünde, yukarıda özetlenen değişim ve dönüşüm ekseninde kültür ve sanat arasındaki güncel ilişki biçimleri çok boyutlu bir yaklaşımla ele alınmıştır. Dijitalleşmenin sanat üzerindeki etkileri, popüler kültürle kurulan bağlar, kimlik temsilleri ve küresel-yerel etkileşimler ışığında sanatın dönüşümü detaylı olarak ele alınacaktır. Böylece sanatın günümüzde yalnızca estetik değil, aynı zamanda sosyokültürel bir fenomen olarak nasıl konumlandığına dair kapsamlı bir perspektif sunulması amaçlanmaktadır.

KÜLTÜR VE SANAT ARASINDAKİ TARİHSEL AYRIMLAR VE YAKINLAŞMALAR

Kültürel bağlamda yaratıcılığın iki temel unsuru olan sanat ve bilimin birbirine zıt olduğu sıklıkla dile getirilir. Ancak, bu iki alanın arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar bulunmaktadır ve aralarındaki etkileşim oldukça belirgindir. Bilim, genel anlamda belirli bir konu veya alanda sistematik bilgilerin birikimi olarak tanımlanabilir. Genellikle doğal olaylara odaklanmış bir alan olarak algılansa da, tarihsel süreçte bir çok alt dalda gelişmiş ve sadece fiziksel değil, aynı zamanda sosyal fenomenleri de kapsayan geniş bir yelpazeye yayılmıştır. Bilime atfedilen özellikler arasında nesnellik, akıl yürütme, mantık kullanımı, deney ve gözlem temelli olma, genelleycilik ve en yüksek doğruluk payına ulaşma arzusu yer alırken, sanat ise öznellik, bireysellik ve özgünlük gibi niteliklerle tanımlanmaktadır. Akıl genellikle bilimle, duygu ise sanatla ilişkilendirilse de, günümüz teorisyenleri insanın bu iki unsuru bir bütün olarak değerlendirmektedir (Dikmen, 2012: 138).

Sanat ve kültür, uzun bir süre boyunca birbirinden bağımsız teorik alanlar olarak ele alınmış, sanat daha çok estetik değerlere ve bireysel yaratıcılığa dayalı, "yüksek kültür"ün bir yansıması olarak görülmüştür. Bu

anlayış, sanatı ayrıcalıklı bir alan olarak konumlandırırken, kültürü daha geniş, gündelik yaşam pratiklerine dayanan bir yapı olarak tanımlamıştır. Ancak özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren kültürel çalışmaların akademik alanda güç kazanmasıyla birlikte, bu katı ayırım sorgulanmaya başlanmıştır (Williams, 1981).

Raymond Williams'ın öncülüğünü yaptığı kültürel kuramlar, sanatın yalnızca biçimsel ve estetik niteliklerinin değil, aynı zamanda üretildiği toplumsal, ekonomik ve politik bağlamların da dikkate alınması gerektiğini savunmuştur. Bu yaklaşım, sanatın kültürel bir ürün olduğunu vurgularken, aynı zamanda sanat eserlerinin kimlik politikaları, toplumsal cinsiyet, sınıf yapıları ve tarihsel koşullar gibi çok katmanlı analizlere açık olduğunu göstermiştir. Kültürel çalışmaların tarihine ve bu çalışmaların amaçlarına değindikten sonra, kültür kavramı üzerinde yapılan tanımlara odaklanmak da faydalı olacaktır. Sosyoloji açısından önemli katkılar sunmuş olan Raymond Williams, kültürü karmaşık bir kavram olarak ilk olarak Kroeber, Kluckhohn ve kendi eserlerinde ele aldığını belirtmektedir. Başlangıçta, kültür terimi ürün yetiştirme, hayvan yetiştirme gibi süreçlerden zihin yetiştirme gibi daha soyut kavramlara kadar uzanan bir anlam yelpazesi içinde kullanılmıştır. Özellikle Alman ve İngiliz dillerinde ise, 17. yüzyılın sonlarında, belirli bir topluluğun 'bütün yaşam biçimi'ni ifade eden bir ruhsal yapı veya genelleme için bir terim haline gelmiştir (Williams 1993: 8-9). Williams ve diğerlerinin, belirli bir toplulukta yaşayan bireylerin tam bir yaşam tarzını ifade eden genel kültür tanımının yanı sıra, Philip Bénéton da 17. yüzyılın sonlarından itibaren kültür teriminin eğretilene anlamını aşarak "ruhun şekillenmesi" anlamında kullanılmaya başlandığını vurgular (Çalış, 2006: 16).

Dolayısıyla sanat, artık yalnızca bireysel bir yaratı süreci ya da elitist bir estetik deneyim olarak değil, kültürel anlam üretiminin aktif bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Bu değişim, sanat ve kültür arasındaki ilişkinin daha dinamik, etkileşimli ve çok boyutlu bir şekilde ele alınmasına olanak tanımış; sanatın kültürel kimliklerin şekillenmesinde ve toplumsal dönüşümlerde oynadığı rolü daha görünür hale getirmiştir.

DİJİTALLEŞME VE YENİ MEDYA SANATININ KÜLTÜREL YANSIMALARI

Dijital sanatın tanımı, dijital medya alanını belirli bir çerçeveye oturturken, aynı zamanda tüm medya iletişim araçlarını da kapsamaktadır: yazılı basın, radyo, faks, telefon, uydu iletişim sistemleri, video, televizyon, sinema, fotoğraf, bilgisayar, yazılım, internet ve video oyunlarına kadar geniş bir yelpazeyi içermektedir. Medya sanatı ile ilgili görüşlerini paylaşan Rudolf Frieling ve Dieter Daniels, bu kavramın Man Ray'den Nam June Paik'e uzanan ve günümüzdeki internet ile bilgisayar kullanımına dek giden bir geleneği kapsadığını ifade ederken, dijital sanatın ise sanatta bilgisayarların ilk kez kullanılmaya başlandığı 1960'ların sonlarına dayanan bir öyküye sahip olduğunu vurgularlar (Gürkan, 2016: 163). Dijitalleşme, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle başlayan ve sürekli evrilen bir süreçtir. İnternetin yaygınlaşması, hayatın her alanında dijitalleşmenin etkisini artırmış, sanat da bu değişimden etkilenmiştir. Sanat tarihi incelendiğinde, teknolojik gelişmelerin sanatın formunu ve üretim biçimlerini değiştirdiği görülebilir. Günümüzde dijitalleşme, sanatçılara çeşitli yeni fırsatlar sunmakta; klasik çağdaş sanat üretimi yanında dijital platformlarda eser sergileme imkanı sağlamaktadır. Dijital teknolojiler, geleneksel sanat eserlerinin daha etkili bir şekilde belgelenmesine ve dağıtılmasına olanak tanımaktadır. Sanatçılar, bilgisayarları kullanarak imgeleri dijital ortamda yeniden üretme ve paylaşma imkanı bulmuşlardır. Modern teknolojik iletişim araçlarının gelişimi, iletişim süreçlerine önemli bir hız kazandırarak kitle iletişiminin yeni bir boyut kazanmasına yol açmıştır (Aslan, 2016: 5). Özellikle internet ve web 2.0 teknolojilerinin ilerlemesi, iletişim süreçlerini daha etkileşimli bir yapıyabüründürmüştür; böylece kamu, özel ve sivil toplum kuruluşları, internet üzerindeki çeşitli platformlar sayesinde hedef kitleleriyle doğrudan iletişim kurma fırsatını yakalamışlardır. Bu durum, iletişimin toplumsal hayatta pek çok farklı alanda ve çeşitli hedeflerle kullanılabilmesine olanak tanımaktadır (Tarakcı ve Yalın, 2022: 126). Bu süreç, fotoğraf, video ve film gibi alanlarda önemli dönüşümler yaratmıştır. Ayrıca, dijitalleşmeyle birlikte sanat eserlerinin kopyalanması, sergilenmesi ve sanal müzecilik uygulamaları gelişmiştir. İnternet ve yeni medya, sanatsal faaliyetlerin dijital ortamda gerçekleştirilmesini mümkün kılarken, sanat eserlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Böylece, dijital sanat ve ortamlar, farklı yaş gruplarındaki bireylere ulaşmanın yolunu açmaktadır (Karakulakoğlu ve Askeroğlu, 2018:410). Yeni medya sanatı, dijital teknolojilerin sanatsal ifade biçimleriyle birleştiği, izleyici etkileşimini ve teknolojik araçları merkeze alan çağdaş bir sanat pratiğidir. Bu sanat formu, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren internetin yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte belirginleşmiştir. Sanatçılar, artık yalnızca tuval, taş veya metal gibi

geleneksel araçlarla değil; veri, algoritmalar, sensörler, kodlar ve sanal platformlarla da eserler üretmektedir. Yeni medya sanatı çoğu zaman zaman-mekân ilişkisini sorgulayan ve yeniden tanımlayan işler üretir. Örneğin, Shirin Neshat, kimlik, göç ve kültürel aidiyet temalarını video enstalasyonlar aracılığıyla işlerken; Nam June Paik, zamanın dijital medya üzerindeki etkisini ele alan video art çalışmalarıyla bu alanın öncülerinden biri olmuştur. Paik'in “Electronic Superhighway” (1995) (görsel 1) adlı eseri, ABD'nin haritasını neon ışıklarla ve ekranlarla yeniden kurgulayarak hem fiziksel hem dijital ağları aynı çerçevede sunar.



Görsel 1: Nam June Paik, Electronic Superhighway, 1996–2016, 21.09.2014, Washington (Penn Quarter), Veri ve Algoritmaların Sanatı: Refik Anadol Örneği
Kaynak: <https://manifold.press/electronic-superhighway-ve-televizuel-tinsellik>



Görsel 2: “Machine Hallucinations” (2020)..
Kaynak: <https://refikanadol.com/works/machine-hallucination-nyc/>.

Refik Anadol, mekân algısını dinamik bir biçimde yeniden tasarlama ve yorumlama noktasında yenilikçi bir perspektif sunmaktadır. Sanatçının eserlerinde, yeniden düşünmenin etkisi, makine zekâsının (bir makinenin insan gibi kararlar alabilme ve belirli işlemleri gerçekleştirme kapasitesi) ve göçebe verilerin (farklı makinelerden toplanan çeşitli verilerin yanı sıra, sabit olmayan ve değişken bir yapıya sahip olma durumu) etkileşimi aracılığıyla kurgulanmaktadır. Bu sayede, mekân algısı ve tasarımı yeni bir boyut kazanırken, dijital sanatı ve teknolojiyi ustaca harmanlamakta (Çelenk

ve Açıcı, 2022: 78). Refik Anadol, özellikle yapay zekâ, makine öğrenimi ve büyük veri setlerini kullanarak oluşturduğu görsel-işitsel enstalasyonlarla yeni medya sanatının sınırlarını genişletmektedir. “Machine Hallucinations” (2020) (görsel 2) (<https://refikanadol.com/works/machine-hallucination-nyc/>) projesinde Anadol, yüz binlerce mimari görüntüden elde ettiği verilerle, algoritmik olarak yeni bir görsel evren yaratır. Bu, sanatçının sadece yaratıcılığını değil, teknolojik araçları kavrayış biçimini de ortaya koyar. Anadol’un işleri, birey ile makine arasındaki ilişkiyi estetik bir düzlemde yeniden kurgular.

Toplumsal Eleştiri ve Etkileşim: Rafael Lozano-Hemmer; katılımcıların fiziksel hareketlerini ya da biyometrik verilerini analiz eden sistemler geliştirerek, sanat izleyicisini eserlerin aktif bir parçası haline getirir. “Pulse Room” (2006) (görsel 3) adlı çalışmasında, izleyicinin nabızı ışık sistemine aktarılır ve mekânda ritmik bir etkileşim ağı kurulur. Bu hem bireysel varoluşu görünür kılar hem de izleyiciler arası farkındalık yaratır. Lozano-Hemmer’in çalışmaları, teknolojinin sadece araç değil, aynı zamanda toplumsal bir dil haline geldiğini gösterir (<https://www.bitforms.art/artwork/pulse-room>).



Görsel 3: Rafael Lozano-Hemmer *Nabız Odası*2006
Kaynak 3: <https://www.bitforms.art/artwork/pulse-room>.

Teksas, El Paso ve Chihuahua, Ciudad Juárez şehirleri arasında kurulan, büyük ölçekli ve katılımcı bir sanat enstalasyonu olan "Border Tuner", her iki bölgedeki topluluklar arasında iletişimi güçlendirme ve daha geniş bir sosyal etkileşim alanı oluşturma hedefini taşımaktadır. Enstalasyon, kuvvetli projektörler aracılığıyla, ABD/Meksika sınırında "ışık köprüleri" oluşturarak canlı ses kanalları açmaktadır. Eserin dinamiği, El Paso'da üç ve Juárez'de üç olmak üzere toplam altı etkileşimli istasyondan oluşan bir akışkan ışık örtüsüne dayanır. Her bir “Border Tuner” istasyonu, bir mikrofon, bir hoparlör ve büyük bir tekerlek veya kadran içermektedir. Bir katılımcı kadranı çevirdiğinde, bu hareket, yakınındaki üç projektörü tetikleyerek gökyüzünde hareket eden bir ışık “kolu” oluşturmakta ve otomatik olarak ufkunu taramaktadır. İki farklı "ışık kolu" arasındaki etkileşim, uzak istasyonlardaki katılımcılar arasında çift yönlü bir ses kanalı açılmasını

sağlamaktadır. Ziyaretçiler kendi aralarında konuşurken, ışık köprüsünün parlaklığı modüle edilmekte, bu da Morse kodu benzeri bir titreşimli parıltı oluşturmakta (Lozano-Hemmer, 2010: 15).



Görsel 4: Rafael Lozano-Hemmer, “Border Tuner / Sintonizador Fronterizo, Relational Architecture 23”, 2019. Photos by Monica Lozano.

Kaynak 4: Lozano-Hemmer, R. (2010). Rafael lozano-hemmer. Radio Program. Broadcast June, 18, 10.

“Border Tuner”, yalnızca sınırın her iki tarafındaki topluluklar arasında yeni bağlantılar kurmayı amaçlamakla kalmayıp, aynı zamanda mevcut ilişkileri görünür kılarak toplumsal etkileşimleri desteklemeyi ve kültürel zenginlikleri artırmayı hedeflemektedir. Proje, bireylerin kendilerini temsil edebilecekleri ve etkileşimde bulunabilecekleri bir iletişim "santrali" işlevi görmektedir. Ek olarak, bu enstalasyon, yerel seslerin temsil edilmesi için bir platform sağlayarak Batı Yarımküre'deki en büyük iki ulusötesi metropol alanı olan kardeş şehirler arasındaki birlikteliği ve karşılıklı bağımlılığı uluslararası düzeyde görünür kılma fırsatı sunmaktadır (Lozano-Hemmer, 2010: 15).

Dijitalleşme ve yeni medya sanatı, sanatın varoluş biçimini değiştirmekle kalmayıp, aynı zamanda kültürel ifadede de köklü dönüşümlere neden olmaktadır. Bu süreç, sanat dünyasının sınırlarını genişletirken, toplumsal katılımı teşvik etmekte ve kültürel etkileşimleri artırmaktadır. Sanat, dijitalleşme ile birlikte sadece bir ifade aracı değil, aynı zamanda iletişim ve ilişki kurma biçimlerine de dönüşmüştür. Dolayısıyla, dijitalleşme ve yeni medya sanatının kültürel yansımaları, duygu ve düşüncelerin paylaşımında yeni ufuklar açmakta ve insanları daha önce asla hayal edilemeyecek şekillerde bir araya getirmektedir.

POPÜLER KÜLTÜRÜN SANAT ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Postmodern dönemde, sanat ile popüler kültür arasındaki sınırların büyük ölçüde bulanıklaştığı gözlemlenmektedir. 1950'li yılların sonlarına doğru, Andy Warhol, Robert Rauschenberg ve Jasper Johns, art arda fakat birbirlerinden habersiz bir şekilde yüksek sanat ile kitsch arasındaki ayrımı sorgulayan benzer temalara odaklanmışlardır. Bu sanatçılar, genellikle Soyut Dışavurumculuğun eleştirisini yaparak, Amerikan günlük yaşamının görselliğini ve kültürel imgelerini kendi eserlerine entegre etmeyi tercih etmişlerdir. Roy Lichtenstein, Marisol ve Rosenquist gibi isimlerin eserlerinin sergilenmesiyle, Pop Sanat hareketinin tanımı giderek daha net bir biçim almaya başlamıştır. Warhol ise, daha önce pek ilgi görmeyen teknikleri kullanarak tüketim nesnelerinin imgelerini sanatsal bağlama taşımış ve bu sayede Pop Sanat'ın en önde gelen figürlerinden biri olarak kendini tanıtmayı başarmıştır (Gül Öğüt, 2008: 73-74). Bu süreçte Andy Warhol'un pop art çalışmaları, sanatın ve popüler kültürün etkileşimindeki önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Warhol'un eserleri, günlük yaşamın nesnelerini ve simgelerini sanata entegre ederek, kültürel tüketim ve sanat arasındaki sınırları sorgulamıştır. Günümüzde ise müzik videoları, sosyal medya içerikleri ve dizi kültürü, sanat eserlerinin doğrudan malzemesi haline gelmiş, sanat üretimi ve tüketimi üzerinde belirgin bir etki yaratmıştır (Storey, 2018).



Görsel 5: Andy Warhol, “Brillo Kutusu”, 1960, Ready-Made.

Kaynak: Ataseven, S.Y. (2017). Andy Warhol'un resimlerinde popüler kültürün etkisi. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 9(16), 288-297.

Sanat, Warhol'la cevabını veremeyeceği en son ve en can alıcı felsefi soruyu ortaya koymuştur. Warhol'un galeride sergilediği Brillo kutularının (görsel 5) benzerleri marketlerde her gün karşlarına çıkanlar ile birebir aynıdır. Ancak o kutuları sanat eseri haline getiren nedir? Bu soru, sanat eseri olarak kabul edilebilecek olan şeyin, eserin herhangi bir fiziksel

veya algısal özelliğiyle değerlendirilmeyeceğini ortaya çıkarmıştır. Warhol yaptığı Brillo kutuları üzerine şunları söylemiştir:

“Bütün (Campbell’s Çorbası) konserve kutularını tuvalin bir dizi halinde üstüne yaptım; Sonra onları kutunun üstünde görmek için bir kutu yaptırđım. O zamanda bu kutu gözüme çok garip göründü; hiçte gerçekçi bir havası yoktu. O kutulardan biri şurada duruyor. Konserve kutusu kâğıtlarını kutunun üstüne yaptım, ama o da çok garip oldu. Kutuları önceden yaptırttım. Hepsi kahverengiydi ve tıpkı kutuya benziyorlardı; bu nedenle bende sıradan bir kutu yapmanın harika bir şey olacağını düşündüm” (Baraz, 1999, s.55).

Warhol bu açıklamasında sadece günlük yaşamda görülen nesneleri anlatmak için kutuları yaptığını söylemiştir. Warhol’un bu kutuları yapmasının başka bir anlamı yoktur. Danto ise Andy Warhol’un, deterjan kutularının aynılarını ahşap bir malzeme ile yapıp boyadığı “Brillo Kutuları” adlı eserinin bir sanat eseri olarak kabul edildiğini söylemiştir. Ancak bu eseri deterjan kutusundan ayıran şeyin, onun altında yatan kuramdan kaynaklandığını belirlemiştir. Sanat ile gerçekliğin bu eserle birlikte birbirinin içinde kaybolmuş olduğunu belirten Warhol’un “Sanat nedir?” sorusunu ortaya atarak sanatı felsefi olarak zehirlediğini ileri sürmüştür (Ataseven, 2017: Sy).

Bu dönüşüm, sanatın daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamanın yanı sıra, kültürel kodlarla daha yoğun bir diyalog kurmasını da mümkün kılmıştır. Popüler kültür elemanları, sanatçılar tarafından yeni anlatım dilleri ve estetik deneyimler yaratmak için kullanılmakta, böylece sanat eserlerinin içerik ve biçim açısından zenginleşmesine katkı sağlamaktadır. Sanat üreticileri, popüler kültür unsurlarını eserlerinde harmanlayarak, izleyici ile daha derin ve katılımcı bir ilişki kurmayı hedeflemektedir. Sonuç olarak, popüler kültürün sanatta yarattığı bu etkileşim, çağdaş sanat pratiğinin dinamiklerini şekillendirmekte ve sanatın toplumsal bağlamda yeniden anlam kazanmasına yol açmaktadır.

POSTMODERN DÖNEMDE SANAT VE POPÜLER KÜLTÜR ARASINDAKİ SINIRLARIN BELİRSİZLEŞMESİ: BARBARA KRUGER ÖRNEĞİ.

Postmodernizm, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Modernizmden farklı olarak postmodernizm, sanat ve gündelik hayat arasındaki sınırı kaldırarak yüksek kültür ile popüler kültür arasındaki hiyerarşik ayrımı yok saymış; Eklektizmi destekleyen bir üslup meleziği, parodi, pastiş, ironi kavramlarını öne çıkarmıştır. Sanatın özgünlüğüne ve bir deha ürünü olduğuna karşı çıkmış; ancak sanatın tekrarlanmadan var olabileceğini ileri sürmüştür (Featherstone, 2013:30). Bu dönüşümün öncülerinden biri olan Andy Warhol, 1960'larda ürettiği Pop Art çalışmalarıyla sanat tarihinde bir kırılma yaratmıştır. Warhol'un Campbell's Soup Cans ya da Marilyn Diptych gibi eserleri, kitle iletişim araçlarıyla çoğaltılan görselleri doğrudan sanatın malzemesi haline getirmiştir. Bu yaklaşım, hem sanatın özgünlük ve tekillik anlayışını sorgulamış hem de gündelik hayat imgelerini galeri duvarlarına taşıyarak estetik algıyı yeniden tanımlamıştır. Pop-art akımının kurucularından Andy Warhol, bu dönüşümün en iyi ifade eden sanatçılardan biridir. Warhol, "reklam sanatçısı olarak başladım, ticaret sanatçısı olarak bitirmek istiyorum" diyerek sanatı bir ticaret alanı olarak görmenin önemine dikkat çekmiştir. Onun için sanat, sadece yaratıcılığın bir ürünü değil, aynı zamanda ekonomik bir güç olma potansiyeline sahiptir. Warhol'un bu bakışı, sanatın tüketim nesneleriyle ve popüler kültürle nasıl iç içe geçtiğinin bir yansımasıdır (Arslan, 2024: 155).

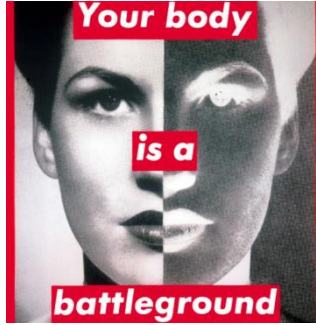
Günümüzde bu yaklaşım, çok daha yaygın ve karmaşık bir biçimde devam etmektedir. Özellikle dijital medyanın yükselişiyle birlikte, müzik videoları, sosyal medya içerikleri, diziler, YouTube videoları ve TikTok estetiği gibi popüler kültür formatları sanatsal üretimlerde hem biçimsel hem tematik olarak yer bulmaktadır. Örneğin, Beyoncé'nin "Lemonade" albümü ve video projesi, sinematografik anlatımı, toplumsal cinsiyet, kimlik ve ırk temalarını ele alışı ile çağdaş sanat eleştirmenleri tarafından hem müzik hem görsel sanat eseri olarak değerlendirilmiştir. Benzer şekilde, sosyal medya performansları ya da dijital kolajlar, müze koleksiyonlarında yer bulmaya başlamıştır.

Bu bağlamda, parodi, pastiş ve ironi, postmodern düşüncenin temel kavramları olarak öne çıkmakta ve bu düşüncülerin derinlik arayışından ziyade yüzeyselliğe odaklandıklarını göstermektedir. Kişisel üslup ve özgünlük zamanla erozyona uğradıkça, "parodi" kavramı yerini "pastiş"e bırakmış ve böylelikle "özgünlük" ile "üslup" kavramları da anlam ve önemlerini yitirmiştir. Pastiş, geçmiş üslupların ve eserlerin taklidini yaparak, onlara yenilikçi bir perspektiften bakmayı mümkün kılan bir

yöntem haline gelmiş; bu süreçte, kendi imgeleriyle özdeşleşen bir seyirlik dünya oluşturulmuştur. Ancak, bu mistik görsellik, gerçekte hiçbir otantik örneği bulunmayan, tamamen özdeşleştirilmiş kopyalardan ibarettir (Erkan ve Erdal, 2021: 1355). Bu durum, sanatın hem üretim hem de tüketim biçimlerini demokratikleştirirken, aynı zamanda sanatın ne olduğuna dair sınırları da muğlaklaştırmıştır.

Barbara Kruger – Medya ve Kimlik Üzerine Eleştirel Bir Dil

Barbara Kruger, 1980’li yıllardan itibaren reklam estetiğini ve tipografiyi kullanarak sanat ile medya dili arasındaki ilişkiyi sorgulayan feminist bir yaklaşımla tanınır. Barbara Kruger, 1977’de siyah beyaz fotoğraflar üzerine kalın metinlerle eşleştirdiği çalışmalar yapmıştır (Bilirdönmez ve Tarlakazan: 2021: 772). “Your body is a battleground” (1989) adlı ikonik işi, kadının bedeninin medya, siyaset ve toplum tarafından nasıl şekillendirildiğini eleştirir. Kruger, popüler kültür imgelerini ve dillerini ters yüz ederek izleyiciyi düşünmeye zorlar. Bu da postmodern sanatın alıntılama (intertextuality) ve ironik mesafeye dayanan stratejilerinin bir örneğidir.



Görsel 6: Başlıksız (Vücudunuz bir savaş alanıdır) 1989 vinil üzerine fotoğrafik serigrafi 112 x 112 inç (284,48 x 284,48 cm).

Kaynak: <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>.

Barbara Kruger’in “Your Body Is A Battleground” (Bedeniniz Bir Savaş Alanı) başlıklı afiş tasarımı, izleyicinin dikkatini hemen çeken bir görsel etkiye sahiptir. Bu tasarım, kadının ve erkeğin yüzünü tam ortadan bölen negatif ve pozitif alanlar ile oluşturulmuş bir kompozisyona sahiptir. Kruger, bu ayrım aracılığıyla “pozitif ile negatif, beyaz ile siyah, iyi ile kötü” (Calak, 2008, s. 3) karşıtlıklarını gözler önüne sererek ikili bir ilişki yaratmaktadır. Kadına atfedilen pozitif değerler ve erkeğe yüklenen negatif nitelikler, tasarımın çifte kodunu oluşturur.

1989 yılında, kürtaj karşıtı yasaların yükselişini protesto etmek amacıyla oluşturulan bu afiş, kadın bedeninin bir savaş alanı olarak algılanmasını sağlamaktadır. Kruger, bu çalışma (görsel 6) ile kadınların kendi varoluşlarını kanıtlama mücadelesine işaret ederken, erkeklerin bu bedenler üzerinde kurduğu otoriteyi ve bunun yol açtığı çatışmayı gözler önüne sermektedir. Dolayısıyla, afiş, toplumsal güç dinamiklerini sorgulamakta ve tarihsel erkek egemenliğini yeniden üretmektedir (Çulha, 2019: 45).

Bu bağlamda, güç ilişkileri üzerine kurulan yapı, erkeklerin kadın bedenleri üzerindeki hâkimiyetini simgelemekte ve Kruger, kadınların kendi bedenleri için savaşıma hakkını vurgulamaktadır. Kruger'ın "Satılık Aşk" adlı eserinde belirttiği gibi, "Güç merkezileştirilemez; bunun yerine dağıtılır ve merkeziyetsizleşir, sonuç olarak anonim bir varlık haline gelir." Bu durum, sosyal ilişkileri ve kurumları bir araya getiren bir ağın yapı taşlarını oluşturarak, altındaki karmaşık güç dinamiklerini açığa çıkarmaktadır (Çulha, 2019: 45).

Kadınların ve azınlıkların karşılaştığı şiddeti ele alan metinler, galerinin içinde güçlü bir etki yaratmaktadır. Kırmızı zemin üzerinde beyaz harflerle yazılı bu metinler, adeta parıldayan kan lekeleri gibi algılanmakta ve izleyicinin dikkatini üstüne çekmektedir. Ancak bu metinler, yalnızca görsel bir vurgu oluşturmakla kalmayıp, aynı zamanda derin bir duygusal ve düşünsel yoğunluk yaratmaktadır. "Sizin altında görünen her şey şimdi sizinle konuşuyor. Sağır gibi görünen her şey seni duyuyor. Aptalca görünen her şey aklınızdan geçeni biliyor. Kör gibi görünen her şey senin içini görüyor." ifadesini incelediğimizde, Kruger'ın dilsel zıtlıklar üzerinden ironi yarattığı açıkça görülmektedir. Bu ironi, izleyiciyi hem düşündürmekte hem de toplumun göz ardı ettiği gerçekleri gözler önüne sermektedir. Her bir kelime, izleyicinin zihninde güçlü bir yankı uyandırırken, metinlerin derin anlam katmanlarıyla daha büyük bir sosyal tartışmanın kapılarını aralamaktadır (Bilirdönmez ve Tarlakazan: 2021:776).

SONUÇ

Günümüzde etkileşim çağının gelmesiyle birlikte kültürel ve sanatsal üretimlerin dinamikleri köklü bir değişim sürecine girmiştir. Kültür ve sanat arasındaki tarihsel ayrımlar, teknolojinin, dijitalleşmenin ve yeni medya sanatının etkisiyle giderek silikleştirilmekte ve yeni etkileşim alanlara açılmaktadır. Bu bağlamda, geleneksel sanat biçimleri ile popüler kültür arasındaki sınırların belirsizleşmesi, içeriklerin daha demokratik ve erişilebilir bir biçimde paylaşılmasına olanak tanımaktadır. Dijitalleşme ve yeni medya sanatı, sanatın yaratım ve tüketim süreçlerinde devrim niteliğinde bir değişim sağlamış, sanat eserinin sınırlı ve fiziksel

mekarlardan çıkararak dijital platformlarda sergilenmesine imkan tanımıştır. Bu durum, sanatçılar ile izleyiciler arasında doğrudan bir iletişim kanalı oluşturmakta, sanatın anlamını ve kapsamını genişletmektedir. Ancak bu genişleme, aynı zamanda kimlik, içerik ve estetik açıdan daha karmaşık ve çok katmanlı bir hale gelmesine de yol açmaktadır. Popüler kültür, sanatın yaratım sürecinde belirgin bir rol oynamakta ve sanat eserlerinin kültürel yansımalarını etkilemektedir. Popüler kültür öğeleri, sanat eserlerini besleyen yeni anlatım biçimlerine dönüşmekte; sanatçılar bu bağlamda, toplumsal dinamikleri ve kitle iletişimini ele alan eserler üretmektedir. Bu dönüşüm, dönemimizin sanatçıları için birer yeni dil ve biçim oluşturmakla kalmayıp aynı zamanda izleyicilerin algı biçimlerini de köklü bir şekilde değiştirmektedir. Postmodern dönemde, sanat ve popüler kültür arasındaki sınırların belirsizleşmesi, özellikle Barbara Kruger gibi sanatçıların eserlerinde net bir şekilde görebilmektedir. Kruger, medya, kimlik ve toplumsal meseleleri ele alan eserlerinde, eleştirel bir bakış açısı sunmakta; kitlelerin tüketim alışkanlıklarına ve medya söylemi hakkında sorgulamalar yapmaktadır. Kruger’in şekil, renk ve metin kullanımı, izleyicinin durumu ve kimliği üzerine düşünmesini sağlayan bir araç haline gelmekte ve bu sayede sanatın toplumsal işlevi üzerine önemli tartışmalara zemin hazırlamaktadır. Sonuç olarak, etkileşim çağında kültür ve sanat arasındaki sınırlar giderek belirsizleşip, yeni etkileşim alanları ve formların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dijitalleşme, popüler kültür ve sanatın kesişimi, izleyiciler üzerinde güçlü etkiler bırakmakta, onların kimlikleri ve algıları üzerinde derinlemesine izler bırakmaktadır. Barbara Kruger gibi sanatçılar, bu karmaşık ilişkileri ele alarak, sanatın toplumsal ve kültürel boyutunu yeniden şekillendirmekte; dolayısıyla günümüzde sanatın anlamı ve işlevi, sanat ve kültürü birbiriinin içine geçirmiş bir süreç içerinde evrim geçirmektedir. Etkileşim ağında sanat, sadece bir estetik deneyim alanı olmaktan çıkıp, aynı zamanda eleştirel düşünme ve toplumsal sorgulama aracı haline dönüşmektedir.

KAYNAKÇA

- Arslan, K. (2024). Yeni teknolojiler çağında sanatı üretmek ve tk etmek. REFLEKTİF Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (1), 151-171.
- Arslan, M. (2016). Kitle iletişim araçları, medya ve din ilişkisi zerine. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (11), 5-25.
- Ataseven, S. Y. (2017). Andy Warhol’un resimlerinde popüler kültürün etkisi. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 9(16), 288-297.
- Baraz, Y. (1999). Andy Warhol; Yirminci Yüzyıl Estetiğinde Kökten Bir Değişimin ncs- 2, 55.

Bennett, T. (2001). Differing diversities: Cultural policy and cultural diversity. Council of Europe.

Bilirdönmez, T., & Tarlakazan, B. E. (2021). Barbara Kruger enstalasyonlarının tipografik açıdan incelemesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (4), 770-784.

Calak, K. (2008). Barbara Kruger, your body is a battleground. <https://www.bitforms.art/artwork/pulse-room>

Çelenk, A., & Açıcı, F. K. (2022). Tasarımda yeni yaklaşımlar: Refik Anadol ve makine hatıraları. *Akademik Sanat*, (17), 73-86.

Çulha, D. (2019). Barbara Kruger'in tasarımlarını göstergelerarasılığın yeniden üretim yöntemleriyle okumak. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 38-52.

Çalış, N. (2006). Popüler kültür bağlamında rock müziğinin analizi (Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). Erişim adresi: <https://info.eu-repo/semantics/openAccess>

Dikmen, B. (2012). Değişen dünyada kültür sanat ve bilim ilişkisi. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 137-144.

Featherstone, M. (2013). Postmodernizm ve tüketim kültürü. Çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı.

Gürkan, H. (2016). Yeni medya ve sanat ilişkisi: Sinemanın dönüşümü. Akdeniz İletişim.

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.

Karakulakoğlu, S. E., & Askeroğlu, E. D. (2018). Dijitalleşmenin etkisinde dönüşen sanat ve kuşaklar üzerine bir çalışma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022 (47), 409-426.

Lozano-Hemmer, R. (2006). Pulse Room. Retrieved from https://www.lozano-hemmer.com/pulse_room.php

Öğüt, Ç. G. (2008). Popüler kültürün toplumsal etkileri ve pop sanat (Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi).

Özdemir, D. (2022). Küreselleşmenin sanatın kültürel kimliği üzerindeki etkisi. *Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Dergisi (BEST Dergi)*, 6 (1), 100-114.

Storey, J. (2018). Cultural theory and popular culture: An introduction. Routledge.

Williams, R. (1981). Culture. Fontana Press.

Williams, R. (1993). Kültür. (Çev. Suavi Aydın). Ankara: İmge Kitabevi.

Taracık, S., & Yalın, B. (2022). "Kamu" Kurumu Olarak Yerel Yönetimlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Diyalojik İletişim Modeli Doğrultusunda Değerlendirilmesi. *Proceedings Book*, 125. <https://www.bitforms.art/artwork/pulse-room>

Görsel Kaynakça

Görsel 1-: <https://manifold.press/electronic-superhighway-ve-televizuel-tinsellik> .

Görsel 2: <https://refikanadol.com/works/machine-hallucination-nyc/>.

Görsel 3: <https://www.bitforms.art/artwork/pulse-room>.

Görsel 4: Lozano-Hemmer, R. (2010). Rafael lozano-hemmer. Radio Program. Broadcast June, 18, 10.

Görsel 5: Ataseven, S. Y. (2017). Andy Warhol'un resimlerinde popüler kültürün etkisi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 288-297.

Görsel 6: <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>

Grafik Tasarımın Yıkıcı Teknolojiler Karşısındaki Evrimi: Adaptasyon Stratejileri ile Mesleki Gelecek Senaryolara Bir Bakış

Semih DELİL¹

1- Doçent; Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü
semih.delil@hbv.edu.tr ORCID No: 0000-0003-0358-2344

ÖZET

Yıkıcı (dönüştürücü) teknolojiler, grafik tasarım disiplininde köklü değişimlere yol açarak hem yaratıcı süreçleri hem de mesleki pratikleri her geçen gün dönüştürmektedir. Yapay zekâ destekli tasarım araçları, otomasyon yazılımları ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojik gelişmeler, tasarımcının rolünü yeniden tanımlamakta ve yeni yetkinlikler gerektiren bir çalışma ortamına tasarımcıları atmaktadır. Bu bağlamda, grafik tasarımcıların bu değişime nasıl uyum sağlayabilecekleri ve sektörde nasıl bir yönelim izleyecekleri kritik bir soru haline gelmektedir. Çalışma, grafik tasarım alanında yaşanan teknolojik dönüşümü tarihsel perspektifte ele alarak, mevcut yıkıcı teknolojileri ve bunların tasarım pratiğine etkilerini incelemektedir. Ayrıca, tasarımcıların gelişen dijital ekosisteme uyum sağlamak için benimseyebileceği adaptasyon stratejilerini irdelemekte ve mesleğin geleceğine yönelik çeşitli senaryolar sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışma, grafik tasarım mesleğinin sürdürülebilirliği ve gelecekteki rolü üzerine disiplinler arası bir tartışma zemini oluşturmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler – Grafik Tasarım, Yapay Zeka, Teknoloji, Tasarım, Görsel İletişim.

GİRİŞ

Grafik tasarım, görsel iletişimin temel taşlarından biri olarak, tarihi boyunca teknolojik gelişmelerden derinden etkilenmekte ve sürekli bir evrim geçirmektedir. Matbaanın icadından yazılımlar ile oluşan dijital devrime, tasarımın araçları, yöntemleri ve etkileri, toplumsal ve teknolojik değişimlerle paralel bir şekilde dönüşmüştür. Ancak günümüzde yıkıcı (dönüştürücü) teknolojiler olarak adlandırılan yapay zekâ, otomasyon, artırılmış gerçeklik ve benzeri yenilikler, grafik tasarım disiplini köklü bir değişimin eşiğine getirmiştir. Bu teknolojiler, yalnızca tasarım süreçlerini hızlandırmakla kalmamakta, aynı zamanda tasarımcının rolünü, yetkinliklerini ve mesleki pratiklerini de yeniden tanımlamaktadır. Geniş bir perspektif ile incelendiğinde bu durum, grafik tasarımcılar için hem fırsatlar hem de tehditler barındıran karmaşık bir gelecek senaryosunu ortaya çıkarmaktadır.

Teknolojik gelişmeler, tarihsel olarak tasarım disiplini şekillendirmiş olsa da günümüzdeki değişimlerin hızı ve kapsamı, geçmişteki dönüşümlerden çok daha radikaldir. Özellikle yapay zekâ destekli tasarım araçları, tasarımcıların rutin ve görsel ağırlıklı işlerini otomatikleştirerek, seri üretim sürecindeki insan faktörünün rolünü sorgulanır hale getirmektedir. Yapay zekâ, insan zekâsı gerektiren görevleri yerine getirebilen makineler veya yazılımlar yaratmayı amaçlayan bir bilgisayar bilimi dalıdır (Shubhendu S. ve Shukla, J. 2013). Öte yandan,

artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi teknolojiler, tasarımın sınırlarını fiziksel dünyadan dijital evrene taşımakta, yeni etkileşim biçimleri ve deneyimler yaratmaktadır. Bu gelişmeler, grafik tasarımcıların yalnızca teknik becerilerini değil, aynı zamanda kavramsal ve stratejik düşünme yeteneklerini de geliştirmelerini zorunlu kılmaktadır.

Bu bağlamda, grafik tasarım mesleğinin geleceği, tasarımcıların bu değişen dinamiklere nasıl uyum sağlayacağına bağlı olduğunu göstermektedir. Tasarımcılar, bu agresif teknolojilerin sunduğu olanakları etkin bir şekilde kullanarak, yaratıcılıklarını nasıl koruyabilir ve geliştirebilir? Hangi adaptasyon stratejileri, mesleğin sürdürülebilirliğini sağlayabilir? Bu sorular, grafik tasarım disiplininin geleceğine yönelik kritik bir tartışma alanı oluşturmaktadır. Bu çalışma, bu tartışmalara katkıda bulunmayı amaçlamakta, grafik tasarımın teknolojik dönüşüm karşısındaki evrimini tarihsel bir perspektifle ele alarak, mevcut eğilimleri ve gelecek senaryolarını incelemektedir.

Çalışmanın ilk bölümü, grafik tasarımın teknolojik gelişmelerle olan ilişkisini tarihsel bir çerçevede değerlendirerek, geçmişten günümüze yaşanan dönüşümleri analiz etmektedir. İkinci bölüm, yapay zekâ, otomasyon ve artırılmış gerçeklik gibi yıkıcı teknolojilerin tasarım pratiğine etkilerini detaylandırmakta ve bu teknolojilerin tasarımcıların rolünü nasıl yeniden şekillendirdiğini tartışmaktadır. Üçüncü bölüm, tasarımcıların bu değişen ortama uyum sağlamak için benimseyebileceği stratejilere odaklanmakta, yeni yetkinlikler ve mesleki yaklaşımlar önermektedir. Son bölüm ise, grafik tasarım mesleğinin geleceğine yönelik olası senaryoları değerlendirerek, disiplinler arası bir tartışma zemini oluşturmayı hedeflemektedir.

Bu çalışma, grafik tasarımın her gün çeşitlenerek agresif bir şekilde karşımıza çıkan yıkıcı teknolojiler karşısındaki evrimini anlamak ve bu süreçte tasarımcıların nasıl bir yol izleyebileceğine dair stratejik bir perspektif sunma amacı taşımaktadır. Tasarım disiplininin geleceği, yalnızca teknolojik yeniliklerle değil, aynı zamanda tasarımcıların bu yeniliklere nasıl cevap vereceğiyle şekillenecektir.

GRAFİK TASARIMIN VE TEKNOLOJİ ENTEGRASYONU SÜRECİ

Grafik tasarım, teknolojik gelişmelerle iç içe geçmiş bir disiplin olarak, tarih boyunca sürekli bir evrim geçirmiştir. Bu evrim, yalnızca tasarım araçlarının ve yöntemlerinin değişimiyle sınırlı kalmamış, aynı zamanda tasarımın toplumsal, kültürel ve ekonomik rolünü de yeniden şekillendirmiştir. Grafik tasarımın tarihsel gelişimini anlamak için

günümüzde yaşanan teknolojik dönüşümlerin etkilerini değerlendirmek gerekmektedir.

Grafik tasarımın modern anlamdaki dönüşümü, 15. yüzyılda Johannes Gutenberg'in hareketli harf sistemine dayalı matbaayı icat etmesiyle başlamıştır. Matbaanın icadı, bilginin kitlesel olarak yayılmasını mümkün kılmış ve grafik tasarımı, el yazmalarının sınırlı dünyasından endüstriyel bir disipline dönüştürmüştür. Aynı zamanda Gutenberg'in bu icadı iletişim teknolojisinde eşi benzeri görülmemiş bir devrime yol açmıştır (Rees F. 2006).



Şekil 1: Gutenberg İncil'inin kopyaları - National Library of Scotland - <https://www.europeana.eu/en/stories/europes-first-printed-book>

Dönemi takiben tipografi, sayfa düzeni ve baskı teknikleri, grafik tasarımın temel unsurları haline gelmiştir. Özellikle, kitapların, afişlerin ve broşürlerin tasarımı, grafik tasarımın iletişim aracı olarak önemini artırmıştır. Matbaanın yaygınlaşması, tasarımın estetik ve işlevsel boyutlarının bir arada düşünülmesini gerektirmiştir. Bu süreç, grafik tasarımın bir meslek olarak tanımlanmasına ve tasarımcıların, yazı tipi tasarımı, kompozisyon ve renk kullanımı gibi alanlarda uzmanlaşmasına zemin hazırlamıştır. Aynı zamanda, matbaa teknolojisi, tasarımın endüstriyel üretim süreçlerine entegre olmasını sağlamış ve grafik tasarımı, ticari bir faaliyet haline getirmiştir.



Şekil 2: Litografi poster örneği; Cheret, Jules Eldorado (Courrier Francais edition), 1894

19. yüzyılda Sanayi Devrimi, grafik tasarımın bir kez daha dönüşmesine neden olmuştur. Bu dönemde, buharlı baskı makineleri, litografi ve fotoğraf gibi yeni teknolojiler, tasarım süreçlerini hızlandırmış ve grafik tasarımın kitlesel iletişim aracı olarak kullanılmasını yaygınlaştırmıştır. Özellikle, reklamcılığın yükselişi, grafik tasarımın ticari bir ileti aracı olarak önemini artırmış ve tasarımcılar, markaların görsel kimliklerini oluşturmada kilit bir rol üstlenmiştir. Öte yandan dönem özelinde grafik tasarım üretim süreçleri belirli bir kapasitede ile sınırlı kalmıştır. Bu kapasite kullanılan çoğaltım araçlarına göre farklılık göstermektedir.

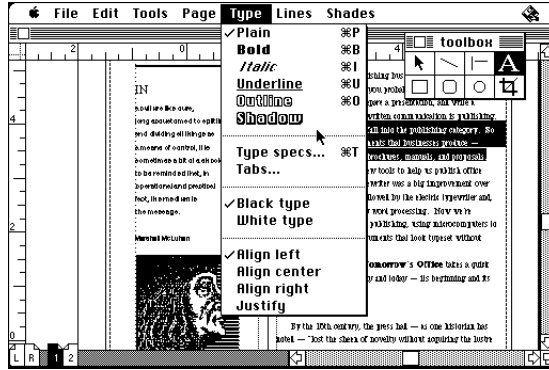


Şekil 3: Art Deco Poster örneği; Codognato, Plinio Fiat 509, 1925

Sanayi Devrimi, aynı zamanda, grafik tasarımın estetik anlayışını da etkilemiştir. Art Nouveau, Bauhaus ve Arts and Crafts gibi akımlar, tasarımın işlevsellik ve estetik arasındaki dengede nasıl konumlandırılması gerektiğine dair tartışmaları başlatmıştır. Bu dönemde, grafik tasarım, yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda bir sanat formu olarak da kabul görmeye başlamıştır. Sanat olarak görülmesi hızlı tüketim olarak grafik tasarımı handikaplı bir duruma sürüklese de süre gelen yıllarda iletişimin tasarımının baskın yapısı bu sanat bocalamasını ortadan kaldırmıştır.

20. YÜZYIL, SONRASI VE DİJİTAL DEVRİM

20. yüzyıl, grafik tasarımın en köklü dönüşümlerine tanıklık etmiştir. Özellikle, bilgisayar teknolojisinin gelişmesi ve dijital tasarım araçlarının yaygınlaşması, grafik tasarımın doğasını tamamen değiştirmiştir. 1980’lerde Adobe’nin PostScript dilini geliştirmesi ve ardından vektörel çizim araçları ve dijital tasarım yazılımların piyasaya sürülmesi, tasarımcıların elinde güçlü ve esnek araçların olmasını sağlamıştır. Bu dönemde, grafik tasarım, geleneksel yöntemlerden dijital ortama geçiş yapmış ve tasarım süreçleri el üretiminden bilgisayar destekli üretime geçmiştir.

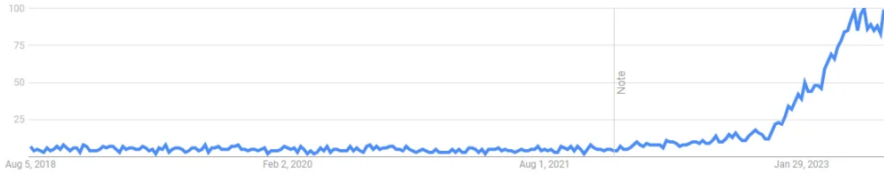


Şekil 4: Aldus firmasının yazılımı olan Pagemaker yazılımı 1987

Dijital devrim, grafik tasarımın üretiminin de yayılmasına katkıda bulunmuştur. Bilgisayar ve yazılımların erişilebilir hale gelmesi, tasarımın profesyonel olmayanlar tarafından da yapılabilmesine olanak sağlamıştır. Bu durum, tasarımın daha geniş bir kitle tarafından benimsenmesine ve yeni tasarım trendlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Ancak, aynı zamanda,

tasarımın kalitesi ve özgünlüğü üzerine tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

21. yüzyıl ise grafik tasarımın yıkıcı teknolojilerle karşı karşıya kaldığı bir dönem olarak kendini göstermektedir. Grafik tasarımda yapay zekâ için küresel pazarın 2026 yılına kadar yılda yaklaşık %28 oranında büyüyeceği tahmin edilmektedir (Sylvester M. 2024). Yapay zekâ, otomasyon, artırılmış gerçeklik ve makine öğrenimi gibi teknolojiler, tasarım süreçlerini ya da en azından görsel üretim süreçlerini kökten değiştirmekte ve tasarımcıların rolünü yeniden tanımlama eğilimine girmektedir. Ayrıca yapay zekâ, sağlık, perakende, eğitim ve daha fazlası dahil olmak üzere bir dizi sektörde inovasyonu yönlendiren belirleyici bir güç haline gelmiş ve dijital pazarlama dünyası da bundan etkilenmiştir (Boronin A. 2024). Bu teknolojiler aynı zamanda, tasarımın kişiselleştirilmesi ve etkileşimli deneyimler yaratılması gibi yeni olanaklar sunmaktadır. Özellikle, yapay zekâ destekli tasarım araçları, tasarımcıların rutin işlerini otomatikleştirerek, yaratıcı süreçte nitelikli insan faktörünün önemini sorgulatmaktadır. Trend olarak incelendiğinde ise yapay zekâ tasarım araçlarına yönelik talep 2023 yılında eşi benzeri görülmemiş bir artışa neden olmuştur. Google trendlerine göre, yapay zekâ tasarımıyla ilgili araçlar ve yazılımlar için arama hacmi yalnızca 2022'den 2023'e kadar %1700 artmıştır (Marq, 2023).



Şekil 5: Google verilerine göre yapay zekâyla tasarım ile ilgili arama istatistikleri
www.marq.com

Grafik tasarım, tarih boyunca sanat, teknoloji ve toplumsal değişimlerin etkisiyle evrilen disiplinlerarası bir alan olarak varlığını sürdürmüştür. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte tasarım süreçleri dönüşüme uğramış, üretim araçları ve estetik anlayışlar yeniden tanımlanmıştır. Günümüzde yapay zekânın grafik tasarım süreçlerine entegrasyonu, yalnızca teknik bir ilerleme olarak değil, aynı zamanda yaratıcı sürecin doğasını ve sıradan tasarımcının rolünü sorgulayan bir dönüşüm olarak değerlendirilmektedir.

YAPAY ZEKÂNIN GRAFİK TASARIM PRATİKLERİNE ETKİSİ

Makine öğrenimi ve bilgisayarla görme gibi teknolojilerin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan otomasyon araçları, büyük miktarda veriyi işleme ve yenilikçi tasarımlar üretme, hatta insan yaratıcılığını taklit etme ve geliştirme yeteneğine sahip olup grafik tasarımcıların çalışmalarına köklü değişiklikler getirmektedir (R. Verganti ve diğerleri 2020). Grafik tasarım disiplinlerinde yapay zekânın benimsenmesiyle birlikte yaşanan değişimler, büyük fırsatları ve zorlukları da beraberinde getirmektedir (Locsin A. 2024). Geleneksel grafik tasarım süreci, insan yaratıcılığı, deneyim ve sezgi yoluyla şekillenirken, yapay zekâ destekli sistemlerin devreye girmesiyle birlikte tasarım pratiğinin öznesi değişime uğramaktadır. Yapay zekâ tabanlı sistemler, büyük veri kümeleri üzerinden eğitilerek belirli estetik normları öğrenmekte ve yaratıcı çözümler sunabilmektedir. Ancak, bu süreçte orijinallik ve bireysel yaratıcılığın doğası tartışmalı hale gelmektedir. Bu yaklaşım günümüzde sadece öğrenilmiş tasarım türlerinin kopyalanması denklemi üzerine kuruludur. Bu da özgün sürecin henüz günümüzde gelişmediğini göstermektedir. Yapay zekâ insan yaratıcılığının yerini almaktan ziyade grafik tasarım sürecini geliştirebilecek iş birliğine dayalı bir araçtır (Hawley J. 2023). Ascott' göre (2024) yapay zekâ grafik tasarımın belirli yönlerini otomatikleştirse de insan dokunuşu, stratejik düşünme ve duygusal bağlantı yaratıcılığın vazgeçilmez bileşenleri olmaya devam etmektedir.

Yapay zekanın tasarım süreçlerinde artan rolü, yaratıcı öznenin yalnızca insan olup olmadığı sorusunu da gündeme getirmektedir. Bazı araştırmacılar, yapay zekanın tasarım araçları olarak insan yaratıcılığını destekleyen bir yardımcı olarak değerlendirildiğini öne sürerken, diğerleri yapay zekanın giderek daha bağımsız kararlar alabilmesi nedeniyle yaratıcı sürecin temel aktörlerinden biri hâline gelebileceğini savunmaktadır. Yapay zekâ halihazırda tasarımcılara günlük görevlerinde yardımcı olsa da modellerin doğası gereği önyargılar taşıyan belirli veri kümeleri üzerinde eğitildiği ve bunun önemli zorluklar da getirdiğini fark edilmektedir (Wilson A. 2025). Bu çerçevede, grafik tasarım pratiğinde insan yaratıcılığı ile algoritmik üretim arasındaki sınırların giderek belirsizleştiği söylenebilir. Bu belirsizlik grafik tasarımcıların yararına mı yoksa zararına mı olacak henüz bilinmese de bu gücü üretim sürecine entegre edebilen üretici ya da tasarımcıların süreçten fayda ile çıkacağı bir gerçektir.

BİLGİNİN ÜRETİMİ VE YARATICILIĞIN DÖNÜŞÜMÜ

Yapay zekanın grafik tasarım süreçlerindeki rolü, bilginin nasıl üretildiği ve yaratıcı sürece nasıl dahil edildiği sorularını da beraberinde getirmektedir. Geleneksel bilgi üretimi, deneyim, gözlem ve zihinsel süreçler yoluyla şekillenirken, yapay zekanın öğrenme mekanizmaları istatistiksel modeller ve büyük veri analizleri üzerinden işlemektedir. Bu durum, grafik tasarım bilgisinin nasıl tanımlanacağı ve değerlendirileceği konusunda köklü bir dönüşüm yaratmaktadır.

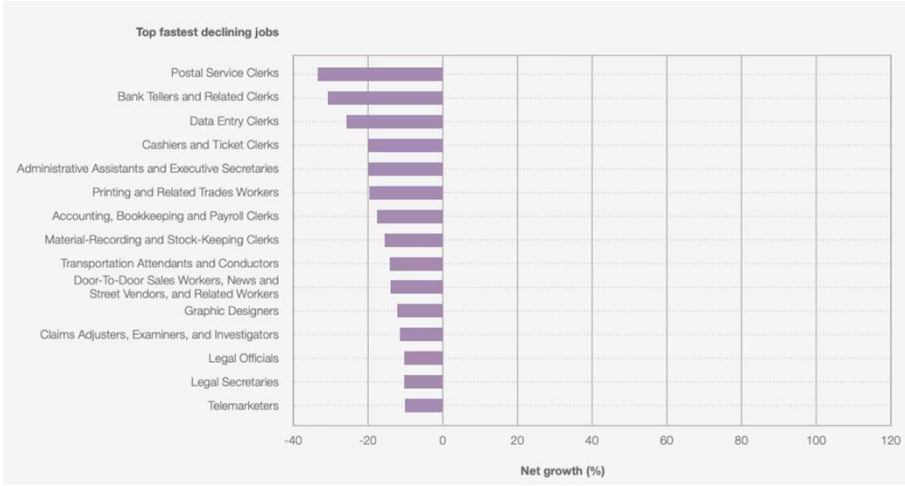
Yapay zekâ sistemleri, kullanıcı girdilerini analiz ederek belirli tasarım kararlarını öngörebilmekte ve algoritmik öğrenme yoluyla yeni estetik normlar inşa edebilmektedir. Ancak, bu bilgi üretim süreci, yeni bir tartışmayı beraberinde getirmektedir. “Tasarım pratiğinde bireysel yaratıcılığın yerini mi almakta, yoksa insan tasarımcı ile iş birliği içinde mi çalışmaktadır?” Yapay zekanın önerdiği tasarım çözümlerinin özgünlük, bağlam ve yaratıcı irade açısından nasıl değerlendirileceği diğer önemli bir tartışma konusudur. Bu noktada, tasarımcılar arasında iki temel görüş ortaya çıkmaktadır: Bir grup, yapay zekanın tasarım pratiğini zenginleştirdiğini ve tasarımcılara yeni olanaklar sunduğunu savunurken, diğerleri ise yapay zekanın yaratıcılığı mekanikleştirerek tasarım pratiğini sıradanlaştırabileceğini ileri sürmektedir.

Sonuç ne olursa olsun önümüzdeki süreçte yapay zekanın etkisi ile grafik tasarımın ya da en azından üretiminin değişeceği kesindir. Yapay zekanın trend rüzgârı şu an için durumu etkisi altına alsada ilerde daha mantıklı çözümler ortaya çıkması olasıdır. Şu an belirli komutlar çerçevesinde basit ya da karmaşık bir tasarımı yapabiliyor olması yapay zekâ ile üretim süreçleri üzerindeki tartışmaları alevlendirse de özgünlük ve beceri gerektiren süreçler bir süre geçerliliğini koruyacaktır.

Şu an için grafik tasarım alanı düşünüldüğünde yapay zekâ geçmiş grafik tasarım üretimlerini taklit edecek kadar vardır. Sonrasında geliştirilecek algoritmalar bu süreci değiştirip insanlığı yeniden şaşırtabilir. İlerleyen süreçte gelişecek olan yüksek olasılıkla komut savaşları olacaktır. Geçmiş ya da günümüz trend birikimleri bu üretimleri şekillendirecek ve geliştirilen komutlarla farklılıklar da ilerleyen zamanla sağlanacaktır.

GRAFİK TASARIM MESLEĞİNİN GELECEĞİ

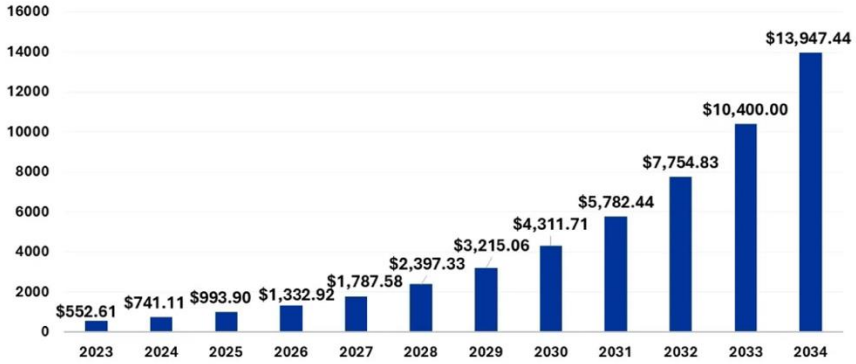
Daha önce ele alındığı gibi yapay zekanın grafik tasarım alanında giderek daha fazla benimsenmesi, mesleğin geleceğine dair çeşitli senaryoları gündeme getirmektedir. Bazı araştırmacılar, yapay tabanlı araçların rutin tasarım görevlerini üstlenerek insan tasarımcıların daha özgün ve stratejik projelere odaklanmasını sağlayacağını öne sürmektedir. Bu görüş, yapay zekanın grafik tasarımcıları tamamen devre dışı bırakmayacağını, aksine onların yaratıcı kapasitelerini destekleyen bir araç olacağını savunmaktadır. Dünya Ekonomik Forumunun (WEF) 2025 yılı raporuna göre grafik tasarım en hızlı düşüş gösteren 11. iş olmuştur. İki yıl önceki WEF raporunda grafik tasarımcıların “orta derecede büyüyen bir iş olarak görüldüğü” göz önüne alındığında, listede yer alması özellikle endişe verici olduğu görülmektedir. Ayrıca rapor, bu yeni tehlike altındaki durumu yapay zekanın yükselişine ve “bilgi işi yapma kapasitesinin artmasına” bağlamaktadır (Alderson R. 2025).



Şekil 6: En hızlı düşüş gösteren işler –
Dünya Ekonomik Formu geleceğin işleri 2024 anketi

Öte yandan, bazı eleştirmenler yapay zekanın grafik tasarım mesleğinde istihdamı azaltabileceğini ve özellikle giriş seviyesindeki tasarımcılar için iş fırsatlarını sınırlayabileceğini iddia etmektedir. Her iki bakış açısının sonunda da yapay zekanın otomatikleştirilmiş tasarım çözümleri sunabilmesi, bazı tasarım hizmetlerinin metalaşmasına yol açabileceğini göstermektedir. Ayrıca bu senaryonun sonunda tasarımcının emeğinin değersizleşebileceğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda, grafik tasarım mesleğinin geleceği, tasarımcıların yapay zekâ ile nasıl bir ilişki kuracağına ve bu teknolojiyi nasıl kullanacağına bağlı olarak şekillenecektir.

Tasarımda üretken yapay zekâ küresel pazar büyüklüğü 2024 yılında yaklaşık 741,11 milyon ABD doları değerindedir ve 2024'ten 2034'e kadar olan tahmin döneminde %34,11'lik bir YBBO ile büyüyerek 2034 yılına kadar yaklaşık 13.947,44 milyon ABD dolarına ulaşması beklenmektedir (Precedenceresearch, 2024). Bu yükselen trend grafik tasarım ya da en azından üretiminin belli bir süre daha agresif bir şekilde yükseleceğini göstermektedir. Özellikle sosyal medya içerik üretimi ve pazarlama gereksinimleri bu trendin yükselmesinde etkili olacaktır.



Şekil 7: Tasarımda Üretken Yapay Zekâ Pazar Büyüklüğü ve Tahmini 2024-2034

Grafik tasarımın geleceğini bugünden kestirmek ve kesin bir kanıya varmak şu an ki veriler ile çok mümkün gözükmemektedir. Trendlerin hızlı değişebileceği de göz önüne alındığında yapay zekanın üretime olan katkısı oluşturulan talep doğrultusunda şekillenecektir. Buradaki bahsi geçen pazar payları günümüz için göz kamaştırıcı gözükmemektedir. Temel kullanıcıların ve yetkin tasarımcıların önümüzdeki yıllarda belirli ücretler ile üretken araçları kullanması ve bu araçların sayısının artacak olması çok olasıdır. Fakat bunun mesleğe ve meslek erbablarına olan etkisini olumlu ya da olumsuz olarak belirtmek pek mümkün değildir. Burada üretken araçların sayısının artmasına kesin gözüyle bakılsa da meslek sahipleri ve mesleğin gelişmelere ne tepki vereceği bilinmemektedir.

MESLEĞİN KENDİNİ TEKRAR ETMESİ VE YAPAY ZEKANIN ETKİSİ

Günümüzde yapay zekâ, grafik tasarım endüstrisini hızlı bir şekilde yeniden şekillendirmekte ve yaratıcı üretim, görüntü işleme, tipografi optimizasyonu ve kullanıcı deneyimi analizi gibi birçok önemli alana nüfuz etmektedir (Cai L. ve Jung E. 2024). Fakat yapay zekanın grafik tasarım mesleğine olan etkisinin yalnızca teknolojik ilerlemeyle açıklanamayacağı, tasarımcıların mesleki gelişim süreçleriyle de yakından ilişkili olduğu açıktır. Günümüzde birçok uygulayıcı ya da grafik tasarımcı, belirli kalıpları tekrar eden ve yenilikçi yaklaşımlar geliştirmekten uzak bir üretim biçimi benimsemektedir. Özellikle dijital platformlarda hız ve pratiklik kaygısı ön planda olduğundan, yaratıcı çeşitliliğin yerini seri üretime dayalı tasarım şablonları almaktadır. Bu basit üretim süreci, yapay zekanın tasarım süreçlerini devralmasını kolaylaştıran bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Ancak grafik tasarımcıların yapay zekâ karşısında güç kaybetmemesi için disiplinin sınırlarını yeniden tanımlamaları gerekmektedir. Yapay zekanın sunduğu otomasyonun ötesine geçerek kavramsal tasarım becerilerini geliştirmek, multidisipliner çalışmalara yönelmek ve özgün sanatsal yaklaşımlar geliştirmek, mesleğin geleceğini şekillendirecek önemli ve örnek adımlardır.

Üretkenlik kazanımları açısından üretken yapay zekanın diğer tüm teknolojik yenilikleri geride bırakacağı tahmin edilmektedir (Mire M. 2024). Bu bağlamda grafik tasarımcıların yapay zekâyı yalnızca bir tehdit olarak görmek yerine, yaratıcı süreci destekleyen bir araç olarak ele almaları, mesleğin sürdürülebilirliği açısından kritik bir önem taşımaktadır. Yapay zekânın grafik tasarım üzerindeki potansiyel etkisi hem tasarım uygulayıcılarının hem de bilim insanlarının yapay zeka güdümlü tasarımların geleceğine ilişkin bir dizi soru ve endişeye yol açmıştır (Engawi, D. ve diğerleri 2022). Dijital çağda, yapay zekâ teknolojisinin devam eden gelişimiyle birlikte, grafik tasarımcıların günlük çalışmaları, kavramsal düşünceden görsel ifadeye kadar her şeyi etkileyen yapay zekâ teknolojisinin entegrasyonu yoluyla devrim niteliğinde değişikliklere uğrayabilir (Dwivedi Y.K. ve diğerleri, 2021). Ayrıca yapay zekanın grafik tasarım pratiğine entegrasyonu, mesleğin doğasını yeniden şekillendiren bir dönüşüm sürecini tetikleyebilir. Tasarımcıların bu değişime uyum sağlaması, yaratıcı süreçlerini yeniden yapılandırmaları ve yapay zekâ teknolojilerini etik çerçevede değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda, yapay zekanın tasarım alanında nasıl konumlandırılacağı, mesleğin geleceğini belirleyen temel faktörlerden biri olacaktır.

Yapay zekâ günümüzde grafik tasarım alanında yaygınlaşarak tasarımcıların yaklaşımlarını geliştirmiş ve grafik tasarım becerilerini yenilemiştir (Mirzaei V. 2025). Ayrıca yapay zekâ ve otomasyon gibi teknolojiler, tasarım süreçlerini hızlandırıp, tasarımcıların iş yükünü

hafifletse de yaratıcı özgünlük ve estetik değerlerin korunması noktasında önemli soruları gündeme getirmektedir. Bu dönüşüm, tasarımcıları yalnızca görsel ve estetik becerilerle değil, aynı zamanda veri analitiği, kullanıcı deneyimi ve stratejik düşünme becerileriyle de donatılmaya yöneltmektedir. Grafik tasarımın geleceği, teknolojinin sunduğu fırsatları yaratıcı ve insan odaklı bir biçimde kullanabilen profesyonellerle şekillenecek gibi görünmektedir. Bu da grafik tasarımcıların hem teknik hem de yaratıcı yönlerini dengede tutarak, disiplinler arası bir anlayışla mesleklerini sürdürebilmeleri gerektiğini göstermektedir. Geliştirilen teknolojiler, tasarım mesleğini daha dinamik ve yenilikçi bir hale getirirken, aynı zamanda tasarımcıların iş yapma biçimlerini temelden değiştirdiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda yapay zekâ ve üretimlerinin gidişatı, genel olarak grafik tasarımı ortadan kaldırılmaktan ziyade dönüştürmekten ibaret olacak gibi görünmektedir (May T. 2025).

Üretimin tek düze olmaya başladığı her meslek özelinde otomasyon çözümü bir gerçektir. Eğer bir meslek belirlenen kurallar çerçevesinde yapılabilirse o işin bir makine/yazılım tarafından yapılabilmesi de mümkündür. Bu mesleki açıdan bir sorun değil aksine bir çözüm olarak görülmelidir. Grafik tasarım mesleği özelinde günümüzde birçok birey veya küçük işletme için yapay zekâ ile tasarım, hızlı ve ucuz bir ürüne ihtiyaç duyulan durumlarda cazip bir seçenektir (Matthews, B. ve diğerleri 2023). Bir fotoğrafın dekupe edilmesinin otomatikleşmesi bir grafik tasarımcı tarafından mesleki endişelerle korkulacak bir şey olarak değil tam aksine sevindirici bir gelişim olarak görülmelidir. Bugün basit bir sosyal medya görselinin üretilmesi mesleğin eğitimini almamış olsa bile biraz tasarım okuması yapmış kişiler tarafından yardımcı araçlar vasıtası ile yapılması mümkündür. Bu durum bir grafik tasarımcı için mesleki bir sorun olmamalıdır. Yetkin olmayan kişiler tarafından yapılan bu tasarımlar markalaşma süreçlerinde mutlaka bir sekteye uğrayacaktır. Bu durum grafik tasarımcılara marka iletişimi, markalama gibi konularda hala ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Üretimin yapılabilir olması üretimin doğru olduğu anlamına gelmemektedir. Burada yapılan üretimdeki grafiğin tasarımı ya da iletişimin tasarımı için hala yetkin tasarımcılara ihtiyaç duyulduğunun bir göstergesidir.

SONUÇ

Geleneksel tasarım anlayışının dijitalleşme karşısında uğradığı dönüşüm, grafik tasarım mesleğini sadece teknik değil, aynı zamanda kavramsal ve kuramsal düzeyde de yeniden konumlandırmaktadır. Bu çalışma boyunca tartışıldığı üzere, yıkıcı teknolojilerin grafik tasarım üzerindeki etkisi, salt araçsal bir değişimden ziyade, mesleki kimliğin, yaratıcılık anlayışının ve üretim pratiklerinin köklü bir şekilde yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır. Yapay zekâ destekli sistemler, otomasyon algoritmaları, veri temelli üretim modelleri ve interaktif platformlar yalnızca iş süreçlerini hızlandırmakla kalmayıp, aynı zamanda tasarım kararlarının alındığı varlık bilimsel zemini de yeniden inşa etmektedir. Bu bağlamda, grafik tasarımcıların karşı karşıya kaldığı temel sorunsal, yalnızca teknolojik yeterliliği sağlamak değil; aynı zamanda etik, estetik ve düşünsel bir adaptasyon stratejisi geliştirebilmektir.

Geleceğe yönelik senaryolarda grafik tasarımın sınırlarının daha da geçirgenleşeceği ve disiplin özelindeki sınırların bulanıklaşacağı öngörülebilmektedir. Tasarım artık yalnızca görsel bir üretim değil; veri yorumlama, kullanıcı deneyimi yönetimi ve kültürel kodların çözülmesi gibi çok katmanlı bir bilgi sistemine dönüşmektedir. Bu nedenle, tasarımcının rolü de yalnızca bir uygulayıcı olmaktan çıkarak, düşünsel üretim süreçlerinin aktörü haline gelmektedir. Dolayısıyla, grafik tasarımcıların adaptasyon stratejilerinde yalnızca yazılım öğrenmek yeterli olmayacak; analitik düşünme becerisi, kültürel okuryazarlık, etik farkındalık ve eleştirel bakış açısı da temel yeterlik alanları haline gelecektir. Tüm bunlara ek olarak dijitalleşmenin sunduğu imkanların eş zamanlı olarak yeni kırılganlıklar yarattığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Tasarımın metalaşması, algoritma temelli estetik baskısı, yaratıcılığın ölçülebilirliğe indirgenmesi ve telif haklarının yeniden tartışmaya açılması gibi konular, mesleki etik bağlamında yeniden değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, grafik tasarım eğitiminin de dönüşmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Öğrencilere yalnızca teknik bilgi aktarmak değil, onları belirsizlikle başa çıkabilecek entelektüel donanımına sahip bireyler olarak yetiştirmek, uzun vadede mesleğin sürdürülebilirliğini sağlamaya olanak tanıyacaktır.

Tüm bu gelişmeler ışığında, grafik tasarımın geleceği, yıkıcı teknolojilere direnç göstermektense onlarla eleştirel bir ilişki kurabilen, kendini sürekli olarak yeniden tanımlayabilen, çok disiplinli düşünebilen ve insani değerleri teknolojiyle uzlaştıran tasarımcıların inisiyatifine bağlı olacaktır. Bu nedenle, grafik tasarım pratiğinin sadece güncel araçlara değil; aynı zamanda kuramsal ve düşünsel altyapılara yaslanan bir yapıya evrilmesi, mesleğin varoluşsal sürekliliği açısından elzemdir.

REFERANSLAR

- Alderson R. (2025). Graphic design among most at-risk jobs from AI. [www.designweek.co.uk. https://www.designweek.co.uk/graphic-design-among-most-at-risk-jobs-from-ai-report/](https://www.designweek.co.uk/graphic-design-among-most-at-risk-jobs-from-ai-report/)
- Ascott E. (2024). Has AI Killed Graphic Design Jobs?. All Work. <https://allwork.space/2024/11/has-ai-killed-graphic-design-jobs>
- Boronin A. (2024) The Rise of AI from a Designer's Perspective. Rebellion Group. <https://rebelliongroup.com/news-insights/the-rise-of-ai-from-a-designers-perspective/>
- Cai L. ve Jung E. (2024). The Impact of Artificial Intelligence on the Graphic Design Job Market: An Analysis of the Evolution and Opportunities of the Designer Role. *Psychology Research*, August 2024, Vol. 14, No. 8, 259-267 doi:10.17265/2159-5542/2024.08.002
- Dwivedi, Y.K. ve diğerleri (2021). Artificial Intelligence (AI): multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy *Int. J. Inf. Manag.*, 57 (2021), Article 101994, 10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.002
- Engawi, D., Gere, C., Richards, D. (2022). The Impact of Artificial Intelligence on Graphic Design: Exploring the Challenges and Possibilities of AI-Driven Autonomous Branding.
- Hawley J. (2023). Are Graphic Designers Being Replaced by AI? Or Will It Augment Them? *Mighty Fine*. <https://mightyfinedesign.co/will-ai-replace-graphic-designers/>
- Locsin A. (2024). The Impact of AI on Graphic Design Careers. Zeka Graphic. <https://www.zekagraphic.com/the-impact-of-ai-on-graphic-design-careers/>
- Marq (2023). Artificial Intelligence Design Tool Statistics & Trends in 2023. <https://www.marq.com/blog/artificial-intelligence-design-tool-statistics-trends-in-2023>
- Matthews, B., Shannon, B., & Roxburgh, M. (2023). Destroy all humans: The dematerialisation of the designer in an age of automation and its impact on graphic design—A literature review. *International Journal of Art & Design Education*, 42(3), 367-383.
- May T. (2025) It's official: AI is coming for your graphic design job. *Creative Boom*. <https://www.creativeboom.com/news/its-official-ai-is-coming-for-your-graphic-design-job/>
- Mire M. (2024). The Generative AI Statistics Shaping Marketing & Creative in 2024. <https://www.superside.com/blog/generative-ai-statistics-marketing-creative>
- Mirzaei, V. (2025). The Impact of Artificial Intelligence on Creativity in Graphic Design. *Researchgate*, volume8.
- Precedenceresearch (2024). Generative AI In Design Market Size, Share, and Trends 2024 to 2034. <https://www.precedenceresearch.com/generative-ai-in-design-market>
- Rees F. (2006). *Johannes Gutenberg: Inventor of the Printing Press*. Compass Point Books
- R. Verganti, L. Vendraminelli, M. Iansiti Innovation and design in the age of artificial intelligence *J. Prod. Innovat. Manag.*, 37 (3) (2020), pp. 212-227 doi: 10.1111.jpim.12523a

- Shubhendu S. Shukla, J. (2013). Vijay Applicability of artificial intelligence in different fields of life Int. J. Sci. Eng. Res., 1 (1), pp. 28-35
- Sylvester M. (2024). The Rise of AI-Powered Design Tools: What It Means for Designers. Kittl.com. <https://www.kittl.com/article/ai-in-graphic-design>
- Wilson A. (2025) 'It's a genie out of the bottle': How AI is impacting graphic design. Creative Bloq. <https://www.creativebloq.com/design/graphic-design/its-a-genie-out-of-the-bottle-how-ai-is-impacting-graphic-design>.

Kayıp Şey Kitabının İkonografik ve İkonolojik Açıdan İncelenmesi

Merve ERSAN¹

Ahmet FUTTU²

- 1- Doç.; Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü.
merve.ersan@hbv.edu.tr ORCID No: 0000-0003-0587-7875
- 2- Öğr. Gör.; Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı
Bölümü. ahmet.futtu@hbv.edu.tr ORCID No: 0000-0001-9513-0577

ÖZET

Görsel sanatlara ait ifade biçimleri, insanlık tarihi boyunca farklı toplumlardaki inançları, mitleri, ritüelleri ve diğer kültürel unsurları yansıtmaktadırlar. Ortaya çıkan eserlerdeki konular, anlatım yöntemlerine göre farklılıklar gösterebilmektedirler. Bir olay ya da fikir doğrudan anlatılabildiği gibi dolaylı olarak da esere dahil edilebilir. Semboller ve renkler gibi unsurlar ile içeriğe dahil edilen konu ancak farklı analiz yöntemleri kullanılarak anlaşılır hale gelebilmektedir. Bu analiz yöntemlerinden biri de ikonografik ve ikonolojik çözümleme yöntemidir. Sanat tarihinin önemli isimlerinden Erwin Panofsky tarafından geliştirilen yöntem, sanat eserlerindeki sembolik anlamı ve içeriği çözümlemekte kullanılmaktadır. Yöntem sayesinde tarihsel ve kültürel referanslara başvurularak sanat eserinde yer alan görsel öğelerin anlamları belirlenebilmektedir. Yöntem, sanat eserinin kültürel bağlamını ortaya koyması açısından da önem arz etmektedir.

Bu makalede, Shaun Tan'ın "Kayıp Şey" adlı kitabının ikonografik ve ikonolojik açıdan incelenmesi ile sanatçının görsel ve sembolik anlatımının keşfedilmesi amaçlanmaktadır. Bu analiz, kitabın derinlikli anlatısının ve sanatsal ifadesinin anlaşılmasına katkıda bulunacak ve Tan'ın eserini tarihsel, kültürel ve mitolojik bağlamlarla ilişkilendirecektir. Ayrıca bu çalışma, okuyuculara "Kayıp Şey" kitabının ötesinde bir anlam evreni sunmayı ve Shaun Tan'ın sanatının zenginliğini keşfetmeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler – Shaun Tan, kayıp şey, grafik tasarım, ikonografi, ikonoloji

GİRİŞ

Resimli kitaplar, yazılı metinlerle birlikte görsellerin kullanıldığı kitaplardır. Bu tür kitaplarda, metin ve resimler bir araya gelerek hikâye anlatımı veya bilgi aktarımı sağlar. Resimli kitaplar, her yaş grubuna hitap eden çeşitli tarzlarda ve konularda içeriklere sahip olabilmektedir. Genellikle çocuklar için üretildiği düşünülse de yetişkinler için de birçok resimli kitap bulunmaktadır. Bu kitaplar, bir hikâyeyi veya konuyu daha etkileyici bir şekilde anlatmak için görsel anlatımın gücünü kullanır. Resimler, metnin yanında ek bir anlam katmanı sunar ve okuyucuya daha zengin bir deneyim yaşatır. Resimli kitaplar üretilirken çeşitli sanat teknikleri kullanılarak hazırlanır. Örneğin, suluboya, akrilik, guaj ve yağlı boya, kolaj, foto manipülasyon, dijital boyama teknikleri gibi farklı görsel üretim materyalleri kullanılabilir. Oluşturulan görseller, hikâyenin atmosferini yaratmaya, karakterleri canlandırmaya ve okuyucu ile duygusal bir bağ kurmaya yardımcı olur.

Çocuklar için özellikle önem arz eden resimli kitaplar, okuma becerilerini geliştirmeye yardımcı olmanın yanı sıra hayal gücünü ve

yaratıcılığı da destekler. Görsellerle desteklenen metinler, kelime dağarcığını genişletir, olay örgüsünü anlamayı kolaylaştırır ve okumaya olan ilgiyi artırır. Resimli kitaplar aynı zamanda sanatın bir ifadesi olarak da değerlendirilebilir. İllüstratörler, resimli kitapların sayfalarında kendi sanatsal tarzlarını sergilerler ve okuyucuları estetik bir deneyime davet ederler. Bu tür kitaplar, sanatın gücünü kullanarak duygusal ve görsel bir etki yaratma potansiyeline sahiptir.

Araştırmada ele alınan Shaun Tan'ın Kayıp Şey isimli kitabı okuyuculara hem duygusal hem de görsel açılardan farklı bir eser olarak sunulmaktadır. Yazarın yaratıcı anlatımının gücü yine kendisi tarafından çizilen görsellerle ortaya çıkmış ve kitabın derinliğini arttırmıştır. Eser sıra dışı hikâye anlatımı ve görselleri ile dikkat çekmektedir. Öyle ki kitap bir animasyon filme uyarlanmış ve Oscar ödülü kazanmıştır. Bu araştırma, Kayıp Şey kitabının ikonografik ve ikonolojik açıdan ele alındığında ortaya çıkaracağı yeni anlam derinliklerine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Eser edebiyat ve görsel sanatların kesiştiği nokrada önemli bir yer tutmaktadır. Kitaptaki görsel unsurlar ve semboller, okuyuculara metnin ötesinde derin anlamlar sunmaktadır. İllüstrasyonları ve kurgusu, yaş veya dil becerisine bağlı olmaksızın, her okuyucu kitlesinin anlayabileceği ve etkilenebileceği bir deneyim sunmaktadır. Bu evrensel erişilebilirliği, eserin geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmasını sağlaması açısından önemlidir.

Tablolar, heykeller, resimler, mimari yapılar ve diğer sanat eserleri; insanların kültürlerindeki inançları, mitleri, ritüelleri ve diğer unsurları yansıtan sembolik ve görsel öğeler içermektedirler. Bu öğeleri anlamlandırabilmek için bazı çözümlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Sanat eserlerindeki sembolik yapıyı çözümlemenin yollarından biri, Erwin Panofsky tarafından geliştirilen ikonografik ve ikonolojik inceleme yöntemidir.

İKONOĞRAFI ve İKONOLOJİ

Sanat eserlerinde temsil edilen olayların ve olguların anlaşılması, sanatsal motiflerin temalar veya kavramlarla birleştirilmesiyle gerçekleştirilir. Bu yaklaşım, sembollerin tarihsel ve kültürel bağlamını analiz ederek anlamın nasıl şekillendiğini ve izleyici tarafından nasıl anlamlandırıldığını anlamaya çalışır. Ayrıca, sanat eserlerindeki sembolik öğelerin nasıl bir araya geldiği ve ne anlatmak istediği, yani İkonolojik anlam, sanatsal motiflerin temalar veya kavramlarla birleştirilmesi yoluyla analiz edilir.

İkonografi, sanat eserlerinin konuları veya anlamlarıyla ilgilenen bir sanat tarihi dalıdır. Öncelikli amacı konu veya anlam ile biçim arasındaki ayrımı tanımlamaktır. Sanat eserlerindeki sembolik öğelerin tanımlanması, sınıflandırılması ve yorumlanmasını kapsayan bir yaklaşıma sahiptir. Bu yaklaşım, sanat eserlerindeki sembolik anlamların analizini ve

yorumlamasını yaparak, sembollerin ne anlama geldiğini anlamak için onların tarihsel ve kültürel bağlamını analiz eder. Bu analizleri yaparken de eserin biçimsel özellikleri göz önünde bulundurulur. İkonografik analiz, bir sanat eserindeki sembolik öğelerin anlamını çözümlemek için görsel bir sözlük görevi görür.

İkonoloji ise, bir sanat eserindeki sembolik öğelerin nasıl bir araya geldiğini ve bu birliktelikten nasıl bir anlam çıktığını anlamaya çalışan bir disiplindir. Bu yaklaşım, sembolik öğelerin birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğini ve nasıl bir hikâyeyi anlattığını analiz eder. Yani, sanat eseri hem konusu hem de biçimiyle bir bütündür ve ikonografi ve ikonoloji, bu bütünlüğü anlamak için kullanılır. İkonografi ve ikonoloji, sanat eserlerini çözümleyebilmek için kullanılan önemli araçlardır. Bu yaklaşımlar, insanların kültürlerindeki inançları, mitleri, ritüelleri ve diğer unsurları anlamak için de kullanılır (Panofsky, 2012, s. 25).

İkonografi, sembolik öğelerin tanımlanması, sınıflandırılması ve yorumlanmasıyla ilgilenirken, ikonoloji sembolik öğelerin birbiriyle etkileşimini ve anlatıyı nasıl oluşturduklarını analiz eder. Bu disiplinlerin yardımıyla sanat eserlerindeki imgeler, hikayeler ve alegorilerin saptanması ve anlaşılması mümkün hale gelir.

Erwin Panofsky, ikonografik ve ikonolojik analiz yöntemlerini kullanarak sanat eserlerinin sadece yüzeyine odaklanmayıp derinlemesine anlamını keşfetmeye yönelik bir araştırma yöntemi sunmuştur. Panofsky, bir sanat eserinin algılanabilmesi, dolayısıyla estetik bakımdan anlaşılabilir ve haz verici olabilmesi için, eser analizinin üç ayrı evrede gerçekleşmesi gerektiğini söylemektedir. Bunlar;

1. Olgusal anlam ve ifadesel anlam alt başlıklarını kapsayan doğal anlam (ön-ikonografik analiz).
2. Anlaşılabilir anlam (ikonografik analiz).
3. Asıl anlam veya içeriktir (ikonolojik analiz). (Cömert, 1999, s. 13).

Birincil veya Doğal Anlam

İkonografi ve ikonolojide doğal anlam, gerçek dünya ile sembolik anlam arasındaki ilişkiyi ifade eder. Bu anlamda, doğal nesnelerin sembolik anlamları vardır. Örneğin, bir ağaç, doğanın simgesi olarak birçok kültürde bulunur ve doğal döngünün sembolü olarak görülür. Birincil veya doğal anlam, olgusal ve ifadesel olarak iki alt kategoriye ayrılmaktadır. Olgusal anlamda sanat kompozisyonlarının barındırdığı görsel öğeler ister saf ve doğal biçimlerden oluşsun isterse de sanatçı tarafından şekillendirilerek oluşturulsun, doğal nesnelerin temsilleri olarak algılanır. Görsel sanatlar alanında, bir nesnenin veya olayın biçimsel özellikleri, yani renk, çizgi ve şekiller gibi tasarım elemanlarının bir araya gelerek oluşturduğu yapı, izleyicinin algıladığı temel unsurdur. Ancak bu yapıda belirli ayrıntıların değişmesi, nesnenin veya olayın konusuna veya anlamına dair bilgi vermeye başlar. Bu anlam, algılanan nesnenin veya olayın gerçek dünyada tanınan

diğer nesnelerle ilişkilendirilmesi ve onların bazı eylemler veya olaylarla ilişkilerindeki değişimlerin saptanması yoluyla elde edilir. Bu tür anlam, olgusal bir anlam olarak adlandırılır ve basitçe anlaşılabilen bir doğaya sahiptir.

İfadesel anlam aşamasında ise, bir sanat eserinin içinde barındırdığı öğelerin duygusal algısı öne çıkmaktadır. Olaylar ve nesneler, izleyicide, psikolojik ve duygusal sebeplere dayalı belirli tepkiler oluşmasına neden olabilir. Bu bağlamda eser, izleyicide ifadesel anlamın oluşmasına sebep olur. İfadesel anlam, olgusal anlamdan sadece empati yoluyla kavranabilmesi özelliği ile farklıdır. Bunun için izleyicinin belirli bir duyarlılığı olması gerekir, ancak bu duyarlılık da izleyicinin nesneler ve olaylara karşı olan kişisel deneyiminden kaynaklanır. Bu nedenle, olgusal anlam ve ifadesel anlam, birincil veya doğal anlamlar olarak adlandırılan sınıfa dahil edilmektedir. Bu anlamlar, bir nesnenin veya olayın temel özelliklerinin ve anlamlarının anlaşılmasında önemli katkı sağlamaktadır.

İkincil veya Anlaşılabilir (Uzlaşım) Anlam

İkonografi ve ikonolojide uzlaşım anlam, sembollerin, toplumsal ve kültürel bir uzlaşma dayandığı anlamına gelir. Bu anlamda, bir sembol veya sembolik motif, bir kültür veya toplumda geniş bir şekilde kabul edilen bir anlama sahiptir. Uzlaşım anlam, sembollerin kültürel ve toplumsal bir bağlama göre değişebileceği gerçeğine rağmen, geniş bir topluluk tarafından kabul edilen anlamı olduğunu gösterir.

Bir eserde konu edilen bir olayın ya da simgenin anlaşılabilmesi, sadece gerçek dünya ile ilişkilendirilmesinde sınırlı değildir. İzleyicinin ayrıca belli bir kültürün adetlerine ve geleneklerine de aşina olması gerekmektedir. Çünkü eserdeki kompozisyona eşlik eden çağrışımlar, kültürel izler taşır ve bu izler eserin yorumlanmasında önemli bir rol oynar. Bu nedenle olayın yorumlanması ikincil ya da uzlaşım bir anlam içinde yapılmaktadır. İkincil anlamın birincil anlamdan farkı, anlaşılabilir olması ve pratik eyleme bilinçli bir şekilde dökülebilmesidir. Sonuç olarak, sanat eserlerindeki anlamlar, birincil veya doğal anlamın yanı sıra, imgeler, hikayeler ve alegoriler gibi özgün temalar veya kavramlar aracılığıyla da belirlenebilir.

Asıl (İçsel) Anlam veya İçerik

Eserlerde var olan sembollerin kişisel veya duygusal anlamları vardır ve bu anlamlar, sembolü kullanan kişinin kişisel deneyimleri ve inançlarına bağlıdır. Sembolik anlamlar kişisel, duygusal veya psikolojik bir bağlama göre değişebileceği gerçeğine rağmen hemen her eserde vazgeçilmez anlatı unsurlarıdır. Örneğin, bir çiçek sembolü, bir kişi için güzellik, mutluluk ve sevgi sembolü olabilir. Bu sembolik anlam, kişinin kişisel deneyimleri, inançları ve kültürel arka planı ile ilişkilidir. Benzer şekilde, bir sembol, bir kişi için travmatik bir deneyimin hatıralarını da tetikleyebilir. Eserlerde konu

olan kompozisyonlar sadece doğal bir eylem oluşturmakla kalmazlar, aynı zamanda kültürel, sosyal ve tarihsel bağlamlarının birer yansımalarıdır. Bu nedenle, eserlerin anlamını tam olarak kavrayabilmek için, izleyicinin bu bağlamları anlaması gerekmektedir. Şüphesiz izleyici bunu kavrayacak kadar kültürel bir bilgi birikimine sahip değilse yapmış olduğu çıkarımlar yanlış olacaktır. Farklı coğrafyalardaki insanlar farklı kültürlerde üretilmiş olan işleri kendi çıkarımları doğrultusunda yorumlayacaklardır. Eserlerin gerçek anlamına ulaşabilmeleri için, eserin ortaya koyulduğu kültüre vakıf olunması gerekmektedir. Her eserin kendine özgü bir yapısı ve anlamı vardır ve her bir eser, kültürel ve tarihsel bağlamlarına göre farklı yorumlanabilir. Bir sanat eserinde somutlaşan temel tutumlar, bir ulusun, bir dönemin, bir sınıfın, bir dinsel ya da felsefi düşüncenin, izleyici tarafından, bilinçli bir şekilde değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkabilmektedir. Bu ilkeler hem kompozisyon yöntemleriyle hem de ikonografik anlamla açığa çıkarılarak aydınlatılır. Dahası, içsel anlam veya içeriğin tam olarak yorumlanması, belirli bir ülkeye, döneme veya sanatçıya özgü teknik yöntemleri de açığa çıkarabilir.

SHAUN TAN

İllüstratör, yazar ve animasyon sanatçısı olan Shaun Tan 1974 yılında Malezyalı-Çinli bir babanın ve İngiliz-İrlandalı bir annenin oğlu olarak Avustralya'nın Fremantle şehrinde dünyaya gelmiştir. (Shaun Tan, 2023) Şiir ve hikâye okuma, yazma ve resmetme alışkanlığı çocukluk yıllarına dayanmaktadır. Küçük yaşlardan itibaren sanatla iç içe olmayı seven sanatçı pek çok iyi yazar ve çizerdan etkilenmiştir. Chris Van Allsburg, Raymond Briggs, Quentin Blake, Ray Bradbury ve Roald Dahl çocukluğunda ve gençliğinde etkilendiği yazar ve çizerdlerden bazılarıdır. Ortaokul yıllarında aldığı sanat eğitimi, kitap resimleme alanında olan ilgisini ortaya çıkartmıştır. İlk çalışmalarından bazılarını bilim kurgu dergilerinde yayınlamıştır. İllüstrasyon alanında ilk ödülünü 1992 yılında kazanan illüstratör İngiliz edebiyatı, sanat tarihi ve güzel sanatlar eğitimi aldığı University of West Australia'dan 1995 yılında onur derecesi ile mezun olmuştur. 1996 yılından itibaren genç yetişkinlere yönelik, kurgusal resimli kitaplar üretmeye başlamıştır. Shaun Tan, özellikle çocuklar için yazdığı kitaplar ve resimli öyküler ile tanınmaktadır. Farklı kültürlerden ve zamanlardan esinlenerek benzersiz dünyalar ve karakterler içeren özgün eserler ortaya çıkarmaktadır. Kitap çalışmalarının yanında serbest illüstrasyon çalışmaları da yapan Tan, farklı mekanlarda uygulanan duvar resimleme çalışmaları da yapmıştır. Şekil 1 ve 2 de görülmekte olan çalışma İtalya'da bulunan Subiaco Kütüphane binasının iç duvarlarına, sanatçı tarafından bizzat uygulanan "Çay Partisi" isimli çalışmadır. Şekil 3'te görülen eser ise yine aynı kütüphane binasının farklı bir duvarına uygulanan "100 Yıllık Piknik" isimli eserdir.



Şekil 1: Duvar Resimleme Çalışması, Shaun Tan
Kaynak: (<https://uwainsl.blogspot.com>)



Şekil 2: Duvar Resimleme Çalışması, Shaun Tan
Kaynak: (<https://pufflesandhoneyadventures.wpcomstaging.com>)



Şekil 3: Duvar Resimleme Çalışması, Shaun Tan
Kaynak: (<https://pufflesandhoneyadventures.wpcomstaging.com>)

Melbourne'da yaşayan sanatçı kariyeri boyunca, Locus Ödülleri, Astrid Lindgren Anma Ödülü, Hugo Ödülleri ve World Fantasy Ödülü, Ditmar ve Aurealis Ödülleri, Premier Ödülleri, Avustralya Çocuk Kitapları Konseyi Yılın Kitabı Ödülü gibi ulusal ve uluslararası pek çok ödüle layık görülmüştür. Ayrıca, İsveç'te Astrid Lindgren Anma Ödülü ve Birleşik Krallık'ta Kate Greenaway Madalyası da dahil olmak üzere birçok ödül kazanmıştır.

2000 yılında yazdığı ve çizdiği The Lost Thing (Kayıp Şey) isimli kitabı 2010 yılında animasyon film haline getirildi ve 2011 yılında “En İyi Kısa Animasyon Film” dalında Oscar Ödülü almaya hak kazandı. Ayrıca Uzak, Kızıl Ağaç, Taşradan Öyküler ve The Rabbits isimli kitapları çeşitli tiyatrolar tarafından sahneye taşınmıştır. Bir kısmı Türkçeye de çevrilen kitaplarından bazıları şöyledir: Uzak (The Arrival), Kayıp Şey (The Lost Thing), Taşradan Öyküler (Tales from Outer Suburbia), Ağustosböceği (Cicada), Kızıl Ağaç (Red Tree), Asla Neden Diye Sorma (Rules of Summer), Şehrin İçinden Öyküler (Tales From Inner City), Creature.



Şekil 4: Shaun Tan Kitapları

Kaynak: (<https://www.amazon.com.tr>)

KAYIP ŞEY KİTABININ TÜRÜ ÜZERİNE

Kayıp Şey kitabı, görsel ve yazısal unsurların bir araya geldiği bir resimli kitap olarak tanımlanabilir. Genellikle, resimli kitap denilince akla ilk önce çocuk kitapları gelse de Kayıp Şey kitabı yetişkinlere de hitap etmektedir. Kitabın konusu ve içeriği hem çocuklar hem de yetişkinler için eğlenceli ve anlamlı olabilecek öğeler içermektedir. Kitap, resimli kitap ve grafik roman türlerinin sınırlarını aşarak, her iki türün öğelerini bir araya getirmektedir. Bu yönüyle, kitap hem resimli kitap hem de grafik roman olarak adlandırılabilir, ancak tam olarak her iki tür içinde de sınıflandırmak mümkün değildir. Bu nedenle her iki türünde tanıımı üzerinden kitabı değerlendirmek daha doğru olacaktır.

Resimli Kitap

Resimli çocuk kitapları 7 yaş ve altındaki çocuklara yönelik üretilen kitaplar için kullanılabilecek bir tabirdir. Ancak farklı yaş grupları için üretilen resimli kitaplar da bulunmaktadır. Bu kitaplarda, basit bir hikâye hem ardışık resimler hem de metin kullanılarak anlatılmaya çalışmaktadır. Hatta bazen metin hiç bulunmayabilir. Metinler resimlerle birlikte destekleyici ve tamamlayıcı bir rol üstlenir. Resimler tek başına olayları anlatabilecek kadar güçlü olurlar. Resimli kitapların konuları genellikle sade ve akıcıdır. Uygun kriterlerde yapılan kitaplar, çocuklar tarafından kolayca öğrenilir ve böylelikle hikâyenin anlaşılmasına katkı sağlanmış olunur (Işıtan, 2005).

Resimli kitaplar, çocukların dünyayı anlamalarına ve bilgilerini artırmalarına yardımcı olan önemli unsurlardır. Çocukların gelişimini olumlu yönde destekleyen uyarıcılardır. Özellikle çocukların dikkatini çeken renkli ve etkileyici resimler barındıran kitaplar, çocukların dil becerilerini geliştirmelerine, duygusal bağ kurmalarına, hayal güçlerini kullanmalarına ve geliştirmelerine yardımcı olurlar. (Kocabaş, 1999)

Bireyler, çocukluk dönemleri boyunca çeşitli eğitsel uyarıcılara maruz kalmaktadırlar. Kitaplar, eğitsel uyarıcıları çocuklara ulaştıran araçlardan bir tanesidir. Resimli kitaplar, çocukları sadece eğitmekle kalmaz,

aynı zamanda onları yaşam için hazırlar. Kitaplar, insan yaşamının her döneminde önemli bir yere sahiptir ve insanların kitap okuma alışkanlıkları, toplumların kültür düzeylerini belirlemektedir. Küçük yaşta edinilen okuma alışkanlığı, ilerleyen dönemlerde okuma kültürü ediniminde oldukça etkili olabilmektedir. (Sever, 2009).

Kitaplar, çocukların eğitiminde büyük bir rol oynar ve küçük yaşlardan itibaren önemli bir yer tutar. Bu nedenle, resimli kitapların dikkatli bir şekilde hazırlanması son derece önemlidir. Sanatçı duyarlılığı ile hazırlanmış resimli kitaplar, toplumun kavramsal dünyasını ve kültürel birikimini, farklı yaş gruplarına uygun olarak resmedilen çevresel örneklerle aktarır ve yansıtır. Yazınsal nitelikli çocuk kitapları, çocukların dil becerilerini geliştirmelerine ve düşünsel açıdan zenginleşmelerine katkı sağlar. Bu bağlamda, bu kitaplar, çocukların hayal gücünü ve eleştirel düşünme yeteneklerini desteklerken, aynı zamanda onların kültürel değerleri ve duygusal dünyalarını da besler. (Dilek, 2012). İyi bir içeriğe sahip olan kitaplar, çocuklara olumlu davranışlar kazandırmada etkili olabilir. Resimli çocuk kitapları, çocukların değerlerini, empati yeteneklerini, sosyal ilişkilerini ve duygusal gelişimlerini destekleyebilecek şekilde tasarlanmalıdır. Özenle seçilen hikayeler, karakterler ve temalar aracılığıyla çocuklara örnek olabilecek değerleri aktarabilir ve onların düşünce dünyalarını zenginleştirebilir. Kitaplar, çocukların hayal gücünü ve yaratıcılıklarını da geliştirirken, onları farklı kültürlerle tanıştırmakla kültürel farkındalık kazanmalarını sağlayabilir. Dolayısıyla, iyi hazırlanmış kitaplar çocukların eğitiminde önemli bir araç olarak kullanılabilir ve olumlu bir etki yaratabilir. (Dilek 2017)

Grafik Roman

Çizgi romanın alt türlerinden biri olan grafik roman, kavramsal olarak 20. yüzyılın sonlarında literatüre girmiştir. Özellikle öne çıktığı 21. yüzyıl içerisinde insanlar tarafından kabul edilmiş ve ilgi görmüştür. Gerek üretim gerekse de içerik olarak çizgi romanlara benzese de farklı özellikleri ile kendine has bir yapısı vardır. (alkan, gümüş, 2021 68)

Grafik romanlar, çizgi romanların aksine, hikâye kurgusunu tek bir kavramla sınırlanmayan, farklı temalarda da içerik sunabilen bir türdür. Hikâye anlatımı açısından çizgi romanlardan ayrılarak daha edebi bir dil ve anlatım tarzı benimserler. Grafik romanlar, genellikle tek bir kitap şeklinde basılan ve barındırdığı konu etrafında derin bir içeriğe sahip olan eserlerdir. Bu eserler, çizgi romanların yüzeysel anlatımından ziyade daha derinlemesine ve yetişkin okuyuculara hitap eden bir yaklaşımla yazılır. Grafik romanlar hem görsel hem de yazınsal unsurların birleştiği, kitap formunda üretilen ve bir bütünlük oluşturan eserlerdir. (Bezci, 2015:255-256).

Çizgi romanlar genellikle her şeyi başaran ve daima kazanan kahramanların hakimiyetindeyken grafik romanlar bu klişelerden

uzaklaşarak daha insani ve karmaşık hikayeler anlatırlar. Grafik romanlar, sadece çoğunluğun ve piyasanın değerlerine hitap etme amacı gütmeyen, edebi ya da sanatsal bir iddiası olabilen, özgün anlatımlara sahip eserlerdir. (Cantek (2015). Gerçeklik olgusuna farklı yorumlamalar ile, farklı bakış açıları sunarlar. Düşünmeye yönelik bir okuma deneyimi ortaya koymayı hedefleyen grafik romanlar, kimi zaman, olayları daha karmaşık hikâyeler ve derin karakterler aracılığıyla okuyucuya sunabilmektedir. Grafik romanlar, örnekleme kaygısıyla ilerlerken kurgusal ve tasarımsal düzene daha az önem verirler. Grafik romanlar, içerik olarak bir hedefe varma odaklı olmak yerine, bir deneyim sunma isteği barındırırlar. (Karaçeper, 130)

Grafik romanlar, edebiyat ve grafik sanatının birleştiği bir ifade biçimi olarak daha etkileyici bir anlatıma sahiptir. Bu tür eserler, görsel öğeleri, sinema anlatım üslubunu, görsel kültür unsurlarını, güncel baskı teknolojileri ile harmanlayarak, metin ve görsellerin bir araya geldiği zengin bir içeriğe sahip olurlar. (Karaçeper, 143)

Kayıp Şey kitabının yukarıda kısaca tanımlaması yapılan her iki türe de uygun olduğu görülmektedir.

KAYIP ŞEY İSİMLİ RESİMLİ KİTABIN İNCELENMESİ

Kayıp Şey isimli kitap, plajda şişe kapaklarını toplarken tuhaf görünümlü bir yaratık keşfeden bir çocuğun olağan dışı hikâyesidir. Yaratığın kaybolduğunu tahmin ederek kime veya nereye ait olduğunu bulmaya çalışır. Ancak etrafındaki insanların bu varlığı önemsemeyerek duruma kayıtsız kaldığını görür. Çocuk, tüm tereddütlerine rağmen bu talihsiz yaratığa üzülür ve ona yardımcı olmaya karar verir.

Hikâye, yazarın çocukluğunu geçirdiği bölgeden esinlenerek oluşturduğu bir çevre tasvirine sahiptir. Yazarın kendi tabiri ile sıradan, neredeyse insandan başka canlının görülmediği, her şeyin çok sıkıcı ve boğucu olduğu ama kimsenin de umursamadığı bir tür retro-gelecek banliyösü tasviridir. Hikâye çocuğun dilinden anlatılmaktadır. Okuyucuya hitap ederken gerçekçi anekdotlara yer verilir. Bir çeşit günlük niteliğindedir ve bu sebeple kitabın içinde, not kâğıtlarına el yazısı ile alınmış notlar bulunmaktadır. Metinsel anlatımda yaratığın net bir tasviri yapılmaz ve hikâyenin geçtiği mekânlar hakkında da çok az şey söylenmektedir. Resimler bu boşluğu doldurmaktadırlar. Sadece metinler okunduğunda kitap, bir çocuğun kayıp bir evcil hayvanı bulması hakkında bir hikâyeymiş gibi algılanabilmektedir. Ancak resimler okuyucuya çizerin eşsiz hayal dünyasını sunmaktadır. (youtube videosu: State Library)

Görsel olarak, kitap, tasvir ettiği dünya gibi oldukça yoğun bir sıkışıklık hissine sahiptir. Sayfalarda boş alan yoktur, tüm resimler eski fizik ve matematik ders kitaplarından kesilmiş metin ve şekil kolajıyla çerçevelenmiştir.

Birinci şahıs anlatımına uygun olarak kitabın bir şekilde o dünyanın bir ürünü olduğu anlaşılmaktadır. Kapak ve başlık sayfalarında bulunan, evrene ait çeşitli kurumların damgaları ve işaretleri, anlatıcının yani çocuğun yaşadığı toplumla bağ kurarak, tutarlılık sağlamaktadır. Hikâye anlatıcısı tarafından herhangi bir aleni açıklama yapılmamasına rağmen, genel bir evren kurgusu ortaya koymakta ve bir yer duygusu oluşturmaktadır.

Hikâyenin odak noktasında bulunan canlı, tasvir edilirken dikkat çekici olması için büyük ve kırmızı olarak resmedilmiştir. Yazar bu durumu şu şekilde anlatmaktadır: “Hikâyenin tek bir cevabı olmayan ve merak uyandıran kilit sorusu işte budur. Neden hiç kimse, etrafı ile tamamen uyumsuz üstelik kırmızı ve büyük bir şeyi gerçekten fark etmez?”

Tasarımı bir çakıl yengecedinden esinlenilen yaratık için farklı bileşenler kullanılmıştır. Pençeleri küçük deniz kabuklularına benzeyen yaratığın vücudunu kaplayan üstünde büyük bir kapak bulunan eski moda bir göbekli soba görünümü vardır. Yüzü net olarak görünmemesine rağmen bir delikten çıkan bir çift gözü bulunmaktadır. Yaratığın görsel tasviri kendi içinde bile farklı iken bulunduğu evrenle taban tabana zıtlık oluşturmaktadır. Yaşadığı dünyanın aksine tuhaf, amaçsız, ölçsüz ve görünüşte anlamsızdır. Bulunduğu evren ise kurallı, tek düze ve sıradandır. Evren içerisinde farklı olan şey anlaşılmadığı için dikkate değer değildir ve bu yüzden kimsenin dikkatini çekmemektedir.

Kitabın sonlarına doğru, yaratığın benzersiz olmasına karşın tek başına olmadığı anlaşılmaktadır. Şehrin farklı yerlerinde farklı garip ve kayıp yaratıklara rastlanmaktadır. Ancak yine de ne kadar garip şekillerde olurlarsa olsunlar diğer insanlar tarafından fark edilememektedirler. Bu “şey”lerin tam olarak ne olduğu okuyucu için açık uçlu bir soru niteliğindedir ve “bulundukları yere ait olmayan şeyler” şeklinde oldukça geniş bir yorum ile cevaplandırılabilir.

Kitap 2011 yılında, yönetmenliğini Shaun Tan’ın ve Andrew Ruhemann’ın yaptığı 15 dakikalık bir animasyon filme uyarlanmış ve eser 83. Akademi Ödülleri’nde En İyi Kısa Film (Animasyon) dalında Oscar ödülü kazanmıştır. Sonraki yıllarda, film için hazırlanan illüstrasyonların, çizimlerin, çeşitli materyallerin ve röportajların bulunduğu bir sergi düzenlenmiş ve Avustralya’da çeşitli yerlerde sergilenmiştir.

Kayıp Şey kitabı, İtalya’daki Bologna Uluslararası Kitap Fuarı’nda Mansiyon Ödülü ve CBCA Ödüllerinde mansiyon ödülü alır. Yayımlandıktan yirmi yıl sonra, 2020’de ABD’de Phoenix Ödülü’nü kazanmıştır. Kitabın orijinal illüstrasyonları Tokyo’daki Itabashi Sanat Müzesi başta olmak üzere Japonya’nın farklı yerlerinde, Almanya, İsveç ve İngiltere’de sergilenmiştir. (Shaun Tan 2)

Kitap, görsel olarak etkileyici ve hikâyesi ile dikkat çeken bir resimli kitap formatında okuyucuya sunulmuştur. Kitabın görselleri kendi içlerinde birçok sembolik anlam barındırdığı gibi, sanatçı bazı görselleri üretirken, başka sanatçılara ait eserleri kendisine referans almış bu sayede onlarla bağ

kurmuştur. Bu kurulan bağ kitapta daha derin bir anlam katmanı oluşturmaktadır.



Şekil 5: Kayıp Şey, Kapak Sayfası Görseli



Şekil 6: Cahill Expressway, Jeffrey Smart.

Doğal anlam: Şekil 5'te bulunan kapak görselinde kitabın iki kahramanı yan yana görülmektedir. Bir oto yol kenarında durmakta olan figürlerin arkasında tünel girişini andıran, karanlık bir alan yer almaktadır. Kompozisyonun solunda yukarıya doğru bir yokuş resmedilmiş, yokuşun sol tarafına ise farklı geometriksel yapılara yer verilmiştir. Yukarı kısımda ise kafası kutu şeklinde olan ve eli ile ileriye işaret eden bir insan figürün heykeli bulunmaktadır. Yol üzerinde farklı noktalarda kağıtlar resmedilmiştir. Figürlerin hemen yanında bulunan ve üzerinde “dolaşmak yasak” yazan bir sokak tabelasının yanı sıra farklı mesafelere konmuş sokak lambaları resmin diğer unsurlarıdır. Renklendirme için yeşil ve kahverenginin yoğun olarak kullanıldığı mat tonlamaların uygulandığı bir renk paleti tercih edilmiştir. Gökyüzü de yeşil olarak tasvir edilmiştir. Sadece yaratık figürü ortamdaki farklı olarak kırmızı ile renklendirilmiştir. Şekil 5'te tasvir edilen illüstrasyon, şekil 6'da bulunan ve Jeffrey Smart'ın 1962 yılında yapmış olduğu “Cahill Expressway” isimli eserden referans alınmıştır.

Uzlaşım sal anlam: Avustralyalı sanatçı Jeffrey Smart “Cahill Expressway” isimli eserinde, Sydney şehrinin içinde bulunan Cahill isimli bir otoyolu betimlemektedir. Görselin ana ögesi olan figürlerin yol kenarında hareketsiz bir şekilde durmaları bir şeyi ya da bir kişiyi bekledikleri şeklinde yorumlanabilir. Bulundukları yer, etraflarında da anlaşılabileceği gibi bir şehrin içinde yer almaktadır ancak iki figürden başka bir hiç kimse görünmemektedir. Havanın aydınlık olması, insanların iş yerlerinde çalışıyor oldukları bir saatin tasvir edildiği şeklinde algılanabilir. Figürlerin yanında bulunan “dolaşmak yasak” yazılı tabela gereğince de bu bölgeye kimsenin gelmiyor olması muhtemeldir. Yine yerlerde uçan kağıtlardan yola çıkarak bölgenin genel olarak şehrin kullanılmayan bir köşesi olduğu sonucuna varılabilir. Kırmızı yaratığın şehrin genel renklerine ve yapısına tezat oluşturması söz konusudur. Ayrıca yaratık ve yanında duran diğer figür arasında orantısız bir boy farkı dikkat çekmektedir.

İçsel anlam: Kompozisyonun üst kısmında bulunan heykel, kompozisyonun içsel anlamına doğrudan etki etmektedir. Heykeller de tıpkı diğer sanat eserleri gibi mesajlar vermektedirler. Elinde tuttuğu çantası, bir kolunun öne doğru uzanmış olması, kafasının bir televizyon olarak tasvir edilmesi, her biri bir anlam barındırmaktadır. Heykelin, muhtemelen şehir yönetimi tarafından yapıldığı düşünülürse ve heykele bütüncül olarak bakılırsa şu çıkarımlarda bulunulabilir: Şehirde yaşayan insanların, kendilerinin gösterdikleri şeyleri izlemelerine ve inanmalarına, yine onların gösterdikleri bir hedefe doğru devamlı çalışılmasına ait bir mesaja ulaşılabilir. Tabelada yazan “dolaşmak yasak” yazısı insanlar için gayet normal olan bir eylemin bile yasak olması, kuralcı ve otoriter bir yönetim yapısının varlığını göstermektedir. Figürlerin yasak olan bir bölgede olmalarının yanı sıra yaratığın yanındaki insan figürü ile arasındaki orantısız

boy farkı, kuralcı tutuma karşı ciddi bir tezat oluşturmaktadır. Ayrıca kimsenin olmadığı ve bulunmanın yasak olduğu bir yerde, figürlerin diğer insanlardan bağımsız olarak hareket ediyor olduğunu göstermektedir. Otoriteye itiraz olarak yorumlanabileceği gibi bilmemenin vermiş olduğu rahatlık olarak da yorumlanabilir. Fabrika binalarının çıkardığı gazlar gökyüzünü ve bulutları etkilemiş, alışık olunan form ve renklerinden uzak, hastalıklı bir renk almalarına sebep olmuştur. Bu açıdan bakıldığında şehrin gökyüzü tasviri de kompozisyonun geri kalan unsurlarıyla birleşerek toplumsal yapıya bir gönderme olarak kabul edilebilir.



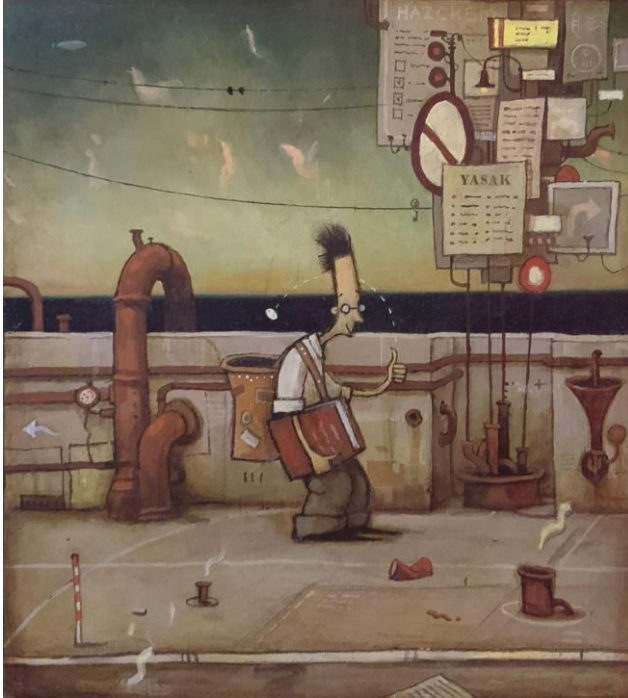
Şekil 7: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Doğal anlam: Şekil 7’de bulunan görselin ana ögesi bir toplu taşıma aracıdır. Aracın penceresinden içerisinde yolculuk yapmakta olan insanlar görülmektedir. Toplu taşıma aracının üzerinde bilgi verici bazı tabelalar ve bacaya benzeyen borular bulunmakta. Sahnenin geri kalanında ise yoğun geometriksel formlar ile bir şehir tasviri yer almakta. Renklendirme için yeşil ve kahverenginin yoğun olarak kullanıldığı mat tonlamaların uygulandığı bir renk paleti tercih edilmiştir. Gökyüzü de yeşil olarak tasvir edilmiştir.

Ulaşım anlamı: Görselin ana ögesi olan araç bilinenden farklı görünse de tren ya da tramvay benzeri raylı sistem bir toplu taşıma aracı olduğu anlaşılmaktadır. Çizerin camlardan aracın içini tasvir etmesi sayesinde iç kısmı görülebilmektedir. İnsanların bir kısmı otururken bir kısmı da ayakta yolculuk etmektedir. Bu durum şehir içi bir ulaşım sistemi olduğu kanaatini doğurmaktadır. Birbirine benzer şekilde ve renklerde

giyinen insanlar bir işe gidiş durumunu verir niteliktedir. Aracın üst kısmında bulunan baca veya egzoz benzeri borular ve aracın geri kalan yapısı, buharlı (steampunk) bir sistemle çalıştığına işaret etmektedir. Aracın üzerinde bulunan pek çok uyarı levhası, kompozisyonun farklı yerlerinde konumlandırılmış uyarı ışıklarına benzeyen lambalar çok kurallı bir dünyaya ait olduğu fikrini vermektedir.

İçsel anlam: İnsanların hepsinin aynı renklerde ve tarzda giyinmiş olması hikâyenin evreninde monoton bir yaşamın var olduğunu göstermektedir. Ana karakterin diğerlerinden farklı giyinmiş olması, kendisini bu tekdüzelikten sıyrıp farklı bir şeyler yapıyor oluşunu, farklı bir alışkanlığı sembolize etmektedir. Kompozisyonun tamamını kaplayan yoğun, metalik ve paslı objeler endüstriyel bir dünya tasviri yapmaktadır. Kompozisyonun yoğunluğu adeta bütün şehrin ruh halini yansıtır niteliktedir. Uyarı levhalarında yazan “konforlu ve rahat” yazısı ile “hassas ayakkabılar alın” yazısı birbiri ile çelişmektedir. Büyük tabelada insanlara gösterilmek istenen ancak gerçek olmayan olgu verilmektedir. Aracın arkasında bulunan ve daha küçük olan tabelada yazan yazı ise gerçek uyarı levhasıdır ve aracın rahatsız olması dolayısı ile insanların kendi tedbirlerini alması yönünde uyarıcı bir yazı yer almaktadır. Yine bir tabela da mavi ve bulutlu bir gökyüzü resmi bulunmaktadır. Kompozisyonun üst kısmında görünen gökyüzünün yeşil ve dumanlarla kaplı olması gerçeği ile tezat oluşturan bu durum, mavi gökyüzü tabelasının bir özlem ya da bir insanları oyalama unsuru olarak oraya koyulduğu çıkarımında bulunulabilir.



Şekil 8: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Doğal anlam: Figürün önünde birden çok, farklı boyutlarda tabelalar mevcuttur. Tabelaların üzerinde bazı işaretler ve yazılar olduğu görülmektedir. Figür, elindeki bir nesneyi sırtındaki çantaya doğru fırlatırken resmedilmiştir. Kompozisyonda betonarme bir duvar ve bu duvara bağlı farklı boyutlarda borulara da yer verilmiştir. Renklendirme için yeşil ve kahverenginin yoğun olduğu mat tonlamaların kullanıldığı bir renk paleti tercih edilmiştir.

Uzlaşım sal anlam: Kompozisyonun merkezine yerleştirilmiş figür, bulduğu kapağı koleksiyonuna eklemiş olmanın mutluluğunu yansıtan bir gülümseme ile oldukça memnun görünmektedir. Figürün önünde duran çok sayıda levha, Şekil 7'de de görülen uyarı levhalarının benzerleri olduğu anlaşılmaktadır. Figürün önünde bulunan tabelalardan bir tanesinde "Hazchem" yazmaktadır. Hazchem, İngilizce hazardous (tehlikeli) ve chemicals (kimyasallar) kelimelerinin kısaltılması ile oluşturulmuş bir kelimedir. Hazchem uyarı kelimesi Avustralya, Hong Kong, Malezya, Yeni Zelanda, Hindistan ve Birleşik Krallık'ta tehlikeli madde taşıyan araçlarda ve depolama tesislerinde kullanılan bir uyarı levhası sistemidir. Figürün önünde duran tabelalardaki belirli bazı yazılar ve işaretler okunabilmektedir. Tabelalardaki "yasak" yazısı ayrıca yön belirten ve maddelerden oluşan listeler hikâye evreninin kuralcı yapısının bu sahnede de hissedilmesini sağlamaktadır.. Şekil 7 ile benzerlik gösteren bir diğer unsur ise borulardır. Şekil 8'deki boruların bazıları, içlerinden duman çıkmasından yola çıkılarak baca görevi gördüğü söylenebilirken, diğerleri hava veya su aktarımı için kullanılıyor olması olasıdır. Bu tespit, borulara bağlı ölçüm cihazlarından yola çıkılarak yapılabilmektedir.

İçsel anlam: Sahne, karakter üzerinden değerlendirildiğinde, kişisel ilgi alanlarının ve bireysel tutkuların, toplumsal kargaşa ve kurallar içinde nasıl kaybolduğunu vurgulamaktadır. Gazoz kapakları gibi önemsiz görünen bir koleksiyon, çocuğun kimliği ve içsel dünyasıyla ilgili ipuçları vermektedir. Hikaye dünyasının sistematik yapısına rağmen karakterin bireysel ve muhtemelen sistem dışı bir ilgisinin olduğu gösterilmek istenmiş, bu sayede karakterin kendi evrenine olan farklılığına atıfta bulunulmuştur. Sahne ayrıca bireylerin kendi "kayıp şeylerini" arayıp bulmalarına ait bir anı göstermektedir. Karakterin kayıp olan nesneleri arayıp bulmak üzerine bir ilgisinin olduğu da anlatılmaktadır. Karakterin, hikayenin asıl "kayıp şeyini" bulmadan hemen öncesine ait olan bu sahne hikayenin sonraki bölümleri için önemli bir metafor oluşturmaktadır.



Şekil 9: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Doğal anlam: Şekil 9’da birbirini takip eden ve aynı mekânda olduğu anlaşılan iki sahne bir arada verilmiştir. Mekânın deniz kenarında bir kumsal olduğu hikâyenin metin kısmında belirtilmiştir. Kumsal üzerinde atıklar vardır. Her iki kompozisyonunda da önceki görsellerde yer alan borulara yer verilirken soldaki kompozisyonun arka planında şemsiyeler görülmektedir. Renk olarak mat tonlar tercih edilirken kompozisyonların merkezinde bulunan yaratık için kırmızı renk kullanılmıştır. Soldaki sahnede hikâyenin ana figürü sahilde kendi başına durmakta olan yaratığa doğru, el sallayarak yaklaşmaktadır. Sağdaki kompozisyonunda ise her iki karakter birlikte kumdan bir şehir yapmaktadırlar.

Uzlaşım sal anlam: Sahnelerin atmosferi önceki görsellerle dil birliği içerisinde. Yaratığın orantısız şekli ve canlı rengi kompozisyonunda kullanılan öğelere ve renklere tezat oluşturmaktadır. Solda bulunan ilk görselde sahilde çeşitli atıkların olduğu görülmektedir. Yaratığa yaklaşan ana figür el sallamaktadır. Bu hareket iyi niyet göstergesi olarak yorumlanabilir. Bu iyi niyet karşılık bulmuş olacak ki sağ tarafta bulunan ikinci görselde karakterlerin birlikte vakit geçirdikleri görülmektedir. Kumdan yapmış oldukları şehir silüeti yaşamış oldukları şehrin bir yansımasıdır. Bu durum, bilinmeyenle kurulan ilişkinin artık tehdit veya korkudan uzak, iş birliği ve eğlenceyle dolu bir hale dönüştüğünü gösteriyor şeklinde yorumlanabilir.

İçsel anlam: Yaratık, hikayedeki "kayıp" olanı temsil ediyor. Bu kayıp, sadece fiziksel bir varlık değil; ana karakterin içsel dünyasında yer alan keşfedilmeyi bekleyen, belki de bastırılmış ya da göz ardı edilmiş bir parçadır. Gazoz kapağı arayışı da bu keşfe açılan bir yol olarak yorumlanabilir. Figürün yaratığa yönelmesi, kendi iç dünyasındaki bir farkındalık arayışıdır. Bu sahne, insanın kendine yabancılaşmış yönleriyle yüzleşme sürecini sembolize ettiği söylenebilir. Sağdaki görselde ana karakterin ve yaratığın kumdan şehir yapması, bu yabancılaşmanın aşılması ve "kayıp" olanla bir bir bağ kurduğunu göstermektedir. Bu sahne, bireyin

kendisiyle barışmasını ve yaratıcılığını, hayal gücünü tekrar hayata döndürmesinin temsili olarak okunmaktadır. Yaratık, artık korkulacak bir şey değil, birlikte yeni bir şeyler yapılabilecek biri haline gelmiştir. Şehrin kumdan yapılması ise bu ilişkinin hassasiyetine ve geçiciliğine dikkat çektiği söylenebilir. Bu hassas ilişkinin sürdürülebilmesi için sürekli çaba gerekmektedir. Bu iki görsel birlikte, ana karakterin bilinmeyenle kurduğu ilişkinin evrimini ve kendini keşfetme sürecinin bir alegorisi olarak okunabilir.



Şekil 10: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Hikâye, karakterlerin kumsaldaki karşılaşmalarının ardından yaşadıklarını anlatarak devam etmektedir. Ana karakter kumsalda bulduğu yaratığın oraya ait olmadığını, kaybolduğunu fark eder. Yaratığın nereye ait olduğunu bulmayı kendisine görev edinir ve çevresindeki kişilere sorarak yaratığa yardımcı olmaya çalışır. İlk gün herhangi bir şey bulamaz, yaratığı orada bırakmaya da gönlü el vermez ve geceyi geçirmeleri için yaratığı kendi evine getirir.

Doğal anlam: Şekil 10'da hikâyenin akışına uygun olarak iki görsel bir arada verilmiştir. Soldaki görsel çeşitli ebatlarda panellere bölünmüştür. Üst kısımda bulunan küçük karelerden oluşan yedi panelde gökyüzü ve bulutlar görülmektedir. Alt kısımda bulunan ve dikey olarak resmedilmiş üç panelde ise hikâyenin ana karakterleri, çeşitli figürler ve yapılar göze çarpmaktadır. Sağ taraftaki görselde bir evin içinin resmedildiği anlaşılmaktadır.

Uzlaşım sal anlam: Sol tarafta verilen görselin üst kısmında bulunan kare şeklindeki panellerde bir buluntun kareler boyunca hareket ettiği görülmektedir. Bu paneller ile zamanın ilerlediği anlatılmak istenmiştir. Dikey olarak kurgulanmış panellerin aslında tek bir mekânı üçe bölerek resmedildiği anlaşılmaktadır. Bunun sebebi karakterlerin aynı mekânın içinde zaman geçirdiklerini anlatabilmektir. Üs kısımdaki bulutların bulunduğu panellerde bu durumu desteklemektedir. Diğer figürlerin gündelik hayatları içerisindeki koşturmacasını barındıran her üç görselde de

karakterlerimizin farklı eylemler yaptıkları görülmektedir. Ana karakter yaratık hakkında bir bilgi bulmak umudu ile farklı kişiler ile görüşürken yaratık kendi halinde gezinmektedir. Sağ görselde ise ana karakterin evinin içi resmedilmiştir. Yaratık hakkında bir bilgi bulamayan ana karakterimiz yaratığı evine getirir. Koltuklarında oturup televizyon izleyen ve gazete okuyan diğer iki figürün, ana karakterin anne ve babasının olduğu bilinmektedir. Evin içi de tıpkı dışarıdaki dünya gibidir. Ev içindeki eşyaların gerek renkleri gerekse de teknolojisi hikâye evreni ile uyumlu bir şekilde tasvir edilmiştir. Yaratık bu görsellerde de boyutu, şekli ve rengi ile tezat oluşturmaktadır.

İçsel Anlam: Soldaki görselde ana karakterin yaratığı anlamaya çalışma sürecini temsil etmektedir. Farklı insanlara sorular sorması, bireyin başkalarının bilgisine başvurarak bilinmeyen bir durumla baş etmeye çalışmasını simgelemektedir. İnsanın "öteki" olanla yüzleşme ve anlam arayışını temsil ediyor. Çocuk yaratığın geçmişini ve bağlamını anlamaya çalışırken, bu arayış aynı zamanda insanın kendisini anlamaya yönelik içsel bir süreç olarak yorumlanabilir. Yaratık hakkında bilgi edinilemiyor olması, bireyin bazı durumlar veya hisler karşısında anlam eksikliği yaşamasını, buna rağmen bu durumu olduğu gibi kabul etmeye yönelmesini sembolize etmektedir. Sağdaki görsel de bu durumu destekler niteliktedir. Yaratıkla ne yapacağını bilemeyen ana karakter günü sonunda onu eve götürür. Bu olay bireyin içsel "yabancı" ile barışarak durumu kendi hayatının bir parçası haline getirdiği anlamına gelir. Burada, insanın kendi eksikliklerini, korkularını veya meraklarını bir tehdit olarak değil, hayatının bir parçası olarak kabul etmesi temsil edilmektedir. Aile bireylerinin tepkisiz ve sakin duruşu, durumun artık olağan hale geldiğini göstermektedir. Yaratığın oturma odasındaki varlığı, bireyin bu "yabancıyı" kendi iç dünyasına dahil ettiğini ifade etmektedir.

ait olduğu belirtilen, üzerinde domuz figürünün yer aldığı bir mühür bulunmaktadır. Çizgisel stil, görsele karikatürize ve alaycı bir ton kazandırırken, "sahipsiz eşyalar" ve "ortamla uyumsuz şeyler" gibi açıklayıcı başlıklar, ilanlardaki bürokratik düzenlemeleri ve resmi yapıyı pekiştirmektedir. Bu unsurlar bir arada değerlendirildiğinde, görselin hem eleştirel bir bakış açısı sunan mizahi bir çağrı ilanı hem de bürokratik düzenlemeleri temsil eden bir tasarım olarak kurgulandığı söylenebilmektedir.

Uzlaşım sal anlam: Şekil 11, toplumun düzenini ve bürokrasiyi hicveden bir mesaj taşımaktadır ve özellikle "Federal İvır-Zıvır Bakanlığı" gibi absürt bir isimle modern toplumun gereksiz düzenlemelere olan takıntısını eleştirmektedir. Görselde yer alan domuz figürü, bürokratik sistemin hantallığını ve işlevselliğini sorgulayan bir eleştiri olarak yorumlanabilirken, "Paniğe Kapılmayın!" ifadesi, toplumsal kaos veya uyumsuzluk durumlarına verilen tepkiyi ironik bir şekilde temsil etmektedir. Ayrıca, "Gözden uzak bir deliğimiz var" gibi ifadeler, sistemin "uyumsuz" ya da "istenmeyen" unsurları göz ardı ederek toplumdan soyutlama eğilimine işaret etmektedir. Bu durum, görselin genel teması olan toplumsal yabancılaşma ve kayıtsızlıkla uyum içinde bir anlatı oluştururken, gazete ilanı formatı, hem yaratığa bir çözüm bulma arayışını hem de sistemin bu tür unsurları kategorize etme çabasını eleştirel bir şekilde yansıtmaktadır.

İçsel anlam: Hikâyenin geçtiği kurgusal evrende düzene aykırı hiçbir varlığın olmaması gerektiğini eğer var ise bu varlığın ilgili bakanlığa teslim edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu ilan ile yönetimin, tek düze insan yaşamının bozulmaması için almış olduğu kurallar olduğunu ve bu düzen içinde yer almayan, düzene aykırı herhangi bir varlığın derhal teslim edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. İlandaki "onu tıkacak gözden uzak bir deliğimiz var" ifadesi aslında kötücül bir düşüncenin ve eylemin göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu görsel, hikâyenin temel temalarını destekleyen güçlü bir anlatı aracıdır. Kayıp Şey hikâyesi boyunca, toplumun farklı ve "uyumsuz" bireylere ya da varlıklara karşı kayıtsızlığı ve dışlayıcı tutumu vurgulanır. Buradaki ilan, sadece yaratığın değil, toplumsal düzenin yabancılaşmış ve anlamını yitirmiş bireyler üzerindeki etkisini de sembolize etmektedir. İlan, aslında modern toplumdaki bireylerin standartlaşma baskısını ve farklılıkların sistematik olarak dışlanmasını ima etmektedir.



Şekil 12: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli



Şekil 13: Early Sunday Morning, Edward Hopper.

Doğal anlam: Gazetede görmüş olduğu ilan doğrultusunda yarattığı, ilgili devlet kurumuna götürmek için yola çıkarlar. Bu süreçte geçtikleri yerler görülmektedir. Şekil 12 ‘de tasvir edilen illüstrasyon, şekil 13’te bulunan ve Edward Hopper’a ait 1930 tarihli “Early Sunday Morning” isimli eserden doğrudan referans alınmıştır. Görselde bir sokak sahnesi resmedilmiştir. Sokakta, büyük ve kırmızı yaratık dikkat çekmektedir. Yaratık, çevresindeki binalardan belirgin şekilde farklıdır ve ölçeği sebebi ile düzenin dışındadır. Sokak, genelde sakin bir atmosfere sahiptir; binaların ön cepheleri düzgün ve düzenlidir, vitrin camlarında yazılar görülmektedir. İnsan figürü, yaratığın yakınında oturmuştur. Kompozisyon genel anlamda düz bir perspektif sunar. Soluk ve pastel tonlar, Hopper’ın özgün tablolarına benzer bir atmosfer yaratır; yalnızlık ve durağanlık hissi ön plandadır. Yatay çizgiler ve geniş gölgeler sahnenin sakinliğini güçlendirmektedir.

Uzlaşım sal anlam: Bir Pazar sabahında kapalı iş yerleri önünde vakit geçirdikleri görölmektedir. Edward Hopper'a ait tablonun ismine istinaden günün Pazar günü olması ya da en azından sabahın erken saatlerini tasvir ediyor olması yüksek olasılıktadır. Shaun Tan bu illüstrasyonda Hopper'ın tablosunu kendi dünyasına uyarlamıştır. Yaratıkla çocuk, toplumdan soyutlanmış iki yalnız figür olarak bu sahnede yer almaktadır. Sokak, yaratığın doğasına tamamen yabancı olan bir düzeni ve sıradanlığı temsil eder. Binaların düzenli mimarisi ve vitrindeki "Cebirsel Denklem" gibi yazılar, düzenli toplumsal yapıyı simgelerken, yaratığın bu yapıya uyumsuzluğu, hikayenin genel teması olan yabancılaşmayı pekiştirir. Çocuğun, yaratıkla birlikte oturması ise onu kabullenme çabası ve yaratıkla kurduğu bağın bir göstergesidir.

İçsel anlam: Bu görsel, toplumun normlarına meydan okuyan bir varoluş hikayesinin parçası olarak bireysel yalnızlık, yabancılaşma ve aidiyet arayışı temalarını ele almaktadır. Hopper'ın eserine yapılan göndermeyle, mekân, bireyin toplumla olan ilişkisini ifade eden bir boşluk ve kopukluk metaforu olarak işlev görürken, yaratık bu düzenli ve kurallı toplumsal yapı içinde kaotik ve sıra dışı bir unsur olarak yer almaktadır. Ancak yaratığın doğası tehditkâr değildir. Aksine ana karakterin ona şefkat göstermesi ve onu sahiplenmesi, normların dışındaki bir varlığa duyulan empatiyi ve insanlık değerlerinin önemini vurgulamaktadır. Yaratığın büyüklüğü, toplumsal düzenin katılığına bir metafor olarak işlev görürken, Hopper'ın eserindeki melankolik hava bu sahnede bir umuda dönüşerek yalnızlık ve uyumsuzluk içinde bir bağ kurma çabasını temsil etmektedir. Bu bağlamda sahne, toplumsal uyumsuzluk, bireysel farklılıkların kabulü ve aidiyet arayışı temalarını güçlü bir şekilde görselleştirmektedir.



Şekil 14: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli



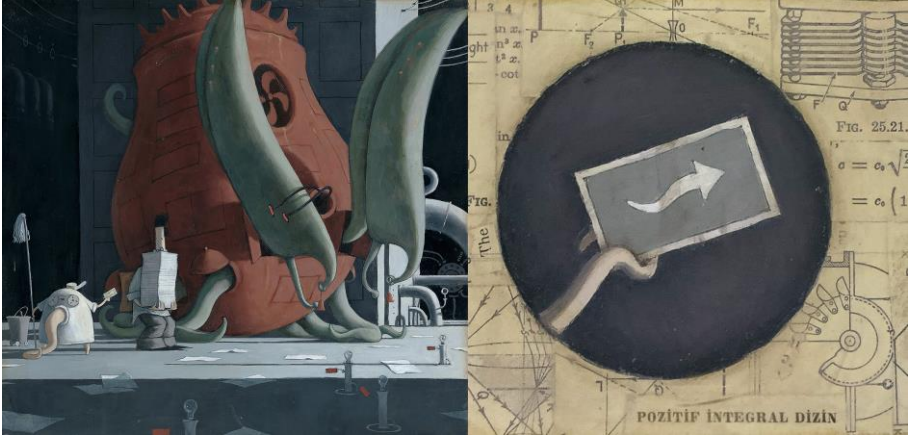
Şekil 15: Collins St. 5 pm, John Brack.

Doğal anlam: Şekil 14'te görünen illüstrasyon bir diğer referans barındıran görseldir. Çalışma Şekil 15'te bulunan ve John Brack'a ait olan Collins St. 5pm isimli eserden referans alınmıştır. Brack eseri 1955 yılında yapmıştır. Görsel, yoğun bir şehir sahnesini betimlemektedir. Ön planda, tek tip giyinmiş, ifadesiz yüzlere sahip bireylerden oluşan bir kalabalık yer almakta ve bu bireyler düzenli bir hizalanma içinde resmedilmiştir. Arka planda, hikâyenin yarattığı, büyük, kırmızı bir figür olarak dikkat çekmektedir. Koyu ve nötr tonlardan oluşan renk paleti tercih edilmiştir. Çarklar ve borular gibi endüstriyel detaylara yer verilmiştir.

Uzlaşım sal anlam: John Brack'ın Collins St. 5pm tablosuna yapılan atıf, modern hayatın tekdüzeliği ve bireylerin toplumsal sistem içinde anonimleşerek kayboluşuna yönelik güçlü bir eleştiriyi barındırmaktadır. Görseldeki insan kalabalığı, ifadesiz yüzleri ve hizalı duruşlarıyla bireysellikten yoksun bir düzene işaret etmektedir. Arka planda resmedilen yaratık ise bu monoton ve mekanik düzeni bozan uyumsuz bir öğe olarak öne çıkmaktadır. Yaratık bu düzenin dışına çıkan bir metafor olarak hem görsel hem de tematik bir kırılma yaratmaktadır. Koyu ve nötr tonlardan oluşan renk paleti, baskıcı bir atmosfer sunarken, çarklar ve borular gibi endüstriyel detaylar, çevreyi soğuk ve mekanik bir hale büründürerek bu eleştiriyi derinleştirmektedir. Görsel, bireysel farklılıkların toplumsal yapı içinde kaybolmasını ve modern yaşamın yabancılaştırıcı etkilerini güçlü bir şekilde gözler önüne sermektedir.

İçsel anlam: Görsel, hikayede, çocuğun yaratıkla birlikte şehirde ilerlediği kısmına odaklanmaktadır. Kalabalıkla yaratık arasındaki kontrast,

toplumun "düzene aykırı" olanları nasıl algıladığı ve yok saydığı üzerine güçlü bir metafor sunmaktadır. Kalabalığın yüz ifadeleri ve duruşları, bireylerin toplumsal baskılarla yabancılaşmasını ve standartlaştırılmasını yansıttığı şeklinde yorumlanabilmektedir. Modern şehir hayatının eleştirisi ve bireysel yabancılaşma temaları, görselin içeriğini anlamlandırmak için kilit rol oynamaktadır. İnsanların sıradanlaşmış, makineleşmiş düzeni içinde, yaratık gibi "ötekileştirilen" unsurlar, bir bireyin özgünlüğünü ve özgürlüğünü koruma mücadelesini simgelemektedir. Yaratığın büyük, renkli ve sıra dışı formu, toplumsal yapıların bu özgünlük karşısındaki sertliğini daha da belirginleştirir.



Şekil 16: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Anlatıcı, bu şeyi, tuhaf şeyleri ait oldukları yere teslim eden bir kurum olan "İvır-Zıvır Bakanlığı"na götürmeye karar verir. Yaratığı bu yere bırakmak için zorunlu form yığınlarını çocuğun eline tutuştururlar. Tam bu noktada tuhaf görünümlü bir yaratık, elinde bir temizlik paspası ve bir kova taşıyarak gelir. Daha sonra anlatıcıya üzerinde bir çeşit işaret bulunan bir kartvizit verir. Kart, varış noktasına giden kapıya giden işaretleri göstermektedir (Hoque, N.).

Doğal anlam: Şekil 16'da iki ayrı bölümden oluşan bir kompozisyon sunulmaktadır. Sol tarafta bir çocuk, büyük bir evrak yığını taşıırken görülmekte ve arka planda devasa bir mekanik yapı yer almaktadır. Çocuğun yanındaki yaratık, ana unsurlardan biri olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca sol altta hikayeye dahil olan başka bir figür görülmektedir. Bu figür çocuğa bir şey uzatmaktadır. Sağ taraftaki görselde ise bir kart üzerinde yön belirten bir ok işareti yer almaktadır. Bu görselin arka planında ise karmaşık matematiksel çizimler, formüller ve teknik şemalar bulunmaktadır. Görselin doğal anlamında, çeşitli öğelerin endüstriyel ve mekanik bir dünya ile ilişkilendirildiği gözlemlenebilir.

Uzlaşım sal anlam: Görseldeki öğeler, izleyiciye kültürel ve toplumsal bağlam içinde yorumlama olanağı sunmaktadır. Bakanlık, penceresiz, uzun, gri bir binada yer almakta olup, mekânın karanlık, gizemli ve gizli yapısı, bürokratik bir mekanizmanın soğukluğunu ve uzaklığını simgeler. Sol taraftaki sahne bürokrasi ve kurumsallığı temsil ederken, çocuğun elindeki evraklar bireyin sistem içinde üstlendiğı yükümlölükleri ve formaliteleri çağrıştırmaktadır. Kırmızı yaratık, bireyin duygusal bağlarını veya anlam arayışını simgelerken, "kayıp şey" olma durumu, unutulmuş veya ihmal edilmiş unsurları temsil etmektedir. Sağdaki görselde bulunan karttaki ok işareti, bir rehberlik ya da yönlendirme sembolü olarak görülebilir. Kart üzerindeki ok, bir anlamda çocuğa doğru bir yönü işaret ederken, kişinin kendi kararlarıyla bir yolculuğa çıkması gerektiğı mesajını ima edebilir. Matematiksel semboller ve "Pozitif İntegral Dizin" yazısı düzen ve mantığı simgelerken, çocuğa yarattığı bırakmaması gerektiğini söyleyen başka bir "kayıp şey," mantığın ötesinde insani ve duygusal değerlerin önemini vurgulamaktadır.

İşsel anlam: Görselin asıl anlamı, bireyin kendi değerlerini ve bağlarını koruma mücadelesini temsil ediyor olmasıdır. Çocuk, yarattığı sistemin içinde kaybolmaktan kurtarmak için bir yolculuğa çıkmak üzere yönlendirilmiştir. Burada çocuğa rehberlik eden yaratık, bir tür bilgelik ya da vicdan unsuru olarak görülebilir. "Evrak yığını" ve "mekanik yapı", duygusal değerlerin bürokrasi ve düzen içinde kaybolma riskini ima ederken, çocuğun kendisine sunulan yönlendirmeyi takip etmesi, bu riskin üstesinden gelmek için bireysel bir eylemde bulunmayı gerektirir. Bu anlatı, bireyin sistemin katı kurallarına boyun eğmek yerine, kişisel anlam ve duygusal bağlarını korumasına yönelik bir mesaj taşımaktadır. Sağdaki yön gösteren ok, yolculuğun sembolüdür ve bir karar alma anını temsil eder. Matematiksel formüllerle dolu arka plan, mantığın ve düzenin insan yaşamında önemli bir yer tuttuğunu ima ederken, kırmızı yaratık, insanın duygu ve anlam arayışının bu düzenle çatışmasını ortaya koymaktadır.



Şekil 17: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Hikaye bağlamında burası, çocuğun ve yaratığın, rehberlik eden kartı takip ederek ulaştığı ve kapının ardında karşılaştığı "başka bir boyut" ya da "kaybolmuş şeylerin dünyası"dır. Bu mekan, gerçek dünyada yer bulamayan ya da unutulmuş varlıkların barındığı bir liman olarak düşünülebilir.

Doğal anlam: Şekil 17, çocuğun yarattığı ait olduğu dünyaya götürüp bıraktığı anı temsil etmektedir. Çocuğun bu diyara girmemesi, onun bir "ziyaretçi" değil, yalnızca bir "rehber" olduğunu vurgulamaktadır. Bu durum, yaratığın ait olduğu yerin canlı ve karmaşık doğasını, çocuğun ise bu yolculukta tamamlayıcı ve yol gösterici bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Burası, güneşin parladığı, birbirinden farklı ama birlikte mutlu görünen birçok tuhaf yaratığın bulunduğu bir yer olarak tasvir edilmiştir.

Görsel çocuğun ait olmadığı ancak yaratığın evi olarak görülen fantastik bir dünyayı tasvir etmektedir. Gökyüzünde süzülen devasa, mekanik ve organik görünümlü yaratıklar, buranın "kaybolmuş" ya da "unutulmuş" şeylerin doğal bir şekilde var olduğu bir dünya olduğunu göstermektedir. Arka plandaki kemerli yapılar, antik bir şehir havası taşıırken bilim kurgu unsurlarıyla harmanlanarak mekana hem eski hem de futuristik bir estetik kazandırmaktadır. Bu sahne, sanki farklı bir boyut ya da alternatif bir dünya hissi uyandırmaktadır. Resmedilen dünya kaotik ve neşeli bir sahne ile anlatılmıştır. Kırmızı yaratığın ait olduğu yer tam anlamıyla burada, diğer kaybolmuş ve reddedilmiş şeylerin arasındadır. Mekanik yaratıklar, garip araçlar ve antropomorfik figürlerin oluşturduğu yoğun ve hareketli atmosfer, bu dünyanın alışılmadık ve tamamen fantastik doğasını vurgular.

Uzlaşım sal anlam: Gökyüzünde süzülen yaratıklar ve dev yapılar, mekana bir yücelik ve hayranlık hissi katıyor. Bu yer, hem tehdit edici hem de büyüleyici bir atmosfer sunmaktadır. İlk izlenimler, burada yaşamın yerel bir düzen içinde işlediğini göstermektedir. Ancak bu düzen, ana figürün dünyasından farklı, daha kaotik bir yapıya sahiptir. Detaylı sahnede her şey bir hareket ve etkileşim içindedir. Bu, "kaybolmuş şeyler dünyası"nın hem karmaşıklığını hem de çeşitliliğini ifade etmektedir. Birçok obje, makine ve yaratık; burada unutulmuş, reddedilmiş ya da terk edilmiş şeylerin sembolleri olarak yorumlanabilir. Ancak bunlar, kendi aralarında bir düzen içerisindedir. Çocuğun ve kırmızı yaratığın bu kaotik dünyadaki yeri, bu evrenin kurallarını öğrenmek ve anlamlandırmak olabilir. Çocuk, yaratığa olan bağlılığı ve sevgisiyle onu buraya getirmiştir. Ancak bu, yaratığın mutluluğu ve ait olduğu yeri bulması adına onu bırakması gerektiği anlamına da gelmektedir. Çocuğun buraya girmemesi, yaratığın bu dünyaya ait olduğunun, çocuğun ise kendi dünyasına geri dönmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Bu fantastik dünya, yaratığın gerçek evi ve anlam bulduğu yerdir. Kırmızı yaratığın diğer varlıklarla bir araya gelişi, yalnızca fiziksel bir kavuşma değil, aynı zamanda yaratığın kendini tamamlaması anlamına gelmektedir. Çocuğun bu dünyaya girememesi ve yaratığı orada bırakması, sevgi dolu bir vedanın temsildir. Bu, çocuğun olgunlaşmasını ve artık yaratığı yanında tutmasının gerekeceğini anlamasını simgelemektedir.

İçsel anlam: Bu sahne, bireyin kendisine ait "kaybolmuş" ya da "reddedilmiş" unsurlarını kucakladığı bir dönüşüm ve yüzleşme noktası olarak yorumlanabilir. Kapıyı açtığında gördüğü bu dünya, sadece kayıp şeylerin değil, aynı zamanda unutulmuş hikayelerin, reddedilmiş düşüncelerin ve bireyin görmezden geldiği yönlerinin bir yansımasıdır adeta. Bu dünya, bilinçaltının keşfedilmemiş ve kaotik yönlerini temsil etmektedir. "Kaybolmuş şeyler dünyası", hem duygusal hem de zihinsel anlamda bireyin içsel yolculuğunu simgelemektedir. Yaratıkların ve nesnelerin tasarımı,

insan aklının hayal gücünü ve yaratıcılığını temsil etmektedir. Görsel, izleyiciyi hem tanıdık hem de yabancı bir ortamda hissettirerek büyümlü bir atmosfer sunmaktadır.

Görseldeki detaylar, çocuğun yaratığı götürdüğü yerin kendisi için ne kadar farklı olduğunu göstermektedir. Çocuk buraya ait değildir; ama yaratık için burası hem doğal hem de olması gereken bir yer. Çocuğun, yaratık ile birlikte bu dünyaya ulaşmış olması hem cesaretini hem de keşfetme arzusunu temsil etmektedir. Çocuğun bu dünyaya girmemesi, hikayenin dengesi açısından önemlidir. Bu, çocuğun kendi hayatına devam edebilmesi için yaratığı ait olduğu yere bırakması gerektiğini ima etmektedir. Bu aynı zamanda bireyin, bir “şey”i ait olmadığı bir dünyada zorla tutmanın, hem kendisine hem de o şeye zarar verebileceğini anlamasıyla ilgilidir. Çocuğun hikayesi, bizi kendi iç dünyamızdaki unutulmuş ya da kaybolmuş parçaları keşfetmeye ve onlarla bağ kurmaya davet etmektedir.



Şekil 18: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Doğal anlam: Şekil 18’de evine gitmek için toplu taşıma aracına binen ana karakter pencereden dışarıyı seyretmektedir. Aracın içinden dışarıya doğru bakıldığı anlaşılan görselde şehir içinden bir kompozisyon kurgulanmıştır. Görsel, detaylarla zenginleştirilmiş bir şehir manzarası sunmaktadır. İnsan figürlerinin yanı sıra kompozisyonun ortasında posta kutusuna baktığı anlaşılan bir yaratık resmedilmiştir. Dışarıdaki ortamda boruların yoğun bir şekilde kullanılması, endüstriyel bir çevreyi çağrıştırmaktadır. Kompozisyonda renklerin ağırlıklı olarak pastel tonlarında ve sarı, kahverengi gibi sıcak renklerde kullanıldığı görülmektedir. Pencere çerçevesinin tasarımında ise makine elemanlarına benzeyen kollar ve düğmeler bulunmaktadır. Pencereden dışarı bakıldığında görülen küçük bir turuncu yaratık, çevresindeki diğer unsurlardan farklı olarak kompozisyona fantastik bir nitelik katmaktadır.

Uzlaşım sal anlam: Görselde yer alan boru sistemleri ve mekanik öğeler, endüstrileşmenin ve teknolojinin yaşam üzerindeki etkisini temsil etmektedir. Boruların iç içe olması, karmaşıklık ve yoğunluk hissi yaratmaktadır. Bu, modern şehirlerin kaotik yapısına bir eleştiri olarak algılanabilir. Kompozisyonun ortasında yer alan yaratık, gerçek dünyadan bağımsız bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Bu figür, toplumun tamamını kapsayan sıradanlaşmış yapı içinde sıra dışı ve bireysel olanın varlığını temsil edebilir. Bu görselin, kültürel bağlamda, modern şehir hayatının tekdüzeliği, karmaşıklığı ve birey üzerindeki etkisini vurguladığı söylenebilir. Arka planda yer alan borular ve mekanik yapılar, şehir yaşamının doğal olmayan, soğuk ve insanları duygusal olarak birbirinden koparan yapısını temsil etmektedir.

İşsel anlam: Bu sahne, hikâyenin merkezinde yer alan yalnızlık, aidiyet ve modern dünyada farklılıkların kabulü temalarını yoğun bir şekilde yansıtmaktadır. Görsel, bireyin modern şehir yaşamı içindeki yalnızlığını ve toplumsal sistemler tarafından şekillendirilmiş yaşam alanlarını eleştirel bir bakış açısıyla irdelemektedir. Pencere, dış dünyayı çerçeveleyen ve birey ile çevresi arasındaki ayrımı vurgulayan bir metafor olarak işlev görmektedir. İzleyici, bu pencere aracılığıyla bir gözlemci konumuna yerleştirilmiştir. Bu sahnede yaratığın, modern toplumun monoton yapısı içinde bireyselliği ve hayal gücünü gösteren bir imge olarak yer aldığı söylenebilir. Görsel, modern şehir yaşamına dair bir eleştiriye, endüstriyelleşme ve bireyin bu bağlamdaki yerini sorgulayan bir anlatım diliyle ortaya koymaktadır. Pencere çerçeveleri, aynı zamanda, çocuk ile dış dünya arasında bir sınır oluşturmaktadır. Bu, çocuğun yaratıkla paylaştığı özel bağın sona erdiğini ve artık dış dünyanın sıradanlığına döndüğünü ima ediyor şeklinde de yorumlanabilir.



Şekil 19: Kayıp Şey, İç Sayfa Görseli

Doğal anlam: Şekil 19'da sıralı dört görsel bir arada verilmiştir. İlk görselde toplu taşıma aracına dışarıdan bakılmakta ve içindeki figürler seçilebilmektedir. Bu figürlerden bir tanesi hikâyenin ana karakteridir. Arka planda endüstriyel yapılar ve karanlık bir atmosfer vardır. İkinci görselde sahne biraz daha geriye çekilerek tramvayın arkasında iki tane daha tramvay olduğu gösterilmiştir. Üçüncü ve dördüncü sahnelerde de sırası ile sahneler daha geniş planlarda çizilerek çok sayıda tramvayın var olduğu gösterilmiştir. Üçüncü ve dördüncü görsellerde ana karakter ve binmiş olduğu tramvay seçilememektedir. Tramvayların ışıkları birer geometrik şekil olarak uzakta kalıyor ve sadece tekrarlayan, düzenli bir ızgara görüntüsü haline gelmektedir. Renkler koyu tonlarda kullanılmıştır. Ağırlıklı olarak siyah, koyu yeşil ve sarı renkler dikkat çekmektedir.

Uzlaşım sal anlam: Şekil 19'da vurgulanan ana temanın, modern hayatın monotonluğunu ve bireylerin toplu taşıma sistemlerinde birer parça haline dönüşmesi olduğu söylenebilir. Tramvay modern şehir hayatında bireylerin hareketliliğini sağlayandır araçtır, ancak aynı zamanda bireyselliği ortadan kaldırarak bireyi bütünün parçası haline getirir. İkinci planda görsel detayların azalması, bireylerin önemini kaybettiğini ve anonimleştiğini ifade etmektedir. İnsanlar artık birer ışık noktası ya da tekrar eden bir desenin parçası haline gelmiş durumdadır. Üçüncü panel ile birlikte oluşmaya başlayan geometrik formlar şehir hayatının düzenlenmiş, mekanik ve neredeyse ruhsuz bir sistem üzerine kurulu olduğunu gösterir niteliktedir. Bu düzen, toplumsal bütünselliği desteklemektedir. Son panellerdeki perspektifin genişlemesi bir çeşit uzaklaşma hissi yaratmaktadır. Bu da mekânın giderek daha soyut algılanmasına sebep olmaktadır.

İçsel anlam: Bu son sahne, hikâyenin doruk noktasını ve tematik kapanışını temsil etmektedir. Çocuğun yaratıkla yaşadığı duygusal bağın ardından, şehir hayatının sıradanlığına geri dönmesi ve bu bağlamda bireysel varoluşunun bir sistemin içinde kaybolması, hikâyenin insan ve mekan ilişkisine dair mesajını güçlendirmektedir. Görsel, insanın anonimleşmesi ve mekanikleşmesi temasını derinlemesine ele almaktadır. Çocuğun hikâyesinde, yaratıkla yaşadığı bireysel deneyimin yerini artık büyük şehrin monotonluğu ve sıradanlığı almıştır. Tramvaylar, çocuğun hikâyesinin parçası olan "duygusal yolculuğun" sonuna ulaştığını ve artık bireyselliğin yerini anonim bir varoluşa bıraktığını ima etmektedir. Görsel aynı zamanda insanlığın içinde bulunduğu sosyal yapıların birey üzerindeki etkisini ve

bireyin bir sistemin parçası olarak yavaşça kaybolmasını yansıtmaktadır. Özellikle son panelde vurgulanmak istenen, çocuğun yaratıkla kurduğu bağın sona ermesinden sonra, artık toplumun geneline karışarak kaybolacağı bir yaşamın metaforudur.

SONUÇ

Shaun Tan'ın Kayıp Şey adlı eseri, hem görsel hem de metinsel anlatımıyla bireyin toplum içindeki yeri, yabancılaşma, farklılıkların kabulü ve modern dünyanın doğaya karşı tutumu gibi derin temalara odaklanmaktadır. Hikâye, herkesin bir yere ait olduğunu ancak bu yeri bulmanın bazen zor olabileceğini vurgularken, büyüme sürecinin yaratıcılığı ve hayattaki basit mutlulukları nasıl gölgelediğini modern toplumun eleştirisiyle benzeştirmektedir. Tan'ın çizimlerinde doğaya dair hiçbir sağlıklı unsurun bulunmaması, endüstriyel büyümenin neden olduğu ekolojik tahribatı ve şehir yaşamının yozlaşmışlığını güçlü bir şekilde yansıtır. Bu distopik ortam, gri dumanlarla kaplı şehirlerden asidik mavi tonundaki denizlere kadar detaylarla zenginleştirilmiştir.

Yazar, kişisel deneyimlerinden esinlenerek otobiyografik bir derinlik kattığı bu hikâyede, yerinden edilmiş ve unutulmuş bireylerin deneyimlerini yaratıcı bir sembolizmle anlatmaktadır. Metin boyunca kullanılan kolajlar, bilimsel figürler ve gerçeküstü yaratıklar, okuyucunun tanıdık bir dünyada yabancılaşma hissiyi deneyimlemesini sağlarken, bireylerin toplumla kurduğu bağa dair evrensel soruları gündeme getirir. Bu bağlamda, "kayıp şey", hem ait olma hem de ait olmama çatışmasının bir metaforuna dönüşür. Çocukluk masumiyetini ve merakını temsil eden kahraman, zamanla yetişkin pragmatizminin ve toplumun baskılarının etkisiyle değişim geçirir.

Eserde, bireyin ait olma çabası, kültürel, sosyal ve tarihsel bağlamda farklı yorumlara açıktır. Görsellerde kullanılan mimari ve semboller, kontrol, mükemmeliyet takıntısı ve kimlik doğrulama gibi modern dünyanın saplantılarını eleştirir. Doğaya duyulan özlem ve endüstriyel büyümenin yol açtığı yalnızlık, eserin melankolik atmosferine katkıda bulunur. Sonuç olarak, Tan'ın bu eseri, bireysel ve toplumsal aidiyet kavramlarını sorgulayan, görsel ve metinsel anlatımıyla okuyucuları düşündüren, çok katmanlı bir hikâyedir. Kayıp Şey, sanatın bir bütün olarak ele alınmasının önemini hatırlatarak, insan deneyiminin karmaşıklığını ve evrenselliğini güçlü bir şekilde yansıtır.

Kayıp Şey'in sunduğu görsel ve anlatı dünyası, Panofsky'nin ikonografik ve ikonolojik yaklaşımıyla da derinlemesine incelenebilirliği açısından önemlidir. Görsel unsurların birincil anlam düzeyinde, hikâyenin grilikle tasvir edilen endüstriyel ortamı ve çevresel yozlaşma unsurları, yüzeysel bir gerçeklik sunarken; ikincil düzeyde bu imgeler, modern toplumun monotonluğu, bireysel yaratıcılığın sınırlanması ve ekolojik denge kaybına yönelik eleştiriler taşır. Üçüncül anlamda ise, bu unsurlar, Shaun

Tan'ın küresel bağlamda ait olma, kaybolma ve bireyin toplum içindeki yerini sorgulayan evrensel mesajlarını aktarır. Tan'ın ikonografik detaylarla güçlendirdiği semboller ve ikonolojik altyapısı, okuyucuya hem kişisel hem de kolektif bir yabancılaşma ve yeniden keşif yolculuğu sunar. Bu bağlamda, Kayıp Şey, yalnızca bir çocuk hikâyesi değil, aynı zamanda bireysel ve toplumsal dönüşümün sembolik bir anlatısı olarak da değerlendirilebilir.

REFERANSLAR

- Austlit.edu.au. (2023). *Shaun tan biography*. <https://www.austlit.edu.au/austlit/page/OLD?id=A%2C%7D9&idtype=oldid> adresinden 25 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Bezci, Ş. (2015). Maus: Grafik Roman ve Edebiyat. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 55(2), 251–270.
- Cantek, L. (2015). Levent Cantek: “Grafik roman, çizgi romanı itibarlandırdı. <https://www.edebiyathaber.net/levent-cantek-grafik-roman-cizgi-romani-itibarlandirdi/> adresinden 20 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Cömert, B. (1999). *Mitoloji ve ikonografi*, Ankara : Ayraç Yayınevi.
- Dilek, A. (2017). *Resimli hikâye kitaplarında yer alan oyuncakların incelenmesi*. Erken çocukluk çalışmaları dergisi, 1 (1) 81-93, DOI: 10,24130.
- Dilek, A. (2012). *4-6 yaş çocuk hikâyelerindeki kahramanların liderlik özellikleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Girne: Girne Amerikan Üniversitesi.
- Gümüş, Ç. ve Alkan, E.S. *İllüstrasyonlarda Antropomorfik Karakter Oluşumu ve Metaforik Anlatım:“Korku” Grafik Roman Örneği*. 4. Uluslararası Türk-Rus Dünyası Akademik Araştırmalar Kongresi, 63-74.
- Hoque, N. (2022). Dislocation and home space in shaun tan's the lost thing. A journal of literary and cultural studies (2). 93-107.
- Işıtan, S. (2005). *Resimli çocuk kitaplarının benlik kavramıyla ilgili konuları içermesi yönünden incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Programı.
- Karaçeper, Ç. (2018). *Grafik Romanda Özgünlük ve Etkileşimli Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Kocabaş, İ. (1999). *Çocuk kitabı seçim kriterleri ve 1997 yılını kapsayan bir değerlendirme* Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Panofsky, E. (2012). *İkonoloji Araştırmaları “Rönesans sanatında insancıl temalar”*, (Çev: Orhan Düz) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Sever, S. (2009). Okuma kültürü edindirme sürecinde temel sorunlar ve çözüm önerileri, II. Uluslararası Türkçenin Eğitimi-Öğretimi Kurultayı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- State Library Victoria. (25 Şubat 2011). Shaun Tan: Tell us about ‘The Lost Thing ’ https://www.youtube.com/watch?v=q5Ja-AHzxbM&t=2s&ab_channel=StateLibraryVictoria
- Tan, S. (2023). *About*. <https://www.shauntan.net/about> adresinden 08 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Tan, S. (2023). *The Lost Thing (Book)*. <https://www.shauntan.net/the-lost-thing-book> adresinden 31 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.

Kentsel Anlatılar ve Sahneleme: Tiyatroda Kimlik, Psikoloji ve Spontanite

Murat YALÇIN¹

ÖZET

Kent yaşamının sahne üzerindeki temsilleri, tiyatro aracılığıyla bireyin kimlik oluşumu, psikolojik dinamikleri ve spontan tepkilerini görünür kılan çok katmanlı bir anlatı evreni sunar. Bu bölümde, modern şehir deneyiminin tiyatro sahnesindeki yansımaları; kimlik, psikoloji ve spontanite ekseninde, çokdisiplinli bir kuramsal çerçevede irdelenmektedir. Giriş kısmında, şehir mekânının yalnızca fiziksel bir arka plân değil, aynı zamanda dramatik kurgu ve karakter inşasında etkin bir özne olarak nasıl rol oynadığı ortaya konulmaktadır. Kentin birey üzerindeki dönüştürücü etkisiyle birlikte, sahnede kurgulanan kentsel atmosferin karakter psikolojisine nasıl yansıdığı sorunsallaştırılmaktadır.

Kuramsal çerçeve bölümünde, Richard Schechner'ın performans kuramı temel alınmakta; Henri Lefebvre'in mekân teorileri ve Walter Benjamin'in modern kent yaşamına dair felsefi okumaları ile desteklenmektedir. Ayrıca, Augusto Boal'ın Ezilenlerin Tiyatrosu yöntemi ve Jacob Moreno'nun psikodrama kuramı, tiyatrodaki katılım ve spontanite kavramları bağlamında çözümleyici araçlar olarak değerlendirilmektedir. Yöntemsel olarak ise çalışma, nitel ve yoruma dayalı bir analiz modeli benimsemektedir. Özellikle kentsel temaları işleyen çağdaş oyunlar, performatiflik ve metinlerarasılık ilkeleri ışığında okunarak, sahne ile kent deneyimi arasındaki geçişkenlik tartışılmaktadır.

Analiz bulguları, tiyatronun kent kimliğini sahnelemede hem bireysel hem de kolektif düzeyde güçlü bir araç olduğunu göstermektedir. Tiyatrodaki kullanılan psikodramatik öğeler ve doğaçlama teknikleri, kentsel toplulukların katılımcı kimlik inşasına katkı sunarken; bu pratikler, izleyiciyi pasif bir alıcı olmaktan çıkarıp aktif bir katılımcıya dönüştürmektedir. Performansın gündelik hayatla kurduğu ilişki, tiyatroyu yalnızca bir temsil alanı olmaktan çıkarıp, bir dönüşüm mekânına evirmektedir. Sonuç olarak bölüm, kentsel anlatıların tiyatro aracılığıyla nasıl dönüştüğünü ve bu dönüşümün birey-toplum ilişkisinde nasıl bir karşılık bulduğunu çok boyutlu bir perspektifle ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler – Kent tiyatrosu, psikodrama, spontanite, şehir ve sahne, mekân kuramı

ABSTRACT

Representations of urban life on stage offer a multilayered narrative realm that reveals identity formation, psychological dynamics, and spontaneous reactions through the medium of theatre. This chapter investigates how the modern urban experience is reflected on the theatrical

stage, focusing on the axes of identity, psychology, and spontaneity within a multidisciplinary theoretical framework. In the introduction, the urban space is addressed not merely as a physical backdrop but as an active subject that plays a vital role in dramaturgical construction and character development. The transformative effect of the city on the individual, along with the psychological resonances of urban atmospheres constructed on stage, is problematized.

The theoretical framework is grounded in Richard Schechner's performance theory and enriched by Henri Lefebvre's spatial triad and Walter Benjamin's philosophical analyses of modern urban life. Additionally, Augusto Boal's Theatre of the Oppressed and Jacob Moreno's psychodrama theory are utilized to examine concepts such as participation and spontaneity in theatre. Methodologically, the study adopts a qualitative and interpretative approach. Contemporary plays with urban themes are analyzed through the principles of performativity and intertextuality to explore the fluid relationship between city and stage.

Findings demonstrate that theatre serves as a powerful tool in staging urban identity at both individual and collective levels. Psychodramatic elements and improvisational practices contribute to participatory identity construction among urban communities, transforming the audience from passive observers into active participants. The relationship performance establishes with everyday life transforms theatre from merely a space of representation into a site of transformation. Ultimately, the chapter presents a comprehensive perspective on how urban narratives are staged and transformed through theatre and how these processes reflect broader dynamics of social memory and individual experience.

Keywords – Urban theatre, psychodrama, spontaneity, city and stage, spatial theory

GİRİŞ

Tiyatro sanatı, toplumsal ve mekânsal olguları estetik bir düzlemde yeniden üretebilme kapasitesiyle, kent yaşamını anlamlandırmak için önemli bir araçtır. Tarihse olarak kentler, özellikle İstanbul gibi metropoller, tiyatro üretiminin merkezinde yer almış; şehir ortamı sayısız oyuna mekân ve esin kaynağı olmuştur. Günümüz şehirleri, yoğun göç hareketleri ve çokkültürlü yapılarıyla birlikte, bireylerin kimlik gelişiminde ve toplumsal etkileşimlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu dinamik, sahne sanatlarına da yansımış; kent olgusunun tiyatrodaki temsilleri üzerinden, kentsel kimlik arayışları, psikolojik gerilimler ve spontan etkileşimler sergilenir hale gelmiştir. Bu birikim temelinde hazırlanan bölüm, kentsel anlatıların sahne üzerindeki temsillerini kuramsal bir perspektifle

inceleyerek, tiyatroda kimlik inşası, psikolojik etkileşim ve spontanite pratiklerini bir arada değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Kentsel ortam, sahne ile güçlü benzerlikler taşır. Gündelik yaşamda bireylerin üstlendikleri roller, kamusal alandaki davranışlar ve mekânla kurdukları ilişkiler, adeta bir tiyatro performansı gibi yorumlanabilir. Erving Goffman'ın klâsik çalışması, gündelik yaşamın çerçevelenmiş etkileşimlerinde tiyatral bir yön olduğunu öne sürer; Goffman'a göre “dünya bir sahne değilse de, sahne olmadığı noktaları kesin olarak tanımlamak zordur” (1959: 72). Bu yaklaşım, kentte yaşayan bireyin kamusal alanda performans sergilediği fikrini doğurur. Öyle ki, kalabalık caddede yürüyen bir kişi, bir izleyici kitlesi önündeymişçesine kendini konumlandırabilir. Bu bağlamda kent, bir tiyatro dekoru; kent sakini ise hem oyuncu hem izleyici konumundadır. Bu bölüm, kentin bu performatif doğasını merkeze alarak, tiyatronun kent deneyimini yansıtır ve dönüştürme gücünü irdelenecektir.

Bu irdeme, üç ana eksenle şekillenir: kimlik, psikoloji ve spontanite. İlk olarak, kimlik boyutu ele alınırken, kentsel kimliğin tiyatro sahnesinde temsili ve yeniden inşası tartışılacaktır. Özellikle çokkültürlü metropollerde, farklı etnik ve kültürel kimliklerin bir aradalığı, oyun yazarları ve karakterlerin kimlik kurgusunu nasıl etkiler? İstanbul örneğinde “İstanbulluluk” kavramı, bir şehir aidiyeti olarak tiyatro metinlerinde nasıl tezahür eder? İkinci olarak, psikoloji boyutu çerçevesinde, tiyatronun kent insanının ruhsal dünyasını ve toplumsal psikolojisini yansıtırma kapasitesi değerlendirilecektir. Kent yaşamının getirdiği stres, çatışma ve yabancılaşma deneyimleri, tiyatroda gerek metin gerekse performans düzeyinde işlenir; burada psikodrama ve forum tiyatrosu gibi etkileşimli yöntemlerin rolü büyüktür. Üçüncü olarak, spontanite boyutu incelenecektir. Spontanite, hem yaratıcı sürecin bir parçası olarak doğaçlama tiyatro tekniklerinde belirginleşir, hem de seyirci katılımına dayalı çağdaş tiyatro formlarında (ör. Playback tiyatrosu, Forum tiyatrosu) kent sakinlerinin kendi anlatılarını sahneye taşımasına imkân tanır. Bu kapsamda, anıtsal kent mekânları kadar gündelik yaşamın sıradan mekânları da tiyatral eyleme sahne olur; örneğin sokak tiyatroları, meydan performansları kentin kamusal alanını doğrudan performans sahnesine dönüştürür.

Bölümün devamında, öncelikle anılan temaları destekleyen kuramsal yaklaşımlar sunulacak; ardından çalışma yöntemi açıklanacak ve son olarak kuramsal tartışmalar ışığında elde edilen sonuçlar değerlendirilecektir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Performans, Kimlik ve Kent Mekânı

Tiyatro kuramcısı Richard Schechner, performansı gündelik hayatla kesintisiz bir süreklilik içinde ele alır. Schechner'e göre “sahne oynamak, özel toplumsal durumlarda (örneğin törenlerde) oynamak ve gündelik

hayatta oynamak aynı sürekliliğin parçalarıdır” (Schechner, 2013: 170). Bu yaklaşım, bireylerin günlük yaşamdaki rollerini de birer performans olarak görmemize imkân tanır. Nitekim her insan, toplumsal hayatında çeşitli maskeler takar, roller üstlenir ve bir anlamda kendi hayatının aktörü haline gelir. Özellikle büyük kentlerde, kamusal alanda var olma pratiği, kişinin kendini sürekli olarak gözlemleyici bir bakışa göre ayarlamasını gerektirir; bu da bir tür sahne üzerinde olma hâli yaratır. Gündelik etkileşimlerin tiyatral niteliği, kimlik oluşumunun da performatif bir yönü olduğunu imâ eder. Birey, kent hayatında farklı sosyal rolleri (iş insanı, öğrenci, yolcu, vb.) oynarken, bu roller aracılığıyla kimliğini sergiler ve yeniden üretir. Örneğin kalabalık bir şehir meydanında davranışlarımız, kendimizi orada bulunan görünmez bir izleyiciye sunma biçimlerimiz, arka plânda işlemsel bir performans kurgusuna işaret eder.

Kimlik ve performans arasındaki bu ilişki, kentsel kimlik olgusuna da yansır. Bir kente ait olma duygusu, o kente özgü bir rolü benimsemekle pekişir. İstanbul örneğini ele alırsak, “İstanbulluluk” yalnızca coğrafi bir aidiyet değil, aynı zamanda bir davranış repertuarı, dil ve kültür alışkanlıkları bütünüdür. Akyüz (2022a) İstanbul kimliğinin tarihsel olarak çokkültürlü yapısıyla şekillendiğini ve tiyatro oyunlarında İstanbullu karakterlerin bu çok katmanlı kimliği yansıttığını belirtir (s.759). Sahnedeki İstanbullu karakter, gündelik yaşamın içinden gelen bir tip olmanın ötesinde, kentteki farklı sınıf, kültür ve değerlerin kesişimini temsil eder. Örneğin eski İstanbul mahalle yaşamını konu alan bir oyunda, mahalli şive, adetler ve toplumsal ilişkiler sahneye taşınarak seyirciye aşinalık duygusu verir. Bu sayede tiyatro, kentsel kimliğin korunmasına ve görünür kılınmasına aracılık eder.

Kentsel mekân, kimlik ve performans kesişiminde, Henri Lefebvre’in mekân kuramı yol göstericidir. Lefebvre, kentsel mekânın salt fiziksel bir konteyner olmadığını, toplumsal pratikler tarafından sürekli üretildiğini ve yeniden üretildiğini öne sürer. Ünlü “kent hakkı” kavramını tartışırken Lefebvre, “kent bir eser (œuvre) gibidir, basit bir maddi üründen ziyade bir sanat yapıtına yakındır” diyerek kentsel mekânın yaratıcı ve katılımcı niteliğini vurgular (1996: 101). Bu bakış açısıyla, şehirde yaşayan herkes bir bakıma kendi kent sahnesinin aktörleri ve yazarlarıdır; kent yaşamı, ortaklaşa yazılan bir senaryo gibidir. Tiyatro, bu senaryonun sahnede yeniden canlandırılması ya da sorgulanması işlevini görebilir. Örneğin, kentsel dönüşüm temalı bir tiyatro oyununda, mahalle sakinlerinin evleriyle birlikte anılarının da dönüşmesi dramatize edilerek, izleyiciye kentsel mekânın yaşayan bir hafıza mekânı olduğu hatırlatılır. Lefebvre’in vurguladığı şekilde kent, insan ilişkilerinin hem ürünü hem üreticisidir; tiyatro ise bu çift yönlü ilişkiyi sahnede görünür kılan bir ayna işlevi görür.

Walter Benjamin de modern kenti bir anlatı ve deneyim alanı olarak ele alır. Benjamin’in özellikle Paris üzerine yazıları, şehirdeki deneyimin fragmanter ve geçici doğasını vurgular. Onun betimlediği flanör (flâneur)

figürü, kenti adımlayarak gözlemleyen ve kent metnini okuyan bir gezgindir. “Tutkulu bir seyirci için kalabalığın ortasında ev kurmak muazzam bir zevktir;... kalabalığın kalbinde, hareketin gelgitlerinin ortasında yaşamak” şeklindeki Baudelaire’den mülhem tasviri (Benjamin, 1983: 37), kent yaşamının başlı başına şiirsel bir metin gibi okunabileceğini gösterir. Flanör, kenti büyük bir pasaj ya da sahne dekoru gibi algılar; sokaklar, meydanlar ve pasajlar onun için hem bir gözlem mekânı hem de içsel deneyimlerinin sahnesidir. Bu bakışla, tiyatro sanatının kenti konu edinmesi kaçınılmaz görünür. Benjamin’in kavramları, tiyatro metinlerinde kent uğrağı ele alınırken değerlidir: anı, alışveriş pasajları, kalabalık ve yalnızlık gibi büyük şehir motifleri, tiyatrodaki atmosfer yaratmanın ve karakter derinliği kazandırmanın araçları olabilir. Örneğin, bir oyunda karakterin kalabalık bir İstiklal Caddesi’nde tek başına yürümesi, Benjaminci anlamda modern metropolün anonim kalabalığı içindeki yalnız bireyi akla getirerek derin bir tecrübenin ifadesine dönüşebilir. Dolayısıyla, Benjamin’in kente dair geliştirdiği kavramlar, kentsel anlatıların sahnelenmesinde arka plân bir kuramsal çerçeve sunar ve şehir deneyiminin tiyatro yoluyla estetize edilmesini, aynı zamanda eleştirel bir söyleme dönüşmesini sağlar (Benjamin, 1999: 417).

Tiyatrodaki Katılım, Psikoloji ve Spontanite

Kent yaşamının karmaşık dinamikleri, sadece mekânsal ve sosyokültürel boyutlarıyla değil, bireylerin psikolojisi üzerinde yarattığı etkilerle de tiyatroya konu olmaktadır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren tiyatro, seyircinin pasif konumunu sorgulayan ve onu oyunun bir parçası haline getirmeyi amaçlayan deneysel formlara evrilmiştir. Bu dönüşümde, Brechtçi epik-diyalektik tiyatronun yanı sıra Augusto Boal ve Jacob Moreno gibi öncü isimlerin büyük payı vardır.

Augusto Boal, Brezilyalı tiyatro kuramcısı ve uygulayıcısı, tiyatroyu toplumsal değişimin bir aracı haline getiren Ezilenlerin Tiyatrosu yaklaşımıyla tanınır. Boal, geleneksel tiyatrodaki seyircinin edilgen bir konumda bırakılmasını eleştirerek, izleyiciyi “seyirci-aktör (spect-actor)” konumuna yükseltir. Boal’ın geliştirdiği Forum Tiyatrosu tekniğinde, günlük hayattan alınan bir baskı veya çatışma durumu kısa bir oyun olarak sahnelenir ve ardından seyirciler oyuna müdahale ederek alternatif çözümler üretirler. Bu süreçte seyirci koltuğundaki birey, sahneye çıkıp oyuncunun yerine geçerek kendi önerdiği eylemi dener; böylece pratik bir farkındalık kazanır. Boal bu etkileşimli süreci “prova edilmiş eylem” olarak tanımlar ve “Tiyatro belki başlı başına devrimci değildir; ama hiç şüphe yok ki devrimin provasıdır” diyerek tiyatronun dönüştürücü potansiyelini vurgular (Boal, 1979: 141). Boal’ın yaklaşımında kent yoksulları, gecekondu yaşayanlar, ötekileştirilmiş gruplar kendi hikâyelerini, kendi mekânlarında sahnelemeye davet edilir. Örneğin, bir gecekondu mahallesinde yapılan forum tiyatrosu

etkinliğinde, mahalle halkı su sıkıntısı veya ev tahliyeleri gibi gerçek sorunları oyunlaştırıp çözüm arar. Bu, kentin gerçek meselelerinin tiyatro sahnesine taşınarak kolektif bir prova alanı oluşturulmasıdır. Son kertede, Boal'ın yöntemi tiyatroyu bir katılımcı demokrasi pratiğine dönüştürür; seyirci-aktörler, sahnede deneyimledikleri değişim stratejilerini gerçek hayatta uygulama motivasyonu kazanırlar.

Boal'ın kuramıyla paralel bir çizgide, Jacob Moreno'nun geliştirdiği Psikodrama tekniği de bulunmaktadır. Moreno, 20. yüzyıl ortalarında grup terapisinde tiyatral yöntemleri kullanarak, bireylerin iç dünyalarını ve ilişkilerini sahne üzerinde keşfetmelerini sağlayan bir yaklaşım geliştirmiştir. Psikodramada bir kişi (protagonist), kendi yaşantısından seçtiği bir olayı veya duygusal çatışmayı grup önünde sahneler ve diğer grup üyeleri de yan roller üstlenerek bu oyun içinde yer alırlar. Moreno'nun temel varsayımlarından biri, spontanite ve yaratıcılığın insani gelişimin itici gücü olduğudur. "Spontanite ve yaratıcılık, insan ilerlemesinin itici güçleridir; libido veya ekonomik güdülerden bağımsız olarak kendi başlarına iş görürler" diyen Moreno (1953: 336), insanların yeni durumlara uygun ve esnek tepkiler verebilme kapasitesine büyük önem atfeder. Onun spontanite tanımı ünlüdür: "Spontanite, eski bir duruma verilen yeni bir tepki veya yeni bir duruma verilen yeterli bir tepkidir" (Moreno, 1953: 336). Psikodramanın tiyatro ile kesiştiği nokta tam da bu spontanite kavramında yatar. Bir psikodrama seansı, özünde yönetiyle, oyuncularıyla, sahnelemeleriyle küçük ölçekli bir tiyatro gösterisidir; ancak hedefi sanat üretmek değil, terapötik içgörü kazanmaktır. Kent yaşamının bireylerde yarattığı travmalar, stresler veya kimlik çatışmaları psikodrama yoluyla dışavurulabilir. Örneğin, büyük bir şehirde göçmen olarak yaşayan bir birey, karşılaştığı ayrımcılık deneyimini psikodramada sahneleyerek, hem kendisi hem grup üyeleri için bir empati ve farkındalık alanı yaratabilir. Bu süreçte spontanite, kişinin gündelik yaşamda belki de baskıladığı tepkileri güvenli bir sahne ortamında ortaya koymasını mümkün kılar. Moreno'nun metodu, tiyatronun iyileştirici ve birleştirici gücünün somut bir uygulamasıdır ve gösterir ki tiyatro, sadece bir anlatı aktarma aracı değil, aynı zamanda bir iletişim ve dönüşüm pratiğidir (Moreno, 1947: 23).

Moreno ve Boal'ın çalışmalarının kesişiminde, seyircinin/katılımcının sadece alımlayan değil, aynı zamanda yaratıcı konumda olduğu tiyatro biçimleri ortaya çıkmıştır. Bu biçimler, günümüz kent toplumlarında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Örneğin, Playback Tiyatrosu adı verilen doğaçlama tiyatro türü, seyircilerin yaşanmış hikâyelerini anında sahneye aktarmaya dayanır. Bir kentte yapılan playback tiyatrosu etkinliğinde, izleyiciler sırayla kendi hayatlarından kısa anıları veya olayları anlatır, oyuncular da bu anlatıları spontane bir biçimde canlandırırlar. Bu sayede, şehir hayatının kolektif hafızası anlık performanslarla paylaşılr; komşuluk ilişkileri, günlük karşılaşmalar, toplumsal sorunlar sahne üstünde yankı bulur. Playback tiyatrosu,

Moreno'nun spontanite vurgusunu ve Boal'ın katılımcılık ilkesini bünyesinde birleştirir. Bu tür uygulamalar, kent sakinlerinin birbirlerinin deneyimlerini anlamalarını, empati geliştirmelerini ve birlikte gülüp düşünmelerini sağlar. Toplumsal psikoloji açısından bakıldığında, bu ortak performans deneyimi katarsis ve güçlenme duygusu yaratabilir (Akyüz, 2022c: 202). Ayrıca, spontane tiyatro formları, kentin beklenmedik mekânlarında (örneğin metro istasyonları, pazar yerleri, parklar) gerçekleştirildiğinde, kamusal alanın kullanımına dair de yeni farkındalıklar oluşturur. Tiyatro, böylece sadece sahneyle sınırlı kalmayıp, kentin tamamına yayılan bir etkileşim ağına dönüşür.

Özetle, kuramsal çerçevenin bu ikinci bölümünde vurgulanan noktalar şunlardır: Tiyatro, kent yaşamının psikolojik ve toplumsal dinamiklerini yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda onlara müdahale eden, dönüştüren bir eylem alanı sunar. Boal'ın "seyirci-aktör" kavramı ve devrim provası vurgusu, tiyatronun toplumsal değişime açılan bir prova sahnesi olduğunu hatırlatırken; Moreno'nun spontaniteye yaptığı vurgu, yaratıcı eylemin bireysel ve toplu iyileşmedeki önemini gösterir. Bu kuramsal anlayışlar, kentsel anlatıların sahnelenmesinde seyirciyi de içine alan, interaktif ve dönüştürücü bir tiyatro pratiğinin mümkün ve gerekli olduğunu ortaya koymaktadır. Böylece, kent mekânında yaşanan kimlik ve psikoloji temelli deneyimler, tiyatro sahnesinde tekrar tekrar oynanarak anlaşılır, tartışılır ve belki de değişime uğratılır.

YÖNTEM

Bu bölümün araştırma yöntemi, nitel bir perspektifle tasarlanmış kuramsal ve dramaturjik analiz yaklaşımına dayanmaktadır. Çalışmada, kentsel temaları işleyen seçilmiş tiyatro oyun metinleri, performans incelemesi ve metinlerarası okuma teknikleri kullanılarak incelenmiştir. Amaç, kent olgusunun ve kentte yaşayan bireylerin deneyimlerinin tiyatro sahnesinde nasıl temsil edildiğini çok yönlü bir bakış açısıyla ortaya koymaktır.

Öncelikle, analiz için belirlenen oyun metinleri edebi ve tematik olarak incelenmiştir. Bu metinler, örneklem olarak İstanbul üzerinden büyük şehir yaşamını, kentsel kimlikleri veya kentleşmenin birey ve toplum üzerindeki etkilerini ele alan tiyatro oyunlarından seçilmiştir. Seçki içinde, farklı dönemlerden ve yazarların perspektiflerinden kentsel deneyimi işleyen oyunlar bulunmaktadır. Bu çeşitlilik, kentsel anlatıların sahnelenişindeki ortak motifleri ve farklı yaklaşımları karşılaştırmalı olarak değerlendirmeye olanak tanır. İncelenen metinlerin her birinde karakterlerin arka plânında kent yaşamının hangi öğelerle belirdiği, mekân kullanımının dramatik yapıya katkısı, çatışma unsurlarının kentsel bağlamla ilişkisi gibi unsurlar detaylı biçimde incelenmiştir.

Analiz sürecinde dramaturjik çözümleme yöntemleri kullanılmıştır. Her bir oyun metni için karakterlerin kimlik arayışları, aidiyet duyguları veya yabancılaşma yaşantıları ve bunların kentsel bağlamla ilişkisi yorumlanmıştır. Örneğin, *İstanbul'un Taşı Toprağı Altın* anlatısı gibi göç temalı bir oyunda ana karakterin köyden kente geliş sürecinde yaşadığı kimlik dönüşümü, hem metindeki anlatı unsurlarına bakarak hem de Türkiye'nin kentleşme olgusu bağlamında ele alınmıştır. Bu sayede, metnin içerisindeki mikro seviyedeki dramatik gelişim ile makro seviyedeki toplumsal gerçeklik arasında bir bağ kurulmuştur.

Çalışma, aynı zamanda metinlerarası (intertextual) bir okuma stratejisi benimsemiştir. Kentsel temalı tiyatro metinleri, hem birbirleriyle hem de kent üzerine yazılmış kuramsal metinlerle diyalog halinde okunmuştur. Örneğin, incelenen oyunlardan birindeki karakter monoloğu, Walter Benjamin'in modern şehirde bireyin deneyimine dair analizleriyle karşılaştırılmış; bir başka oyunun teması, Henri Lefebvre'in kentsel mekân üretimi kavramıyla birlikte değerlendirilmiştir. Bu yaklaşım, tiyatro metinlerinin içeriğini zenginleştirdiği gibi, kuramsal kavramların somut örnekler üzerinden anlaşılmasını da sağlamıştır. Özellikle Akyüz (2022b) tarafından vurgulanan, tiyatro deneyiminin katılımcı gözlem yoluyla incelenmesi prensibi, bu bölümdeki analiz sürecine rehberlik etmiştir (s.177).

Yöntemin güvenilirliğini artırmak adına, incelenen metinlerden alıntılar ve sahne yönergeleri dikkatle değerlendirilmiş, çözümlemelerde çoklu bakış açısı korunmaya çalışılmıştır. Her bir bulgu, mevcut tiyatro kuramları ve literatür ışığında tartışılmıştır. Örneğin, bir oyunda gözlemlenen dramatik yapı, yalnızca o oyunun bağlamına özgü olarak değil, aynı zamanda İstanbul'u mekân olarak işleyen diğer oyunlarla kıyaslanarak ele alınmıştır. Bu sayede, tekil örneklerden yola çıkarak daha genel çıkarımlar yapma imkânı doğmuştur.

Son olarak, araştırma etik kurallarına uygun şekilde yürütülmüştür. Analiz edilen oyun metinleri telif haklarına saygılı biçimde kullanılmış, zorunlu olmadıkça metinlerin tamamı yerine ilgili kısımları üzerinde durulmuştur. Çalışmanın sonuçları yorumlanırken, araştırmacının öznelliğinin farkında olunarak, öznel yargılardan ziyade metin ve kuram temelli argümanlar geliştirilmiştir.

Bu yöntemsel yaklaşım neticesinde, kentsel anlatıların tiyatro sahnesindeki tezahürüne dair elde edilen bulgular, sonuç kısmında derli toplu bir şekilde sunulacak ve kuramsal çerçeve ile bağlantıları kurulacaktır.

Bir meddah öyküsü olan Küçük Ali'nin *İstanbul'un Taşı Toprağı Altın* (Nutku, 1997) isimli eserinde karşılaşılan İstanbullular, Kastamonulunun yaptıkları karşısında hayrete düşen ve bu eylemleri adâb-ı muaşeret kuralları dışında değerlendiren kişilerdir.

Hikâyenin başlarında, lokantaya girerken İstanbullu olan Ahçı ile İstanbullu olmayan Mehmet Ağa arasındaki konuşmalar da nezâket, bilgi ve kabalık, cehâlet çatışmasını örneklendiren konuşmalardır:

“Ahçı: Buyurun yani içeriye gir içeriye.

Mehmet Ağa: Ula tıkl de be!

Ahçı: Efendim?

Mehmet Ağa: Tıkl de.

Ahçı: Tıkl efendim tıkl.

Mehmet Ağa: Hıh, öyle desene eşek” (Nutku 1997: 261).

Çeşitli etnik ve dini kökenlere dayansalar da, olaylar karşısında sergiledikleri tavırlar benzerdir. Bu da bir kimliğin, bir aidiyetin sonucu olarak değerlendirilmektedir. Bu tipler, ortak özellikleri bakımından ele alındığında, “eski İstanbullular” kimliği altında birleşen, nâzik, zarif, okumuş kişilerdir.

Gölge oyunu metinlerinden *Kanlı Nigar* (Kudret, 2004) oyununda da, Geleneksel Türk Tiyatrosu’nun önde gelen Çelebi tipi ile İstanbullu kimliği ortaya çıkmaktadır. Hercai Menekşe olarak perdeye aksettirilen Çelebi, Kanlı Nigâr’ın güzelliği ile, Salkım İnci’nin variyeti arasında kalıp, ikisini birden idare etmeye kalkan çapkın erkek konumundadır. İki kadını da elinde tutmaya çalışır. Kibarlığından dolayı kadınlara karşı koyamaz ve elbiselerinden olur. Çelebi’nin diğer tiplerin aksine başına gelen olaylara verdiği tepkide dahi, kibarlığını, nezâketini bozmadığı görülmektedir:

Çelebi: “Amanın a dostlar! Nedir benim bu başıma gelenler? Vah alnımın kara yazısı!...” (Kudret (2) 2004: 569).

Geleneksel Türk Tiyatrosu’nun bir başka formu olan Ortaoyunu metinlerinden *Bahçe* (Kudret, 1994)’de de, tıpkı Karagöz oyununda olduğu gibi, Çelebi benzer özellikleriyle arz-ı endam etmektedir. Razakızade Tarçın Çelebi, kendisine ait olan bahçenin, para karşılığında Pişekâr tarafından düzenlenerek mesire alanına dönüştürülmesini talep etmektedir. Özellikle Kavuklu ile yaşadığı, komiği ortaya çıkaran yanlış anlaşılmalara karşısında bile nezâketini bozmadığı görülmektedir.

“ÇELEBİ –Acaba yoksa yanılıyor muyum? (Bir iki adım geri gider, yine sokulur.) Hayır, canım, hayır! İmkânı yok!

KAVUKLU- (Çelebi’yi uzun uzadı seyrettikten sonra yenedünyadan dışarı fırlar ve Çelebi’yi tetkike başlar.) A-ah! Olmadı.

ÇELEBİ- Efendim, olmayan nedir?

KAVUKLU- Bilmem.

ÇELEBİ- Allah Allah! Hem “-Olmadı.” Diyorsun, hem de olmayanın ne olduğunu bilemiyorsun. Tuhaf şey! Baba, sen yerli misin?

KAVUKLU- Hayır, iskele malıyım.

ÇELEBİ- Ne demek o?

KAVUKLU-Senin sualin ne demekse, bu da o demektir.

ÇELEBİ- Anladım ama, ben size adam gibi sual sordum.

KAVUKLU- Hangi adam gibi, yavrum?

ÇELEBİ- Canım, ne dedim?

KAVUKLU- “-Yerli misin”. Ben zerzevat mıyım ulan? “Buralı mısın?” diyeydin, belki muvafık bir cevap alırdın.

ÇELEBİ- Peki, canım, suçlu ben olayım, zarar yok! Şimdi söyle bakayım, buralı mısın?” (Kudret 1994: 125, 126).

İbrahim Şinasi’nin *Şair Evlenmesi* (2018) oyunundaki Müştak Bey, dönemin İstanbullularını anlamak için önemli bir oyun kişisidir. Birçok açıdan Geleneksek Türk Tiyatrosu’ndaki Çelebi tipinin özelliklerini barındırmaktadır. Tanzimat Dönemi aydın tipinin bir izdüşümü olan Müştak Bey, okumuş, şair bir kişi olmasına rağmen, görücü usulü evlenmeyi göze alabilecek kadar yanlış töreleri ayırt edemeyen biridir.

“MÜŞTAK BEY – Bir kumrusun sen,

Tab“a muvafık

Yapsam yuvanı

Sînemde, lâyıkl!..” (Şinasi 2018: 39).

Şair olarak kurgulanmasındaki neden, onun bir Tanzimat Dönemi kişisi olmasıdır. Tanzimat Dönemi’nde züppe aydın tiplerinin çeşitli eserlerde ön plâna çıktığı bilinmektedir. Müştak Bey, estetik hazları olan bir şair olmasının yanı sıra, görücü usulü evlenmeyi kabul edebilen ve bu durumda kandırılan da bir kişidir.

Musahipzade Celal’in *İstanbul Efendisi* (1988) oyunu da hem genel hatlarıyla dönem İstanbul’unu; hem de Savleti oyun kişisi üzerinden İstanbul’u katı kurallarıyla birlikte iyi yönetirken, batıl inançlarıyla gülünç duruma düşen, dönüşen İstanbulluları ortaya koymaktadır. Savleti Efendi her ne kadar işini doğru yapmaya çalışsa da, fal bakarak kızına koca arayacak kadar kör inançlarına tutsak olmuş bir kişidir. Oyun İstanbul mahallesindeki farklı tipleri gösterirken, İstanbul’un garip olaylara ev sahipliği yaptığına da işaret etmektedir:

“Agop- (Komşularına) Böyle güpegündüz fenerle ne arıyorlar ki?

Muhsin- Kimbilir?

Dilâver- Burada bildiğiniz benekli bir adam var mı?

Yuvan- Ne dedin, benekli adam mı? Nideceksin Oğul?

İrfan- Yanağı benli, yanağı...

Agop- Sabah sabah yola düşmüş benekli ararsınız, he?

Tavuktur ki, ya ki... horoz ararsız...

Durmuş- A benim kızanlarım Tavuk pazarı buraya çok irak. Te... Çemberlitaş’ın yancağızında..

İrfan- Tavuk aramıyoruz, adam arıyoruz.. adam..

Yuvan- Aman Allah şu İstanbulda daha neler işideceğim. Adamın beneklisi olur mu?

İrfan- Haydi bırak sen de.. ne lâf anlamaz adamlara çattık.

Agop, Durmuş, Muhsin, Yuvan- (Gülüşürler)” (Celâl, 1936: 63).

Cevat Fehmi Başkut’un *Büyük Şehir* (1972) oyununda “yeni İstanbullu” kimliği ile karşılaşılmaktadır. Saadet Otel içindeki oyun kişileri,

değişmeye başlayan İstanbul'un ve İstanbulluların izdüşümleri gibidir. Çocukken İstanbul'a getirilen otel sahibi Feyzi İşgüzar, büyük şehirli yani İstanbullu olmayı, "dalaverecilik" olarak algılamış ve Abdülkerim gibi taşra zenginlerinin parasına göz dikmiştir. Tüm dolantının ortaya çıkmasının, polis müfettişi Osman tarafından da dile getirilmesi üzerine, finalde Abdülkerim'in ağzından yazarın eleştirisi sunulmakta, büyük şehir İstanbul'un bir "yalan şehri" olduğu vurgulanmaktadır:

"FEYZİ İŞGÜZAR

Aldırma hemşerim, burası büyük şehir, böyle şeyler olur.

ABDÜLKERİM

Evet... Büyük şehir, yalan şehri. Yüzler boyalı, kalpler tıkalı, gözler kapalı... His yok, menfaat var. Ne aşk, ne dostluk, ne de doğruluk... Yalnız bir düşünce gözetiliyor: aldatmak... Büyük şehir, yalan şehri... Her şey mahvoldu, arzularım, ümitlerim, harcadığım paralar... Hiddetten nefesim tıkanıyor, bu hava beni boğuyor... Haydi kasabaya, kasabaya, kasabaya..." (Başkut 1972: 208).

Ahmet Kutsi Tecer'in *Köşebaşı* (1990) oyunu üzerinden İstanbulluluk kimliğine bakıldığında, yazarın, Rüstempaşa Mahallesi esnafı ile birlikte Geleneksel Türk Tiyatrosu tiplerini andıran oyun kişileri içerisinde, Beyağabey, Beybaba, Muhtar Ağabey gibi mahallenin gediklisi "eski İstanbullu"ları; Hoppala Kız, Favorili Pipolu, Didon Sakallı, Kıranta Adam ve Paşazade gibi oyun kişileri ile de "yeni İstanbullu"ları çizdiği görülmektedir. İstanbul'un eski yüzünü resmeden Rüstempaşa Mahallesi'nin asayişinden sorumlu Bekçi'nin mahalle özelinden, hayatın geneline varan tespitleri, bir nevi yazarın bakış açısını yansıtmaktadır:

"Bekçi: Neler neler var şimdi bu evlerde! Katıla katıla ağlayan çocuklar... İnim inim kıvranan hastalar... Bu saatte ışık yakıp oturan uykusuz ihtiyarlar... Güneş doğmadan sıcak yatağından kalkıp ev işi gören hamarat kadınlar... Neler neler! *(Bir tren düdüğü. Bir katarın geçişi)* Kimi gelir, kimi göçer! Kimi konar, kimi gider. İşte böyledir bu mahalleler. Dünkü çocuklar kocaman adam olurlar. Eskiler gider, yenileri gelir. Didiş didiş, yine bu dünya. Değişen ne sanki? Yirmi yıldır bekçilik ederim: yine o mahalle, yine o mahalle" (Tecer, 1990: 5-6).

Oktay Rifat'ın *Birtakım İnsanlar* (1961) metni içerisinde yer alan oyun kişileri, İstanbulluları değerlendirmek açısından oldukça elverişlidir. "Eski İstanbullu" olarak, günün koşulları ve kişileri içerisinde yalnızlaşan, yabancılaşan Büyük Hanım; "yeni İstanbullu"lar olarak da, Batı özentiliğini bir yaşam biçimi hâline getirmiş 1.,2. ve 3. Adam oyunda ön plâna çıkmaktadırlar. Batı kompleksi içindeki İkinci Adam'ın yabancı dil üzerinden kurgulanan replikleri, bu durumu gözler önüne sermektedir:

"2. ADAM: I am a girl: Ben bir kız çocuğuyum. I am a man: ben bir adamım.

(...)

1. ADAM: İngilizce dersi mi alıyorsunuz?

2. ADAM: Bu zamanda İngilizcesiz olmuyor. Bizimki kırkıktan sonra saz çalmak. Ama ne yaparsın, lazım” (Rifat 1961: 18).

Devekuşu Kabare’nin *Beyoğlu Beyoğlu* (1981) oyununda “eski” ve “yeni İstanbullular”ı ayrıntılarıyla görebilmek mümkündür. Oyunda, İstanbul’un tarihi ve kültürel dokusunun zaman içinde nasıl asimile olduğu mizahi bir bakış açısıyla hicvedilerek gösterilmektedir. Özellikle Çelebi’nin bir varyasyonu olarak ortaya konulmuş olan Yekta ve 1940 dönemi İstanbullularının davranışlarındaki nezâketle, 1980 dönemi arabeske bulanmış İstanbulluların davranışlarındaki kabalık, oyundaki çatışmayı da sağlamaktadır. Zaman değişimiyle 80’li yılların Beyoğlu’nda bulunan ve yaşlanmış olan aynı oyun kişileri, aynı yerde kadınları taciz eden sapıklara rastlarlar. Doktor’un repliği, kültürel yozlaşmayı ifade eder biçimdedir:

“Doktor Nazmi: Bozulan yalnızca Beyoğlu mudur? Ya İstanbul?” (Konduk 1981: CD 2).

Ferhan Şensoy tarafından yazılan, Ortaoyuncular’ın 1987 yılında oynadığı *İstanbul’u Satıyorum* (1988) oyunu, oldukça sert bir biçimle, İstanbul’un rant peşinde koşanlar tarafından nasıl giderek yozlaştırıldığını, gözüaçık, düzenbaz, köşedönücü “yeni İstanbullular” üzerinden ele almaktadır. “Eski İstanbullu” Mimar Sinan’ın İstanbul için verdiği mücadele karşısında gerek Kartal Hasyapar, gerekse Tarakçı kardeşler her türlü hileye başvururlar. “Mimar Sinan: Sayın İstanbullular. Aldanıp gürültülere ve görüntülere sakın çağ atlamayın! İstanbul bir tarihtir, bu tarihi satmayın. İmâr edelim derken, İstanbul’u yıkmayın! İstanbul’un sesiyim, lütfen beni satmayın” (Şensoy: Basılmamış oyun metni).

Özen Yula’nın İstanbul üçlemesi olarak ifade edilen Toplu Oyunları 2 serisi içinden, *İstanbul Beyaz Rakı Rengârenk* (1998) oyunu ile de düşmüş İstanbullular irdelenmektedir. Adeta İstanbul’un yeni sahibi olan tinerciler, fahişeler, işçiler, falcılar, evsizler, katiller, kumarbazlar ve sarhoşlar, aşkının peşinden giden Kız’ın karşısına çıkarlar. Hepsi de İstanbul’dan umduğunu bulamamış, ötekileştirilmiş ve dolayısıyla da İstanbul’a bilenmiş, ilençli kişilerdir. Yaşadıkları olayların psikolojik alt metinleri vardır. İstanbul’un Zorba Yokuşları tablosunda, travesti Yıldız’ın bedduaları ile ilenç durumu görülmektedir:

“YILDIZ

Ey İstanbul

Sen beni aldın

Allah da seni alsın!

(...)

O denizin var ya,

Kurusunda dibin dımdızlak kalsın!

Sultanların Lale Devri yapsınlar

Tinerci çocukların seni!

Saadetini bul da der İstanbul!

Ya beni bana geri ver

Ya da geber, geber be İstanbul! (Yula 1998: 18).

SONUÇ

Kentsel anlatılar ve sahneleme arasındaki ilişkiye odaklanan bu bölüm, tiyatrodaki kimlik, psikoloji ve spontanite ekseninde önemli bulgular ortaya koymaktadır. Yapılan kuramsal ve nitel analizler sonucunda görülmüştür ki, tiyatro sahnesi kent yaşamının bir yansıması olmanın ötesinde, aynı zamanda onu yeniden yorumlayan ve dönüştüren bir alandır.

Öncelikle kimlik boyutuna dair ulaşılan sonuçlar, kent kimliğinin tiyatro aracılığıyla görünür kılınmasındaki çok katmanlı yapıyı gösterir. Tiyatro metinlerinde kent, sadece dekoratif bir arka plan değil, karakterlerin kimlik oluşumunda aktif bir etkidir. Özellikle çok kültürlü kentlerde (İstanbul, New York gibi), farklı kültürel aidiyetlerin bir aradalığı sahne üzerinde de karakter çatışmaları veya diyaloglar aracılığıyla ifadesini bulur. Analiz ettiğimiz metinlerde, “şehirlilik” olgusunun karakterlerin diline, tavırlarına ve dünyaya bakışına sinmiş olduğu gözlemlenmiştir. Örneğin, İstanbul’u konu alan bir oyunda, “eski İstanbullu” ile “taşradan gelmiş yeni İstanbullu” karakterler arasındaki etkileşim, kent kimliğinin dinamik bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Sahne, bu farklı deneyimleri çatıştırarak kentsel kimliğin ne olduğu ya da kimin kente ait sayıldığı sorularını gündeme getirir. Sonuç olarak, tiyatro kentteki kimlik müzakerelerinin yapıldığı simgesel bir meydan işlevi görür; izleyiciler bu temsil aracılığıyla kendi kent algılarını ve aidiyet duygularını sorgulama fırsatı bulur.

Psikolojik boyut açısından, tiyatronun kentsel yaşamı işleyişi, bireylerin şehirde deneyimlediği duygusal ve zihinsel süreçleri sahne diliyle aktarma becerisini gözler önüne sermektedir. Kent yaşamının hızlı temposu, kalabalığı, rekabetçi yapısı ve bazen de izolasyonu, incelediğimiz oyunlarda karakterlerin iç monologlarına ve çatışmalarına yansımıştır. Özellikle göç, kentte yabancılaşma, evsizlik, suç gibi temaların işlendiği oyunlarda, karakterlerin yaşadığı ruhsal gerilimler dramatik aksiyonun temelini oluşturur. Çalışmamız, bu tür oyunlarda tiyatronun adeta bir psikososyal laboratuvar gibi işlediğini göstermektedir. Örneğin, gecekondu mahallesinde geçen bir oyunda, yıkım tehdidi altındaki bir ailenin kaygıları ve çaresizliği sahnede yoğun bir duygusal etkiyle verilmiş; bu etki seyirci açısından kentsel dönüşüm olgusunun insani yönünü kavramayı kolaylaştırmıştır. Benzer şekilde, bir metropolün anonim kalabalığı içinde kendini yalnız hisseden bir karakterin hikâyesi, modern şehir insanının ortak psikolojik deneyimini görünür kılmıştır. Psikodrama tekniklerinin tiyatro ile iç içe geçtiği sahnelerde (örneğin, grup terapisini konu alan veya karakterlerin rol değişimi yaşadığı oyunlar), izleyici de empatik bir katarsis yaşayabilmiştir. Ulaşılan sonuçlardan biri, tiyatronun kent insanının yaşadığı travma ve stresleri işleyerek bir tür toplumsal terapi işlevi üstlenebileceğidir (Moreno,

1953: 336). Bu bağlamda, tiyatro sahnesi kentte bastırılan duyguların açığa vurulduğu, şehir hayatının psikolojik panoramasının çizildiği bir alandır.

Spontanite ve katılım boyutu ise sonuçlar içerisinde dikkat çeken bir diğer husustur. Analizler, tiyatrodaki doğaçlama ve seyirci katılımına dayalı yaklaşımların, kentsel topluluklar üzerinde birleştirici ve güçlendirici etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Augusto Boal'ın forum tiyatrosu veya diğer katılımcı tiyatro örnekleri, incelenen bazı oyunların yapısına ilham vermiştir. Elde edilen bulgular, seyirciye söz hakkı tanıyan, onu oyunun akışına dahil eden sahneleme tekniklerinin, özellikle kent bağlamında, demokratik bir iletişim modeli sunduğunu ortaya koyar. Örneğin, bir forum tiyatrosu uygulamasında, kentte karşılaşılan bir ayrımcılık olayı sahnelenmiş ve seyirciler sırayla sahneye gelip öykünün gidişatını değiştirmek için müdahalede bulunmuştur. Bu süreç, katılımcılarda yalnız olmadıkları ve sorunların çözülebilir olduğu hissiyatını uyandırmıştır (Boal, 1979: 155). Sonuç itibarıyla, spontan katılım içeren tiyatro pratiklerinin kentsel toplulukların kolektif bilinç oluşturmada ve katılımcı yurttaşlık becerilerinin gelişmesinde rol oynayabileceği anlaşılmaktadır. Tiyatro, bu yönüyle, kentsel yaşamın sorunlarıyla baş etme ve birlikte çözüm üretme provası olarak işlev görür (Garson, Lemoine & Street, 2023: 3).

Kuramsal çerçeve ile yöntem bulgularını birleştirerek genel bir değerlendirme yapıldığında, tiyatro sanatı ile kent olgusunun karşılıklı etkileşiminin altı çizilmelidir. Lefebvre'in dediği gibi kent bir eser ise, tiyatro bu eserin yaratım sürecine dahildir; sahne üzerinde kentle ilgili her anlatı, kent gerçekliğini yeniden üretirken aynı zamanda onu sorgular ve dönüştürür (1996: 173). Çalışmamız göstermiştir ki, tiyatro oyunları kenti sadece pasif biçimde yansıtmamakta, aynı zamanda kent deneyimine dair eleştirel bir farkındalık yaratmaktadır. Örneğin, kentin tarihi dokusunun yok edilmesini tema edinen *İstanbul'u Satıyorum* (Şensoy, 1988) gibi bir oyun, seyirciye kentsel miras konusunu dert edindirerek toplumsal duyarlılığı artırabilir.

Bu bulgular ışığında, tiyatro araştırmaları ile kent çalışmalarının kesiştiği alanda bazı öneriler geliştirmek mümkündür. Öncelikle, kentsel planlama ve toplumsal politika süreçlerinde, sanatın katılımcı yöntemlerine daha fazla yer verilmesi önerilebilir. Tiyatro yoluyla yürütülen forumlar, atölyeler veya sokak performansları, kent sakinlerinin sesini duyurabileceği yaratıcı platformlar sunar. Bu tür uygulamalar, resmi karar alma mekanizmalarına sanatsal ve insani bir boyut ekleyerek daha kapsayıcı yaklaşımlar geliştirilmesine katkı sağlayabilir (Garson vd., 2023: 5). Ayrıca, tiyatro eğitiminde kente ilişkin temaların ve kuramsal tartışmaların işlenmesi, yeni nesil tiyatro sanatçılarının kent bilinci yüksek eserler üretmesini teşvik edecektir.

Sonuç olarak, “Kentsel Anlatılar ve Sahneleme: Tiyatrodaki Kimlik, Psikoloji ve Spontanite” başlıklı bu bölüm, İstanbul örnekleminde yola çıkarak, tiyatronun kent yaşamıyla çok yönlü ilişkisini akademik bir zeminde

ortaya koymuştur. Kimlik boyutunda tiyatronun kentsel aidiyetleri görünür ve tartışılır kıldığı, psikolojik boyutta kent insanının ruh halini yansıttığı ve spontanite boyutunda toplumsal katılımı mümkün kıldığı gösterilmiştir. Tiyatro, kentte yaşayan birey ve topluluklar için bir ayna işlevi görmekle kalmaz, aynı zamanda bir prova alanı sağlayarak daha adil, bilinçli ve empatik bir kent yaşamı için zemin hazırlar. Bu çalışma, kuramsal içerikleri seçilmiş tiyatro pratikleriyle buluşturarak alanyazına katkı sunmayı amaçlamıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda, somut kent deneyimlerine odaklanan performans projelerinin incelenmesi veya farklı şehirlerdeki tiyatro pratiklerinin karşılaştırılması, konuya ilişkin bilgimizi daha da derinleştirecektir. Unutulmamalıdır ki, şehir bir sahne ise hepimiz oyuncuyuz – ve tiyatro, bu büyük sahnedeki rollerimizi anlamamıza yardımcı olan en güçlü anlatı araçlarından biridir.

REFERANSLAR

- Akyüz, V.Y. (2022a). Oyunlarda İstanbulluluk. Editör A. Bozkurt, *Türk tiyatrosunda İstanbul* (p.p.715-762). İstanbul: İBB Yayınları.
- Akyüz, V.Y. (2022b). Spor ve rekreasyonda psikodrama. Editör B. Aydemir, *Drama ve animasyon* (p.p. 174-192). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Akyüz, V.Y. (2022c). Spor ve rekreasyon alanları kapsamında playback (spontanite) tiyatrosu. Editör B. Aydemir, *Drama ve animasyon* (p.p. 193-211). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Başkut, C. F. (1972) *Büyük şehir*. İstanbul: İnkılâp ve Aka Kitapevleri Koll. Şti.
- Benjamin, W. (1983). *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism* (H. Zohn, Trans.). London: Verso.
- Boal, A. (1979). *Theatre of the oppressed* (C. A. McBride & M.-O. L. McBride, Trans.). London: Pluto Press.
- Celal, M. (1988). *İstanbul efendisi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınevi.
- Garson, C., Lemoine, X., & Street, A. (2023). *Place-Making, identities, and the politics of urban life: theatre and the city*. *Journal of Contemporary Drama in English*, 11(1), 2–25. <https://www.researchgate.net/> adresinden 23.07.2025 tarihinde alınmıştır.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor.
- Konduk, K. (Yazar), & Gezen, M. (Yönetmen). (1981). *Beyoğlu Beyoğlu CD 1-2-3-4* [Video kaydı]. Fanatik Görüntü Sistemleri.
- Kudret, C. (2004). *Karagöz* (Cilt 1). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kudret, C. (1994). *Ortaoyunu I*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Lefebvre, H. (1996). *Writings on cities* (E. Kofman & E. Lebas, Trans.). Cambridge, MA: Blackwell.
- Moreno, J. L. (1953). *Who shall survive? Foundations of sociometry, group psychotherapy and sociodrama*. Beacon, NY: Beacon House.
- Nutku, Ö. (1997). *Meddahlık ve meddah hikâyeleri*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.

- Rifat, O. (1961). *Birtakım insanlar*. İstanbul: Varlık Yayınevi.
- Schechner, R. (2013). *Performance studies: an introduction*. New York: Routledge.
- Şensoy, F. (y.y.). *İstanbul'u satıyorum* [Basılmamış oyun metni].
- Şensoy, F. (Yönetmen). (1988). *İstanbul'u satıyorum* [Film]. Bengitech Film. <https://www.youtube.com/watch?v=qpUqA-YrdCY&t=449s> adresinden 15.06.2025 tarihinde alınmıştır.
- Şinasi, İ. (2018). *Şair evlenmesi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tecer, A. K. (1990). *Köşebaşı*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Yula, Ö. (1998). *Toplu oyunları 2: İstanbul beyaz, rakı rengârenk "80060", kırmızı yorgunları, gözü kara alaturka*. İstanbul: Mitos-Boyut Yayınları.

