

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



TASARIMDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM: HAREKETLİ GRAFİK
TASARIM VE TİPOGRAFİDE YARATICI YAKLAŞIMLAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Duygu YENİCİ

Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı

Grafik Tasarımı Programı

MART, 2024

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**TASARIMDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM: HAREKETLİ GRAFİK
TASARIM VE TİPOGRAFİDE YARATICI YAKLAŞIMLAR**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Duygu YENİCİ
(Y2112.310008)

Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı
Grafik Tasarımı Programı

Tez Danışmanı: Prof. Mehmet Reşat BAŞAR

MART, 2024

ONAY FORMU

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans olarak sunduğum “Tasarımda Dijital Dönüşüm: Hareketli Grafik Tasarım ve Tipografide Yaratıcı Yaklaşımlar” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.
(20/03/2024)

Duygu YENİCİ

ÖNSÖZ

Tez sürecim boyunca yolumu aydınlatan, yaratıcı bakış açısı ile ilham veren, bilgi ve tecrübeleriyle beni adım adım yönlendiren, sadece akademik bir rehber olmakla kalmayıp, aynı zamanda yaşamın derinliklerinde doğru rotayı göstermek için sabırla yanımda olan değerli hocam ve tez danışmanım Sn. Prof. Mehmet Reşat BAŞAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her anında, güçlü yanımla ve ilham kaynağım olan sevgili annem İlknur YENİCİ'ye, her adımda yanımda olan ve bana ışık tutan, yol gösteren babam Fikret YENİCİ'ye ve beni her zaman cesaretlendiren, her fırtınada yanımda durup yelkenlerimi toplayan canım kardeşim Dr. Furkan YENİCİ'ye, kocaman sevgileri ile hayatıma anlam katan, sonsuz enerjileri ve bilgilerinden daima ilham alacağım Yusuf Çınar DEMİR ve Yamaç Kerem DEMİR'e binlerce kez teşekkür ederim.

Zor zamanlarımda, hayatın iniş çıkışlarında yanımda olup beni cesaretlendiren, motive eden ve sevgi dolu desteğini esirgemeyen yol arkadaşım Tolga DEDEOĞLU'na kalpten teşekkür ederim.

Mart, 2024

Duygu YENİCİ

TASARIMDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM: HAREKETLİ GRAFİK TASARIM VE TİPOGRAFİDE YARATICI YAKLAŞIMLAR

ÖZET

Dünyanın dijitalleşmeyi hızla benimsemesiyle birlikte tasarım dünyası da alışlagelmiş sınırları aşarak yeni ve sürekli gelişen bir döneme girmiştir. Teknolojinin her geçen gün hızla hayatımıza daha fazla dahil olması tasarım alanında büyük bir değişim yaratarak tasarımın sürecini, sunumunu ve tüketimini temelden yeniden şekillendirmiştir. Bu çerçevede hareketli grafik tasarım ve tipografi, görsel iletişimde etkili ve bilinçli bir şekilde kullanılarak dijital dönüşümün getirdiği yaratıcı olanakları ortaya çıkarmaktadır.

Bu tezde sunulan araştırma beş bölüme ayrılmıştır. İlk iki bölüm hem grafik tasarımı hem de hareketi tanımlayarak tarihsel bir bakış açısı sağlayarak hareketli grafik tasarımın kökenleri ve evrimi araştırılacaktır. İncelemede sinema tarihinin ilk dönemlerinden bugüne kadar hareketli grafik tasarımın tarihsel kullanımı ve görsel etkinliği incelenecektir. Üçüncü bölümde, hareketli grafik tasarımında dijital teknolojilerin tipografi üzerindeki etkisi incelenerek kinetik tipografi ele alınacaktır. Tipografinin bu alandaki yenilikçi uygulamalarını sergilemek için somut örnekler sunulacaktır. Tezin dördüncü ve son bölümünde öne çıkan isimler ve onların hareketli grafik tasarımın tarihsel yolculuğuna katkıları incelenecektir. Hareketli grafik tasarımın bugünkü yolculuğunda yenilikçi uygulamaların önemi ve etkisi özetlenecektir. Tipografi ve hareketli grafik tasarımın müthiş bir iletişim aracı olarak sentezi vurgulanırken, aynı zamanda gelecekteki potansiyel trendlere de ışık tutulacaktır.

Hareketli grafik tasarımının tarihsel gidişatını inceleyerek ve günümüzdeki oynadığı önemli role odaklanarak bu tez, hareketli grafik tasarımın ve tipografinin yenilikçi kullanımı ve yaratıcı bir ifade aracı olarak evrimleri hakkında fikir sahibi olmayı amaçlamaktadır. Amaç, tasarım estetiği ve hareketli grafik tasarımının dijital dönüşümünden kaynaklanan gelişmeleri ve yaratıcı uygulamaları kapsamlı bir şekilde analiz etmektir.

Dijital dönüşüm, hareketli grafik tasarımı ve tipografi alanlarında kaydedilen ilerlemeyi araştırmak amacıyla akademik literatürün, kitapların, dergi makalelerinin ve diğer yazılı kaynakların kapsamlı bir incelemesini içeren nitel araştırma yöntemleri kullanılacaktır.

Sürekli gelişen tasarım ortamına ve dijital dönüşümün yaratıcı süreç üzerindeki etkisine dair fikir edinmek isteyen tasarımcılar, akademisyenler ve öğrenciler için bu araştırma önemli bir değer taşımaktadır. Aynı zamanda tasarımın gelecekteki olanaklarını ve potansiyelini anlamak isteyen profesyoneller için de değerli bir kaynak olarak hizmet verecektir. Bu tez, tasarımın dijital dönüşümünü ve yaratıcı metodolojilerini keşfederek gelecekteki tasarım projelerinin geliştirilmesinde değerli bir rol oynayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm, Dijital Çağ, Grafik Tasarım, Hareketli Grafik Tasarım, Kinetik Tipografi

DIGITAL TRANSFORMATION IN DESIGN: CREATIVE APPROACHES IN MOTION GRAPHIC DESIGN AND TYPOGRAPHY

ABSTRACT

With the world's rapid adoption of digitalisation, the world of design has entered a new and ever-evolving era by transcending conventional boundaries. The fact that technology is rapidly becoming more and more involved in our lives every day has created a great change in the field of design and fundamentally reshaped the process, presentation and consumption of design. In this framework, motion graphic design and typography are used effectively and consciously in visual communication, revealing the creative possibilities brought by digital transformation.

The research presented in this thesis is divided into five chapters. The first two chapters will explore the origins and evolution of motion graphic design, providing a historical perspective by defining both graphic design and motion. In the examination, the historical use and visual effectiveness of motion graphic design from the early periods of cinema history to the present day will be examined. In the third section, the impact of digital technologies on typography in motion graphic design will be examined and kinetic typography will be discussed. Concrete examples will be presented to demonstrate the innovative applications of typography in this field. In the fourth and final part of the thesis, prominent names and their contributions to the historical journey of motion graphic design will be analysed. The importance and impact of innovative practices on the current journey of motion graphic design will be summarised. The synthesis of typography and motion graphic design as a formidable communication tool will be emphasised, while also shedding light on potential future trends.

By analysing the historical trajectory of motion graphic design and focusing on the important role it plays today, this thesis aims to gain insight into the

innovative use of motion graphic design and typography and their evolution as a means of creative expression. The aim is to comprehensively analyse the developments and creative practices resulting from the digital transformation of design aesthetics and motion graphic design.

It will utilise qualitative research methods including a comprehensive review of academic literature, books, journal articles and other written sources to investigate the progress made in the fields of digital transformation, motion graphic design and typography.

This research will be of significant value to designers, academics and students seeking insight into the ever-evolving design landscape and the impact of digital transformation on the creative process. It will also serve as a valuable resource for professionals seeking to understand the future possibilities and potential of design. This thesis will play a valuable role in the development of future design projects by exploring the digital transformation of design and its creative methodologies.

Keywords: Digital Transformation, Digital Age, Graphic Design, Motion Graphic Design, Kinetic Typography

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ONUR SÖZÜ	i
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
I. GİRİŞ	1
A. Grafik Tasarımın Tanımı	2
B. Hareketin Tanımı	4
II. HAREKETLİ GRAFİK TASARIM	9
A. Hareketli Grafiğin Tanımı	9
B. Hareketli Grafiğin Tarihçesi	14
1. Sinemanın Doğuşu ve İlk Hareketli Grafik Denemeleri.....	14
2. Televizyonun Yaygınlaşması ve Hareketli Grafiğin Kullanımı	22
3. Dijital Çağın Başlangıcı ve Hareketli Grafiğin İlerleyişi	38
C. Hareketli Grafik Tasarım Öğeleri.....	43
1. Zaman ve Hareket	44
2. Renk	46
3. Derinlik	50
4. Ses	52
5. Kurgu	54

6. Tipografi.....	57
III. HAREKETLİ GRAFİK VE TİPOGRAFİNİN ETKİLEŞİMİ.....	61
A. Hareketli Tipografinin Tanımı.....	61
B. Hareketli Tipografinin Kullanım Alanları	65
1. Jenerik Tasarımında Hareketli Tipografi	65
2. Reklam Sektöründe Hareketli Tipografi	68
3. Eğitici ve Bilgilendirici Videolarda Hareketli Tipografi	70
4. Müzik Dünyasında Hareketli Tipografi	72
5. Hikayeyi Aktarma Amacı Taşıyan Hareketli Tipografi.....	74
IV. HAREKETLİ GRAFİKTE TARİHE İZ BIRAKANLAR.....	77
A. Saul Bass.....	77
B. Pablo Ferro.....	80
C. Kyle Cooper.....	84
D. Richard Greenberg.....	87
V. HAREKETLİ GRAFİK VE TİPOGRAFİDE YARATICI YAKLAŞIMLAR	91
A. Henrique Barone	91
B. Kota Iquchi	95
C. Cutback Live Studio	100
D. Felix Pfaffli (Studio Feixen)	102
VI. SONUÇ.....	107
VII.KAYNAKLAR.....	109
ÖZGEÇMİŞ.....	117

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.	Fransa’da bulunan Lascaux Mağarası’ndan tasvir edilen yırtıcı hayvanlar	5
Şekil 2.	İspanya’nın Cantabria kentindeki Altamira Mağarası’nda tasvir edilen bison	5
Şekil 3.	Koşan atletler. Kleophrades’in Panathenaic amforası, MÖ 500 dolaylarında, Louvre müzesi.	6
Şekil 4.	Eadweard Muybridge, The Horse in Motion "Sallie Gardner", Sahibi Leland Stanford; Palo Alto Pistinde 1:40 Yürüyüşle Koşu, 19 Haziran 1878	8
Şekil 5.	Austin Shaw, Hareketli Tasarımların Bilgi Grafiği, Design for Motion, s.22.....	11
Şekil 6.	João Paulo Amaral Schlittler, Hareketli ve Animasyon Özelliklerinin Karşılaştırılması, 2015.....	12
Şekil 7.	Toblerone Markasının Sosyal Medya Ortamında Kullandığı Hareketli Grafiklerden Oluşan Reklam Tasarımı.....	13
Şekil 8.	Thomas Edison, 1895, Kinetoskopun kullanımı ve iç görünüşü wikipedia.com	15
Şekil 9.	1895 Lumière, Kamera ve projektör modundaki Sinematograf Malkames Koleksiyonu.....	16
Şekil 10.	D. W. Griffith’in “The Birth of a Nation” filminde kullanılan kart örnekleri.....	17
Şekil 11.	“Anemic Cinema” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler.....	18
Şekil 12.	“King Kong” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler.....	18
Şekil 13.	“The Man with the Golden Arm” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler	19

Şekil 14. “Vertigo” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler.....	20
Şekil 15. “Dr. Strangelove” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler	20
Şekil 16. “Dr. No” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler.....	21
Şekil 17. “Superman” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler.....	22
Şekil 18. BBC kanalının ilk televizyon yayınlarından kesitler.....	24
Şekil 19. Yıllar içerisinde ABC logo değişimleri	25
Şekil 20. Yıllar içerisinde NBC logo değişimleri	26
Şekil 21. Yıllar içerisinde CBS logo değişimleri.....	26
Şekil 22. CBS Logosu.....	27
Şekil 23. BBC için tasarlanan ilk hareketli logo.....	28
Şekil 24. NBC renkli ksilofon logosu (1953–1959), Orijinal NBC tavus kuşu (1956)29	
Şekil 25. Şekil 25, ABC’nin Movie of the Week jenerik tasarımları	29
Şekil 26. Walt Disney’in Walt Disney’in Wonderful World Of Color isimli 24 Eylül 1961'den 7 Eylül 1969'a kadar NBC'de yayımlanan televizyon dizisi.	30
Şekil 27. Doctor Who 1963 jenerik tasarımı	31
Şekil 28. , BBC2 hareketli logo tasarımı	32
Şekil 29. Martin Lambie Nairn, Round and Back logo tasarımı, 1982	33
Şekil 30. MTV için tasarlanan hareketli grafik logo örnekleri	34
Şekil 31. BBC Haberleri Jenerik Uzun Açılış Başlıkları.....	36
Şekil 32. Nestle NatureNes Hareketli Grafik Reklamı, 2020	37
Şekil 33. Coca-Cola A Coke is a Coke Hareketli Reklam Sahneleri, 2019.....	37
Şekil 34. Nintendo markasına ait 90’lı yıllar hareketli logo örneği.....	39
Şekil 35. Harry Potter ve Azkaban Tutsağı’nın Flash Websitesi, 2004.....	40
Şekil 36. UX tasarımlarında hareketin 12 temel kuralı.....	43
Şekil 37. After Effects programında zaman çizelgesi gösterimi.....	45
Şekil 38. Filipe Ferrari’ye ait hareketli grafik örneği	46

Şekil 39. Crosley Law, Turning Red Tape in to Red Carpet isimli ödüllü hareketli grafik örneği, 2023	48
Şekil 40. 2023 Yılın Pantone Rengi Viva Magenta.....	49
Şekil 41. Adobe Color 2023 renk trendleri.....	50
Şekil 42. Julia Smirnova, After Effects'te 3D kamera hareketi ile yaratılmış derinlik örneği, 2023	51
Şekil 43. Toby Pitman, After Effects'te ses dosyasının dalga görünümü, 15 Haziran 2011	53
Şekil 44. Rodrigo Blergh, korku kavramının hareketli tipografisi	64
Şekil 45. Hitchcock'un 1959 tarihli gerilim filmi North by Northwest jenerik tasarımı	65
Şekil 46. Kuntzel + Deygas, “Catch me if you can” filminin jenerik tasarımı, 200266	
Şekil 47. Tasarım Stüdyosu Elastic, “Between the World and Me” filminin jenerik tasarımı, 2021	67
Şekil 48. Tasarım Stüdyosu Imaginary Forces, “Candy” filminin jenerik tasarımı, 2022	68
Şekil 49. Burger King Kinetik Tipografik Reklam Videosu, 2020	69
Şekil 50. The Newyork Times Kinetik Tipografi Reklamı, 2009	70
Şekil 51. World Wildlife Fund, Change the Way You Think About Food 2011	71
Şekil 52. PlusOne, Be Sexy, Be Smart, 2015	72
Şekil 53. Taylor Swift, Look What You Made Me Do, 2017.....	73
Şekil 54. Ed Sheeran, Perfect, 2017.....	74
Şekil 55. Jessica Hische,Kitap Tanıtım Hareketli Videosu, 2018	75
Şekil 56. Oliver Harrison, Apocalypse Rhyme, 2018.....	76
Şekil 57. Psycho filminin jenerik tasarımı, 1960.....	78
Şekil 58. Mad Men filminin jenerik tasarımı.....	79
Şekil 59. Pablo Ferro tarafından canlandırılan NBC logosu, 1957	81
Şekil 60. The Thomas Crown Affair Jenerik Tasarımı, 1968.....	82

Şekil 61. Ferro'nun Dr. Strangelove için Tasarladığı Font Ailesi	83
Şekil 62. Ferro'nun Adams Ailesi için Hazırladığı Jenerik Tasarımı.....	83
Şekil 63. “Se7en” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler	85
Şekil 64. “The Island of Dr. Moreau” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler.....	87
Şekil 65. “Alien” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler	89
Şekil 66. “The Matrix” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler.....	90
Şekil 67. Netflix dizisi StoryBots: Answer Time ”Pollination Song”hareketli görüntüler.....	92
Şekil 68. Spotify markası için hareketli reklam tasarımı	93
Şekil 69. Rio Olimpiyatları için hazırlanan hareketli reklam tasarımı	94
Şekil 70. Tokyo 2020 Piktogram Tasarımlarının Hareket Sekansları	96
Şekil 71. Tokyo 2020 hareketli piktogram örneği	96
Şekil 72. Tokyo 2020 Drone Show	97
Şekil 73. Nike Air Max Day 2022, Tokyo.....	98
Şekil 74. Nike Air Max Day 2023, Çin	99
Şekil 75. Kandinsky Sergisinden Görüntüler.....	101
Şekil 76. Dali'nin Sergisinden Görüntüler.....	101
Şekil 77. Oto Nové Swiss hareketli poster tasarımları	103
Şekil 78. Welformat Hareketli Festival Afişi	104

I. GİRİŞ

Tarih boyunca insanlık, yaratıcı ve iletişimsel yeteneğini mağara duvarlarını resimlerle süsleyerek ortaya koymuştur. Bireyler daha ilk yıllarında yazmayı öğrenmeden önce bile düşüncelerini, duygularını ve anlatılarını imgeler aracılığıyla aktarmaya devam ettikleri için, bu eski görsel ifade pratiği günümüzde de devam etmektedir. Bu atalardan kalma geleneklerin ilkel doğasına rağmen, resimlerin iletişim üzerindeki etkisi değişmeden kalmıştır. Dijital dönüşümün ortaya çıkışı, statik öğeleri dinamik ve etkileşimli tasarım bileşenleriyle değiştirerek geleneksel grafik tasarım ve tipografide devrim yaratmıştır. 20. yüzyıl, dijital devrimin etkisiyle hareketin ifade tarzında ve tasarım alanında derin bir değişime tanık olmuştur. Bu teknolojik ilerleme, tasarımcılara benzeri görülmemiş görüntü ve formlar yaratma ve yaratıcı olanaklarını genişletme yetkisi vermiştir (Meggs, 1992, s. 469). Bu yeni keşfedilen fırsatlar, tasarımcıların metin ve görselleri statik bir düzlemde sunmanın sınırlarını aşmasına olanak tanıyarak izleyicilere etkileşimli ve duygusal açıdan ilgi çekici bir deneyim sunmaktadır.

Geçmişten bugüne hala devam eden teknolojik evrimin etkisi tasarım da dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde açıkça görülmektedir. Özellikle hareketli grafik tasarım ve tipografi bu dönüşüm çağında büyük önem kazanmıştır. Bu değişim, geleneksel tasarım uygulamalarının dijital dünyaya geçişiyle yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımların önünü açmıştır. Grafik tasarımın kendi içinde var olan sanatsal gücü hareketle kesişince ortaya çarpıcı bir deneyim çıkmaktadır. Statik ilkelere bağlı geleneksel tasarım yöntemleri yerini daha dinamik ve etkileşimli bir yaklaşıma bırakmıştır. Hareketli grafik tasarım, etkileşim tasarımları ve görsel efektler gibi çeşitli kategorileri kapsayacak şekilde gelişmiştir. Hareketli grafik tasarımı, durağan görsellerin ötesine geçerek izleyiciye etkili bir mesaj aktarma gücü vermektedir. Hareketli grafik tasarımda kullanılan canlı renkler, akıcı şekiller ve tipografi, dijital alanda iletişimi güçlendirmekte ve izleyiciyi derinden etkilemektedir. Günümüzdeki dijital olanaklar sayesinde tasarımcılar artık

anlatıları iletmek ve iletişimi kolaylaştırmak için daha geniş bir dinamik ve etkili araç yelpazesine erişebilmektedir. Bu süreçte evrim geçiren tipografi, metni basitçe iletme şeklindeki geleneksel rolünü aşmış ve duygusal özü yakalayabilen, temel unsurları vurgulayabilen ve yazılı içeriğin kişiliğini somutlaştırabilen dinamik bir araç haline gelmiştir.

Bugün yaşadığımız dijital çağ iletişimde görselliğin önemini artırmıştır. İnternetin hayatımıza hâkim olması ve sosyal medya gibi platformların ortaya çıkışı, görsel içeriğin hızla paylaşılmasını ve yaygınlaştırılmasını kolaylaştırmış, görsellerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Dijital dönüşüm sürecinde, büyük miktarda verinin içinde iletmek istenen mesajı hareketli grafik tasarımıyla dinamik ve etkileyici görsel bütünlükle aktarmak mümkündür. Hareketli grafiklerin dinamik özü, çağdaş görsel iletişim ve tasarımın ilerlemesinin bir kanıtı olarak kabul edilmiştir.

A. Grafik Tasarımın Tanımı

Grafik tasarım, farklı düşünsel yaklaşımların etkisi altında oluşan ve çok çeşitli disiplinler tarafından tanımlanan, sanatsal, çok katmanlı, yaratıcı bir görsel iletişim sürecidir. Bu süreç, toplulukların, bireylerin veya markaların doğru görsel unsurları ustaca kullanarak iletmek istedikleri mesajı etkili bir şekilde ifade etme amacını taşıyan bir görsel iletişim ortamını ifade eder. Çeşitli uzmanlık alanlarından gelen tasarımcılar, sanatçılar ve yazarlar tarafından bu sanatsal alana farklı bakış açılarıyla yaklaşılmış ve değer verilmiştir.

Ambrose ve Harris (2017: 4-9) tarafından ifade edildiğine göre, grafik tasarım, çok sayıda disiplini kapsayan çok yönlü bir iletişim sağlama sanatıdır. Grafik tasarım, birbirinden farklı birçok alanı kapsayan bir sanat disiplinidir ve gün geçtikçe sınırları genişletilebilir. Bu alanlar marka ve reklam tasarımı, illüstrasyon, web tasarımı, sosyal medya grafikleri ve diğer yaratıcı alanları içermektedir. Bu yaratıcı sanat disiplini, hiyerarşi, kompozisyon, tipografi, renk, denge ve boşluk kullanımı gibi çeşitli görsel unsurları birlikte düzenlerken, aynı zamanda sembolik ifadeler olan metaforları ve retorik öğeleri kullanarak duygusal veya psikolojik etkiler yaratmayı amaçlamaktadır. Tüm bunları bir araya getirerek, iletilmek istenen mesajı ve ana fikri en etkili biçimde sunmayı hedeflemektedir. Tasarımcılar, grafik tasarımın temel ilkelerini prensiplerine

uygun bir şekilde birleştirerek, estetik açıdan güzel ve işlevsel tasarımlar oluşturabilmektedirler.

Becer'in (1999: 32) ne sürdüğü görüşe göre, grafik tasarım, bir mesajın "açık, ekonomik ve estetik bir biçimde" ifade edilmesini amaçlar. Diğer bir bakış açısıyla, Ketenci ve Bilgili (2006: 277) grafik tasarımı bir iletişim sanatı olarak özetlemektedir. Bu bağlamda, grafik tasarım, kendine özgü uzmanlık alanlarına sahip olan, teknik bilgi ve uzmanlık becerisi gerektiren, sürekli gelişen bir görsel iletişim disiplini olarak kabul edilmektedir (Uçar, 2004: 156). Bu farklı bakış açıları, grafik tasarımın zengin, derin ve çok boyutlu bir yaratıcı süreç olduğunu vurgularken, aynı zamanda iletişim açısından önemini de vurgulamaktadır.

Terim, 20. Yüzyılın başlarında, sanat, reklamcılık ve endüstriyel tasarım gibi alanlardaki görsel iletişimi sağlamak üzere metal kalıplar üzerine kazınan, yazılan ve çizilen, kopyalanıp basılan görüntüleri tanımlamak için kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde teknolojinin hızlı ilerleyişi, grafik tasarım alanını dönüştürerek klasik tanımının ötesine geçmesine neden olmuştur. Artık sadece basılı malzemelerle sınırlı olmayan grafik tasarım, film projeksiyonları, video yayınları ve bilgisayar destekli görsel içerikleri de içine almıştır. Bu gelişme, grafik tasarımın tanımının daha önce düşünülmemiş yeni alanları içerecek şekilde evrildiğini göstermektedir (Becer, 1999: 33). Grafik tasarımın ürünleri, dönemin koşulları ve talepleri doğrultusunda ortaya çıkarlar; yeni çağın gereksinimleri ve ihtiyaçlarına cevap verme amacıyla da terk edilebilirler.

Grafik tasarım, teknolojidaki ilerlemeler ve dijital medyanın etkisiyle sürekli gelişen bir alandır. Tasarımda dijital dönüşüm, teknolojik gelişmelerin ve iletişim platformlarının sürekli değişen doğasının bir sonucudur. Dijital medyanın hızla yaygınlaşmasıyla birlikte tasarımlar artık baskının ötesinde çeşitli şekillerde uygulanabilmektedir. Bu dönüşüm tasarımcıların yeteneklerini genişletirken aynı zamanda izleyicilerle daha dinamik, etkileşimli ve doğrudan iletişim kurma fırsatları da yaratmıştır. Grafik tasarımın bu uyarlanabilir ve sürekli gelişen doğası, tasarım alanında sürdürülebilir başarı için şart olmuştur (Evamy, 2009: 6).

B. Hareketin Tanımı

Yaşadığımız evrende gerçekleşen tüm süreç ve dönüşümlerin altında yatan temel kavram harekettir. Doğa, günlük hayatımızda şahit olabileceğimiz ve deneyimleyebileceğimiz hareket olaylarının örnekleriyle doludur. Örneğin, Güneş sistemi içerisinde yer alan gezegenlerin, uyduların ve kuyruklu yıldızların yörüngeleri, karmaşık bir hareket sistemini temsil eder. Dünyadaki deniz akıntıları da bunun bir başka örneğidir; deniz suyunu sürekli olarak dünya çapında hareket ettiren büyük su yolları görevini görmektedirler. Ayrıca rüzgarlar ve okyanus akıntıları gibi atmosferik hareketler de hava ve iklim olaylarını şekillendiren önemli doğal olaylardır. Doğada gözlemleyebileceğimiz hareketin daha basit örnekleri arasında, ağaçlardan ayrılıp yere konmadan önce havada süzülen yaprakların rüzgarda sallanması yer alır. Rüzgarın etkisiyle ağaçlardan kopan yapraklar hafifçe havada süzülür ve yere doğru inerler. Bu sakin hareket, doğanın zarif ve hafif yönlerinden birini temsil etmektedir. Bir diğer kolayca gözlemlenebilen hareket örneği, kuşların uçuşudur. Kuşlar kanatlarını çırparak havada ileri geri hareket etmektedir. Gökyüzünde serbestçe uçarken, kuşlar hem göz kamaştırıcı hem de doğanın güzelliklerini keşfetmek için mükemmel bir örnek sunmaktadır.

İnsanlarda doğanın en önemli parçalarından biri olarak hareketi sürekli olarak deneyimlemektedir. Gündelik yaşamlarımızda yürüme, koşma, araba kullanma, basketbol oynama, bisiklet sürme, kürek çekme gibi eylemler, günlük rutinlerimizin bir parçasıdır ve hareketin doğal bir ifadesidir. Aynı zamanda, endüstriyel ve teknolojik gelişmeler, uzay keşifleri, gezegenler arası yolculuklar gibi büyük ölçekli, ses getiren insan yapımı hareketleri de beraberinde getirir. Tüm bu örnekler doğanın karmaşıklığını ve hareketin her yerde var olduğunu göstermektedir. Hareket, evrensel bir olgudur ve yaşamın, değişimin vazgeçilmez parçasıdır.

İnsanlık tarihine baktığımızda, varoluşumuzun başlangıcından itibaren sanatın büyülü dünyasında hareketin yakalanması arayışını sürdürdüğümüzü görürüz. Binlerce yıl boyunca, hareketli imgelerin kullanıldığı hikaye anlatımını keşfetme çabalarımızın izleri, tarihin derinliklerine uzanır. Bu çabanın örnekleri, Fransa'nın Lascaux şehrinde keşfedilen mağarada ve İspanya'nın Altamira

kentindeki mağara resimlerinde bulunabilir. Bu eski resimler, taş duvarlara işlenmiş çok bacaklı yırtıcı hayvan tasvirleriyle hareketin çağrıştırıldığını göstermektedir.



Şekil 1. Fransa'da bulunan Lascaux Mağarası'ndan tasvir edilen yırtıcı hayvanlar

Daha sonraki dönemlere bakıldığında, hareketin izini sürmek için çeşitli yolların denenmeye devam edildiği görülmektedir. Erken dönem Mısır toplulukları, duvar çizimleri aracılığıyla hareketi ima etmeye çalışmışlardır. Kabartmalar ve resimler, insanları, hayvanları ve nesnelere canlı gibi gösterme amacıyla oluşturulmuştur ve böylece hareketin illüzyonunu yaratmaya çalışmışlardır.



Şekil 2. İspanya'nın Cantabria kentindeki Altamira Mağarası'nda tasvir edilen bison

Antik Yunan kültüründe de hareketin resimsel olarak ifade edebilme arayışı belirgin bir şekilde görülmektedir. Yunan seramik kap resimlerinde atletlerin yarıştığı anları, dansçıların koreografilerini ve diğer sahneleri tasvir ederek hareketin canlılığını yakalamaya çalışılmıştır. Bu resimler, sadece anın dondurulmuş bir görüntüsünü değil, aynı zamanda hareketin ritmini ve enerjisini de yansıtmak istenilmiştir.



Şekil 3. Koşan atletler. Kleophrades'in Panathenaic amforası, MÖ 500 dolaylarında, Louvre müzesi.

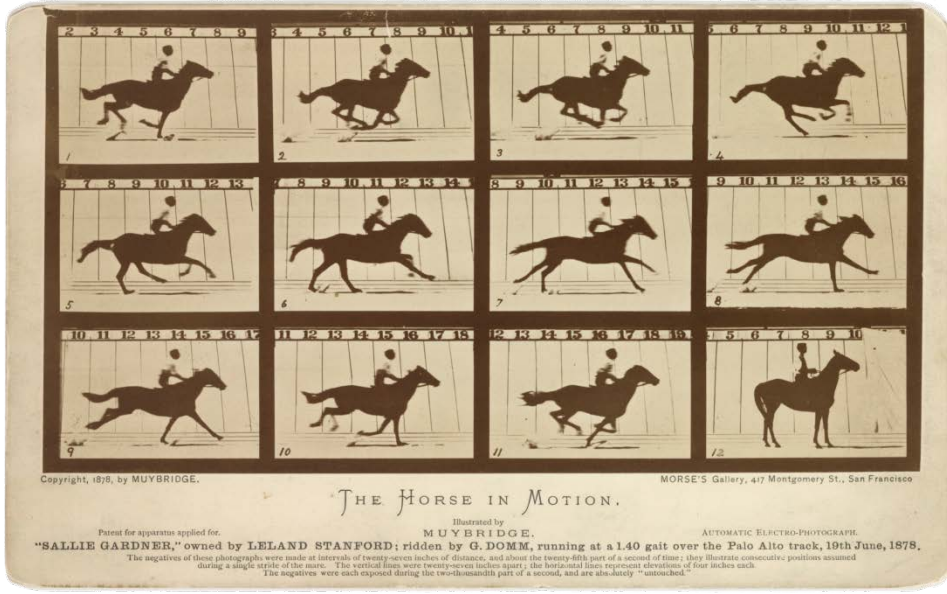
İnsanlık, sanatın büyülü dünyasında hareketin yakalanması arayışını sürdürerek, zaman içinde farklı dönemlerde ve kültürlerde çeşitli teknikler ve yaklaşımlar geliştirmiştir. Bu çabalar, sadece sanatsal ifadeyi zenginleştirmekle kalmadı, aynı zamanda insanlığın estetik duygusunu ve yaratıcılığını da yansıtmıştır. (Krasner, 2008: 2)

Hareket, tarihler boyunca sanatsal ve felsefi açılarından farklı perspektiflerden ele alınmıştır. Bu perspektifler, farklı düşünce akımlarına, filozoflara ve sanat teorisyenlerine dayanmaktadır. Felsefede hareket kavramı, Cevizci (2013) ve Rasimoğlu'nun (2015: 9) açıklamasına göre “nesnelerin mekan içindeki yerlerinin ya da hallerinin değişmesi” olarak tanımlanır. Hareketin sadece fiziksel konumun değişmesiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda “nitelik, nicelik ve biçim” gibi diğer özelliklerde değişim içerebileceğini öne sürer. Bu da hareketin çok boyutlu bir kavram olduğunu göstermektedir. Yunan filozoflarının düşünceleri, hareketin nesnelerin doğasını ve gerçekliğini anlamada temel bir rol oynadığını savunmaktadır. Özellikle Aristoteles'in hareket kavramı, onun metafizik ve fizik teorilerinin merkezinde yer almaktadır. Antikçağ Yunan

felsefine baktığımızda düşünce geleneğinin temel kavramlarından biri olan hareket kavramı "her türlü değişme" olarak ifade edilmiştir (Hançerlioğlu, 1994: 301).

Sanatsal açıdan baktığımızda sanat eleştirmeni Arnheim'e (1974: 372) göre, sanat eserleri, hareketin ifadesini içerebilir ve izleyiciler üzerinde güçlü görsel etkiler yaratabilir. Bu, özellikle sinema, televizyon ve sahne performansları gibi hareket içeren sanat formlarında belirgin bir şekilde görülür. Hareketin sanatsal cazibesi büyüktür. İnsanlar, hareketli şeylere karşı daha fazla ilgi gösterirler. Hareket, izleyicilerin dikkatini yakalar ve duygusal bir bağ kurmalarına olanak tanır. Hareket, görsel olarak dikkat çekmenin en büyüleyici yöntemidir. İnsan zihni hareket halindeki her şeyden derinden etkilenir. İster ekranlardaki canlı reklamlar ister titreyen neon tabelalar olsun, hareketli görüntülerin cazibesi resim, fotoğraf, heykel veya mimari gibi durağan sanat formlarının cazibesini aşıyor.

Hareket kavramı, grafik tasarım, fotoğrafçılık, resim ve mimari gibi farklı sanat disiplinlerinde de kullanılan ortak bir ögedir. Mağara resimlerindeki hareket imgeleri sanat ve teknolojinin yıllar içindeki evrimi ve şimdi için birer ilham kaynağı olmuşlardır. Fotoğraf sanatına baktığımızda 1878 yılında hareket halindeki bir atın art arda fotoğraflarını çeken Eadweard Muybridge, hareket dizilerini gösteren ilk fotoğrafları yakalamıştır. At pistinin karşı yoluna kablolarla donatılmış 12 kamera düzeneği kurmuştur. Özel perdelerle donatılmış bu kameraların deklanşörlerini, hızla koşan atın tekerleğinin kabloyu geçişiyle fotoğrafların oluşmasını sağlamıştır. Böylelikle atın dört ayağının havada olduğu anlar kaydedilmiştir. Muybridge, ardışık fotoğraflar elde etmiştir ve atın koşu anındaki ayak hareketlerini ayrıntılı bir şekilde belgelemiştir. Bu deneyler, hareketli fotoğrafçılık ve görsel sanatlarda devrim yaratmıştır. (Rush, 1999: 12).



Şekil 4. Eadward Muybridge, The Horse in Motion "Sallie Gardner", Sahibi Leland Stanford; Palo Alto Pistinde 1:40 Yürüyüşle Koşu, 19 Haziran 1878

Teknolojik ilerlemeler ile birlikte dijitalleşmenin, 1960'ların sonlarından bu yana grafik tasarımcıların gelişimi üzerinde önemli bir katkısı olmuştur. Hareket kavramı hayatımıza internet kavramının girmesi ve teknolojik birçok eşyanın kişisel hale gelmesiyle birlikte ortaya çıkarak gelişmeye devam etmektedir. Grafik tasarım geleneksel bağlarından kopmadan büyük değişiklikler yaşayarak, 1900'lerin başından bu yana teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, hareketli grafiklerin kullanımını da beraberinde getirmiştir (Sezer, 2020, s. 80).

II. HAREKETLİ GRAFİK TASARIM

A. Hareketli Grafiğin Tanımı

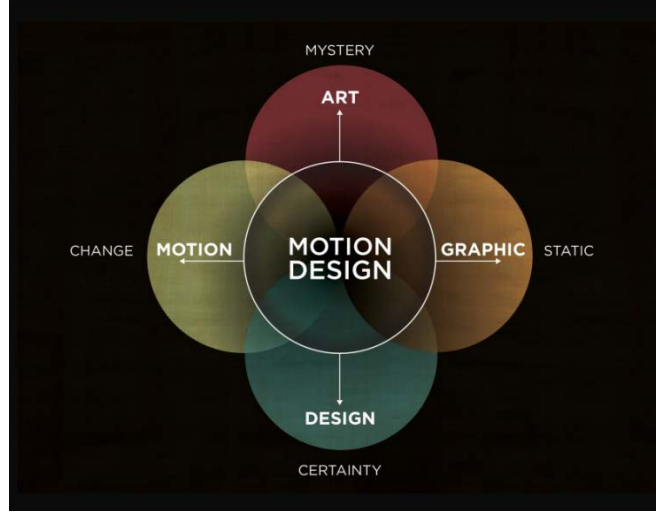
Günümüzde sürekli devam eden dijitalleşme serüveni ve akıllı cihazların artan önemiyle birlikte hızlı internet ağlarının gelişimi, hareketli grafiklerin gündelik yaşamlarımızda oldukça geniş bir kabul ve ilgi görmesine neden olmuştur. Hareketli grafikler, geleneksel grafik tasarım ilkelerine hareket ve zaman kavramını dahil ederek tasarımın daha etkileyici bir biçimde sunulmasına yardımcı olur ve aynı zamanda yeni teknolojilerin daha etkili bir şekilde entegre edilmesini destekler. Hareket algılamının biyolojik mekanizması, hareketli grafik tasarımı, animasyon, video ve sinematografi disiplinlerinin kökünü oluşturur. (Krasner, 2008: 9). Statik olan tasarımlar, yeni medya ortamıyla birleşerek çoklu duyuşal deneyimler sunan ve dinamizmi yansıtan bir performans sergilemektedir. Dijital medyanın kullanımı, geleneksel grafik tasarımı hareketli grafik tasarımına dönüştürmüştür.

Akgün'ün (2013: 3) çalışmasına göre, teknolojik ilerlemeler, internet ve diğer kitle iletişim araçlarıyla birleşerek yaşadığımız dünyada insanların bilgiye ulaşma hızlarını ve ihtiyaçlarını karşılama biçimlerini kökten değiştirmiştir. Bu hızlı teknolojik değişim ve ilerleme, hareketli grafik tasarımının günlük yaşamımızda sıkça karşılaştığımız bir görsel unsur haline gelmesine neden olmuştur.

Hareketli grafikler, sinema ve tasarım sektöründe henüz net bir tanıma kavuşmamış, oldukça esnek ve değişken bir kavramdır. Sinema ve tasarım endüstrisinde birçok uzman ve profesyonel bu konuda kendi perspektiflerini ve tanımlarını ortaya koyarken, kesin ve genel kabul gören bir tanımın olmaması, bu sanat dalının ne kadar geniş ve çeşitli olduğunu ortaya koymaktadır. Genel kabul görmüş tanımlardan biri hareketli grafiklerin, animasyon ve grafik tasarımın birleşimi olduğudur. Hareketli grafikler, tasarım ve animasyonun birleşiminden çok daha fazlasıdır ve bu nedenle tek bir tanımla sınırlandırılmaz. "Hareketli

grafik nedir? İşte bu hareketli grafik." Bu cümleler, basit ama derin bir fikri ifade ediyor. Teknik veya akademik tanımlarda kaybolmak yerine, motion graphics'i doğrudan görmek ve deneyimlemek en iyi yoldur. Birine müziği tanımlamaya çalışmak gibidir; kelimeleri kullanabilirsiniz, ancak en iyi yol basitçe bir şarkı çalmaktır. Benzer şekilde, motion graphics'in özü en iyi şekilde işin kendisinde yakalanır. İzleyici, sanat formunu tanımlamak için yalnızca kelimelere güvenmek yerine, doğrudan izleyerek kendi sonuçlarına varmaya davet edilir (Cone, 2008: 4). Austin ve Doust'a (2007: 45) göre hareketli grafik, kitenik tipografi, iki ve 3 boyutlu görseller ile hareketin bir araya getirilerek oluşturulduğu ve dijital bir ortamda sunulan görüntülerin bir araya getirilmiş halidir. Önde gelen uzmanlardan Krasner, "Motion Graphic Design – Applied History and Aesthetics" isimli eserinde hareketli grafik tasarımını, "zaman ve uzayda tasarım yapma" pratiği olarak ele almıştır (Krasner, 2008:23). Öte yandan, Walters'ın yaklaşımı biraz daha farklıdır. O, hareketli görüntü tasarımını, "dijital hareketli imaj" terimiyle ifade etmektedir (Walter vd., 2007:44). Bu iki tanımlama, hareketli grafik tasarımının çeşitli yönlerini ve boyutlarını yansıtan farklı vurgular içermektedir.

"Design for Motion" kitabının yazarı Shaw (2016: 22) hareketli grafiği son derece eklektik bir disiplin olarak tanımlarken, hareket ve grafik arasındaki bağlatının hareketli tasarımlar için hayati bir önem taşıdığını belirtmiştir. Değişim zaman kavramı ile gerçekleştiğinden, hareket tasarımı "zamana dayalı medya" olarak ifade edilmiştir. Hareketli grafikler, animasyon, film ve ses gibi farklı disiplinleri içermektedirler. Ayrıca hareketli grafikler tıpkı sinemaya gittiğimizde, bir dizi izlediğimizde veya bir roman okuduğumuzdaki gibi bizleri bir şekilde taşıyacak duygusal ve entelektüel hikayeler anlatmalıdır. Görsel 5'teki bilgi grafiğine göre hareketli grafikleri oluşturan iki temel spektrum vardır. Yatay eksen, hareket ile grafik arasındaki sürekliliği gösterirken, dikey eksen sanat ile tasarım arasındaki sürekliliği temsil eder.



Şekil 5. Austin Shaw, Hareketli Tasarımların Bilgi Grafiği, Design for Motion, s.22

Ayrıca, bu konudaki farklı yaklaşımlar ve perspektifler, hareketli grafiklerin potansiyelinin ne kadar geniş olduğunu ve bu alanda hâlâ keşfedilecek çok şeyin bulunduğunu ortaya koyuyor. Hareketli grafiklerin büyüleyici dünyası, günümüzün etkileşimli medya ortamlarında giderek daha baskın hale gelmektedir. Televizyon ekranlarımızdaki logo animasyonlarından, sinema salonlarındaki film başlangıçlarına, internet tarayıcılarımızdaki canlı animasyonlara kadar her yerde bu sanatsal formu görmekteyiz. Hatta bilgisayar oyunlarının grafik detaylarına kadar hareketli grafiklerin dokunuşunu hissediyoruz. Bu, video, film, animasyon ve fotoğraf gibi farklı medya biçimlerinin birleştiği ve izleyicilere zengin bir görsel ve işitsel deneyim sunduğu bir alan haline gelmiştir. “Images Over Time” (Matt Soar, Peter Hall, 2006) başlıklı yazıda, yazarlar Metropolis dergisi yazarı Louise Sandhaus (2006: 1)’ı alıntılarını yapmışlardır. Sandhaus'un da belirttiği gibi, hareketli grafikler artık sadece bir tanım değil, film, video ve dijital medya için yazı tipi ve imajı kapsayan tasarım ve üretimin geniş bir alanını tanımlamak için kullanılan çağdaş terimdir. Bu, animasyon, görsel efektler, film başlıkları, televizyon grafikleri, reklam filmleri, çoklu ortam sunumları, daha yakın zamanda mimari ve giderek artan şekilde dijital/video oyunları anlamına gelmektedir.

Hareketli grafik tasarım, çağdaş görsel iletişim paradigmalarında merkezi bir konuma sahiptir. Etkin kullanımı, izleyicinin dikkatini çekmek, duygusal yanıtlarını tetiklemek ve hatta bireysel davranışları üzerinde etki yaratma potansiyeline sahiptir. Bununla birlikte, bu etkileyici kapasite, hareketin neredeyse hipnotize edici doğasıyla yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, grafik

tasarımın dinamikliği, izleyicinin ilgisini maksimize etmek ve iletilen mesajı optimize etmek için stratejik bir şekilde tasarlanmalıdır.

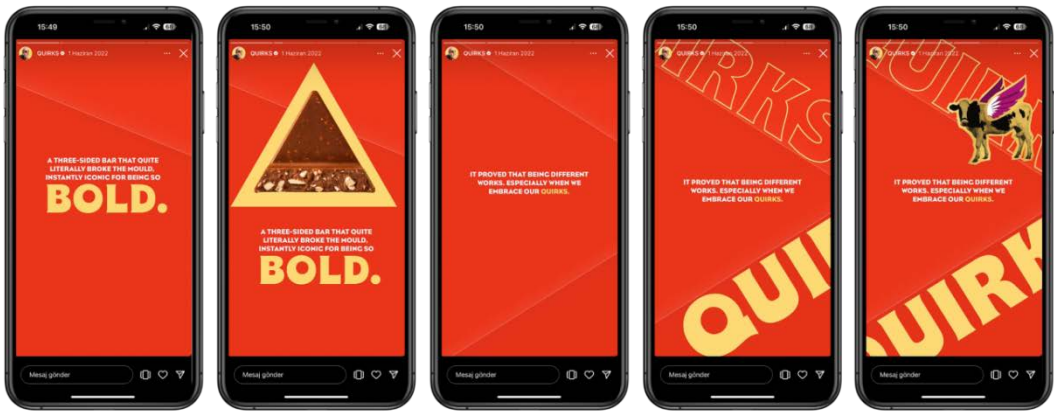
Kitle iletişim araçlarının hızla evrildiği bu çağda, görsel unsurların entegrasyonu, bilgi iletimini en etkili şekilde gerçekleştirmek için kritik bir araç haline gelmiştir. Görsel bazlı grafikler, bilgiyi özlü ve net bir şekilde sunarak bu görevi başarıyla yerine getirmektedir. Ancak hareketli grafik tasarımının ortaya çıkışı, sadece basit bir animasyon veya hareketin ötesine geçmektedir. Film, animasyon ve ses gibi çeşitli medya unsurlarının bir araya gelmesiyle, grafik tasarım zaman boyutu kazanmış ve bu entegrasyon, tasarımın ses unsurlarıyla zenginleşerek çok daha kapsamlı bir boyuta evrildi (Heller and Vienne, 2016). Bu, hareketli grafik tasarımının sadece görsel bir olgu olmadığını, aynı zamanda ses ve zamanın entegrasyonu ile kapsamlı bir iletişim aracı haline geldiğini göstermektedir.

Hareketli grafik ile animasyon çoğunlukla karıştırılmaktadır. Zaman zaman farklı mecralarda birbiri içerisinde kullanılsa da, spesifik özellikler ve uygulamalar bakımından ayrıdır. Her ikisi de görsel iletişimde önemli roller oynasa da uygulama yöntemleri ve sonuçları bakımından ayırt edici özelliklere sahiptir. Görsel 6’da animasyon ve hareketli grafiklerin özellikleri karşılaştırılmıştır. Bu, hareketli grafik tasarımının sadece animasyonla sınırlı olmadığını, aynı zamanda geniş bir perspektife ve derinliğe sahip olduğunu göstermektedir. (Schlittler, 2015, s. 5)



Şekil 6. João Paulo Amaral Schlittler, Hareketli ve Animasyon Özelliklerinin Karşılaştırılması, 2015

Hareketli grafikler artık yaşamımızın her anında, evlerimizde ve cebimizde yer alıyor. Özellikle sürekli kullandığımız sosyal medya mecralarında dikkat çekmek, bilgi vermek veya hikaye anlatmak için kullanılıyor. Instagram, Facebook, WhatsApp ve Snapchat gibi platformlarda kullandığımız hikaye sekmesi anlık olarak kısa video ve hareketli grafiklerin paylaşılmasına olanak sağlar. Bu hikayelerde sıklıkla hareketli metinler, efektler ve stiker tasarımlarına rastlamak mümkündür. Markalar sosyal medyanın hızlı paylaşım gücünü kullanarak ürünlerini veya hizmetlerini tanıtmak için hareketli grafiklerle tasarlanmış reklamları kullanırlar. Twitter, Instagram ve WhatsApp gibi uygulamalarda sıklıkla kullandığımız hareketli emoji'ler hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. 2022 yılı itibariyle emoji'lere eklenen kişiselleştirilmiş hareketli avatar tasarımları ile gün içerisindeki her anımızı ve duygularımızı canlı olarak ifade edebilecek duruma geldik. Ayrıca bazı sosyal medya platformları, kullanıcılara profil veya kapak resimlerini hareketli grafik veya video formatında yüklemelerine izin vermektedir. Tüm bu örnekler, sosyal medya platformlarının, hareketli grafiklerin gücünden ve ilgi çekiciliğinden yararlanarak kendi etkileşimlerini arttırdıklarını göstermektedir.



Şekil 7. Toblerone Markasının Sosyal Medya Ortamında Kullandığı Hareketli Grafiklerden Oluşan Reklam Tasarımı

Hareketli grafik tasarım, günümüzdeki medya dünyasında giderek artan bir öneme sahip olup, çok yönlü bir sanat dalı olarak tanımlanabilir. Farklı disiplinleri ve uzmanlık alanlarını başarılı bir şekilde bir araya getirerek, bilgi iletiminde sadece estetik değil, aynı zamanda fonksiyonel bir rol de üstleniyor. Bu alan hem teknolojik gelişmelerin etkisiyle hem de kültürel değişimlerin getirdiği ihtiyaçlarla sürekli evriliyor. Farklı sanat ve bilim dallarından gelen

uzmanlarla yapılan iş birlikleri, hareketli grafik tasarımının potansiyelini daha da zenginleştiriyor. Bu sinerji, medya dünyasında bilgi ve duygusal içeriklerin etkili bir şekilde sunulmasına olanak tanıyor. Gelecekte, dijitalleşen iletişim yöntemlerinin daha da entegre olacağı bir dünyada, hareketli grafik tasarımının sadece görsel bir zevk olmaktan öte, bireylerin ve toplulukların birbirleriyle bağlantı kurma biçimlerinde merkezi bir rol oynaması beklenmektedir.

B. Hareketli Grafiğin Tarihi

Kökenlerine baktığımızda hareketli grafiklerin sanatçılar tarafından 20. yüzyılın başlarında kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Hareketli görsellerin artarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte geleneksel, tek düze ve baskı formatlı tasarım dünyasında ciddi bir evrim gerçekleşmiştir. Teknolojik gelişimin sanatsal ifadeyle kesiştiği bu yolda, hareketli grafikler önce dev sinema ekranlarında karşımıza çıkmış, ardından televizyonun yaygınlaşmasıyla evlerimize girmiş ve günümüzde dijital platformlardaki çok yönlü uygulamalarla hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Bu tarihsel gelişimi üç ana başlıkta ele almak mümkündür: sinema, televizyon ve dijital çağ.

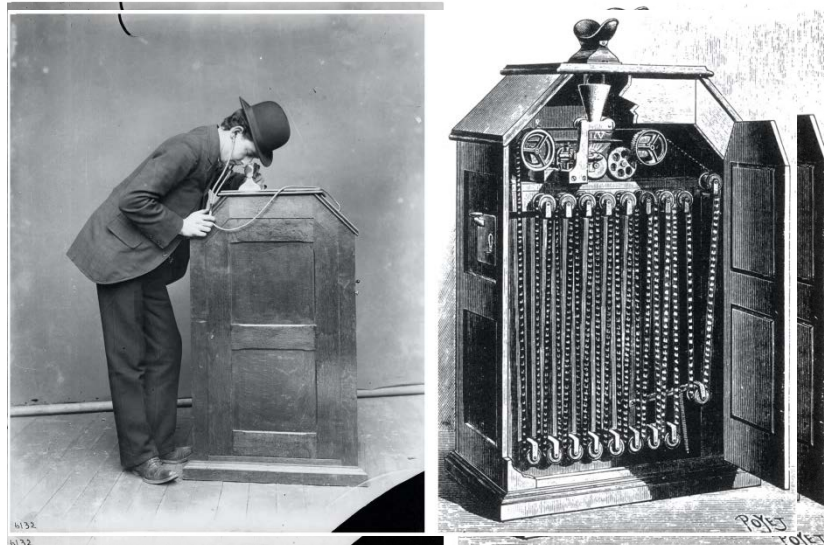
1. Sinemanın Doğuşu ve İlk Hareketli Grafik Denemeleri

Sinema, 20. yüzyılın başından itibaren hızla gelişmeye devam eden ve modern çağın en büyüleyici, çarpıcı sanat formlarından biri olarak kabul edilir. Bugün, sinema endüstrisi ünlü oyuncular, çok büyük bütçeli film projeleri ve sınırsız hayal gücüne dayanan görsel efektlerle çevrilmiştir. Ancak sinema tarihinin ilk adımları, hareket yanılımasının başlangıçta nasıl oluştuğuna dair bir merakla başlamıştır. Bu büyülü dünyanın kökleri, sessiz film döneminden önce, hareketli grafik denemelerine ve bir çok yenilikçi zihnin katkılarına dayanır.

Sinematografinin temel mantığı, ardı ardına çekilmiş fotoğraflık görüntülerin ya da karelerin hızlı bir şekilde gösterilerek hareket illüzyonunun yaratılmasına dayanır. Sinemanın evriminin başlangıcında, bu hareket illüzyonunu nasıl daha etkili bir şekilde oluşturulacağına dair birçok araştırma ve deneme gerçekleştirildi. 19. yüzyılın son çeyreğindeki teknolojik gelişmeler ile hareketli görüntülerin ticari bir değer kazanmaya başladığını görmekteyiz. Bu

dönem, sinema sanatının ticari bir endüstriye dönüşmeye başladığı kritik bir evreydi. (Abisel, 2003: 41-42).

Bu dönüşümün ardında birçok isim bulunsa da, 1891'de Edison şirketi, her seferinde bir kişinin hareketli resimleri görüntülemesine olanak tanıyan Kinetoskop'un bir prototipini başarıyla sergiledi. Edison'un İngiliz çalışanı William Kennedy Laurie Dickson tarafından icat edilen bu cihaz, hareketli resimleri gösteren ilk cihazdı. Kinetoskop terimi Yunanca hareket ve izleme kelimelerinden türetilmiş olup "hareketin izlenişi" anlamına gelir (Musa and Ziatdinov and Griffiths, 2013: 7).



Şekil 8. Thomas Edison, 1895, Kinetoskopun kullanımı ve iç görünüşü
wikipedia.com

İzleyici, filmi izleyebilmek için kinestoskopun tepesindeki bir göz merceğinden bakmaktadır. Yaklaşık olarak 20 saniye uzunluğunda olan film, mekanizma içerisinde sürekli olarak bir döngü halinde seyredilmektedir. Film seçenekleri sunan Kinetoskop'un ilk halka açık gösterimi 1893'te gerçekleşti. 1894'e gelindiğinde Kinetoskop dünya çapında halka açık salonların kurulmasıyla ticari bir başarı elde etti. Salonlar, 22 Mart 1895'te Paris'te Ulusal Sanayii Destekleme Derneği'nde Auguste ve Louis Lumière kardeşlerin sinematograf'ı tanıtmasıyla hayatta kalamadılar.

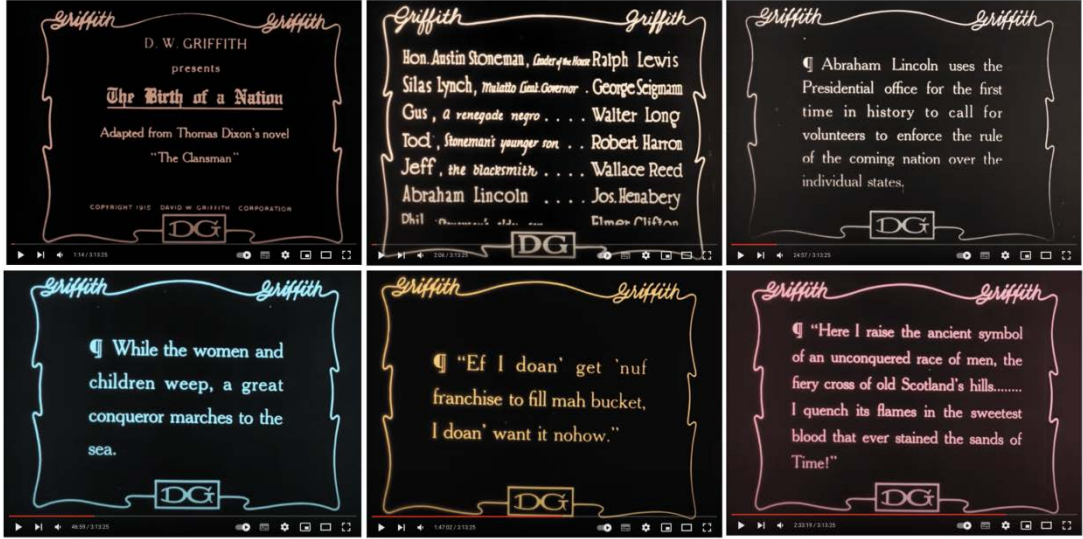
Sinemanın yaygın popülaritesi, hem kamera hem de projektör olarak hizmet veren devrim niteliğinde bir cihaz olan sinematografin piyasaya sürülmesiyle ilişkilendirilebilir. Bu araç, hareketli görüntülerin bir grup izleyiciye sunulmasına olanak tanıdı ve böylece sinemayı gerçek bir kitle fenomenine dönüştürdü.

Lumière kardeşler, basit bir cihazın ötesinde, sinemanın temellerini attı. Hareketli görüntülerin kaydedilip gösterilmesi konusundaki yenilikleriyle, onların söylemleri ile sinemanın “bilimsel bir eğlence aracı” (Makal, 1996: 16) değil, aynı zamanda deneyimin ve anların paylaşılması için bir araç olduğunu gösterdiler. Onların inovasyonu, modern sinemanın doğuşuna öncülük etmiştir (Armes, 2011: 22, 23).



Şekil 9. 1895 Lumière, Kamera ve projektör modundaki Sinematograf Malkames Koleksiyonu

Sinema dünyasında 1890'ların sonlarından 1920'lere kadar süren bir dönemde sesin henüz film dünyasına entegre olmaması sebebiyle anlatılmak istenen hikayeler tamamen görsel anlatım kullanılarak aktarılmıştır. Sessiz filmlerde diyalogları ve önemli hikaye bilgilerini aktarmak için başlık kartları kullanılırdı. Hareketli grafiklerin bu dönemdeki kullanımları film başlarında kullanılan jeneriklerin ilk tasarım örnekleridir (Braha and Byrne, 2011: 45).



Şekil 10. D. W. Griffith'in "The Birth of a Nation" filminde kullanılan kart örnekleri

Griffith'in 1915 yapımı "The Birth of a Nation" filminde döneminin çok ötesinde sinema teknikleri kullanmıştır. Hareketli kamera çekimleri, yakın planlar, paralel montaj ve hikayeyi başlatmak, bitirmek ve izleyiciye aktarmak için kullandığı başlık kartları gibi yenilikçi teknikleriyle hareketli grafiklerin jenerik dünyasında önemli bir role sahiptir.

1920'lerin başlarında, ses teknolojisindeki yenilikler sinema sektöründe sesin hareketli görüntülerle entegrasyonu ve 1930'lu yıllarda renklerin sinema dünyasına dahil edilmesiyle birlikte başlık kartları daha yaratıcı bir şekilde ifade edilmeye ve hızla evrilmeye başladı. Marcel Duchamp 1920'li yıllarda sinema ve sanat arasındaki bağlantıyı benzersiz ve yaratıcı başlık tasarımlarıyla ortaya koymaktadır. 1926'da Man Ray ile birlikte çektikleri Duchamp'ın dikkat çekici Dadaist yaklaşımını yansıtan film "Anemic Cinema", üç boyut hissiyatıyla dönen spiral desenler ve hareketlerin etrafını saran kavramlar ile hypnotize edici bir etki bırakmaktadır. Metin ve hareketin birleşimi ile seyircinin derinlik algısını manipüle eden film geleneksel film anlayışını yıkarak hareketli grafiklerin sinemadaki kullanımına farklı bir boyut kazandırmıştır.



Şekil 11. “Anemic Cinema” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Filmlerin açılış jeneriklerine tarihsel bir perspektif doğrultusunda baktığımızda, sesli sinemanın son dönemlerinde stüdyolar artık kendilerine ait yaratıcı başlık stilleri kullanmaya başlamışlardır. Sesin kullanımı, basitçe siyah arkaplanlar üzerine yerleştirilen tipografileri dinamik ve hareketle birleştirerek deneysel hareketli tasarımlara doğru evrilmiştir. Bu ilerlemeler çeşitli yazı tiplerini ve tipografik yaklaşımların ortaya çıkmasıyla izleyici etkileyen ve çekici kılan güçlü bir ilk izlenim sunmuştur (Matamala ve Orero, 2011: 35-58).

Merian Cooper ve Ernest Schoedsack’ın yönetmenliği yaptığı 1933’te vizyona giren "King Kong", hareketli grafiklerin sinema tarihindeki evrimine katkıda bulunan, teknolojik ve estetik yeniliklerle dolu bir başyapıttır. Görsel 12’deki jenerik dönemin kullandığı harf stillerinden ayrılarak üç boyutlu hissi yaratan, ekranı oldukça kaplayan, kendi içerisinde farklı farklı stillerin ışık ve gölge oyunları ile kullanıldığını görmekteyiz. Dönemi bakımından film incelendiğinde, sinemada stopmotion tekniği ve hareketli grafikler konusunda kritik bir rol oynamıştır.



Şekil 12. “King Kong” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

1950'ler ve 1960'lar, filmlerin anlatısal derinliğini ve tasarımcının yaratıcı, sanatsal yaklaşımını yansıtan jenerik tasarımlarıyla hareketli grafiklerin sinemada estetik ve görsel bir boyut kazandığı kritik bir dönem haline gelmiştir. Bu bağlamda, Saul Bass, Maurice Binder ve Pablo Ferro gibi öncü tasarımcılar, bu evrimde sinemanın vizyonunu ve estetiğini yeniden şekillendirerek jenerik tasarımında devrim yarattılar.

Jenerik tasarımı ve hareketli grafiklerde yenilikçi ve vizyoner çalışmalarıyla devrim yaratan Saul Bass, sinemanın görsel dilini kalıcı bir şekilde dönüştürmüştür. Bass, sadece döneminin çok ötesinde kullandığı tipografi ve renkleriyle değil, hikayeyi anlatma şekli, izleyiciye filmin ruhunu ve temasını ilk saniyelerde hissettirme kabiliyetiyle ün kazanmıştır. Saul Bass, bir film deneyiminin ilk karesiyle başladığına inanıyor ve izleyiciye o ilk andan itibaren bir şeyler sunmanın önemli olduğunu ifade etmiştir. Hareketli grafiklerin sadece bir görselden ibaret olmadığını, film için olmazsa olmaz bir sanat eseri olabileceğini tüm dünyaya ustalıkla göstermiştir. Otto Preminger, Alfred Hitchcock ve Martin Scorsese gibi yönetmenlerle *The Man with the Golden Arm* (1955), *Vertigo* (1958), *North by Northwest* (1959) gibi filmlerde elliye yakın jenerik tasarlamıştır (Kirkham, 2011: 106)



Şekil 13. “The Man with the Golden Arm” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

The Man with the Golden Arm filmindeki jenerik tasarımı Saul Bass'ın ifadesiyle bağımlılığın kişi üzerinde yarattığı buhranı, içsel karmaşıklığı ve bozulmaları sade ama yoğun bir enerji atmosferi yaratarak ana temayı ortaya koymaktadır. (Kirkham, 2011: 116)



Şekil 14. “Vertigo” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Saul Bass ile aynı dönem sanatçısı olan Pablo Ferro, minimalist ve yenilikçi yaklaşımları, alışılmadık harf kullanımları, hızlı geçişleri, çoklu ekranları ve canlı enerjisiyle izleyicilere bir özgürlük duygusu ve deneme yapma izni sunmuştur. Hareketli grafik tasarım ve film jenerikleri konusunda kendi benzersiz stilini oluşturarak Dr. Strangelove, The Thomas Crown Affair, Bullitt, Philadelphia ve Men in Black filmleri gibi filmlere yaratıcı izler bırakmıştır.



Şekil 15. “Dr. Strangelove” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Stanley Kubrick'in "Dr. Strangelove" (1964) filmi için Pablo Ferro, filmin kara mizahi tonunu ve siyasi mesajını iletmek için bir dakikada 125 ayrı görüntüyü kendi el yazısı stili ile harmanlayarak oluşturmuştur. Bu yazı tipi, komik bir etki yaratmak için ince, uzun, geniş gibi değişen boyutlarıyla izleyicinin dikkatini çekmektedir. (Braha and Byrne, 2011: 53).

James Bond filmlerindeki nefes kesici ve unutulmaz jenerikleriyle tanınan tasarımcısı Maurice Binder, Dr. No ile başlayarak toplamda 14 James Bond filmi için jenerik tasarımı gerçekleştirmiştir. Doymuş renkler ve çekici, erotik silüetleriyle tanınan Binder'in, sinema tarihinin en ikonik tasarımların biri olan James Bond jeneriği uzun yıllar boyunca çok az değişikliklerle kullanılmıştır.



Şekil 16. "Dr. No" filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

İlk olarak 1962'de tanıtılan ve hemen hemen her James Bond filminde karşımıza çıkan silah namlusu sahnesi, 007'nin yürüyen, dönen ve kameraya ateş eden silüetinin ardından ekrana süzölmeye başlayan kan damlamasını içermektedir (Cork ve Scivally, 2002).



Şekil 17. “Superman” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Her sanat formunda olduğu gibi teknolojik gelişmelerin estetik anlayışını da yeniden şekillendirdiği 1970’ler ve 1980’ler jenerik tasarımının gelişimini de derinden etkiledi. "Superman", "Alien" ve "The Matrix" gibi unutulmaz serilere efsanevi harf formlarıyla şekil veren olağanüstü grafik tasarımcısı Richard Alan Greenberg, video sanatından etkilenmiştir. Bilgisayar grafiklerinin faydalarından yararlanarak Superman (1978) filmindeki tasarımıyla jenerik tasarımında tipografiyi derinlik etkisini kullanarak şekillendirmiştir.

1990'ların başında Adobe After Effects'in piyasaya sürülmesiyle birlikte film tasarımcıları, başlık dizilerini doğrudan bilgisayarlarında oluşturarak, canlandırarak ve düzenleyerek bu teknolojik yeteneklerden yararlanmaya başladılar. Kyle Cooper, Pablo Ferro ve Saul Bass gibi öncülerden ilham alarak 1990'ların başında hareketli grafik tasarım ve tipografinin dijital süreçlerle birleştirilmesiyle açılış jeneriklerine yeni bir soluk getirmiştir. (Krasner, 2008: 27).

2. Televizyonun Yaygınlaşması ve Hareketli Grafiğin Kullanımı

Sinemanın evlere taşınmış versiyonu dediğimiz televizyon, içeriklerin aynı anda uzak konumlardaki binlerce evden izlenebilir hale gelmesini sağlamıştır. Bu, izleyicilere içeriklerin istedikleri zaman ve mekânda tüketilmesi imkânı sunarak sinema deneyimini bireyselleştirmiştir. Birbirinden farklı, ilgi çekici ses ve hareketli grafiklerle donatılmış içerikler sunan televizyonlar izleyicilerin keyifli zaman geçirmelerini sağlayarak hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. Televizyon, evrensel bir iletişim aracı olarak hızla kabul görmüş ve günlük yaşantının

ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Televizyonun yaygınlaşması, küçük, titreşen, tek renkli ekranlar için optimize edilmiş yeni bir görsel dilin geliştirilmesini gerektirmiştir. Televizyon grafik tasarımının öncüleri, bugüne kadar televizyonda gördüğümüz görsel içeriği belirlemeye devam eden standartları oluşturmuştur.

Grafik tasarım ile televizyon arasındaki bağlantı, 1936'daki ilk çıkışından çok önce kurulmuştur. Televizyonun yeni bir araç olarak ortaya çıkışı, radyo ve yazılı basın gibi önceden var olan kitle iletişim araçlarının oluşturduğu emsali takip etmiştir. İzleyicilere spor, haber filmleri, yemek pişirme gösterileri ve oyunlar dahil olmak üzere sürekli değişen bir içerik dizisi sağlamış ve bunların tümü bir tür grafiksel tanıtım gerektirmiştir. Tipik olarak değerlendirdiğimizde hem başlıklar hem de jenerikler için elle çizilmiş tipografik kartların kullanımını içermektedir. Ayrıca program duyuruları, ara bölümler, haritalar ve çizelgeler gibi programlar arası bilgiler için grafik sanatçılarına ihtiyaç duyulmuştur. Televizyonun grafik ihtiyaçlarının çoğunu karşılamak için tabela yazarları ve kart tasarımcıları de uzun metrajlı film, haber filmi ve belgesel endüstrilerinde olduğu gibi yazı sanatı ve illüstrasyonlar yaratmıştır.

Televizyonun icadı dediğimizde akla gelen ilk isim olan John Baird 1924'te, mekanik televizyon sistemini geliştirerek nesnelere dış hatlarını tarayan bir televizyon sistemini keşfetmiştir. Bu buluş, tam anlamıyla kullanılabilir bir televizyonun temellerini atmıştır. (Erkebay, 1988, 7)

Televizyonunun evrimi ve hareketli grafiklerin gelişimi, 20. Yüzyılın başlarında önemli bir yere sahip olan Alexandra Palace'deki televizyon stüdyosu ile başladı. 1936'da İngiltere'nin BBC (British Broadcasting Corporation) kanalı tarafından kurulan bu stüdyo, televizyon yayıncılığının başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Ancak bu sadece televizyon yayınlarının başladığı yer değil, aynı zamanda televizyon grafiklerinin de doğduğu bir mekandır. BBC (British Broadcasting Corporation) kanalı tarafından elektronik tarama tekniği kullanılarak yapılan yayınlar sayesinde televizyonun hızla yaygınlaşması beklenmiştir. Fakat televizyon yayınları, alıcı sayısının yeterli miktarda olmamasından dolayı geniş bir izleyici kitlesine ulaşamamıştır. (Kılıç, 1985: 1)



Şekil 18. BBC kanalının ilk televizyon yayınlarından kesitler

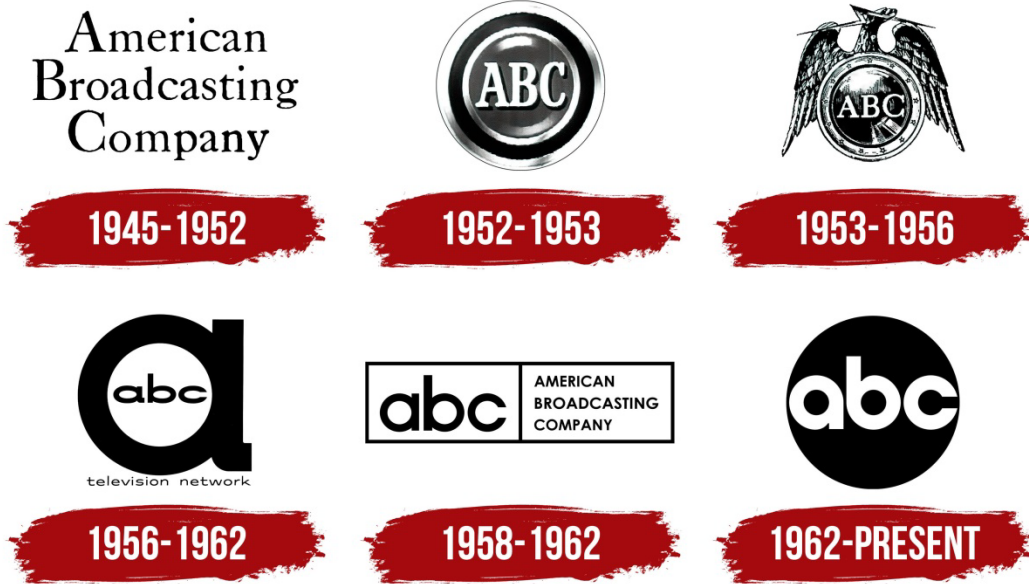
Uzun yıllardır grafik tasarım hem televizyonun hem de sinemanın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Tarihi boyunca, statik ve düz iki boyutlu karakter ve görüntülerden, artık birçok yayın ve filme hakim olan dinamik ve görsel olarak büyüleyici üç boyutlu hareketli grafiklere doğru önemli bir evrim geçirmiştir. Haber dünyasının son dakika manşetleri ve haberlere artık büyük, gürleyen metinler eşlik ederken, spor programlarında hareketli skor tabloları ve fütüristik dans eden robotik futbolcular yer almaktadır. Hava durumu artık renkli ve animasyonlu haritaların yanı sıra zaman içinde gelişen hava durumu modellerini etkili bir şekilde görüntüleyen gerçek zamanlı hava durumu radar görüntüleri ile gösterilmektedir. Hareketli grafik sanatçıları, hikayeyi görsel olarak anlatmak için imgeleri kullanarak izleyicilerin hayal gücünü yakalayan ve sözlü iletişimi geliştiren etkileyici grafikler sunma konusunda giderek daha yaratıcı hale gelmiştir.

Grafik tasarım, gelişmekte olan televizyon dünyasında hayati bir rol üstlenmiştir. Bu dönemde, ekran üzerinde görülen her görüntü, bir grafik tasarım ögesi olarak kullanılmaktadır. Ses, tipografi ve müziğin görüntülere entegre edilmesiyle birlikte yayın öncesinde televizyon grafikleri oluşturulmaya başlanmıştır. Kullanılan ilk grafikler sinema dönemindeki tasarımlara benzer durağan ve elle kağıt üzerine çizilerek yapılan grafiklerdir. Televizyon grafikleri kavramı hayatımıza girdiğinden beri izleyicilere daha zengin ve etkili bir görsel

deneyim sunmak için sürekli olarak kendini geliştirmiştir. Tasarımlar televizyon dünyası için marka kimliğini taşıyan ve görsel dilinin varlığını sürdüren vazgeçilmez bir parça haline gelmiştir.

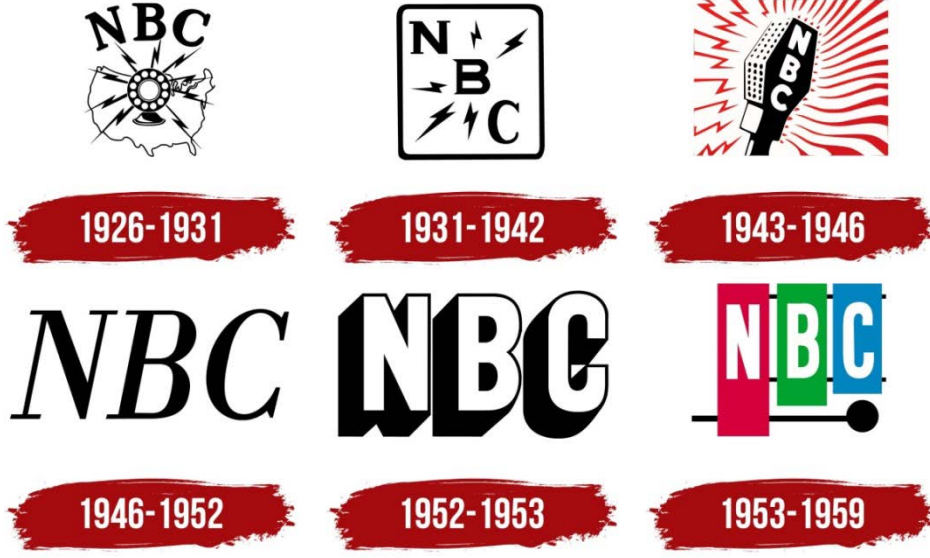
Televizyon yayınları ve grafik üretimleri İkinci Dünya Savaşı başladıktan sonra bir süreliğine durmuştur. Savaş sonrası yayıncılık alıcı ve vericilere yapılan yatırımlarla büyük bir ivme kazanarak yolculuğuna kaldığı yerden daha hızlı devam etmiştir. 1940 yılı itibarıyla geliştirilen sistemler sayesinde televizyon artık toplumsal bir iletişim aracımız haline gelmiş ve geniş alanda bir seyirci kitlesine ulaşmıştır (Kılıç, 1985: 1).

Savaşın sona ermesiyle İngiltere'nin ardından televizyon yayını başlatan ülke ise Amerika Birleşik Devletleri oldu. 1940'lı yıllarda Amerika'da televizyon dünyasının geleceğini belirleyen önemli adımlar atılmıştır. Televizyonun yaygınlaşması için gereken alt yapı, içerik üretimi ve teknolojik gelişmelerin büyük bir hızla geliştirilmesi sonucunda üç büyük televizyon ağı olan NBC, CBS ve ABC kanalları izleyicilere kaliteli ve ilgi çekici televizyon programları sunarak televizyonun evrimini hızlandırmıştır.



Şekil 19. Yıllar içerisinde ABC logo değişimleri

Kaynak: <https://logos-world.net/abc-logo/>



Şekil 20. Yıllar içerisinde NBC logo değişimleri

Kaynak: <https://logos-world.net/nbc-logo/>



Şekil 21. Yıllar içerisinde CBS logo değişimleri

Kaynak: <https://logos-world.net/cbs-logo/>

Televizyonun popüleritesi ve izleyici sayısının artmasıyla birlikte televizyon kanalları kendi özgün kurumsal kimliklerini yaratma ihtiyacı

hissetmeye başlamıştır. Özellikle 1950'ler televizyon grafiklerinde kanal logolarına odaklanılan dönemdir. Bu dönemde kanallar daha basit, daha kolay tanınabilen ve anlaşılabilen logoları tercih etmeye başlamışlardır.

Kanal kimliğini tanımlamada logoların büyük rolü vardır. Logolar, bir kanalın diğerinden ayrışmasını sağlayan özelliklerini hedef kitlesine iletmenin temel aracı olarak hizmet etmektedir. Kanallar, benzersiz logolar kullanarak izleyicilerin farklı kanalları daha kolay ayırt edebilmesine, markayı hızlı bir şekilde tanımlayabilmesine ve kanalla markayı ilişkilendirmesine olanak sağlamaktadır. Bu logo serüvenine en güzel örnek olan CBS kanalının ikonik göz logosu ilk kez 19 Kasım 1951'de ekranlarda görüldü. Grafik sanatçısı Kurt Wehrs tarafından tasarlanan logo, yarım yüzyıldan fazla bir süredir CBS'nin yüzü, kimliği ve işareti olmuştur.



Şekil 22. CBS Logosu

Kaynak:<https://medium.com/fgd1-the-archive/cbs-logo-1951-510fe0d2607b>

CBS logosu, eski batıl inançları modern estetikle kusursuz bir şekilde harmanlayan mistik bir göze sahiptir. Geçmişi ve geleceği birleştirebilmek onu popüler ve görsel olarak çekici bir tasarım haline getirmiştir. Ayrıca, imge olarak gözün seçilmesi, televizyon dünyasında lider olmayı amaçlayan bir şirket için stratejik bir hamleydi. Logo, açılıp kapanma yeteneğine sahip bir kamera merceğine benzeyecek şekilde tasarlanmış bir gözü simgeleyecek şekilde canlandırılmıştır. Logo her görüldüğünde "CBS Television Network" yazısı görüntülenmiştir.

20. yüzyıl grafik tasarımının son derece önemli ve etkili isimlerinden Abram Games, 1953 tarihinde BBC televizyonu için hareketli logoyu tasarlamış ve üretmiştir. Logo, döneminin sınırlarını zorlayarak tahta, metal ve piyano tellerinden yapılmış bir model kullanılarak, içeriden başlayıp dışarıya doğru uzanan bir hareket hissi yaratacak mekanizma kullanılarak filme çekilmiştir. (Krasner, 2008)

BBC'nin resmî açıklamasına göre logo dünyayı kuzeyden güneye ve doğudan batıya tarayan, görmeyi ve görme gücünü simgeleyen kesişen iki gözden oluşmaktadır. Her iki taraftaki şimşek çağrışımı yapan çizgiler bir taraftan televizyon yayıncılığını diğer taraftan da elektriksel güçleri temsil etmektedir. Ortaya çıkan kanat biçimi ise yayın faaliyetlerinde gizlenmiş olan yaratıcılığa ve özgürlüğe gönderme yapmaktadır.



Şekil 23. BBC için tasarlanan ilk hareketli logo

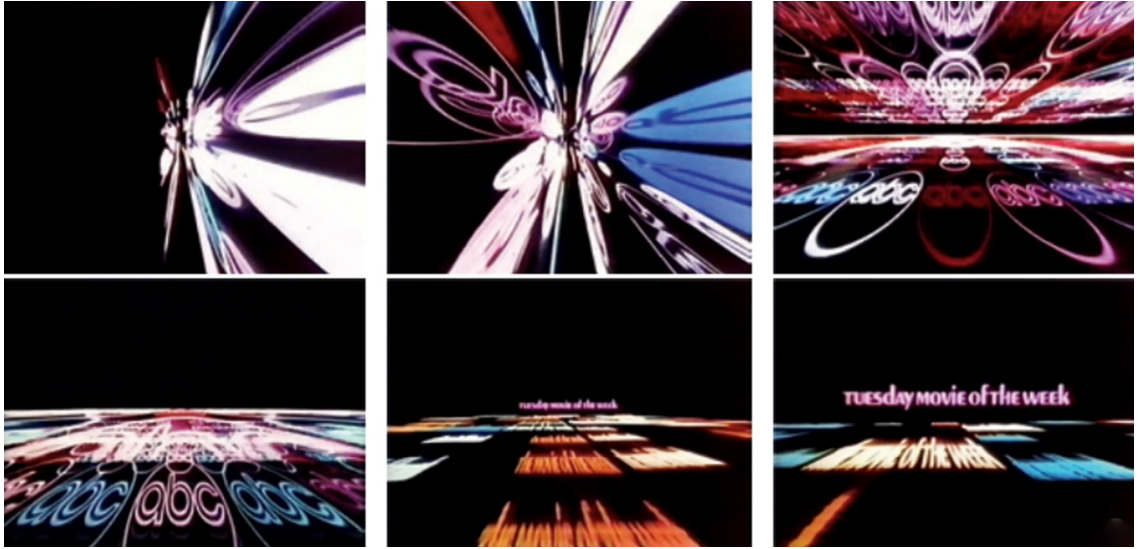
1946 ile 1950 yılları arasında RCA Laboratuvarlarının araştırma ekibi hem siyah beyaz televizyonlarla hem de renkli televizyonlarla uyumlu bir renk sistemi icat etmiştir. Her ne kadar benimsenme oranı yavaş olsa da renkli televizyonun yayın yapan televizyona entegrasyonu, "renkli televizyonun tipik olarak izlemeyi artırdığını" gösteren çalışmalarla en dikkat çekici teknolojik ilerleme olarak görülmüştür (Comstock, 1989, s. 81). Doğal olarak görsellerin yanı sıra televizyon yayınlarında kullanılan grafikler de renklendirilmiştir. Özellikle RCA'nın kurmuş olduğu NBC gibi önde gelen televizyon kuruluşları, logolarını da renklendirmişlerdir.

NBC'nin ilk renkli logosu stilize bir ksilofon ve tokmağı simgeleyecek şekilde tasarlanmıştır. NBC, satışları daha geniş bir kitleye tanıtmak ve renk teknolojisinin olanaklarını sergilemek amacıyla çok renkli amblem olan tavus kuşu logosunu tasarlatmıştır. Tavus kuşu logosu on bir tüyden oluşuyordu ve her bir tüy altı farklı renkle süslenmişti: pembe, turuncu, sarı, yeşil, mavi ve mor.



Şekil 24. NBC renkli ksilofon logosu (1953–1959), Orijinal NBC tavus kuşu (1956)

Hareketli grafiklerin televizyon sektörü üzerindeki etkisi, son yıllarda giderek artan sayıda jenerik tasarımlarının ve uzun metrajlı filmlerin televizyonda yer almasıyla birlikte giderek daha belirgin hale gelmiştir. 1960'ların sonlarında televizyon kanalları, haftalık programlarda sunulan ve izleyiciler arasında yaygın bir popülerlik kazanan hareketli logoların kullanımını oldukça benimsemiştir. Harry Marks'ın ABC'nin Movie of the Week konsepti için tasarladığı logo, hareketli grafik tasarımının evriminde önemli bir dönüm noktasıdır.



Şekil 25. Şekil 25, ABC'nin Movie of the Week jenerik tasarımları

Kaynak:

https://companybumpers.fandom.com/wiki/ABC_Saturday_Movie_of_the_Week#1962%E2%80%931963

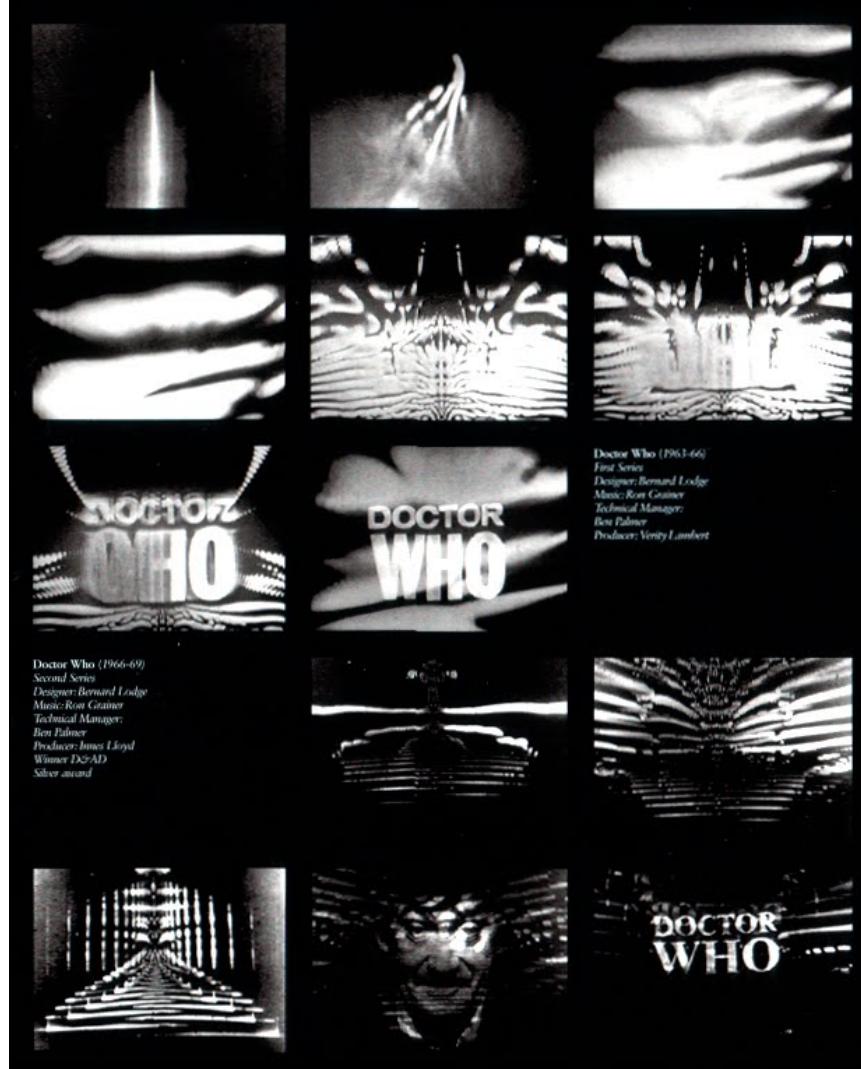
Eylül 1961'de Walt Disney'in Wonderful World Of Color dizisinin ortaya çıkışı, potansiyel tüketicilerin renkli televizyon almaya ikna edilmesinde katkı sağlamıştır. 1960'lar ve 1970'ler boyunca küresel televizyon yayın istasyonları ve ağlarında siyah beyaz televizyon yayınlarından renkli yayınlara önemli bir geçiş gözlenmiştir. 1980'lerin başlarında siyah-beyaz televizyonlar geçmişin bir kalıntısı haline geldi; yalnızca küçük, taşınabilir üniteler olarak veya düşük maliyetli tüketici ekipmanlarında video gösterim ekranı olarak kullanılmıştır.



Şekil 26. Walt Disney'in Walt Disney'in Wonderful World Of Color isimli 24 Eylül 1961'den 7 Eylül 1969'a kadar NBC'de yayınlanan televizyon dizisi.

Televizyondaki grafik tasarım tarihi oldukça kısadır, ancak bu alandaki gelişmelere öncülük eden önemli iki isim bulunmaktadır. Bernard Lodge ve Martin Lambie, her ikisi de çalışmalarında Saul Bass'ın büyük bir etkisi olduğunu belirtmiştir. Televizyondan çok sinemayla daha güçlü bağları olmasına rağmen Bass'ın meslekteki tasarımcılar üzerindeki etkisi televizyon alanında da belirgin bir şekilde hissedilmiştir, özellikle ABD ve İngiltere'deki televizyon yayıncılığının ilk dönemlerinde açılış başlıkları Bass'ın çalışmalarından büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu dönemde hareketli grafikler oluşturmak için malzeme olarak video tekniklerinden yararlanılmaya başlanmıştır. Bu eğilim, film, elle çizilmiş veya güzel sanatlar malzemeleri gibi geleneksel ortamlara olan

bağımlılığı azaltma arzusundan kaynaklanmıştır. Tamamen video teknikleriyle oluşturulan ilk hareketli grafik tasarım Bernard Lodge'un eseridir. (Meritt, 1987, s. 9)



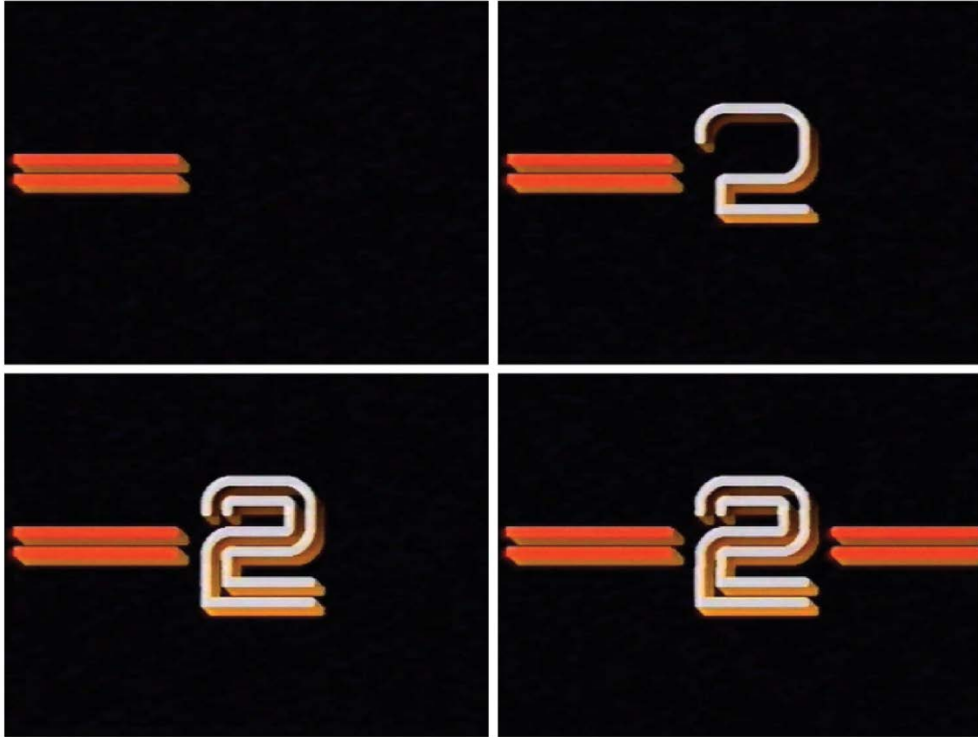
Şekil 27. Doctor Who 1963 jenerik tasarımı

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/feature/doctor-who-50-years-of-main-title-design/>

Bernard Lodge 1959'da BBC'ye katılarak, 1963'te Doctor Who'nun başlık sekansını burada tasarlama fırsatı bulmuştur. Başlıklar, kendi çıkışını gösteren bir monitöre bir televizyon kamerasını yönlendirerek oluşturulmuştur. Geri bildirim döngüsü ile ortaya çıkan tuhaf desenler, "Howlround" olarak bilinen bu süreç boyunca sürekli olarak kaydedilmiştir. Doctor Who logosu bir noktada başka bir kaynaktan beslenmiş ve ardından Lodge, en ilginç desenlerin parçalarını alıp Ron

Grainer'ın imza şarkısını Delia Derbyshire'ın şaşırtıcı düzenlemesiyle senkronize bir şekilde birleştirerek 28 saniyelik unutulmaz jenerik tasarımına imza atmıştır.

Bilgisayarların ortaya çıkışı, bilgisayar tarafından oluşturulan görüntüleri kullanarak kanal logolarının hareketli hale getirilmesi yoluyla önemli bir dönüşüme yol açmıştır. Bu dönüştürücü süreç ilk kez 1979'da Oliver Elmes'in yarattığı BBC2 logosunun bilgisayar kullanılarak canlandırılmasıyla gözlemlenmiştir. Elmes'in tasarımı dünyada bilgisayar tarafından oluşturulan ilk televizyon istasyonu kimliği olarak tarihte önemini korumaktadır.

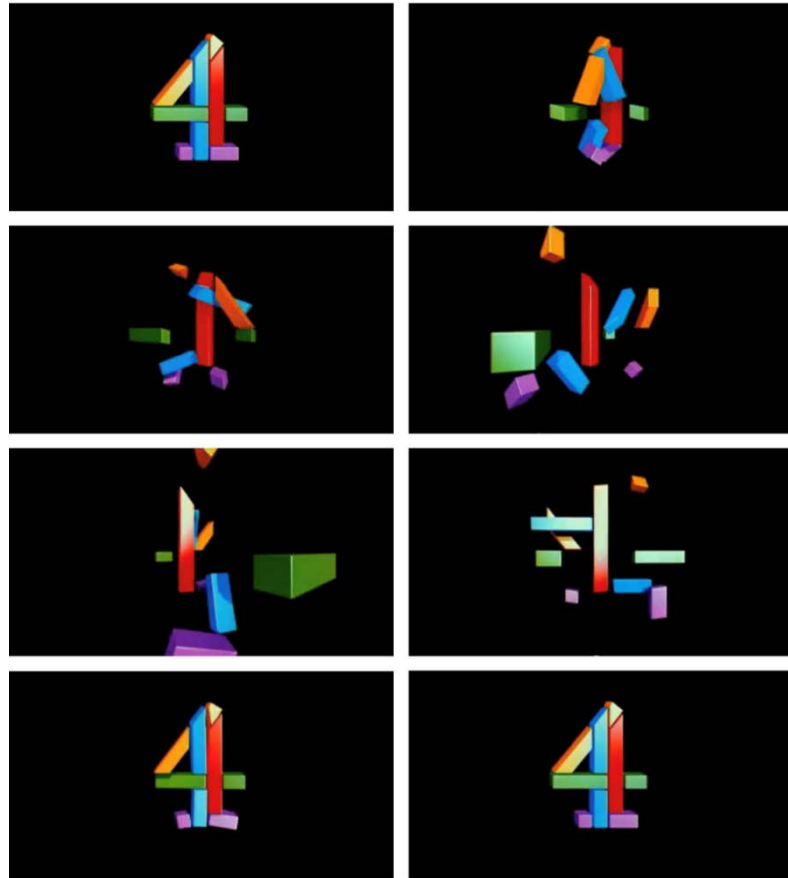


Şekil 28., BBC2 hareketli logo tasarımı

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/feature/doctor-who-50-years-of-main-title-design/>

Martin Lambie Nairn'in 1982'de Channel 4 için bilgisayarda üretilen üç boyutlu bir logo animasyonu yaratmıştır. Bu logo, yenilik ve çeşitliliğin değerlerini iletmeyi amaçlar ve bu iletiyi ayrı parçalardan '4' figürünün oluşturulmasıyla sağlamıştır. Ancak, her tanımlama biraz farklı parça hareketi ve farklı şekilli bileşenler içermektedir. Bu uyum sağlama yeteneği, kanala yalnızca çeşitli değil, aynı zamanda değişime yanıt verebilen ve temel değerlerini tehlikeye atmadan sürekli olarak kendini yeniden icat edebilen bir mesajı iletmektedir. Channel 4'ün mevcut yayıncılardan farklılığını vurgulamayı

amaçlayarak özellikle kanalın programlamasında "çeşitlilik ve yenilik" sağlama amacını iletmek istemiştir (Docherty vd. 1988: 6). Sayısal bir bütünün oluşturulmasında resimsel üç boyutlu unsurların kullanılması modern televizyon yayıncılığının kurumsal grafikler üretme potansiyelinin bir kanıtı olarak gösterilmiştir (Moran, 2008: 183). Lambie Nairn'ün çalışması televizyon markalaşmasında yeni bir dönemin habercisi olarak görülmüş ve birçok ödül kazanmıştır (Fanthome 2007: 258). Bir sonraki yıl 1983'te BBC mekanik yöntemlerle oluşturulan eski logosunu, bilgisayar teknolojisiyle oluşturulan 3 boyutlu yeni logoyla değiştirmişti. Bu değişiklikler, bilgisayarların televizyon grafik tasarımı üzerindeki artan etkisini ortaya koymaktadır.



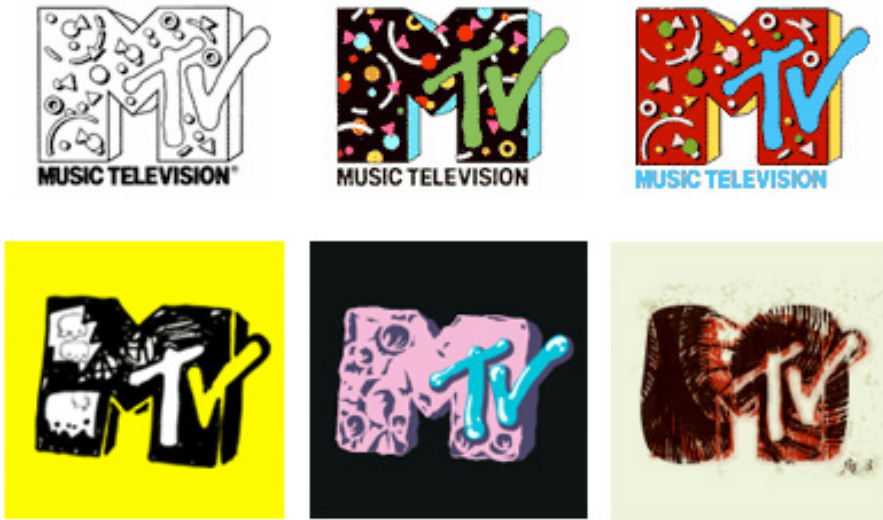
Şekil 29. Martin Lambie Nairn, Round and Back logo tasarımı, 1982

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=3dV2alzUaag>

Kullanıcı dostu olma özelliğiyle övünen ilk kişisel bilgisayarların (PC) ortaya çıkışı hareketli grafiklerin daha kısa sürelerde tasarlanabilir ve ulaşılabilir olmalarına imkân sağlamıştır. Bu dönemde Chyron, Avid, Silicon Graphics, Quantel ve Aurora gibi tanınmış programlar dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere çeşitli bilgisayar uygulamaları piyasaya sunuldu. Bu yazılım ilerlemeleri,

önceden tasarlanmış hareketli grafiklerin televizyon yayınlarına dahil edilmesine ve grafik animasyonların yayın boyunca yaygın olarak kullanılmasına olanak sağlamıştır.

Programlarına üç boyutlu hareketli grafikleri, özellikle de ikonik logosunu dahil etmesiyle öne çıkan, MTV olarak bilinen yenilikçi tematik müzik kanalı sayesinde 1980'li yıllarda televizyon sektöründe hareketli grafikler kavramı popülerlik kazanmıştır. Sadece kurumsal kimliğindeki logosunu değil, diğer çeşitli program açılış ve kapanış sahnelerini, sahneler arası geçişlerini, bilgilendirici tasarımları hareketli grafiklerle izleyiciyle buluşturmuştur. Ayrıca kanalın bu bağlamda dijital teknikleri öncü olarak kullanması, modern medya estetiğinin evrimi üzerinde önemli bir etki yaratmıştır. Genç nüfusu hedef alan hareketli grafiklerde canlı renk şemalarının, cesur grafik öğelerinin ve farklı bir görsel stilin kullanılması büyük ilgi toplamıştır. Diğer televizyon kanallarında hareketli grafik örneklerinin yayınlandığı dönemde, soğuk, sade çizgilerin kullanılmasının getirdiği kopukluk yavaş yavaş ortadan kalkmıştır. MTV ve benzeri kanalların öncülüğünü yaptığı bu yenilikçi yaklaşım, televizyonun eğlence değerinin izleyici üzerindeki olumlu etkisini fark etmiş ve 90'lı yıllar boyunca yaygınlaşmıştır.



Şekil 30.MTV için tasarlanan hareketli grafik logo örnekleri

Kaynak: <https://www.itsnicethat.com/features/mtv-ids-animation-film-141221>

Montreal'deki Discreet Logic 1993 yılında çok yönlülüğü ve çağı tanımlayan efekt çeşitliliğiyle övülen en yeni dijital efekt sistemi Flame'i tanıtmıştır. 1995 yılında Discreet Logic, görsel efektler alanındaki yeteneklerini daha da genişletmek için bir film efekt sistemi olan Inferno'yu bünyesine katarak portföyünü genişletmiştir. Merkezi San Jose, Kaliforniya'da bulunan bir yazılım geliştirme şirketi olan Adobe Systems, After Effects olarak bilinen yeni bir programı aynı sene tanıtmıştır. Bu program Apple Macintosh için tasarlanmıştır ve nispeten düşük bir maliyetle birleştirme, animasyon ve özel efektler yapma yeteneğine sahiptir. (Hirshfield, 2000: 5). Photoshop, Illustrator ve After Effects gibi Adobe ürünleri, televizyon için tasarım yapan grafik sanatçıları için vazgeçilmez araçlar haline gelecektir (Edsall, 2008). Şimdi baktığımızda film endüstrisinden reklamcılığa kadar geniş bir yelpazede kullanılan After Effects, animasyon, efektler ve hareketli grafiklerin yaratılmasında kritik bir araç haline gelmiştir.

Televizyon grafiklerinin kapsamı, ekranda görünen geleneksel iki boyutlu görüntülerin ötesine uzanmaktadır. Yayın grafikleri alanında işlev yalnızca eğlenceyle sınırlı değildir. Hareketli grafiklerin amacı karmaşık konuların anlaşılmasını ve akılda tutulmasını artırarak haberlerin, spor programlarının ve hava durumu sunumlarının izleyiciyi etkisi altına almasıdır.

Finansal kısıtlamalara rağmen, son zamanlarda televizyon prodüksiyonu alanında grafik, animasyon ve özel efektlerin kullanımı giderek geleneksel hale gelmiştir. Bilgisayar tarafından oluşturulan grafiklerin ortaya çıkışı, televizyonda yayınlanan haberlerin, hava durumunun ve spor programlarının konseptini geri dönülemez biçimde değiştirmiştir. Bu teknolojik yenilikten önce, grafiklerin kullanımı statik fotoğrafik görüntüler, video veya film klipleri veya ekranın tamamını kaplayan haritalar, çizelgeler gibi fiziksel görsel yardımcılarla sınırlıydı. Günümüzdeki hareketli grafik unsurlar, televizyon sektöründeki haber yayınlarının temel unsuru haline gelmiş ve tüm haber bölümlerinin önemli bir kısmında belirgin bir şekilde yer almıştır. Grafiklerin çoğalması aynı zamanda görsel manipülasyon, seçim, sıralama ve amaca ulaşma potansiyelini de artırmıştır; bu da izleyicilerin haberleri nasıl yorumladığını ve anladığını önemli ölçüde etkilemiştir (Foote ve Saunders, 1990: 506). Bu değişim ABC, BBC, NBC ve CBS dahil olmak üzere tüm büyük televizyon ağlarında gözlemlenmiştir.

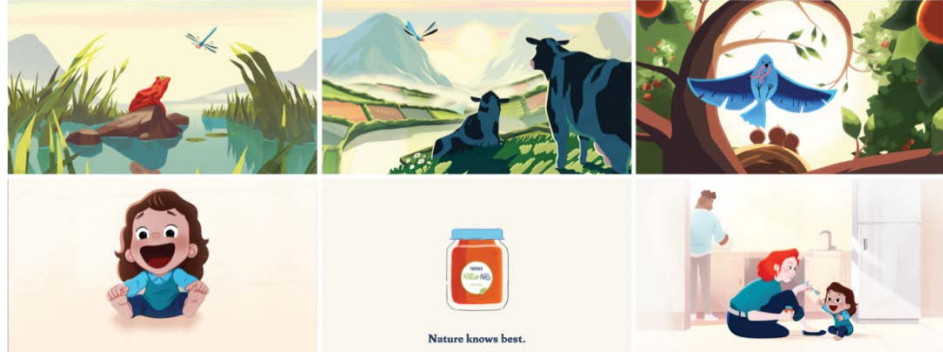
Dijital televizyon, bilgisayar teknolojisi ve tasarım alanlarındaki ilerleme, hareketli grafik tasarımcılara üstün kalitede kompozit grafikler ve özel efektler oluşturma konusunda yeni fırsatlar açmıştır. Televizyon ekranının alt kısmında sıklıkla kayan tipik haber başlıkları, spor sonuçları ve hava durumu tahminlerinin yanı sıra, otomobil ve sürücü performansı istatistiklerine özel tasarlanmış bir alt bant izlemek giderek daha yaygın hale gelmiştir. Bu gelişme, Edsall'ın 2008'de gözlemlediği gibi, televizyon izleme deneyimini bir web sayfasına göz atmaya benzer bir deneyime dönüştürmüştür.



Şekil 31. BBC Haberleri Jenerik Uzun Açılış Başlıkları

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=zhQfH6yF6pg>

Yaşadığımız bu dönemde televizyon oldukça etkili bir reklam aracı olarak kendini kabul ettirmiştir. Bu ortamdaki reklamlar hem görsel hem de işitsel uyarılardan yararlanarak genellikle çeşitli hareket ve efektlerle zenginleştirilmiş dinamik görüntüler ve sesler kullanır. Bu reklamların yaratıcı ve sürükleyici doğası, bireylerin, özellikle de gençlerin yaşam tarzları üzerinde hızlı ve derin bir etki yapma kapasitesine sahiptir. Televizyondaki reklamlar toplumun tüm katmanlarına kolaylıkla yayılmakta ve bu da onu reklam amaçlı ideal bir platform haline getirmektedir. Hem görsel hem de işitsel özellikleri birleştiren bir araç olarak televizyon, tanıtım ve ikna için eşsiz bir araçtır. O halde televizyonda reklam yapma eylemi, bir ürün veya hizmet etrafında bir prestij duygusu geliştirmenin ve böylece potansiyel tüketiciler arasında çekiciliğini artırmanın bir yolu olarak görülmektedir. (Babacan, 2012: 226)



Şekil 32. Nestle NatureNes Hareketli Grafik Reklamı, 2020

Kaynak: <https://www.stashmedia.tv/alex-grigg-nature-naturenes/>

Görsel 33'te gördüğümüz hareketli reklam dünyaca tanınan Nestle markasına aittir. Nestle, yeni ürün serisi NatureNes'in doğal özelliklerini anlatmak için bir hareketli grafik reklamı seçmiştir. Nestle gıda ürünleri çeşitliliğiyle tanınıyor ancak sağlıklı gıda sektöründe güçlü bir üne sahip değildir. Reklam bizi kelimenin tam anlamıyla ürünün içine almış ve dünyanın her yerinde dolaşmış, her bir bileşeni doğal formunda sergilemiştir. Hareketli grafik reklamı, doğal gıdaların havasını renkli yaban hayatı ve manzara görüntüleri ile tasvir etme konusunda inanılmaz bir iş çıkarmıştır. Oluşturulan hareketli illüstrasyonlar, tasarımcıların bizi ürünün içine çekmesine ve ürünün doğal bileşenlerini aktarmasına olanak tanımıştır.



Şekil 33. Coca-Cola A Coke is a Coke Hareketli Reklam Sahneleri, 2019

Kaynak: <https://bigumigu.com/haber/kola-sadece-bir-koladir/>

Hareketli grafik reklamların kullanılması, marka bilinirliğini artırmanın etkili bir yöntemidir. Coca-Cola, akıllı pazarlama, akılda kalıcı reklam

kampanyaları ve marka bilinirliğine sürekli vurgu yaparak, tek bir ürüne güvenerek içecek endüstrisinde neredeyse tam pazar hakimiyeti elde etmiştir. Görsel 34'te gördüğümüz hareketli reklam, Coca-Cola'nın geniş bir ürün yelpazesi sunma iddiasında olmadığını öne sürmektedir. Bunun yerine marka, kola içen bireylerin çeşitliliğine odaklanmıştır. Marka, hareketli grafiklerin kullanılmasıyla dünyanın çeşitli bölgelerinden gelen ve Coca-Cola'nın ürünlerini takdir eden çok sayıda farklı kişiyi etkili bir şekilde sergilemiştir.

İçinde bulunduğumuz çağda, 3 boyutlu dijital dediğimiz hareketli grafikler televizyon yayıncılığı alanında da oldukça yaygın bir biçimde uygulanmaya başlamıştır. Kurumsal hareketli grafiklerin geliştirilmesinin yanı sıra, çağdaş medyada, reklamlardan ve rekabetçi gerçeklik şovlarından haber yayınlama, belgesellere ve uzun metrajlı filmler de dahil olmak üzere dizi haline getirilmiş dramalara kadar geniş bir yelpazede programlarda hareketli grafikler izleyicilere sunulmaktadır.

3. Dijital Çağın Başlangıcı ve Hareketli Grafiğin İlerleyişi

Şu anda deneyimlediğimiz sessiz ama önemli devrim niteliğindeki dijitalleşme, matematiksel kavramın yeni bir biçimi olarak tanımlanabilir. Bu kavram, tüm bilgisayar ve ağ etkinliklerinin 1'ler ve 0'lar dizisi halinde temsil edilmesidir. Metin, görüntü ve ses de dahil olmak üzere her türlü medya içeriğini geleneksel malzemedен dijital ortama aktarma yeteneği sayesinde grafik tasarım yazılımı artık hareketli görüntülerin oluşturulmasında sorunsuz bir şekilde kullanılmaktadır. (Van Dijk, 2016: 23-24-293).

Hareketli grafik alanı, teknolojiadaki ilerlemelerle ayrılmaz biçimde bağlantılıdır; bu nedenle her endüstrinin gelişimi iç içedir. Hem animasyon hem de tasarım yazılımlarındaki son gelişmeler, en amatör içerik oluşturucuların bile kolaylıkla hareketli grafikler üretmesine olanak tanıdı. Eş zamanlı olarak ekranların günlük yaşamımızda yaygınlaşması, animasyonlu içeriklerin çeşitli ortamlarda kullanılmasına olan ihtiyacı da artırdı. Otomobillerden reklam panolarına, akıllı cihazlardan el cihazlarına kadar hareketli grafikler, çağdaş görsel iletişimin vazgeçilmez bir bileşeni haline geldi.

Teknolojinin ilerlemesi ve birden fazla ekranın günlük rutinlerimize entegre olması nedeniyle son zamanlarda hareketli grafiklerin kullanımı hızla arttı. Daha

önce öncelikle teknik verileri sunmak veya bir anlatının atmosferini oluşturmak amacıyla kullanılan hareketli grafikler, günümüzde çok çeşitli işlevleri yerine getiriyor.

Teknoloji hızla ilerlemeye devam ederken iletişim giderek dijital ekranlar üzerinden gerçekleşmeye devam etmektedir. İnternetin dünya çapında yaygın kullanımı nedeniyle, mobil cihazlar giderek daha popüler bir çevrimiçi erişim aracı haline gelmiştir. Bunun sonucu olarak, gündelik hayatımızda en sık kullandığımız internetin hareketli grafiklerin oluşturulması ve kullanılması üzerinde önemli bir etkisi vardır. İnternet tarihindeki en büyük buluşlardan biri, bir web sayfasında metinle birlikte görsellerin de görüntülenmesi yeteneğidir.

1987 yılı, Steve Wilhite liderliğindeki CompuServe geliştirme ekibi tarafından GIF uzantısının ortaya çıkışıyla hareketli grafik tarihinde çok önemli bir dönem başlamıştır. GIF formatının temel amacı, renkli görüntülerin sınırlı bant genişliği nedeniyle kısıtlanan bilgisayar sistemleri tarafından hızlı bir şekilde görüntülenmesini kolaylaştırmaktı. Wilhite'ın bu alandaki öncü çalışması bilgisayar grafikleri alanında devrim yarattı ve sektördeki çağdaş gelişmeleri etkilemeye devam etmektedir. İlerleyen yıllarda geliştirilen gif formatı web ortamında markaların logolarını 360 derece döndürerek ve ekran üzerinde 3D illüzyonu yaratarak hareketlendirme fırsatı sağlamıştır. Günümüzde de gifler aktif bir şekilde kullanılmaya devam etmektedir.



Şekil 34. Nintendo markasına ait 90'lı yıllar hareketli logo örneği

Kaynak: <https://gifer.com/es/1Y8T>

1990'ların sonlarında, tasarımcılar web siteleri oluşturmak için HTML, çerçeveler, tablolar ve animasyonlu GIF'leri birlikte kullanmıştır. Donanım ve yazılım arasında köprü görevi gören daha hızlı CPU'ların ortaya çıkışı ve 1993'te

Adobe After Effect ve 1997'de Macromedia Flash gibi öncü yazılımların piyasaya sürülmesi, filmin oluşturulması sırasında özel efektlerin uygulanması sürecini büyük ölçüde basitleştirmiştir. Bu gelişmeler sonucunda tasarımcılar ekran üzerinde çeşitli özel efektleri kolaylıkla kullanarak, deneysel hareketli tasarımlar elde etmiştir. (Yu, 2008: 19-20).

Doksanlı yılların sonlarında Flash programının Macromedia şirketi tarafından sunulmasıyla birlikte web'deki her şey animasyonlu hale gelmiştir. Flash kullanımı daha fazla hareket özgürlüğüne, etkileşime ve yazı tipi seçeneklerine olanak sağlamıştır. Sonuç olarak, birçok tasarımcı ve geliştirici yalnızca tasarımlarına hareket katmaya odaklanmaya başlamıştır. Harekete yönelik bu değişimin, mesajları hedef kitleye iletmek için güçlü bir araç olduğu kanıtlanmıştır.



Şekil 35. Harry Potter ve Azkaban Tutsağı'nın Flash Websitesi, 2004

Kaynak: <https://www.webdesignmuseum.org/flash-websites-in-the-mid-00s/harry-potter-and-the-prisoner-of-azkaban-2004>

Adobe tarafından geliştirilen bir multimedya yazılım platformu olan Flash, şu anda güncelliğini yitirmiştir. Web animasyonları, zengin internet uygulamaları,

masaüstü uygulamaları, mobil uygulamalar ve oyunlar oluşturmak için kullanılmıştır. Kendi döneminde sürükleyici deneyimler üretecek alternatiflerin bulunmaması nedeniyle geliştiriciler arasında ön plana çıkmış ve internette uzun yıllar yaygınlığını korumuştur.

Mobil cihazların ortaya çıkışıyla birlikte, Flash teknolojisi, oluşturduğu yüksek CPU yükünü işleyemediği için pilin hızla tükenmesine neden olmuştur. Ancak Flash'ın kaderi yalnızca mobil cihazların yükselişiyle belirlenmemiş; Apple, iPhone ve iPad'lerinde Flash'a herhangi bir destek sağlamamayı tercih ederek Flash'ın kaderinin belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu karar, bu cihazlardaki pil performansını ve ömrünü önemli ölçüde arttırmıştır.

Apple ve Adobe arasındaki kapsamlı mücadelenin ardından kazanan Apple firması olmuş ve bir grup kullanıcının Flash oynatıcıyı kaldırmasına ve dünya çapındaki geliştiricilerin Flash kodlarını tamamen kaldırmasına yol açmıştır. Sonuç olarak, günümüzde web animasyonları üretmeye yönelik teknolojik gelişmeler, bu iki dev şirket arasındaki rekabet ortamından önemli ölçüde etkilenmiştir.

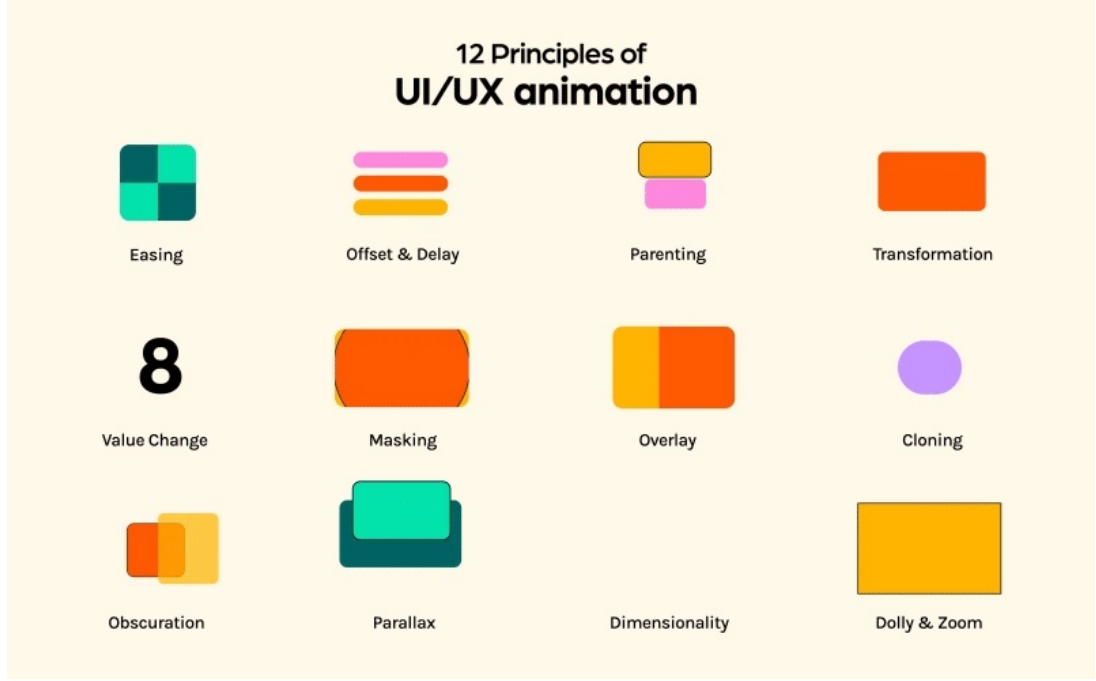
Flash'ın sona ermesinin ardından internet, animasyonsuz veya kısmen animasyonlu GIF'lerin doldurduğu bir durağanlık durumuna geri dönmüştür. Ancak bu durum CSS'nin ve özellikle de CSS3'ün gelişiyle değişmiştir. GIF, web animasyonunun ilk basamağı olarak hizmet ederken, yerini Flash almış ve onu üçüncü basamağı olarak CSS3 izlemiştir. Java, Sun Microsystems tarafından geliştirilen bir programlama dilidir. Dil, minimum uygulama bağımlılığı göz önünde bulundurularak tasarlanmıştır. Bu özellik, Java formatını kullanarak etkileşimli animasyonların oluşturulmasına olanak tanır. (Krasner, 2008, s.79). Ancak son yıllarda JavaScript, karmaşık web animasyonları, özellikle de kapsamlı ve çok yönlü animasyonlar oluşturmak için tercih edilen teknoloji olarak ortaya çıkmaktadır.

Javascript, etkileşimli efektlerle statik web sitelerine hareket ekleyebilen ilk programlama dili olduğundan, tasarımın geliştirmeden farklılaşmaya başladığı yer burasıdır. Grafikleri, formları, tabloları ve daha fazlasını destekleyen HTML 2.0 1995 yılında piyasaya sürüldüğünde, sayfa organizasyonunda daha fazla yaratıcı özgürlük sağlamıştır. Java, appletler adı verilen küçük uygulamaları web

tarayıcılarında çalıştırabilme yeteneği sayesinde hareketli grafiklerin tarayıcı tabanlı entegrasyonunu sağlamıştır. Bu appletler, tarayıcıda çalıştırılarak web sayfalarına etkileyici animasyonlar ve grafikler eklemeyi mümkün kılmıştır. Dahası, HTML5'in kullanıma sunulması, günümüzde web animasyonlarının yürütülmesini önemli ölçüde geliştirmiştir.

Tasarım ve geliştirme araçları daha karmaşık hale geldikçe, web kullanıcıları çevrimiçi deneyimlerinden daha fazlasını beklemeye başlamıştır. Bunun sonucu olarak Apple, bir bilgisayar sistemleri konferansında “Kullanıcı Deneyimi” terimini icat etmiştir. (Norman vd., 1995: 155) Gelişmiş web sitelerinin ve uygulamaların ortaya çıkışı, kullanıcı deneyimi (UX) tasarımında yeni bir çağ başlattı ve hareket tasarımı bu alanda önemli bir yer tutuyor. UX tasarımında hareket öğelerinin kullanımının arayüz deneyimlerini geliştirmede etkili olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Aslında hareket tasarımının kesintisiz ve sezgisel kullanıcı arayüzlerinin geliştirilmesinde çok önemli bir faktör olduğu kanıtlanmıştır.

Etkileşim tasarımı, modern zamanlarda büyük ölçüde kullanıcı deneyimi (UX) ve kullanıcı arayüzü tasarımı (UI) etrafında yoğunlaşmaktadır. Günümüz dünyasında çoğu web sitesinin telefon ve tabletler için de tasarlanmış mobil uygulamaları bulunmaktadır. Kullanıcı deneyimi çalışması, insanların belirli bir ürünle olan etkileşimlerinin tamamını kapsar. Ürünün kullanırken kategoriler arası geçişte çıkardığı sesler, kullanıcıyı nereye yönlendirdiği, duygularına nasıl etki ettiği gibi unsurlar buna dahildir. Sonuç olarak, kullanıcı deneyimi tasarımlarının yalnızca kullanılabilirlik sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kolaylık ve keyif sağlayarak insanların yaşamlarını nasıl iyileştirdiğini de dikkate almak çok önemlidir. Willenskomer (2017) *Creating Usability with Motion: The UX in Motion Manifesto* isimli makalesinde kullanıcı arayüzü animasyonu, fiziksel uzayda hareket eden organik cisimlerle aynı kurallara uymaz ve aynı ilkelere sahip olmadığını ifade ederek, görsel 36'daki 12 temel kuralı ortaya çıkarmıştır. Bu teknikler hareketin zamanlama, nesnelere birbirleriyle ilişkisi, sürekliliği, hiyerarşik değeri ve mekân seçimlerine göre belirlenmiştir.



Şekil 36. UX tasarımlarında hareketin 12 temel kuralı

Kaynak: <https://lottiefiles.com/blog/guides/guide-to-motion-design>

Reklamcılık alanında, özellikle sosyal medyada, hareketli grafiklerin çok çeşitli mesajları iletmek için güçlü ve çok yönlü bir araç olduğu kanıtlanmıştır. Bu mesajlar ayrıntılı, anlatıma dayalı reklamlardan Instagram gibi platformlar için çok uygun olan daha basit animasyonlu içeriğe kadar değişebilir.

Fast food işletmelerindeki animasyonlu menü gösterimlerinden, havalimanlarındaki projeksiyonlu tabelalara ve yüksek profilli etkinliklere kadar, kinetik görüntülerin her yerde ve her yerde kullanılması sınır tanımıyor. Çok yönlülüğü, kullanıldığı sayısız durumla kanıtlanmıştır; her uygulama seviyesi, görsel iletişim potansiyelinin benzersiz bir keşfidir. Günümüzde hareketli grafikler, rakiplerinden farklılaşmak ve kendine özgü bir marka kimliği oluşturmak isteyen işletmeler için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Sektördeki gelişmeler teknolojiyle bağlantılı olarak evrim geçirmeye devam etmektedir.

C. Hareketli Grafik Tasarım Öğeleri

Grafik tasarım, verilmek istenen mesajın estetik ve görsel bütünlüğünü koruyarak hedef kitleye anlaşılır ve etkili bir şekilde iletilmesini sağlamada önemli bir işleve sahiptir. Bu bütünlük, tasarımın her bir ögesi arasında tutarlı bir

ilişkinin kurulması ile sağlanır. Becer'e (1997: 33-35) göre, verilmek istenen mesajı aktarmaktan ziyade estetiği ön planda tutan grafik tasarımlar izleyiciye karşı görevini yerine getirmemektedir. Bu nedenle hem grafik tasarım hem de hareketli grafik tasarım üretimlerinde mesajın görsel araçlarla hedef kitle tarafından anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Bunu başarmak için tasarımcının renk, biçim, derinlik, tipografi, ses, zaman, hareket gibi tasarım öğelerini uyumlu ve etkili bir şekilde kullanarak izleyicinin kolayca çözebileceği bir görsel denklem oluşturması gerekir. Tasarım öğelerinin bu entegrasyonu tasarım denkleminin başarısı için esastır.

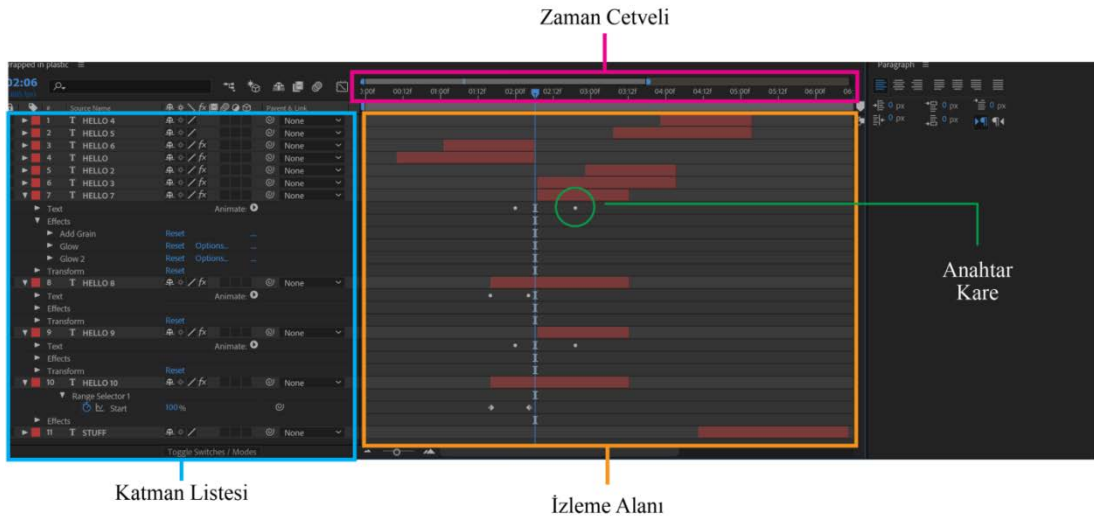
1. Zaman ve Hareket

İçinde bulunduğumuz dönemde tasarımcıların çalışmaları baskının ötesine geçerek dijital medyada dinamik görsellerin yaratılmasını da içermektedir. Standartlaştırılmış zaman birimlerinde statik görüntülerle çalışmanın aksine, tasarımcılar artık hem uzayda hem de zamanda çeşitli görsel öğeleri işlemektedir. Görsel iletişim alanında zaman kavramının önemi giderek artmıştır. Artık dördüncü boyut olarak kabul edilen zaman hem etkili iletişimde hem de sanatsal ifadeye yardımcı olmada çok önemli bir rol oynamaktadır. (Karatay, 2013: 49).

Zaman ilkesi, animasyondan video prodüksiyonuna, film prodüksiyonundan hareketli grafik tasarımına kadar çeşitli çalışma alanlarının temel ve vazgeçilmez ilkesidir. Bir tasarımın genel estetiği, içinde işlediği zamansal çerçeveye bağlıdır. Öztan'ın (2019: 17) ifadesine göre, özellikle tasarımın ilerleme hızı, izleyicinin deneyimi üzerinde derin bir bırakmaktadır. Örneğin daha yavaş ilerleyen bir video, izleyiciye bir huzur ve maneviyat duygusu aşılama eğilimindeyken, hızlı bir tempoyla karakterize edilen bir video, enerjik hissetme ve heyecanlanma duygularını yaratabilir. Bir uyum ve akış hissi yaratmak için öğelerin hareketinin dikkatlice koreograflanmasını içerir. Doğru zamanlama, animasyonun etkisini ve okunabilirliğini artırarak her hareketin kasıtlı ve iyi koordine edilmiş hissettirmesini sağlamaktadır.

Zaman çizelgesi (timeline), bir projenin tüm zamanlama ile ilgili yönlerini kontrol ettiğimiz alandır. Bu panel sayesinde nesnelere harekete başlangıç ve bitiş karelerini belirleyebiliriz. Birden fazla efektin aynı anda aynı sahnede gerçekleşmesini sağlayabilir, nesnelere sahnede kalma sürelerine müdahale

edebilir ve videoda kırpma, yavaşlatma vb. işlemleri gerçekleştirebiliriz. 3 ana bölümden oluşmaktadır: katman listesi, izleme alanı ve zaman cetveli. Katmanlar listesi zamanlama bölümünün sol tarafında yer almaktadır. Proje içerisindeki nesnelere, efektlerin ya da herhangi kullanılan malzemelerin listesini görüntüleyerek, hiyerarşik düzen içerisinde düzenlemeye izin vermektedir. İzleme alanı ise katman panelinin sağ tarafında yer almaktadır. Katman listesinde bulunan her öğe için bir renkli çubuk vardır. Bu çubukların uzunluğu, proje içerisinde kullanılan nesnelere sahne üzerinde kalma zamanını temsil etmektedir. İzleme alanında zaman çubuklarını kullanarak zamanlamayı ve sekronizasyonu düzenleyebiliriz. Zaman çizelgesi cetveli ise izleme paneli üzerinde yer almaktadır. Bu numaralı şerit, karelerdeki nesnelere zamanlamasını ölçmektedir. Burada, projede gezinmek ve çeşitli zamanlama görevlerini gerçekleştirmek için oynatma kafası kullanılmalıdır.

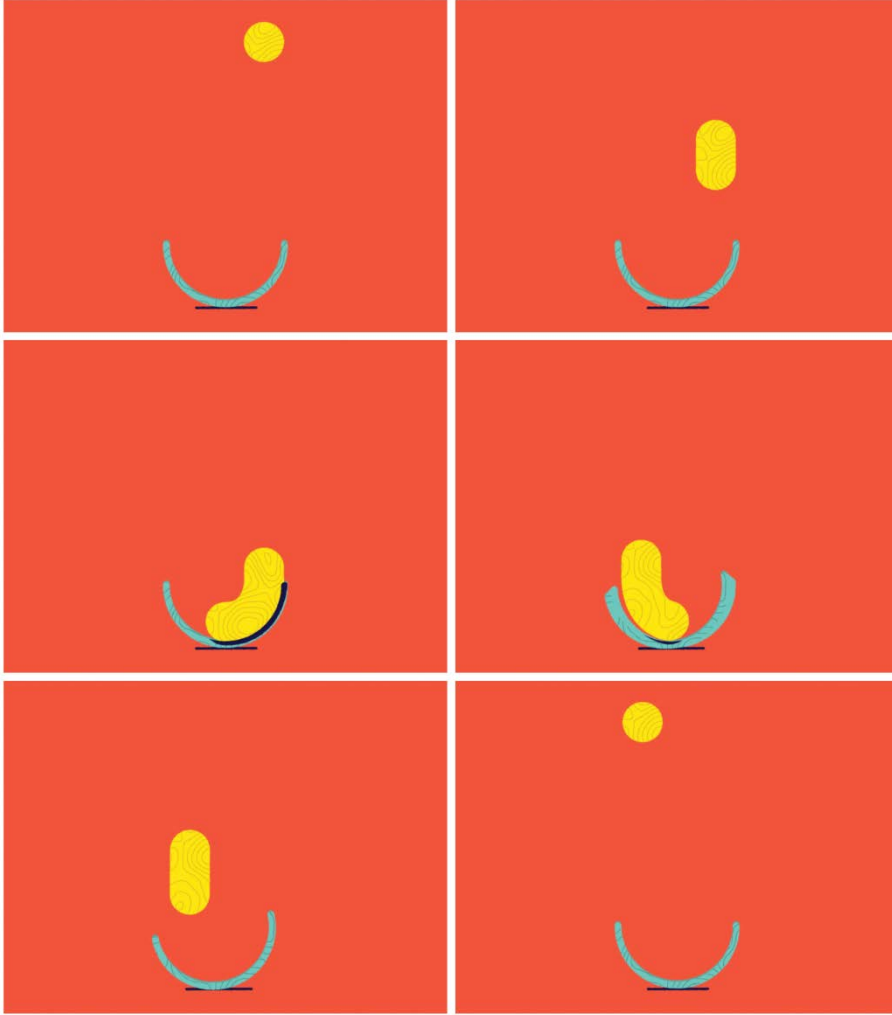


Şekil 37. After Effects programında zaman çizelgesi gösterimi

Anahtar kare (keyframe), projede kullanılan öğelerin durumunda veya özelliğindeki değişiklikleri hareketin başlangıç ve bitiş koordinatları arasında gerçekleştiren bir referans noktasıdır. Nesneye tanımlanan kareler belirli bir süre içerisinde konum, ölçek, dönüş, opaklık, renk, ışık ve daha birçok özelliği değiştirmek için kullanılır. Hareketli grafikler oluşturulurken animasyon efektleri ve zamanlama arasında hassas bir kontrol sağlamak için anahtar kareler kullanılmaktadır.

Örneğin, 10 saniye boyunca soldan sağa doğru hareket eden bir kare oluşturmak için başlangıç konumuna (A) keyframe yerleştirilmelidir. Hareketin

gerçekleşebilmesi için bitiş konumuna (B) başka bir keyframe atanmalıdır. Bu sayede ilgili grafik programı otomatik olarak A ve B noktaları arasındaki ara konumları oluşturarak, iki nokta arasında yumuşak bir geçiş hareketi sağlayacaktır. İki nokta arasındaki geçişin hızı iki anahtar kare arasındaki mesafeye göre belirlenmektedir. Uzun mesafeler A noktasından B noktasına daha yavaş hareketlerle ulaşılması anlamına gelmektedir. Keyframe arasındaki zaman kısaldıkça daha hızlı hareket görünümü ve sert geçişler elde edilecektir.



Şekil 38. Filipe Ferrari'ye ait hareketli grafik örneği

Kaynak: <https://pixflow.net/blog/using-keyframe-interpolation-and-easing-in-after-effects/>

2. Renk

Renk kavramı tarih boyunca çok farklı şekillerde tanımlanmıştır. Teknik açıdan renk, ışığın kendi yapısı aracılığıyla veya nesnelere yayılarak gözle

etkileşime girmesi sonucu ortaya çıkan bir olay olarak tanımlanmaktadır. (Meydan Larousse, 1992: 486) Temizsoylu'ya (1987: 10) göre renk, herhangi bir kaynaktan yayılan ışığın insan gözünde ürettiği algı ve duyumun niteliksel durumu olarak ifade edilmektedir.

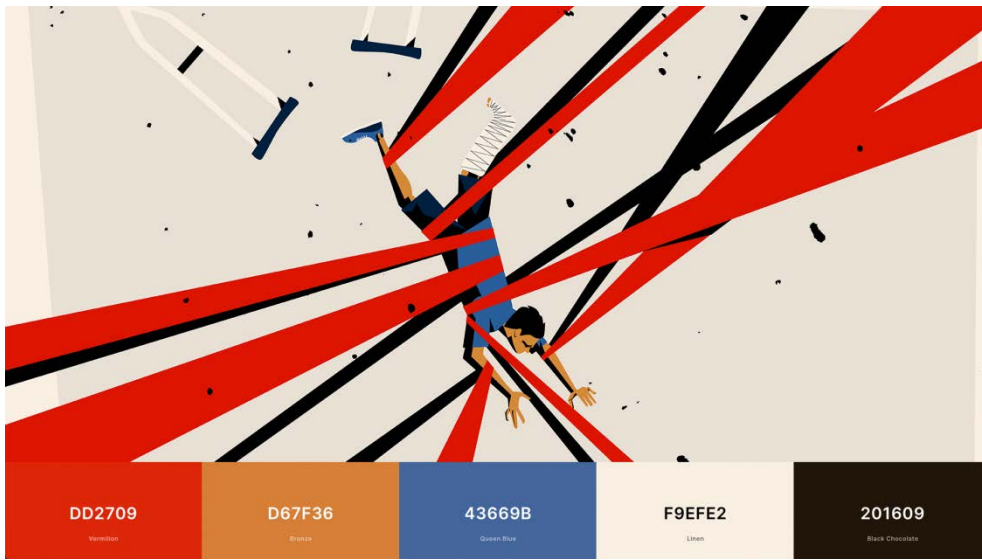
Rengin bir hikâyeyi istediği şekilde ve mükemmel olarak ifade edebilecek anlatma gücü vardır. Aktarılmak istenen duyguyu ifade edebilir, motivasyonu netleştirebilir ve hatta bir projenin tüm anlamını baştan sona belirleyebilmektedir. Bir çiftçinin yemyeşil ektiği tarlası sarı-kahverengi tonlara bürünüyorsa bambaşka bir anlam taşır; bir çiftin gün batımına doğru elele süren sevgi yolculuğu, renk tonundaki değişikliklerle kötü bir sahneye dönüşür; bir gencin ilk öpücüğü, öpücüğün temsili kırmızıya bürünmek yerine yeşile dönerse farklı bir çağrışım kazanmaktadır.

Renk evrensel bir dil ve güçlü bir iletişim aracıdır. Görsel tasarımı oluşturan tüm unsurlar arasında renk belki de en hayati ve etkili olanıdır. Renk şemaları genellikle bir tasarımın belirli yönlerini vurgulamak veya izleyicide arzu edilen bir ruh halini veya duyguyu uyandırmak için kullanılmaktadır. Bir tasarım oluştururken uygun renk paletinin seçilmesi, verilmek istenen mesajın iletilmesi ve görsel kimliğin oluşturulması açısından çok önemlidir. Tasarımcılar renkleri seçerken genellikle markanın kişiliği, hedef kitlesi ve istenen duygusal tepki gibi faktörleri göz önünde bulundurur. İyi seçilmiş bir renk paleti, marka bilinirliğini artırır ve unutulmaz bir görsel deneyim yaratır. Örneğin mavi genellikle güven ve güvenilirlikle ilişkilendirilir ve bu da onu bankacılık veya teknoloji şirketleri için popüler bir seçim haline getirmiştir.

Durağan sanat eserlerinde gözün rengi keşfetme ve kompozisyonu inceleme zamanı vardır. Animasyonda ve tüm filmlerde, hareket ve zamanın geçişi, sürekli ve net bir odak noktası ihtiyacı yaratmıştır. Hikâyenin sahneden sahneye hızlı ve tutarlı bir şekilde algılanması için dikkati önemsiz, renkli nesnelere kullanarak odağı kontrol altında tutmak gerekmektedir. Basitçe söylemek gerekirse, renk seçiminde daha az, daha fazladır. Bir tabaktaki çok fazla tat damağı karıştıracağı gibi, bir grafikte çok fazla renk çeşitliliği de gözü karıştırır. Renk konusunda minimalist bir yaklaşım benimsemek ve mümkün olduğunca az renkle başlamak en iyisidir. Renkleri daha sonra eklemek, onları çıkarmaktan çok daha kolay olacaktır. Paletinizi sınırlamak, izleyicinin gözünün hareketli görüntüleri hızlı bir

şekilde işlemesine ve hikayenizdeki en önemli şeye odaklanmasına olanak tanır. (Blazer, 2015)

Her sahnede neyin hareket edeceğini ve neyin hareketsiz kalacağı belirlenmelidir. Renk seçerken arka plan ve sabit nesnelere renklerin, hareketli nesnelere renklerle rekabet etmemesine dikkat edilmiştir. Amaç, dikkati konuya çekmek ve daha az önemli olan hareketsiz nesnelere dikkatin aksiyondan uzaklaşmasına izin vermemektir. Arka planlardaki veya sabit nesnelere renklerin doygunluğunu azaltarak ve spot ışığının sahnenin ana karakterine vurmasına izin verilmelidir.



Şekil 39. Crosley Law, Turning Red Tape in to Red Carpet isimli ödüllü hareketli grafik örneği, 2023

Kaynak: <https://dropdrop.com/posts/crosley-animation>

Tasarım trendleri geliştikçe grafik tasarımda renk kullanımı da gelişmektedir. Neon ve pastel renkler son yıllarda popülerlik kazanmıştır. Neon renkler, canlı ve cesur doğasıyla dikkat çeker ve enerjik bir görsel etki yaratır. Öte yandan pastel renkler yumuşaklık ve sakinlik hissi uyandırarak canlı neon tonlarıyla ferahlatıcı bir kontrast sağlamıştır. Bu iki trendin birleşimi, tasarımcılara benzersiz ve büyüleyici tasarımlar yaratmak için geniş bir yelpazede olanaklar sunmuştur. Tasarım trendlerine de öncülük eden Pantone firması yıllık olarak zamanın ruhunu ve hissettiklerini en iyi yansıtan renk tonunu seçmektedir. Pantone rengi, tasarım dünyasında, seçilen renk tonunu tasarımlara, ürünlere ve markalara dahil etmek isteyen şirketler ve bireyler açısından önemli bir olay haline gelmiştir. Bu yıllık seçim, mevcut trendleri, kültürel etkileri ve küresel

olayları inceleyen ve analiz eden uzmanlardan oluşan bir panel tarafından yapılmaktadır. Pantone, 2023 yılı renginin dikkatleri üzerine çekecek, cesur ve canlı bir renk tonu olan Viva Magenta 18-750 olduğunu duyurmuştur. Bu elektrik tonu, heyecan ve tutku duygularını uyandıran güçlü ve enerjik bir renktir ve her projeye kesinlikle cesur bir dokunuş katacaktır.

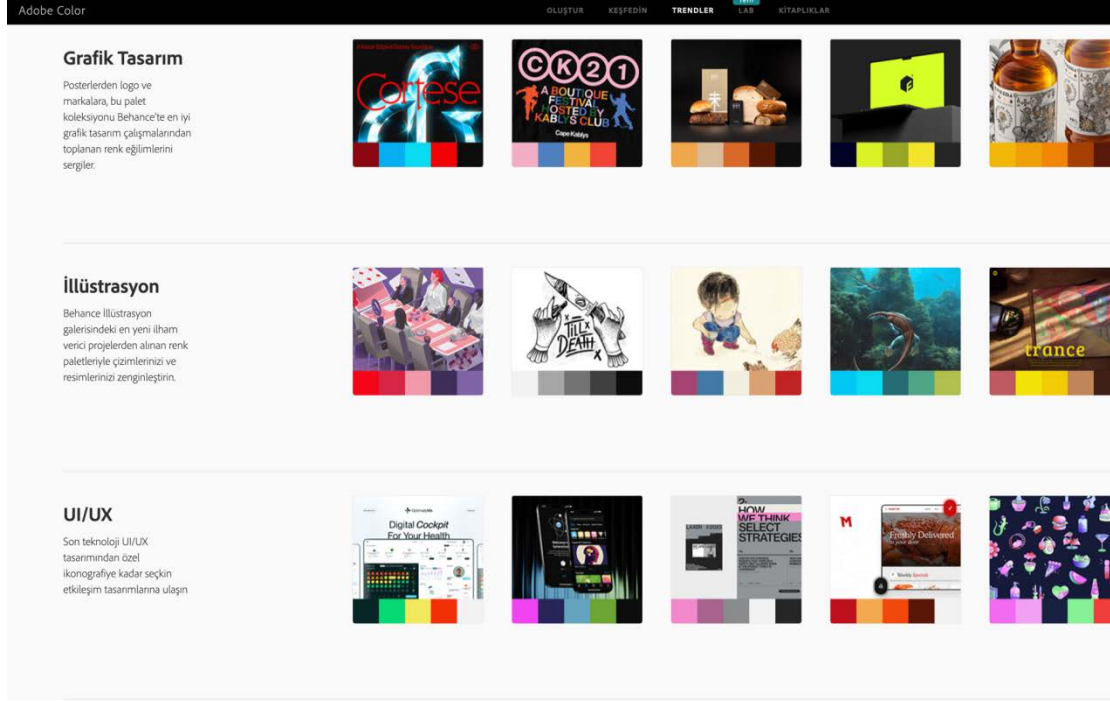


Şekil 40. 2023 Yılın Pantone Rengi Viva Magenta

Kaynak: <https://elements.envato.com/learn/pantone-color-of-the-year-2023-viva-magenta>

Adobe Color, benzersiz renk temalarını oluşturabileceğiniz, renk trendlerini keşfedeceğiniz ve binlerce renk kombinasyonuna göz atabileceğiniz renkleri ayrıştıran kapsamlı ve ücretsiz bir çevrimiçi araçtır. Keşfet sekmesinde belirli anahtar kelimelerle ilgili renk temaları bulunmaktadır. Örnek verecek olursak su kelimesini yazdığınızda, birçok mavi ve tonlarını içeren renk temaları karşınıza çıkacaktır. Behance ve Adobe Stock aracılığıyla görsel tedarik eden Adobe Color, popülerliğe dayalı olarak sektöre/türe göre temsili bir trend listesi oluşturur.

Her renk bir mesaj verir. Projenizin tonunu dikkate almak ve uygun bir renk paleti seçmek önemlidir. Örneğin, parlak renkler eğlenceli veya modern bir havaya sahip olma eğilimindedir. Doygunluğu azaltılmış renkler genellikle daha ciddi veya ciddi görünür.



Şekil 41. Adobe Color 2023 renk trendleri

Kaynak: <https://color.adobe.com/tr/trends>

Tasarımcılar, renk teorisinin temellerini, psikolojik etkisini ve pratik uygulamalarını anlayarak görsel olarak çarpıcı ve duygusal açıdan ilgi çekici tasarımlar yaratabilirler. Tasarım trendlerinin sürekli gelişmesiyle birlikte gelecekteki renk kullanımı hakkında bilgi sahibi olmak, tasarımcıların çağın ilerisinde kalmasına ve sürekli değişen ortamda etkili tasarımlar yaratmasına olanak tanır.

3. Derinlik

Hareket ve derinlik, bir nesnenin çevredeki konumunu belirleme ve tahmin etme için temel özelliklerdir. Bir düz, iki boyutlu bir görüntü ile üç boyutlu bir sahne arasındaki fark derinliktir. Derinlik algısı, bir kişinin bir konunun uzaklığını veya uzaklık farklarını algılama yeteneğini ifade etmektedir. Başka bir deyişle, bir kişinin bakış hattının yönünde olan üçüncü boyutu, yani derinliği algılama yeteneğini ifade eder. Retinamızdaki görüntüler her zaman 2 boyutludur. Derinlik algısı dünyayı üç boyutlu görebilme yeteneğidir. (Rogers and Graham, 1979)

Edsall'ın (2017) belirttiği görüşe göre, tasarımda derinlik, hacim algısı oluşturularak elde edilmektedir. Tasarlanan sahne üzerindeki beyni harekete

geçiren algısal ipuçlarının kullanımı derinlik duygusunun oluşmasına olanak sağlamaktadır. Bu üç boyutluluk hissi, kullanılan objelerin, görsellerin veya tipografilerin yüzeylerinde gölge, renk, perspektif, ışık gibi unsurlarının kullanılmasıyla yaratılır ve bu da iki boyutlu bir sahne üzerinde üç boyutlu bir etki yaratmaktadır. Sahnedeki nesnelerin göreceli hareketlerinin yarattığı derinlik algısı, hareket eden gözlemci için özellikle dikkat çekicidir. Derinlik yanılsaması yaratılarak izleyicinin inandırıcılığı artırılabilir ve dikkat, tasarımda amaçlanan odak noktasına yönlendirilebilmektedir (Ambrose ve Harris, 2010: 22).

Derinlik yaratmak için kullanılan hareket paralaksı, izleyiciye daha yakın olan öğelerin arka plandaki öğelerden daha hızlı hareket ediyormuş gibi görünmesi efektidir. Hareket halindeki bir arabadayken yol kenarındaki ağaçlar hızla geçiyormuş gibi görünürken, daha uzaktaki ağaçlar neredeyse hiç hareket etmemektedir. Paralaks, bir arka plan öğesi ile ön plan öğeleri arasında görsel bir ayırım oluşturmak için kullanılmaktadır. Böylelikle alan derinliği yaratılmaktadır.



Şekil 42. Julia Smirnova, After Effects'te 3D kamera hareketi ile yaratılmış derinlik örneği, 2023

Kaynak: https://www.behance.net/gallery/182227097/3D-camera-movement-in-After-Effects?tracking_source=search_projects|motion+parallax

3 boyutlu bir hareketli grafik istendiğinde projeye X ve Y eksenlerinin yanı sıra derinliği temsil eden Z eksenine ihtiyaç vardır. 2 boyutlu animasyonda Z derinliği, nesnelerin ekranda görüntülenme sırasını ifade eder. Bir sahnedeki nesnelerin derinliği değiştirilerek perspektif duygusu yaratılmalıdır. Derinlik ve

ölçek canlandırılarak, nesnelerin kameraya doğru veya kameradan uzağa doğru hareket ettiği izlenimini verilebilmektedir. 3D'de Z derinliği, oluşturulan görüntüdeki her pikselin derinliğini ifade etmektedir. Z derinliği değeri, kamera ile nesne arasındaki mesafeye göre hesaplanmaktadır. Kameraya daha yakın olan nesnelere, daha uzaktaki nesnelere kıyasla daha yüksek bir Z derinliği değerine sahip olacaktır. Ayrıca Depth Of Field (DOF) yani alan derinliği, gerçek dünyadaki bir kameranın sınırlamasını simüle ederek farklı mesafedeki nesnelerin odak içinde veya dışında olmasını sağlayarak derinlik hissi yaratmaktadır.

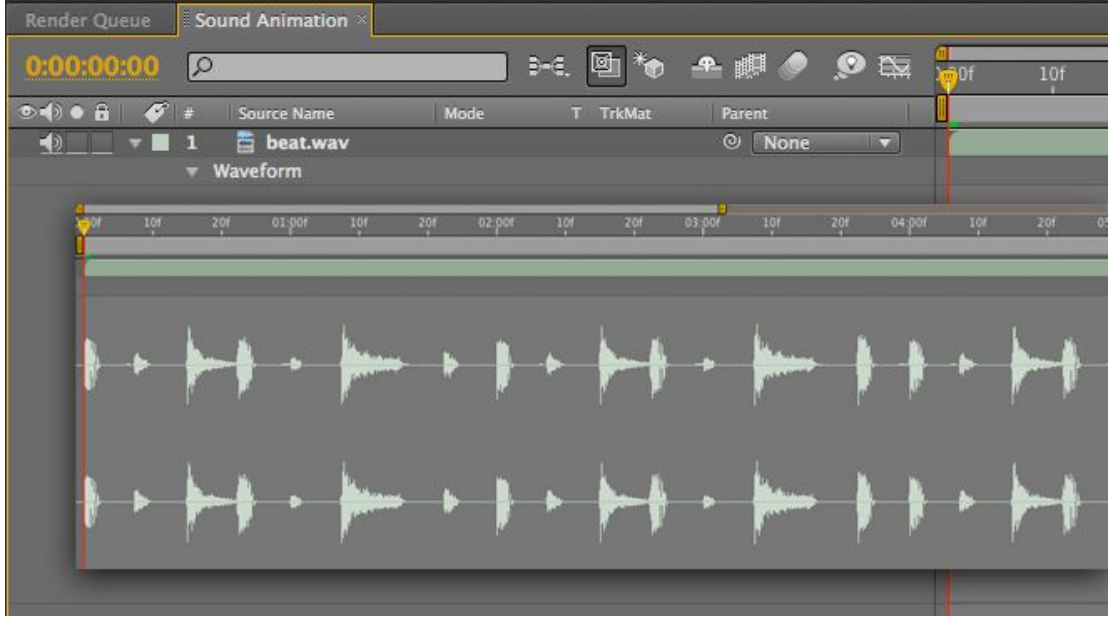
4. Ses

Hareket tasarımının duygusal gücünün yarısı sestir. Sesler, bir sahnenin altında yatan anlamı veya alt metni ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. (Beauchamp, 2013) Canlandırma bir hikayeye veya mesajla hareket etmeye izin verirken, müzik onun içinde akmaya ve izleyiciyle daha içten bir düzeyde etkileşim kurmaya olanak sağlar. Ses efektleri ise gerçek yaşam ortamını taklit ederek gerçekçilik katar ve ekrandan çıkan yaşam yanılımasını güçlendirir.

Ses tasarımı özünde işitsel hikâyeye anlatıcısı olarak hizmet etmektedir. Pasif bir gözlemciyi aktif bir katılımcıya dönüştürerek onları anlatının derinliklerine çekmektedir. Filmde, tiyatrodaki veya oyunlarda titizlikle seçilmiş seslerin kullanımı çeşitli duygu ve tepkileri uyandırmaktadır. Ses yeri geldiğinde gerginliği artırır, nostaljiyi tetikler veya ruh halini ustalıkla ayarlayabilmektedir. Ekran üzerinde sadece görüntüleri oynatmanın ötesinde, amacımız aynı zamanda izleyici büyüleyen ve onları harekete geçmeye teşvik eden bir hikâyeye anlatmaktadır. Bu tür bir hikâyeye anlatımı için en güçlü araçlardan biri sestir. Ses, hareketli grafiklerin göz ardı edilen gizli kahramanıdır. Hareketli grafikte ilk dikkati çeken görsel kullanımları olsa da doğru ses kullanımını oluşturmak, tasarımın hedeflerine ulaşması için kritik bir noktadır. Ergül Kargı'nın (2020:17) belirttiği gibi ses, hareketli grafikleri durağan görüntülerden ayıran en ayırt edici faktörlerden biridir.

Yaratılan görsel kimlik gibi ses kimliği de son derece önemlidir. Filmin izleyicide kalıcı bir anı bırakmasını sağlar. Görüntünün etkisini genişletir. Star Wars gibi bazı filmler o kadar güçlü bir ses kimliğine sahiptir ki, filmlerde sesin

yapım biçimini bile değiştirmiştir. Reklamcılıkta müzikal kimlik terimini kullanırız. Çocukluğumuzun reklam müzikleri hala aklımızda yer etmektedir. Bu kısa melodiler, iyi işlendiğinde zihinlerimizde, bazen ömür boyu iz bırakır. Reklam dünyasının en akılda kalan sloganlarından biri Fırat Plastik'in kullandığı " Tut Şunun Ucunu Döşeyelim Abi" sloganıdır. Bu reklam, zekice ve akılda kalıcı ifadeleriyle insanların akıllarında kalıcı bir etki bırakmıştır.



Şekil 43. Toby Pitman, After Effects'te ses dosyasının dalga görünümü, 15 Haziran 2011

Kaynak: <https://www.macprovideo.com/article/video/animating-with-sound-in-after-effects-part-1>

Bir projede ses kullanımı, yer, zaman ve duygu durumu hissi yaratmak için en etkili öğelerden biridir. Sesin atmosfer yaratma yeteneği sayesinde yağmur sesi izleyicide sakinlik hissi uyandırırken, şimşek sesi ise tehlike hissi yaratmaktadır. Ayrıca, ses kullanımı, anlatılmak istenen hikâyeye veya mesaja derinlik ve anlam yüklemektedir. Bir karakterin adımları gerilim hissi oluştururken, karakterin ses tonu ise duygusal durumunu izleyice aktarabilir. Böylece anlatılmak istenen hikâye veya mesaj izleyicide daha derin bir anlam kazanır. Seslerin tasarıma diğer bir katkısı da izleyicinin nabzını tutmasıdır. İzleyicinin dikkatini çekmek, sürdürmek ve projeyi daha etkileyici hale getirmek için ses stratejik bir öğedir. Örneğin, tıkırtılı çalışan bir saat aciliyet atmosferi yaratırken, bir gülme efekti mizahı destekleyerek izleyiciye daha keyifli bir deneyim sunabilmektedir. Ses tasarımının önemi bir hikâyeyi anlatabilmesinde

değil, bizi anlatının içine taşıyabilmesinde yatmaktadır. Etkileşimli doğası, bir hareketli grafiğin gerçekten sürükleyici olmasını sağlamada kritik bir rol oynar ve mesajların daha büyük bir etkinlikle iletilmesine olanak tanır.

Hareketli grafik için ses kullanımını oluşturan üç temel yöntem vardır. Seslendirme, müzik ve ses efektleri başlıkları olarak ifade edebiliriz. Seslendirme izleyiciyle ilişki kurma fırsatı sağlar. Seslendirme sanatçıları, her karakterin kişiliğine ve davranışına uygun benzersiz sesler ve tavırlar sunarak karakterlere hayat verir. Seslendirme sanatçısı karakterin duygularını tonu, perdesi ve zamanlaması aracılığıyla doğru bir şekilde aktarabilmelidir. Müzik ruh halini oluşturur ve anlatıyı tamamlamak için iniş ve çıkışlar sağlar. Ses efektleri, anlatının tüm unsurlarını ortamdaki konum sesleri ve doğrudan aksiyonlu ses efektleriyle birleştirerek sağlam, sürükleyici bir deneyim yaratır.

Hareketli grafiklere yönelik ses tasarımında dijital ses düzenleme araçları yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu araçlar, ses tasarımcılarının sesleri belirli sahnelere uyacak veya belirli duyguları güçlendirecek şekilde düzenlemesine ve değiştirmesine olanak tanır. Dijital ses düzenleme araçlarının kullanılması, ses tasarımcılarının pahalı kayıt stüdyolarına erişime gerek kalmadan projeleri için yüksek kaliteli sesler oluşturmasını kolaylaştırmıştır.

5. Kurgu

Kurgu, tutarlı bir mesaj oluşturmak amacıyla belirli bir senaryodan toplanan çeşitli materyallerin belirli düzenlemelere göre akışta bütünsellik sağlayacak şekilde bir araya getirilmesidir. Kurgu genellikle sinema sektörüyle ilişkilendirilir; ancak hareketli grafikler gibi tüm ekran tabanlı tasarımların bir düzenleme sürecinden geçtiği unutulmamalıdır. Bunun sonucu olarak, bir hareketli grafik tasarımcısının kurgunun temel ilkeleri konusunda bilgisi olması ve uygulayıcı bir anlayışa sahip olması beklenmektedir.

Bir görüntünün oluşturulması, her ne kadar genellikle doğanın basit bir kopyası olarak algılsa da insanlar tarafından kontrol edilen bir kayıt sürecinin sonucudur. Ancak iş kurguya geldiğinde görüntüyü şekillendirme ve manipüle etme gücü insandadır. Arnheim (2010: 74), sanatsal yaratım biçimindeki müdahalenin, farklı zamansal ve mekânsal bağlamlardan görünüşte ilgisiz öğeleri bir araya getirerek zamanı parçalama yeteneğine sahip olduğunu ileri

sürmektedir. Yazar, bu süreci hem yaratıcı hem de biçimsel olarak nitelendirmiş ve bunun sanatsal ifadeye yönelik benzersiz ve yenilikçi bir yaklaşım olduğunu öne sürmektedir.

Kurgu sürecine başlamak için ilk adım, tüm görüntüleri izlemek ve istenen mesajı ifade edecek görüntüler ile karşılık gelen zaman kodlarını titizlikle seçmektir. Seçilen bu klipler daha sonra dijital bir çalışma alanına aktarılmaktadır. Kurgu süreci, kurgucu veya tasarımcı için görüntülerin incelenmesi sonucunda kurgunun kaba taslağı zihinde oluşarak daha da belirgin hale gelir. Başlangıçta görüntüler, ham kurgu olarak bilinen bir işleme senaryonun sırasına göre düzenlenir. Sonraki adım detaylı kurgu olarak adlandırılan ses ve görsel efekt uygulamasına geçilmektedir. (Arslantepe, 2007: 141)

Monaco'ya (2002: 129) göre kurgu sırasında, farklı zamanlarda ve konumlarda çekilen görüntüleri kategorize etmek için çeşitli teknikler kullanılır. Bu teknikler, her bir görüntüyü kendisinden önceki ve sonraki görüntülere bağlayarak, izleyiciye aktarılacak istenen mesajın ulaşmasını kolaylaştırır. Kurgu sürecinde kullanılan bu temel geçiş efektleri filmin ritmini etkileyen en temel öğelerden biridir. Kullanılan geçiş efektleri yeri geldiği zaman hem anlatıda senaryonun algılanması için zaman kazandırmak hem de görsel bütünlüğünün gelişimine katkıda bulunmak gibi ikili bir amaca hizmet etmektedir. Geçiş efektleri filmin bir bütün olarak anlamlandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Akılda tutulması gereken en önemli şey, kurgunun amacının sadece bir dizi görüntüyü bir araya getirmek değil, anlam oluşturmak olduğudur.

Hareketli grafik tasarımı söz konusu olduğunda kurgu süreci, film aşamaları gibi çekim sırasında çekilen birçok durağan görüntüden farklıdır. Bunun nedeni, kurgu sürecinin yakalanmak yerine planlanmış ve tasarlanmış görüntüleri içermesidir. Ayrıca, bu hareketli grafikler süre bazlı olarak tipik bir filmde daha kısadır; bu da sınırlı bir zaman dilimi içinde önemli miktarda bilgiyi ve duygusallığı etkili bir şekilde iletmeleri gerektiği anlamına gelir. (Sayın, 2011: 46). Hareketli grafiklerin kurgu sürecinde uygulanan görseller, metinler ve ek materyaller arasında akıcı bir görsel süreklilik sağlamak için geçişler çok önemlidir. Hareketli grafiklerde kareler arasında geçiş yapmak için çeşitli efektler kullanılır. Bu efektleri temel geçiş efektleri olarak kategorize edilebilmektedir. Cut

(kesme) basit bir geçiş türüdür. Bir sahneden diğere anında ve ani bir geçişe izin verir; bu da genellikle hızlı ve verimlidir. Ancak, bu tür bir geçişin zaman zaman sahneler arasında sarsıcı veya beklenmedik değışimlere yol açabileceğı unutulmamalıdır. Dissolve (dağılma), iki sahne arasında kusursuz ve yumuşak bir geçiş sağlamak için yaygın olarak kullanılan bir tekniktir. Bu teknik, bir sahnenin kademeli olarak karartılmasını ve aynı anda bir sonraki sahnenin belirmesini sağlamaktadır. İki sahne arasında duygusal bir değışim yaratmak için sıklıkla kullanılmaktadır. Fade in (açılış efekti) geçişinde karanlık azaldıkça, yavaş yavaş gölgelerin arasından çıkıp daha da parlaklaşan bir manzara ortaya çıkmaktadır. Tipik olarak, bu etki için başlatma işlemi sırasında siyah bir ekran kullanılır. Fade out (kapanış efekti) olarak bilinen teknik, sahnenin tamamen siyah olana kadar kademeli olarak karartılmasıdır. Bu yöntem genellikle bir sahneyi sonuçlandırmak için kullanılmaktadır. Wipe (silme) tekniğı, bir sahnenin belirli bir yönde veya desende silinerek başka bir sahneyle değıştirilmesidir. Bu efekt yatay, dikey veya çeşitli desenlerle uygulanabilmektedir.

Çoğtu tasarımcının efekt kütüphanesinde bulunan geçiş efektleri, sahne geçişlerinin estetik çekiciliğini ve önemini artırmak için sıklıkla kullanılmaktadır. Bu efektler birleştirilerek sahneler arasındaki bağlantıya ekstra bir anlam katmanı eklenebilmektedir. Böylece daha ilgi çekici bir görsel deneyim yaratabilir. Doğru kullanıldığında bu efektler aynı zamanda hikâyenin anlatımını da geliştirebilir ve izleyicinin genel olarak anlatılmak istenen mesaja hâkim olması sağlanabilir.

Hareketli grafiklerde geçiş efektlerinin özensiz ve doğru kullanılmaması sonucunda en sık karşılaşılan sorun izleyicinin hikâye dışına çıkmasına neden olmasıdır. Bir hikâyeyi ister sürekli bir akış halinde anlatıyor olun ister parçalar halinde sunuyor olun, sahnelerin kusursuz bir iletişim içinde olması ve konuşması gerekmektedir. İyi kurgulanmış bir geçiş mantıklı, uyumlu ve hikâye odaklı olmalıdır. Hareketli grafiklerde minimalizmin vurgusu içerik ve düzenlemeyi kolaylaştırmaktır. Minimalist tasarımlar, izleyicinin anlatının merkezi noktalarına daha etkili bir şekilde konsantre olmasını sağlayan akıcı yapısıyla karakterize edilmedilir. Kurguda olay örgüsünü düzenli ve anlaşılır tutmak izleyicilerle daha güçlü bir bağ kurmanın anahtarıdır.

6. Tipografi

Tipografinin tanımı çok yönlüdür ve zaman içinde değişiklik göstererek gelişmiştir. Başlangıçta tipografi, Gutenberg'in harfleri ayrı ayrı dökerek yarattığı metal yazı sistemini tanımlamak için kullanılmıştır. Günümüzde tipografi iletişimin temel bir yönüdür ve yazı dilini oluşturan harflerin yaygın olarak kullanılan alfabelere dönüştürülmesiyle yüzyıllarca süren bir gelişme göstermiştir. Bu harflerin kökeni, ilk insanların nesnelere ve kavramları temsil etmek için kullandığı ve zamanla tanınabilir karakterler oluşturacak şekilde gelişen ilkel işaretlere kadar uzanmaktadır. Modern Latin alfabesi, yüzyıllar boyunca devam eden bu dönüşüm ve adaptasyonun sonucudur. Kişisel bilgisayarların ortaya çıkmasından önce tipografinin gelişimi sınırlıydı ancak 1980'lerden itibaren daha erişilebilir ve yaygın hale gelmiştir (Ambrose ve Harris, 2012: 6).

Sarıkavak'ın (2014: 6) belirttiği gibi tipografi teriminin etimolojisi, metal döküm harfi ifade eden “type” ve yazı anlamına gelen “graph” sözcüğünden türetilmiştir. Tipografi, ortaya çıkışında teknik bir terim iken zamanla görsel iletişim ve kendini ifade etme için güçlü bir araca dönüşmüştür. Estetik kaygıları ön planda tutan bir tasarım dili haline gelmiştir.

Harf ve sembollerin kullanımı yoluyla görsel sistemlerin tasarlandığı, grafik tasarımın bir alt disiplini olan tipografi, harflerin boyutundan, aralarındaki boşluklara, yazı tipi seçimine kadar pek çok unsuru kapsamaktadır. Tipografi, tarih boyunca duygu ve düşüncelerin görsel ifadesini sağlayarak dilin görsel iletişimi için önemli bir araç haline gelmiştir. Jonathan Barnbrook'ın (2008:58-72) belirttiği gibi, tipografi duygularımızı ve düşüncelerimizi gerçekleştirmek için kullanılan bir araçtır ve insanın kendini ifade etme sürecine hizmet etmeye devam edecektir. Tipografi, kullanılan dilin amaçlanan duygularını görsel olarak iletmeye hizmet etmektedir.

Yeni tipografi tekniğinin ilkeleri, şeffaf bir şekilde uygulanmasına ve bunu başarmanın en etkili araçlarına dayanmaktadır. Estetik açıdan ne kadar hoş olursa olsun, biçimi işlevsellikten üstün tutan herhangi bir çağdaş tipografi hiçbir şekilde yenilikçi değildir. (Armstrong, 2012:37) Ambrose ve Harris'in (2012:38) tipografi yayınında Emil Ruder'in belirttiği gibi tipografinin ana görevi basit ve

anlaşılır bir şekilde bilgiyi etkili bir şekilde iletmektir. Metnin okunabilirliği öncelikle tipografinin sade ve yalın olmasıyla doğrudan ilgilidir. Karmaşık ve görsel olarak çarpıcı yazı tiplerinin anlaşılması zor olabilir, bu da kafa karışıklığına ve iletilen mesajda netlik eksikliğine yol açmaktadır. Böylece etkili bir tipografik tasarım, sadelik ve çekicilik arasında bir dengede olmalıdır. Metin okunamıyorsa iletilmek istenen mesaj ve geri kalan tasarım öğeleri önemini kaybetmektedir. Hareketli grafik tasarımlarında okunabilirlik, metnin basitliğinden ve onu okumak için gereken süreden etkilenmektedir. İki boyutlu metinler izleyiciler tarafından üç boyutlu metinlere göre daha hızlı işlenir ve üç boyutlu metinler için daha uzun bir ekran süresi gerekmektedir. Bu nedenle tasarımcıların, ekranın boyutuna ve izleyicinin mesafesine göre tasarımı tamamlamadan önce okunabilirliği test etmesi gerekmektedir (Braha and Byrne, 2011:84).

Dijital çağın gelişimi, çok sayıda font tasarımının yaratılmasıyla sonuçlanmıştır. Tipografide belirli karakterlerin seçimi ya hiçbir şey uyandırmayan nötr bir duyguyla sonuçlanabilir ya da güçlü duygular ve coşkulu hisler yaratabilmektedir. Ayrıca belirli sanatsal hareketlere veya politik ideolojilere atıfta bulunmak ve kurumların benzersiz kimliğini vurgulamak için de kullanılabilir (Ambrose ve Harris, 2013:55). Tasarımda metin ve başlıklar aynı karakter ailesine ait olabilir ancak bilgi hiyerarşisinin oluşturulmasında önemli rol oynayan boyut, konum, renk ve boşluk gibi farklılıklardır. Massimo Vignelli (2007) tipografinin, kullanılan harflerden çok aralarda bırakılan boşluklarla şekillendiğini vurgulamıştır. Tıpkı müziğin nota ile sessiz boşluklar arasındaki ilişki ile oluştuğu gibi tipografinin de yazıyı oluşturan harflerin arasındaki boşlukların varlığıyla anlam kazandığını ifade etmektedir. Ayrıca kullanılan tipografinin, tasarımda amaçlanan duyguyu yeterince aktarması gerekmektedir. Örneğin; adelet, hukuk gibi resmi kurumlar için tasarım oluşturulurken, tipografik olarak eğlenceli, esnek yapıda tasarlanmış fontların kullanımı uygun olmayacaktır. Tıpkı renk teorisinde olduğu gibi her duyguyu ifade eden karakter tasarımları bulunmaktadır. Duyguları doğru uyandırmayan bir yazı tipinin kullanılması hem mesajın hem de ilettiği bütünlüğün zedelenmesi potansiyeline sahiptir.

Şu anda tipografi, sadece bilgiyi anlaşılır bir şekilde iletmekle kalmayıp aynı zamanda görsel bir ifade aracı olarak kullanılmaktadır. Hedef kitlesine görsel olarak hoş ve okunabilir içerik sağlamanın yanı sıra duygu ve fikirleri net bir şekilde aktarma gibi ikili amaca hizmet etmektedir. Alman tasarımcı Tinnes (2007: 44) röportajında tipografinin yalnızca okuma aracı olarak değil aynı zamanda görsel bir deneyim sunmak için de var olan bir sanat olduğunu ifade etmektedir. Tipografi, görsel bir sembol olarak dilsel anlamla sınırlı olmayıp, estetik ve sembolizme kadar uzanan çağrışımları da beraberinde taşımaktadır. Bu çağrışımlar büyük ölçüde çeşitli kültürel, politik ve sosyal bağlamlardan etkilenmektedir. Özünde, retorik konuşma dilinde neyi ifade ediyorsa tipografi de yazı dili için odur. Bu nedenle, yetenekli bir tipograf, görsel olarak okuryazar olan ve aynı zamanda kolayca anlaşılabilen başarılı bir konuşmacıya benzemektedir.

Başlangıçta tipografi uzunca bir süre iki boyutlu, statik yazı biçimleriyle sınırlıydı. Modernizmin etkisiyle yapısal değişikliklere uğrayarak sınırlarını zorlamış, çok çeşitli yüzey ve formlarda kullanılmaya başlanmıştır. Zaman kavramını bünyesine katarak dinamikleşmiş, dördüncü boyut kazanmıştır. Bu alanda elde edilen potansiyel tasarımcıların beklentilerini aşmıştır. Dijital medyadaki görsel animasyonlar, müzik videoları, tv yayınları, reklamlar, jeneriklerin tümü tipografik unsurların dahil edilmesiyle zenginleştirilmiştir (Twemlow, 2011: 89). Tipografi bir iletişim aracı olarak hizmet ederek tasarımcıların fikirlerini ifade etmeleri için güçlü bir öğedir. Farklı bir açıdan bakıldığında metinsel ifadelerin görsel tezahürü veya başka bir deyişle dilin görsel temsili şeklinde tanımlanabilmektedir. Multimedya ve internet teknolojisinin gelişimiyle birlikte, tasarımları basılı medya aracılığıyla çoğaltma ve yayma olanağı büyük ölçüde azalırken, sanal ortamda buna karşılık gelen bir artış görülmüştür. Sonuç olarak tipografi bir dönüşüm geçirerek artık sadece geleneksel formlara bağlı kalmaktan ziyade fikirlerin, kurgunun ve hareketin ifade aracı haline gelmiştir. (Özdemir ve Kurt, 2018: 92-93).

III. HAREKETLİ GRAFİK VE TİPOGRAFİNİN ETKİLEŞİMİ

A. Hareketli Tipografinin Tanımı

Görsel iletişimin dinamik ortamında, hareketli grafikler ve tipografinin kusursuz birleşimi, duyarları cezbeden ve yaratıcılığı harekete geçiren sanatsal bir senfoni olarak ortaya çıkmaktadır. Genellikle yazı sanatı olarak ifade edilen tipografi, hareketli grafikler alanında sessiz ama etkili bir ortak olarak karşımıza çıkmaktadır. Tipografinin hareketli grafiklerdeki rolü kelimelerin çok ötesine uzanmaktadır. Duyguları düzenleyen, nüansları çağrıştıran ve anlatılar dokuyan bir orkestra şefidir. Hareketli grafikler alanında tipografi, bu sanat formunun özünü zenginleştiren temel bir kahraman haline gelmiştir.

Tipografi, görsel iletişimin önemli bir aracı olarak hizmet ederek grafik tasarım alanında uzun süredir hayati bir rol oynamıştır. Tarihi boyunca yazı, iletişimin önemli bir unsuru olarak varlığını sürdürmüş ve çeşitli evrimler geçirmiştir. Gutenberg ile hız kazanan bu evrim, tipografiyi teknolojik gelişmelerin etkisiyle farklı bir boyuta taşımış ve tasarımlara zaman etkisi ekleyerek hareketli yazının ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur. Anlamli kelimeler ile dinamik hareketin birleşimi, hareket tasarımı ve tipografi ilkelerinden yararlanan bir sanat formu olan kinetik tipografinin kendisidir. Kelimelerin durağan doğasını aştığı ve yaratıcılığın sınır tanımadığı bir dünyaya kapılarını aralayan tasarımcılar izleyicilerin kaplarında ve zihinlerinde silinmez bir iz bırakma becerisine sahip olmaktadır. Hareketli grafikler ve tipografi, tasarım, animasyon ve dilin birleşimiyle statik görüntülerin ötesinde iletişim kuran yaratıcı bir ikilidir. Bu, hareketli grafiklerden ve tipografiden gelen görsel unsurları birleştirerek bir bütün estetik ve bilgi yapısı oluşturan bir sanat türüdür. Hareketli tipografi kelimelerin eylemler kadar yüksek sesle konuşmasıdır.

Tschichold yeni tipografide sabit metnin okunmasıyla oluşan göz hareketlerini kinetik üreten bir hareket biçimi olarak nitelendirmektedir (Jun, 2000:12). Her ne kadar kinetik tipografi terimi çağdaş bir iletişim aracı olarak

popülerlik kazanmış olsa da kinetik kavramının kökeni, bu alanda ilk ortaya çıktığı 20. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Yunanca "Kineticos" sözcüğünden türetilen terim, Rivenc ve Bek'in (2016:5) belirttiği gibi hareket halinde olmayı ve hareketi ifade etmektedir. Günümüzde yazı, iletişim mekanizmalarındaki evrimle birlikte artık sabit bir formda durmuyor; aksine, zaman ve hareketin etkisi altında kontrol edilmektedir. (Krasner, 2008, s. 192).

Hostetler (2006: 41-49) kitenik tipografıyı, geleneksel statik baskı tasarımlarının aksine etkileyici görsel deneyimler yaratmak için hareketin gücünden yararlanan, edebi anlatıları tipografi, müzik, hareket, grafik tasarım, teknoloji ve diğer birçok disiplinle kusursuz bir şekilde bütünleştiren disiplinlerarası bir araç olarak tanımlamıştır. Hareketli grafik tasarımı alanı, metnin sınırlarını genişleterek onu statik, düz bir varlıktan, zaman ve sözcükleri birleştiren dinamik bir yapıya dönüştürür. Kinetik tipografi, metin tabanlı iletişimde duyguların iletilmesi için güçlü bir araç olarak hizmet eder ve zaman ilerledikçe renk, boyut ve durum açısından dönüşümlere uğrayan metni ifade eder. (Lee ve diğerleri, 2002:41).

Kinetik tipografi olarak da bilinen hareket tipografi, Lee ve diğer uzmanlar tarafından vurgulandığı gibi, metin ve hareketin entegrasyonu yoluyla duyguları aktarmanın bir yöntemidir. Tipografi üzerine yapılan geleneksel çalışmaların aksine, algısal psikolojideki araştırmalar, metni zaman odaklı bir şekilde sunmanın izleyicinin dikkatini çekme ve yönlendirmede başarılı olduğunu ve aynı zamanda potansiyel olarak okuma performansını iyileştirdiğini göstermiştir. Tipografi, hareketli grafiklerle birleştiğinde görsel hikâye anlatımının etkisini artırma konusunda olağanüstü bir yeteneğe sahiptir. Hareketli görseller ile stratejik olarak seçilmiş metnin birleşimi, izleyicilerde derin yankı uyandıran bir sinerji yaratır. Benzersiz kıvrımları ve hatlarıyla her yazı tipi seçimi, anlatıya canlılık katar ve kelimelerin tek başına aktarmaya çalışabileceği belirli duyguları ve anlamları uyandırır. Örneğin, cesur, bloklu bir yazı karakteri güven ve güç hissi yaratırken, hassas, ince, kırılğan bir yazı zarif ve asalet havası katabilmektedir. Tipografi ve hareketli grafikler arasındaki bu ilişki, izleme deneyimini, görsel öğelerin metinsel nüanslarla iç içe geçerek duyguların sürükleyici bir atmosferini oluşturduğu çoklu duyusal bir yolculuğa dönüştürmektedir. Tipografik odaklı hareketli grafikler, görsel öğelerin az olduğu

tasarımlarda bile doğası gereği bağımsız bir güce sahiptir. Kinetik tipografi, etkileyici anlatılar oluşturmak için metnin dinamik hareketinden yararlanır. Kinetik tipografi kelimelere hayat verir, onları anlatımın ritmiyle senkronize olarak dans eden, kayan ve titreşen görsel öğelere dönüştürür. Örneğin, önemli bir bilgiyi aktaran kinetik tipografi videosunun etkisini düşündüğümüzde görseller olmadan da metnin dinamik hareketi dikkati çeker, duyguları uyandırır ve iletilmek istenen mesajın izleyiciye ulaşmasını sağlar.

İyi kinetik tipografinin sırrı, harflerin ve kelimelerin aktarmak anlamını yansıtmak şeklinde hareketlendirilmesidir. Ekran üzerindeki rastgele hareketler ve efektler izleyicilerin zamanla ilgisini kaybetmesine neden olacaktır. Kinetik tipografi için en önemli faktörlerden biri tutarlılıktır. Hareketler bir araya geldiklerinde uyumlu ve düzenli olmalıdır. İyi bir hareketli tipografi örneğinde, her kelimenin üzerine tüm animasyon tekniklerini uygulamak yerine, dikkatlice seçilmiş bir paletle koordineli teknikler kullanılmalıdır. Hareketli bir tasarımın izleyici üzerindeki etkisini doğru bir şekilde ölçmek için tasarımcının hedef kitlenin bakış açısını benimsemesi gerekir. Duyguları uyandırmayı amaçlayan tasarımlarda bu özellikle önemlidir; çünkü verilmek istenen mesajın doğru bir şekilde iletilmesi ve tasarımın asıl amacından sapmadan duygunun aslına sadık bir şekilde yansıtılması zorunludur. Kinetik tipografi yoluyla sözlü ve görsel iletişimin entegrasyonu, statik metinlerin ifade gücünü arttırmak için çok çeşitli olanaklar sağlar (Basili ve Paziienza, 2007: 655). Kinetik tipografi, konuşma dilinin tonlama ve kendiliğindenlik gibi dinamik yönlerini "gerçek zamanlı" olarak görselleştirerek, geleneksel tipografik unsurlara ekstra bir boyut katar (Krasner, 2008: 138). Hareketli tipografilerde kullanılan her efekt izleyicide ayrı bir tepki uyandırır. Örneğin, korku hissini vurgulamak için tipografik bir düzenlemede kullanılan tekniklerden biri, yazı karakterini titretmek, kullanılan fontu bozmak veya arka planda ani karanlık bir geçiş eklemektir. Bu tür hareketler ve efektler, izleyiciye görsel bir gerilim yaratır ve korku duygusunu daha etkili bir şekilde iletebilmektedir.



Şekil 44. Rodrigo Blergh, korku kavramının hareketli tipografisi

Kaynak: <https://dribbble.com/shots/11608746-fear>

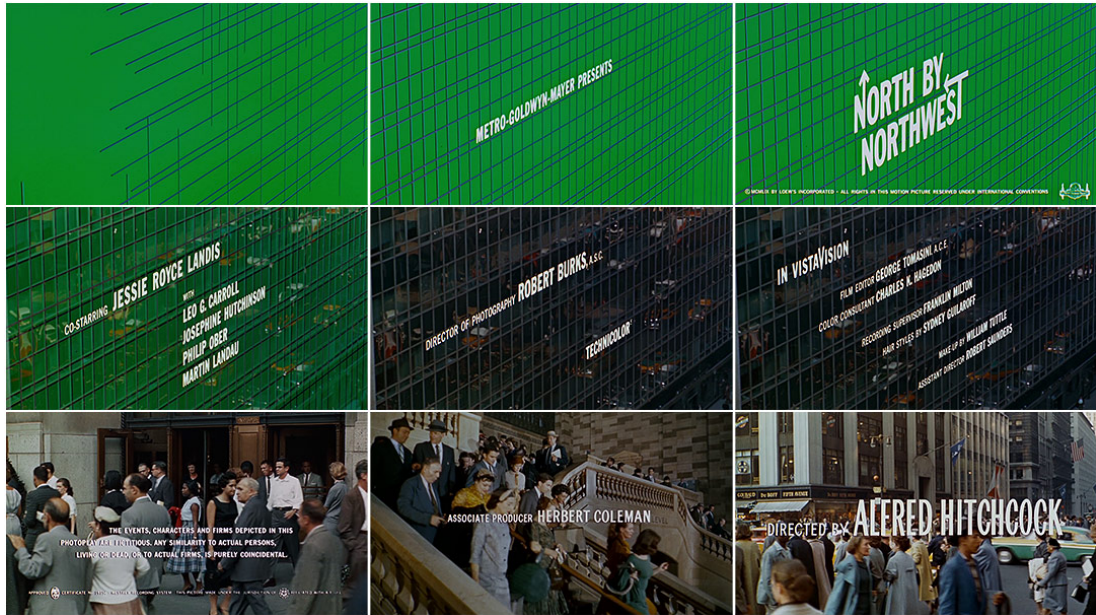
Son teknolojik gelişmeler, görsel iletişim alanında tasarımcılara pek çok olanak sunmuştur. Bu gelişmeler arasında kinetik tipografi, mesajların iletilmesinde olağanüstü bir araç olarak öne çıkmaktadır. Statik tipografiden farklı olarak kinetik tipografi, izleyicide duygusal tepkiler uyandıran çeşitli efektlerin ekrana taşınmasına olanak tanımaktadır. Kinetik tipografiyi diğerlerinden ayıran şey, hareket ve zaman kavramlarının ayrılmaz bileşenler olarak kullanılmasıdır. Kökleri modern sanat hareketlerine dayanan bu dinamik tasarım yaklaşımı, dijital teknolojinin sürekli gelişimi sayesinde dijital ortama kusursuz bir şekilde entegre edilmiştir. Sonuç olarak, tasarımcılar artık fikirlerini görsel açıdan büyüleyici ve etkileyici araçlarla iletmelerine olanak tanıyan sınırsız seçeneklere erişebiliyor. Kinetik tipografi olarak bilinen tipografi ve hareketin birleşimi, dijital teknolojinin hayatımıza kattığı sonsuzluğun bir yönüdür. Jenerikler, müzik klipleri, reklam dünyası, sosyal medya ve web gibi çeşitli ortamlarda her geçen gün daha da popülerlik kazanmaktadır. Bodine ve Pignol'un (2003) belirttiği gibi, duyguları uyandırma, kişiliği sergileme ve ses tonunu iletme konusundaki eşsiz yeteneği, hareketli tipografiyi güçlü bir ifade biçimi haline getirmiştir. Bu çok amaçlı yetenekler gelecekte de hareketli tipografinin varlığını sürdürmesine ve daha da gelişmesine katkı sağlayacaktır. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte tasarımcılar, fikirlerini daha sınırsız ve etkileyici bir şekilde iletebilmek için farklı seçeneklere sahip olacaklardır.

B. Hareketli Tipografinin Kullanım Alanları

Hareketli tipografiyi, billboardlardan ve reklamlardan logolara, dijital sanattan videoların açılış sahnelerine kadar her yerde görebilmekteyiz. Hareketli metnin bu dinamik biçiminin kökenleri deneysel sanat hareketlerine dayanmaktadır ve o zamandan bu yana çeşitli ortamlarda kullanılan ana akım tekneğine dönüşmüştür. Tüm izleme deneyiminin tonunu belirleyen film başlık dizilerinden, etkileyici mesajlar iletmek için kinetik tipografiden yararlanan reklamlara kadar uygulamalar çok geniş ve çok yönlüdür.

1. Jenerik Tasarımında Hareketli Tipografi

Kinetik tipografi alanındaki teknikler, popülerlik ve trendler zaman içinde evrim geçirmiş olsa da hayatımızda yeni bir kavram değildir. Aslında, kinetik tipografinin bilinen ilk kullanımı film jenerik sektöründe ortaya çıkmıştır. Carnegie Mellon Üniversitesi İnsan Bilgisayar Etkileşimi Enstitüsü ve Tasarım Okulu'ndaki araştırmacılar, kinetik tipografinin en eski örneğinin Alfred Hitchcock'un 1959 yapımı "North by Northwest" filmi olduğunu savunmaktadır.



Şekil 45. Hitchcock'un 1959 tarihli gerilim filmi North by Northwest jenerik tasarımı

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/north-by-northwest/>

Saul Bass'ın Psycho ve North by Northwest için tasarladığı jenerikler kinetik tip başlık dizisi, film ve TV başlık tasarımında hareketli tipografinin kullanılmasının yolunu açmıştır. Araştırmacılar, Bass'ın jeneriklerinin film

içeriğine yönelik bilgileri aktarmaktan öte, kelimelerle bir ruh hali oluşturarak film için sahneyi hazırladığını ifade etmektedir (Lee vd., 2002:41).

Günümüzde de kinetik tipografi aynı amaçla başlı başına bir sanat formuna dönüşmüştür. Hareketli tipografi kompozisyonlarının en ikonik ve şaşırtıcı örneklerinden bazıları bu tasarım alanından gelmektedir. En yaratıcı örneklerden biri Fransız ikili Kuntzel ve Deygas tarafından 2002 yılında tasarlanan “Catch Me If You Can” film jeneriğidir. Yukarıda örnek gösterilen “North by Northwest” filminin jeneriğine bakıldığında bu jenerik tasarımının Saul Bass'ın bir başka film jeneriği olduğunu düşünmekteyiz. Ancak film çekim tarihi Bass'ın ölümünden sonra olmasına rağmen etkisi hala sürmektedir. Jenerik boyunca kullanılan minimal çizgi ve tipografi sanatı, oyuncuların isimlerini hikayedeki ana malzemelerle eşleştirmek için akıllıca hareketlendirilmiştir. Jenerik filmden önce kendi içerisinde bir hikayeyi anlatıyor ve kinetik tipografi ana oyuncularından biri gibi davranmaktadır. Bass'ın ilham parıltıları, filmi kapsayan 1960'ların havasını yaratmaktadır. Bazen az daha fazladır ve bu başlık dizisinin dikkat çekici tasarımında da durum kesinlikle böyledir.



Şekil 46. Kuntzel + Deygas, “Catch me if you can” filminin jenerik tasarımı, 2002

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/catch-me-if-you-can/>
2021 yılında The Motion Awards tarafından belgesel filmin başlık sekansı kategorisinde ödüle layık görülen tasarım stüdyosu Elastic, kitaptan sahneye uyarlanan “Between the World and Me” jeneriğinin tasarımında kitaptan güçlü

tipografik öğeler, belgesel ve arşiv görüntüleri ile hareket anlatımını kullanarak Amerika'da siyah kültürünün gerçekleri hakkında etkileyici, düşündürücü ve bir okadar da canlı bir jeneriğe imza atmıştır. Bu unsurlar, aslında kitap yazarı olan Coates'ın ırk, kimlik ve sistemsizlik konularındaki düşüncelerinin derinliğini ve karmaşıklığını iletmeye yardımcı olarak daha etkileyici bir görsel deneyim sunmaktadır.



Şekil 47. Tasarım Stüdyosu Elastic, “Between the World and Me” filminin jenerik tasarımı, 2021

Kaynak: <https://colirio.works/between-the-world-and-me>

Günümüz yaratıcı başlık tasarımlarına en güzel örneklerden biri olan, 2022 yılında Emmy ödüllerine aday olarak gösterilen drama dizisi “Candy” Los Angeles merkezli yaratıcı ajans Imaginary Forces tarafından tasarlanmıştır. Candy Montgomery'nin gerçek yaşam öyküsüne dayanıyor ve Rube Goldberg'un makinelerinden ilham alıyor; tipografiyi kullanarak 1980'ler ev hanımı klişelerini uyumun ağırlığı altında çöken bir şekilde görselleştirmiştir. Bir zamanlar sayfaya yapışan kelimeler, mükemmel ev hanımı olma halinin Candy'nin dünyasının çökmesine nasıl yol açtığını anlatmak için bir sonraki sahnenin önüne düşerek hikayeyi bütünsel olarak anlatmaya devam etmektedir. Çarpıcı tipografi kullanımları ve retro renk teması ile kısa bir dizi gibi görünen şey büyüleyici ve geleneksel olmayan bir hikaye yapısına dönüşmektedir. "Candy" için tasarlanan metin tabanlı başlık tasarımı, gerilim ve merak oluşturmak amacıyla retro bir estetikte yavaş tempolu iki boyutlu hareketli grafikleri kullanmaktadır. Sanatsal

ve ilham verici olan bu jenerik tasarımı, gerçek suç dizisi Candy için sadeleştirilmiş grafiklerle mükemmel bir ev hanımı olma kılavuzunu bir cinayetin nasıl örtbas edileceği rehberine dönüştürmektedir.



Şekil 48. Tasarım Stüdyosu Imaginary Forces, “Candy” filminin jenerik tasarımı, 2022

Kaynak: <https://colirio.works/between-the-world-and-me>

2. Reklam Sektöründe Hareketli Tipografi

Hareketli grafikler ve tipografi alanındaki hızlı gelişmeler, günümüz teknoloji ve imkânlarıyla birleşerek, kinetik tipografide yeni ve çığır açan örneklerin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Bu alandaki yenilikler, izleyici deneyimini zenginleştiren ve görsel iletişimi daha etkili kılan çeşitli tekniklerin keşfedilmesine yol açmaktadır. Hareketli tipografinin ne kadar etkili olabileceğinin gerçekten harika bir örneği olarak Burger King'in yeniden markalama videosunu ele alabiliriz. Reklamda, metne hayat vermek, hareket ve enerji hissi yaratmak için farklı yazı tipleri, renkler ve boyutlar kullanılmıştır.

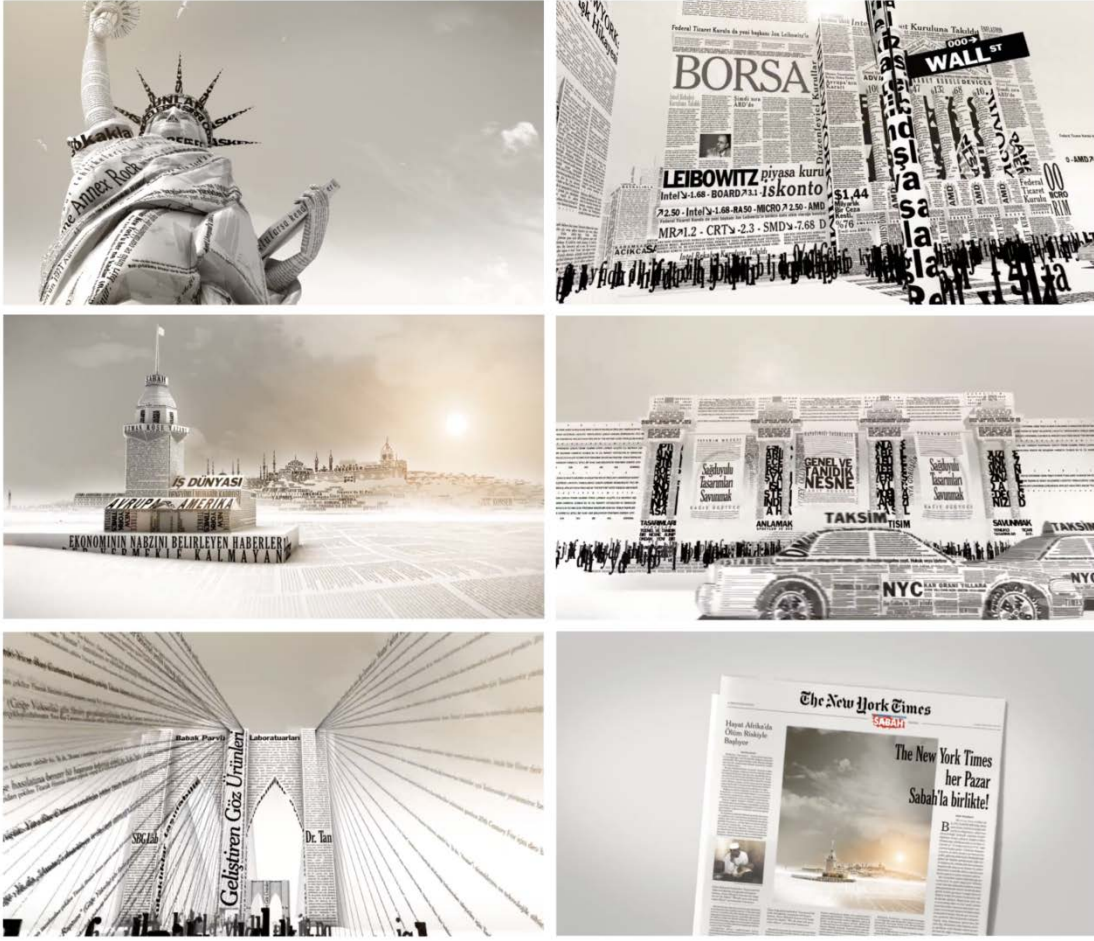
Kinetik tipografi kullanımı dikkat çekicidir ve reklamı geleneksel statik reklamlardan farklı kılmıştır. Metin hareketleri müzikle mükemmel bir şekilde zamanlanmış ve neşeli müzik, yaratıcı tipografi ve eğlenceli görsellerin birleşimi bu reklamı unutulmaz kılmaktadır. Kinetik tipografinin kullanılması reklamı çok yönlü hale getirerek ve farklı ortamlara kolayca uyarlanabilmesini sağlamıştır. Reklam sosyal medya platformlarında, web sitelerinde ve mağaza içi vitrinlerde kullanılmıştır. Genel olarak Burger King reklamı, reklam sektöründe kinetik tipografinin gücünün harika bir göstergesidir.



Şekil 49. Burger King Kinetik Tipografik Reklam Videosu, 2020

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=xwH4oVnuIAs&t=9s>

Hareketli tipografinin bir başka önemli örneği 2010 senesinde IF Design Award ödülünü alan “New York Times Turkish Edition” reklamıdır. İki şehrin tipografi ile oluşturulması ve bilgi hızı potansiyeli açısından birbirine çok yakın olduklarını gösterme fikriyle tasarlanmıştır. New York'un simgeleri, tasarlanan yüzlerce metin paragrafını kullanarak modellenmiş ve hareketlendirilmiştir. Gerçek haberlerden kullanılan metin kesitlerinden finans ile ilgili olan haber sayfaları Wall Street, eğlence haberleri ise Times Square gibi önemli simgesel mekanlarda gösterilmiştir. Reklamın amacı Amerikan gazetesini Türkiye'ye tanıtmak olduğundan, tipografinin etkileyici kullanımıyla izleyicileri Manhattan'dan İstanbul'a doğru bir tura çıkartmaktadır. İstanbul'un simgeleri boğaz köprüsü, kız kulesi gibi önemli mekanlar da türkçe haber metinleri kullanarak modellenmiş ve hareketlendirilmiştir. The New York Times'ın baskısının ilk sayısındaki gerçek sayfalar videoda kullanılmıştır.



Şekil 50. The Newyork Times Kinetik Tipografi Reklamı, 2009

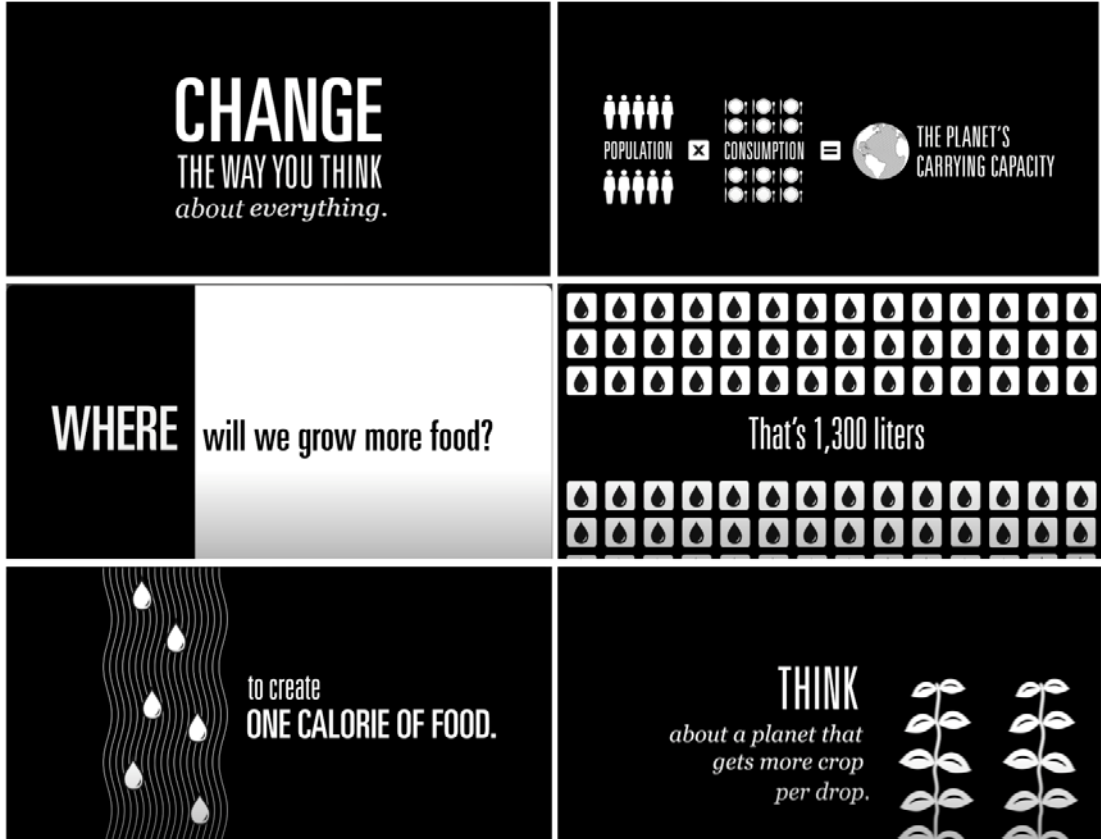
Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=rL6eTZl-jFo>

3. Eğitici ve Bilgilendirici Videolarda Hareketli Tipografi

Modern dijital çağımızda, bilgi paylaşma ve bilgi edinme yöntemleri sürekli gelişmektedir. Bu sürekli dönüşüm, bilgiyi daha etkili ve çekici bir şekilde sunma zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. Hareketli bilgilendirici videolar bu gereksinimi karşılayan yaratıcı bir çözüm sunmaktadır. Sadece birkaç yıl önce dijital pazarlama stratejilerimiz ağırlıklı olarak yüksek kaliteli yazılı içeriğe dayanıyordu. Ancak günümüzün rekabet ortamında yalnızca olağanüstü içerik üretmek artık yeterli değil. İçerik odaklı bu yarışta başarılı olmak için farklılaşmak ve izleyiciyi etki altında bırakmak çok önemli. Hareketli grafikler, geçişler ve ses efektlerinin dahil edilmesiyle istatistikler, veriler ve metinler artırılarak daha anlaşılır ve akılda kalıcı bir şekilde izleyiciye aktarılmaktadır.

2011 yılında Dünya Doğayı Koruma Vakfı WWF'nin gıda israfını önlemek için başlattığı kampanyanın "Change the Way You Think About Food" isimli

hareketli infografik videosu kitenik tipografinin kullanımına en yaratıcı örneklerden biridir. Hareketli tipografinin ve siyah-beyaz renk temasının akıllıca kullanıldığı bu video, aktarmak istediği mesajı anlatmak için minimal kullanımların önemini vurgulamaktadır. Anlatılmak istenen bilgiler doğrultusunda güçlü bir mesajı izleyicilere akılda kalıcı bir tipografi ile aktarmaktadır.



Şekil 51. World Wildlife Fund, Change the Way You Think About Food 2011

Kaynak: https://www.youtube.com/watch?v=s_JLmxhnpNY&t=23s

Eğitici hareketli videolar kategorisinde bir çok ödül sahibi olan “Be Sexy, Be Smart” Amsterdam tasarım ve animasyon stüdyosu PlusOne tarafından cinsel yolla bulaşan hastalıklar hakkında farkındalık yaratmak ve bireyleri bilinçlendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Tipografinin ve harika illüstrasyonların hareket ile birleşimi hedef kitlenin anlatılmak istenen mesajla kolayca bağ kurmasına olanak sağlamıştır. Böylelikle hikayeye iç içe geçen, izleyicide yankı uyandıracak ve akılda kalıcı bilgilendirici video sahneye çıkmıştır.



Şekil 52. PlusOne, Be Sexy, Be Smart, 2015

Kaynak: <https://vimeo.com/123717791>

4. Müzik Dünyasında Hareketli Tipografi

Televizyonun evlerde giderek yaygınlaşmasıyla birlikte müzik videoları da müzik endüstrisinin önemli bir bileşeni haline geldi. Ancak 2010'lu yıllarda video paylaşım platformlarının ortaya çıkması, müzik videolarında yeni bir akım olan lirik video tekniğinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çıktığı ilk zamanlarda lirik video diğer adıyla şarkı sözü videoları asıl videodan önce ön tanıtım olarak görev yaparak yeni şarkı ve ona eşlik edecek klip videosu için heyecanlı bir atmosfer yaratmak için kullanılmıştır. Ancak daha yakın zamanlarda lirik videolar, geleneksel rolü olan sadece yaklaşan yayınların tanıtım videosu olmaktan çıkarak, başlıca müzik videoları olarak hizmet edebilecek kadar karmaşık bir hale evrim geçirmiştir.

Şarkı sözlerinin hareketli metinlerle hayat bulduğu müzik videolarında mesajlarına enerji ve canlılık katmak için kinetik tipografi kullanılmaktadır. Bu teknik, yazılı sözcüğü daha önce keşfedilmemiş bir dinamizm alanına taşıyarak dilin algılanma ve deneyimlenme biçiminde devrim yaratmıştır. Ayrıca, lirik video ile etkileşimde bulunmak, izleyicilerin şarkı sözlerini öğrenmelerine yardımcı olmaktadır.



Şekil 53. Taylor Swift, Look What You Made Me Do, 2017

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=3K0RzZGpyds&t=6s>

Şarkı sözleri videolarıyla oldukça adından söz ettiren Taylor Swift'in "Look What You Made Me Do" adlı şarkısının 2017 yılında yayınlanan müzik videosunu inceleyebiliriz. Kullanılan hareketlerin ve tipografinin yetkinlik ve karmaşıklık düzeyi, tipik bir şarkı sözü videosunun düzeyini aşmaktadır. Her kelime, bir ilham kaynağı olarak hizmet veren ilgili imgelerle görsel olarak temsil edilmiştir. Örneğin, "Küçük oyunlarını sevmiyorum" cümlesine, satranç taşlarını satranç tahtasına stratejik olarak yerleştiren bir el eşlik etmektedir. Ek olarak görsel stil, Saul Bass'ın yarattığı ikonik açılış başlık sekanslarıyla benzerlik taşımaktadır. Kısa bir süre içinde bu şarkı sözü videosu etkileyici bir şekilde 48 milyon görüntülemeye ulaştı ve görüntülemeyle ilgili çok sayıda rekoru kırdı. Bu başarının, tam teşekküllü bir şarkı videosunun maliyetinin çok altında bir maliyetle elde edilmiş olması, müzik videolarına fahiş bütçeler ayırmanın haklılığı konusunda şüpheler uyandırmaktadır.

En başarılı örneklerden bir diğeri olarak Ed Sheeran'ın Perfect şarkısı için 2017 senesinde yayınlanan lirik videosu gösterilebilmektedir. Bir aşk şarkısı olan "Perfect" sevimli illüstrasyonlar ve her şarkı sözüne farklı yazı karakterleriyle karşımıza çıkmaktadır.

Video boyunca hiç kopmadan devam eden tipografik akış ve siyah-beyaz renk temasıyla beraber soft renklerin sahnelere dahil edilmesi videonun müzikle ilişkisini etkileyici ve akılda kalıcı olacak şekilde sahneye çıkartmıştır.

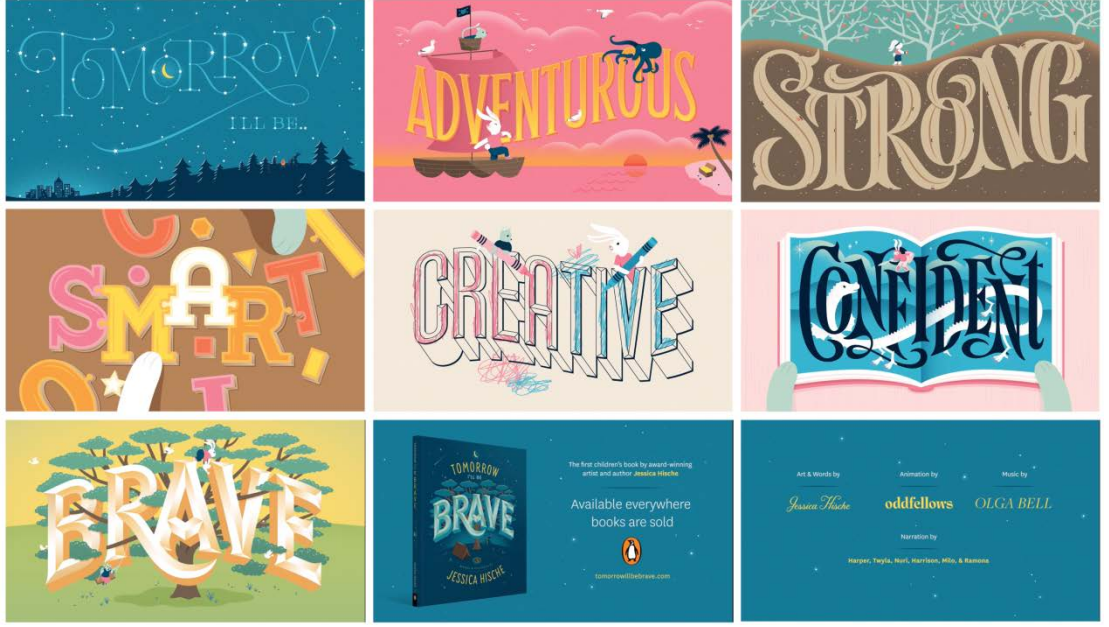


Şekil 54. Ed Sheeran, Perfect, 2017

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=iKzRIweSBLA&t=11s>

5. Hikayeyi Aktarma Amacı Taşıyan Hareketli Tipografi

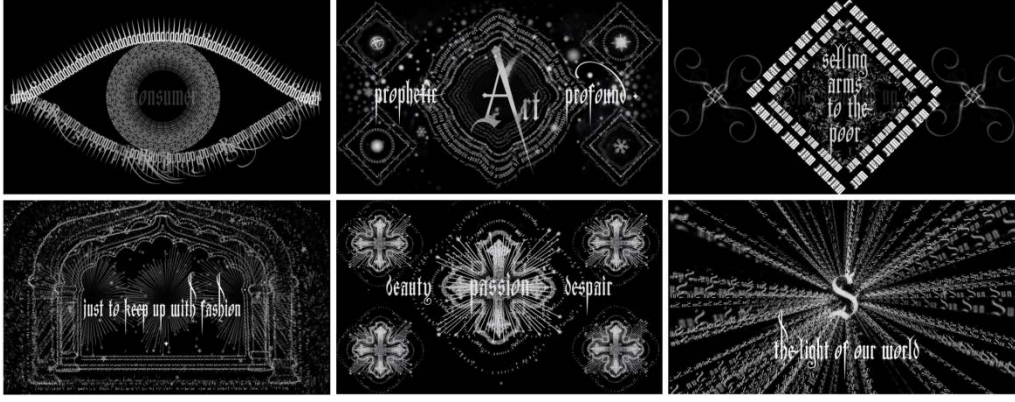
Güçlü duyguları uyandırmaya, ilham vermeye ve bireyleri güçlendirmeye hizmet eden kinetik tipografinin özüne inildiğinde önemli bir temel unsur vardır: Hikâye anlatma sanatı. Buna en güzel örneklerden biri Jessica Hische'nin yazdığı “Yarın Cesur Olacağım” isimli çocuk hikayesinin tanıtım videosudur. Yarın Cesur Olacağım videosu güçlü bir hikâye anlatma aracı olarak kinetik tipografinin gerçek potansiyelini vurgulayan, eğlenceli, kısa fragmanında kitabın sayfalarına hayat vermek için kinetik tipografiyi kullanmıştır. Bu videonun en ilginç yanı, tüm sahneyi oluşturmak için bizzat kelimelerin kullanılmasıdır. Örneğin, güçlü kelimesi bir karınca çiftliğinin tünellerine, güvenli kelimesi ise ejderhayı katleden şövalyenin savaş alanına dönüşmektedir. Bu yaklaşım, videoyu tipik kitap fragmanlarından oldukça farklı kılarak kinetik tipografiyi kullanmanın ilginç bir yolunu sunmaktadır.



Şekil 55. Jessica Hische, Kitap Tanıtım Hareketli Videosu, 2018

Kaynak: <https://vimeo.com/283357683>

Başarılı hikayesel hareketli tipografilerden biri Oliver Harrison tarafından tasarlanan “Apocalypse Rhyme” videosu 2014 Animasyon Ödülleri'nde En İyi Hareketli Grafik ödülü dahil olmak üzere kategorisinde bir çok ödüle sahip olmuştur. Kinetik tipografi gerçekten bu gösterinin yıldızıdır. Bu videodaki her şey harflerden oluşturulmuş ve bu teknolojik çağda edebiyatın gelişimi için heyecan verici potansiyele sahip bir araç olan kinetik tipografik bir şiirdir. Kıyamet destinasyonu, dünyanın sonunu bekleyen ya da dünyanın sonunun ortasında olan insanlığı tasvir eden gişe rekorları kıran Hollywood filmleri ile dolup taşmaktadır. Harrison, bu hareketli grafik video ile kıyametin yüceldilmesi ve popüler medyanın bunu fiziksel bir ölüm olarak yorumlamasıyla alay ediyor ve şu anda kıyamet sonrası bir dünyada var olduğumuzu ortaya koymaktadır.



Şekil 56. Oliver Harrison, Apocalypse Rhyme, 2018

Kaynak: <https://vimeo.com/83327350>

IV. HAREKETLİ GRAFİKTE TARİHE İZ BIRAKANLAR

A. Saul Bass

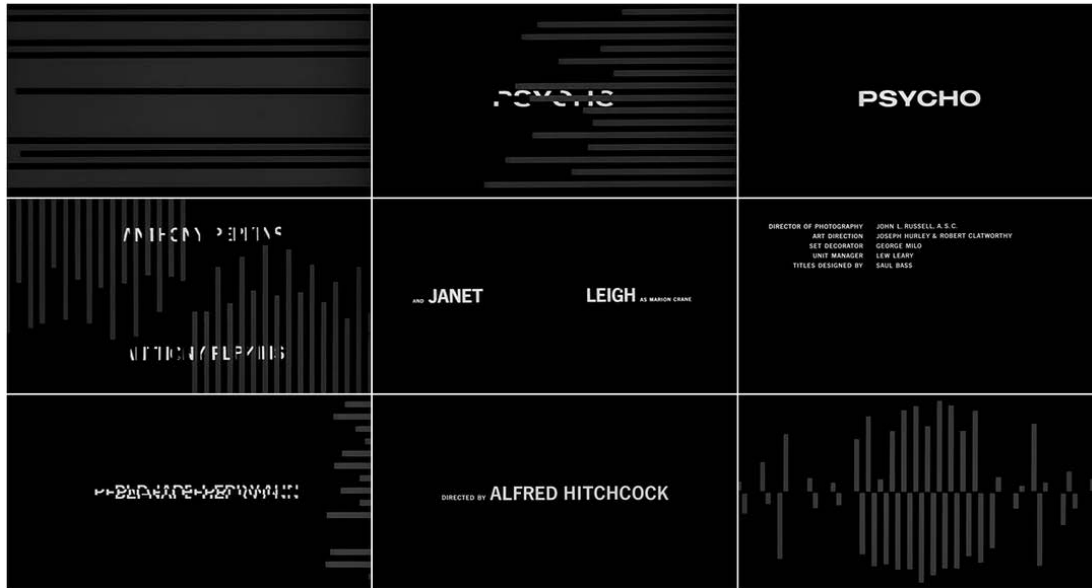
İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde grafik tasarımda Amerikan modernizminin öne çıkan isimlerinden biri olan ikonik tasarımcı Saul Bass (1920-1996) çok yönlü bir disiplini benimsediği için tasarımın çeşitli alanlarıyla ilgilenmiştir. New York'ta doğmuş, eğitimini Modernizm hareketinin önde gelen isimlerinden Gyorgy Kepes'ten alma imkanına sahip olmuştur. Etkileyici görseller yaratma becerisiyle tanınan Bass, Exxon Mobil, United Airlines, Minolta, AT&T ve Warner Communications gibi çeşitli şirketler için kurumsal logolar ve marka kimlikleri tasarlayarak kalıcı bir iz bırakmıştır. Ancak Bass'ı diğerlerinden asıl ayıran şey film jeneriğine kattığı ruh, hareket ve yenilikçi yaklaşımıdır. Geleneksel olarak işlevsel olan bu unsurları yepyeni bir iletişim sanatına dönüştürerek sinema ve hareketli grafikler dünyasına önemli katkılar sağlamıştır (Timmer, 1999, s.17).

Geleneksel olarak film jenerikleri, sanatçıların, yapımcıların ve bir çok ismin herhangi bir grafiksel öge veya hareket olmadan birbiri ardına görüldüğü temel tipografi ve hareketsiz görüntülerden oluşuyordu. Aynı döneme ait King Kong gibi filmler tasarımlarının temelini yalnızca tipografi kullanarak görselleştirmiştir. Ancak Saul Bass, açılış jeneriklerini bir sanatsal ifade biçimine dönüştürerek tarihe ismini eskimeyecek şekilde not ettirmiştir. Açılış jeneriğinin yalnızca bilgi aktarmak için değil, aynı zamanda atmosferi oluşturmak, filmin temel mesajını iletmek ve belirli duyguları uyandırmak için kullanılmasına da öncülük etmiştir.

Bu konuda Saul Bass, Pamela Haskin ile yaptığı röportajda, bir filmin başlangıcını düşünürken, açılış jeneriğinin amacını da düşündüğünü ifade etmiştir. Bu kredilerin filmi güçlendirmeye hizmet ettiği açıktır. Başlangıçta açılış jeneriğinin anlatının genel havasını oluşturabileceğini, film için temel anlatı olacağını ve hikayeyi bağlamsallaştırmanın bir yolu olacağını düşündüm. Bana

göre açılış jeneriği seyirciyi hazırlayan, filmin başından itibaren duygusal bir bağ kurmasını sağlayan bir mekanizma görevi görmektedir (Haskin; Bass, 1996: 12).

Eğlence reklamcılığı alanında kariyer yapmak isteyen Bass, 26 yaşındayken Los Angeles'a taşındı. Ünlü film yönetmeni Otto Preminger ile ilk kez 1954'te işbirliği yaptı ve sinema dünyasına ilk adımını attı. Carmen Jones filminin büyüleyici açılış sahnesini tasarlayarak yaratıcı dokunuşunu kattı. Ertesi yıl Bass, Preminger ile birlikte çalışacağı on bir dikkat çekici filmde sadece biri, en ikonik eseri Altın Kollu Adam'ın posterini ve açılış sahnesini hazırlayarak olağanüstü yeteneğini bir kez daha sergiledi. Özellikle Saul Bass'ın sanatsal katkıları Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick ve Martin Scorsese gibi saygın yönetmenlere sıklıkla ilham kaynağı olmuştur.



Şekil 57. Psycho filminin jenerik tasarımı, 1960

Kaynak:<https://www.artofthetitle.com/title/psycho/>

Haskin ile yaptığı görüşmede Bass, bir filmin gerçek başlangıcının ilk kareyle gerçekleştiğine dair inancını dile getirdi. Bu ilk anda, manşetlerin tipik olarak salt tipografik unsurlar olarak ele alındığını, çoğu zaman ustaca uygulanmadan yoksun olduğunu ve izleyicilerin bu zamanı rahatlamak, tuvaleti kullanmak veya sohbete katılmak için kullanma eğiliminde olduğunu gözlemledi. Bu dönemin henüz keşfedilmemiş olanaklarının farkına varan Bass, fikrini Otto Preminger'e sundu; birlikte jenerik dünyasının hareketle ve tipografiyle buluşturmaya zemin hazırladılar. Bu yaklaşımın ardındaki asıl fikir, açılış jeneriğinin filmin içine yerleştirilmiş mini film olarak kullanılmasını, filmin

atmosferini oluşturma amacına hizmet etmeyi ve izleyiciyi duygusal olarak hikayenin beklentisine dahil etmeyi içermektedir.

Saul Bass'ın açılış başlıkları ağırlıklı olarak karmaşık olmayan geometrik şekillere ve bunların taşıdığı sembolik güce dayanan yaratıcı bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Bu basit tasarım sayesinde başlıklar geniş fikirleri ve karmaşık mesajları iletmiş ve filmin başından itibaren izleyicilerden duygusal tepkiler almayı başarmıştır. Bu sanatsal teknik, açılış jeneriği alanında sanatsal ifade potansiyelini sergileyen, zamanının ilerisinde olan yenilikçi sekansları ortaya çıkarmıştır.

Saul Bass'ın kendine özgü estetiği, yenilikçi tipografik teknikleri, yazı tipi ve stil seçimi, minimalist geometrik şekillerin kullanımı, formlar ve tipografi arasındaki bilinçli boşluklar, elde edilen çarpıcı kontrast ve ikonik jenerik tasarımlarında sergilenen genel denge ile kendine has bir tarz haline gelmiştir. (Ahmadoghlu, 2021: 97) Bass'ın kendine özgü tarzı, Pink Panther ve James Bond gibi popüler Hollywood serilerinin yanı sıra "Catch Me If You Can" (2002) ve televizyon dizisi "Mad Men" gibi daha yeni eserlerde karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 58. Mad Men filminin jenerik tasarımı

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/mad-men/>

Saul Bass, sinemadaki kariyerinin başlangıcından bu yana sanatsal çalışmalarında sürekli olarak "yeniden karıştırılabilirlik" kavramını benimsedi. Bass'ın çalışmaları, özü itibarıyla, hareketli görüntüleri ve tipografiyi çeşitli

içeriklerle kusursuz bir şekilde harmanlayan remiksleme tekniklerinin entegrasyonunu gerektirmektedir. Yeniden karıştırılabilirliğin bu doğasında olan mantığı, Bass'ın tüm sinematik yaratımlarında açıkça görülmektedir ve görüntü işleme teknolojisinin evrimi, şüphesiz onun yeniden düzenleme çabalarındaki karmaşıklık düzeyini yükseltmiştir. 1990'ların ortalarına kadar Saul Bass, sinema endüstrisine katkıda bulunmaya devam etmiştir.

Aynsley'e (2001:104) göre Bass'ın 20. yüzyılın ortalarındaki etkisi, film ambalajlama ve pazarlamaya yeni bir bakış açısı getirerek grafik tasarım alanında sınırları zorlamış ve yenilikler getirmiştir. Çeşitli endüstriyel ürünlerle yaptığı işbirlikleri sayesinde ilgi çekici ve silinmez bir estetik yaratarak reklamcılık ve film tanıtımı arasındaki bağı akılda kalıcı olacak şekilde değiştirmiştir. Bass, ömrü boyunca bir çok başarıya imza atmıştır. 1969'da kendi çektiği filmi ile oscar, 1977'de New York Sanat Yönetmenleri Onur ödülünü almıştır. Ayrıca Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü tarafından Altın madalyaya layık görülmüştür.

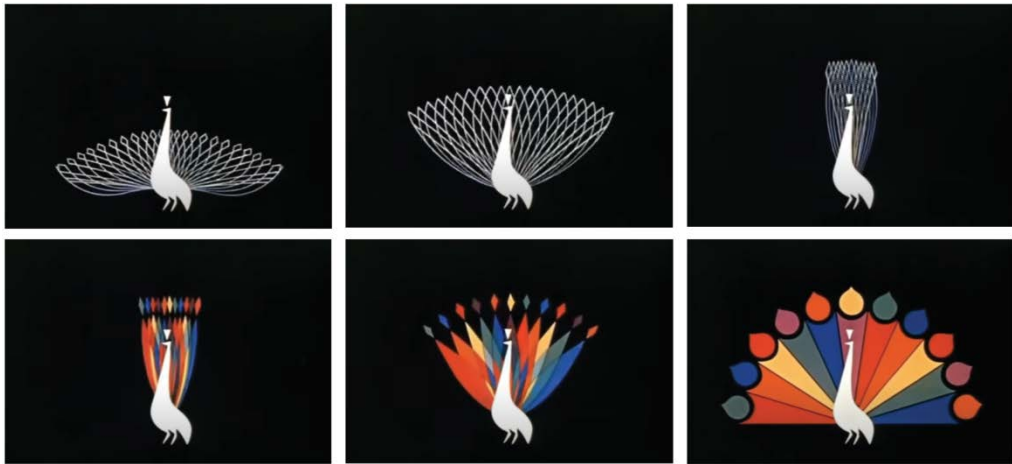
B. Pablo Ferro

Sanatsal ifadenin ve yenilikçi tasarımın sınırlarını sürekli zorlayan ünlü bir isim olarak karşımıza çıkan Pablo Ferro, hareket tasarımı ve tipografi dünyasında önemli bir güç olarak kendini kanıtlamıştır. 1935 yılında Küba'da doğan Ferro, dikkate değer yetenekleri ve çok sayıda unutulmaz film başlık tasarımı sayesinde bu alanda gerçek bir vizyoner olarak konumunu günümüzde de hala korumaktadır.

Pablo Ferro'nun sanata duyduğu ilgi, erken yaşlarda belirginleşmiş ve bu ilgi onun kariyerine yön vermiştir. Lutz (2020:2), Ferro'ya dair araştırma makalesinde, Jeff Bridges'in rehberliğinde, arkadaşları ve yakın akrabalarıyla yapılan röportajlardan derlenen Richard Goldgewicht'in 2012 yapımı bir Pablo belgeseli çektiğini belirtmiştir. Film boyunca Ferro, beş yaşındayken başlayan çizime olan ilgisini basit bir ifadeyle, "Ağacı çizebileceğimi fark ettim ve ortaya çıkan çizim, gerçek bir ağaca benziyordu." şeklinde açıklamaktadır. Bu basit çocukluk hikayeleri, yıllar sonra bile gelişmeye devam eden kalıcı hayal güçlerinin bir kanıtıdır. Üstelik bu anekdotlar, onların sarsılmaz başarı dürtülerinin kaynağına da ışık tutmaktadır. Ailelerinin Küba'daki mısır çiftliğinde

çalışırken, mısırları ayıklarken beklenmedik bir şekilde Ferro'nun ayak parmaklarına bir akrep konmuştur. Buna cevaben büyükbabası, olayı yavaş hareket etmesine bağlamış ve bu tür aksiliklerden kaçınmak için ona harekete devam etmesini tavsiye etmiştir. Bu aydınlatıcı hikaye, Ferro'nun harekete olan tutkusunun başlangıç noktası olarak nitelendirilmektedir. Pablo'nun ifadesine göre, "Her ne olursa olsun, işim veya kişisel hayatım, onu hareket ettiriyorum. Pablo, durgunluğun potansiyel tehlikelerini ve sonuçlarını vurgulayarak, bireyin hayata ve yaratıcılığa dair bakış açısına dair değerli bilgiler sağlamaktadır.

Ferro, 12 yaşındayken Küba'dan Amerika Birleşik Devletleri'ne göç etmiştir. Burada kariyerine aslında çizgi roman çizerek başlamıştır. New York'ta grafik tasarım ve animasyon eğitimine devam etmiştir. Bu süre zarfında edindiği bilgi ve yetenekler, daha sonraki başarıları için güçlü bir temel oluşturmuştur. Kariyerinin ilk aşamalarında Ferro, NBC için açılıştaki tavus kuşu logosunu tam renkli yaratarak dikkate değer bir başarı elde etmiştir. Başlangıçta logo, tek renkli siyah ve beyaz renkte başlıyor ve görkemli kuyruk tüyleri zarif bir şekilde yükselmektedir. Ancak zirveye ulaştıklarında canlı bir renk patlaması ortaya çıkıyor ve logoyu bugün tanıdığımız ikonik gökkuşağı görüntüsüne dönüştürmektedir. Minimalist tasarımıyla animasyonlu tavus kuşu, izleyicileri tam bir gökkuşağı görüntüsü oluşturan büyüleyici renkli tüylerle karşılamaktadır. Logoda siyah beyazdan renkliye geçiş yoluyla Ferro, NBC'nin sürekli gelişen televizyon teknolojisine uyum sağlama yeteneğini ustaca aktarmıştır. Bu büyüleyici logo, kanalda 1956'dan 1962'ye kadar kullanılmıştır.



Şekil 59. Pablo Ferro tarafından canlandırılan NBC logosu, 1957

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=Ug9ndBnWi9A>

Ferro'nun başlık tasarımı alanına yaptığı öncü katkılar, adının film endüstrisinde mükemmellikle eşanlamlı hale gelmesini sağlamıştır. Özellikle de Stanley Kubrick'in "Dr. Strangelove" (1964) ve "Clockwork Orange" (1971) gibi ikonik filmlerinin jeneriklerini tasarlaması, onun sektörde öne çıkan bir figür olarak statüsünü sağlamlaştırmıştır. 1968 yapımı The Thomas Crown Affair filmiyle sergilediği çığır açan split-screen düzenleme tekniği, reklamların hızlı ve heyecan verici enerjisini sinematik deneyime enjekte etmiştir. Kariyeri boyunca Ferro, Beetlejuice, Men in Black ve Stop Making Sense gibi ikonik filmlerin yüzden fazla başlık sekansına yaratıcı dokunuşlarını katmıştır. Dr. Strangelove'un ikonik jeneriğinden The Thomas Crown Affair'in çığır açan bölünmüş ekran montajına kadar Ferro'nun benzersiz görsel stili ve yenilikçi teknikleri, hareketli tasarım dünyasında silinmeyecek izler bırakmıştır. Çok ekranlı animasyon, hızlı kesimler ve farklı görsellerin kullanımı yalnızca televizyonu, sinemayı ve reklamcılığı zenginleştirmekle kalmadı, aynı zamanda çocuk kitabı illüstrasyonları alanına da yayılmıştır.

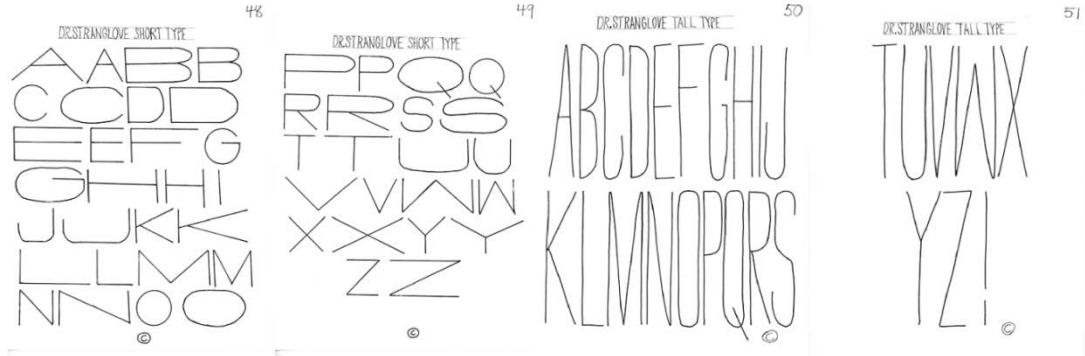


Şekil 60. The Thomas Crown Affair Jenerik Tasarımı, 1968

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/the-thomas-crown-affair/>

Ferro'nun tipografiye yenilikçi yaklaşımı, etkileyici ve anlamlı öğelerin açılış başlık dizilerine dahil edilmesine olanak tanımıştır. Kompozisyonda beyaz alanı ustaca kullanan ve harf anatomisindeki farklı oranları keşfeden Ferro'nun kusurlu ama büyüleyici karakterleri, arka plandaki görünürlükten ödün vermeden merkezde yer alıyor. Bunun en ikonik örneği, Ferro'nun farklı tarzının kalıcı bir

etki yarattığı ve başlık sekanslarının tipografisinde yeni bir süreç başlatan Dr. Strangelove'un jeneriğinde görülebilir. Bu jenerik, Ferro'nun el yapımı yazı tiplerinin sanatsal kimliğinin tanımlayıcı bir unsuru haline gelmesini sağlamıştır. Film ve reklam endüstrilerini bugüne kadar şekillendirmeye devam eden bir trend olarak hala karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 61. Ferro'nun Dr. Strangelove için tasarladığı font ailesi

Kaynak: <https://designobserver.com/feature/ferros-letters/40077>



Şekil 62. Ferro'nun Adams Ailesi için hazırladığı jenerik tasarımı

Kaynak: <https://eyeondesign.aiga.org/youre-influenced-by-film-title-designer-pablo-ferro-and-you-dont-even-know-it/pablo-ferro-film-title-design-addams-family/>

Pablo Ferro'nun televizyon ve sinema dünyasına yaptığı katkıların etkisi, yalnızca kendi çalışmaları aracılığıyla değil, aynı zamanda onun etkisinden ilham alan yeni nesil görsel-işitsel tasarımcılar ve post-produksiyoncular aracılığıyla da varlığını sürdürmektedir. Ferro'nun mirası sayesinde, bu tasarımcılar

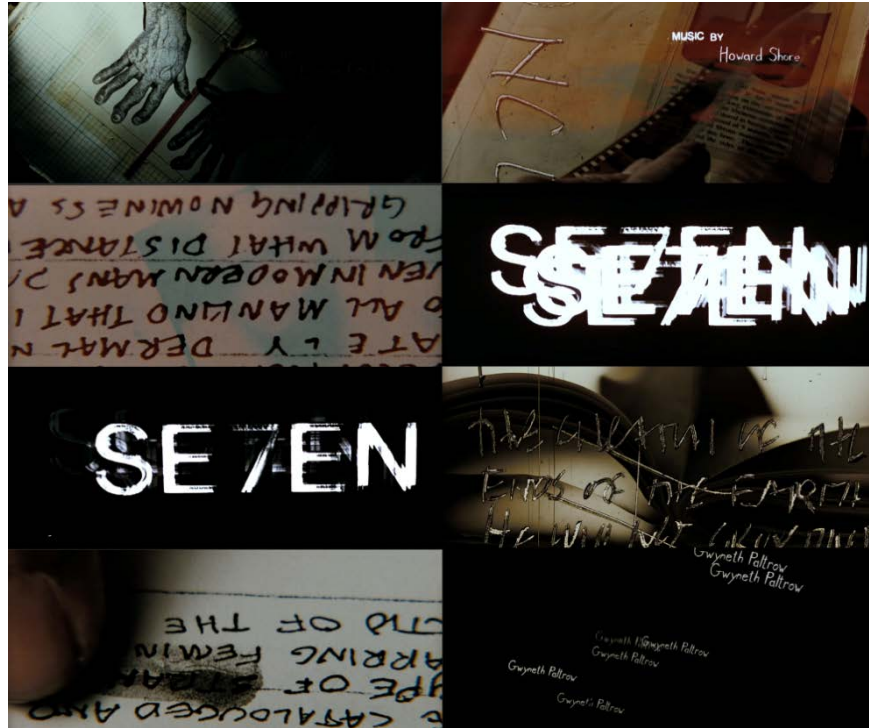
geleneklerden kurtulma ve görsel iletişimin yeni yollarını cesurca keşfetme konusunda kendilerini güçlü hissetmektedirler. Baş döndürücü kesmeler, kusurlu harfler ve optik yazıcıda birden fazla görüntünün kullanılması gibi teknikler eski moda olarak kabul edilse de bunlar hâlâ çağdaş görsel-işitsel kültürümüzle alakalıdır. Ferro sadece teknik açıdan değil aynı zamanda duygusal ve estetik bir boyutuyla da öne çıkmaktadır. Yaratıcılığının özgürlüğü, kuralsızlık hissi ve cesur tasarım anlayışı günümüzdeki görsel-işitsel kültürümüzün hala etkisi altında olduğu bir parçadır.

C. Kyle Cooper

Tasarım tutkunları ve profesyoneller arasında tanınan ve saygı duyulan Kyle Cooper, jenerik tasarım alanında son derece önemli bir yere sahiptir. Onun yaratıcı kişiliği, son yirmi yılın en büyüleyici jenerik tasarımlarını doğurmuştur. Bir grafik tasarımcısı, animatör ve yönetmen olarak Cooper'ın farklı hareketli grafikleri izleyicileri daha ilk andan itibaren büyülemektedir. Hikâye anlatımını geliştirmek için çeşitli malzeme ve teknikleri ustaca birleştirerek, izleyicinin dikkatini zahmetsizce çekerek onların duygularına ve beklentilerine ustaca rehberlik etmekte, sonuçta onları arzu edilen sinematik hedefe yönlendirmektedir. Film jeneriği tasarımı alanında Kyle Cooper, Saul Bass ve Pablo Ferro gibi saygın isimlerin yanında yer almaktadır. Adını içinde bulunduğu döneme altın harflerle kazıdığı diyebileceğimiz Se7en filminin jenerik tasarımıyla bu alanda lider isim olarak konumunu sağlamlaştırdı. Reklam ve basılı medyadaki grafik tasarım trendlerinden ilham alan Cooper, efsanevi Saul Bass'ın izinden giderek jenerik tasarımında öne çıkan bir figür haline gelmiştir (Noyan, 2006).

Krasner'in (2008, 23) belirttiği gibi, Cooper'ın bilgisayar çağındaki tasarıma yönelik yenilikçi yaklaşımı, onu 1990'larda öncü olarak konumlandırmıştır. Geleneksel baskı tasarımı yöntemlerini dijital tekniklerle ustaca birleştirerek her iki disiplinin işbirlikçi kullanımını teşvik etmiştir. Bu farklı yaklaşım şüphesiz film endüstrisinde kalıcı bir etki bırakmıştır. Cooper, benzersiz vizyonu ile Bass'ın çığır açan çalışmalarına yeni bir soluk getirmiştir. Se7en, Gattaca, Dead Man on Campus gibi filmlerin jenerikleri Cooper'ın sektörde yeni bir dönem başlatmasına sebep olmuş ve on yılın sonunda yaratıcı manzaraya görkemli bir hava katmıştır (Myerson, 316).

Kyle Cooper, hareketli jenerik tasarımı yeniden canlandıran ve onu ayrı bir sanat formu statüsüne yükselten kişi olarak tanınmaktadır. Se7en filmi için 1995 senesinde yaptığı yaratıcı jenerik tasarımı algımızda ve anlayışımızda dönüşüm yarattı ve tarihte en sık taklit edilen jenerik olarak kabul görmektedir. Se7en filminin jeneriği, New York Times tarafından 1990'ların en önemli tasarım yeniliklerinden biri olarak nitelendirilmiştir. Semlyen (2010), Kyle Cooper'ın Se7en filminin jeneriği için olağan dışı bir strateji benimsediğini belirtmiştir. Bugüne kadar diğer filmlerin jenerikleri mevcut olan görseller ve senaryo metinleri üzerine inşa edilirken, Cooper, film henüz çekilmeden önce senaryoyu okuyarak kendi jenerik tasarımı için ayrıca bir senaryo yazmaya karar vermiştir. Jeneriği oluşturan seri katiliğin günlüğünü hazırladığı sahneyi filmde bağımsız ve özel bir prodüksiyonla üretmiştir. Psikolojik gerilim film kategorisinde olan Se7en için jenerik tasarımı yaptığı sırada R/GA'da kreatif direktör olarak çalışan Cooper hareketli grafik tasarımda geleneksel ile modern teknikleri bir arada kullanarak cesur, karanlık ve radikal bir grunge etkisi katmıştır.



Şekil 63. "Se7en" filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/se7en/>

Kyle Cooper'ın "Se7en" için hazırladığı başlık tasarımı, müzik seçimi, arkadan duyulan çığlık sesleri, titrek bir el yazısı karakteri, kesilmiş gazete

kupürleri gibi detaylarla katilin zihinsel faaliyetlerini seyirciye görsel bir şölen olarak aktarmıştır. Filmin atmosferini yansıtmak için asimetrik denge içerisinde hareket eden metin, müzik, aksiyon ve gerilimle mükemmel uyum yakalamışken, elle yazılan tipografik öğeler izleyicinin dikkatini çekmektedir. Sekansta kullanılan aksaklık efektleri ve deformasyonlu tipografi filmin içeriğini ayrıntılı bir şekilde tasvir etmektedir. Filme konu olan cinayetler, katilin kendi yazısıyla yazdığı günlükler ve bütüne dair ipuçları Acar'ın (2015:14) belirttiği gibi jenerik tasarımına ustalıkla entegre edilmiştir. Cooper katil ve oyuncuların isimlerini gizleyerek merak uyandırmış ve izleyiciyi bir tür dedektif gibi hissettirmiştir.

Cooper kariyerini, 2005'te Chunky ile yaptığı bir röportajda şu sözlerle ifade etmiştir. “15 yıldır hareketli jenerikler tasarlıyorum ve üretiyorum. Her şey aslında R/GA NY’de başladı; sonrasında R/GA LA’da kariyerime devam ettim. Sonunda Imaginary Forces kurdum ve hemen ardından Prologue Films'i kurdum. Şu anda reklam ve tasarım süreçlerini yönetiyorum.” (Raffe,2020) Cooper'ın kariyerini ve tasarım dünyasına katkılarını değerlendirdiğimizde, onun ifadelerinin aşırı basite indirgenmiş olduğu görülmektedir. Ancak, bu basit ifadelerin ötesinde, Cooper'ın yaratıcılığı ve etkisi, jenerik tasarımı alanında önemli bir iz bırakmıştır. Kyle Cooper, Los Angeles dergisi tarafından “jenerik tasarımının Da Vinci'si” olarak adlandırılmıştır. Sinema Sanatları ve Bilimleri Akademisi üyesi olan Cooper, Londra'daki Royal Society of Arts tarafından endüstri için kraliyet tasarımcısı unvanı ile onurlandırılmıştır. Yedi Emmy adaylığına sahip olan Cooper, iki ödül kazanmıştır. Ayrıca, 2014 yılında, Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü tarafından kendisine, film ve televizyon için başlık sekansları tasarlama konusundaki cesur ve beklenmedik tarzı nedeniyle, yaşam boyu başarı madalyası verilmiştir (“Kyle Cooper”, 2023).

Onun kariyerinde 100'den fazla jenerik tasarımı bulunmaktadır. En dikkate değer olanlar arasında American Horror Story, Se7en, Tron: Legacy, Spider-Man, The Island of Dr. Moreau, The Walking Dead, Iron Man, The Incredible Hulk, Superman ve Braveheart gibi filmler yer almaktadır.



Şekil 64. “The Island of Dr. Moreau” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/the-island-of-dr-moreau/>

Cooper'ın kariyeri, filmler, televizyon şovları, video oyunları ve şirket logoları dahil olmak üzere çeşitli ortamları kapsayan çok sayıda tasarım kategorisini içermektedir. Sanatsal çabaları ona prestijli iki ödülün yanı sıra çok sayıda Emmy adaylığı kazandırmıştır. Şu anda aktif olarak film endüstrisindeki saygın isimler için büyüleyici projeler yaratmaya devam etmektedir. Özellikle şirketi, Marvel ve BBC gibi tanınmış kuruluşlarla ortaklıklar kurarken aynı zamanda uzmanlıklarını Wimbledon ve Dünya Kupası gibi önemli etkinliklere de aktarmaktadır. Cooper her sene, filmin bitiş zamanın çok ötesinde izleyicilerin akıllarında kalan nefes kesici tasarımlar yaratmaya devam etmektedir. Kyle Cooper kişisel bir motivasyon kaynağı olarak hizmet ederken, tasarımın sözcükleri aşma gücüne sahip olduğunu canlı bir şekilde göstermektedir.

D. Richard Greenberg

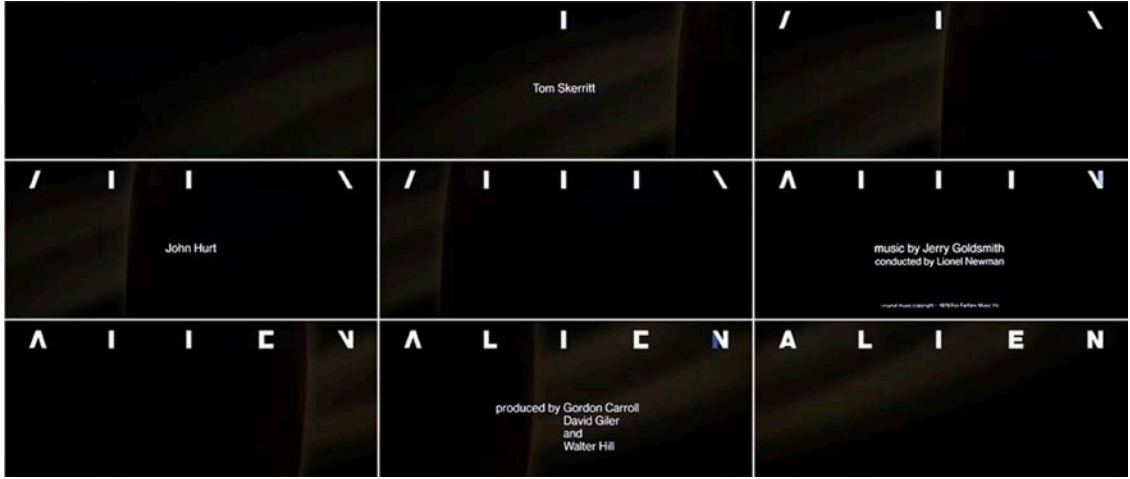
Greenberg, endüstriyel tasarım alanında lisans ve grafik tasarım alanında yüksek lisans derecesine sahip son derece yetenekli bir hareketli grafik ve başlık tasarımcısıdır. Alanında tarihe iz bırakmış isim olan Greenberg, ayrıca tasarım konusundaki bilgi ve tutkusunu, IIT ve Chicago'daki Illinois Üniversitesi gibi prestijli kurumlarda ders vererek paylaşmıştır. Greenberg, 1977'de kardeşi Robert ile birlikte New York merkezli bir reklam ve pazarlama ajansı olan R/GA'yı kurmuştur. Teknolojinin etkin kullanımıyla geleneksel tasarımda devrim yaratan bu ajans teknik kategoride Akademi Ödülü'ne layık görülmüştür. R/GA yalnızca

jenerik tasarım alanında önemli ilerlemeler sağlamakla kalmadı, aynı zamanda Kyle Cooper gibi yetenekli tasarımcıların da bu alana katkıda bulunmalarını sağlamıştır. "Superman" ve "Alien'ın" başarısının ardından şirket, çeşitli sektörlerdeki dijital çözümleri de kapsayacak şekilde ürün yelpazesini genişletmiştir. Bu stüdyo, özellikle tv, sinema, yazılı basın ve reklam alanlarında inovatif yaklaşımlar ve ileri teknoloji kullanımıyla dikkat çekmiştir (Torun, 2014: 62).

Tasarım ve teknolojiye odaklanmasıyla tanınan R/GA tarafından üretilen yaratıcı çalışmalar genellikle tipografi ve hareketli grafiklerin etkileyici bir karışımını içerir ve sonuçta görsel olarak büyüleyici ve türünün tek örneği kompozisyonlar ortaya çıkar. Çeşitli konular ve sahneler arasında kusursuz bir şekilde geçiş yapan tipografik parçalar özellikle dikkat çekicidir. Greenberg'in R/GA'da çalıştığı süre boyunca Superman, Predator, The Untouchables, Alien ve diğerleri gibi gişe rekorları kıran filmlerin başlık dizileri ve görsel efektlerini tasarlamıştır. R/GA'nın çalışmalarının olağanüstü kalitesi, Akademi Ödülü ve birçok Yılın Dijital/Etkileşim Ajansı ödülü de dahil olmak üzere çok sayıda ödülle tanınmıştır. Öyle ki Saul Bass, Richard Greenberg'in sanatına yönelik takdirini şu şekilde ifade etmiştir: "Geçen gün Richard'ın çalışmalarının bir makarasını gösterme fırsatım oldu ve çalışmalarının her zamanki gibi yüksek kalitesine hayran kaldım. Gerçek şu ki, yanında işini yapmış olmayı dilediğim tek kişi o." Los Angeles'da 1994 yılında Saul Bass'ın Richard Greenberg için sarf ettiği bu söz, sanat dünyasındaki Greenberg'in etkileyici izini açıkça göstermektedir.

Greenberg, Art of the Title röportajında, hareketli grafik tasarımın baskıdaki kadar gelişmediğini düşünerek, "Bunu yapabilirim" diyerek adım attığını ifade etmiştir. Baskıda İsviçre-Almanya etkisinin hâkim olduğunu ve hareketli şeylerin sadece bir karnaval gibi olduğunu hissettiğini belirtmiştir. Bu durum, onun hareketli grafik tasarıma yönelmesinin nedenlerinden biri olmuştur. Greenberg, baskı disiplini alıp film grafiklerine uygulayabileceklerini düşünerek harekete geçmiştir. Alien ve The Matrix gibi ikonik jenerik serileri her zaman aklımızdan çıkmayacak harf formlarına dönüştüren efsanevi grafik tasarımcısı Greenberg, Art of Title web sitesi için Lola Ladecic ile yaptığı röportajda Alien için tasarladığı jenerik tasarımının detaylarını paylaşmıştır.

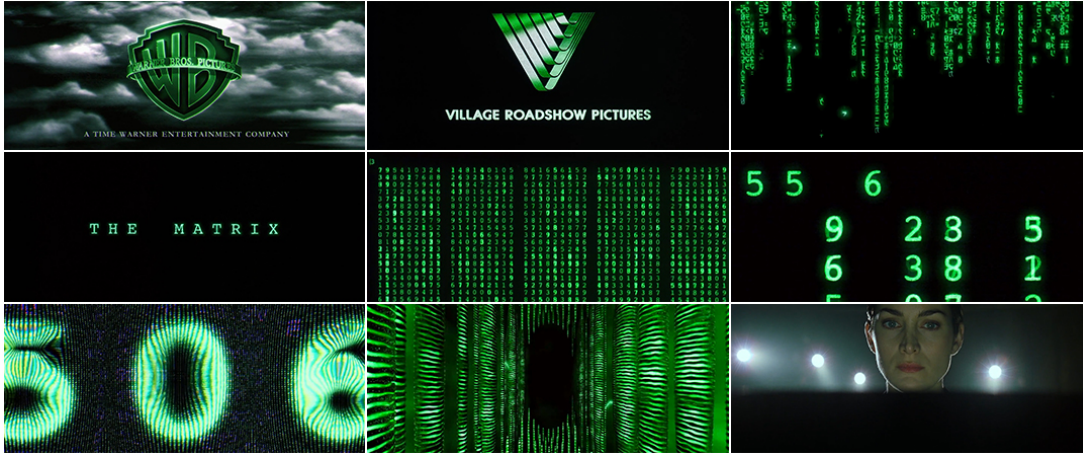
“Ridley Scott gerilim yaratan ve rahatsızlık hissi veren bir sekans vizyonunu yakalamayı amaçlıyordu. Rahatsızlığı kışkırtan tipografik parçacıkları art arda kullanarak, yüksek düzeyde bir gerilimi başarıyla oluşturduk. Temayı güçlendiren harflerin mekanik oluşumuyla bu gerilimi tipografik bir yaklaşımla yaratmayı başardık. Müzik çalarken, boşluktan yavaş yavaş başlığa dönüşen bir tipografi ekledik ve akışa kapılmış izleyiciler şaşırdılar” (Landekic, Art of the Title, 2013)



Şekil 65. “Alien” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/alien/>

Gülen'in (2006: 64) ifadesine göre Greenberg, izleyicileri filme çekmenin temel prensibini, gerçek dünyadan bir ayrılık olarak tanımlamaktadır. Bu ayrılık, film atmosferine girişle başlar ve hatta bilet alımı bile bu sürecin bir parçasıdır. Amaç, jenerikler aracılığıyla izleyicinin beklentilerini şekillendirerek duygusal tepkisine rehberlik etmektir. Bilginin hızlı ve net bir şekilde iletilmesi gereken basılı medyadaki tasarım çalışmalarının aksine, film jeneriği, hikâyenin yavaş yavaş ortaya çıkmasına izin vermek için ayrıntıları saklamalıdır. Başlangıçta her şeyi ortaya çıkarmak yalnızca izleyicinin sıkılmasına yol açacaktır. Buna karşılık, izleyicilerin daha uzun süre bulunduğu ortamda zihinlerini cezbetmek ve yönlendirmek için bolca fırsat vardır. Tüm bu unsurlar dikkate alındığında, jeneriğin izleyicinin filmle olan bağlantısında ve genel deneyiminde çok önemli bir bileşen olarak hizmet ettiği ve izleyicinin hem duygusal hem de zihinsel bağlar kurmasına olanak sağladığı açıkça ortaya çıkmaktadır.



Şekil 66. “The Matrix” filminde kullanılan tipografik hareketli görüntüler

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/the-matrix/>

1991 yılında Greenberg Los Angeles'ta Bruce Schluter ile birlikte Greenberg/Schluter adında yeni bir şirket kurmuştur. Greenberg/Schluter stüdyosunda Independence Day ve The Matrix gibi önemli filmlerin açılış jeneriklerini tasarlamaya devam etmiştir. "Matrix" üçlemesinin başlığını oluşturan ikonik "yeşil yağmur" tipografisi, belki de Y kuşağı arasında çalışmalarının en çok bilinen ve tanınan yönüdür. Bu basit ama ürkütücü hareketli grafik, filmlerle eşanlamli hale geldi ve serinin tanıtım kampanyalarında yaygın olarak kullanılmaya devam etmektedir.

16 Haziran 2018 tarihinde, New York'ta yaşamını yitiren Richard Greenberg, tasarım dünyasında bir efsane olarak hafızalara kazınmış ve sektöre kazandırdığı unutulmaz eserleriyle kendinden sonraki nesillere ilham olmaya devam etmektedir.

V.HAREKETLİ GRAFİK VE TİPOGRAFİDE YARATICI YAKLAŞIMLAR

A. Henrique Barone

Deneyselliğe ve yeniliğe tutkuyla bağlı, mutlaka takip edilmesi gereken bir sanatçı olan Henrique Barone aslen Brezilya kökenli olup şu anda Vancouver, Kanada'da yaşamakta ve çalışmaktadır. Netflix'in yapımcılığını üstlendiği StoryBots: Answer Time için yaptığı çalışmaların yanı sıra hareketli grafik ve animasyon sektöründe ödüllü, geniş bir ticari çalışma portföyle tanınmaktadır. Ayrıca Tough West (2011), The Man Who Saw a Boat (2013) ve This Idea Is Not Working (2011) adlı kısa filmlerin yönetmenliğini, senaristliğini ve animasyonunu üstlenmiştir.

Tasarımları cesur, dinamik ve neşeli bir enerji patlamasını andırmaktadır. Bunun yanı sıra insanların duygularını zarif bir incelikle ele alarak tasarımlarını şekillendirmekte ve temas ettiği her kesimin kalplerine işlemeyi hedeflemektedir. Tasarımın sadece dışsal çekiciliğinden ziyade, içsel bir derinliği ve duygu yaratma yeteneğine sahip olduğunu ifade etmektedir. Geniş bir yelpazede, ince detaylardan komik sahnelere kadar çeşitli sanatçılar, stüdyolar ve markalarla işbirliği yapma eğilimindedir ve benzersiz eserlerin oluşturulması için çaba sarf etmektedir. Müşteri portföyü arasında Apple, Google, Netflix, Hulu, AirBnB, Facebook, Spotify, Nickelodeon, Chanel, Cartoon Network, Giant Ant, Buck, Ordinary Folk gibi markalar yer almaktadır. Animasyon ve hareketli grafikler sektöründe uzun yıllar boyunca çalışarak, çeşitli sanat tarzlarına uyum sağlama yeteneği geliştirmiş ve kendi güçlü animasyon tarzını koruma becerisini edinmiştir.



Şekil 67. Netflix dizisi StoryBots: Answer Time "Pollination Song" hareketli görüntüler

Kaynak: <https://www.pixel.melbourne/directors/henrique-barone/storybots-pollination-song>

Bazen bir tweet harikalar yaratabilmektedir. Henrique, kızıyla birlikte Storybots'u izledikten sonra tweet attı: "Storybots'u keşfeden her animatör ebeveyn gibi ben de bu ekiple çalışmayı gerçekten çok istiyorum. Beni işe al! #LoveAtFirstBölüm #DreamJob." O zamandan beri Henrique, dizinin birçok bölümünde işbirliği yapmıştır. Henrique'nin animasyon alanındaki mükemmelliği küresel bir platformda tanınmıştır. StoryBots üzerindeki çalışmaları, onu animasyon alanındaki en yüksek tanınmalardan biri olan 50. Annie Ödülleri'nde En İyi Karakter Animasyonu TV/Medya adaylığı ile ödüllendirilmiştir.



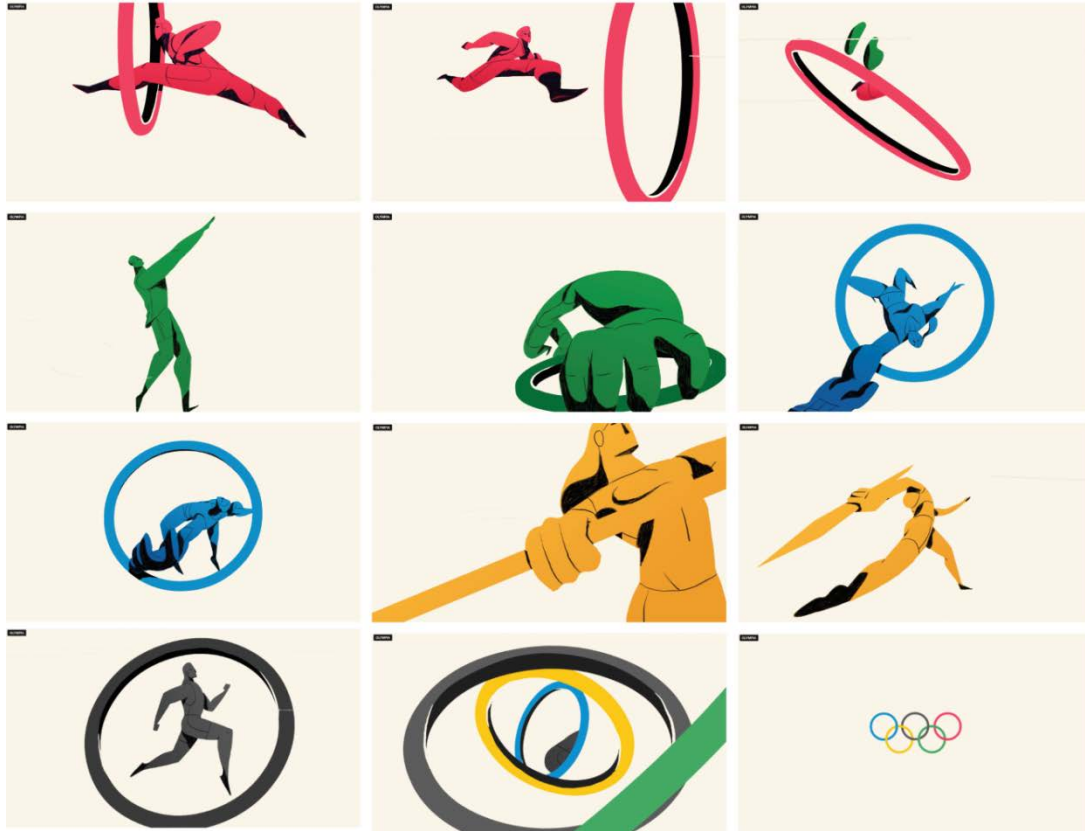
Şekil 68. Spotify markası için hareketli reklam tasarımı

Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/53718515/SPOTIFY-PRIDE>

2018 Clio Ödülleri'nde Spotify için Giant Ant stüdyosu ile beraber Henrique 'Pride Stories' adlı reklamda hareketli grafik yönetmeni ve tasarımcısı olarak rol almıştır. Bu reklam tasarımında LGBTQ hareketinin Reagan Dönemi'nden Gavin Grimm'e kadar olan en önemli kilometre taşları vurgulanmaktadır. Seçtikleri illüstrasyon estetiğinden ipuçları alarak, Spotify'nın seçilmiş Pride oynatma listelerinde yer alacak bu eğlenceli ve bilgilendirici videoları oluşturmak için Henrique Barone önderliğinde bir kaç hareket tasarımcısı bir araya gelmiştir. Henrique'nin hareketli tasarımlarına hayat verdiği "Pride Stories" 2017 yılında The Motion Award ödüllerinde ticari kampanya ve reklam kategorilerinde ödül almıştır.

"Olympia" adlı çalışma, Henrique'nin yaratıcı yönetmenliği ve hareketli tasarımlarıyla 2016 yılında The Motion Award ödüllerinde bir spor programını tanıtmak amacıyla oluşturulan, hareket tasarımını belirgin bir şekilde öne çıkaran tek bir spot reklam tasarımı kategorisinde ödül kazanmıştır. Olimpiyat Oyunları'nın ruhunu yansıtmak ve bu önemli spor etkinliğine bir saygı duruşu sunmak amacıyla hazırlanan reklam Henrique Barone önderliğinde Rafael

Mayani ve Conor Whelan tarafından oluşturulmuştur. Bu video, John Black'in müzikleri eşliğinde, Olimpiyat halkaları ve sporcuların hareketlerini konu almaktadır. Özellikle görsel-işitsel tasarım açısından zayıf bir açılış töreninin yaşandığı bir yılda, bu animasyonun sadeliği ve güçlülüğü hoş bir sürpriz niteliği taşımaktadır. Bu video, dünya sporuna ilham kaynağı olan ve Olimpiyat ruhunu yansıtan bir yapıt olarak dikkat çekmektedir. Olimpiyat Oyunları'nın evrensel ruhunu vurgulayan bu tür çalışmalar, sporun birleştirici gücünü ve insanlığın ortak değerlerini kutlama geleneğini yansıtmaktadır.



Şekil 69. Rio Olimpiyatları için hazırlanan hareketli reklam tasarımı

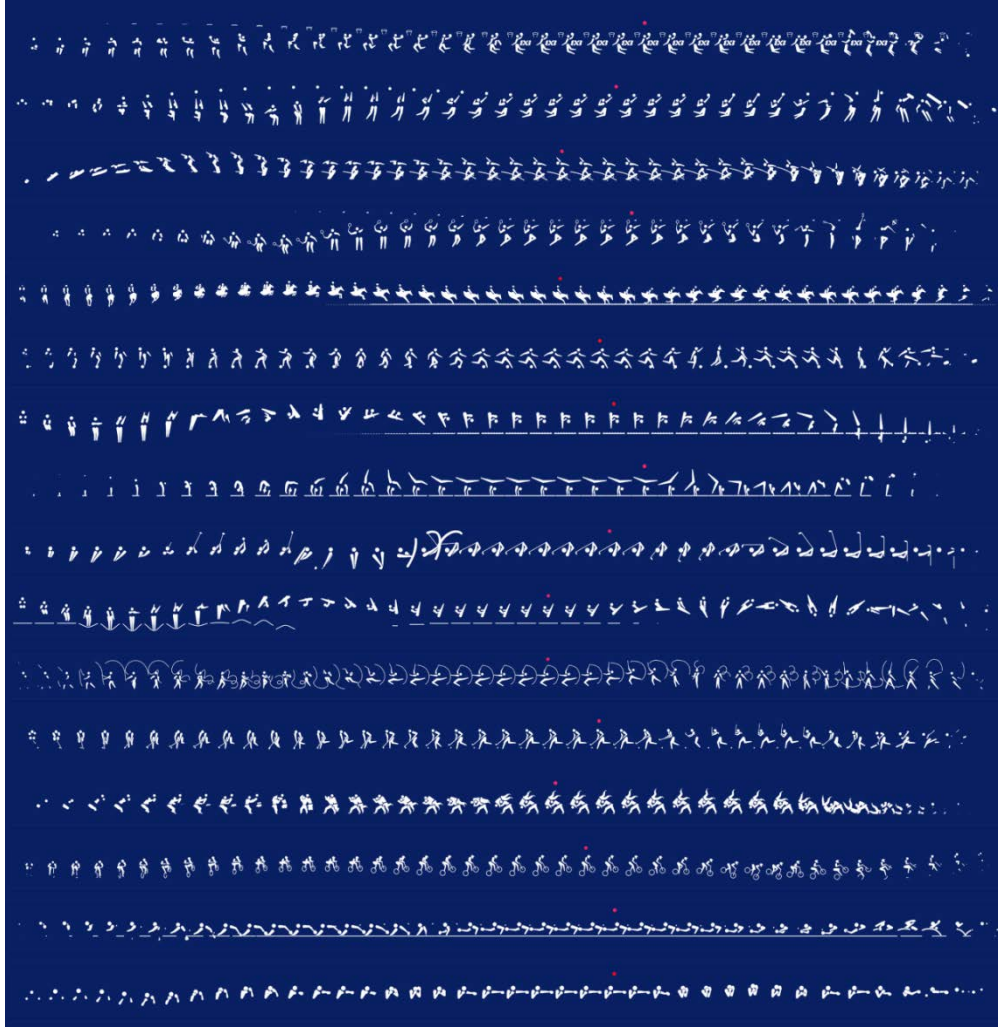
Kaynak: <https://vimeo.com/177341741>

Tasarıma benzersiz ve yaratıcı yaklaşımıyla tanınan, ödüllü bir hareketli grafik tasarımcısının eserleri estetik açıdan hoş ve kavramsal açıdan zengindir. Hareketli grafik tasarımında yaratıcılığın ve hayal gücünün gerçek bir kanıtı, bu da onu dünyanın her yerindeki tasarımcılar için değerli bir ilham kaynağı haline getirmektedir. Henrique Barone'un tasarımları, bir hikaye anlatma aracı olarak hareketli grafiklerin gücünün bir kanıtıdır. Unutulmaz ve ilgi çekici görseller yaratmak isteyen herkes için mükemmel bir ilham kaynağıdır. Yaşam boyu

öğrenmenin savunucusu olan Henrique, atölye çalışmaları ve konuşmalar aracılığıyla da zanaatını paylaşmaya devam etmektedir.

B. Kota Iguchi

Hem hareketli grafik tasarımcısı hem de video yönetmeni olan Japon kökenli Kota, zamanın akışına dair algımızı çarpıtan ve zorlayan tasarımlarıyla günümüzde ses getirmektedir. 2008 yılında Musashino Sanat Üniversitesi Temel Tasarım Bölümü öğrencisi iken, TYMOTE Inc.'i kurdu; 2013 yılında ise yaratıcı ajans CEKAI'yı kurmuştur. CEKAI, bireylerin bağımsız olarak bir araya gelip yaratıcılıklarını geliştirmek ve mükemmel eserler ortaya koymak amacıyla oluşturdukları bir topluluktur. Grafik tasarımcı olarak sektöre başlayan Kota, hareketli grafiklerin gerçek kimliğini ve iç dünyasını daha iyi yansıttığını düşünerek hızla hareketli grafik tasarım alanına yönelmiştir. Yaratıcılığını ve estetik anlayışını hareketli grafiklerin dinamizmiyle birleştirerek, görsel deneyimlerin daha derin ve etkileyici olabileceğine inanmaktadır. Grafik tasarım alanındaki dilin, yani görsel ifadenin, hareketle birleştirilerek daha geniş bir anlam yelpazesi sunabileceğine olan inanç ile yola çıkan Kota, D&AD Yellow Pencil, Tokyo TDC Ödülü, NY ADC Ödülü ve AICP Ödülü dahil olmak üzere birçok ödül kazanmıştır. Eserleri genellikle soyut ve modern bir yaklaşımla tasarlanmış olup, renklerin, şekillerin ve hareketin uyumlu bir bütünlük içinde kullanımıyla öne çıkmaktadır. Kota Iguchi'nin hareketli grafik çalışmaları sanat eseri niteliğindedir ve birçok farklı platformda sergilenmiştir. Sanatçının eserleri, genellikle teknolojiyle insan duygularının etkileşimini ve doğanın dönüşümünü temsil eden soyut konseptlerle doludur. İfade biçimi olarak hareketi kullanması, izleyiciye dinamik bir deneyim sunar ve dijital sanatın sınırlarını keşfetmeye yönlendirir. Hareketli grafikleri, modern sanatın dijital dünyadaki yansımalarından biri olarak kabul edilir ve geniş bir hayran kitlesi tarafından takdir edilmektedir.



Şekil 70. Tokyo 2020 Piktogram Tasarımlarının Hareket Sekansları

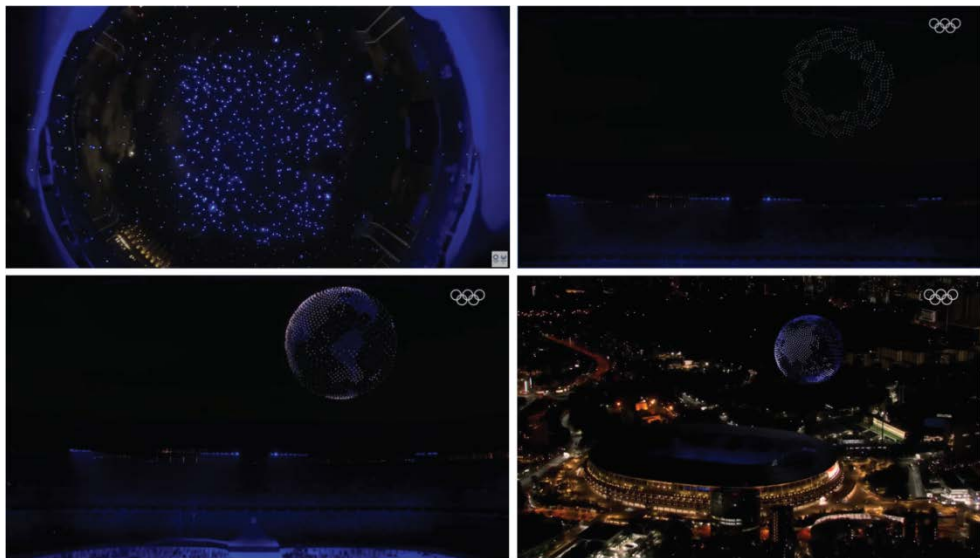
Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/143972209/Kinetic-Sports-Pictograms>



Şekil 71. Tokyo 2020 hareketli piktogram örneği

Kaynak: <https://olympics.com/en/news/tokyo-2020-unveils-kinetic-sports-pictograms>

2020'de, ilk kez "Tokyo 2020 Kinetic Sport Pictograms" adlı eseri geliştirerek Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları için katkıda bulunmuştur. Tokyo 2020 Olimpiyat Oyunları spor piktogramları, her sporun özelliklerini ve atletizmini incelikle aktarmanın yanı sıra sporcuların dinamizmini sanatsal bir şekilde vurgulamak için tasarlanmıştır. Olimpik spor piktogramlarının ilk kez Tokyo 1964 Olimpiyat Oyunlarında kullanılmasından bu yana, her Olimpiyat ve Paralimpik Oyununun kendi spor piktogram setini geliştirmesi standart hale gelmiştir. Burdan yola çıkarak Japon hareket tasarımcısı Kota Iguchi, 1964 spor piktogramlarına saygı göstererek ve temel tasarımlarını takip ederek, bunları sporcuların dinamizmini de ifade eden modern bir formla hareketlendirmiştir. Olimpiyat Oyunlarındaki 50 disiplinin tamamı ve Paralimpik Oyunlarındaki 23 spor dalının tamamı için hareketli spor piktogramları üretmiştir. Spor piktogramlarını yenilikçi hale getirme fikri giderek zorlaşırken, her piktogramın kendine özgü bir harekete sahip olduğu ve bunları herhangi bir dijital cihazda gösterme yeteneğinin olduğu hareketli spor piktogramlarının geliştirilmesi, dikkatleri spor piktogramlarına çekmeyi başarmıştır. Bundan dolayı Tokyo 2020 Olimpiyatlarından gelen bu yenilikçi fikir, yeni bir Olimpiyat ve Paralimpik standardına yol açmıştır. Ayrıca, açılış töreninde video yönetmeni olarak görev yapmış ve etkinliğin drone prodüksiyonu için 3D grafikler üretmiştir. Tokyo 2020 Drone Show, Tokyo Olimpiyatları sırasında gerçekleştirilen dünyada ses getiren büyüleyici bir görsel şovdur.



Şekil 72. Tokyo 2020 Drone Show

Kaynak : <https://cekai.us/works/tokyo-2020-drone-show/>

Bu gösteride, 2000 drone bir araya gelerek havada ilk önce 2020 olimpiyatlarının sembolünü oluşturmuştur. Ardından dünya barışını simgelemek adına her bir kıta ayrı ayrı sembolleştirilmiş şekilde görselleştirilmiştir. Tokyo 2020 Drone Show'un hareket tasarımını oldukça titizlikle planlayan Kato, dronların konumunu, hızını ve ışıklandırmasını senkronize ederek, belirlenen desenleri oluşturmuştur. Bu etkileyici gösteri, pandemi döneminde bütün dünyaya umut aşılacak ve gece gökyüzünde izleyicilere unutulmaz bir deneyim sunmak için tasarlanmıştır. Hareket tasarımı, teknolojinin ve sanatın birleştiği bir noktada, izleyicilere benzersiz ve çığır açan bir görsel şölen sunmaktadır.

Benzersiz olarak nitelendirdiğimiz hareketli tasarımcı Kato'nun en dikkat çeken eserlerinden birkaçı Nike ile gerçekleştirdiği 3D hareketli reklam kampanyalarıdır. Spor giyim devi Nike 2022 yılında ilk 3D OOH kampanyasını başlatmıştır. Japonya'nın Tokyo kentindeki Shinjuku İstasyonunda 3D kavisli bir reklam panosu ekran kullanılmaktadır. Tasarımcı, 3D reklam panolarının etkisinin yalnızca fiziksel olarak Tokyo'da değil, dijital olarak da tüm dünyada olduğunu farkındadır. Bu bilinçle, Dünya Nike Air Max gününde yenilikçi bir kampanya tasarımına imza atmıştır.



Şekil 73. Nike Air Max Day 2022, Tokyo

Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/144114301/AIRMAXDAY-2022-TOKYO>

2022 yılında tasarladığı Nike Air Max reklamı, büyük boy bir Nike kutusunun sokağa doğru itilmesiyle başlamaktadır. Daha sonra, havada süzülüyormuş gibi görünen farklı Air Max tasarımları oluşturulup reklam panosunun dışında tanıtılmıştır. Farklı tasarımlar ve kişiselleştirilmiş renkler ortaya çıktıkça reklam Nike kutusunun Shinjuku kedisinin pençesinin yardımıyla reklam panosunun içine doğru hareket edip kaybolmaktadır. En son sahnede Nike logosu ile reklam sona ermektedir.

Kato 2023 yılında Çin'in Hangzhou şehrinde mega çift ekranlı 3D reklam panolarında yine Nike Air Max günü için 30 saniyelik bir hareketli grafik üretmiştir. Bu kampanya tüm dünyayı ve yerel halkı hayrete düşürmüştür.



Şekil 74. Nike Air Max Day 2023, Çin

Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/182236817/MAX-NIKE-AIR-MAX-DAY-2023-CHINA>

Sanatçı Nike Air spor ayakkabısının evrimini dramatize ediyor gibi görünmektedir. Bazı yılan gibi makineler bir baloncuğun içinde Nike Air 1'i yaratıyor ve ardından ayakkabıya yıldırım ve lazer yağmuru çarpıyor, robot kollar tarafından dürtülüyor ve sonunda bir akrep tarafından saldırıya uğruyor ve bu da onu evet, yeni Nike Air'e dönüştürmektedir. Reklamın son sahnesinde dev bir tekme ile vurulduktan sonra nike logosu ike karşılaşıyoruz.

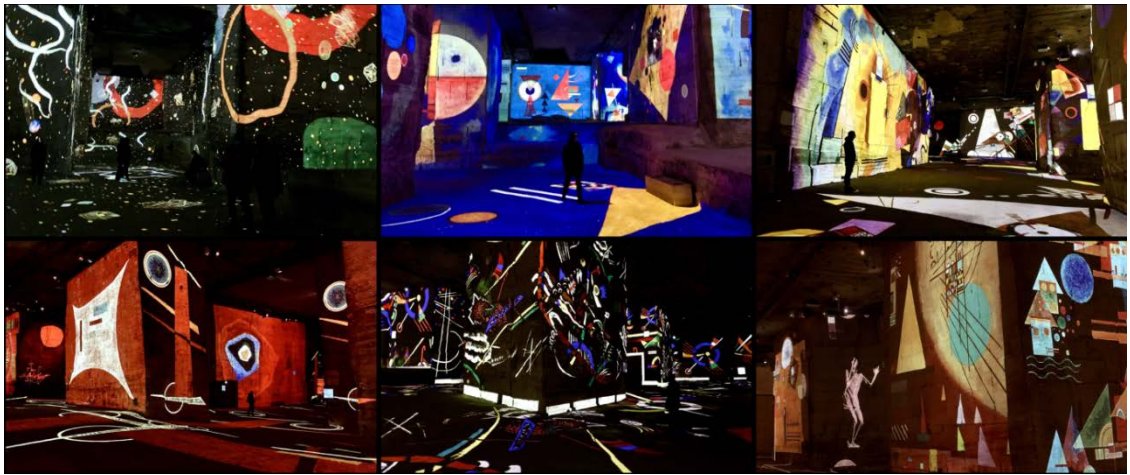
Kato Iguchi'nin eserleri, hareketli tasarım alanında bir referans noktası olarak kabul edilmektedir. Iguchi'nin benzersiz estetik anlayışı ve deneysel yaklaşımı, hareketli tasarımın sınırlarını genişletmiş ve diğer sanatçıları benzer yaratıcı arayışlara yönlendirmiştir. Özellikle animasyon, efektler ve görsel efektlerin ustalıkla kullanımı, diğer tasarımcıları yeni teknikler denemeye ve inovasyona teşvik etmiştir.

C. Cutback Live Studio

2007 yılında başlangıcını yapan Cutback Live, Thomas Bellenger, Greg Lecourt ve Romain Perussel tarafından kurulmuş yaratıcı bir stüdyodur. Bugün Fransa'nın en başarılı sahne video prodüksiyon ajanslarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Cutback Live tarafından ortaya konulan hareketli görseller, bir sanatçının evreninin bir parçasıymış gibi hissetmemizi sağlayan eserlerdir. Cutback Live'in ürettiği eserler, seyircilere unutulmaz deneyimler sunmayı amaçlayan ve özgün, kaliteden ödün vermeyen çalışmalardır. Özellikle artırılmış gerçeklik (AR) teknolojisinin galeri ortamlarında sunduğu çekici görsel sanat deneyimleri, insanları sanatsal enstalasyonların bulunduğu mekanlara çekmeye teşvik etmektedir. Cutback Live, 17 yıldır büyük sanatçılar için grafik sahne tasarımı, prestijli televizyon programları ve müzikaller için sanal, hareketli setler tasarlamaktadır.

Cutback Live, 2018 senesinde Salvador Dali'nin eserlerini konu alan bir interaktif hareketli deneyim tasarlamıştır. Ziyaretçiler tematik bir yolculuk boyunca metafizik ve sürreal manzaraların içinde sanal gerçeklik (VR) gözlükleri kullanarak eserlerle etkileşime girmişlerdir. Hayal gücünün sınırsızlığını keşfederken sanatçının şaşırtıcı eserlerinin derinliklerine inme imkânı sağlanmıştır. Bu eserler Florida'daki Dalí Müzesi, Figueres'deki Dalí Tiyatro Müzesi, Madrid'deki Reina Sofía Müzesi, New York'taki MoMA gibi dünya

apında önemli müzelerde sergilenmektedir. Stüdyonun yarattığı hareketli görseller katmanlı anlamlarla doludur ve sanatın evrensel diliyle konuşmaktadır. Atelier des Lumières Salonu'nda, bu eserlerin anlamı ve güzelliği ışık ile anlamlandırılmaktadır. Bu retrospektif, efsanevi grup Pink Floyd'un müziğiyle birleştirilmiştir ve ziyaretçilere bilindişlerini uyandıran, zamansız bir yolculuk sunmaktadır. Müzik ve sanat, bir araya gelerek zihni ve ruhu derinlemesine etkileyen bir deneyim yaratmaktadır. Cutback Live, Kandinsky'nin eserlerini de aynı tarzda etkileyici ve hareketli tasarımlar olarak sunmuş ve ziyaretçileri Kandinsky'nin i evreninde gerçek bir yolculuğa davet etmiştir.



şekil 75. Kandinsky Sergisinden Görüntüler

Kaynak: <https://cutback.live/portfolio/kandinsky/>



şekil 76. Dalí'nin Sergisinden Görüntüler

Kaynak: <https://cutback.live/portfolio/dali/>

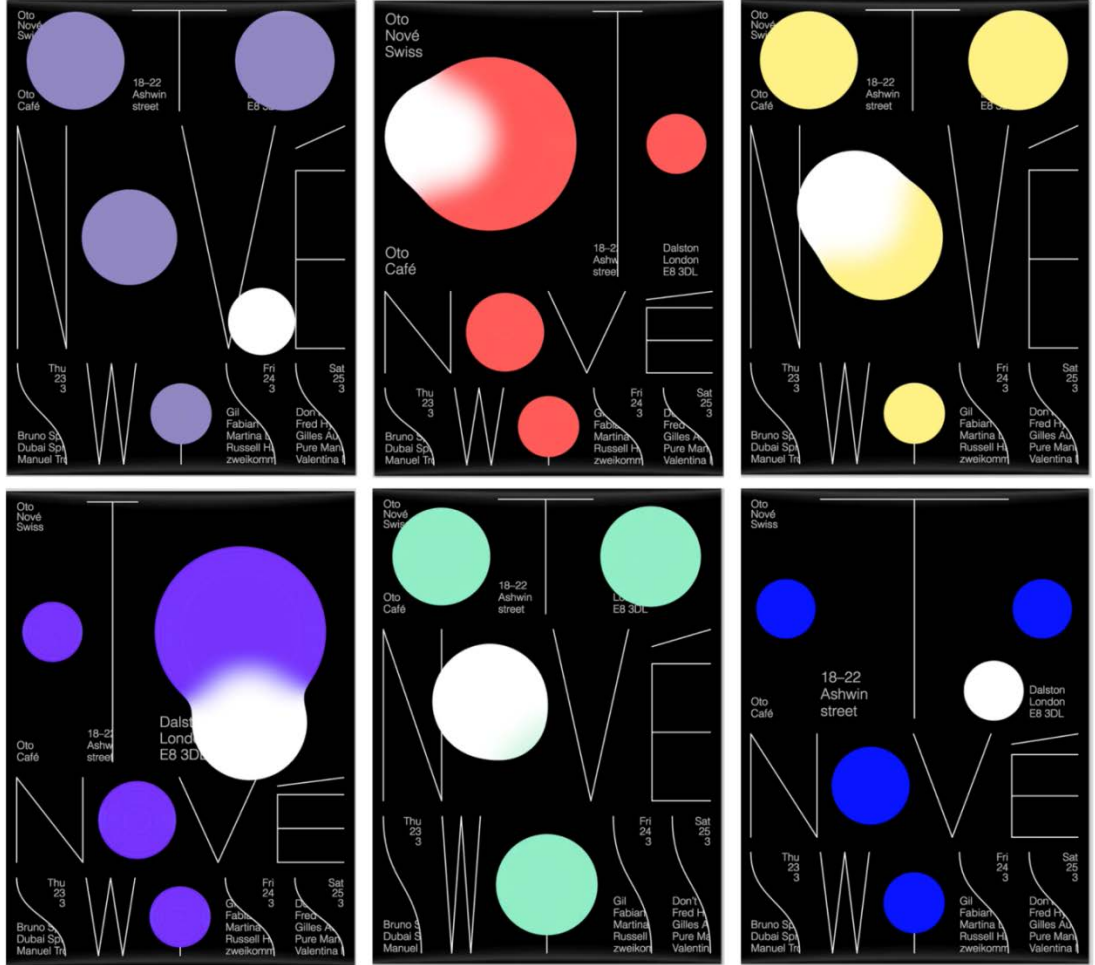
Her iki proje de dünya çapında büyük ilgi görmüş ve sanatseverler tarafından beğenilmiştir. Stüdyo, bu projelerle Dali ve Kandinsky'nin eserlerini yeni bir bakış açısıyla sunmayı başarmıştır. Sergi yolları, resimler olağanüstü derecede gerçekçi olduğundan, ziyaretçilere kendilerini sanatın içine çekmeleri için eşsiz bir fırsat sunulmuştur. Bu bölüm, artırılmış gerçeklik ortamlarına ve video projeksiyonunun kullanıldığı etkileşimli sergi alanlarına odaklanmaktadır. Bu yenilikçi alanlar, tarih boyunca sergi uygulamalarının evrimini vurgulayarak çeşitli yerlerde uygulanmıştır. Günümüzde teknolojinin entegrasyonu, deneysel öğrenme ve bilgi paylaşımı arayışında kaydedilen dikkate değer ilerlemelere işaret etmektedir. Cutback Live, Dali ve Kandinsky projeleriyle sanatseverlere unutulmaz bir deneyim yaşatmayı başarmıştır. Sahne tasarımı alanında, sanatçılar için özel video içerikleri ve görsel efektler üretmek sahneye özgü bir atmosfer oluştururlar. Ayrıca, müzik videoları, reklam filmleri, kurumsal videolar ve belgeseller gibi çeşitli dijital içeriklerin yanı sıra sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve holografik teknolojileri içeren dijital deneyimler de tasarlanırlar. Cutback Live, canlı yayın alanında da tanınmış projelere imza atmıştır. Ajans, bu projelerle sanatsal sınırları zorlamaya ve sanatı daha geniş kitlelere ulaştırmaya devam etmektedir. Stüdyo, sanatçıların evrenlerine tamamen dalmak için göz kamaştırıcı hareketli görüntüler üretme hedefinden şaşmadan yola devam etmektedir.

D. Felix Pfaffli (Studio Feixen)

İsviçreli grafik tasarımcı Felix Pfaffli sektördeki canlı posterleri, etkili tipografileri ve hareketli yaklaşımlarıyla tanınmaktadır. Mezun olduktan hemen sonra Studio Feixen'i kurmuştur. Felix, tipografiyi kuralların çiğnenmek için var olduğunu kanıtlamak için ustalıkla işlenmiş harf formlarıyla bir isyan çılgılığı olarak nitelendirmektedir. Stüdyosu ve kendisinin çalışmaları çeşitli tasarım alanlarındaki projeleri içermektedir. Çok yönlü tasarım anlayışı içerisinde değişmeyen tek şey renk, şekil ve tipografinin derinlemesine incelenmesidir.

2017 yılında Felix, tatmin edici bir şekilde tasarlanmış, muhteşem renklerin bir araya getirildiği hareketli dijital posterler ve kampanyalar tasarlamaya başlamıştır. Bunun en çarpıcı örneklerinden biri Oto Nové Swiss festivali için gizli müzikal espriler içeren etkileşimli, dijital poster tasarımıdır. Posterdeki

tipografi dairesel şekillere bölünmüştür, farenizi harf formlarının üzerine getirdiğinizde bunlar kendi doğrusal şekillerine geçmektedir. Bu tipografik hareketlerin her birine ses eşlik etmektedir. Felix ve stüdyosu, kullanıcılara keşfetme, çalışma ve hatta potansiyel olarak kendi müziklerini besteleme fırsatı sunan etkileşimli bir posteri başarıyla tasarlamıştır.

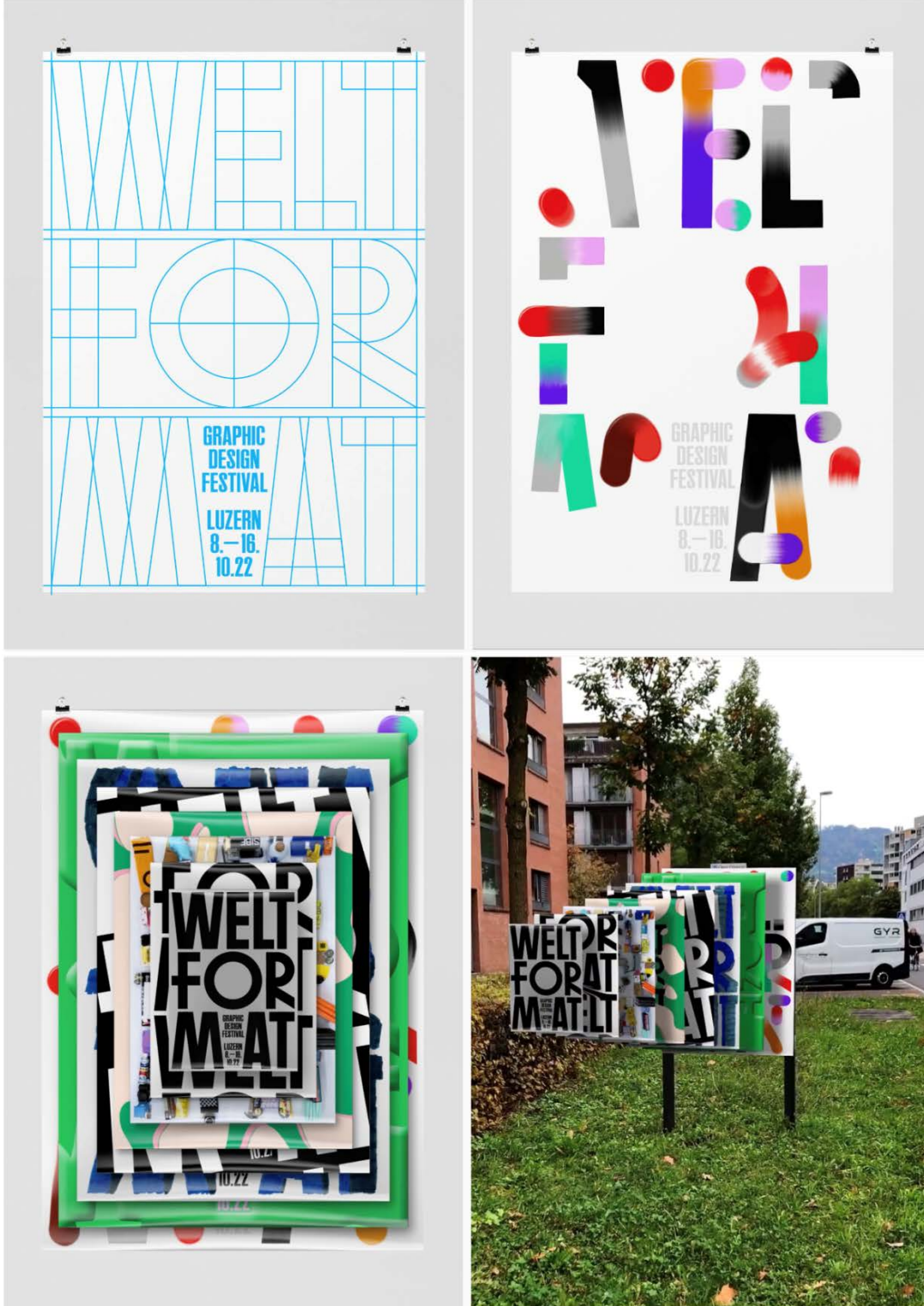


Şekil 77. Oto Nové Swiss hareketli poster tasarımları

Kaynak: <https://cutback.live/portfolio/dali/>

“Never or Moving” sloganıyla 2022 yılında düzenlenen Weltformat Festivalinin temasını yansıtabilmek için kurucu Erich Brechbühl, sanat yönetmeni Josh Schaub ve Felix iş birliği yapmıştır. Festival konseptini yansıtacak posteri tasarlamak için ortak bir çaba sarf etmişlerdir. Bu yaratıcı çaba aynı zamanda dünyanın çeşitli köşelerinden gelen 7 hareketli tasarımcının her birinin ayrı ayrı hareketli poster tasarımının birleşimini kapsamaktadır. Everyday Practice, Gianluca Alla, Laia Ferran, Ira Ivanova, Lucas Hesse, Felix Pfäffli ve Roy

Terhorst tarafından tasarlanan posterler biraraya getirilerek konsept başarıyla tamamlanmıştır.



Şekil 78. Welformat Hareketli Festival Afışı

Kaynak: <https://www.studiofeixen.ch/weltformat-2022/>

Felix, yenilikçi hareket kullanımları, çağdaş poster tasarımları, şekil ve renklerini cesur bir şekilde kullanması nedeniyle Nike, Hermès, The New York Times ve Google gibi uluslararası müşterilerle çalışmaya devam etmektedir.

VI.SONUÇ

Tasarımda dijital dönüşümünün merkezine konan hareketli grafik tasarım ve tipografi, sanatın evrimini ve iletişimdeki dönüşümü yansıtan önemli bir araştırma alanı olmuştur. Grafik tasarımın tanımından başlayarak, hareketin rolünün altını çizmek, hareketli grafik tasarımın ve tipografinin derinliklerine inmek bu çalışmanın temel amacıdır. Günümüz dünyasında özellikle dijital medya ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerden tasarımcılar ve sanatçılar büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu yenilikler sadece yeni fırsatlar sağlamakla kalmamış, aynı zamanda etkilerini küresel ölçekte hızla yaymıştır. Başlangıçta bir üretim aracı olarak tanıtılan dijital medya teknolojileri artık ayrı bir sanat formu olarak ortaya çıkmıştır. Hareketli grafik tasarımın geçmişi, sinemanın doğuşundan dijital çağa kadar olan süreçteki evrimi ile incelenirken, temel öğeleri zaman, renk, derinlik, ses, kurgu ve tipografi ele alınmıştır.

Tasarım ve teknoloji arasındaki kesişimin kronolojik olarak araştırılması bu çalışmanın odak noktasıydı. Hareketli Grafik Tasarım kavramı ilk olarak tanımlanmış, ardından bu kronolojik çerçeve içindeki konumu incelenmiştir. Günümüzde teknoloji, hız ve görselliğin bir araya gelmesiyle hareketli grafik tasarım kavramı ön plana çıkmaktadır. Bireylerin düşünce ve duygularını aktarması gibi, içinde bulunduğumuz bu dönemde kendisini şekillendiren unsurlar (hız, teknoloji ve hareket) aracılığıyla aktarmaktadır. Tipografinin grafik tasarım ve iletişim çağındaki önemi ve hareketli grafiklerdeki uygulamaları incelenmiştir. Hareketli grafik ve tipografinin etkileşimi, sanatçıların ve tasarımcıların yaratıcılığını ve ifade gücünü artırırken, izleyiciyle derin bir bağ kurma potansiyeli sunmaktadır. Hareketli yazılar, duyguları aktarmada etkili ve dikkat çekici bir araç olarak öne çıkmaktadır. Araştırmalar, hareketli yazının okuma performansını ve kavrama yeteneğini olumlu yönde etkilediğini doğrulamaktadır.

İleriye dönük olarak, hareketli grafikte iz bırakan isimlerin (Saul Bass, Pablo Ferro, Kyle Cooper, Richard Greenberg) eserleri incelenmiş ve çağdaş sanatçıların (Henrique Barone, Kota Iquchi, Cutback Live Studio, Felix Pfaffli)

yaratıcı yaklaşımları araştırılmıştır. Bu çalışma, tasarım dünyasına yeni bakış açıları getirerek, sanat ile iletişim arasındaki etkileşimi daha da güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Hareketli grafik ve tipografinin yaratıcı potansiyeli, gelecek tasarımcılar için ilham kaynağı olabilirken, bu alanda yapılan çalışmaların literatüre katkısı da gelecek araştırmalara temel oluşturacaktır.

Görsel iletişimin geleceğinde günümüzden daha ileri seviyede ekranların hayatımıza dahil olacağını öngörebiliriz. Bu, hareketli grafiklerin teknolojik ve sanatsal gelişmelerle birlikte önümüzdeki yıllarda da sürekli gelişeceği anlamına gelmektedir. İleriye baktığımızda, hareketli grafik tasarım ve tipografinin geleceği sınırsız olasılıklara sahiptir. Teknoloji gelişmeye devam ettikçe ve yeni ortamlar ortaya çıktıkça, tasarımcılara görsel hikâye anlatımının sınırlarını denemek, yenilik yapmak ve yeniden tanımlamak için eşi görülmemiş fırsatlar ortaya çıkacaktır. Etkileşimli deneyimlerden ve dinamik tipografiden sürükleyici anlatılara ve deneyimsel tasarıma kadar, tasarımda dijital dönüşüme doğru yolculuk hiç durmadan tasarımın sınırlarını sürekli genişleterek devam edecektir. Bu yolculuk, sürekli beslenen yaratıcılık, disiplinler arası iş birliği ve kararlı mükemmeliyet arayışıyla heyecan verici bir serüvene dönüşecektir. Grafik tasarımın geleceği, teknolojiyle iç içe geçmiş bir sanat formu olarak, sürekli olarak evrilen ve yenilenen bir alan olmaya devam edecektir. Tezde, literatüre yeni bir bakış açısı sunularak hareketli grafik tasarım ve tipografinin dijital ortamdaki gelişmeleri daha derinlemesine incelenmiştir. Bu sayede, mevcut bilgi birikimine yeni katkılar sağlanmış ve tasarım alanında yapılan araştırmalara yeni bir perspektif getirilmiştir. Hareketli grafik tasarım ve tipografi gibi dinamik alanlar ile ilgilenen tasarımcıların, öğrencilerin ve profesyonellerin güncel trendleri ve teknikleri takip etmelerine olanak sağlanmıştır. Tezin, tasarım eğitimi, pratik uygulamalar ve tasarımın geleceği için önemli bir kaynak olması ve alandaki gelişmelere katkıda bulunması hedeflenmektedir.

VII. KAYNAKLAR

KİTAPLAR

ABİSEL, N. (2003). **Sessiz Sinema**, İstanbul, Om Yayınevi. 2.Baskı.

Ambrose and Harris. (2010). **Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü**, Literatür Kitabevi,
1. Baskı.

ARMES, R. (2011). **Sinema ve Gerçeklik**, Çev. Z. Ö. Barkot, İstanbul, Doruk Yayıncılık.

ARMSTRONG, H. (2012). **Graphic Design Theory: Readings from the Field**, Amerika Birleşik Devletleri, Princeton Architectural Press.

ARNHEIM, R. (1974). **Art and Visual Perception A Psychology of the Creative Eye**, London, University of California Press, Led.

ARNHEIM, R. (2010). **Sanat Olarak Sinema**, Çev. R. Ünal Tandoğan, İstanbul.

ARSLANTEPE, M. (2007). **Bir Film Çekmek ve Masaüstü Filmciliğe Giriş**, İstanbul, Beta Yayınları.

AUSTIN, T. and DOUST, R. (2007). **New Media Design**, London, Laurence King.

AYNSLEY, Jeremy. (2001) **A century of graphic design: Graphic design pioneers of the 20th century**. London, Mitchell Beazley.

BABACAN, M. (2012). **Nedir Bu Reklam?**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2.Baskı.

BASIL, R., & PAZIENZA, M. T. (2007). **AI*IA 2007: Artificial Intelligence and Human-Oriented Computing: 10th Congress of the Italian Association for Artificial Intelligence**, Rome, Italy, September 10-13, 2007, Proceedings. (J. CARBONELL, & J. SIEKMANN, Dü) Germany: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

- BASS, J., KIRKHAM, P. (2001) **Saul Bass: A Life in Film & Design**, London, Laurence King.
- BEAUCHAMP, R. (2013). **Designing Sound for Animation**, Birleşik Krallık, Focal Press.
- BECER, E. (1997). **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi.
- BECER, E. (1999). **İletişim ve Grafik Tasarımı**, Ankara, Dost Kitabevi.
- BLAZER, L. (2015). **Animated Storytelling: Simple Steps For Creating Animation and Motion Graphics**, Peachpit Press
- CORK, J., SCIVALLY, B. (2002) **James Bond: The Legacy 007**, New York, Ambras.
- DOCHERTY, D, MORISON D. E, and TRACEY, M. (1988). **Keeping the Faith? Channel Four and its Audience**, London, John Libbey.
- EVAMY, M. (2009). **Graphics Explained: 7 Top Designers, 7 Briefs, 49 Solutions... In Their Own Words**, Beverly, Rockport Publishers.
- FEHMİ, K. H. ve BİLGİLİ, C. (2005). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı**, İstanbul, Beta Yayınları.
- HANÇERLİOĞLU, O. (1993). **Felsefe Ansiklopedisi Kavramlar ve Akımlar**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 4. Baskı.
- HELLER, S., and Vienne, V. (2016). **Grafik Tasarımı Değiştiren 100 Fikir**, Çev. B. Bayrak, İstanbul, Literatür Yayınları.
- KILIÇ, L. (1985). **Sistem Yaklaşımı ile Televizyon Eğitim Programı Yapımı**, Eskişehir, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- KRASNER, J. (2008). **Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics**, USA, Elseiver Inc.
- MAKAL, O. (1996). **Fransız Sineması**, Ankara, Kitle Yayınları. 1.Baskı.
- MERITT, D. (1987). **Television Graphics: From Pencil to Pixel**, London, Treofil Publications Ltd.

- MONACO, J. (2002). **Bir Film Nasıl Okunur?**, Çev. E. Yılmaz, İstanbul, Oğlak.
- MORAN, Joe. (2008). **Queuing for Beginners: The Story of Daily Life from Breakfast to Bedtime**, London, Profile Books.
- MYERSON, J., VICKERS, G., BULLMORE, J. J. D. (2002). **Rewind: forty years of design & advertising**, Birleşik Krallık, Phaidon Press.
- RUSH, M. (1999). **New Media in Art**, New York, Thames & Hudson Inc.
- SHAW, A. (2016). **Design for motion: fundamentals and techniques of motion design**, Routledge.
- TEMİZSOYLU, Nuri (1987). **Renk ve Resimde Kullanımı**, İstanbul, Aka Yayınevi.
- UÇAR, Tevfik Fikret. (2004). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İstanbul, İnkılâp Kitapevi.
- VAN DIJK, J. (2016). **Ağ toplumu**, Epsilon Yayıncılık.
- WALTER, S. R. J. (2007). **Motion Blur 2: Multidimensional Moving Imagemakers**, Birleşik Krallık, Laurence King.

MAKALELER

- ACAR, A. (2015). “Bir Görsel İletişim Alanı Olarak Film Jeneriği: Yedi”, **Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi**, Sayı 14, s.14.
- BODINE, K., M. PIGNOL, (2003). “Kinetic Typography-based Instant Messaging”, **Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems**, ss.914–915.
- CONE, J. (2008). “Apart from an occasional post-sneeze blessing, I don’t speak German”, **Stash - Motion Graphics**, Sayı 1, ss.4-5
- DE SEMLYEN P., (2010). “Anatomy Of An Opening Sequence: David Finchers Seven”, **Empire Media House**.
- EDSALL, S. (2008). “The future of television graphics”, **ACM SIGGRAPH Computer Graphics**, 42(2), ss.1-6

- FANTHOME, C. (2007). "Creating an Iconic Brand – An Account of the History, Development Context and Significance of Channel 4's Idents", **Journal of Media Practice**, 8:3, ss.255-271.
- FOOTE, J.S., & SAUNDERS, A.C. (1990). "Graphic forms in network television news", *Journalism Quarterly*, 67(3), ss.501-507.
- GRAHAM M, ROGERS B, (1982) "Simultaneous and successive contrast effects in the perception of depth from motion-parallax and stereoscopic information", *Perception*, 11(3), ss.247–262.
- HASKIN, P.; BASS, S. (1996). "Can you make a title?: Interview with Saul Bass", **Film Quarterly**, 50(1), s.12.
- HOSTETLER, S. C. (2006). "Integrating Typography and Motion in Visual Communication", **Idmaa: International Digital Media and Arts Association Journal**, ss.41-49.
- JUN, S. (2000). "The New Typography Today: Issues in Kinetic Typography from the Perspective of Jan Tschichold", **Carnegie Mellon University**, The School of Design, s. 12
- LEE, JOHNNY VE DÍĜER. (2002). "The kinetic typography engine: an extensible system for animating expressive text", **Proceedings of the 15th annual ACM symposium on User interface software and technology**, s.41.
- LUTZ, K. (2020). "Pablo Ferro", **Communication Design: Design Pioneers**, 19, s.2.
- MATAMALA, A. VE ORERO, P. (2011). "Opening credit sequences: Audio describing films within films", **International Journal of Translation**, 23(2), 35-58.
- NORMAN, D.A., MILLER, J.S., & HENDERSON, A. (1995). "What you see, some of what's in the future, and how we go about doing it: HI at Apple Computer", *Conference Companion on Human Factors in Computing Systems*,
- RIVENC, R. ve R. BEK. (2016). "Keep It Moving? Conserving Kinetic Art", **Getty Conservation Institute**.

SANDHAUS, L. (2006). “Los Angeles in Motion: A Beginner’s Guide from Yesterday to Tomorrow”.

SCHLİTTLER, J. P. (2015). “Motion Graphics and Animation”.

SEMLYEN, P. D. (2010). “Anatomy Of An Opening Sequence: David Fincher's Seven”

SEZER, N. (2020). “Dijitalleşme ile değişen hareketli grafik tasarım teknikleri”, **Kesit Akademi Dergisi**, Sayı 24, ss.78-88.

TEZLER

RASİMOĞLU, N. (2015). “Hareketin Topografyası Olarak Mimarlık”, **İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü**, İstanbul.

AKGÜN, H. (2013). “2000’li Yıllarda Hareketli Grafik Tasarım”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), **Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü**.

YU, L. (2008). “Typography in film title sequence design”, **Iowa State University**.

KARATAY, A. (2013). “Hareketli Medya Grafik Tasarımı, Toplumsal Beğeni Düzeyi ile Eğitimdeki Rolü ve Önemi”, (Yayınlanmış Doktora Tezi). **Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü**, İzmir.

ÖZTAN, T. (2019). “Bilim Kurgu Filmlerin Açılış Jeneriklerinde Hareketli Grafik Kullanımı ve Bir Uygulama Önerisi”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.

ERGÜL KARGI, B. (2020). “Hareketli Grafiklerin Oyun Jeneriklerindeki Yeri ve Bir Özgün Oyun Jeneriği Uygulaması”, (Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi), **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**. Ankara.

SAYIN, S. (2011). “Film ve Dizi Film Jeneriklerinde Hareketli Grafik Tasarım Sorunları ve Bir Uygulama”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.

- AHMADOGHLI, A. (2021). “Hareketli Grafik Kapsamında Tipografi ve Yeni Medya Sanatı”, (Yayınlanmış Sanatta Yeterlilik Tezi), **Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü**.
- NOYAN, E. (2008). “Sinema ve Grafik Tasarımın Ara Kesitinde Türk Sineması Jenerikleri Tarihi”, (Yayınlanmış Doktora Tezi), **İstanbul Teknik Üniversitesi**, s.189.
- TORUN, YILDIZ N. (2014). “21.Y.Y. Batı Sinemasında Jenerik Tipografisi”, (Yüksek Lisans Tezi), **Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü**.
- GÜLEN, E. (2006). “1950 ve Sonrası Amerikan Sinemasında Film Jenerik Tasarımının Gelişimi ve Teknolojinin Bu Alana Etkileri”, (Yüksek Lisans Tezi), **Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı**, İstanbul.
- MUSA, S., ZİATDİNOV, R., GRİFFİTHS, C. (2013). “Introduction to Computer Animation and Its Possible Educational Applications”.
- ERKEBAY N. (1988). “Televizyon Yayın Teknolojisindeki Gelişmeler ve Türkiye”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, s.7.
- TİMMER, A. (1999). “Making the Ordinary Extraordinary: The Film Related work of Saul Bass”, (Doktora Tezi), **Colombia University**, ABD, s.258.

ANSİKLOPEDİLER

Meydan Larousse (1992). **Cilt 16**, İstanbul, Sabah Gazetesi Yayınları.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

WİLLENSKOMER I. (2017). “Creating Usability with Motion: The UX in Motion Manifesto” <https://medium.com/ux-in-motion/creating-usability-with-motion-the-ux-in-motion-manifesto-a87a4584ddc>, (Erişim Tarihi: 15.09.2023)

- RAFFE J. (2020). “Talking title sequences with KYLE COOPER”,
<https://www.thunderchunky.co.uk/articles/talking-title-sequences-with-the-master-kyle-cooper/> (Erişim Tarihi: 15.09.2023)
- KYLE COOPER. (2023, Ağustos 22). İçinde Wikipedia
https://en.wikipedia.org/wiki/Kyle_Cooper
- LANDEKİC, L. (2013). “R/Greenberg Associates: A Film Title Retrospective”,
<https://www.artofthetitle.com/feature/r-greenberg-associates-a-film-title-retrospective/>, (Erişim Tarihi: 15.09.2023)

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Duygu YENİCİ

ÖĞRENİM DURUMU

Lisans : 2014 – 2015 Farabi: Güz ve Bahar Dönemleri, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü

2011 – 2015, Çukurova Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü

Yüksek Lisans: 2024, İstanbul Aydın Üniversitesi, Grafik Tasarım Anabilim Dalı, Grafik Tasarım

TEZDEN TÜRETİLEN YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER

Yenici, D. (2023). İnfografiklerde Hareketli Grafik Tasarımın Rolü. Premium E-journal of Social Sciences, 7(34), 1203-1218.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8409004>

