

Etkileşimli Anlatılar ve Tasarım: Çizgi Roman, Video Oyunlar ve Oyunlaştırma Arayüzünü Keşfetmek

editör:
Nadire Şule Atılgan
Rasim Sarıkaya

Etkileşimli Anlatılar ve Tasarım:
Çizgi Roman, Video Oyunlar ve
Oyunlaştırma Arayüzünü
Keşfetmek

Editör

Nadire Şule ATILGAN

Rasim SARIKAYA



Etkileşimli Anlatılar ve Tasarım: Çizgi Roman, Video Oyunlar ve
Oyunlaştırma Arayüzünü Keşfetmek

Editörler: Nadire Şule ATILGAN, Rasim SARIKAYA

Genel Yayın Yönetmeni: Berkan Balpetek

Kapak Tasarımı: Nadire Şule ATILGAN

Sayfa Tasarımı: Duvar Design

Yayın Tarihi: Nisan 2025

Yayıncı Sertifika No: 49837

ISBN: 978-625-5551-53-5

© Duvar Yayınları

853 Sokak No:13 P.10 Kemeraltı-Konak/İzmir

Tel: 0 232 484 88 68

www.duvar yayinlari.com

duvarkitabevi@gmail.com

Alıntı yapmak için:

Soyad1, A. A., & Soyad2, B. B. (2025). Bölüm başlığı. In N. Ş. Atılgan & R. Sarıkaya (Eds.), Etkileşimli anlatılar ve tasarım: Çizgi roman, video oyunlar ve oyunlaştırma arayüzünü keşfetmek (ss. xx-xx). Duvar Yayınevi. <http://internetsayfasi.com/yayinin-bulundugu-sayfa>

Metin İçi Atıf: (Soyad, 2025

"Yayınevi ve editörler, yazar(lar) tarafından ifade edilen görüşler, düşünceler ve olası etik ihlallerden sorumlu tutulamaz. Kitabın tüm içeriğine ilişkin sorumluluk yalnızca yazar(lar)a aittir."

1980'lerin büyümeyi reddeden
oyuncu çocuklarına...

Sunuş

1950'lerden bu yana araştırılan ancak 1970 ve 80'lerde gündelik hayatımıza giren video oyunları o zamanlar sadece hoşça vakit geçirmeye yararken, bugün (2025) kültürümüzün önemli bir parçası haline gelmiş durumda... Bizler sadece birkaç senedir bu tür oyunları şekillendiren dilin insan kültürünü değiştirdiğini ya da değiştireceğini konuşurken, sınırsız ürünlerle biçimlendirilen geleceğin dünyası için çocuklarımız okumayı öğrenmeden kodlamayı öğrenmeye başladılar. Artık basit olarak "uygulama/application" adını verdiğimiz bu türden ürünler; Augmented Reality gibi teknolojilerle birleştikçe gündelik yaşamda pratik görevlerde de kullanılabilecek duruma geldiler. 3 boyutlu prototipleme sistemleriyle ve robotik bilimindeki gelişmelerle yaratılan yeni yaşam formlarının eli kulağındadır!

Tüm gündelik koşuşturma, çalışma arasında yeni teknolojiler hepimizi etkiliyor. Gelişmekte olan insan"oğlu/kızı" olarak Öğrenmeye açıldığımız her gün biraz daha çoğalıyor. Öğrenecek, test edilecek ve uygulayacak konunun çokluğuna rağmen gelecekte moderniteyle birbirinden doğmuş ve ayrılmış; tasarım ve sanat alanların mühendislik tasarımı, tıp, eğitim gibi alanlarla birleşme ve melezleşme eğiliminde olduğunu fark etmemek olanaksız. Bir mühendislik ürününün ürün tasarımı, grafik tasarım, ara yüz tasarımı vb. olmadan varlığını sürdürmesi ihtimalinin azlığı 21. Yüzyılda bile belirsiz sınırlara sahip tasarım alanlarını iç içe geçirdiği kadar diğer alanları da tasarım ve kültür alanlarına yaklaştırıyor. Her geçen gün mühendislik ya da bilişim alanlarından, edebiyat ya da hukuk mezunlarının tasarım alanında lisans üstü programlarımıza başvurduklarını görüyorum. Ne yazık ki alanlar arasında bilgi farkı (matematik, fizik, kodlama vb.) tasarımcıların mühendislik alanında lisans üstü eğitimi düşünmelerine engel oluyor. Diğer taraftan ilköğretimde başlayan kodlama ve robotik eğitimi sonucu yetişen neslin bu sınırları birkaç sene içinde zaten aşacak olmasının yanı sıra, bugün umut verici bir şekilde; öğrenme ve eğitim hakkında küresel yönelimler, tek tük de olsa kendi kişisel istek ve hırslarıyla bu engelleri aşanların varlığı, yaygınlaşan *maker culture* (yapımcı kültürü) ve *DIY kültürü* (kendin yap! kültürü) bu tür sorunların üstesinden gelinebileceğini gösteriyor. Kendi adıma bu türden etkileşimlerle çok güçlü ürünlerle daha bir "Cesur/Güzel Yeni Dünya¹" ortaya çıkmasını bekliyorum. Doğal olarak yeni ürünler beraberinde özgün etik sorunları da getiriyor. Dünyanın yeni bir tuhaf çağa girdiğini ve temel insanlık değerlerinin yıkıma uğradığını şaşkınlıkla izliyoruz.

¹" Brave New World, Cesur/Güzel Yeni Dünya" İngiliz yazar Aldous Huxley'nin 1932'de yayınlanan distopik romandır. Shakespeare zamanında "güzel" anlamına gelen "brave" kelimesi bugün Cesur olarak çevrilir. Sıkı bir şekilde kontrol edilen toplum için tasarlanan geleceği anlatır.

Yine de umudumuzu korumak yaşama gücünü bulmak için gerekli. Kodlama ve robotik desteği ile gelişmekte olan 3 boyutlu üretimi, canlı yapı tasarımı gibi konuları vb. üniversite eğitimine tıp fakültesinde başlamış bir endüstri ürünleri tasarımcısı olarak heyecanla çok uzun zamandır bekliyordum laf aramızda...

Bugün kendi öğrenmelerini yönlendiren ve yönlendirecek bireyler olarak gençlerin dünyaya eleştirel gözlerle, umutla bakmalarını, hayal güçlerini geliştirmek için ilgileri çerçevesinde bol okumalarını öneriyorum. Bu yolla ilgi alanlarını genişletmelerinin her alanda yaratıcılık konusunda çok önemli rol oynadığını bilmelerini isterim.

2000'li yıllarda değinmiş olduğum 21. Yüzyılda Oyun ve Oyuncağın Yükselişi ya da DIY / Kendin Yap! kültürü, Maker / Yapımcı kültürü ile Anti-Kapitalist ideallerin üretimi ile ilgili makalelerde de belirttiğim üzere, sadece çocuk dünyasını değil yetişkin dünyasını da etki altına alan oyun ve oyuncağın zaman kaybı gibi görüldüğü günlerden bugüne geldiğimiz durumu özetlersek: oyun ve oyuncağın bugün hemen her ürüne yerleştiğinin çıplak gözle ☺ de görüldüğünü; uzman olmayanlar tarafından da artık algılanabilir hale geldiğini söyleyebiliriz. 30 yıllık bir geçmişe sahip öğrenimdeki uygulamalar oyunlaştırma ile öğrencileri aktif tutma konusunda başarı elde ederken, bir taraftan bu kazanımlar belli ki oyun ile iş yaşamını birleştiren uygulamalara evrilerek genişleyecek (Atılğan Nadire Şule, (2008)², (2009)³, (2013)⁴, (2013)⁵, (2014)⁶).

Bizler Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nde yeniliklere ayak uydurma konusunda öncü olmak üzere çalışıyoruz. 40. Yılında 2024 Mart ayı itibarıyla Fakültemiz içinde sanat ve tasarımla şekillendirilen programı olan Dijital Oyun Tasarımı Bölümü'nü kurduk. Aynı anda Etkileşimli Anlatılar ve Tasarımı keşfetmek için çalışmalarına başladığımız elinizde tuttuğunuz bu kitap, çizgi romanlar, video oyunları arasındaki karmaşık ilişkileri sorgulamak üzere 11 ayrı yazar tarafından ele alınarak oluşturuldu. İnteraktif hikâye anlatımının dinamik formları olan çizgi roman ya da animasyon, etkileşim içeren uygulamalar ve elektronik kitap uygulamaları izleyicilerin ilgisini çekme ve sürükleyici deneyimleri geliştirme konusunda ortak bir zemini paylaşıyor. Çizgi romanlarda ve elektronik kitaplarda ya da video oyunlarında birleşen anlatı yapılarının analizi, hikâye anlatma tekniklerinin entegrasyonları, anlatı tasarımında başarılı

²Atılğan Nadire Şule, (Fall 2008). "Gündelik Yaşamın Estetize Edilişinde Oyuncak ve Gelişen Rolü", The Journal Of International Social Research, Volume1, Issue:5, 71-80, ISSN: 1307-9581

³ Atılğan Nadire Şule, "Töz'ün Oyuncak Hali: XXI. Yüzyılda Oyun ve Oyuncağın Yükselişi", II. Uluslararası Türk El Dokumaları (Tekstil) Kongresi ve Sanat Etkinlikleri, 275-281, Konya, (2009).

⁴ Atılğan Nadire Şule, "Sanat, Tasarım, Oyuncak: 20. yy Avant-Garde", Sanat Yazıları 25-26, Güz 2013, Sayı 25/26, 101-112, ISSN:1300-6665. (2013).

⁵ Atılğan Nadire Şule, "Ethics, Culture and Production of Anti-Capitalist Ideals: Emerging Craft Consumer and DIY Activities on Web 2.0", The Inaugural European Conference on Arts and Humanities Thistle Brighton, Brighton, UK, July 18-21 (2013). ISSN 2188-1111 pp 447-452)

⁶ Atılğan Nadire Şule, "Toy as an Object of Prosumption and Designer as a Craft Consumer", EJRE European Journal of Research and Education Vol 1, Special Issue 1, Art in Education (2014). ISSN 2147- 6284 pp. 51-55.

uyarlamaların ve yenilikler üzerine uygulama çalışmalarından gelen deneyimleri ortaya koyuyor. Anlatılardaki etkileşimli unsurları keşfediyor. Örnek uygulamalar, kültürel öğelerin bu alanlarda grafik tasarıma etkisinin incelenmesi, tasarımcıların farklı kültürel etkileri çalışmalarına nasıl dahil ettiğine ilişkin vaka çalışmaları kitabın konusunu oluşturuyor. Video oyunu grafikleri ve estetiğinin çizgi roman sanatı üzerindeki etkisinin analizi, çizgi roman sanatçılarının görsel öğelerini hikâye anlatımlarına nasıl dahil ettiklerini keşfetmek ve kasıtlı olarak video oyunu estetiğini benimseyen çizgi romanlarla ilgili örnek yaklaşımlar kitapta incelenebilir. Oyunlaştırılmış eğitim deneyimlerinde çizgi roman ve video oyunlarının rolleri, çizgi romanlar yoluyla öğrenmeyi geliştirmek için oyunlaştırma ilkelerini kullanma potansiyeli, çizgi romanları ve video oyunlarını birleştiren başarılı eğitim girişimlerine ilişkin vaka çalışmaları bu kitap sonunda geliştirilebilecek yenilikçi sorular olarak beliriyor.

Sonuç olarak, her yeni lisans üstü çalışmasını yönlendirirken, yüksek teknoloji projeleri ile tasarım ve sanatı birleştirmek, çalışan disiplinler arası bir yapı inşa etmek ve hayata geçirmek üzere çabalarırken, geleceği şekillendirmenin görevimiz olduğunun bilincinde olduğumuzu ve bu konuda aktif rol almak için çabalarımızı sürdürmekte olduğumuzu bir kez daha belirtmek isterim. Bana gelince bizi bekleyen gelecekte oyununun 😊 kurallarını belirlemede sanatçı ve tasarımcının şansını artırmak konusunda son derece kararlı ve heyecanlıyım. Tasarımın dünyayı daha yaşanabilir bir yer haline getirebileceğine olan inancım da ne olursa olsun hala yerinde duruyor. Bunun için de Hacettepe Üniversitesi bünyesinde tüm disiplinlerden profesyoneller için sanat ve tasarım temel öğrenimine dayalı Kreatif Endüstriler Tezsiz Yüksek Lisans Programını açmak için çalışmalarımızı tamamladığımızı müjdelemek isterim.

Kitabın oluşmasında emeği geçen doktora tez öğrencim Rasim Sarıkaya'ya ve kitapta yer alan yazılarıyla gurur kaynağım tüm öğrencilerime, oyun alanına katkı vermek üzere bilgilerini paylaşan akademisyen arkadaşlarıma emek ve katkılarından dolayı teşekkür ediyor ve başarılarından dolayı kutluyorum.

Bu kitabın her disiplinden tasarımcı için deneysel, yaratıcı elektronik oyunlar geliştirmeye yönelik, yenilikçi çalışmalara ve sorulara ilham veren bir kaynak olmasını diliyorum.

Tasarımcının daha yaşanabilir bir geleceği, kurmak için alanını genişletmesi dileğiyle...

Prof. Dr. Nadire Şule Atılğan
Hacettepe Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi
Dekanı Ankara, Nisan 2025

Bölümler

Bölüm 1 13

*PANELLERDEN PİKSELLERE: ÇİZGİ ROMANLARIN KÜLTÜREL YOLCULUĞU

Kültürel Yaratımın Nesnesi olarak
Türk Çizgi Romanı ve Görsel Anlatı Geleneği

Rasim SARIKAYA, Nadire Şule ATILGAN

Bölüm 2 39

* MİTOS VE MODERNİTE: TÜRK GÖRSEL ANLATI GELENEĞİNİN İZLERİNİ SÜRMEK

Kültürel Belleğin Taşıyıcısı Olan Mitolojilerin
Popüler Anlatılarda Temsili:Transmedya Uyarlaması Olarak
Türk Mitoloji Atlası Çizgi Romanı ile
Wayfarer: Nomadic Realms FRP Oyununda Türk Mitolojisi

Selin SÜAR

Bölüm 3 65

* DİJİTAL OYUN GELİŞİMİNDE ÇİZGİ ROMAN ESTETİĞİ

Çizgi Roman Estetiği ve Fumetti Tarzının
Video Oyunlar Üzerindeki Etkisi:
"Diabolik: The Original Sin Örneği İncelemesi"

Oğuz ŞENTÜRK, Rahmi AYDEMİR

Bölüm 4 ●————● 81

* ÇİZGİ ROMAN, VIDEO OYUNLARI VE OYUNLAŞTIRMA ARASINDA BAĞLANTILAR

İnteraktif Anlatılar ve Çapraz Medya Uyarlamaları:

Çizgi Roman, Video Oyunları ve Oyunlaştırmayı

Bütünleştiren Çapraz Medya Deneyimleri

Berk SAVİ

Bölüm 5 ●————● 113

* ANLATI: KÜLTÜREL VE SANATSAL UÇURUMLARI AŞAN ORTAK DENEYİM

Çizgi Romanların Oyun Dünyasındaki Yansımaları ve

QTE'nin Entegrasyonu: Ligne Claire İncelemesi

Rahmi AYDEMİR

Bölüm 6 ●————● 131

* DENEYSEL UYGULAMA: KÜLTÜREL DÜNYA MİRASININ TANITIMI

İllüstratif Arayüz Tasarımı ve Kültürel Dünya Mirası "KÖK"

Mobil Uygulama Tasarımı Örneği

Ardahan TORUK, Nadire Şule ATILGAN

Bölüm 7 ●————● 157

DENEYSEL UYGULAMA 2: SESSİZ KİTAP

Okul Öncesi Çocuklara Yönelik Hareketli,

Pop-Up ve Sessiz Kitap Uygulamaları

Emel Cansu BÜYÜKKÖSE, Nadire Şule ATILGAN

Bölüm 8 ●————● 179

* DENEYSEL UYGULAMA 2: ETKİLEŞİMLİ ANLATI OLARAK STOP MOTION

Etkileşimli Tasarım Süreci Olan Stop Motion Animasyonun

Etkileşimli Anlatıya Dönüştürülmesi

Süeda ŞATIR TORUK, Nadire Şule ATILGAN

Bölüm 9 ●————● 201

* DENEYSEL UYGULAMA 3: ACİL DURUM VE AFET YÖNETİMİNDE DİJİTAL ETKİLEŞİM

Kriz ve Afet Dönemlerinde

Dijital Medya ve Etkileşim Tasarımı

Deniz Yeşim TALUĞ DEMİRİZ

Bölüm 10 ●————● 221

* ANALİZ: VERİ GÖRSELLEŞTİRME VE ANIMASYON

Dijital Medyada Etkileşimli İnfografik Kullanımı

Duygu AKTAŞ DURMUŞ, Nadire Şule ATILGAN

bölüm 1

Kültürel Yaratımın Nesnesi olarak Türk Çizgi Romanı ve Görsel Anlatı Geleneği

Rasim SARIKAYA¹ Nadire Şule ATILGAN²

Özet

Cemal nadir güler tarafından yaratılan ve 1930'ların başından itibaren Yeni Posta gazetesinde yayınlanan "Amcabey" Türk çizgi romanı tarihinin ilk yerli çizgi roman serisi olarak kabul edilmektedir. Fakat başta Servet-i Fünun (1891-1944) dergisinde yayınlanan "Mündericatsız Hikayeler" olmak üzere yabancı çizgi roman örneklerinin, özellikle II. Meşrutiyet döneminden itibaren yayınlandığı görülmektedir

Görsel anlatı bağlamında Türk çizgi romanı ele alındığında ise; Türk minyatür geleneğinden bahsedilmelidir zira yazı-metin birlikteliğini içeren bir anlatı yapısına dayalı olarak bu örneklem dünya çizgi roman tarihinin öncüllerine eklenmektedir. 13. Yüzyılın ilk yarısında resimlendiği düşünülen "Varka ve Gülşah" 71 resimden oluşan anlatım yapısıyla görsel-metin birlikteliğinin yanında ardıcılık gereksinimlerini de karşılayan ilk örneklerdendir.

Türk çizgi romanının karakteristiğini, üslup özellikleri üzerinden okunabilmesi olanaksızdır. Bu özelliklerin büyük oranda batı etkisinde gelişim gösterdiği görülmektedir. Dolayısıyla gelişim sürecini ancak içeriğe dayalı olarak okumak mümkündür. Cumhuriyetin kuruluş dönemi Türk çizgi romanı, ulusal kimliğin inşa sürecinde kullanılan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan 1950'li yıllardan itibaren, kırsaldan kentlere doğru yaşanan büyük göç sonucu oluşan demografik değişim, çizgi romanın içeriğine yön vermiştir. Yaşanan Sosyal dönüşümün çizgi romanı da dönüştürürken popülerliğine koşut olarak çizgi roman da görsel kültürün dönüşümüne katkı vermiştir. Bu bağlamda, çizgi romanın Türk kültürünün oluşumu ve dönüşümü sürecine etkileri, çalışmamızın odağını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çizgi Roman, Görsel anlatı, Ulusal kimlik, İdeoloji, Kültür

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Grafik Tasarımı Bölümü

² Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi Dijital OyunTasarımı Bölümü

Abstract

"Amcabey", created by Cemal Rare Güler and published in Yeni Posta newspaper since the early 1930s, is considered the first domestic comic book series in the history of Turkish comics. However, it is seen that examples of foreign comics, especially "Mindericatsız Öyküler" published in the magazine Servet-i Fünun (1891-1944), were published especially after the 2nd Constitutional Monarchy period.

When Turkish comics are considered in the context of visual narrative; Turkish miniature tradition should be mentioned. Because, based on a narrative structure that includes writing-text unity, this example is incorporated into the premises of world comic book history. "Varka and Gülşah", thought to have been illustrated in the first half of the 13th century, is one of the first examples that meets the requirements of sequence as well as text-image unity, with its narrative structure consisting of 71 pictures.

It is impossible to define the characteristics of Turkish comics through stylistic features. These features appear to have developed largely under the influence of Western countries. Therefore, it is possible to define the development process only based on content. Turkish comics from the founding period of the Republic appear as a tool used in the construction process of national identity. On the other hand, the demographic change resulting from the great migration from rural to urban areas since the 1950s has shaped the content of comics. While the social transformation has also transformed the comic book, in parallel with its popularity, the comic book has also contributed to the transformation of visual culture. In this context, the effects of comics on the formation and transformation of Turkish culture constitute the focus of our study.

Keywords: Comics, Visual Narrative , National Identity, Ideology, Culture

1. Giriş

Çizgi roman tarih yazımı, türün tarihini Amerikan çizgi romanıyla başlatma eğilimindedir. Bu eğilim büyük oranda çizgi romanın güncel tanımlarına uyumlu örneklerin Amerikan tarihinde ortaya çıktığı savına dayanmaktadır. Bu tanımlarda yer alan en temel vurgulardan biri ise popülerlik kavramıdır. Bu tarihle birlikte çizgi roman türünün popülerlik kavramıyla karşılıklı bir bağımlılık geliştirdiğini kabul etmek gerekir. Bu bağlamda çizgi roman popülerliğine bağlı olarak gelişmiş ve geliştiği sürece popülerliği desteklenmiştir. Bu görüş çizgi romanın popülerliğinden bağımsız olarak da var olduğu bilgisini yadsıyarak çizgi romanı bir

Amerikan üretisi olarak kodlanmış ve öncülü örnekleri çizgi romanın kökeni olarak nitelenmiştir.

Bazı araştırmacılar tarafından William Hogarth ve literatürün geneli tarafından da Rodolphe Töpffer çizgi romanın babası olarak nitelenmiş ve bu iki ismin yaratımı çizgi roman türünün doğumu olarak kaydedilmiştir. Bu bağlamda çizgi romanın olgunluk çağı Amerikan çizgi romanına tekabül etmektedir. Bu tarihsel kırılmanın ardından Amerikan ekolünün dünya çizgi roman endüstrisinin yanı sıra çizgi roman tarihine de hakim olduğu görülmektedir.

Türk çizgi roman tarihine bakıldığında da benzer bir tarihsel sürecin yaşandığını söylemek mümkündür. Türk çizgi roman tarihi Amerikan çizgi romanının etkisinde ortaya çıkmakta ve gelişmektedir. Bu yaklaşım uyarınca çizgi roman ve Türk görsel anlatı geleneği arasında bir bağın olabileceği düşüncesi dillendirilmiş olsa da aslında hiç var olmamıştır. Çizgi roman tarih yazımının çizgi romanın kökenleri ele alınırken atıfta bulunduğu örneklemde Türk görsel anlatı geleneğinin parçalarına rastlanmaz. Örneğin Bayeux Dokumaları, (1070) hatta Roma dönemi Trajan Sütunu (MS. 113) gibi basılı olmayan örnekler bu seçkide yer almaktayken yazı-görselin birlikte kullanıldığı en iyi örnekleri barındıran Türk minyatüründen söz edilmemiştir. Bu örnekler çizgi roman bağlamında bir Türk geleneğinin var olduğu anlamı taşımasa da dünya çizgi roman tarihinde bahse değer örneklerdir.

Diğer yandan minyatür geleneğinin bir çizgi roman geleneği oluşmasına katkı verdiğini savunmak mümkün değildir. Çünkü bu gelenek Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküş döneminden itibaren terkedilme sürecine girmiş ve gerek çizgi roman gerekse Türk sanatının tamamı batı sanatının etkisinde gelişim göstermiştir. Diğer yandan çizgi roman yapısının ortaya çıkışı Töpffer'e atfedilse de olgun bir form olarak çizgi romanın başlangıç noktası, günlük gazetelerin ve pazar eklerinin ortaya çıkışıyla ilişkilendirilmiştir. Dolayısıyla çizgi romanın bir Amerikan üretisi olduğu savunulmuş ve The Yellow Kid ilk gerçek çizgi roman olarak nitelenmiştir.

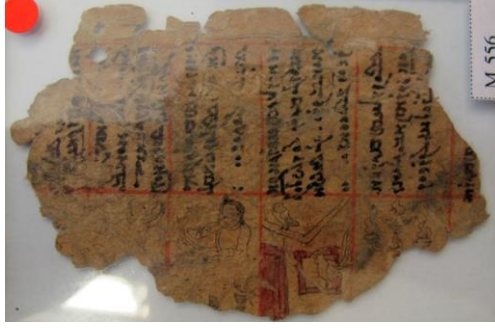
Bu bağlamda Türk çizgi roman tarihi de Osmanlı dönemi basın-yayın sektörünün gelişimi ve günlük gazete ve dergilerin ortaya çıkışıyla ilişkilendirilmektedir. İlk yerli çizgi roman örneklerinin ortaya çıkabilmesi için ise Cumhuriyet döneminin beklenilmesi gerekmiştir. Bu tarihten günümüze gelinceye kadar Türk çizgi romanı özgün bir biçimsel özellik göstermez ve Türk çizgi romanının gelişim evreleri büyük oranda içeriğe bağlı olarak okunabilir. Bu araştırma, Türk çizgi romanının geçirdiği dönüşüme ve bu dönüşümü etkileyen ideolojik, sosyal, kültürel etkenlere odaklanmaktadır. Bu etkiler büyük oranda

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş dönemi ideolojisi ve 1950 çok partili hayata geçiş dönemi sonrası yaşanan gelişmelerle ilgilidir.

2. Türk Görsel Anlatı Geleneği

Türk tasvir geleneğinin kökenleri, ilişkin literatürde Uygur Türkleri ile ilişkilendirilmektedir. Yerleşik hayata geçen ilk Türk devleti olan Uygurlar döneminde, sivil mimari ve buna dayalı sanatların ilk örnekleri ortaya çıkmıştır. Türk sanatı ve sanat tarihi açısından Uygurlar'ı önemli kılan unsur, Mani dinini benimsemelerinin ardından dini kitapları resimlemiş olmaları ve Türk sanatının ilk minyatürlü kitap örneklerinin bu sayede ortaya çıkmış olmasıdır. M.S. 3 . yüzyılda İran'da ortaya çıkan ve tabiat felsefesine dayana bu dinin öğretimi güzel sanatlara dayanır. Mani udun mucidi ve aynı zamanda da ilk ressam olarak kabul edilmiştir. Uygur resim geleneğinin oluşumunda bu felsefenin etkili olduğunu savunmak mümkündür. Bu dönemden günümüze fresklerden oluşan ve pek çoğu dağınık halde çok az sayıda kitap resmi örneği kalmıştır. Bu eserlerin büyük çoğunluğu IX. ve X. yüzyıllara tarihlenmiştir [14]. Diğer yandan günümüze ulaşan en eski resimli yazmalar da Uygurlar dönemine aittir. Resim ve yazının bir arada kullanıldığı öykü anlatma geleneği Budizm'in yaygın olduğu Çin, Hindistan ve Tibet'te yaygın olarak görülmektedir. Kumaş üzerine yapılan resimlerin eşlik ettiği, sözlü ve canlandırmalı olarak öykü anlatma geleneği M.S. 618-906 yılları arasında hüküm süren Tang hanedanlığı dönemine kadar tarihlenmiştir. Sonrasında bu geleneğin Türkistan, İran ve son olarak Anadolu'ya kadar yayıldığını kanıtlayan örneklerden bazıları günümüze ulaşabilmiştir. Mehmet Siyah Kalem'e atfedilen ve saray albümleri arasında bulunan resim parçalarının da bu ve benzeri gösterilerde kullanıldığı düşünülmektedir (Mahir, 2005, s.108).

M.S. 8. ve 9. Yüzyılların ortalarında hüküm süren Uygur Türklerine ait Maniheizt yazmalarının pek çoğunda resimlere yer verilmiştir fakat bunların yalnızca birinde nadir olarak metin ve minyatür ilişki içinde kullanılmıştır. Görsel 1'de yer alan, Berlin'de bulunan M 55622 numarada kayıtlı ve Mani alfabesiyle Farsça yazılan, 12 eşit dikdörtgen parçaya bölünmüş bu eserde kehanetlerden bahsedilmektedir. Bu yazmalarda minyatürler metinlere paralel olarak yerleştirmiştir. Bu yazmayı diğerlerinden farklı kılan unsur minyatür ve metin arasında anlam ilişkisinin bulunmasıdır. Bu yazmalarda yer alan metinler, yer yer figürlerin kıyafetlerinin üstünde, yanında veya levhaların içinde olmak üzere üç farklı konumda yer almıştır [3]. Herhangi bir bağlantı olmasa da bu yönüyle Amerikan tarih yazımının ilk gerçek çizgi roman olarak naklettiği "The Yellow Kid"i akıllara getirebilir.



Görsel 1. M 556, Berlin-Akademievorhaben Turfanforschung
Arbeitsstellenleiter, Kocho, 10x6.5 cm. [3]

Türk minyatür geleneğinin ilk örnekleri olarak kaydedilen bu örneklerin izleri Osmanlı dönemi minyatür sanatına kadar sürülebilmektedir. Uygur Devleti'nin yıkılmasıyla Anadolu'ya göç eden Uygurlu unsurlar, fiili olarak Selçukulu ve Osmanlı dönemi Türk-İslam minyatür sanatının tamamını etkilenmiştir. Öyle ki; Selçuklular döneminde ve Osmanlı nakkaşhanesinde Uygur kökenli nakkaşların eserler ürettiği kaydedilmiştir. Türkler'in Anadolu'ya göç etmesi ve İslam dinini benimsemesiyle birlikte İslam öncesi Uygur minyatür geleneğine yeni etkilerin eklemlendiği görülmektedir. Bu bağlamda Selçuklu dönemi minyatürü bir sentez özelliği gösterir. Türk-İslam minyatür sanatı olarak anılan bu sentez açısından 12 . yüzyıl sonu ve 13. yüzyıl büyük bir önem taşır. İslam sanatının Türk minyatürünün de katkılarıyla kendine has motif ve üsluplar yarattığı bu dönem kendinden sonraki dönemleri de büyük ölçüde etkilemiştir [14].

Bu gelenek en önemli eserlerinde bazılarını XIII. Yüzyıl Anadolu Selçukluları döneminde vermiştir. Kültürel açıdan oldukça verimli bir dönem olarak nitelenen dönemde Konya'da resmedildiği düşünülen, Görsel 2'de bir sayfası görülen "Varka ve Gülşah" mesnevisi, XI. Yüzyılın önemli şairlerinden Ayyuki tarafından Fars dilinde yazılmış ve Gazneli Sultan Mahmud'a sunulmuş hazin bir aşk hikayesini konu almaktadır (Tanındı, 1996, s.5-6). Hoylu Abdulmümin Bin Muhammed adlı nakkaş tarafından resimlendirilen bu esrin, resimli tek nüsha olduğu bilinmektedir. Toplam 71 resmin yer aldığı yazmada, metnin içerisine yatay panellerle yerleştirilmiş minyatürlerde öykü ardışık olarak detaylı şekilde görselleştirilmeye çalışılmıştır (Mahir, 2005, s.34). Mahir'e göre bu yazmanın kökenleri Uygur tasvir geleneğine kadar uzanmaktadır.



Görsel 2. “Varka ve Gülşah”ın vedalaşmaları.

Abdülmümin b. Muhammed el-Hoyi. Konya (1220 dolayları) [24]

Büyük Selçuklu Devleti’nin parçalanması sonucu İran, Mezopotamya, Suriye ve Anadolu’da yayılan Atabek ve Türk beylikleri döneminde bu sentez klasik formuna kavuşmuştur. 14 . yüzyılda Moğolların yakın doğuyu istila etmesiyle Selçuklu sentezinde yeni etkiler ortaya çıkmış, Uzak Doğu Çin sanatından etkiler görülmüştür. Sonrasında yaşanan gelişmeler İnal tarafından aktarılmıştır: “15 . yüzyıl Timurlu ve Türkmen sülalelerinin eserlerinde çoğalan ve azalan nispetlerde bu satih zevkinin belli bir kompozisyon düzeni içindeki ifadesini ve kalıplardan örülü bir resim sathını görüyoruz. 15. yüzyıl Timurlu Lerat Okulu ve nakkaş Behzad’ın eserlerindeki gerçekçilik akımı 16. yüzyıı Safavi resiminin dekoratif zevk ile janr motiflerini birleştirmesini hazırlıyor ve günlük hayattan pek çok motifi içeren kalabalık zengin motifli sahnelerde yeni bir realist fakat kalıcı bir üslubun uygulandığını izliyoruz” [14]. Osmanlı döneminde de bu üslubun geliştirilerek sürdürüldüğü görülmektedir. Şiir, felsefe , astroloji, kozmoğrafya ve mekaniğe karşı büyük ilgi duyan II. Bayezid döneminde saray nakkaşhanesinde “Kelile ve “Dimne” gibi, çağdaşı Timuri ve Türkmen saraylarında gelenek olduğu üzere konusu edebiyat olan eserlerin resimlendirildiği görülür (Tanındı, 1996, s.13). Türk-İslam sentezinin ürünü olan en önemli yazmalardan biri olan ve tarihi M.S. IV. Yüzyıla dayanan “Kelile ve Dimne” adlı fablın, ilk olarak Hindistan’da Vişnu mezhebine bağlı bir Brahman olan Beydeba (Bidpay) tarafından kaleme alındığı bilinmektedir. Sanskritçede “Kratka Dimna” olarak isimlendirilen yazma döneminde oldukça popüler olmuş ve farklı coğrafyalar ve dönemlerde defalarca kopyalanmıştır. Eserin uzun bir yolculuğun ardından son olarak XVI. yüzyılda Osmanlı Türkçesine çevrildiği ve Ali Çelebi tarafından Hümayunname adıyla

Kanuni Sultan Süleyman'a (1520-1566) sunulduğu bilinmektedir . Eserin içeriği, hayvanların dilinden anlatılan ibret verici hikayelerden oluşmuştur.”Kelile ve Dimne”nin resimli nüshası dağınık sayfalar halinde farklı koleksiyonlarda yer almaktadır. XIII. yüzyıla tarihlenenEn önemli minyatürlü “Kelile ve Dimne” nüshası Paris Milli kitaplıkta (Arab 3465) görülebilmektedir [14].

Doğa bilimleri, tarih, topoğrafya, astronomi vb. konularda çok sayıda minyatürlü yazmanın ve tek sayfa minyatür albümlerinin üretildiği Osmanlı nakkaşhanesinde edebiyat konulu eserlerin tasvirlerinin çoğunlukla XV. Yüzyılın son çeyreğinden başlayarak XVI. yüzyıl sonuna kadar sürmüştür. Bu dönemde üretilmiş birden fazla “Kelile ve Dimne” nüshasının olduğu bilinmektedir (Mahir, 2005, s.89). Yine aynı dönemde “Ferhat ile Şirin” (1530-31), Leyla ile Mecnun (XVII. yy.) gibi ” Varka ve Gülşah” benzeri aşk öyküleri resimlendirilmiştir. Osmanlı dönemi boyunca bu klasik üslup geliştirilerek sürdürülmüş, XVII. Yüzyıl batılılaşma hareketlerine kadar çok fazla değişiklik göstermemiştir. Osmanlı minyatürünün klasik üslubu özellikle, düğün ve bayram törenlerini konu alan “surname”lerde kendini gösterir. Surnamelerde Osmanlı minyatür sanatçılarının çok iyi gözlemciler olduğu ve gördüklerini titizlikle, en ince ayrıntılarıyla vermeye çalıştıkları görülmektedir. Bu yönüyle surnameler tarih araştırmaları açısından önemli belgesel nitelik taşımaktadırlar. İpşiroğlu, doğu İslam devletlerinde görülmeyen bu özelliğin, Batı’nın etkisiyle ortaya çıktığını savunmuştur. Fakat Batı’dan farklı olarak Osmanlılar dünyaya din üzerinden bakma eğilimindedirler. Dünyayı, geçiciliği içinde yalnızca bir görüntü olarak algılamaktadırlar. Dolayısıyla alan derinliği, perspektif, anatomi, ve oran-orantı gibi Rönesans sanatına özgü unsurlara Osmanlı minyatüründe rastlanmamaktadır. Bu yönüyle Osmanlı minyatürü öz olarak Ortaçağ’a bağlanan bir sanat niteliği göstermektedir (İpşiroğlu, 2005, s.66). Türk minyatür sanatının kesintisiz bir geleneğe evrilme süreci XIII. Yüzyıl Selçuklu döneminden itibaren başlamış Osmanlı İmparatorluğunun çöküş dönemindeki batılılaşma hareketlerine kadar sürmüştür. Bu süreçte minyatür üretimi atölye veya nakkaşhanelerde, büyük oranda saray ve çevresinin hamiliğinde gelişim göstermiştir. Türk resminde batı etkisinin belirmesi de yine saray ve çevresinde yaşanan gelişmelere koşut olarak mümkün olmuştur.

XVII. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu’nun gerileme ve çöküş dönemi boyunca yaşanan batılılaşma hareketleri, minyatür veya tasvir geleneğinden uzaklaşma ve kopuşu beraberinde getirmiştir. Bu süreçte tekil ve grup halinde portrelerden oluşan albüm resimlerinin ortaya çıkmasını, batı tarzı taval resmi ve yağlı boya tekniği takip etmiştir [14]. Yabancı elçilerle birlikte İstanbul’a gelen Avrupalı ressamların İstanbul’da yaptığı çalışmalar, Osmanlı minyatür sanatındaki bu

değişimin temel iteneğini oluşturur. XVIII. yüzyılın ikinci yarısında padişahların büyük boyutlu yağlı boya portrelerine karşı duyduğu ilgiyle birlikte, öncelikle Osmanlı tasvir sanatında, batı resmine özgü perspektif, alan derinliği gibi özellikler belirmeye başlamıştır. Ardından da Osmanlı minyatürünün geleneksel kimliğinden sıyrıldığı ve zaman içinde terkedildiği görülür. Bu dönemde Osmanlı sarayının hizmetine giren Refail ve Kapıdağlı Konstantin'in tuvallere yaptıkları padişah portreleri bu değişimin ilk örnekleridir (Mahir, 2005, s.77-82).

3. İlk Örnekler ve Türk Çizgi Romanının Durumu

Geleneksel olarak yazı ve metnin bir arada kullanıldığı minyatür geleneğinin, Türk çizgi roman tarihini etkilememiş olması ilginçtir. Bu durumun temel nedeni, XVII. Ve XVIII yüzyıllarda başlayan ve Lale devrinde (1703-1730) hız kazanan batılılaşma hareketlerinin Türk sanat geleneği üzerinde yarattığı etkiyle açıklanabilir. XVIII. yüzyıl sonlarından itibaren geleneksel kimliğini yitiren Osmanlı minyatürü, yerini batı tarzı duvar ve taval resmine bırakmıştır. Bu bağlamda Türk çizgi romanına özgün bir üslup yaratımı açısından kaynaklık edebilecek ve örneklem oluşturabilecek minyatür geleneğinden kopuş yaşandığı görülmektedir. Dolayısıyla minyatür ve çizgi roman arasında geleneğe dayalı doğrudan bir bağlantının olduğunu savunmak mümkün değildir. Diğer yandan çizgi romana ilişkin literatür, çizgi roman tarihinin başlangıç noktasını belirleme konusunda net bir yargıya varmış değildir. Çizgi romanın kökenleri ve ilk çizgi roman örneğinin ortaya çıkışı arasındaki evrim süreci belirsizliklerle doludur. Örneğin Görsel 3'te yer alan, ağaç baskı yöntemiyle basılmış, sıklıkla paylaşılan örneklerden birisi olan "The Tortures of Saint Erasmus" çizgi roman estetiğinin beş asır boyunca yani modern çizgi roman formunun yaratımına kadar pek fazla değişmediği fikrini desteklemektedir (McCloud, 1994:16). "The Tortures of Saint Erasmus"da Saint Erasmus'a uygulanan işkenceler ardışık resim kareleri aracılığıyla gösterilmektedir. Yazılı metnin yer almadığı bu kareler dönemin görsel anlatı örnekleri arasından ardışıklığa dayalı anlatımıyla ayrılmaktadır. Bu bağlamda çizgi roman yapısına doğru giden süreçte önemli bir örnektir. Fakat çizgi roman olduğunu savunmak olanaksızdır.



Görsel 3. The Tortures of Saint Erasmus. 1455-1465 dolayları. (Ağaç baskı).

<https://bit.ly/2FICxCc>

Bu ve benzeri örneklerin paylaşılması, Türk görsel tasvir geleneği ve çizgi roman formu arasındaki benzerlikleri ortaya koymak açısından önemlidir. Bu dönemde gerek Avrupa gerekse Uzak Doğu’da çizgi roman tarihi açısından önemli görülen pek çok örneğin var olduğu bilinmektedir.

Amerikan çizgi romanını odağına alan tarih yazımı çizgi romanın doğuşunu günlük gazetelerin ve pazar eklerinin ABD’de popülarite kazanmasıyla ilişkilendirmiştir. Dolayısıyla ilk çizgi romanın “The Yellow Kid” olduğu savunulmuştur. Diğer yandan Mısır hiyerogliflerine veya Trajan Sütunu’na kadar atıfta bulunan araştırmacıların sayısı da azımsanamaz. Orta Çağ kodekslerinden, Osmanlı minyatürüne kadar bahsi geçen örneklerin tamamının çizgi roman türünün ortaya çıkışıyla ilişkilendirilebilmesi mümkündür. Bir çıkış noktasının belirlenmesi adına bu tezin savunuluyor olması mantıklıdır zira hiçbir türün birden belirmesi mümkün değildir. Bu yüzden kökenler ve tanımın ortaya çıkması arasında yer alan evrim sürecinin, bir süreç olarak değerlendirilmesi gerekir. İmgeler yoluyla öykü anlatma geleneği modern çizgi romanın ortaya çıkmasından çok önce de vardır ve Türk minyatür geleneğinin de dahil olduğu bu örneklem modern çizgi romanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Fakat modern çizgi romanın orta çıkışı büyük oranda karikatürle ve XVIII. Yüzyıl yayımlanmaya başlayan hiciv içerikli yayınlarla başlatılmaktadır. Bu tezin özellikle William Hogarth’ın

gravürleriyle bağlantılı olduğu görülür. İlk gerçek çizgi romanlar ise Rodophe Töpffer'in XIX. Yüzyılın ilk yarısında basılan albümleridir [7].

İngiltere'de William Hogarth (1697-1764) ve Japonya'da Katsushika Hokusai (1760-1849) gibi sanatçılar çeşitli baskı yöntemleriyle ardışık hikayeler yaratmışlardır. En önemli örneklerden birisi olarak William Hogarth'ın "A Harlot's Progress"i gösterilmektedir. William Hogarth'da öykünün görsel dilinin karmaşıklığının arttığı görülür. Baskı tekniklerinin gelişiminin yanında Hogarth'ın resimleme konusundaki ustalığı da Hogarth'ın bir fahişenin hikayesini anlattığı bu eseri eşsiz kılmaktadır. Toplamda altı resim karesinden oluşan bu gravürler ardışık olarak sıralandığında kesintisiz bir çizgi roman bandı özelliği göstermektedir. 1731 yılında basılmış olan Görsel 'te görülen, "A Harlot's Progress", sosyal bir temayı, Londra'ya göç eden ve fahişelik yaparak hayatta kalmaya çalışan bir kadının öyküsünü anlatır. Bu temayı bir yağlıboya ve gravür sanatçısından beklendiği üzere son derece ayrıntılı ve bir karikatürüstten beklenecek hiciv yüklü bir dille anlatmaktadır. Bu öyküler aynı zamanda seri olarak bir galeri ortamında sergilenen ilk eserlerdir (McCloud, 1994, s. 16).



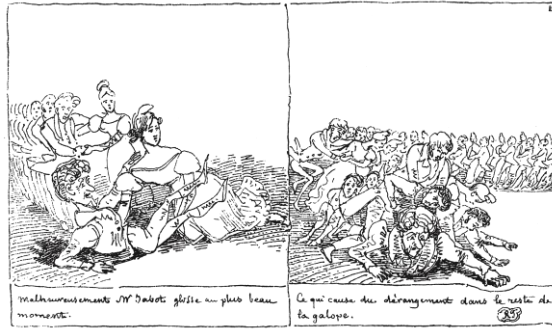
Görsel 4. William Hogarth. A Harlot's Progress. 1731-1732 arası.
(Altı gravürden oluşan seri).

<https://bit.ly/2ZF79eO>

Orta Çağ yazmaları veya Osmanlı minyatürleri gibi yazı ve imgenin birlikte kullanıldığı geleneksel anlatı örneklerini çizgi romandan ayıran temel özellik; yazı ve imgenin bir iş bölümü yaparak öyküyü birlikte anlatıyor olmalarıdır. Hogarth öncesi örneklerde geleneksel olarak ya imgeler metni resimlemekte ya da metin

imgede olanı anlatmaktadır. Anlatının anlaşılmasına izin veren sahneler arası kronolojik kurulması gerekir. Bu tür hikayelerin ilk büyük yazarı ise William Hogarth'tır (1697-1764) [7]. Buna karşın araştırmacıların büyük çoğunluğu, ilk gerçek çizgi romanları Töpffer'in yarattığı konusunda hemfikirdir. Buna Carpintero'da dahildir.

Bu tez çoğunlukla Töpffer'in tuhaf, çocuksu, spontan ve karikatüristik çizgisi, modern çizgi roman biçimine uygun ardışık panellerin kullanılması üzerinden savunulmuştur. Fakat Töpffer'in durumu biraz daha farklıdır çünkü Töpffer Hogarth'tan farklı olarak yeni bir tür yaratmakta olduğunun farkındadır. Bu fikir Goethe tarafından da paylaşılmıştır. Kendi ifadesiyle Töpffer, Görsel 4'te örneği görülen yaratımını şu şekilde tanımlamıştır: "This little book is of a mixed nature. It is composed of a series of autographed line drawings. Each of these drawings is accompanied by one or two lines of text. The drawings, without this text, would only be obscure in meaning; the text, without the drawings would mean nothing. The whole constitutes a sort of novel, all the more original in that it does not only in the character of the situation, but also in the briskness of the drawing itself—in other words, he calls for a new graphic aesthetic" (aktaran, Kunzle, 2007, s. 60-61). (p. 60-61, [17]).



Görsel 5. . Rodolphe Töpffer. Histoire de M. Jabot. 1833.

(Kunzle, David, 2007, s. 59).

Töpffer'in bu mütevazı ifadeleri esasen çizgi roman türüne dair yapılan ilk tanımı da içerir. İmge ve metnin bir araya gelerek bir öyküyü birlikte anlatmaları gerekliliği de bu ifadede açıkça belirtilir ki modern çizgi roman, öncülü örneklerden bu yönüyle ayrıştırılmaktadır.

Ardılı olarak 1845 yılında, Amédée de Noé (Cham), Töpffer'in "Cryptogame"ini yeniden çizmiş ve bu eser, L'Illustration'de yayımlanmıştır. Böylelikle çizgi roman süreli yayınlarda ilk defa yer almıştır. Töpffer'in fasiküller halinde yayınladığı "Cryptogame" süreli yayın formatına uygun değildir. Cham fasikülleri uygun formatta yeniden tasarlamıştır ki bu uyarlama Cham'ın sonrasında yarattığı eserlere ilham vermiştir (Kunzle, 2007, s. 146). Bu yenilik çizgi roman tarihi açısından önemli bir dönemeç olarak nitelenmiştir. Çizgi roman tarihinin en önemli yapıtlarından olan "The Yellow Kid" üzerine yürütülen tartışmaların kaynağı da bu yenilikle ilişkilendirilir. Görsel 6'da görülen "The Yellow Kid", 1894 yılında Pulitzer'in sahibi olduğu New York Wold gazetesinin pazar sayısında yalnızca birkaç karede kendini göstermiştir. Sosyal içerikli metinler sarı çocuğun gömleği üzerine yazılarak Çoğunluğu sosyal içerikli yazılar sarı gömleğinin üzerine yazılmış, böylelikle konuşma balonuna dönüştürülmüştür [4].



Görsel 6. Richard F. Outcault. The Yellow Kid. 1894.

<https://bit.ly/33xp8VB>

Aslında yalnızca Pazar baskısında yer almış olmasına rağmen, "The Yellow Kid", çizgi romanın günlük gazetelerde yer aldığı ilk örnek olarak tarihe kaydedilmiştir. Bu yönüyle "Cryptogame" ve "The Yellow Kid" arasındaki fark süreli yayın ve günlük gazete arasındaki fark kadardır. Fakat şu bir gerçektir ki bu eser ABD'de yayınlanan ilk süreli çizgi roman serisidir ve Pulitzer'in dehası çizgi romanı gazetelerin tirajını arttıran ana bir unsura, popüler bir anlatı türüne dönüştürmüştür. Bir süre sonra ABD'de bütün günlük gazetelerde çizgi romanlar yer almaya başlayacak ve çizgi romanlar günlük gazeteler ve süreli yayınların değişmeyen unsuru haline gelmiştir. Osmanlı İmparatorluğu sınırları içerisinde çizgi romanların belirmesi de süreli yayınlar ve gazeteler vasıtasıyla bir süre sonra gerçekleşmiştir.

Türk çizgi roman tarihi ele alınırken bu ilk örneklerden bahsetmek gereklidir çünkü köklü bir görsel anlatı geleneğine sahip olmasına karşın Türk çizgi romanı münyatürden çok “The Yellow Kid” ile ilişkilidir. Bu durumu yaratan birden çok neden sıralanabilir. Basın yayın sektörünün gelişkin olmaması, günlük gazete ve süreli yayının minyatürde olduğu gibi İstanbul ve çevresiyle sınırlı kalmaması, bu sektörleri büyük oranda sarayın kontrolü altında seçki ve dar bir çerçevede tutmuştur. Dolayısıyla Osmanlı coğrafyasına yayılan, kitlelere ulaşabilen bir basın-yayım mevcut değildir. Karikatür ve Çizgi roman öncelikle batı kaynaklı olarak ülkeye girmiş ve ardından ortaya çıkan yerli girişimler de büyük oranda gayrimüslim azınlıklar tarafından gerçekleştirilmiştir.

Osmanlı döneminde yayımlanan ilk mizah gazetesi, Hovsep Vartanyan tarafından 1856’da Ermenice olarak yayımlanan “Meğu” olmuştur. İlk karikatür ise 1867 yılında Arif Arifaki’nin “İstanbul” gazetesinde yayımlanmıştır. 1868’de Ali Raşid ve Filip Efendi kadınlara özel olarak basılan “Terakki” gazetesine ilave olarak 1870 yılında mizahi bir ek yayımlanmıştır (Kaya, Acarlı, 2018, s.130). “23 Kanunuevvel 1286 (miladi 1869)’da Osmanlı basın hayatı, ilk mizah dergisine kavuşuyordu: İmparatorluğumuzun kültür varlığında esas kaynak olan Fransa’dan 246 yıl gecikmiş olarak!... (Kutay, 2013:33). Bu dergi bağımsız olarak yayımlanan ilk Türkçe mizah dergisi “Diyojen”dir. Kutay’ın ifadelerinden anlaşılacağı üzere ilk Türkçe mizah dergisinin doğumu 246 yıl gecikmiştir ki bu tarih matbaanın icadına atıf yapmaktadır. Bu durum Türk mizah ve çizgi romanının gelişmemesinin de en önemli nedenlerinden birisi olarak görülmüştür. “Diyojen” Rum kökenli bir Osmanlı vatandaşı olan Teodor Kasap tarafından İstanbul’da yayımlanmıştır. Daha önce Rumca, Ermenice ve Fransızca olarak da yayımlanan Diyojen’in Türkçe baskısı 25 Kasım 1870 basılmıştır. Haftalık olarak yayımlanan Diyojen’in gördüğü beklenmedik ilgi sonucu baskısı haftada üçe çıkarılmıştırYayın hayatına başladığında karikatüre yer verilmemiş ve içeriği tamamen yazılı metinlerden oluşmuştur. 120. Sayıda (1871) ilk karikatüre yer verilmiştir. 184. Sayıda kapatılan dergi, ilk Türkçe mizah dergisi olmasının yanında, kapatılan ilk mizah dergisi olarak da tarihe geçmiştir (Kaya, Acarlı, 2018, s.130)

Teodor Kasap’ın kaleminden aktarılan şu cümleler, basın-yayın, mizah ve çizgi roman açısından Osmanlının bu döneminin özetini sunmaktadır “Asıl hüner, ağlanacak şeyleri tebessüm ettirerek anlatabilmektir. Bunun da usul-erkanı var: Biz, sadece matbaa makinelerini değil, matbuatta takip edilecek yolu da Frenkler’den almaya almaya mecbur olduğumuz zamanı inkar etmeyelim, kendimizi dev aynasında görmeyelim, yetismeye çalışalım, ne zaman ki onların seviyesine vasil olursak o zaman kendimize has yolu bulalım (Kutay, 2013:35).

Kasap'ın ifadeleri, matbaa teknolojisinin ötesinde basım-yayıncılığa ilişkin teknik ve kuramsal birikimin yetersizliğine vurgu yapmaktadır. Bu duruma, karikatür ve çizgi roman üretecek tecrübenin olmadığı anlamına da gelmektedir. Erken dönem Türk çizgi romanının batılı kaynaklara bağımlı olması ve minyatür geleneğiyle Türk çizgi romanı arasında bir ilişkinin bulunmaması bu şekilde açıklanabilmektedir. Türk basınında yer alan ilk çizgi romanı olarak kabul edilen II. Abdulhamit döneminde, Servetifünun'da "Mündericatsız Hikayeler" başlığı altında yayımlan çizgi anlatılar da Avrupa kaynaklıdır [8]. Bu eser, basım ve yayın sektörünün nispeten özgür olduğu II. Meşrutiyet döneminde ortaya çıkmıştır. Sansürün oldukça sınırlı olduğu bu dönemde, ardı ardına matbaalar kurulmaya, gazete ve dergilerin sayısı çoğalmaya başlamıştır (Kaya, Acarlı, 2018, s.131). Bu dönemde Avrupa kaynaklı, birçok derginin Osmanlı basınında yayımlandığı görülecektir ki bu örnekler arasında ABD menşeli yayınlar da bulunmaktadır. 1895'ten itibaren Amerikan gazetelerinde, çizgi romanlara yer verilmekte, renkli Pazar ekleri yayınlanmaktaydı [13]. "The Yellow Kid"ın Türk çizgi romanı açısından önemine bu bağlamda vurgu yapılmıştır çünkü Türk kültüründe çizgi romanın ortaya çıkması Amerikan çizgi romanına paralel bir seyir izlemektedir.

Çizgi romanın İstanbul'un dışına çıkarak kitlelere yayılan bir gelişim göstermesi, ve ilk yerli çizgi romanların ortaya çıkması için Cumhuriyet döneminin beklenmesi gerekmiştir. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte, modern bir ulus-devletin inşa edilmesine yönelik devrimler, kültürel üretimle ilgili bütün alanlarda olduğu gibi çizgi romanın gelişiminde de etkisini hissettirmiştir. Bu bağlamda ilk yerli Türk çizgi romanı örneğinin 1930'lu yıllarda ortaya çıktığı savunulmaktadır.

4. İmparatorluktan Cumhuriyete: Kültürel Yaratımın Aracı olarak Çizgi Roman

Türkiye Cumhuriyeti'nde ilk çizgi roman denemeleri, herhangi bir resim geleneğine dayanmaksızın batılı örnekler üzerinden ortaya konulmuştur. Cumhuriyet döneminde saltanat ve hilafet kaldırılmış, Türkiye ve Osmanlı arasındaki bağlar kopararak "Türklük"e dayalı ulus devletin kuruluş ilkeleri münhasır medeniyetler seviyesini hedef olarak belirlemiştir. Dolayısıyla Osmanlı İmparatorluğunun son döneminde yok olmaya yüz tutan minyatür geleneğinin modern Türk devletinin sanatına kaynak oluşturma olanağı kalmamıştır. Bu dönem karikatür ve illüstrasyonu yerli bir geleneğe dayanmaksızın, batı kaynaklı olarak gelişim göstermektedir. Fakat bant karikatür olarak nitelenebilecek ilk yerli çizgi roman örneği bu dönemde ortaya çıkmıştır. Cemal Nadir Güler tarafından, 1930 yılında Son Posta'da yayınlanan "Amca Bey" karakterinin öyküleri ilk Türk

çizgi roman örneği olarak kabul edilmiştir. Görsel 7’de görülen Amcabey’i, Ramiz Gökçe tarafından yaratılan “Tombul Teyze” ve “Sıska Dayı” izlemiştir [6].



Görsel 7. “Amcabey”, Cemal Nadir Güler. 1930

Cemal Nadir gülerin çizgisi, Cumhuriyet öncesi dönemin en büyük ustası olarak anılan karikatür sanatçısı, aynı zamanda “Cem” mizah dergisinin yayımcısı Cemil Cem’in izlerini taşır. Cem ise büyük oranda yabancı sanatçılardan özellikle XIX. Yüzyılın önemli Fransız çizeri Carand’ache’den etkilenmiştir. Çizimlerinde siyasi meselelerden bahsedilmez. Gerek karikatürleri gerekse çizgi hikayelerinin konusu büyük oranda gündelik hayata dairdir. Bu tutumun en önemli gerekçesi ise 1930 ve 40’lı yılların siyasi baskı ortamıdır. (Sipahioğlu, 2007:68).

Bu noktadan hareketle dönemin siyasi ve ideolojik ortamından bahsedilmelidir çünkü sanat dallarının tamamında olduğu üzere karikatür ve çizgi romanlar da sıkı bir denetim altında bulunmaktadır. Eğitim sistemi ve bütün kültürel faaliyetler Cumhuriyetin kurucu ideolojisinin amaçlarına hizmet etmek üzere yapılandırılmıştır. Kemalizm olarak adlandırılan ideoloji, “küreselleştirici” bir hareket niteliği taşısa da, Türkiye’yi ulaştırmak istediği münhasır medeniyetler seviyesi Batı’ya atıf yapmaktaydı. Türkiye’yi Atatürk’ün deyimiyle dünyanın alay konusu olmaktan kurtarmak için bundan olabilecek en aşırı sonuçları çıkarmıştı. Ama aynı zamanda Anadolu’nun kozmopolit Rumeli karşısında zaferini sağlamış; ülkenin Batılılaşması, Osmanlı uygarlığı karşısında “halk”ın dehasının kaynağı olduğu ileri sürülen “Türk” kültürünün yeniden yapılanması ve canlandırılmasıyla el ele gitmişti [2]. Dolayısıyla bu ideoloji, batılı değerleri benimseyen, “Türklük” unsuru üzerine kurulu bir ulus-devlet yaratımını içermektedir. Çongur, ulusal bir kimliğin yaratılması sürecinde, dergi, gazete ve kitapların belirleyici etkisine işaret

ederek, ulus bilincini bu ve benzeri kitle iletişim araçlarının yarattığı ortak dil aracılığıyla geliştiğini ifade etmiştir [9]. Buna paralel olarak batı tarzı sanat eğitimi verecek modern eğitim kurumları kurulmuştur. 1936’ yılında Devlet konservatuvarı ve ardından Devlet Tiyatrosu kurulmuş, oyunların geniş halk kitlelerine ulaştırılabilmesi amacıyla 1932’de kurulan ve yurt geneline yayılan Halkevleri kullanılmıştır. Cumhuriyetin kurucu ideolojisini özetleyen ilkeler, Türk ulusunun erdem ve değerleri çoğunluğu Türk tarihine dayana içeriklerle halka aktarılmıştır [1]. Bütün sanat dalları ve kitle iletişim araçları, bu amacın gerçekleştirilmesi üzerine tasarlanmıştır.

Cumhuriyet döneminde çizgi romana karşı bakışın da ulus devletin ulusal eğitim seferberliğinin amaçlarıncı şekillendiği görülür. Bu bağlamda çizgi romanın eğitime yönelik potansiyelinin farkına varıldığı bu doğrultuda müdahalelerde bulunduğu gözlemlenmektedir. Basın-yayın faaliyetlerine bu dönemde iktidar bizzat dahil olmuştur. 1926 yılında bir kamu kurumu olan Himaye-i Etfal Cemiyeti tarafından yayınlanan Gülbüz Türk Çocuğu Dergisinin kapağında şu yazı yer almıştır: “Çocukluğun sıhhi, terbiyevi inkişafına yardım eder”. Cemiyet sistematik olarak ebeveyn ve çocuklara yönelik yayınlar yapmış ve devlet eliyle kitlelere ulaştırılmıştır. Cemiyet tarafından yayımlanan diğer örnekler şunlardır: Çocuk, Çocuk Mecmuası, Ana Mecmuası, Çocuk ve Yuva,

Türk Kadını, Çocuk Haftası. Cumhuriyetin eğitim politikası ve Türk çocuğunun eğitimine verilen önem bu yayınlarda vücut bulmuştur (Sınar Çılgın, 2004: 99). Bu ve benzeri çocuklara yönelik dergiler, eğitim kurumlarında çocuklara dağıtılmıştır.

Cemal Nadir Gülerin sanatı ve “Amcabey” tiplmesi böyle bir siyasi ve ideolojik iklimde ortaya çıkmıştır. Döemin çizirlerinin var olabilmek için ya devlet tarafından yayınlanan süreli yayınlara içerik üretmeleri veya siyaset ve ideolojik temalardan uzak durmalıdırlar. Örneğin “Amcabey” karakteri Churchill’e benzediği gerekçesiyle sansüre maruz kalmış ve defalarca düzeltilmiştir. Diğer yandan batı tarzı kıyafetleri nedeniyle bazı araştırmacılar tarafından da eleştirilmiştir. Cemal Nadir’in diğer bir karakteri olan Dalkavuk ise kültürel açıdan daha yerli bir tip olarak görölmüştür. Solomon tipi ise bugünün dünyasında kabul edilemeyecek düzeyde antisemitiktir. Bu durum, 1930’lu ve 40’lı yılların politik iklimiyle açıklanabilir. II. Dünya Savaşı öncesi yıllarda yaşanan ekonomik zorlukların nedeni olarak dönem basını, özellikle Musevi vatandaşları hedef göstermiştir (Sipahioğlu, 2007:71). Amcabey ise Türk insanının erdemlerinin tamamını yüklenmiş, bir taraftan da resmi ideolojiye uyumlu olarak batılı giyim tarzını benimsemiş bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. “Cumhuriyetçilere göre kıyafet, taşıyandan çok onu üretenlerin belirtisidir. Atatürk de halifeliğin

kaldırılması ve fesin yasaklanması arasında özdeşlik kurmuştur: “Efendiler milletin kafasında cehaletin, boşvermişliğin, taassubun, medeniyet ve terakki düşmanlığının işareti gibi duran fesi men etmek ve yerine bütün medeni dünya tarafından kullanılan şapkayı kabul etmek, böylece Türk milletinin başka meselelerde olduğu gibi fikrinde de medeni cemiyet hayatından ayrılmayacağını ispat etmek lazımdır” [2]. Elbette Atatürk medeni cemiyet derken Batı medeniyetini kastetmektedir. Bütün bu gelişmelere karşın Cemal Nadir Güler günlük gazete karikatüründe, döneminin ender başarılı çizerlerinden birisi olmuştur. Selçuğa göre: “Gazete karikatürcülüğü onunla başladı, onunla devam etti. Zamansız ölümünden sonra yarattığı bu alışkanlık sonucunda gazeteler sütunlarını genç mizah çizerlerine açmak zorunluluğunu duydular (Selçuk, 1998:52).

Türk çizgi romanının öncülerini barındıran bu dönemde, Türk çizgi romanı açısından ilk önemli dönemeç 1928 yılında Çocuk Sesi dergisinin yayınlanmasıdır. Görsel 8’de derginin 281. Sayısının kapağı görülmektedir. Çocuk Sesi’yle birlikte Türk çizgi romanında Amerikan izleri belirginleşmeye başlamıştır. Bu dergilerde yayınlanan eserlerin çoğunluğu yerli olmasa da yerlilik hissi vermek yönünde müdahalelere maruz kalmıştır. Sinemadan tanıdığımız Disney serileri, bu dergilerde sıklıkla yayınlanmıştır [5].

Çocuk Sesi’ni öncülerinden ayıran en önemli özellik çizgi roman içeriğinin yoğunluğudur. “Çocuk Sesi” iki orta sayfasının tamamını “Gökler Hakimi Baytekin’e (Flash Gordon) ayırmıştır. Çocuk sesi bu yönüyle oldukça ilgi görmüş ve ardıllarına kapı açmıştır. Çocuk Sesi’nin ardından 1934 yılında Afacan dergisi yayınlanmıştır. Afacan’ın içeriğinde, Brick Bradford’un Buzlar Ülkesi (On the Isles Beyond the Sea) serüveni, Hal Foster’ın “Tarzan” ve Alex Raymond’un çizdiği “Avcı Baytekin (Jungle Jim)” gibi Amerikan serileri yer almıştır [12].



Görsel 8. Çocuk Sesi. 281. Sayı. 1935.

<https://bit.ly/3mrq9Hm>

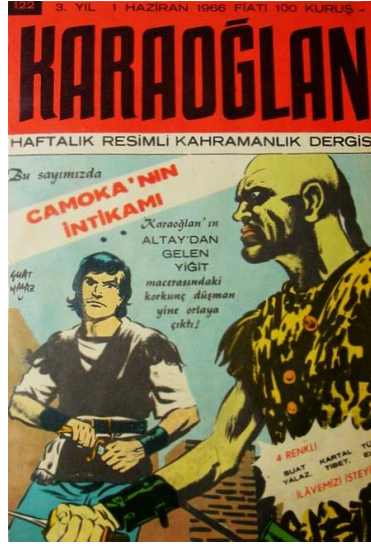
Yabancı kaynaklı çizgi romanların ilk örneklerinden olan Flash Gordon çok büyük bir ilgiyle karşılanmıştır. Cumhuriyet döneminde yerli çizgi roman üretiminin çok sınırlı olması özellikle Amerikan kaynaklı serilerin ülkeye girişini kaçınılmaz hale getirmiştir. Anti-amerikancı bir tavırla 1930’lu yılların otoriter rejimleri Amerikan çizgi romanlarını yerelleştirmek üzere müdahalelerde bulunmuştur. Türkiye’de de buna yönelik olarak isimler ve içeriklere müdahale edilmiş hatta karakterler yeniden düzenlenmiştir [5]. Anlaşılan odur ki Türk çizgi romanının bu erken evresinde, yerli üretim var olsa da ithal üretime bağımlılık sürmüştür. Fakat dönemi karakterize eden temel unsur cumhuriyetin temel değerlerinin toplumun tamamına yayılmasını sağlayacak çabalar oluşturmaktadır. Gerek kamu gerekse özel teşebbüslerin 1950’li yıllara kadar bu yönde yayın yaptığı ve çizgi roman üretiminin de bu doğrultuda şekillendirildiği görülmektedir. Cantek bu dönemi şu şekilde özetlemektedir: “Gelenekselden modernliğe dönüşüm sürecindeki geçiş toplumlarında geleneksel olanla yeni gelişen ilişki ve biçimler arasında sert bir çatışma vardır. Otuzlu yıllarda ivmesi daha belirginleşen kültür politikalarına bakarsak, modernliğin formülasyonu ile beraber yeni bir dil, kültür ve tarih yaratıldığını görebiliriz” [6].

5. Çok Partili Hayata Geçiş ve Türk Çizgi Romanında Yeni Eğilimler

Cumhuriyet'in kuruluş dönemi çizgi romanı ve 1950 yılındaki çok partili hayata geçiş sonrası Türk çizgi romanı iki farklı karakter özelliği göstermektedir. 1950 genel seçimlerinde Demokrak Parti ezici bir çoğunlukla iktidara gelmiş ve cumhuriyeti kuran parti iktidarını kaybetmiştir. Cumhuriyet döneminde başlayan batılılaşma hareketler 1952 yılında Türkiye'nin NATO'ya üye olmasıyla hızlanmıştır. II. Dünya Savaşı öncesi uygulanan devletçi ekonomik model, savaş sonrası küreselleşme eğilimine girmiştir. Savaş sonrası küreselleşme döneme özgü olarak çok yönlülük içermez. Avrupa ve Uzak Doğu'nun sanayileşmiş devletleri savaşın yarattığı yıkımı telafi etmeye çalışmaktayken dünya devletleri büyük oranda ABD sanayisine bağımlı hale gelmiştir. Dolayısıyla küreselleşmenin büyük oranda tek taraflı gerçekleştiği görülür. Uzak Doğuda ABD desteğiyle Japonya yeniden yapılandırılmaktadır. Bu yapılandırmanın her alanda yürüdüğü söylenebilir ki buna çizgi romanlar da dahildir. Bu dönemde Japonya'ya gönderilen konteynırlarda, gıda ve sanayi ürünlerinin yanı sıra Amerikan çizgi romanları da yer almaktaydı. Benzer şekilde Marshall Planı kapsamında komünizm tehdidine karşı, başta Yunanistan ve Türkiye olmak üzere SSCB'ye yakın müttefik ülkelere karşılıksız destekler sağlanmıştır. Cumhuriyetin kuruluşundan 1950'ye kadar köylü nüfusu köyde tutmayı önceleyen politikalar izlenmiş ve Köy Enstirüleri bu amaçla kurulmuştu. 1950 sonrasında ise canlanan sanayi üretimine koşut olarak köy kente açılmıştır. Kırsal ve kent arasında yaşanan demografik değişim, kimliğe dayalı yeni problemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu sorunların temelinde, cumhuriyetin kuruluşundan itibaren, kuruluş ilkeleriyle barışamayan muhafazakar ve gelenekçi ya da kadercı kırsal nüfus ile daha seküler ve batıcı kent nüfusu arasında yaşanan kültürel çatışma vardır. Köyden kente göç eden eğitimsiz gençler arasında milli ve manevi değerlerinin saldırı altında olduğu hissi yaygındır. Batıdan gelen Amerikan yayılcılığı ve aynı zamanda doğudan gelen komünizm tehdidi milli değerleri tehdit etmektedir. İronik olarak bu durum hem sağı hem de solu beslemiş Türk milliyetçiliği yükselişe geçmiştir. Bu kitleler kentin merkezinden dışlanır ya da bilinçli olarak uzak durur. Böylelikle modern kentin çeperlerinde ne köylü nede kentli olan özgün bir kültüre sahip köy-kentler veya varoşlar oluşmuştur.

1950'li ve 60'lı yıllarda Türk çizgi romanı sosyal ve siyasi meselelerle ilgilenen örneklerin yanında köy-kentlerde oluşan yeni tür bir kültürün ihtiyaçları tarafından şekillenen eserler vermiştir. Televizyon veya radyoya ulaşımın çok kısıtlı olduğu varoşlarda çizgi romanlar en fazla tüketilen kitle iletişim araçlarındandır. Yerileştirilen Amerikan serilerinin yanında İtalyan western çizgi

romanları büyük ilgi görmeye başlamıştır. Öyle ki Türkler'in vahşi batıyı İtalyanlardan öğrendiğine dair deyişler vardır. Tom Miks (Capitan Miki) ve Teksas (Grande Blak) gibi dergiler büyük tirajlara ulaşmıştır [8]. İtalyan western serilerinin yerli üretim açısından olumlu sonuçları da olmuştur. Türkiye'de çizgi romanların yayılması ve popüler oluşu İtalyan serileri sayesinde olmuştur. Milliyetçiliğin ve Tarihi-serüven türünün yükselişi, milliyetçi Türk serüvenlerine ilham vermiştir. Yakaladıkları ticari başarı yerli yayıncıları cesaretlendirmiş ve Türk çizgi romanının en önemli serüven serilerinden biri bu dönemde ortaya çıkmıştır: Karaoğlan.



Görsel 9. Suat Yalaz. Karaoğlan. Sayı:1. 1963.

<https://bit.ly/32ACNfv>

Kemalist ideolojiye bağlı milliyetçi bir çizginin ürünü olan Karaoğlan (Görsel 9) ilk olarak 1963'de yayınlanmıştır. İslamiyet öncesi Orta Asya Türk tarihini konu alan serinin kahramanı Karaoğlan Uygurlu bir Türk gencidir. Karaoğlan bilinmeyen bir tarihe, gizemli, saf, uçsuz bucaksız bozkırlarıyla Türkler'in anayurduna yani Orta Asya'ya atıf yapar. Afet İnan'ın söylediği gibi "İnsanlığın en yüksek ve ilk uygar kavmi, vatani Altaylar ve Orta Asya olan Türklerdir. Türk uygarlıktır! Türk tarihtir. "Yıllar sonra Kaan ve Karaoğlan'la çıkış yapan Suat Yalaz'ın da (1932) zihninde o dönemin, o anlayışın damgası vardır [6]. Karaoğlan'ı takip eden tarihi, serüven çizgi romanlarının adedi sayılamayacak kadar çoktur. 1967 yılında yayınlanan Hun Türkü "Tarkan" önemli serilerden biridir. Orta Asyalı, Atatürkçü-milliyetçi çizginin yanında Osmanlı milliyetçi muhafazakar seriler de bu dönemde belirmeye

başlamıştır. Fatihin fedaisi Kara Murat ve Malkoçoğlu bu dönemde üretilen birkaç örnektir.

Böylelikle çok partili dönem ve Cumhuriyetin kuruluş dönemi arasındaki ulusal kimliğe dayalı farklılık anlatı olan bu kültürel ikilik anlatı türlerinin tamamında gözlenebilmektedir. Atatürkçü-milliyetçi ideoloji Atilla ve Timur gibi tarihi kişileri “Türk’ün atası” olarak seçmiş, bu içerikte tiyatro oyunları sergilenmiştir [9]. Diğer yandan 1963’de milliyetçi-muhafazakar kimliğiyle tanınan Tarık Buğra’nın romanı Küçük Ağa, Kurtuluş Savaşı’nı, Türk-İslam odaklı olarak ele almıştır. Kemalist ideolojinin karşıtı olan Osmanlılar’a övgüyle yaklaşmıştır (Timur, 1991, s.58-62). II. Dünya Savaşı ve sonrası yıllarda olduğu üzere çizgi romanın en üretken dönemleri, milliyetçiliğin yükseldiği, ulusal kimliğin tehdit altında hissedildiği dönemlerle kesişmektedir. II. Dünya Savaşı yıllarında Amerikan çizgi romanının genel eğilimini oluşturan “milliyetçi süper kahramanlar” adeta ulus-devletin vücut bulmuş halidir [11]. Türk çizgi romanında milliyetçi öykülerin popülerliği 1980’li yıllara kadar sürmüştür. 1950’lerde Kore Savaşı, Soğuk savaş ve 1974 Kıbrıs Barış Harekatı gibi olaylar bu trendi desteklemiştir. 1970’lerdeki sağ-sol çatışmaları sonucunda 1980 yılında yapılan askeri darbe dönemine kadar sürmüştür. Darbe yıllarıyla başlayan kitlesel apolitizasyon süreci çizgi romanları da etkilemiş, cumhuriyetin kuruluş yıllarında olduğu gibi politik içerikten ziyade güldürü ve gündelik olayları konu alan seriler yayınlanmıştır. 1973 yılında yayınlanmaya başlanan “Gırgır” dergisi bu dönemin de en önemli süreli yayınıdır. Öyle ki Gırgır, darbe yılları da dahil olmak üzere 1989 yılına kadar yayınlanmış ve Türk çizgi roman tarihinin en uzun soluklu yayını olmuştur. Yayın hayatı boyunca Gırgır’da 68 çizgi roman serisi yayınlanmıştır [10]. Uzun yıllar devam eden yayın hayatı boyunca Gırgır, çizgi roman eğitiminin olmadığı bir kültürde, okul işlevi görmüştür. Birçok çizer Gırgır dergisinde ilk eserlerini vermiştir. Yarım milyonu aşan tirajıyla yalnızca Türkiye’de değil dünya genelinde de en çok satan yayınlardan birisi olmuştur. “1972 yılından 1989 yılına kadar Oğuz Aral yönetiminde mizah edebiyatının önemli bir unsuru haline gelmiş ve kendisinden sonra gelen dergileri gerek içerik gerekse de biçim yönünden etkilemiştir” [10]. Görsel 10’da Gırgır’ın 5. Yıl sayısının kapağı yer almaktadır.



Görsel 10. Oğuz Aral. Gırgır. 1972.

<https://bit.ly/2ZXrcp9>

1990'lı yıllar Türk çizgi romanında korku, şiddet, güldürü ve cinsellik içeriğinin ağırlık kazandığı bir dönem olmuştur. Politik, sosyal veya hiciv içeriğinin geri planda kaldığı bu dönem, basın yayın sektöründe erotik yayınların yaygınlaştığı bir dönem olmuştur. Çizgi romanlar açısından dünyanın geneline paralel olarak verimsiz ve durgun bir dönem yaşanmıştır. Bu dönemde yayınlanan L-Manyak ve Lemar gibi dergilerde şiddet ve cinsellik üzerinden güldürmeye çalışma çabası, doyumsuzluk boyutundadır. “Bunun yanında; kalabalıklardan kaçma isteği, politik aidiyetlere karşı inançsızlık, insanlara güvensizlik, paraya olan kayıtsızlık, bu yayınlarda rahatlıkla sezilebilmektedir” [6].

6. Sonuçlar

Asırlara yayılan bir görsel anlatı geleneğine sahip olmasına karşın Türk çizgi romanının geleneksel bir kimlik yaratamamış olmasının nedenleri, Osmanlı döneminden itibaren Türkler'in batıda yaşanan gelişmelere kayıtsız kalması üzerinden okunabilmektedir. Osmanlı coğrafyası ne “Aydınlanma” ne de “Sanayi Devrimi” yaşamıştır. Matbaa teknolojisinin ülkeye gelişi yaklaşık 250 yıl gecikmeli olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla bilim, teknik basın-yayın, kitlesel eğitim ve iletişim Osmanlı açısından batılı ülkelere kıyasla çok daha yeni kavramlardır. Osmanlı'nın yükseliş döneminde başlayan bu yeniliklere ihtiyaç duyulmamış ve kayıtsız kalınmıştır. Çöküş döneminde Batı'nın hakimiyeti kabul edilmiş ve uyum sağlamaya çalışılmış olsa da geç kalınmıştır. Bu sürecin sonucunda Osmanlı İmparatorluğu yok olurken modern, Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur. Kuruluş

yıllarından başlayarak 1950’li yıllara kadar ulus-devletin kimliği inşa edilmeye çalışılmış ve bütün eğitim-kültür faaliyetleri bu amaç doğrultusunda tasarlanmıştır. Bütün anlatı türlerinde olduğu gibi çizgi roman da bu amaca uygun olarak şekillenmiştir. Bu bağlamda süreç, dünya çizgi romanıyla da uyum gösterir. 1950 sonrasında iktidar değişimini, demografik değişim, bunu da sosyo-kültürel değişim takip etmiştir.

Cumhuriyetin kuruluşundan 2000’li yıllara kadar üretilen kayda değer çizgi roman örnekleri üzerinden kültürün üretimi ve dönüşümünü gözlemleyebilmek mümkündür. Osmanlı döneminde yaşanan ıslahat hareketlerini Türkiye tarihinde cumhuriyet devrimleri almışsa da merkezden dayatılan bu devrimlerin sonuçları tabana yayılamamıştır. Sonuç olarak yapılan ilk çok partili genel seçimde Atatürkçü iktidarın yerini muhafazakar Demokrat parti almıştır. Bu döneme kadar iktidarın baskısı altında tek yönlü gelişim gösteren çizgi roman 1950 sonrasında muhafazakar-milliyetçi bir karaktere bürünmektedir. İdeoloji, siyasi baskı ve ticari kaygıların yönlendirdiği gelişim süreci, çizgi roman türünün sanatsal düzeyde tartışılabilmesini olanaksız kılmıştır. ABD’de çizgi romanın gelişiminin temel iteneği ticari çıkardır. Avrupa’da ise daha ziyade sanatsal ve kültürel kaygılardır. Her iki kaygıdan da yoksun olan Türk çizgi romanı bir disiplin olarak ele alınamamış, eğitim süreçleri tarafından geliştirilmemiş dolayısıyla da özgün bir gelenek oluşturamamıştır. Türk çizgi roman tarihini bu bağlamda dönemsel kaygılar ve işlevsellik yönlendirmiştir. Diğer yandan kültürel bir değer olarak da kabul görmemiştir.

Batılı ekollerde 1950’lerden bu yana çizgi roman profesyonel bir disiplin olarak ele alınmaktayken bugünün Türkiye’inde dahi çizgi roman eğitimi veren herhangi bir kurum bulunmamaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de çizgi roman üretimi bireysel çabalarla sınırlı kalmaktadır. Çizgi romanın sinemayla kurduğu ilişkinin sonucunda 2000’lerden itibaren yeniden kazandığı popülarite, mobil cihazlar ve internetin gelişmesi, hem bireysel üretimi desteklemekte hem de yeni formların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Yalnızca tüketici olarak değil üretici olarak da çizgi roman evreninde var olabilmek üzere bir eğitim süreci ve kültürel ortamı tasarlamak Türk çizgi romanının geleceğini belirleyecektir.

Kaynakça

- [1] And, M. Başlangıcından 1983'e Türk Tiyatro Tarihi. İstanbul: İletişim Yayınları; 2014; 156
- [2] Bayart J-F. Kimlik Yanılsaması. İstanbul: Metis Yayınları; 2020; 26-27:206
- [3] Biçer Özcan, Ş. Uygur Minyatürlerinde Metin-Resim İlişkisi ve Sonrası. İstem. 2018; Sayı:31; 125-145
- [4] Booker, M. K. Encyclopedia of Comic Books and Graphic Novels. California/USA: Greenwood; 2010; 404
- [5] Cantek, L. Türkiye'de Çizgi Roman'ın Umumi Manzarası. Levent Cantek (Ed). Çizgili Hayat Kılavuzu, p. 15-49. İstanbul: İletişim Yayınları; 2004; 16
- [6] Cantek, L. *Türkiye'de Çizgi Roman*. İstanbul: İletişim Yayınları; 2014
- [7] Carpintero, R. Çizgi Roman ve Anlatıbilim. İstanbul: Hiperyayın; 2021
- [8] Çeviker, T. Türkiye'de Çizgi Roman. Hürriyet Gösteri; 1985; Volume: 61, p. 69-70
- [9] Çongur, E. Ulusal Kimliği Tiyatro İle Kurmak, Türk Tiyatrosunun Kimlik İnşasındaki İşlevi. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları; 2017
- [10] Demirkol, G. Gırgır. İstanbul: İletişim Yayınları; 2018
- [11] Dittmer, J. Captain America and The Nationalist Superhero: Metaphors, Narratives, and Geopolitics. Philadelphia: Temple University Press; 2013
- [12] Güreli, T. Türkiye'de Çizgi Romanlar. Sanat Dünyamız. 1997; Volume: 64, p. 41-77
- [13] Horzumlu A. Tuztaş, A. H. Çizginin Kahramanları ile Türkiye'de Çizgi Roman'ın Kısa Tarihçesi. Emine Gürsoy Naskali (Ed.) Çizgi Roman Kitabı. s. 5-36. İstanbul: Kitabevi Yayınları; 2018
- [14] İnal, G. Türk Minyatür Sanatı, Başlangıcından Osmanlılara Kadar. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi; 1976
- [15] İpşiroğlu, M. Ş. İslamda Resim Yasağı ve Sonuçları. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları; 2005
- [16] Kaya, M. Acarlı, M. Cumhuriyet'in İlk Yıllarına Kadar Türkiye'de Karikatürün Tarihsel Gelişimi. Millî Kültür Araştırmaları Dergisi. 2018; Cilt: 2- Volume: 2. p.127-133; ISSN: 2587-1331
- [17] Kunzle, D. Father of the Comic Strip Rodolphe Töpffer. USA: University Press of Mississippi; 2007
- [18] Kutay, C. Osmanlı'da Mizah (1868-...) Kişiler, Olaylar, Belgeler, Çizgiler, Dergiler...İstanbul: Acar Bilgi Merkezi Yayınları; 2013
- [19] Mahir, B. Osmanlı Minyatür Sanatı. İstanbul: Kabalcı Yayınevi; 2005

- [20] McCloud, S. Understanding Comics The Invisible Art. New York: Harper Collins Publishers; 1994
- [21] Selçuk, T. Grafik Mizah. İstanbul: İris Mizah Kültürü; 1998
- [22] Sınar Çılğın, A. Genç Cumhuriyetin Ütopyası: “Gülbüz Türk Çocuğu”. U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2004; Volume: 6, p.97-119.
- [23] Sipahioğlu, A. Bir Kimlik: Cemal Nadir. Yedi. 2007; Volume: 1, p.66 – 71
- [24] Tanındı, Z. Türk Minyatür Sanatı. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları; 1996
- [25] Timur, T. Osmanlı-Türk Romanında Tarih, Toplum ve Kimlik. İstanbul: Afa Yayıncılık; 1991

bölüm 2

Kültürel Belleğin Taşıyıcısı Olan Mitolojilerin Popüler Anlatılarda Temsili: Transmedya Uyarlaması Olarak *Türk Mitoloji Atlası Çizgi Romanı ile Wayfarer: Nomadic Realms* FRP Oyununda Türk Mitolojisi

Selin SÜAR ¹

Özet

İçinden çıktığı toplumun tarihsel, kültürel, sosyolojik ve psikolojik boyutlarını barındıran mitoloji, aynı zamanda toplulukların yaşam biçimlerini ve düşüncelerini şekillendiren kutsal ve gerçek bir anlatı olarak kabul edilmektedir. Mitler topluluğu olarak tanımlanabilen mitoloji, bu nedenle ortak bilinç dışında yaşayan bir öge olarak tüm güncel söylem ve eylemlerde yer almakta ve aynı zamanda bir süreç olarak kendini yeniden üretmektedir. Görsel bir iletişim biçimi ve anlatı formu olarak çizgi romanlar, son yıllarda yalnızca anlatı yapısı ve/veya görsel elemanların düzenlenişi açısından bir medya ürünü olarak değil, aynı zamanda yaratıcısının izlerini taşıması nedeniyle birer sanat eseri olarak da girift bir yapı taşımaktadır. Görsel-sözlü kültür evrenine popüler anlatılar olarak yerleşen ve ait olduğu toplumun kültürü, yaşayışı, tarihi ve egemen ideolojisi ile yakından ilişkili olan çizgi romanlar, interaktif bir ortam olan dijital oyunlara ilham kaynağı olmakta ve her iki medya ortamı da birbirlerini dönüştürmektedir. İllüstratör ve çizgi roman sanatçısı Bartu Bölükbaşı'nın, dünya mitolojileri ile karşılaştırmalı olarak incelediği ve kendi yorumu ile görsel olarak betimlediği Türk Mitoloji Atlası isimli eseri, *Wayfarer: Nomadic Realms* isimli masaüstü rol yapma oyunu olan DND 5e tabanlı FRP sistemine uyarlanmıştır. Araştırmada amaçlı örnekleme olarak seçilen Türk Mitoloji Atlası Çizgi Romanı ile *Wayfarer: Nomadic*

¹ Doç. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

Realms FRP Oyunu'nun Türk halklarının ortak kültürel belleğinin taşıyıcısı olarak Türk mitolojisinde kutsal kabul edilen destanların, anlatıların, ritüellerin ve karakterlerin transmedyalarda ne şekilde yer aldığı içerik analizi ile saptanmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel bellek, transmedya, Türk mitolojisi, çizgi roman, FRP

1. Giriş

Bu çalışma, Türk toplumlarının kültürel belleğinin taşıyıcısı olarak Türk mitolojisinde kutsal kabul edilen destanların, anlatıların, ritüellerin ve karakterlerin transmedyalarda ne şekilde yer aldığını ortaya koymayı ve bu yolla mitin tanımına ve yaygın olarak mit olarak adlandırılan kavramın içeriğine ilişkin tartışmaya katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Kültürün yaratılmasında ve sürdürülmesinde karmaşık süreçleri ve varlıkları ifade eden mit, ait oldukları toplumların yazılı ve sözlü kültürü içerisinde temellenerek bir yandan bilinmeyeniyi açıklamaya çalışırken diğer yandan toplumun üyesi olan bireye yol haritası sunar. Mitin öne çıkan dört temel işlevine bakıldığında karşımıza mistik (metafiziksel), kozmolojik, sosyolojik ve psikolojik işlevler çıkar (Campbell ve Moyers, 2009: 86-87). (1) Mistik (metafiziksel) işlev, bireyde evrenin gizem boyutuna ilişkin bir hayranlık ve şükran duygusu uyandırmaya yararken; (2) Kozmolojik işlev, yerel bilgiyi ve bireysel deneyimi metafiziksel boyuta bağlayan evrenin bir görüntüsünü sunar. (3) Sosyolojik işlev, toplumun normlarını doğrular, destekler ve bireyin buna uygun hareket etmesini sağlar; (4) Psikolojik işlev, her bireye o kültür bağlamında yaşamın aşamaları boyunca rehberlik etmeye hizmet eder.

Campbell'in 'işlevlerin en belirgin olanı olarak' adlandırdığı mitin mistik işlevi, uygun bir mitolojinin, kişiye, varlığın ve evrenin gizemi karşısında hayranlık ve boyun eğme deneyimi yaşatmasıdır. Bu deneyimi ortaya çıkaran ve çağrıştıran, yaşayan bir mitin imgeleri ve sembolleridir. Mistik işlev, kutsal olanla bağlantı yaratmakta, insanla, anlamla ve varlıkla iletişim kurulmasını sağlamaktadır. Mitin kozmolojik işlevi ise evrenin işleyişini ve görüntüsünü oluşturmakla ilgilidir. Evrenin büyüklüğü içinde tüm açıklanamayanlarla başa çıkmaya çalışan birey, mitoloji sayesinde sanat, inanç, kültür, yaşayış şekli ve anlatı aracılığıyla hikaye formları yaratır (Campbell ve Moyers, 2009: 33). Bunlar sayesinde yaratılış, Tanrıların, insanların, hayvanların ve bitkilerin kökeni, ölüm-yaşam, iyi-kötü, bu alem- öbür alem gibi düalitelere efsaneler yaratan insan, dünya kavrayışına yönelik dayanaklar geliştirir. Böylelikle birey, farklı olaylara bakışını ve onları yorumlamayı biçimleyen 'çerçeve'yi içinden geldiği toplumun normlarına göre

karakterize eden bir konuma gelir. Özetle, bireyin dünya görüşünü oluşturan değerler bütünü, içinde yaşadığı toplumun içinden çıkan mitolojiye göre şekillenirken, diğer taraftan mitoloji aracılığıyla da her yeni birey topluma itilir ve toplum içinde şekillenir. Campbell'a göre son aşamada bu üç işlevden en önemlisi olan psikolojik işlev gelir ki, bunlar kişiyi belirli bir grubun amaçlarına ve ideallerine göre şekillendirmek için gerekli istenci sağlarlar (Campbell ve Moyers, 2009: 53). Bu mitler evrensel olan iyilik, kötülük, annelik, babalık, aşk, tutku, sadakat, kurban, ölümlülük, intikam, hoşgörü gibi birçok kavrama açıklık getirirken insanın kendisi için sorduğu ben kimim, mutlu olmak nedir, nasıl daha iyi yaşanır, nasıl erdem sahibi olunur gibi soruları cevaplamaya ve bunlara uygun eylemler gerçekleştirmeye bireyi yönlendirirler.

Benzer şekilde çizgi romanlar, içlerinde barındırdığı süper kahramanlar, arketipler, kültür ve yaşayış şekilleri ile çağımızın mitolojisi haline gelmişlerdir. Tıpkı farklı mitolojiler gibi çizgi roman karakterleri ve çizgi romanlarda yer alan narratif yapı da çağımızın sosyal ve kültürel olaylarını yansıtmaktadır. Aynı mitolojik öykülerdeki gibi çizgi roman kahramanları ideal ve mükemmel insanı tasvir ederken; antagonistler bize içinde bulunduğumuz toplum içerisinde neyin kötü olarak algılandığını göstermektedir. Bu açıdan çağdaş dünyanın çizgi romanları eski mitlerin yayılmasını destekleyen önemli bir medya kanalı olarak karşımıza gelir. Modern mitolojinin bazı yönleri, diğer kültürel unsurların yanı sıra çizgi romanları da içerir. Çizgi romanlar bazı ilgili durumlarda arka planlarıyla, figürleriyle ve olay örgüsüyle mitsel söylemin taşıyıcıları konumundadır (Başakçioğlu, 2023: 155). Her ikisi de sosyal, ekonomik, antropolojik, ideolojik ve politik olguları içinde barındırdığından bireylerin kimliğini şekillendiren güçlü örneklerdir. Şüphesiz ki klasik edebiyat, resim, heykel, mimari gibi yüksek sanatlardan çok sayıda örneğin, iyi bilinen mitlerin yeniden anlatılması veya yeniden yorumlanması yoluyla oluştuğunu bilmekteyiz.

Popüler edebiyatın yirminci yüzyıla özgü tezahürü olan çizgi romanlar çağdaş anlatılar olan filmler, haberler, dijital oyunlar gibi insan tecrübesi ve geleneğinin edebi bir biçimde harmanlanması ve kaynaşmasıyla karşımıza gelmektedir. Söz konusu bu modern sanat ve medya ürünleri çoğunlukla Batı'nın Yahudi-Hristiyan ve Yunan-Roma mirasından kaynak alan içerikleri kullanmakta ve dünyanın her yerine ihraç etmektedir. Bu içerikler kolayca anlaşılabilir ve tanımlanabilir olmaları ile kitleleri kolaylıkla etkileyebilirler. Bilinen halk anlatılarının yaratıcı çeşitlemelerine ve değişikliklerine kadar değişebilen motiflerin ve referansların hikaye akışına ve karakterlere dahil edilmesi, okuyucunun eserle bağlantı kurduğu bir alan sağlar. Bu alanda yer alan ortak inançlar ve tarih aracılığıyla bir topluluğa

güçlü bir aidiyet duygusunun oluşması nedeniyle bireylere kimlik yüklemektedirler.

Bu anlamda karşılaştırmalı mitolojilerden ve tarihsel verilerden yararlanılarak oluşturulan *Türk Mitoloji Atlası* ve transmedya uyarlaması olan *Wayfarer: Nomadic Realms* FRP oyunu, kültürel belleğin taşıyıcıları olarak Türklerin sözlü kültüründe yer alan anlatıları popüler kültüre aktarmaktadır. Transmedya uyarlamaları olan bu eserlerin Türk mitolojik evreni içerisinde yer alan hangi olayları ve karakterleri ne şekilde sunduğu içerik analiziye saptanmaya çalışılacaktır.

2. Mitoloji ve Popüler Bir Anlatı Olarak Çizgi Romanlar

Mitoloji kavramının içeriği konusundaki tartışmalar yüzlerce yıldır devam etmektedir Mitolojinin kökeni Yunanca ‘mythos’ ve ‘logos’ sözcüklerinin birleşimidir. Mythos ve logos kavramları Antik Yunan uygarlığında söz kavramına karşılık gelen sözcükleri karşılamak için kullanılmıştır. Felsefe tarihinin başlangıcı için yapılan tanımlamalarda ise ‘mythos’ kavramının yerine ‘logos’ kavramının tercih edilmesi iki kavram arasında bir farklılığı ortaya koymak için yapılmaktadır (Beer, 2006: 56). Bu ayrımın nedeni ise mythos’un daha çok dinsel içerikle anılması logos’un ise içerisinde bir tür akılsallık barındırması şeklindeki yorumlarda kendini göstermektedir (Yanık, 2020: 271). Yunan doğa filozoflarının kavram setleri büyük oranda eserlerini Tanrıların ilhamlarına dayanarak üretilen şamanik tipler olarak görebileceğimiz Homeros ve Hesiodos’a dayanmaktadır (Bölükbaşı, 2023: 13). Homerik-Hesiodik çağ olan İyonya bilimsel düşüncesinin doğuşundan önceki dönemde, mythos kavramının karşılığı doğaüstü kahramanlar, olaylar ve fantastik kurgulardan meydana gelmemektedir. Birdal Akar (2019: 39)’a göre mythos sözcüğünün günümüzde anlaşıldığı biçimde karşılanma ihtiyacı ilk olarak Homeros ve Hesiodos’tan iki yüzyıl sonra Yunan düşünür ve yazarları tarafından hissedilmiş ve sözcük çoğunlukla bu bağlamda kullanılmaya başlamıştır.

Şefik Can (2020: 18-19), mitlerin nasıl değiştiğine ve mitolojinin ne olduğuna dair ilk akıl yürüten kişinin Helenistik dönem yazarlarından Euhemeros olduğunu belirtir. Euhemeros, mitolojik olayların esas olarak tarihsel gerçeklerin bir yansıması olduğunu belirtmektedir. Mitolojik karakterlerin ise hüküm veren, yönetici olan krallar, komutanlar ya da nam salmış kişiler olduklarını ve bu sayede tanrılaştırıldıklarını ileri sürmüştür (Winiarczyk, 2013: 30). Mitlerdeki anlatıların tarihsel gerçeklerin birer yansıması olduğunu ve ilâhların/ilahelerin tanrısallaştırılan şahsiyetler olduğunu öne süren Euhemeros’un ardından gelen

düşünürler, mitleri ahlâkî ve dinî açılardan incelemeye başlamışlardır. Antikçağ'a bakıldığında Homeros'un metni, tarihsel bir kayıt gibi okunmuştur. Öyle ki antik Yunan kültürünün, toplumsal yaşamının ve coğrafyasının kodları bu metinlerden alıntılanmaktadır (Campbell, 1995: 627; Berry, 2023: 14). Aziz Thomas Aquinas'ın Tanrı düşüncesinden hareketle yüce dinlerin kutsal kaynağı olarak görülen mitolojik temaların evrensel olduğu, bu doğaüstü motiflerin bir tek geleneğe ait olmadığı ve insan türünün dinsel söyleminin ortak olduğu vurgulanınca mitlerin toplumlar üzerindeki etkisinin hayatın her alanına yayıldığı ve benzerlikleri tartışılmaya başlamıştır.

Ancak mitoloji konusuna bilimsel bir yaklaşım sağlama çabaları, verilerin oldukça fazla, dağınık ve yer yer belirsiz olması nedeniyle neredeyse 19.yüzyıla kadar netlik kazanamamıştır. Campbell (1995: 614), Klasik çağ, Doğu kültürü, karşılaştırmalı filoloji, folklor, Mısır Uygarlığı, Kutsal Kitap eleştirileri, antropoloji dahil olmak üzere bütün araştırma alanlarında bilgi hazinesinin genişlerken diğer yandan 19. yüzyıl boyunca kuramların ve fikirlerin çatışması nedeniyle eksiksiz bir analizin yapılamadığını belirtir. 19. yüzyıla gelindiğinde İngiltere'de Max Muller, Almanya'da Ernst Cassirer, Fransa'da Michel Breal, dilbilim çalışmaları çerçevesinde mitlerin, temelini dilden aldıklarını belirtmişlerdir (Wilkins, 1901: 127; Cassirer, 1946: 2-3). Buna göre din, mitos ve sanat gibi dil de sembolik evrenin bir unsuru olarak etkileşim halindedir ve bunlar birbirine bağlıdır. Bu bağ, işlevsel bir bağdır ve sembolik ifade üzerinden ilerler. Sembolik evrenin bir parçası olan sanatsal anlatılar, mitlerle yakından ilişkilidir. Mitoloji, sanatsal yaratıyı ilgilendiren en önemli etmenlerden biri olmuştur (Özhancı, 2022: 517). Mimarlık, plastik sanatlar, fonetik sanatlar ve sahne sanatlarıyla etkileşim içinde, çağlar boyu varlığını sürdürmüş ve bu anlamda insanlığın estetik ve kültürel deneyimini etkilemiştir.

Çizgi romanlar; daha çok okuyucusunun keyifli zaman geçirmesi amacıyla üretilen ancak bunun dışında eğitim veya propaganda gibi amaçlar için de kullanılmaya müsait olan ve ilk örneklerinin ortaya konduğu 19. yüzyıl sonlarından beri kültür hayatının önemli parçası olmuş bir popüler kültür ürünüdür (Giray ve Yıldız, 2017: 734). Roger Sabin (1996:11), çizgi romanın kökenini 1600'lerdeki İngiliz çizimlerine dayandırır. Kraliyet olaylarını belgelendirmek adına çizilen eserlerin ve ilanların çizgi roman'ın anlatım biçimini almasına yön verdiği savunur. Eren Kır (2021:65), çizgi roman ve karikatürün öncüsünün İngiliz William Hogarth (1697-1764) olduğunu ve en önemli eserinin yozlaşan toplumu eleştiren *The Rake Progress* ve *Marriage A-la-Mode* olduğunu vurgular. Paul Buhle (2007: 316), sözlü tarih ile grafik tarihinin yükselişinin paralelliğine vurgu yaparak Büyük Buhran

döneminden itibaren ilk modern çizgi romanların yanı sıra WPA Federal Yazarlar Projesi köle anlatıları ve güney folklor-müzik kayıtları ortaya çıktığını belirtir. İsviçreli Rodolphe Töpffer'in (1799-1846) yayınladığı *Historie de M. Vieux Bois* (*Adventures of Obadiah Oldbuck*) adlı çizimli kitap birçok kaynakta ilk çizgi roman olarak kabul edilir (Kunzle, 2007: 3; Leuner, 2015: 200). İlk olarak 1837'de *Les Amours de M. Vieux Bois* adıyla Fransızca olarak yayınlanan bu eser, kahramanın aşk dolu maceralarına dayanmaktadır. Toplamda kırk sayfa ve 188 gravürün üzerinde olan eserde kahramanın kahramanın karada ve denizde başına birbiri ardına gelen aksilikler konu edilir (Kunzle, 2007: 54-55). İlk karikatür dergisi 1831'de *La Caricature* Fransa'da basılır (Cuno, 1994: 347- 348). Eren Kır (2021:65), karikatürden ilk kopmayı Amerika'da 1890'larda R. F. Outcalt'nun gerçekleştirdiğini belirtir. Outcalt'ın yarattığı *Yellow Kid* (Sarı Yumurcak), 4-5 kare boyunca sürüp esprinin genelde son karede patlatıldığı form olan karikatür bant (comic strips) formatında her Pazar yayınlanır. Karikatür bantlarda konuşma balonu kullanılması yönünden günümüz çizgi romanına yaklaşmaktadır. Bunun yanı sıra *Blondie* (Fatoş), *Gasoline Alley* ve *Little Orphan Annie* gibi bir hayli karakter ortaya çıkar. Patterson gibi yayıncılar, diğer yayıncılardan farklı olarak konseptte karar vermiş, yazar ve sanatçıyı işe alırken içeriğe dikkatlice bakmıştır (Tucker, 2004: 79; Harvey, 2014:68-69; Kır, 2021: 65). Sonuç olarak *The Gumps* (1917), *Gasoline Alley* (1919), *Winnie Winkle* (1920), *Moon Mullins* (1923), *Little Orphan Annie* (1924), *Dick Tracy* (1931), *Smilin' Jack* (1933) ve *Terry and the Pirates* (1934) gibi birçok çizgi roman art 1920'lerde ve 1930'larda pek çok ülkede popüle hâle gelmiştir.

1930'lar aynı zamanda Procter and Gamble firması tarafından promosyon olarak verilen dönemin ilk çizgi roman dergisi *Funnies on Parade*'in yüksek popülerliğe ulaşmasıyla önemli bir dönemeçtir. Yenilikçi formatla birlikte kısa zamanda birden fazla çizgi roman dergisi yayımlanmış ve sıra dışı serüvenleriyle kurtarıcı süper kahramanlar ortaya çıkmıştır (Başakcioğlu, 2023: 168). *Detective Comics* dergisinde 1938 yılında *Superman* doğmuş ve halk tarafından kurtarıcı ve başkaldırının sembolü olarak görülmüştür (Clanton, 2017: 35; Cantek, 2014: 24; Başakcioğlu, 2023: 164). Süpermen'in ardından, savaş döneminde gelişimini sürdürmüş olan çizgi roman mecrasında başta *Batman*, *Sub-mariner*, *The Human Torch* olmak üzere birden fazla süper kahraman görülmüştür.

Ülkemizde ise bazı bant karikatür tarzındaki çeviri çizgi anlatılar Osmanlı'nın son döneminden itibaren yayınlanmıştır. Osmanlı'da ilk karikatür 1871'de Teodor Kasap sahipliğinde çıkan ilk bağımsız mizah dergisi Diyojen'de ortaya çıkmıştır. Kasap, Türkçe, Fransızca, Rumca, Ermenice, Bulgarca olmak üzere beş dilde dilde

Hayal isminde bir mizah dergisi daha çıkartarak karikatüre daha fazla yer vermiştir (Subaşı ve Çaylı, 2017: 94). Osmanlı döneminde özellikle mizah basını muhalif tarafın ağırlığında olmuş hükümetin iç ve dış siyasetini, uygulamalarını çizgi yoluyla eleştirmiştir. İlk yerli bant karikatür ise Cemal Nadir'in *Amcabey* (1930) tiptemesidir. Yine 1930'ların çocuk dergilerinde Alex Raymond'ın *Flash Gordon*'u (Baytekin) ve *Jungle Jim*'i (Bayçetin ve Avcı Baytekin) gibi ilk yabancı çizgi romanlar yayınlanır (Sarıkaya, 2021: 86). 1923-1946 yılları günümüz karikatür çizgilerinin kalitesinin belirlendiği yıllar olarak kabul edilir. Ancak Adem Kartal vd. (2023: 3572)'e göre Aziz Nesin, *Markopaşa* mizah dergisi çıkana kadar siyasi mizahın neredeyse hiç olmadığı ve bununla beraber özgür düşüncenin de olmadığından bahsetmektedir. Levent Cantek (2014:24) ise asıl popüler olan çizgi romanların çocuklar için hazırlanan iki yabancı çizgi romandan doğduğunu belirtir. Bunlar *Teksa ile Tommiks*'tir. Cantek (2014:24)'e göre ülkemizde uzun yıllar boyunca Teksa-Tommiks ismi, çizgi roman kavramıyla özdeşleşmiş ve ellili yılların ortalarından itibaren büyük bir ilgiyle yayını sürdürülen İtalyan Western çalışmaları çizgi romanımıza olumlu/ olumsuz katkıda bulunmuştur. Uzun yıllar, içeriğinden formatına kadar Teksa-Tommiks benzeri yayınlar tercih edilmiş, ancak 1950'lerin ortalarına kadar hem spaghetti westernler olarak da anılan kovboy hikâyeleri hem de tarihi çizgi romanlar bir arada basıma girmiş ve okuyucular tarafından sevilmiştir.

1950'ler Türkiye'sinde kitle basını önemli bir noktaya erişir. Dönemin temsilcisi olan Sedat Simavi'nin gazetesi Hürriyet'te görsellerin çokça kullanması ve farklı konulara değinmesi açısından toplumun geniş kesimlerince beğeni kazanmıştır. Aynı şekilde Milliyet ve Yeni Sabah gazetelerinde de eğlendirme amaçlı, sayfalarının köşelerinde karikatür, çizgibant ve çizgi romanlara yer verilmiştir (Özkartal ve Sarıca, 2020: 5). Bu dönem çizirliğe karikatürle başlayan, sonra çizgi romana yönelen orta kuşak sanatçılar oluşmuştur. Bunlar; Selma Emiroğlu, Semih Balcıoğlu, Turhan Selçuk, Nehar Tülek, Eflatun Nuri, Altan Erbulak, Ali Ulvi, Bedri Koraman, Ferruh Doğan, Yalçın Tüzecan, Yalçın Çetin, Tonguç Yaşar, Oğuz Aral, Mustafa Eremektar, Suat Yalaz gibi çizirlerdir. 1950'lerin sonunda ise yerli çizgi romanlar patlama yaşamıştır; Ratip Tahir Burak'ın *Kırk Şehitler Kalesi* ve sonrasında 1960'ta Akşam gazetesinde Abdullah Ziya Kozanoğlu'na ait *Kızıltuğ* adlı romanın uyarlamasını çizmesi büyük ilgiyle karşılanmıştır. Aynı zamanda 1963 yılında *Karaoğlan* ile büyük ilgi uyandıran Suat Yalaz, yerli çizgi romanın gelişmesine önderlik etmiştir. Karaoğlan'ın maceraları 1 Nisan 1963 tarihinden itibaren haftalık çizgi roman dergisi olarak yayımlanmaya başlamıştır (Baykuş, 2016: 64; Basakcioğlu, 2023: 281). 16. Yüzyılda yaşadığı iddia edilen gerçek bir

karakterden esinlenilerek ortaya konulmuş Balibey'in oğlu *Malkoçoğlu* karakterinin serüvenleri dikkat çeken tarihi çizgi romanlar arasında sayılmaktadır. 1960'lı yıllar tarihi çizgi romanlar için zirve niteliğindedir (Başakcioğlu, 2023: 171). *Karaoğlan* ve *Malkoçoğlu*'nun etkisini yitirmeye başlamasının ardından Türk tarihinden yeni bir kahraman çıkarak tarihi çizgi romanları mitoloji ile birleştirmiş olan Sezgin Burak, *Tarkan*'ı yaratmış ve Tarkan, her macerası farklılık içeren bir çizgi roman örneği olarak 1967'den 1978'e kadar devam etmiş ve toplumunun beğenisi kazanmıştır.

Çizgi roman ve sinema arasındaki etkileşim, çizgi romanın gelişim sürecinde de devam etmiş, çizgi romanlardaki süper kahramanlar ve serüven anlatıları sıklıkla sinemaya uyarlanarak gösterilmişlerdir. Geçmişten beridir bağlılıklarını sürdüren sinema ve çizgi roman günümüzde de halen birbirini etkilemeye ve birbirlerinden anlatılar almaya devam eden iki sanat dalı olarak görülebilmektedir (Cantek, 2014: 43). Sanatın mitolojiyle ilişkisi iki farklı boyutta ele alınabilir. Bunlardan ilki, mitlerin sanat eseriyle bire bir ilişkisidir. İlk devirlere ait olan neredeyse bütün sanat eserlerinin mitsel bir yanı bulunur. İkinci olarak mitsel figürler bir sanat eserinin malzemesini veya arka planını oluşturabilmektedir. Böylelikle objenin malzemesini mitsel bir anlayış veya mitik bir figür oluşturur.

Çizgi roman ve mitolojinin dirsek teması, çizgi romanın tarihine bakıldığında süreklilik gösterir. Toplumsal belleğin dayandığı mitler, aynı zamanda insanlığın iç dünyasının dış dünyayla buluşmasını sağlar. Mitolojik metinlerde geçen kurgu, bir yandan toplumların gerçeği algılama biçimini yansıtırken, mitolojik semboller diğer taraftan toplumsal gerçekliğin üretiminde önemli bir yere sahiptir. Özellikle kahramanlık temalı hikâyelerin anlatı ve motif yapısını ödünç alan bu tarz popüler kültür ürünleri, yeni bir dil, form ve aktarım ortamında folklorik geçmişini değerlendirir (Şimşek, 2022: 453). Leslie Mullen (1998: 48)'a göre modern kültürde mitler, yaşadıkları toplumların kültürel aktörlerine o kadar iyi uyum sağlamıştır ki, onları neredeyse mit olarak algılayamayız. Bu bağlamda çizgi roman, sinema, video oyunları gibi kitle iletişim araçları, kültürel alanda en etkili sanat biçimlerinden biri olarak mitolojinin etkisi altındadır. Aynı sosyo-kültürel çerçeveyi oluşturan tüm kültürel öğeler, birbirinin etkisi altında üretim sürecinden geçerler.

Çizgi romanlarda mitolojinin yer alışı, mitolojik bir öykünün bire bir veya uyarlanarak aktarımı olabileceği gibi, çizgi roman kahramanlarının mitolojik karakterlerden oluşmuş şekliyle de olabilir. Ancak bunun yanı sıra -özellikle Amerika'da- 'süper kahraman' (super-hero) miti, 1938'lerden beri sıklıkla kullanılan bir sembol olarak yer almaktadır. Geleneksel anlatılardaki idealize

edilmiş tiplerin, modern anlatı biçimlerinde sürdürüldüğü, özellikle kahramanlık macerası şeklinde gelişme gösteren anlatıları etkilediği görülmektedir. Popüler kültürün ürettiği modern bir anlatı türü olan çizgi roman ve video oyunları gibi mecraların kahramanlık macerasını temel alan yapısı göz önüne alındığında, halk anlatılarının kahramanlarından yararlandığı, tarihî ve efsanevi kahramanların hikâyelerinin yeni anlatı formu ve içeriğiyle sunulduğu görülür (Şimşek, 2022: 453). Hougaard Winterbach (2006: 114), süper kahraman mitinin önemli değişikliklere uğramış olsa da, günümüzde hala yaygın olarak kullanıldığını belirtir. Yazar, *Superman* gibi bir figürün özünde yirminci yüzyıla ait görünse de, çok daha eski bir arketiple, yani kahramanla özdeşleşmelere dayalı tepkiler ürettiğini vurgulayarak efsane, mit ve folklor yoluyla korunan arkaik kahramanın, hayatın çeşitli aşamalarına yönelik potansiyel bir rehber olarak görülebileceğini vurgular. Gerçekten de Joseph Campbell (1993:256), efsanevi kahramanların hayatlarını betimlemeyi amaçlayan hikayeler aracılığıyla insan davranışının bilinçli kalıplarının altında yatan bilinçaltı arzulara, korkulara ve gerginliklere sembolik bir ifade verildiği belirtilir. Sonuç olarak çizgi romanlardaki süper kahramanlar modern bir mitoloji olarak yeniden ortaya çıkar. Winterbach (2006: 161) bunu ‘kahramanlık fantezisi’ olarak isimlendirir ve kolektif bir bilinçaltından sezgisel olarak çağrılmış olabileceklerinin altını çizer. Kitleler, daima kahraman rol modellerine ihtiyaç duymuştur.

3. Transmedya Uyarlaması Olarak *Türk Mitoloji Atlası Çizgi Romanı ile Wayfarer: Nomadic Realms* FRP Oyununda Türk Mitolojisi

Özellikle yaşlı toplumlarda mitolojinin oldukça önemli bir yeri bulunmaktadır. Mitler toplamı olarak nitelendirebileceğimiz mitoloji, bir gerçekliğin nasıl yaşama geçtiğini anlatır ve yaratılışın öyküsüdür. Mitler, bir şeyin nasıl yaratıldığını, nasıl var olmaya başladığını anlatmakla birlikte; gerçekten olup bitmiş, tam anlamıyla ortaya çıkmış olan şeyden söz eder (Eliade, 1993: 13). Dolayısıyla doğru veya gerçeğin ruhsal, psikolojik ve/veya sembolik yönlerine gönderme yapar.

Türk mitolojisinin köklerini, Türk gruplarıyla karşılaşan uygarlıkların yazılı metinlerinde aramak gerekir. Ancak Jan-Paul Roux (2011: 7), tarihteki ilk Türk İmparatorluğunun milâdî takvime göre 6. yüzyılda kurulduğunu, fakat bu tarihten önce de Türk toplulukları olsa da Çin kaynaklarında yer alan bilgilerin pek yeterli olmadığını belirtir. Buna rağmen milâdî takvime göre 260 yılı dolayında Baykal Gölü civarından Çin sınırına göç etmeye başlayan Tabgaçlar’ın Türk olduğunu belirtir. Bununla birlikte Türkler hakkında mevcut en eski belgenin Bugut Yazıtı olduğunu söyleyen yazar (Roux, 2011: 11), yazıtta büyük dinlerin etkisi kendini

göstermekle birlikte genelde Türk-pagan düşüncelerin yansıtıldığını söyler. Bartu Bölükbaşı (2023: 27), Türk dininin M.Ö. 2.000 yılından, klasik Türk dönemi olan Göktürklerle dek dönüşüm geçirerek devam ettiğini ve Çin-Roma kayıtlarında Türklerin yılın belli dönemlerinde toplanıp tanrılara, doğa ruhlarına ve atalara kurbanlar verdikleri rapor edildiğini vurgular. Paradaeva Dilyuzay Raimovna (2021:115) ise Türk mitolojisinin kısa tarihini ve dönüşümünü şu şekilde açıklamaktadır: *“MÖ 3. binyılın sonunda Avrupa, Kuzey Afrika ve Asya'nın bazı bölgelerinde yaşayan ve Türk toplulukları olarak bilinen etnik gruplar MÖ 1. binyıla gelindiğinde, gruplar atlı göçebeler haline gelmişti. Sonraki yüzyıllarda, fetih, dil değişimi, din değiştirme ve kaynaşma sonucunda çok sayıda etnik açıdan çeşitli grup Türk halkının bir parçası oldu. Türk halklarının ortak kültürel özellikleri, tarihi deneyimleri ve ortak bir gen havuzundan kökenleri bulunmaktadır. Günümüzde, en önemli Türkçe konuşan etnik gruplar arasında Türkler, Uygurlar, Özbekler, Kazaklar, Kırgızlar ve Türkmenler ile Azerbaycanlılar yer almaktadır.”* Bu etnik grupların Tengricilik, Animizm ve Şamanizm inançları ve göçebe varoluşlarından kaynaklanan çeşitli sosyal ve kültürel fikirler, Türk mitolojisinin önemli ölçüde etkilemiştir. Bölükbaşı (2023: 27) ek olarak Sibiry Türklerinin inançlarını inceleyen L. P. Potapov'dan hareketle, Türklerin kendilerine has bir dine sahip olduklarını ve Türklerin tanrılara ve ruhlara inandıklarını, bu varlıkları memnun etmek ve öfkelerinden kaçınmak için onlara kurbanlar sunduklarını, şamanların yer aldığı ritüeller ve kurban törenlerinde hayat ağacını temsil eden bir maket veya madeni kaşıklar gibi kült objeler kullandıklarını, doğa güçlerine karşı davranışlarda topluluğun tümünü kapsayan bir ahlak anlayışına sahip olduklarını belirtir. Dolayısıyla dinin, kuralları ve yasakları olan, doğaüstü varlıklarla kurulan iletişim sonucu insanlara nizam veren ve onları bir araya getirerek bir toplum oluşturan bir sistem olduğu düşünüldüğünde Türk toplumunu tanımlayan ve toplumsallığı oluşturan tüm bu ritüellerin toplumun tüm üyelerinin aynı ahlaki paylaşımlarına yol açtığı savunulabilir.

Araştırmamanın örnekleme olan *Türk Mitoloji Atlası* kitabı ve *Wayfarer: Nomadic Realms* FRP oyunu, Türk mitolojisini eksenine alarak popüler kültüre kazandırılmış ve bu yolla kitlelere ulaşmıştır. Türk Mitoloji Atlası kitabının önsöz ve teşekkür bölümünde yazar (Bölükbaşı, 2023: 9), kendisini bu kitabı yazmaya iten en önemli nedenler olarak ilk ve en büyük mitoloji çalışmalarının bizzat Atatürk'ün inisiyatifiyle yapılmış olduğunu, Kırım ve Volga boyundan gelen Tatar aydınlarının emekleriyle Türk ulusunun kendi geçmişini keşfetme heyecanını hazırladıklarını ve 2000'li yıllar geldiğinde tüm dünyada İskandinav mitolojisinin büyük popülerite

kazanmasının yanında Türk mitolojisinin esamesinin dahi okunmuyor olmasını vurgular.

Kitabın yazılmasının ardından kısa bir süre sonra yazarın Metis Creative Studio ekibi ile birlikte tasarladıkları DND5E tabanlı FRP sistemine kitabın bir uyarlaması olan *Wayfarer: Nomadic Realms* FRP oyunu piyasaya sürülmüş ve büyük bir ilgi toplamıştır. FRP oyunlarının tarihi J.R.R. Tolkien tarafından yazılan *Yüzüklerin Efendisi*'ne dek uzanır (Fimi, 2010: 3-4). 1970'lerden günümüze dek birçok FRP oyunu yayınlanmıştır. Bu eserlerinin en önemli özelliği, olayların geçtiği dünyanın bütünüyle yazarın kafasında kurgulanmış hayali bir yer olması ve yazarların bu dünyayı tamamlayacak olan yeni dilleri, ırkları, inançları ve mitolojileri yaratmış olmalarıdır. FRP'lerde insanlar değişik ırkları ve karakter sınıflarını oynamaktadırlar. Bu karakterler güç, çeviklik, dayanıklılık, zeka, bilgelik, karizma olmak üzere yeteneklerine; insan, cüce, elf, gnom, yarı-elf, yarı-ork gibi ırklar olmak üzere ırklarına; ermiş, barbar, cadı, hırsız, büyücü, savaşı, keşiş, kolcu gibi meslekler olmak üzere mesleklerine; kurallara karşı eğilimlerine; becerilerine vs. göre olmak üzere sınıflandırılırlar (Waskul ve Lust, 2004: 336; Arslan, 2016: 17-18). Her ırkın ve sınıfın kendine has becerileri bulunur ve karakter yalnızca oyunun başında sınırlı sayıda seçilebilen kabiliyetleri ve sonradan öğrendiklerini kullanabilmektedirler.

Çalışma, popüler birer anlatı olan *Türk Mitoloji Atlası* çizgi romanı ile bu eserden bir transmedya uyarlaması olan *Wayfarer: Nomadic Realms* FRP oyununda Türk mitolojisinin kültürel bellekte ne şekilde temsil edildiğini içerik analizi yöntemiyle incelemeye dayanmaktadır. Her iki eserin içerik analizine göre sınıflandırılabilmesi için belirli bir çerçeve kurmak gerekmektedir. Asıl olarak 1990'larda medya ekonomisi, video oyunları ve televizyon çalışmaları gibi farklı alanlardaki yazarlar tarafından tanımlanan transmedya, bir öykünün, sinema, televizyon, çizgi romanlar, mobil uygulamalar, dijital oyunlar, sosyal medya gibi farklı platformlar üzerinden izleyiciye sunulmasıdır. Henry Jenkins (2012: 944), transmedya hikaye anlatımını, bir kurgunun ayrılmaz unsurlarının, birleşik ve koordineli bir eğlence deneyimi yaratma amacıyla sistematik olarak birden fazla dağıtım kanalına dağıtıldığı bir süreç olarak yorumlar. Ancak transmedyalar hem farklı diller (sözlü, ikonik, vb.) kullandığı hem de farklı medya ortamları (sinema, çizgi roman, televizyon, video oyunları, vb.) kullandığı için daha büyük bir hikaye ve/veya hikaye dünyasına işaret etmektedir (Sousa vd., 2016: 5). Böylelikle hikaye öylesine zengin, ilgi çekici ve karmaşık hale gelir ki, tek bir eserde ya da tek bir ortamda tam olarak tüketilemez ve keşfedilemez (Jenkins, 2007: 946; Sousa vd., 2016: 7). Dolayısıyla transmedya hikâye anlatıcılığının yedi ilkesi olan

yayılabilirliğe karşı derine inebilirlik, devamlılığa karşı çeşitlendirilebilirlik, içine gömülmeye/kaptırmaya karşı seçerek alma, dünya inşa etme, dizileştirme, öznellik ve performans karşımıza çıkar. Transmedya anlatılarda, hikâyeye ait bilgilerin tümünü barındıran tek bir mecranın yoktur ve hikâye evreni mümkün olduğunca çok ve farklı mecralar üzerinden dağıtılır. Her mecra kendine özgü nitelikleri çerçevesinde hikâyeye katkı yaparak kendi evreninde çok sayıda karakter ve bu karakterlere ilişkin olaylar, hikâyeler bulundurmaktadır (Özarslan ve Perdahcı, 2022: 87). Hikâye evreni sürekli genişleyen bir yapıda tasarlanmakta ve bu genişleme kurmaca dünyanın içerisinde olabildiği gibi hem izleyicilerin hem de yapımcıların performansı sayesinde kurmaca dışı olan gerçek dünyaya da uzanabilmektedir.

İçerik analizinde incelenen metinlerin ve eserdeki anlamların keşfedilmesini, yeniden yapılandırılmasını ve yeniden yorumlanmasını içeren bir teknik öne çıkar (Cengiz, 2015: 26). İçerik analizinde amaç, incelenen materyalde görünmeyen sosyal gerçekliğe ait çıkarımlarda bulunmaktır ve bu nedenle belli amaçlar bağlamında ele alınır. Kodlama aşamasında ise analiz edilen veriler anlamlı bütünlük halinde parçalara ayrılmaktadır. Bu aşamada çalışmanın temel soruları ve kavramsal çerçevesi dikkate alınarak kategori sınırları net bir şekilde çizilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle kitapta var olan ve oyunla örtüşen temel kategoriler üç başlık altında sınıflandırılmaya çalışılmıştır.

Bu açıdan Türk mitolojisinde öne çıkan başlıca kavramlar aşağıdaki gibidir:

3.1. Türk Mitolojisinde Yaratılış:

Türk Mitolojisine göre yaratılış evrenin yaratılışı, insanın yaratılışı ve kavimlerin oluşumu şeklinde sınıflandırılabilir. Halil Can Akgün (2017: 18), tek bir türeyiş miti olmadığı ve eski Türklerin dağınık topluluklar halinde yaşayışından yola çıkarak özellikle iki tür yaratılış efsanesi üzerinde durmaktadır. Bunlar Orta Asya Yaratılış Efsaneleri ve Altay Yaratılış Efsanesi'dir. Orta Asya yaratılış efsanelerinde İran mitolojisi ile Mani dininin etkisi olduğu görülmektedir. Düalizmin önemli bir etkisi bulunur. Altay yaratılış destanlarında da Tanrı Kuday gökte, Şeytan Erlik ise yer altında oturur, ancak bunlar her şeye gücü yeten Tanrılar değildir; yalnızca güçlü ilahi varlıklardır. Türk Tanrı düşüncesi, İran mitolojisindeki ikili ilah sistemini tek ilahlı sisteme çevirmiştir. Altay efsanesinde görülen ikili evren algısı İran düalizmini çağırırsa da, İran mitolojisinde evren yaratıldıktan sonra insan yaratılmıştır ve Altay efsanesinde insan, evrenin yaratılışından da önce vardı düşüncesi hâkimdir. Yine efsanede her şeyden önce su vardır. Yer, ay, gök, güneş yoktur. Tanrı (Kuday) ile kişi vardır ve ikisi su üzerinde

uçuyorlardır. Bölükbaşı (2023: 167), yaratılış mitlerinde aynı zamanda ağaç ve mağara mitlerine de değinir. Yazar (Bölükbaşı, 2023: 167), eski Türkler için kayın ağacının, hayat ağacı ile aynı türden olduğu için kutsal olduğunu; Ülgen ve Umay'ın bir çift kayın ağacı formunda orta diyara indiklerini söyler. Bununla birlikte mağara doğumu mitine de vurgu yapan Bölükbaşı (2023: 170-171) Kırgız anlatılarının özetini şu şekilde verir: *“Doğa güçleri ilk insanı ortaya çıkarabilmek için iş birliği içinde hareket ederek yarattıkları sağanak yağışla toprakta baçık meydana getirmiştir. Rüzgar, balçığı geniş bir mağaraya sürerek oyuklara dökülmesini sağlamıştır. Oyuklar içine yerleşen çamur donarak insan biçimini almış ve güneş tanrısının saçtığı ısıyla pişerek ilk insan çifti Ulu Ay Ata ve Ulu Ay Ana'yı ortaya çıkarmıştır. İlk insan çifti 120 yıl yaşayıp birçok çocuk dünyaya getirdikten sonra ölmüşlerdir. Torunları atalarının doğdukları mağaraya bir altın taht yerleştirip üsüne de onların altın idollerini dikmişlerdir. Her yıl bir defa bu mağarada toplanıp atalarının şerefine kurban keserler.”*

Türk Mitoloji Atlası'nda tarihsel veriler ışığında aktarılan yaratılış mitleri ve öne çıkan semboller, oyunda hikayeleştirilerek izleyiciye sunulmakta ve tarif edilen düalist yapı eşliğinde oyun mantığına entegre edilmektedir.

3.2. Türk Mitolojik Evreninin Yapısı:

Türk mitolojisinde evren/dünya tasarımı, kendi içerisinde karşıtlıklarını barındırarak ortaya çıkan bir yapı olarak sunulmaktadır. Varlığın ve yokluğun ötesinde sınırsız bir oluş potansiyeli olarak Taoizm bulunur ve bu potansiyel gerçekliğe dönerek varlığı ve karşıtı olan yokluğu yaratır. Temel varlık-yokluk karşıtlığı sınırsız sayıda karşıtlık çıkararak içinde yaşadığımız evrendeki çokluğu meydana getirir. 19. yüzyılda derlenen evrendoğumla ilgili mitlere göre Kayra Kan ya da Ülgen ile Erlik zıt güçlerdir. Kayra Kan/Ülgen doğal ve ahlaki iyilerin kaynağı ve yaratıcısı iken Erlik doğal ve ahlaki kötülüklerin yaratıcısıdır. Bu düalizm diğer Türk boylarında da tespit edilmiştir. Yakut Türklerinde Yüryüng Ayıg Toyon ve şeytan arasında bir düalite söz konusudur (Özkan, 2022: 226). Tüm Tanrılar, toplumsal sistem, ahlaki özellikler, ritüeller bu düaliteye göre yapılır. Bölükbaşı (2023: 65), eski Türklerin köklerinin tarih öncesi orta Sibirya'ya kadar uzanan diyalektik bir kavrayışa sahip olduğunu söyler. Mitolojik anlatılarda dikotomi olarak adlandırılan bu evren, aydınlık ve karanlık güçlerin birbiriyle çatışması ve birbirini tamamlamasına dayalıdır. Bu durum, sürecin diyalektik doğası gereği aydınlığın karanlığa dönüşümüne, karanlığın ise aydınlığa dair olumlu vasıflar kazanmasına imkan tanımaktadır. Bu durumun mitolojik öykülerde iki tanrının birbiriyle mücadele etmesi sonucunda birbirine düşman krallıkların kurulması ve

zaman içinde ortaya çıkan yeni nesil kahramanların bu krallıkları ortadan kaldırarak kendilerine ait yeni krallıklar kurmalarıyla görüldüğünü söyleyen yazar (Bölükbaşı, 2023: 27), eski Türklerin evren algısında hiçbir şeyin siyah beyaz olmadığını ve doğal unsurların durmaksızın birbirleriyle etkileşim halinde dönüştüğünü sözlerine eklemektedir.

Yazarın bahsettiği evren yapısı, kitap, bir hikaye anlatımına elverişli olmadığı; kurgusal bir anlatının FRP oyununa daha çok uyumlu olması nedeniyle oyunda görülmektedir. Fantastik Rol Yapma oyunlarında (FRP), ayrıntılı kural setleri bulunur. Bir hikâye anlatıcısının olduğu bu tarz oyunlarda, anlatıcı oyuncuların içinde bulunduğu evrenin her şeyini şekillendirir (Çeken ve Çiçekli, 2018: 36-37). Bu anlatı dünyasında oyuncu kurgusal bir karakterin kontrolünü üstlenir. Oyuncu görünüşünü kişiselleştirebildiği bir karakter yaratır ve bu yarattığı karakteri aracılığıyla oyun dünyasında yer alır (Safko ve Brake, 2009: 326). Oyunda ilk kez İskitler, Hunlar, Göktürkler ve Kuşanlar gibi bozkır halklarının sadece yaşam biçimleri değil, aynı zamanda bu toplulukların yaşadıkları sislerle kaplı iç Asya coğrafyası mekan olarak tasvir edilmekte ve oyuncular bu toplulukların toplumsal Türk mitolojisinde bahsi geçen tanrılarının yer aldığı panteonları da deneyimleyebilmektedirler.

3.3. Öne Çıkan Kahramanlar ve Canavarlar:

Evrenin yaratılışında ve yapısında yer alan düalizm, kahraman ve canavar mitlerinde de kendini göstermektedir. Bununla birlikte her iki eserde de kahraman ve canavarlar birer arketip olarak karşımıza çıkmaktadır. Arketipler, bireyin evreni anlama ve anlamlandırma sürecinde varlık bilgisinin oluşumlarıdır. Jung'un psikoloji dünyasına kazandırdığı ve mitlerin temsilcileri olduğunu söylediği arketip terimi, bireyin algılamasını örgütleyen, bilinç içeriklerini düzenleyen, değiştiren ve geliştiren yapılar olarak tanımlanmaktadır (Ersoy, 2011: 1). Mitlerde ve mitolojik öykülerde gördüğümüz karakterlerin ve olay örgülerinin her biri bir arketipe tekâbül etmektedir ve insanlık tarihi boyunca tüm dünyada farklı formlarda görünebilirler. Çizgi roman ve oyunda görülen başlıca kahraman arketipleri, Türk mitolojisinde destanlarda, efsanelerde ve halk söylencelerinde öne çıkan figürlerdir. Bunlardan ilki Alp Er Tunga'dır.



Görsel. 1. Alp Er Tunga, *Türk Mitoloji Atlası*.

Alp Er Tunga ile ilgili ilk yazılı bilgilere Zerdüştlüğün kutsal kitabı Avesta’da rastlanmaktadır. Söz konusu eserde, Alp Er Tunga, hilekâr ve kötü insan tipini temsil etmektedir. Ancak bu durum, Alp Er Tunga’nın İranlıların da baş düşmanı olduğu düşünüldüğünde onu Türkler için bir kahraman motifi haline getirmektedir. Alp Er Tunga hakkında en geniş bilgiye yer veren İran kaynaklarından ikincisi ise Firdevsi’nin Şehnâme isimli eseridir (Öger, 2008: 509). Bölükbaşı (2023: 178), eski Türklerin mitolojik söylemlerinde Alp Er Tunga’nın, tüm Türk toplulukları üstünde yankı uyandırmış bir kozmik imparator modeli olduğunu söyler. Buna göre, tunga sözcüğünün nesli tükenen bir kar kaplanı olduğu düşünülmektedir. Yırtıcı hayvanlardan isim alma geleneği eski Türkler arasında savaşçının gücünü totem hayvanıyla birleştiren soy atası motiflerinden ileri gelir. Türk kaynaklarında adına ilk kez Orhon Yazıtları’nda rastlanan Alp Er Tunga’yı mitolojik bir varlık olarak öne çıkaran şey, Pers halkının göçebe Turanlı korkusudur.

Huban Arığ, Hakas Türklerinin kadın yiğitlik destanlarından biridir. Şiir formatında ve epik anlatımları olan bu anlatımlar, bir veya birden çok kahramanın halkı için sergilediği önemli ve gerilimli mücadeleleri konu alan kahramanlık destanlarıdır oluşturmaktadır (Ergun, 2010: 32). Bu destanlarda

olağanüstü varlıklardan yardım alma, sihirli nesnelere sahip olma, yeraltına inme, şekil değiştirme, hava olaylarına müdahale etme, ölüyü diriltme ve hastayı sağaltma, sihir/ büyü yapma gibi mitolojik unsurlara yer verilmiştir (Uluışık, 2018: 138). İster canlı isterse de cansız bir nesne şekline dönüşebilen; varlıkların şekillerini değiştirebilen ve savaşçılığı ile dikkat çeken Huban Arığ, bunun yanı sıra şamanlara ait olan birçok özelliği de bünyesinde barındırdığı için diğer destan kahramanlarından daha farklıdır (Uluışık, 2018: 156). Bir kulağı ile yeraltını bir kulağı ile yer üstünü dinleyebilir, sezgileri kuvvetlidir, onu tehlikelerden korumak ve zor durumlardan kurtarmak amacıyla yanından hiç ayrılmayan yardımcı varlıkları bulunmaktadır.

Türk tarihinin en erken sözlü ürünlerinin başında gelen *Oğuz Kağan Destanı*, eski Türk yaşayışları, kültürleri, inançları, devlet teşkilatı açısından verdiği ipuçlarıyla hem önemli bir eser hem de önemli bir figürdür. Oğuz Kağan'ın doğumu, olağanüstü çocukluğu, kahraman oluşu, eşleriyle karşılaşması, oğullarının dünyaya gelmesi, ülkeleri fethetmesi, Oğuz boylarını oluşturup yurdunu oğullarına miras bırakması destanın temel konularıdır ve olaylar arasında bağlantılar destanda yer alan motiflerle sağlanmaktadır (Terek, 2021: 1733). *Dede Korkut* hikâyeleri, büyük bir *Oğuzname* destan geleneğinin parçaları olarak kabul edilir (Topcu, 2016: 356). Geçmişinden mitolojik motifler barındırmakta olan ve Oğuz Türklerine ait bu metinler, yüzyıllardır toplumu şekillendirme ve bilinçlendirme görevi görmüş eğitici, öğretici ve bilinçlendirici metinlerdir. Bölükbaşı (2023: 202), Dede Korkut veya Korkut Ata'yı Oğuz Türkleri'nin meşhur destan anlatıcısı ve aksakallı dedesi olarak tanımlar. *Korkut Ata* yarattığı destan sayesinde meşhur olur, kısa sürede kanaat önderliğine yükselir. Yaşlandıkça şamanik güçlere kavuşan Korkut Ata, çaresiz hastalıkları tedavi eder, her bir canlı ve cansız varlığa isim vermeye başlar, çocuklara büyüyünce dönüşecekler rol modeller sunar, kadın ve erkeklere verecek masallar anlatır. Zaman içinde Dede Korkut'a dönüşür ve bu şekilde içinde yaşadığı Türk toplumunun hafızası olur. Türk çizgi roman tarihinde halk edebiyatı ürünlerinden yararlanılmasına en önemli örneklerden biri olan Dede Korkut anlatıları, çizgi roman türünde ilk defa 1943 yılında *Çocuk Haftası* adlı haftalık çocuk dergisinde yayımlanır. Serdar Şimşek (2022: 460), derginin 42. sayısından itibaren *Boğaç Han* adlı ilk örnek yayınlandıktan sonra, Dede Korkut hikâyelerinin çizgi roman formundaki uyarlamalarının çoğaldığını, bunlar arasında Mehmet Tekdal tarafından çizilen *Tepegöz*'ün, *Deli Dumrul*'un, *Boz Aygırlı*'nın, *Kara Çoban* ve *Sarı Kale* hikâyelerinin bulunduğunu belirtir.

Basat, Dede Korkut öykülerinde anlatılan karkterlerden biridir. Türk halkının büyük düşmanı *Tepegöz*'ü bir dağın tepesinde yaşadığı mağarasında öldürür ve bu zaferini, dağın başında büyük bir ateş yakarak halkına duyuran Basat da çizgi roman ve oyunda kendine yer bulmuştur. Mümin Topcu (2019: 371)'ya göre Tepegöz ve Basat anlatısı, toplum yaşamına aksetmiş ve onun aşamalarını görünür hale getiren simgelerle örülmüş anlatı dizgelerinden oluşmaktadır ve her davranış kutsal tarafından gerçekleştirilmekte ve onun iradesiyle bir döngü (kader) sonucunda oluşmaktadır. Aynı şekilde Deli Dumrul on iki Dede Korkut öyküsünden biri olarak karşımıza çıkar. Yaratıcı, Deli Dumrul ve eşini yüz kırk yıl ömürle mükâfatlandırırken Deli Dumrul'un anne ve babasının canını alması onlara verilen en büyük cezadır (Şahin, 2018:55). Dede Korkut hikayeleri, Oğuz beyleri ve yiğitlerin kahramanlıklarından ziyade İslamiyet ile göçebe Türk kültürünün iç içe geçtiği bir yapı taşır.

Köğüdey Mergen ise Altay Türklerinin destanlarından olan ve arkaik izler taşıyan Maaday-Kara Destanı'nda kahraman ve Maaday Kara'nın oğludur. Köğüdey Mergen, hayatın sırrını çözmek, annesiyle babasını ölümler diyarından yeryüzüne geri getirmek, sürülerini ve halkını ölümün pençesinden kurtarmak için yeraltı dünyasına iner. Mustafa Nerkiz (2018: 303), destanın Türklerin eski dünya görüşü ve düşünce sistemleri hakkında bilgiler sunarken, yeraltı ve yeryüzünün kötü ruhlarıyla mücadele, yabancı hanlarla mücadele, kahramanın evlenmesi gibi farklı epizotlarla aklın kullanımı, bilgiye ulaşma ve bilginin önemi noktasında önemli mesajlar verdiğini belirtir. *Yama Kağan*, eski Türklerin mitolojik söylencelerinde soy atası ve kozmik hükümdar motiflerini bünyesinde toplayan bir kahraman olarak karşımıza çıkmaktadır. Türk Kağanlığına ait MS. 8. yüzyıla tarihlenen Ongin Yazıtı'nın ilk satırında Yama Kağan, hükümdarlığında dört yöne hükmetmiş ve büyük zaferler kazanmıştır (Erkoç, 2018: 157). Bölükbaşı (2023: 196), Yama Kağan'ın Oğuz Kağan türevi kozmik imparator motifinin erken bir örneği olabileceğini söyler. Onun iktidarından sonra devlet nizamı darmadağın olmuş ve halk sefaletle sürüklenmiştir.

Efsanevi Ling ülkesinin kralı olan *Gesar'ın destanı* 12. Yüzyılda Tibet'te halk arasındaki sözlü gelenekten derlenerek kayıt altına alınan bir efsanedir. 20 milyon kelimeden oluşan destan dünyanın en uzun destanlarından birisidir ve kaleme alındığı dönemde Tibet'te Budizmin yanı sıra yerel dinlerin de etkisi olduğundan kimi araştırmacılarca Budizm öncesi döneme dayandırılmaktadır (David-Neel ve Yongden, 1933: 13-14; Lianrong, 2001: 319). Destandaki Budizm öncesi motifler çoğunlukla Tantrik şamanizm ve Tibet'in Budizm öncesindeki eto dini olan Bönpo

dininin etkilerini taşımaktadır (Bölükbaşı, 2023: 199). Gesar'ın üç yaratık tarafından temsil edilen üç generali vardır.

Türk mitolojisinde öne çıkan ve popüler kültürde Dede Korkut ve Nasreddin Hoca kadar çok işlenen iki kahraman *Köroğlu* ve *Keloğlan*'dır. İki figür ve onların dahil olduğu anlatılar, yalnızca çizgi roman değil, sinema, dizi, reklam, animasyon gibi içeriklerle kitlelere sunulmuştur (Şimşek, 2022: 459). Bölükbaşı (2023: 208), Köroğlu için onun kötücül güçleri yenerek yurda düzen getiren bir halk kahramanı olmasının yanında tarihsel bakımdan Osmanlı despotizminin Anadolu Türkmenleri'ne yaptığı zulümle savaşıyan bir Celali portresi çizmesi nedeniyle Türk bilincine damga vuran önemli mitolojik bir karakter olduğunu belirtmektedir. Ancak Keloğlan, Köroğlu gibi bir arketip değildir. Keloğlan, hem kahraman hem düzenbaz, hem dürüst ve açık hem de sinsî, hem iyiliksever hem de çıkarıcı olabilen bir karakterdir. Bu nedenle başına gelen talihsiz olaylar veya karşılaştıkları engelleri aşarken kullandığı yöntemler nedeniyle hilebaz arketipine yakın durur. Böylesi karakterler zekidirler, daima hazırcevaptırlar ve genellikle haksız duruma düşmezler veya böylesi bir durumdan kolay sıyrılırlar. Bu ise okuyucuda gülme isteği uyandırır. Bölükbaşı (2023: 211), Keloğlan anlatılarında Alevi-Bektaşî Türkmen tarikatlarının rolünün büyük olduğunu belirtir. İslam öğeleri eklenmiş olsa dahi bölgede yüzyıllardır etkin olan Hinayana Budizmi, Manicilik ve Brahmanizm sayesinde Orta Asya'da kurulan Türkmen tarikatlarında kozmolojik ve dinsel pratikler eskisi gibi devam etmektedir.

Kahramanların yanısıra Türk mitolojisinde geçen *Devler*, karanlık hizmetkarlar olan *Aldacılar* (ruh toplayanlar), *Al Karıları* (yeni doğan bebekleri kaçıran veya hamile kadınları öldüren demonik dişil varlıklar), *Obidalar* (ters kafalı demonik dişî figürler), *Sekkalar* (ensest ilişki sonucu oluşan demonik bebekler), *Bastırıklar* (karabasanlar), *Çorlar* (insanları çarparak ölmelerine sebep olan ters ayaklı demonik varlıklar), *Hortlaklar*, *İçgekler* (kan içip salgın hastalık yayan vampirler), *İt Baraklar* (kurt adamlar), *Küp Karıları* (cadılar), *Periler* kötücül karakterler olarak yer almaktadır. Bu karakterlerden bazılarıyla hikayeye yön vermek ve bozkır mitleri içinde geçen açık dünyayı oyuncunun keşfetmesi için oyunda da karşılaşilmektedir.

Şamanlar ise eski Türk kozmonolojisinde üç diyarın yaşayanları arasındaki bağlantıyı sağladıkları gibi hastaları iyileştiren, tılsımlar ve büyüler yapan, gelecekte haber veren, Tanrılarla pazarık edebilen, orta diyar iyeleriye görüşebilen, siyasi çekişmelerde aktif olarak rol alan ve hatta kargış olarak bilinen kötülük dileme sanatıyla beddua edip kişiyi sakat bırakabilen ve/veya kişinin acılar içinde ölmesine neden olan ruhban sınıfı olarak betimlenebilmektedir (Bayat,

2017: 13; Alp ve Mutlu, 2021: 1025; Bölükbaşı, 2023: 264). Şamanlık kültürü ve felsefesinin esasında insan ve tabiat uyumu düşüncesi durmaktadır. Kosmos, dünya ve onu çevreleyen hayvan ve bitki bir bütündür. Bu anlamda Şaman kültürü bir doğa ve paylaşım kültürüdür (Bayat, 2017: 21-151). Sayan-Altay Türklerinin şaman mitolojisinde insanların yaşadığı Orta Dünya gök âleminden belli bir sınırla ayrılır ve şamanlara göre yeryüzü ve gökyüzü arasında geçişi sağlamak için belli yerler vardır.

Kitapta daha detaylı biçimde anlatılan Türk mitolojisine ait karakter yer almasına karşın oyunda *Atlı Göçebe*, *Perihan* (şamanlar gibi doğaüstü varlıklarla iletişim kuran cadı doktorlar/ kadın büyücüler), *Gri Kurt*, *Aksakallı* (boyların temsilcisi, akıl hocası), *Aldacı* (ruh toplayıcı), *Küldürgiş* (su kenarlarında yaşayan ve karşılarına çıkan kişileri güldürmekten öldürürler), *Markut* (şamanlara üst dünyada yardımcı olan ve evin bacasından girerek çocukları kaçıran yarı insan yarı kuş biçimli demonik varlıklar) öne çıkmaktadır.



Görsel 2. Wayfarer: Nomadic Realms FRP Oyunundan Figürler.

4. Sonuç

Medyalararası çoklu ortamlarda üretilen yeni bir anlatı stratejisini tanımlamak için kullanılan transmedya kavramı, çok sayıda medya platformda açılan, her yeni metnin bütüne kendine özgü ve değerli bir katkıda bulunduğu öykülerden oluşur. Bu öykü, birleşik ve koordine edilmiş bir eğlence deneyimi yaratmak amacıyla çoklu dağıtım kanallarına sistematik olarak dağıtıldığı bir süreci de kapsamaktadır. Transmedya hikaye anlatısında bir hikâyenin birden fazla medya platformu aracılığıyla aktarılması söz konusudur ve bu süreç, hikâyenin kullanılan her bir medya platformunun kendi yapısına ve içeriğine uygun olarak dönüştürülüp anlatılmasına dayanmaktadır. Böylelikle aynı hikaye birden fazla olay örgüsü ve

anlatı olarak farklı medya ortamlarında sunulur. Ancak burada önemli olan, hikâye evreninde izleyicinin de katılımcı role sahip olmasıdır. Dijitalleşmenin arttığı ve medya platformlarının çeşitlendiği son birkaç on yıl içerisinde farklı medya platformlarında yer alan bu türden örneklerin sayısı git gide artmıştır.

Sibiryâ'dan Adriyatik'e dek dağınık biçimde bulunan Türk mitosunun parçalarını birleştirip Dünya mitolojileri ile karşılaştırarak ele alan ve bunları sistematize edecek bir yorumla sunan Türk Mitoloji Atlası kitabından ilham alınarak hazırlanan Wayfarer: Nomadic Realms FRP oyunu Türk mitolojisinin kültürel bellekte ne şekilde temsil edildiğini içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Her iki eserin içerik analizine göre sınıflandırılabilmesi için kurulan çerçevede kitapta var olan ve oyunla örtüşen üç temel kategori öne çıkmıştır. Bunlar Türk mitolojisinde yaratılış, Türk mitolojik evreninin yapısı ve Türk mitolojisinde öne çıkan kahramanlar ve canavarlardır. İlk kategoride evrenin yaradılışı, insanın yaradılışı ve kavimlerin oluşumu bulunur. Özellikle iki tür yaratılış efsanesi olan Orta Asya Yaratılış Efsaneleri ve Altay Yaratılış Efsanesi öne çıkar. Orta Asya yaratılış efsanelerinde düalizmin önemli bir etkisi bulunur. Türk yaratılış mitlerinde her şeye gücü yeten Tanrılar yoktur, bunlar sadece güçlü ilahi varlıklardır. Altay efsanesinde insan, evrenin yaratılışından da önce vardır. Türk mitolojik evreni, aydınlık ve karanlık güçlerin birbiriyle çatışması ve birbirini tamamlamasına dayalı bir yapı şeklinde görülmektedir. Bu durum, yaratılış mitlerinde olduğu gibi sürecin diyalektik bir şekilde gelişmesine imkân tanımaktadır. Üçüncü kategori altında ise Türk mitolojisinde yer alan destanların ve efsanelerin ağırlığı görülmektedir. Alp Er Tunga gibi kahramanlar Türk hakanında bulunması gereken özellikler olarak yiğitlik, erdem ve kahramanlığı vurgularken, Huban Arığ gibi destanlar, Türk toplumunda kadının yerini ve önemini de gösteren önemli verilerdendir. Aynı zamanda Oğuz Türklerinin eski destanlarında yüceltip kutsallaştırılmış; bozkır hayatının geleneklerini ve törelerini çok iyi bilen, kabile teşkilatını koruyan yarı-efsanevi bir bilge olan Dede Korkut figürü yaşlı kimselerin Türk kültürünün kuşaktan kuşağa aktarılmasında ve toplumsal değerlerin kazandırılmasında ne derece önemli olduğunun işaretidir. Aynı ruh toplayanlar, ters kafalı demonik dişi figürler, karabasanlar, hortlaklar, kan içip salgın hastalık yayan vampirler, kurt adamlar, cadılar ve periler zamanda kötücül karakterler olarak Türk mitolojik figürleri arasında yer alarak mitolojik evreni ve dolayısıyla anlatıyı geliştiren karakterler olarak vardılar.

Her iki eserde sunulan anlatı ve karakterlerde Türk mitolojisini şekillendiren Şaman inancının baskın olduğu görülmektedir. Doğa ve doğa-üstü inanç sistemi arasındaki bütünleşik bağa dayanmaktadır. Şamanlar, doğal ve kutsal arasındaki

bağın işlevçileridir ve mutlak töz ile dünyasal bir bağ kurmalarıdır. Bu, Türkler'deki inanç sisteminin doğaya sinmiş bir tanrısallık düşüncesinde birleştiğini göstererek çok-tanrılı bir inanç sisteminin izlerini sunar. Türk mitoloji anlatılarının ve destanlarının başını çeken Oğuz Kağan Efsanesi veya Dede Korkut öyküleri, kitapta tarihsel olarak tanıtılmış; ancak oyunda bu eserlerden esinlenilerek oyun anlatısı içerisine yedirilmiştir. İskitler, Hunlar, Göktürkler ve Kuşanlar gibi bozkır halklarının yaşam biçimlerinin yanı sıra Göktürk alfabesi, iç Asya coğrafyası, Türk topluluklarının toplumsal örgütlenmeleri oyunda yer almaktadır. Aynı zamanda kitapta da bahsedilen tanrıların yer aldığı panteonlar, Oğuz Şaman, yarı tanrısallık kadın Bahadır, Huban Arı, Tepegöz, Keloğlan ve daha birçok Türk mitolojik kahraman hikayeyi ilerletecek karakterler olarak bulunurlar. Dolayısıyla her iki eser de Türk mitolojisinde var olan anlatıyı, dünyayı, karakterleri, kültürü ve felsefeyi ortaya koymaları açısından önemli birer örnek olarak öne çıkmaktadır.

Kaynakça

- Akar, B. (2019). *Platon'un felsefesinde mitolojinin işlevi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Akgün, H. C. (2017). Genç kalemler, *Tarih Düşünce ve Kültür Dergisi*, 4 (5), 18-23.
- Alp, K.   . ve Mutlu, S. (2021). Şaman sembollerinin işlev ve anlam kodları. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 14 (35): 1008-1028.
- Arslan, S. T. (2016). *FRP bilgisayar oyunlarında karakter tasarımı ve örnek bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Başakcioğlu, A. G. (2023). *Türk   izgi roman sinemasında anlatı kavramı ve Tarkan film serisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Bayat, F. (2017). *Kadim Türklerin mitolojik hikâyeleri*. İstanbul: Ötüken.
- Baykuş,   . (2016). *  izgi romandan sinemaya uyarlamada Karaoğlan örneğinin plastik değerler bakımından incelenmesi*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Beer, C.S. (2006). Mythos, Logos, Nous: in pursuit of the ultimate in human thought. *Phronimon*, 7 (1): 55-68.
- Berry, J. A. (2023). Aquinas's understanding of religion. *Religions*, 14: 855. <https://doi.org/10.3390/rel14070855>
- Bölükbaşı, B. (2023). *Türk Mitoloji Atlası*. Ankara: Prestij.
- Buhle, P. (2007). History and Comics. *Reviews in American History*, 35 (2): 315-323.
- Campbell, J. (1993). *The hero with a thousand faces*. London: Fontana.
- Campbell, J. (1995). *  lkel Mitoloji: Tanrı'nın Maskeleri* (K. Emiroğlu,   ev.). Ankara:   mge.
- Campbell, J. ve Moyers, B. (2009). *Mitolojinin gücü: Kutsal kitaplardan Hollywood filmlerine mitoloji ve hikayeler* (Z. Yaman,   ev.). İstanbul: MediaCat.
- Can,   . (2020). *Klasik Yunan mitolojisi* (19. Basım). Ankara: Ötüken.
- Cantek, L. (2014). *Türkiye'de çizgi roman* (4. Baskı). İstanbul:   leti  im.
- Cassirer, E. (1946). *Language and myth* (S. K. Langer,   ev.). New York: Dover Publications.
- Clanton Jr., D. (2017). 1. The Origin(s) of Superman: Reimagining religion in the man of steel (B. Forbes ve J. Mahan, Ed.). (3. Baskı) *Religion and Popular Culture in America* içinde (ss. 33-50). Berkeley: University of California Press. <https://doi.org/10.1515/9780520965225-004>
- Cengiz, G. (2015). Yeşim Ustaog  lu sinemasının kamusal alan bağlamında içerik analiz yöntemiyle incelenmesi: "Güneşe Yolculuk" ve "Bulutları Beklerken" film   rnekleri. *Akademik Bakış Dergisi*, 50: 20-32.

- Çeken, B. ve Çiçekli, K. (2018). FRP Kutu oyunlarından grafiğe, sıra tabanlı (Dijital Turn Based) dijital oyunlardaki tasarım Trendleri. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 5 (1): 35- 43.
- David-Neel, A. ve Yongden, L. (1933). *The superhuman life of Gesar of Ling*. London: County of London by Rider and Co.
- Eliade, M. (1993). *Mitlerin özellikleri* (S. Rifat, Çev.). İstanbul: Simavi.
- Ergun, P. (2010). *Hakas destancılık geleneği ve Ay Huucın*. Konya: Kömen.
- Erkoç, H. İ. (2018). Efsanevi Türk Hükümdarı Yama Kağan ve Türk Mitolojisinde Fatih Ata Hükümdar Motifi. 9. *Milletlerarası Türk Halk Kongresi Bildirileri* (ss. 157-173). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Ersoy, E. (2011). Jung'un Arketip Kavramı. *Düşünüyorum Anadolu Aydınlanma Vakfı Sosyal ve Kültürel Bülteni*, 17: 1-2.
- Fidan, G. (2007). Tibet ve Türk Geleneklerinde Bozkurt Sembolü. 38. *ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi* (ss. 151-154), Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Fimi, D. (2010). *Tolkien, race and cultural history: From fairies to Hobbits*. USA: Palgrave Macmillan.
- Giray, R. E. ve Yıldız, O. A. (2017). Çizgi romanın eser niteliği ve çizgi roman üzerinde eser sahipliği. *İKÜHFD*, 16 (2): 733-767.
- Harvey, R. C. (2014). *Insider histories of cartooning: Rediscovering forgotten famous comics and their creators*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Jenkins, H. (2012). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. (A. McKee, C. Collins ve B. Hamley, Ed.). *Entertainment Industries* içinde (ss. 145-160). New York NY: Routledge.
- Jenkins, H. (2018). *Cesur yeni medya: Teknolojiler ve hayran kültürü*, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Kartal, A., Şanlı, H., Özer, O. ve Özgün, E. (2023). Karikatür aracılığıyla tarihi eserlerin ilgi çekici hale getirilmesine yönelik bir araştırma. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 9 (71): 3570-3578. <http://dx.doi.org/10.29228/sm ryj.70015>
- Kır, E. (2021). Bir solukta ülkemiz çizgi roman tarihi. *CAL Tarih*, 3, 65-71.
- Kunzle, D. (2007). *Father of the comic strip: Rodolphe Topffer*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Leuner, K. (2015). Rodolphe Töpffer's Earliest Comic Strips and the Tools of the Picturesque. *Palgrave Studies in the Enlightenment*. London: Romanticism and Cultures of Print book series.
- Lianrong, L. (2001). History and the Tibetan epic Gesar. *Oral Tradition*, 16/2: 317-342.

- Mullen, L. (1998) *Truth in photography: Perception, myth and reality in the postmodern world* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) University of Florida: Florida
- Nerkiz, M. (2018). Maaday-Kara Destanı'nda bilgi, akıl ve mutluluk ilişkisi. *İdil*, 7 (43): 301-307.
- Öger, A. (2008). Türk kültür tarihinde Alp Er Tunga ve Uygur Türkleri arasında onunla ilgili anlatılar. *Turkish Studies*, 3 (7): 508-523.
- Özarslan, Z. ve Perdahcı, B. (2022). Katılımcı kültür ve transmedya anlatıyı dijital oyun üzerinden tartışmak. *ARTS, Dijitalleşme özel sayısı*, 79-113. <https://doi.org/10.46372/arts.1191274>
- Özhancı, E (2022). Mitolojik - kültürel ve sanatsal bağlamda toplumsal belleğin inşası. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2): 512-526.
- Özkan, M. S. (2022). Türk-İran mitoloji ve inanışlarında düalist varlık anlayışı. *Akademik Sosyal Araştırmalar*, 6 (22), 217-236.
- Özkartal, M. & Sarıca, S. (2020). "Tarkan" çizgi roman ve filmlerinde yer alan Türk mitoloji ve ikonografi unsurları. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (101), 1-14.
- Raimovna, P. D. (2021). Mythology and Turkic literature of the Middle Ages. *Middle European Scientific Bulletin*, 19: 115-119.
- Roux, J. P. (2011). *Eski Türk mitolojisi* (M. Y. Sağlam, Çev.). Ankara: BilgeSu.
- Sabin, R. (1996). *Comics, comix & graphic novels*. New York: Phaidon Press.
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken, N.J., John Wiley & Sons.
- Sarıkaya, R. (2021). Türk çizgi romanında ulusal kimliğin temsili ve bağımsızlık fikri. *Yıldız Journal of Art and Design*, 8 (2): 81-89. DOI: 10.47481/yjad.1022307
- Sousa, M. N., Martins, M. L. ve Zagalo, N. (2016). Transmedia Storytelling: The roles and stakes of the different participants in the process of a convergent story, in divergent media and artefacts. (A. Lugmayr ve C. Dal Zotto Ed.). *Media Convergence Handbook* içinde (ss. 117-135), vol. 2., Berlin: Springer.
- Subaşı, T. ve Çaylı, K. (2017). Osmanlı basınında sansüre bir örnek: Hayal mizah gazetesi. *Pesa International Journal of Social Studies*, 3 (2): 92-113.
- Şahin, A. (2018). Duha Koca oğlu Deli Dumrul hikâyesinde yapı. *KUSAD*, 1 (1): 54-73.
- Şimşek, S. (2022). Tarihi çizgi roman kahramanı olarak Köroğlu. (M. Aça ve M. A. Yolcu, Ed.). *Geçmişten Geleceğe Küçük Asya Anadolu* içinde (ss. 453-471). Çanakkale: Paradigma
- Terek, M. C. (2021). Uygur harfli Oğuznamedeki hayvanlarla Oğuz Kağan'ın ilişkisi. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 8-4: 1730-1752.

- Topcu, M. (2019). Basat'ın Tepegöz'ü öldürdüğü hikâyeyi psikanalitik yaklaşımla okuma. *Elektronik Sosyal Bilimler*, 18 (69): 354-372.
- Tökel, D. A. (2001). Sanat ve edebiyatın kaynağı olarak mitler. *Bilig*, 16, 59-81.
- Tucker, M. (2004). The Dragon Lady's well favoured children: The transition from corporatist to individualist in comic strips of 1930s. *Belphegor*, 04 (1), 1-19.
- Uluişik, Y. P. (2018). Hakas destan dairesinden bir kadın kahraman: Huban Arığ. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 11 (24): 137-157.
- Waskul, D. ve Lust, M. (2004). Role-playing and playing roles: The person, player, and persona in fantasy role-playing. *Symbolic Interaction*, 27 (3): 289-439.
- Winiarczyk, M. (2013). The 'Sacred History' of Euhemerus of Messene (W. Zbirohowski-Kośeia, Çev.). *Beiträge zur Altertums-kunde Band 312* (ss. Xvii-276). Berlin and New York: De Gruyter.
- Wilkins, A. S. (1901). Bréal's memantics. *The classical review*, 15 (2): 127 – 128. <https://doi.org/10.1017/S0009840X00029759>
- Winterbach, H. (2006). Heroes and superheroes: from myth to the American comic book. *SAJAH*, 21 (1): 114 – 134. Yanık, M. (2020). Antik Yunan'da mitos-logos ilişkisi: Thales'in arkhe sorununa bakışının mitos açısından değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (7): 269-281.

bölüm 3

Çizgi Roman Estetiği ve Fumetti Tarzının Video Oyunlar Üzerindeki Etkisi: "Diabolik: The Original Sin Örneği İncelemesi"

Oğuz ŞENTÜRK¹, Rahmi AYDEMİR²

Özet

Medya içerikleri tarih boyunca birbirleri üzerinde çeşitli etkilere sahip olmuştur. Özellikle görsel işitsel medyanın ortaya çıkıp kamunun erişime ulaştırıldığı gazete dönemlerinden itibaren değerlendirildiğinde, görsel hikâye anlatım biçimi olan çizgi roman anlatısı baskı tarihi ile eşdeğer bir geçmişe sahiptir. Çıkışından itibaren uzun yıllar boyunca kendine türlü baskı ve yayın biçimlerinde alan bulan çizgi roman anlatısı Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde yüksek ilgi ve etkiye sahip olmuştur. Video oyunlar ise görsel hikâye anlatıcılığını temel alarak içeriklerin üretilmeye başlandığı 1980'lerden itibaren birçok sanat biçimi ve anlatı üslubundan etkilenmiş ve çizgi roman anlatısı belirli oyunlar içerisinde varlık göstermiştir.

20. yüzyılın başlarından itibaren başta Avrupa olmak üzere dünyanın birçok yerinde ilgi ile tüketilmeye başlanan çizgi romanların öne çıkan stillerinden biri ise İtalyan fumetti tarzı olarak bilinmektedir. Fumetti 1900'lerin başından Avrupa basılı medyasında yerini almış ve halen günümüzde etkisini geleneksel yapısının yanı sıra farklı medyalar aracılığı ile sürdürmektedir. Dijital oyunlar ise çizgi romanlar için ilk dönemlerinde keşfe açık bir alan olarak görülmüştür. Döneminin en etkili çizgi romanlarından olan ve 1962 yılında üretilmeye başlanan Diabolik, 2007 yılında İtalyan oyun geliştirici şirketler tarafından oyunsal anlatının yardımı ile dijital oyun içeriğine dönüştürülmüştür. Çalışmada, çizgi roman estetiği ve video oyunlar ile potansiyel ilişkileri Diabolik: The Original Sin oyun örneği üzerinden incelenmek üzere merceğe alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Çizgi Roman Estetiği, Fumetti, Dijital Oyunlar, Diabolik*

¹ Dr. Öğr. Üyesi İstanbul Aydın Üniversitesi

² Öğr. Gör. İstanbul Aydın Üniversitesi

Abstract

Media contents have had various effects on each other throughout history. Especially from the newspaper period, when audiovisual media emerged and made it accessible to the public, comic book narrative, which is a form of visual storytelling, has a history equivalent to the history of printing. Comic book narrative, which has found a space for itself in various printing and publishing formats for many years since its emergence, has had a high interest and influence in the United States and various countries in Europe. Video games, on the other hand, have been influenced by many art forms and narrative styles since the 1980s, when they started to produce content based on visual storytelling, and comic book narrative has been present in certain games.

Since the early 20th century, comics have been consumed with interest in many parts of the world, especially in Europe, and one of the prominent styles of comics is known as the Italian fumetti style. Fumetti took its place in the European printed media from the early 1900s and still continues its influence today through different media as well as its traditional structure. Digital games, on the other hand, were seen as an area open to exploration for comics in their early periods. Diabolik, which was one of the most influential comics of its period and started to be produced in 1962, was transformed into digital game content in 2007 by Italian game development companies with the help of game narrative. In this study, comic book aesthetics and their potential relationship with video games are examined through the example of Diabolik: The Original Sin is analysed through the game example.

Keywords: *Comic Book Aesthetics, Fumetti, Digital Games, Diabolik*

1. Giriş

Çizgi romanlar, özgün anlatı biçimleri ve estetik yapılarıyla, yüzyılı aşkın süredir gelişen ve farklı mecraları etkileyen bir sanat formu olmayı başarabilmiştir. Toplumsal mesajlar verme, farklı bakış açıları sunma ve kültürel değerleri aktarma gibi roller de üstlenen çizgi romanlar zengin bir tarihe, çeşitliliğe ve küresel bir etkiye sahiptir. Geleneksel medyanın dinamik bir formu olan ve 19. yüzyılın sonlarında Avrupa’da ortaya çıkarak Amerika Birleşik Devletleri’nde 1938 tarihli “Action Comics” çizgi romanı ile bir fenomen halini alarak yaygınlaşan çizgi romanlar, hareketli ve dinamik çizim stili ile uzunca bir süre farklı ülke ve kültürlerin geliştirdiği özgün formlara üzerinden bir baskı yarattı (Johnson, 2012, Levitz ve Baker, 2013). Zamanla Avrupa’da her biri kendine has bir estetik dil geliştiren çizgi romanlar daha geniş kitlelere yayılmışlardır. Amerikan çizgi

romanları süper kahraman temalarına sıkışırken 20. yüzyılın başlarında İtalya'da gelişmeye başlayan fumetti daha gerçekçi ve detaycı bir çizim stili ile kısa ve bağımsız hikayelerle farklılaşmıştır.

Genellikle suç, gizem, gerilim ve macera gibi temalar kullanarak, karmaşık karakterler, entrikalı olay örgüsü ve beklenmedik dönüşler içeren fumetti de siyah ve beyaz tonlarının ustalıkla kullanımı atmosferin okuyucu üzerinde hissedilmesini sağlamıştır. Avrupa çizgi roman geleneğinin önemli bir parçasını oluşturan fumetti, Corto Maltese, Tex Willer, Zagor, Dylan Dog, Mister No ve Diabolik gibi ikonik karakterlerle popülerliğini artırmıştır.

Bu çalışmanın amacı, fümetti tarzında hazırlanan çizgi romanlar ile video oyunlarının anlatım, görsellik, etkileşim ve oyuncu deneyimi açısından benzerlik ve farklarını incelemektir. Ayrıca, her iki medya türünün hikâye anlatımı, karakter gelişimi ve oyuncu veya izleyici ile kurduğu bağ üzerine nasıl farklı yöntemler kullandığını ortaya koymak hedeflenmektedir. Çalışma, çizgi romanların ve video oyunlarının farklı anlatı tekniklerini nasıl kullandığını, bu iki türün birbirinden nasıl etkilendiğini ve hangi özelliklerin onları birbirinden ayıran ana unsurlar olduğunu anlamayı amaçlamaktadır. Fümetti tarzında çizgi romanlar ve video oyunları, her iki medyanın birbirinden çok farklı olarak algılanabilecek yapısal ve anlatısal özelliklere sahip olmasına rağmen, benzer anlatı yapıları ve görsel öğeler kullanmaktadır. Bu iki medya türü arasındaki benzerlikler ve farklar üzerine sistematik bir karşılaştırma eksikliği vardır. Bu araştırma, söz konusu boşluğu doldurmayı ve fümetti tarzı çizgi romanlar ile video oyunları arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine anlamayı hedeflemektedir. Netice itibarıyla, çizgi romanlar ve video oyunları arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları anlamak için katkı sağlama adına önem taşımaktadır. Özellikle bu iki medya arasındaki etkileşim, hikâye anlatımını yeniden şekillendiren ve medya kültürüne yeni bir boyut ekleyen bir süreçtir. Çalışma, sadece akademik literatüre katkıda bulunmakla kalmayacak, aynı zamanda sanatçıların ve yapımcıların her iki medya türünde de yaratıcı süreçlerinde nasıl yenilikçi yollar izleyebileceği konusunda rehberlik edebilecektir.

2. Çizgi Romanların Ortaya Çıkışı ve Fumetti

Medya içerikleri, tarih boyunca birbirlerini etkileyerek ve dönüştürerek karmaşık bir ağ oluşturmuştur. Bu etkileşimin en çarpıcı örneklerinden biri, görsel-işitsel medyanın yükselişi ve kamunun bilgiye erişiminin artmasıyla birlikte ortaya çıkan çizgi roman sanatıdır. Görsel hikâye anlatımının özgün bir biçimi olan çizgi roman, önce 1827 yılında Rudolph Töppfer tarafından üretilen "Histoire de

Mr. Vieux Bois” eseri ile ortaya çıkmış ve 19. yüzyılın sonlarında gazetelerde ve dergilerde yayımlanan karikatürler ve çizgi bantlar ile tanınmaya başlamıştır. Bu basit çizimler, genellikle mizah ve hiciv yoluyla güncel olayları ve sosyal meseleleri ele almak için kullanılmış, sanatçılar kelime ve resimlerin ortak hikâye anlatmadaki becerilerini keşfettiklerinde Scott McCloud’un deyimiyle kelime ve resimler iki dans partneri gibi liderliği değişen bir çizgide ilerlediğinde 20. yüzyılın başlarında daha karmaşık ve sofistike hale gelerek, tüm dünyaya hitap etmeye başlamışlardır. Bugün en bilinen formlar olan Amerikan çizgi romanlarına karşı Avrupa’da çizgi roman, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki muadillerinden farklı bir şekilde gelişmiştir. Avrupa çizgi romanları, genellikle daha olgun ve mikro hikayeler anlatmak için daha karmaşık çizim stilleri ve yetişkinlere yönelik temalar kullandı. Fransız-Belçika çizgi roman geleneği, "bande dessinée" (BD) Tintin ve Asterix gibi ikonik karakterlerle, İtalyan çizgi romanları, "fumetto ya da fumetti", Corto Maltese ve Dylan Dog gibi popüler karakterlerle ana akım medyaya uyarlanma ihtiyacı hissettiren ve popüler kültür üzerinde derin bir etkiye sahip bir mecra haline geldiler. Türkiye’de de oldukça popüler olan İtalyan çizgi romanları, 1800’lerin ortalarında hiciv ve çocuk dergileri ile başlamış ve 1908’de Il Corriere dei Piccoli’nin yayınlanmasıyla altın çağını yakalamıştır. Bu anlamda Attilio Mussino’nun Bilbolbul karakteri, ilk İtalyan çizgi roman karakteri olarak kabul edilir (Koşma, 2017; 1). Corrierino ismiyle bilinen bu yayın, ilk dönemlerinde konuşma balonu yerine geçse de sonraları sıralı anlatım ve yinelenen karakter kullanımları sayesinde ilk İtalyan çizgi roman dergisi olarak kabul edilmiştir. Birinci Dünya Savaşı öncesinde Antonio Rubino gibi çizerler bu sanat formunun gelişmesine katkıda bulundular.

Fumettinin tam anlamıyla doğuşu ise, 1908’den 1995’e kadar 88 yıl boyunca 4.500’den fazla sayı boyunca yayınlanan, İtalya’nın ilk haftalık çizgi roman dergisi olan Corriere dei Piccoli ile mümkün olmuştur. Çok geçmeden faşist rejim, dönemim yeni nesil medyasını kullanarak propaganda potansiyelini kısa sürede fark etmiştir. 1920’lerde Il Giornale dei Balilla (1923) ve La piccola italiana (1927) dahil olmak üzere birçok süreli yayın İtalyan gençliği için eğitici çizgi romanlar yayınladı (Altea, 2013; 34). 1 Ocak 1939’dan itibaren yabancı çizgi romanların yayınlanması yasaklandı ve İtalyan materyallerinin kahramanlığı, vatanseverliği ve İtalyan ırkının üstünlüğünü yücelten katı bir standarda uyması gerekiyordu. Bu kısıtlamaları aşmak için bazı yayıncılar Amerikan kahramanlarını İtalyan isimleriyle yeniden adlandırılmıştır. Sansürün tek istisnası Mickey Mouse olmuştur ve muhtemelen Mussolini ile İtalyan yayıncı Mondadori arasındaki güçlü ilişki nedeniyle karakter bu kısıtlamalardan muaf tutulmuş olabilir (Weirditaly, 2023;

1). Ancak haftalık derginin 13 Ekim 1938 tarihli 303. sayısından itibaren Disney'in dışındaki tüm Amerikan çizgi romanlarının yerini İtalyan yapımı çizgi romanlar almıştır. Savaş devam ettikçe ve Amerika Birleşik Devletleri müttefiklere daha fazla sempati duydukça Mickey Mouse'un muafiyeti incelemeye alındı. Mickey Mouse'un yerini daha sonra Pier Lorenzo De Vita tarafından çizilen, antropomorfik bir hayvandan ziyade insan olması dışında benzer fiziksel özelliklere sahip bir insan karakter olan Tuffolino aldı (WeirdItaly, 2023; 1). Benzer olarak Almanya'da da Disney filmlerinin gördüğü rağbetten rahatsız olan Naziler, Mickey Mouse'un siyahlığına odaklanıp Alman kültürünün "zencileşmesi" tehlikesinden dem vurmuşlar ve böylece Amerikan –yani gayri Alman– kültürünün kökü kazınması gereken bir diğer unsuru olan caza yönelik saldırılarına Disney'i de katmışlardır (Huyssen, 2019; 1). Radikal aşırı milliyetçi politik ideolojinin ulusal çizgi romanların gelişmesinin önünü açtığı sonucu ortaya çıkmakla birlikte bu sav aynı şekilde Frankafon (Fransız-Belçika) eserlerin de bir kültür direnişi göstermesi sebebiyle desteklenebilir.

Nitekim 1930'lu ve 40'lı yıllarda altın çağını yaşayan fumetti, bu dönemde ortaya çıkan ikonik karakterler sayesinde tüm dünyada bilinirlik ve ün kazanarak, Tex Willer ve Zagor'un da aralarında bulunduğu unutulmaz kahramanlara ev sahipliği yapmıştır. 2. Dünya Savaşı'nın ardından fumetti, hızla farklı türlere ve formatlara genişlemeye başlayarak çok yönlü ve canlı bir sanat formu haline gelmiş ve İtalya'nın en büyük çizgi roman yayıncısı Sergio Bonelli Editore'in ortaya çıkışıyla portföyünü zenginleştirmiştir. Tıpkı çizgi romanların Amerikan kültüründe ve dünyada yarattığı etki gibi fumettiller de bir eğlence biçimi olmanın ötesinde, İtalyan kültüründe önemli bir yere oturmuştur (Comberiati ve Spadaro, 2023). Toplumsal ve politik meseleleri ele alan, farklı bakış açıları sunan ve kimi zaman Vatikan'ı dahi eleştirme cesaretinde bulunan bu tarzın temsilcileri ve onların içerikleri, zamanla kendi alt formlarını da yarattı. 1940'ların sonlarında Amerikan pulp romanlarının ve film noir'in izlerini taşıyan bir çizgi roman türü olan fumetti noir, suç, ihanet ve şiddet gibi karanlığın en koyu tonlarını sayfalarına taşıyarak günümüz İtalyan çizgisinin oluşmasında büyük katkı sağlamıştır.

Cinayet, soygun ve casusluk gibi temaları gizemli olaylar örgüsüyle işleyen ve okuyucuları sürükleyen fumetti noir, loş barlardan yağmurlu ve tehlikeli arka sokaklara uzanan bir dünyaya açılan kapı gibi bu dünyanın kahramanlarını siyah ve beyazın ötesine uzanan gri tonlarda varlıklar olarak tasvir eden eserler olarak literatüre geçtiler. Fumetti noir sanatçılarının amacı, iyi ve kötünün net çizgilerini kasıtlı olarak bulanıklaştırarak okurları ahlaki açıdan bir sorgulamaya sürüklemektir ve nitekim başarılı da olmuşlardır. Bu karmaşık karakterler, her adımda etik

ikilemlerle yüzleşmek zorunda kalarak izleyicinin de vicdanını sorgulamasına yol açmış ve *Sin City*, *The Crow* gibi kült Amerikan çizgi romanlarına ilham olmuşlardır. Öyle ki zarar veren ama kurtaran, nefret ve sevgi gibi duyguları aynı anda hissettiren anti-kahramanlar, intikam ve ölüm temasından yeniden doğan Eric Draven gibi Amerikan vari karakterleri dahi İtalyan karanlık destanını başarıyla sürdürmüşlerdir. Loş ışık oyunları ve uzayan gölgelerle renklerin dansı, şekiller, çizgiler, dokular, ışık, kompozisyon ve perspektif gibi öğeler bir görsel üslubun en belirleyici unsurlarıdır. Fumetti noir türlerini diğerlerinden ayıran bu görsel estetik, sadece hikâyeyi anlatmakla kalmayıp okuru da karanlık dünyanın bir parçası haline getirmeyi başararak, bir çizgi roman türü olmanın ötesinde, 20. yüzyıl İtalyan kültürünün ve toplumunun can sıkıcı yanlarını yansıtan bir ayna görevi görmüştür. Bu eserler, savaşın ve yoksulluğun yarattığı travmaları da ahlaki çöküntüyü ve insan ruhunun derin dehlizlerini cesurca ele alarak okurları zorlayıcı bir yüzleşmeye davet eder. Bu anlamda fumetti noir türünün en ikonik antikahramanlarından biri de 1962 yılında Angela ve Luciana Giussani tarafından yaratılan Diabolik'tir. Gerçek adı bilinmeyen Diabolik, zekâsı, becerisi ve acımasız yöntemleriyle pahalı sanat eserlerini ve mücevherleri çalan gizemli ve pulp bir karakter olarak, kibar hırsız Arsen Lüpen'i aratacak derecede tehlikeli bir çizgi kahraman olarak okuyucuların beğenisi kazanmıştır. Empati ve vicdan yoksunu bir soyguncu olan Diabolik sosyopat kişiliği ile 1964 yılında bir başka efsanevi esere doğrudan ilham olmuştur. Kuru kafa maskesiyle tanınan Anthony Logan namı diğer Kriminal, babasını intihara sürükleyen suçlulara karşı intikam ateşiyle yanan sadist bir katildi. Bu yönüyle Diabolik'in ilk yıllarını andırır ve tıpkı diğer İtalyan karanlık çizgi dizilerinde olduğu gibi Kriminal, annesini ve kız kardeşini de kaybedip, gençliğini bir ıslahevinde geçirmek zorunda kaldıktan sonra acı ve öfkeyle dolu uzun yılların sonunda, zapt edilemez bir karaktere dönüşür. Kriminal asla mevcut sadist karakterinden taviz vermiştir ancak zamanla Diabolik, kendini geliştirerek onur, dostluk, sadakat gibi değerlere sahip bir karaktere dönüşmüş ve etik ilkelere bağlı kalarak sadece ahlaksız ve yozlaşmış kişilerden çalmaya başlamıştır (Cantürk, 2021; 1). Yine de Diabolik tam anlamıyla bir kahraman modelini tamamlayamamış ve anti-kahraman olarak tüm bu değişimler onu daha karmaşık, ilgi çekici bir karakter haline getirmiştir.

Fumetti noir'in yarattığı özgün atmosfer, okuyucularında bilindik karakterleri farklı mecralarda görme isteğini de körüklemiştir. Bu durum, çizgi romanın modern grafik romanlardan filmlere ve video oyunlarına kadar uzanan geniş bir yelpazede yer almasına yol açmıştır. Özellikle görsel hikâye anlatımının ön plana çıktığı 1980'lerden itibaren video oyunları, çizgi roman anlatısından etkilenecek

gelişmiştir. Bu etkileşimin en belirgin ve güçlü örneklerinden biri mangaların, visual novel olarak bilinen oyunlarda kullanılmasıyla ve iki sanat dalının ortak tarzı paylaşmasıyla daha da etkin bir hal almıştır. Kendine has sanat anlayışı ile fumetti noir de son yirmi yılda oyun endüstrisi için tercih edilen bir tarz olmaya başlamış ve türün en popüler eseri olan Diabolik, gerek üslup gerek ise okuyucuların özlem duyduğu nostaljik hikayeyi eksenine alarak point-and-click türünde macera oyunu Diabolik: The Original Sin ile ortak üslup paylaşımını sürdürmüştür. Hikâyenin alışılmadık kahramanına ait bu oyunda çizgi roman panellerini andıran statik ve ara sahneler oyunun bütünlüğünü korumak adına geliştiricilere büyük kolaylık sağlamıştır. Çizgi roman tarzını tamamen koruyan ara sahneleri ile Diabolik'in çevik ve tehlikeli bir karakter olduğunu vurgulamak için kullanılan keskin ve dinamik çizgiler aynı zamanda karakterin hızlı hareketlerini ve ani dönüşlerini tasvir etmede temel teknikten yararlanır. Siyah-beyaz tonların kullanımı tıpkı orijinal çizgi romanda olduğu gibi Diabolik'in gölgede saklanması ve karanlığın ona avantaj sağlamasını mümkün kılarken, kahramanın maskesi ve pelerini gibi unsurlara odaklanan minimalist detaylar ve yaklaşım, gizemli atmosferi korur. Video oyun endüstrisinde sinematik unsurlar ve pek tabi animasyon yüksek bir maliyet kalemidir. 60'lı yılların çizgi roman sanatçılarından -özellikle Japon sanatçıların- okurlarını sürücü koltuğuna oturttarak hızı hissetmesini sağlayan tekniklerinden yararlanan Original Sin, hareket halinde bir nesneyi gözlemlemenin metne dahil olma duygusunu verebiliyorsa eğer, bu nesnenin yerine geçmenin, aynı etkiyi daha da perçinleyeceği varsayımıyla basit animasyonlar kullanarak oyuncu üzerinde benzer etki yaratır. Oyunun geliştiricileri 2D ve 3D öğeleri birleştiren ilginç bir grafik stilinin yanı sıra bağımlılık yaratan ve çizgi romanda fazlasıyla ön plana çıkan entrika, aşk ve intikam temalarını öne çıkararak, karanlık bir olay örgüsüne odaklanmışlardır. Özellikle Diabolik: The Original Sin'in ihtiyaçları için, 30'dan fazla karakterle sohbet edebilen dinamik bir diyalog sistemi oluşturulmuştur (Holman, 2024; 2).

3. Çizgi Roman Estetiği ve Oyun İlişkisinin Örnekler Üzerinden İncelenmesi

Çizgi romanlar ve Çizgi roman estetiği, görsel ve yazılı unsurların birleşimiyle oluşturulan sanat formunun özelliklerini yansıtır. Çizgi romanın bileşenleri, estetik deneyimi oluşturan unsurların her birini kapsar. Çizgi roman estetiği ve bileşenleri belirli başlıklar altında toplanıp incelenebilmektedir. Bir çizgi roman içerisinde Panel Yapısı (Panel Layout), Çizim ve Karakter Tasarımı, Renk ve Tonlama, Söylem ve Balonlar (Speech Balloons), Zaman ve Akış (Time and Flow), Çerçeve ve Perspektif, Gölgeleme ve Aydınlatma, Sosyal ve Kültürel Referanslar, Ses Efektleri

ve Tipografi, Duygusal ve Tematik Yansımalar ve Hikâye Anlatımı hem görsel hem de metinsel bir deneyim sunar. Her bir öge, diğerleriyle uyum içinde çalışarak, okuyucuya etkileşimli ve zengin bir hikâye sunabilmeye yardımcı olmaktadır. Kendine has bir tarz olan Fumetti tarzı ise belli başlı özellikleri ile diğer ekollerden ayrılabilir. Fumetti, diğer çizgi roman türlerinden farklı olarak, sinematik bir anlatım tarzı kullanır. Paneller arasında geçişler, film kareleri gibi düzenlenir, karakterlerin hareketleri daha doğal bir şekilde aktarılır. Tasarımlarda genellikle derinlemesine renk ve gölgeleme kullanımıyla tanınır. Gölgeleme ve renklerin yoğunluğu, karakterlerin ruh halini veya hikâyenin atmosferini yansıtır. Fumetti, genellikle sosyal, politik veya dramatik temalar üzerinde yoğunlaşır. İçerik, bazen halkla ilişkiler ya da toplumsal eleştirilerle harmanlanır. Özellikle 1960'lar ve 1970'lerde, İtalya'nın toplumsal yapısı ve kültürel bağlamını yansıtan eserler sıkça görülür. İtalyan kültürünü, geleneklerini, tarihini ve toplumsal olaylarını sıkça referans alır. Genellikle dergi formatında yayımlanan Fumetti, yüksek tirajlı dergiler ve haftalık yayınlar, fumetti'lerin yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamıştır. Çoğunlukla çizgi romanlar renkli baskılarla değil, siyah-beyaz olarak yayımlanır. Bazen stilize edilmiş gerçekçilikle birleşen Fumettide, insan figürleri, ortamlar ve sahneler detaylı bir şekilde çizilir. Fumetti'nin, klasik batılı çizgi romanlardan farklı olarak, bazen kısa hikayelere dayalı, genellikle sayfa başına tek bir hikaye anlatma formatı kullanması da bir fark olarak kabul edilmektedir.

Fumetti mevcut estetiğini oyun medyalarında da değişime uğratmadan sürdürmektedir. Çizgi roman estetiği temel alınarak birçok oyun üretilmiştir. Bu söz konusu oyun üretimleri içerisinde Fumetti estetiğini temel alarak üretilen oyunlar bulunur. Fumetti çizgi roman estetiğini temel alarak üretilen dijital oyunlardan olan Diabolik: The Original Sins de oyun endüstrisinin en bilindik örneklerinden biri olarak görülmektedir.

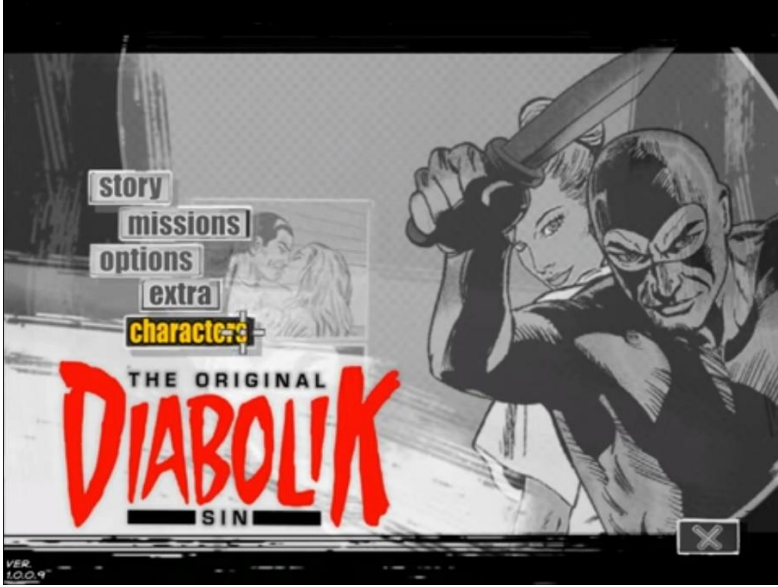
2007 yılında Artematica Entertainment tarafından geliştirilip Black Bean Games tarafından yayınlanan Diabolik: The Original oyunu tek oyunculu aksiyon macera türünde bir oyundur. Diabolik oyunundan önce 2005 yılında Martin Mystère: Operation Dorian Gray oyunun üreten İtalyan geliştirici şirket Artematica hem çizgi roman hikayesi temelli ilk oyun denemesini yapmış hem de point-and-click oyun türünde ilk üretimini gerçekleştirmiştir. Burada çizgi roman estetiğine uygun olarak gözlemlenen yegâne örnek oyunun ara geçişleri ve sinematiklerinde ekranın, dönemin 4:3 ekran ölçeklerine uygun olacak biçimde panellere bölünmüş olmasıdır (**Görsel 1**). Oyunun genel oynanışı ve etkileşimi içerisinde ise çizgi roman estetiği ve tasarım türüne uyum sağlayacak unsurlar gözlemlemek mümkün değildir.



Görsel 1. Martin Mystère: Operation Dorian Gray Oyunu Sinematığı
(Artematica Entertainment)

Oyunun sinematiklerinin gösterildiği sıralarda orta en ön panele hikâye içi etkileşimi gerçekleştirecek olan karakter hareketli animasyon biçiminde yerleştirilirken arka planlara yaklaşık ölçeklerde ve derinlikte yerleştirilen paneller etkileşimin gerçekleştiği mekânın çeşitli kesitlerini göstermektedir. Burada standart bir sabit kamera çekiminden uzaklaşıp çizgi roman estetik anlatısına yaklaşıldığı gözlemleniyor olsa da arka planda bulunan panellerin gösterilen anlatıya hizmet etmediği de dikkat çekmektedir.

2007 yılında aynı şirket ve geliştiriciler tarafından yine aynı oynama türü ile ortaya alına Diabolik: The Original Sin oyununda ise çizgi roman estetiğinin oyunun tüm anlatısına yansıtılmaya çalışıldığı ve görsel temsillerin tümünde yine çizgi romanın orijinal eserine ait olan bir çizgisellik olduğu ön plana çıkmaktadır. Oyunun açılış ekranından itibaren (**Görsel 2**) Diabolik çizgi romanlarının sahip olduğu genel estetik gözlemlenebilmektedir.



Görsel 2. Diabolik: The Original Sin Açılış Ekranı
(Artematica Entertainment)

Giriş bölümünden itibaren 72 Hours, Dead-end Railway Track, Eva's Last Breath, Rain of Fire on the Lake, Diabolik's Secret Hyde-Out, White Rose's Petal, Twin Truths ve The True Face of Evil isimleri ile toplam yedi bölümden oluşan oyun kredilerin akışı ile tamamlanmakta ve ortalama 180-200 dakika oynama süresini barındırmaktadır. Üç oynanabilir karaktere sahip olan oyunda giriş ekranında erişilebilen bir karakter ekranı bulunmaktadır. Burada her üç karakterin de çizgi romandan alınan porteleri ile birlikte karakter dökümleri yer almaktadır (Görsel 3).



Görsel 3. Diabolik: The Original Sin Karakter Dökümü
(Artematica Entertainment)

Karakter dökümü sayfası içerisinde dikkat çeken unsurların başında çizgi roman estetiğine olan uyumluluk gelmektedir. Burada ikonların, çerçevelerin ve karakter portelerinin tasarımı el çizimi biçiminde görülebilmektedir. Oyun açılış ekranının ardından başlamadan önce oyuncusuna, klasik bir oyunda görülebilecek kolay ya da zor oynama seçeneklerinin aksine “more action (daha fazla aksiyon)” ve “only adventure (sadece macera)” seçenekleri arasında seçim yaptırmaktadır. Bu da oyunun anlatı üslubunun da çizgi roman jargonuna uygunluğunu gösteren unsurlardan bir diğeri olarak değerlendirilebilir. Oyun içerisinde aksiyon animasyonları birebir çizgi roman sayfalarını anımsatacak şekilde tasarlanmıştır (**Görsel 4**).



Görsel 4. Diabolik: The Original Sin Oyun İçi Aksiyonu
(Artematica Entertainment)

Oyun içerisinde oynanış standart bir 3D ve 2D karma stilli point-and-click biçiminde yürüyorken, etkileşim aksiyonlarına geçildiğinde görüntüler önce çizgi roman pannelleme üslubuna geçiş yaparken ses aksiyonları da yine çizgi romanlarda rastlanan yazılı aksiyon biçimleri ile tanımlanmaktadır. Oyun sahneler arası geçiş animasyonlarında 3D render animasyonlarını tercih edip bölümler arası geçiş ve tanıtım sinematiklerinde etkileşim aksiyonlarında olduğu gibi çizgi roman estetik anlatısını tercih etmektedir.

Oyunun açılış ve kapanış jeneriklerinde de 3D animasyon anlatısı çizgi roman estetiğinde tasarlanmış, bu tasarımlara ek olarak oyun içerisinde yer alan karakterlerin yeniden ölçeklendirildiği görülürken jenerik animasyonlarının tamamlayıcı unsurlarının çizgi roman panel anlatısı biçiminde oluşturulduğu tespit edilmiştir (**Görsel 5**).



Görsel 5. Diabolik: The Original Sin Açılış ve Kapanış Jenerikleri
(Artematica Entertainment)

Oyunun açılış jeneriğinin görülebildiği 5 numaralı görseldeki üst üç panelde oyun isim yazı biçiminin olduğu gibi çizgi romandaki ile aynı kullanıldığı dikkat çekmektedir. Karakterlerin ve hikâye evrenin resim tabloları içerisinde gösterildiği görsel akışında ise tablo içleri çizgi romandan alınan çizimler ile doldurulmuş ve bunun üzerine Diabolik karakterinin oyun için tasarlanmış modeli animasyona eklenmiştir. Açılış jeneriğinin sonunda ise yine Diabolik karakteri çizgi romanda yer aldığı biçimiyle portre formunda animasyonda yer almaktadır. Oyunun kapanış jeneriği hikâyenin sonra ermesinin ardından devreye girer. Çizgi roman estetiğinde yer alan “END (SON)” belirtmesi ile başlayan çıkış jeneriği animasyonunda Diabolik karakterini temel alan dikey formatlı bir görsel tasarımı karşılayacak biçimde geliştirici oyun şirketinin ismi yer alır ve oyunun üretiminde yer alan sanatçılar ve geliştiricilerin isimlerinin “sinematik roll” biçiminde aktığı gözlemlenebilmektedir. Fumetti'nin görsel ve anlatısal zenginliği, dijital oyun tasarımında derinlik ve sanatsal bir dokunuş sağlayarak, iki medyanın birbirini besleyen yaratıcı bir döngü içinde evrilmesine olanak tanımaktadır.

Oyun genel itibarı ile temelini aldığı çizgi romanın estetiğine sadık kalmakta ve oyunsal anlatı içerisinde uygulanabilecek alanlarının tümünde bunu yansıtmaya çalışmaktadır. Oyunun lineer akışına dahil olan anlatılarda üslup, estetik ve anlatı tekrarı ile devamlılık sağlanmıştır. Dijital oyunlar ve çizgi romanlar arasındaki ilişki, her iki medyanın da görsel hikâye anlatımına dayalı olması nedeniyle güçlü bir bağ sunar. Çizgi romanlar, statik görsellerle zenginleştirilmiş hikâyeler sunarken, dijital oyunlar bu hikâyeleri interaktif bir formata taşır. Fumetti (İtalyanca çizgi

romanlar) ise özellikle dramatik anlatı, detaylı karakter tasarımı ve görsel estetik açısından bu geçişi destekleyen bir köprü olarak görülebilir. Fumetti'nin odaklandığı ayrıntılı hikâye anlatımı ve karanlık atmosfer, dijital oyun dünyasında özellikle rol yapma oyunları ve sinematik oyunlar için ilham kaynağı olmuştur. Bu bağlamda, dijital oyunlar ve fumetti arasında, görsel hikâye anlatımının sınırlarını genişleten bir etkileşimden söz edilebilir.

4. Sonuç

Çizgi romanlar kendilerine has anlatı biçimleri ile kabul edilmiş estetik yapılara sahiptirler. Her bir çizgi roman türü üretildiği ülkeye, sanatçısına ve kültürüne göre belirli farklılıklar da gösterebiliyorken genel yapısı itibari ile çizgi roman anlatısı bir anlatı türü olarak görülebilmektedir. İtalya orijinli fumetti tarzı çizgi roman yapısı da her bir özgün çizgi roman biçimde olduğu gibi kendine has estetiklere sahiptir. Çizgilerin belirginlikleri, renklerin ve ışıkların kullanımı, anlatının ilerleyiş biçimi, dokular ve perspektifler gibi unsurlar fumetti türünü özgün yapan özellikleri olarak ön plana çıkarmaktadır.

Anti-kahraman anlatılarının öncülerinden olan fumetti noir türünde üretilmiş Diabolik çizgi romanı ve karakteri de hali hazırda kendine özgü anlatısı olan çizgi romanlar içerisinde yüksek yankı yapan ve kültürel etkisi olan üretimlerden biri olarak yer alır. Üretildiği dönemde alıcısı ile hem ekonomik hem kültürel yönden güçlü ilişkisi olan Diabolik çizgi romanı ve hikayesi 2000'li yılların yükselen trendi olan dijital oyunlar ile de temas sağlamıştır.

Diabolik çizgi romanını konu alarak üretilen Diabolik: The Original Sin oyunu ise yapısı itibariyle yalnızca Diabolik evrenini ya da karakterini kendine bir referans almakta kalmamış, oyunun tüm yapısı, estetiği, oynanış ve görsel tasarım biçimi de fumetti çizgi roman biçimine sadık kalınarak üretilmiştir. Alanında başarılı bir örnek olarak yer alan Diabolik: The Original Sin oyunu çizgi roman estetiği ve oyun anlatılarının bir arada yürümesinin mümkünlüğünü işaret eden önemli bir örnek olarak varlık göstermektedir.

Kaynaklar

- Altea, G. (2013). Storia e ideologia nelle tavole di Ennio Zedda. Da Il Balilla al Giornalino. Ennio Zedda.
- Cantürk, B. (2021). Diabolik: Acımasız Bir Hırsızın Serüvenleri - 221B Dergi. Çevrimiçi, Erişim Tarihi 21 06 2024, <https://221bdergi.com/diabolik-acimasiz-bir-hirsizin-seruvenleri/>.
- Comberiati, D., Spadaro, B. (2023). 4. Introduction: transnational Italian comics: memory, migration, transformation. Journal of Graphic Novels & Comics, doi: 10.1080/21504857.2023.2239334
- GameIndustry. (2009). Diabolik: The Original Sin, Çevrimiçi, Erişim Tarihi 20.06.2024, <https://www.gamesindustry.biz/diabolik-the-original-sin>
- Giantbomb. (2008). Diabolik: The Original Sin, Çevrimiçi, Erişim Tarihi 23.06.2024, <https://www.giantbomb.com/diabolik-the-original-sin/3030-20969/>
- Giussani, A. ve Guissani, L. Diabolik. Çevrimiçi, Erişim Tarihi 24.06.2024, <https://www.diabolik.it/whoAreYou/diabolik>.
- Holman, D. (2024), Diabolik (1962): The Legendary Italian Comic Series, Çevrimiçi, Erişim Tarihi 19 06 2024, <https://www.toonsmag.com/diabolik/>
- Huyssen, A. (2019). Pasajlar, Mickey Mouse'un İntikamı. Çeviri, Derya Yılmaz E-Dergi, Sanat Tarihi. Çevrimiçi, Erişim Tarihi 23 06 2024, <https://www.e-skop.com/skopbulten/pasajlar-mickey-mouseun-intikami/5293>.
- Johnson, J. K. (2012). 1. Super-History: Comic Book Superheroes and American Society, 1938 to the Present. McFarland & Company.
- KeyCollectorComics. (2024). Diabolik #1 Çevrimiçi, Erişim Tarihi, 23.06.2024 <https://www.keycollectorcomics.com/issue/diabolik-1,314625/>
- Krantz, G. (2024). Töpffer and the (secret) Art of Autography. Presented at the The Fifteenth Annual International Graphic Novel and Comics Conference, 10 - 12 July 2024, University of East Anglia, Norwich, United Kingdom.
- Koşma, B. (2017). Çizgi Roman Sektörünün İtalyan Ekolü: Fumetti. Wannart. Çevrimiçi, Erişim Tarihi 20 06 2024, <https://wannart.com/icerik/19986-cizgi-roman-sektorunun-italyan-ekolu-fumetti>.
- Leuner, K. (2015). 4. Rodolphe Töpffer's Earliest Comic Strips and the Tools of the Picturesque. doi: 10.1057/9781137475862_13
- Levitz, P., Baker, J. (2013). 2. The golden age of DC Comics: 1935-1956. Taschen America Llc; First Ed Thusedition.

WeirdItaly. (2023). Tuffolino: The Alter-Ego of Mickey Mouse from Fascist Italy. *Weird Italy*. Çevrimiçi, Erişim Tarihi 23 06 2024, <https://weirditaly.com/2023/03/28/tuffolino-the-alter-ego-of-mickey-mouse-from-fascist-italy/>.

Vik Mamen, E-A. Diabolik, The Original Sin, Çevrimiçi, Erişim Tarihi 21.06.2024, <https://adventureclassicgaming.com/index.php/site/reviews/556/>

bölüm 4

İnteraktif Anlatılar ve Çapraz Medya Uyarlamaları: Çizgi Roman, Video Oyunları ve Oyunlaştırmayı Bütünleştiren Çapraz Medya Deneyimleri

Berk SAVİ¹

Özet

Dijital alanda yakınsama, çizgi romanları, video oyunlarını ve animasyon gibi disiplinlerin çapraz medya uyarlamalarını mercek altına alarak kullanılan deneyimdir. Bu çerçevede İnteraktif Anlatılar ve Çapraz Medya Uyarlamaları: Çizgi Roman, Video Oyunları ve Oyunlaştırmayı Bütünleştiren Çapraz Medya Deneyimleri kitabını okudukça, çizgi romanlar gibi disiplinlerin birbirleriyle etkileşimini ve ortak noktalarını keşfetmeyi amaçlarken interaktif anlatıların farklı medya platformlarında nasıl evrildiğini farklı pencerelerden incelemektedir. Diğer yandan çizgi romanların özellikle video oyunlarının ve oyunlaştırmının çeşitli unsurlarının bir araya geldiği bu çapraz medya deneyimlerinde nasıl bir sentez oluşturduğu detaylı bir şekilde ele alarak bu alanda çeşitli araştırmalar yapmaktadır. Özellikle medya platformlara çıkan ürünlerin izleyici, oyuncu gibi kullanıcı deneyimine sunulmasında grafik tasarım alanlarının katkısı da ele alınmıştır.

21. yy.'da çizgi romanları, video oyunlarını ve oyunlaştırma alanlarını ilgilendiren bir diğer konu çapraz medya deneyimlerinin kendi arasında nasıl bir köprü kurduğunu toplumla buluşturmadır. Bu doğrultuda izleyici veya oyuncu farklı uygulama alanlarına odaklanmaktadır. Özellikle animasyon uygulamaları gibi çeşitli platformlarda interaktif anlatıların nasıl geliştiği, bu platformlar arası etkileşimin izleyici veya oyunculara nasıl zengin bir deneyim sunduğu incelenir.

¹ Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü

Bu hususta oyunlaştırma yaklaşımının etkileri de vurgulanmaktadır. Çalışmada aktarılanlara, izleyici veya oyuncuların farklı medya formatları arasında geçiş yaparken karşılaştığı zorluklar ve bu zorlukların nasıl aşılabileceği üzerine stratejik düşünceler sunar. Bunun yanı sıra tasarımcı, animatör, geliştiricilere de derinlemesine bir kaynak sunmaktadır. Ayrıca çapraz medya deneyimlerinin zorlukları ve fırsatlarına odaklanarak, tutarlı bir deneyim yaratmanın karmaşıklıklarını ele alır.

Çizgi romanlar, video oyunları ve oyunlaştırmanın bir araya geldiği yakınsama deneyimlerini 21. Yy.'da bu çalışmada ele almaktadır. Yine interaktif anlatıları zenginleştirmekte yapımcıların ve geliştiricilerin farklı platformlarda tutarlılığı sağlamakta nasıl kilit bir rol oynadığını açıklamaktadır. Bölüm içerisinde yapılan irdelemelerle çizgi roman ve çapraz medya uyarlamalarının, izleyici ve oyuncuları arasında benzersiz bir bütünlük olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yakınsama, Platform, Video Oyunları, Çizgi Roman, Animasyon.

Giriş

Çizgi romanlar, çizgi filmler, animasyonlar, video oyunları ve oyunlaştırmanın birleşerek nasıl interaktif anlatılar oluşturduğunu ve bu süreçte ortaya çıkan çapraz medya uyarlamalarını incelemek 21. yy. en ilginç çalışmalarından biri denilebilir. Kimse bu kadar medyanın ortaya çıkıp bütünleşerek farklı ürünler ortaya çıkartacağını dahi tahmin etmiyordu. Çapraz medya uyarlamaları, farklı medya türlerinin bir araya gelerek zengin ve etkileşimli hikâye anlatıları, oyunlaştırma, çizgi film, animasyon, popüler olan üç boyutlu reklam çalışmaları gibi ürünleri oluşturmasını sağlar. “Henry Jenkins'in belirttiği gibi, medyanın farklı formları arasındaki etkileşim, kullanıcı deneyimini derinleştirir ve çeşitlendirir (Jenkins 2006).” Bu uyarlamalar, kullanıcıların hikâyeye daha derinlemesine dahil olmasını ve farklı platformlar arasında sorunsuz geçiş yapmasını mümkün kılar. Çizgi romanlar ve video oyunları arasındaki etkileşim, interaktif anlatıların zenginleşmesinde önemli bir rol oynamaktadır. “Janet Murray'nin ifade ettiği gibi, dijital ortamda anlatılar, okuyucular, izleyiciler ve oyuncular için yeni deneyimler sunar ve bu deneyimlerin evrimi, farklı medyaların birbirine entegrasyonu ile mümkün olur (Murray, 1997, s. 4).” Çizgi roman estetiğinin video oyunlarına entegre edilmesi, kullanıcıların tanıdık görsel stilleri farklı formatlarda deneyimlemesine olanak tanır. Tüm bu disiplinler arasında grafik bölümü tasarım ilkelerini disiplinler arası ele alarak amaca uygun bir biçimde işleme de iki boyutlu üç boyutlu algılarda estetik deneyimin arttırılması konusunda önem

göstermektedir. Grafik tasarım, çapraz medya projelerinde tutarlılığı ve estetik bütünlüğü sağlamak için kritik öneme sahiptir. “Görsel anlatılar, kullanıcıların hikâyeye bağlanmasını ve etkileşimde bulunmasını kolaylaştırır (McCloud, 1993, s. 25).” Grafik tasarımcılar ve yazılımcılar farklı platformlar arasında görsel bütünlüğü koruyarak ve yerine göre interaktif mekanikler oluşturarak kullanıcı deneyimini zenginleştirir. Karşılıklı etkileşimli olan, katılımcıların birbirleriyle veya bir sistemle sürekli ve dinamik bir şekilde iletişim kurmasını sağlayan durumları ifade eder. Genellikle teknoloji ve medya bağlamında, kullanıcıların içerik veya sistemle doğrudan etkileşime girerek deneyimi yönlendirdiği veya değiştirdiği süreçleri tanımlar.

Oyunlaştırma, kullanıcıların etkileşimini artırmak ve onları hikâyeye daha derinlemesine dahil etmek için etkili bir yöntemdir. “Sebastian Deterding ve arkadaşlarının belirttiği gibi, oyun tasarım elemanlarının oyun dışı bağlamlara uygulanması, kullanıcı motivasyonunu ve katılımını artırır (Detering 2011).” Oyun kavramı günümüze antik dönemlerden gelmektedir. Bu konu hakkında Hugeinza’nın Homo Ludens’in den faydalanılmalıdır. Oyun oynayan insan kavramı bilinen tarihten hatta öncesinden beridir bir ifade biçimi olarak sanat, tasarım, tarih, matematik gibi sınıflandırdığımız ifade ve ölçme birimlerinden biri olarak hayatımıza girmiştir. İlk dillerden birisi olarak kabul etmekte fikrimce bir hata değildir çünkü anlaşılabilmek için birçok ilkel varlığın bunu kullandığı görülebilmektedir. Asil hayvanlar olarak kurtların dahi oyun oynadığı görebiliyoruz. Aklımıza gelmeyen birçok canlı oyun oynar ve yaşam mücadelelerini oyunlaştırarak avantaja çevirir. Bu bağlamda, oyunlaştırma stratejileri, çapraz medya projelerinde kullanıcı deneyimini zenginleştirmek için kritik bir araçtır. Dijital bir oyunda sinematik oluşturulması ya da bir animasyonun oyunlaştırılması birbirine doğrudan katkı sağlamaktadır iki disiplin birbirinden çok farklı görünse de aslında ortak programlar ve amaçlara hitap etmektedir. Buna örnek olarak reklam sektörü veya eğlence sektörü genellenebilir.

Çapraz medya uyarlamalarının başarılı olması, farklı medya formatları arasında tutarlı bir deneyim yaratma yeteneğine bağlıdır. “Marie-Laure Ryan’ın belirttiği gibi, bu süreç hem yaratıcı hem de teknik zorlukları beraberinde getirir (Ryan, 2001, s. 14).” Örneğin, çizgi romanların video oyunlarına uyarlanması sırasında karşılaşılan zorluklar ve bu zorlukların nasıl aşıldığı, çapraz medya projelerinin karmaşıklığını ve potansiyelini gözler önüne sermektedir. Bu çalışmada, interaktif anlatıların farklı medya platformlarında nasıl evrildiği incelenmektedir. Araştırmamızda, bu süreçte karşılaşılan zorluklar ve fırsatlar ele alınmakta, özellikle grafik tasarımın bu anlatıların oluşturulmasındaki kritik rolü ve kullanıcı

deneyimini nasıl şekillendirdiği vurgulanmaktadır. Grafik tasarım, farklı medya türleri arasındaki görsel tutarlılığı sağlamak ve etkileşim mekanizmalarını güçlendirmek açısından önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda, interaktif anlatıların gelecekte nasıl şekilleneceğine dair fikirler sunulmakta ve ortaya çıkan disiplinler arası ürünlerin etkileri analiz edilmektedir. Pazar alanları, bu ürünlerin satış platformları, hedef müşteri kitlesi ve sektörel avantajlar ile dezavantajlar gibi konular detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. Çalışma, okuyucuların konunun önemini kavramalarına yardımcı olmayı ve interaktif anlatıların sektörel gelişimine ışık tutmayı amaçlamaktadır.

1. Çapraz Medya

Çapraz medya, farklı medya platformlarının entegrasyonu ve bu platformlar arasındaki içerik paylaşımını ifade eden bir kavramdır. Çapraz medyanın tanımı, tarihçesi, uygulama alanları ve kullanıcı deneyimi üzerindeki etkileri ele alınmaktadır. Ayrıca, bu alandaki önemli araştırmalar ve teorik çerçeveler de ele alındığında çapraz medya uygulamalarının ortaya koyduğu ürünler ilişkisinde güncel sektörlerin, platformların ve programların etkisi de ortaya çıkmaktadır.

“Çapraz medya, farklı medya türlerinin bir araya gelerek bütüncül bir içerik deneyimi oluşturmasını ifade eder. Örneğin, bir hikâyenin veya içeriğin birden fazla platformda anlatılması ve bu platformların birbirini tamamlayacak şekilde tasarlanması anlamına gelir. Bu entegrasyon, medya tüketicilerinin içerikleri çeşitli şekillerde deneyimlemelerine olanak tanır (Göker, 2020, s. 503).”

Çapraz medya kavramı, medya ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte evrim geçirmiştir. İlk olarak basılı medya ile radyo ve televizyon arasında içerik paylaşımı şeklinde ortaya çıkan çapraz medya uygulamaları, dijital devrimle birlikte daha karmaşık ve entegre hale gelmiştir. Türkiye’de de benzer gelişmeler yaşanmış olup, medya içeriklerinin dijital platformlarda genişlemesiyle birlikte çapraz medya uygulamaları artmıştır (Yoloğlu, 2019, s. 1453). Çapraz medya uygulamaları, kullanıcıların hikâyeye daha derinlemesine dahil olmasını ve farklı platformlar arasında sorunsuz geçiş yapmasını sağlar. Dijital anlatıların bu bağlamda önemli bir rol oynadığı ve kullanıcıların etkileşimli medya deneyimleri sayesinde daha zengin içeriklere erişebildiği belirtilmiştir (Yıldırım, 2019, s. 122). Örneğin, bir çizgi roman serisi, aynı zamanda bir video oyunu ve bir televizyon dizisi olarak da sunulabilir ve bu şekilde kullanıcılar hikâyeyi farklı açılardan deneyimleyebilir. Buna örnek olarak “Witcher” serisinin bir çizgi roman olmasının

yanı sıra hem filminin hem dizisinin hem oyunun yapılmış olması hikâyeyi ve anlatılar birçok hedef kitleye ulaştırarak okuyucusu olmaya ya da oyuncusu olmaya sürüklemektedir. Buda çapraz medya uygulamasının ürünün pazar alanındaki her eserine kitlelerin ulaşması için olanak sağlamıştır. Tabi ki sadece bu örnek üzerinden bunu teyit ettiğimi söyleyemem ancak çevremize baktığımızda buna benzer birçok disiplinler arası yaklaşım ve çapraz medya uyarlaması görebiliriz. “Lord Of The Rings” serisine ne diyeceğiz, radyo yayınlarından kitaplarına varana kadar, sanırım bu ortaya attığımız teoriyi yine destekleyen bir anlatı. Sadece kitapları demekte bu anlatı için az kalır bir nesli heyecanlandıran “Middle-earth: Shadow of War” oyunu da bu seriye tekrar heyecan katmış izleyicilerini oyunu almaya oyuncuları filmleri izlemeye sürüklemiştir diyebiliriz.

1.1. Çapraz Medya Uygulama Alanları

Eğlence sektörü, çapraz medya uygulamalarının en yaygın olduğu alanlardan biridir. Özellikle film ve dizi endüstrisi, hikayelerini genişletmek ve daha geniş bir kitleye ulaşmak için çapraz medya stratejilerini kullanmaktadır. Örneğin, Marvel Sinematik Evreni, çizgi roman, film, televizyon dizisi ve video oyunları gibi çeşitli platformlarda entegre hikayeler sunar. Türkiye’de de TRT’nin çeşitli dizi ve film projeleri, sosyal medya ve diğer dijital platformlar aracılığıyla desteklenmekte ve izleyici kitlesi artırılmaktadır (Şahin, 2017, s. 45). Bu, kullanıcıların farklı platformlarda farklı açılardan hikâyeyi deneyimlemelerine olanak tanır. “Çapraz medya, eğitim ve öğretim alanında da önemli bir araç haline gelmiştir. Eğitim materyalleri, video, interaktif modüller, e-kitaplar ve mobil uygulamalar gibi farklı platformlarda sunulurken öğrencilere daha kapsamlı bir öğrenme deneyimi sağlanır. Özellikle uzaktan eğitim sistemlerinde çapraz medya stratejileri önemli bir rol oynamaktadır (Demir, 2020, s. 45).” Oyunlaştırma stratejilerinin eğitimdeki çapraz medya uygulamalarında nasıl kullanılabileceğini ve bu uygulamaların öğrenci motivasyonunu artırmada nasıl etkili olabileceğini tartışmaktadır. Pazarlama ve reklamcılık da çapraz medya stratejilerinden büyük ölçüde yararlanmaktadır. Markalar, ürün ve hizmetlerini tanıtmak için çeşitli medya platformlarını kullanarak tüketicilere daha entegre ve etkili mesajlar iletmektedir. Örneğin, bir marka, sosyal medya, televizyon reklamları, basılı yayınlar ve dijital platformlar üzerinden tutarlı bir kampanya yürütebilir. Bu strateji, tüketicilerin markayla olan etkileşimlerini artırır ve sadakat oluşturur.

1.2. Çapraz Medya - Sosyal Medya ve Yeni Teknolojiler

Sosyal medya, çapraz medya stratejilerinin uygulanmasında günümüzde aktif olarak teşvik oluşturmada bunları paylaşarak dikkat çekmekte etkili bir araçtır

denilebilir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların içerikleri paylaşma, yorum yapma ve etkileşimde bulunma yeteneklerini artırarak, çapraz medya projelerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Örneğin, bir televizyon dizisi, sosyal medya üzerinden tanıtılarak ve kullanıcılarla etkileşime geçilerek daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilir (Çetin, 2017). Teknoloji ve kullanıcı davranışlarındaki değişikliklerle şekillenen farklı medya platformlarının entegrasyonu gün geçtikçe farklı teknolojilerle de deneyim ve pazar alanını genişletmekte. Özellikle artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojilerinin gelişmesi, çapraz medya deneyimlerini daha da zenginleştirecektir. Dijital anlatıların gelecekte daha etkileşimli ve kullanıcı odaklı hale geleceği öngörülmektedir (Gültekin, 2021). Bu teknolojiler, kullanıcıların daha immersif ve entegre medya deneyimleri yaşamasını sağlayacaktır. Farklı teknolojilerin ve onları aktaran türlerinin entegrasyonu ve bu platformlar arasındaki içerik paylaşımı ile zenginleştirilmiş bir kullanıcı deneyimi seyirciyi yeniden keşfe iter. Eğlence, eğitim ve pazarlama gibi çeşitli alanlarda geniş uygulama alanına sahip olan çapraz medya, teknoloji ve kullanıcı davranışlarındaki değişikliklerle birlikte evrim geçirmeye devam edecektir. Global olarak çapraz medya uygulamaları giderek artmakta ve bu alandaki araştırmalar önem kazanmaktadır. Gelecekte, çapraz medya deneyimlerinin daha da çeşitleneceği ve kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarının bu doğrultuda şekilleneceği öngörülmektedir. Bu alanda gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerinde bu yaklaşımla ürünlerini ortaya çıkartması rekabeti arttıracaktır. Her ne kadar farklı disiplinlerle yakınsama elde edilse de birlikte bir strateji ile yaklaşım sonucunda daha kollektif tavırlar ortaya koymaları tavsiye edilebilir. Bu alanların desteklenmesi de bir hayli gerekliliktir. Tıpkı yazılım, donanım alanlarının desteklendiği gibi desteğe ihtiyaç duyan branşlar olarak; Grafik tasarıma veya sanat tasarıma bağlı olarak, dijital oyun geliştirme, çizgi film/animasyon, film, simülasyon platformları, e-kitaplar, çizgi romanlar, mangalar gibi çeşitler bulunmaktadır. Yaygın medya araçları stratejik olarak içi doldurulmadığı takdirde yayınlandıkları platformlar veya yeni medyalarda önem arz etmemektedir. Tüm bunlara ilaveten yeni teknolojiler ve sanat demişken “NFT” de yakın çağ olarak 2014’den beri kulağa tanıdık geliyor. Birçok popüler kültür ögesi olan NFT projeleri web3 platformlarda oldukça dikkat çekmişti değil mi? Bunların içerisinde kimi zaman Resim, Heykel ve fotoğraf gibi farklı disiplinlerin ürünleri de yer almıştı aslında bu alanlarda çapraz medya uyarlamalarına doğrudan ya da dolaylı etki edebilmektedir.

2000’li yıllardan önce çapraz medya deneyimleri içerisinde oyunlaştırılmış bir filmin ne kadar interaktif olabileceğini hayal edebilir miydik ancak teknoloji o kadar farklı içerikler çıkartmamıza yol açıyor ki akıllara durgunluk getirir. “Netflix” gibi platformlarda “Black Mirror/Bandersnatch” Bu dizi, izleyicilerin belirli noktalarda seçim yaparak hikâyenin gidişatını ve sonunu belirlemesine olanak tanır. Bu tür interaktif içerikler, kullanıcıya hikâyeye doğrudan katılım imkânı sunarak deneyimi kişiselleştirir ve daha etkileşimli hale getirir. İzleyicinin seçimlerine göre farklı yollar ve sonlar sunan "Bandersnatch", interaktif anlatıların nasıl çalıştığını ve kullanıcının deneyimini nasıl şekillendirdiğini göstermektedir. Doğrudan izleyiciyi etkileşime sokan birçok seri karşımıza çıkmaya başlamışken bunun temel kaynağının dijital oyunlar olduğunu söylemek sanırım ileri gitmek olmayacaktır. Bilirsiniz ki oyunlarda hikâye Doğrudan (lineer) değilse hikâyenin akışını oyuncunun seçmesi daha çok etkileşim ve oyunda kalıcılık sağlamaktadır buda hikâyeyi oyunlaştırmının bir parçasıdır. Öncelikle ana ve ara platformları bilerek bu konulara giriş yapmak daha doğru olabilir.

1.3. Ana Platformlar ve Ara platformlar

Sinema ve Televizyon da karşımıza filmler, televizyon dizileri, çizgi filmler, animasyonlar, kısa filmler gibi örnekler karşımıza çıkmaktadır. Sinema ve televizyon, geniş kitlelere ulaşan ve görsel-işitsel hikâyeye anlatımında güçlü olan ana platformlardır. Çapraz medya projelerinde genellikle ana hikâyeyi burada görebiliriz çünkü hazır bir hikâyenin senaryoya dökülmesi yönetmenler tarafından doğrudan bir işleyiş ve kazanç kapısı oluşturmaktadır.

Çizgi Romanlar/Grafik Romanlar, E-kitaplar ve Dijital Yayınlar; Kindle, Marvel Comics, DC Comics Apple Books, E-kitap platformları, okuyucuların seçimleriyle hikâyeyi yönlendirdiği interaktif kitaplar sunar. Çizgi romanlar, ana hikâyeyi destekleyen yan hikayeler ve karakter gelişimleri sunarak çapraz medya projelerinin önemli bir parçasıdır.

Video Oyunlarında konsol oyunları, bilgisayar oyunları, mobil oyunlar, çeşitli tabanlarda dijital oyunlar, oyuncuların aktif katılımını ve kararlarını içeren interaktif anlatılar için ideal platformlardır. Oyunlar, hikâyenin çeşitli dallarını keşfetme olanağı sağlar.

Dijital Platformlar ve Streaming Servislerinde; Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ gibi uygulamalar bulunmaktadır. Bu platformlar, interaktif içeriklerin yanı sıra çapraz medya projelerinin çeşitli formatlarını (dizi, film, belgesel) barındırır. "Black Mirror: Bandersnatch", "ChooseLove", "BabyBoss: ChachtheBaby", "Jurassic World Kretase Kampı: Saklı Macera", "CarmenSanDiego: Çalmak ya da

Çalmamak” gibi interaktif filmler bu platformlarda yayınlanır. İnteraktif konusunda oyunu olan yapıtların interaktif bir hale getirilmediği görülmektedir ana sebeplerinden birisi zaten oyunlarında kullanıcıya katılım ve farklı deneyimleri keşfetme hikâyesinin akışında farklı senaryolar oluşturulmuş olması hakkında birçok seçenek sunulmuşken tekrar işleme ve dizi film olarak etkileşime sokmaya gerek duyulmadığı görülmüştür. Bu durumda farklı senaryoların DC evreninde olduğu gibi iki farklı senaryoyu izleyici etkileşiminden alınan tepkilere göre çekerek farklı yönlerini de ana temaya bağlayan yapımcılar olduğunu söylemekte gerekiyor.

Ara platformlar olarak karşımıza yapıtların, ürünlerin tanıtıldığı yüksek etkileşim oluşturacak düzenlemelerle reklam niteliği taşıyan eğlenceli anlar veya içerikler oluşturulduğu bilinmektedir. Sosyal medya; Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi mecralarda çapraz medya projelerinin tanıtımı, hayran etkileşimi ve ek içeriklerin paylaşılması için kullanılır. Ayrıca, kullanıcıların hikâyeye katılımını teşvik eden interaktif kampanyalar yapılabilir. Bunlar izleyicilere ödül dağıtımı erken erişim sağlama gibi avantajlarla karşımıza çıkmaktadır. İnteraktif dendiği zaman sadece hikâye örgüsüne kullanıcı deneyimini katmak gelir genellikle akıllara ancak onları ürünlere karşı heyecanlandırmak için geliştirilen stratejilerde interaktivite sağlamaktadır. Web siteleri ve online portallar; resmi film/dizi siteleri, hayran siteleri, interaktif hikâye siteleri bu platformlar, ek içerikler, oyunlar ve kullanıcı etkileşimi sunarak ana hikâyeyi destekler ve genişletir.Podcastler ve sesli kitaplar; Spotify, Audible gibi mecralardaki sesli içerikler, hikayelerin sesli formatta anlatılması için kullanılır. İnteraktif anlatılar, sesli kitaplarda dinleyicinin seçimlerine göre farklı bölümlere yönlendirilerek sunulabilir.Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR); OculusRift, HTC Vive, arkit(Apple) gibi yeni medya alanları AR ve VR platformları, kullanıcıların hikayelere immersif ve etkileşimli bir şekilde katılmalarını sağlar. Bu teknolojiler, interaktif anlatıları ve çapraz medya projelerini daha da zenginleştirir.Bloglar ve online makaleler;Medium, WordPress, Çizgi Studio, Wattpad, KitUp gibi uygulamalar, bloglar ve makaleler, çapraz medya projelerinin arka planını ve yan hikayelerini anlatan yazılı içerikler sunar.Canlı Etkinlikler ve etkinlik yayınları; Comic-Con, canlı yayın platformları (Twitch, YouTube Live), hayranların doğrudan katılımıyla interaktif hikâye anlatımı ve çapraz medya tanıtımları için kullanılır.Bu ara platformlar, interaktif anlatıların ve çapraz medya uyarlamalarının geniş bir kitleye ulaşmasını ve kullanıcıların hikayelere çeşitli şekillerde katılmasını sağlar. Her platform, farklı etkileşim seviyeleri ve deneyimler sunarak ürünlerin zenginleştirilmesine katkıda bulunur.

2. Video Oyunları

Dijital oyun tasarımı, oyunların yaratıcı ve teknik yönlerini bir araya getirerek kullanıcı deneyimini zenginleştiren karmaşık bir süreçtir. Bu makalede, dijital oyun tasarımının temel unsurları, eğitim ve eğlence bağlamındaki uygulamaları ve interaktif anlatılar ile çapraz medya uyarlamaları ile olan ilişkisi ele alınacaktır. Dijital oyun tasarımının bu unsurları, kullanıcıların oyuna nasıl katıldıklarını ve nasıl etkileşimde bulunduklarını belirler. Dijital oyun tasarımı, bir dizi kritik unsuru içerir. Bu unsurlar arasında oyun mekaniği, görsel ve ses tasarımı, kullanıcı arayüzü, kurgunun anlatımı ve oyun dünyasının inşası yer alır. Oyun mekaniği, oyunun kurallarını ve kullanıcı etkileşimlerini tanımlar. Görsel ve ses tasarımı, oyunun estetiğini ve atmosferini oluşturur, kullanıcı deneyimini zenginleştirir. Kullanıcı arayüzü, oyuncuların oyunla nasıl etkileşimde bulunduğunu belirlerken, hikâye anlatımı oyunun narratif yapısını sağlar (Plass vd., 2015). İnteraktif anlatılar, dijital oyunların kullanıcı etkileşimini artıran önemli bir yönüdür. Oyuncuların kurgunun ya da işlenen romanın, tarihe bağlı anlatımın gidişatını belirlemek için yaptıkları seçimlerle şekillenir. Örneğin, "TheStanleyParable" ve "UntilDawn" gibi oyunlar, oyuncuların kararlarına dayalı olarak farklı yollar ve sonlar sunar (Koenitz, 2015). Bu, oyuncuların hikâyeye daha derinlemesine katılmasını ve deneyimi kişiselleştirmesini sağlar. Çapraz medya uyarlamaları, bir anlatının veya içeriğin birden fazla platformda anlatılmasını ifade eder. Örneğin, Marvel Sinematik Evreni (MCU) ve Star Wars gibi projeler, çizgi romanlar, filmler, televizyon dizileri ve video oyunları gibi çeşitli medya formatlarını bir araya getirir. Bu projeler, farklı platformlarda sunulan içeriklerin birbirini nasıl tamamladığını ve zenginleştirdiğini gösterir (Koenitz, 2021). Dijital oyunlar, eğitimde güçlü bir araç olarak kullanılmaktadır. Oyun tabanlı öğrenme (game-based learning), öğrencilerin konuları eğlenceli ve etkileşimli bir şekilde öğrenmelerine yardımcı olur. Örneğin, STEM (bilim, teknoloji, mühendislik, matematik) eğitiminde kullanılan dijital oyunlar, öğrencilerin karmaşık kavramları daha iyi anlamalarını sağlar (Byun&Joung, 2018). Bu oyunlar, öğrencilerin bilişsel gelişimini destekler ve öğrenme sürecini daha ilgi çekici hale getirir (Ishak et al., 2023). Eğlence sektöründe dijital oyunlar, geniş kitlelere ulaşan ve güçlü hikâye anlatımıyla dikkat çeken yapımlar sunar. Örneğin, "TheWitcher" serisi, Andrzej Sapkowski'nin romanlarına dayalı olarak geliştirilmiş ve daha sonra bir televizyon dizisine uyarlanmıştır. Bu tür projeler, oyunların anlatımını diğer medya formatlarıyla nasıl entegre edebileceğini gösterir (MDPI, 2023).

Dijital oyun tasarımı, kullanıcı deneyimini kurgunun yapısıyla bütünleştiren oyunlaştırmanın temel adıdır ve hem eğitimde hem de eğlence sektöründe önemli bir rol oynayan disiplinler arası bir oluşumdur. İnteraktif anlatılar ve çapraz medya uyarlamaları, dijital oyunların potansiyelini genişleterek kullanıcıların hikayelere daha derinlemesine katılmalarını sağlar. Gelecekte, bu tür projelerin daha da gelişeceği ve kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarının bu doğrultuda şekilleneceği öngörülmektedir.

2.1. Video Oyun Geliştirmedeki Karmaşık Süreci Oluşturan Disiplinler.

Dijital oyun tasarımı, yaratıcı ve teknik disiplinlerin bir araya gelerek kullanıcıya etkileyici ve etkileşimli deneyimler sunmasını sağlayan karmaşık bir süreçtir. Bu makalede, dijital oyun tasarımında kullanılan disiplinler, programlar ve uygulamalar üzerinde durulacaktır. Oyun mekaniği, görsel ve ses tasarımı, kullanıcı arayüzü, hikâye anlatımı ve oyun dünyasının inşası gibi kritik unsurların oluşturulması için gereken araçlar detaylandırılacaktır.

Yazılım mühendisliği, oyun teorisi, matematik; Oyun mekaniği, oyun kurallarının ve kullanıcı etkileşimlerinin belirlenmesidir. Yazılım mühendisleri, bu mekaniklerin programlanmasında önemli bir rol oynar. Oyun teorisi ve matematik, oyun içi dengeyi sağlamak için kullanılır (SpringerOpen, 2023). Grafik tasarım, dijital sanat, animasyon; Görsel tasarım, oyunun estetiğini ve atmosferini oluşturur. Grafik tasarımcılar ve dijital sanatçılar, karakterler, ortamlar ve diğer oyun içi elemanları yaratır. Animatörler, bu elemanların hareketlerini ve etkileşimlerini canlandırır (MDPI, 2021). Ses mühendisliği, müzik kompozisyonu, foley sanatları; Ses tasarımı, oyunun ses efektlerini ve müziğini içerir. Ses mühendisleri, oyun içi ses efektlerini ve ortam seslerini yaratır. Müzik bestecileri, oyun müziklerini besteler. Foley sanatçıları, gerçek dünyadaki sesleri yeniden yaratır (SpringerOpen, 2023). Bilgisayar bilimi, grafik tasarım, insan-bilgisayar etkileşimi (HCI); UI tasarımı, oyuncuların oyunla nasıl etkileşimde bulunduğunu belirler. HCI uzmanları, kullanıcı deneyimini optimize ederken, bilgisayar bilimcileri ve grafik tasarımcılar, arayüzün teknik ve görsel yönlerini geliştirir (MDPI, 2021). Yazarlık, senaryo yazımı, edebiyat; Hikâye anlatımı, oyunun narratif yapısını sağlar. Yazarlar ve senaryo yazarları, oyunun hikayesini ve diyaloglarını oluşturur. Edebiyat bilgisi, derin ve ilgi çekici hikayeler yaratmada kullanılır (Neves&Zagalo, 2021).

2.2. Program ve Uygulamalar.

Unity, 2D ve 3D oyunlar için kullanılan popüler bir oyun motorudur. Programlama dili olarak C# kullanır ve geniş bir kullanıcı topluluğu ile desteklenir. Unity, oyun mekaniğinin yanı sıra görsel tasarım ve kullanıcı arayüzü geliştirmek için kullanılır. Ayrıca, görsel tasarım ve animasyon araçlarına sahiptir. Unreal Engine, yüksek kaliteli 3D grafikler ve fizik simülasyonları sunar. Blueprint adı verilen görsel betik sistemi ile programlama gerektirmeyen oyun geliştirmeyi mümkün kılar. Unreal Engine, oyun mekaniği ve kullanıcı arayüzü geliştirmede ve yüksek kaliteli görsel tasarımlar yaratmada kullanılır. Blender, ücretsiz ve açık kaynaklı bir 3D modelleme ve animasyon yazılımıdır. Modelleme, heykel, animasyon ve render gibi özellikler sunar. Blender, görsel tasarım ve animasyon süreçlerinde yoğun olarak kullanılır. Adobe Creative Suite, grafik tasarım ve animasyon için kapsamlı araçlar sunar. Photoshop ve Illustrator, oyun içi varlıkların oluşturulmasında kullanılırken, After Effects animasyon ve efektler için kullanılır.

Adobe Creative Suite, görsel tasarım ve animasyon çalışmalarında yaygın olarak kullanılır. FMOD, oyun ses tasarımı için kullanılan güçlü bir ses motorudur. Gerçek zamanlı ses efektleri ve müziklerin entegrasyonunu sağlar. FMOD, ses tasarımı ve müzik entegrasyonunda kullanılır. Visual Studio, oyun geliştirme için kullanılan popüler bir entegre geliştirme ortamıdır (IDE). C++, C#, Python gibi dillerde kod yazmayı sağlar. Visual Studio, oyun mekaniği ve kullanıcı arayüzü geliştirmede kullanılır. Twine, interaktif hikâyeler oluşturmak için kullanılan açık kaynaklı bir araçtır. Programlama bilgisi gerektirmeden metin tabanlı oyunlar ve hikâyeler yaratmayı sağlar. Twine, hikaye anlatımı ve metin tabanlı oyun geliştirmede kullanılır. Procreate, özellikle dijital çizim ve resim için kullanılan güçlü bir iPad uygulamasıdır. Özelleştirilebilir fırçalar ve katman özellikleri sunar. Procreate, konsept tasarımı ve karakter ile ortam çizimlerinde kullanılır. ZBrush, dijital heykeltıraşlık ve modelleme için kullanılan bir yazılımdır. Yüksek detaylı 3D modeller oluşturmak için kullanılır. ZBrush, karakter ve yaratık tasarımı ile yüksek detaylı modellerin oluşturulmasında kullanılır. Adobe Substance, 3D modelleme ve dokulama için kullanılan bir yazılım paketidir. Gerçekçi dokular ve malzemeler oluşturmak için kullanılır. Adobe Substance, 3D model dokulama ve malzeme oluşturma süreçlerinde kullanılır. CLO 3D ve Marvelous Designer, dijital kıyafet ve tekstil tasarımı için kullanılan yazılımlardır. Gerçekçi kıyafet simülasyonları sunar. CLO 3D ve Marvelous Designer, karakter kıyafet tasarımı ve tekstil simülasyonlarında kullanılır. 3ds Max, 3D modelleme, animasyon ve render için kullanılan bir yazılımdır. Geniş araç seti ve esnekliği ile bilinir. 3ds Max, 3D

modelleme, animasyon ve render süreçlerinde kullanılır. Maya, 3D modelleme, animasyon, simülasyon ve render için kapsamlı araçlar sunar. Film ve oyun endüstrisinde yaygın olarak kullanılır. Maya, 3D modelleme, animasyon ve simülasyon oluşturulmasında kullanılır. Houdini, özellikle prosedürel modelleme ve efektler için kullanılan güçlü bir 3D animasyon ve VFX yazılımıdır. Simülasyonlar ve dinamik efektler için güçlü araçlar sunar. Houdini, prosedürel modelleme, VFX ve dinamik simülasyonlar için kullanılır.

Dijital oyun tasarımı, ayrıca birçok farklı teknolojiyi bir araya getirir. Oyun mekaniği, görsel ve ses tasarımı ve hikâye anlatımı gibi unsurların her biri, oyunların kullanıcı deneyimini nasıl şekillendirdiğinde kritik bir rol oynar. Bu unsurların başarılı bir şekilde entegre edilmesi, oyunların hem eğitici hem de eğlendirici olmasını sağlar. Gelecekte, bu teknolojilerin ve disiplinlerin daha da gelişeceği ve dijital oyun tasarımının kullanıcı deneyimini daha da zenginleştireceği öngörülmektedir.

2.3. 2D Oyun Geliştirmede Kullanılan Tasarım Programları

2D oyunlar için varlıklar oluşturmak, karakterler, ortamlar, kullanıcı arayüzü öğeleri ve animasyonlar geliştirmek için özel tasarım yazılımlarını gerektirir. İşte 2D oyun geliştirmede kullanılan temel tasarım programlarından bazıları:

Adobe Photoshop, 2D grafikler oluşturmak ve düzenlemek için çok yönlü bir araçtır. Sprite oluşturma, dokulama ve çeşitli diğer tasarım görevleri için yaygın olarak kullanılır. Kaynak: Adobe Systems. (2024). Adobe Photoshop. Erişim adresi: <https://www.adobe.com/products/photoshop.html>

Adobe Illustrator, ölçeklenebilir oyun varlıkları oluşturmak için gerekli olan vektör tabanlı grafikler oluşturmak için idealdir. Karakterler, arka planlar ve kullanıcı arayüzü öğeleri tasarlamak için yaygın olarak kullanılır. Kaynak: Adobe Systems. (2024). Adobe Illustrator. Erişim adresi: <https://www.adobe.com/products/illustrator.html>

Aseprite, piksel sanatı ve animasyonlar oluşturmak için özelleşmiş bir araçtır. Özellikle bağımsız oyun geliştiricileri arasında sezgisel arayüzü ve güçlü animasyon özellikleriyle popülerdir. Kaynak: Aseprite. (2024). Aseprite. Erişim adresi: <https://www.aseprite.org/>

Inkscape, ücretsiz ve açık kaynaklı bir vektör grafik düzenleyicisidir. Adobe Illustrator'a uygun maliyetli bir alternatif olup ölçeklenebilir 2D oyun varlıkları oluşturmak için kullanılır. Kaynak: Inkscape. (2024). Inkscape. Erişim adresi: <https://inkscape.org/>

Spine, 2D iskelet animasyonları oluşturmak için özelleşmiş bir araçtır. Geliştiricilerin bir karakterin iskeletini manipüle ederek karmaşık animasyonlar oluşturmalarına olanak tanır. Kaynak: Esoteric Software. (2024). Spine. Erişim adresi: <http://esotericsoftware.com/>

Krita, güçlü animasyon araçları sunan ücretsiz ve açık kaynaklı bir boyama programıdır. Geleneksel kare kare animasyonlar oluşturmak için kullanılır ve hem raster hem de vektör grafiklerini destekler. Kaynak: Krita Foundation. (2024). Krita. Erişim adresi: <https://krita.org/>

Pyxel Edit, karolar ve sprite'lar oluşturmak ve animasyon yapmak için tasarlanmış bir piksel sanatı düzenleyicisidir. Kullanım kolaylığı ve verimli iş akışıyla tercih edilir. Kaynak: Pyxel Edit. (2024). Pyxel Edit. Erişim adresi: <http://pyxeledit.com/>

Affinity Designer, vektör grafikler oluşturma konusundaki hassasiyeti ve performansı ile bilinir. Adobe Illustrator'a uygun maliyetli bir alternatif olarak detaylı 2D oyun varlıkları tasarlamak için kullanılır. Kaynak: Serif. (2024). Affinity Designer. Erişim adresi: <https://affinity.serif.com/en-us/designer/>

Tiled, oyun haritaları ve seviyeleri tasarlamak için güçlü bir araçtır, bu nedenle hem varlık oluşturma hem de oyun geliştirmede çok yönlü bir araç olarak hizmet eder. Kaynak: Tiled. (2024). Tiled. Erişim adresi: <https://www.mapeditor.org/>

Procreate, iPad için güçlü bir çizim ve boyama uygulamasıdır. Sanatçılar tarafından oyun sanatı, konsept tasarımları ve illüstrasyonlar oluşturmak için yaygın olarak kullanılır ve sezgisel arayüzü ve sağlam özellikleriyle bilinir. Kaynak: Savage Interactive. (2024). Procreate. Erişim adresi: <https://procreate.art/>

2.4. 2D Oyun Geliştirme Araçları

2D oyunların geliştirilmesi süreci, oyun yaratmanın farklı yönlerine hitap eden çeşitli araçları içerir; kodlama ve betik yazmadan varlık yönetimi ve animasyona kadar. İşte en yaygın olarak kullanılan 2D oyun geliştirme araçlarından bazıları:

Unity, çok yönlülüğü ve kapsamlı özellik seti ile bilinen en popüler oyun geliştirme motorlarından biridir. Sprite yönetimi, fizik ve animasyon gibi 2D oyun geliştirme için sağlam araçlar sunar. Unity'nin Varlık Mağazası, özellikle 2D oyunlar için tasarlanmış zengin kaynaklar sunar. Kaynak: Unity Technologies. (2024). Unity. Erişim adresi: <https://unity.com/>

Godot, hem 2D hem de 3D oyun geliştirmeyi destekleyen açık kaynaklı bir oyun motorudur. Kullanıcı dostu bir arayüze sahiptir ve kodlama için Python benzeri bir dil olan GDScript'i kullanır. Godot ayrıca VisualScript ve C# dillerini de

destekler. Kaynak: Godot Engine. (2024). Godot Engine. Erişim adresi: <https://godotengine.org/>

Construct, özellikle 2D oyun geliştirme için tasarlanmış kullanıcı dostu bir araçtır. Sürükle ve bırak arayüzü ve görsel betik yazma kullanır, bu da onu acemiler için erişilebilir ve prototip oluşturma için verimli kılar. Kaynak: Construct. (2024). Construct. Erişim adresi: <https://www.construct.net/>

GameMaker Studio, 2D oyun geliştirmedeki kullanım kolaylığı ve esnekliği ile ünlüdür. Acemiler için sürükle ve bırak arayüzü ve daha ileri düzey kullanıcılar için güçlü bir betik dili (GML) sunar. Kaynak: YoYo Games. (2024). GameMaker Studio. Erişim adresi: <https://www.yoyogames.com/>

RPG Maker, rol yapma oyunları oluşturmak için uzmanlaşmış bir araçtır, ancak diğer türlerdeki 2D oyunlar için de yeterince esnektir. Kapsamlı varlık kütüphaneleri ve sezgisel bir olay betik sistemi sunar.

Kaynak: RPG Maker Web. (2024). RPG Maker. Erişim adresi: <https://www.rpgmakerweb.com/>

Phaser, web için 2D oyunlar oluşturmak amacıyla kullanılan açık kaynaklı bir HTML5 oyun çerçevesidir. Fizik, animasyonlar ve girdi işleme araçları sunar, bu da onu tarayıcı tabanlı oyunlar için ideal kılar. Kaynak: Phaser. (2024). Phaser. Erişim adresi: <https://phaser.io/>

Cocos2d-x, mobil oyun geliştirme için yaygın olarak kullanılan açık kaynaklı bir çerçevedir. C++, Lua ve JavaScript'i destekleyerek çeşitli geliştirme ihtiyaçları için esneklik sunar. Kaynak: Cocos. (2024). Cocos2d-x. Erişim adresi: <https://www.cocos.com/en/>

Stencyl, kullanıcıların sürükle ve bırak arayüzü kullanarak 2D oyunlar oluşturmaya olanak tanıyan bir araçtır. Başlangıç seviyesindekiler için sezgisel olarak tasarlanmış olup, daha deneyimli geliştiriciler için gelişmiş özellikler içerir. Kaynak: Stencyl. (2024). Stencyl. Erişim adresi: <http://www.stencyl.com/>

Tiled, oyun haritaları ve seviyeleri oluşturmak için yaygın olarak kullanılan bir 2D seviye düzenleyicisidir. Çeşitli dosya formatlarını destekler ve birçok oyun motoru ile iyi entegrasyon sağlar. Kaynak: Tiled. (2024). Tiled. Erişim adresi: <https://www.mapeditor.org/>

Bu araçlar, 2D oyun geliştirmenin çeşitli yönlerinde kullanılarak hem eğitim hem de eğlence sektörlerinde yenilikçi çözümler sunar.

2.5. 2D Alnında Kullanılan Animasyon Programları

2D oyun geliştirme ve tasarım sürecinde animasyonların oluşturulması, detaylı ve etkileyici grafiklerin ortaya çıkmasında kritik bir rol oynar. İşte 2D tasarımda kullanılan başlıca animasyon programlarından bazıları:

Krita, hem raster hem de vektör grafiklerini destekleyen, geleneksel kare kare animasyonlar için sağlam bir araç olarak hizmet eder. Geniş fırça seçenekleri ve animasyon araçlarıyla sanatçılar arasında popülerdir. Kaynak: Krita Foundation. (2024). Krita. Erişim adresi: <https://krita.org/>

Eskiden Anime Studio olarak bilinen Moho, geleneksel animasyon araçlarını modern kemik rigging teknikleriyle birleştirir. Kullanıcı dostu arayüzü ve güçlü animasyon yetenekleriyle hem acemiler hem de profesyoneller için uygundur. Kaynak: Moho Animation. (2024). Moho. Erişim adresi: <https://www.mohoanimation.com/>

TVPaint Animation, geleneksel animasyon teknikleri için kullanılan yüksek kaliteli raster tabanlı bir animasyon yazılımıdır. Çizim ve animasyon için kapsamlı bir araç seti sunarak detaylı ve karmaşık animasyonlar için idealdir. Kaynak: TVPaint Developpement. (2024). TVPaint Animation. Erişim adresi: <https://www.tvpaint.com/>

OpenToonz, hem geleneksel hem de dijital animasyon için kullanılan açık kaynaklı bir animasyon yazılımıdır. 2D animatörler için geniş bir özellik yelpazesi sunar ve Studio Ghibli gibi profesyonel stüdyolar tarafından kullanılmıştır. Kaynak: OpenToonz. (2024). OpenToonz. Erişim adresi: <https://opentoonz.github.io/e/>

Pencil2D, geleneksel elle çizilmiş animasyonlar oluşturmayı sağlayan basit, açık kaynaklı bir animasyon yazılımıdır. Kullanımı kolaydır ve 2D animasyonu keşfetmek isteyen acemiler için idealdir. Kaynak: Pencil2D. (2024). Pencil2D. Erişim adresi: <https://www.pencil2d.org/>

Oyun geliştirme alanı sürekli evrim geçirirken hem 2D hem de 3D projeler, farklı boyutlar ve sanatsal stiller arasındaki boşluğu kapatan bir dizi araç kullanır. Bu yakınsama, nihai ürünün 2D veya 3D olup olmadığına bakılmaksızın, modern oyun yaratımının karmaşıklıklarını yönetebilecek çok yönlü ve güçlü yazılımlara duyulan ihtiyaç tarafından yönlendirilir. Hem 2D hem de 3D oyun geliştirme, tasarım ve animasyon süreçlerinde kullanılan araçlar, projelerin başarılı bir şekilde tamamlanmasında önemli bir rol oynar.

2.6. Uygulama Alanları ve Trendler

Video oyun tasarımı ve geliştirilmesi alanındaki teknolojiler sürekli olarak evrim geçiriyor. Yapay zekâ (AI) ve makine öğrenimi gibi ileri teknolojiler, oyun

tasarımını ve oyuncu etkileşimini daha dinamik hale getiriyor. AI destekli karakterler, dinamik hikâye anlatımı ve gelişmiş oyun mekanikleri, oyuncu deneyimini zenginleştirmektedir. (Jiang & Liao, 2022).

Bulut tabanlı oyun hizmetleri ve streaming teknolojileri, oyunların oyunculara daha erişilebilir olmasını sağlıyor. GeForce Now ve Google Stadia gibi bulut oyun platformları, düşük donanımlı cihazlarda yüksek kaliteli oyunlar oynama imkânı sunmaktadır. (NVIDIA, 2024; Google, 2024).

NFT'ler ve blockchain teknolojisi, oyun endüstrisinde yeni fırsatlar ve ekonomik modeller sunuyor. Oyun içi varlıkların tokenizasyonu ve takas edilebilir NFT'ler, oyuncular için yeni ekonomik fırsatlar yaratmaktadır. (Catalini & Gans, 2016).

Bu araçlar ve teknolojiler, video oyun tasarımının çeşitli aşamalarında kullanılmakta ve hem eğitim hem de eğlence sektörlerinde yenilikçi çözümler sunmaktadır.

3. Çizgi Romanlar

Çizgi romanlar, uzun zamandır popüler kültürün önemli bir parçası olmuştur. İlk olarak basılı medya olarak başlayan bu eserler, zamanla dijital platformlara taşınmış ve bu süreçte oyunlaştırma unsurlarıyla zenginleştirilmiştir. Oyunlaştırma, oyun mekaniği ve dinamiklerinin oyun dışı ortamlara uygulanarak kullanıcı etkileşimini ve bağlılığını artırmayı amaçlar, çizgi romanlardan esinlenerek oyunlaştırma teknikleriyle zenginleştirilen projeleri, bu entegrasyonun sektörel etkilerini ve gelecekteki potansiyelini irdelemek gerekmektedir. Gerçeklik kavramının da bu hususta gerçekliklerle buluşarak çoklu hayal dünyası evrenlerini tatlandırıldığı grafik tasarım'a bağlı olarak illüstrasyonlarla ve stilize çalışmalarla sıkça karşımıza çıkmaktadır. "Çizgi romanlar, genellikle zengin anlatımı ve görsel estetikleriyle bilinir. Bu özellikler, oyun ve film endüstrileri için ilham kaynağı olmuştur. Örneğin, 'Batman: Arkham' serisi, DC Comics'in Batman çizgi romanlarından esinlenerek geliştirilmiş ve büyük bir başarı elde etmiştir. Bu oyun serisi, oyunculara çizgi romanlardaki karanlık ve karmaşık dünyayı keşfetme fırsatı sunarken, oyunlaştırma unsurlarıyla etkileşimi artırmıştır (Dini & Timm, 1999, s. 125)." Benzer şekilde, "Spider-Man" oyun serisi, Marvel Comics'in popüler karakteri Spider-Man'ın maceralarını interaktif bir formatta sunarak, oyuncuların kendilerini bu dünyada hissetmelerini sağlar. Bu oyunlar, oyunculara hikâye ilerlemesini etkileyen kararlar verme ve çeşitli görevleri tamamlama fırsatı sunar, böylece oyunlaştırma tekniklerini etkili bir şekilde kullanır (Bendis, 2001). Çizgi romanlardan esinlenerek yapılan filmler de

oyunlaştırma unsurlarını kullanmaktadır. Marvel Sinematik Evreni (MCU), bu alanda önde gelen örneklerden biridir. MCU filmleri, çizgi romanlardan uyarlanan karakter ve hikayeleri sinemaya taşıırken, izleyicilerle daha güçlü bir bağ kurmak için çeşitli oyunlaştırma stratejilerini kullanmaktadır. Bu stratejiler arasında post-credits sahneleri ve devam eden hikâye yayları yer alır; bu sayede izleyiciler, ilerleyen filmlerle ilgili meraklarını sürdürür ve sürekli olarak bu evrenle etkileşim içinde kalırlar Feige ye göre (2012). Bu teknikler, hikâyenin derinleşmesini ve izleyicinin sinematik deneyimi daha fazla keşfetmesini sağlar.

Kapp (2012), *The Gamification of Learning and Instruction* kitabında, eğitimde oyunlaştırma tekniklerinin nasıl etkili bir şekilde kullanılabileceğini ele almaktadır. Çizgi romanlar gibi materyallerin, öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirmek için kullanılabileceğini ve görev tamamlama ile ödüller kazanarak motivasyonlarını artırabileceğini belirtir (Kapp, 2012, s. 45). Pazarlamada ise, markalar çizgi romanları kullanarak oyunlaştırma teknikleriyle müşteri bağlılığını artırabilir. Örneğin, bir markanın çizgi roman karakterleriyle ilgili bir kampanya düzenlemesi ve müşterilere bu karakterlerle ilgili görevler sunması, marka sadakatini artırabilir (Zichermann & Linder, 2010). Çizgi romanlarda oyunlaştırmının geleceği, dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerle birlikte daha da parlak görünmektedir. Sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojilerinin ilerlemesiyle, çizgi romanlar daha etkileşimli bir deneyim sunabilir. Bu teknolojiler, okuyucuların sanal dünyada karakterlerle etkileşimde bulunmalarını veya hikâyeye daha derinlemesine dalmalarını mümkün kılabilir (Ryan & Deci, 2000, s. 70). Çizgi romanlardan oyunlaştırmaya geçiş, etkileşimli ve dinamik anlatılar sunarak kullanıcı bağlılığını artırmaktadır. Çizgi romanlardan esinlenerek geliştirilen oyunlar ve filmler, oyunlaştırma unsurlarıyla zenginleştirilmiş deneyimler sunar. Eğitim ve pazarlama alanlarında da etkili bir şekilde kullanılan oyunlaştırma, dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerle birlikte gelecekte daha da yaygınlaşacaktır.

3.1. Oyun Geliştirme, Çizgi Film Animasyon ve Çizgi Roman Satış Verileri

Dijital çağın getirdiği yenilikler, medya ve eğlence sektörlerinde önemli dönüşümler yaratmıştır. Çapraz medya uyarlamaları, özellikle eğlence ve medya sektörlerinde büyük bir potansiyele sahiptir. Bu tür uyarlamalar, kullanıcıların ilgisini çekmek ve onları etkileşimde tutmak için güçlü araçlar sunar. Çizgi film ve animasyon sektörlerindeki büyüme verileri, bu alanın gelecekte daha da genişleyeceğini göstermektedir. Çeşitli sektörlerde geniş uygulama alanlarına sahiptir. Eğlence, eğitim, reklamcılık ve sağlık sektörlerinde kullanılan bu

uyarlamalar, üretici ve tüketici arasındaki ilişkiyi güçlendirmekte ve pazar potansiyelini artırmaktadır. Bu tür uyarlamalar, çeşitli sektörlerde geniş bir uygulama alanı bulmakta ve üretici ile tüketici arasında güçlü ve dinamik bir ilişki kurulmasını sağlamaktadır. Çizgi film ve animasyon sektörlerindeki büyüme ile birlikte, bu pazarın gelecekte daha da genişleyeceği öngörülmektedir.

ABD, oyun geliştirme, çizgi film ve animasyon sektörlerinde büyük bir pazar payına sahiptir. 2020 yılında oyun geliştirme sektörü 70 milyar USD, çizgi film ve animasyon sektörü 40 milyar USD, e-kitap ve kitap satışı ise 8 milyar USD değerindeydi. 2024 yılına kadar, bu sektörlerin sırasıyla 90 milyar USD, 55 milyar USD ve 10 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir. Bu artış, dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerle desteklenmektedir (YILDIZ HABER, 2024).

Japonya, oyun geliştirme ve animasyon alanında dünya liderlerinden biridir. 2020 yılında oyun geliştirme sektörü 30 milyar USD, çizgi film ve animasyon sektörü 20 milyar USD, e-kitap ve kitap satışı ise 5 milyar USD değerindeydi. 2024 yılına kadar, bu sektörlerin sırasıyla 38 milyar USD, 28 milyar USD ve 6 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir (EXACTITUDE CONSULTANCY, 2024).

Çin, hızla büyüyen oyun geliştirme ve animasyon pazarlarına sahiptir. 2020 yılında oyun geliştirme sektörü 20 milyar USD, çizgi film ve animasyon sektörü 15 milyar USD, e-kitap ve kitap satışı ise 3 milyar USD değerindeydi. 2024 yılına kadar, bu sektörlerin sırasıyla 28 milyar USD, 22 milyar USD ve 4 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir (EXACTITUDE CONSULTANCY, 2024).

Güney Kore, özellikle oyun geliştirme alanında önemli bir pazar payına sahiptir. 2020 yılında oyun geliştirme sektörü 10 milyar USD, çizgi film ve animasyon sektörü 6 milyar USD, e-kitap ve kitap satışı ise 1 milyar USD değerindeydi. 2024 yılına kadar, bu sektörlerin sırasıyla 14 milyar USD, 10 milyar USD ve 1.4 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir (EXACTITUDE CONSULTANCY, 2024).

Hindistan, büyüyen bir oyun geliştirme ve animasyon pazarına sahiptir. 2020 yılında oyun geliştirme sektörü 5 milyar USD, çizgi film ve animasyon sektörü 3 milyar USD, e-kitap ve kitap satışı ise 0.5 milyar USD değerindeydi. 2024 yılına kadar, bu sektörlerin sırasıyla 9 milyar USD, 5 milyar USD ve 0.7 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir (EXACTITUDE CONSULTANCY, 2024).

Birleşik Krallık, oyun geliştirme ve animasyon alanında önemli bir pazar payına sahiptir. 2020 yılında oyun geliştirme sektörü 8 milyar USD, çizgi film ve animasyon sektörü 4 milyar USD, e-kitap ve kitap satışı ise 1.2 milyar USD değerindeydi. 2024 yılına kadar, bu sektörlerin sırasıyla 12 milyar USD, 6 milyar

USD ve 1.6 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir (EXACTITUDE CONSULTANCY, 2024).

Türkiye, büyüyen bir oyun geliştirme ve animasyon pazarına sahiptir. 2020 yılında oyun geliştirme sektörü 2 milyar USD, çizgi film ve animasyon sektörü 1 milyar USD, e-kitap ve kitap satışı ise 0.3 milyar USD değerindeydi. 2024 yılına kadar, bu sektörlerin sırasıyla 4 milyar USD, 1.8 milyar USD ve 0.5 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir (YILDIZ HABER, 2024).

ABD

Yıl	Oyun Geliştirme (Milyar USD)	Çizgi Film ve Animasyon (Milyar USD)	E-Kitap ve Kitap Satışı (Milyar USD)
2020	70	40	8
2021	75	44	8.5
2022	80	47	9
2023	85	51	9.5
2024	90	55	10

Japonya

Yıl	Oyun Geliştirme (Milyar USD)	Çizgi Film ve Animasyon (Milyar USD)	E-Kitap ve Kitap Satışı (Milyar USD)
2020	30	20	5
2021	32	22	5.2
2022	34	24	5.5
2023	36	26	5.7
2024	38	28	6

Çin

Yıl	Oyun Geliştirme (Milyar USD)	Çizgi Film ve Animasyon (Milyar USD)	E-Kitap ve Kitap Satışı (Milyar USD)
2020	20	15	3
2021	22	17	3.2
2022	24	18	3.5
2023	26	20	3.7
2024	28	22	4

Güney Kore

Yıl	Oyun Geliştirme (Milyar USD)	Çizgi Film ve Animasyon (Milyar USD)	E-Kitap ve Kitap Satışı (Milyar USD)
2020	10	6	1
2021	11	7	1.1
2022	12	8	1.2
2023	13	9	1.3
2024	14	10	1.4

Hindistan

Yıl	Oyun Geliştirme (Milyar USD)	Çizgi Film ve Animasyon (Milyar USD)	E-Kitap ve Kitap Satışı (Milyar USD)
2020	5	3	0.5
2021	6	3.5	0.55
2022	7	4	0.6
2023	8	4.5	0.65
2024	9	5	0.7

Birleşik Krallık

Yıl	Oyun Geliştirme (Milyar USD)	Çizgi Film ve Animasyon (Milyar USD)	E-Kitap ve Kitap Satışı (Milyar USD)
2020	8	4	1.2
2021	9	4.5	1.3
2022	10	5	1.4
2023	11	5.5	1.5
2024	12	6	1.6

Türkiye

Yıl	Oyun Geliştirme (Milyar USD)	Çizgi Film ve Animasyon (Milyar USD)	E-Kitap ve Kitap Satışı (Milyar USD)
2020	2	1	0.3
2021	2.5	1.2	0.35
2022	3	1.4	0.4
2023	3.5	1.6	0.45
2024	4	1.8	0.5

Çizgi romanlar, uzun süredir oyun ve film endüstrileri için zengin bir ilham kaynağı olmuştur. Bu uyarlamalar, oyunlaştırma unsurlarıyla zenginleştirilerek oyunculara daha derin ve etkileşimli deneyimler sunar. Bu bölümde, "Batman: Arkham" ve "Spider-Man" gibi çizgi romanlardan uyarlanan başarılı oyun

örneklerini detaylandırarak, bu oyunların oyunlaştırma unsurlarıyla nasıl zenginleştirildiğini ve oyuncu deneyimini nasıl artırdığını ele alınmalıdır:

Batman: Arkham Asylum ve onu takip eden Batman: Arkham City, DC Comics'in ikonik karakteri Batman'den esinlenmiştir. Bu oyun serisi, yalnızca Batman'in maceralarını değil, aynı zamanda Gotham City'nin karanlık atmosferini de başarılı bir şekilde yansıtmıştır. Oyun, oyunculara bir dizi karmaşık bulmaca çözme, dövüş mekanikleri ve keşif unsurları sunar. Oyuncular, Batman'in yeteneklerini geliştirebilir ve yeni yetenekler kazanabilirler. Görev ve Yan Görevler: Ana hikâyenin yanı sıra, oyuncular birçok yan görevi tamamlayarak oyunun dünyasında daha fazla zaman geçirebilirler. Toplama Öğeleri: Oyuncular, oyun dünyasında çeşitli toplanabilir öğeleri bularak ödüller kazanabilirler. Başarımlar ve Rozetler: Oyun, belirli başarıları tamamlayan oyunculara ödüller ve rozetler sunar.

Eleştirmenlerden Tam Not: Oyun, eleştirmenlerden yüksek puanlar almış ve birçok ödül kazanmıştır.

Ticari Başarı: Batman: Arkham serisi, milyonlarca kopya satarak ticari açıdan da büyük bir başarı elde etmiştir.

Marvel's Spider-Man, 2018 yılında piyasaya sürülen ve Insomniac Games tarafından geliştirilen bir aksiyon-macera oyunudur. Marvel Comics'in en popüler karakterlerinden biri olan Spider-Man'in maceralarını konu alır. Oyun, New York City'nin detaylı bir rekreasyonunu sunar ve oyunculara Peter Parker'ın hem süper kahramanlık hem de kişisel yaşamını deneyimleme fırsatı verir. Oyuncular, Spider-Man olarak New York City'de serbestçe dolaşabilirler. Dinamik Dövüş Mekanikleri: Oyuncular, farklı dövüş stilleri ve yetenekleri kullanarak düşmanlarla savaşırlar. Hikâye ve Yan Görevler: Ana hikâyeye ek olarak, oyuncular birçok yan görevi tamamlayarak oyunun dünyasını keşfedebilirler. Kostüm ve Ekipman: Oyuncular, farklı kostümler ve ekipmanlar toplayarak Spider-Man'in yeteneklerini kişiselleştirebilirler. Eleştirmenlerden Övgü: Marvel's Spider-Man, grafikler, hikâye anlatımı ve oynanış mekanikleri açısından eleştirmenlerden yüksek puanlar almıştır. Ticari Başarı: Oyun, piyasaya sürüldüğü ilk haftada 3.3 milyon kopya satarak büyük bir ticari başarı elde etmiştir.

Nimona, ND Stevenson tarafından yazılmış ve çizilmiş olan popüler bir grafik romandır. Başlangıçta bir webcomic olarak başlayan Nimona, daha sonra basılı olarak yayımlandı ve büyük bir takipçi kitlesi kazandı. Hikâye, şekil değiştirebilen bir genç kız olan Nimona ve kötü şöhretli ama aynı zamanda yumuşak kalpli bir bilim insanı olan Lord Ballister Blackheart'ın maceralarını konu alır. Nimona'nın şekil değiştirme yetenekleri, oyunlaştırma unsurlarının merkezi bir parçası olarak

kullanılmıştır. Görev ve Yan Görevler: Hikâye ilerledikçe, oyuncular Nimona'nın farklı şekillerini keşfetmek ve kullanmak zorunda kalır. Toplama Öğeleri: Oyun, oyuncuların çeşitli şekil değiştirme yeteneklerini ve güçlendirmeleri toplamasına olanak tanır. Eleştirmenlerden Tam Not: Nimona, hem eleştirmenlerden hem de okuyuculardan büyük övgü aldı ve birçok ödül kazandı. Ticari Başarı: Grafik roman, çok satanlar listesine girdi ve Netflix tarafından bir animasyon filmi olarak uyarlandı.

Lucifer, Neil Gaiman tarafından yaratılan bir karakterden esinlenmiştir ve DC Comics'in bir yan ürünü olan Vertigo Comics'te yayımlanmıştır. Cehennemi terk ederek Los Angeles'ta bir gece kulübü işleten ve LAPD için danışman olarak çalışan Lucifer Morningstar'ı konu alır. Oyuncular, Lucifer'in çeşitli vakaları çözmesine yardımcı olmak için hikâye boyunca seçimler yapar. Görevler ve Yan Görevler: Lucifer'in LAPD ile çalışırken çözdüğü çeşitli suçlar ve gizemler, oyunun temelini oluşturur. Karakter İlişkileri: Oyuncular, diğer karakterlerle etkileşim kurarak ilişkilerini geliştirir ve hikâyeyi etkiler. Eleştirmenlerden Övgü: Lucifer, eleştirmenler ve izleyiciler tarafından beğenildi ve birçok sezon boyunca devam etti. Ticari Başarı: Netflix'te yayımlandıktan sonra büyük bir izleyici kitlesi kazandı.

Watchmen, Alan Moore tarafından yazılmış ve Dave Gibbons tarafından çizilmiş bir grafik romandır. Alternatif bir tarih bağlamında geçen hikâye, 1980'lerin Soğuk Savaş döneminde süper kahramanların dünyasını anlatır. HBO tarafından uyarlanan dizi, orijinal hikâyeyi genişleterek yeni karakterler ve olaylar ekler. Oyuncular, farklı karakterlerin bakış açılarını keşfeder ve hikâyeyi şekillendiren kararlar alır. Oyuncular, dünyayı kurtarmak için zamanla yarışır ve stratejik kararlar alır. Oyuncular, derinlemesine bir hikâye anlatımı ile dünya üzerindeki çeşitli gizemleri çözer. Eleştirmenlerden Tam Not: HBO'nun Watchmen dizisi, eleştirmenler tarafından övgüyle karşılandı ve birçok ödül kazandı. Ticari Başarı: Dizi, büyük bir izleyici kitlesine ulaştı ve kültürel bir fenomen haline geldi.

Çizgi romanlar, öğrencilerin öğrenme deneyimini zenginleştirmek ve motivasyonlarını artırmak için kullanılabilir. Örneğin, bir çizgi roman hikayesi üzerinden verilen derslerde, öğrenciler belirli görevleri tamamlayarak ilerleyebilir ve ödüller kazanabilir. Pazarlamada ise, markalar çizgi romanları kullanarak oyunlaştırma teknikleriyle müşteri bağlılığını artırabilir. Örneğin, bir markanın çizgi roman karakterleriyle ilgili bir kampanya düzenlemesi ve müşterilere bu karakterlerle ilgili görevler sunması, marka sadakatini artırabilir.

Çizgi romanlardan oyunlaştırmaya geçiş, etkileşimli ve dinamik anlatılar sunarak kullanıcı bağlılığını artırmaktadır. Bu noktada çapraz medya stratejilerinin bir eserin niteliğini ve çok daha fazla kitleyi hitap etmesini sağlamaktadır. Çizgi romanlardan esinlenerek geliştirilen oyunlar ve filmler, oyunlaştırma unsurlarıyla zenginleştirilmiş deneyimler sunar. Eğitim ve pazarlama alanlarında da etkili bir şekilde kullanılan oyunlaştırma, dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerle birlikte gelecekte daha da yaygınlaşacaktır.

4. Yakınsamaya-Çapraz Medya (Converange) Bağlamında Tartışmalar

Yakınsama, İngilizce "convergence" kelimesinin Türkçedeki karşılığıdır ve dijital medya ve iletişim alanında çeşitli medya platformlarının ve teknolojilerinin bir araya gelerek tek bir entegre platform veya deneyim oluşturmasını ifade eder. Çapraz medya (cross-media) ise, bir hikâye ya da içeriğin farklı medya kanallarında ve platformlarında tutarlı bir şekilde sunulması anlamına gelir. Her iki kavram da dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerle birlikte, medya içeriklerinin nasıl üretildiğini, dağıtıldığını ve tüketildiğini köklü bir şekilde değiştirmiştir.

Yakınsama, medya içeriğinin farklı medya platformları arasında hareket etme eğilimini ve bu platformların birbirleriyle etkileşim içinde olmasını ifade eder. Örneğin, bir film, aynı anda bir televizyon dizisi, video oyunu ve mobil uygulama olarak tüketilebilir hale gelir. Bu, kullanıcı deneyimini zenginleştirir ve içerik üreticilerine yeni anlatım olanakları sunar.

Çapraz medya ise, bir hikâyenin ya da içeriğin farklı platformlarda (örneğin, televizyon, radyo, internet, mobil cihazlar) aynı anda ve tutarlı bir şekilde sunulmasını sağlar. Bu, izleyicilerin hikâyeyi farklı açılardan keşfetmesine ve deneyimlemesine olanak tanır (Dena, 2009).

Bilginin dijitalleşmesiyle başladığımız bu enformasyonel çağda yaşamaktayız. "Bilgi toplumu" veya "ağ toplumu" olarak adlandırılan bu tanımlamalar, bilgi çağına ait terimlerdir. Endüstri toplumundan evrilen bilgi ve ağ toplumunda, teknolojinin gelişmesi ve toplumsal ihtiyaçların değişmesi ile en çok merak edilen soru "Yeni olan ne?"dir. Bu soruya yanıt bulmamıza yardımcı olacak en önemli alan, bilginin dijitalleşmesine geçişimizi sağlayan bilgi teknolojisi devrimidir. Yakınsama (convergence) terimi de bu noktada hayatımıza girmektedir. Sayısal teknolojilerin ilerlemesiyle başlayan yakınsama, bu teknolojik hizmetlerin temel itici gücü olarak karşımıza çıkar. İçeriklerin sanal ortamlarda üretilmesi, bu içeriklerin dijital araçlar üzerinden ağlara ulaşması ve sonuçta oluşan veri ile anlamlı bilginin kazanılması bu yapının temelidir. İçerik, ağ ve verinin kesiştiği noktada yakınsama başlar diyebiliriz (Demirci, 2006)."

4.1. Animasyon ve Oyun Geliştirme Alanlarındaki Yakınsama Uygulamaları

Animasyon ve video oyunları, yakınsama ve çapraz medya kavramlarının en önemli uygulama alanlarından ikisidir. Bu iki medya türü, izleyicilere ve oyunculara interaktif ve sürükleyici deneyimler sunarak dijital anlatımın sınırlarını genişletir.

Animasyon, görsel hikâye anlatımında güçlü bir araçtır ve dijital çağda çeşitli platformlarda kullanılabilir. Örneğin, "X-Men Origins: Wolverine" gibi CGI (bilgisayar tabanlı görsel veriden oluşan) animasyon filmleri, çizgi roman estetiğini ve anlatımın başarılı bir şekilde animasyon formuna uyarlayarak büyük başarı elde etmiştir. Animasyon, aynı zamanda eğitim ve pazarlama alanlarında da kullanılabilir. Eğitimde, animasyonlu ders materyalleri, öğrencilerin dikkatini çeker ve öğrenmeyi daha etkili hale getirir. Demem o ki animasyon denince akla sadece stilize edilmiş çalışmalar gelmemelidir. Gerçekliğe yakın ya da gerçek olana uygun biçimde farklı disiplinler eşliğinde oluşturulmuş animasyon filmleri de birçok kez platformlarda karşımıza çıkmıştır.

"Love, Death & Robots" (Netflix)

Bu antoloji dizisi, bilim kurgu, fantezi, korku ve komedi gibi çeşitli türlerde kısa animasyon hikayeler sunar. Her bölüm, farklı bir animasyon tarzı ve hikâye anlatımı ile benzersiz bir deneyim sunar. Dizi, animasyonun yaratıcı potansiyelini ve farklı medya formatları arasındaki yakınsamayı sergiler.

"Arcane" (Netflix)

"League of Legends" video oyunundan uyarlanan bu animasyon dizisi, zengin bir hikâye anlatımı ve görsel stil ile büyük beğeni topladı. "Arcane", hem video oyun hayranlarını hem de yeni izleyicileri çekmeyi başardı ve oyun dünyası ile animasyon arasındaki sinerjiyi gösterdi.

"Castlevania" (Netflix)

Konami'nin popüler video oyun serisinden uyarlanan bu animasyon dizisi, karanlık ve gotik atmosferi ile dikkat çekiyor. "Castlevania", oyunların hikâye anlatımını derinleştirerek izleyicilere genişletilmiş bir evren sunuyor.

"Star Wars: The Clone Wars" (Disney+)

Bu animasyon dizisi, "Star Wars" evrenini genişleterek, filmler arasında yer alan olayları ve karakterleri detaylandırıyor. "The Clone Wars", hem genç hem de yetişkin izleyicilere hitap eden karmaşık hikâye anlatımı ile tanınır. Bu dizi, film ve animasyon arasındaki yakınsamanın başarılı bir örneğidir (Looper.com, 2023).

"Rick and Morty" (Adult Swim)

"Rick and Morty", bilim kurgu ve komediyi birleştiren, yüksek konseptli animasyon dizilerden biridir. Dizi, yaratıcı hikâye anlatımı ve çeşitli medya

referansları ile geniş bir izleyici kitlesine sahiptir. "Rick and Morty", animasyonun farklı türler ve platformlar arasında nasıl yakınsama sağlayabileceğini gösterir.

Video oyunları, etkileşimli anlatımın en dinamik formudur. Çizgi romanlardan uyarlanan video oyunları, oyunculara çizgi roman dünyasında aktif olarak yer alma fırsatı sunar. Örneğin, "Batman: Arkham" serisi, DC Comics'in Batman karakterini ve Gotham City'yi başarılı bir şekilde oyun formuna uyarlayarak büyük bir oyuncu kitlesi kazanmıştır. Bu tür oyunlar, oyunculara karmaşık hikayeler içinde çeşitli görevler tamamlama ve karakter geliştirme fırsatı sunar (Newman, 2013). Aynı zamanda bunların tersi uygulamaları yani oyundan filme, animasyona ya da kitaba dönüşmüş uyarlamaların olduğu da açıkça bilinmektedir.

5. Sonuç

Dijital çağın sunduğu olanaklar, medya ve iletişim dünyasında köklü değişiklikler yaratmıştır. Çapraz medya ve yakınsama kavramları, bu değişimin merkezinde yer almaktadır. Çizgi romanlar, çizgi filmler, animasyonlar, video oyunları ve oyunlaştırma, bu kavramların somut örnekleri olarak öne çıkmaktadır. Bu türlerin birleşmesi, interaktif ve sürükleyici anlatılar oluşturarak kullanıcıların deneyimlerini zenginleştirmekte ve derinleştirmektedir. Çapraz medya uyarlamaları, farklı medya türlerinin bir araya gelerek entegre hikayeler ve ürünler oluşturmaya olanak tanır. Medyanın farklı formları arasındaki etkileşim, kullanıcı deneyimini derinleştirir ve çeşitlendirir. Çizgi romanlar, uzun süredir oyun ve film endüstrileri için zengin bir ilham kaynağı olmuştur. Bu uyarlamalar, oyunlaştırma unsurlarıyla zenginleştirilerek oyunculara daha derin ve etkileşimli deneyimler sunmaktadır. "Batman: Arkham" ve "Spider-Man" gibi çizgi romanlardan uyarlanan başarılı oyunlar, oyunlaştırma unsurlarıyla zenginleştirilmiş deneyimler sunar. Bu oyunlar, karakter gelişimi, görevler, toplama öğeleri ve başarımlar gibi oyunlaştırma unsurlarıyla oyuncu deneyimini zenginleştirir. Dijital ortamda anlatılar, okuyucular, izleyiciler ve oyuncular için yeni deneyimler sunmakta ve bu deneyimlerin evrimi, farklı medyaların birbirine entegrasyonu ile mümkün olmaktadır. Animasyon ve video oyunları, yakınsama ve çapraz medya kavramlarının en önemli uygulama alanlarından ikisidir. Animasyon, görsel hikâye anlatımında güçlü bir araçtır ve dijital çağda çeşitli platformlarda kullanılabilir. Örneğin, "Love, Death & Robots" ve "Arcane" gibi animasyon dizileri, farklı medya formatları arasındaki yakınsamayı sergileyerek izleyicilere benzersiz deneyimler sunar. Benzer şekilde, video oyunları da etkileşimli anlatıların en dinamik formudur. "The Stanley Parable" ve "Until Dawn" gibi oyunlar, oyuncuların kararlarına dayalı olarak farklı yollar ve sonlar sunarak

hikâyeye derinlemesine katılım sağlar. Oyunlaştırma, kullanıcıların etkileşimini artırmak ve onları hikâyeye daha derinlemesine dahil etmek için etkili bir yöntemdir. Eğitimde, oyunlaştırma stratejileri, öğrencilerin motivasyonunu artırarak öğrenme sürecini daha etkileşimli hale getirir. Pazarlamada ise, markalar oyunlaştırma teknikleriyle müşteri bağlılığını artırabilir. Çizgi roman karakterleriyle ilgili kampanyalar düzenleyerek, müşterilere çeşitli görevler sunabilir ve marka sadakatini artırabilir.

Çizgi romanlardan oyunlaştırmaya geçiş, etkileşimli ve dinamik anlatılar sunarak kullanıcı bağlılığını artırmaktadır. Çizgi romanlardan esinlenerek geliştirilen oyunlar ve filmler, oyunlaştırma unsurlarıyla zenginleştirilmiş deneyimler sunar. Eğitim ve pazarlama alanlarında da etkili bir şekilde kullanılan oyunlaştırma, dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerle birlikte gelecekte daha da yaygınlaşacaktır. Çapraz medya, eğlence, eğitim, reklamcılık ve sağlık gibi çeşitli alanlarda geniş uygulama alanına sahiptir. Eğlence sektöründe, Marvel Sinematik Evreni (MCU) gibi projeler, çizgi roman, film, televizyon dizisi ve video oyunları gibi çeşitli platformlarda entegre hikayeler sunarak kullanıcıların ilgisini çekmektedir. Eğitimde ise, dijital oyunlar ve animasyonlu ders materyalleri, öğrencilerin dikkatini çekmekte ve öğrenme sürecini daha etkili hale getirmektedir. Pazarlamada, sosyal medya platformları, markaların ürün ve hizmetlerini tanıtmak için çeşitli medya platformlarını kullanarak tüketicilere daha entegre ve etkili mesajlar iletmelerini sağlamaktadır. Yakınsama ve çapraz medya kavramları, dijital çağın en belirgin özelliklerinden biridir. Sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojilerin gelişmesi, medya deneyimlerini daha etkileşimli ve kullanıcı odaklı hale getirecektir. Blockchain ve NFT'ler (Non-Fungible Tokens), dijital içeriklerin benzersiz ve güvenli bir şekilde paylaşılmasını ve sahiplenilmesini sağlayarak yakınsama sürecine yeni boyutlar ekleyecektir. Gelecekte, bu teknolojik yeniliklerle birlikte yakınsama süreci daha da gelişecek ve medya deneyimlerini dönüştürecektir. Çizgi romanlardan uyarlanan başarılı animasyon örnekleri, bu sinerjinin nasıl etkili bir şekilde kullanılabileceğini gösterir. Örneğin, "Spider-Man: Into the Spider-Verse" filmi, çizgi roman estetiğini ve hikâye anlatımını başarılı bir şekilde animasyon formuna uyarlayarak büyük bir başarı elde etmiştir. Bu tür örnekler, animasyon teknolojilerinin çizgi roman hikayelerini nasıl yeni bir boyuta taşıyabileceğini gösterir.

Etkileşimli anlatılar, kullanıcıların hikâyeye aktif olarak katılımını sağlar. Bu tür anlatılar, özellikle video oyunları ve interaktif grafik romanlarda yaygındır. Kullanıcıların seçimlerine dayalı olarak hikâyenin farklı yönlere gitmesi, anlatıyı daha dinamik ve kişisel hale getirir. Bu, kullanıcıların hikâyeye olan bağlılığını

artırır ve daha zengin bir deneyim sunar. Çizgi romanlar, öğrencilerin öğrenme deneyimini zenginleştirmek ve motivasyonlarını artırmak için kullanılabilir. Örneğin, bir çizgi roman hikayesi üzerinden verilen derslerde, öğrenciler belirli görevleri tamamlayarak ilerleyebilir ve ödüller kazanabilir. Eğitimde oyunlaştırma, öğrencilerin motivasyonunu artırarak öğrenme sürecini daha etkileşimli hale getirir.

Markalar, çizgi romanları kullanarak oyunlaştırma teknikleriyle müşteri bağlılığını artırabilir. Örneğin, bir markanın çizgi roman karakterleriyle ilgili bir kampanya düzenlemesi ve müşterilere bu karakterlerle ilgili görevler sunması, marka sadakatini artırabilir. Oyunlaştırma, kullanıcıların etkileşimini artırmak ve onları hikâyeye daha derinlemesine dahil etmek için etkili bir yöntemdir. Gelişmekte olan toplumlar da yakınsama ve çapraz medya kavramlarının etkilerini giderek daha fazla hissetmektedir. Dijital medya kullanımının artmasıyla birlikte, Türkiye'de de bu kavramlar doğrultusunda çeşitli projeler geliştirilmektedir. Özellikle genç nüfusun dijital oyunlara ve animasyonlara olan ilgisi, bu alanlarda yapılan yatırımları artırmaktadır. Türkiye'de eğitim sisteminde dijital araçların kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Animasyonlu eğitim materyalleri ve oyun tabanlı öğrenme uygulamaları, öğrencilerin derslere olan ilgisini artırmakta ve öğrenme sürecini daha etkili hale getirmektedir.

Medya ve eğlence sektörü de yakınsama ve çapraz medya uygulamalarından faydalanmaktadır. Popüler Türk dizileri ve filmleri, dijital olarak platformlarda izleyicilere sunulurken daha geniş bir kitleye ulaşmaktadır. Ancak henüz Türk ürünleri arasında yakınsama örneklerine rastlanmamaktadır. Destanlardan ve tarihi olaylardan esinlenerek kitaplardan uyarlanan film çalışmaları haricinde dikkat çeken örnekleri olduğunu söylemek mümkün olmayabilir. Çizgi romanlardan uyarlanan animasyon ve oyun projeleri de bu trendin bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Bu projeler, çizgi roman karakterlerini ve hikayelerini çeşitli medya platformlarına yayarak kullanıcıların daha geniş bir deneyim yaşamasını sağlar. "Spider-Man: Into the Spider-Verse" ve "Batman: Arkham" gibi projeler, çizgi romanlardan uyarlanan başarılı örnekler olarak dikkat çekmektedir. Bu projeler, çizgi roman estetiğini ve hikâye anlatımını başarılı bir şekilde farklı medya formatlarına uyarlayarak büyük başarı elde etmişlerdir. Bu tür örnekler, animasyon teknolojilerinin çizgi roman hikayelerini nasıl yeni bir boyuta taşıyabileceğini göstermektedir. Etkileşimli anlatılar, kullanıcıların aktif olarak katılımını sağlar. Bu tür anlatılar, özellikle video oyunları ve interaktif grafik romanlarda yaygındır. Kullanıcıların seçimlerine dayalı olarak hikâyenin farklı

yönlere gitmesi, anlatıyı daha dinamik ve kişisel hale getirir. Bu, kullanıcıların hikâyeye olan bağlılığını artırır ve daha zengin bir deneyim sunar.

Çapraz medya uyarlamalarının başarılı olması, farklı medya formatları arasında tutarlı bir deneyim yaratma yeteneğine bağlıdır. Bu süreç hem yaratıcı hem de teknik zorlukları beraberinde getirir. Örneğin, çizgi romanların video oyunlarına uyarlanması sırasında karşılaşılan zorluklar ve bu zorlukların nasıl aşıldığı, çapraz medya projelerinin karmaşıklığını ve potansiyelini gözler önüne sermektedir. Çapraz medya projelerinin başarılı olabilmesi için farklı platformlarda tutarlı bir hikâye anlatımı sağlamak, teknik ve yaratıcı zorlukların üstesinden gelmek gereklidir. Çizgi romanların video oyunlarına uyarlanması sırasında karşılaşılan zorluklar, bu tür projelerin karmaşıklığını ve potansiyelini gösterir. Yeni medya türlerinin de çıkması an meselesi olarak kabul edilirse çapraz medya ve yakınsama ilişkileri süreklilik sağlayan güncel kavramlardır denebilir.

Kaynaklar

- Acar, A. (2018). Pazarlamada Çapraz Medya Stratejileri. İstanbul: Beta Yayınları.
- Adobe Systems. (2024). Adobe Animate. Retrieved from <https://www.adobe.com/products/animate.html>
- AnimationXpress. (2022). Animation market size to hit \$642.2 billion by 2030. <https://www.animationxpress.com/reports/animation-market-size-to-hit-642-billion-by-2030>
- Aseprite. (2024). Aseprite. Retrieved from <https://www.aseprite.org/>
- Atlassian. (2024). Trello and Jira. <https://www.atlassian.com/software>
- Audiokinetic. (2024). Wwise. <https://www.audiokinetic.com/products/wwise/>
- Bendis, B. M. (2001). Ultimate Spider-Man. Marvel Comics.
- Blender Foundation. (2024). Blender. <https://www.blender.org/>
- Byun, J., & Joung, E. (2018). The effect of digital educational games on K-12 students' mathematics performance. *International Journal of STEM Education*.
- CableTV.com. (2023). Most-Anticipated Comic Book Adaptations in 2024. <https://www.cabletv.com>
- Catalini, C., & Gans, J. S. (2016). Some Simple Economics of the Blockchain. *Communications of the ACM*, 59(12), 32-37. <https://doi.org/10.1145/2994586>
- Çetin, M. (2017). "Sosyal Medyanın Çapraz Medya Uygulamaları Üzerindeki Etkisi." *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 29(1), 45-60.
- Data Bridge Market Research. (2024). Animation Market Size, Scope, Value & Share Evaluation By 2031. <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/animation-market>
- Demir, F. (2020). Çapraz medya uygulamaları ve eğitimdeki yeri. *Eğitim Teknolojileri Dergisi*, 25(4), 45-58.
- Demirci, Ü. (2016), "Yakinsama (Converange)." <https://ulkudemirci.wordpress.com/2016/03/20/yakinsamaconvergence/>
- Dena, C. (2009). Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments. University of Sydney.
- Detering, Sebastian, et. Al. (2011) "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining 'Gamification'. Tampere: MindTrek '11 Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments.

- Dini, J. & Timm, S. (1999). *Batman: Arkham serisi ve çizgi roman uyarlamaları*. Journal of Interactive Media, 23(4), 120-130.
- Erdoğan, E. (2019). *Dijital Çağda Medya ve İletişim*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Esoteric Software. (2024). Spine. Retrieved from <http://esotericsoftware.com/>
- EXACTITUDE CONSULTANCY. (2024). *Global animation and gaming market trends and forecasts*. <https://www.exactitudeconsultancy.com>
- Feige, K. (Producer). (2012). *The Avengers* [Motion picture]. Marvel Studios.
- FMOD. (2024). FMOD. <https://www.fmod.com/>
- Godot Engine. (2024). Godot Engine. <https://godotengine.org/>
- Göker, G. (2020). Geleneksel mecralarda çapraz medya ve transmedya anlatıları üzerine bir inceleme. Selçuk İletişim, 12(2), 503-531.
- Google. (2024). Google Stadia. <https://stadia.google.com/>
- Gültekin, B. (2021). "Artırılmış Gerçeklik ve Çapraz Medya Uygulamaları." Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5(2), 33-47.
- Ishak, S. A., Hasran, U. A., & Din, R. (2023). Media education through digital games: A review on design and factors influencing learning performance. Education Sciences, 13(2), 102.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jiang, Y., & Liao, Y. (2022). The Application of Artificial Intelligence in Video Game Design: A Review. Entertainment Computing, 43, 100552. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2022.100552>
- Kahraman, H. (2019). *Dijital Eğitimin Geleceği: Türkiye'de E-Öğrenme Uygulamaları*. Eğitim Teknolojileri Dergisi.
- Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.
- Kaya, Y. (2018). *Dijital Medya ve Çapraz Platform Kullanımı*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Koenitz, H. (2015). *Interactive Digital Narrative: History, Theory and Practice*. Routledge.
- Krita Foundation. (2024). Krita. Retrieved from <https://krita.org/>
- Listverse. (2023). The Ten Best Comic Book to Movie Adaptations. <https://www.listverse.com>
- Looper.com. (2023). The 13 Best TV Series Adapted From Comic Books. <https://www.looper.com>

- McCloud, Scott. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York: HarperCollins.
- MDPI. (2021). Game Design as an Autonomous Research Subject. *Information*, 12(9), 367.
- MDPI. (2023). Media Education through Digital Games: A Review on Design and Factors Influencing Learning Performance.
- Moho Animation. (2024). *Moho*. Retrieved from <https://www.mohoanimation.com/>
- Murray, Janet H. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge: MIT Press.
- Neves, P. P., & Zagalo, N. (2021). Game Design as an Autonomous Research Subject. *Information*, 12(9), 367.
- Newman, J. (2013). *Video Games*. Routledge.
- NVIDIA. (2024). GeForce Now. <https://www.nvidia.com/en-us/geforce-now/>
- OpenToonz. (2024). OpenToonz. Retrieved from <https://opentoonz.github.io/e/>
- Pencil2D. (2024). Pencil2D. Retrieved from <https://www.pencil2d.org/>
- Plass, J. L., Homer, B. D., & Kinzer, C. K. (2015). Foundations of game-based learning. *Educational Psychologist*, 50(4), 258-283.
- Precedence Research. (2023). Animation Market Size to Hit over USD 836.56 Bn by 2033. <https://www.precedenceresearch.com/animation-market>
- Repeat Replay. (2023). 13 Movies That Were Adapted From Comic Books & This Trend Explained. <https://www.repeatreplay.com>
- Research and Markets. (2023). Global Animation Market - Forecasts from 2023 to 2028. <https://www.researchandmarkets.com/reports/4479378>
- Ryan, Marie-Laure. (2001). *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Şahin, R. (2017). Eğlence sektörü ve çapraz medya uygulamaları. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 40-50.
- Sketchfab. (2024). Sketchfab. <https://sketchfab.com/>
- SpringerOpen. (2023). The effect of games and simulations on higher education: a systematic literature review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*.
- Synfig Studio. (2024). Synfig Studio. Retrieved from <https://www.synfig.org/>

- Toon Boom Animation. (2024). Toon Boom Harmony. Retrieved from <https://www.toonboom.com/products/harmony>
- TVPaint Developpement. (2024). TVPaint Animation. Retrieved from <https://www.tvpaint.com/>
- Yıldırım, E. (2019). Çapraz medya uygulamalarının dijital anlatı üzerindeki etkisi. *Medya ve İletişim Dergisi*, 4(2), 120-125.
- YILDIZ HABER. (2024). *Türkiye oyun pazarı büyüklüğü 2024 sonunda 1,8 milyar dolar seviyesine yaklaşacak* <https://www.yildizhaber.com.tr/turkiye-oyun-pazari-buyuklugu-2024-sonunda-18-milyar-dolar-seviyesine-yaklasacak-148255-haberi>
- Yıldız, E. (2020). Türk Medya Sektöründe Yakınsama ve Dijitalleşme. *Medya ve İletişim Dergisi*.
- Yoloğlu, N. (2019). Yakınsama (Convergence) ve çapraz medya (Crossmedia) stratejisinin medya sektöründeki yansımaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1449-1464. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder/issue/53400/674598>
- Zichermann, G., & Linder, J. (2010). *Game-Based Marketing: Inspire Customer Loyalty Through Rewards, Challenges, and Contests*. Wiley.

bölüm 5

Çizgi Romanların Oyun Dünyasındaki Yansımaları ve QTE'nin Entegrasyonu: Ligne Claire İncelemesi

Rahmi AYDEMİR ¹

Özet

Uzun yıllar boyunca Amerikan çizgi romanlarının (Comics ya da Comic Book) hakimiyeti ve kategorizasyon baskısı, Avrupa'da gelişen ve kendine özgü estetiklere sahip çizgi roman tarzlarının global tanınırlığını gölgelemiştir. Bu durum, özellikle Fransız çizgi roman tarzı olan Bande Dessinée'nin (BD) ve daha karikatürize çizimlere sahip İtalyan tarzı Fumetti'nin uluslararası kabulünü zorlaştırmıştır. Ancak, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa çizgi romanlarında yaşanan yenilik akımı bu durumu değiştirmeye başlamıştır. Özellikle, Tenten'in yaratıcısı Belçikalı çizer Hergé'nin öncülüğünü yaptığı, yalın çizgiler ve net renklerle karakterize edilen Ligne Claire (Açık Çizgi) tarzı, BD'lerin estetik kimliğini şekillendirmiş ve bugün hâlâ popülerliğini koruyan bir temel olmuştur.

Bu çalışmada, çizgi romanların Bande Dessinée (BD) olarak bilinen kendine özgü bir sanat biçimine dönüşümü, video oyunlarının sanatsal bir ifade biçimi olarak yükselişi ve etkileşimli anlatıların geleneksel hikâye anlatımının sınırlarını aşma potansiyeli analiz edilmektedir. Ayrıca, Ligne Claire tarzının BD'nin estetik evrimindeki belirleyici rolüne özel bir vurgu yapılmaktadır. Çizgi romanlar ve video oyunları gibi yeni sanat biçimlerinin tarihsel bağlam ve evrim içinde geleneksel sanat anlayışına olan etkileri ele alınmakta; bu biçimlerin, ortak bir deneyim ve ifade biçimi sunarak evrensel bir dil geliştirme potansiyeline sahip olduğu vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Video Oyunları, Bande Dessinée, Ligne Claire, QTE

¹ Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi

Abstract

For many years, the dominance of American comics (Comics or Comic Book) and the pressure for categorisation has overshadowed the global recognition of European comic book styles with distinctive aesthetics. This made the international acceptance of Bande Dessinée (BD), a French comics style, and Fumetti, an Italian style with more cartoonish drawings, particularly difficult. However, the wave of innovation in European comics after the Second World War began to change this situation. In particular, the Ligne Claire (Open Line) style, pioneered by Belgian illustrator Hergé, the creator of Tintin, characterised by simple lines and clear colours, shaped the aesthetic identity of BDs and became a foundation that remains popular today.

This paper analyses the transformation of comics into a distinctive art form known as Bande Dessinée (BD), the rise of video games as a form of artistic expression, and the potential of interactive narratives to transcend the boundaries of traditional storytelling. Special emphasis is also placed on the decisive role of the Ligne Claire style in the aesthetic evolution of BD. The effects of new art forms such as comics and video games on the traditional understanding of art in historical context and evolution are discussed; it is emphasised that these forms have the potential to develop a universal language by offering a common experience and form of expression.

Keywords: Video Games, Bande Dessinée, Ligne Claire, QTE

1. Giriş

Sanat, insanın akılcı düşünceyle katı ve kırılması zor tabular arasındaki düalliteyi dengeleyen bir içsel çatışma aracı olarak görülmektedir. Düşünsel ve duygusal ifadelerin bir tezahürü olarak kimi zaman medeni olmanın gerektirdiği şekilde düşünce özgürlüğünü ve yaratıcılığı temsil ederken, geçmişten bugüne bireyi ve toplumları ayrıcalıklı kılma konusunda da sanata büyük bir önem atfedilmektedir. Bu kafa karışıklığı ile kavramın ne ifade ettiği yüzyıllar boyunca tartışılan ve sürekli gelişen bir sorudur. Evrim boyunca, sanatın sınırları esnemiş, yeni tanımlar ortaya çıkmış ve her dönem kendi estetik anlayışını ve ölçütlerini getirmiştir. Antik Çağ'dan Modern Sanat'a kadar uzanan farklı dönemlerde, taklit ve temsil kavramlarıyla özdeşleştirilen sanat, sanatçıların gözlemledikleri dünyayı mümkün olduğunca gerçekçi bir şekilde yansıtmaya çabalarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Öyle ki Chauvet, Lascaux ve Altamira Mağaraları'ndaki figüratif betimlemeler ve soyut desenler, paleolitik çağın insanların doğayla derin bir

bağlantı kurduklarını, sanatsal ve yaratıcı yeteneklere sahip olduklarını göstermektedir. (Williams 2019;17)

Tarih boyunca sanat eserleri sadece güzelliği değil, aynı zamanda toplumun değerlerini, inançlarını ve fikirlerini de yansıtmıştır. Rönesans ve Barok gibi dönemlerde sanat anlayışı kusursuz işçilik ve doğaya hayranlık uyandıran bir gerçekçilik ile karakterize edilerek zirveye ulaşmış ve sanat eserleri genellikle mitolojiden, dini temalardan ve portrelerden oluşmuştur. Rönesans ve Barok sanatçıları, insan anatomisini ve perspektifini mükemmeliyetçi bir şekilde tasvir etmeye çalışarak, sanat tarihinin de bir disiplin olarak gelişmesine bu yıllarda öncülük etmişlerdir. Aydınlanma Çağı'na gelindiğinde akıl ve mantık ön plana çıkarak; sanat eserleri duygulardan ziyade mantığı ve fikri temsil etmişlerdir. Aydınlanma Dönemi sanatçıları, klasik formları ve sanatsal kuralları takip etmeye ne kadar özen gösterdiler ise Romantizm akımı ile birlikte-Aydınlanma Çağı'nın tam tersine bir anlayış ve karşı bir tepki oluşmuştur. Romantizm döneminin sanatçıları, duyguların ve hayal gücünün derinliklerinde kendi iç dünyalarını eserlerine aktarmaya ve izleyicilerde duygusal bir tepki uyandırmaya çalıştılar. Sanat eserleri bu dönemde hiç olmadığı kadar özgür ve bireysel bir karakter kazanmıştır. Bu değişim adeta sanat tarihinde yeni akımların da önünü açtı. Empresyonizm ve Post-Empresyonizm gibi akımlar, renkleri ve fırça darbelerini kullanarak duyguları ve atmosferi ifade etmenin yeni yollarını keşfetmişlerdir. Böylelikle temsilciler sanatın sadece taklit etmek değil, aynı zamanda duyguları ve fikirleri ifade etmek için de kullanılabileceğini kanıtlamışlardır. Dolayısıyla Paleolitik sanatçıların Lascaux'da icra ettikleri gerçekçilik ve taklit eksenli çizgi sanatından, binlerce yıl sonra sanatın geleneksel sınırlarını tamamen yıkan, Kübizm ve Dadaizm gibi akımlara kadar sanat tarihi sürekli bir değişim ve dönüşüm içerisinde olmuştur.

Çeşitli estetik formlar ve anlayışlarla 21. yüzyılda sanatın en geleneksel ve yaygın ifadelerinden oluşan biçimlerine bir diğerini de ekleme ihtiyacı gelişti ve bu yeni sanat biçiminin ne olacağı sorusunu gündeme getirmiştir. Toplumun ve insan ruhunun bir yansıması olarak sanatın video, oyun, enstalasyon ve çizgi roman gibi birçok ifade tarzı bu yüzyılda daha geniş kitlelere yayılmayı başardı ve Dokuzuncu Sanat Formu'nun temsilci sanat biçim arayışını da bir gereksinim olarak ortaya koymuştur. Ancak Dokuzuncu Sanat tanımı da tıpkı sanatın ne olduğu hususuna benzerlik gösteren fikir ayrılıklarına sebep olmaktadır. Bu yeni kategorinin hangi biçimleri kapsadığı konusunda hala devam eden bir tartışmanın ortasında, kimileri bu yeni sanat biçimlerinin geleneksel sanat dalları kadar saygın

olmadığını savunurken, bir başka kesim bu sanat biçimlerinin eşit derecede yaratıcı ve anlamlı olduğunu vurgulamaktadır. Buna rağmen Burke, sinema endüstrisini baştan başa dönüştüren çizgi romanları ve hatta video oyunlarını, Dokuzuncu Sanat Formu'nun temsilcileri olarak nitelendirilmesi gerektiği konusunda ısrarcı olmuştur (Burke 2015;263).

2. Evine Geri Dön Mickey: Bir Kültürel Direniş Olarak Bande Dessinée ve Ligne Claire

Mağaraların duvarlarını süsleyen kömür ve toprakla çizilmiş figürler, çizgi sanatın en ilkel ifadesini temsil ederken, geniş bir renk paletiyle dijital tabletlerde hayat bulan çizgiler, günümüz çizgi romanını şekillendiren bir ifade tarzı olarak geçmiş ve bugün arasında güçlü bir bağlam kurmaktadır. Bu yönüyle çizgi romanların büyük ölçüde çizgi sanatının bir sonucu olduğu varsayımı çıkarılabilmektedir. Çizgi romanlar her ne kadar 21. yüzyılda ülke ekonomilerine katkı sağlayan büyük bir endüstriye dönüşmüş olsa da, Empresyonizm akımının geliştiği 19. yüzyılda karikatür tarzı hikayeleriyle Rodolphe Töpffer, çizimlerini bir dizi sekans halinde sunarak görsel hikaye anlatımının temellerini atmış ve modern çizgi romanın oluşmasında başrol oynayarak, metin-görsel birleşimi ile küçük, detaylı çizimleri bir araya getiren ve çizgi romanın karakteristik özelliklerini ortaya koyan ilk isim olmuştur. Töpffer'in 1837'de yayımladığı ve ilk modern çizgi romanlardan biri olarak kabul edilen "Histoire de Monsieur Jabot" (Bay Jabot'un Hikayesi), mizahi bir hikaye anlatımını çizimlerle pekiştiren benzersiz bir format olarak onun bu sanat formundaki öncü rolünü pekiştirmişti (Rodolphe Töpffer 1837b). Töpffer'in mirası, lokomotif olmak için hazır olmakla birlikte, çok geçmeden eserleri hem Avrupa'da hem de Amerika'da büyük ilgi görmüş ve birçok sanatçıya ilham kaynağı olarak özellikle Amerika'da, Richard F. Outcault "The Yellow Kid" (1895) gibi karikatüristlerin çalışmalarını etkilemiştir. Bilindik haliyle çizgi romanlar 20. yüzyılın başlarında, Amerika'da gazete şeritleri ile popüler hale gelmiş ve özellikle 1920'lerde "Little Orphan Annie" ve "Dick Tracy" gibi şeritler sayesinde büyük ilgi görmüştür (Davis 2023).



Görsel 1: Rodolphe Töpffer'in 'Bay Jabot'un Hikayesi'

(Project Gutenberg Canada)

Ancak 1929 yılında dünya tarihinde büyük iz bırakan ve toplumları yoksulluğa sürekleyen Büyük Buhran başlamıştır. Bu dönem tüm yaratıcı endüstriler için kayıp bir çağ olmuştur ve insanların gökten kurtarıcı beklediği bu dönemde 1938 yılında Jerry Siegel ve Joe Shuster tarafından yaratılan Superman çizgi romanı çıkmıştır. Masumları korumak ve adaleti sağlamak için ekonomik çöküşün ve umutsuzluğun hakim olduğu bir dönemde gökten inen bu kahraman insanlara umut ve güç kaynağı olmuştur. Böylece çizgi romanların altın çağı başlamış ve 1939'da Bob Kane ve Bill Finger tarafından yaratılan Batman ile süper kahramanlar çizgi romanların ana teması haline gelmişlerdir. Popüler kültürün önemli bir parçası olan bu form, İkinci Dünya Savaşı sırasında da propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Captain America (Kaptan Amerika) gibi karakterler, Nazi Almanyası'na karşı mücadele eden, erdem sahibi kahramanlar olarak ün saldılar. 20. yüzyılın ikinci yarısında çizgi romanların gelişimi, toplumsal ve kültürel değişimlerle paralellik göstermiş ve bu dönemde, eğitim seviyesinin yükselmesi ve beraberindeki sosyal değişimler çizgi romanların popülaritesini artırmıştır. Ayrıca, demokrasinin yayılımı, kültürel endüstrilerin doğuşu ve görsel estetik anlayışının genişlemesi gibi politik ve ekonomik faktörler de çizgi romanların gelişimine katkıda bulunmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrasına denk gelen bu gelişmeler ve Amerikan hegemonyasının da etkisiyle dünya genelinde hızla yayılabilmiş ve bir kültür ihracına dönüşmüştür. Popülaritenin artması ve dünya genelinde yayılabilmesi ise 1960'larda Stan Lee ve Jack Kirby gibi yaratıcıların önderliğinde büyük bir başarı yakalayan Amerikan Çizgi Romanları; Fantastic Four, Spider-Man, X-Men ve Avengers sayesinde ivme kazanmış ve bu çizgi

karakterler endüstrinin büyümesinde baş rol oynamışlardır. Öyle ki özgürlük, demokrasi, bireysellik ve kahramanlık gibi ahlaki değerler sadece Amerikalılara özgüymüş gibi pazarlanmış, yetişkinliğe yeni adım atmış gençler üzerinde de güçlü bir etki yaratmışlardır. 70'ler çizgi romanlar için toplumsal sorunlar ekseninde ırkçılık, uyuşturucu bağımlılığı ve çevre sorunları gibi konularla şekillenmiştir. Böylece çizgi romanlar, tarih boyunca önemli toplumsal ve politik olayları yansıtır ve yorumlama aracı olarak pek çok konuda önemli bir rol kazanmıştır. Bir medya iletişim aracı olarak güçlenen çizgi romanlar ve ekseriyetle Amerikan Çizgi Romanlarının küresel yaygınlığı, bazı ülkelerde yerel kültürlerin ve geleneklerin gölgelenmesine yol açabileceği endişelerini de beraberinde getirmeye başladı ve bu endişelerin tohumları 1. Dünya Savaşı'ndan sonra faşizmin yükselişiyle beraber ekilmiştir. 1930'lu yıllardan itibaren hızla popülerlik kazanan Amerika Birleşik Devletleri'nin popüler kültürünün bir simgesi haline gelen Mickey Mouse, bazı rejimler tarafından Amerikan emperyalizminin ve kapitalizminin bir simgesi olarak görülmüşlerdir. Avrupalı sanatçılar ve entelektüeller, Mickey Mouse'un Amerikan yaşam tarzını ve değerlerini temsil ettiğini ve bu değerlerin Avrupa'nın kendine özgü kültürüyle uyumlu olmadığını düşünüyorlardı. Bu görüş, kültürel homojenizasyon ve kimlik kaybı riskine karşı Belçika ve Fransa'da bir direnişe dönüşmüştür. Kendi yerel kahramanları olan Tintin, Spirou ve Alix gibi karakterler ile Amerikan kültürel hegemonyasına karşı direniş gösteren bu yeni ve ulusal akım, diğer bir ifadeyle *Frankofon olarak adlandırılan çizgi romanlar ki sonrasında bande dessinée olarak kategorileşmiş ve Türkçeye grafik romanlar olarak çevrilen bu eserler kültürel kimliğin korunması ve Amerikan modellerine karşı bir alternatif sunma işleviyle mücadeleye girişmişlerdir(Ory 1984;77).

*Frankofon bir dil ve kültür grubu, bande dessinée ise bir sanat biçimidir. İlk örnekleri Fransa-Belçika'da ortaya çıkan bu çizgi romanlar Frankofon kültürünün bir çıktısı olarak aynı isimle adlandırılmış, daha sonra BD olarak onu icra edenlere Frankofon adı verilmiştir. Bugün ise tüm dünyada BD sevilen bir çizgi roman biçimi olarak her kültürden ve kesimden sanatçı tarafından üretilmektedir.

Pascal Ory, akademik çevrelerde çizgi romanların daha ciddi ve derinlemesine incelenmesi gerektiğini öneren "Mickey Go Home" makalesinde bu direnişi, yerel kahramanlar ve hikayeler aracılığıyla kültürel özgünlüğün ve bağımsızlığın korunması olarak tanımlamıştır(Ivan Jablonka 2014;1). Bande dessinée'lerin ilk örneklerinden olan Tintin'in 1930 ve 1931 yılları arasında Le Petit Vingtième adlı bir Belçika gazetesinde 24 ayrı bölüm halinde yayınlanan ve Afrikalılara "medenilik" ve "ilerleme" getirmek için Kongo'da olduğunu söyleyen ırkçı

stereotiplerini saymazsak, bugün Fransız-Belçika yapımlı çizgi romanlar, bu kitapta vurguladığımız adıyla bande dessinée (BD), görsel hikaye anlatımının en bilindik versiyonu olan Amerikan tipi çizgi romanlarından gerek stil, gerek ise üslup olarak ayrılan bir biçimdir (Fracadactyl 2018).



Görsel 2: Hergé'in 'Tintin Kongo'da'
(The Telegraph)

BD'ler hikayenin daha fazla bant ve panel içermesine ve her panelde daha fazla ayrıntıya yer verilmesine olanak tanırken, çizgi romanlar çoğunlukla daha kısa ve öz olma eğilimindedir. Sanat tarzı, gerçekçi tasvirler, ayrıntılı arka planlar ve stilize edilmiş karakterler ile ön plana çıkan BD'nin aksine çizgi romanlar, daha çeşitli bir sanat tarzını benimseyerek, gerçekçi tasvirlerden karikatürize edilmiş karakterlere kadar her şeyi içerebilir. Tüm bu değerlendirmelerin ışığında BD, sanatın ve edebiyatın birer parçası olarak kabul edilirken, çizgi romanlar popüler kültürün bir parçası olarak eğlence ve boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilmiştir.

Elbette bu görüş çizgi romanın sanatsal değerini ortadan kaldırmamaktadır ancak BD'lerin Louvre Müzesi gibi kültürel kurumlarda sergilenerek edebi eserlerle aynı saygıyla karşılanması, çizgi romanların ağırlıkla ve hala süper kahraman temalarını işliyor oluşundan ve hayatın içinden hikayeler ve gerçekçi karakterler sunan BD'lerin aynı zamanda derin anlamlar içeren, insan ruhunu ve toplumun karmaşıklığını ele alan bir sanat biçimi olmasından da kaynaklandığı söylenebilir (Spencer 2024). Çizgi roman sanatında Belçika-Fransız formatının büyük bir öneme sahip olmasının temelinde, şüphesiz Hergé'nin "ligne claire" tarzı yatmaktadır. Bu sade ve zarif çizim tarzı, Avrupa çizgi roman sanatının biçimlenmesinde ve gelişmesinde kilit rol oynamış, adeta Prometheus'un ateşi gibi erken BD sanatçılarına ilham olmuştur. Bu sade grafik tarzı, "Hergéan tarzı" ile özdeşleşmiş ancak ilk kez 1977'de Hollanda'nın Rotterdam şehrinde

düzenlenen bir Tenten sergisi sırasında "temiz çizgi" anlamına gelen ligne claire ifadesiyle adlandırılır olmuştur. (Bibliothèque nationale de France 2014a) Okuyucuya kimi zaman basit ve monoton gelen ve duygusal karmaşıklığı veya nüansı tasvir etmekte zorlanan bu tarz, bazı sanatçılar ve araştırmacılar tarafından BD'lerin alt formu olarak değerlendirilmektedir. Ancak Hergé ve dolayısıyla ligne claire, çizgi romanda maksimum okunabilirlik peşinde olup, tüm tesadüfi grafik unsurları ve hikayenin akışını bozabilecek her şeyi ortadan kaldırarak en ufak yıkıcı unsurun bile çerçeve tarafından yumuşatıldığı, düzenli ve temiz bir dünya arzusunu hakim kılar. Nesnelerin, karakterlerin ve süslemelerin ana hatları, aynı kalınlıkta bir mürekkep çizgisiyle sistematik bir şekilde çizilmektedir. Süslemelerin gerçekçiliği, planların estetik birliği, renklerin sadeliği (esasen tanımlayıcı rol oynarlar), gölgelerin ve taramaların kısıtlanması ligne claire tarzının temel kaygısını keskinlik ve netlik olarak belirlenmektedir. Bu nedenle Hergé'in bu eşsiz formunu BD'lerin bir alt formu olarak değerlendirmek yerine BD'ye dahil olan bir çizim tarzı demek daha doğru bir ifade olacaktır.

3. Dijital Çağda Sanatın Yeni Estetik Algısı: Video Oyunlar ve Japonya'nın Çapraz Yetenek Paylaşımı

Yaratıcı endüstriler, geleneksel olarak zanaat ve emek yoğun ekseninde gelişmiş, zamanla multimedya teknolojileri ile entegre olarak teknoloji odaklı sektörlerle yakın ilişkiler kurmuştur. Walter Benjamin'in "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Eseri" makalesinde yer alan "Yeni teknolojiler her zaman dönemin sanat biçimlerini derinden etkilemiştir." ifadesi bu bağlantıyı desteklerken, çizgi romanlar ve video oyunları bu yaklaşımı en iyi şekilde temsil ederler (Benjamin 1969;25).

Bilgisayar, multimedya ve internet gibi alanlarda ortaya çıkan yeni teknolojileri harmanlayan video oyun endüstrisi, 1972 yılında Nolan Bushnell tarafından kurulan Atari ile gezegenin o dönem heyecan uyandıran en büyük işlerinden biridir (Lowood 2009;5). Video oyunları, interaktif eğlencenin sınırlarını zorlayarak oyunculara karakterleri sahiplenme, kahraman olma, hikayeler yaratma ve olaylara aktif katılım imkanı sunarak, etkileşimi yeni bir boyuta taşımışlardır. 1981'de sektörün değeri 1 milyar ABD dolarına ulaşarak Atari'nin sektördeki hakimiyetini de beraberinde getirmiş ve pazarda onlarca atari benzeri konsol firmaları, pastayı paylaşmak için birbirleriyle rekabete girişmiştir. Savaş sonrası dönemde popüler kültürdeki etkileri zirveye ulaşan çizgi romanlara yönelik talep özellikle bu dönem ABD'de azalmaya başlamıştır. Zamanla düşük kaliteli ve taklit oyunlarla dolan pazar bu yıllarda tüketicilerin ilgisini ve güvenini kaybetmesine

neden olmuş ve birçok oyun, benzer oynanış ve grafikler yüzünden perakendecilerin depolarında çürümeye terk edilmiştir. Oyuncular için yeni ve heyecan verici bir şeyler sunma eksikliği gösteren oyun endüstrisi, 1983 yılında Atari'nin piyasadan çekilmesiyle birlikte başlayan ve beraberinde video oyunlarının cazibesini yitirmesiyle ABD'de piyasa ilgisinin azaldığı trajik bir son ile yüzleşmiştir.

Bunun aksine Japonya'nın çizgi roman yayıncılığı 1990'ların ortalarında büyük bir sıçrayış elde etmiş, üstelik Japonya'da animasyon filmleri, gerileyen yerli film endüstrisinin büyük payını da ele geçirerek, bu endüstrilerdeki beceri kaynakları Japonya'da eş zamanlı olarak geliştirilerek, çok daha etkili bir şekilde paylaşılmıştır. Yaratıcı endüstriler arasındaki içeriklerin çapraz etkilerinin artması, Japonya'da çizgi roman, animasyon filmleri ve video oyunları arasındaki sanatsal yetenek paylaşımı, bu sanat türleri arasında gözlemlenebilecek bir takım ortak özelliklerin oluşmasına da yol açmıştır. Japonya'nın yetenek paylaşım mekanizması ve Nintendo'nun sektörü karlı bir iş modeline dönüşmesinde üstlendiği öncü rol, bugün video oyun endüstrisinin 200 milyar dolarlık bir pazar büyüklüğüne ulaşmasını sağlamıştır (Aoyama ve Izushi 2003;17). İlk dönemlerinde oyuncuların ilgisini cezbeden sanat ve içerik ihtiyacını özellikle çizgi roman üretiminde başrol oynayan sanatçılardan sağlayan sektör, bu sanatçılar ile yakın iş birliği kurarak görsel açıdan zengin ve etkileyici oyunlar üretmeye başlamıştır. Street Fighter II, Mortal Kombat ve Final Fantasy gibi ikonik oyunlar, bu iş birliğinin somut örnekleri olmuştur. Sanatıyla sadece karanlık fantezi dünyalarını değil, aynı zamanda video oyunlarının görsel estetiğini de aydınlatmayı başarmış bir çizer olan Yoshitaka Amano, Japonya'da oyun endüstrisinin erken döneminde çizgi roman sanatçılarının sektörün gelişmesinde sahip oldukları önem adına bir rol model olabilmıştır. 1983 tarihli Vampire Hunter D light novel serisiyle kolları sıvayan çizer, eserin anime filmi ve video oyunu ile devam eden yolculuğunun ardından, 1988 yılında Final Fantasy 2 adlı oyuna dahil olarak, oyunun unutulmaz bir görsel kimliğe sahip olmasında büyük katkı sağlamıştır. Geleneksel çizgi romanları resimleyen Amano gibi birçok sanatçı böylece yeniden canlanan oyun endüstrisini dönüştürmek ve harika evrenler yaratmak için önemli girişimler elde etmiştir (Yoshitaka Amano 2024c).

Sonuç olarak, yaratıcı endüstriler arasındaki içeriklerin çapraz etkileşimi, video oyunlarının gelişmesinde ve sanatsal bir ifade biçimi olarak kabul görmesinde önemli rol oynamıştır. Özellikle Japonya'da çizgi roman, animasyon filmleri ve

video oyunları arasındaki beceri paylaşımı ve iş birliği, bu sanat türlerinin gelişiminde ve birbirini beslemesinde büyük katkı sağlamıştır.

4. QTE'nin Entegrasyonu ve Bir Ligne Claire Türü Olarak Valiant Hearts: Great War İncelemesi

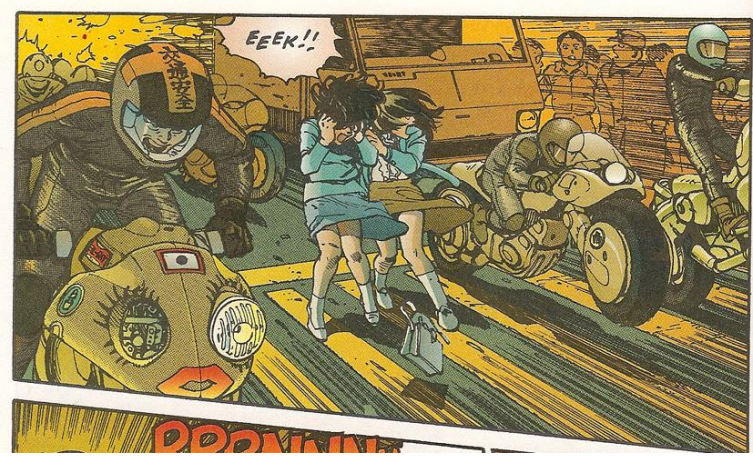
Çizgi romanlar ve video oyunları, hikayeleri anlatmak için görsel ve metni ustalıkla harmanlayan iki sanatsal forma sahip olmuşlardır. Çizgi romanlarda kullanılan soyut, ekspresyonist ve sembolik tasarımlar, yoğun duygular uyandırmada kilit rol oynamaktadır. Bu güçlü görsel dil, video oyunlarında da karşımıza çıkarak benzer duyguları uyandırmayı amaçlar. Örneğin Limbo adlı platform oyununda çöp yığınının üzerinde dalgalı çizgiler tasvir edilirse, bu yığının pis koktuğu ima edilmektedir. Aynı şekilde, bir tencereden çıkan buhar dalgaları lezzetli bir yemeği temsil edebilmektedir. Bu tür görsel betimlemeler, oyuncunun karakterin motivasyonunu daha iyi anlamasına ve oyunun hikayesine daha aktif bir şekilde dahil olmasına yardımcı olmaktadır. İki ayrı formun paylaştığı ortak dili, hatta bu iki formun ortak ürünü olarak değerlendirebileceğimiz görsel romanlar üzerinden ifadelerimizi genişletme imkanı bulmak olasıdır.

Çizgi romanlarda iki panel arasındaki oluk okuyucuya boşluğu tamamlamak için fırsat tanırken, görsel roman olarak adlandırılan oyunlar(dijital bir etkileşimli kurgu türü), yazı odaklı bir anlatıyı çizim, müzik ve oynanışla birleştirerek bu türün oyun mu yoksa interaktif bir çizgi roman mı tartışmasının da önünü açmaktadır. Bazı görsel romanlarda karşımızda çıkan Quick Time Event mekaniği, bu tartışmaları sonlandırarak görsel romanı bir oyun olarak tanımlanabilmektedir. Oluklar arasındaki eylemi ya da düşünceyi net bir şekilde gerçekleştiren Quick Time Event, hızlı zaman olayı ya da etkinliği olarak literatüre geçmiş ve QTE'ler olarak kısaltılmışlardır. Bu mekanik ilk kez Don Bluth tarafından tasarlanan 1983 tarihli lazerdisk oyunu Dragon's Lair için kullanılmıştır. (Kunze 2022;630) Ancak bu mekaniği modern oyunlara tanıtan ve yaygınlaştıran ise Sega'nın Shenmue serisi olmuştur. Oyun mekaniğini, hem savaş hem de günlük aktiviteler için kullanan Shenmue geliştiricileri, kullanıcının savunma ve hamle yapma gibi aksiyonlarda bulunmasını sağlayarak, QTE'lerin belirli olaylar veya koşullar tetiklendiğinde başlamasını mümkün kılmışlardır. Oyun motorları, bu tür tetikleyicileri (triggers) kullanarak belirli bir konumda, zamanda veya hikaye noktasında QTE'yi başlatabilir. Örneğin, bir oyuncu belirli bir düşmana yaklaştığında veya belirli bir diyalog seçeneğine tıkladığında QTE tetiklenebilmektedir. Video oyunlarında oyuncunun rastgele bir an veya zamanda ekranda görünen düğmelere hızlıca basmasını gerektiren, oyuncuların reflekslerini ve dikkatini test etmek, heyecanı

yükseltmek adına oyunun akışını bozmayacak ve temposuna katkı sağlayacak şekilde uygulanan QTE'ler, genellikle sinematik sekanslar veya dövüş sahneleri sırasında kısaca oyuncunun hikayenin gidişatını etkileyebilecek tercihler yapmasını sağlayacak anlarda ortaya çıkmaktadırlar. Hızlı ve gerilim dolu sahneleri vurgulamak için de etkili olan QTE'ler basit tek düğme basmalarından karmaşık düğme kombinasyonlarına kadar değişebilmektedir. Oyuncunun beceri seviyesine ve oyunun zorluk derecesine bağlı olarak ayarlanabilen, belirli bir zaman aralığında oyuncuya kontrol hissi veren ve hikayeyi ileriye taşıyan bu kısa aralar, film benzeri bir deneyim sunarak hikaye anlatımını zenginleştirmektedir. Daha önce de ifade ettiğimiz gibi QTE'ler ile çizgi romanlar arasında da güçlü bir bağ vardır. Her ikisi de okuyucu veya oyuncuyu hikayenin aktif bir katılımcısı haline getirerek heyecanı ve dramı artırma konusunda birbirinden faydalanmaktadır.

Oyunlardaki QTE kullanımı, çizgi romanların panellerdeki hikaye anlatım tarzına benzemektedir. Üstelik son yıllarda bazı dijital çizgi romanlar, okuyucu etkileşimini artırmak için, belirli olayları tetikleyen ya da hikayenin gidişatını değiştiren QTE'leri kullanarak, oyun mekaniklerinden faydalanmaya başlamışlardır. Backstagers'da okuyucuya bir karakterin hangi yoldan gideceğine karar vermesi için bir QTE sunulurken, The Walking Dead: Our World mobil oyununda zombilerle savaşmak için QTE'ler kullanılmaktadır(Walking Dead Wiki 2024).

Çizgi romanlarda QTE'ler son dönemde sık kullanılmakla birlikte dijital olmayan içeriklerde de ki özellikle bu konuyla ilgileniyoruz benzer etkileri yaratmak için kullanılan bazı teknikler bulunmaktadır. Hızlı ve anlık aksiyonları tasvir etmek için ardışık panellerde keskin açılar, dinamik çizgiler ve az sayıda kullanılan kare, okuyucuyu olayın heyecanına sürüklerken QTE'lerde hissedilen zaman baskısını yansıtmaktadır. Aynı şekilde hız çizgileri, toz bulutları ve nesnelerin bulanıklaşması gibi görsel efektler, hareket duygusunu ve ani değişimleri vurgulamak adına QTE'lerde zaman darlığını ve acil karar verme ihtiyacını ortaya koymaktadır.



Görsel 3: Hızın çizgi romanlarda tasvir edilmesi

(JohnRuzum.com)

Metin balonlarında "BOOOOM!" veya "CRACK!" gibi onomatope kullanımı, aksiyonun sesini ve etkisini taklit ederek QTE'lerde hissedilen duysal geri bildirimde de benzer etki yaratır. Çizgi romanlar bir sayfadaki birden fazla panel kullanımı ya da birden fazla eylemin aynı anda gerçekleştiğini veya farklı bakış açıları sunduğunu gösterebilirken, oyun içerisinde QTE mekaniği ile sunulan birden fazla seçenek ve sonuç benzer bir amaç taşımaktadır.

Bu anlamda 'Valiant Hearts: The Great War', bande dessinée (BD) türünü ve ligne claire çizim tarzını kullanan, yerinde QTE'ler ile etkileşimli hikaye anlatımını sentezleyen ve anlattıklarımızı özetleyen başarılı bir vaka olabileceği düşünülmektedir. Bu oyunda kullanıcılar çeşitli mekanikleri kullanarak bulmacaları çözmek, düşmanlardan kaçınmak ve karakterleri hayatta tutmak için gizlilik gibi yeteneklerden yararlanarak, savaşın dehşetini ve insan ruhunun dayanıklılığını etkileyici bir şekilde tasvir eden derin ve duygusal bir hikayenin içinde yol almaktadırlar. (UBISOFT Montpellier 2014) Oyun, hikayenin yarattığı duyguyu verebilmek adına sayfalarda renkleri olabildiğince iyi ve karakterlerin iç dünyalarını yaşadıkları zorlukları vurgulayarak, güçlü bir şekilde tasvir etmektedir. Savaş ilerledikçe hikayenin tonu giderek daha karanlık ve ciddi hale gelmektedir. Ligne claire unsurlarını, minimal gölgeleme ile temiz ve net hatlara sahip çizimlerle sağlayan sanatçılar, estetik ve sanat kaygısı konusunda BD ekseninde birleşmektedirler. Gölgeler ve detaylı dokular minimumda tutularak, bunun yerine berrak konturlar ve düz renk alanları kullanılarak hikayenin sadelik ve okunabilirlik açısından güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Ligne claire sanatında gerek ise Valiant Hearts adlı oyunda kullanılan estetik ve anlatım dili, iki

ana tema etrafında birleşmektedir. Bu stilde her çizgi, kompozisyonda net bir şekilde tanımlanır. Karakterler, arka plan ve nesneler genellikle eşit kalınlıkta çizgilerle belirtilir, bu da izleyicinin gözüne karmaşadan uzak, düzenli bir estetik sunmaktadır. Bu minimalizm, hikayenin ve karakterlerin görsel netlik sayesinde kolayca anlaşılmasına olanak tanırken, yine minimal gölgeleme ile okuyucunun hikaye akışına odaklanmasını sağlar. Diğer yandan düz renklerin ve basit çizgilerin kullanımı, karmaşık görsellerden kaçınarak anlatıyı ön plana çıkararak tipik ligne claire sanatçıların detay yerine hikaye anlatımı odaklı bir sanat anlayışında buluşturmaktadır.



Görsel 4: Valiant Hearts: The Great War
(Ubisoft)

Oyunun ara sahneleri ise etkileşime girilen ve girilmeyen sahneler olmak üzere ikiye ayrılır. Çizgi roman sayfalarını sahnelere taşıyan geliştiriciler, oyuncuya karakterlerden uzakta olup bitenleri anlatabilmek adına sayfa içerisinde gezinen bir kameranın bakış açısıyla hikaye bütünlüğünü sağlamaktadır. Burada olup biteni sayfa üzerinden bir dış ses anlatır ve saman tanelerinin uçuşunu ya da yaprakların rüzgarda dansını izlediğimiz basit animasyonlarla sahneler doldurulmaktadır. Etkileşimli olan diğer sahnelerde ise, hikayeyi ileriye taşımak ve oyuncuyu olayların içine çekmek için oyun boyunca QTE'ler dramatik ve kritik anlarda ortaya çıkmaktadır. Karakterler tehlikeli durumlardan kaçarken veya zor kararlar alırken QTE'ler tetiklenmektedir. (Jens-Christian Huus 2016) Bu anlar, çizgi romanlardaki dinamik panellerde hissettirilen araç koltuğundaki okuyucu ya da oyuncunun, belirli bir ritmi takip etmesi ve belirli hareketleri tekrarlamaları veya hızlıca farklı düğmelere basmaları gerekebilen anlardan oluşmaktadır.

Böylece oyuncu sanki interaktif bir çizgi romanın içinde hikayeyi deneyimliyormuş hissi yaşatmaktadır.

Bu anlamda Valiant Hearts: The Great War, çizgi roman estetiğini ve video oyunlarının etkileşimli yapısını ustaca bir araya getirerek hikâye anlatımında çığır açıcı bir yaklaşım sergilemektedir. Oyundaki Ligne Claire sanat tarzının yalın ve net görselliği, QTE (Quick Time Events) gibi dinamik oyun mekanikleriyle birleşerek, oyuncuya sadece bir gözlemci değil, hikâyenin bir aktörü olma fırsatı sunmaktadır. Bu sentez, savaşın trajedisini minimalist bir anlatımla aktarırken, oyuncunun duygusal bağ kurmasını ve olayları fiziksel bir katılımı deneyimlemesini sağlamaktadır. Sonuç olarak, oyun, çizgi romanların ve video oyunlarının ortak bir görsel ve anlatı dili geliştirme potansiyelini gözler önüne sererek, her iki sanat biçiminin sınırlarını genişleten ve yeni bir hikâye anlatımı paradigması ortaya koyan bir eser olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç

Sanat, insanlığın en temel ve en eski ifade biçimi olarak ele alınmaktadır. En derin sessizlikte bile duyguları ve fikirleri dile getirebilen, hikayeler anlatabilen ve geçmişle olan köklü bağımızı anlamamıza yardımcı olan sanat, yüzyıllar boyunca yeni teknolojiler ve ideolojilerle gelişerek değişmiştir. Bu değişim, sanatın sınırlarını zorlamış ve yeni sanat biçimlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Öyle ki bu biçimler zamanla akademinin de tartıştığı konular haline gelmiştir. Çizgi roman bu analiz ve incelemelere daha erken aşamada dahil olsa da 1990'ların sonuna doğru yeni bir sanat biçimi olarak ortaya çıkan dijital ya da başka bir ifade ile video oyunlar da, 2000'lerden itibaren akademinin dikkatini çekmiş ve hatta bu biçim üzerinde ludologlar ve anlatı bilimciler arasında görüş ayrılıkları oluşmuştur. Nitekim bu iki biçim, ortak bir dil yaratma hususunda etkileşimli anlatılar başlığında birleşerek, kullanıcıyı sadece pasif bir tüketici olmaktan öte, hikâye akışını etkileyebilen ve kendine özgü bir deneyim yaşayabilen bir aktöre dönüştürmeyi başarmıştır. Özellikle çizgi romanlarda okuyucu, hikâyeyi önceden belirlenmiş bir sırayla takip eder ve hikâyenin gidişatını etkileme gücüne sahip değildir. Video oyunların popülerlik kazanmasıyla birlikte geleneksel çizgi romanlar, pasif bir medya biçimini korumakla birlikte dönüşüm de geçirmiştir. Aslında bazı çizgi roman sanatçıları, içerikleri dijitalle taşımadan önce de okuyucunun dikkatini belirli bir noktaya yönlendirmek için bakış açısı, renk ve kompozisyon gibi teknikleri kullanarak oyunlarda sıkça kullanılan basit ve aynı zamanda karmaşık bir düğme kombinasyonuna sahip QTE'ler (Quick Time Event) ile aynı işlevi gören yöntemler denemişlerdir. Bu noktada, ligne claire (açık çizgi)

adı verilen ve özellikle Belçikalı çizer Hergé'nin öncülük ettiği çizim tarzı dikkat çeker. Ligne claire, yalın çizgiler, az gölgeleme ve belirgin renklerle hikâye anlatımını sadeleştirirken, aynı zamanda okuyucunun dikkatini hikâyenin ana unsurlarına yönlendiren bir görsel netlik sunar. Bu tarz, özellikle bande dessinée (BD)'lerde tercih edilen estetik bir yaklaşım olmakla kalmamış, aynı zamanda okuyucunun duygu durumlarını ve hikâye temposunu kontrol etmeye yönelik tekniklerin gelişmesine de katkıda bulunmuştur. Ligne claire'in bu görsel sadeliği, QTE'lerin oyunlarda hissettirdiği baskı, gerilim ve tempo gibi duyguları okuyucular üzerinde de uygulama potansiyelini artırmıştır. Sanatçılar, bu yöntemle okuyucunun hikâyeyi yalnızca gözlemlemesini değil, olayların akışına dair bir ritim hissetmesini sağlamayı başarmışlardır. Günümüz oyunlarında ise uzun sinematik sahnelerde tasarrufa gitmek adına kullanılan birkaç panelden oluşan görseller, ligne claire'in netliği ve QTE'lerin interaktifliği ile paralellik göstermektedir.

Bu analiz, çizgi romanlar ve video oyunları arasındaki ilişkiyi ve etkileşimli anlatıların bu iki sanat biçimini nasıl birleştirdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca, sanatın evrimini ve yeni teknolojilerin geleneksel sanat biçimlerini etkilerken, bu biçimlerden nasıl yararlandığını da göstermektedir. Bu çalışmanın hedefe ulaşması için özellikle Belçika-Fransa çizgi romanları (bande dessinée) ekseninde, video oyunları ile olan ilişkisine mercek tutularak, bu iki sanat biçiminin birbirini nasıl etkilediği ve ardından çizgi romanların pasif medya biçimlerinden, oyun temel mekaniklerinden faydalanan bir etkileşimli anlatıya dönüşümü incelenmiştir. Ayrıca, bande dessinée (BD) ve bir çizim tarzı olarak ligne claire ile bir oyun mekaniği olan QTE'lerin ortak paydada birleşen bir video oyun içeriğine dair de vaka çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, ligne claire'in yalınlığı ve QTE'lerin etkileşimli yapısının birleşimi, oyuncu ile hikâye arasında daha güçlü bir bağ kurulmasını sağlayarak görsel anlatımda yeni bir boyutun kapılarını aralamaktadır.

Kaynaklar

- Aoyama, Yuko, ve Hiro Izushi. 2003. "Hardware Gimmick or Cultural Innovation? Technological, Cultural, and Social Foundations of the Japanese Video Game Industry". *Research Policy* 32(3):423-44. doi: 10.1016/S0048-7333(02)00016-1.
- Benjamin, Walter. 1969. "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction".
- Bibliothèque nationale de France. 2014a. "Çizgi roman ustaları". Erişim tarihi 11 Mayıs 2024 (<http://expositions.bnf.fr/bd/arret/lig.htm>).
- Burke, Liam. 2015. *The Comic Book Film Adaptation: Exploring Modern Hollywood's Leading Genre*. University Press of Mississippi.
- Davis, Blair. 2023. "Comics and Multimodal Storytelling". Ss. 125-42 içinde *The Cambridge Companion to Comics, Cambridge Companions to Literature*, editör M. Ahmed. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fracadactyl. 2018. "Bande Dessinée: Everything You Need To Know About The Ninth Artform". *Gutternaut*. Erişim tarihi 11 Mayıs 2024 (<https://gutternaut.net/2018/12/bande-dessinee/>).
- Ivan Jablonka. 2014. "Histoire et bande dessinée".
- Jens-Christian Huus. 2016. "Valiant Hearts: The Great War". *Chordian.net*. Erişim tarihi 28 Haziran 2024 (<https://blog.chordian.net/2016/01/31/valiant-hearts-the-great-war/>).
- Kunze, Peter C. 2022. "Don Bluth and the Disney Renaissance". S. 0 içinde *The Oxford Handbook of Children's Film*, editör N. Brown. Oxford University Press.
- Lowood, Henry. 2009. "Videogames in Computer Space: The Complex History of Pong". *IEEE Annals of the History of Computing* 31(3):5-19. doi: 10.1109/MAHC.2009.53.
- Ory, Pascal. 1984. "Mickey go home !" doi: 10.3406/xxs.1984.1718.
- Rodolphe Töpffer. 1837b. "Histoire de Mr. Jabot, par Rodolphe Töpffer". Erişim tarihi 29 Haziran 2024 (<https://www.gutenberg.ca/ebooks/toepfferr-histoiredemrjabot/toepfferr-histoiredemrjabot-00-h-dir/toepfferr-histoiredemrjabot-00-h.html>).
- Spencer, Erika Hope. 2024. "Research Guides: French & Reading: A Student's Guide to Francophone Literature & Language Learning: Bande Dessinée: Comics & Graphic Novels". Erişim tarihi 25 Nisan 2024 (<https://guides.loc.gov/french-literature-and-language-learning/bande-dessinee-graphic-novels>).
- UBISOFT Montpellier. 2014. "Valiant Hearts: The Great War".

- Walking Dead Wiki. 2024. "The Walking Dead: Our World". *Walking Dead Wiki*. Erişim tarihi 13 Aralık 2024 (https://walkingdead.fandom.com/wiki/The_Walking_Dead:_Our_World). Williams, James David Lewis. 2019. *Mağaradaki Zihin*. Yapı Kredi Yayınları.
- Yoshitaka Amano. 2024c. "Work". *YOSHITAKA AMANO*. Erişim tarihi 30 Haziran 2024 (<https://www.yoshitakaamano.com/about>).

bölüm 6

İllüstratif Arayüz Tasarımı ve Kültürel Dünya Mirası "KÖK" Mobil Uygulama Tasarımı Örneği ¹

Ardahan TORUK² Nadire Şule ATILGAN³

Özet

Unesco'nun kurmuş olduğu Dünya Miras Komitesi, tarihi yapıları ve doğal alanları değerlendirerek bazılarını Dünya Mirası Listesi'ne dahil eder. Bu durum Dünya Mirası Alanları'nı ülke tanıtımı ve turizmi için oldukça önemli hale getirir. Bu alanların tanıtımı ve hedef kitlelerin bu alanlar hakkında bilgi edinmesi miraslara sahip çıkmak ve bilinçlendirmek adına oldukça önemlidir.

Görsel kimlik yaratmanın en etkili grafik tasarım öğelerinden biri olan illüstrasyonu kullanarak dünya miraslarına ait ortak tema ile oluşturulan akılda kalıcı görsel kimlikleri ve gündelik hayatımızın parçası haline gelmiş, hedef kitleye en kolay ulaşabilme yöntemlerinden biri olan mobil uygulamaları bir araya getirerek kullanıcı arayüzü tasarlamak bu alanların tanıtımı açısından etkili olacaktır.

Türkiye Cumhuriyeti 2024 yılı itibarıyla 19'u kültürel 2'si hem kültürel hem doğal (karma) Dünya Mirası Alanı'na sahip olup bu konuda oldukça zengin bir ülkedir⁴. Fakat bu alanların tanıtımı, görsel kimikleştirilmeleri ve tasarım çalışmaları incelendiğinde her bir mirasın birbirinden farklı pek çok görsel kimliği olduğunu görmekteyiz. Buna ek olarak tüm bu dünya miraslarını görsel kimlikte bir araya getiremeyen ve hedef kitleye ulaştırmak için belirli bir tema altında bir platformda birleştiremeyen çalışmalar karşımıza çıkmaktadır.

¹ Bu çalışma; Ardahan Toruk, "Unesco Dünya Mirası Listesi'nde Yer Alan Türkiye'deki Seçilmiş Alanların Tanıtımı İçin İllüstratif Bir Mobil Uygulama Arayüz Tasarımı" Yüksek Lisans Tezi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, 2022 yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Araştırma Görevlisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü.

³ Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

⁴ <https://www.unesco.org/tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi>

Eğitici ve bilgilendirici uygulamalar bilgi ve haber aktarıcı olarak kullanılmaktadır. Bu uygulamalarda içeriğe erişim en önemli faktördür; bu nedenle okunabilirlik, gezinme kolaylığı ve arama araçları esastır⁵. Kültürel dünya mirası tanıtımı için üretilen mobil uygulamalar ve illüstrasyonların çoğu birbirinden bağımsız farklı tasarım dillerine sahiptir. Türkiye'deki Dünya Miras Alanları'nın bazılarını bir metafordan yola çıkarak temalandıran, belirlenen tema altında miras alanlarının illüstrasyon koleksiyonunu oluşturan, aynı tema çerçevesinde etkileşimli bir mobil uygulama arayüz tasarımı ile bütünleştirilerek tanıtılmasını ve görsel kimliklendirilmesini hedefleyen "KÖK" mobil uygulaması bu bölümde incelenecektir.

Anahtar Sözcükler: UNESCO, dünya mirası, illüstrasyon, mobil uygulama, arayüz tasarımı.

1. Giriş

Unesco bünyesinde faaliyet gösteren Dünya Miras Komitesi tüm dünyada doğal ve kültürel destinasyonu değerlendirerek "üstün evrensel değer" atfettiği alanları Dünya Mirası olarak ilan eder. Dünya Mirası ünvanı bu destinasyonları bulundukları bölge turizmi ve tanıtımı açısından oldukça önemli kılar. Bu durum beraberinde bu destinasyonlarının tanıtılması ve hedef kitlelere etkili şekilde ulaştırılması gerekliliğini getirir.

Günümüzde yaygın olarak hemen her alanda kullanılan mobil uygulamalar bireylerin mobil cihazları ile kolayca ulaşabildikleri ve pek çok konuda bilgi sahibi olarak problemlerine çözüm bulabildikleri araçlardır. Bu kadar kolay ulaşılabilmesi ve yaygın kullanılması mobil uygulamaları tanıtımda kullanılabilecek önemli araçlardan biri yapar.

Grafik tasarım alanlarından illüstrasyon bir tema hakkında bir konuyu anlatmak hayal edilen temanın yansıtılması ve görsel kimlik oluşturma amacı ile kullanılabilecek en iyi yöntemlerden biridir (Toruk, 2022, s.1). Web, oyun, mobil cihazlar, televizyon ve sinema gibi dijital platformlarda illüstrasyon giderek yaygınlaşmıştır. Bilgisayarlara ve mobil cihazlara yönelik oyunların görsel içeriği, etkileşimli unsurların yanı sıra karakterleri ve arka planları da içerir; tüm bu unsurlar illüstratörler tarafından tasarlanabilir (Brazell ve Davies, 2013, s.22). Dijital illüstrasyon ve dijital resim yayınlama kavramları, ilkeleri, platformları ve dosya formatları mobil cihazların işlevselliği açısından kullanıcı için tasarlanmalıdır. Illüstratörler, mobil cihazlardaki uygulamalar için görsel iletişim oluşturmak isteyen ajansların ilk başvurduğu adres

⁵ Cuello, Javier ve Vittone, Jose. (2013). (s.29). "Designing Mobile Apps". Jose Vittone: Almanya.

haline gelmektedir. Ayrıca illüstratörler kültürel yorumcudur (Zeegen, 2020, s.42). Bu bağlamda ülkeler için oldukça önemli olan kültürel dünya mirasları illüstrasyon aracılığıyla yorumlanarak bunlara görsel kimlik kazandırılmalı ve dünya mirası alanları ilgi çekilen bir mobil uygulama ile hedef kitleye aktarılmalıdır.

Dünya miraslarının tanıtımı için üretilen mobil uygulamalar incelendiğinde uygulamaların genel olarak metin, fotoğraf alanları ve haritalardan oluştuğu görülmektedir. Miras alanlarını bir tema altında birleştirerek görsel kimlik oluşturulmadığı gözlemlenmektedir.

Tüm bu çıkarımlar doğrultusunda Türkiye'deki dünya mirası destinasyonlarının metaforik bir tema ile ortak bir tasarım üslubu ile bir araya getirerek illüstrasyon koleksiyonu oluşturan ve oluşturulan illüstrasyonların mobil uygulama arayüz tasarımı içerisinde bir araya getirerek alanların tanıtılmasını amaçlayan "KÖK" mobil uygulaması örnek gösterilerek değerlendirilecektir.

2. UNESCO ve Dünya Mirası Kavramı

UNESCO, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün kısaltmasıdır.

UNESCO:

1. Daimi merkezi Paris'te bulunan hükümetler arası bir kuruluş.
2. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından tanınan sekiz "uzman kuruluş"tan biri.
3. Birçok kültürün ve birçok halkın ortak amaçlarını ve görüşlerini yansıtan dünya çapında bir organizasyon.
4. Tek bir amaç için bir araç, kalıcı bir dünya barışı tesis etmek.

UNESCO'nun amacı, Anayasasında belirtildiği gibi, spesifiktir: "...adalet, hukukun üstünlüğüne evrensel saygıyı daha da geliştirmek için eğitim, bilim ve kültür yoluyla uluslar arasında iş birliğini teşvik ederek barış ve güvenliğe katkıda bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler Şartı tarafından ırk, cinsiyet dili veya din ayrımı yapılmaksızın dünya halkları için onaylanan insan hakları ve temel özgürlükler içindir (UNESCO and You, 1947, s. 62). 16 Kasım 1945: 37 ülkenin temsilcileri, 20 imzacı tarafından onaylandıktan sonra 4 Kasım 1946'da yürürlüğe giren UNESCO Anayasasını imzalamak için Londra'da toplanmıştır (Valderrama, 1995, s. 28).

'Dünya mirası' olarak bilinen kavram, 1959 yılında Mısır'ın Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından temsil edilen uluslararası topluluğa, Aswan Yüksek Barajı'nın inşası nedeniyle Sudan ve Mısır arasında kalan

Nubia'da yaklaşan sel tehdidi altında olan çok sayıda arkeolojik anıtı kurtarması için başvurmasıyla ortaya çıktı (Khirfan, 2016, s.3).

1965'te uluslararası iş birliğini teşvik etmek ve hem kültürel hem de doğal alanları korumak için "Dünya Mirası Vakfı" başlatıldı. Ancak, hem UNESCO kampanyası hem de Dünya Mirası Vakfı verimli bir uluslararası koruma sistemi oluşturamadığı için,5 UNESCO Genel Konferansı 16 Kasım 1972'de Dünya Mirası Sözleşmesi'ni kabul etmeye karar vermiştir. Sözleşme, gerekli mali ve entelektüel kaynakları sağlayarak ve ekonomik amaçlar için sömürüden kaçınmayı teşvik ederek, hem kültürün hem de doğanın en olağanüstü tezahürlerinin korunması, korunması ve yönetilmesi için resmi olarak yapılandırılmış bir uluslararası rejim oluşturdu. Bu hedef, devletlerin "olağanüstü evrensel değere" sahip olduğu düşünülen mülklerini sıralayan bir Dünya Mirası Listesi'nin getirilmesiyle takip edilmiştir.

İnsanlık ve bu nedenle korunmaya ve vicdani uluslararası iş birliği ve bağlılık yoluyla gelecek nesillere aktarılmaya değer. Dünya Miras Sözleşmesi, 1976'da Dünya Miras Fonu'nun (WHF) ve Dünya Mirası rejiminin arenasında ana aktörleri temsil eden Dünya Miras Komitesi'nin (WHC) kurulmasına yol açmıştır.

Özetle, UNESCO'nun Dünya Mirası misyonu:

Ülkeleri Dünya Mirası Sözleşmesi'ne imza atmaya ve dünya mirasının korunmasını garanti etmeye ikna etmek;

- Taraf Devletleri, Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmek üzere kendi bölgelerindeki mülkleri aday göstermeye teşvik edin;
- Mali, teknik ve eğitim yardımı sağlayarak mülkleri koruma konusunda Taraf Devletleri desteklemek;
- Nesli tükenmekte olan alanlar için acil yardım sağlamak;
- İmzacıların dünya mirasının korunması ve korunmasında kamu bilincini artırmalarına yardımcı olmak;
- Halkın korunmasına katılımını teşvik etmek

Miras;

Mirasın korunmasında uluslararası iş birliğini teşvik etmek (Ferrucci, 2012).

Tüm küreselleşen arenalar gibi, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün (UNESCO) oluşturulması ve küresel mirasa geçiş, ulusal kimlik, prestij ve bir kimliğin tanınmasına çok güçlü bir şekilde bağlı olduğundan, yalnızca devletin çıkarlarını güçlendirmiştir. Aslında devlet, örgütün yapısı gereği UNESCO'nun tüm faaliyetlerinde özellikle uzlaşmaz bir güç olmaya devam etmiştir (Meskell, 2014, s. 218). Son zamanlarda, kültürel mirasın uluslararası korunması, kitlesel zulümlerin işlenmesiyle bağlantılı kültürel miras yıkımının trajik kaydı göz önüne alındığında,

uluslararası barış ve güvenliğin ayrılmaz bir bileşeni haline gelmiştir. (Francioni,2023). Miras alanlarının sürdürülebilir şekilde korunmasında Unesco devletlere fayda sağlamaktadır.

Miras, modern bir slogandır ve geniş bir dikkat-skolastik ve ticari, ciddi ve alaycı spektruma tabidir. WHC, maddi mirasla, yani mevcut nesil tarafından ya doğal çevre biçiminde ya da insanoğlunun çevre içindeki heykelsi eylemiyle miras kalanla ilgilidir. (Edebiyat, müzik veya resim açısından sanat mirası atlanmıştır.) Pratik düzeyde, 1972 Sözleşmesinin ilk iki maddesinde yer alan ikili miras kavramı, Sözleşmenin daha önce bahsedilen iki farklı girişimin birleştirilmesinden kaynaklanmıştır. Bir taraftan UNESCO, 1960'lar boyunca pratik deneyime sahip, dünyanın seçkin tarihi anıtları ve binaları için tanınma ve koruma arayışındaydı (UNESCO, 1970).

Bu sözleşmenin amaçları bakımından aşağıdakiler "kültürel miras" olarak kabul edilecektir:

- Anıtlar: mimari eserler, anıtsal heykel ve resim çalışmaları; tarih, sanat veya bilim açısından olağanüstü evrensel değere sahip arkeolojik nitelikteki öğeler veya yapılar, eklemeler, mağara konutları ve özellik kombinasyonları:
- Bina grupları: mimarileri, homojenlikleri veya peyzajdaki yerleri nedeniyle tarih, sanat veya bilim açısından olağanüstü evrensel değere sahip ayrı veya bağlantılı bina grupları:
- Sitler: insan eserleri veya doğanın ve insanın ortak eserleri ve tarihi, estetik, etnolojik veya antropolojik açıdan olağanüstü evrensel değere sahip arkeolojik alanlar dahil alanlardır (UNESCO, 1972, s. 1359).

Bu Sözleşmenin amaçları bakımından, aşağıdakiler "doğal miras" olarak kabul edilecektir

- Estetik veya bilimsel açıdan olağanüstü evrensel değere sahip, fiziksel ve biyolojik oluşumlardan veya bu tür oluşum gruplarından oluşan doğal özellikler:
- Jeolojik ve fizyografik oluşumlar ve bilim veya koruma açısından olağanüstü evrensel değere sahip tehdit altındaki hayvan ve bitki türlerinin yaşam alanlarını oluşturan kesin olarak belirlenmiş alanlardır.
- Bilim, koruma veya doğal güzellik açısından olağanüstü evrensel değere sahip doğal alanlar veya kesin olarak sınırlandırılmış doğal alanlar (UNESCO, 1972, s. 1359).

UNESCO'nun Dünya Mirası Alanlarını koruması, ulusal sembolleri 'olağanüstü evrensel değer' ve herkesin mülkü haline getiren, yaygın olarak Dünya Mirası

Sözleşmesi (UNESCO, 1972) olarak bilinen Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına İlişkin Sözleşme ile başlatıldı (Paganoni, 2016, s. 76). Ağustos 2024 itibarıyla 168 ülkede toplam 1223 Dünya Miras Alanı bulunmaktadır. Bu miras alanları 952 kültürel, 231 doğal ve 40 karma (hem kültürel hem doğal) varlıktan oluşmaktadır. (UNESCO, "World Heritage List", erişim: 28 Temmuz 2024, <https://whc.unesco.org/en/list/>) Türkiye Sözleşmeye 14.04.1982 tarih ve 2658 sayılı Kanunla taraf olma kararı almış, Kanun Bakanlar Kurulu tarafından 23.05.1982 tarih ve 8/4788 sayılı Kararla onaylanmış ve 14.02.1983 tarih ve 17959 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Gerekli belgelerin UNESCO Genel Merkezi'ne sunulmasıyla Türkiye Sözleşmeye 16.03.1983 tarihinde resmen taraf olmuştur. 1972 Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi'ne göre oluşturulan ve Dünya Mirası Komitesi (DMK) tarafından belirlenen Dünya Mirası Listesi'nde Dünya Miras Alanı olarak ilan edilen 1223 miras yer almaktadır. Bunlardan 952'si kültürel, 231'i doğal ve 40'ı karma (doğal ve kültürel) miraslardır. Türkiye'nin bu listede 19'u kültürel, 2'si karma olmak üzere 21 miras alanı bulunmaktadır (Unesco.org.tr, "UNESCO Dünya Mirası Listesi", erişim: 2 Ağustos 2024. <https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-Dünya-Mirası-Listesi>).

3. UNESCO Dünya Mirasları'nın Tanıtımı

Her yılın temmuz ayında UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü), her üye ülkenin önerdiği bir listeden uzmanların ve eleştirmenlerin tavsiyesi üzerine seçilen bir dizi insan yapımı anıtı ve doğal harikayı Dünya Mirası Anıtları olarak belirler. Seçim, tüm insanlığa açık olan anıtların hem kültürel değerine hem de evrensel çekiciliğine dayanmaktadır. UNESCO, anıt bakımı ve onarımı için teknik danışmanlık sağlar (Javid ve Javeed, 2023,s.3). Dünya Mirası ünvanı alan alanlar UNESCO tarafından desteklenmenin yanı sıra bu ünvan alanlara bir kimlik kazandırmış olur.

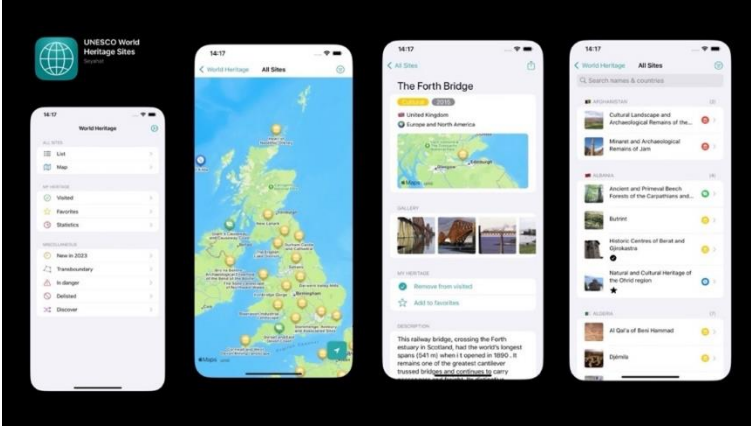
Dünya Mirası varlıkları, kültürel turizmde dünya çapında bir patlamanın bileşenleridir. Turist destinasyonları olarak, büyük ölçüde tarihi deneyimler ve kültür açısından kendi değerlerini temsil ederler (Albert ve Ringbeck, 2015, s.137). Dünya Mirası turizmi turizm pazarının önemli bir sektörü olarak yerleşmiştir. Dünya Mirası'nın öneminin, ulusal ve uluslararası turizmin kapsamını Dünya Mirası alanlarını da kapsayacak şekilde genişleterek insan bilincine kazınması mümkün olmuştur. Bu nedenle turizm, Dünya Mirası kavramının yaygınlaştırılması açısından önemli bir potansiyel sunmaktadır (Albert ve Ringbeck, 2015, s.137). Turizm sektörü için UNESCO değerlerinin çok önemli turistik arz kaynakları olduğu ortadadır. Turizm alanında politika üreticileri için bu değerler çok daha önemli

destinasyon merkezleri haline getirilebilir. Gerek soyut gerekse somut bu değerler özellikle ülkemiz için alternatif turizm açısından çok önemli potansiyelleri barındırmaktadır. Turizmin 12 aya çıkarılması, gelir artırıcı faaliyetlerin çoğaltılması, bilgi teknolojilerinin turizmi geliştirici bir araç olarak kullanılması, yeni politika ve projelerin uygulanması, somut ve gerçekçi turizm hareketliliği sağlanması, katma değeri yüksek turizm ürünlerinin üretilmesi ve gelir düzeyi yüksek turist profilinin oluşturulmasında UNESCO kültürel miras değerlerinin mutlaka çeşitli projelerle turizm değeri haline getirilmesi gereklidir (Karaman, 2016, s.19). Bu bağlamda miras alanlarının tanıtımı için bilgi teknolojilerinden faydalanarak projeler üretmek ve böylece hedef kitleye ulaşmak oldukça önemli olacaktır.

comScore'a (2016) göre, 2016 yılında mobil uygulamalar, harcanan toplam dijital medya zamanının yarısını temsil eden internete birincil erişim aracı haline geldi. Uygulamalar, mobilin büyümesini ve kullanışlılığını yönlendiren yakittir. Bireylerin oyun oynamak, Facebook durumu yayınlamak, ilgi çekici mesajlaşma sohbeti, müzik dinlemek, video izlemek, taksi çağırmak, hava durumunu kontrol etmek, haberleri okumak, Çevrimiçi ve Çevrimdışı perakendecilerle alışveriş yapmak gibi yeni dijital görevleri yerine getirmelerine olanak tanır (Pelet, 2017). "Önce Mobil" sadece dijital zamanımızın yarısından fazlasını akıllı telefonlarımızda geçirdiğimiz anlamına gelmez; aynı zamanda yayıncıların, markaların ve perakendecilerin dijital arayüzlerinin ilk olarak mobil cihazlar için düşünülmesi gerektiği anlamına gelir (Pelet, 2017). Bu açıdan bakıldığında Dünya Miras Alanlarının tanıtılması amacı ile mobil uygulamalar kitlelere ulaşmada etkili bir yöntem olacaktır.

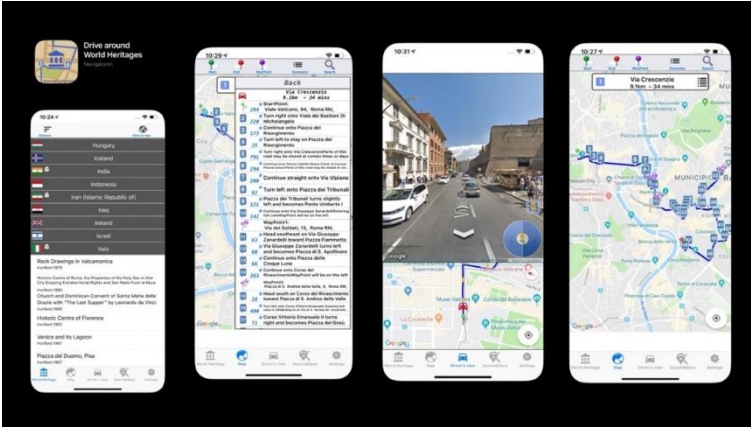
UNESCO Dünyasının beyan edilen değerlerine göz kulak olmak Sit alanı, nitel analiz, belirli bir yerin tanımlandığı ve deneyimlendiği dijital platformlarda, kurumsal web sitelerinden ve turistik bilgi sitelerinden sosyal medya ve mobil uygulamalara kadar ulaşılabilen dilsel kanıt türlerine uygulanmıştır. Metinsel seçim çoğunlukla web sitesi materyallerinden, sosyal medya durum güncellemelerinden (Facebook gönderileri ve tweet'ler gibi) ve mobil uygulama içeriğinden oluşmaktadır (Paganoni, 2016, s. 76).

Bazı örnek uygulamalar;



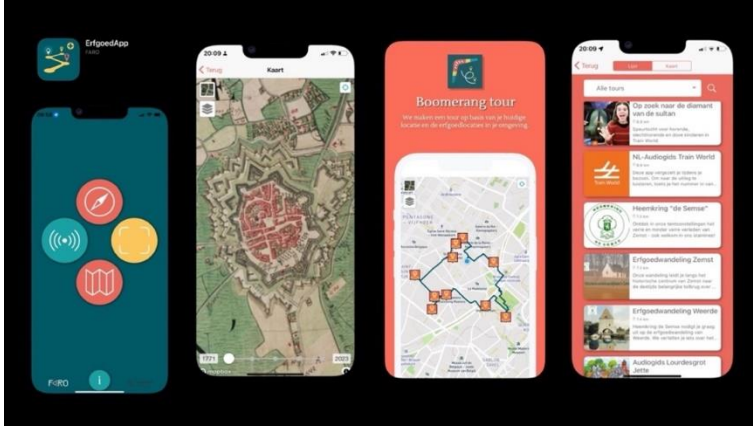
Görsel 1. “UNESCO World Heritage Sites” Mobil Uygulaması Arayüz Görüntüleri, Erişim Tarihi: 15.08.2024, <https://apps.apple.com/tr/app/unesco-world-heritage-sites/id1510826067?l=tr>

“UNESCO World Heritage Sites” adı verilen mobil uygulama içerisinde harita üzerinde Dünya Miras alanlarının konumları görülebilmektedir. Kullanıcı harita üzerinde miras alanına dokunarak alan ile ilgili konum, fotoğraflar ve genel bilgiye erişebilmektedir. Uygulama arayüz tasarımı liste menüler fotoğraflar harita ve metinlerden oluşmaktadır (bkz Görsel 1).



Görsel 2. “Drive Around World Heritages” Mobil Uygulaması Arayüz Görüntüleri, Erişim Tarihi: 22.08.2024, <https://apps.apple.com/tr/app/drive-around-world-heritages/id1122820541?l=tr>

“Drive around World Heritages” adı verilen mobil uygulama dünya miraslarına ulaşımı odak alan rehber uygulamadır. Uygulama üzerinde farklı ülkelere ait dünya miras alanlarını seçerek bu alanlar arasında kullanıcının araç ile sürüş yapabileceği yol tariflerine erişim sağlanmaktadır. Uygulama içerisinde miras alanlarına ait oldukça kısıtlı bilgilendirmeler yapılmaktadır. Arayüz tasarımı metinler, liste menüler, haritalar ve sokak görünümünden oluşmaktadır (bkz Görsel 2).



Görsel 3. “ErfgoedApp” Mobil Uygulaması Arayüz Görüntüleri,

Erişim Tarihi: 09.08.2024, <https://apps.apple.com/tr/app/erfgoedapp/id998845080?l=tr>

“ErfgoedApp” adı verilen mobil uygulama içerisinde alanda yapılabilecek turlar belirtilmekte ancak miras alanı hakkında bilgilendirici veya tanıtıcı içeriklere yer verilmemektedir. Her ne kadar arayüz tasarımı içerisinde kullanılan materyallerde illüstrasyon kullanılmış olsada arayüz tasarımının geneli haritalar ve metin çerçevelerinden oluşmaktadır (bkz Görsel 3).

Örnek olarak gösterilen ve incelenen pek çok örnekte görüldüğü gibi dünya miraslarının tanıtımı ve benzeri amaçlar için üretilen mobil uygulamaların pek çoğu seyahat rehberi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgilendirici nitelik taşımakta olan uygulamalar ise liste menüler metinler ve fotoğraflardan ibaret olup, tanıtılmak istenen birbirinden farklı alanların kendilerine ait görsem kimlik niteliği taşıyabilecek herhangi bir tasarımı veya bu alanları tasvir edecek illüstrasyon çalışmaları bulunmamaktadır.

İllüstrasyonun bir yayının parçası olarak veya belirli bir yayın ortamı bağlamında kullanılması, görüntünün neye benzediğinden daha açıklayıcı olabilir. Dağıtım ve erişilebilirlik kanalları (veya bunların sınırlamaları) o zamanlar olduğu gibi şimdi de ilgiliydi ve örnek olarak kimin kâr ettiğini, üreticilerin ve tüketicilerin

motivasyonlarının ne olduğunu ve resimli medyanın sosyal etkilerinin ne olabileceğini belirlemek önemlidir. (Doyle,Grove ve Sherman, 2018).



Görsel 4. Diyagram İllüstrasyon Çizim Örneği

(Male, 2007, s.59)

Son derece ayrıntılı ve açıklayıcı enine kesitler genellikle çok özel bilimsel bilgileri iletmek için ideal görsel kavramlar sağlamaktadır. Martin Macrae, toprağın ekolojisini ve bileşimini, fotoğrafın veya gerçek gerçekçiliğin yapamayacağı şekilde tasvir etmektedir (bkz Görsel 4).

Bir diyagram, genellikle bir nesnenin, bir sistemin, üretilmiş veya organik bir sürecin özelliklerini resimsel gerçeklikten uzak bir anlatım yoluyla betimleyen bir illüstrasyondur. Görsel dil, grafik veya sembolik temsillerden oluşabilir ve bilgi verilmedikçe bağlamsal olarak çalışmaz veya mesaj açıkça açıklanmıştır. Diyagramları normalde eğitim kitaplarıyla ilişkilendirilir: siyah-beyaz çizimlerle teknik, akademik literatüre eşlik eden basit açıklamalar. Bu yayınların genel havası "kuru", açıkça bilimsel olmaktadır. Ancak çağdaş anlamda, diyagram terimi, saf bilgi grafiklerinin temellerinin çok ötesine geçen bir dizi yenilikçi ve zengin renkli görüntüye uygulanabilmektedir; resimli haritalar, ayrıntılı kesitler, yalnızca eğitici bir ihtiyacı kolaylaştırmakla kalmayıp aynı zamanda reklam kampanyalarında, tanıtım amaçlı veya editoryal yorumlarda kullanım için uygun bir görsel alternatif sağlayabilen etkileşimli özellikleri taşımaktadır (Male, 2007, s. 59). Bu açıdan illüstrasyon kullanımı yaratılacak olan bir metaforu izleyiciye aktarmanın etkili bir aracı olacaktır. Günümüz teknolojisinde mobil uygulamaların hedef kitlelerce yoğun kullanımı ve metaforları aktarmanın en etkili yöntemlerinden

illüstrasyonun önemini göz önünde bulundurursak, bu iki kavramın aynı amaç için bir araya getirilmesi ve bu doğrultuda projeler üretilmesi etkili olacaktır.

4. “KÖK” Mobil Uygulaması

4.1. Mobil Uygulamanın Kurumsal Kimliği ve Tasarım Teması

Bu çalışmada ele alınan dünya miraslarının tamamı Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde aynı ülke topraklarında bulunmaktadır. Bir ormanın içindeki farklı türdeki ağaçlar gibi aynı ormanda aynı toprakta kökleriyle o toprağa bağlı kalıcı şekilde durmaktadır. Bu metafordan yola çıkarak Dünya Mirası Listesine alınmış destinasyonlarımızı bir orman içerisinde bulunan ağaç veya bu ağaçlarla bütünleşmiş toprak ve kaya parçaları gibi düşünüp bulundukları yerden kaldırılıp mobil uygulamanın içerisine yerleştirilmiş şekilde resmedilmesi amaçlanmıştır. Her destinasyona ait illüstrasyon kompozisyonu sanki o anda bulunduğu alandan koparılmış yükselmiş ve mobil uygulamada bulunduğu sahnedeki yerini almış ve koleksiyonun diğer parçaları olan diğer destinasyonlarla bir araya gelmiş şekilde resmedilmek istenmiştir. Bu doğrultuda kompozisyonlarının tamamının altında parçalanmakta ve düşmekte olan kaya parçaları ve bu parçalarla birlikte yükselen kök ve sarmaşık parçaları gibi toprağa ait materyaller tasvir edilmeye çalışılmıştır. (Toruk, 2022, s.55-56). Bu bağlamda mobil uygulamanın ismi “KÖK” olarak belirlenmiş ve tasarımın teması isim ile desteklenmiştir. Oluşturulan her illüstrasyon kompozisyonunda ait olduğu dünya mirasının isminin yer aldığı ve temaya uygun olacak şekilde sarmaşık ve köklerden esinlenerek resimlendirilmiş font tasarımı bulunmaktadır.

Bu bağlamda mobil uygulama arayüz tasarımı kullanılan tasarım öğeleri ve mobil uygulama elemanları renk, biçim ve tasarım dili olarak ortak öğeler içermekte ve illüstratif dili desteklemektedir (Toruk, 2022, s.56). “KÖK” mobil uygulamasına Türkiye’deki Unesco Dünya Mirası listesinde yer alan 21 destinasyondan 8 destinasyon herhangi bir tarih sıralaması veya özellik dikkate alınmaksızın seçilerek uygulama tasarımı için illüstrasyon kompozisyonu oluşturulmuştur.

Bir logo oluştururken, tasarımcının amacı basit ve dayanıklı bir zincirleme reaksiyon oluşturmaktır: önce kartvizite gider, sonra bir telefon uygulamasında ortaya çıkar, sokakta, metroda veya bir arkadaşının çantasında, kitap kapağında veya ürün mağazası çantasında görünür. Her durumda, logo kolayca tanınabilir. Her durumda etkileyici ve kalıcı kalır (Bokhua, 2022, s.15). Tasarımcı logonun tüm bu ortamlarda kullanılabileceğini öngörmeli ve tasarımı bu doğrultuda oluşturmalıdır.

Başarılı bir tasarım, tasarım özetinizde belirlenen hedefleri karşılayabilir, ancak gerçekten kışkırtılacak bir ikonik tasarım aynı zamanda basit, alakalı, kalıcı, ayırt edici, akılda kalıcı ve uyarlanabilir olacaktır (Airey, 2010, s.22). Sadelik ayrıca tasarımınızın tanınmasını kolaylaştırır, böylece zamansız, dayanıklı bir kalite elde etme şansı daha yüksektir. Mitsubishi, Samsung, FedEx, BBC vb. gibi büyük şirketlerin logolarını düşünün. Logoları basittir ve bu nedenle tanınması daha kolaydır. (Airey, 2010, s.22) “KÖK” mobil uygulamasının logo tasarımı hazırlanırken bu durum dikkate alınmıştır. Ayrıca kurumsal kimlik tasarımı uygulamada kullanılan illüstratif dil ve metaforik tema göz önünde bulundurularak tasarlanmıştır.



Görsel 5. “KÖK” mobil uygulama logosu, tasarım teması ve logo kullanımı
(Toruk, 2022 s.57)

“KÖK” kelimesi sarmaşık ve kök teması dışına çıkılmadan mobil uygulama içerisinde kullanılacak olan illüstrasyonlar ile ortak dilde el ile çizilerek tasarlanmıştır. “KÖK” kelimesinin aynı iki harf ile başlamasından yola çıkılarak K harfinin ayakları birbirine doğru ilerleyen kökler gibi tasarlanıp sondaki K harfi denge yaratması açısından terse çevrilmiştir. İki K harfinin ortasında kalan Ö harfi logonun ortasına konumlandırılmıştır. Bakmayı ve keşfetmeyi simgelemesi amacıyla Ö harfinin iki noktası harfin içerisinde bir çift göz gibi tasvir edilmiştir. Tüm

bunlar tasarlanırken zıtlıktan yararlanılarak detaydan uzaklaşmış ve sade bir logo tasarlamak amaçlanmıştır (Toruk, 2022, s.57). (bkz Görsel 5).

Vektörel görseller, yüksek çözünürlüklü cihazlar kullanan görüntüleyiciler için bit eşlemeli pikselleşme veya bulanıklık endişesi olmadan boyutlarının iki katı (veya daha fazla, ya da daha az) olarak dışa aktarılabilirdikleri için uygulama geliştirmede tercih edilirler (Burrough,2013,s.375). Bu bağlamda mobil uygulamaların farklı boyutlardaki ekranlarda kullanılacağını düşünürsek vektör tabanlı illüstrasyon kullanımı daha etkili bir yöntem olarak görülebilir.

4.2. Destinasyonlara ait dijital illüstrasyon kompozisyonlarının tasarımı

Dünya mirası listesinde bulunan Türkiye'deki 22 miras alanı arasından herhangi bir tarih sıralaması veya özellik gözetmeksizin 8 dünya mirası seçilmiştir. Seçilen bu miras alanları uygulamanın temasına göre tamamı özgün tasarımlar olacak şekilde dijital illüstrasyon tekniği kullanılarak illüstrasyon kompozisyonu serisi hazırlamak amaçlanmıştır.

Tüm bu illüstrasyon çalışmaları birbiri ile bağlantılı ve ortak bir tasarım üslubu ile tasarlandığı için sonrasında uygulamaya eklenecek olan miras alanlarına aynı tasarım dili uygulanacak ve böylece uygulama tasarımında kullanılan tasarım dili değişmeksizin yeni alanlar eklenebilecektir. Dijital illüstrasyon tekniği ile oluşturulmuş olan bu tasarımlar tasarlanırken pek çok tasarım programından faydalanılmıştır (bkz Görsel 6).



Görsel 6. "KÖK" mobil uygulama illüstrasyonu tasarım aşaması
(Ardahan Toruk kişisel arşivi, Ekim 2022)

Mobil uygulamaya tasarımına dahil edilmek üzere illüstrasyonları hazırlanan seçili miras alan alanların listesi

- 1- Efes
- 2- Nemrut Dağı
- 3- Safranbolu Şehri
- 4- Göbekli Tepe
- 5- Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası
- 6- Aphrodisias
- 7- Xanthos-Letoon
- 8- Ani Arkeolojik Alanı

“KÖK” uygulaması için hazırlanan miraslara ait illüstrasyon kompozisyonlarının ortak özellikleri ile bir illüstrasyon koleksiyonu oluşturmak amaçlanmıştır. İllüstrasyon kompozisyonu oluşturulan dünya mirası alanlarının tamamında bu alana ait simgesel yapılar ve seçilmiş ve tasarım bu doğrultuda oluşturulmuştur.

Dünya miraslarından Efes için Celcus kütüphanesi, Nemrut Dağı için King Antiochus I heykeli, Safranbolu Şehri için tarihi Safranbolu evi, Göbekli Tepe için C yapısı, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası için miras olan yapı, Aphrodisias için Tetrapylon yapısı, Xanthos-Letoon için Likya Lahti, Ani Arkeolojik Alanı için Abughamrents (Polatoğlu) Kilisesi seçilmiştir.

Seçilen bu yapılar ile hazırlanan illüstrasyonlar “KÖK” uygulama temasına uygun şekilde bulundukları yerden yükselir şekilde tasvir edilmiş ve yükselme anında toprak, taş ve sarmaşık parçaları yapılar ile etkiyi destekleyecek şekilde kompozisyon haline getirilmiştir (bkz Görsel 7).



Görsel 7. “KÖK” mobil uygulaması illüstrasyon koleksiyonu
(Ardahan Toruk kişisel arşivi, Kasım 2022)

KÖK uygulaması içinde yer alan Dünya Miraslarından oluşan illüstrasyon kompozisyonlarının tamamında aynı tasarım üslubu hakimdir. Bu bağlamda miraslardan esinlenerek tasarlanmış olan yapıların tamamında derinliği ve tasarımda boyutlandırmayı sağlama amacı ile gri renk ve tonları kullanılmıştır. Koleksiyonun tüm illüstrasyonlarında aynı zamanda tasarımın kimliği olma niteliği de taşıyan tipografi el ile tasarım diline uygun olarak yapı rengine zıt turuncu renkte çizilmiş ve tipografi yapının üzerinde olmasına rağmen yapı ile arasına gölge eklenerek havada olma etkisi verilmiştir (Toruk, 2022, s.75).

Yapıların illüstrasyonlarında yer alan tasarımların etrafını saran ve kimi tasarımlarda yapı ile bütünleşen kökler ve yapıların arka planları zıtlık oluşturmak ve vurgu yapılma amacı ile turuncu ve tonları ile tasarlanmıştır (Toruk, 2022, s.75).

4.3. Uygulama Çalışmasının Arayüz Tasarımı Aşamaları

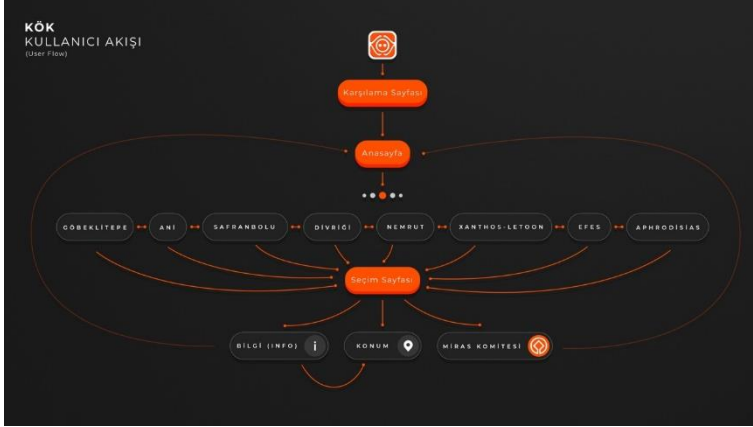
Bir ekranın düzeni, görünümü ve bir sistemin navigasyonu bir kişiyi çeşitli şekillerde etkiler. Kafa karıştırıcı ve verimsizlerse, insanlar işlerini yaparken daha fazla zorluk çekecek ve daha fazla hata yapacaklardır. Kötü tasarım, bazı insanları bir sistemden kalıcı olarak uzaklaştırabilir (Galitz, 2007, s.5). Bu anlaşılabilir sabırsızlık akılda tutulduğunda, uygulamaların basit, anlaşılması kolay arayüzlere ve kolayca görünen ve çok az düşünmeyi gerektiren kullanıcı etkileşimlerine sahip olması gerektiği yeterince güçlü bir şekilde vurgulanamaz. Kullanıcı bir uygulamayı alıp hızlı bir şekilde çözemezse, büyük olasılıkla onu terk eder ve bir daha asla açmaz. Kullanıcıların dikkatini çekmek için savaştan bu kadar çok uygulama ile fırsat maliyeti, bir programın nasıl çalıştığını anlamaya çalışmak için birkaç dakikadan fazla harcamak için çok düşüktür (Banga ve Weinhold, 2014, s. 35). Bu bağlamda iyi bir arayüz tasarımı kullanıcının ilgisini çekecek kadar etkili, kullanımı zor olmayacak kadar yalın, amacına hizmet edecek kadar verimli tasarlanmalıdır.

"KÖK" mobil uygulaması Türkiye'de bulunan dünya miraslarının tanıtılması ve kullanıcının bu miras alanları hakkında pek çok bilgiye ulaşabilmesini amaçlayan bir mobil uygulamadır. Uygulama içerisinde kullanıcılar bilgi sayfaları ile miras alanı hakkında genel bilgi metinlerine, alanın fotoğraflarını izleyebileceği fotoğraf alanı ve alana ait video penceresi ne ulaşabilecektir. Bu sayede alan hakkında bilgi sahibi olabilecek ve bunu alternatif programlar aracılığı ile paylaşabilecektir. Kullanıcılar uygulama içerisinde miras alanına ait iletişim, elektronik posta adresi, internet sitesi, konum bilgisi, açık adres gibi bilgilere ulaşabilecektir. Böylece kullanıcı hem miras alanına gitmeden merak ettiği alan hakkında bilgi sahibi olması hem de kullanıcı eğer destinasyonun bulunduğu alanda ise "KÖK" uygulaması sayesinde bu alan hakkında genel bilgi sahibi olabileceği için rehber

niteliği taşıyacak ve alanların tanıtımını sağlayacak bir uygulama görevi görmesi amaçlanmıştır. Ayrıca miras alanının Unesco tarafından hangi yıl ve hangi kategoride tescillendiği hakkında bilgi sahibi olabilecektir. Tüm bu etkileşimi tasarlarken kullanıcı odaklı olacak şekilde kolay anlaşılabilen ve rahatlıkla, içgüdüsel olarak kullanılabilen bir arayüz tasarımı hazırlamak amaçlanmıştır. Tasarımın tamamında belirlenen tema üzerinden ilerlenerek uygulamaya dahil edilen tüm miras alanlarının ortak bir tasarım dili ile bir araya getirilmesi sağlanmıştır (Toruk, 2022, s.75-76).

Uygulama akışı;

Birisi bir arayüzü keşfedebileceğini ve korkunç sonuçlara maruz kalmayacağını hissettiğinde, keşfetmeyen birinden daha fazla şey öğrenecek ve bu konuda daha olumlu hissedecek. İyi yazılımlar, insanların yabancı bir şeyi denemelerine, geri çekilmelerine ve stres olmadan başka bir şey denemelerine olanak tanır (Tidwell, 2010, s.9). Tasarımcı, tasarlanacak olan uygulama tasarımı tamamlanmadan önce uygulamayı kullanacak olan kullanıcıların uygulama üzerinde nasıl bir yol izleyeceği, kullanıcıların uygulama üzerinde etkileşimde olacağı alanlar öngörülmesi ve tasarım süreci bu doğrultuda ilerletilmelidir. Bu sebeple “KÖK” uygulaması için kullanıcı akışı hazırlanmıştır. “KÖK” uygulamasının nihai arayüz tasarımı bu akış doğrultusunda hazırlanmıştır (bkz Görsel 8).



Görsel 8. “KÖK” Mobil uygulaması kullanıcı akışı şeması
(Toruk, 2022 s.77)

Yazı Tipi;

Sans serif yazı tipleri, serif ve süslemelerden sıyrılmış temel harf formlarına sahiptir. Sans serifler ilk olarak on dokuzuncu yüzyılın başlarında ortaya çıksa da, kullanımları 1920'lerde hızlandı. "Form işlevi takip eder" tasarım ataları oldu ve sans serif yazı tiplerinin işlevsel sadeliği, birçok tasarımcının onlara bilimsel ve teknolojik bir yüzyılın ideal tipografik ifadesi olarak bakmasına neden oldu (Carter, Meggs ve Day. 2011, s.269). Sans serif yazı tipleri genellikle serif yazı tiplerinden ve komut dosyalarından daha basit olduğundan, web'de daha net bir görsel varlık elde ederler. Ekranda, çok küçük serifler, harf formunun geri kalanına göre aşırı sayıda pikselle tanımlanır. Seçimlerin içeriğe uygun olduğundan emin olmak için tasarımcı tarafından sans serif yazı tipleri arasındaki karşılaştırmalar yapılmalıdır. Genellikle, iyi orantılı bir sans serif yazı tipi, orta vuruş ağırlığına ve dengeli bir form-form oranına sahiptir. Hafifçe yoğunlaştırılmış yüzler, satır başına daha fazla karakter sağlar ve böylece sayfada daha az alan kullanır. Tasarımcılar, Helvetica, Univers ve Futura gibi geleneksel başat veya benzer tasarım özelliklerini benimseyen yazı tiplerini güvenle seçebilirler. (Carter, Meggs ve Day. 2014, s.139). "KÖK" Uygulama arayüz tasarımında kullanıcı yormayan ve okunabilirlik düzeyi yüksek bir yazı tipi kullanılması amacı ile serifsiz yazı tipi olan "Montserrat" kullanılmıştır (bkz Görsel 9).



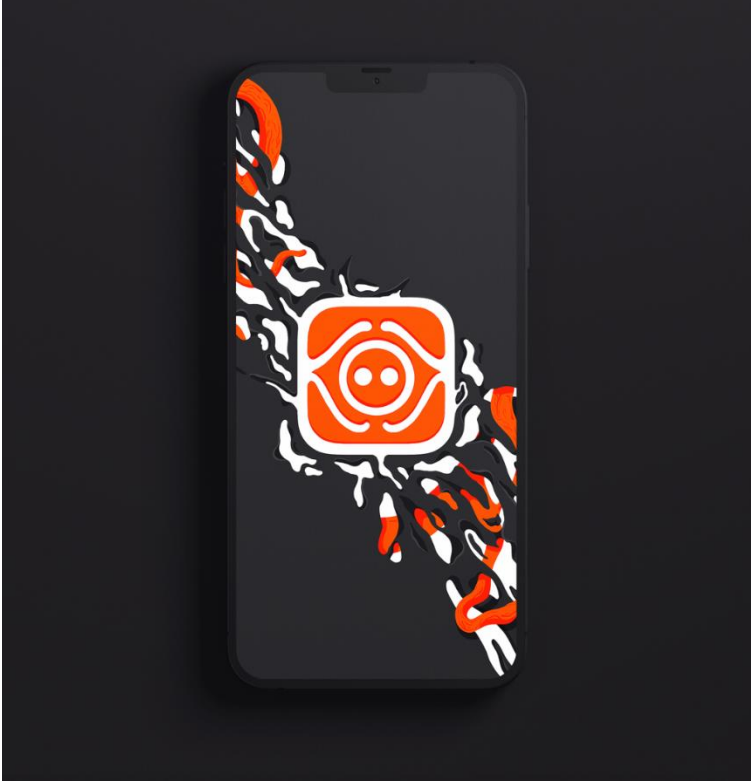
Görsel 9. "Montserrat" font ailesi

Erişim Tarihi: 12.08.2024, <https://fonts.google.com/specimen/Montserrat?query=montserrat>

Uygulama açılış sayfası;

Karşılama sayfası kullanıcının "KÖK" uygulamasına dokunarak açıldığında karşılaştığı ilk görüntüdür. Bu sayfanın uygulamanın arayüz tasarımında kullanılan tema ile ilgili bir izlenim sunması ve uygulama logosunu barındıran, tema ile aynı

tasarım dilinde tasarlanarak oluşturulmuş kompozisyon ile kullanıcıyı karşılaması amaçlanmıştır. Bu görsel ekranda bir süre bekleyecek ve kullanıcı herhangi bir etkileşime geçmeden uygulamanın ana ekranına geçiş yapılacaktır (bkz Görsel 10).



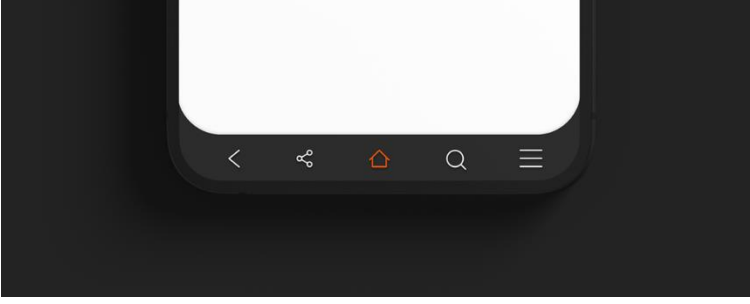
Görsel 10. “KÖK” Kullanıcı karşılama sayfası

(Ardahan Toruk kişisel arşivi, Kasım 2022)

Buton paneli;

Bu panel uygulama arayüz tasarımında tüm sayfalar içerisinde aynı alanda sabit olarak konumlandırılmıştır.

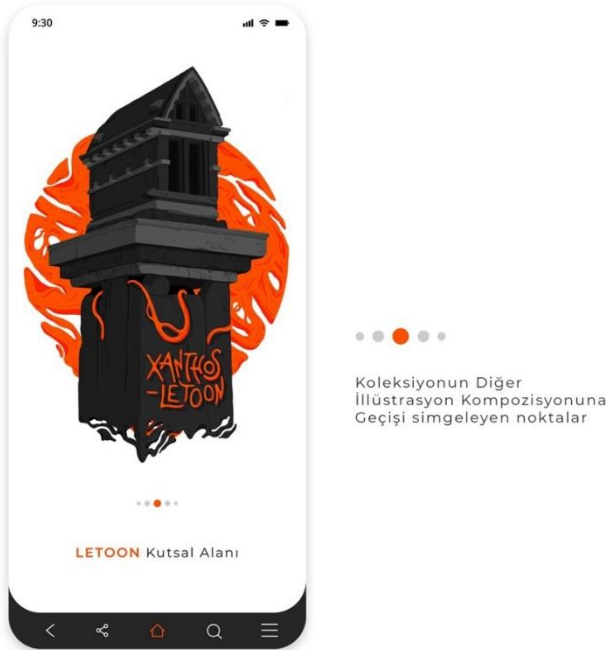
Bu alanda kullanıcı için önceki sayfaya dönüş, mevcut sayfayı veya bilgileri paylaşma, ana sayfaya dönüş, uygulama içi arama yapma ve koleksiyona ulaşabilmeyi sağlayan seçenekler butonu bulunmaktadır. Panel uygulama tasarımının geneline hakim olan koyu gri, beyaz ve turuncu renk kullanılarak oluşturulmuştur. Buton paneli uygulamanın mobil kullanıcı odaklı olması gözetilerek, tek el ile kullanılmaya elverişli olacak şekilde ekrana yerleştirilmiştir (bkz Görsel 11).



Görsel 11. “KÖK” mobil uygulaması buton paneli
(Ardahan Toruk kişisel arşivi, Kasım 2022)

Ana sayfa;

Bu alan kullanıcının uygulama içeriğinde karşılaşacağı ilk sayfadır. Bu alanda kullanıcı “KÖK” illüstrasyon kompozisyonlarını gözlemleyecektir. İllüstrasyonlar izleyicinin odağı olabilecek şekilde konumlandırılmış ve bu sayede izleyicinin simgesel yapıya ait illüstrasyonun ayrıntılarını incelemesi amaçlanmıştır. (bkz Görsel 12).



Görsel 12. “KÖK” Mobil Uygulaması ana sayfa gösterimleri ve Koleksiyonlar arası geçiş simgeleyen noktalar
(Toruk, 2022 s.83)

Kullanıcı arayüzün odak noktasında olan tek mirasa ait illüstrasyonu sağa veya sola hareket ettirerek değiştirebilecek ve uygulama içerisinde bulunan diğer illüstrasyon kompozisyonlarını inceleyebilecektir. Ayrıca bu sayfa miras alanlarına ait diğer sayfalara erişim sağlayan seçim sayfası öncesinde görüntülenen sayfadır. Kullanıcı ekran üzerindeki illüstrasyona dokunduğunda seçim sayfasına ulaşabilecektir.

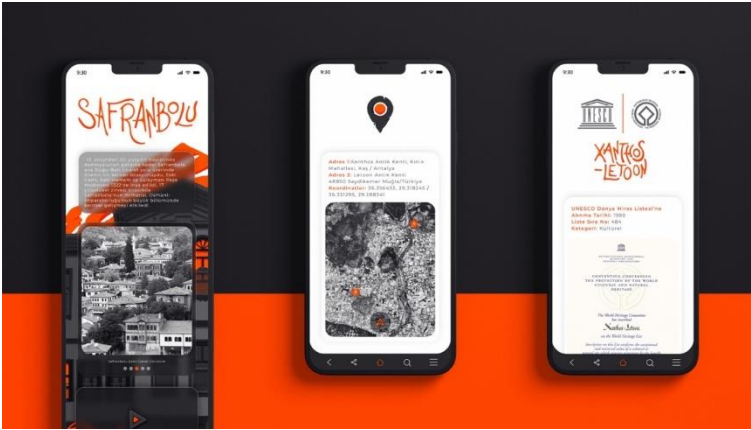
Seçim sayfası;

Bu sayfada kompozisyon arayüzün üst kısmına konumlanarak büyür. Bu sayede miras alanının kurumsal kimliği niteliği taşıyan tipografi izleyicinin odağı haline gelir. Ayrıca bu durum kullanıcıya hangi destinasyonun seçim sayfasında olduğunun bilgisini verecektir (Toruk, 2022, s.83-84). (bkz Görsel 13).



Görsel 13. “KÖK” Mobil Uygulaması seçim sayfası ikonlarının işlevi
(Toruk, 2022 s.85)

İllüstrasyonun al kısmına konumlandırılmış 3 adet ikon buton işlevi görmektedir. Bu ikondan i harfi olarak sembolize edilen kullanıcının bilgilendirme sayfasına erişimini sağlayan butondur. Bilgilendirme sayfası dünya miras alanı hakkında kısa bilgilendirici metinlerin, miras alanının fotoğraflarının ve videolarının yer aldığı sayfadır. Ayrıca bilgilendirme sayfası içerisinde bulunan konum butonu ile kullanıcı miras alanının konumuna erişebileceği konum sayfasına geçiş yapabilecektir. Ortadaki buton ise kullanıcının mirasın doğrudan konum bilgisine, açık adresine, koordinatlarına ve varsa web sayfasına erişmesini sağlayacak olan konum sayfasına yönlendirilecektir (Toruk, 2022, s.84). Bu üç buton arasında en alt kısımda bulunan ve Dünya Miras Komitesi logosu ile gösterilen buton, miras alanının Dünya Miras Listesi'ne alınmasını tescil eden belgeye ve miras alanının hangi kategoride sınıflandırıldığını tarihleri ile gösterecek olan Dünya Miras Komitesi sayfasına erişimini sağlayacaktır. Seçim sayfasında kullanıcının tek bir sayfa üzerinde destinasyon hakkında yapmak istediği tüm işlemleri seçebileceği uygulama içerisindeki miras alanına ait tüm veriye ulaşabileceği seçenekleri barındıran kolay kullanılabilir bir sayfa tasarlamak amaçlanmıştır (Toruk, 2022, s.85).



Görsel 14. “KÖK” mobil uygulama arayüz görüntüleri.

Soldan sağa bilgilendirme, konum, UNESCO sayfaları.

(Ardahan Toruk kişisel arşivi, Kasım 2022)

Mobil uygulama üzerinde erişim sağlanan tüm sayfalarda arayüz tasarımında sabit olarak konumlandırılan buton paneli ile etkileşim sağlanabilecektir. (bkz Görsel 14).

5. Sonuç

Unesco tarafından kurulan Dünya Miras Komitesi tüm dünyada kültürel ve doğal alanları inceleyerek bu alanların bazılarını Dünya Mirası unvanı vermektedir. Bu unvan gerek destinasyonların turizm potansiyeli sebebi ile gerekse bu alanların korunması ve sürdürülebilmesi amacı ile UNESCO tarafından verilen destek dikkate alındığında ülkeler için önemli hale gelmektedir. Bu açıdan alanların tanıtılması, hedef kitlelere tanıtıcı ve bilgilendirici içerikler ile ulaşılması ve Dünya mirası unvanı ile kimlik kazanmış alanlara görsel kimlik kazandırarak markalaştırmak oldukça ilgi çekici olacaktır.

Günümüz internet ve mobil teknolojileri dikkate alındığında mobil uygulamaların bireyler tarafından en çok tercih edilen araçlardan biri olduğu görülmektedir. Bu durum mobil uygulamaları hedef kitleye ulaşmanın en etkili yöntemlerinden biri yapmaktadır. Bu açıdan dünya mirası alanlarının tanıtılmasında mobil uygulamalardan faydalanmak etkili bir yöntem olacaktır.

Dünya miras alanlarının veya turizm destinasyonlarının tanıtımı için üretilmiş mobil uygulamalar incelendiğinde bu uygulamaların pek çoğunun fotoğraflar, haritalar ve metin çerçevelerinden ibaret olduğu görülmektedir. Metaforik bir hikaye anlatmanın en etkili yöntemlerinden biri olan illüstrasyonu bu alanlar için görsel kimlik oluşturma amacı ile kullanmak etkili bir yöntem olacaktır.

Tüm bu çıkarımlar sonucunda Türkiye'deki Unesco Dünya Miras Alanları arasından seçilen destinasyonlar için hazırlanmış "KÖK" mobil uygulaması incelenmiştir. "KÖK" uygulamasında Türkiye'deki dünya mirası destinasyonları arasından seçilen bazı destinasyonlar ortak bir metaforik tema altında birleştirilerek bir hikaye oluşturulmuş ve bu tema doğrultusunda alanların illüstrasyon koleksiyonu hazırlanmıştır. Hazırlanan bu illüstrasyon koleksiyonunun üslubuna bağlı kalınarak seçilen alanlar için kurumsal kimlik niteliği taşıması amaçlanan tipografik çalışmalar yapılmış ve bu çalışmalar illüstrasyonlar ile birleştirilerek kompozisyon haline getirilmiştir. Bir koleksiyon ve görsel kimlik oluşturmayı amaçlayan bu kompozisyonlar ayrıca ortak tasarım dili ile hazırlandığı için daha sonra listeye dahil edilecek olan destinasyonların aynı tema doğrultusunda ekleneceği düşünülerek sürdürülebilir olması amaçlanmıştır. Hazırlanan bu kompozisyonlar ve tema ile uyumlu bir mobil uygulama tasarımı hazırlanmıştır. Mobil uygulama içerisinde miras alanlarının genel bilgilerine, konumlarına ve UNESCO bağlantılarına yer verilerek tanıtıcı ve hedef kitleye ulaşacak rehber niteliğinde bir mobil uygulama arayüz tasarımı olması amaçlanmıştır.

Kaynaklar

- Airey, David.(2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. N.p., Pearson Education: United State of America
- Albert,Marie-Theres ve Ringbeck Birgitta. (2015). *40 Years World Heritage Convention - Popularizing the Protection of Cultural and Natural Heritage*. Walter De Gruyter GmbH: Berlin/Boston
- Banga, C., Weinhold, J. (2014). *Essential Mobile Interaction Design Perfection Interface Design in Mobile Apps*. Indiana : RR Donnelley.
- Bokhua, George. (2022). *Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons*. Rockport Publishers: Amerika Birleşik Devletleri.
- Brazell, Derek ve Davies, Jo. (2013). *Becoming a Successful Illustrator*. Bloomsbury Academic: İngiltere.
- Burrough, Xtine. (2013). *Foundations of Digital Art and Design with the Adobe Creative Cloud*. Pearson Education: Amerika Birleşik Devletleri
- Carter,Rob,Meggs,Phillip B. ve Day,Ben. (2011). *Typographic Design: Form and Communication*. Wiley: Birleşik Krallık
- Carter,Rob,Meggs,Phillip B. ve Day,Ben. (2014). *Typographic Design: Form and Communication*. Wiley: Birleşik Krallık
- Doyle,Susan,Grove,Jaleen ve Sherman,Whitney. (2018) *History of Illustration*. Bloomsbury Publishing: Birleşik Krallık
- Ferrucci, Stefania. (2012). *UNESCO's World Heritage Regime and Its International Influence*. Tredition : Almanya.
- Francioni, Francesco. (2023). *The 1972 World Heritage Convention: A Commentary*. OUP Oxford: Birleşik Krallık.
- Galitz, Wilbert O.. (2007) *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Wiley: Almanya,
- Jāvid, 'Alī, ve Javeed, Tabassum. (2023) *World Heritage Monuments and Related Edifices In India*. Algora: New York
- Karaman, Abdullah. (2018). *Türkiye'nin UNESCO Değerleri ve Turizm Potansiyeli*. Eğitim Yayınevi: Türkiye
- Khirfan, Luna. (2016).*World Heritage, Urban Design and Tourism: Three Cities in the Middle East*. Taylor & Francis: Birleşik Krallık.
- Male, Alan. (2007) *Illustration A Theoretical & Contextual Perspective* Switzerland: AVA Publishing SA.

- Meskill, L. (2014). *States of Conservation: Protection, Politics, and Pacting within UNESCO's World Heritage Committee. Anthropological Quarterly*, 87(1), 217–243. <http://www.jstor.org/stable/43652726>.
- Paganoni, M. C. (2016). *Reclaiming heritage for UNESCO: Discursive practices and community building in northern Italy*. In M. Griffiths & K. Barbour (Eds.), *Making Publics, Making Places*. (s. 75–94). University of Adelaide Press. <http://www.jstor.org/stable/10.20851/j.ctt1t304qd.10>.
- Pelet, Jean-Eric (2017). *Mobile Platforms, Design, and Apps for Social Commerce*. IGI Global: Amerika Birleşik Devletleri.
- Tidwell, Jenifer. (2010). *Designing Interfaces*. O'Reilly Media: Amerika Birleşik Devletleri.
- UNESCO. (1972). *Convention for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. International Legal Materials*, 11(6), 1358–1366. <http://www.jstor.org/stable/20691011>.
- UNESCO and You. (1947). *The Phi Delta Kappan*, 29(2), 62–65. <http://www.jstor.org/stable/20331608>.
- Unesco.org.tr, “UNESCO Dünya Mirası Listesi”, erişim: 2 Ağustos 2024. <https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-Dünya-Mirası-Listesi>
- UNESCO, “World Heritage List”, erişim: 28 Temmuz 2024, <https://whc.unesco.org/en/list/>
- Valderrama, Fernando. (1995). *A History of Unesco*. UNESCO Reference Books-France: UNESCO Publishing.
- Zeegen, Lawrence. (2020). *The Fundamentals of Illustration*. Bloomsbury Academic: İngiltere.

bölüm 7

Okul Öncesi Çocuklara Yönelik Hareketli, Pop-Up ve Sessiz Kitap Uygulamaları¹

Emel Cansu BÜYÜKKÖSE², Nadire Şule ATILGAN³

Özet

Sessiz kitaplar; yazısız veya kısmi yazı içeren, resimlemenin yardımıyla anlatılmak isteneni ileten, özellikle okul öncesi çocuk yaş grubunun, dış dünyaya açılma sürecine katkı sağlayabilecek sanatsal yayınlardır. Hareketli ve pop-up kitaplar, kâğıdın form kazanarak, yüzeylerde üç boyutlu hâl aldığı, resimlemelerin birbirlerini tamamlayabilecek şekilde düzenlendiği, özel sayfalardan oluşan yapıtlardır. Üç boyutlu kitaplarda, iki boyutlu ve durağan resimlemeler, sayfada canlanarak, çocukların kendisini hikayenin içinde hissetmesini sağlayabilmektedir. Hareketli kitaplar, pop-up kitaplar, sessiz kitaplar gibi sanatsal çocuk yayınları, özellikle okul öncesi çocukların gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Sessiz kitaplar, okuma-yazma bilmeyen çocuğun, kitapları kendi başına anlamlandırabilmesine olanak sağlarken, hareketli ve pop-up kitaplar, diğer yüzeysel kitaplardan farkları ile çocukların ilgisini çekerken, kitap ve çocuk bağıını güçlendirebilmektedir. Kitapların içerisinde özgün resimlemelerin kullanımı, çocukları estetik ve bilişsel olarak besleyen unsurlardandır. Çalışma kapsamında, “Yöktez” akademik veri tabanlarından; “sessiz kitap”, “hareketli kitap”, “pop-up kitap” anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan taramaların sonucunda; 11 tez sonucuna ulaşılmıştır. Konuyla doğrudan ilişkili seçilen tezler incelenerek, ulaşılmış olduğu sonuçlar ve veriler incelenmiştir. Tezin problem durumu olan; Türkiye’de ki pop up, hareketli ve sessiz kitapların farkındalığı, önemi ve öğrenme materyali olarak kullanımının uygunluğu gibi sorunlar incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: sessiz kitap, hareketli kitap, pop-up kitap

¹ Okul Öncesi 3-6 Yaş Çocuklara Yönelik Özgün Bir Sessiz Pop-Up Kitap Uygulaması adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Resim Öğretmeni, Pakistan Büyükelçiliği Uluslararası Çalışma Grubu

³ Prof. Dr. , Hacettepe Üniversitesi Dijital OyunTasarımı Bölümü

1. Giriş

Çocukluk dönemi, en hızlı gelişim gösteren, çocuğun gelecek yaşantısında önemli bir etki gösterebilecek bir dönemdir. Bu döneme yönelik çocuğa sunulan oyuncaklar, kitaplar, yayınlar ve diğer ürünler çocukların hayatı anlamlandırmasında ve gelecek karakterine özgü tutum ve davranışlarını şekillendirmesinde önemli bir yere sahiptir.

Çocuk kitapları alanının yaygın bir sektör haline gelmesi ile, Türkiye’de çocuklara yönelik hazırlanmış kitapları bulabilmek her yerde mümkündür. Kitap çeşitleri, sadece kağıt yüzeyine baskı ile sınırlı kalmayarak üç boyutlu pop-up kitaplar, hareketli kitaplar, sessiz kitaplar, sesli kitaplar, duyuşsal (sensory) kitaplar olarak da karşımıza çıkabilmektedir. Okul öncesi çocukların gelişimi göz önünde bulundurulduğunda, birden çok duyuya hitap eden kaynak kitaplar, çocuğun kitaplar ile erken yaşta bütünleşmesinde ve onu bir arkadaş olarak görmesinde etkilidir. Bu kitaplar içerisinde bulunan sanatsal resimlemeler ve çocuğa yönelik hazırlanmış biçimsel düzenlemeler, çocuğun gelecekte estetik yaklaşımında etkili olabilmektedir.

Matbaanın icadından bugüne, kitaplar sürekli bir gelişim göstermektedir. Modern dünya kitaplıklarında, durağan ve iki boyutlu kitap sayfalarının yanı sıra, çeşitli katlamalar ve birleştirmeler yardımıyla hareket edebilen sayfalardan veya parçalardan oluşmuş hareketli, pop-up kitaplar da özellikle öğrenme materyali olarak önem kazanmaya başlamıştır. Hareketli ve pop-up kitapların çocukların ince motor becerilerini kullanmaya davet edebilme işlevi, duyuşsal olarak çocukları hikayenin bir parçası haline getirirken, birden fazla duyunun kullanımını teşvik etmektedir. Birden fazla duyuya hitap edebilen kitapların, öğrenmeyi kalıcılaştırdığı ve kolaylaştırdığı çeşitli araştırmalarda gösterilmektedir.

Eğitsel ve öğrenme materyali olan kitaplar, her bir resimleme üzerinden farklı anlam ve anlatılara bürünerek, çocuğun hayal dünyası eşliğinde, yeni deneyimlemelere olanak sağlayabilmektedir. Erken yaşta çocuğun kitap sevgisi kazanmasında önem taşıyan sessiz ve hareketli kitaplar, kağıt mühendisliğinin eklenmesiyle, çocuğa hem ilgi çekici bir oyun alanı hem de nitelikli aktiviteler yaparak bilişsel, duyuşsal, sosyal ve dilsel becerilerini sergileyebileceği bir oyun arkadaşı olabilmektedir. Çocuk kitaplarında kullanılan resimlemeler ve tasarımlar çocuğun yaş grubuna ve algılama becerine yönelik yapıldığında bu kitaplardan çocuklar daha etkili bir şekilde yararlanabilmektedir. Bu kitaplarda kullanılan teknikler, boyut, kapak, cilt, kağıt, sayfa düzeni gibi biçimsel özellikler, çocuğun iç dünyasına estetik bir uyaran olarak hizmet etmektedir. Türkiye’de son yıllarda yayınevlerinde yapılmış ve yapılmakta olan çocuk kitapları incelendiğinde, bebek

kitaplarında sessiz kitap özelliğine daha çok rastlanırken, okul öncesi dönem kitaplarında meyve, sebze, taşıt, hayvanlar gibi kavramları öğretmeye yönelik kitaplara daha çok yer verilmektedir. Hem sessiz kitap hem de üç boyutlu özellik taşıyan sessiz kitaplar, Türkiye’de yaygın olarak kullanılmamaktadır. Okul öncesi çocukların bilişsel, dilsel, sosyal ve duygusal gelişimlerinin temellerinin atıldığı bu kritik dönemin, çeşitlendirilmiş hareketli, sessiz, üç boyutlu kitaplar gibi materyaller ile desteklenmesi, çocukların; yaratıcılık, hayal gücü ve bilişsel becerilerinde önemli rol oynamaktadır. Sessiz kitaplar, görseller yardımı ile çocukların hikayeyi kendi yorumlarıyla anlatmasına olanak sağlarken, çocuklara eleştirel düşünme becerisi kazandırmaktadır. Çocukların sonsuz hayal gücünü destekleyen okul öncesi kitapları, yazısız biçimleri ile görsel okuma yetilerini geliştirmektedir. Üç boyutlu kitaplar, sunmuş olduğu pop-up açılıp kapanabilen sayfalar, hareketli bölümler ve kabartmalı sayfalar gibi özellikleri ile, çocukların öğrenme sürecinde, kitap ile fiziksel etkileşim kurabilmeyi sağlamaktadır. Çocukların dünyayı keşfetme yolculuğunda, sessiz ve üç boyutlu kitaplar, el-göz koordinasyonu eşliğinde, ince motor becerilerini geliştirirken, sıradan kitaplara kıyasla çocukların daha uzun süre ilgi duyarak vakit geçirmesine katkı sunmaktadır. Sonuç olarak, sessiz kitaplar, üç boyutlu kitaplar, pop-up kitaplar, çocukların gelişimsel özelliklerine katkılar sunan güçlü öğrenme araçlarından biridir. Bu kitap türlerinin yaygınlaşmasında, hem eğitimcilerin hem de ailelerin erişimleri, baskı ve hazırlanma süreçlerinin geliştirilmesiyle arttırılabilir. Uygun maliyetli üretim teknikleri, modüler üç boyutlu kitapların, bu kitapların eğitim programlarına dahil edilmesi, kütüphanelerde özel bölümler sağlanması, bu kitap türlerine üretebilecek özel matbaaların kurulması, özellikle yapımı zor olan üç boyutlu kitapların sayısını arttırarak, erişiminin kolaylaşmasında etkili olabilecek yöntemler arasındadır. Tüm bu yöntemlerin kullanılmasıyla, durağan kitapların yerlerini üç boyutlu, sessiz ve pop-up kitapların alması, okul öncesi çocuklarının öğrenme sürecinde önemli bir yer alabilecektir.

Problem Durumu

Okul öncesi dönem, çocukların birçok gelişimsel özelliklerinin hızla ilerlediği bir süreçtir. Bu süreçte çocukların öğrenme faaliyetlerinin geliştirilerek desteklenmesi, özellikle çeşitlendirilmiş kitaplar gibi materyaller aracılığı ile doğrudan etkilenmektedir. Geleneksel teknikler ile hazırlanmış durağan kitaplar, özellikle okul öncesi dönem çocuklarında eğitim materyalleri olarak kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra Metinsiz hikaye kitapları olan sessiz kitaplar, kağıt mekanizmalarına sahip hareketli kitaplar, her iki kitap türünün ortak

özelliklerini ve üç boyutlu unsurlar içeren pop-up kitaplar, çocukların aktif katılımını sağlayan ve öğrenme sürecine olumlu etkiler bırakan materyaller olarak öne çıkmaktadır. Çocukların öğrenme sürecinde üç boyutlu, pop-up ve sessiz kitapların etkileri konusunda yeterli araştırmanın olmaması, bu kitapların üretim sürecindeki zorluklar ve yetersizlikler, öğrenme aracı olarak bu kitapların kullanımlarının yaygınlaştırılması ve önemimin vurgulanması çalışmanın problem durumlarındandır.

Çalışmanın Kapsamı

Bu çalışma, okul öncesi (3-6 yaş) çocukların, öğrenme süreçlerinde çeşitlendirilmiş materyaller olarak sessiz kitap, hareketli kitap ve pop-up kitapların kullanımını ele almaktadır. Araştırma kapsamında belirlenen aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır.

- Sessiz kitaplar, hareketli kitaplar ve pop-up kitaplar, okul öncesi çocukların gelişimsel özelliklerine, öğrenme materyali olarak nasıl katkı sağlamaktadır?
- Okul öncesi çocukların, eğitimcilerin ve ebeveynlerin, bu tarz kitaplara erişim olanakları, farkındalık düzeyi ve kullanım sıklıkları nedir?
- Sessiz kitapların, hareketli kitapların ve pop-up kitapların Türkiye'deki konumu nedir?

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, sessiz kitapların, hareketli kitapların ve pop-up kitapların okul öncesi dönem çocuklarına yönelik kullanım alanlarını, öğrenme süreçleri ile olan ilişkisini, çocukların gelişimsel özelliklerine katkılarındaki rollerini incelemektir. Sessiz kitaplar, özellikle çocukların dil gelişiminde önemli bir role sahiptir. Anlatım becerileri kazandıran sessiz kitaplar, görsellerin anlamlandırılma sürecinde, çocuğun kelime dağarcığını geliştirir ve yaratıcılığı ile yeni anlamlara bürünebilir. Hareketli ve pop-up kitaplar, ilgi çekici kağıt mekanizmaları ile çocukların kitap ile interaktif bir şekilde iletişime geçmesini sağlarken, özellikle ince motor becerilerini geliştirmektedir. Çalışma kapsamında belirlenmiş kitap türleri, çocukların dil gelişimi ve anlatım becerileri üzerindeki etkileri, çocukların ince motor ve duyuşsal algıları üzerindeki katkıları, belirlenen kitap türlerinin çocuklarda eleştirel düşünme ve hayal gücü üzerindeki etkileri, özellikle okul öncesi eğitimde, bu kitap türlerinin kullanımının önemi gibi hedefler doğrultusunda araştırma yapılmıştır.

Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada, sessiz kitaplar, hareketli kitaplar ve pop-up kitapların önemi, Türkiye’deki konumu, eğitim materyali olarak kullanımı betimsel Tarama yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Yöktez akademik veri tabanlarından “sessiz kitap”, “hareketli kitap”, “pop-up” kitap Anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan taramaların sonucunda 11 tez sonucuna ulaşılmıştır. Konuyla doğrudan ilişkili seçilen tezler çalışmaya dahil edilmiştir.

2. Okul Öncesi 3-6 Yaş Çocukların Gelişimsel Özellikleri

Bireyin döllemeden başlayarak sürekli ilerleme kaydeden gelişim sürecinde, bir çok gelişim özelliğinin temelleri çocukluk döneminde atılmaktadır. Gelişim bireysel farklılıkların yanı sıra belirli dönemlerde kritik özellikler göstermektedir. Okul öncesi dönem, ilkokuldan önceki yılları kapsayan bir kurum veya aile içinde bireyin gelişim alanlarında ebeveyn ve eğitimcilerin işbirliği içinde çocukluktan bir sonraki eğitim evresine kadar olan eğitim sürecidir (Koçyiğit, 2012, s.3). Okul öncesi döneminde olan bir çocuk için bu dönem onların bağımsızlıklarını ve yeteneklerini göstermeye başladıkları ilk dönemdir. Çocuk gelişiminde her şey embriyodan başlayarak ilerlerken yapılan araştırmalar ile 3-6 yaş okul öncesi dönemi, ya da erken çocukluk dönemi çocuk kişiliğinin temel hatlarını oluşturmaya sebebiyle önemli bir dönemdir. Doğuştan gelen genetik özellikler ve çevresel faktörlerin etkileşimi uzun bir büyüme-gelişim sürecinde kendine özgü bir kişilik ortaya çıkarmaktadır" (Özdemir vd.,2012, s. 566).

Okul öncesi dönem, çocuklarda merak duygusu ve öğrenme isteğinin yoğun olduğu bir dönemdir (Kabacık, Gul, 2021, s.5143). Okul öncesi dönem çocukları gördükleri, duydukları her şeyi merak ederek, kopyalamaya çalışmaktadır. Onlar için her gün yeni bir macera olmak ile birlikte her şeyi dokunarak, koklayarak, tadarak, izleyerek keşfetmeye çalışmaktadır. Piaget'e göre işlem öncesi dönemde içerisinde olan bireyler özellikle 2-4 yaşlarında ben merkezlidir (Kol, 2011, s.5). Özellikle 2-7 yaş arası çocuklar işlem öncesi dönemde ve kendi dünyalarını nesnelerin işlevine takılmadan yüksek bir yaratıcılık ile farklı işlevlerde kullanarak kendileri deneyimleyebilmektedir.

Eğitimin ilk kademesinde yer alan okul öncesi eğitim bedensel, psikomotor, sosyal-duygusal, zihin ve dil gelişiminde bireyin şekillenip değiştiği dönemi kapsamaktadır (Ömeroğlu, Can, 2004, s. 74). Bireyin yaşam boyu geçirdiği değişimler olarak adlandırılan gelişim çocuğun, öğrenmesini, anlamasını, konuşmasını, oyunlarını, çevresiyle ilişkilerini, bedensel, duygusal, sosyal, zihinsel değişiklikleri kapsayan bir süreçtir.

Okul öncesi dönem çocuklarının uygun sosyal becerileri yaşam içerisinde kendiliğinden kazanmaları doğrudan mümkün olmamakla birlikte, sistemli bir şekilde organize edilmiş ve uygun yöntemlerle desteklenmiş süreçlerle buluşturulmaya ihtiyaçları olmaktadır (Aksoy, 2021, s.392). Çocuk gelişimi araştırmalarına göre çocuğun beklenen ve sağlıklı bir gelişim göstermesinde fiziki çevrenin ve sosyal şartların sağlanması gerekmektedir. Erken çocukluk dönemi içerisindeki çocuklar çevredeki uyarıcılara oldukça açıktır ve bu uyarıcılar çocuğun bilişsel gelişiminde önemli bir role sahiptir (Ulutaş, 2017, s.603). Çocuk uyarıcılar eşliğinde gelecekte sahip olacağı karakteri erken çocukluk döneminde maruz kaldığı etkenler ile şekillendirmektedir.

Okul öncesi dönemde çocuğun en önemli gelişimsel özelliklerinden biri olarak bilişsel gelişim, çocuğun hayata bakış açısında önemli bir yere sahiptir. Hayal kurma becerileri, neden-sonuç ilişkisi kurabilme, akıl yürütebilme, anlama ve anlamlandırma becerileriyle şema oluşturma, uyumsama ve özümseme becerileri bu dönem çocuklarının öne çıkan bilişsel özellikleri arasındadır. Bireylerin dolaysız ve özgür düşüncelerini yaratıcılıklarını kullanarak aktarmaları duyuşsal ve kavramsal olarak gelişimlerini sağlayacaktır (Kelekçi Olgun, 2018, s.65). Bilişsel bir süreç olarak algılama çocuğun kavramlara yaklaşımı ve bunu şemalaştırmasında duyuşsal bilginin alınarak, yorumlanması sürecidir. Algı yeteneği üzerinde çalışan araştırmacılar, bebeklik döneminde en çok görsel ve işitsel algının etkili olduğunu belirtmişlerdir (Çukur ve Delice, 2011, s. 28).

Çocuğun çevresinden gelen etkenlerin, çocuğun iç ve dış dünyasında uyandırdığı keyif alma süreci, gelişim özelliklerinden duyuşsal gelişimi tanımlamaktadır. Duyuşsal gelişimde çocuğun kendini ifade edebilme, anlaşılabilme, sosyal çevreden gelen uyarıcıları anlayabilme becerileri sosyal ve duyuşsal gelişimin özelliklerindendir. Duyuşsal ve sosyal gelişim birbirinden ayırt edilemeyecek kadar birbirine bağımlıdır. Duygu gelişimini en çok etkileyen etmen bireyin diğer bireylerle olan ilişkileri, yani sosyal gelişimidir. 3-6 yaş sürecini teşkil eden, bu dönem çocuğun bireysellikten çıkarak toplumsallaşmaya yöneldiği, kendini sosyalleşmeye adanmış ve bunun yanı sıra zihinsel gelişimiyle de mevcut bilgilere yeni bilgiler kattığı dönemi kapsamaktadır (Alptekin, 2018, s.77). Aile çocuğun ilk sosyal çevresidir. Çocuk ilk sosyal davranışları, aile bireyleri ile olan etkileşimi sonucunda kazanır. Sosyal gelişim ise; toplumsal davranış, duygular, tutumlar, değerler vb. bakımından bireyin yaşam boyunca gösterdiği sürekli ve olumlu değişimlerin tümüdür. Çocuklar bebeklikten ergenliğe doğru gelişirken, yalnızca zihinsel yönden değil, sosyal yönden de gelişme gösterirler.

Çocuklar hem fiziksel hem sosyal gelişimlerini tamamlarken, her biri ayrı ayrı alanlarda değerlendiren dil gelişimi, özellikle çocuk yayınlarının hedefleri doğrultusunda önemli bir gelişim alanıdır. Çocuklar için hazırlanmış her türlü oyuncak, aktivite, kitap onları dil gelişiminde destekleyebilmektedir. Çocuklar için dil gelişimi kendi duygu ve düşüncelerini aktarabilme, sosyal çevrelerine uyum sağlayabilmek adına önemli bir görev üstlenmektedir. Dil edinimi bilinçaltında gerçekleşen doğal bir süreçtir (Altıncı G., 2013, s.52). Çocuğun dil gelişimini desteklemek için en önemli kaynak kitaplardır. Kitaplarda bulunan öyküler, masallar, tekerlemeler çocuğun yaşına uygun seçildiğinde dil gelişimine bireysel ya da etkileşimli olarak etkide bulunmaktadır. Aile ya da arkadaşları ile kitap sayesinde vakit geçiren çocuk sosyal, duygusal ve dil alanında hızlı bir gelişim gösterebilmektedir.

Erken çocukluk döneminde çocuklar kendi fiziksel yeteneklerini keşfetmekte ve geliştirmekte, ilişki dinamiklerini anlamakta ve bunları yanıtlamakta ve dış baskılarla karşılaşmakta ve bunlara tepki vermektedir (Özmerit, 2006, s.264). Hazırbulunuşluk gibi süreçleri kapsayan fiziksel gelişim, bir çocuğun çevredeki nesnelere uyum becerisidir. Bu nesneleri kullanabilmesi fiziksel gelişimin bir parçasıdır. Oyun etkinliklerinde çocuğun koparma, kesme, tutma, bağlama, çözme, düğmeleme, yoğurma, delme, boyama, örme ve geçirme gibi etkinlikleri tekrarlama, küçük kasların gelişimi desteklemekte ve sonuçta günlük yaşamda kullanılan birçok becerinin kullanılmasını sağlamaktadır (Durualp, Aral, 2018, s.258). Çocuk kitapları tasarımında özellikle de bebekler için hazırlanmış kitaplar, onların fiziksel gelişimine yönelik uygun boyutlarda ve kolay çevirip kavrayabileceği özelliklerde olabilmektedir. Meşgul kitap olarak adlandırılan sessiz çocuk kitapları içerisinde, ayakkabı bağlama, cırt cırtlı nesneleri kullanıp yapıştırma, düğme ilikleme, fermuar açma-kapatma gibi günlük yaşamdan fiziksel özelliklerin kullanılması sayesinde, çocukların fiziksel gelişimine kitap aracılığı ile hizmet edebilmektedir.

Çocuk gelişimi birden fazla alanda incelenmesi gereken ve her dönemde, özel kritik özellikler taşıyan, sürekli gelişen ve geliştirilebilen uzun bir süreçtir. Bu süreç boyunca çocuğun kendini gerçekleştirdiği her adım, gelecek karakterinin bir parçasıdır. Çocuk gelişiminde önemli bir yere sahip olan çocuk kitapları, çocukların gelişimine çok yönlü katkılar sağlayan öğrenme ve eğitim materyalleridir.

3. Okul Öncesi Dönemde Çocuk Kitapları

Çocuğun zihinsel gelişiminde büyük bir rol oynayan okul öncesi dönem yani 3-6 yaş dönemi bu alanda uygulanacak eğitimin, kullanılacak materyallerin ve faaliyetlerin önemini arttırmaktadır. Resimli çocuk kitapları, öğrenmenin ve gelişimin en hızlı olduğu okulöncesi dönem çocuklarına özel olarak hazırlanmış, resimlemelerin daha fazla olduğu kitaplardır (Yeşiltepe, Taşkesen, Gül, 2021, s. 53). Resimli çocuk kitapları çocukların öğrenmelerini sağladığı, çocuğun gelişimini destekleyen tüm alanları pozitif şekilde etkilediği ve dünyayı farklı gözden görmelerini sağladığı için erken çocukluk dönemindeki çocuklar için önemli bir araçtır (Düzyol, Gülüm, vd., 2021, s.252).

Okul öncesi çocukların dış dünyaya açılma sürecinde, değişik bakış açıları geliştirme, kitapları arkadaş olarak benimsemesi adına önemli sayılan kaynaklardan birisi çocuk yayınlarıdır. Çocuk yayınlarının amacı çocuğun bütün gelişimsel özelliklerine paralel, onları görsellerle besleyen, empati becerisi kazandıran, kitap sevgisi aşıl原因an yaş ve dönemlerine uygun kaynaklar üretmektir. Birey ve toplumun gelişmesinde eğitimin önemi giderek önemsenen araştırma konusu haline gelmiştir. Ancak erken çocukluk döneminin değeri, son yıllarda kavranmaya başlamıştır (Kaytaz ve Öztürk, 2019, s. 7). Okul öncesi dönemde kitapla ilgili deneyimler, çocukların daha sonraki yıllarda okumayı öğrenmeye karşı duygu ve tutumlarını oluşturmada ilk adımdır (Bayraktar ve Demiriz, 2017, s. 792). Resimli kitaplar henüz okuma yazma bilmeyen çocuğa yeni kavramlar ve deneyimler kazandırmakta ve çocuğun bütün gelişim alanları desteklemektedir. Özellikle erken çocukluk döneminde renkli sayfaların içinde çocuk farklı bir dünyanın kapılarını aralar (Alptekin, 2018, s.78). Resimli kitaplar sayesinde çocuk kendi deneyimlediği dünyanın dışında yeni kavramları farklı resimlenmiş biçimlerde görerek hayal dünyası gelişir. Bir kitabın şekli yetişkinler için çoğu zaman geri planda olup, içinde anlatılanlar daha önemli iken, bu durum çocuklar için farklı olabilmektedir. "Bir çocuğun kendisine anlatılan bir öyküyü, bir masalı sanatçı duyarlığı ile hazırlanmış resimlerine bakarak dinlemesi, çocuğu çok uyarıcı bir öğrenme sürecinin içine çekmektedir. Estetik, "gerçekliğin insanlar tarafından estetik özümlemesinin bilimi" olarak tanımlanabilir " (Özbal, Aydoğan, 2017, s.250). Çocuklar için estetik duygusu ve buna verilen tepkiler çok erken yaşta başlar.

Çocuk kitaplarının hazırlanma sürecinde, üzerinde düşünülmesi gereken önemli noktalardan birisi de estetik yaklaşımlardır. Çocuğun seveceği, heyecanlanacağı, ilgisi çekebilecek kitaplar sayesinde öğrenme ve gelişim süreci olumlu şekilde etkilenmektedir. Estetik becerilerde gelişim bir bebeğin bazı

renklere daha fazla heyecan duyması ya da mama tabağında renkli, dikkatini çekecek şekilde hazırlanmış besinlerin daha çok ilgisini çekmesi, bebeğin ilk estetik bilince karşı yakınlığını göstermektedir. Çocuklara yönelik estetik kaygılar ile hazırlanmış kitap ve oyuncaklar çocuğun estetik tercihlerini gelecekte etkileyebilmektedir. Görsel algılama, çocuğun diğer duyuşsal, bilişsel becerilerine göre en etkili olanıdır. Renk, çizgi, biçim, şekil, oran, uyum, simetri gibi özellikleri sayesinde çocukların haz alması sağlanır (Gültekin, 2011, s.5). Estetik tercihleri etkileyen faktörler kalıtımın ve çevrenin bırakmış olduğu bireysel farklılıklardır. Bu tercihler biyolojik, duygusal, kültürel açılarından çocukların estetik tercihlerini etkileyebilmektedir. Doğduktan 7 yaşına kadar olan küçük çocuklar, estetik gelişim için en önemli ve zengin dönem olan ilk gelişim evresindedir " (Özbal, Aydoğan, 2017, s. 250).

Okul öncesi dönemde hayatı anlamlandırmaya çalışan bir çocuk için, ona en iyi arkadaş olabilecek oyuncak, kitaptır. Okuma yazma bilmeyen 3-6 yaş çocukları için hazırlanan resimli kitaplar veya çok az yazıya yer verilmiş kitaplar çocukların gelişimlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Konusu, dili ve resimleriyle uyarılan çocuklar, kitap dostu ve kitap okumayı seven yetişkinler olarak büyürler. Çocuk kitabı her şeyden önce bir sanat yapıtıdır. Bu görüş çocuk kitabı çizerlerinin uymak zorunda oldukları temel ilke olmalıdır. Bu nedenle çocuk kitabı çizerlerinin çocuğun dünyasını iyi tanıyan, onun ilgi ve gereksinimlerini iyi bilen usta sanatçılar olması gerekir (Şahin, 2014, s.1311). Çocuk yayıncılığı, sahip olduğu resimlemeler, renkler ile sanatsal nitelik taşıyan ürünler olarak çocuk kitapları, çocuğun gelecekteki yaşantısına da katkı sağlayabilen, okul öncesi dönem çocuklarının bilişsel, duyuşsal, sosyal ve bir çok yönden gelişimini destekleyebilen en önemli araçlardandır. Nitelikli çocuk kitapları, çocukların olay, olgu ve durumların sanatçı bakış açısıyla yorumlamasına tanık oldukları görsel ve yazılı araçlardır (Yıldız, 2017, s.793).

Çocuklara yönelik üretilen çocuk yayınları, çocuğu potansiyel bir tüketici olarak görmek yerine, onları sanatsal olarak beslemek ve ona fayda sağlayan en iyi kitabı sağlamak olmalıdır. Çocuk kitaplarında başlıca bulunan temel unsurlar dil, konu, tema, karakter, kurgu, üslup ve görsel unsurlardır. Her çocuk için belirli yaş aralıklarına özel hazırlanmış çocuk kitapları ve özellikleri bulunmaktadır. Bebek kitapları için kolay yıpranabileceğinden, ya da bebeğin anlamsız hareketleri sonucu yırtılabilecek kağıt kitaplar yerine bezden, keçeden, plastikten ya da kalın kartonlardan yapılmış kitaplara daha çok dayanıklıdır. 3-6 yaş çocuklar için masal, hikâye anlama, dinleme ve anlatabilme dönemidir. Bu yaş grubu için ailenin okuyacağı kitaplar uzun anlatıma ve karmaşık kurgulara sahip olmamalıdır. Okul

öncesi döneminde çocuklar bir kitaptan kolay kolay sıkılmayarak aynı hikâyeyi yeniden dinleme isteğinde bulabilmektedir. Çocuk bu kitabı tekrar tekrar incelemek isteyebilir. Okul öncesi dönem olarak adlandırılan 3-6 yaş çocukları için kitap artık bir oyun arkadaşı, kendi başına da keşfedebileceği bir olgu yolunda ilerlemektedir.

Çocuk kitabı hazırlanırken yazar, çizer, psikolog, editör, tasarımcı ve matbaa sorumluları işbirliği içinde çalışmalıdır (Kaya, 2011, s. 14) Öğrenme iyi bir baskının özellikleriyle başlar (Treiman, Rosales ve Kessler, 2016, s.3). Baskının önemi örneğin çocuklara yönelik hazırlanmış olan yiyecek ambalajları, çikolata kapları, oyuncak kutuları, mısır gevreği kutuları üzerindeki şekilli göze çarpan yazılar ile çocuklarda baskı hakkında farkındalık yaratmaktadır. Bu araştırmanın içeriği göz önünde bulundurularak görsel unsurların düzenlenmesi açısından deney yöntemleriyle bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre çocuklar siyah üzerinde parlak ve açık renkleri tercih etmektedirler (Malter, 1948, s.380). Çocuklar renkli bir arka plan üzerine yazılan yazıyı, beyaz zemine üzerinde olan yazılara kıyasla daha çekici bulmaktadır (Treiman, Rosales ve Kessler, 2016, s.235). Serifsiz yazılar çocuk kitaplarında daha sık rastlanmaktadır (Walker, Reynolds, 2003, s.106). Yazı stilleri görsel olarak dikkat çekici unsur olarak tanımlanmaktadır (Cetin, Bay, 2015). Resimli çocuk kitaplarının temel olarak biçimsel özellikleri yedi ayrı başlığa toplanabilir. Bunlar boyut, kapak ve cilt, tipografi, kağıt, sayfa düzeni, görseller, künye bilgileri olarak sınıflandırılabilir (Demircan, 2006, s.14). Biçimsel özellikler bakımından büyüklük kitapların çocuğun kolay tutabileceği ve kavrayabileceği ölçülerde olma özelliğidir. Çocuklar farklı boyutlardaki kitaplara daha çok ilgi duymaktadır. Okul öncesi çocuklarına yönelik bu kitaplar büyük olduğu kadar hafif, çocuğun kolay taşıyabileceği ağırlıkta olmalıdır. Çocuk kitaplarında en önemli ikinci biçimsel özellik kapak olmaktadır. Bir kitabın içinden önce karşılaşılan, ilk izlenimi verip etkileyen kapaklardır. Kapakta, kitabın konusuna uygun bir resimleme ve kitabın adı bulunmalıdır. Bir diğer biçim özelliğinden biri ise kitapta kullanılan kâğıttır. Çocuk kitaplarında, genellikle birinci hamur, parlak olmayan ve dayanıklı kâğıtlar kullanılmalıdır. Çocuk kitaplarında, çocuğun doğuştan gelen fiziksel becerilerinin gelişmesiyle kullanılan sayfa sayısı artmaktadır. Kapaktan sonra kitabı ilgi çekici yapan bir diğer önemli grafik unsuru ise sayfa düzenidir. Çocuğun sıkıcı resimlemeler yerine, düşünmeye teşvik eden, onu her gün gördüğü kavramları veya nesneleri yaratıcılık yolu ile farklı yoldan gösterebilen örnekler ile karşılaşmalıdır. Resimlemeler, tasarımda bütünlük ve denge sağlamak için de kullanılır. Gerekli yerlerde oluşturulan beyaz boşluklar ise; yalınlığın ve bütünlüğün oluşmasını

kolaylaştıracaktır (Kaya, 2015, s.20). Çocuk kitapları için yapılan sayfa düzeninde resimleme kullanımı tek sayfa mı iki sayfa mı kaplayacağı, resimlemenin varsa yazı ile uyumu önemlidir. Resimli çocuk kitaplarının en önemli vurgulaması gereken biçimsel özelliği ise resimlemeler ve görsel unsurlardır. Bunlar çizim ya da fotoğraflanarak oluşturulmuş olabilmektedir. Görseller, yazılara göre daha akılda kalıcı olmaktadır. Resimli çocuk kitaplarında kullanılan resimlemeler, yorumlamaya açık, anlaşılır ve karakterler durağan olmak yerine daha hareketli olmalıdır.

4. Okul Öncesi Çocuk Kitaplarında Alternatif Yaklaşımlar

Okul öncesi çocuklarına yönelik hazırlanmış, görsel yönden ağır basan kitaplardaki geleneksel, durağan anlatıma ek olarak alternatif yaklaşımlar da kullanılmaktadır. Çocukların gelişimsel özellikleri göz önüne alınarak uygulanmış alternatif yaklaşım örnekleri olarak; sessiz kitaplar, pop-up ve hareketli kitaplar, duysal kitaplar, AR Entegrasyonlu kitaplar gösterilebilir. Tüm bu kitaplar çocukların yaratıcılığında, dil gelişiminde, öğrenme motivasyonunu arttırmada önemli rol oynamaktadır.

4.1. Sessiz Kitaplar

Sessiz kitaplar, günümüzde yaygınlaşmaya başlayan hikâyeyi görsel unsurlar ile anlatmak isteyen yazısız, kelimesiz, cümlesiz haya gücünü besleyen, hikâyeyi doğrudan sunmak yerine okuyucunun kendi hikayesini oluşturmasını sağlayan yeni bir kitap türüdür. Arizpe (2013, s.2)'e göre; sözsüz (veya neredeyse sözsüz) bu kitaplar, okuyucuların onlardan nasıl anlam çıkardığı doğrultusunda ilgi çekicidir. Yapmış olduğu çalışmada, sessiz kitapların, eğitim alanındaki çalışmalar ile kavramsallaştırılmasına değinmektedir (Arizpe, 2013). Okuma yazma bilmeyen bir çocuğu bile resimlemeleri, görsel yapısıyla büyüleyen bu kitaplar okul öncesi çocukları için uygun kaynaklar olabilmektedir. Sessiz kitaplar yani “quite books” veya “silent books” terimi ülkemize son zamanlarda ulaşan ve yaygınlaşmaya çalışan kitap türüdür. Sessiz kitaplar harfleri, sözcükleri, cümlesi gibi kitabı kitap yapan yazı ve resim unsuru düşünüldüğünde önemli bir bölümü yokmuş gibi görünen kitap türüdür. Bu türü anlamak adına önce kitap resimlemeleri daha sonra da tamamlayıcı bütünü oluşturan yazı birlikte incelenmelidir. Sessiz kitaplarda anlatılmak istenen hikâye sadece içerisinde bulunan resimler ve okuyucunun hayal gücü sayesinde oluşabilmektedir. Bireysel farklılıklar, değişik tecrübeler ile her insan için bu hikayeler değişebilmektedir. İçerisindeki çizgiler, çizimler, renkler, dokular ile görsel bir haz veren bu kitaplar, herkesin kendi

hikayesini oluşturabileceğinin de bir göstergesidir. Sessiz kitapları anlamak ve anlamlandırmak için hayal gücü gerekmektedir. Bir çocuk için çocukluk döneminde en önemli yetenek hayal gücüdür. Çocuklar kendilerine ne kadar hayal etme imkânı sunulursa o kadar hayal gücü gelişebilmektedir.

Sessiz kitaplar aynı zamanda, çağdaş ve uluslararası çocuk yayınlarıdır. Görsel bir dil birlikteliği, bu kitaplar üzerinden çocukların hayal dünyasına açılmaktadır. Terrusi (2018, s. 11)'ye göre sessiz kitaplar, görüntüleri okuma, eleştirel yeteneği geliştirirken, görsel alfabelerin öğrenilmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda bu kitapların hayal gücüne sağladığı katkılar, eğitim bağlamında da farklı dillerin anlamları, bakış açıları, biçimleri kadar kültürel nesnelerin , görüntülerin gösterilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Sessiz kitaplar okuma-yazma bilmeyen okul öncesi dönemi çocukları için rahatlıkla, sınırsız hayal gücü sayesinde, bilişsel ürünler ortaya çıkarabilecek kitaplardır. Hayal gücü eşliğinde çocuk kitabı resimlemeleri, her bir çocuk için farklı binlerce kelimeye dönüşebilmekte ve sonsuz çeşitliliğe ulaşabilmektedir. Sessiz kitaplarda tek bir hikâye yoktur. Her çocuğun kendi hayat tecrübesiyle oluşturacağı kendine özgü bir hikâye vardır. Resimler, görseller yardımıyla kitaptan birçok kurgu, hikâye ortaya çıkabilmektedir. Sessiz kitaplar okul öncesi dönem çocuklarının dil gelişimine katkı sağlamaktadır. Bilişsel açıdan çocuğun resimlemelere bakarak, bir hikaye üretmesi çocuğun özgüven duygusunu, başarıma duygusunu pekiştirir. Sessiz kitaplar çocukların hayal dünyasına yolculuk yaparak onların yaratıcı yönünü besler, kurgulama ve tahmin yeteneğini geliştirebilmektedir.

Sessiz kitapların, okul öncesi dönemde bulunan çocuklarda kullanımının birçok avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlara bakıldığında, bunlardan en önemlisinin çocukları özgün görseller ile besleyerek dil ve iletişim becerilerinin gelişimi olduğu söylenebilir. Görselleri, kendi kelimeleri ile yorumlayan çocuklar, anlatım sürecinde kelime dağarcıklarını geliştirilmektedir. Sessiz kitaplar, tek bir anlamdan çok her çocuğa göre farklı anlamlara, çocuğun kendi bakış açısı ile şekillendirilmektedir. Bu yönden bakıldığında sessiz kitaplar çocukların yaratıcılığını arttırarak, hayal gücünü etkilemektedir. Çocuklar kitaplarda bulunan görselleri bir araya getirerek, neden-sonuç ilişkisi kurarak eleştirel düşünme ve problem çözme becerileri kazanabilmektedir. Kalabalık metinler yerine görsellere odaklanan çocukların, dikkat ve görsel algıları da olumlu yönde etkilenebilmektedir.

Sessiz kitaplar, aktif katılım gerektiren kitap türlerinden oldukları için, ilk zamanlarında ebeveynler ve öğretmenler tarafından daha fazla katılım ve

rehberlik gerektirmektedir. Bu kitapları nasıl kullanılacağını bilmeyen yetişkinler ve çocuklar açısından yorucu bir uğraş olabilmektedir. Sessiz kitaplar bilişsel bir süreç eşliğinde hayat bulabilmektedir. Sessiz kitaplar, etkileşimli okuma deneyimi, farklı dilleri konuşan çocuklar için evrensel değer taşıması, görseller ile bezenmiş sanatsal değerler taşıması ve özellikle konuşma gecikmesi yaşayan çocuklar için etkili bir öğrenme materyali olabilmesi yönleri ile tercih edilebilen bir materyal olmaktadır.

4.2. Hareketli ve Üç Boyutlu Kitaplar

Matbaanın icadından bu güne, kitaplar sürekli bir gelişim göstermektedir. Modern dünyada kitapların tarihsel serüveni sonucu gelineen noktada, durağan ve iki boyutlu sayfalar ile beraber pop-up (üç boyutlu) ve hareketli kitaplar da yaygın olarak görülmeye başlamaktadır. Bu kitaplarda, üç boyutlu ve derinlik içeren resimlemelerin sayfa üzerinde çeşitli birleştirme ve katlama yöntemleri uygulanmasıyla, görsel bir sahne hazırlamaktadır. Hareketli kitaplar, kağıt mühendisliğinin, yani kağıdın çeşitli katlamalar ve birleştirmeler yardımıyla oluşturulan sayfaların bütünüdür. Üç boyutlu kitap ya da pop-up kitap olarak isimlendirilen bu kitaplar, illüstrasyon barındıran, imgelerin anlamını zenginleştiren hareketli parçalara sahiptir (Wigan, 2012, s. 252).

Hareketli kitaplar, okuyucu tarafından elle hareket ettirilen ya da sayfalar açıldığında kendiliğinden otomatik hareket edebilen sayfalardan bağımsız parçalara sahip kitaplardır (Sarı, 2015, s.15). Kitaplar içerisinde bu şekilde gizli ayrıntıların ve parçaların olması, okuyucunun kitap ile olan etkileşimini arttırmaktadır. Aynı zamanda kitabı oyunlaştırmaktadır. Genellikle bu kitaplarda resimlenen bir sahne ya da mekân üzerine karakterler veya objeler başka bir kağıt parçasının eklenmesi ile parçadan bir bütün oluşturulur. Üç boyutlu kitaplar “açılır kitap”, “üç boyutlu kitap”, “oyuncak kitap” ya da “aksiyon kitap” olarak da adlandırılmakta ve genellikle hikâye kitapları kategorisinde yer almaktadırlar (Erdoğan, 2019, s.3).

Üç boyutlu kitap olarak da ifade ettiğimiz pop-up kitaplar, Türkiye’de pek gelişim gösterememiş ama dünya literatüründe oldukça zengin bir tarihe sahip olmuştur. Türkiye de yayınlanan ve satışa sunulan üç boyutlu kitapların bir çoğu yabancı ülkelerde üretilen veya tasarlanmış olan kitaplardır. Son zamanlarda bu kitaplara olan ilginin artması ile Türkiye’de de bu alanda çalışmalar yapılmaya başlamıştır. Okul öncesi dönem çocukları için pop-up ve hareketli kitaplar, farklı bir boyut kazandırılmış sayfalar sayesinde oldukça ilgi çekici hale gelmektedir. Pop-up kitaplarda iki boyutlu, durağan resimlemeler sayfada canlanarak

okuyucunun kendisini olaya daha yakın ve içinde hissetmesini sağlamaktadır. Hareketli kitaplar yaklaşık 800 yıldır pek çok farklı amaçla kullanılmakta ve pek çok farklı yaştan, kültürden ve eğitim seviyesinden insanın ilgisini çekmektedir (Sarı, 2015, s.15). 18. yy'a kadar yapılan hareketli kitapların birçoğu yetişkinlere yönelik üretilmiştir (Keş ve Sarıca, 2014, s.271). Özellikle bu kitaplar sayesinde anlaşılması zor astronomi, anatomi, tıp, matematik gibi alanlar için üretilmiş olduğu araştırmalara ulaşılabilir. Üç boyutlu kitaplar teknik konular dışında hikâyelerde ve çocuklar için ilgi çekme, eğlendirme ve eğitim konularında günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır. İki boyutlu kitaplara göre daha maliyetli olması sadece dezavantajı olarak görülebilir. Okul öncesi dönem çocukları için bu kitaplar, durağan kitaplardan farklı, onlara farklı açılar ve boyutlar sunan, ve kendisinin hareket ettirebileceği mekanizmalar bulunduran kitaplar sayesinde etkileşimli bir seçenek sunmaktadır.

Üç boyutlu kitapların üretiminde, yazar ve editör konuya karar verdikten sonra kitapta kullanılacak öğelerin hareketi ile ilgili kağıt mühendisi ile işbirliği yapmaktadır. Kağıt mühendisi, belirli efektleri oluşturmak için kağıdın nasıl kesilip katlanabileceğini tasarlar. Kağıt mühendisinin ilk işi, kesilmiş parçalardahil olmak üzere, kitap içinde hareket edecek öğeleri tasarlamaktır. Kağıt mühendisi, öğeleri katlamalı, kesmeli ve yapıştırmalı ve onay için prototip çalışmasını hazırlamalıdır. Bu kitapların hareketli bölümlerinin sayfa sayfa anlaşılması beyaz bir kağıt modelinden yapılan prototip üzerinde bir araya getirilmektedir. İlk prototip, editör ve kağıt mühendisinin incelemesi ve değerlendirmesi için önemli bir unsurdur. Yapıştırma, kağıt hareketi, kanatlar veya katlanmış elemanlardaki değişiklikler bu noktada değerlendirilir. Kağıt mühendisi kitabın üretilebilmesi için öncelikle, hareketli kağıt elemanlarını üretmek için yazıcının kalıplar oluşturmaya izin verecek bir dijital dosya veya başka bir şablon üretmesi gerekir. Üç boyutlu kitapların üretimi diğer kitaplara göre sadece matbaa aşaması ile kalmayarak ayrıyeten bir de el işçiliği gerektirmektedir. Bu kitapların tasarımında bir çok kişi görevlidir. Matbaa sürecinde derlenen kitap parçaları son olarak el işçiliği ile tasarımda belirlenen noktalara yapıştırılarak birden fazla kişi ile birleştirilmektedir.

Üç boyutlu kitapların birçoğu Uzak Doğu, Çin, Tayland gibi ülkelerde üretilerek ülkemizde satışa sunulmaktadır. Arifoğlu (2019)'nın araştırmasında da belirttiği gibi ülkemizde üç boyutlu kitap alanında yeterli üretim olanakları bulunmamaktadır. Kağıt mühendisliği aynı zamanda kağıdı mekanikleştirme sanatıdır. Kağıt mühendisliği sadece üç boyutlu mekanizmalar değildir. Aynı zamanda hareketli kitaplarda kullanılan çekme-itme mekanizmaları, kanatlar,

döner disklerde kağıt mühendisinin resimlemeler ile birleştirmesi için kullandığı yöntemlerdir. Bu yöntemlerde sayfa açıldığında üç boyutlu bir form yerine okuyucunun kendinin hareket ettirebileceği mekanizmalar bulunmaktadır (Barton, 1998). Özellikle üç boyutlu kitaplar, çocuklarda kavramsal ve mekansal düşünmeyi, içerisindeki barındırdığı sayfaların özellikleri ile somut ulaştırabilir.

Türkiye'deki durum incelendiğinde ise, sessiz kitap kavramının, 2022 yılı ve sonrasında tez çalışmalarına konu olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarda sessiz kitaplar, beş ayrı teze konu olmuştur. Sessiz kitaplar, görsel iletişim bağlamında incelenmesiyle, erken okuryazarlık ve anlatı becerileri üzerindeki etkileriyle, dil edinimindeki rolüyle, görsel okuma becerilerinin kazanımında, içerisinde barındırdığı karakterlerin tasarım ilkelerine uygunluğu gibi konularda çalışmalar yapılmıştır. Erfidan (2024), sessiz kitapları görsel iletişim bağlamında incelemiştir ve sessiz kitap örneklerinin ilk olarak Behiç AK'nın 2006 yılında resimlediği "Bir Doğum Günü" adlı kitabı işaret etmektedir. Bu kitapta kullanılan geleneksel resimleme tekniklerini, okul öncesi çocukları için daha uygun bulmuştur. Çalışmasının sonucunda sessiz kitapların, farklı ülke, yaş veya ırklardan çocukları aynı çatı altında toplayan, okuma bilmeyen veya dil engeli olan çocukların faydalanabileceği bir araç olan materyaller olarak göstermiştir. Sessiz kitaplar ile ilgili toplum tarafından yeterince bilgilendirme olmadığı için, bu kitaplar okunmadan önce ebeveyn ve öğretmenlerin eğitilmesi gerektiğini, kitap kapaklarındaki sessiz kitap ifadesinin, daha ayrıntılı ve bilgilendirici şekilde yer alabileceğini, kitapların içerisine yönergeler öneri olarak sunmuştur. Sağlam'a göre (2023); Çocuk kitaplarında kullanılan karakter tasarımları, tasarım ilkeleri ile birlikte bilinçli şekilde kullanıldığında, estetik açıdan değeri yüksek ve daha nitelikli çalışmaların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Sanatsal değeri yüksek kitaplar, çocukların hayal güçlerini daha etkili şekilde beslerken, hedef kitlesine uygun yapılmış kitapların daha verimli olduğu düşünülmektedir. Taşkın (2024), sessiz kitapların dil edinimleri üzerine etkisi konusundaki tez çalışmasının bulgularında, sessiz kitapların çocuklara fikir alışverişi içerisinde zengin yorumlama deneyimi sunan bir araç olduğunu ortaya koymuştur. Çocukların resimli ve yazılı diğer kitaplar ile geçirdiği zamanı kıyasla, sessiz kitap okuma sürecinde daha fazla soru sorarak yorum yaptığı, daha çok etkileşime girdiği sonuçlarına ulaşmıştır. Atasagun (2022), yılında yapmış olduğu görsel okur yazarlık bağlamında sessiz kitaplar çalışmasında, sessiz kitapların, okul öncesi çocukların dil ediniminde önemini vurgulayan, Türkiye'de yapılan ve ilk araştırmalardan biri olma özelliği taşıyan tezi hazırlamıştır. Çalışmasında ulaşmış olduğu sonuçlardan birisi olarak sessiz kitapların, %22,72'lik Bir okul öncesi

öğretmen kesimi tarafından henüz karşılaşmamış veya kullanım alanları hakkında bilgisi olmayan kesim olduğunu saptamıştır. Çalışma gruplarından edinilen sonuçlara göre sessiz kitapların okunmasında görsel okuryazarlık Aktan yararlanıldığı sonucuna ulaşmıştır. Çalışma sonucunda, sessiz kitapların kullanımının ve tanıtımı yaygınlaştırılarak, başta öğretmenler olmak üzere tüm bireylere görsel okur yazarlık eğitiminin verilmesi gerektiğini önermektedir. Bayraktar (2022), yılında okul öncesi öğretmenleri ve velilerin sessiz kitap okuma becerilerine yönelik yapmış olduğu çalışmasında, aynı sessiz kitabı öğrenci, veli ve öğretmene yorumlatarak, anlatılar arasındaki farkı göstermiştir. Sessiz kitapların çocukların yaratıcılıklarını destekleyen materyal olduğunu ve herhangi bir sınırlandırılmaya maruz bırakılmadan, hayal dünyalarını özgürce bu kitaplar sayesinde ifade etmeleri gerekliliğini vurgulamıştır.

Üç boyutlu kitap adının geçmiş olduğu tezlere bakıldığında, ilk çalışmalardan da birisi olarak sayılabilecek 2010 yılında, ilköğretim birinci sınıf kademesi öğrencilerinin yaratıcılıklarında üç boyutlu kitap illüstrasyonlarının incelendiği bir çalışma yapılmıştır. Uygun (2010) yılında yapmış olduğu tez çalışmasında, sınıf öğretmenleri ve resim öğretmenlerine, üç boyutlu kitapları, çoklu zekâ kuramına uygun kalıpların dışında orijinal bir materyal olarak tanımlamıştır. Problem durumlarından biri olarak, üç boyutlu kitaplar gibi etkili materyallerin, Türk yayınevlerinde ve Türk illüstratörler tarafından yeterli örneklerine rastlanmadığını vurgulayarak, kültürel değerlerimizin, zenginliklerimizin, fıkralarımızın veya destanlarımızın bu tarz kitaplarda ya da kartpostallarda olmayışını sorun olarak göstermiştir.

Hareketli ve pop-up kitaplar adındaki tez çalışmaları, 2011 yılından itibaren yapılmış olup dört ayrı tez çalışması bulunmaktadır. Bu çalışmalarda; hareketli ve pop-up kitapların; görsel sanatlar eğitimindeki rolleri, okul öncesi çocuklara yönelik yapılmış hareketli kitaplar, Kütahya il tanıtımı için bir pop-up kitap uygulaması, tarihi ağaçların nesilden nesile üç boyutlu sayfalar üzerinden aktarımı ve pop-up kitaplardaki tasarım sorunları gibi başlıklarda incelenmiştir. Erdoğan (2019), mitolojik öykü temalı pop-up kitap tasarımı konulu tez çalışmasında, kâğıdın matematiksel ve mantıksal dizaynı ile öğrencilere ilgi çekici bir deneyim fırsatı sunduğuna ve bunun ders sürecine yansıtması olduğu olumlu etkileri göstermiştir. Mitoloji gibi karmaşık bir konuyu, öğrencilere aktarmada, sıra dışı yöntemlerin etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Pop-up ve hareketli kitapların, diğer kitaplara kıyasla daha maliyetli olmasına karşın, birkaç Teknik çözümleme eklentileri ile etkili bir öğrenme materyali olabileceğini savunmaktadır. Sarı (2015), 3D pop-up kitap tekniklerinin kullanıldığı ve tarihi ağaçları tanıtmaya işlevi

ile yapmış olduğu tez çalışmasının sonuçlarına göre; pop-up kitapların merak duygusunu harekete geçirerek, çocukların sorgulayıcı yönünü ortaya çıkardığını savunmuştur. Aynı zamanda çocuklarda ağaçların peyzaj düzenlemesi ve üç boyutlu kitabın birleşiminin ortaya çıkarmış olduğu estetik duygular ile, öğrenme alanında farkındalık oluşturacak bir yaklaşım olduğunu göstermektedir. Tuncalı (2011), pop-up kitaplarının tasarım sorunları adlı tez çalışmasında, elektronik ortamların yaygınlaşmasının, basım yayıncılığını geri plana düşürdüğünden kaynaklı sorunlar neticesinde, basılı kitapların yeni dinamik formlar kazandığı üç boyutlu ve pop-up kitaplar gibi dijital ortamda deneyimlemeyen formlar ile yaygınlaştırılması gerektiğini savunmaktadır. Bu tarz kitapların çocukların hayal güçlerini besleyen, onlara yeni bir oyun alanı oluşturan, merak duygusunu harekete geçiren sanatsal yapıtlar olduğunu belirtmiştir. Bu kitapların yaygınlaşmamış olmasını sorun olarak göstermiştir. Uygun (2010), üç boyutlu kitap illüstrasyonlarının öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirmeye katkıları konusundaki tez çalışmasında, ders esnasında öğrencilere üç boyutlu kitap yapım tekniklerini deneyimleme fırsatı sunulmuştur. Yapılan araştırmada pratik ve maliyeti azaltan bir çözüm yolu aranmıştır.

Üç boyutlu, hareketli ve sessiz kitaplar, araştırma ve tez konularına konu olmuş ve giderek önem kazanmaya başlamıştır. Durağan, tekdüze kitapların yerini alması, bu kitapları özellikle okul öncesi çocuklarına olumlu katkılar sağlayacak, sanatsal yapıtlar konumuna getirmiştir.

5. Sonuç

Okul öncesi dönem resimli çocuk kitapları, çocukların hayatı anlamlandırmalarına, farklı düşünme becerileri geliştirmelerine, iç dünyalarını keşfetmelerine olanak sağlar. Çocukların soyut ve somut düşünme becerilerini geliştirirken, soyut kavramları daha iyi anlamalarında yardımcı olur. Çocuk hikâyelerinin, her hikâyede olduğu gibi giriş - gelişme - sonuç bölümleri bulunmaktadır. Resimli çocuk kitaplarında bu sırayı izleyen çocuk, soru-sorma, neden-sonuç ilişkisi kurma becerilerini geliştirir. Okul öncesi dönem resimli kitapları çocuğun merakı doğrultusunda sıkça sorular sorduğu, çevresiyle daha sosyal ilişkiler içinde olduğu zaman da çocuklar için oldukça önemlidir. Bu kitaplarda çocuk kendini anlatabilme, dinleme, kelime dağarcığını genişletebilme fırsatı bulmaktadır. Resimler; kelimelerle aktarılamayan duygu ve düşünceleri çocuğa iletirken, çocukların duyu algılarının gelişimine de katkı sağlamaktadır.

Çocuk kitapları içerisinde barındırdığı karakterler ile çocukları kendine çekmektedir. Resimli çocuk kitapları, çocuklara içinde bulunduğu toplumu

tanınmasında ve ona başka açılarda bakabilmesinde etkilidir. Kitabın, sosyal olayları gösterme yönünün dışında, kitap birlikte sosyal olarak vakit geçirilebilen bir arkadaştır. Çocuğun anne babası ile ya da arkadaşları ile kitap okuması iletişimi güçlendirmektedir. Erken dönemde pekiştirilmiş çocuk-kitap ilişkisi, ilerleyen yaşlarda çocuğun okuma-yazma sevgisini arttırmaya hazırlık olmaktadır. Üç boyutlu kitaplara okul öncesi dönem çocukları oldukça ilgi göstermektedir. Henüz oyun çağında olan, 3-6 yaş çocukları için kitap, eğlenceli bir forma dönüştüğü zaman ilgilerini daha çok çekebilmektedir. Bu kitabı bir oyun aracı görebilmektedirler. Üç boyutlu kitaplar çocukların daha iyi öğrenmesinde etkili olabilmektedir.

Sessiz kitapların daha az karşımıza çıkması, sessiz kitapların öneminin ve çocukların dil gelişimine ve hayal gücüne etkisinin Türkiye’de istenen noktaya gelemediğini gösterebilmektedir. Aynı zamanda hareketli ve sessiz kitapların sentezi olarak hareketli sessiz kitaplara ulaşmak oldukça zordur. Yapılan saha çalışmalarında herhangi bir kitap evinde çeşitli üç boyutlu kitaplara, çok az sayıda sessiz kitaba rastlanmış ama her ikisinin birlikte olduğu hareketli sessiz kitap örneği Türkiye içindeki kitap satış noktalarında görülmemiştir. Türkiyede pop-up yapım teknikleri için yayınlanmış herhangi bir kitap görülmemiştir.

Türkiye’de bu alanda hizmet eden sektörler, bu kitapları üreten matbaalar , üniversitelerimizde çocuk kitabı tasarımı ve üretimine yönelik eğitim-öğretim veren birimler ve olanaklar yeterli değildir. Bu da bu kitapların üretiminin yaygınlaşmamasına neden olmaktadır. Sadece üç boyutlu kitap yapımında öne çıkan matbaalar bulunmamaktadır. Günümüze gelinceye kadar ki süreçte, kitap tasarımının tarihsel serüvenine bakacak olursak pop- up ve sesiz kitapların dünyada önemi artarken ve bu hızlı gelişime ayak uydurmak için ülkemizde de bu amaca uygun yenilikler arttırılmalıdır.

Sonuç olarak incelendiğinde Türkiye’deki online ve fiziksel satış noktalarında, yazıya yer verilen çocuk kitapları çokça mevcutken sessiz kitapların henüz beklenen üretim seviyesine ulaşamadığı görülmektedir. Bu kitapların neredeyse çoğu yabancı yazar ve çizicilere aittir. Türkiye’de çevirisi yapılarak satışa sunulan kaynaklardır. Yerli yayıncı ve tasarımcılar tarafından üretilen kaynakların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Sessiz kitapların öneminin ve nasıl kullanılacağına anlaşılmadığı, halen mevcut eğitimciler ve ebeveynler bulunmaktadır. Bu kitaplar içerisinde yönergeler yer verilerek, kullanımını açıklayan bilgilendirici çalışmalara yer verilmelidir. Üç boyutlu kitaplar yaygınlaştırılarak özellikle okul öncesi dersliklerinde kolayca ulaşılabilen yapıtlar olarak yer alabilmelidir.

Kaynaklar

- Aksoy, P. (2021). okul öncesi öğretmenleriyle yapılan görüşmelere göre okul öncesi dönemde sosyal becerilere ilişkin çok yönlü bir değerlendirme. *Trakya Eğitim Dergisi*, 11(1), 386-411. <https://doi.org/10.24315/tred.749188>
- Alptekin, Z. D. (2018). 3-6 Yaş Grubu Çocuklara Yönelik Yayımlanan Resimli Hikâye Kitaplarının Temel Fen Kavramları Açısından İncelenmesi. *Uluslararası Çocuk Edebiyatı ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), s.76-86.
- Altıncı G., (2013). Dil Edinimi Ve Dil Öğrenimi Olgusuna Beyin Ve Dil Gelişimi Açısından Bir Bakış.Ege Eğitim Dergisi, s.41–62. Erişim: 4.12.2019. <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Download/Article-File/56992>
- Arifoğlu G. (2019). Okul Öncesine Yönelik Hareketli Masal Kitapları İllüstrasyonlarının Tasarımı ve Bir Masal Kitabı Uygulaması.(Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Samsun.
- Arizpe, E. (2013). "Meaning-Making from Wordless (or Nearly Wordless) Picturebooks: What Educational Research Expects and What Readers Have to Say." . *Cambridge Journal of Education*.
- Atasagun, A. (2022). Görsel okuryazarlık bağlamında sessiz kitaplar ve dil edinimi Necmettin Erbakan Üniversitesi , Eğitim Bilimleri Enstitüsü , Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı , Resim-İş Eğitimi Bilim Dalı. Konya
- Barton, C. (1998). Paper Engineering and Pop-Up Demonstration, Guild of Book workers Annual Meeting, Greensboro, NorthCarolina
- Bayraktar, T.(2022). Okul öncesi dönemi öğrencileri ile öğretmen ve velilerin sessiz kitaplara yönelik görsel okuma becerilerinin incelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi , Lisansüstü Eğitim Enstitüsü , Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı , Yeni Türk Edebiyatı Bilim Dalı.
- Bayraktar, V., Demiriz, S. (2017). Okul Öncesi Öğretmenlerin Çocuk Kitabı Seçiminde Kullandıkları Ölçütlerin Kıdem Durumuna Göre İncelenmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Aralık-2017,s. 792.
- Cetin OS, Bay N.(2015). Enhancing The Early Reading Skills: Examining The Print Features Of Preschool Children’s Book. *International Education Studies*. 8, s. 113–124
- Çukur, D., Delice E., (2011). Okul öncesi Çocukluk Döneminde Sağlıklı Gelişimi Destekleyici Dış Mekan Tasarımı. *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi*, 12, s.71-76.

- Demircan, C. (2006). TÜBİTAK Çocuk Kitaplığı Dizisindeki Kitapların Dış Yapısal ve İç Yapısal Olarak İncelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2(1), s. 12-27.
- Durualp E. Aral N.,(2018). Çocukların İnce ve Kaba Motor Gelişimlerine Oyun Etkinliklerinin Etkisinin İncelenmesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(1), s.243- 258
- Düzyol, E., Gülüm, Z., Korkmaz, Ö., Ün, Ş. I., vd. (2021). 5-6 Yaş Resimli Çocuk Kitaplarındaki Resim ve İçerik Öğelerinin MEB Okul Öncesi Eğitim Programı Sosyal-Duygusal Alan Kazanım ve Göstergeler Açısından İncelenmesi. Türk Kütüphaneciliği, 35(2), 249-273. <https://doi.org/10.24146/tk.907572>
- Erdoğan M. 2019. Görsel Sanatlar Eğitiminde Mitolojik Öykü Temalı Hareketli (Pop Up) Kitapların Kullanımı.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Resim İş Eğitimi Bilim Dalı,Yüksek Lisans Tezi. Denizli
- Erfidan, H. B. (2024). Türkiye'de çocuklara yönelik sessiz kitapların görsel iletişim bağlamında incelenmesi ve bir uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü , Grafik Ana Sanat Dalı. İzmir
- Gültekin, T. (2011). Sanat Eğitiminde Estetik Değerlerin Gelişimi Sürecinde Çocuk Ve İletişim. Akademik Bakış Dergisi(24), s. 32-39.
- Kabacık, S. and Gül, E. (2021). okul öncesi eğitim ve permakültür. Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi. <https://doi.org/10.26466/opus.910266>
- Kaya, D. (2015). Çocuklara Yönelik Dergi Ve Kitaplarda Tipografi Sorunları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Tasarım Anasanat Dalı,Yüksek Lisans Tezi. İstanbul
- Kaymaz, M., Öztürk N. (2019). İnsanı Sermayeye Kritik Yatırım Erken Çocukluk Eğitimi. İstanbul: SETA Yayınları
- Kelekçi Olgun M.(2018) Okul Öncesi Sanat Eğitimi İçin Geliştirilen Grafik Aplikasyon Öğrenme Modeli. (Yayımlanmamış Doktora Tezi).Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Keş Y., Sarıca S. (2014). Hareketli Kitap İllüstrasyonlarının Tarih Boyunca Farklı Kullanımları Üzerine Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART-E , 14 , s. 266-283.
- Koçyiğit, S. (2012). Okul Öncesi Eğitime Giriş, Okul Öncesi Eğitim Kurumlarında Personel. Düzenleyen Gülten Uyanık Balat. Ankara: Pegem Akademi.

- Kol, S. (2011). Erken Çocuklukta Bilişsel Gelişim ve Dil Gelişimi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,21,s. 1-21.
- Malter MS.(1948). Children's Preferences For Illustrative Materials. The Journal Of Educational Research, 41, s. 378-385.
- Ömeroğlu, E., Can Y. ,(2004). Ağaç Yaşken Eğiliyor, Okul Öncesi Eğitim. Görüş Dergisi (Tüsiad Yayınları): s. 74-80.
- Özbal, N., Aydoğan İ.(2017). Eğitimde Estetiğin Gerekliliği ve Oluşumu Üzerine Bir İnceleme. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2). s. 249-259
- Özdemir O., Güzel Özdemir P., Kadak M. T., Nasıroğlu S. (2012). Kişilik Gelişimi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 4(4), s. 566-589
- Özmert E., (2006). Erken Çocukluk Gelişiminin Desteklenmesi-III: Aile, 49, s. 256-273
- Sağlam, S.(2023). Çocuk sessiz kitaplarında karakter tasarımlarının tasarım ilkelerine göre incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , Grafik Ana Bilim Dalı , Grafik Bilim Dalı.Konya
- Sarı M. (2015). 3-D (Pop-Up) Kitap Tekniği İle Tarihi Ağaçların Yöre Peyzajını Genç Nesillere Anlatılması Üzerine Bir Çalışma "Hikâye Anlatan Tarihi Ağaçlar. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı. Isparta.
- Şahin, G. (2014). Okulöncesi Dönem Çocuk Kitaplarında Görsel Bir Uyarı Olarak Resim, International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkish, 9(3), s. 1309-1324
- Taşkın, Z.(2024). Sessiz kitapların çocukların erken okuryazarlık ve anlatı becerileri ile dil edinimleri üzerine etkisi .Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi , Eğitim Bilimleri Enstitüsü , Temel Eğitim Ana Bilim Dalı , Okul Öncesi Eğitimi Bilim Dalı. Ankara
- Terrusi, Marcella. (2018). Silent Books. Wonder, Silence and Other Metamorphosis in Wordless Picture Books. Proceedings. 1. 879. 10.3390/proceedings1090879.
- Treiman R, Mulqueeny K, KesslerB.(2015). Young Children's Knowledge About The Spatial Layout Of Writing. Writing Systems Research, s. 235 – 244.
- Tuncalı, E. (2011). Çocuk pop-up kitaplarının tasarım sorunları ve teknikleri: Bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Grafik Ana Sanat Dalı. Ankara

- Ulutaş, A. (2017). Okul Öncesi Dönem Çocuk Kitaplarındaki Resimlerin Çocuğa Göreliliğinin Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 61, S.603) Erişim: 5.12.2019.
- Uygun, E. (2010). Üç boyutlu kitap illüstrasyonlarının ilköğretim birinci kademe öğrencilerinin yaratıcılıklarını geliştirmekteki etkileri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Resim Bölümü , Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı ,Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı
- Walker S, Reynolds L. (2003). Serifs, Sans Serifs And Infant Characters in Children's Reading Books. Information Design Journal+ Document Design. 11, s. 106–122.
- Wigan, M. (2012). Görsel İllüstrasyon Sözlüğü, Literatür Yayınları, İstanbul.
- Yeşiltepe, A., Taşkesen, S., & Gül, Y. (2021). okul öncesi dönem resimli çocuk kitaplarının resimsel özellikler bakımından incelenmesi: bir karma yöntem araştırması. The Journal of Academic Social Science Studies, Yıl: 14/87, 51-74.
- Yıldız A., (2017). Okul Öncesi Dönem Çocuğunun Eğitim ve Gelişiminde Kitabın Rolü ve Bu Süreçte Anaokulu Kütüphanelerinin Gerekliliği. International Journal of Social Sciences And Education Research, 3(3), s. 792-802.

bölüm 8

Etkileşimli Tasarım Süreci Olan Stop Motion Animasyonun Etkileşimli Anlatıya Dönüştürülmesi ¹

Süeda ŞATIR TORUK ², Nadire Şule ATILGAN³

Özet

Etkileşimli bir anlatı için etkileşimli bir tasarım süreci gereklidir. Hedef kitlenin aktif bir izleyici olması için, görsel bütünlüğün önemi ve etkisi büyüktür. Bir anlatının ilgi çekici olması, etkileşimli olmasında görsel bir bütün sağlanarak hedef kitleye ulaşmasında, belirli görsel sanat disiplinlerinden destek alınmaktadır. Grafik tasarım alanlarından; illüstrasyon ve animasyonun görsel efekt yazılımları arasındaki uyumluluk, etkileşimli anlatıların şekillenmesinde anahtar rol oynamaktadır. Dijital illüstrasyonun renk, doku, fırça şekli kombinasyonlarının tasarım sürecindeki etkisini çıktı olarak cut-out tekniği ile stop motion animasyon haline getirmek mümkündür. Stop motion tekniğinin diğer dijital olarak üretilen animasyon tekniklerinden en ayırt edici özelliği seçirmeli bir şekilde görüntünün hareket ediyor olmasıdır. Stop motion tekniklerinden “cut out” da ise ışık, görüntü, hareket vb. gibi durumlarda etkin şekilde tasarımcının hikayesine uygun bir şekilde hareket edebiliyor olması avantaj sağlamaktadır.

Bu bölümde animasyonun gelişim süreci ve stop motion örnekleri üzerinden, etkileşimli bir animasyon oluşturma sürecinin önemi ele alınmıştır. Uygulama çalışmasının etkileşimli bir şekilde tasarım üretilmesi, hem izleyicilere hem de tasarımcılara özgün bir deneyim sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: grafik tasarım, stop motion animasyon, illüstrasyon, cut-out, etkileşimli anlatı.

¹ Bu çalışma; Süeda Şatır Toruk’a ait “Stop Motion Tekniği ile T.C. M.E.B. Halk Eğitim Merkezleri’nin Tanıtımı.” Yüksek Lisans Tezi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, 2020 yüksek lisans tezinden türetilmiştir

² Araştırma Görevlisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü.

³ Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi Dijital OyunTasarımı Bölümü

1.Giriş

Bu çalışma, stop motion animasyonun etkileşimli bir anlatıya sunulması, izleyiciyi aktif bir katılımcıya dönüştürerek hikaye deneyimini zenginleştirmenin, tasarımsal açıdan önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Bu dönüşüm, kullanıcı tercihlerinin hikaye akışını etkilediği veya yönlendirdiği, yenilikçi ve dinamik bir anlatım biçimi sunmayı hedefler. Böylece, hem kullanıcıların yaratıcı sürece dahil olması hem de daha derin bir etkileşim düzeyine ulaşılmasını sağlayacaktır. Etkileşim olmazsa izleyiciler herhangi bir anlatımda pasif dinleyici olarak kalabilir. Bir konunun daha iyi anlaşılır olması için, tasarımın ilgi çekici olması gerekir, ilgi odağı anlatıma yönelen izleyici ile bu şekilde iletişim kurulması kolaylaşır. Etkileşimli anlatıların hedef kitleye uygun olması, anlatıda kullanılan tasarım disiplinine ve sürecine bağlıdır.

Animasyon, olağanüstü derecede geniş bir teknik ve uygulama kümesini kapsar ve bu nedenle eşit derecede çeşitli bir çalışma alanı oluşturur (Ratelle ve diğerleri, 2018, s. 8). Etkileşimli anlatı ise geleneksel anlatıyı görsel sanat ve etkileşimle birleştirdiği için günümüzde var olan en iddialı sanat biçimidir (Meadows, 2002, s. 11). Bu tür anlatılar, izleyici ya da kullanıcıyı hikayenin bir parçası yaparak etkileşimi en üst seviyeye çıkarır.

Animasyonun çeşitliliği ve etkileşimli anlatının görsel sanatları kapsamıyla birleşen bir tasarım, hedef kitle açısından oldukça ilgi çekici olabilir. Etkileşimli anlatıların, örneğin video oyunları gibi imgeler içermesi doğaldır. Anlatım metinle sınırlı değildir. Anlatım metne düzgün bir şekilde aktarılmıştır, ancak metin imge ile yakındır ve bir imge, bir tür “sözsüz metin” olabilmektedir. Metin ve imge arasındaki ilişki artık tamamlayıcıdan rekabetçiye kadar uzanmaktadır. Dergiler, televizyon, internet, gazeteler, gösterge panelleri, para, saatler, çizgi romanlar, paketleme, reklam, giyim, haritalar, oyunlar ve hatta sık sık gönderilen e-postalar, metin ve imgenin yan yana geldiği örnekler sunmaktadır. Anlamanın yorumlanması, bir hikayeyi okumayı çabaya değer kılan şeydir (Meadows, 2002, s. 33). Bu sebeple görsel unsurlar, hikayenin etkisini artıran ve izleyiciyi aktif hale getiren önemli bir araçtır. Animasyon fikrini geliştirmenin ilk aşaması olarak bir senaryo yazmak ve ardından filmin; karakter ve mekan tasarımını sonrasında da ses efektleri üzerine bir planlama gerekir.

Görsel unsur bu sebeple burada devreye girmektedir. Görsel anlatıda hareketsiz nesneleri harekete geçirmek için belirli animasyon teknikleri kullanılmaktadır. Animasyon fikrini geliştirmenin ilk aşaması bir senaryo yazmak ve ardından filmin görünümünü, karakterlerin tasarımını ve en önemlisi film için sesi planlamaya başlaması gereken görev üzerinde çalışmaktır. Animasyon, diğer

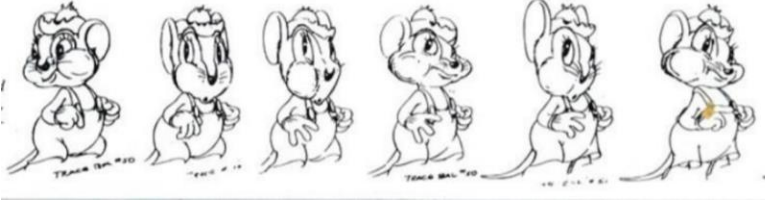
film yapım faaliyetlerinden çok farklı bir süreçtir; temel farklar, ses parçasının önce kaydedilmesi ve düzenlemenin çoğunun planlama aşamalarında yapılmasıdır. Geçilen her aşama, nasıl çalışacağını daha kesin bir şekilde görselleştirmeye yardımcı olmaktadır. Fikirle bu planlama aşamalarının her biri yapılabilir (Shaw, 2004, s. 36). Animasyonun bu süreçleri, tasarımsal açıdan planlama gerektirir ve bu sayede izleyiciye etkileyici bir deneyim sunulmuş olur.

İster bir web sitesi geliştiren bir grafik tasarımcı, ister yeni bir uygulama oluşturan bir ürün tasarımcısı veya yeni bir etkileşimli video üreten bir yönetmen de olsa, dijital devrimin tasarım ve üretim süreçlerinin tüm yönlerine ne kadar dokunduğu açıktır. Dahası, dijital teknolojinin ortaya çıkışı, paylaşılan yazılım araçları, geleneksel medya ve ürünlerin dijitalleştirilmesi yeni yaratıcı uygulama biçimlerine yol açtığından, tasarım disiplinleri arasındaki sınırların belirsizleşmesine de katkıda bulunmuştur. Dijital medyanın farklı kullanım alanları ve var olan uygulama çeşitliliği, “etkileşimli tasarım” terimi altında kapsanabilecek belirli bir dizi ilgili beceri ve uygulama parametresini tanımlamayı zorlaştırmaktadır (Steane, 2015, s. 8). Etkileşimli tasarımın, hedef kitleye hitap edebilmesi için etkileşimli anlatı olmasında tasarımcı tarafından seçilen ve uygulanan teknik oldukça önemlidir. Animasyondaki gerçeklik temsilindeki tasarım, tekniklerle oluşturulacak düzeyde olmalıdır.

2.Stop Motion Animasyon

Stop motion animasyon, diğer animasyon türlerinden farklı olarak, üç boyutlu veya iki boyutlu nesnelerin art arda hareket ettirilmesiyle olur. Bu teknik, tasarımcıya somut nesnelerle birlikte etkileşim kurarak yaratıcı olmasını sağlar. Diğer dijital tekniklerden farklı olarak, hareketin doğallığı ve izleyicide bıraktığı izlenim olur.

Animasyon, ortam ne olursa olsun animasyondur. İster kağıt üzerine çizim yapılarak, Plastisin’de modelleme yaparak, ister bir Bolex kameranın önünde birkaç eşleşme kutusunu iterek, ister bilgisayarla canlandırarak; önemli olan bir animatör olmak için hareketi ve nasıl duygu yaratılacağını anlaşılmaması gerektiridir (Shaw, 2004). Bu bağlamda animatörün yaratıcılığına bırakılmış bir teknik olarak düşünülebilir ve tasarım yapacak kişinin oluşturulacak görselle diğer tekniklere göre daha fazla etkileşim halinde olması, daha özgün bir eseri ortaya çıkarmaktadır.



Görsel 1. Çizgi canlandırma,
(Johston ve Thomas, 1981, s.49).

19. yüzyılda ise iki boyutlu nesneleri harekete geçirmek için birçok eğlenceli aygıt oluşturulmuştur. En basitlerinden biri, 1824’ te İngiltere’nin Dr. John Paris’inin “vizyonunun devamlılığı” olarak bilinen bir fenomeni ortaya çıkarmak için icat ettiği “thaumatrope” dir (Sawicki, 2010). Thaumatrope: Üstte veya iki parça arasında tutulan karton bir disktr (Williams, 2009). Disk çevrildiğinde resimlerin birleştiği görülmektedir. Örneğin, bir tarafta bir kuş diğer tarafta da bir kafes bulunmaktadır. Çember çevrilerek kuş kafesin içinde görülmektedir” (Whitehead, 2012, s. 20). Görsel 2’de görüldüğü üzere tasarımcının kendi tarzında oluşturduğu bir illüstrasyon çizim hareketlenerek başka bir görsel olarak ortaya çıkmıştır.

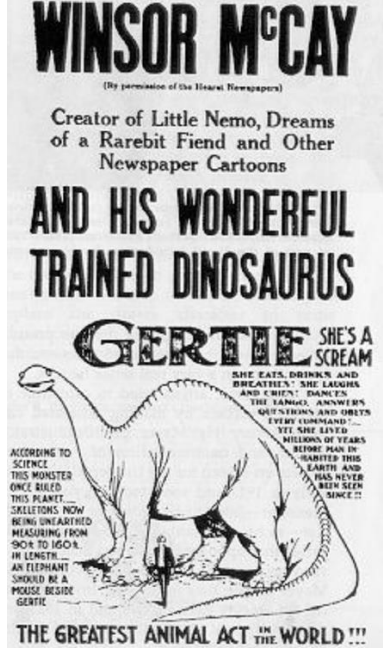


Görsel 2. Thaumatrope karton disk materyali,
(Sawicki, 2010, s. 2).



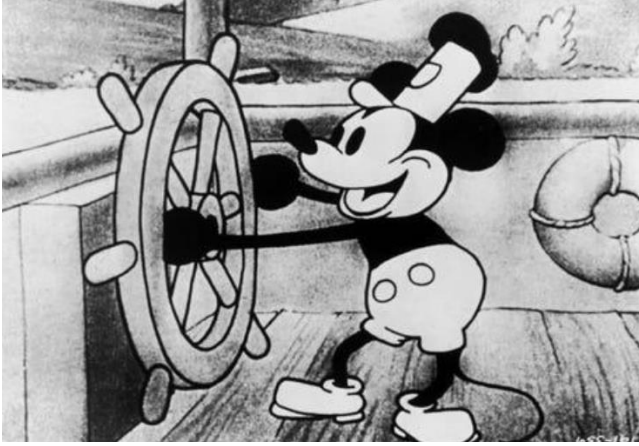
Görsel 3. Zoetrope,
(Sawicki, 2010, s.2).

Bu eğlenceli oyuncak, zoetrope gibi daha sofistike cihazlara dönüşmüştür; bu, biraz farklı görüntülerin bir seriye, devinimli hareket oluşturmak için uygulanmış olmasından kaynaklanmaktadır (bkz. Görsel 3). Zoetrope’a benzer cihazlarla birlikte stop-motion tekniğinin kullanımı ilerlemeye başlamıştır.



Görsel 4. “Dinozor Gertie” canlandırması, 1914,
Kaynak: <https://www.kisa.link/evUuS>, (Erişim Tarihi: 26.06.2024) .

Emile Cohl’ ün, Winsor McCay’ in “Dinozor Gertie” filmi hakkında söylediklerinden, filmin ilk versiyonunun “live action” prolog sekansını içermediği ve tek başına oynayan bir dinozorla ilgili animasyon sekansından ibaret olduğu anlaşılmaktadır (bkz. Görsel 4). Cohl, bu animasyonun gösterildiği perdenin önüne Winsor McCay’ in bizzat çıkıp çizmiş olduğu dinozoru canlı kabul ederek birtakım komutlar verdiği bir sahne performansı sergilediğini söylemektedir (Crafton, 1993, s. 111). 1920’ lerin sonlarında, hareketli resimlere ses eklenmiş ve kare hızlarının değişkenliği dayanılmaz hale geldiğinden, standardizasyonun benimsenmesi gerekmektedir. Bir grup sinema sahibi bir araya gelerek yıllar içinde kullandıkları farklı kare hızlarını karşılaştırarak en iyi sunum hızına karar vermiştir (Sawicki, s. 3).



Görsel 5. Vapur Willie/ Steamboat Willie filminde “Mickey Mouse” karakteri,
Kaynak: <https://www.kisa.link/XpHgX>, (Erişim Tarihi: 21.05.2014).

1928’ de, tamamen senkronize edilmiş bir müziğe sahip ilk çizgi filmi olan Mickey Mouse’ un yer aldığı “Vapur Willie / Steamboat Willie ” yi Walt Disney çıkarmıştır (Bkz Görsel 5). Bu film Disney Studio’ nun klasik dönemini ve animasyon sanatını başlatmıştır. 1930’ ların başından 1940’ ların başlarına kadar Disney, Amerika’ nın en popüler halk kahramanları olan Mickey Mouse, Minnie Mouse, Donald Duck, Goofy ve Pluto gibi gruplara ait bir grup çizgi karakterlerin oluşmasına rehberlik etmiştir. Buna ek olarak, Disney’ in animatörleri “Music Land (Müzik Arazisi)” (1935) ve “The Tortoise and Hare (Kaplumbağa ve Tavşan)” (1935) adlı yeni grafik ve hareket fikirleri denedikleri ve geliştirdikleri Silly Symphonies serilerini üretmiştir. (Hanhardt, 1981, s. 42). 1960’ larda Stan Vanderbeek, bilgisayar grafikleri ve çoklu ekran projeksiyonuyla deneyler yapan en çok beğenilen yeraltı film yapımcılarından biri olmuştur. Kolaj, elle çizilmiş animasyon, canlı aksiyon film döngüleri, video ve bilgisayar tarafından oluşturulan grafikler gibi çeşitli süreçler kullanarak filmler üretmiştir (Krasner, 2013, s. 17). 1990’ larda yazılım araçlarını benimsemeden önce, film yapımcıları, grafik tasarımcıları ve animatörler tamamen farklı teknolojiler kullanmıştır. Bu nedenle, birbirlerinden etkilendikleri veya aynı estetik duyarlılıkları paylaştıkları kadar, kaçınılmaz olarak farklı görünümlü görüntüler yaratmıştır. Film yapımcıları, üç boyutlu fiziksel gerçekliği yakalamak için tasarlanmış kamera ve film teknolojisini kullanmıştır. Grafik tasarımcılar ofset baskı ve litografi ile çalışmıştır. Animatörler kendi teknolojileriyle çalışarak: şeffaf hücreler ve animatör hücreleri değiştirdikçe ve/veya arka planları hareket ettirdikçe birer kare pozlama yapabilen sabit bir film kamerasına sahip bir animasyon standı oluşturmuştur (Armstrong, 2009, s. 128).

Film ve diğer “hareketli resimler” gibi, animasyon da hareketin optik yanılsamasını yaratmak için durağan görüntü dizileri kullanır. Beyin, görüntüleri gerçekte önümüzde olan görüntülerden bir saniye daha uzun süre tutar ve bu da çok sayıda görüntünün hızlı bir şekilde art arda belirmesiyle oluşan bir hayal yanılsamasına neden olur. Bu olguya “görme kalıcılığı” denir. Görüntüler hareket ediyor ve canlanıyor gibi göründükçe, yanılsama güçlü ve büyüleyicidir. Animasyon için görüntüler yazılım, fotoğrafçılık ve çizim yoluyla yaratılabilir. Animasyonun en küçük birimi, tek bir durağan görüntü olan karedir. Kare kare animasyon tekniğinde, bir dizi durağan görüntü çizilir veya dijital olarak oluşturulur. Bu durağan görüntüler, ölçek, yönelim, renk, şekil, katman ve/veya şeffaflıktaki ardışık sapmalarla kareden kareye farklılık gösterir (Lupton ve Phillips, 2008, s. 222). Geleneksel yöntemlerden modern dijital araçlara doğru evrilen animasyon süreçleri, hem estetik hem de teknik açıdan daha kontrollü ve yaratıcı çözümler geliştirilmesine olanak tanır.

Hızlandırılmış fotoğrafçılık, kontrollü ve tutarlı bir şekilde stop motion çekim yapma biçimidir. Hızlandırılmış çekimin etkisi, zamanı ve olayları hızlandırmasıdır, böylece izleyici bir olayı farklı bir bakış açısıyla inceleyebilir (Gasek, 2017, s. 10). Bu bakış açısı ve farklı zaman algısı izleyiciye dair daha geniş bir anlayış kazandırabilir. Animasyon tekniklerinden stop motion, 1970’lerden başlayarak animatörler, bilgisayarları uyarlamaya başlamıştır, böylece animasyonları harekete geçiren kontrol mekanizmaları sağlamıştır (Laybourne, 1998, s. 159). Animasyon süreçlerinin geleneksel tekniklerden, günümüz dijital araçlara geçilmesi sınırsız kontrol ve yaratıcılık alanı sunmaktadır.

2.1.Stop Motion Animasyon Örnekleri

Stop motion animasyon, eski ve yaratıcı tekniklerden biridir. Bu teknik, hareket yanılsamasını bir araya getirir ve nesnelerin kare kare çekilmesiyle gerçekleşir. Tasarımcının manuel olarak elle ürettiği bir teknik olmasından dolayı daha özgün eserlerin ortaya çıkması, izleyici için farklı bir görsel alan oluşturur.

1970’lerden başlayarak animatörler, bilgisayarları uyarlamaya başlamıştır, böylece animasyonları harekete geçiren kontrol mekanizmaları sağlanmıştır. Bilgisayar kontrolünden çok önce, çağrıldığından itibaren, animasyonu üst düzey dünya nesnesine taşımıştır, böylece hareket kontrolü animasyonu olarak bilinen bir alana doğmuştur. Animasyon kamerasını standından çıkardığınızda ve kare kare kontrolü ile bir sahne alanı boyunca taşımak istediğinizde kullanılan tekniktir. Bazen kamera raylara monte edilir. Bazen, çekilmekte olan alanın üzerinde ve üstünde hareket edebilen uzun bir kola tutturulur. Kameranın hareketi kesintiye

uğrar, böylece animatör, tek tek karelerin pozlanması ile devam etmeden önce sahnede kuklalara veya nesnelere değişiklik yapabilmektedir. Sahne yansıtıldığında, kamera hareketi kesinlikle pürüzsüz ve canlı aksiyon hareketinde çekilmiş gibi görünmektedir (Laybourne, 1998, s. 159). Stop motion, sahnede anlık müdahaleler olması bakımından kullanışlı bir tekniktir. Animatörün özgün bir proje çıkarması bakımından, uygun cihaz hareketleriyle kusursuz bir iş ortaya çıkabilmektedir.



Görsel 6. “The Nightmare Before Christmas” filmindeki karakterlerin konsept çizimi.

(Animazing Gallery/Touchstone Pictures izniyle.) (Priebe, 2011, s. 37).

Nightmare, üç yıllık bir süre zarfında San Francisco Körfez Bölgesi’ndeki 40.000 fit karelik bir depo alanında üretilmiştir. Bu, yüksek bütçeli ve bu alanda deneyimli geniş bir yetenek yelpazesıyla ilk kez bir stop motion filminin üretilmesi olmuştur. Disney tekrar zirveye çıkmış, animasyon ilgi çekici olmuş ve stop motion tüm yönleriyle ilk büyük altın çağının dalgasında kalmıştır; kil, kuklalar ve canlandırma efektleri kullanılmıştır. Nightmare, stop motion için şimdiye kadar kullanılmış hemen hemen her kukla ve film yapım tekniğini bir araya getirmiş: ön/arka projeksiyon, çift pozlama efektleri, köpük lateks döküm, bilye ve yuva armatürleri, yedek animasyon ve güçlü karakter performansı tercih edilmiştir. Yapım tasarımı

inanılmaz derecede güçlü ve bir diğer benzersiz özellik de kamerayı hikayenin hareketli bir parçası haline getirmek için modern hareket kontrolünün kapsamlı bir şekilde kullanılması olmuştur (Priebe, 2011, s. 37). Üretilen yeni teknolojilerle birlikte belirli tasarım tekniklerinin birleşmesi ile karakterlerin özgün tasarımlarının bulunması, ilgi çekici bir stop-motion animasyon örneğini ortaya çıkarmıştır (Bkz. Görsel 6).

Hareketi durdurabilmek için hareketli çoğu animasyondan daha fazla kareye ihtiyaç duyulmaktadır. Eksik bir detayı görmek için çok ciddi bir disiplin gerekmektedir. Çünkü genellikle, hareketin ağırlığını, yönünü ve hızını belirlemeye yardımcı olan görüntü gözden kaçabilir. Her kareyi sonraki ve önceki karelerle ilişkilendirmek için çok dikkatli bir şekilde bakılması gerekmektedir (Purves, 2008, s. 11). Hareketin doğru bir şekilde anlaşılması ve animasyonun akıcılığının sağlanabilmesi için her bir kareye ayrı bir özen gösterilmesi gerekmektedir. Animasyonun her aşamasında disiplinli bir çalışma ve teknik detaylara dikkat edilmesi gerekir.

Sürekli çekimin hayatının gerçeklerinden biri, kameranın anında doğru hızda başlamamasıdır. Bu nedenle ilk birkaç kare genellikle bozulmamaktadır. Ek olarak, fotoğraf makinesi çekimin sonunda kapatıldığında, deklanşörün “kapalı” konumda durması garanti edilememektedir; yoksa, aşırı pozlanmış bir “flaş” çerçeve elde edilmiş olmaktadır. Sonuç olarak, bir animasyon dizisinin tamamı (hiç hareket olmayan bölümler bile) aynı şekilde çekilmelidir. Yani, hareketli parçalar için gereken durma hareketini (tek kare çekimi) kullanmak önemli bir aşamadır. Animasyon çekimi için kamerada bir stop motion (tek kare) özelliğinin bulunması önemlidir; çoğu 8 mm ve bazı 16 mm kameralar standart bir özellik olarak yerleşiktir (Perisic, 1978, s. 13). Kullanılan araçların üretim aşamasında özenli bir şekilde kontrolünün sağlanması, ortaya çıkacak olan animasyonun durma hareketlerinde aksamaması için oldukça önemlidir.

Stop motion tekniğinde, kameranın kareleri doğru hızda yakalaması ve her karede tutarlılığın korunması büyük önem taşır. Bu durum, sadece hareketin ağırlığını ve hızını doğru hissettirmekle de ilgilidir. Bu teknik özellikle kil animasyonunda, karakterlerin fiziksel özellikleri ve hareketlerinin detaylı şekilde yansıtılmasını sağlar. Nick Park’ın Wallace and Gromit: Yanlış Pantolon filmi, stop motion’ın ustalıkla kullanıldığı, özgün karakter ve yaratıcı hikaye anlatımıyla öne çıkan bir örnektir.

Kil canlandırma, görüntü yönetmeni ve kukla (kil) animasyonu farklı ve garip karakterlerle sıradışı bir öyküsüyle Nick Park’ın yönettiği “ Wallace and Gromit Yanlış Pantolon/ Wallace ve Gromit (The Wrong Trousers) ” (bkz. Görsel 7), 1993

yılında canlandırılan durma hareketi örneğidir (Pikkov, 2010). Görsel 7’görüldüğü üzere Park’ın, karakterin her bir detayında kendi dokunuşlarının yer aldığı gözükmemektedir, bu dokunuşlar ortaya çıkan eserin özgünlüğünü yansıtarak daha ilgi çekici ve emek içeren bir proje ortaya çıkarır.



Görsel 7. “Wallace and Gromit Yanlış Pantolon” sahne seti,

Kaynak: <https://www.kisa.link/GzOsl>, (Erişim Tarihi: 05.05.2024).

Park, bu canlandırma ile 1994 yılında “En İyi Animasyon Kısa Film Akademi Ödülü”nü kazanmıştır. Nick Park ve Steve Box’un yönettiği “Wallace and Gromit: Yaramaz Tavşana Karşı” (Curse of the Rabbit) (2005) adlı filmi “En İyi Uzun Metrajlı Animasyon” dalında Oscar kazanmıştır (Furniss, 2008). Çoğu kukla, kuklacıyla veya en azından bir varlığıyla ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır; kukla, diğer tekniklere göre daha özgün ve uzun bir sürece sahiptir (Purves, 2008, s. 33). Bu uzun süreli ve detaylı çalışma gerektiren animasyonları, ekip işi ile kolaylaştırmak mümkün olabilmektedir.

2.2. Cut- Out Canlandırma

Stop motion tekniklerinden cut out tekniği animatörler için uygulamalı bir deneyim olan çok ekonomik, kişisel ve samimi bir animasyon şeklidir (Purves, 2010, s. 113). Cut-out animasyon yapmanın avantajı ise istediğiniz her an (ışık, görüntü, hareket vb.) gibi durumlarda etkin bir şekilde müdahale ediyor olmaktır.

“Cut out” tekniğinde en büyük teknik “kesikler” dir. Kesikler, orijinal resimler, doğada fotoğraf, figüratif veya soyut olabilmektedir. Canlandırma da oldukça doğrudan ve uygun bir tekniktir. Tasarımcılar, yöneticiler ve animatörler bu formu

araştırdığında, Lotte Reiniger’ in yönetmeni olduğu “Prens Achmed’ in Maceraları”, 1926’ da bugüne kadar yapılan ilk kesme animasyon filmidir. Dünyanın her ülkesinden, doğrudan ve ucuz yaklaşım nedeniyle canlandırmayı destekleyen sayısız başka kesme canlandırmalar da bulunmaktadır (Gasek, 2004, s. 118). Görsel 8’de görüldüğü üzere silüet bir görüntü mekanda su etkisi ile birlikte karakterlerin hareketiyle oluşturulmuştur.



Görsel 8. “Prens Achmed’ in Maceraları” animasyon filminden “cut-out” tasarımı,
Kaynak: <https://www.kisa.link/EbMLR>, (Erişim Tarihi: 09.06.2024).

Aşağı doğru çekimde en popüler en büyük teknik kesiklerdir. Bu alan, derin geçmişi ve çeşitli uygulamaları nedeniyle kendi başına bir kitap hak edebilir. Kesikler orijinal resimli sanat eseri, doğası gereği fotografik, figüratif veya soyut olabilmektedir (Gasek, 2013, s. 99). Kes çıkar (silüet) animasyonu hareketli parçalara sahip karakterler ana malzeme olarak kağıttan kesilerek ve kamera önünde arka plana karşı kare kare yönlendirilmektedir. Günümüzde, kesikli animasyonların çoğu bilgisayar kullanılarak üretilmektedir; hareketli parçalar çizimlerden kesilerek ve gerektiğinde dijital olarak bilgisayara taşınmaktadır (Pikkov, 2010, s. 20). Cut-out olarak üretilen stop motion animasyonlarında dijital olarak müdahale edilerek, değişiklikler yapılabilmektedir. Adobe Premiere Pro programında fotoğraflar birleştirilerek, hareketli bir görüntü elde edilebilmektedir.



Görsel 9. Emma Burch, “Being Bradford Dillman” isimli animasyon filminden
“cut out” tasarımı,

Kaynak: <https://www.kisa.link/yksUh>, (Erişim Tarihi: 06.08.2024).

Emma Burch’ un zarif ve detaylı filmi Bradford Dillman, minyatür arka planlara karşı oluşturulmuş eklemli biçimli düz figürlerin büyüleyici bir kombinasyonunu kullanmıştır. Bu filmdeki sahnelerden bazıları çok düzlemli sistem kullanılarak elde edilmiş ve detaylı sahne ile harmanlanmıştır (Purves, 2014, s. 125). Görsel 9’da görüldüğü üzere kesik kağıtlarla birlikte, kumaş detayları da tipografi olarak kullanılmıştır.

Kesiklerin çoğu geleneksel bir animasyon standında veya özel olarak canlandırılmıştır. Kameranın duruşu aşağı duruş yönünde olmalıdır. Kesim filmlerinin çoğu figüratif tarafta belli bir anlatı ile olma eğilimindedir. Bunun sebebi ise illüstrasyonların dergilerden çekilmesi veya kesilmesi olabilmektedir (Gasek, 2017, s. 119). İllüstratörler hareket tasarımında çok başarılıdır. Çeşitli görsel estetikler arasında güçlü kompozisyonlar yaratmak üzere eğitilirler. Yaratıcı dünyanın özünde görüntü yaratıcılarıdır. Hareket için tasarım dilini veya ardışık düşünmeyi öğrenen illüstratörler, tasarım odaklı yapılarda çok yaratıcı bir rol oynayabilmektedir (Shaw, 2019, s. 9). Dijital araçların çok yönlülüğü, illüstratörler

için belirli görsel efektleri daha rahat elde etme ve daha etkili çalışma konusunda yeni olanaklar açmıştır. Dijital olarak çalışmak sadece bir araç değişikliğidir. Elle çizilmiş çizimler yapılır ancak kağıt ve boyama malzemesi yerine bir tablet ve çizim yazılımı kullanımı da tercih edilebilir (Salisbury ve Morag, 2012, s. 133). Animatörler tarafından tercih edilen illüstrasyonda, sanatçıların el işi resim yapmaktan uzaklaşarak daha dijital bir stile yönelmesiyle birlikte, kesikler ve kıvrımların yerini pikseller ve vektörler almıştır (Gildersleeve, 2010, s. 9). Dijital illüstrasyonun baskısı kullanılarak, kesik ve kıvrımın animasyonda farklı bir etki oluşturması için cut-out tekniği oluşturulabilir.



Görsel 10. Halk Eğitim Merkezi tanıtım animasyonunda kullanılan “cut out” tasarımı, (Ş,Toruk, 2020, s. 96).

Görsel 10’da görüldüğü üzere Halk Eğitim Merkezini, genç hedef kitleye etkileşimli görsel bir anlatı olarak; cut out tekniğinde stop motion animasyon uygulanarak tasarlanmıştır. Dijital illüstrasyonun çizimi ile baskı alındıktan sonra mekan ve karakter tasarımlarının kesim işlemleri yapılmıştır. Hareketlilik olması açısından karakterlerin farklı açıların dijital baskısı alınarak oluşturulmuştur. Senaryo gereğiyle mekanın ve karakterlerin hem siyah-beyaz görüntüsü hem de renkli görüntüsünün baskıları da alınmıştır.

3.Etkileşimli Anlatı ve Tasarım Süreci

Etkileşimli anlatı, anlatılan bir konunun izleyiciye ulaşması demektir. Bu iletişim, görsel bir bütünlükle sağlanacağı zaman tasarım önemli bir rol oynamaktadır. Hedef kitleye uygun tasarım olmazsa, etkileşim duyulacak bir proje olarak yer alması mümkün olmayabilir. Tasarım problemlerinin ortaya çıkmaması için tasarım tekniği belirlendikten sonra fikir bulma ve geliştirme aşamasına geçilmelidir.

Bir anlatıda (roman, hikaye, senaryo, tanıtım vb.) anlaşılabilen karmaşık bir olay örgüsü hedef kitleye yazılı ve sözlü olarak aktarılamayabilir. Bu anlatı görsel olarak aktarılan bir anlatı olur ise izleyici için karmaşık olaylar daha anlaşılır olabilir. Çizilen hareket, modeller ve çizimler yoluyla hayata geçirilen cansız nesneler ve "canlı aksiyon olmayan" animasyonla birlikte etkileşimli anlatıların hedef kitlenin aktif bir şekilde anlatıya hakim olabilmesi için tasarımın hedef kitleye uygunluğu olmadığından bazı anlatılarda yer alamadığı görülmektedir (Dobson, 2020, s. 4). Bu tarz anlatıların olmaması için belirli tasarım disiplinlerinin öğrenilerek, uygun tasarım tekniklerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Dijital hikayeler, bir hikayenin dijital medya kullanılarak anlatılmasını sağlamak için bir dizi kelime, resim, anlatı ve bazen müzik içerir. Dijital hikayeler kullanmak, farklı ortamlarda birden çok kez erişilebilen bir ürün yaratıldığı için güçlü bir ortam olabilir. Dijital hikayeler yalnızca bir kelime ve resim koleksiyonu değildir. Bir hikaye çizgisine sahiptirler ve katılımcılar bir fikir veya odak geliştirmek ve ardından hikayenin bir başlangıcı, sonu ve merkezi bir teması olması için gelişen bir olay örgüsü oluşturmak için çalışırlar. Dijital hikayeler kullanmak, özellikle hikayeler hizmet kullanıcıları ve bakıcılarla birlikte çalıştıkları atölyelerde formüle edildiğinde öğrenciler için güçlü bir araçtır. Dijital hikayeler, ifade ve katılım için bir yol sağlar, ancak gerçek zamanlı hikaye anlatımının etkileşimli öğesinden yoksun olabilir. Çevrimiçi hikayeler daha etkileşimli olabilir. Bir üniversiteyle yapılan çalışma, evden çıkamayan hizmet kullanıcılarının öğrencilerle etkileşime girebildiği, hikayelerini ve deneyimlerini paylaşabildiği bir çevrimiçi forum içermektedir (Brewer ve Hogarth, 2015, s. 159). Çevrimiçi hikayelerin üretilmesi daha çok kişiye ulaşabilme amacıyla oluşur ve doğru bir hikayenin görsel bir ürünle bütünleşmiş olmasıyla amacına ulaşmış olur.

- * Etkileşimli hikaye dünyaları “hikaye eklenmiş oyunlar” değildir.
- * Etkileşimli hikaye dünyaları “etkileşim eklenmiş filmler” değildir.
- * Konu ve etkileşim arasında temel bir çatışma vardır.
- * Süreç odaklı anlatı ve etkileşim arasında bir çatışma yoktur (Crawford, 2012, s. 3).

Etkileşimli hikaye dünyaları birkaç büyük karardan ziyade birçok küçük karara dayanmaktadır. Günümüzde videolar ek medyaya sahiptir. Grafikler, animasyon, durağan fotoğraflar ve metin etkileşimli hikayeyi görselleştirebilmektedir. Dolayısıyla iki veya üç sütunlu bir senaryo yazmak biraz ayarlama gerektirdiği gibi, etkileşimli medya için yazmak da yalnızca daha fazla medya prodüksiyonu ögesini değil, aynı zamanda doğrusal olmayan biçimi ve programın etkileşimli olanaklarını da barındıracak yeni bir düzen gerektirecektir. Bu hem etkileşimli öğretim programları hem oyunlar ve etkileşimli anlatılar için geçerlidir (Friedmann, 2010, s. 254). Fikirlerin iyi sunulması, hikayenin konuya uygun olması izleyici ile bağ kurulması açısından oldukça dikkat edilmesi gereken konudur. Örneğin; bir oyuncunun oyunu oynaması için oyunda kazanma amacına yönelik olması gerekir ve oyuncu orada bir bağ kurmalıdır. Etkileşimli anlatılarda da fikir iyi sunulursa izleyici kendisini hikayede hissederek empati duyabilme fırsatını yakalayacaktır.

Hareketli görüntü kullanan herhangi bir tasarım projesi maliyetli olabilir ve standart bir tasarım projesine göre dikkate alınması gereken çok daha fazla faktör vardır. Bu tür bir çalışma için bütçe ayırırken, aktörlerin, animatörlerin, stüdyoların, mekanların, düzenlemenin, senaryo yazarlarının, yönetmenin, kameramanların ve yapım sırasında ihtiyaç duyulacak uzman ekipmanın maliyetlerini göz önünde bulundurmak gerekebilir. Hareket ve zaman faktörlerine ek olarak, ses bir projeye başka bir boyut katacaktır. İyi seçilmiş birkaç kelime veya müzik parçası, insanlarla çok kişisel ve duygusal bir düzeyde bağlantı kurabilir (Leonard, 2016, s. 109). Etkileşimli biçimler, ekran üstü etkileşimli tasarımın farklı kullanımlarını sergiler ve etkileşimin küçük ekranın ötesine, ortamlara ve olaylara doğru hareket ettiği, sınırsız biçimlere değinir. Bu örnekler, öğrenilebilir arayüzlerin tasarımı, mobil uygulama geliştirme ve oyun tasarımı üzerine ilgili etkileşim teorisiyle bütünleştirilmiştir (Steane, 2015, s. 11). Stop motion animasyon insanların elindedir. Bir zanaat olarak, stop motion animasyonu tasarlamak, bir kişinin kelimenin tam anlamıyla ellerine bir kukla yerleştirmesini ve onu kare kare canlandırmasını gerektirir. Diğer anlamı ise, stop motion sanatının son zamanlarda, onu yalnızca büyük film stüdyolarına daha belirgin bir şekilde getirmekle kalmayıp, günümüzde benzeri görülmemiş bir şekilde daha fazla eve, okula, web sitesine ve mobil cihaza doğru yol alması olmuştur (Priebe, 2011, s. 17). Stop-motion tekniğinin sadece filmlerde olmaması, daha ulaşılabilir cihazlarda olması hedef kitlenin kolaylıkla bu özgün animasyonları görerek etkileşim halinde olmasını sağlayacaktır.

Tasarımdaki akış, kullanıcının geleneksel metin tanımlarını hiperlinkler aracılığıyla medyanın kendisindeki resimlere (video, grafik ve ses) bağlama

fırsatına sahip olması için bağlantılarla hiyerarşik olur. Her sayfada, kullanıcının konular arasında istediği gibi hareket edebilmesi için diğer dallara bağlanan bir düğme bulunur. Her sayfa, kullanıcıyı dallara ayırarak grafik bir resme götüren düğme veya hiperlink seçenekleriyle daha derin bir seviyede seçim sunmak üzere tasarlanmaktadır (Friedmann, 2010, s. 256). Tasarımcı, kullanıcının yönlendirilebileceği uygun bir tasarımla ancak kullanıcıyı veya izleyiciyi etkileşim halinde bulundurabilmektedir. İzleyici için sunulan önemli hareketli grafik alanlarından animasyon yer almaktadır.

3.1.Etkileşimli Bir Animasyon Oluşturmak

Animasyonlar, etkileşimli duruma dönüştürülmesi için tasarımın hedef kitleye yönelik bir düzeyde olması gerekmektedir. Tasarım süreci, hedef kitleye göre olduğunda izleyici ile bir etkileşim durumu oluşturabilmektedir.

Günümüzde tasarımcılar, bir tasarımın birden fazla platformda çeşitli hareketli grafik araçlarına nasıl çevrilebileceğini ve başarılı bir şekilde nasıl kullanılabileceğini düşünmelidir. Web siteleri giderek daha fazla anlatmaktan ziyade göstermeyi tercih etmektedir, metni, bir ürünü veya konsepti gösteren animasyonlar ve filmlerle değiştirilmekte ve bunlar giderek daha etkileşimli hale dönüşmektedir (Leonard, 2016, s.106). Etkileşim Tasarımı alanı, genellikle teknolojik değişimin yaygınlığı ve doğası ile uyumlu olarak, yalnızca son 20 yılda yapılandırılmış ve benzersiz bir disiplin olarak kabul edilmiştir (Steane, 2015, s. 16). Etkileşim duyulacak tasarım tekniklerinden animasyon tercih edilebilir. Animasyon, hareket için tasarım, görüntü oluşturma ve hikaye anlatımının birleşimidir. Bir hareket tasarımı projesinin veya prodüksiyonunun ilk yaratıcı aşamalarını kapsar. İster kamerada ister animasyon yoluyla hareket yaratmaya başlamadan önce, belirli miktarda planlama faydalıdır. Bir projenin güçlü bir konseptte, görsel bir stile, bir hikaye anlatımı için çıktı ve teslimat için belli özelliklere ihtiyacı vardır (Shaw, 2019, s. 7-8). Animasyonun tercih edilmesinin sebebi, yaratıcı bir fikrin daha fazla müdahale edilerek kolaylıkla değişiklik yapılabilmesidir. Belirli bir planlamanın ardından fikri ortaya çıkaracak görsel unsurlar yerini alır ve tercih edilen teknik uygulanır.

Teknolojideki farklılıklar, farklı medyalarda hangi tür içeriğin görüneceğini etkilemiştir. Sinema, özel ışıklandırmayla birleştirilmiş doğa, inşa edilmiş çevreler ve insan formlarının “fotogerçekçi” görüntülerini göstermiştir. Grafik tasarım; tipografi, soyut grafik öğeler, monokrom arka planlar ve kesilmiş fotoğraflar içerir. Animasyonda çizgi filmler, elle çizilmiş düz karakterler ve elle çizilmiş ancak daha ayrıntılı arka planlar üzerinde canlandırılan düz karakterler ve nesneleri gösterir

(Armstrong, 2009, s. 128). Bir animasyonun nihai görünümü, estetik tonu ve biçimsel öğeleri belirleyen bir veya daha fazla stil karesinde ifade edilir. Bir stil karesi, parça boyunca kullanılan grafik öğelerin çoğunu yakalar. Proje için seçilen tipografi, renkler, desenler, çizimler ve fotoğraflar genellikle dahil edilir (Lupton ve Phillips, 2008, s. 228). Renk, desen ve tipografinin birbirine uyum sağlaması, anlatılan fikrin karışıklık oluşmaması için dikkat dağınıklığı oluşturacak görsel unsurlardan kaçınmak gerekir.

Artık bir web sitesine veya diğer dijital projelere dahil edilebilen tüm ayrıntılara rağmen, tasarım ilkeleri geçerliliğini korumaktadır: her içerik parçası, sadece olabileceği için dahil edilmek yerine bir işlev görmeli ve genel tasarıma katkıda bulunmalıdır (Leonard, 2016, s.106). Grafik tasarım ilkeleri işlev halinde tasarım olarak animasyonda uygulandığında, etkileşim duyulan bir içerik oluşur.

Reklam fikri, hikayenin nasıl ortaya çıkacağını, sahneleri, tempoyu ve ritmi, renk paletini, sesi, ses türlerini - her sanat yönetimini ve tasarım kararını yönlendirir (Landa, 2021, s. 208). Zaman tabanlı medyada, birbirleriyle ilişkileri olan bir dizi olay yaratırsınız - zamansal ilişkiler - belirli bir zaman diliminde gerçekleşen görüntüler ve (kelimeler, ses ve eylemler) hikaye olaylarıdır. Örneğin, bir karakter zıplayan ve sonra kırılan bir kutuyu fırlatır. Atma, zıplama ve nihai kırılma, bir olaylar zinciri olarak görsel ve zamansal olarak ilişkilidir (Landa, 2021, s. 208). Her çekimin süresi ve görüntülerin etkileşimi, kontrast, çeşitlilik ve kompozisyonun bir kareden diğerine nasıl aktarıldığı ile ritmik ilişkiler yaratılır. Süre, hareketin var olduğu zaman dilimidir. Ritim ayrıca tempoya bağlıdır - zaman tabanlı reklamın açıldığı hız veya ritim, hareketin hızıdır. İzleyiciler tekrarlanan bir öğe ve hizalama gördüklerinde veya tekrarlanan bir ses duyduklarında, bu tekrarlama eseri birleşik bir bütün olarak algılamalarına yardımcı olur (Landa, 2021, s. 212). Bir reklam filminde veya bir tanıtımda ses ve görüntünün uyumu, izleyicinin sıkılmadan görüntüyü takip etmesi için üretilen animasyonda planlanmalıdır.

Bir animasyonu etkileşimli hikaye tasarımına uygulayarak, hikaye içeriğinin ve etkileşimin mükemmel bir şekilde entegre edildiği ideal durumlar oluşturulmaktadır. İdeal olarak, en üst seviyede tanımlanan oyuncunun atanmış hikaye rolünü de içeren genel bir anlatı hikaye mantığı, tüm alt seviye tasarım kararlarını kapsamaktadır (IDN, 2015, s. 165). İzleyiciler için etkileşimli bir animasyonda; insanların dikkatini, onlar ayrılma fırsatı bulmadan hemen yakalamak gerekebilir. İzleyicinin dikkatini koruyarak, izleyiciyi ilgi çekici bir hikaye, görüntü, hareket veya müzikle ilgilendirmek gerekir. Zaman tabanlı medyada, animasyonda, TV reklamlarında veya videolarda, izleyici hala ekranın

önündeyse insanların dikkatini yeniden çekme şansınız vardır. İnsanları harekete geçmeye çağırarak, farkındalık oluşturup insanları web sitesine yönlendirerek etkileşim haline getirmek gerekir. Eğlendirerek veya bilgilendirerek, tekrar izlenecek veya paylaşılmaya değer olacak kadar ilgi çekici olması gerekebilir (Landa, 2021, s. 212). İzleyicilerin iğisini çekebilmek için, tasarım planından önce hedef kitlenin belirlenmesi gerekir, sonrasında onların merak duyacağı tasarımlar ile ses, görüntü ve hareket tekniği düzeni oluşturulmalıdır.



Görsel 11. Halk Eğitim Merkezi Tanıtımı animasyonu sahnesi, (Ş,Toruk, 2020, s.103).

Gençlerin hedef kitlesini konu alan Görsel 11'deki sahne görüntüsü olan tanıtımın gereksinim halinde olması ve gerçekleştirilmesi ile gençlerin iş yaşamındaki olumsuz durumlardan, karamsar bir durumun içindeyken bu tanıtım karşılıklarına çıktıklarında halk eğitim merkezlerinden faydalanabilmesi adına bir senaryo ve tasarım düşünülerek uygulamalı olarak oluşturulmuştur. Fotoğrafların art arda gelmesi ile birlikte dijital ortamdaki programlarda hareketlendirildiğinde hareketlere uygun eklenen ses efektleriyle birlikte gerçek yaşamda sunulan ortam, stop motion tekniğinde, cut-out uygulanarak canlandırılmıştır (Ş,Toruk, 2020, s.109). Bu çalışma örneğinde genç hedef kitlenin karşılaştığı tanıtımda ses, efekt ve tasarımların ilgi çekici bir görsel anlatı olması göz önünde bulundurularak tasarlanması ve izleyici ve tasarımcı ile etkileşim içinde bulunabilmesi amaçlanarak stop motion animasyon örneğini oluşturmuştur.

4.Sonuç

Anlatılan bir metin veya düşüncenin izleyici için görsel olarak aktarıldığında daha anlaşılır hale gelebilmesi, görsel anlatı hikayelerinde etkileşim olması açısından bu bölümde vurgulanmıştır. Görsel anlatıda hareketsiz nesnelerin harekete geçirilmesi, animasyonun kullanımında hedef kitlenin üzerindeki etkisi aktarılmıştır. Gerçek hayattaki görüntünün iki boyutlu bir şekilde tasarlanıp, aksayan hareketler (stop motion tekniği) ile oluşturulan uygulamanın, genç hedef kitleye farklı bakış açısı ile gösterilen Halk Eğitim Merkezi'ne ait tanıtımın, etkileşim örneği olarak sunulabileceği gösterilmiştir.

Anlatı; bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmek için kullanılır. Anlam, arka plan, bağlam sağlar ve sonrasında ne olacağına dair ilgiyi teşvik eder (Meadows, 2002, s. 36). Animasyonda iyi bir fikir, tüm ses, müzik, hareket, tasarım ve karakter unsurlarını kullanarak hayal gücüne dayalı uçlara taşınan hikaye anlatımı için tam ve mutlak bir neşeyle anlatılması gerekmektedir (Purves, 2008, s. 22). Animasyon için seçilen tipografi, renk, desen, çizim ve fotoğraf tasarım sürecindeki önemli unsurlar olduğundan dolayı stop motion tekniklerinden cut out ve illüstrasyon tekniği incelemelerine ve tarihine bakıldığında deneme ve yanılma yöntemleriyle animasyonun gelişmesinde ve tekniklerinde bir çok aşamadan geçilen ve dijitalleşme ile birlikte hızlıca gelişen bir süreç görülmektedir.

Günümüzde birçok çocuk ve genç yeni teknolojiler, popüler oyuncaklar ve aksiyon figürü pazarı konusunda geniş bir uzmanlığa sahiptir. Bu nedenle, animasyon filmi yapımını kendi seçtikleri aksiyon figürlerini kullanarak öğretmek, anaokulundan üniversiteye kadar her sınıf düzeyinde alakalı ve ilgi çekici olabilmektedir. Öğrenciler, popüler oyuncakları yeniden yorumlayan kendi filmlerini yaparak, dijital medyanın ve genel olarak görsel kültürün eleştirel ve yetenekli üreten tüketicileri haline gelebilirler (Ivashkevich, 2015, s. 46). Bu aşamada öğrencilerin yapım sürecinde etkileşim halinde öğrendikleri bu çalışmalar, üreterek öğrenen ve öğreten bir topluma dönüşebilmektedir.

Kaynaklar

- Armstrong, Helen. (2009). *Graphic Design Theory: Readings from the Field*. Princeton Architectural Press : Amerika Birleşik Devletleri.
- Brewer, Gayle ve Hogarth, Russell. (2015). *Creative Education, Teaching and Learning: Creativity, Engagement and the Student Experience*. Palgrave Macmillan : Birleşik Krallık.
- Crafton, Donald. (1993). *Before Mickey The Animated Film 1898-1928*. United States of America: University of Chicago Press Edition.
- Chrawford, Chris. (2012). *Chris Crawford on Interactive Storytelling*. Pearson Education: Birleşik Krallık.
- Dobson, Nichola. (2020). *Historical Dictionary of Animation and Cartoons*. Rowman& Littlefield: United States.
- Interactive Digital Narrative: History, Theory and Practice*. (2015). Taylor & Francis: Birleşik Krallık.
- Ivashkevich, Olga. (2015). *Engaging a Prosumer: Preservice Teachers Interrogate Popular Toys Through Stop-Motion Animation*. *Art Education*, 68(2), 42–47. <http://www.jstor.org/stable/45154665>.
- Furniss, Mauren. (2013). *Animasyon'un Kutsal Kitabı*. İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları.
- Friedmann, Anthony. (2010). *Writing for Visual Media*. Hollanda: Focal Press.
- Hanhardt, John G.. (1981). *Walt Disney and the Revolution in Film Animation*. New York: Whitney Museum of American Art.
- Gasek, Tom. (2013). *Frame by Frame Stop Motion- NonTraditional Approaches to Stop Motion Animation*. CRC Press: USA.
- Gasek, Tom. (2017). *Frame by frame Stop Motion.The Guide to Non-Puppet Photographic Animation Techniques*. New York: CRC Press.
- Giesen, Rolf. (2019). *Puppetry, Puppet Animation and Digital Age*. New York: CRC Press.
- Gildersleeve, Owen. (2014). *Paper Cut. An Exploration Into the Contemporary World of Papercraft Art and Illustration*. Rockport Publishers: ABD.
- Johnston Ollie ve Thomas Frank. (1981). *The Illusion of Life Disney Animation*. New York: Disney Edition.
- Krasner, J. (2013). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. Hollanda: CRC Press.
- Kolko, Jon. (2011). *Thoughts on Interaction Design*. Elsevier Science: Hollanda.
- Landa, Robin. (2021). *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media*. Wiley: Amerika Birleşik Devletleri.

- Laybourne, Kit. (1998). *The Animation Book*. New York: Three Rivers Press.
- Leonard, Neil. (2016). *Becoming a Successful Graphic Designer*. Bloomsbury Publishing: Birleşik Krallık.
- Lupton, E., Phillips, J. C. (2008). *Graphic Design: The New Basics*. Princeton Architectural Press: Amerika Birleşik Devletleri.
- Meadows, Mark Stephen. (2002). *Pause&Effect The Art of Interactive Narrative*. New Riders: Indiana.
- Pikkov, Ülo. (2010). *Animasophy: Theoretical Writings on the Animated Film*. Tallinn: Estonian Academy of Arts.
- Priebe, Ken A. (2011). *The Advanced Art of Stop-Motion*. Course Technology : Amerika Birleşik Devletleri.
- Purves, Barry J C. (2008). *Stop Motion- Passion, Process and Performance*. Focal Press: Amerika Birleşik Devletleri.
- Purves, Barry JC. (2010). *Basics Animation -4 Stop Motion*. Switzerland: An AVA Book.
- Purves, Barry JC. (2014). *Stop-motion Animation: Frame Film-making with Puppets and Models*.
- Ratelle, Amy, Roe, A.H., Ruddell, C. ve Dobson, N. (2018). *The Animation Studies Reader*. Amerika Birleşik Devletleri: Bloomsbury Publishing.
- Salisbury, Martin ve Styles, Morag. (2012). *Children's Picturebooks. The art of visual storytelling*. Laurence King: Çin.
- Sawicki, Mark. (2010). *Animating with Stop Motion Pro*. Burlington, MA: Focal Press/Elsevier.
- Shaw, Austin. (2019). *Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design*. Taylor & Francis: Birleşik Krallık.
- Selby, Andrew. (2013). *Animation (Portfolio)*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Smith, Gillian Crampton ve Bagnara, Sebastiano. (2006). *Theories and Practice in Interaction Design*. İtalya: CRC Press.
- Steane, Jamie. (2015). *The Principles and Processes of Interactive Design*. Bloomsbury Publishing: Londra.
- Tanır, Mehmet. (2006). *Türkiye' de Halk Eğitim Hizmetlerinin Yönetimi ve Halk Eğitim Merkezlerinin Etkililiği Üzerine Alan Araştırması*.
- Temel, Süreyya. (2015). *Stop-Motion Animasyon Nasıl Yapılır ve Örnek Çalışmalar*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.

bölüm 9

Kriz ve Afet Dönemlerinde Dijital Medya ve Etkileşim Tasarımı

Deniz Yeşim TALUĞ DEMİRİZ ¹

Öz

Dijital çağın getirdiği yenilikler, insanlık tarihinin en hızlı değişim dönemlerinden birinin yaşanmasına neden olmaktadır. Özellikle dijital medya ve akıllı cihaz teknolojilerindeki ilerlemeler, insanların bilgi alma ve paylaşma alışkanlıklarını kökten değiştirmiştir. Günümüz kullanıcıları artık sadece bilgiyi tüketen değil, aynı zamanda kendi içeriklerini oluşturup yayınlatabilen aktif katılımcılar haline gelmiştir. Bu dönüşüm, sosyal medya platformlarından acil durum uygulamalarına kadar geniş bir yelpazede kendini göstermektedir.

Yazının ilk kısmında, dijital iletişim platformlarının özellikleri ve sunduğu imkanlar detaylı şekilde ele alınmaktadır. Bu bölümde, kullanıcıların pasif izleyicilerden aktif içerik üreticilerine geçiş süreci incelenmektedir. Makale daha sonra acil durumlar, krizler ve afetlerde dijital medyanın rolüne odaklanmaktadır. Kriz dönemleri ve deprem gibi doğal afetlerde ulusal ve uluslararası düzeyde geliştirilen dijital çözümler incelenerek, bu teknolojilerin kriz ve afet öncesi hazırlık, anlık müdahale ve sonrasındaki iyileştirme çalışmalarına nasıl katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir. İlgili dijital platformlarda paylaşılan deneyim ve içeriklerin hem yönetim politikalarının şekillenmesine hem de gelecek kuşakların bilinçlendirilmesine katkı sağlayabileceği öne sürülmektedir. Sonuç olarak makale, acil durum ve afet yönetiminde erişilebilir, kolay kullanımlı ve süreklilik arz eden dijital etkileşimli platformlarının geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu tür platformların, mevcut teknolojik imkanların daha verimli kullanılmasına öncülük edeceği belirtilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Dijital dönüşüm, sosyal medya, katılımcı kültür, etkileşim, kriz yönetimi, kriz, afet bilinci, etkileşimli tasarım, kullanıcı deneyimi.

¹ Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

1. Giriş

Dijital dönüşüm, günümüz toplumlarının bilgi, iletişim ve sosyal etkileşim dinamiklerinde köklü değişimlere yol açmış, bireylerin bilgiye erişim ve paylaşım süreçlerini yeniden şekillendirmiştir. Özellikle dijital medya ve akıllı cihaz teknolojilerindeki gelişmeler, bireyleri pasif bilgi tüketicilerinden, içerik üreten ve paylaşan aktif katılımcılara dönüştürerek yeni bir sosyal katılım ekosistemi oluşturmuştur. İletişim biçimlerindeki değişimle beraber toplum da değişmektedir (Shirky, 2008). Bu süreç, sadece bireysel ve toplumsal iletişimi değil, aynı zamanda kriz yönetimi ve dayanıklılık geliştirme gibi stratejik alanları da derinden etkilemiştir.

Bu makale, dijital dönüşümün bireysel ve toplumsal etkilerini ele alırken, dijital medyanın kriz ve afet yönetimindeki potansiyelini ve sınırlılıklarını çok yönlü bir bakış açısıyla değerlendirmektedir. İlk olarak, dijital medyanın bireylerin günlük yaşamlarındaki dönüştürücü etkisi ele alınmakta, ardından kriz ve afet dönemlerinde sunduğu benzersiz katkılar tartışılmaktadır. Bilgi akışını hızlandırma, yardım koordinasyonunu kolaylaştırma ve toplumsal dayanışmayı güçlendirme gibi alanlarda dijital medyanın sağladığı faydalar kadar, dezenformasyon, dijital eşitsizlik ve etik sorunlar gibi karşılaşılan zorluklara da dikkat çekmektedir.

Tasarımcılar, dijital dönüşümün bu çok boyutlu etkilerinin yönetilmesinde kritik bir rol üstlenmektedir. Kullanıcı dostu, erişilebilir ve etik ilkelerle donatılmış platformlar geliştirmek, kriz ve afet yönetiminde dijital medyanın etkinliğini artırmının yanı sıra, günlük yaşamda bireylerin ve toplumların dijital araçlardan daha fazla fayda sağlamasını mümkün kılmaktadır. Bilgi doğrulama mekanizmalarından, kültürel bağlamlara duyarlı tasarımlara kadar geniş bir alanda geliştirilecek yenilikçi    mler, dijital medyanın bireysel ve toplumsal dayanıklılığı artırmadaki potansiyelini ortaya koymaktadır.

Dijital dönüşümün kriz yönetimindeki etkilerini tartışarak literatüre katkı sağlamayı hedefleyen bu çalışma hem mevcut uygulamaları değerlendirmekte hem de tasarımcılar ve teknoloji geliştiriciler için gelecekteki çalışmalara ışık tutacak öneriler sunmaktadır. Böylece, dijital medyanın kriz ve afet yönetiminde daha etkin kullanılmasına yönelik teorik, stratejik ve görsel bir  er eve oluşturmayı amaçlamaktadır.

2. Medyanın Dijital Dönüşümü ve Katılımcı Kültür

İnternet  ncesi dönemde var olan iletişim ve ifade araçlarına geleneksel medya veya konvansiyonel medya adı verilmektedir. Televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi ve kitap gibi platformlar bu kategoride değerlendirilir. Bu klasik medya araçlarının en belirgin özelliği, iletişimin tek yönlü olması ve içeriğin

yayıncılardan alıcılara doğru tek taraflı akmasıdır. Geleneksel medyada içerik üretimi ve dağıtımı belirli kurumların tekelinde olup, izleyici veya okuyucunun geri bildirim imkanları oldukça sınırlıdır. Modern ve/veya dijital medya ise içerik üreticileri ve tüketicileri arasında karşılıklı etkileşime olanak tanıyan platformları kapsamaktadır. Bu yeni medya biçimi, bilgisayar teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkmış ve internetin yaygınlaşmasıyla geleneksel medya kadar, hatta bazı alanlarda daha etkili bir konuma ulaşmıştır (Binark, 2007). Dijital medyanın sağladığı üretim ve dağıtım olanakları, kullanıcıların coğrafi sınırları aşarak tanımadıkları kişilerle bilgi paylaşımı yapabilmeleri ve mevcut platformları yaratıcı biçimde kullanma eğilimleri, etkileşimli medyanın çağdaş iletişimin temel unsuru haline geldiğini göstermektedir. Bu dönüşüm, pasif izleyici konumundaki bireyleri aktif içerik üreticilerine dönüştürmüş ve demokratik bir iletişim ortamının oluşmasına katkı sağlamıştır. Başka bir deyişle, yeni medya, anında ve sürekli iletişim olanakları doğurmuş, kullanıcıları içerik yaratıcıları haline getirmiş ve böylece medya, yalnızca bir bilgi dağıtım kanalı olmaktan çıkarak, katılımcı kültürün temel taşlarından biri haline gelmiştir.

Dijital iletişimin ilk aşaması olan Web 1.0, hiper metin yapılarını bilgisayar ekranına taşımasıyla başlamıştır. Bu gelişme, içeriğin dijital ortamda okunabilmesini sağlamıştır. HTTP protokolü sayesinde çeşitli doküman, görsel, metin ve grafiklerin paylaşımı mümkün hale gelmiş, kullanıcılar hiper linkler aracılığıyla içerikler arasında gezinebilmiştir. Bu dönem, dijital içeriğin tüketiminin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (www.eastgate.com). HTTP teknolojisini takip eden internet altyapısındaki gelişmeler ile dijital olanaklar genişlemiş ve analog içerikler hızla dijital platforma aktarılmıştır. Web teknolojisindeki gelişmeler önceden karmaşık teknik bilgi gerektiren süreçleri basitleştirmiş ve hızlandırmıştır. Günümüzde bu süreç, kullanıcıların basit bir kayıt işlemiyle kendi dijital alanlarını oluşturabilmelerine kadar indirgenmiştir. Bloglar, wikiler ve sosyal medya platformları aracılığıyla kullanıcılar, belirli formatlar dahilinde kendi içeriklerini üretip paylaşabilmektedir. Bu platformlarda içerik üretimi genellikle düşünce, duygu, deneyim ve hikayelerin aktarımı şeklinde gerçekleşmektedir. Modern dijital çağda, her anlatı potansiyel olarak sosyal medyanın bir parçası haline gelmekte ve kolektif bir hikâyenin parçası olmaktadır (Alexander, 2011, s.41). Bu paylaşım modeli, katılımcı kültürün temel özelliklerinden biri olan iş birliği ve ortak üretim süreçlerini teşvik etmiştir. Sosyal medya kullanımı sadece içerik paylaşımıyla sınırlı kalmamakta, izleyici konumundaki üçüncü kişiler de etkileşime dahil olduğu dinamik ve sürekli değişen bir ortam oluşturmaktadır. Bu etkileşim; beğeni butonları, yorum alanları, düzenleme araçları ve yeniden

paylaşım özellikleri gibi çeşitli mekanizmalarla gerçekleşmektedir. Her kullanıcı, bir içeriğin hem tüketicisi hem de potansiyel bir yeniden üreticisi konumundadır.

Dijital ve sosyal medyada paylaşılan içerikler, yeni içeriklerin oluşumunu tetiklemekte ve böylece içeriğin başlangıç ve bitiş noktaları belirsizleşmektedir. Bu durum; yeniden üretim, hayran kurguları, kullanıcı yorumları, eleştiriler, tartışmalar ve benzer çalışmalar gibi ikincil içeriklerin üretilmesine yol açmakta ve her içerik geniş bir dijital ekosistemin parçası haline gelmektedir. Bu süreçte üretim ve tüketim eş zamanlı olarak gerçekleşmekte, içerik sürekli olarak yeniden yorumlanmakta ve dönüştürülmektedir. Günümüzde grup oluşturma süreçleri basitleşmiş ve yeni topluluk türleriyle deneysel bir patlama yaşanmaktadır (Shirky, 2008, s.54). Bu gelişme, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin bir araya gelmesini kolaylaştırmış, dijital toplulukların oluşmasına ve kolektif bilgi üretimine zemin hazırlamıştır. Bu topluluklar, içerik üretimi ve paylaşımı konusunda yeni normlar ve pratikler geliştirmekte, dijital kültürün evriminde aktif rol oynamaktadır. Bu dönüşüm süreci, medya tüketim ve üretim alışkanlıklarını kökten değiştirirken, toplumsal iletişim ve etkileşim biçimlerini de yeniden şekillendirmektedir. Kullanıcı odaklı içerik üretimi ve paylaşımı, demokratik katılım, bilgiye erişim ve ifade özgürlüğü gibi alanlarda yeni olanaklar sunmakta, ancak beraberinde dijital okuryazarlık, bilgi güvenilirliği ve mahremiyet gibi yeni tartışma alanları da yaratmaktadır. Sonuç olarak, yeni medya ve katılımcı kültür, sadece teknolojik bir ilerlemenin yansıması değil, aynı zamanda toplumun iletişim alışkanlıklarında köklü bir değişimin göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte gelen bu dönüşüm, işbirlikçi medya, etkileşimli medya ve sosyal paylaşım ağları gibi başlıklar altında ele alınmaktadır.

2.1. İşbirlikçi Medya ve Katılımcı Kültür

Dijital teknolojilerle şekillenen yeni iletişim araçları ve ortak platformlar, bireyler arasındaki etkileşim biçimlerini kökten değiştirmiştir. Bu araçlar, fiziksel olarak bir arada bulunmayan kişilerin kolayca, anında ve sürekli iletişim kurmasına olanak sağlamış, bireylerin hem tanıdıkları hem de hiç karşılaşmadıkları kişilerle etkileşimde bulunarak sosyal ilişkiler geliştirmelerini mümkün kılmıştır. Bu yeni iletişim biçimi, katılımcı medya ya da işbirlikçi medya olarak adlandırılan bir yapıyı beraberinde getirmiştir. Bu yapı, bireylerin çevrimiçi ortamda yaşadıkları olayları, deneyimlerini ve fikirlerini paylaşarak kolektif bir içerik oluşturmaya olanak tanımıştır. Katılımcı medya, sürekli açık olan ve kesintisiz bir ağ üzerinden gerçekleşen iletişim sayesinde sosyal hareketleri ve insan ilişkilerini derinden etkilemektedir. Bu durum, bireyler arasında iş birliği, paylaşım ve kolektif üretim

süreçlerini teşvik ederken, aynı zamanda sosyal medya gibi geniş ölçekli platformların milyonlarca aktif kullanıcıyı bünyesinde barındırmasını sağlamaktadır. Katılımcı medya, içerik üretimi ve paylaşımı noktasında bireylere yaratıcı bir özgürlük sunarak, geleneksel medyanın tek taraflı iletişim anlayışını tersine çevirmiştir.

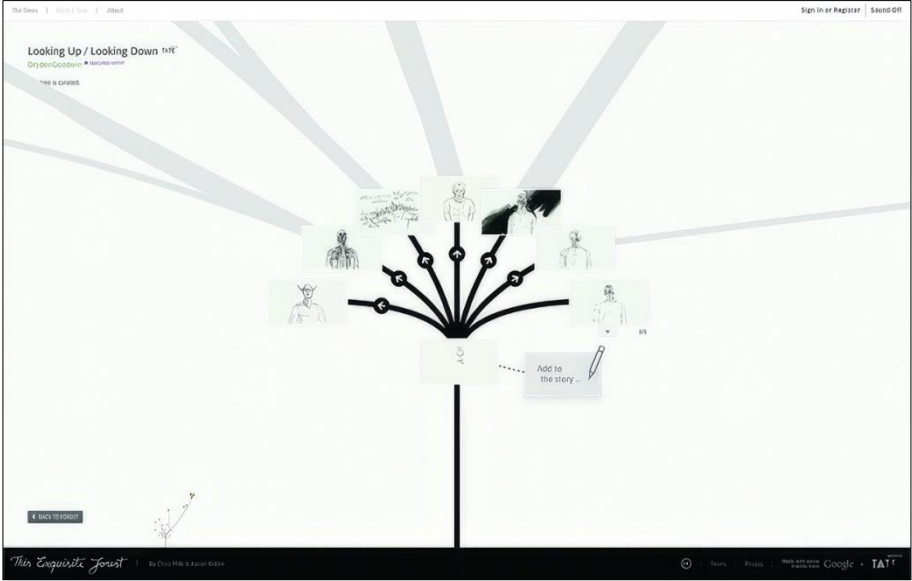
Katılımcı medya, sadece bireysel paylaşımlar değil, aynı zamanda geniş katılımlı projeler aracılığıyla da kendini göstermektedir. Örneğin, "A Million Penguins" projesi, Penguin Publishers tarafından 2007 yılında hayata geçirilmiş ve tüm internet kullanıcılarını birlikte bir roman yazmaya davet etmiştir (Pullinger, 2007). Bu proje, kullanıcıların kendi hikayelerini yazarak ya da başkalarının hikayelerine katkıda bulunarak bir tür işbirlikçi edebiyat yaratmasını sağlamıştır. Katılımcılar arasındaki bu etkileşim, hikâye içinde yeni hikâyeler ve dallanmalar oluşturmuş, böylece sürekli gelişen ve değişen kolektif bir anlatı ortaya çıkmıştır.

This Exquisite Forest, katılımcı çevrimiçi medya alanında yenilikçi bir proje olarak, kullanıcıların ortak hikâye yaratımına katkıda bulunmalarını sağlamıştır. 2012-2014 yılları arasında erişime açık olan bu platform, katılımcıların çevrimiçi bir çizim aracı kullanarak kısa animasyonlar oluşturmaya imkân tanımış, ardından diğer kullanıcılar bu animasyonları temel alarak sürekli dallanan ve genişleyen anlatılar geliştirmiştir (Bkz. Görsel 1 ve Görsel 2). Proje, Chris Milk ve Aaron Koblin tarafından tasarlanmış olup Google Data Arts Team ve Tate Modern iş birliğiyle hayata geçirilmiştir (www.exquisiteforest.com, 2012). Google Chrome'un gelişmiş web teknolojileri, Google App Engine ve Cloud Storage altyapısı proje kapsamında etkin bir şekilde kullanılmıştır. Proje, yalnızca çevrimiçi bir deneyim olarak kalmamış, Tate Modern'de fiziksel bir sergiye dönüştürülerek ziyaretçilere dijital ve mekânsal bir etkileşim imkânı sunmuştur (Bkz. Görsel 3). 23 Temmuz 2012'de açılan sergi, bir yılı aşkın süre boyunca ziyaretçilere açık kalmış ve dijital çizim tabletleri aracılığıyla projeye bireysel katkı sağlama olanağı sunmuştur. Sergi alanı, dijital etkileşim için özel olarak tasarlanmış ekranlar, çizim araçları ve tabletlerden oluşan bir düzenceyle donatılmıştır. Ziyaretçilere, büyüyen ve genişleyen bir orman metaforu üzerinden, diğer katılımcılar tarafından oluşturulan kısa animasyonları izleme veya bu sürece doğrudan katkı sağlama fırsatı verilmiştir. Proje tasarımcıları, mekânsal deneyimlerini tanımlarken, sergi alanını yaratıcı düşüncüyü destekleyen, huzurlu ve dikkat dağıtıcı unsurlardan arındırılmış bir ortam olarak betimlemiştir (abrogers, 2012). Bu bağlamda, katılımcılar ister yalnızca eserleri gözlemlesin ister projeye aktif olarak dahil olsun, sergide eşit derecede tatmin edici bir deneyim yaşamaları hedeflenmiştir. Serginin mekânsal düzeni, projeksiyonlar için kesintisiz yüzeyler oluşturularak

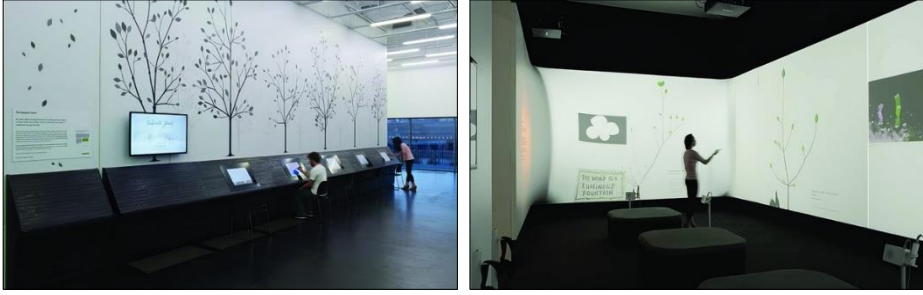
ziyaretçilere, mekâna adım attıklarında kendilerini bir web sitesinin içine girmiş gibi hissettiren bir atmosfer yaratmıştır. 1 Ağustos 2014 itibarıyla proje, yeni animasyonlara kapatılmış olmakla birlikte, katılımcı medyanın yaratıcı sürecini incelemek ve daha önce oluşturulmuş animasyonları keşfetmek isteyen kullanıcılar için halen erişime açıktır.



Görsel 1: This Exquisite Forest giriş ve hikâye ekleme sayfaları (exquisiteforest, 2024).



Görsel 2: This Exquisite Forest katılımcı çizimleri (exquisiteforest, 2024).



Görsel 3: This Exquisite Forest Tate Modern mekân tasarımları (abrogers, 2012).

Katılımcı medya, bireylerin yalnızca bilgi tüketen pasif bir izleyici olmaktan çıkıp, aktif birer içerik üreticisi haline gelmesini sağlamaktadır. Bu durum, bireylerin düşüncelerini, deneyimlerini ve duygularını paylaşarak dijital toplulukların oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Ayrıca, bu ortamlar, katılımcılar arasında etkileşim ve iletişim süreçlerini desteklerken, aynı zamanda demokratik bir bilgi paylaşımı platformu da sunmaktadır. Bu tür projeler, bireylerin yaratıcılıklarını ifade etmelerine olanak tanırken, aynı zamanda iş birliği ve ortak üretim süreçlerini teşvik etmektedir. Kullanıcıların birbirlerinden ilham alarak içerik oluşturduğu bu sistemler, dijital topluluklar arasında güçlü bağların oluşmasına ve kolektif bir dijital kültürün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Katılımcı medya, bireylerin sadece kendi içeriklerini değil, aynı zamanda başkalarının içeriklerini de yeniden yorumlamalarına, geliştirmelerine ve paylaşımlarına imkân tanıyarak, dijital ekosistemin sürekli bir dönüşüm içinde olmasını sağlamaktadır. Özellikle sürekli gelişen web teknolojilerinin sunduğu olanaklar, bireylerin dijital platformlarda aktif birer kullanıcı olmasını kolaylaştırmış ve içerik üretim süreçlerini daha erişilebilir hale getirmiştir. Bloglar, sosyal medya platformları ve wikiler gibi araçlar, bireylerin düşünce ve deneyimlerini ifade ederek, dijital kültürün dinamik yapısına katkıda bulunmasını sağlamaktadır. Bu süreç, yalnızca bireysel ifade biçimlerini değil, aynı zamanda kolektif üretim süreçlerini de dönüştürerek, sosyal medya gibi platformları dinamik ve sürekli değişen bir bilgi ekosistemi haline getirmiştir. Katılımcı medya, bireylerin dijital içerikleri yeniden yorumlamasına ve dönüştürmesine olanak tanıyarak, dijital kültürün sürekli bir evrim içinde olmasını sağlamaktadır.

Sonuç olarak, katılımcı medya ve işbirlikçi süreçler, bireyler arasında yaratıcı iş birliğini teşvik eden, dijital kültürün demokratikleşmesine katkı sağlayan ve toplumsal iletişim biçimlerini yeniden şekillendiren önemli bir dönüşüm alanıdır.

Bu yapılar hem bireysel hem de toplumsal düzeyde dijitalleşmenin getirdiği yenilikleri anlamak ve değerlendirmek açısından kritik bir rol oynamaktadır.

2.2. Etkileşimsel Medya ve Katılımcı Kültür

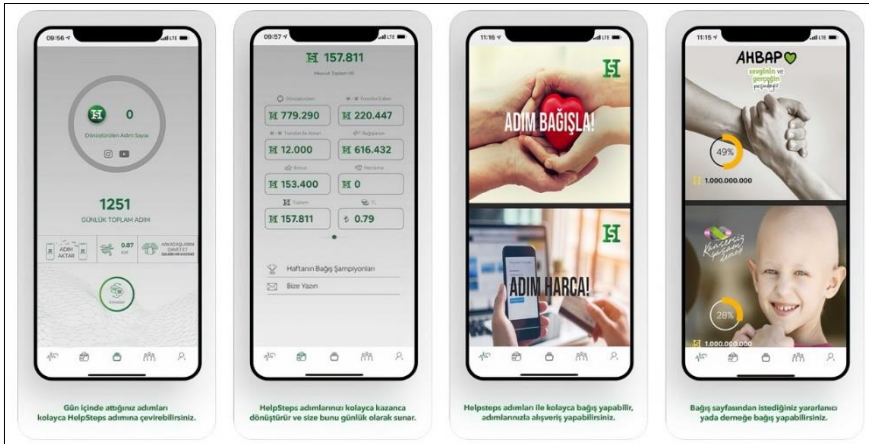
Etkileşim tasarımı ve etkileşimli ortamlar, kullanıcıların ürün ve sistemlerle hızlı, etkili ve sürdürülebilir ilişki kurmasını amaçlayan bir uzmanlık alanı olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, kullanıcıların ürünle ilk temas sürelerinin kısaltılması, iletişim sürekliliğinin sağlanması ve etkileşim sürecinin istenen şekilde tamamlanması öncelikli hedefler arasında yer almaktadır. Söz konusu süreçlerin tasarlanması ve yönetimi, etkileşim tasarımı disiplini altında incelenmekte ve uygulanmaktadır (Smith, 2004; Moggridge, 2006; Akoğlu, 2010).

Etkileşim tasarımı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) gelişmesiyle çok boyutlu bir alan haline gelmiştir. Bu süreçte, tasarımcılar geleneksel pazarlama ve stratejik planlama verilerinden yararlanmanın ötesine geçerek, insan kaynakları uzmanları, bilişsel bilimciler ve sosyal bilimciler gibi disiplinler arası bir çerçevede çalışmak durumunda kalmaktadır. Kullanıcı davranışlarının daha iyi anlaşılması, tasarımların psikolojik ve bilişsel gereksinimlere uygun şekilde geliştirilmesini sağlamaktadır. Etkileşim tasarımı, kullanıcıların ihtiyaçlarına odaklanarak, geniş bir kullanıcı kitlesine hitap edebilecek kişiselleştirilmiş çözümler sunmayı amaçlar. Bu durum, tasarım alanının teknik bir yaklaşımdan çıkarak, sosyo-kültürel ve davranışsal boyutları da kapsayan bütüncül bir yapıya dönüşmesini beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmelerin hız kazanması ve sosyal yapılar üzerindeki etkilerinin artması, etkileşim tasarımı disiplinlerarası bir uzmanlık alanı haline getirmiştir. Geleneksel anlamda endüstriyel tasarım, ürünlerin işlevsel özellikleri, üretim süreçleri ve estetik boyutları üzerinde yoğunlaşırken; etkileşim tasarımı, kullanıcıların ürünle veya sistemle nasıl etkileşim kurduğu, bilgi alışverişinin nasıl gerçekleştirildiği, kullanıcı ile diyalogun nasıl kurulacağı ve bireyselleştirilmiş deneyimlerin nasıl sağlanacağı gibi konulara odaklanır. Bu yaklaşım, yalnızca tasarımcıların değil; mühendisler, sosyal bilimciler ve pazarlamacıların da sürece katılımını gerektirir. Garrett, etkileşim tasarımı, kullanıcı davranışlarını anlamayı ve sistemlerin bu davranışlara uyum sağlamasını sağlayan bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu tanım, etkileşim tasarımının yalnızca bir tasarım süreci değil, aynı zamanda kullanıcıların teknolojiyi nasıl deneyimleyeceğine yönelik bir strateji geliştirme süreci olduğunu ortaya koymaktadır (Garrett, 2011, s.81).

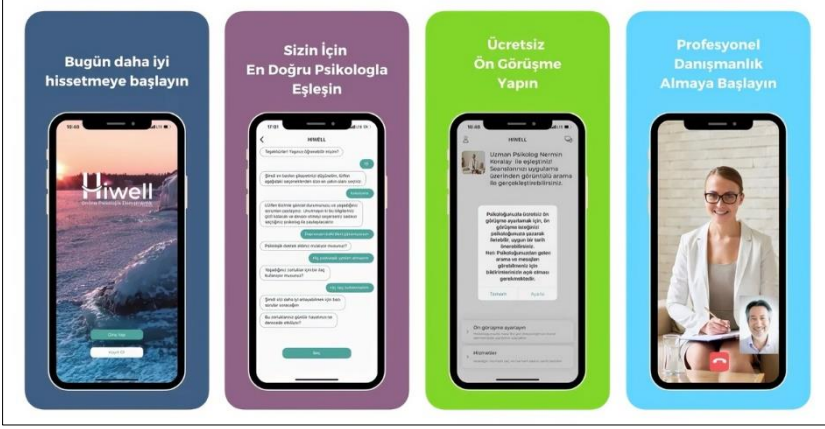
Etkileşim tasarımının somut örnekleri, özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri alanında artan bir ivmeyle karşımıza çıkmaktadır. Akıllı cihazlar, sosyal medya platformları, giyilebilir teknolojiler, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi

yenilikçi araçlar, etkileşimsel medyanın çeşitli uygulama alanlarını oluşturmaktadır. Bu teknolojiler, kullanıcıların yalnızca bir ürünü tüketmesini değil; aynı zamanda bu ürünle anlamlı bir ilişki kurmasını ve bu ilişkiyi uzun vadeli bir davranışa dönüştürmesini hedefler. Bu bağlamda Saffer, etkileşim tasarımını, ürün ve hizmetler yoluyla insanlar arasında bağlantılar kurmayı kolaylaştıran bir sanat olarak tanımlamaktadır (Saffer, 2010, s.4)

Etkileşimsel medya, bireysel farkındalık, çevresel duyarlılık, sosyal ve toplumsal fayda, vb. alanlarda etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Bu kapsamda birçok başarılı örnek, etkileşim tasarımının gücünü gözler önüne sermektedir. Örneğin, Helpsteps uygulaması, kullanıcıları daha aktif bir yaşam tarzına teşvik etmek ve aynı zamanda doğa, eğitim gibi alanlarda toplumsal katkıda bulunmalarını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Uygulama, kullanıcıların attığı adımları ölçerek puana dönüştürmekte ve bu puanlarla çeşitli kuruluşlara bağış yapmalarını sağlamaktadır (Bkz. Görsel 4). Bu süreç, kullanıcı motivasyonunu artırmakta ve sürdürülebilir davranış değişikliklerini teşvik etmektedir. Benzer şekilde, Hiwell uygulaması, kullanıcıların psikolojik sağlığını desteklemeyi amaçlayan bir diğer başarılı örnektir (Bkz. Görsel 5). Terapiler ve farkındalık teknikleri sunan bu uygulama, psikolojik destek, stres yönetimi ve odaklanma gibi konularda rehberlik eder. Uygulamanın görsel dili, kullanıcı dostu bir deneyim sunmak üzere tasarlanmış, etkileşimli unsurlarla kullanıcının (danışanın) uzaktan da olsa daha iyi hissetmesi için terapi yolculukları teknoloji ile kişiselleştirilmiştir (Bkz.hiwellapp.com). Bu tür etkileşimler ve kişiselleştirilmiş seçenekler kullanıcıların uzun vadeli bağlılık geliştirmelerine katkı sunmaktadır.



Görsel 4. Helpsteps Etkileşimli Uygulama Görselleri
(helpsteps, 2024).



Görsel 5. Hiwell Etkileşimli Uygulama Görselleri
(hiwellapp, 2024).

Etkileşimsel medya örnekleri, yalnızca estetik ve işlevsel tasarım unsurlarıyla değil, aynı zamanda ikna edici stratejilerle de başarılı olmaktadır. Kullanıcı deneyimini merkeze alan tasarımlar, bireylerin davranışlarında kalıcı değişiklikler yaratabilmektedir. Kullanıcıların bilinçli tercihler yapmasını teşvik eden, kullanıcı dostu ve motive edici bir deneyim sunmak, etkileşim tasarımının başarısını belirleyen temel faktörlerdir. Bu bağlamda, etkileşim tasarımı yalnızca bir ürün geliştirme süreci değil, aynı zamanda bireyler ve toplumlar için sürdürülebilir değişim yaratma potansiyeline sahip bir araçtır.

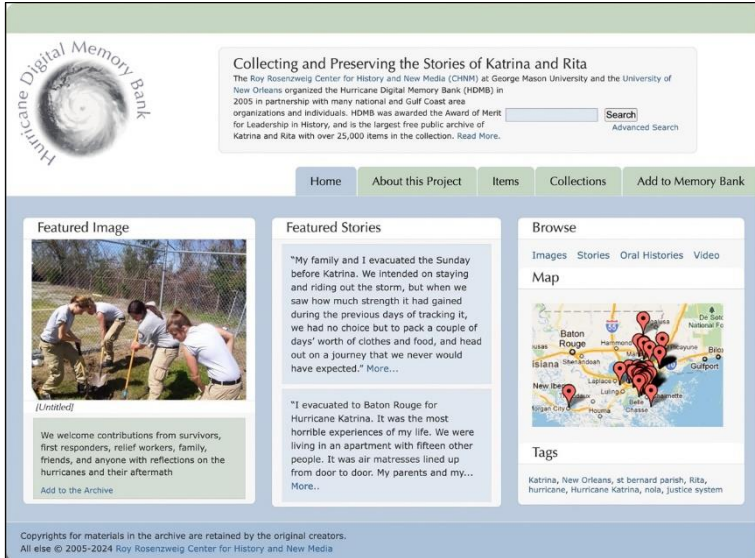
Sonuç olarak, etkileşimli medya, bilgi ve iletişim teknolojileri ile bireyler arasındaki ilişkiyi dönüştürerek hem bireysel hem de toplumsal fayda sağlamaktadır. Bu dönüşüm, kullanıcı odaklı tasarım anlayışının, disiplinler arası işbirliğinin ve yenilikçi teknolojilerin bir araya gelmesiyle mümkün olmaktadır. Örneklerde de görüldüğü üzere, etkileşimli ortamlar ve etkileşim tasarımı, teknolojinin kullanıcılar için erişilebilir, anlamlı ve etkili bir deneyime dönüşmesini sağlayan, kullanıcıların bireysel ve toplumsal fayda sağlama hedeflerini gerçekleştirmelerine katkıda bulunan önemli bir disiplindir.

2.3. Sosyal Paylaşım Ağları ve Katılımcı Kültür

Geleneksel medya araçları (gazete, dergi, televizyon ve radyo), dijital teknolojilerin gelişimine rağmen etkisini sürdürmekle birlikte, internet ve mobil teknolojiler, sosyal medya, çevrimiçi haber siteleri ve bloglar gibi yeni medya platformlarının yükselişine olanak tanımıştır (Lister ve diğerleri, 2003, s.9). Bloglar, X (Eski adıyla Twitter), Facebook gibi sosyal medya ortamları, kullanıcıların metin ve görsel içerik oluşturmalarını, düzenlemelerini ve paylaşmasını kolaylaştırarak bilgi akışını

hızlandırmakta ve paylaşım yöntemlerini çeşitlendirmektedir. Bu dijital medya platformları, kullanıcıların içerik üretimi ve paylaşımına katılımını teşvik ederek, izleyicilerin pasif birer tüketiciden aktif katılımcılara dönüşmesine zemin hazırlamaktadır (Lievrouw, 2016, s.20-23). Özellikle beğeni, yorum ve paylaşım gibi özellikler, bireylerin yalnızca tüketici olmaktan öte, içeriğin üretim ve dağıtım süreçlerinde etkin rol almasını sağlamaktadır (Jenkins, 2019, s.428).

Sosyal paylaşım ağlarının hızla yaygınlaşması, bireylerin kendi hikâyelerini, anılarını ve düşüncelerini paylaşmalarını kolaylaştırmış, bu süreçte bireysel dijital arşivlerin oluşumunu desteklemiştir. Başka bir deyişle, sosyal ağ platformlarının büyümesi, kullanıcıların bireysel hikayelerini daha geniş bir bağlamda görünür kılmıştır. Kullanıcılar, teknolojinin sunduğu olanaklarla bu hikâyeleri farklı platformlarda görünür hale getirirken, tasarımcılara ise bu süreçleri kurgulama ve kullanıcıları teşvik etme sorumluluğu yüklenmiştir. Örneğin, George Mason Üniversitesi Tarih ve Yeni Medya Merkezi tarafından geliştirilen “Kasırğa Dijital Hafıza Projesi” (Hurricane Digital Memory Bank), bireylerden toplanan metin, fotoğraf, video ve ses gibi içerikleri coğrafi konum bilgileriyle ilişkilendirerek bir harita üzerinde sunmaktadır (Rosenzweig, 2005) (Bkz. Görsel 6). Bu proje, bireysel hikâyelerin geniş bir toplumsal hafızanın parçası olarak korunmasını ve erişilebilir hale gelmesini sağlamaktadır ve halen aktif olan içeriklere <https://hurricanearchive.org> adresinden ulaşılabilir.



Görsel 6. **Kasırğa Dijital Hafıza Projesi** (Hurricane Digital Memory Bank) ana sayfası (hurricanearchive, 2024).

Sosyal paylaşım ağlarının sağladığı etkileşim olanakları, yeni çevrimdışı davranış biçimlerinin ortaya çıkmasına da zemin hazırlamıştır. Araştırmalar, sosyal ağ tasarımlarının sağladığı paylaşım ve yorum yapma fırsatlarının, bireylerde davranış değişikliği modelleri oluşturabileceğini ortaya koymaktadır (Kamal, 2013, s.3). Örneğin, çevrimiçi imza kampanyalarına katılım, sosyal medya profillerini güncelleme, çeşitli gruplara katılma veya sanal etkinliklere destek verme gibi aktiviteler, pasif eylemcilik (slacktivism) örnekleri arasında yer almaktadır. Dijitalleşen ve dönüşen medya, bireylerin deneyimlerini ve görüşlerini daha geniş kitlelerle paylaşabilmesini sağlayarak toplumsal katılımı artırmaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin farklı bakış açılarını ifade etmelerine ve daha geniş bir çerçevede temsil bulmalarına olanak tanırken, geleneksel medyanın sınırlayıcı iletişim yapısını da dönüştürmektedir (Duman, 2019, s.1638). Özellikle kullanıcıların içerik üretimi ve dağıtımına aktif olarak katılması, sosyal paylaşım ağlarını demokratikleşen bilgi ortamlarının bir parçası haline getirmektedir.

Ancak dijital medyanın sunduğu bu olanakların yanı sıra bazı önemli zorluklar da dikkat çekmektedir. Sosyal medya platformlarında yayılan dezenformasyon ve manipülatif içerikler, bireylerin doğru bilgiye ulaşmasını zorlaştırmaktadır (Sharma ve diğerleri, 2019, s.10-22). Ayrıca, bilgi yığılması (infobezite) olarak adlandırılan aşırı bilgi akışı, bireylerin güvenilir bilgiye ulaşmasını güçleştirerek karar alma süreçlerini olumsuz etkileyebilmektedir (Koçyiğit, 2024, s.72). Bu nedenle, bireylerin dijital medya ortamında eleştirel düşünme becerilerini geliştirmesi, bilgiyi doğrulama yöntemlerini öğrenmesi ve güvenilir kaynakları ayırt etmesi büyük önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, sosyal paylaşım ağları ve katılımcı kültür, bireylerin bilgiye erişimini kolaylaştırarak toplumsal etkileşim ve katılımı güçlendirmektedir. Bununla birlikte, dijital medya ortamındaki riskleri göz önünde bulundurmak ve bu ortamlarda sağlıklı bir şekilde yer alabilmek için dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Dijitalleşen medya, bireyleri yalnızca bilgi tüketicileri olmaktan çıkarıp aktif birer katılımcı ve içerik üreticisi haline getirirken, bu dönüşümün zorluklarını da yönetmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda bilinçli içerik üreticisi olabilmesi, dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesiyle mümkün olacaktır.

3. Dijital Okuryazarlık ve Toplumsal Önemi

Dijital okuryazarlık, bireylerin dijital ortamda bilgiye erişim, bilgiyi değerlendirme, etkin kullanım ve etik sorumluluk bilinciyle dijital araçları

yönetme becerisini ifade eden kapsamlı bir kavramdır (Bawden, 2008, s.21). İlk olarak Paul Gilster tarafından 1997’de literatüre kazandırılan bu kavram, teknolojinin hızla geliştiği ve çevrimiçi bilginin katlanarak arttığı 21. yüzyılda, bireysel ve toplumsal yaşam için temel bir gereklilik haline gelmiştir (Önal, 2010, s.105).

İnternet, dünya çapında milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan ve milyonlarca insanın kullandığı geniş bir bilgi ağı haline gelmiştir. Farklı dil, din ve kültürlere mensup bireylerin aynı platformda bir araya gelmesine olanak tanıyan internet, bilgiye hızlı ve ucuz bir şekilde erişimi mümkün kılmıştır. Ancak bu ortam, resmi bir denetim mekanizmasından yoksun olması nedeniyle yeni bilgi kaynaklarının üretiminde fırsatlar sunarken, aynı zamanda erişim eksikliği nedeniyle tartışmanın dışında kalan bireyler açısından bir eşitsizlik yaratmaktadır. Dijital okuryazarlık, sadece bilgiye erişim değil, aynı zamanda bilginin doğruluğunu değerlendirme ve etik bir sorumlulukla kullanma becerisini de kapsar. Günümüzde, bireylerin dijital platformlarda yalnızca içerik tüketicisi olmaktan çıkıp üretici ve paylaşımcı roller üstlenmesi, bu becerilerin önemini artırmıştır. Öyle ki, klavyesi ya da kamerası olan her birey, bağımsız bir yayıncı gibi hareket edebilmekte ve medya üretiminde aktif bir rol oynamaktadır. Ng'nin işaret ettiği üzere, bu yeni medya ekosisteminde, görsel okuryazarlık, yeniden üretim okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve sosyo-duygusal okuryazarlık gibi alt beceriler, dijital okuryazarlığın temel bileşenleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Ng, 2012, s.1066-1067, akt: Koçyiğit ve diğerleri, 2024). Papacharissi'ye göre, dijital teknolojiler bireylere yeni iletişim alanları ve olanaklar sunmuş, ancak bu alanların nasıl kullanılacağı teknolojinin doğasından ziyade kullanıcıların tercihlerine bağlı hale gelmiştir. (Papacharissi, 2002, s.9)

İnsanlar medya araçlarını yalnızca tüketmekle kalmayıp, üretim ve paylaşım süreçlerine de aktif olarak katılmaktadır. Bu dinamik, dijital okuryazarlığın yalnızca bireysel beceri geliştirme değil, aynı zamanda toplumsal dayanıklılığı artırma açısından da önemini ortaya koymaktadır. Özellikle kriz ve afet dönemlerinde dijital okuryazarlık, bireylerin ve toplumların dayanıklılığını artırmada stratejik bir role sahiptir. Dijital platformlar, bu tür olağanüstü durumlarda hızlı ve etkin iletişim imkânı sunarak hayati kararların alınmasını kolaylaştırmaktadır. Şahinsoy ve Çağlar ile Demirel'in çalışmaları, afet bölgelerinde sosyal medya ve diğer dijital araçların, bilgi akışını hızlandırma, yardım taleplerini iletme ve koordinasyonu sağlama gibi kritik işlevler üstlendiğini ortaya koymaktadır (Şahinsoy, 2017, s.1-19). Aynı zamanda dezenformasyon ve bilgi kirliliği riskine karşı bilgi doğrulama

araçlarının ve medya okuryazarlığının önemi vurgulanmaktadır (Çağlar ve Demirel, 2023, s.509).

Dijital okuryazarlık, yalnızca kriz yönetiminde değil, her durumda toplumsal farkındalık ve dayanışma süreçlerinde de etkili bir araçtır. Örneğin, Isparta'da yaşanan kar yağışı krizinde vatandaşların sosyal medya platformları üzerinden sorunlarını yetkililere iletmesi ve kamuoyu oluşturması, dijital okuryazarlığın vatandaş gazeteciliği açısından taşıdığı önemi gözler önüne sermektedir (Çağlar ve Demirel, 2023, s.513). Benzer şekilde, sosyal medya grupları ve çevrimiçi topluluklar, afet dönemlerinde bireylere psikolojik destek sağlama ve dayanışma duygusunu güçlendirme açısından da önemli bir işlev üstlenmektedir (Erdoğan, 2023, s.720). Bu bağlamda, dijital okuryazarlığın yaygınlaştırılması, bireylerin ve toplumların dijital dünyadaki fırsatlardan tam anlamıyla yararlanmasını sağlamanın yanı sıra, krizlere daha dirençli bir yapı inşa etmenin temelini oluşturmaktadır. Dijital okuryazarlık becerilerinin eğitim müfredatlarına entegre edilmesi, dijital araçlara erişimin artırılması ve dezenformasyonla mücadele politikalarının geliştirilmesi, bu alandaki önemli stratejiler arasında yer almaktadır. Ayrıca, güvenilir bilgi kaynaklarının desteklenmesi ve toplumsal farkındalık artırıcı kampanyalar düzenlenmesi, dijital okuryazarlığın toplum genelinde benimsenmesine katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak, dijital okuryazarlık, bireylerin bilgiye erişimden öte, bu bilgiyi anlamlandırma, değerlendirme ve sorumlu bir şekilde kullanma becerisini kazandıran kritik bir yetkinliktir. Bu beceriler, yalnızca bireysel düzeyde değil, toplumsal ve küresel düzeyde de daha dirençli ve bilinçli toplumların inşa edilmesi için bir zorunluluktur. Özellikle afet ve kriz dönemlerinde, dijital teknolojilerin etkin kullanımı, doğru bilgiye erişim ve toplum dayanışması açısından dijital okuryazarlığın hayati önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir. Toplumların dijital çağda karşılaştıkları krizlere daha etkin yanıt verebilmesi ve doğru bilgiye erişim sağlayabilmesi için dijital okuryazarlık, 21. yüzyılın vazgeçilmez gerekliliklerinden biri haline gelmiştir.

4. Kriz ve Afet Dönemlerinde Dijital Medya, Etkileşim ve Katılımcı Kültür

Hızla gelişen dijital çağın evrilen iletişim ortamları, kriz ve afet yönetiminde dijital medya, etkileşimli tasarımlar ve katılımcı kültürün hayati rolünü açıkça ortaya koymaktadır. Dijital platformlar, iki yönlü iletişim kabiliyetleriyle yalnızca bilgi yaymayı kolaylaştırmakla kalmayarak, aynı zamanda gerçek zamanlı olarak iş birliğine dayalı çabaları da teşvik etmektedir. Tek yönlü bir şekilde işleyen geleneksel medyanın aksine dijital medya, bireylerin içeriğin oluşturulmasına ve

paylaşılmasına aktif olarak katkıda bulunmasını sağlayarak acil durumlarda iletişim dinamiklerini yeniden şekillendirmektedir (Çağlar ve Demirel, 2023, s.507; Işık vd., s.1). Bu dönüşüm, kriz ve afet yönetiminde bu platformların dönüştürücü gücünün altını çizerek seslerin yükseltilmesinde, desteğin toplanmasında ve kaynakların harekete geçirilmesinde geniş bir etkileşim ekosistemi yaratmakta, bireylerin kriz anlarında etkin birer aktör haline gelmelerini sağlamaktadır (Lievrouw, 2016, s.20-22; Demir, 2023, s.710; Toprak, 2023, s.169).

Dijital medyanın kriz ve afet yönetimindeki etkinliğinin en çarpıcı örneklerinden birini 2023 Kahramanmaraş depremlerinde görmek mümkündür. Bu yıkıcı olayda, X (eski adıyla Twitter) gibi platformlar, hayatta kalanların konumlarını bildirmelerine, yardım çağrısında bulunmalarına ve kritik güncellemeleri anlık paylaşımlarına olanak sağlamıştır. Bilginin hızla yayılması, kurtarma ekiplerinin daha etkili bir şekilde müdahale etmesini sağlayarak dijital platformların geleneksel iletişim araçlarının sınırlamalarını nasıl aşabileceğini göstermiştir (Koçyiğit, 2024; Demir, 2023; Eyüboğlu & Kodak, 2023). Bu platformlar, acil müdahalenin ötesinde, deprem.io gibi yenilikçi uygulamalar aracılığıyla bağışçıları ve gönüllüleri birbirine bağlayarak yardım koordinasyonunu kolaylaştırmış, talepleri mevcut kaynaklarla eşleştirerek yardım çabalarını kolaylaştırmıştır (Özcan ve Işık, 2023, s.100). Böylelikle bu araçlar bireyler arası etkileşim sağlamakla kalmayarak, aynı zamanda geniş çaplı yardım organizasyonlarını da mümkün kılmıştır. Örneğin, Ahbap Derneği gibi kuruluşlar, sosyal medya hesapları üzerinden bağış toplama kampanyalarını duyurarak milyonlarca insana ulaşmış, etkili yardım mekanizmaları geliştirmiştir (Koçyiğit, 2024, s.81). Dijital medya, böylelikle hem bireysel girişimlerin hem de kolektif çabaların desteklenmesinde kritik bir rol oynamıştır. Bu durum, kriz ve afet sırasında etkili ve hızlı bir şekilde işleyebilen örgütsel yapıların desteklenmesinde ve/veya oluşturulmasında dijital araçların sunduğu potansiyelini ortaya koymaktadır.

Yurttaş gazeteciliği ve alternatif bilgi kaynaklarının ortaya çıkışı da dijital medyanın kriz yönetimindeki bir diğer önemli katkısıdır. Bireyler mobil cihazlarını kullanarak olayları belgeleyebilmekte ve aksi takdirde geleneksel medya kuruluşlarının gözünden kaçabilecek bilgileri paylaşabilmektedir. 2021 Akdeniz ve Ege orman yangınları sırasında sosyal medya, yangınların yayılmasını takip etmek, alarm vermek ve yardımları koordine etmek için kritik bir mecra haline gelmiş, vatandaşlar yangınların yayılma durumunu sosyal medyada belgeleyerek yardım çağrılarında bulunmuş ve yetkililere bilgi aktarmıştır (Koçyiğit vd., 2024). Bu

bağlamda dijital medya, alternatif bilgi kaynaklarının çoğalmasını sağlayarak hem bireylerin hem de kurumların kriz yönetimindeki etkinliğini artırmıştır.

Covid-19 pandemisi ise dijital medyanın kriz yönetimindeki rolünü küresel ölçekte yeniden tanımlamış, daha kapsamlı bir bağlamda değerlendirme fırsatı sunmuştur. Türkiye’de bu dönemde dijital iletişim, Sağlık Bakanlığı tarafından yürütülen kapsamlı kampanyalar ve uygulamalarla halkın bilinçlendirilmesi, sağlık hizmetlerine erişimin kolaylaştırılması ve toplumsal düzenin sağlanması için etkin bir şekilde kullanılmıştır. Sosyal medya platformları üzerinden paylaşılan kamu spotları, uzman videoları ve ünlü isimlerle yapılan iş birlikleri, bireylerin Covid-19 hakkında bilgi sahibi olmasını ve aşı farkındalığının artmasını sağlamıştır (Yeke ve Selçuk, 2022, s.1902; Alptekin ve Alarçın, 2023). Hayat Eve Sığar (HES) uygulaması ise, temaslı takibinin yapılması, risk durumlarının belirlenmesi ve toplumsal hareketliliğin kontrol altına alınması gibi işlevlerle pandemi yönetiminde temel bir araç haline gelmiştir (Alay ve Tüfekçi, 2023, s.80; Sancakdar ve Kamer, 2024, s.126). HES kodu zorunluluğu sayesinde toplu taşıma, alışveriş merkezleri ve diğer sosyal alanlarda hareketlilik kontrol altına alınmış, dijital teknolojiler toplumsal düzenin korunmasında, hareketliliğin kontrol altına alınmasında önemli bir rol üstlenmiştir. Dijital iletişim, Covid-19 döneminde halkın bilinçlendirilmesi ve sağlık hizmetlerinin erişilebilir kılınması gibi olumlu katkılar sağlamış olsa da bazı olumsuz etkiler de yaratmıştır. Sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler (infodemi), toplumsal paniği tetikleyerek aşı karşıtlığı gibi sorunlara yol açmıştır (Özdemir ve Çapık, 2024, s.49; Kerimoğlu ve Keleşoğlu, 2023, s.520). Ayrıca, dijital takip sistemlerinin yaygınlaşmasıyla kişisel veri güvenliği ve gizlilik konularında ciddi endişeler gündeme gelmiştir (Sancakdar ve Kamer, 2024, s.109-132). Bu durum, dijital araçların kriz yönetiminde daha etkin kullanılabilmesi için yalnızca teknolojik çözümlerin değil, aynı zamanda etik yaklaşımların geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu tür örnekler, dijital medyanın kriz dönemlerinde alternatif ve tamamlayıcı bilgi kaynağı olarak kullanılabileceğini göstermekle beraber haberlerin yayılmasını demokratikleştirmekte ve afetler sırasında daha kapsamlı ve kapsayıcı bir anlatı oluşturulmasını da sağlamaktadır.

Bununla birlikte dijital medya, kriz yönetimi süreçlerinde sadece bir araç değil, aynı zamanda bilgi doğrulama ve dezenformasyonla mücadele konusunda kritik bir platform olarak da karşımıza çıkmaktadır. Kriz anlarında hızlı bilgi yayılımı avantaj sunarken, aynı zamanda yanlış bilgilerin ve söylentilerin kontrolsüz şekilde yayılmasına da yol açabilmektedir. Kahramanmaraş depremlerinde olduğu gibi, dezenformasyonun etkilerini azaltmak için bağımsız doğruluk

kontrolü girişimlerinin ve dijital okuryazarlığın artırılması gereklidir (Eyüboğlu ve Kodak, 2023, s.532).

Dijital medya ayrıca etik meseleler ve mahremiyet ihlalleri gibi sorunları da gündeme getirir. Kriz ve felaket dönemlerinde sosyal medyada paylaşılan içeriklerin etik boyutu, özellikle mağdurların rızası olmadan çekilen fotoğraf ve videolar, önemli tartışmalara yol açmaktadır (Koçyiğit ve diğerleri, 2024, s.237; Sarihan, 2024, s.16). Sosyal medya platformlarının bu tür içerikleri izleme ve kaldırma mekanizmaları ise çoğu zaman yetersiz kalmaktadır.

Kısaca, dijital medya, kriz ve felaket dönemlerinde yeni bir dinamik yaratmaktadır. Bu dinamik, kriz yönetiminde, bilgi akışında, yardım organizasyonlarında ve toplumsal dayanışmada önemli fırsatlar sunarken, aynı zamanda dezenformasyon, etik sorunlar ve mahremiyet ihlalleri gibi zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, dijital okuryazarlığın, etik farkındalığının ve sosyal medyanın sorumlu kullanımının teşvik edilmesi, dijital medyanın kriz ve felaket yönetiminde etkili bir şekilde kullanılabilmesi için önemlidir.

Dijital medyanın kriz dönemlerinde oynadığı hayati rol, tasarımcıların sorumluluğunu da artırmaktadır. Tasarımcılar ve platform geliştiricileri, etik standartlara uygun özenli tasarım ve politika uygulamaları yoluyla bu risklerin azaltılmasında önemli bir sorumluluk taşımaktadır. Tasarımcının bu bağlamdaki rolü, görsel olarak çekici arayüzler yaratmanın ötesine geçer; erişilebilirliği, güvenilirliği ve kullanıcı katılımını artıran araçların geliştirilmesini kapsar. Kullanıcı dostu arayüzlerin geliştirilmesi, farklı yaş grupları, kültürel bağlamlar ve teknolojik yetkinlikler göz önünde bulundurularak optimize edilmiş veya çok dilli özelliklerle donatılmış platformlar bilgiye eşit erişimi artırabilir. Engelli bireyler veya dijital araçlara erişimi sınırlı olan gruplar için özel çözümler geliştirilmesi, toplumsal dayanışmayı daha kapsayıcı bir hale getirebilir. Benzer şekilde, acil durum bildirimleri, interaktif haritalar ve merkezi yardım koordinasyon merkezleri gibi özelliklerin entegrasyonu, bu platformları kriz yönetimi için vazgeçilmez araçlara dönüştürebilir. Tasarımcılar ayrıca, doğrulanmış içeriği güçlendiren algoritmalar, yanlışlıkları işaretleme araçları ve kullanıcıların güvenilir kaynakları ayırt etme becerilerini geliştiren eğitim girişimleri gibi dezenformasyonla mücadele mekanizmalarına öncelik vermelidir (Koçyiğit, 2024, s.72). Böylelikle, bilgi doğruluğunu destekleyen mekanizmalar geliştirilerek dezenformasyonun önüne geçebilir ve kriz anında panik yaratabilecek yanlış bilgilerin yayılmasını engelleyebilir. Bu, özellikle kriz anında doğrulanmamış bilgilerin hızla yayılma potansiyeli göz önüne alındığında kritik bir gerekliliktir. Tasarımcılar, bu teknik ve etik zorunlulukları ele almanın yanı sıra, özenli platform tasarımı yoluyla sosyal

dayanışmayı geliştirmek için eşsiz bir fırsata sahiptir. Dijital medya, kullanıcıların destek mesajlarını paylaşmaları, yardım kampanyalarına katılmaları veya psikolojik kaynaklara erişmeleri için kanallar sağlayarak, zorluklar karşısında bir topluluk ve dayanıklılık duygusunu teşvik edebilir. Bu platformların tasarımı, krizler sırasında insan davranışının derinlemesine anlaşılmasını yansıtmalı, stresi azaltmak ve hızlı hareket etmeyi sağlamak için basitlik, açıklık ve gezinme kolaylığını vurgulamalıdır.

Kahramanmaraş depremi, afet ve kriz durumlarında dijital medyanın hem fırsatlarını hem de zorluklarını gösteren bir vaka olarak hizmet vermektedir. Platformlar benzersiz düzeyde bilgi paylaşımını ve yardım koordinasyonunu kolaylaştırırken, aynı zamanda bu araçların siyasi veya ideolojik gündemler için kötüye kullanılması gibi sosyal uyumu zayıflatan kırılabilirlikler de ortaya çıkarmıştır (Özbilgin vd., 2023, s.89-90). Bu ikilik, dijital medyanın güçlü yönlerinden faydalanırken sınırlılıklarını da ele alan dengeli bir yaklaşıma duyulan ihtiyacın altını çizmektedir.

Sonuç olarak, dijital medyanın kriz yönetimi stratejilerine entegrasyonu, teknoloji geliştiricileri, tasarımcılar, politikacılar ve son kullanıcılar arasında iş birliğini gerektirmektedir. Bu doğrultuda, multidisipliner bir yaklaşım benimseyerek teknoloji, tasarım, etik ve kriz yönetimi alanlarının ortaklaşa çalışması, sürdürülebilir çözümler üretilmesi açısından kritik bir rol oynar.

Etik tasarım ilkelerine öncelik vererek, dijital okuryazarlığı geliştirerek ve katılımcı kültürü teşvik ederek, bu platformlar krizlere karşı daha dirençli ve dayanıklı bir toplum için güçlü araçlar haline gelebilir. Özellikle tasarımcılar, bu araçların şekillendirilmesinde merkezi bir role sahiptir ve sadece işlevsel olmalarını değil, aynı zamanda eşitlikçi ve krizler sırasında insan deneyimlerinin karmaşıklığına duyarlı olmalarını sağlarlar. Onların katkıları, toplumların afet senaryolarının belirsizliklerini nasıl yönettikleri konusunda derin bir fark yaratabilir ve zorlukları kolektif eylem ve destek için fırsatlara dönüştürebilir. Tasarımcılar, kullanıcı deneyimini merkeze alan yenilikçi çözümleriyle bu süreçlerin iyileştirilmesinde anahtar rol oynar ve toplumsal dayanıklılığın artırılmasına katkıda bulunur.

5. Sonuç

Bu çalışma, dijital medya ve etkileşimli platformların kriz ve afet yönetimindeki rolünü vurgularken, bu alandaki mevcut eksiklikleri de gözler önüne sermektedir. Türkiye'de, kriz ve/veya deprem benzeri afetlere dair bilgilerin ve arşivlerin tek bir merkezde toplandığı, kullanıcı katkılarıyla zenginleştirilmiş, etkileşim

olanaklarını barındıran ve ihtiyaç duyulan bilgilerin erişimini kolaylaştıran bir elektronik platformun henüz yeterince geliştirilmediği görülmektedir. Bu eksiklik, afet yönetimi süreçlerinde hızlı bilgi akışını, etkili koordinasyonu ve dayanışmayı destekleyecek dijital çözümler üretme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Dijital dönüşümün etkisiyle, bilgi paylaşımı ve kriz yönetiminde interaktif medyanın sağladığı fırsatlar, toplumların afetlere hazırlıklı olma düzeyini artırmak için önemli bir potansiyel taşımaktadır. Ancak, bu potansiyelin etkili bir şekilde kullanılabilmesi için teknolojik altyapının güçlendirilmesi, erişilebilir platformların oluşturulması ve medya okuryazarlığının artırılması gerekmektedir.

Çalışma, dijital medyanın kriz yönetimi süreçlerindeki önemini geniş bir perspektifle ele alarak, mevcut literatüre katkı sağlamaktadır. Afet yönetiminde dijital araçların kullanımına dair teorik bir çerçeve sunmuş ve kullanıcı odaklı etkileşim tasarımlarının önemini vurgulamıştır. Ayrıca, disiplinler arası yaklaşımların gerekliliğine dikkat çekerek tasarımcıların rolünü daha kapsamlı bir bağlamda değerlendirmiştir. Bu bağlamda tasarımcılar, dijital platformların geliştirilmesinde kilit bir rol üstlenmektedir. Tasarımcılar, kullanıcıların bilgiye kolayca ulaşabileceği, kriz anlarında hızlı ve etkili iş birliğini mümkün kılacak kullanıcı dostu sistemler tasarlamakla sorumludur. Etkileşim tasarımına odaklanarak bilgi doğrulama mekanizmaları, erişilebilirlik özellikleri ve kültürel bağlamlara uygun görsel dillerle platformların etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamalıdır. Ayrıca, bu tür platformların farklı yaş grupları, engelli bireyler ve dijital okuryazarlık düzeyi düşük kullanıcılar için optimize edilmesi, toplumsal dayanışmayı daha kapsayıcı bir yapıya dönüştürecektir. Bu görev, yalnızca teknolojik ve sanatsal bir yeterliliği değil, aynı zamanda etik sorumluluğu da beraberinde getirir. Doğrulanmış bilgiyi güçlendiren, dezenformasyonu azaltan ve kullanıcıların psikolojik destek alabileceği ortamlar tasarlamak, afet yönetimi süreçlerinde daha dirençli toplumlar oluşturmak için hayati önem taşır.

Çalışmanın bulguları, dijital medyanın kriz ve afet yönetiminde bilgi akışını hızlandırmak, dayanışmayı teşvik etmek ve bireyleri güçlendirmek gibi çok boyutlu faydalar sunduğunu göstermiştir. Ancak, bu süreçte karşılaşılan dezenformasyon ve etik sorunlar gibi zorlukların altı çizilmeli ve bu sorunların çözümüne yönelik stratejiler geliştirilmelidir. Kriz yönetiminde dijital medyanın etkilerini artırmak için dijital okuryazarlığın geliştirilmesi, multidisipliner iş birliğinin teşvik edilmesi gerekmektedir. Gelecekteki araştırmaların, dijital medya platformlarının afet sonrası psikolojik destek sağlama potansiyeline ve bu süreçlerin uzun vadeli etkilerine odaklanması önerilmektedir. Ayrıca, yapay zekâ ve büyük veri analizinin kriz yönetiminde nasıl daha etkili kullanılabileceği üzerine

alışmalar yapılması faydalı olacaktır. Bu teknolojilerin kriz yönetiminde bilgi doğrulama, yardım koordinasyonu ve müdahale süreçlerindeki etkileri araştırılmalıdır.

Sonuç olarak, dijital medya, afet ve kriz yönetiminde bilgi akışı, yardım koordinasyonu ve dayanışma süreçlerini destekleyen dönüştürücü bir araçtır. Bu potansiyelin tam anlamıyla hayata geçirilebilmesi için tasarımcıların yenilikçi, bütüncül ve etik yaklaşımlar benimsemesi, bireylerin ve toplumların bu araçlardan en yüksek düzeyde fayda sağlaması için kritik bir öneme sahiptir. Daha erişilebilir, güvenilir ve etik platformların tasarımı, kriz yönetiminde etkin bir dönüşüm sağlayarak, bireylerin ve toplumların bu zorlu süreçleri daha iyi yönetmesini mümkün kılacaktır. Gelecekte, dijital medyanın kriz yönetimindeki rolünü daha da genişletecek araştırmalar ve uygulamalar hem akademik literatüre katkı sağlayacak hem de toplumların krizlere karşı daha dirençli hale gelmesine olanak tanıyacaktır.

Referanslar

- Abrogers, (2012). <https://www.abrogers.com/portfolio/this-exquisite-forest-tate-modern/> Erişim: 10 Eylül 2024.
- Akoğlu, C. (2010) Etkileşim tasarımının bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) gömülü ürünlerin tasarım ve geliştirilme sürecindeki rolü. İTÜ Dergisi/a, Cilt 9, Sayı 2, ss: 17-28.
- Alay, D., & Tüfekci, N. (2023). Pandemi Süreci Ve Sonrasında Sağlık Bakanlığı Dijital Uygulamaları. SDÜ Sağlık Yönetimi Dergisi, 5(2), 73-87.
- Alexander, D.E. (2014). Social Media in Disaster Risk Reduction and Crisis Management. Sci Eng Ethics 20, 717–733. <https://doi.org/10.1007/s11948-013-9502-z>
- Alptekin, Ü. M., ve Alarçin, E. Y. (2023). Sosyal Pazarlama Kapsamından HES Uygulaması Bilinirliği. International Journal of Disciplines in Economics & Administrative Sciences Studies.
- Bawden, D. (2008) Origins and concepts of digital literacy. Lankshear, C. & Knobel, M. (ed.) Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices
- Çağlar, N., & Demirel, G. (2023). Kriz Ortamında Sosyal Medya Haberciliği: Instagram Haber Sayfaları Üzerinden Bir İnceleme. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 78(3), 505-529. <https://doi.org/10.33630/ausbf.1158369>
- Çağlar, Şebnem (2017), Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğe Sosyal Medya Etkisi. Literatürk Academia.
- Darı, A. B. (2018). Sosyal Medya ve Siyaset: Türkiye’deki Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı. Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), 1-10.
- Demir, D. H., & Balcı, E. V. (2019). KRİZ HABERCİLİĞİ VE ETİK SORUNSAĞI. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi (11), 48-56.
- Demir, S. T. (2023). Afet Medyası ve Medya Afeti: 6 Şubat Kahramanmaraş Depreminin Anımsattıkları. TRT Akademi, 8(18), 709-716. <https://doi.org/10.37679/trta.1306893>
- Duman, K. (2019). Haber Kaynağı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı: Türk İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Analiz. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 7(3), 1637-1654. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.583735>
- Eastgate, <https://www.eastgate.com/> Erişim: 5 Şubat 2012
- Eckert S, Sopory P, Day A, Wilkins L, Padgett D, Novak J, Noyes J, Allen T, Alexander N, Vanderford M, Gamhewage G. Health-Related Disaster Communication and Social Media: Mixed-Method Systematic Review. Health Commun. 2018 Dec;33(12):1389-1400. doi: 10.1080/10410236.2017.1351278. Epub 2017 Aug 21. PMID: 28825501.

- Erdoğan, B. (2023). Depremin Sosyolojisi: 6 Şubat Felaketinin Toplumsal ve Kültürel Boyutları. TRT Akademi, 8(18), 718-725. <https://doi.org/10.37679/trta.1306900>
- Exquisiteforest, <http://www.exquisiteforest.com/> Erişim: 20 Eylül 2024.
- Eyüboğlu, E., & Kodak, D. (2023). İnfodemi ve Dijital Kamusal Alan: Afet Dönemi Özelinde Bir Araştırma. TRT Akademi, 8(18), 528-551. <https://doi.org/10.37679/trta.1277312>
- Fang, J., Hu, J., Shi, X. & Zhao, L. (2019). Assessing disaster impacts and response using social media data in China: a case study of 2016 Wuhan rainstorm. International Journal of Disaster Risk Reduction, 34, p.275-282. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2018.11.027>
- Garrett, J. J. (2011). The Elements of User Experience, Second Edition: User Centered Design for the Web and Beyond. United Dtates of America: Oreilly.
- Helpsteps, <https://helpsteps.app/tr/ana-sayfa/> Erişim: 8 Temmuz 2024.
- Hiwell, <https://www.hiwellapp.com/> Erişim: 6 Temmuz 2024.
- Hurricanearchive, <https://hurricanearchive.org/> Erişim: 14 Ağustos 2024.
- Işık, M., Bilici, E., & Karaboğa, F. Halkla İlişkiler Perspektifinden Bilinçli Medya Kullanımı ve Medyaokuryazarlığı. Dijital Çağda, Paradigma Akademi Yayınları, s. 1-20.
- Jenkins, H. (2019). Cesur yeni medya teknolojiler ve hayran kültürü Çev: N. Yeğengil, Çev. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kamal, N. (2013) Designing social media for change. CHI 2013: Changing Perspectives. ss 2277-2285. Paris, Fransa.
- Kerimoğlu, C., & Keleşoğlu, S. (2023). Internet Usage and Digital Citizenship during the Covid-19 Pandemic. Journal of Faculty of Educational Sciences, 56(2).
- Koçyiğit, A. (2023). Olağanüstü Hallerde Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele ve Kriz İletişimi: Kahramanmaraş Depremi Üzerine Bir Analiz. Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (10), 68-86. <https://doi.org/10.56676/kiad.1264562>
- Koçyiğit, A. (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 12(1), 62-87. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1406261>
- Koçyiğit, A., ve Koçyiğit, M. (2023). Dijital çağda sosyal medyada dezenformasyonla mücadele. A. B. Darı içinde, Dijital Çağda Medya Araştırmaları (s. 177-207). Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları.

- Koçyiğit, N., Kocaoğlu, M., & Yıldız, E. (2024). Sosyal Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık: 6 Şubat Depremleri Temalı Twitter Paylaşımları Örneği. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (62), 227-238. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1399206>
- Lievrouw, L. A. (2016). Alternatif ve Aktivist Yeni Medya. Çev: İ.S. Temizalp. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2008). New Media: A Critical Introduction (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203884829>
- Moggridge, B. (2006). Designing interactions. MIT Press. Cambridge, ABD.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? Computers & Education, 59(3), 1065–1078. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.016>
- Önal, İ. (2010) Tarihsel değişim sürecinde yaşam boyu öğrenme ve okuryazarlık: Türkiye deneyimi. Bilgi Dünyası. 11 (1) ss.101-121
- Özbilgin, M., Erbil, C., Şimşek Demirbağ, K., Demirbağ, O., vd. (2023). Afet Yönetiminde Sorumluluğun Yeniden İnşası: Deprem, Sosyal Dramalar, Sosyal Politikalar. Sosyal Mucit Academic Review, 4(1), 71-112. <https://doi.org/10.54733/smar.1253256>
- ÖZCAN, F., & IŞIK, İ. (2023) Kahramanmaraş Depremi Çerçevesinde Sosyal Medya ve Kriz Yönetimi. Dijital Çağda Halkla İlişkiler, 85-107.
- Özdemir, S., & Çapık, C. (2024). Covid-19 Pandemisinin Halk Sağlığı Bilişimine Yansımaları. Halk Sağlığı Hemşireliği Dergisi, 6(1), 46-53. <https://doi.org/10.54061/jphn.1346546>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: the internet as a public sphere. New Media Society 4 (9), 9-26.
- Pullinger, K. (2007). Living with A Million Penguins: inside the wiki-novel. <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2007/mar/12/livingwithamillionpenguins>.
- Saffer, D. (2010). Designing for interaction, second edition:creating innovative applications and devices. Berkeley, CA: New Riders.
- Sancakdar, A., & Kamer, V. (2024). Covid-19 İçin Geliştirilen Dijital Takip ve İzleme Uygulamalarının Etik Değerlendirilmesine Yönelik Olarak Tasarlanan Morley-Cowls-Taddeo-Floridi Ölçeğinin Hayat Eve Sığar (HES) Uygulaması Eklenerek İncelenmesi. Kilikya Felsefe Dergisi (1), 107-136.
- Sarıhan, Z. (2024). Türkiye’de “Afet İletişimi” Temalı Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. Urban 21 Journal, 2(1), 10-23.

- Sharma, K., Qian, F., Jiang, H., Ruchansky, N., Zhang, M., & Liu, Y. (2019). Combating fake news: A survey on identification and mitigation techniques. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology (TIST)*, 10(3), 1–42. <https://doi.org/10.1145/330526>
- Shirky, C. (2008) *Here comes everybody: the power of organizing without organizations*. Penguin Publishers. New York, ABD.
- Smith, C., G. (2004). What is interaction design? In M. Zanini (Ed.), *Vision: Interaction design talk about* (pp. 5-9). Ivrea: Interaction Design Institute
- Şahinsoy, K. (2017). Kriz Yönetimi Açısından Geleneksel ve Sosyal Medya. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9(4), 1-19.
- Tanner, A., Friedman, D. B., Koskan, A., & Barr, D. (2009). Disaster Communication on the Internet: A Focus on Mobilizing Information. *Journal of Health Communication*, 14(8), 741–755. <https://doi.org/10.1080/10810730903295542>
- Toprak, A. G. (2023). Dijital İletişim Çağında Mekânsal Bilginin Üretimi: Dijital Haritalar, Topluluklar ve Katılımcı Kültür. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (62), 168-187. <https://doi.org/10.47998/ikad.1218329>
- Uludağ, H., & Gün, S. (2023). Beden Odağında COVID-19 Salgını: Dijitalleşme, Gözetim ve Öz-takip. *Yeni Medya* (14), 155-177. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1215523>
- Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. (2011). A work-in-process literature review: Incorporating social media in risk and crisis communication. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 19(2), 110-122. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2011.00639.x>
- Yeke, S., & Selçuk, A. G. (2022). Covid-19 Sürecinde Mobil Sağlık Uygulamaları: Hes Uygulamasına Yönelik Kritik Başarı Faktörleri Analizi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 1887-1912. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.932088>

bölüm 10

Dijital Medyada Etkileşimli İnfografik Kullanımı¹

Duygu AKTAŞ DURMUŞ ², Nadire ŞULE ATILGAN³

Özet

Günümüzde artan bilgi yığınlarının arasında bilgiyi anlama, sınıflama, depolama, paylaşma ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Bilginin anlaşılır bir şekilde sunulması bugünün temel meselelerinden biri halini almıştır. Burada dijital medya araçları bilginin birincil çıkış ve paylaşılma odağı halindedir. Aynı zamanda kişisel verilerin kaydını tutmak da bugünün insanının kendiyile ilgili sayısal ajandaları haline dönmüştür. Etkileşimli infografikler ağ bağlantısı üzerinden büyük verilerin anlaşılır sunumlarını kullanıcıları etkileşime geçirerek deneyim yoluyla öğrenme, istenilen her an bilgiye erişme gibi özgürlük imkanları sunmaktadır. Bunun yanı sıra mobil cihazlarla sağlık, finans, spor, kişisel gelişim gibi bir dizi görev takip sistemi ile tutulan verileri etkileşimli infografik sunumlarla kullanıcılara her an her gün etkileşim kurmaktadır. Yine giyilebilir teknolojiler farklı boyutlarıyla etkileşimli infografikler vasıtasıyla kullanıcılarla temas halindedir. Sanal ve Artırılmış gerçeklik gözlükleri ile sanal gezintiler de karşımıza infografik veriler çıkmakta, yine akıllı saat ve bantlarla kişisel sağlık verileri işlenmektedir. Dijitalleşmiş yaşamlarımızın ayrılmaz parçası olan bu cihazlar aracılığıyla bilgiyi etkili ve anlaşılır sunumlarla aktarma görevini etkileşimli infografikler büyük ölçüde karşılamaktadır. Bu çalışma infografikleri genel bir çerçevede ele almakta ve özel olarak da dijital medyada etkileşimli infografiklerin kullanımını incelemektedir.

Anahtar Sözcükler: Dijital Medya, İnfografik, Etkileşim, Etkileşimli İnfografik.

¹ Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırladığı Etkileşimli İnfografik: Türkiye Bağımsız Sinema Tarihi Örneği başlıklı sanatta yeterlik tezinden üretilmiştir.”

² Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü

³ Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi Dijital OyunTasarımı Bölümü

1. Giriş

20. yüzyılın başından itibaren bilgi grafiklerinin popülerleşmesi, önceki yüzyılla benzerlik göstermiştir. İnfografikler için yeni bağlamlar ve kullanımlar, resimli dergilerde, popüler bilim kitaplarında, duvar grafiklerinde, okullarda, sergilerde ve iş ortamlarındaki kurumsal iletişimlerde görsel yardımcı görevi ile metinleri desteklemişlerdir.

Estetik açıdan modern tasarım 20. yüzyılda önemli bir rol oynamıştır. Birçok tasarımcı, infografiğin yaratılması da dahil olmak üzere çağdaş bir görsel dil bulmaya çalışmıştır. Dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte ikinci daha da derin bir dönüşüm meydana gelmiştir. Böylece, bilgi görselleştirme pratiğini bu güne kadar tam olarak anlaşılamayacak şekillerde etkileyen bir medya teknolojisi devrimi başlamıştır. 1990'lı yıllardan bu yana, bilgisayar biliminde görselleştirme üzerine yoğun araştırmalar şekillenmiştir. Bu bağlamda, yalnızca yeni görsel temsil biçimleri geliştirilip test edilmemiş, aynı zamanda görselleştirmelerin okunabilirliği ile ilgili sorular da incelenmiştir. Bu sadece gerçeklerin ve verilerin doğru gösterilmesi ile ilgili değildir, aynı zamanda büyük miktarda verinin araştırılması, erişilebilirliği ve insan-bilgisayar etkileşimini desteklemesi ile de ilgilidir. Bu süreç 20. yüzyılın sonlarında başlamış ve günümüzde genişlemeye devam etmiştir (Rendgen, 2019).

21. yüzyılda bilgi ve teknolojiye ileriye giden nokta, tüm insanlığı büyük bir iletişim ve etkileşim ağının merkezinde konumlandırmaktadır. Gün boyu okunan mesajlar, e-postalar, haberler, sosyal medya paylaşımları ve sayısız içerik, bugünün insanına bilgileri filtreleme, akılda tutma, depolama gibi birden çok görev yüklemektedir. Durmaksızın gelen verilerden işe yarayan yahut ihtiyaç duyulan verileri bilgiye dönüştürmek bu çağın en temel gündelik hayat pratiklerinin başında yer almaktadır. Anlamlı öğrenmenin giderek güçleşmesine neden olan bilgi patlamasının yaşandığı bu yüzyılda veriyi bilgiye, anlayışa ve bilgeliğe dönüştürme sürecinde oldukça farklı deneyimlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Görsel ve metin birlikteliği insanlık tarihi boyunca süregelmiştir. Duvar resimleri ve hiyerogliflerdeki görsel hikayecilikten kutsal kitaplara, masaüstü yayıncılıktan ve elbette çevrimiçi ortamlara kadar bu birliktelik hep devam etmiştir.

Mobil cihaz teknolojisi, görsel ve metin kullanımının etkililiğini sosyal medyalar aracılığıyla farklı bir iletişim modeline taşımıştır. Basit içeriklerin bile görseller, grafikler, işaretçiler ve emojiler ile sunulurken karmaşık bilgilerin sunumunun görsel iletişim araç ve yöntemleriyle desteklenmesi gerektiği açıktır. Bilginin

kalıcılığında; bilginin tasarlanması gerekliliği bugün artık önemli ölçüde kabul görmektedir.

Tasarım eylemi, karşılaşılan probleme çözüm üretme pratiği ile başlamaktadır. Doğru araçlar, doğru planlama ve doğru ortamlarda etkili görsel çözümler sunmakla süreç tamamlanmaktadır. Karmaşık bilgileri kolay ve anlaşılır bir içerikle sunmada infografikler en doğru bilgilendirme tasarımı çıktısıdır. Bilginin organize edilerek görselleştirilmesi, işlevsel ve göze hitap eden tasarımlarla sunulması infografikleri tercih edilir hale getirmektedir.

Hiç şüphe yok ki günümüzde muazzam miktarda bilginin bir kısmı faydalı, bir kısmı zararlı ve bir kısmı da anlamsızdır. Bu nedenle, bu muazzam miktarda bilgiyle, insanlar alakasız bilgileri filtrelemek ve önemli bilgilere dikkat etmek için bir yöntem ihtiyacı duyarlar (Krum, 2014). Bu durumda, bilginin nasıl iletildiği ve insanların bilgiyi nasıl aldığı daha kritik hale gelmektedir. Elektronik ürünlerin ortaya çıkmasıyla birlikte bilginin yayılması daha erişilebilir hale gelmiş ve bilginin yayılma ortamları çeşitlenmiştir. (Möcander, B., & Shen, N., s.6, 2023). İnsanlar artık kişisel cihazları aracılığıyla istediği bilgiye istediği anda ulaşmakta, aynı hızla bilgiyi üretmekte ve paylaşmakta, bilginin yayılmasına, duyulmasına ve görünür olmasına doğrudan ya da dolaylı olarak katkı sunan bir aracı görevi görmektedir.

2. Dijital Medya ve Etkileşim

Dijital medya teknolojisi, ortaya çıkışının başlangıcında, iyi etkileşim, büyük miktarda bilgi, esnek ifade biçimi ve kolay yayılma özellikleri ile toplumun tüm kesimlerinin dikkatini çekmiştir. (Yang, X., 2023, s.2).

Dijital medya kavramı bilgisayar ortamında sayısal olarak kodlanmış her türlü yazı, ses, video, fotoğraf içeriği gibi materyalleri ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Dijital medyanın etkileşim, bilgiye kolayca erişme, zaman ve mekân sorununu ortadan kaldıran küresel yapısı gibi özellikleri onu hayatımızın vazgeçilmez bir parçası hâline getirmektedir. (Kara, E.Ş. & Nisan F., 2022, s.12). Dijital medya, elektronik cihazların yardımıyla bilgiyi dijital olarak depolayan veya ileten ve onu resimsel veya sembolik olarak yeniden üreten medyayı ifade etmektedir (Pallack, 2018: 28, Akt: Kara, E.Ş. & Nisan F., 2022, s.11).

Yang (2023), genel olarak, dijital medyanın iki anlam içerdiğinden bahseder; biri grafik, metin, görüntü, video, animasyon, ses ve diğer formlar dahil olmak üzere dijital bilgilerin iletişim taşıyıcısıdır; ikincisi, bilgi toplama, depolama, işleme ve dağıtım süreci dahil olmak üzere bilgi içeriğini endekslemektir. Günümüzde dijital medya, dijital teknoloji ve destek olarak bilgi teknolojisi ve sunum taşıyıcısı olarak ekran aracılığıyla ağ medyası, dijital film ve televizyon, multimedya vb.

dahil olmak üzere çok çeşitli ifade biçimlerine sahiptir (*Christ, N., 2020, Akt: Yang, X., 2023, s.2*). Hemen her yaştan kullanıcının erişiminde olan dijital teknolojiler gündelik hayatın artık vazgeçilmez bir parçasıdır. Dijital medya teknolojilerinin yaygınlaşması ve beraberinde getirdiği özellikleri nedeniyle insan doğasına yeni yaşam alışkanlıklarını dahil etmiştir.

2.1. Dijital Medyanın Özellikleri

Geniş bir kapsama sahip olan dijital medya kavramının çerçevesini çizmek için sahip olduğu özelliklere değinmek önemli olacaktır. Bu özellikler şöyledir.

- 1) Etkileşim: Dijital medya iletişiminin en dikkat çekici özelliği etkileşimdir. Geleneksel medyanın doğrusal iletişimi yerine, arayüz aracılığıyla "insan makine insan" etkileşimli iletişimi gerçekleştirilir. Bilgi yayma sürecinde izleyici pasif kabulden ziyade aktif nokta seçimidir. Farklı bilgi seçimi kitleleri farklı geri bildirimler alacaktır. Artık web tasarımı, oyun etkileşimli rol tasarımı, dijital arayüz tasarımı, ekran tasarımı, multimedya reklam tasarımı ve benzeri dijital medya etkileşiminin somut taşıyıcılarıdır.
- 2) Entegrasyon: Dijital medya grafik, metin, ses, animasyon, görüntü ve diğer sembolleri entegre eder. Bilgisayar dijital işlemesine dayanan dijital medya görsel ve işitseldir. Dijital medya iletişimi sadece bilgisayar teknolojisi, bilgi teknolojisi ve medya teknolojisinin desteğine ihtiyaç duymaz, aynı zamanda beşeri bilimler ve sanatla da birleştirilmelidir. Örneğin, yazılım ve donanımın arayüz tasarımı ve multimedya ürünlerinin tasarımı teknisyen ve tasarımcıların işbirliğine ihtiyaç duyar. Teknisyenler programın mimarisinden ve kodlama tasarımından sorumluyken, tasarımcılar programın tüm görsel içeriklerinin görsel tasarımından sorumludur.
- 3) Sayısallaştırma: Bit, bilgisayar tarafından işlenen, depolanan ve iletilen dijital medyanın temel biçimidir. Bit'in kopyalanması ve hesaplanması nispeten kolaydır, hızla yayılabilir ve yeniden kullanılabilir ve karıştırılabilir (*Yang, X., 2023, s.2*). Bu özellikler bir dijital medyanın olmazsa olmaz temel unsurlardır.

2.2. Etkileşim

"Etkileşim" ve "etkileşimli" medya, 1980'lerin sonlarında ve özellikle 1990'larda - hem siyasetin hem de iş ve bilim dünyasının-, herkesin dudaklarında hecelemeye devam ettiği zamanlardı (Quiring, O., & Schweiger, W. , 2006, s. 5).

Jäckel etkileşimi, "bir kişinin aktivitesinin başka bir kişinin aktivitesini tetiklediği" reaksiyon dizileri içinde gerçekleşen durum olarak açıklamaktadır. Bu gibi etkileşim süreçleri, telefon veya ağa bağlı bilgisayar gibi teknik iletişim araçlarıyla da

gerçekleştirilebildiğinden, etkileşim ortaklarının fiziksel varlığı artık gerekli bir tanım bileşeni olarak görülmemektedir (Quiring, O., & Schweiger, W. , 2006, s. 6).

Sims (1999)'e göre; etkileşim, kullanıcıya, hem işlemin kontrolünü hem de içerikle iletişimi sağlamak için bilgisayar tabanlı bir uygulama tarafından sağlanan olanakları ifade eder. Bu iletişim, hem bir eylemi başlatan kullanıcıyı hem de bu eyleme yanıt veren bilgisayarı içerir. Bilgisayarın etkileşimli rolü, işlem gücünün bir kullanıcının eylemini yorumlamasını ve yanıtlamasını sağlamak ve böylece bir insan-bilgisayar diyalogu oluşturmaktır. Etkileşim, yeni bir medya programının, web sitesinin, kiosk veya multimedya sunumunun, kullanıcının içeriği bir şekilde kontrol etmesine izin vermesidir. Etkileşim, kullanıcıyı ürünü keşfetmeye dahil etmek ve motive etmek zorundadır. Yeni medyanın etkileşimli özellikleri, kullanıcı için keşif ve işbirliği gibi fırsatlar sunmalıdır: İyi düşünülmüş etkileşim, izleyicilerini bilir, bilgi tabanını anlar ve izleyiciler tarafından yaygın olarak anlaşılan terimleri ve ifadeleri kullanır. İyi etkileşim de, seyircinin durumunu dikkate alır (Sims, 1999, s. 258). Bir ürün ile etkileşime geçmenin yollarını belirleyen ise o ürünün hangi etkileşim türüne uygun olarak tasarlanmış olduğuyla ilgilidir.

2.3. Etkileşim Türleri

Tasarım alanını kavramsallaştırmanın bir başka yolu da, kullanıcı deneyiminin altında yatan etkileşim türleridir. Esasen, bir kişinin bir ürün veya uygulama ile etkileşime girme biçimleridir. Preece ve ark. 2002'de başlangıçta talimat vermek, konuşmak, manipüle etmek ve keşfetmek olmak üzere dört ana etkileşim türü belirlemiştir. Bugünse Christopher Lueg ve ark. 2019'da buna yanıtlama olarak tanımladıkları beşinci tipi eklemiştir. Bu, örneğin Netflix bir kişinin izlemesini duraklatırken izlemeye devam edip etmeyeceklerini sormak için kullanıcının yanıt verebileceği durumlarda bir istek başlatan proaktif sistemleri ifade eder. Hangi etkileşim türlerinin kullanılacağına ve neden kullanılacağına karar verilmesi, tasarımcıların konuşma tabanlı, jest tabanlı gibi belirli bir arabirime girmeden önce kavramsal bir model oluşturmalarına yardımcı olabilir. Bu beş tür etkileşimin ayrıntıları şu şekildedir.

1. *Talimat Verme* - kullanıcıların bir sisteme talimatlar verdikleri yer. Bu, aşağıdakileri içeren çeşitli şekillerde yapılabilir: komutları yazma, pencerelerdeki veya çoklu dokunma ekranındaki menülerden seçenekleri belirleme, sesli komutları kullanma, el hareketi, tuşlara basma veya işlev tuşları birleşimini kullanma şeklindedir.

2. *Konuşma* - kullanıcıların sistemle diyalogları vardır. Kullanıcılar bir arabirim üzerinden konuşabilir veya sistemin metin veya konuşma çıktısı ile yanıtladığı soruları yazabilir.
3. *Manipülasyon* - kullanıcılar sanal veya fiziksel bir alanda nesnelere müdahale ederek (örneğin açma, tutma, kapatma, yerleştirme) görüntüyü manipüle eder. Kullanıcılar, nesnelerle nasıl etkileşime girecekleri hakkında bilgi sahibi olabilir.
4. *Keşfetme* - kullanıcıların sanal bir ortam veya fiziksel bir alan boyunca hareket etmeleridir. Sanal ortamlar 3 boyutlu dünyaları ve artırılmış ve sanal gerçeklik sistemlerini içerir. Kullanıcıların fiziksel olarak etrafta dolaşan bilindik bilgileri geliştirmelerini sağlar. Sensör tabanlı teknolojiler kullanan fiziksel alanlar, akıllı odalar ve ortamları içerir.
5. Yanıtlama - Sistem etkileşimi başlattığında ve kullanıcı cevap verip vermemeyi seçer. Örneğin, kullanıcılar tefonlarında ortaya çıkan bilgilere bakmayı ya da görmezden gelmeyi seçebilirler (Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H., 2019, s. 81).

Kullanıcı deneyimi tasarımı alanındaki en etkili isimlerden biri olan Don Norman *Gündelik Şeylerin Tasarımı* adlı kitabında belirttiği temel ilker de etkileşim kontrol süreçlerinin tasarlanmasında oldukça önemlidir. Bu ilkeleri şöyle tanımlamaktadır.

1. *Görünürlük*: Kullanıcıların hangi eylemlerin mümkün olduğunu bilmeleri için temel unsurları kolayca görebilmelerini sağlamak.
2. *Geri bildirim*: Sonuçları doğrulamak ve onları yönlendirmek için kullanıcılara eylemlere anında yanıtlar sağlamak.
3. *Kısıtlamalar*: Hataları önlemek ve doğru kullanımı göstermek için kullanıcıların yapabileceği eylemleri sınırlamak.
4. *Haritalama*: Kullanılabilirliği desteklemek için kontroller ve etkileri arasında net bir ilişki oluşturmak.
5. *Tutarlılık*: Etkileşimleri öngörülebilir ve anlaşılabilir kılmak için tanıdık öğeler ve kalıplar kullanmak.
6. *Olanaklar*: Nesneleri, kullanımlarını önerecek ve kullanıcıların onlarla sezgisel olarak nasıl etkileşime gireceklerini bilmelerine yardımcı olacak şekilde tasarlamak.
7. *İşaretçiler*: Kullanıcılara öğelerle nasıl etkileşime girecekleri ve eylemlerin nerede gerçekleşmesi gerektiği konusunda rehberlik eden açık ipuçları veya göstergeler sağlamak (www.interaction-design.org). Burada şüphesiz önemli bir başlık olarak etkileşimlilik kavramından söz etmek gerekmektedir.

2.4. Etkileşimlilik

Amerikan tasarım firması IDEO'nun kurucu ortağı olan Bill Moggridge, 1980'lerin sonunda, tasarım faaliyetlerinin artık endüstriyel, bilgi ya da iletişim tasarımının klasik tasarım disiplinlerinde yer alamayacağını fark ederek etkileşim tasarımı terimini icat etti (Buurman, G. M., & Vannotti, S. M., 2008, s. 126).

Etkileşim tasarımı nispeten genç bir alandır, ancak yine de bir tasarım disiplini olarak düşünülebilir. Bu nedenle, diğer tasarım disiplinleriyle ve tasarım alanlarındaki gelişmelere, hatta ilk bilgisayar inşa edilmeden önce var olan şeylerle ilişkilere sahiptir (Löwgren, J., & Stolterman, E., 2004, s. 153).

Etkileşim tasarımı bir terim olarak, ilk kez 1980'lerde Bill Moggridge ve Bill Verplank tarafından kullanılmıştır (Akoğlu, 2009, s. 47). Odak noktası insanların teknolojiyle nasıl etkileşime girdiğidir. Amaç, insanların neler yapılabileceğini, neler olacağını ve henüz neler olduğunu anlamalarını sağlamaktır. Etkileşim tasarımı olumlu ve keyifli bir deneyim sağlamak için psikoloji, tasarım, sanat ve duygu ilkelerini kullanır (Norman, 2013, s. 5). Etkileşim tasarımı (özünde hikaye oluşturma ve hikaye anlatımı) hem eski bir sanat hem de yeni bir teknolojidir. Medya, her zaman hikayelerin anlatılmasını ve deneyimlerin yaratılmasını etkilemiştir, ancak şu anda daha önce etkileşim ve performans tarihinde ele alınmayan yeni medya olanakları ve fırsatları sunmaktadır (Shedroff, 1999, s. 269). Zanini (2006) ise etkileşim tasarımı, insanlar ve dijital gerçeklik arasındaki giderek karmaşılaşan etkileşimi inceleyen, tasarlayan ve uygulayan bir disiplin olarak tanımlamaktadır.

Moggridge (2006) daha spesifik bir tanımla, etkileşim tasarımı, sayısal ve etkileşimli olan öznel ve niteliksel her şeyin tasarımı olarak tarif etmektedir; burada temel hedef faydalı, arzu edilir ve erişilebilir tasarımlar ortaya koymaktır. Öte yandan, Moggridge (2006), etkileşim tasarımı daha dar bir bakışla, mimarlık, endüstriyel tasarım ve grafik tasarım gibi estetik ve niteliksel değerlerle uğraşan disiplinlerin deneyim ve temelleriyle ilgili görülebileceğini belirtmektedir. Verplank (2006)'a göre etkileşim tasarımının üç temel soruya cevap vermesi gerekir. Bunlar, "nasıl yapılır", "nasıl hissedilir" ve "nasıl bilinir" sorularıdır (Akoğlu, 2009, s. 47).

Son yirmi yılda, birçok modern dijital teknoloji, sadece birkaç yıl içinde, özellikle kişisel bilgisayarlar, World Wide Web, kablosuz iletişim ve ağlar gibi kitle pazarına ulaştı. Bu, küresel kitle pazarında bir fırsatlar dünyası açtı; teknoloji, günümüzde, teknolojik kabiliyetler ve bunları kullanabilme kabiliyeti arasındaki giderek genişleyen uçurum nedeniyle, potansiyelinin çok daha azında kullanılmaktadır. Dijital teknoloji bugün gerçek fiziksel olana paralel bir gerçekliktir (Zanini, 2004, s. 55). Etkileşim tasarımı bir takım ana faktörleri ortaya çıkarır - önce kullanıcı uygulamayı kontrol edebilmelidir ve uygulama kullanıcıyı meşgul edecek şekilde tasarlanmalıdır; ikincisi,

kullanıcının biraz özgürlüğü olmalı ve üçüncü olarak uygulama belirli bir kitle için (Sims, 1999, s. 259)

Etkileşim tasarımını yakından ilgilendiren bazı terimlerin bilinmesinde yarar olduğunu belirten Buurman & Vannotti, bu terimleri şöyle sıralar.

İnsan-Bilgisayar Etkileşimi (İnsan-Makine Etkileşimi): Bu alan insan-makine etkileşiminin tasarımına odaklanır. İnsan-makine etkileşimi alanı, bilgisayar biliminin bir dalıdır ve etkileşim tasarımı ile giderek daha yakın bir bağlantıya sahiptir.

Yazılım Ergonomisi (Kullanılabilirlik Mühendisliği): Yazılım ergonomisi, bilgisayar programlarının kullanılabilirliğinin bir araştırmasıdır. İnsan-makine etkileşiminin bir alt alanıdır.

Deneyim Tasarımı: Deneyim tasarımı terimi, kapsamlı kullanıcı deneyimini temel bir tasarım boyutu olarak tanımlar.

Arayüz Tasarımı: Tasarım perspektifinden bakıldığında, etkileşimli tasarım kavramı, arayüz tasarımı teriminden daha ağır basmıştır, çünkü merkezi bir tasarım görevi olan süreç burada daha açık bir şekilde ifade edilmektedir.

Bilgi Mimarisi: Bilgi mimarisi, bir bilgi ya da iletişim sistemini yapılandırma görevidir (Buurman, G. M., & Vannotti, S. M., 2008, s. 127). Aynı zamanda infografiği geliştirme ve yayınlama sürecine, bilgi tasarımı veya bilgi mimarisi denir (Smiciklas, 2012, s. 4). Burada artık tasarlanan bir dizi etkileşim sürecinin kullanıcıya ulaşma biçimleri ortaya çıkmakta ve kullanıcılar bir sistem ile karşılıklı olarak etkileşime geçmektedir.

2.5. Etkileşimli Tasarım Süreci

Etkileşim tasarımcısı, iki ve üç boyutlu alanda karmaşık bilgilerin sunulmasının yanı sıra kullanıcı tarafından erişim, özelleştirilebilirlik ve kontrolü sorgular. İçerik açısından en büyük zorluklardan biri, karmaşık bilgilerin ve olguların daha iyi nasıl temsil edilebileceği ve böylece grafiksel gösterimler yoluyla algılanabileceği sorusudur (Buurman, G. M., & Vannotti, S. M., 2008, s.131).

Etkileşimli tasarımlar gerçekleştirirken hata payını en aza indirmek ve kullanıcının ihtiyaçlarına hitap edecek doğru arayüz tasarımları gerçekleştirebilmek için tasarım sürecini bir takım faaliyetler çerçevesinde gerçekleştirmekte yarar vardır. Etkileşim tasarımı süreci dört temel faaliyeti içerir:

1. İhtiyaçları belirleme ve gereksinimleri belirlemek.
2. Bu gereksinimleri karşılayan alternatif tasarımlar geliştirmek.
3. Tasarımların etkileşimli versiyonlarını oluşturmak ve böylece değerlendirilebilmelerini sağlamak.
4. Süreç boyunca neyin inşa edildiğini değerlendirmek.

Bu aktiviteler birbirini bilgilendirmek ve tekrarlamak için tasarlanmıştır. Örneğin, kullanımı kolay olup olmadığına göre nelerin inşa edildiğinin kullanılabilirliğinin ölçülmesi, belirli değişikliklerin yapılması veya belirli gereksinimlerin henüz karşılanmadığına dair geri bildirim sağlar (Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H., 2002, s. 12).

Donald A. Norman'ın “Gündelik ŞeylerinTasarımı” adlı kitabında daha ayrıntılı olarak tanımlanıyor. Norman’ göre (2010), etkileşimli ürünlerin tasarımında en önemli ilkeler; işlevlerin görünürlüğü, eylemlerin geribildirimi, arayüz elemanlarının tutarlılığı, nesnelerin algılanma özelliği ve kontrollere doğrudan erişim olduğunu belirtir (Norman, 2013, s. 10). Etkileşim tasarımı, kullanıcı deneyiminin göz önünde bulundurularak dijital arayüzlerin uzmanlarca planlanarak tasarlanmış ve kodlanmış hallerinin kullanıcıya ulaştığı sürecin bütünüdür.

2.6. Etkileşimli Görsel Gösterim Türleri

Bilgi görselleştirme, bilgisayarlarla birlikte, çeşitli soyutlama düzeylerindeki verileri görsel olarak keşfetmek için insanların görme sistemlerinin dikkate değer algısal yeteneğinden yararlanan grafik arayüzleri kullanan kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamaktadır. Bilgi görselleştirme sistemleri, kullanıcı girdi verilerini değiştirebildiğinde veya oluşturulan görünümü manipüle edebildiğinde oldukça faydalı görünmektedir. Etkileşimler veri keşfini kolaylaştırır ve statik bir görünümde gizli kalabilecek ilişkileri ortaya çıkarabilir.

Riccardo Mazza, “Bilgi Görselleştirmeye Giriş” kitabında Bir kullanıcının gerçekleştirebileceği etkileşim türüne bağlı olarak, görsel gösterim türlerini aşağıdaki şekilde sınıflandırmıştır.

- Statik gösterimler, kullanıcıların herhangi bir etkileşim türü gerçekleştirmesine izin vermez ve yalnızca tek, değiştirilemez bir görünüm oluşturulur.
- Manipüle edilebilir gösterimler, kullanıcıların yakınlaştırma, döndürme, kaydırma gibi müdahalelerde bulunduğu gösterimlerdir.
- Dönüştürülebilir gösterimler, kullanıcıların ön işleme aşamasında, temsillerin girdi verilerini örneğin veri filtreleme yoluyla manipüle etmelerini sağlar. Bu manipülasyonlar genellikle oluşturulan görüntüleri etkiler ve değiştirir.

Manipüle Edilebilir Gösterimler: Kullanıcı oluşturulan görüntüye müdahale ettiğinde ve manipüle ettiğinde, etkileşimli görsel sunum süreci manipüle edilebilir. En yaygın teknik, görünümün belirli bir bölümünü yakınlaştırmak veya görüntüyü üç boyutlu görünümde döndürmek gibi geometrik dönüştürmeleri uygulamaktır. Yakınlaştırma ve döndürme dışında görüntüleme manipülasyonu için kaydırma, genel bakış + detaylar, odak + bağlam gibi farklı teknikler de vardır.

Dönüştürülebilir Gösterimler: Etkileşimli bir görsel gösterim, kullanıcı ön işleme ve / veya görsel haritalamanın aşamalarına müdahale edip manipüle ederse dönüştürülebilir olarak tanımlanabilir. Bu, tüm keşif analizlerinde, kullanıcılar bir koleksiyonun içeriğini bilmediğinde veya verilerin nasıl yapılandırıldığına dair sınırlı bir anlayışa sahip olduklarında veya ilginç yapısal özellikler ararken sınırlı olduklarında çok faydalıdır. Girdi verilerini veya haritalamayı engelleme fırsatı çok yararlıdır, çünkü veri özelliklerinin araştırılmasına ve tanımlanmasına yardımcı olabilir ve ilginç görüşlere yol açabilir. Filtreleme, veriyi yeniden düzenleme, dinamik sorgular, sihirli mercekler ve özellik gezgini en yaygın dönüşüm tekniklerinden bazılarıdır (Mazza, 2009, s. 106-116). Etkileşimli görsel gösterimler kullanıcıların yazma, tıklama, sürüklemeye, dokunma ve ses gibi eylemlerle aktive ettiği, basit gösterimlerden manipüle edilir ve dönüştürülebilir gösterimlere kadar çeşitlenen dijital gösterimlerdir.

3. İnfografiklere Genel Bakış

Tarih öncesi toplumların yarattığı sözlü olmayan iletişimin en eski formları olan Petroglifler (kaya üzerine yontulan, çizilen arkeolojik resim sanatı) Antartika hariç tüm kıtalarda bulunur. Sümer çivi yazısı ve Mısır hiyeroglifleri gibi daha gelişmiş piktogramlara dönüştü ve bu da bugün kullandığımız dilbilimsel yazıya yol açtı.

Tarih boyunca, imge ve metin ayrılmaz bir birliktelikle bir arada kalmıştır. Seksenlerin sonlarında masaüstü yayıncılığın ortaya çıkışı ve doksanlı yıllarda bilgi tasarımı alanının ortaya çıkmasıyla, infografik kullanımı yeniden yaygınlık kazanmıştır.

1980'lerde ortaya çıkan infografik terimi dekoratif ya da sanatsal bir amacı hariç tutan bilgi ve grafiklerin bileşimidir. İnfografiğin asıl görevine atıfta bulunur: yani görsel olarak bilgilendirmek, bilgileri grafiksel olarak sunmak (Weber, W., & Wenzel, A., 2013, s. 4). Türkçe karşılığı "Bilgi Grafiği" olan infografiğin en basit tanımı karmaşık bilgilerin kolay anlaşılabilir şekilde görselleştirilmesi olarak verilebilir. Geleneksel olarak tanımlanan bir infografik, "karmaşık bilgilerin hızlı bir şekilde tüketilen ve kolayca anlaşılabilir bir şekilde bir izleyiciye iletmeye çalışılan verilerin veya fikirlerin görselleştirilmesi" dir (Smiciklas, 2012, s. 3). Bu

nedenledir ki, çok katmanlı metinlerin grafiksel çözümlerle anlaşılmasını kolaylaştırır.

İnfografikler, belirli bir mesajı iletmek için kelimeleri ve resimleri birleştiren özel bir görselleştirme biçimidir. İnfografikler birkaç hedefe ulaşmak için kullanılabilir. Örneğin, insanları bilgilendirmek, ikna etmek, öğretmek veya harekete geçirmek için kullanılabilirler. Ancak, bir şeyi infografik olarak nitelendirmek için, tanım gereği, bilgilendirmek zorundadırlar (Few, S., 2011, s. 13). Weber'e göre, bir bilgi grafiğinin temel işlevi, bilgiyi görsel bir şekilde göstermektir. Başka bir temel işlevi bilgilendirmektir; *anlatıcı, açıklayıcı ve tanımlayıcı olmak üzere* üç farklı şekilde yapılabilir. Bilgi grafikleri, genellikle 'görsel öykü anlatımını' veya 'veri ile hikaye anlatımını kullanırlar' (Weber, 2017, s. 250). Ayrıca infografikler bilgiyi anlaşılır kılmanın en eğlenceli yollarından biridir.

3.1. İnfografiklerin Anatomisi

İnfografikler temelde 3 ana bölümden oluşmaktadır.

1.Görsel: Renk kodlaması, grafikler ve referans simgelerden oluşur (Roy, 2009). İnfografiklerin görsel yönü, tasarımıyla güçlü bir ilişkiye sahiptir. İnfografik tasarımı aynı zamanda, infografiklerin amaçlarına ve hedeflerine dayanarak ilgi çekme, kavrama ve akılda tutma ile ilgili önceliklere sahiptir (Arum, 2017, s. 2).

2.İçerik: Zaman çizelgeleri, istatistik ve referanslardan oluşur. İnfografik içeriği, giriş, ana olay ve sonuç olan üç bölüme ayrılabilir (Roy, 2009). Giriş bölümünün okuyucuyu infografik konusuna tanıtmaması gerekir. Bu, genellikle başlık ve kısa bir metin paragrafının bir birleşimidir. Giriş, döşeme temeline yardımcı olan birkaç veri görselleştirmesini içerebilir.

Bir infografik için ana etkinlik izleyici için dikkat çekici olmalı ve yeni bilgiler içermelidir. Bu bölümde, genellikle infografiklerin görsel bir kısmı hakimdir. İçeriğin son kısmı bir sonuçtur ve infografik tasarımı okuyucuyu ekranın sonuna kadar götürmeli ve tüm mesajları tamamlatmalıdır (Arum, 2017, s. 2).

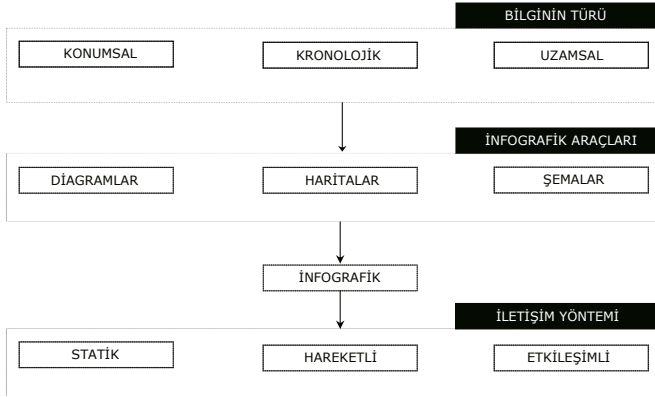
3.Bilgi: Gerçekler ve çıkarımlardan oluşur (Roy, 2009). İnfografikteki bilgi gerçekleri göstermek ve içerikten çıkarım yapmak ile ilgilidir (Arum, 2017, s. 2). Türü ne olursa olsun bütün infografiklerin genel yapısı bu üç bölümden oluşmaktadır.

3.2. İnfografik Tasarım Çerçevesi

Etkili bir infografiğin tasarlanma aşaması, iletide iletilmek istenen bilgi, fikir veya hissi dikkatlice düşünmekle başlar. Mesajı seçtikten sonra, mesajı iletmek için kullanabilecek grafik araçları ve etkili bir hikaye anlatmak için kullanabilecek

retorik araçları anlamak gereklidir (Hart, 2013).

Rajamanickam (2005) bu süreci ‘Tasarım Çerçevesi’ olarak nitelendirir. Üç ana başlıkta ele aldığı tasarım çerçevesini infografikleri oluşturmanın ilk basamağı olarak görmekte ve bu çerçeveyi aşağıdaki diyagram ile tasvir etmektedir (bkz. Görsel 1).



Görsel 1. Infografik Tasarım Çerçevesi

Rajamanickam (2005, s. 9)'dan çevrilerek aktarılmıştır.

Burada ilk olarak bilgi türünün ne olduğu bilinmelidir. Infografiği tasarlarken hangi araçlarla ve hangi iletişim yöntemi ile bilginin en iyi şekilde aktarılacağını bilginin türü belirleyecektir.

3.3. Infografik Formlar

Infografikleri oluşturmada iletilecek bilgi türünü destekleyecek bir takım yardımcı görsel araçlarla içeriğin desteklenmesi ve içeriğin bu araçlarla görselleştirilmesi gerekmektedir. Bu süreç tasarım çerçevesinin ikinci basamağıdır.

Bu basamakta sıkça yararlanılan görselleştirmeler, Severino Ribecca tarafından oluşturulan veri kataloğunda bir araya getirilmiştir. 60 kategoride toplanan görselleştirme araçlarından oluşan bu veri katalog birkaç dile çevrilmiş olarak <https://datavizcatalogue.com> adresiyle hizmete sunulmaktadır.



Görsel 2. Veri Görselleştirme Katoloğu

(<https://datavizcatalogue.com/TR/index.html>, 20.05.2019)

Veri görselleştirme araçları, infografiklerde bilginin türüne bağlı olarak duyulan ihtiyacı karşılayan başlıca yardımcı görsel araçlardır. Infografik araçları 3 temel başlık altında sınıflandırılmaktadır.

Diyagramlar

Simge: Görsel olarak basitleştirilmiş gerçekliği gösterir.

Sıra: Olayların, eylemlerin ve nedensel ilişkilerin ardıllığını gösterir.

İşlem: Hem alan hem de zaman arasında adım adım etkileşimler gösterir.

Zaman Çizelgesi: Kronolojik ilerlemeyi gösterir.

Gösterim: Kesme, aksonometrik görünümler gibi insan gözü için normalde bulunmayan ayrıntıları veya bakış açılarını gösterir.

Haritalar

Konumlayıcı: Başka bir şeye ilişkin bir şeyin yerini gösterir.

Veri: Coğrafi konumuyla ilişkili nicel bilgiler gösterir.

Şematik: Coğrafyanın, işlemin veya dizinin özet gösterimini gösterir.

Şemalar

Akış: Zaman içindeki büyüklük değişikliklerini gösterir.

Bar: Büyüklüğün orantılı karşılaştırmasını gösterir.

Pasta: Bir bütünün parçalarının dağılımını gösterir.

Organizasyon: Bir yapıdaki parçaları ve birbirleriyle olan ilişkilerini gösterir (Rajamanickam, V., 2005, s. 9).

Veri görselleştirme araçları infografik sunumların pek çoğunda yer alan bir görselleştirme yöntemidir. Özellikle büyük sayısal ve oransal verilerin yer alacağı içerikler için infografik tasarımlarında sıklıkla yer almaktadır.

3.4. *Infografik İletişim Yöntemi*

Belirlenen bilgi türüne uygun yardımcı görsel araçlarla birlikte infografiğin hangi iletişim yöntemi ile tasarlanacağına karar vermek tasarım çerçevesinin son basamağıdır. İletişim yöntemlerini her birinde farklı sonuçlar elde edilebileceği, farklı etkililiklere sahip yöntemler olduğunun farkında olarak bu seçimi yapmak, seçilen içeriğin en iyi hangi yöntemle aktarılacağını belirlemek oldukça önemlidir.

Durağan: Bilgiler bir bakışta sunulmuştur. Gazete grafikleri, ürün el kitapları, tanıtım diyagramları statik örneklerdir. Statik bir infografik, gerçek zamanlı bilgilere erişim gerektiren büyük veri grupları için yeterli olmayacaktır. Bazı infografik örnekleri tek bir sayfada yoğunlaştırılabilirken, birden fazla bilgi tasarımına sahip olunan durumlarda, sunum düzeninde yazdırabilmek ve kullanabilmek için yatay yönde üretmek idealdir. İçeriğin, izleyicinin kaydırmasını gerektiren bloglarda yayınlamak için dikey yönlendirmeyele oluşturulması Infografiği çok yönlü kılacaktır (Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R., 2012, s. 65).

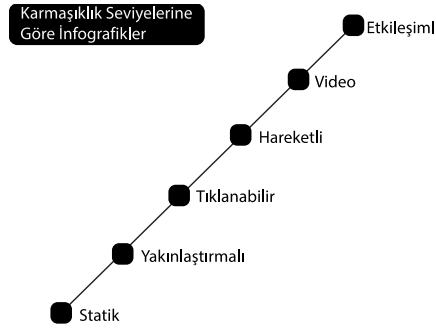
Hareketli: Bilgilerin aşamalı olarak doğrusal bir sırayla sunulduğu örneklerdir. Hareketli grafikler HTML5, CSS3 gibi web için etkileşimli içeriğe dahil olma konusunda giderek daha popüler hale geliyor ve gelişmiş JavaScript kitaplıkları daha yaygın bir şekilde kullanılıyor, bu da bize videonun üzerinde artırılmış gerçeklik stili kaplamaları kullanma konusunda artan bir yetenek kazandırıyor. Hareket içeriğinin bu son teknoloji uygulamalarından bazıları, sadece yeni üretim yöntemleri için büyük viral potansiyele sahiptir (Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R., 2012, s. 65).

Etkileşimli: Genellikle anlatımlı, öğretici, simülatif veya araştırmacı nitelikteki web tabanlı bilgi grafikleridir. Önceden sadece basılı medyada durağan (statik) versiyonlarıyla var olan infografiklerin teknolojiyle bağlantılı olarak etkileşimli ve hareketli formatları da yaygınlık kazanmıştır. Infografik tasarımına başlamadan önce hangi medya formatında sunulacağına karar vermek oldukça önemlidir. Bütün sürecin şekillenmesindeki karar mercii burada belirlenen medya biçimi olacaktır. Durağan, hareketli ve etkileşimli infografiklerin her birinin tasarım dinamikleri birbirinden oldukça farklıdır.

3.5. *Karmaşıklık Seviyelerine Göre Infografikler*

Infografik tasarımların gösterildiği altı farklı medya biçimi mevcuttur. Çevrimiçi gördüğümüz infografiklerin çoğunluğu statik görüntüler olmasına rağmen birçok

tasarımcı hikaye anlatımı ve veri görselleştirme yöntemlerini farklı şekillerde kullanmaya başlamıştır (Krum, 2013, s. 33). Aşağıda yer alan Görsel 3 infografiklerin karmaşıklık seviyelerine göre sıralanışını göstermektedir. Statik infografikler başlangıç basamağında yer alırken en üst basamakta etkileşimli infografikler yer almaktadır. - infografik tasarımına konu olan içeriğin sistematize edilerek sunulmasında aşağıdaki medya biçimleri düşünülerek planlama yapılması, aktarılmak istenilen bilginin daha doğru ve anlaşılır bir şekilde kullanıcıya ulaşmasını sağlayacaktır.

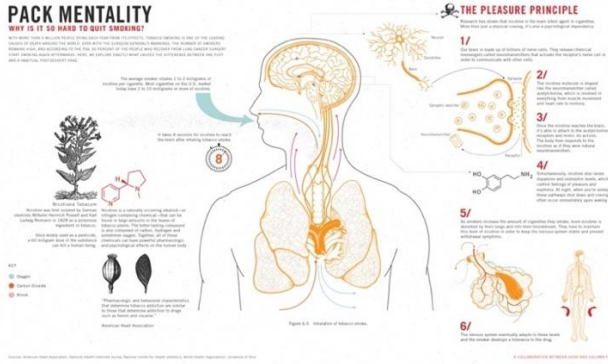


Görsel 3. Artan karmaşıklık sırasına göre altı infografik türü
Krum, (2013, s. 33)'dan çevrilerek aktarılmıştır.

Durağan (Statik) İnfografik

Karmaşıklık seviyelerine göre başlangıç basamağında yer alan statik infografikler en basit ve en yaygın infografik tasarım biçimidir. İçeriğin amacı değişmekle birlikte, infografiğin genel boyutu ve şekli çoğunlukla blog içeriğindeki veya dergi içerisindeki yayınlanma taleplerine göre belirlenir (Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R., 2012, s. 59). Nihai tasarım kağıt üzerinde baskı ve çevrimiçi dağıtımın kolay olması için bir görüntü dosyası olarak kaydedilir. Çoğu yazılım uygulaması, bir tarayıcıda bir PDF dosyasını e-postayla kolayca görüntüleyebilmek için nihai tasarımı statik bir görüntü dosyası (JPEG, PNG, GIF) olarak kaydetme özelliğine sahiptir (Krum, 2013, s. 34).

Statik içeriğin temel faydalarından (ve her yerde ortaya çıkma nedenlerinden) biri etkileşimli bir arabirime karşı statik bir görüntü oluşturma sürecinin göreceli kolaylığıdır (Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R., 2012, s. 60). Bir diğer önemli faktör, statik infografiklerin çevrimiçi paylaşım kolaylığıdır. Ne özel uygulamalar ne de görüntülemek için bir eklenti gereklidir.



Görsel. 4. “Why is it so hard to quit smoking?” konulu statik infografik örneği, (www.columnfivemedia.com/work-items/infographic-why-is-it-so-hard-to-quit-smoking Erişim tarihi: 22.05.2019).

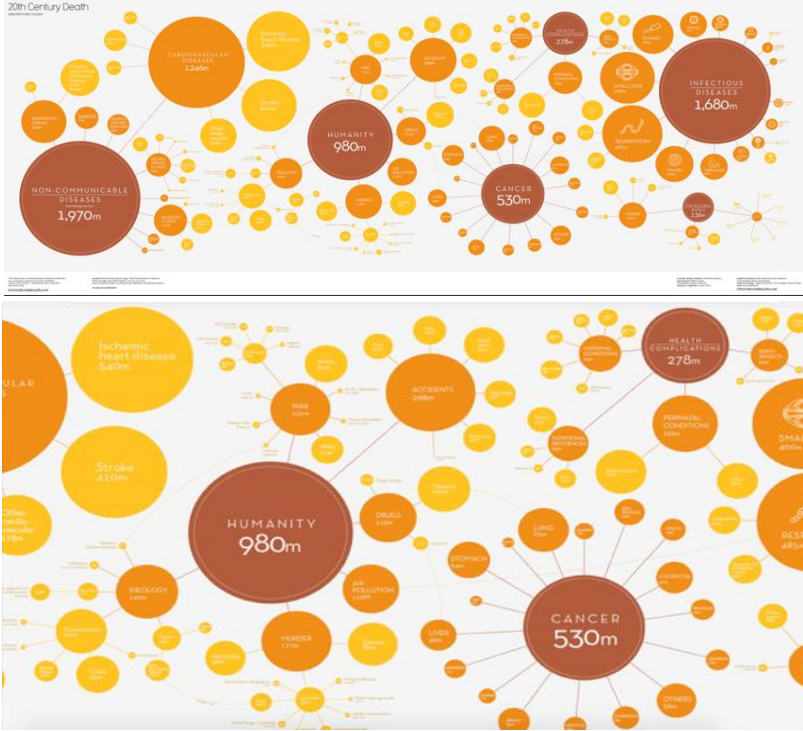
Görsel 4’teki infografik, nefes darlığına neden olmasına karşın sigara alışkanlığından kurtulamamanın nedenlerini ortaya çıkarmaya çalışan statik bir infografik örneğidir. Oksijen, karbondioksit ve kan için üçlü bir renk kodlaması yapılmıştır. Nefes alış verişi ve kan akışı okların yönleriyle, vücuttaki sirkülasyonu göstermek için renk kodlarıyla temsil edilmektedir.

Statik bir infografik görüntü çevrimiçi yayınlandıktan sonra, çoğu okuyucu resim paylaşmak için sosyal medya sitelerindeki yerleşik fonksiyonu kullanarak çevrimiçi paylaşımda bulunur. Büyük sosyal medya siteleri (Twitter, Facebook, Pinterest, Tumblr ve LinkedIn) statik görüntüleri mevcut durum güncelleme fonksiyonuna dahil etme özelliğine sahiptir (Krum, 2013, s. 35). Statik infografikler en yaygın kullanıma sahip, erişimi ve anlaşılması en kolay infografik türüdür. Basılı ve görsel medya, pek çok kurum ve kuruluşda bilgilendirme, bilgiyi yayma, bilgiyi görünür kılma amacıyla en sık başvurulanan infografik türüdür.

Yakınlaştırmalı Infografik

Yakınlaştırmalı bilgi grafikleri, çevrimiçi statik infografikleri büyütme için etkileşimli bir katman eklemekte ve okuyucuların ayrıntıları okumak için yakınlaştırmalarını kolaylaştırmaktadır. Büyük bir tasarımın boyutu küçülür ve böylece tüm tasarım ekranda tek tek görüntülenebilir ve yakınlaştırma kontrolleri, okuyucunun küçük ayrıntıları açıkça görmesini sağlamak için kullanılabilir hale getirilir. Yakınlaştırma görüntüleyicisi, okuyucunun ayrıntıları yakınlaştırmaya izin verir, ve bazılarında genel tasarımın bir minyatürünü sol üst köşede tutar. Bu küçük resim, tasarımın hangi bölümünün gösterildiğini okuyucuya gösterir ve tasarımın diğer bölümlerine kolayca gitmelerini sağlar

(Krum, 2013, s. 35). Bir yakınlaştırma arayüzü, genellikle, statik bir tasarımın büyük bir görüntü dosyasından başlayarak ve ardından arayüz kontrollerini web sayfasının bir parçası olarak ekleyerek oluşturulur. HTML5 ve JavaScript gibi özel web sayfası kodu ile kullanıcı arayüzü oluşturabilir (Krum, 2013, s. 37).



Görsel 5. 20. yy. Ölüm / (20th Century Death) konulu yakınlaştırmalı infografik örneği

(<https://informationisbeautiful.net/visualizations/20th-century-death/>
Erişim tarihi: 03.01.2018).

Görsel 5'te 20. yüzyılda başlıca ölüm nedenlerinin görselleştirildiği bir yakınlaştırmalı infografik örneği yer almaktadır. Ölüme sebebiyet veren nedenler belirlenmiş ve bu nedenlerin içinde yer alan diğer sebepler de yakınlaştıkça oranları ile ortaya çıkmaktadır. Böyle ayrıntılı içeriklere sahip olan verilerin görselleştirilmesinde yakınlaştırmalı infografikler, bağlamı okuyucuya tam olarak aktarabilmede etkili bir çözüm olarak görünmektedir. Bir yakınlaştırma arayüzü, genellikle, statik bir tasarımın büyük bir görüntü dosyasından başlayarak ve ardından arayüz kontrollerini web sayfasının bir parçası olarak ekleyerek oluşturulur. HTML5 ve JavaScript gibi özel web sayfası kodu ile kullanıcı arayüzü oluşturabilir (Krum, 2013,

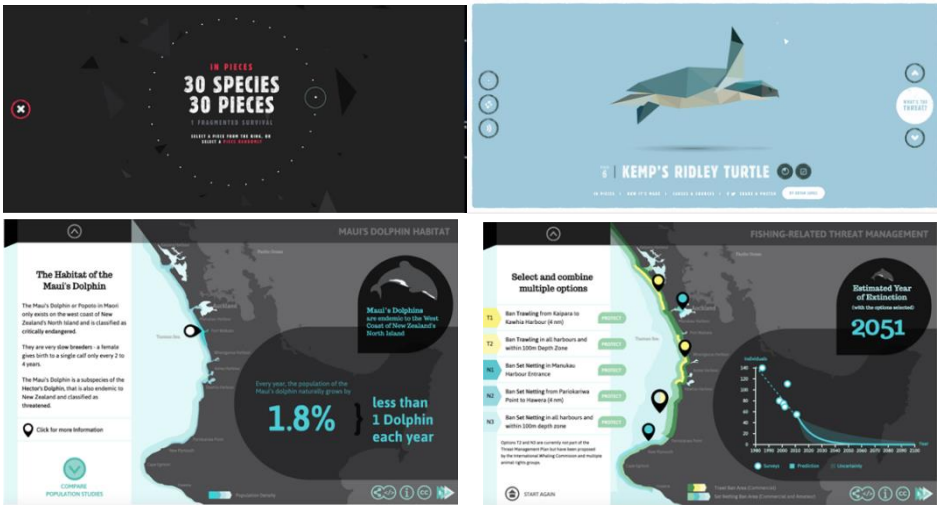
s. 37). Aynı sayfa üzerinde ayrıntılı bilgilere yaklaşarak kolayca erişme imkânı sunmasının yanısıra uzaklaşarak verinin ve tasarımın bütününe görme imkânını da sunmaktadır.

Tıklanabilir/Dokunulabilir İnfografik

Tıklanabilir infografikler, statik infografik tasarımlarına, tasarımın belirli bir bölgesine HTML bağlantısıyla tıklanabilir bir kullanıcı arayüzü katmanı da ekler. Bu arayüz çoğunlukla statik resmin belirli bölgelerini bir URL adresine tıklanabilir olarak piksel konumlarına göre tanımlamak için web tarayıcısı tarafından yorumlanan bir HTML Resim Haritası olarak oluşturulur.

Tasarımcılar, birincil infografik tasarımdan ikincil bilgileri ve ek ayrıntıları kaldırmak için tıklanabilir tasarımların avantajını kullanır. Tasarımcı, tıklanabilir infografikleri, temiz ve okunması kolay bir yöntem olarak kullanabilir. Daha fazla bilgi isteyen okuyucular, bağlantıları tıklararak daha derine inebilir, ancak ana bilgi tabanı basit ve kolay anlaşılır olarak kalır (Krum, 2013, s. 44).

Bu türün diğer bir varyasyonu, HTML Resim Eşleme dosyalarını oluşturma özelliğine sahip pek çok programın dosyayı PDF formatında dışa aktarabilmesi ve tıklanabilir işlevselliği korumasıdır. Bu, bir tasarımcının tıklanabilir infografiği tıklanabilir bir PDF dosyasına kaydedebileceği anlamına gelir. Elde edilen PDF dosyası daha sonra e-posta yoluyla göndermek veya indirmek için hazır hale getirilir.



Görsel 6. Parçalardaki Türler / (Species in Pieces) tıklamalı infografik örneği

gezinme sayfaları ekran görüntüsü

(<http://species-in-pieces.com/> Erişim tarihi: 18.01.2018).

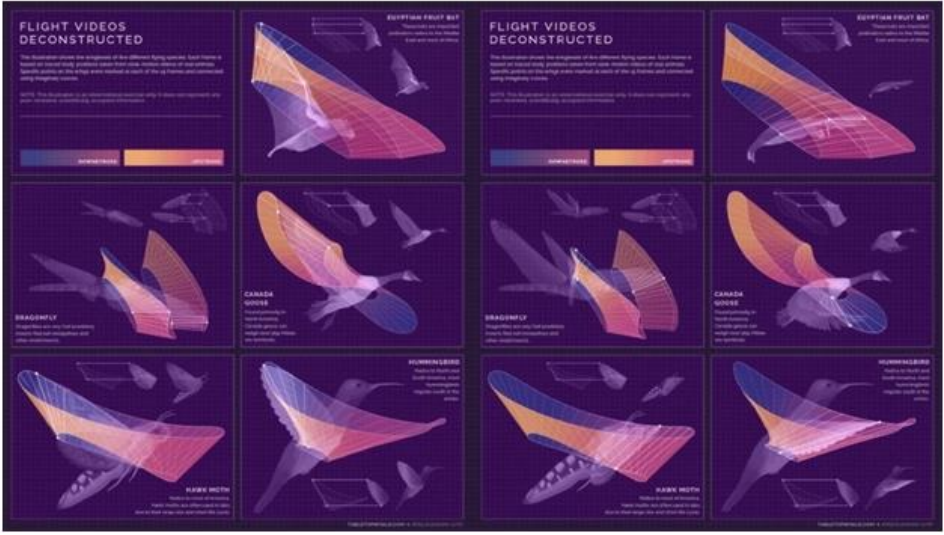
Görsel 6’da nesli tükenmekte olan 30 hayvan türü 30 parçadan oluşan origami formlarıyla görselleştirilerek tasarlanmıştır. Yaşam alanlarını görmek, ayrıntılı verilere ulaşmak ve bir diğer türü görmek için ilgili butonlara tıklanmaktadır. Sayfalar arasında, origami parçalarının nasıl yapıldığı ve yaşam alanları bilgisi grafiklerle yer almaktadır. Diğer tıklama alanında ise görüntüyü masaüstü arkaplanı olarak farklı ekran boyutlarına göre kaydetme imkanı sunmaktadır.

Bu tarz tasarım stiline bir varyasyonu da açılır kapanır (pop-up) infografik stildir. Okuyucu, ek bilgilere erişmek için infografik üzerinde bir alana tıklamak yerine, farenin işaretçisini tasarımda bilgi edinebileceği ilgili alanların üzerinde tuttuğu sırada ortaya çıkar. Hem tıklanabilir hem de açılır pencere tarzı önemli bir dezavantaj (engel) oluşturmaktadır. Tıklanabilir bölgelerin ve açılır pencere bilgisinin ek işlevselliği yalnızca ekstra HTML kodunu içeren orijinal açılış sayfasında görüntülenmesidir. Bir okuyucu, başka bir sitedeki infografik resmi paylaştığında, orijinal dosyanın yalnızca statik görüntü dosyası paylaşılır.

Hareketli İnfografik

Animasyonlu infografikler, okuyucu izlerken tasarımda bir miktar hareket veya değişiklik yaratır. Bir çubuk grafikte büyüyen, animasyonlu bir karakter için renk değişikliği yapan çubuklar olabilir. Bunlar, video infografiklerden farklıdır, çünkü bunlar video dosyaları değildir. Animasyon oluşturmak için HTML koduyla veya animasyonlu bir resim dosyası biçiminde ancak web sayfasında nesne olarak var olabilirler.

Animasyonlu GIF resim dosyası biçiminin kullanılması önemli bir ek avantaja sahiptir. Animasyon, görüntü dosyasında tamamen bulunduğu için, animasyon, diğer sitelerde ve bloglarda yayınlandığında işlev görür. Hareketli bir infografik, paylaşması daha zor olan kod kullanarak oluşturulan diğer tasarımların tersidir.



Görsel 7. Yapıbozum uçuş videoları / (Flight videos deconstructed) isimli hareketli infografik örneği, Elaonar Lutz, 2014.

(<http://tabletopwhale.com/2014/09/29/flight-videos-deconstructed.html>

Erişim tarihi: 20.01.2018)

Görsel 7 de yer alan hareketli infografik örneği GIF dosya biçimi oluşturularak tekrar eden bir döngüyle sürekli hareket eden bir animasyon elde edilerek oluşturulmuştur. Bu hareket görüntüsü infografiği daha dikkat çekici bir hale getirir. Animasyonlu GIF resim dosyası biçiminin kullanılması önemli bir ek avantaja sahiptir. Animasyon, görüntü dosyasında tamamen bulunduğu için, animasyon, diğer sitelerde ve bloglarda yayınlandığında işlev görür. Hareketli bir infografik, paylaşması daha zor olan kod kullanarak oluşturulan diğer tasarımların tersidir.

Video İnfografikler

Video infografikler hâlâ oldukça yenidir ancak YouTube ve Vimeo gibi video paylaşım sitelerinde kullanılabilirlik kolaylığı nedeniyle hızla çevrimiçi bir ivme kazanmaktadır. En popüler çevrimiçi video infografiklerin çoğu Microsoft PowerPoint, Apple Keynote ve Prezi gibi hazır yazılım uygulamaları kullanılarak yapılmıştır.

Kontrol seçeneğinin kriteri aynı zamanda, kullanıcının görselleştirmeyi kontrol etme imkânına sahip olması nedeniyle start ve stop butonu ile animasyonlu infografikleri de etkileşimli kılar. Bu tanıma göre, kontrol aracı olmayan bir animasyonlu Infografik etkileşimli değildir. Ancak, animasyonlu resim dizisi

nedeniyle statik olarak kabul edilemez. Statik dinamiktir, ancak mutlaka etkileşimli değildir. Kullanıcıdan hiçbir etkileşim gerektirmeyen ve hareketli bir görüntü dizisini işaretler ve ayrıca ona etkileşim kurma fırsatı sunmaz. Bu tür grafikler özellikle televizyonda, aynı zamanda webde, tablet PC uygulamaları için ürün sunumlarını içermektedir (Weber, W., & Wenzel, A., 2013, s. 11). Kullanımı oldukça yaygın halk sağlığı, kamu spotu, toplumu önceleyen başarı ve faaliyetler gibi toplumun genelini ilgilendiren önemli hususlarda medya aracılığıyla halkı bilgilendirmede sıklıkla karşılaşılan bir infografik türüdür.



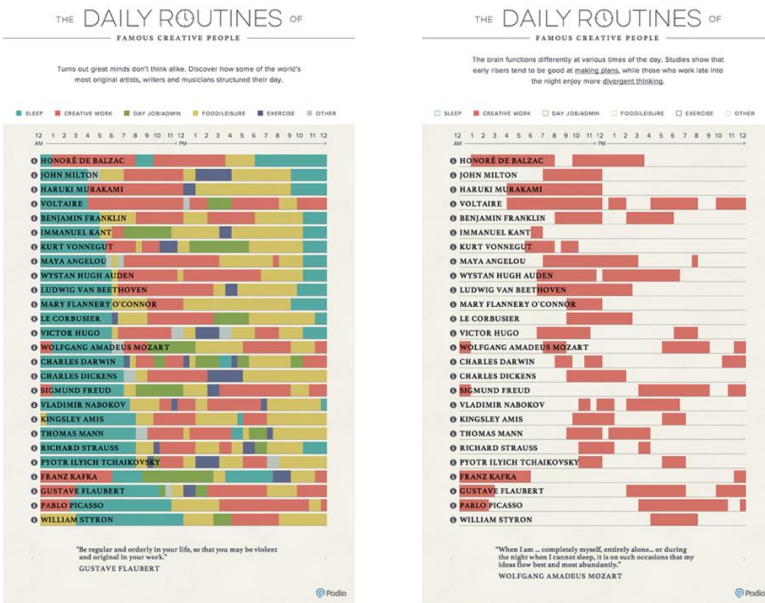
Görsel 8. Olimpiyat koşusu tüm madalya kazananların sonucu: Erkekler 100 metre koşusu / (Olympics Run Result All the Medalists: Men's 100-Meter Sprint) konulu video infografik ekran görüntüleri, Quealy, K. & Grohan R. 2012.

(http://www.nytimes.com/interactive/2012/08/05/sports/olympics/the-100-meter-dash-one-race-every-medalist-ever.html?_r=0 Erişim tarihi: 20.01.2019)

Görsel 8 Olimpiyatlarda madalya kazanan 100 metre erkek koşucularla Usain Bolt'un 9.63 saniye ile kırdığı rekorla kıyaslamalarına yer veren bir video infografik örneğidir. İnfografikte Usain Bolt 9.63'le kırdığı rekorda olimpiyat tarihinde madalya alan 100 metre erkek koşucuların o saniyede Usain Bolt'un ne kadar gerisinde kaldıklarını, yıllara ve diğer yarışçıların rekorlarına göre göstermektedir.

Etkileşimli İnfografikler

Etkileşimli infografikler, okuyuculara verilerin üzerinde kontrol veya görüntüleme olanağı veren tasarımlardır. Ayrıca okuyucuların statik infografilere kıyasla çok daha uzun süre veri ile etkileşimde kalmalarını sağladığı için popülerdir. Görsel 9 Mason Currey'nin "Günlük Ritüeller" adlı kitabından esinlenerek hazırlanmış bir etkileşimli infografik örneğidir. Yaratıcı ünlülerin (sanatçı, yazar ve müzisyen) günlük rutinlerinin 6 kategoride görselleştirildiği bir infografiktir. Günlük rutinleri oluşturan 6 kategori çalışmanın etkileşimliliğini sağlayan filtreleme özelliğine sahiptir (bkz. Görsel 9).



Görsel 9. Günlük Rutinler / (The Daily Routines)

Erişim Tarihi: 20.01.2018, <http://bit.ly/2XGTPHI>

Weber (2017) makalesinde Nichani ve Rajamanickam (2003)'ün etkileşimli infografikleri sınıflandırma yaklaşımlarına yer vermiştir. Nichani ve Rajamanickam dört kategoriyi tanımlar ve bu kategorilerin her biri için kriterler altta yatan farklı iletişim işlevlerine dayanır:

Anlatı: 'Burada amaç okuyucuya baştan sona bir hikayenin dolaylı olarak deneyimlenmesini açıklamaktır. Anlatı bilgi grafikleri, farklı bir bakış açısıyla anlatılan karakterize bir hikayedir.

Eğitici, işlerin nasıl yürüdüğünü adım adım açıklar. Burada, amaç 'okuyucunun amacına sırayla adım atmasını sağlayarak' açıklamaktır.

Keşif (araştırma) burada amaç okuyucuya araştırma ve keşfetme için fırsat sunmaktır.

Simülasyonlar, okuyucunun amacı deneyimlemesine izin verir (Akt:Weber, 2017, s. 252).

Bazı şirketler, başkalarının kullanması için etkileşimli veri görselleştirme araçları tasarlar ve kullanıma sunar. Tableau Software, bu alandaki liderlerden biridir ve ürünlerinin Tableau Public sürümünü kullanıcılara ücretsiz olarak sunmaktadır. Araç, etkileşimli görselleştirmeler oluşturmak için kendi verilerimizi kullanmamızı ve daha sonra görselleştirmeleri web sitelerine eklemenizi sağlıyor (Krum, 2013, s. 56). Etkileşimli infografikler yoğun veri barındıran konuları ele almada en etkili çözüm yollarından biridir. Kullanıcıyı aktif kılarak bilgi edinme sürecine deneyimin de eşlik etmesine olanak tanımaktadır.

3.6. İnfografik Geliştirmek

İnfografik görsel-içerik-bilgi üçlemesinin birlikteliğinden ortaya çıkan bir bilgilendirme tasarımı çıktısıdır. İnfografiklerin tasarım aşamasında bilginin türü, infografik araçları ve iletişim yöntemlerinin belirlenmesi ile bir tasarım çerçevesi ortaya çıkarılır.

Rajamanickam’a göre; başarılı bir bilgi grafiği tasarlamak için aşağıda yer alan ilkelerin doğru bir şekilde planlanması gereklidir.

Bilgiyi Düzenlemek: Tasarıma geçmeden önce yapılacak infografik için hazırlanılacak konu ile ilgili gerçekçi ve yeterli bilgi birikimine sahip olmak gerekmektedir. İnfografik sunulacağı iletişim yöntemine göre planlanarak verilecek bilginin kapsamına göre düzenlenmelidir. Çok katmanlı bir bilgi sunumu söz konusuysa ne kadar ayrıntılı bir bilgi sunulacağına karar verilmelidir.

Bilgiyi Görünür Kılmak: Bilgi grafiği için en temel strateji bilgiyi görünür yapmaktır. Verilmek istenen bilgi açık ve net bir şekilde görsellerle veya yazıyla görünür kılınmalıdır. Renk, tipografi, sayfa tasarımı, arayüz tasarımı, illüstrasyon, fotoğraf, ikonlar, diyagramlar, şemalar, veri görselleştirmeler gibi birçok tasarım elemanı bilgiyi görünür kılmada işlev görmektedir.

Renk: Renk tasarıma hayat verebilir, hiyerarşik düzen sağlayabilir, önemli bilgileri vurgulayabilir tasarıma hareketle duygu katabilir. İnfografik tasarımında renk bir kodlama sistemi olarak infografiklere çok boyutlu işlevsel bir derinlik sağlamaktadır. Tasarımda hiyerarşi yaratıp çok katmanlı bilgilerin sunumunu kolaylaştırarak anlaşılabilirliğe önemli katkılar sunmaktadır.

Tipografi: Yazılı bir fikre görsel biçim verilmesi anlamına gelir. Tipografi bir tasarıma kişilik ve duygu veren en etkili unsurlardan biridir; aldığı görsel biçim söz

konusu fikrin erişilebilirliğini ve okuyucunun tepkisini çarpıcı biçimde değiştirir (Ambrose, G., & Harris, P. , (2012)b, s. 38). Bilgi tasarımı tipografinin en temel işlevi okunurluk sağlayarak bilgiyi kullanıcıya açık ve anlaşılır bir şekilde iletmektir. İçeriğin sunumunda tipografi; farklı renk, büyüklük ve kalınlık gibi kullanımlarla hiyerarşi etkisi, tasarım alanındaki farklı yerleşim düzenleriyle doluluk boşluk etkisi, seçilen yazı karakterinin özelliklerine göre de yüzeyde desen (siyah/gri alan) yaratma etkisi gibi bir çok kullanım olanağı sağlamaktadır. Renk tipografiyle birlikte, bilgiyi sunmak ve tasarımın bütünsel olarak görsel etkisine katkıda bulunmak için pek çok şekilde çalışır. Renk, metin öğelerinde açıklık, karşıtlık ve ek anlamlar kazandırmasının yanı sıra mantıklı ve görsel bir hiyerarşi sağlamak için de kullanılabilir (Ambrose, G., & Harris, P. , (2012)b, s. 134).

İçerik Oluşturmak: İnfografikler tasarlanırken içeriğin ne şekilde sunulacağı önceden belirlenmelidir. İçerik oluşturmak tasarımın hedef kitesini bilgiye nasıl yönlendirileceğinin belirlenmesi anlamına gelmektedir. Statik, hareketli veya etkileşimli hangi iletişim yöntemi seçilirse seçilsin, iletişim yöntemlerinin avantajları ve dezavantajları düşünülerek olabilecek en doğru tasarımın ortaya çıkarılması hedeflenmelidir. Bilgi grafiğinde bilgiyi aktarmak temel amaçtır. Hangi yöntemle sunulacak olursa olsun hedef kitleye bilgiyi doğru ve etkili bir şekilde aktarmak bilgi tasarımcının önceliği olmalıdır.

Basite İndirmek: Basit ve dolaysız sunumların yorumlaması daha kolaydır. Sunumdaki konu dışı bilgiler kolaylıkla kafa karıştırabilir. Tasarım kolay ve anlaşılır şekilde tasarlanmalıdır. Yer yön işaretçileri, haritalar, diyagramlar şemalar içeriği aktarmaya yardımcı olabilecek sadelikte hazırlanmalı ve yerleştirilmelidir. İkon kullanımlarında fazla soyuta kaçılması kullanıcının ikonun bağlamla kurulan ilişkisini kaçırmaya neden olabilir. Bilgi tasarımcısı tasarımlarını planlarken bu ihtimalleri mutlaka göz önünde bulundurmalıdır.

Çoklu Vurgu Ekleme; Gündelik hayatta karşılaşılan bilginin çoğu kayda değer miktarda çoklu vurgu içerir. İnfografikte bilgiyi aktarırken sadece yeteri kadar bilgiyi verip ana ayrıntıları izleyiciye bırakmak yerine, akışı kuvvetlendirecek miktarda çoklu vurguyla izleyicinin mesajı daha rahat alması sağlanabilir.

Vurgu dikkat çekmek ve yönlendirmek için kullanılır. Çoklu vurgu; kontrast renk alanları, gölgelendirme alanları, oklar, boyut değişiklikleri, nesnelerin etrafındaki formlar, karmaşıklık, detaysız ayrıntılar, yönlülük, dengesizlik, izolasyon, çizimler, çizgiler, öğelerin konumu veya yerleşimi, tekrarlama gibi unsurlar ile verilebilir (Pettersson, R., 2012, s. 122-123).

Sebe- Sonuç İlişkisini Göstermek; Bir durumu net olarak anlamak için o durumun ne şekilde ve neden ortaya çıktığını öğrenmek çok faydalı olabilir. Bir olayı

anlatan bilgi grafiğinde olayın altında yatan sebepleri, karşılaşılan ve karşılaşılabilecek sonuçlarını izleyiciye göstermesi gerekir. Sebep sonuç anlatan bir bilgi grafiğinde kullanıcı aklına gelebilecek sebeplerin cevaplarını burada bulabilmelidir. Konu tüm çerçevesiyle ele alınarak kaynakça gösterilerek aktarılmalıdır.

Tümleşik Grafikler Oluşturmak; İçerikle doğrudan bağlantılı olmayan ayrıntılar dikkati dağıtmamalı ve okumayı etkilememelidir. Karşılaştırmalı grafikler görüş açısı içinde yan yana durmalı, takibi kolaylaştırmalıdır (Rajamanickam, V., 2005, s. 10-11). Rajamanickam tüm bu ilkeleri başarılı bir infografik geliştirmenin önemli adımları olarak tanımlamaktadır.

Roy ise, başarılı bir infografik geliştirmek için 5 adımdan bahseder (Roy, 2009).

İskelet ve Akış Şemaları: Infografiğe herhangi bir tasarım biçiminde olduğu gibi yaklaşılmalıdır. İlgili verileri bir arada gruplandırıp akış şemaları kullanmak ve bilgi akışını görselleştirerek bir sözcük ve ya ok iskeleti oluşturulması faydalı olacaktır. Infografikler genellikle karmaşık olduğundan, akış şemaları süreci basitleştirir ve her şeyi tam olarak birbirine bağlar.

Renk Şeması Geliştirilmesi: Okuyucuyu infografik içinde tutarken bir renk şeması çok çeşitli mesajları iletmek için önemlidir. Devasa ve karmaşık infografiklerle, okuyucuların kafası çabucak karışacak ve düşüncelerini görsel olarak birbirine bağlayan renkler yoksa, algıları her yere dağılmış olacaktır. İnfografik birçok renge sahip olsa bile tasarlamaya başlamadan önce renkleri ilgili bilgiye atamak yapılacak en önemli işlerden birisi olacaktır.

Grafikler: Bir infografikte iki tür grafik vardır. Bunlar tema grafikleri ve referans grafikleridir.

Tema grafiği, tasarımın tanımlayıcı görüntüsüdür ve infografik daha istatistik temelli olmadıkça, genellikle infografikte her zaman bulunur. Doğru tema grafiğini seçmek, okuyucuyla bir bakışta hangi bilgilerin paylaşılacak istendiğini söyleyecektir.

Referans grafikleri tasarımda zorunlu değildir. Genellikle, çok fazla içeriğin gösterilmesi gerektiğinde, tasarımın karmaşasını önlemek için görsel işaretçiler olarak kullanılan simgelerdir. Aynı örneği kullanarak çok sayıda referansta bulunma yeteneğine sahiptir. Bazen güçlü referans simgeler kullanılırsa kelimelere gerek kalmaz, bir çok tasarımcı da infografiklerini mümkün olduğunca kelime içermeyen hale getirmek için buna başvurmaktadır.

Araştırma ve Veriler: Tüm infografiklerde içerik tamamen araştırılmalı ve sunulan veriler kanıtlanmış gerçeklerle desteklenmelidir. Bunu yaparken, kaçınılmaz olarak veri yığınlarıyla karşılaşılabilecektir. Buradaki seçimde, hangi verinin

içerik ile en alakalı olduğuna ve onun nasıl sunulacağına karar verilmelidir.

Bilgi: İçerik için önemli olan çıkarımları kolayca vurgulamak bir sanattır. Bilgi güçlüdür ve bu bilginin edinilmesi de güçlü olmalıdır. Deneyimlenerek bilgeliğe dönüşecek olan bilgi hazırlanan infografiğin ortaya çıkmasına sebep olan şeyin kendisidir. En temel dayanak gerçek bilgilerin kullanılması ve hangi görselleştirme ürünü olursa olsun kaynakçalarının görselleştirmenin herhangi bir yerinde mutlaka verilmesi gerekliliğidir. Fotoğraf kullanılıyorsa fotoğrafın referansı verilmeli eğer bir manipülasyona gidilecekse gerekli izinler alınarak manipülasyonun gerçekleştirilmesi gereklidir. Bilgi tasarımcısı telif haklarına saygı göstermekle yükümlüdür.

4. Etkileşimli Infografiklere Genel Bakış

“Bilgi grafikleri”, kullanıcıya bilgi vermek amacıyla görsel olarak sunulan veriler anlamına gelir. Etkileşim ile hemen hemen tüm statik tasarımlar daha iyi hale getirilebilir. Etkileşimli araçlar, kullanıcının bilgileri gerektiği gibi gizlemesini ve göstermesini ve nasıl görüntüleneceğini ve keşfedileceğini seçtiği gibi kullanıcının “sürücü koltuğuna” yerleşmesini sağlar.

Verileri yalnızca etkileşimli bir grafikte değiştirme ve yeniden düzenleme işlemi bile değer taşır ve kullanıcı yalnızca pasif bir gözlemci değil keşif işlemine katılan aktif bir kullanıcı konumundadır. Kullanıcının bilgi grafiklerini kullanmadaki amacı bir şeyler öğrenmektir. Ayrıntılarda arama, filtreleme ve sıfırlama yetenekleri çok önemlidir. Yakınlaştırmak, tekrar uzaklaştırmak, zaman zaman ayrıntılara bakmak ve verilerin bir görünümünün diğeriyle karşılaştırılması istenebilir.

İyi etkileşimli bilgi grafikleri, kullanıcılara şu soruların cevaplarını sunar:

- Bu veriler nasıl düzenlenir?
- Neyle ilgisi var?
- Bu verileri nasıl keşfedebilirim?
- Bu verileri farklı görebilmek için yeniden düzenleyebilir miyim?
- Bana sadece bilmem gerekenleri gösterin.
- Belirli veri değerleri nelerdir?

“Bilgi grafiği” teriminin; grafikleri, haritaları, tabloları, ağaç haritalarını, zaman çizelgelerini ve her türlü diyagramları kapsayan çok büyük bir şemsiye olduğu unutulmamalıdır (Tidwell, 2010, s. 161-162).

Tarihsel olarak, karmaşık verileri web'deki etkileşimli bir arayüzde temsil etmenin en kolay yaklaşımı genellikle Adobe Flash kullanmaktır. Ancak, bunu yeniden düşünmek gerekiyordu, Flash'ı desteklemeyen Apple ürünlerinin (özellikle

iPhone'lar ve iPad'ler) kullanımında dalgalanmaya sebep oldu. Bu, Adobe'nin Flash5'i mobil tarayıcılar için geliştirmeye son vermesiyle Kasım 2011'de daha da önemli hale geldi, çünkü HTML5'in yakın gelecekte tarayıcı tabanlı etkileşimi ve mobil cihazlardaki uygulamaları güçlendireceği açıktı. Sabit bilgi kümeleri ya da dinamik veri beslemeleri kullanılıyor olsa da, etkileşim oluşturmak izleyicinizin daha derinlemesine bilgi edinmesini ve yeni iç görüler ortaya çıkarmasını sağlar. Güzelliği, etkileşimli olduğunuzda yalnızca keşif veya anlatım içeriği seçme ile sınırlı olmamanızdır. Temel verilerdeki en ilginç bilgileri çizerek anlatan ve sadece insanların kendi öykülerini bulmalarını ve kendileri için verileri keşfetmelerini sağlayan, başka bir sekme ile de insanlar için anlamlı olan yeni bir bilgi ve bir anlatı başlatılabilir (Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. , 2012, s. 87).

Etkileşimli infografik, hem kullanıcılar hem de gazeteciler için birçok fayda sağlar. Bilgilerin saklanması ve tıklanması, kaydırılması veya farenin üzerine getirilmesi ile görüntülenmesi mümkün olduğunda, küçük bir alanda daha büyük miktarlarda veriyi görmeyi mümkün kılan yeni bir seviye açılır. Ayrıca etkileşim, bilginin daha bilinçli bir şekilde tüketilmesini sağlar. Kullanıcı görmek istediğini ve deneyimleyeceği bilgiyi seçme şansına sahip olur.

Birçok bilgisayar sistemi, insan-bilgisayar etkileşimini desteklemek için etkileşimli özellikler sunar. Bununla birlikte, etkileşimli elemanlara kullanıcıların kolayca erişmesi ve kullanması gerekir. Bir kontrol boyutu ile sistemin kullanıcı girişi üzerinde tepki vermesini sağlayan bir aktarım boyutu arasında ayırım yaparız. Kontrol boyutu, seçim (mevcut içeriğin seçimi; örneğin bir köprüye tıklanması) ve değişiklik seçenekleri (girişe göre sistem aralığının değiştirilmesi; örneğin metin girişi) alt seçeneklerine bölünmüştür. İnfografikler bağlamında, kaydırma, genel bakış artı ayrıntı ya da odak artı bağlam, filtreleme veya veri yeniden sıralama gibi görsel bir temsili manipüle etmek için çeşitli etkileşim yöntemleri vardır (Zwinger, S., Langer, J., & Zeiller, M., 2017, s. 177). Tüm bu yöntemler etkileşimli infografikleri kullanıcıya aktif bir katılımcı rolü sunarken, öğrenme sürecini de bir deneyime dönüştürme imkanı sunmaktadır.

4.1. Etkileşimli İnfografik Kontrol Seçenekleri

Etkileşimli infografikleri uygulayan gazeteciler, tasarımcılar ve programcılar, kullanıcıya bir mesaj iletmek için görsel eserler geliştirir ve ayrıca etkileşimin derecesine karar verirler. Tabii ki bu süreçte, kullanıcıların çıkarları daima dahil edilmelidir. Bunu hemen, gönderen ve alıcı arasındaki güç ve kontrol ilişkisinin sorusu izler: “Kim kontrol ediyor, bilgisayar mı yoksa onunla etkileşime giren insan (lar) mı?” Kullanıcıdan kullanıcıya etkileşimlerde, iletişim iki yönlü olabilir ve bu

durumda güç dengesi daha dengelidir. Kullanıcıdan sisteme etkileşim modeli söz konusu olduğunda kontrol üretici tarafından daha çok yönlendirilir ve kullanıcının sadece belirli miktarda müdahale imkânı vardır (Weber, W., & Wenzel, A., 2013, s. 9-10).

Web'deki Infografikler için kabaca üç düzeyde etkileşim düzeyi ayırt edilebilir. Kullanıcı uygulamada gezinme ve içerik seçme fırsatına sahip olduğunda düşük bir etkileşim düzeyi vardır. Bunlar dahili bağlantılar, bir başlat veya devam düğmesi olabilir. Fare işaretçisiyle hareket ettiğinizde etkinleştirilen yakınlaştırma veya içeriğe duyarlı bilgiler de kontrol seçenekleridir. Burada grafiğin kendisi değişmemektedir. Kullanıcı değişiklikleri görmek ve karşılaştırmak için zaman kaydırıcısı veya menü öğeleri gibi kontrollerle görüntüyü işleyebildiği zaman orta düzeyde bir etkileşim düzeyi vardır. Kullanıcı grafiği keşfedebildiğinde yüksek bir etkileşim derecesi vardır, örneğin, bilgileri girerek veya filtreleyerek veya veri sorgusu ile veri ve bilgilerle "etkileşime girer" Bu, kullanıcının ortak yazar haline geldiği, kullanıcıdan belgeye etkileşimde olduğu gibi grafiklerin oluşturulmasını da içerir (Weber, W., & Wenzel, A., 2013, s. 10).

Tek başına kontrol seçeneği bir bilgi grafiğini etkileşimli yapmaz. Üretici ve kullanıcı arasında yukarıda belirtilen anlam değişiminin gerçekleşmesi için, kullanıcının bu kontrol seçeneğini de algılaması gerekir. Örneğin, bir yapımcı - editör, tasarımcı, programcı - infografiğe belirli bir etkileşim derecesi sağlayabilir, ancak kullanıcı etkileşimi bulamaz çünkü etkileşim unsurlarını seçmesi gerekir (örneğin, simgeler, hassas tıklama elemanları) veya bilişsel deneyim eksikliği nedeniyle sunulan etkileşim olanakları ile ne yapılacağını bilmiyor olabilir. Etkileşim öğeleri kullanıcı tarafından bilinmiyorsa, tasarım bu görevi çözmelidir. Bir yandan, kullanılabilirlik uzmanları beklentinin uygunluğundan bahseder, bu da sistemin kullanıcının beklentileri doğrultusunda ve diğer yandan kullanıcı arayüzünün kendi kendini tanımlayan yeteneğine göre tasarlanması gerektiği anlamına gelir. Etkileşim böylece çeşitli faktörlerle bağlantılıdır: kullanıcının deneyimi, bilgisi ve etkileşim öğelerinin kullanıcı dostu tasarımı olarak sıralanabilir. Bu, arayüzün etkileşimli iletişim sürecinde merkezi bir rol oynadığı anlamına gelir.

Sistemin veya üreticilerin kullanıcıya sunduğu kontrol seçeneğine ve kullanıcının durumsal algısına ek olarak, etkileşimin başka bir önemli özelliği olan mesajların birbiriyle ilişkisi de tanımlanabilir. Bu "ilişki" sadece kullanıcıdan kullanıcıya etkileşime değil, aynı zamanda kullanıcıdan sisteme etkileşime de uygulanır. Başka bir deyişle, infografik içeriği, kullanıcının sorgusuna uygun

şekilde eyleme cevap vermeli ve kullanıcının her tıklamada ne beklediğini iletmelidir.

Özetlemek gerekirse kullanıcıya;

1. Bir kontrol seçeneği sunuyorsa
2. Kullanıcı tanıyabilir ve çalıştırabilirse
3. İnfografik kullanıcının sorgusuna uygun şekilde tepki verirse, bir infografik etkileşimli olarak kabul edilir (Weber, W., & Wenzel, A., 2013, s. 12-13).

Weber ve Wenzel interaktif infografikleri, birkaç modu (en az iki), örneğin, görüntü / video, sözlü veya yazılı metin, ses, düzen, vb. kullanıcıya en az bir kontrol seçeneği sunan tutarlı bir topluluk olarak tanımlar.

Sağlanan kontrol seçenekleri;

- Başlat veya durdur düğmesi
- İleri veya geri düğmesi
- Seçilecek menü öğesi
- Zaman çizelgesi veya zaman kontrolörü
- Filtre, veri talebi veya giriş kutusudur (Zwinger, S., Langer, J., & Zeiller, M., 2017, s. 177).

Bir diğer husus da infografikle nasıl etkileşime girdiğimizdir. Bunu belirleyen ise geliştirilen teknoloji ve tasarıma atfedilen özellikle çeşitlenen etkileşimlilik türleridir.

- *Dokunmatik Komut:* Dokunmatik ekranlarda kullanıcılar tekli dokunma/kaydırma, sürükleyip bırakma, çoklu dokunma/kaydırma gibi eylemler yardımıyla nesneler ile etkileşim kurabilmektedir.
- *Hareketli Komut:* Çoklu ortamda hareketli komut, hareket temelli (gesture-based) bilgisayar teknolojisi ile tasarlanan ve cihazların kamera aracılığıyla kullanıcı hareketlerini algılayarak, komutların yerine getirilmesini sağlayan etkileşim biçimidir.
- *Sesli Komut:* Etkileşimde kullanıcı kontrolünü sağlamanın yöntemlerinden biri de sesli komuttur. Mobil cihazlardaki mikrofondan algılanan seslerin çoklu ortam özelliklerini harekete geçirmesi ile kullanıcının ellerini kullanmadan uygulamayı kontrol edebilmesi sağlanmaktadır (Kara, M., 2016:39-40). Tüm bu kontrol seçenekleri infografiklerin etkileşimlilik seviyesini belirlemektedir.

4.2. Etkileşimli İnfografiklerin Etkileşim Düzeyleri

Etkileşimli infografik, etkileşimin yanı sıra anlatı sorunlarını da kapsayan beş özellik ile tanımlanabilir: etkileşim derecesi, etkinlik modeli, iletişimsel amaç, "Wh-soruları" ve konudur. Etkileşimli Infografiğin kullanılabilirliği üzerindeki en büyük etki, etkileşim derecesi ve aktivite modelinden kaynaklanmaktadır.

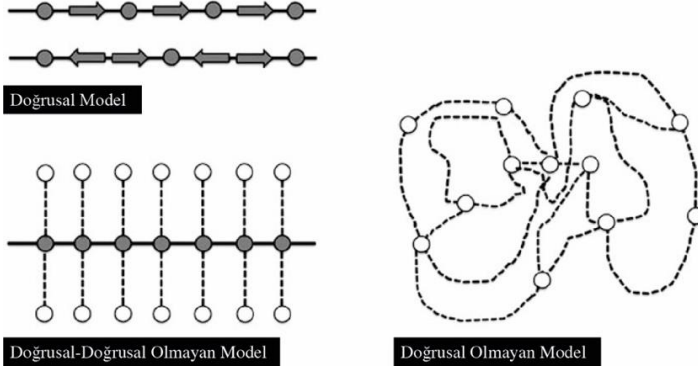
Etkileşimli infografiğin etkileşiminin derecesi üç seviyeden oluşur;

- Düşük etkileşim
- Orta düzey etkileşim
- Yüksek etkileşim

Düşük düzeyde etkileşim, kullanıcıların gezinmesini sağlar. İnfografikteki içerikte fare ile seçimler yaparak, iç bağlantılar kullanarak, yakınlaştırma yaparak, ileri-geri veya başlat düğmeleri ile ayrıntıları gösterilebilir ancak infografik değişme uğramaz. Orta düzeyde bir etkileşimde, kullanıcılar, örneğin bir zaman çizelgesi kaydırıcısı veya menü öğeleriyle, infografikte değişiklik yapabilir ve böylece bilgileri uygulayabilir ve karşılaştırabilirler. Yüksek düzeyde etkileşim, kullanıcıların, Infografiği keşfetmelerini ve örneğin girdiler, filtreleme veya veri alımı gibi verilerle ve bilgilerle etkileşime girmelerini sağlar (Zwinger, S., Langer, J., & Zeiller, M., 2017, s. 177).

Bir infografik ancak sırayla yapılandırıldığında meydana gelmektedir ve kullanıcı da infografiği adım adım (kontrol seçeneği) tıklayarak keşfedecektir. Kullanıcı, animasyonlu bir infografiği başlattığında videoda olduğu gibi doğrusal bir etkileşim ortaya çıkacaktır. Burada görüntü, sıralı ve hareketli resimler dizisi ile oluşmaktadır. Bir uzay-zaman sürekliliğinde doğrusal ve sıralı diziler, anlatının özellikleri arasındadır. Özellikle anlatı, infografiklerin ağırlıklı olarak barındırdığı özelliklerden biridir. Aynı zamanda gazetecilik bağlamında da önemli bir rol oynar. Bu, "multimedya hikaye anlatımı", "görsel hikaye anlatıcısı", "veri hikayeleri" veya "anlatı görselleştirmeleri" gibi anahtar kelimelerle ifade edilir.

Etkileşimde, doğrusallık ve anlatısallık arasındaki ilişkiye gelince, eski ve yeni medya arasında en büyük farkı yaratan özellik etkileşimdir. Ancak etkileşim öykü anlatımını kolaylaştırmaz çünkü anlatı doğrusallığı öngörür. Tıpkı zaman, mantık ve nedensellik gibi tek yönlüdür. Etkileşiminin barındırdığı seçim sistemleri ise bir ağ gibi doğrusal olmayan veya çok yönlü bir dallanma yapısını içerir.



Görsel 10. Etkileşimli infografik hareket tipleri

(Weber, W., & Wenzel, A., 2013, s. 13).

Görsel 10'da düz çizgiler önceden tanımlanmış tıklama yollarını, kesik çizgiler olası tıklama yollarını temsil eder. Daireler içerik birimlerini; oklar ise gezinme yönünü temsil eder.

Bu iki kutup arasında, "sağdan sola doğru ilerleme" ve "aşağıdan yukarıya doğru giriş" arasında, yani doğrusal ile doğrusal olmayan arasında bir yerde üçüncü bir değişken vardır: çoklu formlardan ibaret bir melez olan doğrusal-doğrusal olmayan model. Bu melez (hibrit) form, üretici tarafından önceden tanımlanmış navigasyon yollarının melezlemesi (hibridizasyonu) ve kullanıcı tarafında belirli bir seçim özgürlüğü olarak tanımlanabilir (Weber & Wenzel, 2013, s. 13 - 14). Etkileşimli infografiklerin sunum şekli etkileşim modelleri üzerinden seçimler yaparak planlamak infografiğin nasıl yapılandırılacağını yol haritasını ortaya koymaktadır.

4.3. Etkileşimli İnfografiklerde Karşılaşılan Zorluklar

Etkileşim, bilgi görselleştirmede çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Verileri daha ilgi çekici veya eğlenceli hale getirmek ve verileri yönetilebilir bölümler halinde göstermek. Görselleştirme yaratıcıları, etkileşim tekniklerini kullanarak kullanıcılara verileri doğru bir şekilde keşfetme ve sorularına uygun yanıtlar bulma becerisi kazandırmaya çalışır. Kullanıcıların cevapları kendi başlarına bulmaları için yollar sunmak (keşifsel görselleştirme), yaratıcının kullanıcıların soruları olduğuna inandığı cevapları sunmaktan (açıklayıcı görselleştirme) genellikle daha iyi bir seçenek gibi görünmektedir, çünkü sadece soruların ne olacağını tahmin etmek zor değildir, aynı zamanda görselleştirme bir keşif aracıdır ve içgörü sağlamak potansiyelini sınırlamak bir hatadır (Figueiras, A., 2015).

Etkileşimli infografikler basit çubuk veya pasta grafiklerinin ötesinde daha çok içeriği oluşturan geniş konunun ayrıntılarıyla ele alındığı bilgi grafikleridir. Kapsamlı içeriklerinin anlaşılır olarak görselleştirilmesi için yetkin grafik becerileri, çevrimiçi etkileşimli özelliklere sahip olmasından dolayı da programlama becerilerini gerekli kılmaktadır. Günümüzde programlama bilgisi gerektirmeyen pek çok çevrimiçi uygulamalarla etkileşimli infografikler üretilebilmektedir. Ancak konuya ve müşteriye özel tasarımlar üretebilmek için bir ekip çalışması yürütülmesi gerekmektedir. İçerikten, tasarımdan ve programlamadan sorumlu bir ekiple çalışmak bu zorluğun üstesinden gelmenin en pratik yoludur.

Etkileşimli infografikler için sorunlardan birisi de ekran boyutlarıdır. Bu nedenle tasarım çerçevesi oluşturulurken farklı ekran boyutları düşünülerek tasarımların planlanması gereklidir. Büyük ekranlardan küçük ekranlara doğru güçlü bir gelişim söz konusudur. Giderek daha fazla insan, akıllı telefonlarıyla bilgi edinme yoluna başvurmaktadır. Bugün artık akıllı saat ve fitness bantlarının kullanımları da kişisel verileri kayıt tutarak işleme amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu durum geliştirilen arayüzlerde etkileşimli infografik kullanımına gereksinimin artmasına ebep olmaktadır.

Öncelikle ve en önemlisi, yerleşimi dikey olarak hizalamaktır. Genişlik genellikle 320 piksel ile sınırlıdır. Uzunluk prensibinde herhangi bir sınırlama yoktur, çünkü kullanıcı bilgiyi tarayabilir, içeriği aşağıdan yukarıya doğru kaydırarak kullanabilir. Kullanıcı alışkanlıkları göz önüne alınarak kullanıcı dostu tasarımlar gerçekleştirilir.

Yazı tipleri yeterince büyük olmalıdır, böylece yakınlıştırmadan bile okunması kolay olur. Bir başka zorlukta statik infografiklerin aksine etkileşimli infografiklerin kullanıcıya erişilebilir hale getirilmesi için teknik beceriler gereklidir. Kullanıcı açısından aşılması gereken en büyük zorluk bu teknik becerileri kazanmaktır. Tasarım ve programlama sürecinde bu tür gereksinimler her zaman dikkatle üzerinde durulması gereken konuların başında gelir (Gath, 2015, s. 14-18). Bir diğer önemli hususta etkileşimli infografiklerin tasarlanma sürecinde kullanıcı alışkanlıklarının ve ekran boyutlarının göz önünde bulundurulmasıdır.

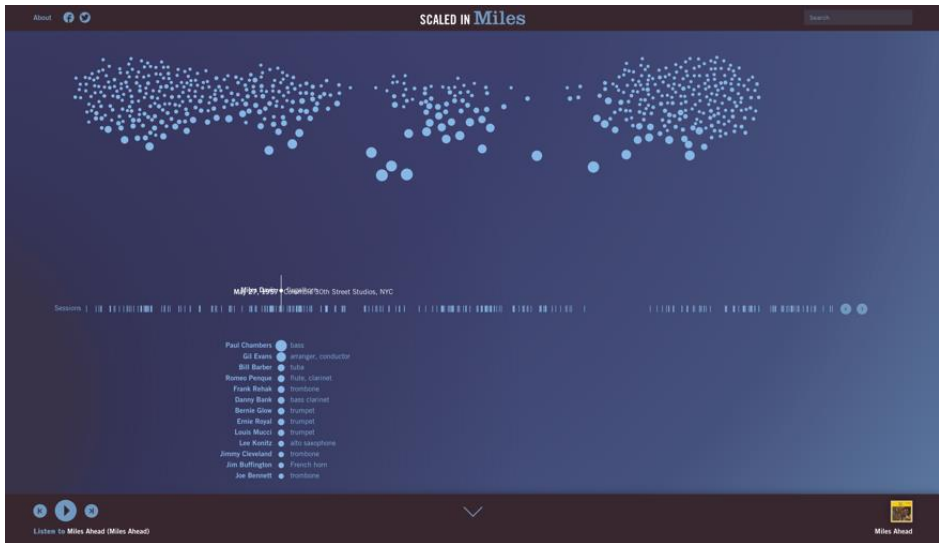
4.4. Etkileşimli Infografiklerin Kullanım Alanları

Etkileşimli infografikler yapısı gereği bir ağa bağlı olarak etkileşim imkânı sunan bir bilgi grafiği türüdür. Kullanıcı ekranda seçimler yaparak görsele, ulaşacağı verinin içeriğine ve bilginin ne kadarına erişeceğine müdahale edebilir.

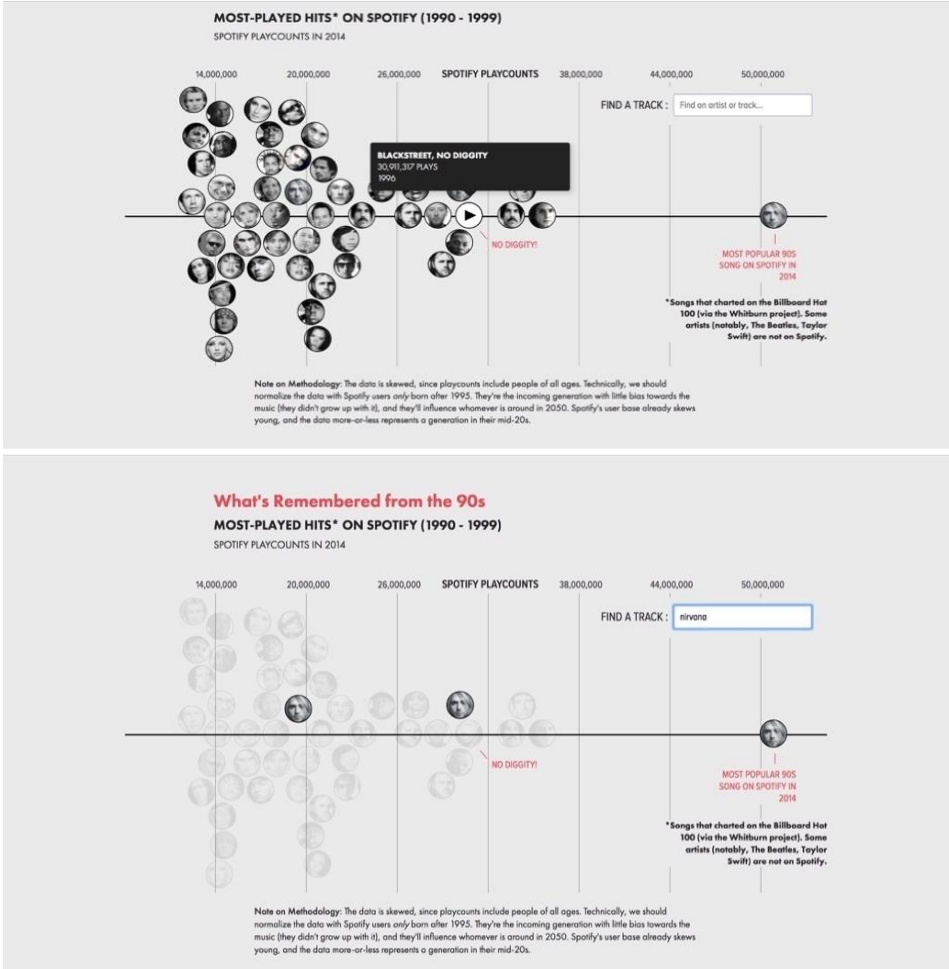
Web arayüzü ile farklı boyutlardaki dijital ekranlarda etkileşimli infografikleri görüntülemek mümkündür. Bu çevrimiçi infografiklerle masaüstü ve dizüstü

bilgisayarlar, tablet ve akıllı telefonlarda web adresi üzerinden etkileşime geçilebilir ve kolaylıkla paylaşılabilir. Salgın, doğal afet gibi toplumsal kriz durumlarında halkı bilgilendirmede, bilgiyi anlaşılır kılan yapısı ve paylaşım kolaylığıyla etkili bir bilgilendirme aracı olarak kullanılmaktadır.

İnteraktif infografikler içeriklerine ve amaçlarına bağlı olarak farklı ortamlara yerleştirilebilir ve interaktif bir infografiği bir web sitesinde görüntülemek bunu yapmanın bir yoludur. İnteraktif infografikteki etkileşimli özellikler sayesinde, web sitesinde daha iyi temsil edilebilir ve kullanıcıların onunla etkileşime girmesine olanak tanıyabilir (Möcander, B., & Shen, N., s.9, 2023). Görsel 11 ve 12’de kullanıcıların içerikle üst düzeyde etkileşime geçmesine olanak sunan başarılı etkileşimli infografik örnekleri yer almaktadır. Kaydırma, işaretçi ile üzerine geldiğinde ayrıntı sunma, filtreleme gibi farklı etkileşim türlerine sahip infografik örneklerindendir.



Görsel 11. “Miles Davis’in müzik kariyeri” konulu etkileşimli infografik örneği
(<https://fathom.info/miles-web/>Erişim tarihi: 20.01.2018).



Görsel 12. Tüm Zamanların Zamansız Şarkıları / The Most Timeless Songs Of All Time konulu etkileşimli infografik örneği

Erişim Tarihi: 15.01.2018, <http://bit.ly/2JugA9a>

Etkileşimli infografilerin yaygın olarak kullanıldığı mobil cihaz uygulamalarından kullanılan bilgi ekranları ise daha çok kişisel verileri kullanım amacına uygun özetleme, kıyaslama, işleme ve kayıt altına alma amacıyla kullanılmaktadır. Fitness, sağlık, finans gibi mobil uygulamalar veri kayıtları tutmakta ve bir dashboard ekranında görsel olarak bu bilgileri sunmaktadır. Burada yine kullanıcı istediği bilgiye erişmek için içeriği manipüle edebilir seçimler yaparak etkileşime geçebilir.

Mobil cihazların çalışmasına bağlı olarak, temel olarak fare işlemi yerine dokunmatik ekran hareketlerine dayanır, bu nedenle küçük ekran özelliklerinde

hareket etkileşiminin kullanılması da dikkate alınmalıdır. Küçük ekranın getirdiği sorun, tıklanabilir aralığın daralması, etkileşim alanının tanınmasının zayıflaması ve işlem doğruluğunun yüksek olmamasıdır.

Küçük ekran uyumlu cihazlarda, hızlı bir şekilde göz atmak veya içerik bulmak isteyen kullanıcıların bir sonraki bilgi kategorisine ulaşmak için dikey yönde birkaç kez kaydırması gerekir. Yatay kayan tasarım, bilgi yapısını daha düz hale getirmek için arayüzün ekran özelliklerinden yararlanır. Kullanıcıların tam ekranı keşfetme ihtiyacını ortadan kaldırır, bilgi dağıtım hiyerarşisini azaltır ve bilgileri daha görünür hale getirir (Wang, P.,& Wang, J., 2021, s. 2014). Etkileşimli infografiklerde verinin aktarılması ve görünür kılınması ekran çeşitliliğine bağlı tasarım çözümleri üretmeyi de beraberinde getirmektedir.



Görsel 13. Mobil cihaz spor ve finans uygulaması bilgi ekranı görüntüsü



Görsel 14. Mobil cihaz hava durumu uygulaması bilgi ekranı görüntüsü

Bir diğer kullanım ise yine fiziksel harekete dayalı verilerin kaydını tutan akıllı bant ve saatlerdir. Burada dokunma eylemi ile görsellerle müdahalede bulunarak etkileşime geçilmektedir. Akıllı saatler ve fitness bantları gibi fitness takip cihazları çeşitli verileri kaydeder. Bu cihazların çoğu aynı zamanda toplanan verileri görselleştirmekte ve kullanıcılara anında sunmaktadır. Özellikle akıllı saat yüzleri, adım sayıları, kalp atış hızları, konumlar, uyku bilgileri ve hatta mevcut sıcaklık veya hava durumu tahminleri gibi cihaz harici veriler gibi verilere genel bir bakış sunabilen mini veri panoları haline gelmiştir (Islam, A. vd., 2022).



Görsel 15. Akıllı saat bilgi ekranı görüntüsü

(<https://www.facer.io>, Erişim Tarihi: 20.10.2024).

Akıllı saatlerin küçük ekranı, bilgiyi temsil etmenin önündeki en bilinen engellerden biri olarak kabul edilmektedir. Genellikle oldukça yoğun sürekli zaman serisi verileri olan sağlık verilerinin görselleştirilmesi, bu küçük ekran boyutları nedeniyle zorlaşmaktadır. Bu nedenle, yalnızca temel görsel özellikleri göstermek için değil, aynı zamanda farklı veri kaynaklarından gelen verileri de içerecek şekilde mevcut ekran alanını en üst düzeye çıkartacak yeni görsel temsillere ihtiyaç duyulmaktadır (Neshati, A., 2021, s.3). Aktivite takibi yapan giyilebilir cihazlarda anlık verilerin görsel takibi yapılırken eş zamanlı olarak akıllı telefon aracılığıyla uygulama arayüzünde daha kapsamlı veriler etkileşimli infografik sunumlar ile görüntülenmektedir.

5. Sonuç

İnforagikler, veri yığınıyla karşı karşıya kalan bugünün dijital yerlilerinin bilişsel yükünü azaltmakta etkili bir iletişim yolu olarak günümüz dijital medya aracılığıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Televizyonlarda reklam, hava durumu, haber içeriklerinde karşımıza çıkarken, bilgisayar tablet ve telefonlarda bilgilendirme,

açıklama, tanıtma, bilgi yayma ve kayıt tutma gibi içeriklerle çıkmaktadır. Akıllı telefon, akıllı saat ve spor bantlarında kişisel veri kayıtları tutarak zaman serisi oluşturma, etkinlik özeti, bilgi panosu gibi içeriklerle karşımıza çıkmaktadır. mada Bugün artık akıllı telefon ve saatlerin kişisel verilerin tutulduğu pek çok uygulamanın arayüzlerinin içerik çözümü olarak etkileşimli infografikler kullanılmaktadır.

Bu anlamda etkileşimli infografiklerin doğru etkileşimi kuracak şekilde yapılandırılmaları, tasarım ve yazılım sürecinde birincil meselesidir. Kullanıcı deneyimini gözönünde bulunduran, ekran boyutlarına uyumlu, kullanıcı dostu infografik içeriklerin sunumu etkili bir bilgilendirme ve anlatım aracına ayrıca veri kaydı tutan bilişsel depolara dönüşmektedir. Burada infografik tasarımcısının içeriği hangi etkileşim unsurlarını kullanarak sunacağını doğru belirlemesi bir önemli bir uzmanlık alanı doğurmaktadır. Ekran arayüz tasarım çözümlerine aşına kullanıcı deneyimi noktasında içgörü sahibi tasarımcıların sundukları çözümlerle etkileşim kurulmakta ve infografiklerin hedefledikleri çözümlerle ulaşılmaktadır. Gelecekte ise etkileşimli infografikler sıklıkla giyilebilir teknolojiler artırılmış gerçeklik, holografik gösterimler olarak karşımıza çıkacaktır. Holografik görüntülerin karma geçerlilikle bir araya geldiği fijital medya ortamlarında da sıklıkla infografik içeriklerle karşılaşacağımız aşıkâr görünmektedir.

Kaynakça

- Akoğlu, C. (2009). Etkileşim Tasarımının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gömülü Ürünlerin Tasarım ve Geliştirilme Sürecindeki Rolü,. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ambrose, G., & Harris, P. ((2012)b). Tipografinin temelleri. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Arum, N. S. (2017). Infographic: Not Just a Beautiful Visualisation. United Kingdom: University of Birmingham.
- Buurman, G. M., & Vannotti, S. M. (2008). Interaktionsdesign. In Kompendium Informationsdesign (s. pp. 125-150). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Few, S. (2011). Infographics and Brain, Designing Graphics to Inform. Pamplona, Spain.: Presented at Malofiej 19.
- Figueiras, A. (2015, July). Towards the understanding of interaction in information visualization. In 2015 19th International conference on information visualisation (pp. 140-147). IEEE.
- Gath, M. (2015). Interaktive Infografiken im Journalismus Potenziale, Herausforderungen und Tools, Zürcher Hochschule der Künste | Departement Design. Erişim Tarihi: 15.01.2018: http://www.interactivenews.net/pdf/Bachelorarbeit_Melanie_Gath_2015.pdf
- Hart, G. (2013). Effective Infographics: Telling Stories in the Technical Communication Context. Erişim Tarihi: 25.02.2019. <https://techwhirl.com/effective-infographics-telling-stories-in-the-technical-communication-context>
- Islam, A., Yao, L., Bezerianos, A., Blascheck, T., He, T., Lee, B., ... & Isenberg, P. (2024). Reflections on visualization in motion for fitness trackers. arXiv preprint arXiv:2409.06401.
- Kara, M. (2016). Etkileşimli e-kitap uygulama tasarımı: Manas Destanı. Sanatta Yeterlik Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Kara, E.Ş. & Nisan F., *Dijital Medya Okuryazarlığı*, 2022, Nobel Yayınları, Ankara.
- Krum, R. (2013). Cool Infographics Effective Communication With Data Visualization. Inc., Indianapolis. : John Wiley & Sons.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). Infographics: The power of visual storytelling. John Wiley & Sons.
- Löwgren, J., & Stolterman, E. (2004). Thoughtful interaction design: A design perspective on information technology. Mit Press.

- Mazza, R. (2009). Introduction to information visualization. London: Springer Science & Business Media.
- Moggridge, B. &. (2007). Designing interactions (Vol. 17). Cambridge: MA: MIT press.
- Möcander, B., & Shen, N. (2023). The Influence of Interactive Elements on Entertainment: An Interactive Infographics Experiment on University Students.
- Neshati, A. (2022). Data visualization and interaction on smartwatch small screens.
- Norman, D. (2013). The design of everyday things: Revised and expanded edition. New York: Basic books.
- Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H. (2019). Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. 5th Edition. USA: Addison-Wesley Longman Ltd.
- Rajamanickam, V. (2005). Infographics seminar handout. Bombay, India.
- Rendgen, S. (2019). Preview: The 20th Century in Infographics. Sandra Rendgen, Erişim Tarihi: 27.04.2019: <https://sandrarendgen.wordpress.com/2019/04/23/preview-the-20th-century-in-infographics-aka-my-new-book/>
- Roy, J. (2009). The Anatomy Of An Infographic: 5 Steps To Create A Powerful Visual Erişim Tarihi: 08.03.2019. <https://spyrestudios.com/the-anatomy-of-an-infographic-5-steps-to-create-a-powerful-visual/>
- Shedroff, N. (1999). Information interaction design: A unified field theory of design. Information design, 267-292. Cambridge, Massachusetts London, England: The MIT Press.
- Sims, R. (1999). Interactivity on stage: Strategies for learner-designer communication. Australasian Journal of Educational Technology, 15(3)., 257-272.
- Smiciklas, M. (2012). The power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences. . USA: Que Publishing.
- Tidwell, J. (2010). Designing interfaces: Patterns for effective interaction design. California: "O'Reilly Media, Inc."
- Quiring, O., & Schweiger, W. (2006). Interaktivität—ten years after. Bestandsaufnahme und Analyserahmen (s. 5-24.). M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, 54(1).
- Wang, P., & Wang, J. (2021, June). Research on the application of data visualization in the UI interface Design of Health Apps. In 2021

International Wireless Communications and Mobile Computing (IWCMC) (pp. 2013-2019). IEEE

Weber, W., & Wenzel, A. (2013). Interaktive Infografiken: Standortbestimmung und Definition. W. B. Weber içinde, Interaktive Infografiken (s. (pp. 3-23)). Berlin, Heidelberg.: Springer Vieweg.

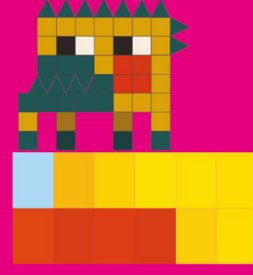
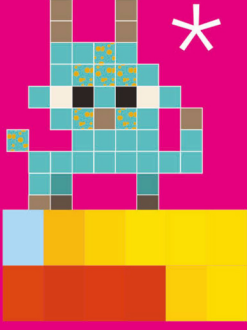
Weber, W. (2017). Interactive Information Graphics. P. L. Alison Black içinde, Information Design: Research and Practice (s. 243-256). Taylor & Francis.

Veri Görselleştirme Kataloğu. (Erişim Tarihi: 20.05.2019). <https://datavizcatalogue.com/TR/index.html>

Yang, X. (2023, February). Application of Visual Communication Design in Digital Media. In 2023 IEEE International Conference on Integrated Circuits and Communication Systems (ICICACS) (pp. 1-6). IEEE.

Zanini, M. (2004). Vision document. Vision: Interaction design talkabout, 53-58.

Zwinger, S., Langer, J., & Zeiller, M. (2017). Acceptance and Usability of Interactive Infographics in Online Newspapers. In 2017. 21st International Conference Information Visualisation (IV) (s. (pp. 176-181)). London: IEEE.



Etkileşimli Anlatılar ve Tasarım", çizgi romanların, video oyunlarının ve oyunlaştırmanın kesiştiği, hikaye anlatımı, kültür ve teknoloji arasında köprü kuran gelişen dünyada bir yolculuk olarak ortaya çıkmıştır. 2024 yılı Mart ayında araştırmacılar ve uygulayıcılara yaptığımız çağrı kapsamında çeşitli bakış açıları değerlendirilmiş ve uygun görülenler bir araya getirilmiştir. Bu kitap, görsel anlatıların dijital çağımızı nasıl şekillendirdiğini, çapraz medya yaratıcılığına nasıl ilham verdiğini, insanlığın geliştirdiği zengin mirasın bu medyalar aracılığıyla nasıl korunabileceğini ve yeni tanımlanan öğrenmeyi, oyunu ve kültürel hafızayı araştırıyor. Araştırmacı ve uygulamacılara yol haritaları çıkarmak için, tasarımcılar, eğitimciler ve hayalperestler için geliştirilen konularla, etkileşimli hikaye anlatımının geleceği için yararlı olması umuduyla paylaşıyorum.



Prof. Dr. Nadire Şule Atılgan

Nisan 2025

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

* (Çevresel etki için dijital oyun ve oyunlaştıma (Proje ID: 21468) Hacettepe Üniversitesi, natilgan, 2025)

