MEKÂN TASARIMINDA HİKÂYE ANLATICI SIRALI TEMSİLLER: GELENEKSELDEN DİJİTALE STORYBOARD'LAR

Yüksek Lisans Tezi

Ümmühan Azade GÜLMEZ

Eskişehir 2025

MEKÂN TASARIMINDA HİKÂYE ANLATICI SIRALI TEMSİLLER: GELENEKSELDEN DİJİTALE STORYBOARD'LAR

Ümmühan Azade GÜLMEZ

Yüksek Lisans Tezi

İç Mimarlık Anasanat Dalı

Danışman: Doç. Özge KANDEMİR

Eskişehir

Eskişehir Teknik Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Nisan 2025

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ümmühan Azade GÜLMEZ'in MEKÂN TASARIMINDA HİKÂYE ANLATICI SIRALI TEMSİLLER: GELENEKSELDEN DİJİTALE STORYBOARD'LAR başlıklı çalışması 09/04/2025 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Eskişehir Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, İç Mimarlık Anasanat dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri	**Unvan Adı Soyadı**	**İmza**
Üye	: Doç. Özge KANDEMİR	
Üye	: Doç. Tuğba LEVENT KASAP	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Özlem UÇAR	

Prof. Dr. Harun BÖCÜK

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

09/04/2025

DANIŞMAN ONAYI

Danışmanlığını yürüttüğüm Yüksek Lisans öğrencisi Ümmühan Azade GÜLMEZ, MEKÂN TASARIMINDA HİKÂYE ANLATICI SIRALI TEMSİLLER: GELENEKSELDEN DİJİTALE STORYBOARD'LAR başlıklı tez çalışmasını tamamlamıştır. Hazırlamış olduğu tez tarafımca incelenmiş ve öğrencinin tez savunma sınavına alınması bilimsel ve etik açıdan uygun görülmüştür.

Tez Danışmanı

Doç. Özge KANDEMİR

ÖZET

MEKÂN TASARIMINDA HİKÂYE ANLATICI SIRALI TEMSİLLER: GELENEKSELDEN DİJİTALE STORYBOARD'LAR

Ümmühan Azade GÜLMEZ

İç Mimarlık Anasanat Dalı

Eskişehir Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Nisan 2025

Danışman: Doç. Özge KANDEMİR

Hikâye anlatıcılığı insanlık tarihi kadar geriye uzanmaktadır. İnsanlık, bilgisini, tecrübesini ve yaşadıklarını aktarabileceği, paylaşabileceği ortamları ve araçları yaratmıştır. İnsan doğasının ayrılmaz bir parçası olan hikâye anlatımı, gelişen teknolojinin olanakları ile farklı medyalarda, farklı biçimlerde yeniden hayat bulmaktadır. Bir yazın türü olan öykü anlatımından farklı olarak hikâye anlatımı; amacı ve biçimsel özellikleri ile farklı disiplinlerin ve alanların kullanımına açık hâle gelmiştir. Her alanda hikâye anlatım araçları sözlü kültürden, yazılı kültüre değişerek gelişmiş, elektronik kültürle birlikte yeni sentezlerle açığa çıkar hâle gelmiştir. Bu bağlamda hikâye anlatım araçları geleneksel, yeni-modern-dijital ve transmedya araçlar olarak nitelendirilir hâle gelmiştir. Bu araçlar ise, görsel, işitsel ya da çoklu duyulara dayanan melez bir yapıda olabilmektedir. Ele alınan çalışma ise özü hikâye anlatımına dayanan, yazılı kültürden elektronik kültüre farklı kültürleri bünyesinde barındıran ve gelenekselden dijitale farklı biçimlerde açığa çıkan storyboard'ları, mekân tasarımı için değerlendirmek üzere öne çıkarmaktadır. Bu doğrultuda mekân tasarımının ve üretiminin süreçleriyle ilişkilendirilebilecek, storyboard kullanımının temel alındığı, sinemadan reklamcılığa farklı disiplinlerden edinilen bilgiler incelenmiştir. Bu çerçevede ilk olarak hikâye kavramının açılımlarına, hikâye türlerine, hikâye anlatımı ve araçlarına yer verilmiştir. Ardından, hikâye anlatım aracı olarak öne çıkan storyboard'ların özellikleri ve oluşturulma yöntemleri ortaya konulmuştur. Elde edilen veriler çalışmanın teorik kısmını oluştururken, mekân tasarımına yönelik az sayıda açığa çıktığı görülen uygulama örneklerinden biri örneklem olarak incelenmiştir. Böylelikle storyboard kullanımının, mekân tasarımı için sahip olduğu olanaklar, ortaya konulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Hikâye, Hikâye anlatımı, Mekân tasarımı, Storyboard ve özellikleri

ABSTRACT

SEQUENTIAL REPRESENTATIONS AS STORYTELLER IN SPATIAL DESIGN: STORYBOARDS FROM TRADITIONAL TO DIGITAL

Ümmühan Azade GÜLMEZ

Department of Interior Architecture

Eskişehir Technical University, Institute of Graduate Programs, April 2025

Supervisor: Assoc. Prof. Özge KANDEMİR

Storytelling is as old as human history. Throughout time, humanity has developed mediums and tools to transmit and share knowledge, experiences, and lived events. As an innate aspect of human nature, storytelling continues to evolve through technological advancements, reemerging in diverse media and forms. Unlike literary narratives, storytelling (with its distinct purpose and formal characteristics) has become a versatile tool adopted by various disciplines. Across all fields, storytelling tools have transitioned from oral to written traditions and, with the advent of digital culture, have transformed into new hybrid forms. These tools are now classified as traditional, neo-modern/digital, and transmedia, often incorporating visual, auditory, or multisensory elements. This study examines storyboards—a storytelling medium rooted in written and electronic traditions yet adaptable to both traditional and digital formats—focusing on their application in spatial design. By analyzing methodologies from cinema to advertising, the research explores how storyboards can be integrated into spatial design and production processes. The paper first deconstructs the concept of narrative, explores story typologies, and reviews storytelling methods and tools. Next, it delineates the defining features and construction techniques of storyboards as a narrative device. While theoretical findings form the core of the study, a select number of applied examples in spatial design are critically analyzed. Through this framework, the study highlights the potential of storyboards as a creative and methodological tool in spatial design.

Keywords: Story, Storytelling, Spatial design, The feature of storyboard

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam süresi boyunca, konumun belirlenmesi de dâhil olmak üzere, en baştan en sona kadar beni bilgisiyle aydınlatan, bana ilgisini ve vaktini veren, karşılaştığım her zorlukta ve tüm aşamalarda motivasyonumu yükselten tez danışmanım sayın Doç. Özge KANDEMİR'e teşekkürü bir borç bilirim.

Görüş ve önerileri için sayın jüri üyeleri Dr. Öğr. Üyesi Özlem UÇAR ve Doç. Tuğba LEVENT KASAP'a çok teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca üzerimde emeği olan tüm öğretmenlerim ve hocalarıma çok teşekkür ederim.

Bana verdikleri destek için aileme sonsuz teşekkür ederim, saygı ve sevgilerimi sunarım.

Ümmühan Azade GÜLMEZ

09/04/2025

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Teknik Üniversitesi tarafından kullanılan "bilimsel intihal tespit programı"yla tarandığını ve hiçbir şekilde "intihal içermediğini" beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Ümmühan Azade GÜLMEZ

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI I

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI II

DANIŞMAN ONAYI III

ÖZET IV

ABSTRACT V

TEŞEKKÜR VI

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ VII

İÇİNDEKİLER VIII

ŞEKİLLER DİZİNİ X

GÖRSELLER DİZİNİ XI

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ XIII

1. GİRİŞ 1

1.1. Sorun 1

1.2. Amaç 2

1.3. Önem 2

1.4. Varsayımlar 3

1.5. Sınırlılıklar 4

1.6. Tanımlar 4

2. YÖNTEM 5

2.1. Araştırmanın Yöntemi 5

2.1.1. Araştırmanın evren ve örneklemi 5

2.1.2. Araştırmanın veri toplama aracı 6

3. BULGULAR VE YORUM 7

3.1. Öykü-Hikâye-Anlatı Kavramlarına Giriş 7

3.2. Hikâye Türleri 12

3.2.1. Geleneksel hikâyeler 12

3.2.2. Modern/Yeni/Sürükleyici/Dijital hikâyeler 17
3.2.3. Transmedya hikâyeler 31
3.3. Hikâye Anlatım Araçları 34
3.3.1. Görsel araçlar 35
3.3.2. İşitsel araçlar 44
3.3.3. Karma araçlar 51
3.4. Hikâye Anlatıcılığı Nedir? 59
3.4.1. Hikâye anlatıcısı olarak mekân tasarımcısı 65
3.5. Mekân Tasarımında Hikâye Anlatıcılığı Teknikleri: Temsil Biçimleri 69
4. STORYBOARD'UN TANIMI, KULLANILMA ALANLARI VE BİLEŞENLERİ 75
4.1. Storyboard Nedir? 75
4.2. Storyboard Kullanım Alanları 86
4.3. Storyboard Oluşturma Yöntemleri, Teknikleri ve Etapları 100
5. MEKÂN TASARIMINDA HİKÂYE ANLATIMI ARACI OLARAK STORYBOARD KULLANIMI 119
6. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER 130
KAYNAKÇA 136
ÖZGEÇMİŞ

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 3.1. Dijital hikâye oluşturma aşamaları (Robin, 2016, s. 23-24'ten uyarlanmıştır) 25
Şekil 3.2. Storyboard örneği (Preger, 2021, s. 234'ten uyarlanmıştır) 50
Şekil 3.3. Sanallık Sürekliliği (Virtuality Continuum (VC)) grafiği (Milgram ve Kishino, 1994, s. 3) 56
Şekil 3.4. Görsel-işitsel unsurların bir arada görülebileceği bir storyboard örneği (Murtezaoğlu, 2022, s. 22) 58
Şekil 4.1. Animasyonun yapım aşamaları ve bileşenleri (Beiman, 2007, s. 22) 94
Şekil 4.2. Tasarım unsurları ve ilkeleri (Glebas, 2009, s. 164) 102
Şekil 4.3. Hikâye ritimleri (Story beats) (Glebas, 2009, s. 72) 105
Şekil 4.4. Altın bir dikdörtgen oluşturma adımları (Hart, 2008, s. 39) 108
Şekil 4.5. Üçte bir kuralının bir film karesinde uygulanma örneği (Hart, 2008, s. 42) 109
Şekil 4.6. Film karesinde oluşturulan dairesel ilgi merkezi (Hart, 2008, s. 43) 109
Şekil 4.7. Üçte bir kuralının farklı oranlarının görsel üzerindeki etkisi (Hart, 2008, s. 45) 110
Şekil 4.8. Ok gösterim örnekleri (Simon, 2007, s. 138) 112

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 3.1. Le Corbusier tarafından Villa La Roche'ta tasarlanan promenad örneği (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 170) 67
Görsel 4.1. Winsor McCay ve animasyon çizgi filmi Gertie the Dinosaur'a ait Hart tarafından yapılmış bir çizim (Hart, 2008, s. 2)..... 80
Görsel 4.2. Senaryonun ön görselleştirme bölümünde yer alan kavramları gösteren Hart'a ait orijinal storyboard yapısı/şeması (Hart, 2008, s. 16) 81
Görsel 4.3. Bir storyboard'un içerdiği terimsel unsurların gösterimleri (Torta ve Minuty, 2018, s. 15)..... 85
Görsel 4.4. Walt Disney ve ekibi tarafından storyboard'ların nasıl sunulduğunu ve anlatıldığını gösteren Hart'a ait bir eskiz (Hart, 2008, s. 17) 87
Görsel 4.5. Temel çekim çerçeveleri (Simon, 2007, s. 108)..... 90
Görsel 4.6. Kamera konumlarını, hareketlerini ve yönlerini gösteren bir kat planı çizimi örneği (Simon, 2007, s. 112)..... 91
Görsel 4.7. Bir canlı aksiyon storyboard örneği (Beiman, 2007, s. 18)..... 92
Görsel 4.8. Animasyon storyboard örneği (Beiman, 2007, s. 18)..... 96
Görsel 4.9. Televizyon dizileri için animasyon storyboard'u örneği (Beiman, 2007, s. 26)..... 97
Görsel 4.10. Bir ticari sunum storyboard'u örneği (Simon, 2007, s. 30)..... 98
Görsel 4.11. Eylemleri gösteren farklı çerçeve büyüklükleri (Glebas, 2009, s. 29) 101
Görsel 4.12. Küçük resim (Thumbnails) storyboard çizimi örneği (Simon, 2007, s. ?)..... 103
Görsel 4.13. Ritim tahtaları (Beat boards) örneği (Glebas, 2009, s. 49)..... 104
Görsel 4.14. Üç ışığın kullanım yerleri (Glebas, 2009, s. 91)..... 113
Görsel 4.15. Arka ışık (solda), dolgu ışığı (ortada) ve üç ışığın (sağda) kullanımının görsel etkilerinin çizim diliyle ifadesi (Glebas, 2009, s. 91) 113
Görsel 4.16. Düz kesim (straight cuts), ayrı çekim (separate shots) ve geçişler (fades) için paneller arasındaki gösterim biçimleri (Glebas, 2009, s. 93) 115
Görsel 4.17. Mark Simon'ın çalışma masası (Simon, 2007, s. 20)..... 116

Görsel 4.18. Grafik tablet monitör kullanımları; soldaki (Simon, 2007, s. 167) ve sağdaki (Simon, 2007, s. 44)..... 118
Görsel 5.1. Yolculuk anlarından bakış örnekleri (Kamvasinou, 2006, s. 17)..... 120
Görsel 5.2. Asma tarlalarının storyboard çizimleri (Kamvasinou, 2006, s. 20) 121
Görsel 5.3. "Domino tarlaları"nın dijital storyboard kareleri (Kamvasinou, 2006, s. 20)..... 122
Görsel 5.4. "Domino tarlaları"nın animasyon storyboard çerçeveleri (Kamvasinou, 2006, s. 21) 122
Görsel 5.5. Fibre Wave (http-21) 124
Görsel 5.6. Fibre Wave çubuklarının farklı hareketleri (http-21) 124
Görsel 5.7. Ortam Aydınlatma Ormanları'nın 3 boyutlu animasyonlu dijital videodan bir görünümü (Kamvasinou, 2006, s. 22)..... 125
Görsel 5.8. Ortam aydınlatma ormanı ve ışık kaynaklarının yerleşimi (Kamvasinou, 2006, s. 22) 125
Görsel 5.9. Ortam Aydınlatma Ormanları (Forests of Ambient Lighting), hareket eden bir kullanıcının deneyimini simüle eden film şeridi (Kamvasinou, 2006, s. 23) 126
Görsel 5.10. "Su Müdahalesi (Water Intervention)" tasarımının zamana bağlı üç ayrı sahnesini gösteren video storyboard'u (Kamvasinou, 2006, s. 23) 127
Görsel 5.11. Kinetik desen (Kamvasinou, 2006, s. 24)..... 128

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AAAI	:	American Association for Artificial Intelligence
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
ACM	:	The Association for Computing Machinery
AG	:	Artırılmış Gerçeklik
AIIDE	:	Artificial Intelligence and Interactive Digital Entertainment
AR	:	Augmented Reality
ARPANET	:	Advanced Research Projects Agency Network
AV	:	Augmented Virtuality (Artırılmış Sanallık)
BGD	:	Background (Arka Plan)
BİT	:	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
CD	:	Compact Disc
CDS	:	Center for Digital Storytelling
CGI	:	Computer Graphics Imaging (Bilgisayar Grafik Görüntüleme)
CU	:	Close-Up (Yakın Çekim)
DVD	:	Digital Versatile Disc
EST	:	Establishing Shot (Çekimin Oluşturulması)
EXT CU	:	Extreme Close-Up (Aşırı Yakın Çekim)
FGD	:	Foreground (Ön Plan)
GPT3	:	Generative Pre-trained Transformer3 (Üretici Ön-eğitimli Dönüştürücü)
HCI	:	Human-Computer Interaction (İnsan-Bilgisayar Etkileşimi)
ICIDS	:	International Conference on Interactive Digital Storytelling
ICVS	:	International Conference on Virtual Storytelling
INT	:	Intelligent Narrative Technologies
IoT	:	Internet of Things (nesnelerin interneti)
İTÜ MİAM	:	İstanbul Teknik Üniversitesi Dr. Erol Üçer Müzik İleri Araştırmalar Merkezi
JL2P	:	Joint Language to Pose
LS	:	Long Shot (Uzun Çekim)
MGD	:	Middleground (Orta Plan)

MIT	:	Massachusetts Institute of Technology
MR	:	Mixed Reality (Karma Gerçeklik)
MS	:	Medium Shot (Orta Çekim)
MS	:	Microsoft
OTS	:	Over the Shoulder (Omuz Üzerinden)
Pan	:	Panoramic (Panoramik)
Pre-viz	:	Previsualization (Ön Görselleştirme)
s.	:	sayfa
SFX	:	Special Effects (Özel Efektler)
SG	:	Sanal Gerçeklik
TDK	:	Türk Dil Kurumu
TIDSE	:	Technologies for Interactive Digital Storytelling and Entertainment
vb.	:	ve benzeri
VC	:	Virtual Continuum (Sanallık Sürekliliği)
vd.	:	ve diğerleri
VFX	:	Visual Effects (Görsel Efektler)
VR	:	Virtual Reality
YÖK	:	Yüksek Öğretim Kurumu
yy.	:	yüzyıl
2B	:	İki Boyutlu
3B	:	Üç Boyutlu

1. GİRİŞ

1.1. Sorun

Hikâyeler, yaşamın neredeyse her alanında farklı biçimlerde açığa çıkmaktadır. Bundan dolayıdır ki hikâye kavramının net bir tanımını yapmak giderek zorlaşmaktadır. İngilizcede "story", kavram olarak Türkçede öykü, hikâye, anlatı gibi birden çok sözcükle ilişkilendirilmektedir. Buna paralel olarak da İngilizcedeki "storytelling" kavramı Türkçe alanyazında "Öykü anlatımı" ya da "Hikâye anlatımı" olarak nitelendirilmekte, bu kavramlar eş değer görülerek, birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Oysaki bu iki kavram arasında çakışan ve ayrışan yanlar bulunmaktadır. Çalışma kapsamında belirlenen öncelikli sorun, bu kavramların ilişkisel olarak incelenmesi ve ayrımlarının ortaya konulmasıdır.

Hikâye anlatım biçimlerinin, teknolojide meydana gelen gelişmelerden doğrudan etkilendiği bilinmektedir. Bu çerçevede hikâye anlatım araçlarının sözlüden yazılıya ardından da transmedya uygulamalarına kadar genişlediği dikkat çekmektedir. Bir medyanın sayısal ya da dijital olarak ifade edilebilmesi ise, geleneksel medya ortamını "yeni medya" ortamı hâline getirebilmektedir. Geleneksel olandan yeni olana tüm medyalar görsel, işitsel ya da çoklu duyulara hitap eden melez bir yapıda olabilmektedir. Bu bağlamda alanyazında farklı bağlamlarda ele alınan hikâye anlatım araçlarının neler olduğunun farkına varılması gerekmektedir. Geleneksel medyanın hangi ortam ve anlatım biçimlerini içine aldığı, yeni medyanın ve internetin gelişimiyle, transmedya hikâye anlatımının ne tür özellikler barındırdığı sorgulanmalıdır. Bu sorgulamalar, temelde hikâye anlatım araçlarının ortak ve ayrışan özelliklerinin farkına varılmasına olanak tanıyacaktır.

Genel olarak tasarım disiplini ve mekân tasarımı ile doğrudan ilişkili olan alanlar için, temsil (representation) kavramı ve araçları önemli bir yer tutmaktadır ve önemli işlevler barındırmaktadır. Temsil araçları bir fikrin dışa vurulmasını, somutlaştırılmasını, görünür hâle gelmesini ve iletilmesini sağlayan araçlardır. Bunlar genel olarak fiziksel ya da sanal ortamda sözel, görsel hatta dokunsal temsil biçimleri olarak nitelendirilmektedir. Bu temsil biçimlerinin neler olabileceğinin bilinmesi ve hikâye anlatım aracı olarak storyboard kullanımının sunduğu fırsatların farkına varılması mekân tasarımı için önemli bulunmaktadır. Storyboard'ların görsel ve biçimsel özellikleri ile mekân tasarımı için sağladığı olanakları algılayabilmek, disiplinlerarası bir literatür araştırmasını gerektirmektedir. Bu noktada, farklı alanlardan elde edilen veriler önem kazanmaktadır.

Bu bağlamda mekân tasarımında hikâye anlatım ve temsil aracı hâline gelen storyboard'ların diğer temsil araçlarından farklı olarak nasıl oluşturulduğu, nasıl kullanıldığı, nasıl kullanılabileceği ve tasarım sürecindeki konumunun ne olabileceğinin sorgulanması gerekmektedir.

1.2. Amaç

Ele alınan çalışmanın amacı, mekân ve hikâye, mekân tasarımı ve hikâye anlatımı kavramları arasında var olan ilişkilerin, bir görsel temsil aracı olan storyboard üzerinden nasıl ortaya konulabileceğini değerlendirmektir. Storyboard'lar üç boyutlu bir tasarıma ve ortama ilişkin kritik bilgileri, iki boyutlu ve temsili olarak sunabilen araçlardır. Doğası gereği storyboard'lar hikâye anlatımının ön görselleştirmeye ilişkin aşamasını oluşturmaktadır. Bu görselleştirme biçimi; sosyal bilimlerden eğitim bilimlerine, yabancı dil öğretiminden reklamcılığa, sergi tasarımlarından pazarlamaya, birçok alan tarafından kullanılabilmektedir. Farklı biçimler almaya uygun yapıları ve içerdikleri çeşitli görsel bileşenler, diğer disiplinlerde olduğu gibi storyboard'ları tasarım disiplini için de önemli bir konuma taşımaktadır. Storyboard'lar özellikle de mekân tasarımına yönelik alanlar için yaratıcı tasarım süreçlerinin bir parçası olarak yaygın bir biçimde değerlendirilmeyi beklemektedir. Yapılan literatür taramalarında bu kapsamda açığa çıkmış sınırlı sayıda uygulama örneğinin var olduğu dikkat çekmektedir. Ele alınan çalışma bu açığın kapatılmasına katkı sağlamayı amaç edinmektedir. Bu doğrultuda konuya yönelik farklı disiplinlerden edinilen teorik bilgiler aktarılmıştır. Hikâye kavramının açılımlarına, hikâye türlerine, hikâye anlatımı ve araçlarına yer verilmiş, hikâye anlatım aracı olarak öne çıkan storyboard'ların özellikleri ve oluşturulma yöntemleri incelenmiştir. Elde edilen verilerin, çalışmanın teorik kısmını oluştururken, mekân tasarımına yönelik uygulamalar için bir altyapı oluşturması amaçlanmıştır.

1.3. Önem

Ele alınan çalışma hikâye ve hikâye anlatımını ve bir hikâye anlatım aracı olarak değerlendirilen storyboard'ları birçok farklı yönden ele almaktadır. Bu çerçevede edebiyat alanından sinemaya farklı alanların terminolojisine, geleneksel ve yeni medya ortamların konuya yönelik verilerine başvurulmuştur. Mağara duvarlarında başlayıp insanın var oluşundan bu yana paylaşılan, sözlü kültür ve yazılı kültür araçlarıyla nesiller boyu aktarılan hikâyelerin ve hikâye anlatıcılığının önemine, türlerine ve araçlarına yer

verilmiştir. Mekân ve hikâye anlatımı, bir mekânın sahip olduğu sosyo-kültürel, bilimsel-sanatsal vb. tarihsel referanslarıyla ve mekânın kullanıcıyla kurduğu etkileşimle olası hâle gelmektedir. Benjamin'in ifadesiyle insan, yaşadığı ve içerisinde bulunduğu mekânda geçirdiği zaman boyunca eylemleriyle, kullandığı araçlar-gereçler ve eşyalarıyla mekânda izler bırakmaktadır (Benjamin, 2002). İnsanların yaşamlarına ilişkin kodlar barındıran mekânlar, evler, odalar "okunabilir" nitelikte olup insan yaşamının ayrıntılarını yansıtan unsurlarla donatılmıştır (Bachelard, 2023). Bu bağlamda mekân tasarımı ve hikâye anlatımı arasında güçlü ilişkiler bulunmaktadır. Ele alınan çalışma bu yaklaşımla mekâna, hikâyeye, mekân tasarımı ve hikâye anlatımına yaklaşmakta olup mekân tasarımı için olası hikâyelerin görünür hâle getirilmesinde ön görselleştirme aracı olarak kullanılan storyboard'ları öne çıkarmıştır. Storyboard'ların yaygın kullanımının sinema televizyondan reklamcılığa, eğitim bilimlerinden dijital oyun tasarımına vb. kadar uzandığı görülmüş, tasarım alanları genelinde ve mekân tasarımı özelinde kullanılabilirliğine ilişkin veriler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Mekânlar hikâyeler anlatmakta, kullanıcılar ise mekânlarla dolayısıyla da hikâyelerle ilişki kurmaktadır. Storyboard'lar bu hikâyeleri ilk olarak görünür kılmaya yarayan araçların başında gelmektedir. Tasarımda temsil, zihinde var olan soyut fikirlerin birtakım araçlar ile somutlaştırılması, görselleştirilmesidir. Temsiller aracılığıyla imgeleri görme, göz önünde canlandırabilme ve grafik yollarla ifade edebilme mümkün olabilmektedir. Bu çerçevede mekân tasarımında çeşitli sözel, görsel hatta dokunsal temsil biçimleri kullanılmaktadır. Bu temsil biçimlerinden olan storyboard'lar, farklılaşan özellikleriyle mekân tasarımında kullanılmayı beklemektedir. Çalışma bu noktaya dikkat çekerken, storyboard'ların nasıl oluşturulup ne yönde kullanılabileceğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda geleneksel ve dijital ortamlarda storyboard yapımının ortak özelliklerine, kullanılan araç-gereç ve programların neler olduğuna yer verilmiştir.

1.4. Varsayımlar

Ele alınan çalışma, mekân tasarımı ve hikâye anlatımı arasındaki ilişkiyi ve storyboard'ların yaratıcı tasarım sürecinde nasıl bir hikâye anlatım aracına dönüşebileceğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Storyboard kullanımının yaygın olarak açığa çıktığı alanlardan elde edilen bilgilerin, mekân tasarımı için uyarlanabilir olduğu varsayılmıştır. Bu varsayımla elde edilen verilerin, tasarım alanı genelinde ve mekân tasarımı özelinde storyboard kullanımını destekleyeceği öngörülmüştür.

1.5. Sınırlılıklar

Hikâye ve hikâye anlatımı kavramı, hikâye türleri ve araçları, tasarımda temsil biçimleri vb. başlıklar, uluslararası ve ulusal ölçekte derinlemesine incelenen konulardır. Ele alınan çalışmada bu kavramlar, birbirleriyle olan ilişkilerini ortaya koymak üzere alınmıştır. Buradaki nihai amaç, bütüncül bir bakış açısıyla storyboard oluşturma tekniklerini ve yöntemlerini ortaya koymaktır. Storyboard kullanımına ilişkin yapılan literatür taramaları bu temsil aracının tasarım alanlarındaki kullanımının ne kadar sınırlı olduğunu göstermiş, ele alınan örneklem bu sınırlılıklar içerisinden seçilmiştir.

1.6. Tanımlar

Hikâyeler, Hikâye türleri (Geleneksel hikâyeler, Modern/Yeni/Sürükleyici/Dijital hikâyeler ve Transmedya hikâyeler) ve araçlarına ilişkin veriler yapılan detaylı literatür araştırması (süreli yayınlar, kitaplar vb.) ve incelemeleri sonucunda elde edilmiştir. Bu başlıklar ise birçok terim içermekte olup metnin akışında yer yer bu terimlerin tanımlarına, açılımlarına yer verilmiştir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Ele alınan çalışmanın yöntemi literatür taramasıdır. Literatür araştırmaları, çalışmanın başlangıcında üç anahtar kelimeye, "story", "storytelling" ve "storyboard"a dayandırılmıştır. Bu anahtar kelimeler DergiPark, TRDizin ve YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanlarında taranmıştır. Elde edilen yayınlarda bu kavramların olası Türkçe karşılıkları belirlenmiş, taramalar bu yönde derinleştirilmiştir. Bu bağlamda İngilizcedeki "story" kavramının Türkçede öykü, hikâye ve anlatı sözcükleri ve bu sözcüklerin kapsadığı alt anahtar kavramlar ile ilişkilendirildiği görülmüştür. Benzer bir biçimde "storytelling" kavramının hikâye ya da öykü anlatımı "storyboard"un ise görsel senaryo, hikâye/öykü tahtası, hikâye/öykü panosu ve resimli taslak gibi ifadelerle Türkçe alanyazında karşılık bulduğu belirlenmiştir. Daha sonra bu Türkçe kelimeler ile alanyazın yeniden taranarak araştırmanın evreni genişletilmiştir. Buna ek olarak, İngilizce olarak storyboard ve storyboard'un Türkçe karşılıkları olarak kullanılan terimlerle, ulusal ölçekte üniversite kütüphanelerinin kataloglarında basılı ve elektronik kitaplara yönelik taramalar yapılmıştır. Tüm bu taramalar sonucunda elde edilen kaynaklar listelenerek detaylı bir biçimde incelenmiştir. Kaynaklardan elde edilen veriler çalışmanın kapsamının oluşturulmasında belirleyici olmuştur.

2.1.1. Araştırmanın evren ve örneklemi

"Storytelling" ve "storyboard" anahtar kelimeleri ile başlayan literatür taraması, ulusal ölçekte farklı alanlarda hazırlanmış çok sayıda makale ve tez çalışmasına ulaşılmasını sağlamıştır. Bu çalışmaların içerikleri incelenerek tezin içindekiler bölümü oluşturulmuş, ilgili veriler incelenerek değerlendirilmiştir. Alanyazına ilişkin storytelling, öykü, hikâye ve anlatı anahtar kelimeleri ile yapılan taramaların sonucunda; Sosyal Bilgiler eğitimi, edebiyat, sinema, reklam, marka çalışmaları, animasyon, tarih, müze sergilemeleri, muhasebe eğitimi, yaratıcı yazma, pazarlama, değer eğitimi, hikâye edici metinler, doğrudan sosyal hizmet uygulamaları, yaratıcı drama, terapötik hikâyeler, sosyoloji, mimarlık, masallar, halk hikâyeleri, meddahlık, çoklu ortam teknolojileri, Instagram hikâyeleri, dijital öyküleme, YouTube, yabancı dil eğitimi, bilgisayar destekli hikâye anlatımı, dijital oyunlar, okul öncesi eğitimi, yeni medya, ana dili eğitimi, Türkçe eğitimi, hemşirelik, turizm, transmedya hikâyeciliği, interaktif hikâyecilik, dans, halkla

ilişkiler, sosyal medyada hikâye anlatıcılığı, iletişim, tıp eğitimi gibi alanlarda hazırlanan çok sayıda çalışmaya ulaşılmıştır.

Çalışmanın hikâye ve hikâye anlatımı ile ilgili evren ve örneklemi; eğitim, reklamcılık, müze sergilemeleri, pazarlama, marka çalışmaları, turizm, halkla ilişkiler, edebiyat, halk hikâyeleri, meddahlık, dijital hikâye anlatımı, yeni medya, transmedya hikâye anlatımı ile ilişkili alanlarda yapılan çalışmalardan çıkışla belirlenmiştir. Storyboard oluşturmakla ilgili ortaya konulan veriler, Türkiye'deki üniversite kütüphanelerinden elde edilen yurt dışı kaynaklı kitaplardan elde edilmiştir. Bu verilerin temel alındığı çalışma, Türkçe literatürde yapılmış makale ve tezlerle desteklenmiştir. Farklı alanlardan elde edilen literatür verilerinin, mekân tasarımına nasıl uyarlanabilir olduğunu göstermek üzere geleneksel ya da yenilikçi örneklemler araştırılmış, çok az sayıda olduğu görülen uygulama örneklerinden biri ortaya konularak incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini, geleneksel ve dijital ortamlarda hazırlanan storyboard çalışmalarıyla öne çıkan ve iki farklı bölgeye dair tasarlanan deneysel bir proje oluşturmuştur.

2.1.2. Araştırmanın veri toplama aracı

Araştırmanın veri toplama aracı yapılan literatür taramalarında ulaşılan makale, tez çalışmaları ve üniversite kütüphanelerinin katalog taramalarında ulaşılan basılı ve elektronik kitaplardır. Çalışmanın mekân tasarımına yönelik örnekleminin belirlenmesinde uluslararası literatüre başvurulmuş, storyboard kullanımına ilişkin yaptığı uygulamalarla öne çıkan çalışma örneklem olarak seçilmiştir. Bu bağlamda Google, ScienceDirect, Taylor&Francis Online, WILEY Online Library, Web of Science ve JSTOR veri tabanlarında "storyboard" ve "architecture, interior architecture, interior design, industrial design, landscape architecture, urban and regional planning" kelimeleriyle taramalar yapılmış, ilgili çalışmalar incelenmiştir. Sonuç olarak ise Kamvasinou'nun (2006) çalışması, ele alınan çalışmanın örneklem bölümünü destekler nitelikte bulunmuştur.

3. BULGULAR VE YORUM

3.1. Öykü-Hikâye-Anlatı Kavramlarına Giriş

İnsan, hayatı boyunca bir zaman ve mekân içinde, eylemleriyle hikâyeler oluşturur. Hikâyeler, insan yaşamının ayrılmaz bir parçasıdır. Toplumsal yaşamda çevresiyle iletişim kuran insan, edindiği yaşamsal gerçekliği de çevresiyle paylaşma hâlindedir. İnsan, hikâyelerin bazen dinleyeni, bazen ise anlatanıdır. Kendi yaşadıklarını, kullandığı dil vasıtasıyla bir "hikâye" formunda başkalarına aktarır. Hikâye anlatmak, bir insanın her gün yaptığı eylemler kadar doğaldır.

İngilizcede "storytelling", "story" ve "tell" sözcüklerinin birleşiminden oluşan, Türkçede "öykü anlatmak", "hikâye anlatmak" anlamlarına gelen fiilin adıdır. Türkiye'de yapılan çalışmaların başlıklarında ise kelime "öykü anlatımı", "öykücülük", "öyküleme", "öyküleştirme"; "hikâye anlatıcılığı", "hikâyeleştirme", "hikâye anlatımı", "hikâyecilik", "hikâye anlatma", "hikâye anlatısı", "hikâye oluşturma"; "anlatı", "anlatıcılık", "anlatım" ifadeleriyle karşılık bulur.[1]

Hikâye anlatmak ve hikâyeler, yaşamın her alanında vardır ve bu kavramlar alana özgü çeşitli kazanımlar elde etmek için kullanılır. Literatürde yer alan çalışmalara göre, Sosyal Bilgiler, Matematik, Türkçe gibi temel derslerin öğretimi ve yabancı dil öğretimi alanlarında, öğretimi daha etkili hâle getirmek için hikâyelerden yararlanılmaktadır.

Sosyal Bilgiler derslerindeki tarih konularında, hikâyeler aracılığıyla toplumsal ve kültürel değerleri aktarmak daha anlaşılır bir öğrenme ortamı sağlamaktadır (Özkan, 2014, s. 30). Hikâyeleri eğitimde bir araç olarak kullanmak, öğrencilere hem içinde bulundukları zamana hem de geçmiş zamana bakabilme olanağı verir, böylece öğrenciler olayların içerdiği kültürel yapıları benzer ve farklı taraflarıyla algılayabilirler (McCall, 2010'dan aktaran Özkan, 2014, s. 30). Aynı zamanda hikâyelerde geçen tarihi kişiler, öğrencilerin zihinlerinde yeniden can bulur (Baymur, 1949'dan aktaran Şimşek, 2002, s. 9).

Hikâyeler öğrenme ortamında öğrencilerin motivasyonlarını artırırken, ortamı hem eğlenceli hem de zorlayıcı bir hâle getirir; öğrencilerin yabancı dile, o dilin kültürüne ve o dili öğrenmeye karşı olumlu tutumlar geliştirmelerine yardımcı olur (Ellis ve Brewster, 2014'ten aktaran Şimşir, 2018, s. 25). Çocuklar, yabancı dilin sahip olduğu kelime dağarcığını ve dil bilgisi kurallarını, hikâyeleri dinlerken çok daha iyi bir şekilde öğrenme

[1]YÖK Ulusal Tez Merkezi ve DergiPark veri tabanlarında yapılan taramalar sonucunda ulaşılan çalışmaların başlıklarında yer alan "storytelling"in Türkçe karşılıklarıdır.

olanağı bulurlar; ayrıca dinleme eylemi dilin tonlama, ritim ve telaffuz özelliklerinin de çocuklar tarafından fark edilmesini sağlar (Ellis ve Brewster, 2014'ten aktaran Şimşir, 2018, s. 26). Diğer bir taraftan hikâyeler, çocukların psikolojik, duygusal ve bilişsel gelişimleri üzerinde olumlu etkiler yapar (Malkina, 1995'ten aktaran Şimşir, 2018, s. 27). Öğrenme ortamı üzerindeki olumlu ve kolaylaştırıcı yönleriyle hikâyeler, yabancı dil öğretiminde de hikâye anlatımı yöntemiyle kullanılmaktadır.

Hikâyelerin ve hikâye anlatımının kullanıldığı bir diğer alan ise reklamlardır (Bitirim Okmeydan, 2020; Güregen, 2021; Şahin, 2018). Bunlara ek olarak hikâye anlatımının müzelerdeki sergileme tasarımlarının kurgulanmasında da var olduğuna ilişkin çalışmalar mevcuttur (Aykut, 2017; Aykut, 2021; Günüçer, 2018). Bir pazarlama aracı olarak hikâyelerin yerel gastronomi ürünlerinde (Kardeş Çolakoğlu ve Sarıışık, 2021) ve markalarda (Köksalan, 2021) kullanımına ilişkin çalışmalar, muhasebe eğitiminde hikâyeleştirme yöntemi ile kullanımına ilişkin bir çalışma (Kısacık ve Çakar, 2023) ve doğrudan sosyal hizmet uygulamalarında masallarla beraber kullanımına ilişkin bir çalışma (Kabataş ve Duyan, 2021) da mevcuttur.

Harmancı'ya göre İngilizcedeki "story" teriminin karşılığı Türkçede "hikâye", "short story" teriminin karşılığı ise Türkçede "öykü"dür (Harmancı, 2010, s. 67-68).

İngilizcede story, novel; Fransızcada histoire, nouvelle; Almancada geschichte sözcüklerinin Türkçedeki karşılıkları öykü ve hikâye sözcükleridir (Bulut, 2020, s. 3). Tonga ise hikâyenin Batı dillerindeki karşılıkları ile ilgili olarak "Hikâye; İngilizcede *story*, *short short story*, *long short story*, *tale*, *yarn*, *narration*; Almancada *geschichicte*, *erzahlung*; Fransızcada *histoire*, *narration*; İtalyancada *rocconto*, *storia*; İspanyolcada *cuento*, *historia* kelimeleri ile isimlendirilmiştir (Tonga, 2008, s. 376)" ifadesini kullanmıştır. Bu bilgiler göz önünde bulundurulduğunda, öykü ve hikâyenin, Batı dillerinde de birden fazla kelimeyle karşılandığı görülmektedir. Buna ek olarak story sözcüğünün anlamları olan öykü ve hikâyenin tanımlarına bakmakta da yarar vardır.

Türk Dil Kurumu'nun Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre hikâye, Arapça kökenli olup edebiyat, tıp ve argo gibi kullanım alanları olmak üzere beş farklı anlama sahiptir. Bunlar; bir olayın sözlü veya yazılı olarak anlatılması; aslı olmayan söz, olay; gerçek veya tasarlanmış olayları anlatan düzyazı türü, öykü; hastanın rahatsızlığı ile ilgili geçmişi; hastanın hastanede yatışı sırasında yapılan muayene ve inceleme bulguları ile tedavi ve hastalığın seyrini gösteren özet bilgi, çıkış özeti, epikriz ifadeleridir (http-1). TDK'nin 1948 tarihli Edebiyat ve Söz Sanatı Terimleri Sözlüğü ise hikâyeyi, kelimenin Fransızca

karşılığının "nouvelle" olduğunu belirterek, "hayalde tasarlanan meraklı birtakım olayları anlatarak okuyanda heyecan veya zevk uyandıran ve çoğu ancak birkaç sayfa tutan yazı" olarak tanımlar (http-2).

"Taklit etmek, anlatmak, konuşmak, demek, söylemek" anlamlarına gelen "ha – kâ" fiilinden türeyen hikâye, Arapça kökenli bir isimdir (Mutçalı, 1995'ten aktaran, Harmancı, 2010, s. 67). Hikâye, "evvela eğlendirmek maksadı ile 'taklid' manasına gelir; bu işi meslek edinmiş olan hâkiya, başkalarının tavırlarını, lisanlarını, karakterlerini, biraz gülünç bir tarzda taklid eder (Macdonald'dan aktaran Kesler, 2010, s. 7)". Ferit Devellioğlu'nun Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat'ine göre ise hikâye "olmuş bir hadise, masal, roman, anlatma" anlamlarına gelir (Devellioğlu, 2005'ten aktaran Tılfarlıoğlu, 2017, s. 13).

Edebiyat sahasından hikâyeye bakıldığında ise onun yalnızca bir edebi tür olmadığı, aynı zamanda tahkiye unsuru içeren metinlerin ortak adı olarak kullanıldığı da görülür: destan, menkıbe, fıkra, roman, tiyatro gibi (Özgül, 2000'den aktaran Bulut, 2019, s. 4). "Tahkiyeli ifade, olmuş, olması mümkün olsun veya olmasın, tasavvur edilmiş konuları vak'aya dayanarak anlatmaktır (Tural, 1991'den aktaran Tonga, 2008, s. 372)". Bu ifadeye ek olarak, "Tahkiye, hafızanın imkânlarını, hayâl ve düşünce eleğinden geçirerek, kendine veya başkalarına ait yaşantıların, merak ile temellendirilip, kelimeler aracılığıyla, estetik/teknik bir sıraya konulmasıdır (Tural, 2000'den aktaran Tonga, 2008, s. 372)".

TDK'nin Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre öykü, isim olarak "ayrıntılarıyla anlatılan olay", edebiyat alanında bir isim olarak ise "hikâye" anlamlarına gelmektedir (http-3). TDK'nin 1981 tarihli Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü'ne göre ise öykü Türkçede *hikâye*, *film hikâyesi*; İngilizcede *story*, *film story*, *screen story*; Fransızcada *histoire*, *récit (cinématographique)*; Almancada ise *filmerzählung* anlamlarına gelmekte olup sinema sahasında "henüz oyunluk biçiminde işlenmemiş bir film konusuna verilen yazınsal biçim" ve "bir film tamamlandıktan sonra, bu filmin konusundan çıkarılan ve çeşitli amaçlarla kullanılan yazınsal biçimi" olarak tanımlanmaktadır (http-4). TDK'nin 1978 tarihli Halkbilim Terimleri Sözlüğü'ne göre ise öykü Türkçede *hikâye*; İngilizcede *novel*; Fransızcada *nouvelle*; Almancada *novelle* kelimelerine karşılık gelir ve "oluştukları yerlerle çağları belirli, gerçek ya da dinleyenlerin anlayışına uygun gerçekdışı tansıksal olayları konu alan halk anlatımlarının tümü. bk. duygusal masal, öykücük, alışılmış masal, öykünce, yiğitlik masalı, krş. öykülü saga, gerçekçi masal" olarak tanımlanır (http-4). TDK'nin 1974 tarihli Yazın Terimleri Sözlüğü'ne göre ise

öykü Türkçede *hikâye;* Fransızcada *nouvelle, conte* anlamlarına gelmekte olup "tasarlamaya ya da gözleme dayanan bir olayı anlatarak okuyucuda ilgi ve beğeni uyandıran ve çoğu kez ancak birkaç sayfa tutan yazın türü (buna kısa ya da küçük öykü de denir.)" şeklinde tanımlanmıştır (http-4). Öykü son olarak yine TDK'nin 1983 tarihli Gösterim Sanatları Terimleri Sözlüğü'nde ise Türkçede *hikâye* kelimesine karşılık gelip "çoğu kez dua ile başlayan meddah ya da âşık öyküsü" olarak tanımlanmıştır (http-4).

"Öykü" sözcüğü Türkçede bir başkasının beğenilen davranışlarına özenme, bir başkasını izleme, taklit etme, onun gibi görünmeye çalışma vb. anlamlarına gelen "öykünmek" eyleminden türetilmiştir (Eyüboğlu, 1995'ten aktaran Harmancı, 2010, s. 67). Öz Türkçe Sözlük'te ise öykü teriminin karşılıkları olarak "masal, hikâye, menkıbe, kıssa" anlamları bulunmaktadır (Ünlü, 1989'dan aktaran Harmancı, 2010, s. 67), ayrıca bu terim Türkçede ilk defa Nurullah Ataç tarafından kullanılmıştır (Çolpan, 1963'ten aktaran Harmancı, 2010, s. 67).

Türk halk edebiyatının öykücülük geleneği, 19. yy.'da Tanzimat Dönemi ile beraber modernleşmeye başlamıştır; Batıda Bocaccio'nun eseriyle doğan öykü, Türk edebiyatında ise tercüme eserlerle başlayıp zaman içerisinde günümüzdeki biçimine evrilmiştir (Çalışkan, 2014, s. 2).

Andaç'a göre öykü, "bir gözlemden, izlenim ya da tasarımdan yola çıkarak bir olayın, bir durumun, bir kesitin, bir an'ın anlatımıdır (Andaç, 2008'den aktaran Öksüz, 2019, s. 15)". Öksüz'ün Çetişli'den yaptığı aktarıma göre ise:

> "Günümüz modern öyküsü, gerçek ya da gerçeğe uygun olay ve durumların; insan, zaman ve mekân unsurlarıyla birlikte itibâri bir dünya çerçevesinde ve üzerinde durulan konu, tema ve mesaja uygun bir biçimde kurgulanıp; ayrıntıya girilmeden ve bütünüyle yoğunlaştırılarak, okuyucuya estetik haz verecek tarzda oluşturulmasından doğan kısa ve mensur bir edebî türdür (Çetişli, 2004'ten aktaran Öksüz, 2019, s. 14-15)".

"Öykü" ve "hikâye" terimleri, edebiyat alanında ele alındığında bu iki terimin birbirlerine göre durumları ve birbirleriyle olan ilişkileri hakkında pek çok düşünce ve yaklaşım bulunmaktadır. Harmancı'nın Kaplan'dan yaptığı aktarıma göre:

> "Hikâye; kurgusal yapıtlardaki, yani öykülerdeki ya da romanlardaki olaylar bütünü, olayların toplamı, olayların anası, temel entrika, lokomotif olgu gibi anlamlara gelmektedir. (…) Öyküye gelince; içinde bir hikâye, ya da birtakım hikâyeler taşıyan, roman olmayan, şiir olmayan, başka bir şey olmayan, ancak yalnızca öykü olarak anılmak isteyen bir tür, yazınsal türlerden bir türdür (Kaplan, 1980'den aktaran Harmancı, 2010, s. 67)".

Öztürk'ün Korkmaz'dan yaptığı aktarıma göre ise:

> "Türk edebiyatında hikâyenin/öykünün bir terim olarak kullanılmaya başlanmasından itibaren, hikâye kelimesinin dayandığı kavram tahkiyedir. Dolayısıyla anlatma esasına bağlı bütün yazı türleri, geçmişte bu kelimenin etrafında izah bulmuştur. Tarih, destan, menkabe, kıssa, masal, rivayet, vak'a, rapor, kopya, taklit, roman, hikâye ve benzeri birçok türün ardındaki kavram tahkiyeli eser, yani hikâyedir (Korkmaz, 2005'ten aktaran Öztürk, 2018b, s. 1)".

Prof. Dr. Turan Karataş da Ansiklopedik Edebiyat Terimleri Sözlüğü'nde iki terim arasındaki ilişkiyi şu şekilde açıklar:

> "Hikâye teriminin, bir olayı belli bir düzen içinde, baştan sona kadar anlatan yani klasik hikâye dediğimiz türün özelliklerini taşıyan örnekler için kullanılmasının doğru olacağı; öykü tabirinin ise daha ziyade, bir durumu, anlık bir hayat kesitini belli belirsiz ifade eden / anlatan 'modern öykü' denilen metinler için tercih edilmesi gerektiği düşünceler arasındadır (Karataş, 2011'den aktaran Öksüz, 2019, s. 15)".

Öztürk'ün Akyüz'den yaptığı aktarıma göre ise Türk edebiyatında Tanzimat Dönemi ile beraber gelişen hikâyeciliğin temellerinin Fransız edebiyatına dayandığı belirtilerek şu ifadelere yer verilir:

> "Tanzimat devrinin ilk dönemindeki (1860-1876) Türk romancılığı ve hikâyeciliği- romantizm istisna edilecek olursa- kesinlikle belirtmek gerekir ki Divân hikâyeciliğinin de halk hikâyeciliğinin de tamamıyle dışındadır. Ne onların geliştirilmiş bir devamı, ne de modernleştirilmiş şeklidir. Doğrudan doğruya Fransız romancı ve hikâyecileri örnek alınarak yapılmış denemelerdir. Ahmet Mithat'ın dil ve anlatımca kısmen halk hikâyelerine yönelmiş olması da bu durumu değiştirmez (Akyüz, 2010'dan aktaran Öztürk, 2018b, s. 1)".

Öztürk'ün Çin'den yaptığı aktarıma göre de, Mehmet Hengirmen Türk Öykü Antolojisi'nde bilinen kaynaklara dayanarak, Dede Korkut öykülerinin Türk öykü tarihini başlattığını ifade eder (Çin, 2010'dan aktaran Öztürk, 2018b, s. 1).

Bu düşüncelere ek olarak Necati Mert, öykünün hikâyenin yerini alamayacağını öne sürmüştür (Mert, 2015'ten aktaran Ural, 2019, s. 61), ancak Feyza Hepçilingirler ise "öykünün her şeyden önce ve yalnızca dil işçiliği" olduğunu söyleyerek "öykü"yü savunmuştur (Hepçilingirler, 2005'ten aktaran Ural, 2019, s. 61).

Hikâye ve öykü farkına bir örnek olarak da Ural'ın Lekesiz'den yaptığı şu aktarım verilebilir: "Hikâye anlatılır, öykü ise kurgulanır. Anlattığımız her şey hikâyedir ama kurgulamadığımız her şey öykü değildir (Lekesiz, 2003'ten aktaran Ural, 2019, s. 62)".

Necati Tonga (2008, s. 377) ise, öykü ve hikâye kelimeleri arasında süreli yayınların isimlerinde yaşanan kullanım farklılığını şu dergilerle örneklendirmiştir: *Hece Öykü*, *İmge Öyküler*, *Kül Öykü*, *Notos Öykü*; *Türk Edebiyatı*, *Dergâh*, *Edebiyat Otağı*.

Bir öyküyü oluşturan unsurlar olay ve olay örgüsü, kişi kadrosu, zaman, mekân, anlatıcı ve bakış açısı, dil ve anlatımdır. Aynı zamanda edebi metinler temelinde anlatmak eylemi olduğundan okuyucular için de bir mesaj taşıyıcısıdır, ancak bu mesaj olay örgüsüyle örüldüğünden kendini hemen belli etmez, okuyucular tarafından bulunması gerekir (Dönmez, 2013, s. 205). Dönmez'in Mert'ten yaptığı aktarıma göre, Hamingway'in "Buzdağı İlkesi" yöntemi anlamın sekizde birinin görünür, sekizde yedisinin ise sular altında bir vaziyette kalması gerektiğini ifade eder (Mert, 1979'dan aktaran Dönmez, 2013, s. 205).

Öykü sahip olduğu yoğunluk bakımından şiire çok yakındır ve ele aldığı ana unsur "yaşam"dır; ancak öykü oluşturulurken bu yaşamsal gerçeklik onu oluşturan tarafından işlenerek edebi ürünün gerçekliğine dönüştürülür (Dönmez, 2013, s. 207). Olaylar, öykünün diğer unsurlarını kendi çevresine alarak onlara anlam yükler; olaylar birleştiğinde ise olay örgüsü oluşur (Öztürk, 2018b, s. 22).

3.2. Hikâye Türleri

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren, insanların bir diğeriyle ve çevresiyle iletişim kurmak için mağaralara çizdikleri resimlerden başlayarak gelişen hikâyeler ve hikâye anlatımı, sözlü gelenek çerçevesinde ilerlemiş, sonrasında matbaaanın icadıyla birlikte hikâyeler kitaplara basılmış ve zaman içerisinde teknolojide yaşanan gelişmelerle beraber kendine yeni araçlar ve ortamlar bulmuştur, bulmaya da devam etmektedir (Turgut ve Kışla, 2015, s. 98).

Bu bölümde geleneksel hikâyeler, modern/yeni/sürükleyici/dijital hikâyeler ve transmedya hikâyeler ele alınacaktır.

3.2.1. Geleneksel hikâyeler

TDK'nin Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre "gelenek", toplum bilimi alanında "bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar; anane, örf, tradisyon" anlamlarına gelen bir isim olarak tanımlanmaktadır (http-5). Nebi Özdemir'e göre ise gelenek, "geçmişten hareketle geleceğin kurgulanması, yaratılması ve yönetilmesidir (Özdemir, 2012'den aktaran Özcan, 2019, s. 239)". Edward Shils ise geleneği, "geçmişten günümüze intikal ettirilen ya da miras bırakılan herhangi bir şey" olarak görür (Shils, 2002'den aktaran İlhan, 2015, s. 740).

"Kültür", TDK'nin Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre, "tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü; hars, ekin" şeklinde tanımlanmaktadır (http-6).

Altuntaş'ın Ong'dan yaptığı aktarıma göre sözlü kültür:

> "Sözlü kültür, toplumun ortak malı olan hazır kalıpların deneyimleri pekiştirecek şekilde biçimlendirilmesiyle oluşur ve metinden yoksun olduğu için de toplum belleğinde yüzyıllarca gelişerek varlığını halkın bilincine yerleştirerek sürdürür. Sözle biçimlenen düşünce zaman içinde geliştikçe hazır deyişlerin kullanımı da daha ince bir ustalık kazanır (Ong, 1995'ten aktaran Altuntaş, 2017, s. 7)".

Halk hikâyeleri, sözlü kültürden günümüze uzanan yolculuğunda bu başlık altında ele alınabilir. Halk hikâyeleri, Boratav'ın ifadesiyle "destanların görevini üstlenen yeni ve özgün bir türün ürünleri"dir (Boratav, 1946'dan aktaran Uçgun Yaşar, 2018, s. 8). Bu ifadeye ek olarak Elçin de halk hikâyelerinin destan, masal, efsane, menkıbe gibi ürünlerden beslendiğini ifade etmiştir (Elçin, 2011'den aktaran Uçgun Yaşar 2018, s. 8). Ensar Aslan ise halk hikâyelerini şu şekilde tanımlamaktadır:

> "Halk hikâyelerini eski destan geleneğinin günümüze kadar gelen uzantısı sayabiliriz. Konuları genel olarak âşık kahramanların hayatı ve maceralarıdır. Halk hikâyelerinde türkü ve anlatım iç içedir. Bir kısmının konusu tamamen aşka bağlı lirik ürünlerdir. Bazıları ise Dede Korkut ve Köroğlu gibi kahramanlık teminin ağır bastığı epik destani hikâyelerdir (Aslan, 2007'den aktaran Özcan, 2019, s. 204)".

Alptekin'in ifadesiyle Türk halk hikâyeleri, "Göçebelikten yerleşik hayata geçişin ilk mahsullerinden olup aşk, kahramanlık vb. konuları işleyen, kaynağı Türk, Arap-İslam ve Hint-İran olan, büyük ölçüde âşıklar ve meddahlar tarafından anlatılan nazım-nesir karışımı anlatmalardır (Alptekin, 2016'dan aktaran Bağmancı, 2022, s. 7)". Bağmancı'nın Hança'dan yaptığı aktarıma göre ise Türk halk hikâyeleri,

> "Belli bir zamanda ve mekânda, genellikle profesyonel anlatıcılar tarafından bir müzik aleti eşliğinde icra edilen; kahramanlık, aşk veya her iki konuyu birlikte işleyen, tarihî, dinî, sosyal hayat ve geleneklerle ilgili unsurları da içeren, sonuçları bakımından bireyi ilgilendiren; sözlü kültür ortamında, nazım ve nesir karışık olarak yaratılan, uzun soluklu ve sanatsal bir biçimde formüle edilmiş; halkın temelde hoşça vakit geçirme ve eğlenmesi amacıyla anlatılmakla birlikte, bilgilenme ve ders çıkarma işlevlerini de üstlenen bir türdür (Hança, 2012'den aktaran Bağmancı, 2022, s. 7)".

Halk hikâyelerinde işlenen konuların temel özellikleri olarak Pertev Naili Boratav'ın yapmış olduğu tasnife bakıldığında bunları "olmuş vakalar; yaşamış veya yaşadığı rivayet olunan (bazılarının yaşamış olma ihtimalleri çoktur) âşıkların tercüme-i

hâlleri; Köroğlu menkıbeleri ve bu tipte diğer menkıbeler; klasik manzum hikâyeler, masal ve hikâye kitapları ve sözlü gelenekteki masallar" şeklinde gruplara ayırdığını görmek mümkündür (Boratav, 2002'den aktaran Sadıç, 2021, s. 5-6). Nerin Köse ise halk hikâyelerini "şekil bakımından türkülü halk hikâyeleri (klasik halk hikâyeleri, kasideler (serküşteler), bozlaklar) ve türküsüz hikâyeler (karavelliler ve kara hikâyeler) olarak; hacim bakımından uzun halk hikâyeleri ve kısa halk hikâyeleri olarak; konu bakımından ise aşk hikâyeleri (kahramanları muhayyel olan hikâyeler ve âşık-saz şairlerinin hayat hikâyeleri), kahramanlık hikâyeleri (Köroğlu kolları ve diğer kahramanlık hikâyeleri) ve realist halk hikâyeleri" olarak üç gruba ayırmıştır (Köse, 1996'dan aktaran Bağmancı, 2022, s. 9). Bu sınıflandırmalara ek olarak Şükrü Elçin, Dilaver Düzgün ve İsmet Çetin'e ait olan sınıflandırmalar da vardır (Çetin, 2020'den aktaran Bağmancı, 2022; Düzgün, 2018'den aktaran Bağmancı, 2022; Elçin, 2005'ten aktaran Sadıç, 2021):

Şükrü Elçin halk hikâyelerini "Türk kaynağından gelenler, Arap-İslam kaynağından gelenler ve İran-Hind kaynağından gelenler" olmak üzere gruplandırmıştır (Elçin, 2005'ten aktaran Sadıç, 2021, s. 6).

Dilaver Düzgün halk hikâyelerini "âşık tarzı halk hikâyeleri, dinî-menkıbevi halk hikâyeleri ve realist halk hikâyeleri" olarak başlıklara ayırmıştır (Düzgün, 2018'den aktaran Bağmancı, 2022, s. 10).

İsmet Çetin ise halk hikâyelerine ilişkin olarak "kahramanlık hikâyeleri (milli konuları işleyen hikâyeler; dinî konuları işleyen hikâyeler; boy, sülale ve aileler arası mücadeleleri işleyen hikâyeler); aşk konulu hikâyeler (platonik aşkı işleyen hikâyeler, beşerî aşkı işleyen hikâyeler, küçük aşk hikâyeleri); kişisel macera, hatıraların anlatıldığı hikâyeler; eğitici öğretici hikâyeler ve realist hikâyeler (meddah hikâyeleri ve realist İstanbul hikâyeleri)" şeklinde bir sınıflandırma yapmıştır (Çetin, 2020'den aktaran Bağmancı, 2022, s. 10).

Yapılan gruplamalara bakıldığında, halk hikâyeleri içerisinde "türkülü hikâyeler"in ve "meddah hikâyeleri"nin hikâyeci/anlatıcının jest ve mimikleri, söze ve ezgiye dair olan sanatı göz önünde bulundurulduğunda, görsel ve işitsel açıdan ön plana çıktıkları görülebilir.

İslamiyet'in kabulüyle beraber Türkler, bu dönemden önce (Göktürk, Uygur, Karahanlılar dönemlerinde) kullandıkları "sav" kelimesinin yerine "hikâye" kelimesini kullanmaya başlamışlardır; ancak hikâyecilik geleneği Türk edebiyatında İslamiyet öncesi dönemlerde de bulunmaktadır (Kavruk, 1989'dan aktaran Altuntaş, 2017, s. 8).

Altuntaş'ın Köprülü'den yaptığı aktarıma göre ise, Türklerde hikâye anlatımı ile ilgili şu bilgiler yer almaktadır:

> "İslam etkisinin Türk zümreleri arasında yayılmasından önce Türkler arasında hikâye anlatma işini ozanlar yapıyordu. Maddah kelimesi yayılmadan önce Türkler arasında hikâye anlatma işini ozanlar yapıyordu. Maddah kelimesi yayılmadan önce Türkler arasında Acemlerin kıssahan, şahnâmehan, tabirleri kullanılıyordu. 14. yy.dan itibaren ozanların ayrı bir kıssahan zümresi oluşmuş olmalıydı. 15. yy.dan itibaren, meddah tanımı, kahramanların maceralarını anlatan ve onların övgülerini yapan sanatkârlar anlamında kıssahân, şehnâmehân, meddah ile aynı anlamdadır. 17. yy.dan sonra meddah tabiri daha çok kullanılmaya başlanır. 18. yy. da, edebiyat da dâhil olmak üzere kültür hayatının her ürününde eski İran etkilerinin azalması ve mahallî özelliklerinin çoğalmaya başlamasıyla, eski meddahların hikâyelerinde de mahalli konulara doğru daha güçlü bir eğilim görülür (Köprülü, 1989'dan aktaran Altuntaş, 2017, s. 8-9)".

Literatür taramasında ulaşılan çalışmalara göre Türk halk edebiyatında halk hikâyelerinin icrası gelenek, anlatıcı, dinleyici, anlatıcı-dinleyici etkileşimi ve ilişkisi, metin, müzik, icra mekânı bileşenlerini içermektedir. Halk hikâyelerinde nazım ve nesir anlatım biçimleri beraberdir, anlatıcıları bu alanın gerektirdiği özelliklere sahip ve hikâyeye özgüdür, icra edildikleri mekânda sözlü anlatıma dair bir atmosfer olduğundan halk hikâyeleri çeşitlenmeye açıktır (Taşlıova, 2006'dan aktaran Özcan, 2019, s. 205).

Halk hikâyesi icra eden ve anlatan kişilere hikâyeci, âşık, meddah, ozan gibi isimler verilmiş olup bu kelimeler Türk lehçelerinde de lehçeden lehçeye farklılaşma göstermiştir; örneğin "baksı" Özbek, Uygur ve Türkmenler'de; "cirav, yırcı, akın" Kazaklar'da; "cangarcı" Kalmuklar'da; "olonghosut" Yakutlar'da; "kaycı" Altay Türklerinde; "Manasçı" Kırgızlar'da hikâye anlatıcısını karşılayan kelimeler olarak kullanılmıştır (Görkem, 2000'den aktaran Altuntaş, 2017, s. 10).

Sadıç'ın Çobanoğlu'ndan yaptığı aktarıma göre sözlü kültüre dayanan âşıklık geleneği, 16. yy.'ın sonlarında İstanbul'da kahvehanelerde ortaya çıkmış olup 17. yy.'a kadar da gelişimini sürdürmüştür (Çobanoğlu, 2000'den ve Çobanoğlu, 2007'den aktaran Sadıç, 2021, s. 2). Âşıklık geleneği içerisinde usta-çırak ilişkisi ile yetişen âşıklar, sazlarıyla birlikte zaman zaman ustalarına ait zaman zaman da kendilerine ait şiirler söylemiş; kahvehane, düğün gibi ortamlarda yetiştikleri gelenek içerisinde halk hikâyeleri anlatmışlardır (Kanat, 2010, s. 6). Ekinci'nin Albayrak'tan yaptığı aktarımda hikâyelerin icrasıyla ilgili şu bilgiler yer alır:

> "Türk halk hikâyelerini âşıklar ya yaşanmış bir olaydan belli gelenekler doğrultusunda veya yaşadığı kabul edilen bir âşığın hayatı ve maceralarını esas alarak oluşturmuşlar; bu konuları

> geliştirip işleyerek düzenlemişlerdir. Âşık hikâyenin konusunu tespit ettikten sonra, geleneğe göre nerelerin nesirle anlatılacağını (saya), nerelere şiir konulacağını planlar. Bu planın ardından hikâyenin olay mantığını, hikâye tasnif geleneğini, dinleyici çevrelerinin istek ve eğilimlerini, kendi kabiliyetini ve hikâye anlatımında rastlanan hazır kalıpları kullanarak tasnifi tamamlar (Albayrak, 2007'den aktaran Ekinci, 2019, s. 11)".

Halk hikâyeleri anlatan âşıklar, hikâyeciler güzel konuşma, hikâyelerde geçen karakterlerin özelliklerine uygun taklitler yapma, icra sırasında sazlarıyla birlikte ezgiler üretip türküler söyleme yeteneklerine sahip olup hayal gücü bakımından geniş bir ufka sahip kişilerdir (Boratav, 1946'dan aktaran Uçgun Yaşar, 2018, s. 11). Karadağ ise hikâye anlatıcılarını bir aktöre benzetmiştir, bu hususta anlatıcıların dinleyicileri ve onların bulundukları çevreyi göz önünde bulundurarak hikâyelerini icra ettiklerini ifade etmiştir (Karadağ, 1999'dan aktaran Uçgun Yaşar, 2018, s. 12).

Halk hikâyelerinin âşıklık geleneği çerçevesinde gelişen türlerine ek olarak meddah hikâyeleri de vardır. Arapça kökenli bir sözcük olan "meddah" TDK'nin Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre "taklitler yaparak, hoş hikâyeler anlatarak halkı eğlendiren sanatçı" anlamına gelir (http-7). Şükrü Elçin meddahlıkla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

> "Meddahlık hikâye ve taklit yapma sanatıdır; perdesi, sahnesi, dekoru, esvapları ve şahısları bir tek sanatkârda toplanan, unsurları basit ve sade bir temaşadır. Bu temaşanın sanatkârı olan meddah, bir sandalyeye oturarak dinleyicilerine hikâye anlatır. Bu hikâyelerin bir kısmı anonim eserlerdir, bazılarının ise yazarları bellidir (Elçin, 1977'den aktaran Dıramalı, 2021, s. 11)".

Dıramalı'nın Kaim'den yaptığı aktarıma göre ise meddahların performansa dayalı birtakım özelliklere sahip olması gerektiği şu cümlelerle ifade edilir: "Meddahın öbür nitelikleri yanında profesyonel oyuncu yeteneklerine sahip olması gerekirdi. Ses şekillendirme, metni ve kaynağını iyi nakledebilme, yorumlama ve öznel bir eser oluşturması gerekliydi. Tiplerin sterilize edilmesi ve şive taklitleri, telaffuz kusurları ve hayvan seslerini yansıtma hüneri şarttı (Kaim, 1997'den aktaran Dıramalı, 2021, s. 20)".

Halk hikâyeleri kapsamında açıklamalarıyla detaylı olarak ele alınan "âşık hikâyeleri" ve "meddah hikâyeleri"nin anlatımının gerçekleşebilmesi için "icra" kavramının önem arz ettiği görülmektedir.

İcraya dayalı Halk Bilimi kuramları "İşlevsel Kuram", "Sözlü Kompozisyon Teorisi" ve "Performans Teori" olmak üzere üç başlık altında incelenmektedir (Sadıç, 2021, s. 37).

"İşlevsel Halk Bilimi Kuramı", bir metnin anlatıcı ve izleyici/dinleyiciyi içeren bir bağlam ortamında icra edilmediği müddetçe gerçek anlamını ifade etmede etkili olamayacağı görüşünü savunmaktadır (Sadıç, 2021, s. 37). Bu kuramın öncü temsilcilerinden biri olan W. Bascom'a göre folklorun önemli özellikleri "hoş vakit geçirme, eğlenme, eğlendirme işlevi; kültürün onaylanması işlevi; yalnızca sözlü kültürün olduğu toplumlarda eğitim amacıyla kullanılması işlevi; davranış örüntülerini sürdürmeye hizmet etmesi işlevi" başlıklarıyla ifade edilmiştir (Bascom, 2010'dan ve Çobanoğlu 2005'ten aktaran Sadıç, 2021, s. 38).

"Sözlü Kompozisyon Teorisi" ise "Homer Meselesi" olarak da bilinir, 20. yy.'da Milman Parry ve Albert B. Lord'un Odessa ile Ilyada metinleri hakkındaki tespitleri amacından doğarak ortaya çıkmıştır; Yugoslavya'da derlenen destanlar aracılığıyla yapılan çalışmada, sözlü kültüre dayalı icra ortamlarının icra edilen metni her seferinde çeşitlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır (Akgün, 2016'dan ve Çobanoğlu, 2005'ten aktaran Sadıç, 2021, s. 39).

"Performans Teori", İcracı Kuramı, Gösterimci Kuram veya Bağlamsal Kuram adlandırmalarına da sahip olup Malinowski'nin "şüphesiz metin çok önemlidir fakat bağlamsız metin ölüdür" ifadesindeki "bağlam" *(context)* fikrinden doğmuştur ve folkloru meydana gelen, canlı bir oluşum olarak ele almıştır (Çobanoğlu, 2005'ten aktaran Sadıç, 2021, s. 40).

3.2.2. Modern/Yeni/Sürükleyici/Dijital hikâyeler

Sözlü kültür, yazılı kültür ve elektronik kültür dönemlerini içine alan geleneksel medya ortamları ve bu alanlardaki hikâye anlatım yöntemleri, artık günümüzde yaşamını büyük ölçüde yeni medya ortamlarında ve bu ortamların sunduğu araçlarla devam ettirmektedir.

Manovich'e göre yeni medya, devamlı olarak güncellenmekte olan teknolojinin getirisi olan "internet, sanal gerçeklik, dijital programlar, animasyonlar vb." gibi araçların bütünüdür (Manovich, 2001'den aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 129). Buna ek olarak, bilgisayar, cep telefonu, internet, uydu teknolojileri de yeni medyanın içerdiği iletişim araçlarındandır (Çokluk ve Ökmen, 2022, s. 723). Lister ve diğerlerine göre ise bir yeni medya ortamının temel özellikleri "dijitallik, etkileşim, bağlantılı ağlar, çoklu metinsellik, sanallık ve simüle edilebilirlik"tir (Lister vd., 2009'dan aktaran Kılıç Taran, 2020, s. 6). Bayer ve Bulut Özek'in Auwal'dan yaptığı aktarıma göre ise yeni medya,

“Geleneksel medya ortamlarından farklı, internet teknolojisinin medya ortamlarına entegre edilmesiyle oluşan medya ortamlarıdır (Auwal, 2016’dan aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 129)”. Bir yeni medya ortamı kullanıcısının burada etkileşim yoluyla veriyi üretip tüketebilmesine imkân tanır (Wasson ve Vold, 2012’den aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 129). Bu tanımlardan yola çıkılarak yeni medya ortamının sahip olduğu internet teknolojisi ile, insanlara yalnızca tüketici değil üretici rolünü oynayabilmeleri için de alan açtığı söylenebilir.

Manovich’e göre yeni medya yeniden programlanabilmektedir ve dijital kodlardan oluşur; aynı zamanda modülerlik, değişkenlik, kod çevrimi ve otomasyon gibi niteliklere de sahiptir (Manovich, 2001’den aktaran Çokluk ve Ökmen, 2022, s. 723). Buna benzer şekilde “Yeni Medya Eğitimi ve Önemi” adlı çalışmada da yeni medyanın beş temel özelliği “Sayısal Temsil (Numerical Representation)”, “Modülerlik (Modularity)”, “Otomasyon (Automation)”, “Değişkenlik (Variability)” ve “Kod Çevrimi (Transcoding)” başlıkları altında detaylı bir şekilde açıklanmaktadır (Manovich, 2001’den ve Öğüt, 2005’ten aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 130-131).

Bir medyanın yeni medya olabilmesi için sayılarla temsil edilmesi gerekmektedir (Manovich, 2001’den aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 130). Bu noktada “dijital” kavramı için Polat’ın açıklamalarına başvurulabilir:

> “*Dijital*, genel biçimiyle “sayıyla ilgili veya sayılardan oluşan” anlamına gelen ve Türkçemize de “sayısal” karşılığıyla kazandırılan bir sözcüktür. Söz konusu sayısallık, Bilgi Teknolojileri literatüründe 1 ve 0 rakamlarından ibaret bir ikili *(binary)* sisteme karşılık gelmekte ve bu nedenle bilgiye (veriye) dayalı bütün teknolojilerin temelini oluşturan bu ikili sistem ve onlarla ilintilendirilen her şey *dijital* sıfatıyla nitelenmektedir (Polat, 2016, s. 420)”.

Yeni medya içerisinde modülerlik kavramı ise onun onu oluşturan parçalarına (pikseller, vektörler, metin, ses gibi) ayrılabilmesini, dağıtılabilmesini, değiştirilip tekrardan farklı bir biçimde kullanılabilmesini ifade eder (Manovich, 2005’ten aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 130). Otomasyon niteliği ise yeni medyanın kendi başına bir içerik, sayısal ürün veya nesne üretebilme yeteneğini ifade eder; örneğin aynı anda birden çok kişiye ileti gönderebilme, fotoğraf çekerken cep telefonlarının odak çevresini bulanıklaştırması gibi (Manovich, 2003’ten aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 130). Yeni medyada değişkenlik özelliği, otomasyon ile modülerlik özelliklerinin bir getirisidir (Akgül ve Akdağ, 2017’den aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 130). Kod çevrimi özelliğini ise Manovich, metin durumundaki bir içeriğin ses dosyasına dönüştürülmesiyle örneklendirerek, bunun bir teknik dönüşüm olduğunu ifade etmiştir (Manovich, 2003’ten

aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 131). Yaygın kullanılan yeni medya ortam ve araçlarına örnek olarak web siteleri, yazılım, e-posta, bloglar, akıllı televizyon, multimedya, podcast, müzik/TV yayın hizmetleri, sanal gerçeklik ortamları verilebilir (Cote, 2020'den aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021, s. 131).

İnternet tarihinin başlangıcı olarak, Amerika Birleşik Devletleri'nin 1969'da askeri amaçlarla geliştirdiği ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) projesi kabul edilir (Atabek, 2001'den aktaran Kılıç Taran, 2020, s. 10). İnternetin gelişim evreleri dört dönemde incelenmektedir: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0.

Web 1.0 yalnızca bilgi aramaya ve okumaya izin veren, etkileşim açısından zengin olmayan, tek yönlü oluşu sebebiyle geleneksel medya araçlarına da benzeyen, kullanıcının okuma ve bilgi arama eylemleri dışında pasif olduğu bir web türüdür (Naik ve Shivalingaiah, 2008'den aktaran Kılıç Taran, 2020, s. 11).

Web alanında okuma-yazma eylemlerine olanak tanıyan Web 2.0, kullanıcılara Web'deki içeriklere katkıda bulunma ve birbirleriyle etkileşim kurma seçenekleri de sunar (Naik ve Shivalingaiah, 2008'den aktaran Kılıç Taran, 2020, s. 12).

Web 3.0 temelinde yapay zekâ teknolojisinin olduğu, verinin paylaşıldığı, web sayfası teriminin olmadığı, hizmetlerin aynı veriler için farklı görünümler alabildiği bir web türüdür (Naik ve Shivalingaiah, 2008'den aktaran Kılıç Taran, 2020, s. 12).

Web 4.0 ise tamamen sanal ağlar üzerinde olan bir web teknolojisidir, bilgisayar üzerine herhangi bir program kurmaya gerek kalmaksızın, her zaman ve koşulda, internet ortamında uygulamaları kullanmayı mümkün kılmıştır (Marangoz, 2018'den aktaran Kılıç Taran, 2020, s. 13).

Dijital kültür, sözlü, yazılı ve elektronik kültür ortamlarından farklı olmakla beraber bu kültürlerin sahip olduğu özellikleri de içerisinde barındırabilen bir kültürdür (Medin, 2018'den aktaran Paslanmaz, 2019, s. 87). Paslanmaz'ın Schau ve Gilly'den yaptığı aktarıma göre dijital kültür ortamları "görsel, sesli, metinsel, animasyona dayalı ve dokunma duyusunu içermesi nedeniyle çok zengindir (Schau ve Gilly, 2003'ten aktaran Paslanmaz, 2019, s. 87)". Çokluk ve Ökmen ise (2022, s. 722) dijital kültürü, "görsel ve işitsel içeriklerin 0 ve 1 rakamlarıyla kodlanarak sayısallaştırılması" olarak ifade etmiştir. Bilgi ve teknoloji devrinin getirdiği yaşamsal etkileri en yakından ve erken yaştan itibaren hissetmeye başlayan topluluk ise "*N jenerasyonu* (Net jenerasyonu olarak)" veya "*D jenerasyonu* (Dijital jenerasyon olarak)" şeklinde adlandırılmıştır (Oblinger ve Oblinger, 2005'ten; Prensky, 2001'den ve Tapscott, 2009'dan aktaran Ayvaz Tunç, 2016, s. 1).

Prensky'e göre ise bu yeni kuşak *"Dijital Yerliler"*dir (Prensky, 2001'den aktaran Ayvaz Tunç, 2016, s. 1). Dijital yerlilerin en temel özellikleri ve farklılıkları olarak ise; "bilişsel esnek yapıya önem verme, hızlı olma, rastgele erişimi tercih etme (hiper metin, hiper medya gibi), metin yerine grafikleri tercih etme" gibi özellikler sayılabilir (Prensky, 2001'den aktaran Ayvaz Tunç, 2016, s. 1). *Z kuşağı* olarak da ifade edilen bu yeni neslin, içinde bulundukları yeni medya ortamında yeni medyaya özgü araçlarla beraber, kendilerinden önceki kuşaklara göre de öğrenme eylemini "yeni biçimler"de gerçekleştirdikleri ifade edilmektedir (Malita ve Martin, 2010'dan aktaran Bilici, 2021, s. 1) ve ayrıca bu gençlerin dijital olmayan ve görüntü içermeyen içeriklere karşı daha mesafeli olduğu söylenebilir (DigitalAge, 2017'den aktaran Çokluk ve Ökmen, 2022, s. 727).

Küngerü, "Bir İfade Aracı Olarak Dijital Öykü Anlatımı" adlı çalışmasında, dijital medya ve geleneksel medya arasındaki farkları şu şekilde açıklar:

> "Dijital medya, geleneksel medyanın merkezi yapısına karşın, merkezsizdir. Geleneksel medyanın tekten çokluya doğru olan iletişimine karşı, dijital medya çok yönlüdür. Formatı akışkandır. İkisi arasındaki en önemli farklardan birisi de karmaşık ve pahalı prodüksiyon yöntemleri yerine ucuz maliyetlere dayanan prodüksiyon yöntemleri kullanılmasıdır. Böylece insanlar çok ucuza kendilerine ifade etme alanı bulabilmektedirler. Öbür taraftan, sansürsüz bir ortamda, dijital medya limitsiz bir erişim sunar. Teknolojik kısıtlılıkların haricinde insanlar internet aracılığıyla bilgiye sınırsız bir şekilde erişebilmekte ve bunu paylaşabilmektedirler. Dijital medyanın merkezi bir otoritesi bulunmamaktadır. Ancak hükümetler ve medya şirketleri gözetim stratejileri kullanarak, bireyler üzerindeki iktidarlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar (Küngerü, 2016, s. 33-34)".

Alanyazında yapılan taramalar sonucunda "digital storytelling" kavramının Türkçe karşılıkları olarak, "dijital hikâye anlatımı", "dijital hikâye anlatıcılığı", "dijital hikâye oluşturma", "dijital hikâye", "bilgi teknolojilerine dayalı hikâye anlatımı", "dijital hikâyeleme", "dijital hikâyecilik", "dijital hikâye anlatısı"; "dijital öyküleme", "dijital öykü anlatımı", "dijital öykü", "dijital öykücülük" ifadeleri yer alır.[2]

Demirer, "İlköğretimde e-Öyküleme Kullanımı ve Etkileri" başlıklı doktora tezinde araştırmanın genel amacını "Türkiye'de dijital öyküleme çalışmaları kapsamında yeni bir uygulama olarak web tabanlı dijital öyküleme (e-öyküleme) sisteminin kullanılması ve ilköğretimde etkilerinin ortaya konulması" olarak ifade etmiş ve "ilköğretim 6. sınıf Sosyal Bilgiler dersi kapsamında gerçekleştirilen bilgisayar tabanlı ve web tabanlı dijital

[2]YÖK Ulusal Tez Merkezi ve DergiPark veri tabanlarında yapılan taramalar sonucunda ulaşılan çalışmaların başlıklarındaki "digital storytelling"in Türkçe karşılıklarıdır.

öyküleme çalışmalarının öğrencilerin akademik başarılarına, derse yönelik tutumlarına, motivasyonlarına ve öğrenme stratejileri kullanımlarına etkisi" bu tez kapsamında araştırılmıştır (Demirer, 2013, s. 7). Bilgisayar tabanlı dijital öyküleme bilgisayardaki paket programlar aracılığıyla (Windows Movie Maker, Windows Photo Story gibi) üretilen öyküleri kapsarken, web tabanlı dijital öyküleme ise bütünüyle web ortamında üretilerek paylaşılabilen öyküleri kapsamaktadır; kavram karmaşasını önlemek adına ise web tabanlı dijital öyküleme araştırmacı tarafından *"e-öyküleme"*, bu yolla üretilen öyküler de *"e-öykü"* olarak adlandırılmıştır (Demirer, 2013, s. 7).

Turgut ve Kışla'nın Figa'dan yaptığı aktarıma göre dijital hikâye anlatma, "etkileşimli dijital bir ortamda, ses, resim, grafik, hareketli grafik, görüntü, müzik ve metne dayalı anlatımın sunulma süreci" olarak ifade edilmektedir (Figa, 2004'ten aktaran Turgut ve Kışla, 2015, s. 103). Başka bir ifadeyle, eski bir eylem olan hikâye anlatımı, en yeni teknolojilerle uygulandığında dijital hikâye anlatımı oluşmaktadır (Amâncio, 2017'den aktaran Paslanmaz, 2019, s. 87-88). Buna benzer şekilde dijital öyküleme "eski hikâye anlatma sanatının video, grafik, ses ve anlatım gibi dijital unsurlarla birleştirilmesi sonucu ortaya çıkmış etkili bir haberleşme şeklidir (Garrety, 2008'den ve Kulla-Abbott, 2006'dan aktaran, Ayvaz Tunç, 2016, s. 15)". Jakes ve Brennan'a göre dijital öyküleme, "öykü yazma, bu öyküye ses, görsel, müzik gibi çoklu ortam ögelerini ekleyerek görsel bir öykü oluşturma sürecidir (Jakes ve Brennan, 2005'ten aktaran Demirer, 2013, s. 29)". Armstrong'a göre dijital öyküleme, "geleneksel hikâye anlatımıyla dijital teknolojileri ve dijital çağın medyasını harmanlayan bir süreçtir (Armstrong, 2003'ten aktaran Ayvaz Tunç, 2016, s. 16)". Chung'a göre ise dijital öyküleme "metin, görsel, video ve ses gibi dijital öğelerin estetik bir şekilde bilgisayar ortamında çoklu ortam sunumu olarak sunulmasıdır (Chung, 2007'den aktaran Demirer, 2013, s. 29)". Dijital hikâyeler, belirli bir olaylar dizisi ve konusu olan, bu unsurlarla ilgili bir bakış açısı veya mesaj ileten içeriklerdir (Bahadır, Tüfekci ve Çakır, 2021'den aktaran Erdoğan ve Altay, 2022, s. 13). Kearney'e göre dijital hikâye anlatımı "görüntüler, ses, müzik, video gibi çeşitli dijital multimedyayı kullanarak, genellikle güçlü duygusal içerikli bir hikâye anlatma fikridir (Kearney, 2011'den aktaran Erdoğan ve Altay, 2022, s. 14)". Catherine Boase'nin "Digital Storytelling for Reflection and Engagement: A Study of The Uses and Potential of Digital Storytelling" adlı çalışmasında dijital hikâyelerle ilgili olarak şu bilgilere yer verilir:

> "Dijital hikâyeler, konuşulan bir 'metni' durağan görüntülerle, bazen de müzik veya sesle birleştirerek aslında kısa bir 'mini film' yaratır. Teknoloji tarafından kolaylaştırılsa da, form teknoloji tarafından yönlendirilmez ve dijital hikâyelerde geleneksel olarak birincil odak noktası senaryodur. Yazarın seslendirdiği metin veya anlatılan hikâyenin, özenle seçilmiş görsellerle (genellikle fotoğraflar) bir araya getirilmesiyle güçlü bir iletişim aracı yaratılabilir. Dijital hikâyeler nispeten düşük teknolojili olup temel donanım ve yazılımlarla bir bilgisayarda kolayca yapılır. Bitmiş ürünler dayanıklı, kolay ulaşılabilir ve taşınabilir olma avantajına sahiptir (Boase, tarihsiz, s. 1)".

Boase'ye göre dijital bir hikâyenin etkililiği, öncelikle görsellerle zenginleştirilen anlattığı 'hikâye'ye bağlı olup dijital hikâye anlatımı, en etkili hâliyle, hem yapımcı hem de izleyici için güçlü bir özgürleşme, açığa çıkma ve keşif aracıdır (Boase, tarihsiz, s. 1).

Dijital öykü anlatımı Kuzey Amerika kıtasında, Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD'de), 1994'te, *Center for Digital Storytelling* adıyla; Avrupa kıtasında, Galler'de, 2001'de, *Capture Wales, BBC* adıyla; Avustralasya kıtasında, Avustralya'da, 2002'de, *Australian Centre for the Moving Image* adıyla; Asya kıtasında, İsrail'de, 2003'te, *Kids For Kids* adıyla; Afrika kıtasında, Güney Afrika'da, 2005'te, *Men as Partners, Engender Health* adıyla; Güney Amerika kıtasında, Brezilya'da, 2006'da, *Million-Youth-Life-Stories, Museu da Pessoa and Aracati* adıyla başlamıştır (Hartley ve McWilliam, 2009'dan aktaran Küngerü, 2016, s. 36).

Günümüzde multimedya teknolojisine verilen öneme rağmen dijital hikâye anlatımı yeni bir fikir değildir. Joe Lambert ve Dana Atchley, 1980'lerin sonlarında, Kaliforniya, Berkeley'de kâr amacı gütmeyen bir toplumsal sanat organizasyonu olan Dijital Hikâye Anlatımı Merkezi'nin (Center for Digital Storytelling (CDS)) kurucu ortakları olarak dijital hikâye anlatımı hareketinin yaratılmasına yardımcı oldular. Dijital Hikâye Anlatımı Merkezi, 1990'ların başından bu yana kişisel anlatılarını yaratmak ve paylaşmak isteyen kişilere eğitim ve destek sağlıyor (Center for Digital Storytelling, 2005'ten aktaran Robin, 2008, s. 222).

Dijital hikâye anlatıcılığının ilk günlerinde Lambert, ortalama insanların "hikâyelerini nispeten kısa bir sürede, nispeten az bir para karşılığında, gerçekten etkili bir şekilde nasıl yakalayabildiklerinden" etkilenmişti (Tucker, 2006'dan aktaran Robin, 2008, s. 222). Bugüne geldiğimizde yeni olanın, dijital hikâye anlatımı için ihtiyaç duyulan araçlar (bilgisayarlar, tarayıcılar, dijital kameralar ve yüksek kaliteli dijital ses yakalama aygıtları) giderek daha uygun fiyatlı ve erişilebilir hâle gelmesi olduğunu görebiliriz (Robin, 2008, s. 222). Bu karışıma, Atchley ve Lambert'in çalışmalarına ilk

başladıkları dönemde hayal bile edilemeyecek bir ölçekte, acemi bilgisayar kullanıcılarının bile dijital medya yapımcıları ve editörleri olmasını sağlayan bir dizi güçlü, ancak uygun fiyatlı yazılım programı da ekleniyor (Robin, 2008, s. 222).

Robin (2006, s. ?) "The Educational Uses of Digital Storytelling" adlı çalışmasında dijital hikâye anlatımının yedi unsurunu "bakış açısı (point of view), dramatik bir soru (a dramatic question), duygusal içerik (emotional content), sesinizin hediyesi (the gift of your voice), film müziğinin gücü (the power of the soundtrack), ekonomi (economy) ve hız (pacing)" başlıklarıyla açıklamıştır. Bakış açısı, "Yazarın perspektifi nedir?"; dramatik bir soru, "hikâyenin sonunda cevabı bulunacak bir soru"; duygusal içerik, "bize kişisel ve güçlü bir şekilde seslenen ciddi meseleler"; sesinizin hediyesi, "izleyicinin bağlamı anlamasına yardımcı olmak için hikâyeyi kişiselleştirmenin bir yolu"; film müziğinin gücü, "hikâyeyi destekleyen müzik veya diğer sesler"; ekonomi "basitçe söylemek gerekirse, izleyiciyi çok fazla bilgiyle boğmadan, hikâyeyi anlatmaya yetecek kadar içerik kullanmak"; hız "ekonomi ile ilgili olmakla birlikte, özel olarak hikâyenin ne kadar yavaş veya hızlı ilerlediği ile ilgilenir" şeklinde açıklanmıştır (Robin, 2006, s. ?). Yine Lambert da "Digital Storytelling Capturing Lives Creating Community" adlı kitabında dijital öykülemenin yedi unsurunu "bakış açısı, dramatik soru, duygusal içerik, sesin kullanımı, müziğin gücü, ekonomik olması, hız denetimi" şeklinde ifade etmiştir (Lambert, 2006'dan aktaran Ayvaz Tunç, 2016, s. 18-19).

Robin (2006, s. ?), dijital öykülerin türleriyle ilgili olarak şu ifadelere yer vermiştir:

> "Dijital hikâyelerin pek çok farklı türü vardır, ancak başlıca türleri aşağıdaki üç ana grupta sınıflandırmak mümkündür: 1) kişisel anlatılar *(personal narratives)* – kişinin hayatındaki önemli olayların anlatıldığı hikâyeler *(stories)*; 2) tarihi belgeseller *(historical documentaries)* – geçmişi anlamamıza yardımcı olan dramatik olayları inceleyen hikâyeler *(stories)*, ve 3) izleyiciyi belirli bir kavram veya uygulama hakkında bilgilendirmek veya eğitmek amacıyla tasarlanmış hikâyeler *(stories)*".

Bir dijital hikâyede yazar tarafından anlatılan kişisel deneyimler, dijital hikâyelerin oluştuğu en popüler konulardan olabilir ve bu hikâyeler hem yazan hem de izleyen için duygu yüklü ve anlamlı olabilir (Robin, 2008, s. 224). Kişisel dijital hikâyelerin birçok alt kategorisi belirli kişilerin ve yerlerin anısını onurlandıran veya hayatın maceraları, başarıları, zorlukları ve iyileşmeyle ilgili hikâyeleri içerir (Lambert, 2003'ten aktaran Robin, 2008, s. 224). Dijital medya yoluyla tarihe ilişkin olayları anlatmak, dijital hikâyelerin bir diğer türüdür (Robin, 2008, s. 225). Bilgilendirici veya eğitici dijital hikâyeler ise, ilk olarak pek çok farklı içerik hakkında öğretici materyali aktarmak için

kullanılmakta olup öğretmenler tarafından öğrencilerine matematikten fen bilimlerine, sanattan teknolojiye ve tıp eğitimine kadar birçok konuda bilgi vermek için kullanılabilmektedirler (Robin, 2008, s. 224-225). Bu bilgilere bakıldığında dijital hikâyelerin oluşturulma amaçlarına, iletmek istediği mesajın türüne ve içeriklerine göre gruplara ayrıldıkları görülebilir.

Dijital öyküleri oluşturabilmek için tamamlanması gereken bir dizi aşama vardır. Bir dijital öyküyü oluşturmak temelde üretim öncesi, üretim, üretim sonrası, dağıtım olarak dört bölümden oluşur (Kearney, 2009'dan; Ohler, 2006'dan ve Robin, 2006'dan aktaran Bilici, 2021, s. 19). Üretim öncesindeki görevler kâğıda dayalıdır ve bu aşamada daha çok içeriğe odaklanılmalıdır, bu noktada kâğıt üzerinde yazılan bir senaryo süreç için önem arz eder (Bilici, 2021, s. 19). "Üretim öncesi aşamada özgün bir senaryo için soru sorma, güncel bilgileri araştırma, akran değerlendirmesi alarak senaryo yazma, sözlü öykü anlatımı yapma ve öykü panosu tasarlama olmak üzere beş adım yer almaktadır (Bilici, 2021, s. 19)". Medyaya dayanan üretim aşamasında ise, çoklu ortam unsurları hazırlanır ve ses kaydı yapılır; üretim sonrasında ise dijital öykü hazırlanarak dağıtım aşamasında dijital ortamlarda paylaşıma sunulur (Bilici, 2021, s. 19). Wang ve Zhan'a göre ise bu süreç, öykü kompozisyonu ile teknoloji entegrasyonunun birleşiminden oluşmaktadır (Wang ve Zhan, 2010'dan aktaran Bilici, 2021, s. 19). Robin'e göre ise, öykü metni yazma, öykü akış şeması oluşturma, kullanılacak görseller için araştırma yapma, öyküyü seslendirme, dijital öyküyü oluşturma, dijital öyküyü değerlendirme, dijital öyküyü yayınlama bölümleri bu sürecin parçalarıdır (Robin, 2012'den aktaran Büyükcengiz, 2017, s. 16).

Robin (2016), dijital öykülemeyi eğitim ortamlarında kullanmak isteyen eğitimcilere yönelik öğrenciler tarafından takip edilebilecek adımları bir tablo ile göstermektedir. Bu adımlar Şekil 3.1'de bir şema yardımı ile görülebilmektedir.

Şekil 3.1. *Dijital hikâye oluşturma aşamaları (Robin, 2016, s. 23-24'ten uyarlanmıştır)*

Bu bilgiler göz önünde bulundurulduğunda, dijital öykü üretiminin sürece bağlı gerçekleştiği ve bu üretimin meydana gelebilmesi için de pek çok farklı beceriye gereksinim duyulduğu görülmektedir.

Dijital hikâye anlatımı, 21. yy.'a dair bilinmesi ve yapılabilmesi gereken pek çok şeyi barındırarak öğrencilere etkili bir öğrenme deneyimi sunar ve bu bağlamda dijital hikâye anlatımına aktif olarak katılan öğrenciler, etkili iletişim amacıyla en son teknolojiyi kullanırken 21. yy. okuryazarlık becerilerini de daha kolay edinmektedirler (Jakes ve Brennan, 2005'ten aktaran Robin, 2008, s. 224). 21. yy. okuryazarlık becerileri dijital okuryazarlık, küresel okuryazarlık, teknoloji okuryazarlığı, görsel okuryazarlık ve bilgi okuryazarlığı olmak üzere beş başlık altında toplanmaktadır (Brown, Bryan ve Brown, 2005'ten aktaran Robin, 2006, s. ?). Dijital okuryazarlık (digital literacy), sürekli genişleyen bir toplulukla iletişim kurarak sorunları tartışma, bilgi toplama ve yardım isteme yeteneği; küresel okuryazarlık (global literacy), küresel bir bakış açısıyla mesajları okuma, yorumlama, yanıtlama ve bağlamlandırma kapasitesi; teknoloji okuryazarlığı (technology literacy), öğrenmeyi, üretkenliği ve performansı artırmak için bilgisayarları ve diğer teknolojileri kullanma yeteneği; görsel okuryazarlık (visual literacy), görsel imgeler aracılığıyla anlama, üretme ve iletişim kurma yeteneği; bilgi okuryazarlığı (information literacy) ise bilgiyi bulma, değerlendirme ve sentezleme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Brown, Bryan ve Brown, 2005'ten aktaran Robin, 2006, s. ?).

21. yy. okuryazarlık becerilerine ek olarak, bir dijital hikâye oluşturma sürecinde aktif bulunan öğrencilerin şu becerileri geliştirdiği de ifade edilmiştir: araştırma becerileri (research skills), yazma becerileri (writing skills), organizasyon becerileri (organization skills), teknoloji becerileri (technology skills), sunum becerileri (presentation skills), röportaj becerileri (interview skills), kişilerarası ilişkiler becerileri (interpersonal skills), problem çözme becerileri (problem solving skills), değerlendirme becerileri (assessment skills) (Robin, 2006, s. ?).

Araştırma becerileri, hikâyeyi belgelemek, ilgili bilgileri bulmak ve analiz etmek; yazma becerileri, bir bakış açısının oluşturulması ve bir senaryonun geliştirilmesi; organizasyon becerileri, projenin kapsamını, kullanılan malzemeleri ve görevin tamamlanması için gereken süreyi yönetmek; teknoloji becerileri, dijital kameralar, tarayıcılar, mikrofonlar ve multimedya oluşturma yazılımları gibi çeşitli araçları kullanmayı öğrenmek; sunum becerileri, hikâyenin bir izleyiciye en iyi şekilde nasıl sunulacağına karar vermek; röportaj becerileri, röportaj yapılacak kaynakların bulunması ve sorulacak soruların belirlenmesi; kişilerarası ilişkiler becerileri, bir grup içerisinde çalışmak ve grup üyeleri için bireysel roller belirlemek; problem çözme becerileri, projenin başlangıcından tamamlanmasına kadar tüm aşamalarda karar almayı ve engelleri

aşmayı öğrenmek; değerlendirme becerileri ise, kendi çalışmalarını ve başkalarının çalışmalarını eleştirme konusunda uzmanlık kazanmak olarak açıklanmıştır (Robin, 2006, s. ?).

Dijital hikâyeler, hem sahip oldukları tüm bu özellikler açısından hem üretim süreçlerinin içerdiği zengin aşamalar açısından, üreten kişinin pek çok yönden gelişimi üzerinde olumlu etkilere sahip anlatım aracıdırlar.

Web 2.0, kullanıcılar arasında paylaşımı ve iş birliğini artırmak için, ikinci jenerasyon web teknolojileri ve hizmetlerinin birleştirilmesi ile tasarlanan ortamları ifade etmektedir (O'Reilly, 2005'ten aktaran Demirer, 2013, s. 53). Robin'in Borland'dan yaptığı aktarıma göre ise;

> "Web 1.0, ticari internetin ilk neslini ifade eder ve yalnızca kısmen etkileşimli içeriklerin hakim olduğu bir dönemdir. Etiketleme, sosyal ağlar ve *folksonomi* adı verilen kullanıcı tarafından oluşturulan içerik sınıflandırmaları gibi özelliklerle karakterize edilen Web 2.0, Flickr, Del.icio.us ve Wikipedia gibi sitelerle temsil edilen yeni bir etkileşim katmanı ekledi. (s. 1) (Borland, 2007'den aktaran Robin, 2008, s. 221)".

Web 2.0'ın sahip olduğu ve onu önceki nesil internet teknolojilerinden ayıran başka bir özellik ise, kullanıcılar tarafından kişiselleştirilme biçimlerinin çoğu zaman öngörülemez ve dinamik olmasıdır; bu durum özellikle gençlerin iş yapma, eğlenme ve sosyalleşme faaliyetleri üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Robin, 2008, s. 221-222).

İkinci nesil web ortamı, sunduğu olanaklar ile dijital hikâye anlatımının yoğun bir şekilde gerçekleştirilebildiği bir ortamdır (Küngerü, 2016, s. 41).

Lim ve Tay, öğretim ortamlarında kullanılan Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) araçlarını "bilgilendirici, durumlandırma, iletişim ve oluşturmacı" araçlar olarak dört gruba ayırmıştır; bilgilendirici araçlar ansiklopediler, veri tabanları, web kaynakları gibi bilgiyi depolayarak sağlayan uygulamalardır; durumlandırma araçları, oyunlar ve simülasyonlar gibi öğrencilere ortam deneyimi sunan araçlardır; iletişim araçları, tartışma panoları ve e-posta sistemleri gibi öğrenciler ile öğretmen arasında kolay bir iletişim sağlayan sistemlerdir; oluşturmacı araçlar ise öğrencilere bilgiyi işleme, özgün bilgi oluşturma ve bunun sonucunda somut bir ürün elde etme olanağını veren BİT araçlarıdır (Lim ve Tay, 2003'ten aktaran Bilici, 2021, s. 25). Bu bilgiler göz önünde bulundurulduğunda, dijital öykülerin ve üretilme ortamlarının özelliklerinin, öğretim ortamlarında sunduğu imkânlar, onların "oluşturmacı araçlar" başlığı altında sayılabileceğini göstermektedir (Bilici, 2021, s. 26).

Bir dijital hikâye oluşturma süreci birtakım donanım ve yazılım ekipmanlarını beraber kullanmayı gerektiren bir dizi aşamadan oluşan bir süreçtir (Bilici, 2021, s. 26). Dijital hikâyelerin üretiminde kullanılabilecek bazı fiziksel araçlar şu şekilde sıralanabilir: masaüstü veya dizüstü bilgisayar; ses kayıt cihazları (mikrofon, cep telefonu, mp3 çalar); video kayıt cihazları (video kamera, cep telefonu, fotoğraf makinesi, web-kamerası); basılı görselleri dijital ortama aktarmak için bir tarayıcı; sesleri veya müziği dinlemek için hoparlör veya kulaklık; oluşturulan dijital öykülerin taşınabilmesi için flash bellek, harici hard disk veya CD/DVD; dijital öyküleri toplu olarak seyredebilmek için projeksiyon cihazı (Demirer, 2013, s. 51). Dijital öykü oluşturma araçları ise genel olarak masaüstü ve dizüstü bilgisayarlara kurularak kullanılan yazılımlar, web aracılığıyla ulaşılan araçlar ve mobil cihazlar üzerindeki uygulamalar olarak üç gruba ayrılmaktadır (Baki, 2015'ten; Bumgarner, 2012'den; Foley, 2013'ten; Robin, 2016'dan; Robin ve McNeil, 2012'den aktaran Bilici, 2021, s. 26). En yaygın kullanılan araçlar ise bilgisayar programları olarak, *MS Photo Story 3*, *Windows Movie Maker*, *Adobe Premiere Elements*, *Ulead*, *MS PowerPoint*, *Imovie*; mobil uygulamalar olarak, *StoryKit*, *Storyrobe*, *iTalk*, *Fotobabble*, *iMovie for Ipad*, *Reel Director*; web araçları olarak, *Wevideo*, *Animoto*, *StoryBoardThat*, *Creaza*, *Prezi*, *VoiceThread*, *Meograph*, *StoryJumper*, *StoryBird*, *Toondoo*, *Slide.ly*, *Powtoon* şeklinde sıralanabilir (Bilici, 2021, s. 26).

Dijital öyküleme, eğitim öğretim ortamlarında kullanıldığında öğretmene öğrencileriyle derin bağlar kurabilme imkânı vermektedir, ayrıca öğretmenler öğrencilerinin ihtiyaçlarını ve öğrenme ortamından beklentilerini bu yolla daha iyi anlayabilmekte, sonuç olarak öğrenme ortamını öğrencilerle kurdukları daha etkili ilişkilendirmelerle yönetebilmektedirler (Meadows, 2003'ten aktaran Ayvaz Tunç, 2016, s. 35). Dijital öyküler öğrenme ortamında öğrenciler açısından dikkat çekicidir, ayrıca açık uçlu ve yaratıcı bir öğrenme atmosferi oluşturmada da etkili bir araçtır (Sadik, 2008'den aktaran Büyükcengiz, 2017, s. 2). Öğrenciler böyle bir ortamda "tüketici ve pasif" bir konumdan "üretici ve aktif" bir konuma geçmektedirler (Ohler, 2006'dan aktaran Bilici, 2021, s. 29). Dijital öykü oluşturma sürecinde, öğrenciler kendi yaklaşımlarını ortaya koymakta, bu yolla yeni ürünler elde etmekte ve sonuçta sahip oldukları mevcut bilgileri de yapılandırmaktadırlar (Smeda vd., 2014'ten aktaran Bilici, 2021, s. 30). Goldstein'a göre, yaratıcılık, teorik bilgi ve deneyim bir araya geldiğinde bilgiden daha gizemli ve üstün bir şey olan bilgelik oluşmaktadır (Goldstein, 1990'dan

aktaran Boase, tarihsiz, s. 5). Bu noktada, bir dijital hikâye oluşturmanın, birtakım becerileri ve pek çok farklı ekipmanla beraber izlenecek adımları gerektirdiğinden, yaratıcılığı içerdiği de söylenebilir (Boase, tarihsiz, s. 5).

Dijital öykülemenin eğitimin farklı alanlarında ve eğitimden farklı alanlarda da kullanım ve uygulamaları mevcuttur.

Sanat eğitimi, bir kişinin izlenimlerini, duygu ve düşüncelerini anlatma kabiliyetini ve bu hususdaki yaratıcı tavrını estetik bir seviyeye getirebilmek için yapılan eğitim çalışmaları olarak tanımlanabilmektedir (Türkdoğan, 1984'ten aktaran Ayvaz Tunç, 2016, s. 38-39). Ayvaz Tunç (2016, s. 42) da sanat eğitimi ve dijital öyküleme arasında yaratıcılığın gelişimiyle ilgili bir ilişki kurarak dijital öykülemenin sanat eğitimi alanında kullanılabileceğini ifade etmiştir.

Tasarım eğitimi alanında ise öğrencilerden beklenen yalnızca bilgi sahibi olmaları değil, buna ek olarak süreç içerisinde deneyim kazanmaları ve onlara verilen konuyla ilgili araştırma yapmalarıdır (Çetinkaya, 2011'den aktaran Ertaş ve Koç, 2018, s. 528). Dijital öyküleme yönteminin, yaratıcılığa dayanan 21. yy. tasarım eğitimi çevrelerinde, sürecin gerektirdiği problem tanımlama ve bilgi toplama aşamalarında içerdiği çoklu ortam ögeleriyle sürece pozitif etki yapabileceği düşünülmüştür (Karakoyun, 2014'ten aktaran Ertaş ve Koç, 2018, s. 530). Ertaş ve Koç'un (2018, s. 531) da bu noktada "Dijital öyküleme tekniğinin tasarım eğitimi sürecine katkıları" adlı özel durum çalışması ile içmimarlık alanında proje dersi stüdyo ortamında yürüttükleri bir çalışma mevcuttur.

Yıldırım Coruk (2023, s. 670) ise "Benzerlik ve Farklılıklar Ekseninde Tasarım Süreci ve Dijital Öyküleme" adlı makalesinde tasarım süreci ve dijital öyküleme arasındaki ilişkiyle ilgili olarak ulaştığı bulguları "benzerlikler ve farklılıklar" adı altında sunmuştur. Buna göre, benzerlikler, her ikisinin de geri beslemeler yoluyla biçimlenen bir döngü olması; örtük bilgiyi açığa çıkarma; öğrenme sürecini görünür bir şekilde ifade etme; bir problem, çıkış noktası veya konu üzerinden şekillenme; her iki süreçte de aşamaların benzer içeriklere sahip olmasıdır. Farklılık ise dijital öyküleme süreci çoklu ortam medya araçlarını gerektirirken, tasarım sürecinin bu araçları zorunlu kılmamasıdır (Yıldırım Coruk, 2023, s. 670).

Kültürel miras, bilim ve sanat alanlarına odaklanan müzeler, dijital hikâye anlatımının pek çok boş zaman aktivitesine katılabilecek ziyaretçiler için eğlendirici, bilgilendirici ve dikkat çekici bir yöntem olabileceği düşüncesine ulaşmıştır; bu noktada Ioannidis ve arkadaşları (2013), dijital hikâye anlatımının müzelerdeki sergilemelerin

içerdiği unsurlarla ilgili bilgi vermede, bu konudaki soruları yanıtlamada ve farklı kültürel geçmişlerden, yaş gruplarından ve uzmanlık alanlarından gelen ziyaretçilerin katılımını sağlamada kullanımına ilişkin örnekler sunmaktadır, ayrıca buna ek olarak müzeler dijital hikâye anlatımı kullanımının, ziyaretçi deneyimini genişletmede mobil cihazlar ve artırılmış gerçeklik gibi başka yenilikçi teknolojilerin kullanımlarını da destekleyebileceğini keşfetmektedir (Robin, 2016, s. 22).

Dijital hikâye anlatımı, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve topluluklar tarafından amaçlarına destek sağlama ve izleyicilerle etkileşim kurma amacıyla etkili bir yol olarak kullanılabilir; çevrimiçi paylaşılabilme olanağıyla dijital hikâyeler, toplulukların geniş kitlelere ulaşabilmesine ve misyonlarını ilerletmelerine de yardımcı olabilmektedir (Robin, 2016, s. 22). "Duygusal açıdan güçlü hikâyeler, farkındalığı artırmak, izleyicileri motive etmek ve ilham vermek, temel sorunlara ve potansiyel çözümlere odaklanma fırsatları sağlamak ve kamusal diyaloğa katkıda bulunmak için kullanılabilir (Rockefeller Vakfı, 2014'ten aktaran Robin, 2016, s. 22)".

Sağlık bilimi profesyonelleri, hastalar ve aileler deneyimlerini paylaşırken, hastalıklarla baş etme ve ciddi sağlık sorunlarını insani bir yönden ele alma konusunda dijital hikâye anlatımını bir araç olarak kullanabilirler; bu noktada toplumsal dijital hikâye anlatımı atölyeleri, hayatta kalan kişilerin sağlık durumlarını anlatan dijital hikâyeler oluşturmalarını sağlarken, diğer insanların da çeşitli hastalıklara karşı nasıl bir yol izleyecekleri konusunda özgün fikirler iletmek amacıyla kullanılabilmeleri yönüyle örnek oluştururlar (Robin, 2016, s. 23).

Örnek verilen tüm bu alanlara bakıldığında, dijital hikâye anlatımının da tıpkı hikâye anlatımı gibi hayatın hemen pek çok alanında farklı amaçlarla ve farklı bağlamlarda kullanımının olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Yeni medya teknolojilerinin getirisi olan imkânlarla günden güne yeni biçimler alan dijital kültür, insanlara sosyal medya ortamında da dijital bir biçimde hikâyelerini anlatma ve üretici olma olanağı sunmaktadır. Dijital kültür, insanları yalnızca dinleyici, okuyucu veya izleyici olmaktan çok içeriği üreten, yayan bir pozisyona, birincil kaynak konumuna getirmiştir (Paslanmaz, 2019, s. 88). Bu noktada, Alvin Toffler'ın ifadesiyle "üreten tüketiciler" *(prosumer)* kavramı, üretme ve tüketme eylemlerinin arasındaki ayrımın da muğlaklaştığına işaret eder (Toffler, 1980'den aktaran Çokluk ve Ökmen, 2022, s. 729). Bunun bir örneği olarak sosyal medyada kullanımı en yaygın olan uygulamaların Facebook, YouTube, Instagram, Twitter ve Snapchat olduğu söylenebilir (Paslanmaz,

2019, s. 91). Sosyal medya uygulamaları, içerdikleri birtakım dijital yollar vasıtasıyla insanlara kendilerini gösterebilme, kanıtlayabilme, anlatabilme imkânı vermektedir (Musse, 2016'dan aktaran Paslanmaz, 2019, s. 92). Geray'ın ifadesiyle ise sosyal medya, kitleleri bireysel kullanıcılar biçiminde de kabul eden, kullanıcılara farklı zaman ve mekânlarda içeriklere erişebilme ve bu yolla birbirleriyle de etkileşim kurabilme imkânı veren bir dijital alandır (Geray, 2003'ten aktaran Çokluk ve Ökmen, 2022, s. 723). Etkileşim kavramı, internet aracılığıyla dijital ortamlarda var olan yeni medya araçlarını, geleneksel medya araçlarından ayıran temel bir farktır (Şeberoğlu, 2020'den aktaran Bayer ve Bulut Özek, 2021 s. 129). Sonuç olarak, sosyal medya dijital ortamda bir hikâye anlatmanın yaygın ve güncel bir yoludur.

Dijital ortamların sunduğu olanakların ardından teknolojide yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan birtakım sürükleyici *(immersive)* teknolojiler de vardır. *Metaverse*, bu tür teknolojilerin bir örneğidir.

Sözcük olarak *metaverse*, Yunancada ötesi veya sonrası anlamlarına gelen *meta* ön eki ve evren anlamına gelen *verse* sözcüğünün birleşiminden meydana gelmekle beraber, fiziksel gerçeklik ve dijital sanallığın buluştuğu bir evrendir; bunu gerçekleştirebilmek için de sanal gerçeklik *(SG (virtual reality/VR))* ile artırılmış gerçeklik *(AG (augmented reality/AR))* gibi olanakların birlikte kullanımından yararlanmaktadır (Mystakidis, 2022'den aktaran Yıldırım ve Kavut, 2022, s. 122). *Metaverse* deneyiminin nasıl gerçekleştiği ile ilgili olarak, Yıldırım ve Kavut (2022) makalelerinde şu bilgilere yer vermiştir:

> "Fiziksel dünyadaki insan *metaverse* ortamında avatarıyla temsil edilir ve bu avatar aracılığıyla sanal dünyayı deneyimler. Fiziksel dünyadan nesnelerin interneti *(IoT – internet of things)* ve sensör teknolojileri veri toplayarak bunları sanal ortama iletir ve bu yolla ortamlar arasındaki senkronizasyonu sağladığı gibi sanal dünyanın inşasına da destek olur. Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, haptik teknolojiler, dijital ikiz teknolojisi, yapay zekâ ve blok zinciri kullanıcıların *metaverse* evrenini görsel, dokunsal, fiziksel dünya ile eş zamanlı ve güvenli bir biçimde deneyimlemesine imkân tanır. Bireyler için kapsayıcı ve gerçeğe eş bir *metaverse* deneyimi böylelikle mümkün olur (Yıldırım ve Kavut, 2022, s. 123)".

3.2.3. Transmedya hikâyeler

Tarihte ilk defa 1991 yılında, Kaliforniya Üniversitesi'nde profesör olan Marsha Kinder tarafından kullanılan transmedya terimi, dünyada da özellikle 21. yy.'ın ilk çeyreğinde konuşulmaya başlanmıştır; Kinder, ilk önce terimi "transmedya metindaşlık"

olarak kullanmış, daha sonra medya gösterimlerinin gelişmesi ile öyküleme ögeleri ve seyirci ilgisi üzerinde durmuştur (Zimmermann, 2014'ten aktaran Dönmez, 2015, s. 44). Kinder, 1991'de yazdığı kitabında karikatür, çizgi roman, oyuncak, film gibi unsurları "süper eğlence sistemleri" olarak tanımlamıştır (Bilginer Kucur, 2017, s. 70). Sonrasında ise Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (Massachusetts Institute of Technology (MIT))'nde medya akademisyeni olan ve "Transmedya Hikâyeciliği" kavramının da kâşifi olarak görülen Henry Jenkins, bu terimi 2003 yılında yayınlanan bir makalesinde ve "Convergence Culture: Where Old and New Media Collide" adlı eserinde kullanmıştır (Dönmez, 2015, s. 44). Bu kitap, "Cesur Yeni Medya" – Teknolojiler ve Hayran Kültürü adıyla Nihal Yeğengil tarafından Türkçeye çevrilmiş olup 2016 yılında İletişim Yayınları tarafından basılmıştır (Özarslan ve Perdahcı, 2022, s. 84).

Henry Jenkins, transmedya terimiyle ilgili olarak şu ifadelere yer vermiştir:

> "Bir transmedya öykü, çok sayıda medya platformunda açılır, her yeni metin bütüne kendine özgü ve değerli bir katkıda bulunur. Transmedya anlatının ideal formunda, her ortam yapabildiği en iyi şeyi yapar, yani bir öykü filmle izleyiciye sunulur, televizyon, roman ve çizgi romanlarla genişler, dünyası onun aracılığıyla keşfedilir veya bir eğlence parkında deneyimlenir (Jenkins, 2006'dan aktaran Dönmez, 2015, s. 45)".

Jenkins, "transmedya" terimini "storytelling" kavramıyla beraber kullanarak kavramı, "bir ya da birden çok medya türü kullanarak bir hikâyenin anlatılması", "tek bir medyayla anlatılamayacak kadar büyük bir anlatı oluşturmak için birden fazla metnin birbirine entegre edilmesi" biçimlerinde açıklamıştır (Jenkins, 2006'dan aktaran Bilginer Kucur, 2017, s. 72).

Alanyazında yapılan taramalarda ise "transmedia storytelling" kavramının, "transmedya hikâyeciliği", "transmedya hikâye anlatımı", "transmedya hikâye anlatıcılığı"; "transmedya öykü anlatıcılığı"; "transmedya anlatı" ifadeleriyle karşılık bulduğu belirlenmiştir.[3]

Transmedya, bir hikâyeyi parçalarına ayırır ve her parçanın farklı bir platformda aktarılmasına, deneyimlenmesine imkân verir, böyle bir durumda her platform kendi potansiyeliyle ve olanaklarıyla transmedya sürecinin bir parçası olur (Dönmez, 2015, s. 45). Transmedya hikâye anlatımı *(transmedia storytelling)* (aynı zamanda transmedya anlatısı *(transmedia narrative)* olarak da adlandırılır), bir hikâyeyi veya hikâye

[3]YÖK Ulusal Tez Merkezi ve DergiPark veri tabanlarında yapılan taramalar ile ulaşılan çalışmaların başlıkları incelenmiştir.

deneyimini, en son dijital teknolojileri kullanarak farklı formatlar aracılığıyla anlatma yöntemidir (Rutherford, 2009'dan aktaran Hayati, 2012, s. 196). Bir transmedya prodüksiyonu farklı medya biçimleri arasında hikâyeler geliştirecektir; dahası bu içerik parçaları yalnızca birbirine bağlı değil, aynı zamanda birbirleriyle anlatı *(narrative)* senkronizasyonu içindedir (Hayati, 2012, s. 196).

Rutledge'ye göre, transmedya hikâye anlatımı *(transmedia storytelling)*, zaman içinde bir anlatıyı *(narrative)* anlatmak için birden fazla medya platformunu kullanır (Rutledge, 2007'den aktaran Hayati, 2012, s. 196). Her medya parçası (ister çizgi roman, roman, video oyunu, mobil uygulama veya film olsun) bağımsız bir hikâye deneyimi işlevi görerek, eksiksiz ve tatmin edici bir deneyim sunar; dev bir bulmaca gibi, her bir parça aynı zamanda daha büyük bir anlatının *(narrative)* oluşmasına katkıda bulunur; süreç birikimli olarak ilerler ve her parça hikâye dünyasına *(the story world)* zenginlik ve ayrıntı katar, karakterlerin geçmiş hikâyeleri ve ikincil olay örgüsü gibi (Rutledge, 2007'den aktaran Hayati, 2012, s. 196).

Transmedya hikâye anlatımı *(transmedia storytelling)* tamamen izleyiciye ve izleyicinin katılımına dayanır; izleyici sosyal ve yaratıcı süreçlerin aktif bir katılımcısıdır; izleyici, sanatsal yaratım sürecinin ve hikâye anlatımının, kompozisyonun, tasarımın ve mevcut hikâyelere içerik ekleme sürecinin bir parçası hâline gelmektedir (Hayati, 2012, s. 196).

Etkili transmedya hikâyeleri tasarlamak, yalnızca birkaç farklı medyada içerik üretmenin mekaniğine hakim olmanın çok ötesinde karmaşık bir iştir; transmedya hikâyeleri yaratmak, üç farklı ancak birbiriyle ilişkili tasarım görevi kümesini içerir: transmedya anlatısının *(transmedia narrative)* hikâye ögelerinin tasarımına odaklanan anlatı tasarımı; katılım tasarımı *(engagement design)*, öncelikli olarak izleyicinin anlatıyla zihinsel ve duygusal etkileşimini ve katılımını *(participation)* içeren transmedya anlatısının *(transmedia narrative)* yönlerini tasarlamaya odaklanır; kullanıcıların arayüzle fiziksel olarak nasıl etkileşime girdiğine ve transmedya anlatısının *(transmedia narrative)* içeriğinde nasıl gezindiğine odaklanan etkileşim tasarımı *(interaction design)* (von Stackelberg, 2011'den aktaran von Stackelberg ve Jones, 2014, s. 65).

Transmedya hikâye anlatımında, birden çok medya ile anlatılan hikâye, bulunduğu medya ortamının nitelikleri ve dili korunarak, tek başına bir hikâyeymiş gibi anlatılır; medyalar farklı olsa da temalar ortaktır (İspir ve Bilginer Kucur, 2019, s. 164).

Jenkins, 12 Aralık 2009 tarihinde "The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday)" başlıklı blog yazısında ilk olarak transmedya hikâye anlatımının iki ilkesini paylaşmıştır (http-8). Bunlar "yayılabilirliğe karşı derine inebilirlik" *(spreadability vs. drillability)* ve "devamlılığa karşı çeşitlendirilebilirlik" *(continuity vs. multiplicity)* başlıkları altında açıklanmıştır (http-8'den aktaran Özarslan ve Perdahcı, 2022, s. 85). Daha sonra Jenkins, aynı tarihli "Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling" başlıklı blog yazısında ise kalan beş tanesini paylaşarak yedi ilkeyi açıklamıştır (http-9). Bunlar ise, "içine gömülmeye/kaptırmaya karşı seçerek alma" *(immersion vs. extractability)*, "dünya inşa etme" *(worldbuilding)*, "dizileştirme" *(seriality)*, "öznellik" *(subjectivity)* ve "performans" *(performance)*tır (http-9'dan aktaran Özarslan ve Perdahcı, 2022, s. 85).

Transmedya kavramı ile kimi zaman karıştırılan veya bu kavramın yerine kullanılan kavramlar da vardır: çapraz medya *(cross-media)*, multimedya, adaptasyon (Bilginer Kucur, 2017, s. 70).

Çapraz medya *(cross-media)*, transmedyaya göre daha öncelere dayanan bir kullanıma sahip olup bir metnin farklı medyalarda üretilip yayınlanmasıdır, bu medya türünde temel hikâyenin bölümleri birden çok platformda sunulur, içerik ana metinle aynı olup ilave veya eksiltmeler yapılmaz (Ford, 2005'ten aktaran Bilginer Kucur, 2017, s. 70).

Çoklu ortam veya çoklu medya olarak da adlandırılan multimedya anlatımda, mesajlar birbirinden farklı içeriklere sahiptir ve birbirinden bağımsızdır; bir hikâye, animasyon, yazılı metin, video, ses, görüntü beraber kullanılarak anlatılabilir; gelişmekte olan teknolojiyle birlikte dijital olanakları olan medya metinleri farklı medyalarda ve platformlarda kullanılabilir (Bilginer Kucur, 2017, s. 71).

Adaptasyon, bir hikâyeyi olduğu medya platformundan farklı bir medya yoluyla yeniden üretmektir, transmedya hikâye anlatımından bütünüyle farklıdır (Bilginer Kucur, 2017, s. 72).

3.3. Hikâye Anlatım Araçları

Bir "hikâye" anlatmak, hikâyenin anlatıldığı bağlama göre birtakım araçlar vasıtasıyla gerçekleşmektedir. "The Bias of Communication" adlı kitabın yazarı Harold Innis'e göre, her ortam (medium) kendine özgü güçlü ve zayıf yönleri içerir (Innis,

1999'dan aktaran Glebas, 2009, s. 22). Bu bölümde hikâye anlatımının gerçekleştirilebildiği çeşitli araçlar; "görsel araçlar", "işitsel araçlar" ve birden çok duyuya hitap eden "karma araçlar" başlıkları altında, alanyazına dayalı olarak açıklanacaktır.

3.3.1. Görsel araçlar

Görsel araçlar, görsel yollarla hikâye anlatımının parçalarıdır. Söylenir ki, bir resim binbir kelimeye bedeldir (Glebas, 2009, s. 22). Aydın'ın Kılıç'tan yaptığı aktarıma göre, "İnsan algısının yüzde 80'inin görsel algıya dayandığı söylenir. Bu nedenle gözler insan algısının en önemli organıdır. Hatta insan vücudunun duyu algılayıcılarının yüzde 70'inin gözdeki retina tabakasında olduğu öne sürülmektedir (Kılıç, 2009'dan aktaran Aydın, 2021, s. 352)". Bir kişi bir esere baktığında, devamlı hareket hâlinde olan gözleriyle o eseri tarar, bir süre hareketsiz kaldıktan sonra odağını değiştirir, algılama ise gözün hareketsiz kaldığı sürede gerçekleşmektedir (Ünlü, 2001'den aktaran Aydın, 2021, s. 352). Berger'in ifadesiyle ise "Görme, konuşmadan önce gelmiştir. Çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir (Berger, 1972'den aktaran Gökçen, 2023, s. 20)".

Görsel yollarla bir hikâye anlatmak, iletilecek bir mesajın ya da olaylar dizisinin görsel biçimde anlatılmasını içerir (Gökçen, 2023, s. 20). "Görsel hikâye anlatımı, bir hikâyeyi görsel araçlarla, örneğin görüntüler, videolar veya illüstrasyonlarla iletme sanatıdır. Bilgi iletmenin, duyguları uyandırmanın ve kalıcı izlenimler yaratmanın güçlü bir yoludur (White, 2024, s. 1)". Etkili bir görsel hikâye anlatımı, çeşitli teknikler kullanılarak, hem görsel hem de duygusal açıdan çekici görseller oluşturmaktır: göz alıcı ve hatırlanmaya değer güçlü görseller kullanma; takip edilmesi kolay, özlü ve net bir anlatı oluşturma; duyguları uyandırma ve izleyiciyle bağ kurma amacıyla görselleri kullanma (White, 2024, s. 1). "Görsel hikâye anlatımı, mesajları iletmek, kitleleri etkilemek ve duyguları uyandırmak için kullanılabilen güçlü bir araçtır. Pazarlama ve reklamcılıktan eğitim ve eğlenceye kadar çeşitli bağlamlarda kullanılabilen çok yönlü bir ortamdır (White, 2024, s. 2)".

Amelia White'ın "Visual Storytelling Mastery: Crafting Compelling Narratives Through Design" adlı kitabında görsel hikâye anlatımını kullanmanın getirdiği pek çok faydadan birkaçı "artan çekicilik" (increased engagement), "gelişmiş anlayış" (improved comprehension), "daha büyük duygusal etki" (greater emotional impact), "artan hatırda

kalıcılık" (increased memorability) ve "daha geniş erişim" (broader reach) olarak açıklanmıştır (White, 2024, s. 2-3).[4]

Görseller, beyin tarafından metinden çok daha hızlı işlenmekle beraber, dikkati daha etkili bir şekilde yakalayıp tutabilir, bu nedenle görsel hikâye anlatımı metin tabanlı içeriklere göre daha ilgi çekici bulunur, dolayısıyla görsel hikâye anlatımının çekiciliği artırdığı (increased engagement) ifade edilebilir (White, 2024, s. 2).

Görseller, soyut fikirlerin somut bir temsilini sağlayabildiğinden bu fikirlerin kavranmasını kolaylaştırır, buna ek olarak bilgileri daha küçük ve yönetilebilir parçalara ayırmaya olanak vererek onların anlaşılmasını ve hatırlanmasını da kolaylaştırır, bu yönüyle de görsel hikâye anlatımının daha gelişmiş bir anlayış imkânı (improved comprehension) sunduğu söylenebilir (White, 2024, s. 2).

White'a göre görseller, izleyici ile hikâyenin konusu arasında bir empati ve bağlantı duygusu oluşturarak izleyicilerde güçlü bir duygusal etki yaratabilir, görseller duygulara metnin yapamayacağı bir şekilde dokunabilmektedir, bu noktada görsel hikâye anlatımının daha büyük bir duygusal etki (greater emotional impact) oluşturduğu ifade edilebilir (White, 2024, s. 2).

Görseller, beyinde metinden farklı bir şekilde depolanmaktadır, bu depolanma şekli kelimelerden daha kolay hatırlanabilen imgelerdir, bu nedenle görsel hikâye anlatımı metin tabanlı içeriklere göre daha akılda kalıcıdır, burada da artan hatırda kalıcılık (increased memorability) ifadesinden bahsedilebilir (White, 2024, s. 2-3).

Görseller, dil engelleriyle sınırlı değildir, okuma becerilerine bakılmaksızın tüm kültürlerden ve geçmişlerden insanlar tarafından anlaşılabilir, metin tabanlı bir içerikten daha geniş bir kitleye ulaşabilir, bu yönüyle görsel hikâye anlatımı küresel anlamda iletişim kurmak için de ideal bir ortamdır, dolayısıyla görsel hikâye anlatımının daha geniş erişim (broader reach) olanağı verdiği ifade edilebilir (White, 2024, s. 3).

White (2024, s. 3) tüm bu faydalara ek olarak, görsel hikâye anlatımının kullanılma amaçları için şu başlıkları da eklemiştir: eğitmek ve bilgilendirmek, ikna etmek ve etkilemek, eğlendirmek, ilham vermek ve motive etmek.

White (2024, s. 3-4) görsel hikâye anlatımının birçok farklı türü olduğunu, bu türlerin her birinin de kendi güçlü ve zayıf yönleriyle anlatım için olanaklar sunduğunu ifade etmiş ve en bilinen örnekleri ise şu şekilde sıralamıştır: çizgi romanlar ve grafik

[4]Buradaki İngilizce ifadeler yazar tarafından "Google Çeviri" aracılığıyla Türkçeye çevrilmiştir.

romanlar (comics and graphic novels), animasyon (animation), film ve televizyon (film and television), video oyunları (video games), etkileşimli hikâye anlatımı (interactive storytelling).[5] Çizgi romanlar ve grafik romanlar (comics and graphic novels), bir dizi panel aracılığıyla hikâyeler anlatan ardışık sanat biçimleridir, süper kahraman maceralarından tarihi dramalara kadar çok çeşitli hikâyeleri anlatmak için kullanılabilirler (White, 2024, s. 3-4). Genellikle canlı aksiyonda anlatılması zor veya imkânsız olan hikâyeleri anlatmak için kullanılan animasyon, hareketli görüntüler oluşturma sürecidir, geleneksel elle çizilmiş animasyondan bilgisayar tarafından oluşturulan görüntülere (computer-generated imagery (CGI)) kadar çeşitli şekillerde hikâyeler anlatmak için kullanılabilir (White, 2024, s. 4). Görsel hikâye anlatımının en popüler iki biçimi olan film ve televizyon, komediden dramalara ve belgesellere kadar çok çeşitli hikâyeleri anlatmak için kullanılabilir, genellikle diğer ortamlarda anlatılması çok karmaşık veya pahalı olan hikâyeleri anlatmak için kullanılırlar (White, 2024, s. 4). Video oyunları, oyuncuların hikâyeyle etkileşime girmesine olanak tanıyan benzersiz bir görsel hikâye anlatımı biçimidir, aksiyon dolu maceralardan düşündürücü dramalara kadar çok çeşitli hikâyeleri anlatmak için kullanılabilir, genellikle diğer ortamlarda anlatılması zor veya imkânsız olan hikâyeleri anlatmak için kullanılır (White, 2024, s. 4). Etkileşimli hikâye anlatımı (interactive storytelling), okuyucuların veya izleyicilerin hikâyeyi etkileyen seçimler yapmalarına olanak tanıyan bir görsel hikâye anlatımı biçimidir, kendi maceranı seç kitaplarından etkileşimli filmlere kadar çok çeşitli hikâyeleri anlatmak için kullanılabilir, genellikle diğer ortamlarda anlatılması zor veya imkânsız olan hikâyeleri anlatmak için kullanılır (White, 2024, s. 4).

Alanyazına bakıldığında, görsel hikâye anlatımında yer alabilecek görsel araçlara örnek olarak metin (Başaran ve Akyol, 2009), resim, fotoğraf (Işık, 2023), illüstrasyon (Akman, 2021; Aydın, 2021; Ünal, 2018), poster/afiş (Gökçen, 2023), storyboard (Ünal, 2018), çizgi roman/grafik roman (Topçu ve Yılmazkaya, 2020), resimli hikâye kitapları (Hoş, 2018; Işıtan, 2005; Özkan Kılıç, 2012), sessiz resimli kitaplar (Ünal, 2018) ve hareketli (pop-up) kitaplar (Erdoğan, 2019; Sarı, 2015) verilebilir.

TDK'nin Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre metin, "bir yazıyı biçim, anlatım ve noktalama özellikleriyle oluşturan kelimelerin bütünü; tekst" anlamına gelmektedir;

[5]Animasyon, Film ve Televizyon, Video Oyunları ile Etkileşimli Hikâye Anlatımı başlıklarının görsel hikâye anlatımı tabanlı olmalarının yanı sıra birden çok duyuya hitap ettikleri de düşünüldüğünden, bu başlıklar "3.3.3. Karma araçlar" başlığı altında açıklanacaktır.

TDK'nin 1948 tarihli Edebiyat ve Söz Sanatı Terimleri Sözlüğü'ne göre ise metin, "bir eserin, bir yazının öz ibaresi; ileri sürülen fikri anlatmak için kullanılmış bulunan kelimelerin topu" anlamına gelmektedir (http-10). Metinler, konularına göre temel olarak "bilgi verici metinler" (bir fikir ileten metinler), "hikâye edici metinler" (bir olay anlatan metinler) ve "şiir" (duyguları anlatan metinler) olmak üzere üç başlık altında sınıflandırılmaktadır (Cemiloğlu, 1998'den aktaran Başaran ve Akyol, 2009, s. 12).

Güvenç'in ifadesiyle dil, "insanların birbirleriyle anlaşmak için kullandıkları sembolik sistem"dir (Güvenç, 1979'dan aktaran Elmacıoğlu, 2021, s. 28). Resim, müzik ve kelimeler birtakım sembol formları ile işaretleri içerdiğinden bu sistemi oluşturmaktadır; bu noktada yazı ve konuşma dili sözlü metinleri oluştururken, müzik ve resim dili ise sözsüz metinleri oluşturmaktadır (Elmacıoğlu, 2021, s. 28). Diğer bir taraftan Lehtonen'e göre ise, müzik ve konuşma tabanlı iletişim sistemleri "işitsel metinler"i, resim/fotoğraf ve yazı tabanlı iletişim sistemleri de "görsel metinler"i oluşturmaktadır (Lehtonen, 2000'den aktaran Elmacıoğlu, 2021, s. 28).

Eski Yunancada fotoğraf, *photos* (ışık) ve *graphien* (yazmak ve çizmek) sözcüklerinin birleştirilmesiyle oluşturulan bir kavramdır (Baykal, 2022, s. 104). Bu bilgi de göz önünde bulundurularak yapılan bir tanıma göre fotoğraf, ışığa duyarlı gümüş tuzların optik yöntemler eşliğinde kimyasal işlemlerden geçmesiyle elde edilen kalıcı bir görüntüdür (Ertan ve Erutku, 2004'ten aktaran Baykal, 2022, s. 104). Gök (2016, s. 52) ise fotoğrafın ortaya çıkmasında üç önemli fikrin etkili olduğunu belirterek, Tüfekçi'den yaptığı aktarımda şu ifadelere yer vermiştir: "Bunların ikisi tarih kadar eski olan kimya ve optik bilimleridir. Diğeri fotoğrafın oluşumunda, insan eli değmeden doğanın bütün ayrıntılarının kopyalanabileceği havada soyut kalan, sabitlenme fikrini getiren şiirsel düşüncedir (Tüfekçi, 1999'dan aktaran Gök, 2016, s. 52)". Ayrıca *Camera Obscura* (camera: oda, obscura: karanlık) sisteminin de fotoğrafın icadında önemli katkıları olmuştur (Gök, 2016, s. 48). *Camera Obscura* "karanlık bir odanın duvarına açılan bir delikten ışık aracılığı ile dışarıdaki görüntünün içerdeki duvara ters biçimde oluşmasıdır (Gök, 2016, s. 48)".

Fotoğraf, görsel hikâye anlatımı aracı olarak ele alındığında ise, kimi zaman görsel imgelerin sözcüklerden daha anlamlı olabildiği gerekçesiyle bir öyküleme dili oluşturmaktadır (Işık, 2023, s. 513). Fotoğraf sanatı ile bir hikâye anlatmak, bir konu üzerinde seri biçimde çekilmiş çoklu görüntülerin sergilenişi ile meydana gelen bir anlatım biçimini ifade eder (Işık, 2023, s. 513). Barrett Williams, "Capturing Memories:

Unleash the Power of Photography to Craft and Document Precious Memories" adlı kitabının "Storytelling through photography" bölümünde fotoğrafçılık yoluyla hikâye anlatımını şu sözlerle ifade etmiştir:

> "Fotoğrafçılık yoluyla hikâye anlatımı, sıradan görüntüleri güçlü anlatılara dönüştüren bir sanattır. İzleyiciyi her fotoğrafla daha derin bir bağ kurmaya davet eder, görselin ötesine geçerek duyguları uyandırır, anılar yaratır ve mesajlar iletir. (…) Bu sürükleyici dünyaya daldığınızda, tutarlı ve ilgi çekici bir hikâye anlatmak için görüntüleri sıralamanın önemini göz önünde bulundurun. Bu dizilerin ritmi ve akışı, izleyicinin anlatıyı nasıl deneyimlediğini önemli ölçüde etkileyebilir ve onları merceğinizden oluşturulmuş duygusal bir yolculuğa yönlendirebilir. Bu, anları yalnızca ne olduğunu gösteren değil aynı zamanda hisleri ve düşünceleri uyandıran bir şekilde sunmakla ilgilidir. (…) Fotoğrafçılık sadece deklanşöre basmak değildir; yakalanan anların özünü yansıtan hikâyeler örmekle ilgilidir (Williams, 2024, s. ?)".

Williams (2024, s. ?) aynı bölümün alt başlığı olan "Sequencing images to tell a story" bölümünde ise sıralı görüntülerle hikâye anlatımını şu şekilde açıklamıştır:

> "Fotoğraflarla görsel bir anlatı yaratmak, edebi bir hikâye inşa etmeye benzer. Her görüntü bir bölüm görevi görür ve bir araya getirildiğinde tutarlı ve ilgi çekici bir hikâye oluşturan anlara bir bakış sunar. Bir kolyedeki inciler gibi bir araya getirilmiş bir dizi fotoğraf hayal edin; her biri kendi başına güzelliğe ve anlama sahiptir, ancak toplu olarak bakıldığında izleyicide derin yankı uyandıran güçlü bir anlatı oluştururlar. (…) Görüntüleri sıralama sanatı, resimleri doğrusal bir şekilde düzenlemekten daha fazlasıdır. Ritmin, kontrastın ve sürekliliğin bir keşfidir. İzleyicinin yolculuğu, onları anlatınızın duygusal manzarasında yönlendirerek dikkatlice tasarlanmalıdır (Williams, 2024, s. ?)".

Sonuç olarak, bu bilgiler ışığında, fotoğrafın tanımı, ortaya çıkışı ve kısa tarihi ve onun bir görsel hikâye anlatımı aracı olarak potansiyeli ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Görsel yollarla hikâye anlatmaya olanak veren bir diğer yöntem veya araç ise illüstrasyondur. İllüstrasyon, TDK Güncel Türkçe Sözlüğü'nde "resimleme" olarak geçmektedir (http-11). Becer'e göre illüstrasyon, başlık, slogan, metin gibi söze dair ifadelerin görsel biçimde betimlenmesi veya yorumlanmasıdır (Becer, 2011, s. 210). Çevrimiçi Etimoloji Sözlüğü (Online Etymology Dictionary)'ne göre illüstrasyon; parlama *(a shining)*, görünme *(a manifestation)*, ruhsal aydınlanma *(a spiritual illumination)* anlamlarına gelmektedir (http-12). Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi'ne göre ise illüstrasyon, Latincede anlamı "aydınlanmış, aydınlatılmış" olan *illustratus* teriminden türetilmiş olup (Eczacıbaşı, 2008'den aktaran Aydın, 2021, s. 365) bünyesinde barındırdığı geniş bir evreni algılanır kılmak anlamına gelmektedir (Aydın, 2021, s. 365). İllüstrasyonun sanat tarafı olduğu kadar, tasarım açısından bakıldığında algılama yoluyla

yorumlamaya olanak verdiği ifade edilebilmektedir (Aydın, 2021, s. 366). Wigan, illüstrasyonu görsel iletişim, problem çözme, toplumsal yorumlama ya da aktarım olarak üç sınıfa ayırmaktadır (Wigan, 2012'den aktaran Aydın, 2021, s. 366). Becer ise, illüstrasyon türlerini reklam illüstrasyonları, yayın illüstrasyonları, bilimsel ve teknik illüstrasyonlar olmak üzere üç başlık altında açıklamıştır (Becer, 2011, s. 210-211). Bu başlıklardan yayın illüstrasyonları başlığına ait açıklama ise şu şekildedir:

> "Yayın illüstrasyonları; gazete, dergi, kitap ve ansiklopedilerdeki makale, haber, öykü, roman, şiir ve açıklamalara eşlik eder. Yayın sektöründe çalışan bir illüstratör, üzerinde çalışacağı metnin içeriği hakkında bilgi ve görüş sahibi olmalı, metindeki mesaj ve duyguyu resim diline aktarabilmelidir. Gazete illüstrasyonlarında genellikle siyah-beyaz resimleme tekniklerinden yararlanılır. İllüstrasyonun bir sanat biçimi olarak en özgür uygulama alanı; kuşkusuz çocuk kitaplarıdır (Becer, 2011, s. 210-211)".

Bu bilgilere göre illüstrasyonun farklı alanlarda farklı amaçlarla kullanılabilen ve uygulanabilen bir görsel anlatım ve ifade yöntemi olduğu anlaşılmaktadır. Bu noktada çocuk kitapları ve illüstrasyon ilişkisine bir örnek teşkil eden Akman'ın (2021) "Çocuk Hikâye Kitaplarında İllüstrasyon ve İnteraktif Hikâye Kitabı Uygulaması" adlı yüksek lisans tezinde ürettiği uygulama çalışmasıdır. Bir diğer örnek ise Ünal'ın (2018) "Sessiz Resimli Kitaplarda İllüstrasyonun Rolü ve Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezi olup tez kapsamında sessiz resimli kitap kavramı detaylı olarak açıklanmış ve bu alanda illüstrasyonun kullanım örneklerine yer verilmiş, sonuç olarak bir uygulama çalışması üretilmiştir. Gökçen'in (2023) "Yayın İllüstrasyonlarında Görsel Hikâye Anlatımı" başlıklı makalesinde ise, hikâye anlatımı ve görsel hikâye anlatımı özelinde yayın illüstrasyonları örneklerine yer verilmiş, bu alanda makale kapsamında bir uygulama çalışması üretilmiştir. Buradan çıkarılacak bir sonuç, illüstrasyonun görsel hikâye anlatımı için potansiyel taşıyan bir araç olduğu, ayrıca yaşamın birçok alanında da farklı medyalara entegre olarak iletişim ve anlatım amaçlarıyla kullanılabildiğidir.

Storyboard'lar da görsel hikâye anlatımı amacıyla kullanılan araçlardandır.[6] Simon'a göre storyboard sanatçıları görsel hikâye anlatıcılarıdır (Simon, 2007, s. 15). Francis Glebas, "Directing The Story: Professional Storytelling and Storyboarding Techniques for Live Action and Animation" adlı kitabında bir hikâyenin sözlü planını senaryo olarak görmüş, storyboard'u da bu sözlü planın görselleştirilmesine yönelik bir

[6]Storyboard'lar ile ilgili detaylı açıklama tezin "STORYBOARD'UN TANIMI, KULLANILMA ALANLARI VE BİLEŞENLERİ" adlı 4. bölümünde yapılacaktır.

plan olarak ifade etmiştir; Glebas'a göre storyboard, "bir filmin ilham veren kalbi, zihni ve ruhu"dur (Glebas, 2009, s. 47). Becer'e göre ise storyboard, televizyon veya sinema filmleri için oluşturulan taslaklar olup taslak ise televizyon, sinema veya basılı bir ortamda okunan veya izlenen grafiklerin kroki, çizim veya detaylı bir resimleme olarak hazırlanmış modelleridir (Becer, 2011, s. 76).

Ünal, sessiz resimli kitapların sıralanmış illüstrasyonlardan oluşan bir anlatım dili olduğunu, bu hususta illüstrasyonların sayfa düzeni, sıralanışı, çerçevelenişi ve aralarındaki boşlukların dikkatli bir şekilde kullanılması gerektiğini ifade etmiştir (Ünal, 2018, s. 56). Salisbury'e göre kitap sayfalarının planlanmasının en kolay yolu tüm sayfaların yan yana ve toplu biçimde görülebildiği bir plan, diğer bir söyleyişle storyboard oluşturmaktır (Salisbury, 2004'ten aktaran Ünal, 2018, s. 56). Bu noktadan hareketle Ünal (2018, s. 95) yüksek lisans tezi çalışmasının sonucunda ürettiği "Take It or Leave It" adlı sessiz resimli kitabı için oluşturduğu storyboard tasarımını da tezinde görsel kaynak olarak göstermiştir. Hart'a göre ardışık bir dizi çizim yoluyla bir hikâye anlatmak, Mısır hiyerogliflerine hatta mağara duvarlarındaki çizimlere kadar uzanmaktadır; keten üzerine dokunan ve fatih William'ın İngiltere'yi işgalini konu alan 1050 tarihli Bayeux duvar halıları ise Hart'ın ifadesiyle ilk storyboard'lardan biri olma iddiasını taşımaktadır (Hart, 2008, s. 1).

Bu bilgilere bakıldığında, storyboard'un farklı görsel ortamlarda hikâye anlatımını gerçekleştirebilmek için başvurulan ve kullanılan kolaylaştırıcı bir süreç planlama aracı olduğu kadar kendi başına da görsel hikâye anlatımına imkân veren bir araç olduğu görülmektedir.

Görsel yollarla hikâye anlatımının bir diğer örneğini çizgi romanlar veya grafik romanlar oluşturmaktadır. TDK Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre çizgi roman, "konuyu ve olaylar zincirini kesintisiz olarak resimleme yöntemiyle okuyucuya sunan roman" olarak tanımlanmaktadır (http-13), grafik romanın ise TDK'ye ait Güncel Türkçe Sözlük'te karşılığı bulunmamaktadır. Pilatin'e göre çizgi roman, elle çizilen, bir süreklilik arz ederek ardışık bir biçime sahip olan, bir metinle bütünleşik bir ilişki kuran ve basılı resimlerden oluşan bir anlatma yoludur (Pilatin, 1985'ten aktaran Topçu ve Yılmazkaya, 2020, s. 374). Tuncer'e göre ise çizgi roman "birbirini izleyen resimlerle anlatılan öykü, karakterlerin bir maceradan diğerine süregelen özellikleri, konuşma veya metnin resim içinde yer alması, resim ile metin bir bütün oluştururken resmin ağır

basması, düzenli aralıklarla yayımlanması" özelliklerini taşımaktadır (Tuncer, 1993'ten aktaran Topçu ve Yılmazkaya, 2020, s. 374).

Grafik romanın tanımı için ise Bezci'nin ifadelerine başvurulabilir:

> "Grafik roman, isminden de anlaşılacağı gibi herhangi bir romanda görülebilecek bir öykünün grafik dille, yani görsel dille anlatılan halidir. Grafik romanın anlattığı öykü, geleneksel çizgi roman öykülerinin aksine macera, kahramanlık, aşk, korku, suç veya western gibi tek bir isimle damgalanamayan ve özetlenemeyen bir öyküdür. (…) Grafik roman, kısaca, tematik bütünlüğü olan, çoğu kez sadece bir kitaptan oluşan, yetişkinler için üretilen ve kitap formatında basılan derinlikli çizgi romandır (Bezci, 2015, s. 255-256)".

Bu bilgilerden hareketle, grafik romanın içerdiği öykülerin yapısı ve öyküleri ele alış ve anlatım biçimi olarak çizgi romanlardan ayrıldığı söylenebilir; bununla beraber çizgi romanlar ve grafik romanlar içerdikleri görsel olanaklar ile bir görsel hikâye anlatımı sürecinde rol oynayabilecek etkili görsel araçlardır, aynı zamanda sonuç ürün olarak bu araçları da görsel hikâye anlatıcıları olarak görmek mümkündür.

Resimli hikâye kitapları, sessiz resimli kitaplar ve hareketli (pop-up) kitaplar da görsel hikâye anlatımına olanak veren araçlardandır.

Çocuk edebiyatının bir parçası olan resimli öykü kitapları, çocukların hayal güçlerini geliştirmede ve onları eğlendirmede rol oynayan eserlerdir (Özkan Kılıç, 2012, s. 13). Metin kadar ya da metinden daha fazla resim içeren resimli öykü kitaplarında metnin varlığı resme eşlik ederek onu tamamlamak içindir, diğer bir deyişle bu kitaplar neredeyse veya tamamen resimlerden meydana gelmekte olup bu kitapların görsel ağırlıklı oldukları söylenebilir (Özkan Kılıç, 2012, s. 14). Hem resimlerin hem de metnin sahip olduğu görsel değer ve bu iki unsur arasında kurulan ilişki; çocuklara iletişim, düşünme, öğrenme ve anlam oluşturma olanağı vermektedir (Hoş, 2018, s. 14). Resimli çocuk kitaplarında resimler hazırlanırken çizgi, alan, şekil, renk, kompozisyon, baskı, bakış açısı gibi görsel unsurlar göz önünde bulundurulmalıdır (Işıtan, 2005, s. 22-24).

"Sessiz resimli kitaplar, geleneksel olarak metin içermeyen, hikâye anlatımının görseller aracılığıyla gerçekleştirildiği, 'saf' resimli kitaplar olarak tanımlanmaktadır (Serafini, 2014'ten aktaran Ünal, 2018, s. 33)". Ancak bazı durumlarda sessiz resimli kitaplarda birtakım metinsel ögeler bulunmaktadır: başlık, ön söz, dipnot, atıflar, editör yazıları, yayıncı ve tasarımcı bilgileri gibi (Ünal, 2018, s. 33). Bu kitaplarda hikâye anlatımı yalnızca sıralı görsellerle sürdürüldüğünden, hikâyeler çoğunlukla açık uçludur; görseller sıralı olsa da her okuyucu bu görsellerle farklı bir hikâye anlatımı düşünebilmektedir, böyle bir durumda okuyucular sessiz resimli kitaplar tarafından

hikâye anlatımına dâhil edilmektedir (Ünal, 2018, s. 33). Tam olarak bilinmemekle beraber bu kitaplar için "sessiz" *(wordless)* ifadesi araştırmacılar ve tarihçiler tarafından önerilmiş olup bu kitapların ülkelere göre farklı isimlerinin olması olasılığı da bulunmaktadır (Arizpe, 2014'ten aktaran Ünal, 2018, s. 34).

Sessiz resimli kitaplara ek olarak, hikâye anlatımında görsellerin ağır bastığı ancak bir miktar da metin içeren "neredeyse sessiz resimli kitaplar" da bulunmaktadır (Ünal, 2018, s. 33).

Hareketli kitaplar; üç boyutlu kitap, açılır kitap veya pop-up kitap gibi isimlere ek olarak hareketli oyuncak kitap, aksiyon kitap şeklinde de adlandırılabilen kitaplardır (Sarı, 2015, s. 15). Erdoğan'ın Hendrix'ten yaptığı aktarıma göre ise hareketli kitaplar şu şekilde tanımlanmaktadır:

> "Hareketli (pop-up) kitaplar genellikle çocuk kitapları ve oyuncaklar arasında bir ara gibi düşünülür. En erken çocuk hareketli (pop-up) kitaplarının öncüleri yetişkin hareketli (pop-up) kitaplardır. Hareketli (pop-up) kitapların tarihi 13. yüzyıla kadar dayanmaktadır. İlk olarak yetişkinlerin eğitiminde kullanılma amacıyla ortaya çıkmışlardır (Hendrix, 2008'den aktaran Erdoğan, 2019, s. 32)".

İlk kez 1932'de, ABD'de (New York) yayımcı bir şirket olan Blue Ribbon, hareketli resimlemeleri ifade etmek amacıyla pop-up terimini kullanmıştır (Sarı, 2015, s. 34).

Hareketli (pop-up) kitapların oluşturulmasında uygulanan birtakım yöntemler mevcuttur: kutu ve silindirler, V katlama, sahne kurgulaması, hareketli paralel yüzeyler (Sarı, 2015, s. 16). Bu kitapların sahip olduğu katlanma mekanizmaları atlıkarınca (döner piramit), dikiz şovlar, akerdeon (leporellolar) ve tünel kitaplar şeklinde çeşitlendirilmektedir; bu kitaplar katlamalar açılarak kullanılmaktadır (Sarı, 2015, s. 16). Erdoğan (2019, s. 36-41) ise hareketli kitaplar için yapım tekniklerini volvelle tekniği, kapak tekniği, kâğıt bebek, tünel tekniği, panorama tekniği, tek parçalı sayfa ve çok parçalı sayfa başlıkları altında açıklamıştır. İngilizcede *paper engineering* olarak karşılığı olan, 3B formların ve katmanların hareketli kitap açıldığında meydana gelen görüntüsü olan "kâğıt mühendisliği" vasıtasıyla oluşturulan kâğıt mekanizmaları, itme, çekme, yukarı kaldırma, dönen çarklar gibi hareketlere olanak verebilmektedir (Tuncalı, 2011, s. 53).

Bu bilgilerden yola çıkarak, hareketli (pop-up) kitapların görsel hikâye anlatımı alanında üç boyutlu ve etkileyici bir anlatıma olanak vermesi yönüyle bir görsel araç olabileceği söylenebilir.

Bu başlık altında görsel hikâye anlatımına kendi medyalarının potansiyelleriyle imkân veren araçlar açıklanmış, birbirleriyle olan ilişkilerine de değinilmiştir. Her birinin kendi başına olduğu kadar birbirleriyle beraber de süreç içerisinde farklı amaçlarla kullanıldığında, görsel yollarla hikâye anlatımı için etkili sonuçların elde edilebileceği görülmüştür. Hikâyeler görme duyusuna hitap ettiklerinde, taşıdıkları anlamların veya mesajların iletilmesi de kolay ve etkileyici olmakta, hikâyelerin hatırlanabilirliği ve akılda kalıcılığı da artmaktadır.

Görme duyusunun yanında kulağa ve dinlemeye hitap eden işitsel hikâyelerin parçaları olan işitsel araçlar da vardır.

3.3.2. İşitsel araçlar

İşitsel hikâye anlatımı, işitsel araçlarla gerçekleştirilerek dinleme duyusuna hitap eder.

Mildorf ve Kinzel'in (2016, s. v) "Audionarratology: Interfaces of Sound and Narrative" adlı eserlerinde açıkladıkları ve yeni bir kavram ve terim olarak önerdikleri *audionarratology* (sesli/işitsel anlatıbilim)[7] "ses *(sound)* ile anlatı *(narrative)* arasındaki, daha doğrusu sanatsal ve sanatsal olmayan medya ve türlerdeki sözlü *(oral)* ve işitsel *(aural)* ifade biçimleri ile bunların anlatı olanakları, yapıları ve işlevleri arasındaki ilişkileri odak noktasına alan, postklasik bir anlatı bilimi başlatmak amacında olan bir terim"dir. Ses *(sound)* ve anlatı *(narrative)* arasındaki ilişki görsel-işitsel *(audiovisual)* medya ve işitsel türler *(aural genres)* içinde incelenebilmekte olup bu alanlar şu şekilde sıralanabilmektedir:

- "sinematik film
- televizyon dizisi ve filmi
- video ve bilgisayar oyunları
- müzikal veya opera gibi müzikal dramatik türler
- radyo oyunları *(radio plays)*
- sesli kitaplar *(audiobooks)*
- şiir okumaları ve diğer edebi metinlerin okunması (gizli tiyatro *(closet drama)*, düzyazı kurgu *(prose fiction)* gibi)
- popüler şarkılar ve diğer popüler müzik türleri

[7]Kavramın Türkçe çevirisi yazar tarafından yapılmıştır.

- ses performansları ve ses enstalasyonları
- müze sesli *(audio)* rehberleri, sesli *(audio)* seyahat rehberleri, sesli *(audio)* kişisel gelişim edebiyatı ve benzerleri gibi 'pragmatik' işitsel türler *(aural genres)*
- internetteki dijital anlatılar *(digital narratives)* (Mildorf ve Kinzel, 2016, s. 8-9)".

Burada sıralanan alanlarda, fayda sağlayanlar ve bilgilendirici olanlar hariç tutulduğunda diğer alanların işitsel hikâye anlatımında kullanılabileceği düşünülebilir.

İşitsel hikâye anlatımı bağlamında işitme ve dinleme eylemlerinin neler olduğunu açıklamakta yarar vardır. Bu konuda yapılan bir tanıma göre işitme, sesleri algılamaya ve aralarındaki ayrımı fark etmeye imkân sağlayan bir duyu iken, dinleme ise bunlar üzerinde düşünerek, bunlardan anlamlı bir ifade elde etme eylemidir (Shafir, 2003, s. 56). Uluslararası Dinleme Birliği'ne göre dinleme, alma eylemi, söylenenlerde bulunan anlamı gün yüzüne çıkararak göz önüne getirmek suretiyle sözlü/sözsüz iletilere cevap oluşturma işlemi olarak tanımlanmaktadır (Shafir, 2003, s. 52). Ralph G. Nichols'a göre ise dinleme, dinleyicide gerçekleşen içsel bir harekettir (Shafir, 2003, s. 52). Öztürk ise işitme ve dinleme arasındaki ilişkiyi "… her dinlemede işitme unsuru vardır ancak her işitme, bir dinleme faaliyeti değildir. Dinleme eylemi, algılanan seslere yoğunlaşmayı ve bu yoğunlaşma sonucunda elde edilen girdilerin, zihinsel süreçler yardımıyla anlamlandırılıp yorumlanması ile oluşur." şeklinde ifade etmiştir (Öztürk, 2018a, s. 20). Bu bilgilere dayanarak gerçek bir iletişimin varlığından söz edebilmek için işitsel tabanlı olan bir anlatımın etkili bir dinleme eylemiyle neticelenmesi gerektiği sonucuna varılabilmektedir. "Birçok dinleme türü sayılabilir. Katılımlı, katılımsız, eleştirel, iletişimsel, terapatik, estetik, empatik, tuzak kurucu, seçici, iyileştirici, bilgi almaya dönük vs. (Emiroğlu, 2021, s. 261)".

İletişim ve dil arasındaki ilişkiyi anlayabilmek için ise Emiroğlu'nun ifadelerine başvurulabilir:

> "İnsanlar dil denilen imkânlar alanı tarafından kuşatılmış durumdadır. Bir dilde iletişim kuran konuşmacı ile dinleyici, dilin kural ve bilgisinin ötesinde bir anlaşma zemini oluşturamaz. Sözlü anlatım düşünüldüğünde bu ortam, konuşmacı ve dinleyicinin soluk aldığı bir atmosferdir. Beden dili, işaret dili ve diğer anlaşma yolları hariç tutulduğunda konuşmacı dil dışına çıkarak duygusunu ve düşüncesini yansıtamaz; dinleyici dil dışında bir araçtan faydalanarak aktarılanları anlayamaz. Düşler, düşünceler, duygular, hayaller,

istekler, tasarılar ve bilgiler; dil kanalıyla bir başkasına iletilir. Dolayısıyla insan ilişkileri ve iletişim, dil sayesinde gerçekleşir (Emiroğlu, 2021, s. 264)".

Benzer bir düşünceyle, Kaplan'a göre dil, bir millete ait en başta gelen kültürel değerlerdendir (Kaplan, 1987, s. 9). "Dil, duygu ve düşünceyi insana aktaran bir vasıta olduğu için, insan topluluklarını bir yığın veya kitle olmaktan kurtararak, aralarında 'duygu ve düşünce birliği' olan bir cemiyet, yani 'millet' haline getirir (Kaplan, 1987, s. 9)". Dil, insanların duygu ve düşüncelerini birbirlerine iletirken onları ortak bir paydada buluşturan bir olgudur.

İletişim ve dil ekseninde anlatılan işitsel hikâyelerin sözlü kültür, yazılı kültür, elektronik kültür ve dijital kültür ortamlarında bulundukları farklı bağlamlardan örnekler görmek mümkündür.

Bir sözlü kültür ürünü olan masallar ve masal anlatıcılığı bu alandaki işitsel hikâye anlatımına bir örnek oluşturmaktadır, öyle ki, bir masala sıklıkla, doğaüstü kahramanlar ve maceralar hayali bir şekilde konu edilir, masallar kişiden kişiye aktarılma yoluyla yaygınlık kazanır (Uç, 2022, s. 15). Masalın sözlük anlamına bakıldığında ise, TDK Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre masal, Arapçada *mesel* olarak geçmekte olup "Genellikle halkın yarattığı, hayale dayanan, sözlü gelenekte yaşayan, çoğunlukla insanlar, hayvanlar ile cadı, cin, dev, peri vb. varlıkların başından geçen olağanüstü olayları anlatan edebî tür" olarak tanımlanmaktadır (http-14). TDK'nin 1974 tarihli Yazın Terimleri Sözlüğü'ne göre ise masal "Genellikle halkın yarattığı, ağızdan ağıza, kuşaktan kuşağa sürüp gelen, olağanüstü kişilerin başından geçen olağandışı olayları anlatan öykü türü. Kötülükle iyiliğin çarpıştığı olaylara bir tekerleme ile başlanır; sonunda iyilik üstün gelir. …" şeklinde tanımlanmaktadır (http-14).

Çok eski zamanlara tarihlenen bir kültürün iletişim aracı olan masallar, bir topluma ait etik, estetik, sosyolojik, psikolojik, kültürel vb. değer yargıları ile o toplumun geleneklerini içermektedir (Uç, 2022, s. 15). Masallar, yıllar yılı *masal anası* olarak adlandırılan kişilerce dinleyenlere anlatılmıştır (Öztürk, 2018a, s. 15). Öztürk'ün ifadesiyle "Masal okumak ile masal anlatmak, birbirinden farklı kavramlardır. Çünkü bir metin, okuma eyleminden anlatma eylemine geçtiğinde özgünleşerek anlatıcının kendi bilgi birikiminden, anlatma kabiliyetinden izler taşır (Öztürk, 2018a, s. 16)".

Bu noktada hikâye ve hikâyeye dair okumalarla gerçekleştirilen işitsel hikâye anlatımına değinmek gerekirse, öncelikle yazılı kültürün bir parçası olan okuma eyleminden söz etmek gerekir. Dilidüzgün, Çetinkaya Edizer, Ak Başoğul ve Karagöz

(2019, s. 166) okuma eylemini "Okumak; insanların dinlenme, eğlenme, bilgilenme, bir sorunu çözme vb. gereksinimleri sonucu gerçekleştirdikleri bir eylemdir." şeklinde tanımlamışlardır.

İşitsel hikâyelerin bir diğer örneği elektronik kültür ortamında sunulmaktadır. Elektromanyetik araçlar kullanılarak sesin farklı iki yer arasındaki iletimi, insanlık tarihindeki önemli ilerlemelerdendir; hızlı ve direkt iletişimi sağlayan bu araçların ilk başlarda denizcilikte kullanıldığı görülmüş, zaman içerisinde gelişen yayın olanakları ile bu araçlar radyonun ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Yıldız Doğanay, Omur ve Berge, 2023, s. 101). Elektronik kültürün bir parçası olan radyolarda kitlelere sunulan radyo oyunları ise işitsel hikâye anlatımının bu kültürdeki örneklerindendir. Yıldız Doğanay, Omur ve Berge'nin ifadesiyle radyo oyunlarının tanımı şu şekildedir: "… radyofonik piyes, radyo temsili, radyo tiyatrosu ya da mikrofonda tiyatro gibi farklı isimlendirmeleri bulunan radyo oyunları; radyonun olanakları ve malzemeleri kullanılarak radyo teknolojisinin verdiği sınırlılıklar çerçevesinde yalnızca işitme duygusuna hitap edecek şekilde yazılan ve oynanan müzikli söz programlardır (Yıldız Doğanay, Omur ve Berge, 2023, s. 101)". Göçer ve Kurt'a ait benzer bir ifadeyle, radyo oyunları ses, efekt, müzik, diyalog vb. unsurlardan oluşmaktadır, bu nedenle mikrofonda radyo, radyofonik piyes ve sihirli kutu gibi isimlerle de adlandırılmıştır (Göçer ve Kurt, 2020, s. 53). Kars'a göre ise radyo oyunlarının tanımı şu şekildedir: "Radyo program türlerinden biri, dramatize (oyunlaştırılmış) programlardır. Bazen bütün bir program, bazen de bir programın çeşitli bölümleri oyunlaştırılarak sunulur. Bütün bir programın oyunlaştırılarak sunulmasına Radyo'da Tiyatro ya da Radyo Oyunu adı verilir (Kars, 1993, s. 275)".

Neşe Kars (1993), "Kavram ve İçerik Açısından Radyo Oyunları Değerlendirmesi" başlıklı makalesinde radyo ve tiyatro oyunlarının farklı ve benzer yönlerini maddeler hâlinde sıralayarak açıklamıştır. Buna göre radyo oyunlarının tiyatro oyunlarından ayrışan tarafları;

- radyo oyunlarının sese, tiyatro oyunlarının ise görmeye dayanması,
- radyo oyunlarında zaman-mekân sınırının bulunmaması, müzik ve efektler yardımıyla bu unsurlarda yaşanan değişikliklerin aktarılabilmesi, ancak tiyatro oyunlarının belirli bir zaman ve mekânda geçmesi,

- radyo oyunlarının dinleyicilere hitap etmesi ve dinleyicilerle radyo cihazı aracılığıyla buluşması bunun yanında tiyatro oyunlarının izleyicilerle aynı ortamda gerçekleşmesi,
- radyo oyunlarının bir stüdyoda oynanıp/seslendirilip kaydedilmesi, gerektiğinde geriye dönüp düzeltmeler veya değişiklikler yapılabilmesi, ancak tiyatro oyunlarının tekrar tekrar oynansa dahi hiçbir oyunun bir diğerinin tamamen aynısı olmaması, oyunların sergilenme anlarında da düzeltilme olanaklarının bulunmaması.

şeklinde ifade edildiğinde, bu ifadeler çalışmada sıralanan maddelerden olmaktadır (Kars, 1993, s. 275-276). Diğer bir taraftan benzerlikler arasında ise, "her iki oyun türünün de insan yaşamına dair ilginç yönleri estetik bir şekilde sunması, her ikisinin de sanatın alanından bir edebî tür olması, her iki türde de serim, düğüm, çatışma, doruk, çözüm bölümlerinin olması" sayılabilmektedir (Kars, 1993, s. 277).

Bir radyo oyunu, görsellik içermemesine rağmen, sahip olduğu işitsel tabanlı yöntemlerle görsellik oluşturabilen bir yayın sanatıdır (Sakallı, 2007, s. 171). Bu konuda Sakallı, radyo oyunlarının nasıl bir sanat olduğunu şu sözlerle açıklamaktadır:

> "Radyo oyunu ya da akustik sanatı, metni, hikâyeyi, sözü seslendirmeye, sözü sesle canlandırmaya dayanır. Ancak bunu ne söz sanatı ne de sadece sözü seslendirme sanatı olarak düşünebiliriz. Gerçekte ne bir nesir sanatı, ne tiyatro, ne de müziktir; anılan sanatların araçlarını içinde barındırır, onlardan yararlanır. Radyo oyunu söze/hikâyeye dayanır, sözü sesle, mekânla bütünleştirir; müziği hem sözü hem mekânı ve zamanı betimleme aracına dönüştürür (Sakallı, 2007, s. 171)".

Tüm bu yönleriyle bir radyo oyunu, aslında sese dair bir sanatla ve işitsel araçların da yardımıyla anlatmaya çalıştığı hikâyenin tüm unsurlarını dinleyiciye onun zihninde bir görsellik oluşturabilme çabasıyla sunmaktadır. Yine Sakallı, radyo oyunlarının nasıl bir değere sahip olduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

> "Film sanatı gibi, radyo oyunu da zamansal bir sanattır. Akışkan ve hareketliliği seslendirmeyle sağlanır. Seslendirme, anlatıyı, oyunu zamanda ve mekânda canlandırmak zorundadır. Anlatı seslendirme aracıyla canlandırıldığı için, gerçekte oynanmayan bir oyun, ya da hikâye "sanki oyun", moda deyimle, "sanal oyun" kurgusuna taşınır. Bu yönüyle radyo oyunu 'gerçekliğin' mekânını, zamanını değişik sesler yardımıyla oluşturur. Zamanla, mekânla ilgili olan her sesi bir araya getirir, birleştirir ve ortak, bütüncül bir yapı oluşturur. Sesli anlatı böylece mekânsal bir gösterinin aracı olur. Bir başka deyişle; seslendirme anlatının temel aracıdır. Sadece sesler yardımıyla bir anlatı teatral bir oyuna, gösteriye dönüştürülür (Sakallı, 2007, s. 171)".

Bu ifadelerden varılabilecek bir sonuç, sesin radyoda yayınlanan oyunların anlatımında çok önemli bir unsur olduğudur.

İşitsel hikâyelerin radyo oyunları üzerinden örneklenmesinin ardından, dijital kültürde adı sıkça geçen podcast yayıncılığı da bir yönüyle işitsel hikâye anlatımına örnek verilebilecek türlerdendir. Podcastler, genel olarak bir web sitesi aracılığıyla bilgisayarda veya taşınabilir cihazlarda dinlenebilen, internet yoluyla dağıtımları sağlanan kaydedilmiş ses dosyalarıdır (Kaynar, 2021, s. 44). Nasıl ki dijital medya ortamlarında görülen araçlar geleneksel medya ortamlarındaki benzerleriyle karşılaştırılıyorsa, podcastler de radyo yayıncılığı ile karşılaştırılmaktadır, ilk etapta benzer oldukları görülse de aslında teknik ve yayıncılık formatı bakımından bu iki alanın ayrıştığı noktalar bulunmaktadır; podcastlerde sesin yanında yazı ve güncel yenilenmelerle beraber görüntü de kullanılabilmektedir (Kaynar, 2021, s. 44). Podcast yayıncılığında pek çok türe ait örnekler görmek mümkündür: röportaj, sohbet, bilgiye dayalı içerikler, yalnızca yayıncının olduğu yayınlar, herhangi bir kurguya dayanmayan hikâye anlatımı (gerçek hayata dair konu ve olayların hikâye biçiminde aktarımı) vb (Kaynar, 2021, s. 51). Podcastin hangi cihazlarda nasıl yayınlandığı ile ilgili olarak ise Bulut'un ifadeleri şu şekildedir:

> "Podcast, hem sesli ve/veya görüntülü dijital medya dosyalarının bizzat içeriğini; hem de bu içeriklerin tabletler, akıllı telefonlar, yeni teknoloji müzik çalarlar 3 (mp3, ipod gibi) gibi taşınabilir medya oynatıcılarda veya bilgisayarlarda oynatılmak üzere İnternet aracılığıyla dağıtılması tekniğini anlatmaktadır (Bulut, 2022, s. 125)".

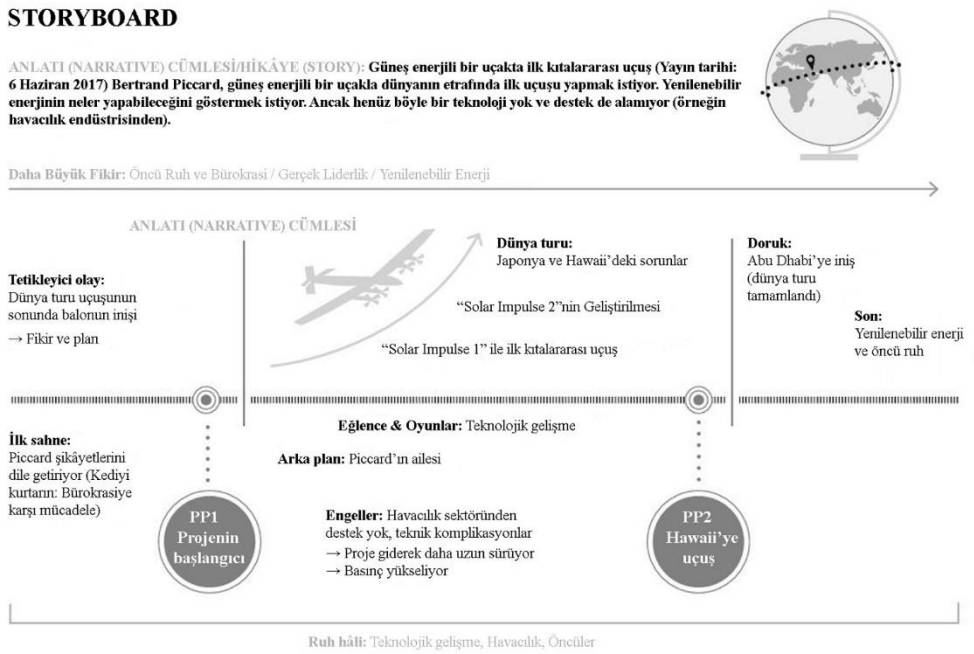
Podcastler, dijital medyaya ait araçlar üzerinden dijital medya ortamlarında dinleyicilere ulaştırılabilen bir yayıncılık türüdür. Temelinde sese dair bir anlatım olan podcastler, anlatılmak istenen konunun gerçekliğini dinleyicilere geçirebilmek ve dinleyicilerde hedeflenen etkiyi bırakabilmek için "içten" bir anlatımı gerektirmektedir (Bulut, 2022, s. 125).

Sven Preger, "Storytelling in Radio and Podcasts: A Practical Guide" adlı kitabında bitmiş bir hikâyeyi oluşturabilmek için tamamlanması gereken 7 adımı şu başlıklarla ifade etmiştir:

1. Temel Araştırma
2. Bir Anlatı (Narrative) Cümlesi Oluşturma
3. Alan Çalışması
4. Bir Storyboard veya Hikâye Sayfası (Story Sheet) Hazırlamak
5. El Yazması, Düzeltme ve Onaylamayı İçeren Yazım

6. Üretim
7. Evrak İşleri (Preger, 2021, s. 230-237).

Bu yedi aşamanın içerisinden dördüncü bölüm olan "Bir Storyboard veya Hikâye Sayfası (Story Sheet) Hazırlamak" bölümüyle ilgili olarak Preger kitabında, storyboard'un varlığıyla sorumlulukları yazarlar arasında kolaylıkla dağıtmanın mümkün olduğunu; storyboard'un olmadığı durumlarda ise, sahnelerin, içeriklerin, bölümlerin ve bunlara bağlı ses kliplerinin sorumluluğunun kimlere ait olduğunun anlaşılmasında zorluk çekildiğini ve storyboard ne kadar çok ayrıntı içerirse sonucun da o kadar iyi olacağını ifade etmiştir (Preger, 2021, s. 85-86). Aşağıda Şekil 3.2'de kitapta yine bu bölümde hikâye yazmaya geçmeden önce hazırlanan bir storyboard örneği gösterilmektedir (Preger, 2021, s. 234).



Şekil 3.2. *Storyboard örneği (Preger, 2021, s. 234'ten uyarlanmıştır)*[8]

Şekil 3.2'deki örnekte görüldüğü üzere, hikâye temel bölümlerine ayrılmış olup bölümlerde gerçekleşen olaylar da ana başlıklar hâlinde açıklanmıştır. Radyo veya podcast yayıncılığında da hikâyeleri sunulmaya hazır hâle getirmek, birçok aşamanın tamamlanmasıyla oluşmaktadır. Bir storyboard veya hikâye sayfası (story sheet) hazırlamak da bunlardan biridir.

[8]Şekil 3.2'de verilen örnekteki açıklamalar kitapta İngilizce olarak bulunmaktadır, grafik ifadeler orijinal kaynakla aynıdır, çeviriler "Google Çeviri" aracılığıyla yazar tarafından yapılmıştır.

3.3.1. Görsel araçlar ve 3.3.2. İşitsel araçlar bölümlerinde, hikâye anlatımında doğrudan göz ve kulak organlarına hitap eden ortamlar örnek olarak sunulmuştur. İki duyu organının beraber rol oynadığı veya çoklu duyulara hitap eden hikâyeler için ise 3.3.3. Karma araçlar başlığı oluşturulmuştur.

3.3.3. Karma araçlar

Görsel hikâye anlatımı alanında ifade edilen animasyon, film ve televizyon, video oyunları, etkileşimli hikâye anlatımı (interactive storytelling) örnekleri görsel tabanlı olup (White, 2024) aynı zamanda birden fazla duyuya hitap ettiklerinden "3.3.3. Karma araçlar" adlı bu başlık oluşturularak bu alanları burada belirtmek uygun görülmüştür. Bu karma ortamlara ek olarak 3.3.2. İşitsel araçlar bölümünde ifade edilen müzikal ve müzikal dramatik türler de (Mildorf ve Kinzel, 2016) görsel ve işitsel özelliklerinden dolayı bu başlık altında sayılabilir. Bu örneklere ek olarak, hikâye anlatımı ve duyular birlikte düşünüldüğünde, drama, tiyatro, sinema, yeni medyadaki gelişmelere bağlı olarak açığa çıkan teknolojiler (sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik teknolojileri vb.) de hikâyenin duyular yönünden zengin bir biçimde olan anlatım ortamlarına örnek oluşturmaktadırlar.

Bu başlık altında öncelikle etkileşim kavramını açıklamakta yarar vardır. TDK Güncel Türkçe Sözlüğü'ne bakıldığında, etkileşim sözcüğünün "birbirini karşılıklı olarak etkileme işi" olarak tanımlandığı görülmektedir (http-15). Redhouse'un Yeni Elsözlüğü'nde etkileşimin karşılığı olarak *interaction* (2006, s. 173), interaction kelimesinin karşılığı olarak ise "birbirini etkileme, etkileşim" (2006, s. 234) tanımı yer almaktadır.

Manovich, "The Language of New Media" adlı eserinde etkileşimle ilgili olarak şu açıklamaya yer vermiştir:

> "Yeni medya etkileşimlidir. Sunum sırasının sabit olduğu eski medyanın aksine, kullanıcı artık bir medya nesnesiyle etkileşime girebilir. Etkileşim sürecinde kullanıcı hangi ögelerin görüntüleneceğini veya hangi yolların izleneceğini seçebilir, böylece benzersiz bir çalışma üretebilir. Bu şekilde kullanıcı çalışmanın ortak yazarı olur (Manovich, 2001, s. 55)".

Bu açıklamadan yola çıkıldığında, yeni medyadaki etkileşimin kullanıcıları da sunulan içeriğe davet ederek onları içeriğe ortak ettiği söylenebilir. İnsan-bilgisayar etkileşiminin *(human computer interaction (HCI))* modern yapısı, açılımın kendisinde de var olduğu üzere etkileşimlidir (Manovich, 2001, s. 55). Manovich'in ifadesiyle "(…) modern HCI kullanıcının ekranda görüntülenen bilgileri işleyerek bilgisayarı gerçek

zamanlı olarak kontrol etmesine olanak tanır. Bir nesne bir bilgisayarda temsil edildiğinde, otomatik olarak etkileşimli hâle gelir (Manovich, 2001, s. 55)". İnsan ve bilgisayar tabanlı medya arasındaki iletişim, etkileşim sayesinde gerçekleşmektedir.

Pizzo, Lombardo ve Damiano ise, "Interactive Storytelling: A Cross-Media Approach to Writing, Producing and Editing with AI" adlı kitaplarında etkileşimli hikâye anlatımının hangi alanları kapsadığı ile ilgili olarak şu ifadelere yer vermişlerdir:

> "Son 20 yılda, kullanıcıların teknolojik araçlar aracılığıyla katılabileceği bir anlatı (narrative) için olanaklar büyük bir hızla büyüdü ve eğlenceden iletişime kadar çok çeşitli ürünlere yayıldı. Etkileşimli hikâye anlatımının (interactive storytelling) kapsamının net bir sınırı yoktur, çünkü romanlardan, rol yapma oyunlarından ve müze rehberlerinden filme, televizyona, tiyatroya, performansa ve – elbette – video oyunlarına kadar uzanır. Bu süre zarfında, bu alanda çalışan akademisyenler ve sanatçılar bu yeni anlatının (narrative) ve sanat biçiminin doğasını sorguladılar (Pizzo, Lombardo ve Damiano, 2024, s. ?)".

Pizzo, Lombardo ve Damiano, etkileşimli hikâye anlatımı (interactive storytelling) ile ilişkilenen diğer tanımların etkileşimli kurgu (interactive fiction), etkileşimli anlatı (interactive narrative) ve etkileşimli drama (interactive drama) olduğunu belirtmiş; teknolojinin metin tabanlı arayüzün ardındaki denemelere olanak vermesi yoluyla, etkileşimli sinema (interactive cinema) ve etkileşimli televizyon (interactive TV) gibi farklı tanımların da ortaya çıktığını ifade etmişlerdir (Pizzo, Lombardo ve Damiano, 2024, s. ?).

Sınırlarının tanımlanması kolay olmayan "Etkileşimli Hikâye Anlatımı" *(Interactive Storytelling)*, zaman içerisinde "dijital hikâye anlatımı" *(digital storytelling)* ve 1990'ların sonunda konu üzerine yapılan tartışmaların alanına giren ve yeni bir terim olan "sanal hikâye anlatımı" *(virtual storytelling)* ile beraber düşünülmüş ve araştırılmış, konu üzerine de bir dizi akademik konferans düzenlenmiştir (Pizzo, Lombardo ve Damiano, 2024, s. ?). Konuyla en ilişkili olan bilimsel konferanslar şu şekildedir:

- Hipermetin: 1990'dan itibaren hipermetin ve hipermedya üzerine ACM[9] konferansı (aktif).
- "Uluslararası Sanal Hikâye Anlatımı Konferansı" *(International Conference on Virtual Storytelling (ICVS))*: 2001'den beri ve ardından 2003'ten beri "Etkileşimli Dijital Hikâye Anlatımı ve Eğlence

[9]Alıntılanan kaynaktaki ifadede terimle ilgili bir açıklamaya ulaşılamamıştır. Ancak, Wikipedia'da yer alan bilgiye göre, "Bilgisayar Makineleri Derneği (The Association for Computing Machinery (ACM)), 1947'de ABD, New York merkezli olarak kurulan uluslararası ölçekte olup dünyanın en büyük bilimsel ve eğitimsel bilgi işlem topluluğudur (http-16)".

Teknolojileri" *(Technologies for Interactive Digital Storytelling and Entertainment (TIDSE))*. 2008'de ICIDS'te birleşti (aktif).

- ICIDS Etkileşimli Hikâye Anlatımı "Uluslararası Etkileşimli Dijital Hikâye Anlatımı Konferansı" *(International Conference on Interactive Digital Storytelling (ICIDS))* (aktif).
- "Akıllı Anlatım Teknolojileri" *(Intelligent Narrative Technologies (INT))* 2007'den 2017'ye.
- "Yapay Zekâ ve Etkileşimli Dijital Eğlence" *(Artificial Intelligence and Interactive Digital Entertainment (AIIDE))*: 2005'ten beri (aktif), "Amerikan Yapay Zekâ Derneği" *(American Association for Artificial Intelligence (AAAI))*'nin bir parçası.
- Anlatımsal Hesaplama Modelleri Çalıştayı *(Workshop on Computational Models of Narrative)*: 2009'dan 2017'ye (Pizzo, Lombardo ve Damiano, 2024, s. ?).

Pizzo, Lombardo ve Damiano, etkileşim kavramı ve hikâye anlatma arasındaki ilişkiyi şu şekilde ifade etmişlerdir:

> "Dahası, "hikâye anlatma" terimi bir eylem duygusunu, etkileşim kavramıyla özel bir yakınlığı olduğuna inandığımız bir eylemselliği ifade eder. Bu nedenle odak noktası gerçekleşen ve kullanıcının deneyimlediği eylem türüdür. Hikâye anlatma, birinin anlattığı hikâyelerle ilgili değildir, olup bitene (bilişsel, duygusal ve fiziksel) katılımımızla ilgilidir. Dahası, günümüzün kültürel çerçevesinde, hemen hemen her medya iletişimini hikâye anlatma olarak tanımlamak oldukça yaygındır (Pizzo, Lombardo ve Damiano, 2024, s. ?)".

Etkileşim kavramı, hikâye anlatımıyla beraber ele alındığında hikâyelerin anlatıldığı bağlama, türe ve ortama göre farklılık gösterebilmektedir; bu nedenle etkileşimi aslında hikâyelere göre tanımlamak, bu tanımı yaparken de hikâyelerin sunulduğu ortamları ve araçları göz önünde bulundurmak doğru bir yaklaşım olacaktır. Örneğin, video oyunları ve etkileşimli e-kitaplar bu tür hikâye anlatımının bir örneği sayılabilmektedir.

Genel olarak bakıldığında, video oyunları göze ve kulağa hitap eden ögeler içerdiğinden, hikâye anlatan karma bir araç olarak görülebilir. Öncü'ye göre "video oyunları başlı başına dijital oyunlar olarak yani oyun olarak tanımlanabilmekle birlikte, oyunların anlatıyı aktarım araçları genel olarak metinler, görseller, görsel ve sesli efektler ve müziktir (Öncü, 2023, s. 156)".

Lebowitz ve Klug, “Interactive Storytelling for Video Games: A Player-Centered Approach to Creating Memorable Characters and Stories” adlı eserlerinde, etkileşimli hikâyelerle ilgili olarak, basılı bir hikâyeyi okumanın okuyucuya herhangi bir şekilde hikâyenin gidişatı üzerinde etkili olma olanağı vermediğini, okuyucuların yalnız kitabın kendisiyle nesne olarak etkileşime girdiklerini ve hikâyelerin etkileşimsiz kaldığını belirterek etkileşimli hikâyelerin bu yönünü ayırt edici bir şekilde ifade etmişlerdir (Lebowitz ve Klug, 2011, s. 118). Lebowitz ve Klug’a göre etkileşimli bir hikâye, oyuncuların hikâyeyle bir şekilde doğrudan etkileşim kurabildikleri ve bunun etkileşimlilik için yeterli bulunduğu hikâyelerdir (Lebowitz ve Klug, 2011, s. 118). Yazarların etkileşim kavramıyla ilgili olan açıklamaları video oyunlarında etkileşimin nasıl gerçekleştiğinin anlaşılmasına yöneliktir. Video oyunlarından ayrı olarak örneğin 3.3.1. Görsel araçlar bölümünde resimli çocuk kitaplarına yer verilmiştir. Bu kitapların dijital ortamla uyumlu olarak tasarlanan örneklerinde de etkileşim kavramının var olduğu görülmektedir. Ancak etkileşimli hikâye kitapları veya çocuklar için tasarlanan e-kitaplar şeklinde adlandırılabilecek bu kitaplardaki etkileşim, video oyunlarındaki etkileşimden farklı olmaktadır.

Bozkurt ve Bozkaya’nın ifadesiyle etkileşimli e-kitaplar, “kullanıcı ve dijital kitabın karşılıklı olarak üst düzey etkileşime geçtikleri; dijital kitabı oluşturan öğelerin kendi aralarında ve çevresi ile iletişiminin yanı sıra diğer kullanıcılarla etkileşim halinde oldukları, birçok iletişim kanalının bir arada kullanılabildiği dijital kitaplardır (Bozkurt ve Bozkaya, 2013, s. 389)”. Akıllı telefonlar, tablet bilgisayarlar ve diğer dokunmatik ekranlı donanımlar sayesinde etkileşimli e-kitapların güncel teknolojik cihazlara uyumlanması da kolay olmaktadır (Bozkurt ve Bozkaya, 2013, s. 392). Bozkurt ve Bozkaya’ya göre, geleneksel kitaplar ile dijital ve etkileşimli e-kitaplar arasındaki ayrım, “Geleneksel kitapları insanlar okuyarak anlamaya çalışırlar, e-kitapları insanlar okuyarak ve zengin içerik desteğiyle anlamaya çalışırlar. Etkileşimli e-kitaplar ise insanlara içeriği anlatmaya çalışır, yönlendirir, yardımcı olur ve kendi içeriğini kişilerin ihtiyacına göre şekillendirebilirler (Bozkurt ve Bozkaya, 2013, s. 392)” şeklinde ifade edilmektedir.

Bu başlık altında sayılabilecek bir tür, yeni medya teknolojilerindeki gelişmeler ve buluşlar ışığında açığa çıkan sanal gerçeklik teknolojileri ve bu vasıtayla gerçekleştirilebilen hikâye anlatımıdır. “İnsanlık tarihi, fikirleri iletmek ve deneyimlemek için kullanılan medyanın ilerlemesiyle belirlenmiş olup bu ilerlemedeki en son adımlardan biri sanal gerçekliğin (SG) kullanımıdır (Sherman ve Craig, 2019, s. 5)”.

Sherman ve Craig'e göre sanal gerçeklik, "pratik uygulamalar ve daha etkili iletişim yolları bulmak için çok sayıda deneyin yapıldığı teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan yeni bir medyadır (Sherman ve Craig, 2019, s. 5)". 21. yy.'da hikâyeler anlatmak, sinemanın ardından yeni bir teknoloji olan sanal gerçeklik teknolojisi ile mümkün olmaktadır; sinemanın sağladığı olanaklarda pasif olan seyirciyi, aktif kullanıcıya dönüştüren sanal gerçeklik teknolojisi, hikâye anlatımında çoklu duyulara hitap ederek hikâyelerin deneyimlenebilmesine de olanak vermektedir (Dönmez, 2021, s. 440). Sanal gerçeklik teknolojisi, son hâline ulaşmış bir teknoloji olmamakla beraber hâlâ gelişimine devam etmektedir; bu teknolojide eldiven, başlık, kulaklık ve yelek gibi giyilebilir araçların yardımıyla duyuları çoklu anlamda uyarmak mümkün olabilmektedir (Dönmez, 2021, s. 440).

Sanal gerçeklik (SG) deneyiminin temel ögeleri;

- sanal dünya *(virtual world)*,
- dalma *(immersion)*,
- etkileşim *(interactivity)*,
- ortamın yaratıcı (creating) ve alıcı (receiving) taraflarındaki insanlar

şeklindedir (Sherman ve Craig, 2019, s. 6).

Sherman ve Craig'in tanımıyla sanal dünya *(virtual world)* "genellikle bir ortam aracılığıyla ortaya çıkan hayali bir alandır (Sherman ve Craig, 2019, s. 8)". Redhouse'un Yeni Elsözlüğü'ne göre (2006, s. 221) "dalma, batma; daldırma, batırma" gibi Türkçe anlamlara gelen *immersion* kavramı ise "fiziksel veya duyusal" ve "zihinsel" dalma olmak üzere *("physical or sensory" and "mental" immersion)* ikiye ayrılmakta olup (Sherman ve Craig, 2019, s. 10) kavramın "sanal gerçeklik teknolojisinde ise 'sürükleyici, kapsamlayıcı, kapsayan, saran, sarmalayan, içerisine alan' gibi karşılıkları bulunmaktadır (Erkılıç ve Dönmez, 2020, s. 327)". Sherman ve Craig'e göre, bilgisayar tabanlı sanal dünya, bir simülasyonun içinde bulunan nesnelerin tanımını içerir ve sanal gerçeklik bu nesneleri, kullanıcıya karşı sürükleyici (immersive) ve etkileşimli (interactive) bir perspektifle, kullanıcının deneyimine sunan bir sistemdir (Sherman ve Craig, 2019, s. 7-8). Her sanal gerçeklik deneyimini farklı yapan aslında, kullanıcılar ve Sherman ve Craig'in ifadesiyle onların "yetenekleri, yorumları, geçmişleri ve tarihleri"dir (Sherman ve Craig, 2019, s. 6).

Yeni medyadaki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik kavramlarını anlayabilmek için Somyürek'in ifadelerine başvurulabilir:

> "Artırılmış gerçeklik ve sanal geçeklik kavramları birbiriyle karıştırılabilmektedir. Sanal gerçekliğin amacı, gerçek dünyanın modellendiği üç boyutlu ve etkileşimli sanal ortamlar oluşturmaktır. Artırılmış gerçeklik ise gerçek-zamanlı ve etkileşimli olarak gerçek dünyayı, bilgisayar ortamında geliştirilen sanal verilerle zenginleştirmeyi amaçlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, ilk kavram gerçekliği olduğu gibi sanal dünyaya taşımayı amaçlarken, ikinci kavram gerçekliği sanal bilgilerle zenginleştirmeye odaklanmaktadır (Somyürek, 2014, s. 67)".

Milgram ve Kishino (1994, s. 3), "A Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays" başlıklı çalışmalarında, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik kavramları arasındaki ilişkiyi gerçek ortam ve sanal ortam üzerine kurdukları bir "Sanallık Sürekliliği" *(Virtuality Continuum (VC))* grafiği ile ifade etmişlerdir. Grafik, Şekil 3.3'te görülmektedir.

Şekil 3.3. *Sanallık Sürekliliği (Virtuality Continuum (VC)) grafiği (Milgram ve Kishino, 1994, s. 3)*

Şekil 3.3'teki grafiğin sol ucunda gerçek çevre, sağ ucunda ise sanal çevre bulunmaktadır. Karma Gerçeklik *(Mixed Reality (MR))*, gerçek ve sanal çevrenin beraber olduğu gerçeklik durumlarını ifade eder; bu beraberlik ise gerçek çevrenin olanaklarını sanala ilişkin ögelerle destekleyen ve artıran Artırılmış Gerçeklik *(Augmented Reality (AR))* teknolojisiyle mümkün olmaktadır (Somyürek, 2014, s. 67). Diğer bir deyişle, "sanal gerçeklik 'gerçeğin yeniden inşa edilmesi' olarak tanımlanabilirken (Kayabaşı, 2005, s. 151)", artırılmış gerçeklik "gerçek zamanlı etkileşimli (interactive) dijital bilginin, fiziksel dünyayla hem mekânsal hem de zamansal olarak uyumlu olan fiziksel dünya üzerine yerleştirildiği bir ortamdır (Sherman ve Craig, 2019, s. 23)".

Sanal gerçeklik deneyimleri öncelikle görme ve işitme duyularına hitap ederken, sonrasında ise dokunma, koku ve tat alma duyularına hitap etmek için tasarlanabilmektedir (Sherman ve Craig, 2019, s. 121). Bu duyuların içerisinde dokunma duyusunun İngilizce bir karşılığı olan *haptic* sözcüğü Yunancadan gelen bir kelimedir,

dokunma duyusu veya haptic algı olarak ifade edilen duyu aslında birden çok duyuyu beraber içermektedir (Sherman ve Craig, 2019, s. 148). Bu duyular şu şekildedir:

- "dokunsal *(tactile)* (deri/cilt duyumları),
- iskelet sisteminin iç pozisyonu *(proprioception)*,
- kinestetik *(kinesthetic)* (vücut hareketi ve kas gerginliği) (Sherman ve Craig, 2019, s. 119)".

Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojileri, yeni medyanın güncel gelişmeleriyle sunduğu olanaklar çerçevesinde, hikâye anlatımını ve dahası deneyimini sağlayabilen teknolojilerdendir.

Birden çok duyuya hitap eden hikâyelerin hazırlanma süreçlerinde de storyboard'un kullanıldığı örnekler görülmektedir. Murtezaoğlu'nun (2022) "Narrative Contribution of Immersive Audio Sound Design in Audio-Visual Works"[10] başlıklı yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Müzik Anabilim Dalı, Müzik Yüksek Lisans Programı'nda hazırlanmıştır. Bu çalışmanın ana amacı, görsel-işitsel değere sahip bir hikâye anlatımı bağlamında, tasarlanan uzamsal seslerin (immersive audio) anlatımı nasıl ve ne derecede etkilediğini araştırmaktır (Murtezaoğlu, 2022, s. xxi). Bu kapsamda, bir uzamsal ses niteliğine sahip olan Ambisonics teknolojisi aracılığı ile ve katkısı ile oluşturulan görsel-işitsel bir hikâye izleyicilere/dinleyicilere özel bir stüdyo ortamında[11] sunularak bir anket ile bu teknolojinin görsel-işitsel hikâye anlatımı üzerindeki etkisi sorgulanmıştır.

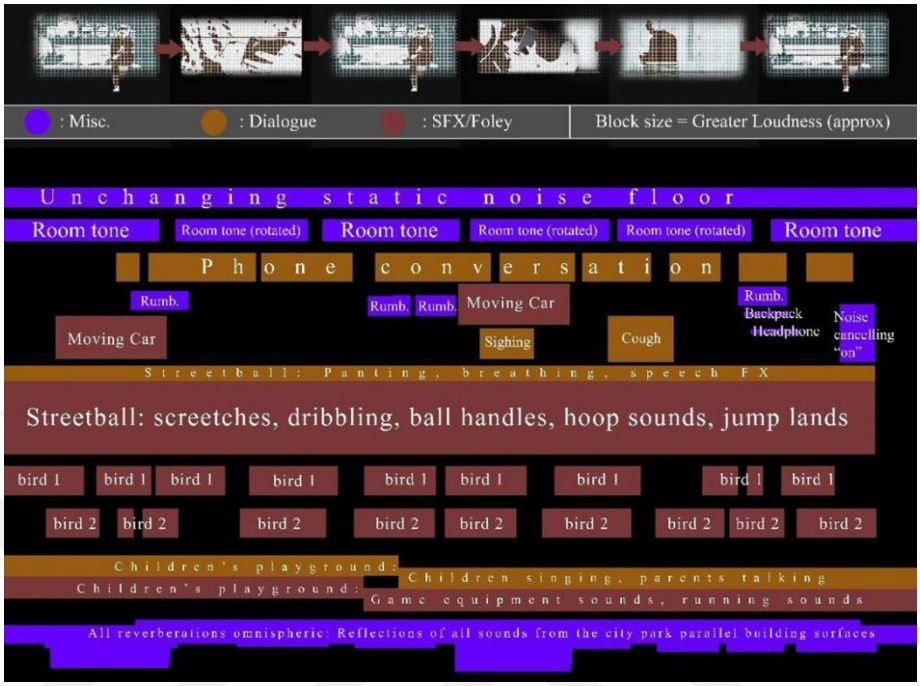
Yüksek Lisans tezinin 2. bölümü olan "METODOLOJİ" bölümünde, "2.1 Duyma Mekanizmaları (Mechanisms of Hearing)", "2.2 Ambisonics", "2.3 Görsel Dil (Visual Language)" ve "2.4 Akışları Birleştirmek (Merging the Streams)" bölümleri bulunmaktadır (Murtezaoğlu, 2022, s. xi).

Ambisonics ses teknolojisinin görsel-işitsel hikâye anlatımı üzerindeki etkisinin araştırıldığı hikâyenin üretimi bir deney videosu ile oluşturulmuş, bu deney videosunun hazırlanmasında da görsel ve işitsel unsurların bir arada takip edilebileceği bir storyboard, yüksek lisans tezinin "2.3 Görsel Dil (Visual Language)" bölümünün bir alt başlığı olan

[10]Yüksek lisans tezinin Türkçe başlığı "Görsel İşitsel Çalışmalarda Uzamsal Ses Tasarımının Anlatıya Katkıları" şeklindedir, burada "immersive audio" ifadesi "uzamsal ses" olarak çevrilmiştir. "Bu terim, uzamsal bileşenleri olan herhangi bir ses sahnesi reprodüksiyonunu kapsayan bir genel tabirdir (Murtezaoğlu, 2022, s. xix)".

[11]İTÜ (İstanbul Teknik Üniversitesi) MİAM (Dr. Erol Üçer Müzik İleri Araştırmalar Merkezi) Ambisonic stüdyo (Murtezaoğlu, 2022, s. xxi).

"2.3.4 Çerçeveleme ve kompozisyon (Framing and composition)" bölümünde sunulmuştur. Storyboard, Şekil 3.4'te görülmektedir.



Şekil 3.4. *Görsel-işitsel unsurların bir arada görülebileceği bir storyboard örneği (Murtezaoğlu, 2022, s. 22)*

Deney videosuna ilişkin görsel karelerin akışı (üst bölümdeki sıralı küçük çerçeveler) ile ses unsurlarının[12] nasıl ilişkilendiği storyboard aracılığı ile görülebilmektedir. Storyboard'un oluşturulması ile ilgili olarak tezde yer alan açıklamalar şu şekildedir:

> "Tüm bu süreçleri gerçekleştirirken harcanan zamanı en aza indirmek için önceden planlama yapmak gerekir. Bu planlamanın önemli bir kısmı storyboard adı verilen aşamada gerçekleştirilir. Deney videomuzda, tüm kareleri önceden planlayarak ve storyboard'ları çizerek başladık. Bu storyboard'ları, gerçek bir alanda çekim yapacağımız ve çekim yerini çok fazla değiştiremeyeceğimiz için oluşan kısıtlamalarla mücadele etmek amacıyla, lokasyon keşif süreci sırasında elde ettiğimiz bilgiler doğrultusunda hazırladık (Murtezaoğlu, 2022, s. 21)".

Bu örnek de göz önünde bulundurulduğunda, storyboard'ların görsel-işitsel ögeler barındıran bir hikâyenin oluşturulmasında da üretim öncesi süreci kolaylaştıran ve

[12]Gruplarına göre renkli etiketler üzerinde yazan İngilizce kelimeler, deney videosundaki ses kaynaklarını göstermektedir, video İstanbul'un Beşiktaş ilçesinde bulunan Mısırlıbahçe Park'ta çekilmiştir (Murtezaoğlu, 2022, s. 31), çalışma (Murtezaoğlu, 2022) İngilizce dilinde hazırlanmıştır.

üretimin planlanmasının belirginliğine katkı sunan bir araç olarak kullanılabileceği görülmektedir.

Hikâyeler geleneksel, dijital, transmedya anlatım, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik gibi farklı bağlamlarda; teknolojinin açığa çıkardığı araçlarla, tekniklerine ve amaçlarına göre farklı duyulara hitap ederek anlatılmaktadır. Peki hikâye anlatma, hikâye anlatımı veya hikâye anlatıcılığı tüm bu medyalara ve araçlara ek olarak, terimsel ve kavramsal olarak neyi ifade etmektedir? Bu sorunun cevabı "3.4. Hikâye Anlatıcılığı Nedir?" bölümünde aranacaktır.

3.4. Hikâye Anlatıcılığı Nedir?

"Yani, sözün kanatları varmış demek ki."
Nazlı Çevik Azazi[13]

Bu tez çalışmasının dayandığı İngilizce anahtar kelimelerden biri olan "storytelling" sözcüğünün Türkçe karşılıkları alanyazına bakılarak (bunun için çalışmaların İngilizce ve Türkçe başlıkları karşılaştırılmıştır) daha önceki bölümlerde[14] açıklanmıştı. Bu karşılıklarla ilgili olarak ulaşılan çalışmalara bakıldığında temel olarak öykü, hikâye ve anlatı sözcükleriyle ve bunlara bağlı ifadelerle karşılaşılmıştır (hikâye anlatma, hikâye anlatımı ve hikâye anlatıcılığı da bu ifadelerdendir). Bu sözcükler edebiyat sahasında terminolojik olarak birbirlerinden ayrılmaktadır; ancak çalışma hikâyeyi ve hikâye anlatımını kavram olarak ele aldığından bu bölümde ve çalışmanın tamamında hikâye sözcüğü seçilmiştir. Bu bölümde de "Hikâye anlatma, hikâye anlatımı ve hikâye anlatıcılığı terim ve kavram olarak ne ifade etmektedir?", "Farklı disiplinlerde nasıl görülmektedir?", "Önceki bölümlerde açıklanan farklı teknolojik ortamlar ve araçlar yoluyla, iletişim alanından bakıldığında bir değişim ve dönüşüm geçirmiş midir, geçirmekte midir?" gibi sorulara cevaplar aranarak bu ifadeler açıklanmaya çalışılacaktır.

Sherman ve Craig'e göre "Kaydedilmiş tarih, insanların avlanma olaylarını ifade etmek için mağara duvarlarına resim çizmesiyle ve bir topluluk veya kabilenin tarihini

[13]TRT2 ("Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'na bağlı kültür-sanat kanalı olarak yayın yapan tematik televizyon kanalı (http-17)".)'de yayınlanan "Misal" programının hikâye anlatıcısı Nazlı Çevik Azazi'nin konuk olduğu 3. bölümündeki söyleşi kısmından kendisine ait cümleden (programın 4:45'inci saniyesine bakılabilir) alıntılanmıştır; söyleşi sözlü kültür, hikâye anlatımı, kolektif hafıza ve masalların niteliği ile ilgilidir (http-18).
[14]3.1. Öykü-Hikâye-Anlatı Kavramlarına Giriş.

kayıt altına almak için hikâyeler paylaşmasıyla başlar. Hikâye anlatıcısını bir topluluk içinde yüksek saygınlığa yükselten şey iletişimin önemiydi (Sherman ve Craig, 2019, s. 5)". Tarihte insanın ve insanlığın var olduğu her zaman dilimi, iletişim kurmak için de farklı olanaklar sunmuştur, mağara duvarlarına yapılan çizimlerin anlattığı avlanma hikâyeleri de bunlardan biridir. Barber'in ifadesiyle, "En iyi ihtimalle hikâye anlatıcılığı (storytelling), tarih öncesi insanların çevre, yaban hayatı hareketleri veya yiyecek kaynakları hakkında bilgi paylaşmasıyla ortaya çıktı (Barber, 2016, s. 2)". Diğer bir görüşe göre de, ilk mağara resimleri, insanlar arasında fikirleri, yararlı gerçekleri ve olayları iletmek için bir yöntem olarak görülmüştür (Sherman ve Craig, 2019, s. 5).

Hikâyelerin ve hikâye anlatıcılığının sözlü kültürde de yeri vardır. Aydemir'e göre "Hikâyeler miras alınan ve kendisinden başkasına/sonrasına miras bırakılan anlatı oluklarıdır (Aydemir, 2021, s. 373)" ve hikâyeler paylaşıma dayalı sözlü kültür ürünleridir (Aydemir, 2021, s. 373). Hikâyelerin söz aracılığıyla insandan insana bir akış hâline sahip bir doğası vardır. Aydemir, "Gelenekselden Çağdaş Olana Türk Hikâye Anlatıcılığında Temel Motivasyonlar (Model Anlatıcılar Işığında)" başlıklı özgün araştırma makalesinde hikâyelerin bir parçası olduğu sözlü kültüre ilişkin olarak ise şöyle bir dipnot açıklamada bulunmuştur:

> "Kuşkusuz hikâyeler esasta ve köken olarak söze dayalıdır; söylemekle ve söylenileni dinlemekle gerçekleşir. Bu açıdan hikâyeler kadim zamanlardan beri sözlü kültürün hem ürünü hem de en önemli taşıyıcısıdırlar. Sözlü kültür toplumların tarihini, deneyimlerini, görgülerini, geleneklerini, değerlerini, yaşam biçimlerini ve alışkanlıklarını yansıtan kodlar bütünüyken, hikâyeler benzer işlevlerle varlıklarını sözlü kültür içerisinde devam ettirebilmişlerdir. Sözlü kültür dâhilinde hikâyenin yanı sıra türküler, ağıtlar, destanlar, masallar, maniler, bilmeceler, tekerlemeler, fıkralar, atasözleri ve deyimler gibi ürünleri sıralamak da mümkündür (Aydemir, 2021, s. 373)".

Bu tezin 3.2.1. Geleneksel hikâyeler bölümünde açıklanan halk hikâyeleri ve meddah hikâyeleri de hikâye anlatıcılığının sözlü kültür gelenek yapısı içinde gerçekleşen özel örneklerindendir.

Benjamin, "The Case Study: Storytelling in The Industrial Age and Beyond" başlıklı çalışmasında hikâye anlatımının bir toplum için nasıl işlevlerinin olduğunu şu şekilde açıklamıştır:

> "Hikâye anlatımı yoluyla, büyükler kültürün birikmiş bilgisini ve bilgeliğini, kültürün hayatta kalmasının kurallarını ve araçlarını tanımlayan bilgi ve bilgeliği aktarabilirler. Bu hikâyeler nasıl davranılması gerektiğine dair birer el kitabıdır. Amaçları, nesilden nesile, herkesin şimdiki zamanda yaşarken ve geleceğe doğru ilerlerken geçmişin bilgeliğine

erişebilmesini sağlamaktır. Hikâye anlatımı, kolektif mirasa somut bir biçim verir ve kültürün kolektif, farklı ve bazen de izole bir kimlik yaratmasına yardımcı olur. Bu, kültürün başkalarıyla rekabet etme ve birleşme veya iş birliği yapma eğilimine direnme ihtiyacını daha da güçlendirmeye hizmet edebilir. Ek olarak, hikâye anlatımı geleneksel olarak kültürel normları geleceğe dair bir vizyona dönüştürmenin bir yolunu sağlar. Bu, klasik sözlü, yazılı ve dijital çeşitler de dâhil olmak üzere tüm hikâye anlatımı çeşitleri için geçerlidir (Benjamin, 2006, s. 161)".

Hikâye anlatımının teknolojiye bağlı farklı medya türleri içerisinde gerçekleşebilmesi ile ilgili olarak ise insanın teknolojiye ve araçlara dair olan arayışının geçmişten günümüze nasıl ilerlediği ile ilgili olarak Sherman ve Craig'in şu ifadelerine başvurulabilir: "Mağara duvarlarına yayılan ilk pigmentle başlayarak, yeni teknolojiler gelişti ve evrimleşti ve bu da yeni medyaya yol açtı. İnsanlar bu süreçte fikirlerini en iyi şekilde ifade etmek için her yeni medyayı kullanmanın yollarını keşfettiler (Sherman ve Craig, 2019, s. 5)".

Hikâye anlatımının terimsel olarak tanımına bakıldığında ise, Haven'in "Super Simple Storytelling: A Can-do Guide for Every Classroom, Every Day" adlı kitabında şu ifadeler yer almaktadır: "Hikâye anlatımı (Storytelling) hem insan iletişiminin en temel biçimi hem de güçlü bir performans sanatı biçimidir. Hikâye anlatımı (Storytelling) özünde, bir hikâyenin unsurlarını ve imgelerini belirli, canlı bir izleyici kitlesine göstermek için dil, seslendirme ve/veya fiziksel hareket ve jest kullanma sanatıdır (Haven, 2000, s. 216)".

Hikâye anlatıcılığını özel kılan birtakım temel özellikler mevcuttur. Haven, bu özellikleri birkaç madde ile detaylı bir şekilde açıklamıştır:

- "Hikâye anlatımı (Storytelling) etkileşimli bir performans sanatı biçimidir. Anlatıcı (teller) ile izleyici (audience) arasındaki doğrudan etkileşim, hikâye anlatma deneyiminin temel bir unsurudur. Bir izleyici, anlatıcının sözlerine ve eylemlerine yanıt verir. Anlatıcı, genellikle sözlü olmayan bu geri bildirimi, hikâyenin tonlarını, kelimelerini ve hızını izleyicinin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için anında, kendiliğinden ve doğaçlama bir şekilde ayarlamak için kullanır. Resmi tiyatroda oyuncular ile izleyici arasında görünmez bir "dördüncü duvar"[15] varsa, hikâye anlatımı bu duvarı tamamen yıkarak anlatıcı ile izleyiciyi doğrudan ve sıkı bir şekilde birbirine bağlar.

[15]Dördüncü duvar, "görünmez, hayali bir duvarın oyuncuları seyirciden ayırdığı bir performans geleneğidir; seyirci bu 'duvarın' ötesini görebilirken, gelenek oyuncuların sanki göremiyormuş gibi davrandıklarını varsayar (http-19)".

- Hikâye anlatımı, tasarımı gereği ortak yaratıcı bir süreçtir. Hikâye anlatımında izleyiciler, bir izleyicinin bir televizyon programının veya sinema filminin içeriğini alıp kaydetmesi gibi, hikâyeyi anlatandan pasif bir şekilde almazlar. Anlatıcı, hikâye karakterleriyle veya tarihi dönemle ilgili görsel imgeler, sahne düzeni ve genellikle kostümler sağlamaz. Dinleyiciler (Listeners), bu imgeleri icracının anlatımına (performer's telling) ve kendi deneyimlerine ve inançlarına dayanarak yaratırlar. Yukarıda belirtilen etkileşim, bu ortak yaratıcı çabayı desteklemek ve dinleyicilerin hikâye yaratma sürecinin kendi kısımlarını tamamlamaları için gereklidir.
- Hikâye anlatımı, doğası gereği kişisel, yorumlayıcı ve benzersiz bir şekilde insanidir. Hikâye anlatımı, kim olduğumuzun özünü aktarır. Hikâyeler, günlük yaşamın küçük anlarından insan durumunun büyük doğasına kadar olayları, deneyimleri ve kavramları değerlendirmek ve yorumlamak için birincil araçtır. İnsan iletişiminin içsel ve temel bir biçimidir. Birçok araştırmacı, hikâyelerin ortaya çıkışını dilin her ortaya çıkışına tarihlendirir. Hikâye anlatımı, diğer tüm iletişim biçimlerinden daha fazla, insan deneyiminin ayrılmaz ve temel bir parçasıdır.
- Hikâye anlatımı, bir hikâyenin içeriğini ve anlamını bir izleyici kitlesine paylaşma, yorumlama, sunma süreci, ortamıdır. Hikâye anlatımı kendiliğinden ve deneyimsel olduğu ve dolayısıyla anlatıcı ile dinleyici arasında dinamik bir etkileşim olduğu için, bir filmin senaryosunu ve kamera talimatlarını veya bir oyunun repliklerini ve sahne talimatı notlarını tarif etmekten çok daha zordur. Hikâye anlatımı, anlatıcı ile izleyici kitlesinin etkileşiminden ve iş birlikçi, koordineli çabalarından ortaya çıkar (Haven, 2000, s. 216)".

Hikâye anlatıcılığı bağlamıyla ilgili olarak yapılan bu ayrıntılı açıklamalar göz önünde bulundurulduğunda, hikâye anlatıcılığının anlatıcının sahip olması gereken pek çok yeteneğe bağlı olarak (görsel, işitsel ve performatif), anlatımın hitap ettiği kişilerle etkili bir iletişim ve anlatıma bağlı geri bildirim ortamında gerçekleştiği görülmektedir.

Tüm bu özellikleriyle iletişimin etkililiğini artıran, duygu ve düşüncelerin iletiminde önemli rol oynayan hikâye anlatıcılığının, alanyazına bakıldığında pek çok farklı disiplinin (turizm, halkla ilişkiler, eğitim gibi) uygulama alanında da etkili bir yöntem ve kavram olarak tercih edildiğine ulaşılabilmektedir.

Kaya ve Gümüş (2021), "Anlatıya Dâhil Olmanın Hikâye Anlatıcılığına Etkisi: Unutulmaz Turizm Deneyimlerinin Aracı Rolü" başlıklı makalelerinde kişiler üzerinde hatırlanabilir, hatırlanmaya değer hatta unutulamayan turizm deneyimlerinin kişileri hikâye anlatıcılığına yönlendirip yönlendirmediğini ve hikâyeleri kullanmanın böyle deneyimler oluşturmada bir rolünün olup olmadığını araştırmışlardır. Sonuç olarak hikâyeler, turistler için etkili ve değerli bir deneyimin oluşturulabilmesinde önemli bir rol

üstlenebilmektedirler; ayrıca bu durum turistlerde de deneyimlerini çevrelerine hikâye anlatıcılığı yoluyla iletme konusunda teşvik oluşturmaktadır (Kaya ve Gümüş, 2021, s. 168).

Akçay (2017, s. 498), "Çağımızın Hikâye Anlatıcılığı Olarak Halkla İlişkiler: Vehbi Koç Biyografileri Üzerine Bir İnceleme" başlıklı makalesinde, halkla ilişkilerin sahip olduğu kültürel yönün onu hikâye anlatımına yaklaştırdığı dahası halkla ilişkilerin hikâye anlatımı olduğu ve bu alandaki uzmanların da hikâye anlatıcıları oldukları tezi üzerine, "biyografi ve kurum" temalı bir yolla bir araştırma yapmıştır. Bu noktada araştırma kapsamında, popüler biyografilere örnek teşkil edecek Vehbi Koç biyografileri ve Vehbi Koç'a ilişkin diğer anlatılar, belge çözümlemesi yoluyla, Koç Holding'e ait "Bizden Haberler" isimli kurumsal dergi üzerinden analiz edilmiştir (Akçay, 2017, s. 501). Belgelerden açığa çıkan bulgular sonucunda, halkla ilişkiler ve hikâye anlatımı eylemi arasında pozitif bir ilişki olduğu düşünülmektedir (Akçay, 2017, s. 514).

Çelebi Esmer (2019, s. vi), "İlkokul Öğrencilerinin Anlama ve Anlatma Becerilerinin Hikâye Anlatıcılığı Yolu ile Geliştirilmesi" başlıklı doktora tezinde, ilköğretim üçüncü sınıf öğrencileri ile bir araştırma modeli (eylem araştırması) üzerinden, onların anlama-anlatma becerilerinin gelişiminde hikâye anlatıcılığı yöntemini kullanmanın faydalı olup olmayacağı ile bu becerilerin geliştirilmesini amaçlamıştır. Yine eğitim alanındaki çalışmalara örnek olarak Topbaşoğlu (2021, s. i), "Hikâye Anlatıcılığının Yaratıcı Hikâye Yazma Becerisinin Gelişimine Katkısı" başlıklı doktora tezinde, ilköğretim dördüncü sınıf öğrencileri ile yürütülen araştırmada, hikâye anlatıcılığı teknikleri kullanmanın öğrencilerin yaratıcı hikâye yazma süreçlerinde gösterdikleri gelişim üzerinde olumlu bir etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Sonuç olarak bu tekniklerin öğrencilerin araştırılan konu üzerindeki gelişim düzeylerine katkı sağladığı belirlenmiştir (Topbaşoğlu, 2021, s. ii).

Bu örneklerden yola çıkılarak hikâye anlatıcılığının farklı disiplinlerin alanında alana özgü gereksinimlere yönelik çeşitli kullanımlarının ve yararlarının olduğu görülmektedir. Disiplinlerin hikâye anlatıcılığının niteliklerini kavram olarak aldıkları söylenebilir.

Bu tez çalışmasının "3.4. Hikâye Anlatıcılığı Nedir?" sorusuna cevap arayan bu başlığı altında, Benjamin'in (1993) hikâye anlatıcısını kendi düşünce dünyasında bir bilge olarak tanımladığı ifadelerine başvurulabilir. Gürbilek'in yayına hazırladığı, "Son Bakışta Aşk: Walter Benjamin'den Seçme Yazılar" adlı eserin "Hikâye anlatıcısı:

Nikolay Leskov'un eserleri üzerine düşünceler" başlıklı bölümünde, hikâye anlatıcılığı ve hikâye anlatıcısı üzerine birtakım düşünceler yer almaktadır; bu bölüm ilk kez 1936'da yayımlanmıştır (Benjamin, 1993, s. ?).

Benjamin'e göre bir kişide hikâye anlatıcılığının tam olarak oluşabilmesi için yerleşik olma ve gezgin olma yönleri beraber hayat bulmalıdır (Benjamin, 1993, s. ?). Benjamin hikâye anlatıcılığının oluşmasını benzetmelerle açıklamış ve bu açıklamasını eski çağlara bakıldığında yerleşik çiftçi ve ticaret yapan denizci, Ortaçağ'a bakıldığında ise yerleşik usta ve gezgin kalfanın beraber çalışma ortamı ve yerleşik olabilmek için önce gezgin olabilmek gerektiği fikirleriyle desteklemiştir (Benjamin, 1993, s. ?). Benjamin'in ifadesiyle "Hikâye anlatıcılığının üstadları köylüler ve denizcilerse, yüksek okulu zanaatkâr zümresiydi. Onda, uzakların bilgisiyle geçmişin bilgisi, çok gezen insanın yurduna dönerken beraberinde getirdiği bilgiyle kendini bir yerin sakinlerine teslim eden geçmiş bilgisi kaynaşmıştı (Benjamin, 1993, s. ?)".

Benjamin'in ifadesiyle, "Bütün hikâye anlatıcılarının beslendiği kaynak, ağızdan ağza aktarılan deneyimdir. (…) Hayatın pratik meseleleriyle ilgilenme, doğuştan anlatıcıların temel özelliklerinden biridir (Benjamin, 1993, s. ?)". Hikâye anlatıcıları, hayatın tam olarak, birebir içinden insanlardır.

Yine kitabın aynı bölümünde hikâye anlatıcılığı ile ilgili olarak Benjamin'e ait şu düşünceler yer almaktadır:

> "(…) Çünkü anlatıcılık her zaman hikâyeleri tekrarlama sanatı olmuştur; hikâyeler akılda tutulamayınca da bu sanat yok olur. Yok olur; çünkü hikâyeler dinlenirken onları eğirip dokuyan birileri yoktur artık. Dinleyici hikâyeyi dinlerken kendini ne kadar unutursa, dinledikleri hafızasında o kadar yer eder. Kendini anlatının ritmine kaptırdığında hikâyeleri öyle can kulağıyla dinler ki, kendini hiç zorlamadan onları yeniden anlatırken buluverir. Hikâye anlatma yeteneğine beşiklik eden ağ işte böyle örülmüştür. Binlerce yıl önce zanaatkârlığın en eski biçimleriyle aynı yerde dokunduktan sonra, bugün her tarafı sökülüp gidiyor. (…) Uzun zamandır zanaat çevresinde – kırdaki, denizdeki, şehirdeki zanaat çevresinde – serpilen hikâye anlatıcılığının kendisi de sanki zanaatkârlığa özgü bir aktarma biçimidir. Enformasyon ya da haberden farklı olarak, şeylerin saf özünü aktarmayı amaçlamaz. Nesneyi anlatıcının hayatının içine gömer ki onu yeniden onun dışına çıkarabilsin. Çömlekçinin parmak izleri çanağa nasıl yapışıp kalırsa, anlatıcı da hikâyesinde öyle iz bırakır (Benjamin, 1993, s. ?)".

Benjamin, "Hikâye anlatıcısı: Nikolay Leskov'un eserleri üzerine düşünceler" başlıklı yazısını şu cümleleriyle bitirmektedir: "Hikâye anlatıcısı… O, hayatının fitilinin, hikâyesinin tatlı alevinde yanıp yok olmasına izin veren adamdır. (…) hikâye anlatıcısının

etrafını saran benzersiz halenin kaynağı budur. Hikâye anlatıcısı, dürüst adamın kendisiyle yüzleştiği kişidir (Benjamin, 1993, s. ?)".

Bu bölümde "Hikâye Anlatıcılığı Nedir?" sorusuna hikâye anlatıcılığının birçok yönü ele alınarak cevap aranmıştır. Buradaki bilgilerden yola çıkıldığında, hikâye anlatıcısının nitelikleri de düşünüldüğünde, bu tez kapsamında bir mekân tasarımcısı da hikâye anlatıcısı olarak tarif edilebilir mi?

3.4.1. Hikâye anlatıcısı olarak mekân tasarımcısı

"Mekân, peteklerinin binlerce gözünde, zamanı sıkıştırılmış olarak tutar."
(Bachelard, 2023, s. 40)

Bu tez çalışmasında, bu bölüme kadar "hikâye ve hikâye anlatımı" pek çok yönden (terminolojik, teknolojik, duyusal yönler ile kullanım amaçları) araştırılarak açıklanmıştır. Bu bölümde ise tezin mekân tasarımı ile ilgili düşünce dünyası mekân tasarımcısı ile hikâye anlatıcısı arasında kurulabilecek kavramsal benzerlik ilişkisi üzerinden yapılandırılacaktır.

Tezde kavram olarak seçilen "hikâye", 3.1. Öykü-Hikâye-Anlatı Kavramlarına Giriş başlıklı bölümde detaylı olarak ve farklı görüşlere dayanılarak, terminolojik açıdan tanımlanmaya çalışılmıştır. Bu başlık altında mekânın tanımını yapmak ve mekân tasarımının unsurları ile beraber mekân tasarımcısının bu süreçte üstlendiği rolü, bir hikâye anlatıcısının kimliği, nitelikleri ve performansıyla beraber ilişkilendirebilmek önem teşkil etmektedir. Peki bir mekânı hikâye yapan nedir?

TDK Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre mekân Arapça kökenli olup "bulunulan yer; iş yeri, gazino, buluşma yeri vb. belli bir işe ayrılmış olan yer; ev (eski kullanım); uzay (eski kullanım/gök bilimi) (http-20)" anlamlarına gelmektedir.

Cevizci'nin Felsefe Sözlüğü'ne göre mekân, İngilizcede *space*, Fransızcada *espace* ve Almancada *raum* karşılıklarıyla ifade edilmekte olup "Var olanların içinde yer aldığı, tüm sınırlı büyüklükleri içine alan uçsuz bucaksız büyüklük. Boşluk, hiçlik durumu. Sınırsız ortam, sonsuz büyük kap ya da hazne. Üç boyutu, yani eni, boyu ve derinliği olan hacim. Yer kaplama (Cevizci, 1999, s. 583)" şeklinde tanımlanmaktadır. Yine aynı sözlükte "mekânın en, boy ve derinlikten oluşan üç boyutuyla, zaman boyutundan

meydana gelen yapı, mekân ve zamanın birliği (Cevizci, 1999, s. 585)" açıklamasıyla mekân-zaman terimi yer almaktadır.

Redhouse Yeni Elsözlüğü'ne göre ise *space* kelimesinin Türkçe karşılıkları "yer, alan; mesafe; boşluk; uzay, feza; süre, müddet; aralık, espas (2006, s. 435)" şeklindedir.

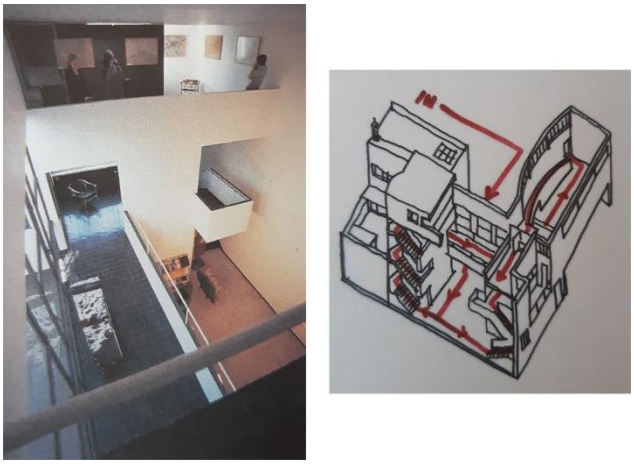
Coates, Brooker ve Stone'un, Görsel İç Mimarlık Sözlüğü'ne göre ise mekân *(space)*, "herhangi bir iç ya da dış çevreyi veya kapalı bir alanı ifade etmektedir; belirli karakteristik özelliklere sahip belli bir mekâna işaret eden 'yer' teriminden ise farklı olmaktadır (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 166)". Yine aynı kaynakta, Coates, Brooker ve Stone, mekânın hikâye yönü ile ilgili olarak şu tanımlamaya yer vermişlerdir:

> "Öyküleme *(Narrative)*: Terimin İngilizcesi '*narrative*', Latincede "hikâye etmek, anlatmak" gibi bir anlama gelen *narrare* teriminden gelmektedir ve bir seri olayın öykülenmesidir. Tasarım, tarihi birtakım ögelere atıfta bulunursa bir mimari eser ya da tasarımın "öyküsel bir bağlam"a sahip olduğu söylenebilir. Öyküleme aynı zamanda mekânların nasıl organize edildiği ve kullanıcının bu mekân içinde nasıl yönlendirildiği ile de ilişkilidir (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 189)".

Yine aynı kaynakta yer alan mimari promenad (gezinti) terimi konuyla ilişkilendirilebilir. Bu tanıma göre;

> "Mimari Promenad (gezinti) *(Architectural Promenade)*: Bir yapıda mekânları, en dramatik etkiyi sağlayacak şekilde düzenlemek için kullanılan bir yöntem. Mimari promenad, odalar, mekânlar, manzara ve bakış noktalarının kullanıcılar hareket edip gezdikçe nelerle karşılaşacaklarının düşünülerek tasarlanmasını öngörür. Etkili bir mimari promenad, beklenmedik manzaralar ve perspektifler sunarak kullanıcının mekânın hep farkında olmasını ve yeniden keşfetmesini sağlar." (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 170).

Bu terimin mekân ve hikâye arasındaki ilişkinin harekete dair bir örneği olarak görülebileceği söylenebilir. Görsel 3.1'de Le Corbusier'in Villa La Roche'ta tasarlamış olduğu ve içerisinde dolaşan kişileri farklı mekânsal değerlerle karşılaştırabilen promenad örneğinin görsel ve grafik ifadesi bulunmaktadır.



Görsel 3.1. *Le Corbusier tarafından Villa La Roche'ta tasarlanan promenad örneği (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 170)*

Hacimsel ve geometrik olarak farklı değerlere sahip olmanın mekânın hikâye yönünü güçlendirdiği söylenebilir.

Benjamin, ünlü eseri Pasajlar'da bulunan, 1935 yılında yazmış olduğu "XIX. yüzyılın başkenti Paris" başlıklı makalesinde iç mekâna dair düşüncelerini dile getirmiştir. Ona göre, bir iç mekân bireyin evreninin tezahürüdür (Benjamin, 2002, s. ?); "bireyin salonu, dünya tiyatrosunda bir locadır (Benjamin, 2002, s. ?)". Yaşanılan, içinde bulunulan bir mekân, üzerinde bırakılan izlerden oluşur: kılıf, örtü, mahfaza, kutu… (Benjamin, 2002, s. ?). Mekân, insana dair tüm unsurlarıyla insanı ve içinde bulunan canlı/cansız varlıkları kuşatan bir olgudur. İnsan, yaşamına eşlik eden, tüm ögelerle beraber mekânda da zaman içerisinde bir hikâye ile yaşar.

Bachelard, "Mekânın Poetikası" adlı eserinde hayalin nüfuz ettiği mekânla ilgili olarak şu ifadelere yer vermiştir: "Hayal gücünün kavradığı mekân, geometricinin ölçümüne ve düşüncesine teslim edilmiş kayıtsız bir mekân olarak kalamaz. Yaşanmış bir mekândır bu. Yalnızca pozitifliğiyle değil, hayal gücünün tüm taraflılığıyla yaşanmıştır (Bachelard, 2023, s. 29)". "Ruhumuz bir konuttur. Ve 'evleri', 'odaları' hatırlayarak kendi içimizde 'konaklamayı' öğreniriz. Eve ilişkin hayallerin iki yönde birden ilerlediği daha şimdiden görülüyor: Biz onların içinde olduğumuz kadar, onlar da bizim içimizdedir (Bachelard, 2023, s. 31)".

Bachelard, aynı kitabının "Mahzenden tavan arasına ev. Kulübenin anlamı" başlıklı bölümünde ise, evin değerini şu sözlerle ifade etmiştir:

> "Ev, düşlemeyi barındırır, düşleyeni korur; ev, huzur içinde düş kurmamızı sağlar. İnsani değerleri yalnızca düşünceler ve deneyimler teyit etmez. İnsana derinlemesine işlenmiş

> değerler düşlemeye aittir. Hatta düşlemenin, kendi değerini artırmak gibi bir ayrıcalığı da vardır. Düşleme, kendi varlığına doğrudan erişir. Dolayısıyla, *düşlemenin yaşandığı* yerler de, kendilerini yeni bir düşlemede yeniden kurar. Geçmişte oturduğumuz konutlar içimizde yıkılıp gitmediğinden, eski evlerin anılarını birer düşleme olarak yeniden yaşarız (Bachelard, 2023, s. 38)".

Bachelard'a göre oda ve ev, psikolojik anlamlar barındırmaktadır ve "okunabilir"dir (Bachelard, 2023, s. 73). Bu psikolojik anlamların bir parçası yine "Mekânın Poetikası" adlı eserin "Çekmece, sandıklar ve dolaplar" başlıklı bölümünde şu sözlerle ifade edilir:

> "Dolap ve dolap rafları, çalışma masası ve çekmeceleri, sandık ve sandığın saklı bölmeleri gizli psikolojik yaşamın gerçek organlarıdır. Bu 'nesneler' ve bunlar kadar değerli kılınmış bazı başka nesneler olmasaydı, içsel yaşamımız içsellik modelinden yoksun kalırdı. Bunlar karma nesnelerdir, nesne-öznelerdir. Bizim gibi, bizimle, bizim için bir içselliğe sahiptirler (Bachelard, 2023, s. 117)".

Benzer bir deyişle Beiman'ın ifadesiyle "insanlar kişiliklerini yansıtan, bazen de tanımlayan nesneleri toplarlar (Beiman, 2007, s. 105)".

Aydın (2012), "Walter Benjamin'in, Flâneur, Paçavracı ve Hikâye Anlatıcısı Kavramlarıyla Günümüz Sanatçısının Portresi" başlıklı makalesinde günümüz sanatçılarının niteliklerini Benjamin'e ait bu kavramlar üzerinden açıklamış, "her bir sanatçıyı da birer hikâye anlatıcısı olarak nitelendirmiştir (Aydın, 2012, s. 149)".

Mekân tasarımı birçok bileşene sahip bir eylemdir. Mekânın geometrik, fizyolojik, psikolojik, duyusal, sosyolojik yönleri olduğu gibi, kültüre, atmosfere ve zamana da ilişkin tarafları bulunmaktadır. Ancak tüm bunlar anlamlı bir kompozisyon ile bir araya geldiğinde bir mekân tasarımından söz edilebilir. Hikâye ve mekân arasında bir ilişki kurmak gerekirse, hikâye anlatımı en genel tarifle anlatıcı, dinleyici ve ikisi arasında kurulan iletişim yoluyla/kanalıyla gerçekleştirilmektedir. Hikâyeler insanların duyularına hitap eder, duyulara göre kendilerine çeşitli ortam ve araçlar bulur. Mekânlar da kapsadığı sınırlar ve sahip olduğu tüm değerlerle insanları kuşatır, insanların yaşamına imkân verir, insanların onda geçirdiği zamanda yer eder. Aslında bir mekân oluşturulduğunda, bir hikâyenin de oluşturulduğundan söz edilebilir; burada hikâye mekânın sahip olduğu kompozisyondadır. Mekânlar tasarım eylemi neticesinde hikâyeleri içerir, kullanılacakları zaman içerisinde yeni hikâyelerin oluşmasına da imkân tanır. Diğer bir deyişle, bir mekânla iletişime geçen bir kimsenin o mekânın hikâyesinin de muhatabı olduğu söylenebilir.

Mekân tasarımında mekânın hikâye yönü üzerinde durulabilecek ve hikâye anlatıcılığına el veren pek çok yöntemin bulunduğu söylenebilir: çizgi roman, eskiz, 3B model, maket, fotoğraf, kolaj, storyboard… Bu yöntemler mekân tasarımı süreçlerinde iki veya üç boyutlu, geleneksel veya dijital biçimlerde temsil edilerek uygulanmaktadır. Bu noktada temsilin *(representation)* tanımı üzerinde durmakta yarar vardır. Bir sonraki bölümde temsil detaylı olarak açıklanacaktır.

3.5. Mekân Tasarımında Hikâye Anlatıcılığı Teknikleri: Temsil Biçimleri

"Her çizim bir kapıdır. Bir uçuş. Buradan oraya doğru narin bir uçuştur."
(Vargas, 2012'den aktaran Belardi, 2016, s. 119)

Bu bölümde, mekân tasarımı sürecinde temsil kavramı incelenerek, temsilin hikâye anlatıcılığına olanak verme yönü üzerinde durulacaktır; böylece mekân tasarımı ve hikâye anlatımı arasında kurulabilecek ilişkiler ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Temsili tanımlarken sunum *(presentation)* kavramına değinmekte de yarar vardır. Görsel İç Mimarlık Sözlüğü'ne göre sunum şu şekilde tanımlanmaktadır:

> "Sunum *(Presentation)*: Sunum, üretilen fikirlerin ilgili kişiler ile paylaşılmasını sağlayan, tasarım sürecinin önemli parçalarından biridir. Tasarımcılar sunumlarını müşterileri ya da planlama komite veya gruplarına yaparlarken, öğrenciler projelerini öğretmenlerine sunarlar. (…) Sunum, tasarım eğitiminde de profesörler ve öğrenciler arasında iletişim kurmaya yarayan ve öğrencilerin fikirlerini ifade edebilmelerini sağlayan önemli bir araçtır (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 232)".

Temsil *(representation)* ise Madrazo'ya göre (2006, s. 73) felsefi bir kavram olup alana göre farklı anlamlar içerebilmektedir; örneğin sanatta temsil, estetik bir amaç için oluşturulan bir formdur; geometride temsil, üç boyutlu objeleri iki boyutta ifade edebilmek için kullanılan aksonometrik perspektif gibi farklı projektif sistemlerdir; mimarlıkta ise temsil, eskiz, diyagram vb. gibi çizimler veya fiziksel/dijital modeller yoluyla düşünceleri, imgeleri ifade etmek ve bir binanın plan, kesit, görünüş gibi grafik diller kullanılarak farklı ölçeklerde anlatımını kapsamaktadır (Madrazo, 2006, s. 73).

Temsil *(representation)* ile sunum *(presentation)* arasındaki farklardan birinin temsilin daha teknik bir tanım içerdiği, sunumun ise uygulama aşamasına temsilden daha yakın ve zihnindekileri temsil yoluyla aktaran tasarımcının çevresiyle kurduğu kuvvetli iletişim olarak tanımlanabilmesi olabilir.

Temsilin Cevizci'nin Felsefe Sözlüğü'ndeki anlamlarından biri ise şu şekildedir: "Bir şeyin, bir olgunun ya da nesnenin, dışsal bir gerçekliğin başka bir düzlemde, dil ya da düşüncede, aynen hiçbir anlam veya içerik kaybı olmadan yansıtılması, betimlenmesi (Cevizci, 1999, s. 839)".

Kürtüncü'nün (2011) "Diyagram: Mimarlıkta Bir Düşünme, Tasarlama ve Temsil Aracı" başlıklı çalışması ve Adıgüzel'in (2022) "Imagination In Design Thinking: Tracking Through Representation" başlıklı çalışması mekân tasarımı süreçlerinde temsilin ne olduğunu anlamaya olanak verecek çalışmalardandır.

Adıgüzel (2022, s. 9) yüksek lisans tezinde, genel olarak bakıldığında, tasarım düşüncesindeki hayal gücünün izlerini, dışa vurulan temsil yöntemleri (sözel/görsel) üzerinden 1. ve 4. sınıf mimarlık bölümü öğrencileri ile yapılan durum çalışması temelinde, öğrencilerin tuttukları tasarım günlükleri ve onlarla yapılan derinlemesine ve yarı yapılandırılmış görüşmeler yardımı ile takip etmiştir. Tez kapsamında sözel temsil biçimleri; anahtar kelimeler, tanımlar, formüller, anlatılar, analoji ve metaforlar ve kısa notlar şeklinde belirlenmiş (Adıgüzel, 2022, s. 112), görsel temsil biçimleri ise; diyagramlar, plan çizimleri, kesit çizimleri, perspektifler, storyboard'lar, kolajlar, video/fimler, fiziksel/dijital modeller şeklinde belirlenmiştir (Adıgüzel, 2022, s. 123).

Adıgüzel'in ifadesiyle "Storyboard'lar perspektif temelli anlatıma dayanmalarının yanı sıra bir zaman çizelgesini betimler. Tasarımda zaman kullanımını betimleyen eylemler, düşünceler, mekân algısı, atmosfer, diyaloglar ve durumlar bu bütüncüllüğün kurulmasını sağlayan ve perspektife ek olarak dâhil edilen unsurlardır (Adıgüzel, 2022, s. 89)".

Kürtüncü (2011), doktora tezi çalışmasında mimari tasarım sürecinde temsil kavramını diyagramı odağına alarak açıklamış ve diyagram-imge ilişkisi başlığı altında şu ifadelere yer vermiştir:

> "Mimarlık ve temsili bağlamında düşünüldüğünde ilgili tüm görsel materyal; örneğin resim, fotoğraf, illüstrasyon, harita, kroki, fotoroman, storyboard, eskiz, karalama, çizim, teknik çizim, karikatür, harf, ideogram, piktogram, notasyon, ikon, indeks, şekil, grafik, şema, diyagram, model, figür, sembol,.. vb. tüm görsel materyal "imge" kabul edilebilir (Kürtüncü, 2011, s. 33)".

Eisenman ise "Diagram: An Original Scene of Writing" başlıklı çalışmasında diyagramı şu şekilde açıklamıştır:

> "Genel olarak, bir diyagram grafiksel bir kısaltmadır. Bir ideogram olmasına rağmen, mutlaka bir soyutlama değildir. Bir şeyin kendisi olmadığı için bir temsilidir. Bu anlamda,

> cisimleştirilmekten başka bir şey yapamaz. Oluşum ilişkilerini ve süreçlerini ifade etmeye çalıştığında bile, asla değer veya anlamdan bağımsız olamaz. Aynı zamanda, bir diyagram ne bir yapıdır ne de yapının bir soyutlamasıdır. Bir mimari nesnedeki ilişkileri açıklasa da, onunla izomorfik değildir (Eisenman, 1998, s. 27)".

Yunancada *dia* "aracılığıyla (through)", *gramma* ise "yazılı olan bir şey (something written)" anlamlarına gelmektedir; bu nedenle diyagram teriminin aslında geniş bir olasılığa karşılık geldiği söylenebilir (Corbellini, 2006, s. 91). Corbellini'ye göre diyagramlar, genellikle iki boyutlu desenlerde düzenlenmiş noktalardan, çizgilerden ve alanlardan oluşmakta olup üç boyutlu modeller olarak da oluşturulabilmektedir (Corbellini, 2006, s. 91-92). Corbellini, "Diagrams. Instructions for Use" başlıklı çalışmasında diyagram kavramıyla ilgili açıklamalarını şu şekilde sürdürmüştür:

> "Gilles Deleuze tarafından kendisine verilen genişletilmiş 'soyut makine' anlamında, diyagram maddiliğini göz ardı eder ve kavramsal bir çalışma aygıtı olarak sunulur. Yani her şey, bu anlamda bir eylem gerçekleştirdiği sürece diyagramatik bir rol üstlenebilir (görüntüler, binalar, formüller, müzik parçaları, film dizileri, günlük kullanım nesneleri, çizgi filmler, storyboard'lar…). Diyagramın belirli bir yapı veya yapılandırmada tanınması ve bu şekilde kullanılması ve/veya davranması olasılığı olduğunda var olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, aynı anda hem okuma hem de planlama aracıdır. Daha kesin olarak, gerçeklik, yorumları ve dönüşüm yönleri arasında anlamlı ilişkiler kurma yeteneğine sahip bir okuma aracı olduğu ölçüde bir planlama aracıdır (Corbellini, 2006, s. 92)".

Mimarlık, doğası gereği temsil zorunluluğuyla bağlantılıdır (Carbonell Segarra ve Díaz García, 2019, s. 506), bir mekânı algılamak ise birçok değişkenin dâhil olduğu karmaşık bir süreçtir (López Sánchez ve García García, 2019, s. 396). Mimarlık alanında, duygular duyular kullanılarak algılanır, mekân üç boyutluluğuyla anlaşılır, hafızada yer eden imge deneyimler yoluyla yorumlanır, oranlar aktarıldıktan sonra ortogonal tahminlerle analiz edilir, projekte edilebilecek olasılıklar bulunur ve anlam çizim gibi grafiksel yollarla açıklanır (López Sánchez ve García García, 2019, s. 396).

Ching'e göre "her türlü çizimin özünde, imgeleri görme, gözünde canlandırabilme ve ifade etmeye ilişkin etkileşimli bir süreç vardır (Ching, 2010, s. 10)".

López Sánchez ve García García'ya göre çizim,

> "(…) mimaride her zaman öncü bir rol oynamıştır ve mimarların bir fikri ifade etmek için kullandıkları grafik dildir; görülen şeyin, düşünülen şeyin veya görülmesi istenen şeyin bir temsili olabilir; gerçekliğin bir temsili veya gerçek bir formda tezahür eden soyut bir fikir olabilir (López Sánchez ve García García, 2019, s. 396)".

Bu noktada López Sánchez ve García García (2019, s. 397) "Manual Drawing as Means of Reflexion, in The Graphic Ideation" başlıklı çalışmalarında "görsel düşünme"

ve “grafik düşünme” yolları ile ilgili açıklamalara yer vermişlerdir. Buna göre görsel düşünme,

> “Düşünme ve duyuların eylemi arasındaki eser bariyerinin (artifact barrier) analiz edildiği psikoloji alanındaki yaratıcılık çalışmasından geliştirilmiş olup duyular, bellek, düşünce ve öğrenme yoluyla bilgi almak, stoklamak ve işlemek anlamına gelmektedir; vizyonun yarattığı şeyi görmek, hayal etmek ve çizmek için kullanılan bir düşünme biçimidir; dolayısıyla çizilmiş bir görüntü biçiminde dışa vurulduğunda, grafik düşünceye dönüşür (López Sánchez ve García García, 2019, s. 397)”.

Grafik düşünme ise,

> “Çizimle desteklenen düşünmeyi tanımlayan bir ifade olup mimarlıktaki bu tür düşünme, genellikle bir projedeki kavramsal tasarımın aşamalarıyla ilgilidir ve bunları adım adım kavramak için gereklidir; grafik düşünme süreci, çizim yoluyla iletişim kurduğumuz kendi aramızdaki bir konuşma olarak düşünülebilir; iletişim süreci, kâğıdın üstüne çizilen resim, göz, zihin ve eli içerecektir; bu ilişki, bir fikir olarak tanımlanan cevabın bir parçasıdır (López Sánchez ve García García, 2019, s. 397)”.

Carbonell Segarra ve Díaz García’nın Sáinz Avia’dan yaptığı aktarıma göre;

> “Mimarlık, çoğu durumda, tam ölçekli modeller kullanılarak geliştirilemez ve gözden geçirilemez; bu nedenle mimarın işi yalnızca mimariyi tasarlamak değil, aynı zamanda buna paralel olarak, tasarımın inşa edilmesinin yanı sıra anlaşılabilmesi ve yorumlanabilmesi amacıyla temel mesajları iletmek ve belirlemektir (Sáinz Avia, 2005’ten aktaran Carbonell Segarra ve Díaz García, 2019, s. 506)”.

Sellés Cantos, bir mimari projede fikirleri iletmek için genel olarak kullanılan dört ifade yöntemini şu şekilde açıklamıştır:

- eskizler ve diyagramlar,
- perspektiflerle desteklenen ölçekli plan, kesit, görünüş gibi çizimler,
- ölçekli olarak inşa edilen fiziksel modeller,
- sabit bir ölçeği olmayan dijital modeller (Sellés Cantos, 1999’dan aktaran Carbonell Segarra ve Díaz García, 2019, s. 507).

Carbonell Segarra ve Díaz García’ya göre, bu ifade yöntemlerinden “ilk ikisinin ortamı kâğıttır, üçüncüsü malzemeler kullanılarak inşa edilir ve dördüncüsü başlangıçta bir bilgisayarın belleğinde tutulmasına rağmen kaçınılmaz olarak kâğıda aktarılır ve genellikle bir veya çeşitli statik bakış görüntüleriyle temsil edilir (Carbonell Segarra ve Díaz García, 2019, s. 507)”.

Bagnolo ve Lusso’ya göre ise,

> “Mimari temsilde çizim, her zaman mekânın gerekli “nesnel” temsilini amaçlamış, öncelikle bir mekânı tasarlama ve inşa etme sürecine katılan aktörlerin, ardından da kullanıcılarının

> "öznel" konumlarını üstlenen kurucu rolü çoğu zaman ihmal edilmiştir; grafik temsil metrik verilerin tanımlanmasıyla sınırlı kalmamalı, mimari, mekânı çevreleyen yapısal elemanların genişlik, uzunluk ve yüksekliklerinin toplamından türetilmemelidir (Bagnolo ve Lusso, 2019, s. 756)".

SEKANS Sinema Kültürü Dergisi'nin 2024 yılı Nisan ayına ait 24. sayısında yayınlanan, Gülbin Paytar, Süheyla Tolunay ve Emre İşlek tarafından Celal Abdi Güzer ile yapılan röportajda (Paytar, Tolunay ve İşlek, 2024) sinema ve mimarlık ilişkisi üzerinde durulmaktadır, Güzer konuyla ilgili olan düşüncelerini şu şekilde dile getirmiştir:

> "Bu ilişki giderek daha organik hale geldi. Demin konuştuğumuz birtakım dijital tekniklerin gelişmesiyle filmlerin mekânlarını bilgisayar ortamında gerçekçi veya gerçekçi olmaya yakın bir şekilde tasarlamak mümkün olduğu için bir sürü mimar bu alana kaymaya başladı. Epey bir alt tasarım alanı haline geldi. Bir de -kitapta da çok bahsediyorum- kesişen zeminleri var. Üç noktada kesişme var. İlki; üretim yöntemleri, demin konuştuğumuz eskiz, eskizin dönüştürülmesi, *snopsis* süreci, *storyboard* süreci. Bu arada *storyboard* sürecini bir miktar bizim eskiz sürecine benzetiyorum. İkinci aşamada anlama ve anlatma yöntemlerinde birtakım benzerlikler var. (…) Üçüncü olarak da sonuç ürünün eleştirilmesi ve değer bulmasıyla ilgili bir ortak zemin var. (…) (Paytar, Tolunay ve İşlek, 2024, s. 250-251)".

Ana konusu sinema ve mimarlık ilişkisi olan bu röportajda Güzer, film üretimi sürecinin bir parçası olan "storyboard" ile mekân tasarımı sürecinin bir parçası olan "eskiz" süreci arasında bir ilişki kurmaktadır. Güzer, sözlerinin devamında eskizin eleştiriye dayalı bir düşünce yolu olduğunu, fikirlerin tamamını bir arada görebilme ve aralarında kıyas yapabilme konusunda da olanak verdiğini ifade etmiştir (Paytar, Tolunay ve İşlek, 2024, s. 252).

Artkan ve Kaya (2021, s. 54), "Mimarlık Eğitimini Z Kuşağı ile Yeniden Düşünmek: Bir Görsel Öğrenme Biçimi Olarak 'Bricolage'" başlıklı araştırma makalelerinde, mimarlık eğitiminde Z kuşağı çağında olan öğrenenler için stüdyo derslerinde yeni bir yaklaşım sunma amacıyla "birbirinden farklı parçaları yaratıcı bir biçimde bir araya getirerek bunlardan anlamlı bir bütün oluşturma becerisi" olarak tanımlanabilen *bricolage* yöntemi ile tasarım araçları olarak stop-motion, gif-motion, kolaj, storyboard gibi grafik yöntemleri önermektedirler.

Mekânın hikâye yönünü ortaya koyan ve mekân tasarımı süreçlerinde temsil araçları yoluyla hikâye anlatan örnekler arasında, bir hikâye anlatımı aracı ve aşaması olan storyboard'un olduğu çalışmalar görülmektedir. Storyboard ve mekân tasarımı (hikâye anlatımı ortak noktasında buluşan bu iki kavram) arasındaki ilişkiyi daha iyi

anlayabilmek adına bu tez çalışması kapsamında storyboard üzerine yapılan ayrıntılı araştırma tezin 4. bölümünde literatüre dayalı olarak açıklanacaktır.

4. STORYBOARD'UN TANIMI, KULLANILMA ALANLARI VE BİLEŞENLERİ

Bu bölümde ulusal ve uluslararası alanyazına dayalı olarak storyboard'un farklı yönlerden tanımı, kullanıldığı alanlar ve oluşturulma biçimleri detaylı olarak ele alınacaktır.

4.1. Storyboard Nedir?

Storyboard, en genel tanımıyla hikâye anlatımını esas alan tüm ortamlarda, ortama göre hikâyenin oluşturulabilmesi için kullanılan bir ön hazırlık aracıdır. Kelime Türkçe literatürde, "görsel senaryo", "hikâye/öykü tahtası", "hikâye/öykü panosu", "resimli taslak" gibi ifadelerle karşılık bulmaktadır. Bu bölümün araştırılması, birçok ulusal ve uluslararası kaynak göz önünde bulundurularak yapılmıştır.

Storyboard ile ilgili olarak Türkiye'de yapılmış makale ve tez çalışmaları DergiPark, TRDizin ve YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanları aracılığıyla araştırılmıştır. Buna göre ulusal literatür taramasında ulaşılan kaynaklar ve kaynakların genel hatları aşağıda ifade edilmeye çalışılmıştır.

Ulaşılan ulusal makaleler:

- Yakut (2014a), "Günümüzün Eğitim Ortamlarında Resimli Öykü Taslağı (Story-Board) ve Öyküleştirme (Storyline) Tekniklerinin İşlevleri" başlıklı makalesinde, storyboard oluşturma ve öyküleştirme yöntemlerinin güncel öğretim ortamları ve öğrenciler üzerindeki işlevlerini ve katkılarını literatüre dayalı bir değerlendirmeyle açıklamıştır.
- Yakut'un (2014b, s. 27), "Yorumlayıcı Paradigma Yaklaşımı Kavramlarıyla Sinema Sanatı Üretimine Bakış" başlıklı makalesinde, yorumlayıcı paradigma kavramı, bir iletişim ortamı olan sinema sanatı üretimi ve onun bir parçası olan storyboard oluşturma eylemleri örnek alınarak açıklanmıştır. Yakut'un ifadesiyle sosyal bilimler alanında yorumlayıcı paradigma, sosyal yaşamın mikro ölçeklerindeki bireylerin arasındaki ilişkilere ve etkileşimlere birtakım yöntem ve ilkelerle bakan bir yaklaşımdır (Yakut, 2014b, s. 18).
- Kırmacı ve Şahin İzmirli'nin (2015), "Web Tabanlı Ölçme ve Değerlendirme Ortam Tasarımı: Bir Görsel Senaryo Örneği" başlıklı makalelerinde, storyboard görsel senaryo olarak ifade edilmekte olup

çalışma, web ortamında sunulan eğitsel materyallerin görsel senaryo biçimi rehberliğinde oluşturulması ile ilgilidir.

- Halaçoğlu (2020), "Reel Görüntü Filmlerinde Görsel Senaryo (Storyboard): Kamera Hareketlerinin Şematik Temsilleri" başlıklı makalesinde, film üretimi süreçlerinde bir pre-prodüksiyon aracı olarak kullanılan storyboard'un bölümlerini analiz ederek, storyboard'lardaki kamera hareketleri gösterimine dair grafik bir ifade dili sunmaktadır.
- Şen'in (2021), "GPT3: DALL-E ve JL2P Ekseninde Veri Görselleştirme ve Hareketlendirme Üzerine Bir İnceleme" başlıklı araştırma makalesinde, söze dair ifadelerin görsel dile dönüştürülmesi sürecinde kullanılan veri görselleştirme ve hareketlendirme ortamlarının tasarım süreçlerinde oluşturulan hikâye panosu (storyboard) üretimleri için faydalı olabileceği önerilmektedir.
- Artkan ve Kaya'nın (2021), "Mimarlık Eğitimini Z Kuşağı ile Yeniden Düşünmek: Bir Görsel Öğrenme Biçimi Olarak 'Bricolage'" başlıklı araştırma makalelerinde, storyboard'un günümüz mimari stüdyo dersi ortamlarında bir anlatım biçimi olarak kullanılabileceği görülmektedir.
- Kozan'ın (2022, s. 23), "Dijital Film Yapımında Storyboard ve Ön Görselleştirme Uygulamalarında Yazılım Kullanımı" başlıklı değerlendirme makalesinde, film yapımının ön görselleştirme bölümünde storyboard oluşturma amacıyla kullanılan dijital ortamlar, geliştirilen birçok yazılım örneği incelenerek değerlendirmeye alınmıştır.
- Savaş, Tuncel ve Kavut'un (2022), "The Evaluation of The Effects of Space Interpretation of Storyboarding Technique to The Final Space" başlıklı araştırma makalelerinde, storyboard'un tanımı, nitelikleri, kullanım alanları ve yapım biçimleri anlatılarak, çeşitli filmlere ilişkin mekân görselleri filmlerin storyboard çalışmaları ile karşılaştırılarak, mekân tasarımının unsurları üzerinden analizler yapılmıştır. Sonuç olarak, storyboard'un mekân tasarımına yönelik katkısından dolayı, çalışmanın iç mekân tasarımı süreçlerinde storyboard kullanımına ilişkin araştırmalara ilham olabileceği ifade edilmektedir (Savaş, Tuncel ve Kavut, 2022, s. 185).
- Arslan'ın (2023, s. 1933), "Görsel Sanatlar Öğrencilerinin Bakışıyla Okulda Bir Gün: Storyboard Uygulaması" başlıklı araştırma makalesinde, Resim-İş

Öğretmenliği Grafik Tasarım VI Anasanat Dalı dersini alan bir grup öğrenciden analog/dijital storyboard oluşturma yöntemiyle okulda geçen bir günlerini anlatmaları istenmiş, sonrasında da öğrencilerle yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılarak bu görselleştirme deneyiyle ilgili birtakım bulgulara ulaşılmıştır.

Ulaşılan ulusal yüksek lisans tezi çalışmaları:

- Özgür'ün (1988), "Televizyon Reklamlarında Görüntüsel Anlatım" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasında, televizyon reklamlarının üretim aşamaları özellikle görüntüsel anlatım ögeleri detaylı olarak ele alınmıştır, bu süreçte storyboard'un da kullanıldığı kısımlar tezdeki şemalar yardımı ile görülebilmektedir.
- Çetiner (2014), "Storyboard Çizimlerinin Film Yapım Sürecine Katkısı, Görsel Algı" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasında, storyboard yapımına ilişkin terminolojik unsurları detaylı olarak açıklayarak, Japon yönetmen Akira Kurosawa'nın resim niteliğinde oluşturduğu storyboard'lara odaklanmıştır. Çalışmanın sonunda sinema yönetmeni Nesli Çölgeçen ve sinema eleştirmeni Mehmet Açar ile sinema alanında storyboard kullanımı üzerine yapılan röportajlar bulunmaktadır.
- Uçan (2015), "Düşünme Aracı Olarak Karikatür: Teknoloji Proje Üreticileri için Karikatür Tabanlı Uygulamalar" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasında, storyboard'u canlandırma alanında kullanılan bir yöntem olarak ele almış, Yıldız Teknik Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi Kuluçka Merkezi ve Nerde Ne Zaman Kültür ve Sanat Web Platformu için storyboard yöntemiyle karikatür dilinde canlandırmalar tasarlamayı amaçlamıştır, oluşturulan görsel materyaller tez içerisinde sunulmaktadır.
- Kal (2017, s. v), "Designing A Virtual Reality Educational Game for Cinematic Storytelling Education" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasında, sinematik hikâye anlatımı alanında eğitsel bir sanal gerçeklik oyunu tasarlamış, bu oyun aracılığıyla da öğrencilerin film yapımı süreçlerine ilişkin bilgi ve becerilerini geliştirmeyi amaçlamıştır. Cinevoyage isimli bu oyundaki bir bölümün de storyboard yapma ve akış şeması oluşturma olduğu sunulan şablonlar vasıtasıyla görülebilmektedir (Kal, 2017, s. 45);

ayrıca bu şablonlar kullanılarak oluşturulan storyboard örnekleri de tezde bulunmaktadır (Kal, 2017, s. 46-47).

- Polat'ın (2019), "Tim Burton Filmleri Üzerinden Sanatsal Yaratı Aracı Olarak Claymation Canlandırma Tekniği ve Eğitimi" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasında, Tim Burton'un animasyon niteliğindeki filmi Noel Gecesi Kâbusu'nun yapım aşamalarında üretilen storyboard'lar sunulmakta olup nasıl üretildikleri de açıklanmaktadır. Proje claymation canlandırma tekniği ile üretime dayalı olup büyük ve her biri alanında uzman, eğitimli bir yapım ekibini içermektedir. Filme ait set tasarımı ve karakterler kil ve plastisin malzeme ile üretilmiş olup öncesinde hazırlanan detaylı storyboard çalışmaları ise bu üretime bir rehber niteliğinde olmuştur.
- Adıgüzel'in (2022), "Imagination In Design Thinking: Tracking Through Representation" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasında, storyboard'un mimarlık bölümü proje derslerinde bir görsel temsil yöntemi olarak kullanılabileceği görülmektedir.
- Karabeğ'in (2024, s. xviii), "Sinema ve Mimarlık Arakesitinde Sinematografik Mekânın Analizi ve Alternatif Üretimleri; Hitchcock, Kubrick ve Anderson Sineması" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasında, sinema ve mimarlık ilişkisi altında üç yönetmene ait ikişer film seçilerek yönetmenlerin bu filmlere ilişkin oluşturdukları sinematografik değerler incelenmiştir, senaryo ve storyboard başlıkları da bu ögelerden biridir; sonrasında filmlerin mekân görselleri ile ilgili nitelikler, Midjourney adlı yapay zekâ programına girilerek yeni görseller oluşturulmuştur; tüm veriler analiz edilerek sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Storyboard'lar, çalışmada sinematografik bir analiz unsuru olarak görülebilmektedir.

Alanyazına bakıldığında, storyboard'un iletişim, eğitim, film yapımı, mimarlık, tasarım, görsel sanatlar, reklam, tanıtım, dijital oyun tasarımı, animasyon, sinema gibi pek çok alanda analog biçimde veya yeni medyaya bağlı değişkenler yoluyla üretilebilen görsel bir araç olduğu görülmektedir. Storyboard'lar elde edilecek son ürün için bir rehber ve takip edilen bir yol gibi düşünülebilir.

Simon, "Storyboards: Motion in Art" adlı kitabında storyboard'ları şu şekilde tanımlamaktadır:

> "Storyboard, yapımcının (the producer) veya yönetmenin (director) bir yapımın (a production) son düzenlenmiş versiyonunun nasıl görüneceğini öngördüğünün, çizgi roman gibi resimli bir görünümüdür. Prodüksiyona bu bakış, yapımcı veya yönetmen ile ekibin geri kalanı arasındaki en etkili iletişim şeklidir. Bina planlarının inşaat ekiplerini mimarın tasarladığı şekilde bir ev inşa etmeye yönlendirmesi gibi, storyboard'lar da film ve TV ekiplerini yönetmenin tasarladığı şekilde bir proje üretmeye yönlendirir. Her çizim, her çekimle ilgili (about each shot) en önemli bilgilerin tamamını anında ilişkilendirir ve tüm ekibin elde etmesi gereken benzersiz bir görünümü tanımlar (Simon, 2007, s. 3)".

Hart'ın "The Art of The Storyboard: A Filmmaker's Introduction" adlı kitabındaki ifadesiyle ise storyboard'un tanımı şu şekildedir:

> "Storyboard, çekim senaryosundan uyarlanan (adapted from the shooting script), kare kare (frame-by-frame), çekim çekim (shot-by-shot) sıralı çizimler dizisi (series of sequential drawings) sunmak için tasarlanmış prömiyer ön prodüksiyon (the premiere preproduction), ön görselleştirme aracıdır (pre-visualization tool). Bunlar, senaryo anlatımını (the script narrative) aydınlatan ve zenginleştiren ve bitmiş film için doğru görünümü oluşturmak üzere tüm yapım ekibinin (the entire production team), gerçek çekimler yapılmadan önce senaryonun gerektirdiği tüm karmaşık aksiyonu organize etmesine olanak tanıyan konsept çizimlerdir (concept drawings) (Hart, 2008, s. 1)".

Hart'a göre storyboard'ların mütevazi başlangıcı orijinal Pazar çizgi romanları *(Sunday comics)* ile olmuştur; ancak storyboard'un profesyonel anlamda *Gertie the Dinosaur* (1914) animasyonunun sahibi Winsor McCay tarafından bir sanat biçiminde kullanıldığı düşünüldüğünde, film üretimi süreçlerinde bir ön görselleştirme *(pre-visualization)* ve ön prodüksiyon *(preproduction)* aracı olarak kullanılmaya da böylelikle başlamış olduğu görülmektedir (Hart, 2008, s. 1). Winsor McCay'in Hart'a ait bir çizimi Görsel 4.1'de görülmektedir.

Görsel 4.1. *Winsor McCay ve animasyon çizgi filmi Gertie the Dinosaur'a ait Hart tarafından yapılmış bir çizim (Hart, 2008, s. 2)*

Hart, bir mimari üretim ve film üretimi arasında kurduğu benzerliği Rönesans dönemi mimarlarından Leon Battista Alberti'yi de referans göstererek şu sözlerle ifade etmiştir:

> "Rönesans mimarı Leon Battista Alberti, 1470 dolaylarında Floransa'da şunları yazıyordu: "Mimar, inşaat başlamadan önce ne yapacağını tam olarak bilmelidir [senaryo konsepti]. Binanın onun zihninde zaten tamamen tamamlanmış olması gerekir [pre-viz, Hitchcock veya Peter Jackson gibi]. Maliyetleri [yapımcı] tahmin edebilmesi, malzemelerini [CGI ve VFX] ve iş gücünü hazırlayabilmesi ve bunları inşaat alanına [setler ve aydınlatma] getirebilmesi için çizimleri [storyboard sanatçısı] ve heykelsi dekorasyon [prodüksiyon tasarımcısı] dâhil olmak üzere her ayrıntıyı tamamlamış ölçekli modelleri yapmış olmalı (Hart, 2008, s. 21)".

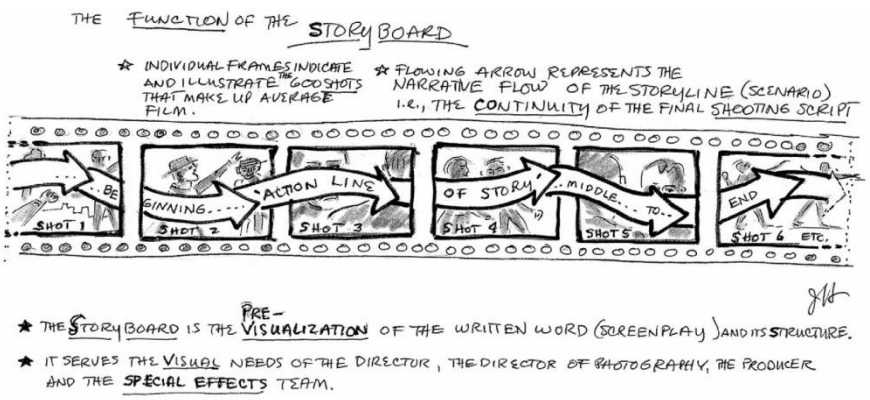
Bu ifadeden çıkarılabilecek bir sonuç; senaryo konseptinin inşaat öncesi hazırlık ile, İngilizcede *previsualization* olarak geçen ve *pre-viz* şeklinde kısaltılan "ön görselleştirme" teriminin zihinde tamamlanan ve olgunlaşan fikirler ile, yapımın maliyet yönetimi ile, CGI ve VFX gibi görselleştirme yöntemlerinin malzemeler ile, set tasarımının inşaat alanı ile, storyboard'ların mimari çizimler ile ve prodüksiyonun dekorasyon ile benzer olabileceğidir.

Oyun alanından storyboard'un tanımına bakıldığında ise, Newman "Cinematic Game Secrets for Creative Directors and Producers: Inspired Techniques from Industry Legends" adlı kitabında storyboard'ları şu şekilde tanımlamaktadır: "Storyboard oluşturma temel olarak hikâyenin nasıl gelişeceğini gösteren bir dizi eskiz tasarlamaktır; tıpkı bir çizgi romandaki bireysel paneller gibi. Bir eskiz kadar basit ya da bilgisayar tarafından oluşturulan hareketli grafikler kadar karmaşık olabilirler (Newman, 2009, s.

79)". Storyboard'ları kullanmak, üretim sürecinde maddi yönden de çok fazla harcama yapmayı önleyerek, fikir üzerine birçok deneme yapmayı olanaklı hâle getirir (Newman, 2009, s. 80).

Beiman'a göre storyboard'lar bir dizi bireysel çizimler değildir, bir fikir iletirler; hikâye noktasının belirli bir yerinde fikri iletmeleri ve iletişim kurmaları gerekir, aksi hâlde storyboard'lar işlevini yerine getirememektedir (Beiman, 2007, s. 148).

Hart'a göre storyboard sanatı "kontrollü bir sanattır, sıralı bir sanattır (a sequential art) – belirli bir hikâye çizgisinin (a given story line) belirli bir amaç göz önünde bulundurularak resmedilmesi veya tasvir edilmesiyle, bu kinetik çizimlerin filmik terimlerde gerçekleştirilmesiyle ilgili bir sanat formudur (Hart, 2008, s. 24)". Görsel 4.2'de storyboard'ların Hart'a ait akış hâlinde bir çizimi görülmektedir.



Görsel 4.2. *Senaryonun ön görselleştirme bölümünde yer alan kavramları gösteren Hart'a ait orijinal storyboard yapısı/şeması (Hart, 2008, s. 16)*

Farrelly, "Drawing for Urban Design" adlı kitabının "The city as object" bölümünde storyboard'un tanımına yer vermektedir:

> "Storyboard, film yapımında (in filmmaking) bir film için bir dizi kareyi (a sequence of frames) planlamaya yardımcı olacak organizasyonel bir araç olarak (as an organizational device) kullanılır. Hem çizimleri (drawings) düzenlemek hem de bir şehirdeki deneyimi film benzeri bir şekilde (in a film-like way) anlatmak için kullanışlı bir araçtır. Storyboard bir çerçevedir (a framework) ve çerçeveler arasında (between the frames) eylem veya hareket önerebilir (Farrelly, 2011, s. 53)".

Bu tanıma göre storyboard, bir yolculuğun sunduğu deneyimlerin anlık karelerinin sıralanmasıdır.

Aroztegui'ye göre storyboard'un tanımı şu şekildedir:

> "Storyboard'lar, bir filmin sahne planlama süreci sırasında üretilen ve anlatı dizisinin hızlı ve ön görünümlerine olanak tanıyan çizimlerdir. Mimarlıkta yapılan eskize benzer şekilde, storyboard çizimleri genellikle hızlı, siyah-beyaz ve doğrusaldır. Tasarımcı bu çizimler aracılığıyla bakış açısındaki değişiklikleri ve farklı çekimler, çerçeve boyutları, açılar ve karakter katılımını (hareketler, jestler ve diyalog) planlar. Son derece anlatımsal işlevi nedeniyle, storyboard'un temel özelliği sahnenin ardışık ve uyumlu (synthetic) ifadesidir (Aroztegui, 2013, s. 136)".

Coates, Brooker ve Stone'un Görsel İç Mimarlık Sözlüğü'nde konuyla ilgili kavramlardan olan çerçeveleme ve sekansın tanımları şu şekilde yapılmaktadır:

> "Çerçeveleme *(Framing)*: Mekân ya da manzarayı bir bina içinden göründüğü noktalarda belli çerçeveler içine almak. Çerçevelemek birkaç farklı anlama gelebilir: Mimari promenad için sıklıkla kullanılan bir yöntem olarak çerçevelemede, manzara bir dizi mekân arka arkaya dizilerek belli bir noktadan izletilir. Mekânı zenginleştiren bir yaklaşım olan çerçeveleme, tasarımda ayrıcalıklı yönlerine dikkat çeker (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 60)".
>
> "Sekans (Ardışım) *(Sequence)*: Mekân ya da ögelerin organize edildiği düzen. Sekans, mimari promenad ile ilişkilidir ve bir bina içindeki hareketi tasarlarken kullanılan modern bir yaklaşımdır (Coates, Brooker ve Stone, 2020, s. 220)".

Storyboard sanatçılarının yapım ekibi içerisindeki görevlerini anlatan Simon, çalışma biçimiyle ilgili olarak da şu bilgilere yer vermektedir:

> "Bir storyboard sanatçısının (a storyboard artist) muhtemelen birlikte çalışacağı diğer kişi yapım tasarımcısıdır (the production designer). Yapım tasarımcısı, yalnızca setler ve mekânlar değil, aynı zamanda dekorlar ve bazen kostümler de dâhil olmak üzere, oyuncuların arkasındaki her şeyle ilgili bir projenin yaratıcı vizyonuna sahiptir. Setlerin ve konumların görünümü, karakterlerin eylemleri açısından son derece önemli olacaktır. Bir storyboard sanatçısı, bir projenin görünümüne çeşitli şekillerde yardımcı olabilir. Yapım tasarımcısı sanatçıya ihtiyaç duyulan tüm görsel bilgileri sağlayacaktır. Storyboard sanatçılarından, ayrıntılı tasarımlar ve inşaat başlamadan önce setlerin veya mekânların nasıl görünmesi gerektiğine dair kavramsal çizimler (conceptual illustrations) yapmaları da istenebilir (Simon, 2007, s. 5-6)".

Simon, storyboard'un ön prodüksiyon aşamalarında kullanımının yapıma sağladığı yararlara ilişkin olarak ise şu ifadelerde bulunmaktadır:

> "Düşük bütçeli üretim (production) yapanlar tahta (boards) kullanmayarak tasarruf ettiklerini düşünebilirler ama durum tam tersidir. Bütçe ne kadar düşük olursa, eldeki zor görevi başarmak için üretimin (the production) o kadar organize olması gerekir. Herhangi bir yanlış anlama veya hatalı iletişim, zaten çok sıkı olan programın çöpe atılmasına neden olabilir. Bir proje ne kadar çok çizilirse, ön prodüksiyon o kadar iyi olur, setlerin ve dekorların aşırı inşası o kadar az olur ve çekimlerde (in shots) tüm kapsamı elde etmek için ekip uyum içinde o kadar hızlı hareket eder (Simon, 2007, s. 6)".

Sova ve Hinderer Sova'nın ifadesiyle storyboard'ların kullanışlılığı ve etkili iletişim üzerindeki etkisi şu maddelerle ifade edilmektedir:

- "bir fikri görsel olarak sunmak,
- zamanlama ve sıra dâhil olmak üzere etkinlikleri kapsamlı bir şekilde göstermek,
- farklı izleyici (audience) gruplarını dâhil etmek,
- uluslararası ve dil engellerini kaldırmak,
- bir fikrin izleyici tarafından tanınmasını kolaylaştırmak,
- anında izleyici geri bildirimi sağlamak (Sova ve Hinderer Sova, 2006, s. 2)".

Simon'a göre storyboard oluşturmada iyi olmak, yönetmenlik (directing), kurgu (editing), hikâye anlatımı (storytelling) ve kamera teknikleri (camera techniques) konularında bilgi sahibi olmayı gerektirmektedir; storyboard'ların iyi ve kaliteli üretimi ve storyboard'lar hakkında bilgi sahibi olmak, ekip içerisindeki iletişimi de kuvvetlendirmekte, anlatılan hikâyenin ve sonuç olarak üretilen prodüksiyonun da iyi olmasını sağlamaktadır (Simon, 2007, s. 7).

Hart, storyboard'ların farklı eğitim düzeylerindeki kişilerce kullanılabilirliğine değinerek kullanım yararlarını ise şu şekilde ifade etmiştir:

> "Herhangi bir hikâyeyi çekmeye çalışan herkes, hatta ilk belgeselini yapan tedirgin film öğrencisi veya bağımsız film yapımcısı bile storyboard'u görsel bir araç olarak (as a visual device) kullanmalıdır. Yalnızca çekimleri ayarlamak için günlük bir kılavuz olarak değil (doğal ışıklandırma, engelleme/düzenleme/blokaj (blocking) ve hız (pace) sorunlarıyla birlikte), aynı zamanda değerli bir zaman tasarrufu sağlar ve her büyüklükteki bütçeyi kontrol etmeye yardımcı olur (Hart, 2008, s. 21-24)".

Simon'a göre bir storyboard'un iyi olması hikâye içermesine bağlıdır: "Kötü sanat içeren storyboard'lar hâlâ iyi storyboard'lar olabilir, ancak hikâyesi (the story) olmayan storyboard'lar storyboard değil, sadece sanattır (Simon, 2007, s. 11)".

Hayat çizimi (life drawing), sıralı illüstrasyon (sequential illustration) ve film yönetmenliği ve kurgusu ile ilgili dersler storyboard oluşturma eğitiminde verilebilecek derslerdendir (Simon, 2007, s. 17).

Simon, storyboard oluşturma sürecinde üretilen ve farklı nitelikler taşıyan üretim panoları ve sunum panoları arasındaki farkı da şu şekilde açıklamaktadır:

> "*Storyboard* terimi farklı çalışma türlerini ifade edebilir. Tüm yapımcılar ve yönetmenler (all producers and directors) *üretim panoları (production boards)* ve *sunum panoları (presentation boards)* arasındaki farka aşina olmasa da, bir fark vardır. Sunum panoları

(Presentation boards) hikâye fikrini (the idea of the story) aktaran illüstrasyonlardır (illustrations) ancak yönetmenin vizyonunun her karesini (every shot of the director's vision) yansıtmayabilir. Prodüksiyon panoları (Production boards) veya yönetmen panoları (director's boards), bir sahnede (in a scene) çekilecek her çekimi temsil eden panolardır (boards). Bu tahtalar (These boards) yapım ekibinin çekim sırasında kullandığı tahtalardır (Simon, 2007, s. 57)".

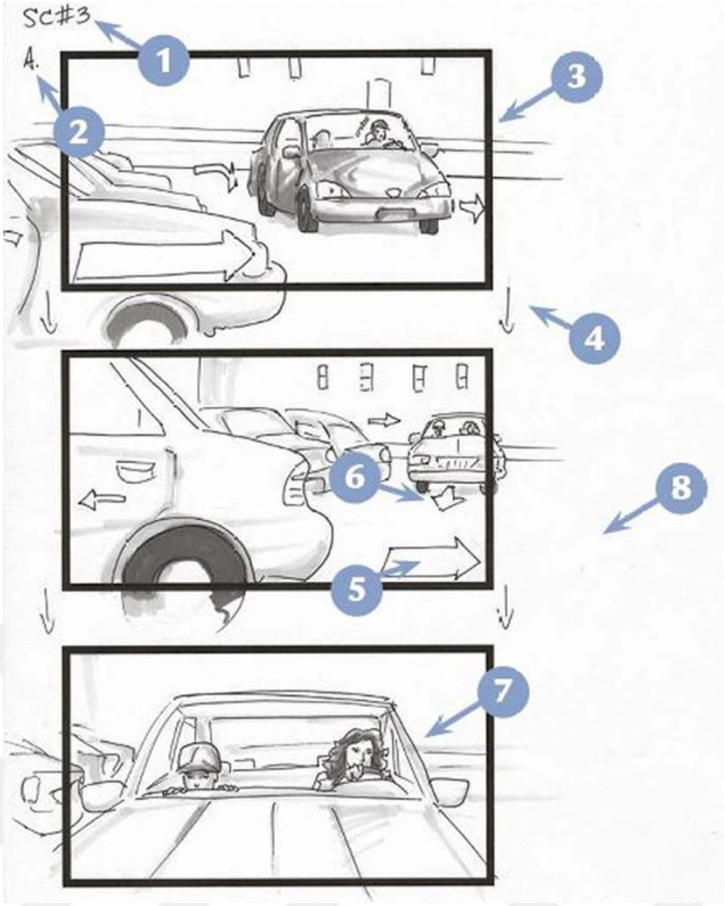
Bu bilgiler göz önünde bulundurulduğunda, tanımların çoğu film üretimi ve yapım alanlarından olmakla beraber, storyboard'un birçok disiplinden tanımlanabildiği görülmektedir.

Storyboard'ların oluşturulma biçimlerine genel olarak bakıldığında, storyboard'un içerdiği birçok terimsel unsur bulunmaktadır: panel, çekim, sahne, ekran yönü, eylem hattı, oklar, süreklilik.

Simon, sahne, çekim ve panel terimlerini şu şekilde ifade etmiştir:

- "Sahneler (Scenes), aynı anda tek bir yerde geçen sekanslardır (sequences) (Simon, 2007, s. 12)".
- "Çekimler (Shots), her sahneyi çekmek için (to shoot each scene) kullanılan farklı kamera açılarıdır (Simon, 2007, s. 13)".
- "Paneller (Panels) bireysel çizimler veya çerçevelerdir (the individual drawings or frames). Her çekim (Each shot) herhangi bir sayıda panelden (panels) oluşabilir. Uzun ve aksiyon odaklı çekimler (Long and action-oriented shots), aksiyonu göstermek için çok sayıda panele (many panels) ihtiyaç duyabilir (Simon, 2007, s. 13)".

Storyboard ile ilgili terminoloji Görsel 4.3'te görülebilmektedir.



Görsel 4.3. *Bir storyboard'un içerdiği terimsel unsurların gösterimleri (Torta ve Minuty, 2018, s. 15)*

Torta ve Minuty'ye göre Görsel 4.3'teki storyboard gösterimindeki numaraların ifadeleri şu şekildedir:

1. "Sahne numarası (SC)
2. Çekimin harfi (veya numarası)
3. Kamera çerçevesi
4. Çekimin bir sonraki kareye devam ettiğini gösterir
5. Ok kamera hareketini gösterir
6. Ok konunun (subject) hareketini gösterir
7. Kamera çerçevesinde çekilecek konular (subjects)
8. Eylemin devamı için alan ve notlar (Torta ve Minuty, 2018, s. 14)".

Bir sonraki bölümde storyboard'ların çeşitli kullanım alanlarına göre tanım ve görevlerine yer verilecektir.

4.2. Storyboard Kullanım Alanları

Storyboard'lar; sinema, animasyon (animation), canlı aksiyon (live-action), televizyon, reklam, çizgi romanlar, video oyunları, etkileşimli medya gibi pek çok yayın ve medya alanındaki üretim süreçlerinde kullanılmaktadır. Farklı ortamlar kendi ihtiyaçları ve anlatım dillerine göre farklı storyboard içeriklerine sahiptir (Glebas, 2009, s. 48).

Whitaker, Halas ve Sito, film yapımı sürecinde storyboard kullanımının taşıdığı önemi şu şekilde açıklamışlardır:

> "Storyboard herhangi bir film projesi için bir plan (as a blueprint for any film project) ve filmin ilk görsel izlenimi olarak hizmet etmelidir. Filmin içeriğine ilişkin önemli kararlar bu aşamada alınır. Tatmin edici bir storyboard elde edilene kadar hiçbir yapımın (production) ilerlememesi gerektiği genel olarak kabul edilir ve filmin yapımı (the film's production) sırasında ortaya çıkabilecek yaratıcı ve teknik sorunların çoğu dikkate alınır (Whitaker, Halas ve Sito, 2009, s. 5)".

Hart'a göre, storyboard'un dönüşümü, 20. yy. boyunca sinemanın tarihiyle de yakından ilişkili olmuştur; Sergei Eisenstein gibi yönetmenler, senaryoların kenarlarına basit, küçük eskiz çizimleri yapmışlardır (Hart, 2008, s. 9).

Hart, storyboard'un bir üretimin ön hazırlık aşamasında kullanımı ile ilgili olarak şu ifadelere yer vermiştir:

> "Storyboard'un kullanımı, herhangi bir projede ön üretimin ilk aracıdır. İster animasyonda ister canlı aksiyon filminde çalışıyor olun, storyboard sanatçısı yine de hikâyeyi (the story) mantıksal bir anlatım dizisine göre (in a logical narrative sequence) düzenlemelidir (must still arange). Eric Sherman, Directing the Film'de şunları söylüyor: "Storyboard, her temel sahnenin ve sahne içindeki her kameranın gösterildiği bir dizi eskiz yapmaktan (making a series of sketches) oluşur; bu, filmin çekimler başlamadan önceki görünümünün görsel bir kaydıdır." Video ve filme geçiş yapan sabit fotoğrafçılar için yazdığım "Lighting for Action" adlı kitabımda storyboard'u, "çekim sekansınız (veya çekim senaryosu) için size kare kare, çekim çekim, organize bir program vermek" üzere tasarlanmış bir araç olarak tanımlıyorum. "Film Language" kitabının yazarı Christian Metz, çekimden (storyboard'un temel bileşeni) "film anlamının temel birimi" olarak bahsediyor (Hart, 2008, s. 3)".

Hart'ın ifadesiyle, "Storyboard sanatçısı (The storyboard artist) yapımcı (the producer), yönetmen (the director), yapım tasarımcısı (the production designer)/sanat yönetmeni (art director) ve hatta aydınlatma tasarımcısıyla iş birliği içerisindedir; diğer bir deyişle storyboard sanatçısı (the storyboard artist) *ön görselleştirme (pre-visualization)* kavramının ana yorumlayıcısıdır (Hart, 2008, s. 9)".

Ön Görselleştirme *(Pre-visualization (Pre-viz))*, "Filmin anlatımını (the narrative of the film) oluşturacak görselleri anlatan (illustrate the visuals) storyboard sanatçısının çizimleridir (Hart, 2008, s. 9)".

Hart, storyboard'un sinema alanında yapım öncesi ekibine sağladığı ekonomik ve maddi yararları ise şu şekilde açıklamıştır:

> "Dikkat çekici bir noktaya değinmek mümkündür: Sinema tarihindeki pek çok büyük yapımcı ve yönetmen, bir çeşit prodüksiyon öncesi planlama kullanmıştır. Yapım öncesi ekibi, senaryonun "görsel omurgası" (the "visual spine" of the screenplay) olan, dikkatlice hazırlanmış bir storyboard kullanırsa, ne kadar zaman ve paradan tasarruf edebileceklerini (bütçelerini dengeleyerek) fark ettiler. Yani, storyboard taslaklarına (storyboard sketches) bakarak kimin neyi, ne amaçla harcaması gerektiğini rahatlıkla görebiliyorlardı (Hart, 2008, s. 18)".

Hart'ın ifadesiyle, "Disney ve kavramsal sanatçıları (his conceptual artists), anlatılacak hikâyeyi önceden görselleştirmenin temel yöntemi olarak storyboard kullanımını geliştirdiler (Hart, 2008, s. 15)". Hart'ın, Walt Disney stüdyolarında storyboard'ların sunum aşamasına dair bir çizimi Görsel 4.4'te görülmektedir.

Görsel 4.4. *Walt Disney ve ekibi tarafından storyboard'ların nasıl sunulduğunu ve anlatıldığını gösteren Hart'a ait bir eskiz (Hart, 2008, s. 17)*

Storyboard'lar, bir yapım için maliyetleri yönetme konusunda da ekibe çok yardımcı olmakta, böylelikle gerçeğe en uygun, en yakın bütçelendirmeler yapılabilmektedir (Hart, 2008, s. 27).

Hart'ın ifadesiyle, storyboard'ların sinemada yönetmen ve görüntü yönetmeni arasındaki iletişimi nasıl sağladığına ilişkin bilgiler şu şekildedir:

> "İdeal olarak yönetmen, hangi kameraların kiralanacağına, hangi lenslere ihtiyaç duyulduğuna, hangi film stoğunun ve hangi aydınlatma tasarımının resmin doğru atmosferini veya görünümünü en iyi yaratacağına karar vermek için yüzlerce çekim sekansından elde edilen uygun görsel konseptleri kullanacak görüntü yönetmeni ile birlikte storyboard'ları gözden geçirir. SFX günümüzde pek çok filmin önemli bir parçası hâline geldiğinden, yapımcı (the producer), yönetmen (director), görüntü yönetmeni (cinematographer) ve yapım tasarımcısı (production designer) herhangi bir SFX'i gösteren storyboard görsellerini (the storyboard visuals) görmek isteyecektir. Storyboard'lar maliyetleri hesaplamak ve çekim, ışıklandırma ve çerçevelemenin yanı sıra model oluşturucular, minyatür yapımcıları ve yeşil ekran teknisyenleri vb. ile birlikte tasarım setleri oluşturmak için kullanılır (Hart, 2008, s. 27-28)".

Bu noktada Hart'ın ifadesiyle, Özel ve Görsel Efektler *(Special and Visual Effects (SFX/VFX))* ise, "Gerçek olmayan etkileri belirtmek için değiştirilebilir terimlerdir; bu efektler bilgisayarda oluşturulan ögeler veya yeşil ekran üzerinde çekilen canlı aksiyon (live action) ögeleri olabilir (Hart, 2008, s. 4)".

Bilgisayar Grafik Görüntüleme *(Computer Graphics Imaging (CGI))*, "Bilgisayarda oluşturulan ve genellikle canlı aksiyon filmiyle (with live action film) birleştirilen, hayal edilen ve uygulanan sahneler veya ögelerdir (Hart, 2008, s. 4)".

Simon, storyboard'larda özel efektleri göstermenin önemini ise şu şekilde açıklamıştır:

> "Özel efektler (Special effects) muhtemelen film yapımının (filmmaking) storyboard'lanması gereken en önemli yönüdür. Efektler (Effects) son derece karmaşık olabilir, birçok farklı öge aynı sahnede veya çekimde (into the same scene or shot) karıştırılabilir ve bunların üretimi oldukça pahalı olabilir. Bu nedenlerden dolayı, daha az sorun ve daha az pahalı yeniden çekim olması için, çekilen her efektin her bölümünü planlamak için storyboard'lara ihtiyaç vardır (Simon, 2007, s. 152)".

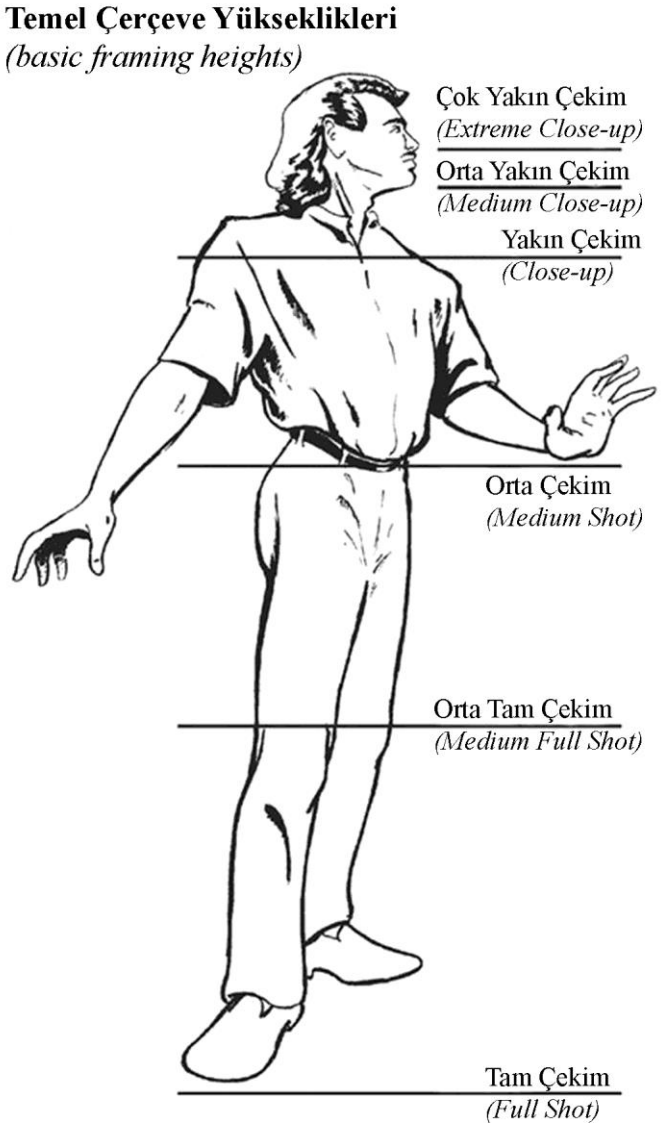
Bir storyboard sanatçısı yeteneğiyle tüm ekibe (yönetmen, görüntü yönetmeni, yapım tasarımcısı vb.) fayda sağlayan kişi olup görselleştirme sürecinin de olmazsa olmaz bir parçasıdır (Hart, 2008, s. 4). Hart, storyboard sanatçısının bir yapım sürecindeki ana görevleriyle ilgili olarak şu ifadelere yer vermiştir:

> "Storyboard sanatçısının görevi, senaryoyu (the screenplay) oluşturacak olan görsel omurgaya (the visual spine), yani "görüntü akışına" (the "flux of imagery") uyum, yorum ve illüstrasyon kazandırmaktır. (…) Yapımcı (the producer), yönetmen (director), görüntü yönetmeni (director of photography) ve sıklıkla yapım tasarımcısıyla (the production designer) birlikte çalışan sanatçı, yapımın tüm çekim programı boyunca ve sıklıkla post

> prodüksiyon düzenleme sürecinde herkesin başvuracağı hayati bir plan (a vital blueprint) yaratacaktır (Hart, 2008, s. 5)".

Simon ise, bir storyboard sanatçısının yönetmenlik bilgilerine sahip olması gerektiğini vurgulayarak, "Storyboard sanatçılarının yönetmenlik ve kurgu tekniklerini anlaması çok önemlidir. Bu bilgi, sanatçının bir projenin akışına katkıda bulunmasına olanak sağlaması açısından çok değerlidir. Storyboard sanatçısının endüstri dilini ve bir yönetmen bir sanatçıya talimat verirken çekimlerin nasıl çalıştığını anlaması da önemlidir (Simon, 2007, s. 99-100)" ifadesine kitabında yer vermiştir. Storyboard sanatçısı, yönetmenin ifade etmek istediği şeyleri anlayabilmelidir (Simon, 2007, s. 107). Storyboard sanatçılarının kullanabileceği yöntemler arasında, küçük resimler (thumbnails) çizmek, film kliplerine (movie clips) başvurmak, çekim planları (shot plans) çizmek veya fikirlerini sözlü biçimde açıklamak da bulunmaktadır (Simon, 2007, s. 107).

Yönetmenlerin bir senaryoyu bölümlere ayırırken izledikleri yollardan biri de kamera çekim listeleri hazırlamaktır, bu listeler storyboard'ların görselleştirilmesi konusunda da faydalı olmaktadır (Simon, 2007, s. 107). Görsel 4.5'te bir insan boyu yardımıyla, çekim ölçeklerinin boyutları görülebilmektedir.

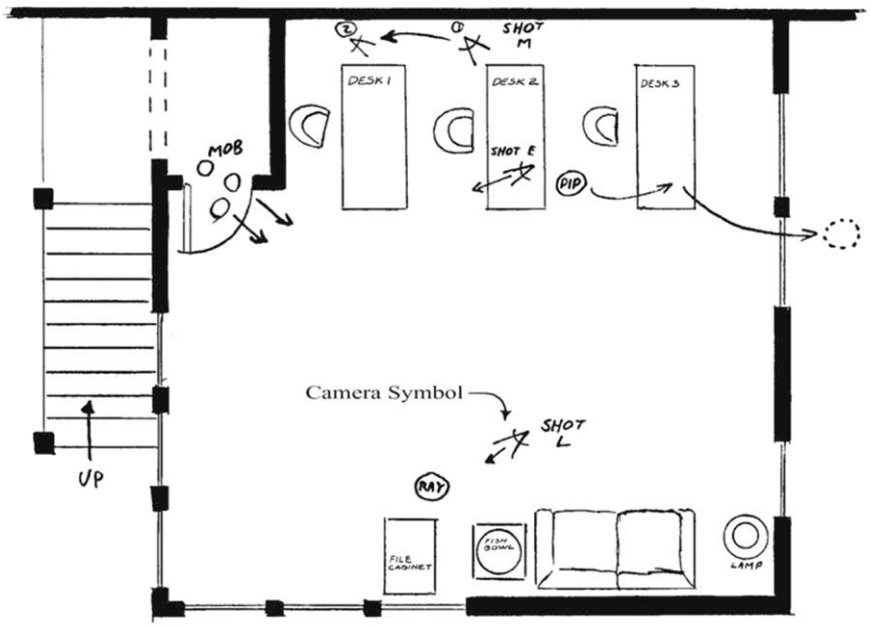


Görsel 4.5. *Temel çekim çerçeveleri (Simon, 2007, s. 108)*

Yönetmenler ve storyboard sanatçıları arasındaki iletişimi kolaylaştıran yollardan biri de kat planları kullanmaktır (Simon, 2007, s. 110). Simon, bu konuyu kitabında şu şekilde açıklamaktadır:

> "*Kat planları*, bir setin veya konumun düzeninin 2B tasarımlarıdır. Bunlara *olay örgüsü (plots)* veya *olay örgüsü planları (plot plans)* da denir. Kamera ve oyuncunun yerleri üzerlerinde işaretlendiğinde bunlara genellikle *çekim planları (shot plans)* denir. Bir yönetmen size kamerayı nerede istediğini ve oyuncuların nerede olduğunu söylediğinde, referans vermeden tam olarak neyden bahsettiğini hayal etmek zor olabilir. Uygun olduğunda bir kat planı kullanın ve karakter ile kamera konumlarını işaretleyin (Simon, 2007, s. 110)".

Görsel 4.6'da kat planlarının kullanıldığı bir örnek çizim görülmektedir.



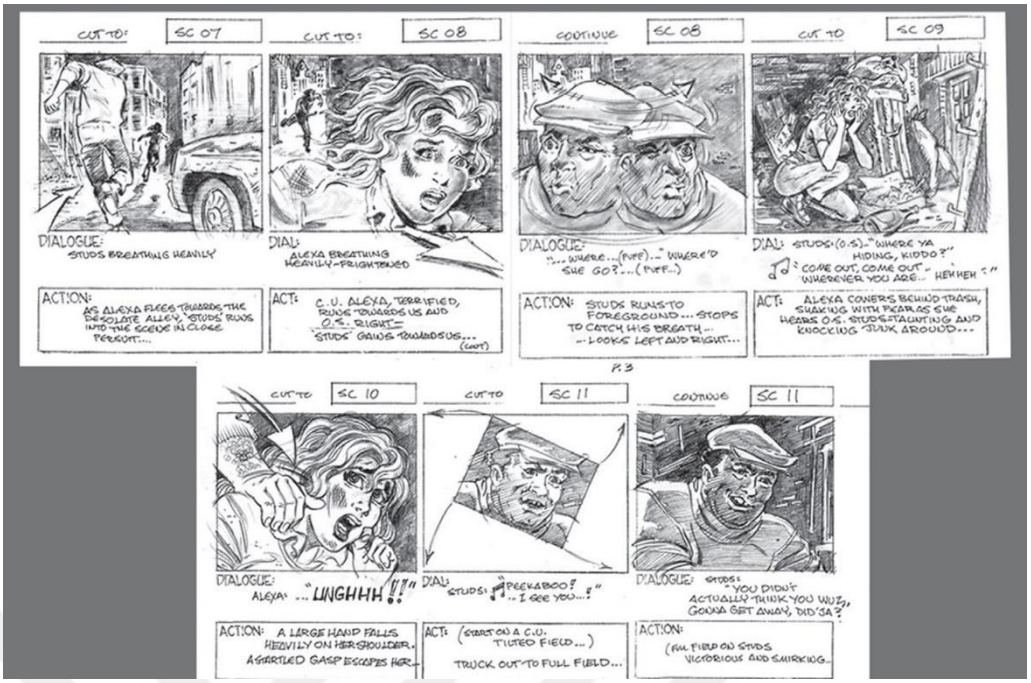
Görsel 4.6. *Kamera konumlarını, hareketlerini ve yönlerini gösteren bir kat planı çizimi örneği (Simon, 2007, s. 112)*[16]

Storyboard'ların kullanıldığı alanlara örnek olarak animasyonlar (animation) ve canlı aksiyonlar (live-action) da verilebilir. Beiman, her iki alana ait storyboard'ların farklılaştığını, "Prepare to Board!: Creating Story and Characters for Animation Features and Shorts" adlı kitabında canlı aksiyon storyboard'larının niteliklerini anlatarak şu şekilde açıklamıştır:

> "Canlı aksiyon ve animasyon storyboard'ları (Live-action and animation storyboards) birbirinden önemli ölçüde farklıdır. Canlı aksiyon storyboard'ları kamera açıları, oyuncular için kaba düzenlemeler (rough blocking for the actors) ve her çekime yönelik genel kurulum için notlar sağlar. Storyboard'lardaki figürler, oyuncu seçimi henüz belirlenmemiş olabileceğinden belirli aktörleri temsil etmez. Pano sanatçısı (The board artist), aksiyonun ayrıntılı bir dökümünü yapmadan karakterlerin performanslarını kabaca düzenleyecektir (will roughly block). Oklar (Arrows), çekimde (in the shot) karakterin hareketini belirtmek için kullanılır. Sahnedeki aksiyonun uzun bir açıklaması genellikle her panelin altında görünür. Kamera hareket hâlinde olmadığı sürece her çekim için bir veya iki panel yeterlidir. Canlı aksiyon storyboard'ları (Live-action storyboards) yönetmenler (directors), sanat yönetmenleri (art directors) ve görüntü yönetmenleri (cinematographers) tarafından filmin sahnelenmesi için kaba bir kılavuz olarak kullanılır (Beiman, 2007, s. 17)".

Görsel 4.7'de bir canlı aksiyon storyboard örneği görülmektedir.

[16]Alıntılanan kaynakta kat planının *The Walking Dead*'den yeniden çizildiği belirtilmektedir.



Görsel 4.7. *Bir canlı aksiyon storyboard örneği (Beiman, 2007, s. 18)*[17]

Görsel 4.7'de görüldüğü üzere hikâyeye ait hareket, diyalog ve ses efektlerinin bilgileri, görsel veya yazılı olarak storyboard'da akış hâlinde bulunmaktadır.

Glebas'a göre, "Bir canlı aksiyon sahnesi (a live-action scene) için storyboard'lar, aksiyonun bir diyagramı veya haritası (map) kadar basit olabilir (Glebas, 2009, s. 48)".

Beiman, canlı aksiyon ve animasyon film yapım yöntemlerini karşılaştırdığı tabloda, animasyon (animation) storyboard'ları ile ilgili "Storyboard sanatçıları tüm çekimleri ve kamera hareketlerini tasarlar ve karakter performanslarını yaratır. Animasyon filmi (The animated film), prodüksiyon animasyonu başlamadan önce storyboard'larda düzenlenir (Beiman, 2007, s. 20)" ve canlı aksiyon (live-action) storyboard'ları ile ilgili olarak ise "Storyboard'lar yalnızca kaba aksiyon (rough action) ve kamera düzenleme (camera blocking) için kullanılır. Senaryoyu değiştirmez, açıklarlar. Oyuncular ise performanslarını yaratırlar, oyuncuların canlı aksiyon panolarındaki (on live-action boards) temsilleri, kasıtlı olarak belirsiz tutulur (Beiman, 2007, s. 20)" şeklindeki ifadelere yer vermiştir.

Beiman, canlı aksiyon storyboard sanatçılarının çalışma biçimleri ve bu storyboard'ların nitelikleri ile ilgili olarak kitabında şu açıklamalarda bulunmuştur:

[17]Alıntılanan kaynakta storyboard'un Doug Crane'in izniyle çoğaltıldığı belirtilmektedir.

> "Canlı aksiyon storyboard sanatçıları (Live-action storyboard artists) yönetmen yardımcısı (assistant directors) ve görüntü yönetmeni yardımcısı (assistant cinematographers) olarak görev yapar. Çekimlerin kompozisyonu ve ışıklandırılması için (for the composition and lighting of the shots) planlar çizerler (they draw blueprints). Nihai kompozisyon yönetmen ve görüntü yönetmeni tarafından belirlenir. Canlı aksiyon storyboard'ları (Live-action storyboards) oyuncunun performansını tasvir etmez veya etkilemez (Beiman, 2007, s. 21)".

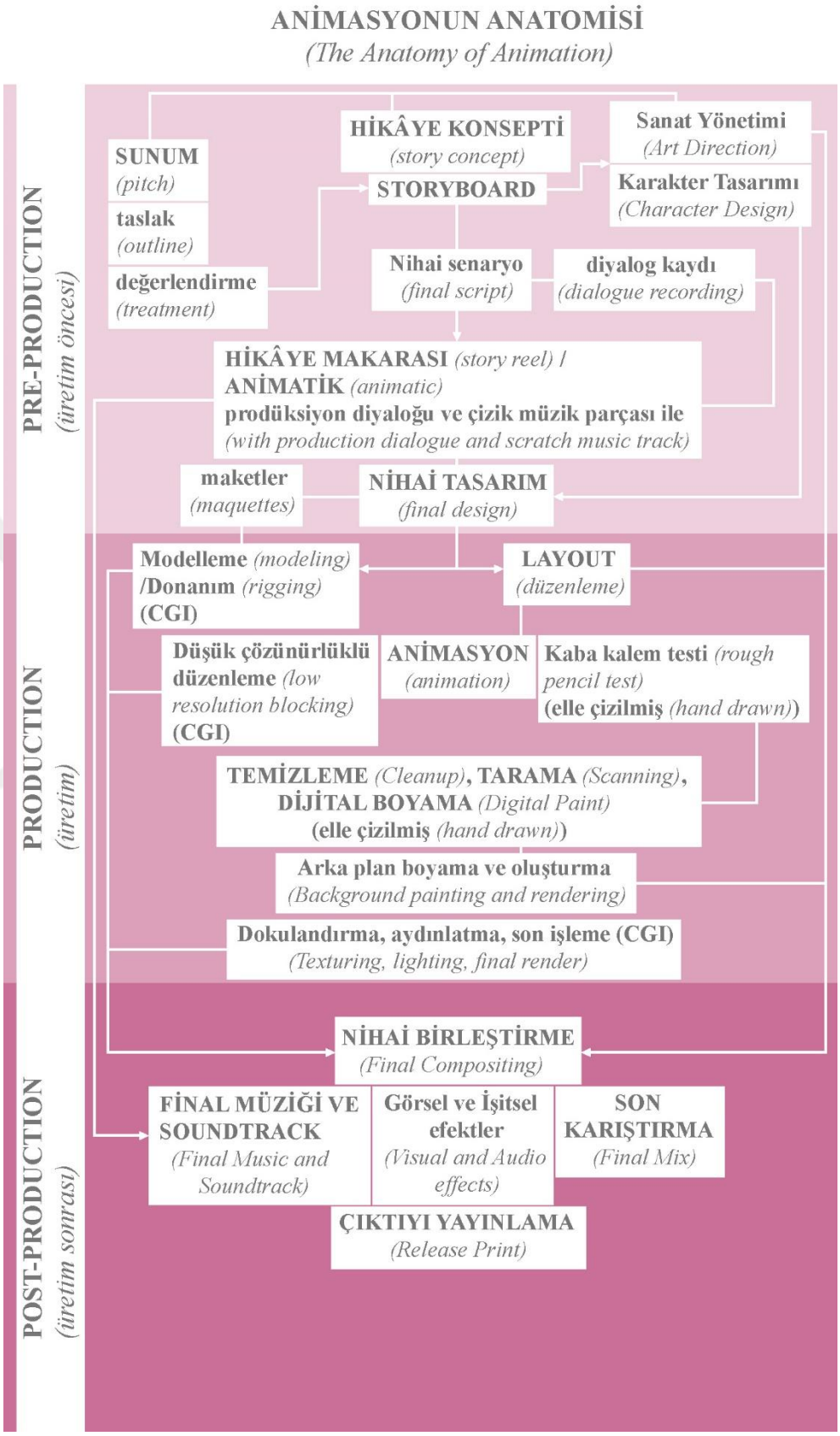
Glebas ise, diğer bir taraftan animasyon (animation) ve canlı aksiyon (live action) storyboard'larının arasındaki farklı bir yönü de şöyle ifade etmektedir:

> "Animasyonda (In animation) her sahnenin her yönü tasarlanmalı ve yaratılmalıdır. Animasyon için storyboard'ların film oyunculuğunu net bir şekilde tasvir etmesi gerekir. Canlı aksiyonda (In live action) storyboard'ların karakterlerin duygularını tasvir etmesine gerek yoktur çünkü oyuncuların kendisi duyguları sağlar. Canlı aksiyonda oyunculara performanslarını keşfetme özgürlüğü vermek istiyoruz. Oyuncular bir storyboard'u takip etmeyecekler. Yönetmen için görsel bir rehberdir (Glebas, 2009, s. 48)".

Simon ise, animasyon (animation) ve canlı aksiyon (live action) storyboard'larına dair şu ayrımı yapmaktadır:

> "Bir hikâyeyi görsel olarak heyecan verici bir şekilde anlatmanın unsurları hem animasyon hem de canlı aksiyon panolarında (both animation and live-action boards) ortak olsa da, animasyon panoları (animation boards) kendilerine ait birçok unsuru içerir. Animasyon (animation) kare kare oluşturulduğundan, storyboard'lar burada doğal olarak canlı aksiyondan (live action) daha önemlidir. Her sahne, her çekim, her aksiyon, tasarım sanatçıları (the layout artists) ve animatörler (animators) için bir plan görevi görecek şekilde (to act as a blueprint) planlanmalıdır (must be boarded out) (Simon, 2007, s. 63)".

Bir animasyon yapımının aşamaları ve bileşenleri Şekil 4.1'de görülebilmektedir.



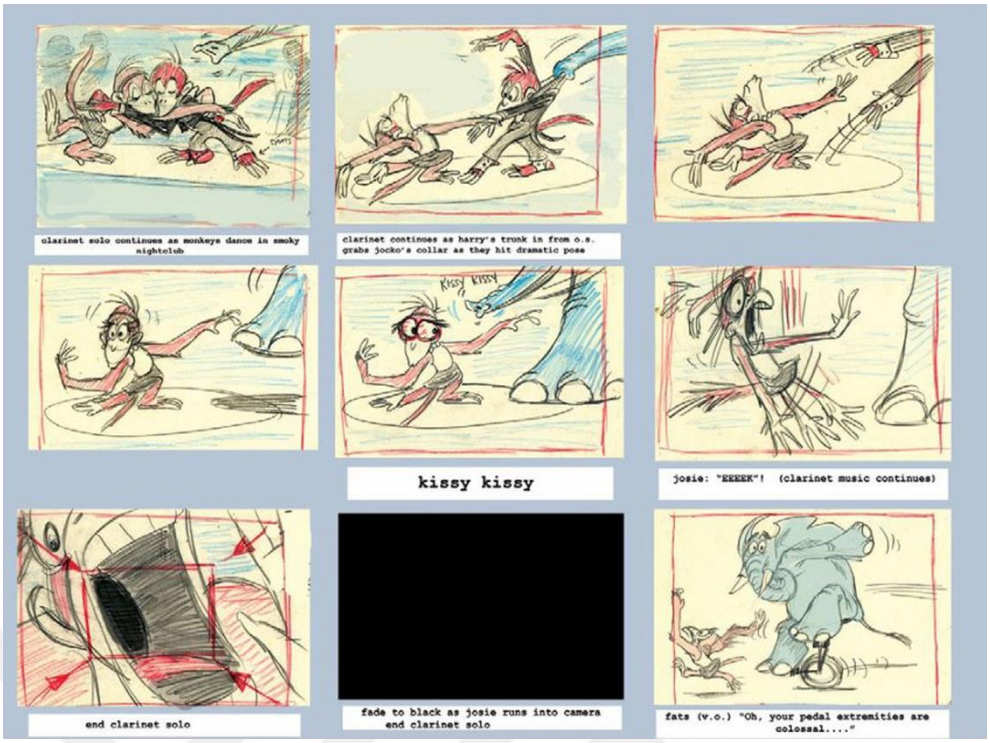
Şekil 4.1. *Animasyonun yapım aşamaları ve bileşenleri (Beiman, 2007, s. 22)*

Animasyonlarda storyboard'ları kullanmak, animatörlere yapım için uygun sürekliliği sağlama konusunda yardımcı olmaktadır (Simon, 2007, s. 27). "Animasyonda (in animation) her aksiyonun (every action) ve her çekimin (every shot) storyboard'lanması gerektiğinden, bölüm başına yüzlerce panel vardır (Simon, 2007, s. 66)". Animasyonlarda storyboard oluşturmanın nasıl gerçekleştiğini ise Simon şu şekilde ifade etmiştir:

> "Bir animasyon yönetmeni (An animation director), panoları (the boards) çizmeden önce bir storyboard sanatçısıyla (with a storyboard artist) notların üzerinden geçebilir veya bir sanatçı, senaryoyu (the script) yorumlamak için tamamen kendi başına bırakılabilir. Çoğu zaman bir animasyon dizisinin yönetmeni (the director of an animated series) seslendirme yönetmenidir (the voice-over director). Storyboard sanatçıları (Storyboard artists) genellikle görselleri (the visuals) yönetir. Pano sanatçılarına (The board artists) normalde serinin (the series) görünümünü ve aksiyonunu göstermek için bir dizi örnek pano (a set of sample boards) verilir. (…) Bir yönetmen (A director), yapımcı (producer) veya storyboard süpervizörü (storyboard supervisor), ilk geçişten sonra panolara (the boards) bakacak ve aksiyon, oyunculuk ve yön hakkında notlar alacaktır. Storyboard süpervizörü (The storyboard supervisor), bir storyboard sanatçısının (a storyboard artist) bir projede sahip olduğu tek kişi olabilir. Sanatçı daha sonra gerekli değişiklikleri yapar ve son panoları (the final boards) teslim eder (Simon, 2007, s. 66)".

"Eylem açıklamaları ve tam diyaloğun storyboard panellerinin altına yazılması gerekir. Tüm yapım personelinin (all production personnel) hikâyeyi takip edebilmesi için animatörlerin (the animators) sesin aksiyonda nereye gittiğini bilmesi önemlidir (Simon, 2007, s. 69)".

Beiman'a göre, "Animasyon storyboard'u (Animation storyboard), *karakterleri ortamlarla birlikte (along with the settings) oluşturur*. Storyboard, animasyonlu oyuncuların performansıdır. Filmin her bölümü storyboard aşamasında (in storyboard stage) planlanır: karakter tasarımları, oyunculuk, aksiyon, ilerleme hızı, hikâye (story), diyalog, efektler, kamera hareketleri ve kurgu (Beiman, 2007, s. 17)". Görsel 4.8'de Beiman'a ait "YOUR FEET'S TOO BIG" adlı tiyatral bir kısa filmin storyboard'ları görülmektedir.



Görsel 4.8. *Animasyon storyboard örneği (Beiman, 2007, s. 18)*

Görsel 4.8'de storyboard elle renkli olarak çizilmiş, diyalog bilgileri ise ayrıca eklenmiş olarak görülmektedir.

Storyboard'ların görüldüğü bir diğer alan ise çizgi romanlardır. Çizgi romanlara bir altlık sunan storyboard'larla ilgili olarak Beiman, şu açıklamalarda bulunmuştur:

> "Çizgi roman ve çizgi roman sanatçıları (Comic and graphic novel artists) da bitmiş sanat eserini (the finished artwork) yaratmadan önce projelerini taslak hâline getirmek için storyboard'ları kullanır. Bununla birlikte, film ve çizgi roman storyboard'ları (film and comic storyboards) arasında büyük bir fark vardır. Çizgi roman sanatçısı (The comic artist) sayfadaki çerçeveleri ve panelleri tasarlama konusunda tam özgürlüğe sahiptir. Paneller dikey veya düzensiz şekilli olabilir. Panel kenarlıklarına (the panel borders) efektler eklenebilir veya karakterler doğrudan bunların içinden geçebilir (Beiman, 2007, s. 23)".

Storyboard'ların televizyona yönelik yapılan üretimlerde de kullanıldığı örnekler bulunmaktadır. Beiman, televizyon storyboard'ları ile ilgili olarak kitabında şu ifadelere yer vermiştir:

> "Televizyon storyboard'u (The television storyboard), her panelde senaryoyu (the script) karakterler (characters), arka planlar (backgrounds) ve 'model üzerine' çizilmiş dekorlar (props drawn 'on model') veya tam olarak bitmiş filmde görünecekleri şekilde kullanılarak yazıldığı gibi göstermelidir. Çizimlerin altındaki özel panellerde aksiyonun net açıklamaları yazılıyor ve tüm kamera hareketleri storyboard'lara çiziliyor. Bu tür panoların çizilmesi teknik olarak uzun metraj panolarına (feature boards) göre çok daha zordur çünkü genellikle

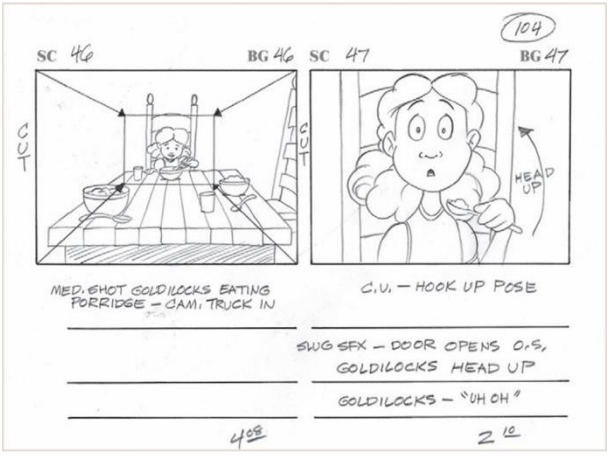
hikâyenin tasarımında veya yeniden işlenmesinde değişikliklere izin vermezler. Televizyon storyboard'ları (television storyboards) sıklıkla büyütüldüğünden ve yapımda (in production) düzen olarak (as layouts) kullanıldığından, pano sanatçısı perspektif kurallarına uymalı ve arka plan ayrıntılarını dâhil etmelidir. Panolardaki karakter çizimleri de büyütülerek animasyon tuşu olarak (as animation keys) kullanılabilir. Oyunculuk önemlidir ancak tüm sahne dekorları (all props), karakterler (characters) ve arka planlar (backgrounds) sıkı bir şekilde temizlenmelidir (tight cleanups) (Beiman, 2007, s. 27)".

Simon'a göre, televizyon ortamında üretimler çok hızlı ve sık aralıklarla gerçekleştiğinden, bu alanda storyboard kullanımı daha az görülmektedir (Simon, 2007, s. 61). Benzer şekilde Glebas da "Canlı televizyon şovları (Live television shows) genellikle üç olası kamera seçeneği kullanılarak düzenlenir, dolayısıyla storyboard'lara gerek kalmaz. Genellikle küçük setlerde çekilirler. Yine de aynı türden görsel düşünceye hâlâ ihtiyaç var (Glebas, 2009, s. 48)" ifadesine yer vermiştir.

Glebas'a göre televizyon animasyonlarının oluşturulma biçimleri şu şekildedir:

"Televizyon animasyonları (Television animation), teslim tarihlerinin kısıtlı olması ve bütçelerin daha da sıkı olması nedeniyle sıkı bir şekilde oluşturulmalıdır. Karakterler model üzerinde olmalı, yerleşim düzenleri (the layouts) belirlenmiş ve tüm süreklilik çözülmüş olmalıdır. Süreklilik (Continuity), bir çekimden diğerine kesintisiz akışı ifade eder (Glebas, 2009, s. 48)".

Görsel 4.9'da televizyon animasyonlarına yönelik hazırlanan bir storyboard örneği görülmektedir.



Görsel 4.9. *Televizyon dizileri için animasyon storyboard'u örneği (Beiman, 2007, s. 26)*[18]

[18]Alıntılanan kaynakta çizimin Nelson Rhodes'in izniyle çoğaltıldığı belirtilmektedir.

Görsel 4.9'daki storyboard örneğinde, oklar yardımıyla kamera çekiminin mesafesi ve hikâyeye ilişkin hareketler görülebilmektedir; ayrıca panellerin altındaki satırlarda yine hikâyenin akışıyla ilgili notlar ve kısa yazılı anlatımlar bulunmaktadır.

Storyboard'ların ön hazırlık aracı olarak kullanıldığı bir diğer alan reklamlardır. Simon, reklam alanında storyboard kullanımı ile ilgili olarak şu bilgilendirmelerde bulunmuştur:

> "Reklam ajansları müşteriye bir reklam fikri sunarken (pitching) genellikle sunumun görsellerini taşımak için storyboard'lar kullanırlar. Bunlar genellikle renkli yapılır ve her çekimi içermez, yalnızca fikrin anlaşılmasına yetecek kadar bilgi içerir. (…) Büyük şirketler de pazarlama fikirlerini karar vericilere sunmak için storyboard'ları kullanır. Bunlar basit eskizler (sketches) veya canlı renkli çizimler (illustrations) olabilir (Simon, 2007, s. 29)".

Becer ise, televizyon reklamlarında storyboard kullanımı hakkında, storyboard panellerinin üst ve alt kısım olarak iki parçadan oluştuğunu, üst kısımda görselin, alt kısımda ise görselle ilgili yazılı anlatımın (kamera hareketleri bilgisi, diyalog, ses efektleri, müzik gibi) yer aldığını ifade etmiştir (Becer, 2011, s. 237).

Görsel 4.10, bir ticari storyboard örneğini göstermektedir.

Görsel 4.10. *Bir ticari sunum storyboard'u örneği (Simon, 2007, s. 30)*[19]

Storyboard'da ticari sunum hikâyesinin ana noktaları, dijital olarak renklendirilerek görselleştirilmiştir.

Storyboard'ların üretim öncesi bölümlerde kullanıldığı bir diğer alan ise video oyunlarıdır. Simon'ın ifadesiyle, "Video oyunları (Video games), hikâyeyi ve sürekliliği geliştirmek için yoğun bir şekilde storyboard'lardan oluşur (Simon, 2007, s. 62)".

[19]Storyboard, Lyle Grant'a aittir. Lyle Grant, ticari storyboard sanatçısıdır (Simon, 2007, s. 314).

Simon, konuyla ilgili açıklamalarını şu şekilde detaylandırmaktadır:

> "Çoğunlukla, oyunlardaki öğelerin tümü animasyonludur, bu nedenle bunların storyboard hâline getirilmesi gerekir. Ancak storyboard'lar, herhangi bir multimedya prodüksiyonunun karmaşık yapısını düzenlemek için bir harita veya akış şeması (a map or flowchart) görevi de gördükleri için oyunların daha da büyük bir kısmına hizmet eder (Simon, 2007, s. 71)".

Simon, oyunlar için üretilen storyboard'ların nitelikleri hakkında ise şu açıklamaları yapmaktadır:

> "Bir oyunun storyboard'unu oluşturmak, yalnızca metin değil, sanat dışında herhangi bir multimedya projesinin akış şemasına (a flowchart) benzer. Bir oyunun storyboard'unu oluşturmak, animasyonu (animation), grafikleri, gezinmeyi (navigation) ve oyun oynamayı düzenlemeye yardımcı olur. Çoğu zaman etkileşimli storyboard'ları (the interactive storyboards) yapan baş tasarımcıdır (the lead designer) (Simon, 2007, s. 72)".

Simon, oyun panoları ile ilgili açıklamalarını kitabında şu ifadelerle tamamlamaktadır:

> "Pek çok oyun izleyicinin (the viewer) bir karakterin nasıl ve nerede hareket edeceğini kontrol etmesine izin verdiğinden, panolar (the boards) belirli yönleri veya kamera görüntülerini zorunlu olarak dikte etmez; bunun yerine panolar (the boards) etkileşimi (interaction) ve oyun navigasyonunu (game navigation) gösterir. (…) Bir oyunda ne kadar çok seçenek tasarlanırsa oyun o kadar karmaşık olur ve oyunun tamamen akış şemasına (flowcharted) ve storyboard'a (storyboarded) dönüştürülmesi de o kadar önemlidir (Simon, 2007, s. 73)".

Newman ise, oyunlarda storyboard oluşturma sürecini ve bu panoların yapılma amaçları ve işlevlerini, temel olarak şu şekilde açıklamaktadır:

> "Her seviye için ayrıntılı bir storyboard seti hazırlamak, temel konsept sanatının yapamayacağı şeyleri de yapacaktır. Konsept sanatı, belirli bir karakterin veya konumun (seviyenin) sanatsal unsurlarını oluşturmak için kullanılır ve animatörlerin ve sanatçıların bu unsurların neye benzemesi gerektiğini anlamalarına yardımcı olur. Bu, renk şemasını, aydınlatmayı ve sanatın stilini içerir. Storyboard'ları illüstrasyonların teknik tarafı olarak düşünün. Storyboard'lar, karakterin seviye/sahne içinde A Noktasından B Noktasına nasıl gitmesi gerektiğini, seviyede hangi aksesuarların bulunacağını ve sahnenin teknik açıdan gerçekte nasıl görüneceğini gösterecektir: Kamera nerede bulunur? Bir ara sahneye ihtiyaç var mı? Oyuncu seviye boyunca ilerlerken ne görecek? (Newman, 2009, s. 79)".

Bu noktada konsept sanatını tanımlamak gerekirse Newman'ın ifadesiyle konsept sanatı "Konsept sanatı *(Concept art)*, (…) geliştirme ekibinin bireysel karakterlerin, konumların ve sahnelerin nasıl görüneceğini anlamasına yardımcı olan, çok ayrıntılı olarak oluşturulmuş statik sanat eserleridir (Newman, 2009, s. 79)".

Newman'a göre, "(…) storyboard'ların amacı, sahnenin parametreleri (zaman, konum vb.) içerisinde hikâyenin nasıl gelişeceğini göstermek ve kamera konumu, kamera hareketi ve kullanılacak çekim türleri gibi çerçevenin teknik yönlerini anlamak konusunda ekibe yardımcı olmaktır (Newman, 2009, s. 79)".

Newman, storyboard'ların video oyunu endüstrisinin yanı sıra etkileşimli medya alanlarında da kullanımına değinerek şu bilgilendirmelerde bulunmaktadır:

> "Film endüstrisinde, bir filmde tek tek çekimlerin oluşturulmasına ve tasarlanmasına yardımcı olmak için kullanılmasının yanı sıra, son zamanlarda storyboard'lar etkileşimli medya ve Web sitelerinin tasarlanması ve bakımına yardımcı olmak için de kullanılmaktadır. Web siteleri aynı zamanda ses, video ve grafik öğelerini doğrusal olmayan bir biçimde birleştirebildiğinden, storyboard'lar sitenin ziyaretçilerle etkileşimde bulunabileceği çeşitli yolları göstermenin harika bir yoludur. Bu anlamda storyboard'lara, Web sayfasının bireysel öğelerinin etkileşimini gösteren bir tür akış şeması veya site haritası olarak (as a sort of flowchart or site map) bakılabilir (Newman, 2009, s. 86)".

Bu bilgilere bakıldığında, storyboard'ların her ortamın kendi ihtiyaçlarına ve sonuç ürün için izlediği yola uygun bir şekilde anlatım dili kazandığı görülebilmektedir. Storyboard'lar birçok alanda üretim öncesi nitelikli planlama, ekip içi iletişimde etkili bir anlatım, zaman, maddi kaynaklar ve emek tasarrufu konularında süreç kolaylaştırıcı ve sonuç ürünün hayal edilene, tasarlanana en yakın ve uygun bir biçimde uygulanabilmesini sağlayan görsel araçlardır. Storyboard oluşturmak, teknolojiye bağlı değişkenler ile de beraber birçok aşamayı gerektirmekte, storyboard'ların birçok görsel bileşeni bulunmaktadır.

4.3. Storyboard Oluşturma Yöntemleri, Teknikleri ve Etapları

Bu bölümde storyboard'ların sahip olması gereken görsel bileşenler incelenerek, bunları kompoze etme, storyboard'ları teknik yönden oluşturma aşamaları göz önünde bulundurularak ele alınacaktır.

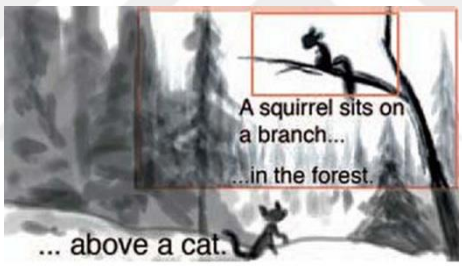
Glebas, "Directing The Story: Professional Storytelling and Storyboarding Techniques for Live Action and Animation" adlı kitabında film yapımında storyboard'ların üstlendiği görevleri onların şu özellikleri üzerinden açıklamaktadır:

> "Storyboard'lar filmlerin birçok yönünü planlamak için kullanılır. Bu erken aşamada katı bir süreklilik önemli değil, hikâye önemli. Ekran coğrafyasını haritalandırmak (to map screen geography) ve sinematografiyi (cinematography), kamera açılarını (camera angles) ve engellemeyi/düzenlemeyi/blokajı (blocking) planlamak için bir iyileştirme geçişi (a refinement pass) kullanılabilir. Storyboard'lar, hareketli kameralarla karmaşık aksiyon

sekanslarının (complex action sequences) planlanmasına yardımcı olur (Glebas, 2009, s. 49)".

Storyboard karelerinde bir anlam iletimini sağlayabilmek, karelerdeki öznelere önem vermekle birlikte, aslında onların gerçekleştirdiği fiilleri anlatabilmekte başarılı olmakla mümkündür; böylelikle her bir karenin içerdiği hareket, bütünde hareketli görsellerin üretimini oluşturmaktadır (Glebas, 2009, s. 78). Glebas'a göre, karelerin güzel çizimlere sahip olmasından daha çok önemli olan, eylemleri ve hareketleri bir dizi olarak, başarılı bir şekilde ifade edebilmektir (Glebas, 2009, s. 78). "Storyboard oluşturmak aslında filmdeki görsellerin görselleştirilmesi ve bu görsellerin sıralanmasıyla (the sequencing of these images) ilgilidir (Glebas, 2009, s. 76)".

Glebas, storyboard çerçevelerinde görülecek anlatımların aslında sözlü dille ifade edilen cümlelerin sıralı birer görsel ifadesi olduğunu söylemektedir (Glebas, 2009, s. 29). Görsel 4.11, hikâyeye ait bir cümlenin parçalı yapısının farklı karelerdeki görsel anlatımını ifade etmektedir.



Görsel 4.11. *Eylemleri gösteren farklı çerçeve büyüklükleri (Glebas, 2009, s. 29)*

Glebas'a göre, her eylemin hazırlığı, kendisi ve sonrası olmak üzere en az üç aşaması bulunmaktadır ve storyboard görsellerinde bu üç aşamayı da sırayla görmek hikâye anlatımını da başarılı yapmaktadır (Glebas, 2009, s. 29).

Storyboard'lardaki çerçeve tasarımında veya film karesi tasarımında önemli bir kavram kompozisyondur. Tasarım ilkelerini ve unsurlarını odağına alan kompozisyonun, yine bu kavramlara dayanarak oluşturulduğunu söylemek yanlış olmaz.

Glebas'ın Parramon'dan yaptığı aktarıma göre;

> "Kompozisyon (Composition), bir resimdeki tüm parçaların konumlandırılmasıdır. Bir resimdeki parçaların ritmi veya tekrarıdır. İşin ilgi merkezi veya odak noktası etrafında her şeyi birleştirmek için farklı şekillerin düzenlenmesidir. İyi sanat için her zaman gereklidir (Parramon, 1987'den aktaran Glebas, 2009, s. 179)".

Glebas, tasarım ve tasarımın ilke ve unsurları ile ilgili olarak şu açıklamalarda bulunmuştur:

> "Tasarım, her seferinde bir fikri hoş bir şekilde sunmamıza yardımcı olan çok önemli bir araçtır. (…) Tasarım unsurları, noktalar, çizgiler, düzlemler, şekiller ve renkler gibi aslında film karesinde bulunan öğelerdir. (…) Prensipler, öğelerin estetik ve dinamik heyecan için nasıl düzenlendiğidir. Birlik, denge, hâkimiyet gibi ilkeler birden fazla unsurun daha büyük bir ilkeye tabi olmasını gerektirir. En önemli tasarım prensibi kontrasttır. Tasarım ilkelerinin sadece görsel tasarım için geçerli olmadığını, oyuncuların performansları, ışık tasarımı, hikâye tasarımı ve ses tasarımı da dâhil olmak üzere filmin her yönü için geçerli olduğunu belirtmek son derece önemlidir. (…) Tasarımın etkileri, düz ekranda oluşturulan ışık, derinlik, hacim, form, hareket, sıcaklık, atmosfer gibi yanılsamalardır. Bunlar ilkelerin düzenlediği unsurlar tarafından oluşturulur (Glebas, 2009, s. 164)".

Şekil 4.2'de tasarım ilkeleri ve unsurlarını içeren bir tablo görülmektedir.

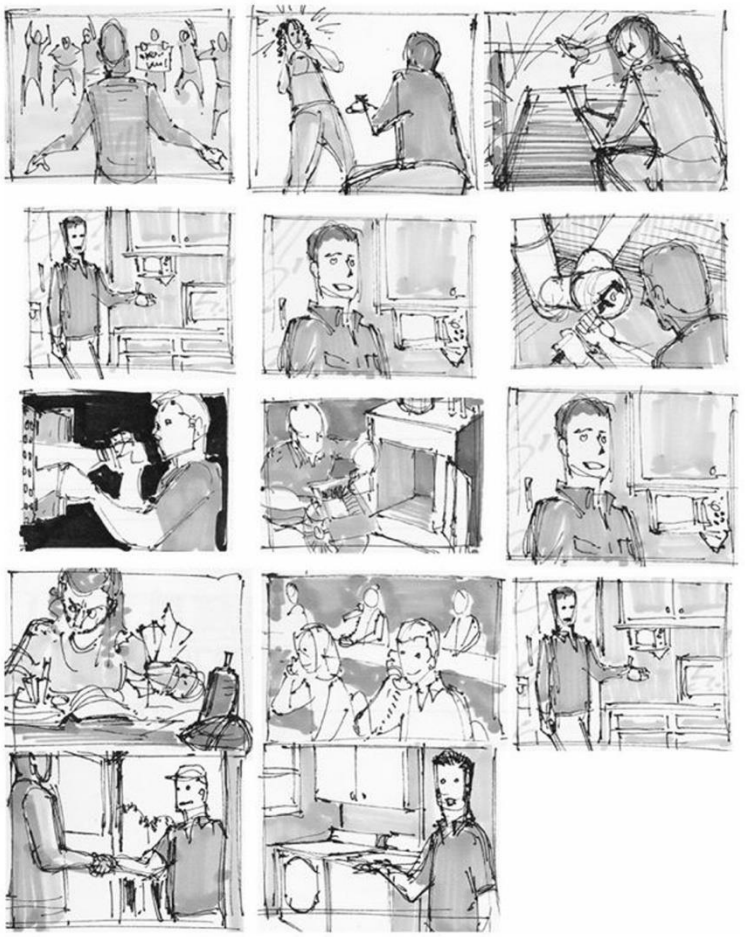
Unsurlar + *(elements)*	**İlkeler =** *(principles)*	**Etkiler** *(effects)*
Aslında sayfada olan *(what is actually on the page)*	**Unsurların organize edilme biçimleri** *(how the elements are organized)*	**İzleyicilerin kendi zihinlerinde tamamladıkları temsili illüzyonlar** *(the representational illusions that the viewers complete in their own minds)*
• **noktalar** *(points)* • **çizgiler** *(lines)* • **yüzeyler** *(planes)* • **köşeler** *(edges)* • **şekiller** *(shapes)* • **değerler** *(values)* • **boyutlar** *(sizes)* • **renkler** *(colors)*	• **denge** *(balance)* • **konum** *(position)* • **baskınlık** *(dominance)* • **birlik** *(unity)* • **değişiklik ve tekrar** *(alteration and repetition)* • **zıtlık ve benzerlik** *(contrast and similarity)* • **simetri** *(symmetry)* • **ritim** *(rhythm)*	

Şekil 4.2. *Tasarım unsurları ve ilkeleri (Glebas, 2009, s. 164)*

Tasarım unsurları, tasarım ilkelerinin iletmesi gereken anlamı kompozisyon yoluyla oluşturan parçalarıdır.

Beiman'a göre, "Storyboard'lar tasarlanırken hem negatif hem de pozitif alan dikkate alınmalıdır (Beiman, 2007, s. 139)".

Glebas, storyboard oluşturmaya başlayan birinin izleyeceği ilk adımın erken fikirlerini küçük resimler *(thumbnails)* hâlinde görselleştirmek olduğunu ifade etmektedir (Glebas, 2009, s. 73). "Küçük resimler *(Thumbnails)*, hızlı bir şekilde yapılabilecek değişikliklere olanak tanıyan posta pulu boyutunda çizimlerdir (sketches) (Glebas, 2009, s. 73)". Beiman'a göre ise, "Küçük resimler *(Thumbnails)* çizilmiş düşüncelerdir. Kısa notlarla birleştirilen bu küçük eskizler (these small sketches), hafızanın kaybolmaması için bir hikâye (a story) veya karaktere (character) ilişkin fikirleri yakalar. Küçük resimler *(Thumbnails)* daha sonra tamamlanmış bir çizime (a finished drawing) dönüştürülebilir (Beiman, 2007, s. 13)". Görsel 4.12, elle yapılmış küçük resim çerçevelerini içermektedir.



Görsel 4.12. *Küçük resim (Thumbnails) storyboard çizimi örneği (Simon, 2007, s. ?)*[20]

[20]Alıntılanan kaynakta storyboard çiziminin Animatics & Storyboards, Inc.'den Dan Antkowiak'a ait olduğu belirtilmektedir.

Görsel 4.12'deki storyboard, elle yapılmış, küçük boyutlu, hikâyeye dair ilk fikirlerin görsel ifadesidir.

Beiman, küçük resimlerin *(thumbnails)* ardından onlardan daha ayrıntılı ritim tahtalarına (burada 4x6 inç'lik çerçeveleri önermektedir) geçilebileceğini ifade etmiştir (Beiman, 2007, s. 152).

Storyboard oluşturmak, öncesinde hikâyeye ilişkin önemli noktaların işlendiği ritim tahtaları/panoları (beat boards) tasarlamakla başlayan bir süreçtir (Glebas, 2009, s. 48). Glebas'ın ifadesiyle ritim tahtaları;

> "(…) filmin bir sahnesini temsil eden bir dizi tekil çizimdir. Çizimler, çocuk kitabı illüstrasyonlarına benzer şekilde tek bir resimde (picture) daha karmaşık bir hikâye (story) anlatıyor. Ritim tahtası (The beat board), yönetmenin hikâyeyi yöneticilere, finansal yatırımcılara ve ekibe sunması için bir rehber görevi görür (Glebas, 2009, s. 48)".

Görsel 4.13, Glebas'ın ünlü masal kahramanı Şehrazat'ın hikâyesini anlattığı storyboard'lar ile sürdürdüğü kitabındaki storyboard'lara ilişkin ritim tahtaları (beat boards) örneğini göstermektedir.

Görsel 4.13. *Ritim tahtaları (Beat boards) örneği (Glebas, 2009, s. 49)*

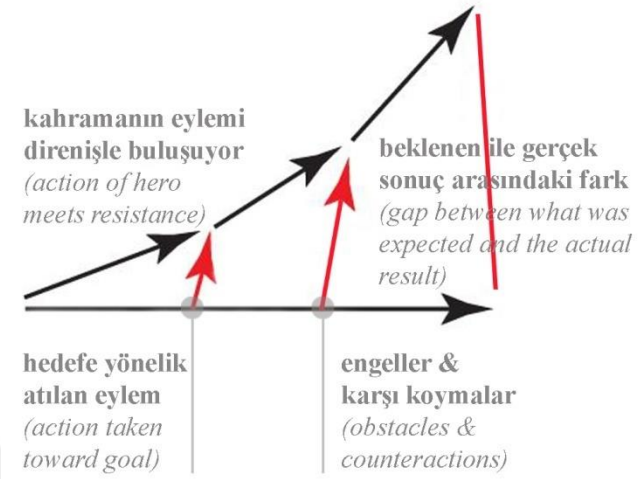
Görsel 4.13'teki ritim tahtaları (beat boards) hikâyenin gidişatına yön veren önemli noktaların görselleştirilmesiyle oluşturulmuştur.

Glebas, storyboard'larda hikâye ritimleri oluşturmanın önemini şu şekilde açıklamaktadır:

> "Hikâye ritmi bir fikir ya da küçük bir eylemdir; filmin hikâyesini anlatan en küçük birimdir. Soruları üreten ve cevaplayan bu fikirlerin akışıdır. Yeni bir fikir ortaya çıktığında, yeni bir hikâye ritmimiz (a new story beat) olur. Hedefe yönelik her ayrı eylem yeni bir ritimdir. Hikâye ritimleri (The story beats) aynı zamanda eylem dizileri (sequences of actions) için bir

noktalama işareti duygusu yaratır. Hikâyeyi (The story) eylem parçalarına ayırarak hikâyenin adımlarını takip etmemizi sağlarlar (Glebas, 2009, s. 72)".

Şekil 4.3'te hikâye ritimlerini anlatan grafiksel bir ifade görülmektedir.



Şekil 4.3. *Hikâye ritimleri (Story beats) (Glebas, 2009, s. 72)*

Şekil 4.3'te hikâye kahramanının karşılaştığı engeller ve eylemleri arasındaki ilişkinin, hikâye ritimlerini oluşturduğu grafik görülmektedir.

Glebas, profesyonel bir biçimde film yapımı temelli hikâye anlatımı ve storyboard oluşturmaya dair kitabında, storyboard'larda görsel dile önemli bir katkı sunan sahneleme ve hareket diyagramı kavramlarına yer vermektedir (Glebas, 2009, s. 73).

Buna göre;

> "Başlangıçta tiyatrodan alınan sahneleme *(staging)*, hikâye olaylarını (the story events) en iyi şekilde sunmak için karakterleri sahnede farklı yerlere yerleştirmenin fiziksel eylemini ifade eder. Filmde, oyuncuların kameraya göre bu fiziksel düzenlemesi engelleme/blokaj (blocking) olarak da bilinir. Zamanla sahneleme, bir performansı sunmanın genel yöntemi anlamına geldi. Sahneleme aynı zamanda filmde her çekimin kompozisyonunu veya izleyicinin ekranda ne göreceğini ayarlamak için de kullanılır. (…) Sahneleme *(Staging)*, mümkün olan en iyi sunumu (presentation) bulmak için farklı düzenlemelerin denendiği bir keşif süreci olmalıdır. En iyi, bu durumda, en net ve en dramatik anlamına gelir (Glebas, 2009, s. 73)".

Glebas'ın hareket diyagramı ile ilgili açıklamaları ise şu şekildedir:

> "Bir filmi planlarken yapmanız gereken ilk çizimlerden biri, bir futbol maçını planlarken gördüğünüz çizimlere benzeyen bir aksiyon diyagramıdır (a diagram of the action). Bu engelleme/düzenleme/blokaj diyagramı (blocking diagram), herkesin nereye ve ne zaman gideceğini gösteren ekran coğrafyasını (the screen geography) ve hareket planını (the plan

> for movement) oluşturmak için kullanılır. Ayrıca kamerayı nereye konumlandıracağınızı ve hareket ettireceğinizi de gösterir. Bu engelleme diyagramları (These blocking diagrams), aynı zamanda aksiyonun derinlik (depth) olarak da bilinen z kamera ekseninde sahnelenmesine de yardımcı olur (Glebas, 2009, s. 73)".

Sahneleme ve hareket diyagramıyla ilgili olabilecek bir diğer kavram ekran yönüdür. Simon'a göre, "Ekran yönü *(Screen direction)* nesnelerin veya karakterlerin ekranda hareket ettiği yönü ifade eder. Tutarlı ekran yönü, görsel hikâye anlatımında (in visual storytelling) önemlidir çünkü genellikle izleyiciye (the viewer) bir karakterin nereye gittiğini ve karakterin ne zaman yön değiştirdiğini söyler (Simon, 2007, s. 115)".

Newman (2009, s. 83-84), video oyunları alanında storyboard oluşturmanın temel olarak dört aşamalı bir süreç içerdiğini ifade etmiştir:

- "Storyboard'ların formatına ve ayrıntılarına karar verme,
- küçük resimler (thumbnails) oluşturma,
- 2B storyboard'lar oluşturma,
- 3B storyboard'lar oluşturma".

Hart, film üretiminde storyboard'ların temel amacının üç boyutlu ve iki boyutlu ifadeler arasında ilişki kurmak olduğunu kitabında şu paragrafla ifade etmektedir:

> "Storyboard'un temel bileşenlerini çizerken, burada tartışılan tüm tasarım ilkelerinin tek bir amacı vardır: dış mekândaki 3B gerçekliği 2B bir yüzeyde (film ekranı) yeniden üretmek ve arttırmak. Mevcut dijital devrimde bile, çalışan bir film senaryosunun pre-viz'i için tercih edilen silah hâlâ kâğıt üzerinde kurşun kalemdir. Senaryonun anlatı yapısının (the script's narrative structure) parametreleri dâhilinde oluşturulan çizilmiş storyboard'lar, grafiksel olarak mümkün olduğu kadar dinamik olmalıdır. Neden? Çünkü izleyicinin görsel ilgisinin harekete geçirilmesi ve sürdürülmesi gerekiyor (Hart, 2008, s. 37)".

Storyboard'lar temel olarak göz önünde bulundurulduğunda, çekim ölçekleri, çekim açıları, kamera hareketleri, alan derinliği, kompozisyon, çerçeveleme, perspektif, hareket, renk, ışık ve gölge, aydınlatma gibi unsurlar ile oluşturulmaktadır.

Storyboard yapımında kullanılan önemli bir yöntem "üçte bir kuralı"dır. Hart, bu kuralı şu şekilde açıklamaktadır:

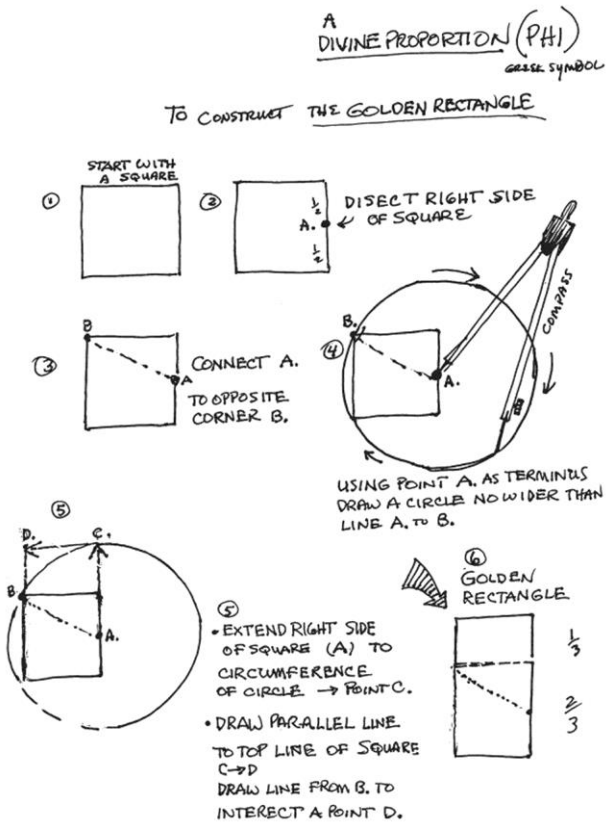
> "Herhangi bir film karesi için herhangi bir profesyonel kompozisyonun, storyboard çerçevesi içine çizilen figürlerin, nesnelerin veya yapıların doğru yerleştirilmesi için bu tarihi sanatsal ilkelere uyması gerekir. Dikdörtgenin önce yatay ve dikey olarak üç bölüme bölünmesi gerekir. Üç dikey ve üç yatayın kesişmesiyle oluşan noktalar, her zaman ilgi odağının bulunduğu alanlar hâline gelir. Buna *üçte bir kuralı* denir (Hart, 2008, s. 38)".

“ÜÇTE BİR KURALI (RULE OF THIRDS): Tüm çerçeveli çekimler dikey veya yatay olarak üçe (veya her ikisine) bölünür, bu da hareket merkezinin kesişme noktalarından herhangi birine yerleştirilmesiyle sonuçlanır (Hart, 2008, s. 38)”.

Hart, üçte bir kuralı ile ilgili daha detaylı bilgilere ise alıntılanan şu paragrafta yer vermektedir:

> “Tıpkı bir yazarın boş bir sayfayla yüzleşmesi gerektiği gibi, sanatçının da çizim defterindeki boş bir dikdörtgenle yüzleşmesi ve bu alanı senaryonun (the script) talepleriyle nasıl dolduracağını gözünde canlandırması gerekir. Ancak onu doldurmadan önce bile, alanın iyi bir oranda olması gerekir. Storyboard’lar, son görüntünün en boy oranına uyacak şekilde uzun dikdörtgenler hâlinde çizilir. Yansıtılan görüntünün en boy oranı günümüzün geniş ekran formatlarında 1.65:1 ila 2.55:1 arasında değişebilir. Bunlar, storyboard sanatçısının (the storyboard artist) tek tek çerçeveleri (the individual frames) çizmek için kullanacağı oranlarla aynıdır. Yunanlılar buna *ilahi oran* veya *altın dikdörtgen* adını verdiler. Parthenon’un tabanı bina yüksekliğinin toplamının üçte ikisi kadardır ve alınlık üçgeni üstteki üçte biridir. Bu üçe bölme tüm sanat tarihi boyunca kullanılan bir orantı yöntemidir (Hart, 2008, s. 37)”.

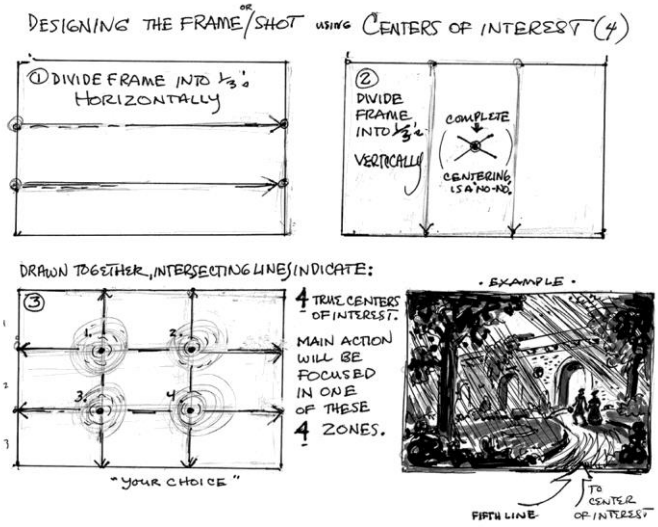
Şekil 4.4 altın dikdörtgenin nasıl elde edildiğini geometrik olarak üçte bir kuralı ile beraber açıklamaktadır.



Şekil 4.4. *Altın bir dikdörtgen oluşturma adımları (Hart, 2008, s. 39)*

Şekil 4.4'teki şematik gösterime göre, altın bir dikdörtgen elde etmek aslında geometrik olarak da üçte bir kuralını uygulamaktır.

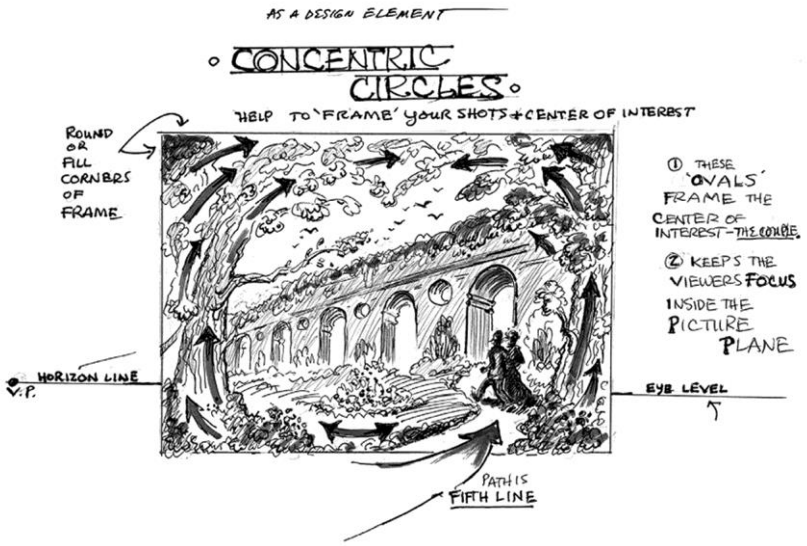
Şekil 4.5 ise üçte bir kuralının bir storyboard panelinde nasıl uygulanabileceğini çizim yoluyla anlatmaktadır.



Şekil 4.5. *Üçte bir kuralının bir film karesinde uygulanma örneği (Hart, 2008, s. 42)*

Şekil 4.5'e göre, çerçeve içerisine çizilen ve çerçevenin yatay ve dikey uzunluklarını üç eşit parçaya ayıran çizgilerin kesişim noktaları, hikâye için çerçevedeki ana hareket ve anlatım noktaları olarak belirlenmektedir.

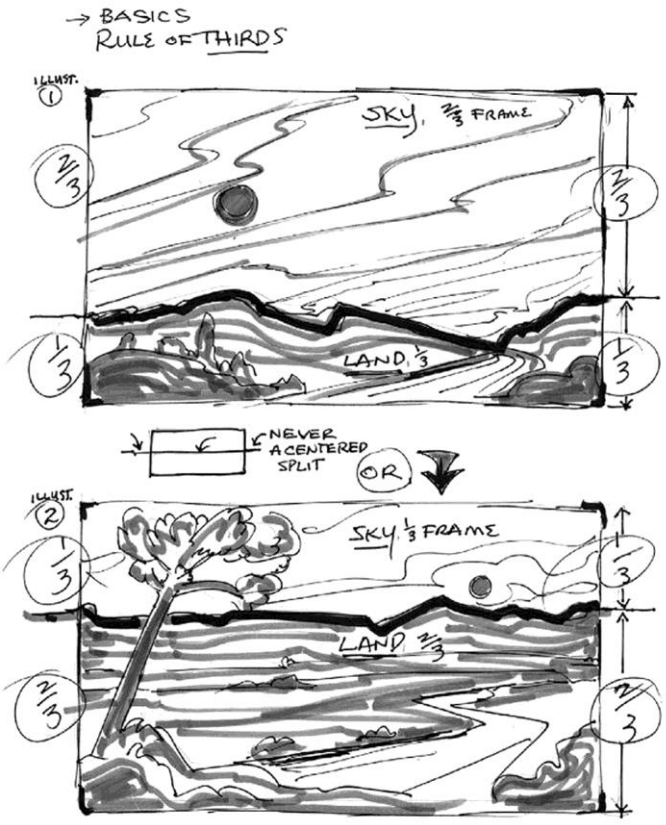
Şekil 4.6'da film karesinin ayrıntılı analizi görülmektedir.



Şekil 4.6. *Film karesinde oluşturulan dairesel ilgi merkezi (Hart, 2008, s. 43)*

Şekil 4.6, çerçevedeki ağaçlar ve yol yardımıyla oluşturulan gözün dairesel bir biçimde nasıl yönlendirildiğini oklar yoluyla açıklamaktadır (Hart, 2008, s. 43).

Şekil 4.7 ise, üçte bir kuralının ve uygulanan farklı oranların görseli nasıl etkilediğini anlatmaktadır.



Şekil 4.7. *Üçte bir kuralının farklı oranlarının görsel üzerindeki etkisi (Hart, 2008, s. 45)*

Şekil 4.7'de uygulanan 1/3 ve 2/3 oranları ile görseller, kara ve gök parçalarına dair farklı fikirler vermektedir.

Üçte bir kuralı ile, iki boyutlu çerçevelerden oluşan storyboard'larda, hikâyelerin üç boyuta ilişkin tarafları hakkında, iletilmek istenen fikirlere ve anlatılmak istenen duygulara dair etkili bir grafik ifade dili oluşturmak mümkündür.

Çerçevelerin oluşturulmasında kullanılan temel görsel düzlemler bulunmaktadır; bunlar, ön plan *(foreground (FGD))*, orta plan *(middle ground (MGD))* ve arka plan *(background (BGD))* dır (Hart, 2008, s. 40).

Storyboard'ların bir diğer parçasını perspektifler oluşturmaktadır. Hart, perspektif kullanımı ile ilgili şu bilgilere yer vermiştir:

> "Sinematografinin (cinematography) en dinamik yönlerinden biri, farklı perspektifler sunmak, bir sahnenin farklı sunumlarını iletmek veya izleyiciye görmesini istediğiniz her şeyi göstermek için kamera açılarını değiştirebilme yeteneğidir. Kamera açıları, izleyicinin anlattığınız hikâyeye (the story you are telling) ilgisini canlı tutmanın kritik bir yoludur; tüm film boyunca yalnızca tek bir bakış açısı gördüğünüzü hayal edin. Pek teşvik edici olmayacaktır (Hart, 2008, s. 49)".

Perspektifler, hikâyelerin harekete ilişkin taraflarını dolayısıyla da hikâyeye yol aldıran taraflarını grafik bir biçimde ifade etmenin en etkili yöntemlerini içermektedir. Storyboard'larda bunu sağlayan bileşenler, kamera hareketleri, çekim açıları ve çekim ölçekleri olarak adlandırılmaktadır.

Hart, en yaygın çekim açılarını kitabında şu şekilde listelemiştir:

- "Yakın Çekim *(Close-Up (CU))*: oyuncunun/oyuncuların tam yüz çekimi veya nesnelerin yakın çekimi (Hart, 2008, s. 49)".
- "Aşırı Yakın Çekim *(Extreme Close-Up (EXT CU))*: o kadar yakın ki sadece oyuncunun gözlerini görüyorsunuz (Hart, 2008, s. 49)".
- "Çekimin Oluşturulması *(Establishing Shot (EST))*: oyuncunun/oyuncuların seyirci için yerleşimini gösterir (Hart, 2008, s. 49)".
- "Uzun Çekim *(Long Shot (LS))*: uzaktaki (arka plandaki) aktörü/aktörleri veya nesneleri gösterir (Hart, 2008, s. 49)".
- "Orta Çekim *(Medium Shot (MS))*: orta plandaki (MGD'deki) oyuncuyu/oyuncuları veya nesneleri gösterir (Hart, 2008, s. 49)".
- "Omuz üzerinden *(Over the shoulder (OTS))*: oyuncuların omuzlarının üzerinden alınır; bir oyuncu için (aynı omuzda) tutarlı kalmalıdır (Hart, 2008, s. 54)".
- "Panoramik *(Panoramic (Pan))*: Kamera panoramik bir sahne çekmek için yatay olarak hareket eder (Hart, 2008, s. 54)".
- "Takip çekimi *(Tracking shot)*: kamera tekerlekler üzerine monte edilmiştir ve sahnedeki hareketi yakalamak için bir ray üzerinde yumuşak bir şekilde hareket eder. Bazen, dairesel hareketle hareket eden yengeç arabasına benzer şekilde, kameranın bir araba üzerinde çekildiği veya itildiği benzer bir "taşıyıcı araba" çekimi kullanılır (Hart, 2008, s. 54)".
- "Yakınlaştırmalı çekim *(Zoom shot)*: odaklama, yakınlaştırmalı bir mercekle geniş açıdan yakın çekime (CU'ya) gider (Hart, 2008, s. 54)".

Storyboard karelerinde veya film karelerinde oluşturulacak anlama ve hikâyenin ritimlerine, parçalarına göre farklı çekim açıları kullanılmaktadır.

Bu noktada ifade edilecek bir kavram, eylem çizgisidir. Hart'a göre, "EYLEM ÇİZGİSİ (LINE OF ACTION): Bir figürün jesti veya eylemin kendisinin storyboard'daki sürekliliğidir (Hart, 2008, s. 49)".

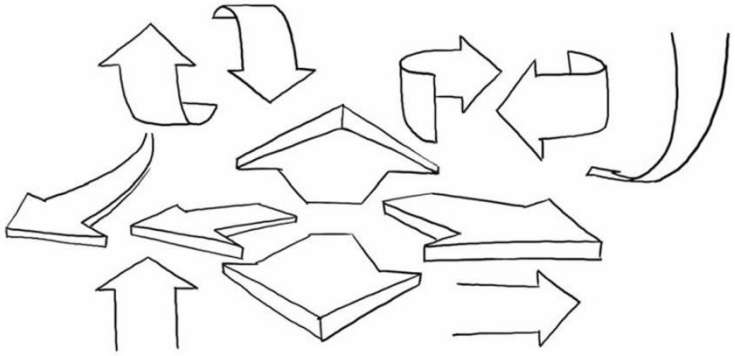
Kamera hareketlerinde ise görsel anlatımı destekleyecek ve izleyeni hikâyeye dâhil etmeye etki edecek birçok tür bulunmaktadır. Bu hareketlerle ilgili olarak Simon, şu bilgilere yer vermektedir:

> "Kamera hareketleri birkaç şekilde gösterilebilir. Kaydırmalar (Pans), eğimler (tilts) ve izleme (tracking), iki veya daha fazla kare üzerine bir görüntü çizilerek ve kamera hareketini belirtmek için oklar (arrows) kullanılarak gösterilebilir. Yakınlaştırma veya uzaklaştırma, her iki uç noktanın çerçevesi tek bir karede özetlenerek ve yakınlaştırmanın yönünü göstermek için oklar (arrows) kullanılarak gösterilebilir. Kamera sarsıntıları, bir panelin etrafına (around a panel) birden fazla eğimli çerçeve (canted frames) çizilerek gösterilebilir (Simon, 2007, s. 140)".

Yine kitapta okların hem hikâye hem de çekim ile olan ilişkisi için ise şu bilgiler yer almaktadır:

> "Bir çerçeveye giren veya çerçeveden çıkan ok (an arrow), çerçeveye giren veya çerçeveden çıkan bir nesneyi temsil eder. Genellikle büyük bir darbe veya patlamadan kaynaklanan kamera sarsıntısını göstermek için çerçevenin köşelerine çizgiler çizebilirsiniz. Kamera yakınlaştırmaları, çekimin (the shot) başlangıç ve bitiş çerçevesinin yakınlaştırmanın hangi yöne, içeri veya dışarı doğru gittiğini gösteren oklarla (with arrows) çizilmesiyle gösterilebilir (Simon, 2007, s. 140)".

Çerçevelerde kullanılabilecek farklı ok gösterimleri ve yönlendirmeleri Şekil 4.8'de görülmektedir.



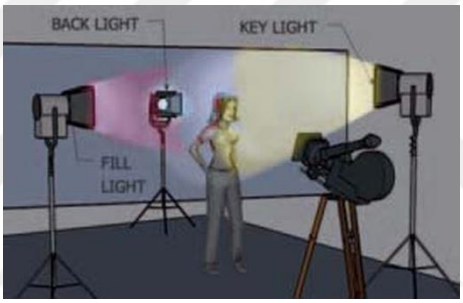
Şekil 4.8. *Ok gösterim örnekleri (Simon, 2007, s. 138)*

Oklar, çerçevelerdeki özne ve nesnelerin hareketlerini ifade ettiği gibi, çerçeveleri oluşturan kişiler için de kamera hareket yönleri ile ilgili bilgileri taşıdığından bir iletişim dili oluşturmaktadır.

Sahnelemenin, film karelerinde ve storyboard'larda görsel anlatımın bir diğer bileşeni aydınlatma tasarımıdır. Glebas, doğru bir aydınlatmanın nasıl gerçekleşebileceğini şu şekilde açıklamaktadır:

> "En yaygın aydınlatma şemasına üç noktalı aydınlatma (three-point lighting) denir. Bunun nedeni, en ikna edici hacim yanılsamasını vermesidir. Anahtar ışık (key light) ana aydınlatma kaynağını sağlar. Bir nevi güneşe benzer. Arka ışık (back light), kenarın etrafında figürü arka plandan ayıran bir ışık çemberi oluşturur. Son olarak bir dolgu ışığı (fill light), ana ışığın oluşturduğu gölgeleri yumuşatmak için doldurur. Bazen dolgu ışığı, ışığı dolgudan nesneye geri yansıtan bir reflektörle değiştirilebilir (Glebas, 2009, s. 91)".

Bu üç ışık kaynağının sahnede birlikte kullanımı, hikâyedeki özne ve nesneler için doğru ve etkili anlatımı oluşturmaktadır. Görsel 4.14'te bu ışık kaynakları ve sahnelemedeki yerleri görülmektedir.



Görsel 4.14. *Üç ışığın kullanım yerleri (Glebas, 2009, s. 91)*

Glebas, üç ışığın görsel olarak oluşturduğu ifadeleri kitabında çizim diliyle göstermektedir (Glebas, 2009, s. 91). Buna göre Görsel 4.15'te, arka ışığın (solda), dolgu ışığının (ortada) ve ana ışıkla beraber bu üç ışığın (sağda) görsel üzerindeki etkileri anlatılmaktadır.

Görsel 4.15. *Arka ışık (solda), dolgu ışığı (ortada) ve üç ışığın (sağda) kullanımının görsel etkilerinin çizim diliyle ifadesi (Glebas, 2009, s. 91)*

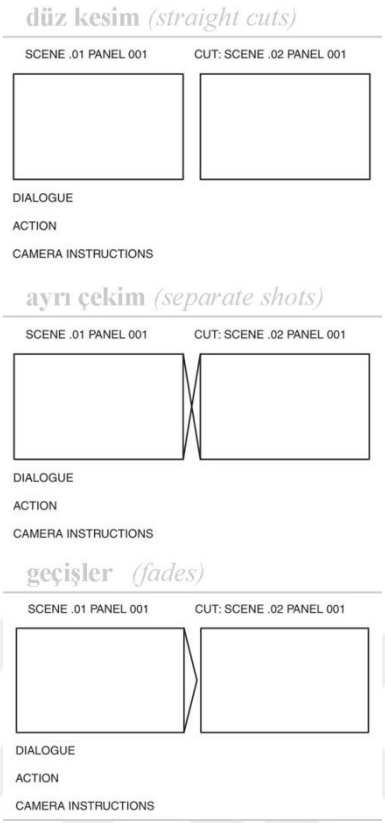
Görsel 4.15, arka ışık ve dolgu ışığı olmadığında gölgelerin çok sert olduğunu ancak üç ışığın beraber kullanımıyla iyi bir etkinin oluştuğunu ifade etmektedir (Glebas, 2009, s. 91).

Işık ve ışık kullanımı görsel anlatımın önemli bir parçasıdır. Görsel anlatıma dayalı olan storyboard'larda anlatılan hikâyeye dair doğru ve etkili bir anlatım oluşturabilmek, storyboard'un içerdiği geleneksel veya dijital olanaklar çerçevesinde ışığın doğru kullanımı ile mümkün olmaktadır.

Bir üretimde storyboard'ların kullanımı üretimin gerekliliklerine göre çeşitli altlıklar oluşturularak yapılabilir. Glebas, kitabında bununla ilgili olarak şu bilgilere yer vermektedir:

> "Prosedürler stüdyolar arasında farklılık gösterir ancak burada kamera çalışmasını storyboard'larla sunmaya yönelik bazı yönergeler verilmiştir. Çoğu zaman stüdyoların üzerinde çalışılacak kendi önceden basılmış storyboard sayfaları olacaktır. Sayfada resimler için panel kutuları (panel boxes for pictures), kamera ve özel efektler için talimatlar, diyalog ve eylem açıklaması ve gösteri numarası, sıra numarası, sahne numarası ve panel numarası ile birlikte gösteri adı (the show name with numbers for show number, sequence number, scene number, and panel number) yer alacaktır (Glebas, 2009, s. 93)".

Storyboard'lar bir yapım için büyük ölçüde görsele dayalı birer anlatım aracı olmakla birlikte, gerekli olan önemli yazılı notları da içermektedirler. Görsel 4.16, bir yapımda kullanılabilecek kamera çerçevelerini ve bununla beraber içerdiği bilgi başlıklarını göstermektedir.



Görsel 4.16. *Düz kesim (straight cuts), ayrı çekim (separate shots) ve geçişler (fades) için paneller arasındaki gösterim biçimleri (Glebas, 2009, s. 93)*

Görsel 4.16'daki çekim çerçevelerinde düz kesim (straight cuts) için çerçevelerin arası boşlukludur; ayrı çekim (separate cuts) için çerçevelerin arasında X işareti vardır; geçişler (fades) için ise çerçevelerin arasında > veya < işaretleri bulunmaktadır (Glebas, 2009, s. 93).

Storyboard oluşturmada önemli bir adım da panelleri ve sayfaları numaralandırma işlemidir. Simon, numaralandırmanın önemini şu şekilde anlatmaktadır:

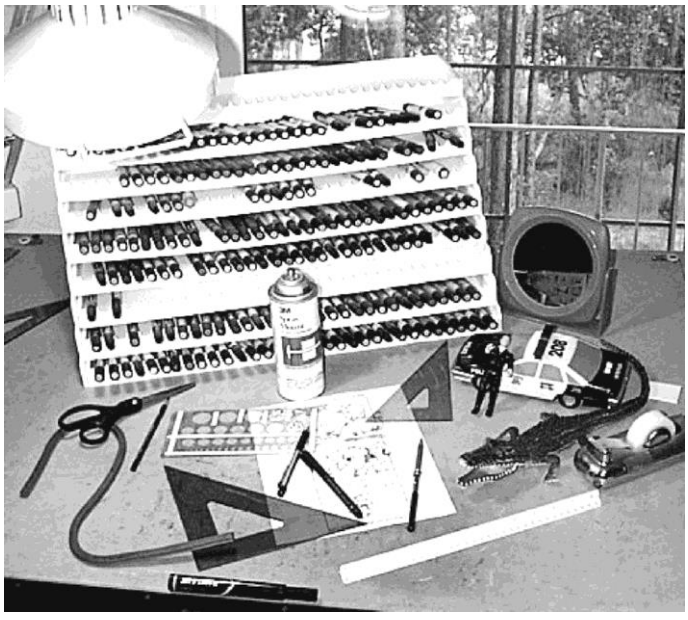
> "Panolarınızı doğru şekilde numaralandırmanın üç ana nedeni vardır. Bunlardan biri, panoları (the boards) doğru sırada görüntülemeyi kolaylaştırmaktır. İkincisi onları doğru sırada tutmaktır. Üçüncü neden ise yapım ekibinin (the production team) belirli bir sahne için gereken çekim sayısını belirlemesine yardımcı olmaktır. Bir senaryo (a script) prodüksiyona göre (by production) sahne numaralarına (scene numbers) bölünmüşse (sahne numaralarını asla kendi başınıza bulmayınız), bu sahne numaralarını referans olarak kullanın (Simon, 2007, s. 143)".

Özel olarak sayfaları numaralandırmak ile ilgili olarak ise Simon, "Numaralandırmanın en temel biçimi ve daha az önemli olmayan şekli, sayfaları numaralandırmaktır. Bu, düzinelerce, bazen yüzlerce sayfanızı doğru sırada tutmanıza

yardımcı olur. Çalışırken daima sayfalarınızı numaralandırın (…) (Simon, 2007, s. 144)" ifadesine yer vermiştir.

Geleneksel storyboard yapım yöntemlerinde pek çok malzemenin bulunması mümkün olmakla beraber, büyük ölçüde kullanılan fiziksel ortam araç ve gereçlerini Simon (2007, s. 21), şu şekilde listelemiştir: kurşun kalemler (2B uçlu mekanik, repro olmayan, Ebony, siyah ve mavi renkte Col-Erase, vb.); bilgisayar, tarayıcı, grafik programları, grafik tablet ve yazıcı; mürekkepli kalemler (Sharpie, Pilot Fineliner, Pilot Razorpoint, Faber Castell fırça kalemi, Tombow fırça kalemi); ölçek cetveli; marker'lar; mastarlar; ayarlanabilir gönyeler (30°/60°, 45°); karakalem; pistole/eğri çizme aleti; renkli kalemler; silgi kalkanı; pastel; ayna; beyaz Conte veya Çin marker'ı; referans kitapları ve nesneler; düz veya Bristol kâğıt; şablonlar; önceden basılmış storyboard şablonları; silgiler (yoğrulmuş, pembe, sakızlı, elektrikli); ışık masası; pusula; fırçalar (geniş siyah alanları mürekkeplemek için); sözleşmeler; mürekkep; fotokopi makinesi; dijital kamera; beyaz-out veya beyaz mürekkep; havalı fırça; diş fırçası; tutkal çubuğu veya sprey montajı; x-acto bıçağı veya makası.

Görsel 4.17'ye bakıldığında, Mark Simon'ın çalışma ortamı ve geleneksel malzeme kullanımının çeşitliliği görülebilmektedir.



Görsel 4.17. *Mark Simon'ın çalışma masası (Simon, 2007, s. 20)*

Görsel 4.17, Mark Simon'ın Animatics & Storyboards, Inc.'de bulunan çalışma masası ortamını göstermekte olup görselde, el yapımı köpük marker standı, pek çok

marker kalem, oyuncaklar, küçük ayna, cetvel, gönye, makas, bant gibi daha birçok geleneksel araç-gereç bulunmaktadır (Simon, 2007, s. 20).

Geleneksel yöntemlere ve ortamlara ek olarak dijital ortamlarda da storyboard oluşturmak mümkündür. Bu noktada, video storyboard'ları olan animatikler *(animatics)* storyboard'ların dijital türlerine örnek verilebilir. Simon, kitabında video storyboard'ları ile ilgili şu bilgilendirmelerde bulunmaktadır:

> "Animatikler (Animatics), tek kelimeyle video storyboard'larıdır. Bunlar, projeyi gerçekten çekme (shooting) veya canlandırma (animating) masrafına girmeden önce, son projeyi hareket hâlinde görmenin bir yoludur. Animatikler (Animatics), statik storyboard çerçevelerinden oluşan düzenlenmiş bir video kadar basit veya sınırlı hareketli animasyon kadar karmaşık olabilir. (…) Basit animatikler (animatics) orijinal storyboard'ları alır ve bunları dijitalleştirir veya bir kamerayla çeker. Çerçeveler (The frames), resme kaydırma (panning) ve yakınlaştırma (zooming) yapılarak veya yapılmadan, sese uygun şekilde birlikte düzenlenebilir. Karmaşık animatikler (animatics), hareketli parçalara sahip storyboard'lar olarak düşünülebilir. Basit bir animasyon sağlamak için değiştirilebilecek birkaç parçadan oluşan sanat eserlerini kullanırlar. (…) Animatikler (Animatics), genellikle önerilen bir "spot"u, reklamı veya bir film veya TV şovunun sekanslarını (sequences) test etmek için kullanılır. Ayrıca ucuz televizyon pilotları olarak ve özel efektlerin (special effects) tasarımı ve zamanlaması için de kullanılırlar (Simon, 2007, s. 83)".

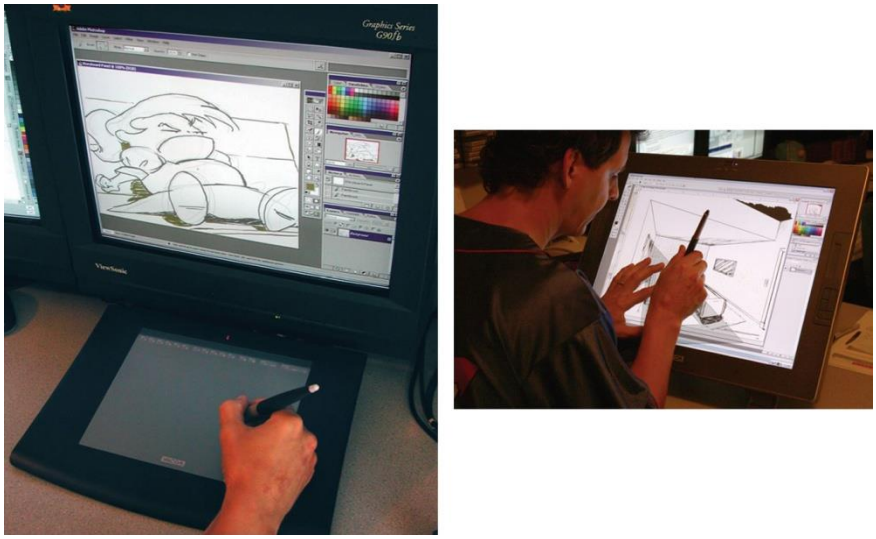
Simon, animatik (animatics) oluşturma konusunda yardımcı olabilecek programlar ile ilgili olarak ise şu bilgilere yer vermektedir:

> "Hemen hemen tüm animatikleri (animatics) üretmek için bilgisayarlar ve yalnızca birkaç program kullanılır. 2B animatiklere (animatics) yönelik ana programlar Adobe After Effects, Shake, Adobe Premiere, Avid, Final Cut, Mirage, Storyboard Artist ve Adobe Photoshop'tur. Hemen hemen tüm 3B programlar animatikler (animatics) için kullanılabilir. Frame Forge 3D Studio, özellikle storyboard oluşturma için yazılmış birkaç 3B programdan biridir (Simon, 2007, s. 85-86)".

Dijital ortamda storyboard oluşturmak, taşınabilir bilgisayar ve grafik tabletler gibi kullanımı kolay araçları içermektedir. Wacom Cintiq tablet monitörler bunlara örnek verilebilir. Konuyla ilgili olarak Simon,

> "Wacom Cintiq gibi tablet monitörler ve taşınabilir tablet bilgisayarlar, sanatçıların doğrudan ekran üzerinde çizim yapmasına olanak tanır. Bu, dijital süreci son derece hızlandırır. Ayrıca sanatçıların cetveller, eğriler ve şablonlar gibi fare veya normal grafik tabletlerle pratik olarak kullanılamayan aşina oldukları çizim araçlarını kullanmalarına da olanak tanır (Simon, 2007, s. 165-166)".

ifadesiyle, bu tabletlerin dijital ortamlarda nasıl kullanıldığını açıklamaktadır. Görsel 4.18'de grafik tablet ile çizim ortamları görülmektedir.



Görsel 4.18. *Grafik tablet monitör kullanımları; soldaki (Simon, 2007, s. 167) ve sağdaki (Simon, 2007, s. 44)*

Storyboard'lar, kullanıldıkları alanların gerektirdikleri ile şekillenen, kendine özgü bir terminolojiye ve iletişim diline sahip ve etkili bir görsel anlatımı olanaklı kılan üretim öncesi görsel hikâye anlatımı araçlarıdır. Geleneksel ve yeni medyaya bağlı gelişen olanaklar çerçevesinde, çok çeşitli araç-gereçler yardımı ile üretilebilmektedirler. Storyboard'lar bir hikâyenin görsel parçalarının anlamlı ve sıralı bir biçimde bir araya gelişinden doğan bir bütündür.

Bir mekânın ve mekân tasarımının, hikâye olan ve hikâye anlatan yönü, bütün hâlindeki bir hikâyenin parçalarını içeren storyboard aracı ile benzerlik göstermektedir. Bir sonraki bölümde bu ilişki, bu tez kapsamında seçilen bir örnek çalışma ışığında açığa çıkarılmaya çalışılacaktır.

5. MEKÂN TASARIMINDA HİKÂYE ANLATIMI ARACI OLARAK STORYBOARD KULLANIMI

Uluslararası alanyazında bu konudaki çalışmalara yönelik bir literatür taraması yapılmıştır. Storyboard'un mekân tasarımını ve üretimini temel alan disiplinlerde kullanım biçimlerine ilişkin çok fazla sayıda olmamakla birlikte, birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar genel olarak hikâye anlatımının ve hikâyenin senaryo yönüne odaklı olup mekânların olanak verdiği veya verebileceği yaşam kesitlerini, olayları, dolaşımları ve bu anlamdaki hikâyeleri keşfetmeye yöneliktir. Mekân tasarımına dair stüdyo derslerinde, storyboard'ların geleneksel veya dijital biçimde öğrenciler tarafından hazırlanan örneklerinin eğitim amaçlı olarak kullanıldığı çalışmalar mevcuttur. Ancak storyboard'un teknik bileşenlerini içeren hâli ile mekân tasarımında, bir mekânın gerektirdiği unsurların tasarlanması sürecinde bir görsel temsil yöntemi olarak kullanılmasına yönelik örnekler yok denecek kadar azdır.

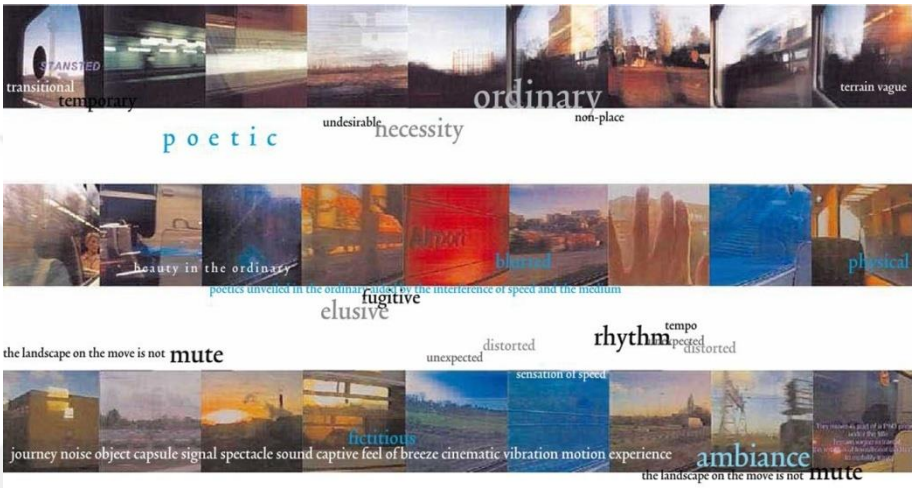
Bu tez çalışmasının bu bölümünde, bir mekân tasarımı sürecinde hikâye anlatımının temsil yönüne olanak veren ve bu amaçla kullanılan storyboard aracına odaklanılmaktadır. Bu sebeple bölüm için seçilen örnek çalışma, Kamvasinou'nun (2006) "Reclaiming the Obsolete in Transitional Landscapes: Perception, Motion, Engagement" başlıklı makalesidir.

Bu çalışma genel olarak, peyzaj mimarlığında bir kapsam olan geçiş peyzajları/manzaraları *(transitional landscapes)* üzerinedir. Çalışmada, farklı taşıtlar (tren ve otobüs) aracılığıyla yapılan yolculuklar sırasında şahit olunan ve sıklıkla pek bir anlam ifade etmeyen manzaraların (bu manzaralar ile ilgili olarak çalışmada belirsiz arazi *(terrain vague)* terimi kullanılmaktadır), hareket hâlindeki bakışlar ve bu manzaralar arasındaki etkileşim göz önünde bulundurulduğunda, estetik ve finansal bir anlam içerebileceği vurgulanmaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 16). Bu amaç doğrultusunda Yunanistan, Atina'da ve Britanya, Londra'da tasarlanmış iki varsayımsal proje detayları ile birlikte makalede sunulmaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 16). Projelerin tasarımlarındaki kavramsal yaklaşımlar, eskiz işlevi gören video storyboard aracı kullanılarak ifade edilmiştir.

Çalışmada belirtilen geçiş peyzajı/manzarası *(transitional landscape)* teriminin amacı; kullanıcı etkileşiminin "kopuk" ("detached"), "anlaşılması zor" ("elusive"), "geçici" ("passing") olarak algılanan arazilere dair, "arada" ("in-between"), "sıkıcı"

(“boring”), “sıradan” (“ordinary”), “modası geçmiş” (“obsolete”) olarak düşünülen ön kabullerdeki etkisini araştırmaktır (Kamvasinou, 2006, s. 16).

Görsel 5.1’de, yolculuk sıralarında taşıtların içerisinden bakış çerçevesine giren farklı bakış örneklerinin birleştirildiği, videodan alınmış bir görsel bulunmaktadır. Bu görsel, çalışmada “Stansted’ten alıntılar, Video, Aralık 2000, 6 dk (ilk olarak Kamvasinou, 2003’te yayınlanmıştır)” ifadesiyle yer almaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 17).



Görsel 5.1. *Yolculuk anlarından bakış örnekleri (Kamvasinou, 2006, s. 17)*

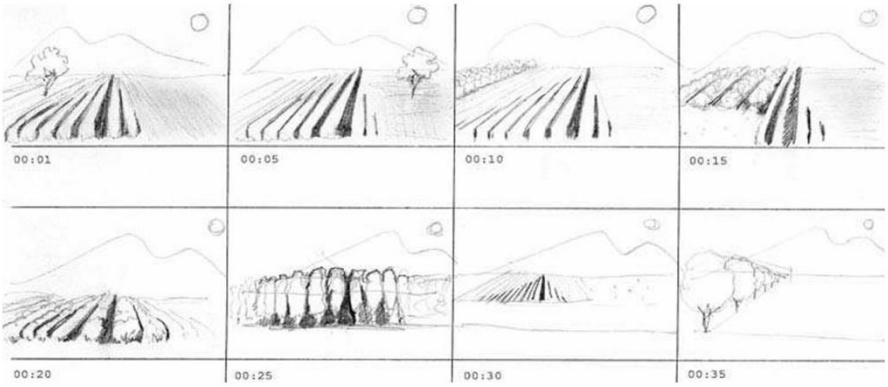
Görsel 5.1’de bir araya getirilen fotoğraflar/video görselleri, tanımlayıcı ifadeler ve notlarla birleştirilmiştir. Bunlar: transitional (geçişsel), temporary (geçici), poetic (şiirsel), undesirable (istenmeyen), necessity (gereklilik), ordinary (sıradan), non-place (yer olmayan), terrain vague (belirsiz arazi); beauty in the ordinary (sıradandaki güzellik), poetics unveiled in the ordinary aided by the interference of speed and the medium (hızın ve ortamın müdahalesiyle sıradanlıkta açığa çıkan şiirsellik), fugitive (çok kısa süren), elusive (çabucak geçen), blurred (bulanık), physical (fiziksel); the landscape on the move is not mute (hareket hâlindeki manzara sessiz değildir), unexpected (beklenmeyen), distorted (çarpıtılmış), sensation of speed (hız hissi), rhythm (ritim), tempo, unexpected (beklenmeyen), distorted (çarpıtılmış), fictitious (kurmaca), journey noise object capsule signal spectacle sound captive feel of breeze cinematic vibration motion experience, ambiance (ortam), the landscape on the move is not mute (hareket hâlindeki manzara sesiz değildir) (Kamvasinou, 2006, s. 17).

Geçiş peyzajı/manzarası ve kullanıcı katılımının ilişkisi çalışmada iki ölçek üzerinden şu şekilde araştırılmıştır:

> "İki katılım (engagement) ölçeği tanımlanabilir, biri yolculuk ölçeğidir: sahnelerin zaman içinde nasıl algılandığı, birbirleri ile nasıl yan yana getirildiği; ışık, alan derinliği vb. gibi değişen faktörlerin zaman içindeki göreceli süreleri ve yolculuğun genel süresi içinde nasıl bir etkiye sahip olduğu. Bu makalenin odak noktası olacak olan diğer katılım (engagement) ölçeği, anlık algıdır: sahnelerin an be an nasıl deneyimlendiği ve hareketin ürettiği algısal eserler (Kamvasinou, 2006, s. 17)".

Yolculuk sırasında dışarıda görülen manzaraların ortamın fiziksel faktörleri tarafından nasıl etkilendiği ve yine hareketin bu manzaralar üzerinde nasıl bir etkisinin olduğu, bu çalışmanın araştırma konularındandır.

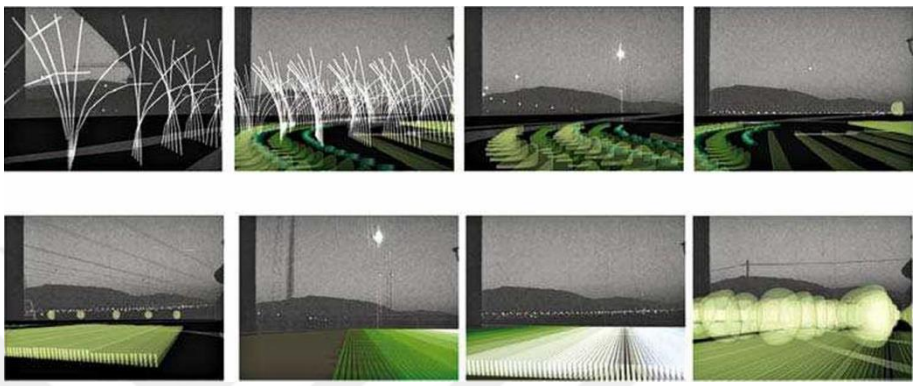
Bu amaç doğrultusunda tasarlanan iki projeden ilki, Yunanistan, Atina'da geçmekte olup Atina Havaalanı dışındaki belirsiz arazilerdeki asma tarlalarına ilişkindir (Kamvasinou, 2006, s. 21). Asma tarlalarının ekim desenleri ve yönleri otobüs yolculuk hattına dik uzandığından, hızla hareket hâlindeki göz, bu desenleri domino hareketleri olarak algılamaktadır; projede de bu fikir önerilmektedir (Kamvasinou, 2006, s. 21). Projenin önemi, algılanan bu domino hareketlerinin manzaralara doku karakteri kazandırmasında yatmaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 21). Çalışmada ilk olarak bu tarlaların kısa süreli aralıklarla oluşturulmuş, kara kalem çizimleri görülmektedir. Bu çizimler storyboard çerçeveleri şeklinde, hareketli yolculuğun da etkisiyle çekim çekim oluşturulmuştur. Daha sonra bu çerçevelerden çıkarılan "domino tarlaları" anlamı, dijital storyboard olarak üretilmiştir, çalışmada da bu dijital çerçevelere ilişkin görseller sunulmaktadır. Görsel 5.2'de, asma tarlalarının kara kalem çizimleri ile yapılmış storyboard çerçeveleri görülmektedir.



Görsel 5.2. *Asma tarlalarının storyboard çizimleri (Kamvasinou, 2006, s. 20)*

Görsel 5.2'de yolculuk hattından hareketin etkisiyle bu tarlalara bakıldığında, ekim desenlerinin de "domino hareketlerini" gösterdiği ileri sürülmektedir.

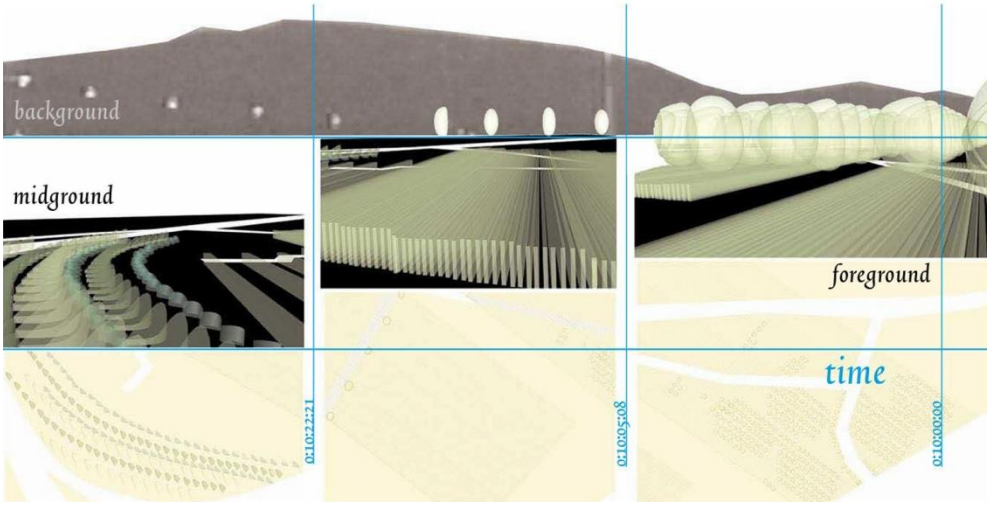
Asma tarlalarından domino tarlaları fikrine geçiş ise, yapılan dijital storyboard üzerinden görülebilmektedir. Görsel 5.3, domino tarlalarının dijital storyboard çerçevelerini göstermektedir.



Görsel 5.3. *"Domino tarlaları"nın dijital storyboard kareleri (Kamvasinou, 2006, s. 20)*

Görsel 5.3'te bu tarlaların farklı açılardan ve mesafelerden görüntüleri, karelerde sıralı bir biçimde yer almaktadır.

Görsel 5.4 ise dijital ve 3 boyutlu görüntülerin zaman çizelgesi yardımıyla düzenlenmiş bir şekilde, farklı plan düzlemlerinden animasyon storyboard çerçevelerini göstermektedir.



Görsel 5.4. *"Domino tarlaları"nın animasyon storyboard çerçeveleri (Kamvasinou, 2006, s. 21)*

Görsel 5.4'te tarlaların en üstte arka plan (background) görüntüsü görülmekte olup solda orta plan (midground) ve sağda ön plan (foreground) görüntüleri görülmektedir. Zaman çizelgesinin orta satırında farklı plan düzlemlerinden perspektif görüntüleri ve en alt satırda ise plan çizimleri yer almaktadır.

Storyboard'lar burada, geleneksel ortamdaki çizimler ile dijital yollarla oluşturulmuş görsel ve video animasyonu birlikte kullanılarak, tasarım sürecinde görsel temsil ve ifade aracı olarak rol almıştır.

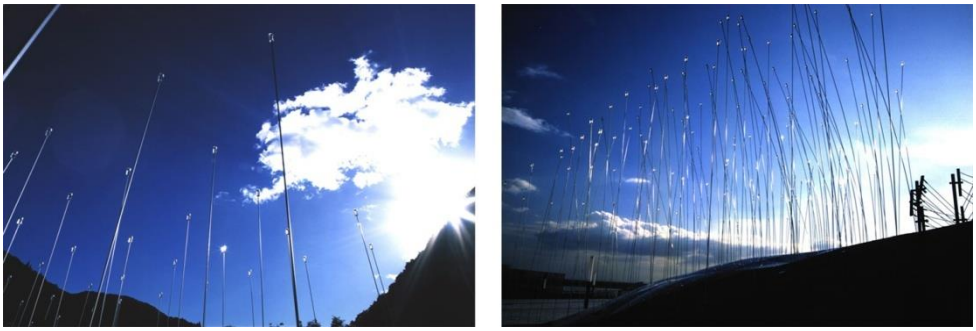
Çalışmada sunulan bir diğer örnek proje, Atina Havaalanı yakınlarındaki büyük otoyollardaki kavşakları aydınlatan "ortam aydınlatma ormanları" tasarımıdır (Kamvasinou, 2006, s. 21). Bu aydınlatma ormanları, "ağaç yüksekliğindeki ışık direkleri"nden oluşacak biçimde tasarlanmıştır (Kamvasinou, 2006, s. 21). Burada amaç, ışığın yolculuk hâlindeki katılımcının dâhil olduğu manzaralar üzerinde, hareketin ve yol durumunun da etkisiyle, nasıl bir atmosfer oluşumuna olanak verdiğini araştırmaktır. "Ortam aydınlatma ormanları"nın tasarımında, Makoto Sei Watanabe'nin *"Fiber Wave"* (1995, Tokyo, Japonya) eseri[21], esin kaynağı olmuştur (Kamvasinou, 2006, s. 21).

Bu eserle ilgili tanımlayıcı bilgiler şu şekildedir:

> "'FIBER WAVE' 4,5~metre yüksekliğinde birçok ince karbon fiber çubuktan oluşur. Rüzgâr estiğinde bu çubuklar hafifçe sallanır; hava sakin olduğunda hareketsiz dururlar. (…) Mimari yapılar rüzgâra direnmek ve sağlam durmak için inşa edilir. 'FIBER WAVE' rüzgâra karşı savaşmaz. Rüzgâr kuvvetli olduğunda eğilir ve rüzgâr zayıf olduğunda hafifçe sallanır, rüzgârın gücüne doğal olarak boyun eğer. Yine de sağlam bir bina gibi, kuvvetli rüzgârlardan bile gelebilecek zararlara karşı güvenlidir. (…) 'FIBER WAVE' doğanın esneklik dersini izleyen yapay bir nesnedir. (…) 'FIBER WAVE'in hareketi rüzgârın etkisiyle belirlenir. Hareketi kasıtlı değil, uyumlu, ancak karmaşıktır. Hareketini izleyen gözlemci, esintiyle hafifçe dalgalanan bir çimen tarlasına bakarken olduğu gibi sakin bir hissin tadını çıkarır. (…) 'FIBER WAVE' -- rüzgârda bir çimen tarlası gibi sallanan çubuklar, ateş böceklerinden oluşan bir bulut gibi dans eden mavi ışıklar. Hareketleri değişken ve aynı zamanda uyumludur. (…) 'FIBER WAVE' rüzgârın gücüyle doğal olarak sallanır. Güneş ışığı gündüz depolanır ve gece kendiliğinden yayılır. Ne mekanik ne de elektrik gücü kullanılır. Rüzgârla hareket ettirilir ve güneşle aydınlatılır, ekolojiktir: bu gerçekten de 'çevresel heykelin' ne olması gerektiğine dair bir örnektir (http-21)".

Görsel 5.5'te "Fibre Wave" eserine ait farklı açılardan iki fotoğraf bulunmaktadır.

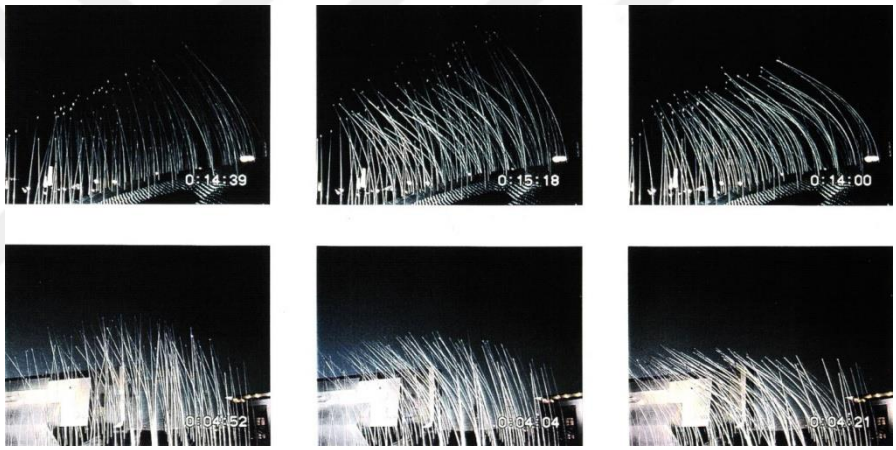
[21]Bu eserle ilgili dipnot bilgi, alıntılanan kaynağın 27. sayfasında geçmektedir.



Görsel 5.5. *Fibre Wave (http-21)*

Görsel 5.5, "Fibre Wave" çubuklarının farklı yoğunluklardaki açılarını göstermektedir.

Görsel 5.6'da ise bu çubukların hareketine ilişkin videodan kesitler bulunmaktadır.

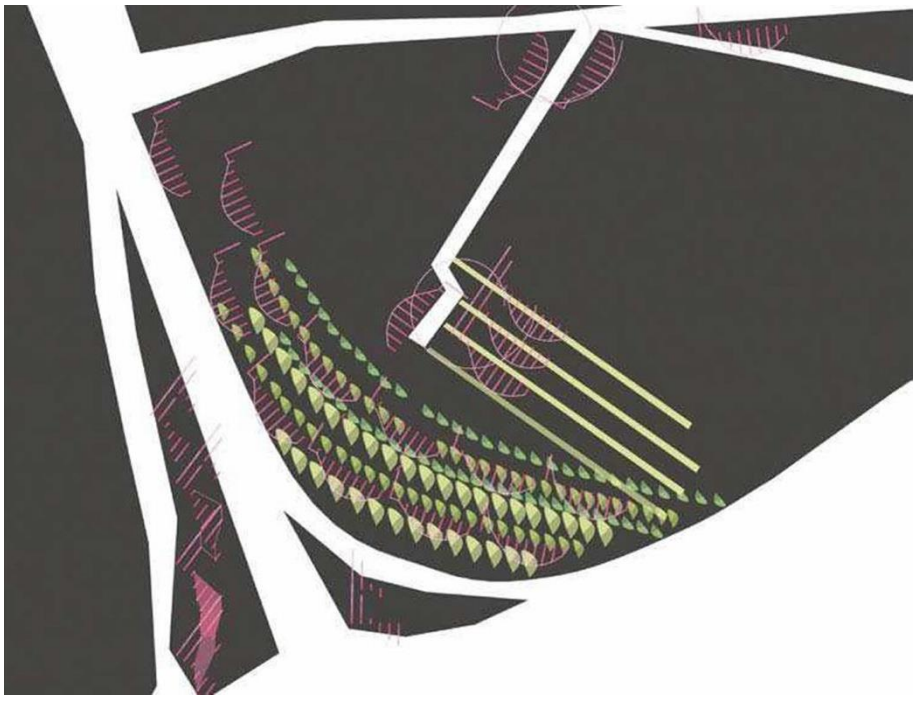


Görsel 5.6. *Fibre Wave çubuklarının farklı hareketleri (http-21)*

"Fibre Wave" eserinden esinlenerek tasarlanan "ortam aydınlatma ormanları" için, üst üste bindirilmiş 3 boyutlu animasyonlu dijital video oluşturulmuştur (Kamvasinou, 2006, s. 22). Videoya ilişkin bir kare Görsel 5.7'de bulunmaktadır.

Görsel 5.7. *Ortam Aydınlatma Ormanları'nın 3 boyutlu animasyonlu dijital videodan bir görünümü (Kamvasinou, 2006, s. 22)*

Görsel 5.8 ise ışık kaynaklarının yerleşim planını göstermektedir.



Görsel 5.8. *Ortam aydınlatma ormanı ve ışık kaynaklarının yerleşimi (Kamvasinou, 2006, s. 22)*

"Ortam aydınlatma ormanları (Forests of Ambient Lighting)" projesi ile bölgeye yerleştirilen ışık kaynakları aracılığı ile hareket eden yolcu için farklı ortam atmosferlerinin nasıl oluşturulabileceği sorgulanmış, bu duruma dair görseller de bir film şeridi hâlinde çalışmada sunulmuştur. Görsel 5.9, ışıkların ve yolun biçimlendirdiği yolculuk ortamındaki değişimleri sıralı bir biçimde göstermektedir.

Görsel 5.9. *Ortam Aydınlatma Ormanları (Forests of Ambient Lighting), hareket eden bir kullanıcının deneyimini simüle eden film şeridi (Kamvasinou, 2006, s. 23)*

Oluşturulan film şeridi, hareket boyunca aydınlık ve karanlık arasında gidip gelmekte olan yolcu deneyiminin görsel bir temsilidir.

Çalışmada sunulan diğer projeler ise Britanya, Londra'da geçmektedir. Bunlardan ilki, Stansted Havaalanı'ndan Londra Liverpool Street İstasyonu'na giden tren yolculuk hattında gerçekleşen "Su Müdahalesi (Water Intervention)" isimli olaya dayalı projedir (Kamvasinou, 2006, s. 22). Bu projenin çıkış noktası, tren yolculuğunun güzergâh üzerindeki noktalar olan Tottenham Hale ile Bethnal Green adlı bölgeler arasındaki kısmındaki su temasına dayanmaktadır. Projenin amacına ilişkin açıklama, çalışmada şu şekilde yer almaktadır:

> "Müdahalenin şehre bir giriş görevi görmesi ve varış (veya ayrılış) durumunu işaretlemesi gerekiyordu. Dahası, amacı yolcuları, çoğunlukla 'su altında' olan, içinde bulundukları manzaranın gizli nitelikleriyle yeniden bağlantı kurmaktı: yüksek setler aracılığıyla görüş alanından gizlenen su rezervuarları, demiryolu hattını çevreliyordu, ardından iki demiryolu hattının kesiştiği Walthamstow bataklıkları ve şehir ile geçiş manzarası arasında net bir sınır çizgisi olan Lea Nehri geliyordu (Kamvasinou, 2006, s. 22)".

Projede, suyun hareketle ve tren yolculuğu ile olan ilişkisini anlatabilmek için video storyboard oluşturma yönteminden yararlanılmıştır (Kamvasinou, 2006, s. 22). Bu proje, üç ayrı aşamadan oluşan sahneler ve sekanslardan oluşmaktadır. Birinci sahne, tren yolu ile bölgedeki konut oturma aksı arasında tasarlanan kalın, sağlam ve dalgalı bir duvarı ifade etmektedir; bu duvar, formundan dolayı hem su fikrini çağrıştırmakta hem de bölge sakinleri tarafından çocuk oyun alanı olarak algılanmaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 22). İkinci sahne, aydınlık, ışıklı ve akışkan bir yapıya sahip olan su düşüncesini, bu duvar üzerinden iletmektedir; bu gerçekleşirken, trenin yoldaki hareketine bağlı olarak duvarda farklı yoğunlukta ışık etkisi sağlanmaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 22). Üçüncü sahne ise, yine trenin hareketine bağlı olarak su patlamasının bir dizi hâlindeki ifadesini göstermektedir (Kamvasinou, 2006, s. 22-24). Görsel 5.10, bu üç aşamayı içeren görselleştirilmiş video storyboard çalışmasını göstermektedir.

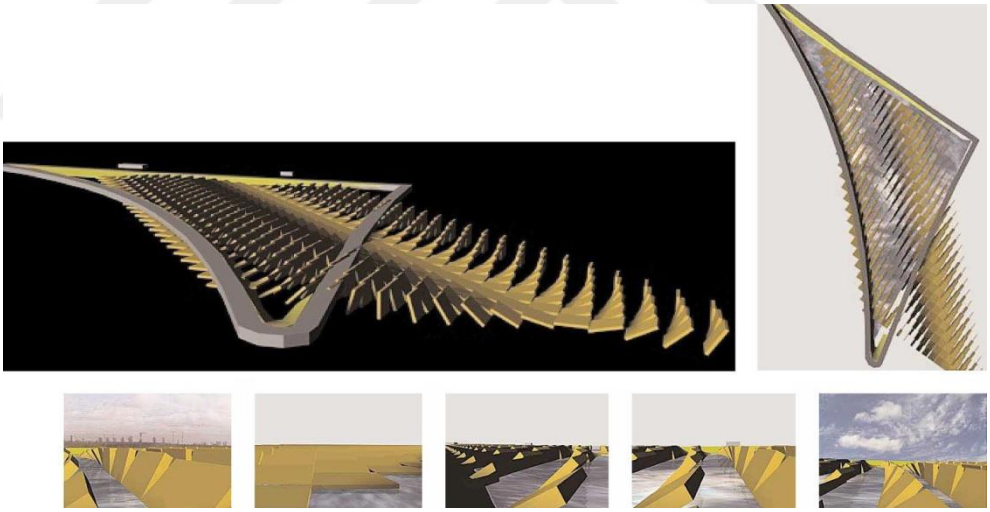
Görsel 5.10. *"Su Müdahalesi (Water Intervention)" tasarımının zamana bağlı üç ayrı sahnesini gösteren video storyboard'u (Kamvasinou, 2006, s. 23)*

Bu projede, su temasından yola çıkılarak geçiş peyzajı/manzarası bu şekilde anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Çalışmada açıklanan son proje ise yine Britanya, Londra'da kinestetik bir tavır içeren "Kinetik Ortamlar (Kinetic Environments)" adlı tasarımdır (Kamvasinou, 2006, s. 24). Hız veya farklı hava durumlarının etki ettiği hareket farklı manzara desenlerinin

doğmasına olanak vermektedir; böylelikle buradan yola çıkılarak Stansted Havaalanı ile Londra arasındaki tren yolculuğu üzerinden, "Kinetik Ortamlar (Kinetic Environments)" adlı deneyleri içeren bir proje tasarlanmıştır; projede dijital video ve üç boyutlu animasyon kullanımına başvurulmuştur (Kamvasinou, 2006, s. 24).

Projede kullanılan, yatay düzlemle farklı derecelerde açı yapan kare blok nesneler, bütüne bakıldığında bir su kütlesinin dalgalı hâlini çağrıştıran bir bakış oluşturmaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 24-25). Bu deneysel çalışma, bu yönüyle de "Su Müdahalesi (Water Intervention)" projesi ile ilişki kurmaktadır (Kamvasinou, 2006, s. 25). Aynı zamanda çalışma bitki örtüsünün soyut bir temsilini ifade etmeyi amaçlamaktadır; bu sebepten blokların rengindeki ve opaklığındaki farklılıklar mevsim değişikliğine gönderme yapmakta olup çeşitli gölgeler ise güneş ışığının farklı açılarını göstermektedir (Kamvasinou, 2006, s. 25). Görsel 5.11, deneysel projenin plan, perspektif genel bakış ve üç boyutlu animasyon içerisindeki farklı açılarını göstermektedir (Kamvasinou, 2006, s. 24).



Görsel 5.11. *Kinetik desen (Kamvasinou, 2006, s. 24)*

Krystallia Kamvasinou'nun (2006) bu makalesindeki deneysel projeler, şehir merkezleri ile kırsal bölgeler arasında seyahat eden araçlardaki yolcu deneyimlerini, bir nevi yolculuk sırasındaki geçiş peyzajları/manzaraları (transitional landscapes) deneyimlerine dönüştürmeyi amaçlamış, bunu yaparken de hareketle deneyimlenen bu manzaralar ile yolcular arasında bir etkileşim kurmaya çalışmıştır. Bu doğrultuda iki farklı ülke ve şehirde, ikişer deneysel tasarım aracılığı ile geçiş peyzajları/manzaralarının içerebileceği farklı estetik anlamlar sorgulanmış, bu bölgelerin birçoklarına göre sıradan

ve anlamsız olduğu düşünülse de değerli olabileceği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Hareket hâlindeki göz, bu manzaraları hareketin etkisiyle algıladığından, tasarımlarda hareket başrolü oynamıştır; bu nedenle zaman ve mekân ile kurduğu, doğası gereği sıralı ve olumlu ilişki sayesinde, storyboard aracı tasarım sürecinde bir görsel temsil yöntemi olarak kullanılmıştır. Storyboard'lar, geleneksel veya dijital ortamlar yoluyla hazırlanmış olmaları fark etmeksizin, sahip oldukları görsel, mekânsal ve zamansal olanaklar sayesinde, mekânla kurulan çoklu duyusal ve kinestetik etkileşimin aktarımında önemli bir rol oynamıştır.

6. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Temelde her yaşam bir hikâyedir. İngilizcede "story" kavramı, Türkçede öykü, hikâye ve anlatı gibi birden fazla ve anlam olarak da birbirinden farklı sözcüklerle ifade edilmektedir. Gündelik yaşam dışında, farklı disiplinler ve alanlar, bağlamlarına ve amaçlarına yönelik olarak "storytelling" hikâye anlatımından faydalanmaktadır. Bunların arasında sosyal bilimlerden eğitim bilimlerine, yabancı dil öğretiminden reklamcılığa, sergi tasarımlarından pazarlamaya birçok çalışma alanı yer almaktadır. Fakat söz konusu alanlarda kavrama yönelik gerçekleştirilen ulusal yayınlarda öykü anlatımı, kavramının hikâye anlatımıyla, eş değer görüldüğü dikkat çekmektedir. Hikâye ve öykü sözcüklerinin birbirlerinin yerine kullanıldığı alanlar sık sık görülse de özde birbirleriyle ilişkili olan bu türlerin, biçimsel özelliklerine ve kullanım yerlerine göre temelde birbirlerinden ayrıldığı görülmektedir. Ele alınan çalışmada ilk olarak, bu iki kavramı birbirinden ayıran özelliklerin ortaya konulması hedeflenmiştir. Buna göre, hikâye kavramı Türkçede doğrudan bir olayı ya da olaylar bütününü ifade ederken; öykü kavramı ise, edebi bir anlatım biçimi ya da yazın türünü ifade etmekte ve gözleme, izlenime ve tasarıma dayanmaktadır. Öyküler hikâyeleri barındırabilmekte, hikâyeler ise öykülere ilham verebilmektedir. Ele alınan çalışma mekân tasarımının, yaratıcı süreçleri için hikâye, hikâye anlatımı ve hikâye anlatım araçlarından biri olan storyboard kullanımını olası potansiyelleriyle incelemeyi hedeflemiştir.

Hikâye anlatım biçimleri çeşitli türlerde açığa çıkabilmektedir. Literatür verileri hikâyelerin üç biçimde ortaya konulduğunu göstermektedir. Bunlardan ilkini, geleneksel araçlar, ikincisini modern/yeni/sürükleyici/dijital araçlar ve üçüncüsünü ise transmedya araçlar oluşturmaktadır. Bu ortamların her birinin temelde teknolojiden yararlanırken, giderek bilgisayar temelli teknolojilerde yaşanan gelişmelerin sonucunda ortaya çıkar hâle geldiği görülmektedir. Sözlü kültürün parçalarından olan halk hikâyeleri ve meddahlık özellikle geleneksel hikâye anlatım araçlarının başında yer almaktadır. Sözlü kültürü ise, yazılı kültür ve elektronik kültür takip etmektedir. Sayısal ya da dijital olarak ifade edilebilme hâli ise, bir medya ortamını "yeni medya" yapan ayırt edici bir özelliktir. Bu bağlamda yeni medyanın ise hem kendinden önceki medyaların olanaklarına hem de dijitallik, etkileşimlilik, çoklu metinsellik, sanallık, ağlarla bağlı olma ve simüle edilebilirlik gibi birçok teknolojik özelliğe sahip olduğu görülmektedir. Dijital medya ortamları, dijital hikâye anlatımına olanak tanıyan ortamlar olarak nitelendirilmektedir. İngilizcedeki "digital storytelling" kavramının da Türkçe alanyazına bakıldığında, öykü,

hikâye ve anlatının dijital ortamla buluştuğu anlatım türlerine karşılık geldiği görülmektedir.

Dijital hikâye anlatımı, geleneksel anlamdaki hikâye anlatımı eyleminin bir nevi dijital ortama taşınmış hâli olarak görülebildiği gibi, bu hikâye anlatımı türünün dijital ortamın sağladığı ses, görüntü, müzik, yazı, hareket, grafik, video gibi çoklu ögelerin yardımı ile hazırlanan hikâyelere işaret ettiği de dikkat çekmektedir. Kişisel anlatıların, tarihi belgesellerin veya bir konu hakkında anlatılan eğitici, bilgilendirici hikâyelerin dijital hikâye anlatımının örneklerinden olduğu görülmektedir. Dijital hikâyeler bilgisayar programları, mobil uygulamalar veya web araçları yoluyla oluşturulabilmektedir. Dijital hikâye anlatımının kullanımı; sanat ve tasarım eğitimi gibi eğitimin farklı alanlarında görülmekle beraber, toplumsal yaşamın farklı alanlarında da açığa çıkabilmektedir. Günümüz dijital kültürünün bir ürünü olan sosyal medya da dijital ortamda hikâye anlatımını olanaklı kılmaktadır. Yeni medya ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle açığa çıkan ortamlar, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojilerini de içine alan yeni nesil hikâye anlatma ve hikâye deneyimleme yöntemlerine de olanak tanımaktadır.

"Transmedya storytelling" kavramının ise, bir veya daha fazla medya aracılığıyla hikâye anlatımını genişleten bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Fakat bu ifadenin Türkçe alanyazında transmedya öykü anlatımı, transmedya hikâye anlatımı veya transmedya anlatı olarak farklı ifadelerle ele alındığı görülmektedir. Buna rağmen temelde bir hikâye transmedya yaklaşımı ile parçalara ayrıldığında her parça geleneksel veya yeni medyaya bağlı farklı ortamlarda anlatılabilmektedir. Transmedya hikâye ortamını tasarlamak; anlatı, katılım ve etkileşim kavramlarını beraber düşünüp bütüncül olarak tasarlamayı gerektirmektedir.

Bu bağlamda hikâye anlatım araçları, görsel araçlar, işitsel araçlar ya da karma araçlardan oluşabilmektedir. Görsel yollarla aktarılan hikâyeler, daha çekici, daha kavranabilir, daha duyumsanabilir, daha kalıcı, daha erişilebilir hâle gelebilmektedir. Metinler, resimler, fotoğraflar, illüstrasyonlar, posterler/afişler, storyboard'lar, çizgi romanlar/grafik romanlar, resimli hikâye kitapları ve hareketli (pop-up) kitaplar hikâye anlatımında kullanılan görsel araçlara ve ortamlara örnek teşkil etmektedir. Hikâye anlatımında işitsel tabanlı ortam ve araçların kullanımı da birçok örnek içermektedir. Bunlar arasında ise, sözlü kültürün ürünü olan masallar ve masal anlatıcılığı ve yazılı kültüre ilişkin hikâyeye dayalı edebi eserlerin okunması yer almaktadır. Bunun dışında

radyo oyunları ve podcast yayıncılık da işitsel hikâye örnekleri arasında yer almaktadır. İşitsel araçlarla hikâye anlatımında, görsel araçlardan biri olan storyboard'un kullanımının ise, hikâyede anlatılacak bölümlerin grafik bir dille görselleştirilmesini sağlayarak, hikâye anlatım sürecini kolaylaştırdığı dikkat çekmektedir.

Hikâye anlatımının yalnızca görme veya işitmeye değil, aynı zamanda birden çok duyuya odaklandığı birçok anlatım türünün de bulunduğu görülmektedir. Yeni medya ortamlarında sunulan çoklu duyusal hikâyelerde, etkileşim kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Etkileşim kavramı, var olduğu her hikâye anlatım biçiminde (video oyunları, etkileşimli e-kitaplar vb.) farklı bir şekilde bulunmaktadır. Sürükleyici teknolojiler, çoklu bir biçimde duyuları uyarabilme yetenekleri sayesinde, yalnız hikâye anlatımı değil, aynı zamanda kişiyi hikâye dünyasının içine alarak hikâye deneyimi yaşatma konusunda da yenilikçi olanaklar sağlamaktadır. Bu bağlamda sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojileri, yeni medya bağlamında gelişen, etkili hikâye anlatımının ve deneyiminin uygulanabileceği ortamlara karşılık gelmektedir. Bu teknolojiler ve uygulamaları, görme, işitme ve dokunma duyusuyla, çok duyulu hikâye anlatımına olanak tanımaktadır.

Temelde hikâye anlatıcılığı insanlık tarihi kadar geçmişe dayanmaktadır. İnsanlık, mağaralarda yaşam sürdüğü dönemlerden bugüne, bilgisini, tecrübesini ve yaşadıklarını aktarabileceği, paylaşabileceği ortamları ve araçları yaratmıştır. Yaşamsal bilginin kullanılan araca göre hikâye formuna getirilerek aktarımı, çağlar boyunca iletişimdeki önemini de korumuş ve korumaktadır. Hikâyelerin ve hikâye anlatıcılığının kökleri ise sözlü kültür ortamına dayanmakta olup nesiller boyunca aktarılmıştır. Hikâyeler yoluyla geçmişin bilgeliği, tecrübesi ve kültürel değerleri sonraki kuşaklara taşınabilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, tarihteki her zaman dilimi, her alanda sahip olduğu teknolojiye uygun iletişim araçları geliştirmiştir.

Bu alanların başında ise mekân tasarımına yönelik alanlar yer almaktadır. Burada mekân hikâyenin bağlamına, hikâyenin aktarıldığı bir iletişim aracına; tasarımcı ise hikâye anlatıcısına dönüşmektedir. Benjamin'in ifadesiyle, hikâye anlatıcısı yaşama dair bilgelikle dolu bir yaklaşımı olan bir kimsedir (Benjamin, 1993). Dolayısıyla mekân tasarımı için bir hikâye anlatıcısına dönüşmek çok yönlü bir bilgi birikimi ve farkındalık gerektirmektedir. Mekân ve hikâye anlatımı, bir mekânın sahip olduğu sosyo-kültürel, bilimsel-sanatsal vb. tarihsel referanslarıyla ve mekânın kullanıcıyla kurduğu etkileşimle olası hâle gelmektedir. Benjamin'in ifadesiyle insan, yaşadığı ve içerisinde bulunduğu mekânda geçirdiği zaman boyunca eylemleriyle, kullandığı araçlar-gereçler ve

eşyalarıyla mekânda izler bırakmaktadır (Benjamin, 2002). İnsanların yaşamlarına ilişkin kodlar barındıran mekânlar, evler, odalar "okunabilir" nitelikte olup insan yaşamının ayrıntılarını yansıtan unsurlarla donatılmıştır (Bachelard, 2023). Bu bağlamda mekân tasarımı ve hikâye anlatımı arasında kavramsal benzerlikler görülmekte, mekânların duyulara hitap eden hikâyeler olduğu söylenebilmektedir. Mekânlar kullanıcılarına hikâyeler anlatmakta; kullanıcılar mekânlarla dolayısıyla hikâyelerle iletişim kurar hâle gelmektedir.

Bu bağlamda mekân tasarımında çok çeşitli görsel temsil yöntemlerinin hikâye anlatıcılığına olanak verdiği, storyboard yönteminin de bunların en önde gelenlerinden biri olduğu görülmektedir. Tasarımda temsil, zihinde var olan soyut fikirlerin birtakım araçlar ile somutlaştırılması, görselleştirilmesidir. Temsiller aracılığıyla imgeleri görme, göz önünde canlandırabilme ve grafik yollarla ifade edebilme mümkün olabilmektedir. Bu çerçevede mekân tasarımında çok çeşitli sözel, görsel hatta dokunsal temsil biçimleri kullanılmaktadır. Bunların arasında ise; resimler, fotoğraflar, illüstrasyonlar, eskizler, diyagramlar, storyboard'lar, teknik çizimler ve perspektifler, maketler, modeller vb. bulunmaktadır. Bu temsil biçimlerinden olan storyboard'lar, tasarımda zaman faktörünü de içine alan imgeler oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Bu kapsamda storyboard'un, ulusal literatürde birçok farklı alanda (eğitim, iletişim, reklamcılık, sinema, film ve animasyon yapımı, görsel sanatlar, mimarlık, ürün tasarımı, dijital oyun tasarımı vb.) kullanıldığı görülmektedir. Storyboard'lar bir senaryoya ilişkin sıralı bir anlatım sunan, prodüksiyon öncesi ön görselleştirme araçları olarak değerlendirilmektedir.

Temelinde mekânsal üretim olan disiplinlerin çalışma şekli ile film tasarımı, çekimi ve üretimi arasında çeşitli benzerlikler olduğu dikkat çekmektedir. En temelde sinematik tasarım alanında storyboard oluşturmak, dizi hâlinde eskiz yapmaya benzetilmektedir, böylece fikirler üzerinde birçok deneme yapılabilmektedir. Storyboard panoları arasında bir anlam bütünlüğü bulunmalıdır ve akış hâlindeki bu çizimler bir fikri iletmelidir. Storyboard ile ilişkili olan çerçeveleme (framing) ve sekans (ardışım) (sequence) kavramları, aynı zamanda mekânla da ilişki kuran kavramlardır; bu kavramlar mekânda manzara, bakış ve hareket unsurları ile bağdaşmaktadır. Storyboard'ların bir fikri görsel olarak sunmak, zamanlama ve sıra dâhil olmak üzere etkinlikleri kapsamlı bir şekilde göstermek, farklı izleyici (audience) gruplarını dâhil etmek, uluslararası dil engellerini kaldırmak, bir fikrin izleyici tarafından tanınmasını kolaylaştırmak ve anında izleyici geri bildirimi sağlamak gibi birçok faydaları bulunmaktadır.

Bir storyboard'un en önemli parçası hikâyedir. Storyboard'lar sunum panoları ve üretim panoları şeklinde kullanıma göre farklı düzeyde detaylar içeren çizimler hâlinde oluşturulabilmektedir. Storyboard'lar; pano, çekim, sahne, ekran yönü, eylem çizgisi, akış yönü, süreklilik gibi terimsel unsurlar içermekte; bu terminoloji kullanılarak storyboard'lar oluşturulmaktadır.

Storyboard'lar farklı ortamlarda kullanıldıklarında, ortamın ihtiyaçlarına ve anlatım diline göre farklı biçimler alabilmektedir. Storyboard'lar herhangi bir üretimin ön görselleştirme sürecinin bir parçası olduğu gibi, yapım öncesi, bir planlama ve bütçeleme aracı olarak da işlev görebilmektedir. Storyboard'lar basit eskizler veya çizimler hâlinde kullanıcılara fikirleri iletmede kullanılmaktadır. Storyboard'lar birçok yapım aşaması içeren ve büyük ekiplerden oluşan karmaşık üretim süreçlerinde etkili bir iletişim aracı olmaktadır.

Storyboard panolarında anlamlı iletiler sağlamak, öznelerle beraber gerçekleşecek eylemlerin etkili bir şekilde ifade edilmesiyle sağlanabilmektedir. Storyboard'larda görsel ve anlamsal kompozisyon, tasarım unsurları ve ilkelerini başarılı bir şekilde oluşturmakla sağlanabilmektedir. Storyboard oluşturmaya başlarken izlenecek ilk adımlardan biri küçük resimler (thumbnails) oluşturmaktır, küçük resimler ilk fikirleri yakalayıp kaydetmeye yaramakta, daha sonra ise pano çizimlerine dönüştürülmektedir. Küçük resimlerin ardından hikâyenin önemli noktalarının görselleştirildiği ritim panoları (beatboards) çizilmektedir. Hikâye ritimleri, her karede bir fikrin ve eylemin anlatıldığı, bu yönüyle de noktalama işareti görevi de üstlenen panolara karşılık gelmektedir.

Storyboard'larda sahneleme (staging), hareket diyagramı oluşturma ve hareket yönü hikâye anlatımı için önem arz etmektedir. Storyboard'lar, üç boyutlu gerçekliği iki boyutlu düzlemde ifade etmenin bir yolu hâline gelmektedir. Storyboard'ların oluşturulması ölçeğin, bakış açılarının, olası hareketlerin, alan derinliğinin, kompozisyonun, çerçevelemenin, perspektif, hareket, renk, ışık ve gölge gibi unsurların tasarlanması ile mümkün olabilmektedir. Storyboard çerçevelerinde yerleştirme yöntemi olarak "üçte bir kuralı" (bu yöntem tarihte mimari eserlerde de görülmektedir) uygulanmaktadır. Storyboard çerçeveleri ön plan (foreground (FGD)), orta plan (middle ground (MGD)) ve arka plan (background (BGD)) gibi görsel düzlemler aracılığı ile planlanmaktadır.

Storyboard'larda hareketler, açılar ve ölçekler aracılığıyla bir sahnenin farklı perspektifleri panolarda sunularak, sahnenin atmosferi ve hareketler, etkili bir dille ifade

edilebilmektedir. Storyboard kareleri arasındaki süreklilik, “eylem çizgisi” kavramı ile sağlanmaktadır. Oklar, hem hikâye bileşenlerinin hareketlerini hem de kamera hareketlerini göstermektedir. Üretimde kullanılan storyboard altlıklarında çizimlerle anlatımı desteklemek üzere, çeşitli bilgilerin, başlıkların, kısa notların yer alabileceği metin alanı bulunmaktadır. Storyboard oluşturmada panelleri ve sayfaları numaralandırmak, hikâye anlatımını doğru sırada tutmaya yaramaktadır.

Ele alınan çalışmada konuya yönelik farklı disiplinlerden edinilen teorik bilgiler aktarılmıştır. Bu çerçevede “hikâye” kavramının açılımlarına, hikâye türlerine, hikâye anlatımı ve araçlarına yer verilmiş, hikâye anlatım aracı olarak öne çıkan storyboard’ların özelliklerine ve oluşturulma yöntemlerine yer verilmiştir. Elde edilen veriler çalışmanın teorik kısmını oluştururken, mekân tasarımına yönelik uygulama örneği incelenerek değerlendirilmiştir.

En temelde storyboard kullanımının, mekân tasarımına yönelik alanlar için sahip olduğu olanaklar, örneklem üzerinden ortaya konulmuştur. Bir mekânın sahip olduğu somut ve somut olmayan bileşenleri, storyboard’ların sahip olduğu olanaklar ile temsil edilebilmektedir. Storyboard’ların sıralı, akışa sahip ve zamana ilişkin verileri ortaya koyma biçimi, tasarım sürecinin hikâye yönünü ortaya koyma konusunda fırsatlar sağlamaktadır. Bu doğrultuda farklı disiplinlerin ağırlıklı olarak kullandığı bu temsil araçlarının özellikleri iyi anlaşılmalı ve mekân tasarımı için uyarlanmalıdır. Bu çalışma ile mekân tasarımına yönelik alanlar için storyboard kullanımına ilişkin verilerin ortaya konulması hedeflenmiştir. Burada mekân tasarımını temel alan disiplinlerin eğitim, profesyonel meslek hayatı ve uygulama alanlarında storyboard’ları bir temsil aracı olarak kullanabileceği önermesi bir örneklem üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, A.E. (2022). *Imagination in design thinking: Tracking through representation*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Akçay, E. (2017). Çağımızın hikâye anlatıcılığı olarak halkla ilişkiler: Vehbi Koç biyografileri üzerine bir inceleme. *Moment Dergi – Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4 (2), 498-517.

Akman, Ş. (2021). *Çocuk hikâye kitaplarında illüstrasyon ve interaktif hikâye kitabı uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Altuntaş, Ö. (2017). *Bekir İşlek'in Âşık Karayiğit Osman'dan derlediği (Balbörek, Ahmet Bey ve Güheri, Ali Paşa, Âşık Garip, Deli Boran, Gündeşlioğlu) hikâyeler üzerinde bir inceleme*. Yüksek Lisans Tezi. Kırşehir: Ahi Evran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aroztegui, C. (2013). Life stories, storyboards, and animatics in architectural education. *arquiteturarevista*, 9 (2), 135-142.

Arslan, S. (2023). Görsel sanatlar öğrencilerinin bakışıyla okulda bir gün: Storyboard uygulaması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24 (3), 1930-1950.

Artkan, M. ve Kaya, M. (2021). Mimarlık eğitimini Z kuşağı ile yeniden düşünmek: Bir görsel öğrenme biçimi olarak "Bricolage". *IDA: International Design and Art Journal*, 3 (1), 54-69.

Aydemir, B. (2021). Gelenekselden çağdaş olana Türk hikâye anlatıcılığında temel motivasyonlar (Model anlatıcılar ışığında). *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 370-387.

Aydın, B. (2021). Poster tasarımında "İllüstrasyon". *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum (Education and Society In The 21st Century)*, 10 (29), 347-374.

Aydın, S. (2012). Walter Benjamin'in, flâneur, paçavracı ve hikâye anlatıcısı kavramlarıyla günümüz sanatçısının portresi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 1 (2), 144-150.

Aykut, Z. (2017). Müze sergilemelerinde izleyici-sergi etkileşimi bağlamında mekân tasarımı. *International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, 2 (2), 219-242.

Aykut, Z. (2021). Çağdaş müze sergi mekânlarında hikâye anlatımının sergileme vitrinleri ve vitrin aydınlatma tasarımına etkisi. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi (Journal of Architecture and Life)*, 6 (2), 767-778.

Ayvaz Tunç, Ö. (2016). *Dijital teknolojiler bağlamında dijital öyküleme yaklaşımının güzel sanatlar eğitimine entegrasyonu*. Doktora Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Bachelard, G. (2023). *Mekânın poetikası* (1. Baskı). (Çev: A. Tümertekin). İstanbul: Minotor Kitap.

Bagnolo, V. ve Lusso, L. (2019). Comics as a means of architecture representation. C. L. Marcos (Editör), *Graphic imprints: The influence of representation and ideation*

tools in architecture içinde (s. 752-763). Cham, İsviçre: Springer International Publishing AG.

Bağmancı, F. (2022). *Türk ve Arap halk hikâyelerinin karşılaştırılması*. Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Barber, J.F. (2016). Digital storytelling: New opportunities for humanities scholarship and pedagogy. *Cogent Arts & Humanities*, 3 (1), 1-14, 1181037. doi:10.1080/23311983.2016.1181037.

Başaran, M. ve Akyol, H. (2009). Okuduğunu anlama ve metne karşı geliştirilen tutum üzerinde metnin bilgi verici veya hikâye edici olmasının etkisi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 11-23.

Bayer, H. ve Bulut Özek, M. (2021). Yeni medya eğitimi ve önemi. *IBAD-İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi (Journal of Communication Science Researches)*, 1 (2), 127-138.

Baykal, Ö. (2022). Görsel tarih çalışmalarında fotoğraf okuma yöntemi. *Türk-İngiliz İlişkileri Dergisi (Journal of Anglo-Turkish Relations)*, 3 (1), 97-125.

Becer, E. (2011). *İletişim ve grafik tasarım* (8. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Beiman, N. (2007). *Prepare to board!: Creating story and characters for animated features and shorts*. Burlington; Oxford: Elsevier, Focal Press.

Belardi, P. (2016). *Mimarlar neden hâlâ çiziyor?* (2. Baskı). (Çev: A. Erol). İstanbul: Janus Yayıncılık.

Benjamin, B. (2006). The case study: Storytelling in the industrial age and beyond. 14 (4), 159-164.

Benjamin, W. (1993). *Son bakışta aşk Walter Benjamin'den seçme yazılar.* (Yayına hazırlayan: N. Gürbilek). https://www.scribd.com/document/352514049/Son-Bakista-Ask-Walter-Benjamin (Erişim tarihi: 23.12.2024)

Benjamin, W. (2002). *Pasajlar* (4. Baskı). (Çev: A. Cemal). https://archive.org/details/walter-benjamin-pasajlar/page/n107/mode/2up (Erişim tarihi: 06.03.2025)

Bezci, Ş. (2015). Maus: Grafik roman ve edebiyat. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 55 (2), 251-270.

Bilginer Kucur, A. (2017). *Transmedya hikaye anlatıcılığı: Angry Birds evreni örneği*. Doktora Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bilici, S. (2021). *Dijital öykülemenin lise öğrencilerinin akademik başarılarına, eleştirel düşünme eğilimlerine, işbirlikli düzenleme ve hikâye kurgulama becerilerine etkisi*. Doktora Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Bitirim Okmeydan, S. (2020). Kurumsal reklam ekseninde Türkiye İş Bankası ve cumhuriyetin 'kuruluş' hikâyesi: Kültürel perspektif bağlamında Greimas'ın Eyleyenler Modeli ile çözümleme. *Connectist: İstanbul University Journal of Communication Sciences*, (59), 87-126.

Boase, C. (tarihsiz). Digital storytelling for reflection and engagement: A study of the uses and potential of digital storytelling.

Bozkurt, A. ve Bozkaya, M. (2013). Etkileşimli e-kitap: Dünü, bugünü ve yarını. *XV. Akademik Bilişim Konferansı*'nda sunulan bildiri. 23-25 Ocak. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Bulut, S. (2019). *Cemal Şakar'ın öykülerinde yapı ve tema*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Bulut, S. (2022). Kişisel anlatı örneği olarak podcast: Yayıncılar ve dinleyicilerin görüşleri çerçevesinden bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (60), 119-142.

Bulut, Y. (2020). *Hikâye-i Çâlâk (inceleme-metin)*. Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Büyükcengiz, M. (2017). *Dijital öyküleme metodunun ortaokul öğrencilerinin Fen Bilimleri dersi akademik başarı, bilimsel süreç becerileri ve derse yönelik tutumlarına etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Carbonell Segarra, M. ve Díaz García, A. (2019). The graphic evolution of architectural competitions. C. L. Marcos (Editör), *Graphic imprints: The influence of representation and ideation tools in architecture* içinde (s. 506-520). Cham, İsviçre: Springer International Publishing AG.

Cevizci, A. (1999). *Felsefe sözlüğü* (3. Baskı). İstanbul: Paradigma Yayınları.

Ching, F.D.K. (2010). *Mimarlık ve sanatta yaratıcı bir süreç: Çizim* (3. Baskı). (Çev: Ç. Birkan). İstanbul: YEM Yayın.

Coates, M., Brooker, G. ve Stone, S. (2020). *Görsel iç mimarlık sözlüğü* (3. Basım). (Çev: N. Şık). İstanbul: Literatür Yayınları.

Corbellini, G. (2006). Diagrams. Instructions for use. *Lotus International*, (127), 88-95.

Çalışkan, D. (2014). *Pınar Kür'ün öyküleri üzerine bir inceleme*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çelebi Esmer, E. (2019). *İlkokul öğrencilerinin anlama ve anlatma becerilerinin hikâye anlatıcılığı yolu ile geliştirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Çetiner, N. (2014). *Storyboard çizimlerinin film yapım sürecine katkısı, görsel algı*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çokluk, N. ve Ökmen, Y.E. (2022). Yeni yayıncılık modeli olarak Youtube'da dijital içerikler ve yenilenen izleme alışkanlıkları. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi (Journal of Abant Social Sciences)*, 22 (2), 721-737.

Demirer, V. (2013). *İlköğretimde e-öyküleme kullanımı ve etkileri*. Doktora Tezi. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Dilidüzgün, Ş., Çetinkaya Edizer, Z., Ak Başoğul, D., Karagöz, M. (2019). Türkçe öğretiminde metin türüne uygun okuma eğitimi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (Mersin University Journal of the Faculty of Education)*, 15 (1), 165-185.

Dıramalı, C. (2021). *Kültürel sürekliliğin mizah mecmuaları üzerinden incelenmesi: Meddah ve Gülünçlü Sahne-i Meddah mecmuaları örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Dönmez, E. (2013). *Necati Mert; hayatı, öykücülüğü ve eserleri*. Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dönmez, M. (2015). *Pazarlama iletişiminde transmedya uygulamaları: Örnek olay incelemeleri*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dönmez, S.C. (2021). The Key sanal gerçeklik deneyimi üzerine bir analiz. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (Turkish Review of Communication Studies)*, (38), 439-454.

Eisenman, P. (1998). Diagram: An original scene of writing. *ANY: Architecture New York*, (23), 27-29.

Ekinci, Z. (2019). *Âşık Nuri Çırağı'nın hikâyeleri (inceleme-metin)*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Elmacıoğlu, G. (2021). Kültürün ve iletişimin metinselliği üzerine bir deneme. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi (Nosyon: International Journal of Society and Culture Studies)*, (7), 26-39.

Emiroğlu, S. (2021). Dinleme becerisinin dilsel yönü. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (24), 259-282.

Erdoğan, B. ve Altay, N. (2022). Terapötik iletişim yöntemi olarak dijital hikâye anlatımının pediatri hemşireliğinde kullanımı: Literatür incelemesi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi (Necmettin Erbakan University Faculty of Health Sciences Journal)*, 5 (1), 12-20.

Erdoğan, M. (2019). *Görsel sanatlar eğitiminde mitolojik öykü temalı hareketli (pop up) kitapların kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Erkılıç, H. ve Dönmez, S.C. (2020). Sanal gerçeklik anlatısının izini sürmek: Trinity VR ve Selyatağı VR örnekleri. *SineFilozofi Dergisi*, (Özel Sayı 2020), 318-344.

Ertaş, Ş. ve Koç, S. (2018). İç mimarlık proje dersi sürecinde dijital öykünün kullanılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi (The Journal of International Social Research)*, 11 (59), 528-535.

Farrelly, L. (2011). *Drawing for urban design.* Londra: Laurence King.

Glebas, F. (2009). *Directing the story: Professional storytelling and storyboarding techniques for live action and animation*. Burlington; Oxford: Elsevier, Focal Press.

Göçer, A. ve Kurt, A. (2020). Sözlü iletişim becerilerinin gelişiminde radyo oyunlarının kullanımı üzerine kuramsal bir çalışma. *Avrasya Dil Eğitimi ve Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 50-67.

Gök, K. (2016). Fotoğrafın bulunuşu ve sonrasında oluşan teknik gelişmeler. *Yıldız Journal of Art and Design*, 3 (1), 43-66.

Gökçen, N.K. (2023). Yayın illüstrasyonlarında görsel hikâye anlatımı. *Işık Üniversitesi Sanat, Tasarım ve Mimarlık Dergisi (Işık University Journal of Art, Design and Architecture)*, 1 (1), 17-29.

Günüçer, N. (2018). *"Sahne Yazım" kavramının müze sergi tasarımlarında incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güregen, E.P. (2021). Öyküleyici reklamlarda değer yaratımı ve vaat edilen tüketici değerlendirme şeması: Biscolata Mood reklam incelemesi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (15), 20-41.

Halaçoğlu, B.N. (2020). Reel görüntü filmlerinde görsel senaryo (storyboard): Kamera hareketlerinin şematik temsilleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (ASOS Journal: The Journal of Academic Social Science)*, 8 (102), 339-362.

Harmancı, A. (2010). *Hüseyin Rahmi Gürpınar'ın öyküleri ve öykücülüğü*. Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hart, J. (2008). *The art of the storyboard: A filmmaker's introduction.* Burlington, Oxford: Elsevier, Focal Press.

Haven, K.F. (2000). *Super simple storytelling: A can-do guide for every classroom, every day.* https://www.scribd.com/doc/144342664/Super-Simple-Story-Telling (Erişim tarihi: 02.03.2025)

Hayati, D. (2012). Transmedia storytelling: A study of the necessity, features and advantages. *International Journal of Information and Education Technology*, 2 (3), 196-199.

Hoş, G. (2018). *Bilişsel edebi yaklaşım açısından resimli öykü kitaplarındaki duygu ifadelerinin incelenmesi ve 60-72 aylık çocuklara bu duyguların yansıması*. Doktora Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ioannidis, Y., El Raheb, K., Toli, E., Katifori, A., Boile, M., Mazura, M. (2013). One object many stories: Introducing ICT in museums and collections through digital storytelling. *Digital Heritage International Congress*, 2013 (1), 421-424.

Işık, A. (2023). Sokak fotoğrafçılığında görsel hikâye anlatımı. *Anadolu Üniversitesi Sanat&Tasarım Dergisi*, 13 (2), 511-525.

Işıtan, S. (2005). *Resimli çocuk kitaplarının benlik kavramıyla ilgili konuları içermesi yönünden incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

İlhan, M.E. (2015). Folklorik bağlamda anlatı: Gelenek, dil ve yorum. *TEKE-Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 4 (2), 738-747.

İspir, N. ve Bilginer Kucur, A. (2019). Yakınsama kültürü ve transmedya hikâye anlatıcılığı. *Kurgu-Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi (Online Journal of the Faculty of Communication Sciences)*, 27 (2), 161-171.

Kabataş, B. ve Duyan, V. (2021). Doğrudan sosyal hizmet uygulamalarında hikâye ve masallar. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 5 (2), 146-170.

Kal, O. (2017). *Designing a virtual reality educational game for cinematic storytelling education*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kamvasinou, K. (2006). Reclaiming the obsolete in transitional landscapes: Perception, motion, engagement. *Journal of Landscape Architecture*, 1 (2), 16-27.

Kanat, E. (2010). *Düziçili Âşık Mustafa Çabuk: Hikâye repertuvarı ve türkülü hikâyeleri (inceleme-metin)*. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaplan, M. (1987). *Türk milletinin kültürel değerleri* (1. Baskı). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Karabeğ, P. (2024). *Sinema ve mimarlık arakesitinde sinematografik mekânın analizi ve alternatif üretimleri; Hitchcock, Kubrick ve Anderson sineması*. Yüksek Lisans Tezi. Diyarbakır: Dicle Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Kardeş Çolakoğlu, N. ve Sarıışık, M. (2021). Yerel gastronomi ürünlerine ait hikâyelerin destinasyon pazarlamasında kullanılmasına ilişkin bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences)*, 23 (2), 730-743.

Kars, N. (1993). Kavram ve içerik açısından radyo oyunları değerlendirmesi. *Marmara İletişim Dergisi*, (2), 273-301.

Kaya, B. ve Gümüş, M. (2021). Anlatıya dâhil olmanın hikâye anlatıcılığına etkisi: Unutulmaz turizm deneyimlerinin aracı rolü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32 (2), 159-170.

Kayabaşı, Y. (2005). Sanal gerçeklik ve eğitim amaçlı kullanılması. *The Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET*, 4 (3), 151-158.

Kaynar, A. (2021). Podcast dinleme alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Yeni Medya*, (10), 43-62.

Kesler, H. (2010). *Tûtînâme (metin ve inceleme) (1b-88a)*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kılıç Taran, B. (2020). *Yeni medyada hikayeleştirme kullanımı bağlamında marka sadakati*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kırmacı, Ö. ve Şahin İzmirli, Ö. (2015). Web tabanlı ölçme ve değerlendirme ortam tasarımı: Bir görsel senaryo örneği. *Eğitimde Kuram ve Uygulama (Journal of Theory and Practice in Education)*, 11 (1), 16-32.

Kısacık, H. ve Çakar, R. (2023). Muhasebe eğitiminde hikâyeleştirme (storytelling) ve uygulama önerileri. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi (Journal of Accounting and Taxation Studies)*, 16 (1), 109-123.

Kozan, E. (2022). Dijital film yapımında storyboard ve ön görselleştirme uygulamalarında yazılım kullanımı. *Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi (Journal of Media Literacy Studies)*, 1 (1), 23-40.

Köksalan, N. (2021). Marka değerinin güçlendirilmesinde bir duygusal pazarlama stratejisi olarak hikâye anlatımı: Türkiye'den uygulama örnekleri. *Kayseri*

Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Kayseri University Journal of Social Sciences), 3 (2), 1-17.

Küngerü, A. (2016). Bir ifade aracı olarak dijital öykü anlatımı. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 1 (2), 33-45.

Kürtüncü, B. (2011). *Diyagram: Mimarlıkta bir düşünme, tasarlama ve temsil aracı*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Lebowitz, J. ve Klug, C. (2011). *Interactive storytelling for video games: A player-centered approach to creating memorable characters and stories*. Burlington; Oxford: Elsevier, Focal Press.

López Sánchez, J. ve García García, J.A. (2019). Manual drawing as means of reflexion, in the graphic ideation. C. L. Marcos (Editör), *Graphic imprints: The influence of representation and ideation tools in architecture* içinde (s. 394-404). Cham, İsviçre: Springer International Publishing AG.

Madrazo, L. (2006). Systems of representation: A pedagogical model for design education in the information age. *Digital* Creativity, 17 (2), 73-90.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Amerika Birleşik Devletleri: Massachusetts Institute of Technology.

Mildorf, J. ve Kinzel, T. (2016). *Audionarratology: Interfaces of sound and narrative*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH.

Milgram, P. ve Kishino, F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information Systems*, E77-D(12), 1-15. https://www.researchgate.net/publication/231514051_A_Taxonomy_of_Mixed_Reality_Visual_Displays (Erişim tarihi: 22.02.2025)

Murtezaoğlu, Y.C. (2022). *Narrative contribution of immersive audio sound design in audio-visual works*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Newman, R. (2009). *Cinematic game secrets for creative directors and producers: Inspired techniques from industry legends*. Burlington; Oxford: Elsevier, Focal Press.

Öksüz, N.A. (2019). *Muzaffer Buyrukçu'nun öykücülüğü*. Yüksek Lisans Tezi. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öncü, M. (2023). Bir anlatı türü olarak video oyunları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 13 (1), 155-165.

Özarslan, Z. ve Perdahcı, B. (2022). Katılımcı kültür ve transmedya anlatıyı dijital oyun üzerinden tartışmak. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, (Dijitalleşme Özel Sayısı), 79-113.

Özcan, L. (2019). *Halk edebiyatı nesir ürünlerinin elektronik kültür ortamına aktarılması ve halk hikâyelerinin senaryolaştırılması*. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özgür, A.Z. (1988). *Televizyon reklamlarında görüntüsel anlatım*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özkan Kılıç, Ö. (2012). *Okul öncesi dönem resimli öykü kitaplarının coğrafi kavramları içermesi yönünden incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Özkan, Y. (2014). *Sosyal Bilgiler dersi Tarih konuları kazanımlarının gerçekleştirilmesinde tarihi hikâyelerin kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Öztürk, E. (2018a). *Etkileşimli masal anlatım tekniğinin ortaokul 5. sınıf öğrencilerinin dinleme becerilerine etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Uşak: Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öztürk, E. (2018b). *Müge İplikçi'nin öykücülüğü*. Yüksek Lisans Tezi. Zonguldak: Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Paslanmaz, İ. (2019). *Uçucu hikayelerde benliğin sunumu: Instagram örneği*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Paytar, G., Tolunay, S. ve İşlek, E. (2024). Celal Abdi Güzer ile sinema ve mimarlık ilişkisi üzerine bir söyleşi. *SEKANS Sinema Kültürü Dergisi*, Nisan(e24), 248-259.

Pizzo, A., Lombardo, V. ve Damiano, R. (2024). *Interactive storytelling: A cross-media approach to writing, producing and editing with AI*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group. https://www.google.com.tr/books/edition/Interactive_Storytelling/w-7NEAAAQBAJ?hl=tr&gbpv=1&dq=%22interactive+storytelling%22&pg=PT17&printsec=frontcover (Erişim tarihi: 18.02.2025)

Polat, H.E. (2019). *Tim Burton filmleri üzerinden sanatsal yaratı aracı olarak claymation canlandırma tekniği ve eğitimi*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Polat, İ.H. (2016). Dijital-Siber-Sosyal; Yeni bir medyadan yeni bir yaşam alanına dönüşüm. *TRT Akademi*, 1 (2), 408-424.

Preger, S. (2021). *Storytelling in radio and podcasts: A practical guide*. Cham, İsviçre: Springer Nature, Palgrave Macmillan.

Redhouse. (2006). *Yeni elsözlüğü* (19. baskı). İstanbul: SEV Matbaacılık ve Yayıncılık Eğitim Ticaret A.Ş.

Robin, B.R. (2006). The educational uses of digital storytelling.

Robin, B.R. (2008). Digital storytelling: A powerful technology tool for the 21st century classroom. *Theory into Practice*, (47), 220-228.

Robin, B.R. (2016). The power of digital storytelling to support teaching and learning. *Digital Education Review*, (30), 17-29.

Sadıç, G. (2021). *Âşık Murat Çobanoğlu'nun hikâyeciliği ve hikâye repertuvarı*. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sakallı, C. (2007). Ars Acustica: "Edebiyatın Araçsal Dönüşümü". *EFD-Edebiyat Fakültesi Dergisi (JFL-Journal of Faculty of Letters)*, 24 (2), 165-179.

Sarı, M. (2015). *3-D (Pop-Up) kitap tekniği ile tarihi ağaçların yöre peyzajını genç nesillere anlatılması üzerine bir çalışma "Hikâye Anlatan Tarihi Ağaçlar"*. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Savaş, B., Tuncel, D. ve Kavut, İ.E. (2022). The evaluation of the effects of space interpretation of storyboarding technique to the final space. *Journal of Interior Design and Academy*, 2 (2), 173-187.

Shafir, R.Z. (2003). *Dinlemenin Zen'i: Zihin dağınıklığı çağında dikkatle dinleyebilmek.* (Çev: I. Uçkun). İstanbul: Ruh ve Madde Yayıncılık ve Sağlık Hizmetleri A.Ş.

Sherman, W.R. ve Craig, A.B. (2019). *Understanding virtual reality: Interface, application, and design*. Cambridge: Morgan Kaufmann. https://books.google.com.tr/books?id=D-OcBAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (Erişim tarihi: 23.12.2024)

Simon, M. (2007). *Storyboards: Motion in art*. Burlington, Oxford: Elsevier, Focal Press.

Somyürek, S. (2014). Öğrenme sürecinde Z kuşağının dikkatini çekme: Artırılmış gerçeklik. *EĞİTİM TEKNOLOJİSİ Kuram ve Uygulama*, 4 (1), 63-80.

Sova, R. ve Hinderer Sova, D. (2006). Storyboards: A dynamic storytelling tool. *Usability Professionals' Association (UPA)*'da sunulan sunum.

Şahin, E. (2018). Reklam stratejileri kapsamında hikâye anlatımı kullanımı: Sanal marka topluluklarında reklam mesajlarının aktarımı. *Kurgu-Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi (Online Journal of the Faculty of Communication Sciences)*, 26 (3), 147-169.

Şen, E. (2021). GPT3: DALL-E ve JL2P ekseninde veri görselleştirme ve hareketlendirme üzerine bir inceleme. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 3 (5), 253-280.

Şimşek, A. (2002). İlköğretim okulu Sosyal Bilgiler dersi Tarih konularının öğretiminde hikâye anlatım yönteminin etkililiği. *XI. Eğitim Bilimleri Kongresi*'nde sunulan bildiri. Lefkoşa, KKTC: Yakın Doğu Üniversitesi.

Şimşir, N. (2018). *Yabancı dil öğretiminde hikâye anlatımı yönteminin öğrencilerin kelime bilgilerinin gelişiminde etkililiğinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Tılfarlıoğlu, M. (2017). *Ali bin Nakîb Hamza ve Tuhfetü'l-Letâ'if'i (metin-inceleme)*. Doktora Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tonga, N. (2008). "Hikâye"ye terminolojik bir yaklaşım. *Turkish Studies – International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 3 (1), 371-379.

Topbaşoğlu, N. (2021). *Hikâye anlatıcılığının yaratıcı hikâye yazma becerisinin gelişimine katkısı*. Doktora Tezi. Uşak: Uşak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Topçu, H. ve Yılmazkaya, E. (2020). Çizgilerden mürekkep bir roman: Veda. *HUMANITAS-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi (International Journal of Social Sciences)*, 8 (16), 373-393.

Torta, S. ve Minuty, V. (2018). *Storyboarding: Turning script into motion*. Dulles, Virginia; Boston, Massachusetts: Mercury Learning and Information.

Tuncalı, E. (2011). *Çocuk pop up kitaplarının tasarım sorunları ve teknikleri, bir uygulama*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Turgut, G. ve Kışla, T. (2015). Bilgisayar destekli hikâye anlatımı yöntemi: Alanyazın araştırması. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6 (2), 97-121.

Uç, Z. (2022). *Anadolu masal anlatıcılığı eğitimi almış okul öncesi öğretmenlerinin eğitim durumlarında masalın kullanılmasına ilişkin görüşleri*. Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Uçan, B. (2015). *Düşünme aracı olarak karikatür: Teknoloji proje üreticileri için karikatür tabanlı uygulamalar*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uçgun Yaşar, Y. (2018). *Âşık Şevki Halıcı'dan derlenen halk hikâyelerinde eğitsel unsurlar*. Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Ural, A.A. (2019). *Türk hikâyeciliğinde anlatıcı-okur ilişkileri (Sabahattin Ali, Sait Faik ve Mustafa Kutlu örnekleri)*. Doktora Tezi. İstanbul: Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Ünal, T. (2018). *Sessiz resimli kitaplarda illüstrasyonun rolü ve bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

von Stackelberg, P. ve Jones, R.E. (2014). Tales of our tomorrows: Transmedia storytelling and communicating about the future. *Journal of Futures Studies*, 18 (3), 57-76.

Whitaker, H., Halas, J. ve Sito, T. (2009). *Timing for animation*. Burlington; Oxford: Elsevier, Focal Press.

White, A. (2024). *Visual storytelling mastery: Crafting compelling narratives through design*. Daniel O Brien. https://www.google.com.tr/books/edition/Visual_Storytelling_Mastery_Crafting_Com/BUMsEQAAQBAJ?hl=tr&gbpv=0 (Erişim tarihi: 14.12.2024)

Williams, B. (2024). *Capturing memories: Unleash the power of photography to craft and document precious memories*. https://books.google.com.tr/books?id=4Zs2EQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (Erişim tarihi: 16.12.2024)

Yakut, İ. (2014a). Günümüzün eğitim ortamlarında resimli öykü taslağı (story-board) ve öyküleştirme (storyline) tekniklerinin işlevleri. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 7 (14), 55-72.

Yakut, İ. (2014b). Yorumlayıcı paradigma yaklaşımı kavramlarıyla sinema sanatı üretimine bakış. *ULAKBİLGE*, 2 (4), 15-29.

Yıldırım, B. ve Kavut, İ.E. (2022). Kurgusal mekânın bilimsel ve felsefi boyutları: The Animatrix – The Second Renaissance bölümüne metaverse çerçevesinden bakmak. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, (Dijitalleşme Özel Sayısı), 115-144.

Yıldırım Coruk, İ. (2023). Benzerlik ve farklılıklar ekseninde tasarım süreci ve dijital öyküleme. *Anadolu Üniversitesi Sanat&Tasarım Dergisi*, 13 (2), 660-674.

Yıldız Doğanay, A., Omur, S. ve Berge, H. (2023). Erken cumhuriyet döneminde radyo oyunları ve toplumsal işlevleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi (Journal of Communication Theory & Research)*, (64/Özel Sayı), 100-117.

http-1: https://sozluk.gov.tr/ (hikâye nedir?)
(Erişim tarihi: 06.11.2024)

http-2: https://sozluk.gov.tr/ (hikâye nedir?)
(Erişim tarihi: 06.11.2024)

http-3: https://sozluk.gov.tr/ (öykü nedir?)
(Erişim tarihi: 06.11.2024)

http-4: https://sozluk.gov.tr/ (öykü nedir?)
(Erişim tarihi: 06.11.2024)

http-5: https://sozluk.gov.tr/ (gelenek nedir?)
(Erişim tarihi: 13.11.2024)

http-6: https://sozluk.gov.tr/ (kültür nedir?)
(Erişim tarihi: 13.11.2024)

http-7: https://sozluk.gov.tr/ (meddah nedir?)
(Erişim tarihi: 14.11.2024)

http-8: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
(Erişim tarihi: 02.12.2024)

http-9: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html
(Erişim tarihi: 02.12.2024)

http-10: https://sozluk.gov.tr/ (metin nedir?)
(Erişim tarihi: 15.12.2024)

http-11: https://sozluk.gov.tr/ (illüstrasyon nedir?)
(Erişim tarihi: 16.12.2024)

http-12: https://www.etymonline.com/search?q=illustration
(Erişim tarihi: 17.12.2024)

http-13: https://sozluk.gov.tr/ (çizgi roman nedir?)
(Erişim tarihi: 17.12.2024)

http-14: https://sozluk.gov.tr/ (masal nedir?)
(Erişim tarihi: 05.02.2025)

http-15: https://sozluk.gov.tr/ (etkileşim nedir?) (Erişim tarihi: 14.02.2025)

http-16:
https://en.wikipedia.org/wiki/Association_for_Computing_Machinery#:~:text=Bilgisayar%20Makineleri%20Derne%C4%9Fi%20(%20ACM%20)%2C,bilimsel%20ve%20e%C4%9Fitimsel%20bilgisayar%20toplulu%C4%9Fudur (Erişim tarihi: 20.02.2025)

http-17: https://tr.wikipedia.org/wiki/TRT_2
(Erişim tarihi: 01.03.2025)

http-18:
https://www.trt2.com.tr/kultur/misal/misal-or-ismailin-iyiligi-or-3-bolum-18000424
(Erişim tarihi: 26.02.2025)

http-19: https://en.wikipedia.org/wiki/Fourth_wall
(Erişim tarihi: 04.03.2025)

http-20: https://sozluk.gov.tr/ (mekân nedir?)
(Erişim tarihi: 09.03.2025)

http-21: https://www.makoto-architect.com/fiber_wave.html
(Erişim tarihi: 01.04.2025)

ÖZGEÇMİŞ

ORCID NO: 0009-0002-5939-6815

Ad Soyad : Ümmühan Azade GÜLMEZ

Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2013-2018, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü

Ödülleri:

- 2018, Eş Değer Mansiyon Ödülü, MEKAN 2018 İç Mimarlık Öğrencileri Ulusal Bitirme Proje Yarışması, İstanbul Kültür Üniversitesi