

T.C.
ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

AFİŞLERDE SES VE DİYALOG KULLANIMI

Sait AVEDER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İstanbul 2019



ALTINBAŞ
ÜNİVERSİTESİ

ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS

AFİŞLERDE SES VE DİYALOG KULLANIMI

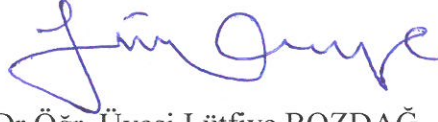
Sait AVEDER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı:

Dr. Lütfiye BOZDAĞ

Bu çalışma 02.09.2019 tarihinde yapılmış olan Tez Savunma Sınavında tarafımızca incelenmiş olup, kapsam ve kalite açısından Yüksek Lisans Tezi olmaya yeterli bulunmuştur.

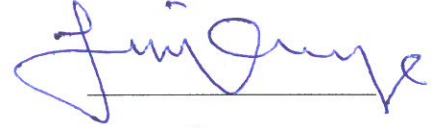


Dr.Öğr. Üyesi Lütfiye BOZDAĞ
(Danışman)

Tez Savunma Sınavı Jüri Üyeleri

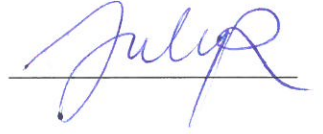
Dr. Öğr. Üyesi Lütfiye BOZDAĞ
(Danışman)

Altınbaş Üniversitesi



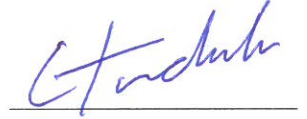
Doç. Dr. Hülya TOKSÖZ ŞAHİNER

Altınbaş Üniversitesi



Doç. Dr. Emre TANDIRLI

Beykent Üniversitesi



Bu çalışma bir Yüksek Lisans tezinin tüm gerekli şartlarını taşımaktadır.

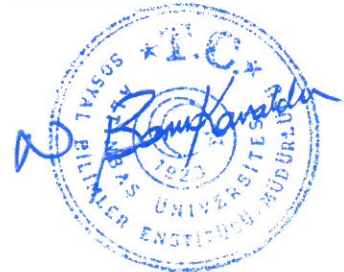


Dr. Öğr. Üyesi Lütfiye BOZDAĞ
(Anabilim Dalı Başkanı)

Doç. Dr. Nur Banu KAVAKLI

Enstitü Müdürü

Sosyal Bilimler Enstitüsü onayı: 17 / 09 / 2019



Bu dokümandaki tüm bilgilerin akademik kural ve etiğe bağılı kalınarak yazıldığını ve tez yazım kuralları kapsamında bu çalışmada bulunan ve özgün olmayan bütün bilgi ve materyallerin referanslandırıldığını temin ederim.

Sait AVEDER



ÖZET

AFİŞLERDE DİYALOG VE SES

Sait AVEDER

Yüksek Lisans, Grafik, Altınbaş Üniversitesi

Danışman: Dr. Lütfiye BOZDAĞ

Eylül 2019

ÖZET

İnsan, tarihi boyunca doğayı ve doğa içinde kendisini anlamaya ve anlamlandırmaya anlamlandırma çabası içine girmiştir. Bu çaba on binlerce yıl süren arayışlar sonucunda iletişim araçlarının gelişmesine neden olmuştur. Piktogramlarla başlayan, yazıyla devam eden edebiyat ve sanatın diğer alanları içinde görsel kültür ile ilerleyen insan, 21. yüzyılda çok araçlı bir iletişim dünyasına varmıştır. Bilim ve teknolojinin gelişmesiyle dijital medya ortamı son yüz yılın en gelişmiş görsel iletişim araçlarına sahip olmuştur.

Görsel iletişim araçlarından biri olan afiş; tipografi, illüstrasyon ve fotoğraf gibi unsurların eklenmesi tasarımların etkisini de artırmıştır. Özellikle yakın zamanlarda tasarım unsurlarına “ses” kavramının eklenmesi izleyicinin algısını zenginleştirmektedir. Görseller ve diyalog üzerine kurulu afişlerin iletişim ihtiyacının artmasıyla duyguları dışa vurma ihtiyacı duyulmuş, diyaloglara ses efekti ve konuşma balonu eklenmiştir. Böylece diyalog harici “onomatopoeia” olarak adlandırılan ses grubu afişlere yeni bir boyut kazandırmıştır. Afişlerdeki ses kavramı işitilen seslerden ziyade, “gözlerle duymak” kavramı üzerine kurulan çizim tekniğiyle sağlanmaktadır.

Bu tez karikatür temelli ve çizgi romanlarda gelişen balon ögesinin tarihselliğini, çeşitliliğini, örnekler üzerinden ele alarak eleştirel bir çözümleme yapma çabasını içerir.

Anahtar kelimeler: Afiş, Onomatopoeia, Ses efektleri, Konuşma balonu, Çizgi roman.

ABSTRACT

USE OF VOICE AND DIALOGUE IN POSTERS

Sait AVEDER

[M.A./L.L.M/PhD], [Department], Altınbaş University

Supervisor:

Co-Supervisor (If present):

September 2019

ABSTRACT

Throughout history, human has made an effort to understand nature and himself within the nature. This effort led to the development of communication tools in the consequence of tens thousands years of searching. In the 21st century, human who starts with pictograms, continues with writing, progresses with visual culture in other fields of literature and art, reached a world of multi-media communication. With the development of science and technology, The digital media environment has had the most advanced visual communication tools for the last hundred years.

Poster which is the one of the visual communication tools increased the effect of designs with the addition of elements such as typography, illustration and photography. With increasing of the need to communicate and posters based on visuals and dialogue, the requirement of expressing emotions was needed, so the sound effects and speech bubbles are added to the dialogues. Especially, the adding sound concept to design elements enhances the perception of the audience recently. Therefore, The sound group which named as dialogue external onomatopoeia has brought a new dimension to the posters. The sound concept in the posters is provided by the drawing technique established on the concept of hearing with the eyes heard rather than sounds.

This thesis involves an attempt to make a critical analysis by examining the diversity and historicity of the developing balloon element in in cartoon based and comic books.

Key words: Poster, Onomatopoeia, Sound effects, Speech bubble, Comics.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VII
İÇİNDEKİLER.....	X
RESİM LİSTESİ.....	XI
GİRİŞ.....	12
1. BÖLÜM AFİŞLERDE DİYALOG VE SES.....	13
1.1. Bir iletişim Aracı Olarak Afiş.....	14
1.1.1 Tanım.....	14
1.1.2. Tarihçe.....	14
1.1.3. Afişte Diyalog.....	16
1.2. Resimlerde Diyalog Metni ve Tarihi.....	16
1.2.1. Resimlerde Diyalogun İlk Örnekler.....	16
1.2.2.Gazete Yayınlar Sonrası Resimlerde Diyalog.....	22
1.2.3.Bağımsız Çizgi Romanlarla Gelişen Diyalog Balonları.....	24

1.3. Konuşma Balonu Tanımı ve Genel Yapısı.....	24
1.3.1. Konuşma Balonu Türleri.....	26
1.3.2. Konuşma Balonu Tipografisi.....	29
1.4. Afişlerde Konuşma ve Etkileri.....	33
2. SESİN BASKIDAKİ KARŞILIĞI VE ETKİSİ.....	34
2.1. Sesin Görsel Zenginliği.....	34
2.2. Sesin Çizim Temelleri.....	36
2.2.1. Onomatopoeia.....	37
2.2.2. Yön.....	42
2.2.3. Ton.....	43
2.2.4. Biçim.....	44
2.2.4.1. Renk.....	47
2.2.4.1. Çizgi ve Form.....	48
SONUÇ.....	56
KAYNAKÇA.....	58

RESİM LİSTESİ

Resim 1: Jules Chéret, Les Girard, 1879

https://www.1000museums.com/art_works/jules-cheret-l-horloge-les-girard Erişim Tarihi:
20.07.2019.....4

Resim 2: Beit Ras, Ürdün 2016.

<https://www.haaretz.com/archaeology/MAGAZINE-archaeologists-find-ancient-comics-decorating-roman-tomb-in-jordan-1.6494732> Erişim Tarihi: 05.12.2018.....6

Resim 3: Aztek Konuşma Rulosu, Teotihuacan.

<https://digitalstories.famsf.org/teo/#apartment-compounds> Erişim Tarihi: 20.04.2019.....8

Resim 4: Annunciation, Almanya 14. yy

<http://aleph.gutenberg.org/4/0/5/8/40589/40589-h/40589-h.htm> Erişim Tarihi: 22.08.2019
.....9

Resim 5: Hogarth, Cunicularii, 1726.

http://3.bp.blogspot.com/_diW9ogmv26Y/S9gHugIqV3I/AAAAAAAAAcI/SONRxGXmwoc/s1600/tofts.jpg Erişim Tarihi: 10.08.2019.....11

Resim 6: James Gillray, The FRIEND of the PEOPLE, 28 Mayıs 1806

<https://oll.libertyfund.org/pages/james-gillray-on-war-and-taxes-during-the-war-against-napoleon> Erişim Tarihi: 20.08.2019.....12

Resim 7: Richard F. Outcalt, The Yellow Kid, 3 Ocak 1897

https://cartoons.osu.edu/digital_albums/yellowkid/HoganAlley_Enlarge/D_1602.jpg Erişim Tarihi:
03.09.2019.....14

Resim 8: Frederick Burr Opper, Happy Hooligan, 1909 https://dyn1.heritagestatic.com/lf?set=path%5B6%2F0%2F6%2F6%2F6066527%5D&call=url%5Bfile%3Aproduct.chain%5D Erişim Tarihi: 30.08.2019.....	16
Resim 10: McCann, Talk, 2012, https://www.adsoftheworld.com/media/print/aircel_talk_3 Erişim Tarihi: 24.02.2019	17
Resim 11: DDB, Ice, 2008, https://naotw-pd.s3.amazonaws.com/images/audiice.jpg Erişim Tarihi: 27.06.2018.....	20
Resim 12: Grey, Worker, 2011, https://quadrinhosetc.files.wordpress.com/2011/10/worker.jpg Erişim Tarihi: 24.02.2019.....	21
Resim 13: Guarnido, Blacksad Amarillo, sayfa 18, Ebat: 22x28,3 cm, 2014.....	22
Resim 14: Janry, Spirou and Fantasio Who Will Stop Cyanide, sayfa 26, 1985.....	23
Resim 15: Grey, Shark, 2016, https://d3nuqriibqh3vw.cloudfront.net/images/shark-amnesty-greyistanbul6x30-st_cm-01.jpg Erişim Tarihi: 30.08.2019.....	26
Resim 16: Hakuodo, Go-Jek Ride Taxi, 2017, https://www.adeevee.com/aimages/201704/23/go-jek-ride-taxi-text-message-print-394203-adeevee.jpg Erişim Tarihi: 17.11.2017.....	27
Resim 17: Kolle Rebbe, Cheap stuff, 2014, https://www.adeevee.com/aimages/201402/25/inlingua-inlingua-language-schools-yakuza-sheikh-cheap-print-357135-adeevee.jpg Erişim Tarihi: 17.11.2017.....	28

Resim 18: Dürer, The Seven Angels with the Trumpets, 1498, https://www.metmuseum.org/art/collection/search/387456 Erişim Tarihi: 15.04.2019.....	30
Resim 19: DDB, Almost, 2013, https://www.adsoftheworld.com/media/print/volkswagen_almost Erişim Tarihi: 14.10.2018	31
Resim 20: DDB, Bee, 2014, http://www.adeevee.com/aimages/201404/28/norma-norma-colors-norma-onomatopoeia-print-358702-adeevee.jpg Erişim Tarihi: 26.12.2017	32
Resim 21: Lobsang Wangchen, Dizzy Flash Surpassed 2018, https://naotw-pd.s3.amazonaws.com/flash_dhl_0.jpg?HHwqaz8k50bEa17bsQ9WIdeBTIQI_pSK= Erişim Tarihi: 16.11.2018.....	36
Resim 22: Marketway/Publicis, Cyprus, Beep, 2018, https://www.adeevee.com/2018/06/toyota-rear-parking-sensor-beep-outdoor-print/ Erişim Tarihi: 24.12.2018.....	38
Resim 23: Publicis Conseil, Splash, 2012, https://www.adeevee.com/aimages/201104/29/groupe-seb-rowenta-splash-bang-zzzzzzz-print-235396-adeevee.jpg Erişim Tarihi: 19.11.2018.....	40
Resim 24: Y&R/Team, Klang, 2017, http://1.bp.blogspot.com/_VfFfBwds3uU/TTBDpUSnAGI/AAAAAAAAAc0/MjSZbMsPxwo/s1600/LG+HT+Klang.jpg Erişim Tarihi: 27.06.2018	41

Resim 25: Fischer America, Bang, 2008, http://www.adeevee.com/aimages/200801/10/panasonic-dvd-theatre-bang-crash-boom-kapow-print-97597-adeevee.jpg Erişim Tarihi: 27.06.2018.....	42
Resim 26: Kiki ve Bauba http://www.sciencefriday.com/wp-content/uploads/2016/02/Bouba-and-Kiki-Images-1.pdf Erişim Tarihi: 10.10.2018	44
Resim 27: Environmental Graphics, Shakespeare In The Park, 2016, https://www.pentagram.com/work/shakespeare-in-the-park-2016/story Erişim Tarihi: 18.12.2018.....	45
Resim 28: Tempo, Ah-Ha 2011 http://www.adeevee.com/aimages/201104/15/terapiaranbaxy-paduden-pain-relief-onomatopoeia-outdoor-39382-adeevee.jpg Erişim Tarihi: 26.11.2017.....	46
Resim 29: Intermix, Bad Sounds, Box, 2014, https://www.adeevee.com/aimages/201403/19/rks-audio-sob-medida-audio-design-smacking-dong-print-357814-adeevee.jpg Erişim Tarihi: 25.02.2018.....	48
Resim 30: Guarnido, Blacksad Amarillo, sayfa 51, Ebat: 22x28.3 cm, 2014.....	50
Resim 31: Ogilvy, Word Cock, 2010, https://files1.coloribus.com/files/adsarchive/part_1373/13735205/file/english-school-cock-original-66145.jpg Erişim Tarihi: 02.07.2018.....	53
Resim 32: TBWA, Same Idea from a to ZZZ, 2013, https://tolgasahin.net/portfolio/esemmat/# Erişim Tarihi: 25.02.2018	54

GİRİŞ

Bu tez araştırma yöntemlerinden nitel araştırma metodunu izleyen bir çalışmayı içerir. Sosyal bilimler alanının sık kullandığı bu metot, insanı ve toplumu incelemek anlayabilmek bakımından evrensel veriler ortaya koymayı kolaylaştıran bir yöntem olarak bu tezde kullanılmıştır. İnsan maddi ve fiziksel boyutunun yanında manevi ve tinsel bir varlık olarak kolay ölçülemeyen, anlaşılamayan bir yapıya sahiptir. Sosyo-kültürel olguların tikel olandan tümel olana varan bütünleşen bir analogi oluşturmasında gözlem, deneyim, olaylar ve bağlamları içinde ele alınması gerekmektedir. Tezde bu anlayış çerçevesinde kavramlar tanımlanmaya çalışılarak ele alınmış, tarihçesine bakılarak günümüze uzanan bir kronoloji takip edilmiştir. Afişlerde ses ve diyalog kullanımı ile ilgili Türkiye’de Türkçe yapılmış bir teze rastlanmamıştır. Bu tez “Afişlerde ses ve diyalog kullanımı” konusunda yapılan ilk akademik çalışmadır.

Bu çalışmada yöntem olarak yazılı ve görsel kaynaklar uluslararası akademik literatür üzerinden taranmış elde edilen bilgiler tezin tasnifleri içinde bölümlere ayrılarak bir kavram haritası üzerinden ilerlemiştir. Bu kavram haritasında bir iletişim aracı olarak afişle ele alınmış, tanımı ve tarihçesiyle birlikte incelenmiştir. Afişlerde ses kullanımıyla ilgili örneklere yer verilmiştir.

Birinci bölümün ikinci kısmında ise resimlerde diyalog metni ve tarihi ele alınmış, diyalog ve sesin kullanılmasına ilişkin ilk örnekler incelenmiştir. Bu bölümü takiben gazete yayınları sonrası resimlerde diyalog konusu araştırılmıştır. Bağımsız çizgi romanlarla gelişen diyalog balonlarına ilişkin örnekler tezin içinde yer almıştır. Birinci bölümün üçüncü kısmında

konuşma balonları hakkında bilgilere yer verilmiş, konuşma balonunun genel yapısı üzerinde durularak konuşma balonu türleri ve konuşma balonu tipografisi araştırmaları ile bu bölüm tamamlanmıştır.

Tezin ikinci bölümü birinci kısmında sesin baskıdaki karşılığı ve etkisi başlığı altında sesin görsel zenginliği konusu üzerinde durulmuştur. İkinci bölümün ikinci kısmında ise sesin çizim temelleri araştırılmış ve kendi içinde dört bölüm halinde ele alınmıştır. Bu bölümler; onomatopeia, yön, şiddet ve biçim başlığı altında ele alınmıştır. Ayrıca biçim bölümü renk kullanımı, çizgi ve form olarak incelenmiştir. İkinci bölümün üçüncü kısmında sesin afişlerde kullanımına ilişkin farklı dönemlerden ve farklı kültürlerden örnekler verilerek açıklamalar yapılmıştır.

Sonuç bölümünde ise toplumsal bir varlık olan insanın iletişime duyduğu ihtiyaç konusuna vurgu yapılmıştır. İletişim yöntemleri içinde yer alan ‘Afişlerde Ses ve Diyalog Kullanımı’ konusu tarihselliği içinde ele alınarak değerlendirilmiştir. İnsanın iletişim kurma çeşitliliği, kelime ve kavramların yanında görsel, imgesel ve işitsel her türlü aracı kullanmasına olanak vermiştir. Bu araçlardan biri olan afişlerin ses ve diyalog kullanımı örnekleri üzerinde eleştirel çözümlenmeye tabii tutulmuştur.

1. BÖLÜM

AFİŞLERDE DİYALOG VE SES

1.1. Bir İletişim Aracı Afiş

1.1.1. Tanım

Afiş, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası” şeklinde tanımlanmıştır.

Dilimize Fransızca ‘affiche’ sözcüğünden türetilerek giren afişin İngilizce karşılığı "poster" Almanca karşılığı ise ‘plâket’ tir (Sözen ve Tanyeli, 1986: 13).

Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünleridir. Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Stil gibi modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişmesinde büyük etkisi olmuştur. Çağdaş afiş tasarımının ilk temsilcileri; Jules Chéret ve Henri de Toulouse-Laurec’dir. (Becer, 2011: 201).

1.1.2. Tarihçe

1796 yılında Senefelder tarafından bulunan ve Engelmann tarafından geliştirilen litografi baskı tekniği ile çizimlerin üretimi kolaylaşır. Litografi mükemmel bir baskı yöntemi olmasa da ucuz ve seri üretime uygun olduğu için mesajların hızla yayılmasına imkân veren bir iletişim aracı olmuştur. (Weill, 2012: 12) Kamuya açık duvarlara asılan afişlerle, ilan ve haberler izleyicilere duyuruluyor, kalabalık arasında göze çarpması için sanatı da afişe dâhil

etmek yaygın bir şekilde kullanılıyordu. Tiyatro gösterileri, mzık, sirk ve dans gibi etkinliklerden, bisiklet, sigara, tonik ve moda mağazalarının ürünleri gibi ticari eŐyalara kadar her Şeyi duyurmak için afişler kullanılıyordu. I. ve II. Dünya Savaşı döneminde propaganda ve asker kampanyaları yayınlamak için politik bir araç haline geldiler. Demiryolu Şirketleri seyahat olanaklarını duyurdular, seyahat programlarını ve varıŐ yerlerini yaratıcı bir Şekilde duyurmak için afişlerden faydalandı. (The Evolution of the Poster, 08.06.2019)



Resim 1: Jules Chret, *Les Girard*, 1879

Özellikle, 1880'ler ve 1890'ların Fransa'sında "L'Affichomanie" poster çılgınlığı sokakları sarmıştı. Afişler kamuya ait kitlelerin sanat beğenisini yükseltmeye yarayan sanat eserleri olarak görülüyordu. 1884'te Paris'te posterlerin sergilendiği büyük bir sergi düzenlendi. Henri Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha, Jules Cheret'in eserleri en tanınmış ve popüler eserler arasında öne çıkıyordu. Art Nouveau hareketinin sona ermesiyle, sembolik, gösterişli ve özenle hazırlanan çizimlerin yerini, doğrudan ürün üzerine odaklanan afişler almaya başladı. Satış kampanyalarının bir parçası haline gelen afişlerin tasarım temellerini sade tasarımlar, bold yazılar ve cesur renkler oluşturmaya başladı. Bu dönemde "poster tasarımcısı" bağımsız bir mesleğe dönüştü. (Iskin,2014 :2,3)

1.1.3. Afişlerde Diyalog

Bir afişin görsel materyali tek tek veya tamamı bir arada kullanılan yazı, illüstrasyon ve fotoğraftır. Ürün tanıtımı, duyuru ya da sosyal sorumluluklarla ilgili hazırlanan afişlerde, yazı ve görseller iki boyutlu afiş alanında kısa süreli bir etkileşimle sınırlı kalabiliyor. Aynı şekilde yazı ve görselden oluşan çizgi roman ve karikatürlerde ise bu iletişim süreci daha keyifli ve daha uzun süreli olabiliyor. Bunun nedeni kompozisyondaki karakterlerin birbiri ile ve hatta okuyucuyla olan etkileşimi olabilir. Çünkü slogan okumak çoğunlukla sıkıcı ve soğuk gelebilirken diyaloglar daha keyifli ve sıcak gelebilir. Bu sıcak iletişimin nedeninin diyalogların mizahi bir dille yazılmış olmasından ziyade, birbirini takip eden diyalogların hikayeci bir yapıya sahip olması ve izleyiciye diyalogların sıradan metinlerden daha çekici gelmesi olabilir.

1.2. Resimlerde Diyalog Metni ve Tarihi

1.2.1. Resimlerde Diyalogun İlk Örnekleri

Yaklaşık 2000 yıllık varlık süreci boyunca konuşma balonları coğrafi mesafelerin uzaklığından, kültürler arası etkileşimin azlığı yahut basılı yayınların yeterince yaygın olmayışı gibi nedenlerden dolayı, balonu tasarlayan her kültür süreci kendi yöntemleriyle ilerletmiştir. Bu da konuşma metinlerini/balonlarını farklı dönem ve coğrafyalarda farklı üsluplarla tasarlamalarına neden olmuştur. Gelişimini tamamlayamayan veya işgalciler tarafından yok edilen kültürle beraber yok olan konuşma balonlarının yanında, korunarak günümüze gelen balonlar 'konuşma' ve 'diyalog' ikonları haline gelmişlerdir. Bilinen en eski konuşma balonlarının kronolojik sırası şöyledir;



Resim 2: *Beit Ras*, Ürdün 2016.

2016 yılında Ürdün'ün kuzeyindeki Beit Ras köyü sınırları içerisinde keşfedilen muhtemelen Romalıların askeri amaçlar için MS 97-98 yıllarında kurulmuş Capitolias (Καπιτωλιας) şehrine ait eski bir Roma mezarında bulundu. 52 m²'lik bu mezarın duvarlarında yaklaşık 2000 yıl önce hareketli Capitolias kentinde hayatın nasıl işlediğine dair çizgi roman benzeri parlak renkli fresklerle bulundu.

Capitolias fresklerini farklı kılan tanrı, insan ve hayvanların yer aldığı 260 figürün hemen yanlarında çizgi romanlardaki konuşma balonlarına benzer işlevde "konuşma metinlerinin" yer almasıdır. Bu metinlerde figürlerin iş tanımları 'Kesiyorum' (taş kesen figürün metni) ve durumlarını anlatan 'Benim için ne yazık! Ben öldüm!' gibi diyaloglar yer alıyor. (Aramaic Comics, 03.10.2018)

13. yy.'da Kuzey Meksika'dan göç eden Aztekler, 1325'de Texcoco Gölü'nün güneybatı kıyısındaki bir adaya Tenochtitlán şehrini kurdular. Bölgenin baskın dili olan Nahuatl aynı zamanda Tenochtitlán şehrinin de anadiliydi. Nahuatl dilinde 'tlahtoa' kelimesi konuşma anlamına gelir. Tenochtitlán'daki çizimler ve rölyeflerde bir kişinin konuştuğunu belirtmek için duman ya da kıvrılmış bir parşömeni konuşan kişinin hemen ağzının önüne yerleştirirlerdi. Bu konuşma parşömenleri kişinin sözlerinin önemini veya kullandığı seslerin türüne göre farklı renk ve şekillerde çiziliyordu.



Resim 3: Aztek Konuşma Rulosu, Teotihuacan.

Aztekler konuşan kişinin sözlerinin önemli olduğunu göstermek için turkuaz renginde konuşma parşömeni kullanırlardı. 'Xiuh' kelimesi ise kıymetli/değerli anlamında kullanılır, ancak bu kelime genellikle rölyef ve heykellerinde de kullandıkları değerli bir taş olan turkuaz ya da daha bilindik adıyla firuze taşı ile ilişkilendirilir. Bu nedenle Aztekler arasında turkuaz renk parşömen açık bir şekilde ayırt edilir. Yoğun ve öfkeli diyalogları belirtmek için kırmızı renkli konuşma parşömeni (chiltlahtoa) kullanırlardı. Kırmızı renk şiddet ve aşırılık gibi kelimelerle ilişkilendiriliyordu, çünkü kırmızı acı biberin (Şili biberi) rengidir. Diyalogdaki öfkenin şiddetini ise yine 'chi' hecesi belirliyordu. ('chichiltlahtoa' çok hiddetli bir konuşma).

Yabancı kökenli bir kişinin konuşmasını göstermek için benekli ya da noktalı konuşma parşömeni kullanılıyordu. 'Xalli' kum veya kum tanesi demektir. Kum tanesi gibi konuşmak, tam olarak anlaşılamayan konuşmayı temsil eder. "Ce huehuetlacatl xaltlahtoa" Nahuatl dilinde "Yaşlı adam yabancı bir dil konuşuyor" anlamı taşımaktadır. Bu cümlenin hiyeroglifi, yaşlı bir adamın başı ve ağzının hemen önünde kum taneli konuşma kıvrımı çizilerek resmedilir. (Moreno 2006:277)



Resim 4: Annunciation, Almanya 14. yy

Almanya’da yapılan ve tam tarihi bilinmeyen ancak benzer eserlerin 1400’lerin başlarında yapıldığı St. Christopher’ın ağaç gravür baskılarının bulunduğu kitabının kapak içine yapılmış, melek Gabriel’in selamını bir konuşma parşömeni içine yazılmış şekilde alan Hz. Meryem’i tasvir eden “Duyuru” adlı bir ağaç oyma gravür bulunuyor. Christopher’ın baskısıyla aynı boyutta, aynı kâğıda, aynı koyu siyah mürekkeple aynı anda veya yakın zamanlarda basılmış bu iki eser, aynı tasarımcının veya oymacının işi olarak kabul edilemeyecek kadar farklıdır. “Duyuru”nun hatları daha keskin kesilmiş; daha fazla çizim detayına sahiptir. (De Vinne, 1876: 72)

Alman ressam Bernhard Strigel 1505-1510 yılları arasında yaptığı, bir meleğin St. Anne’ye gebe kalacağını söylemeye geldiği anı temsil eden “The Annunciation to Saint Anne” adlı eserinde, mucizevi hamileliğini müjdeleyen meleğin sözleri bir parşömen üzerine yazılı şekilde resmedilmiştir. (The Annunciation to Saint Anne: 07.12.2018)

Siyasi eğilimle sıkça görülen hiciv resimleri ve ünlü kişilerin karikatürleri Avrupa’da 1700’lerin başlarında popüler olmuştur. Matbaacılar, politikacılara ve günün sorunlarına dikkat çeken ucuz renkli baskılar satarlardı ve bu baskılar İngiltere ve Fransa’da oldukça popülerdi. İngiliz sanatçılar William Hogarth (1697-1764) ve George Townshend (1724-1807) dönemlerinde medyanın iki öncüsü oldular. (Thierry Smolderen, 2014: 3,4)

William Hogarth’ın 22 Aralık 1726 tarihinde yaptığı "Cunicularii" adlı eserinde, İngiltere’nin Surrey şehrindeki Godalming kasabasında yaşayan hizmetçi kadın Marry Toft’un tavşan doğurduğu iddiasını resmetmiştir. Anlatılana göre hamile Toft düşük yapar ve bunu kimseye söylemez. Tavşanlara duyduğu ilgidendir belki, hamileliğinden tavşan doğurmaya

başladığını söyler. Bu söylenti saraya kadar ulaşır. Kral I. George olayın araştırılması için hekimler tayin eder. Hogarth Cunicularii'de bu görevli hekimleri Marry Toft'un doğumunu incelerken ki hayret ifadelerini konuşma balonuna yazarak, tasvirini daha güçlü hale getirdi. (William Hogarth's 'Cunicularii', 28.04.2010)



Resim 5: Hogarth, *Cunicularii*, 1726.

İngiliz gravür sanatçısı ve karikatürist James Gillray (1756-1815) Napolyon'u İngiliz siyasilerini ve askeri teşkilattaki pek çok kişiyi hiciv ettiği döneminin sıra dışı karikatürlerinde, konuşma balonlarını verimli bir şekilde kullandı. Hiciv karikatürlerini halktan biri olan John Bull ve ailesi üzerinden anlattığı eserlerinde kullandığı aidiyet

çizgisini (balon kuyruğu) neredeyse günümüzdeki son haline yakın formlarda tasarladı. Gillray, Haziran 1806'da yaptığı "The FRIEND of the PEOPLE" eserinde "TAXES!" (Vergi) kelimesini kapital harflerle yazarak diyalog vurgusunu başarılı bir şekilde kullandı. (James Gillray on War and Taxes during the War against Napoleon, 10.05.2019)



Resim 6: Gillray, *Friend of the People*, 1806

1.2.2. Gazete Yayınları Sonrası Resimlerde Diyalog

Siyasi karikatürler ve bağımsız çizimler 18. yüzyılın başlarında Avrupa'da popüler hale geldiğinden, sanatçılar talebi karşılamak için yeni yollar aradılar. İsviçreli sanatçı Rodolphe Töpffer, 1827'de ilk çok panelli çizgi romanı ve ilk resimli kitabı olan "Adventure of Obadiah Oldbuck" adlı 40 sayfalık bir kitap çıkardı. Her sayfada altında metin eşliğinde birkaç resim paneli vardı. Avrupa'da büyük bir rağbet gördü ve 1842'de New York'ta bir gazete eki olarak basıldı. (Bellis, The Colorful History of Comic Books and Newspaper Cartoon Strips, 16.04.2018)

Basım teknolojisi geliştikçe, yayıncıların büyük miktarlarda baskı yapmalarına ve yayınlarını düşük maliyetle satmalarına izin verdiği için mizahi resimler de değişti. 1859'da Alman şair ve sanatçı Wilhelm Busch, Fliegende Blätter gazetesinde karikatürlerini yayınlamaya başladı. 1865 yılında ise, "Max und Moritz" adlı iki haylaz çocuğun hikayesini anlatan ünlü bir çizgi romanını yayınladı. Max und Moritz de tıpkı "Adventure of Obadiah Oldbuck" gibi sıralı resimlerin altına hikâyeyi ve hikâyeye içinde geçen diyaloglar yazılıydı. (Kireççi, 2008: 56)

Richard Outcault'un New York'ta 1895 yılında çizdiği The World gazetesinde yayınlanan ve birçok kaynakta ilk gerçek çizgi roman olarak gösterilen "The Yellow Kid" çizgi bandı, gülünç hikayelerini anlatmak için ilk konuşma balonlarını ve belirli bir dizi panel kullandı. Outcault, sarı bir elbise giymiş kel, sürahi kulaklı sokak çocuğu, okuyucular tarafından hızla takip edilmeye başlandı. Başlangıçta karakterlerin elbiselerine yazılan diyaloglar 1896

yılından sonra konuşma balonu şeklini almaya başladı. Ancak bu dönemde dahi ana karakter olan The Yellow Kid'in sözleri elbisesinin üzerine yazılmaya devam etti. (Kireççi, 2008: 57)

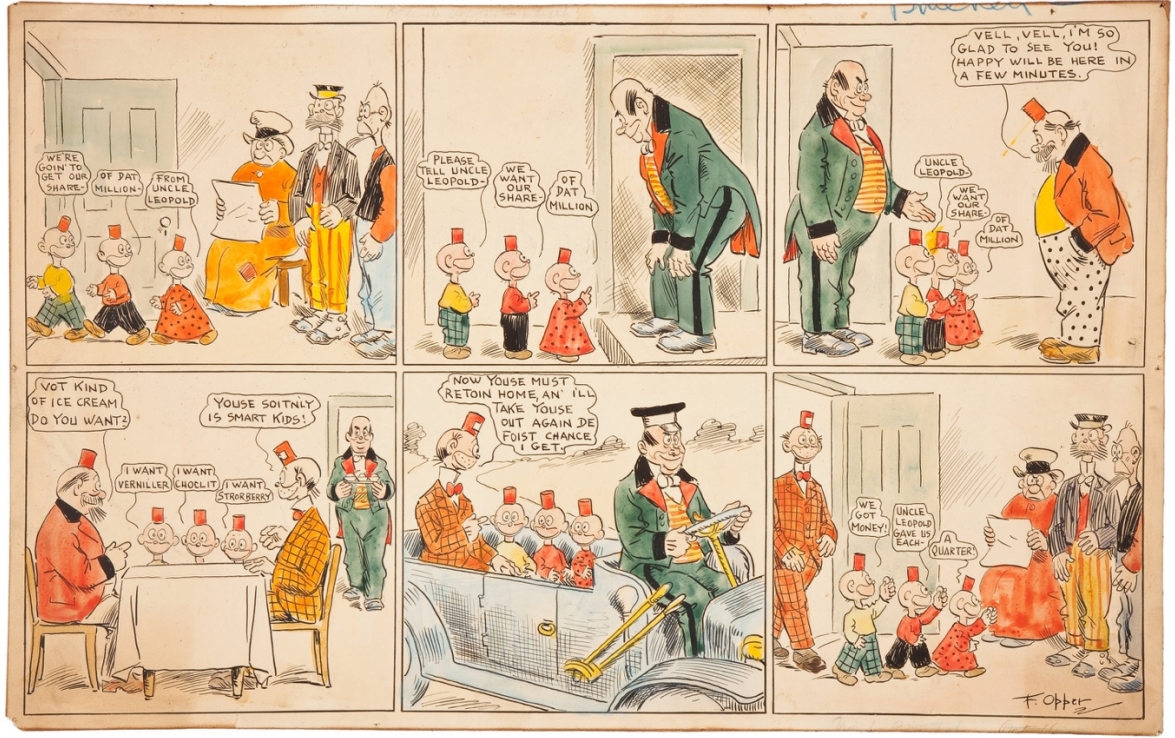
The Yellow Kid'in başarısı, Katzenjammer Kids de dâhil olmak üzere sayısız taklitçiyi hızla ortaya çıkardı. 1912'de New York Evening Journal tüm sayfayı çizgi romanlara ve tek panelli çizgi bantlara ithaf eden ilk gazete oldu. On yıl içinde, "Gasoline Alley" (24 Kasım 1918), "Popeye" (19 Aralık 1919) ve "Little Orphan Annie" (5 Ağustos 1924) gibi uzun süredir devam eden karikatürler, ülkenin dört bir yanındaki gazetelerde yer aldı. 1930'larda, çizgi romanlara ayrılmış tam renkli bağımsız bölümler yaygındı. (Bellis, The Colorful History of Comic Books and Newspaper Cartoon Strips, 16.04.2018)



Resim 7: Outcault, *The Yellow Kid*, 1897

1.2.3. Bağımsız Çizgi Romanlarla Gelişen Diyalog Balonları

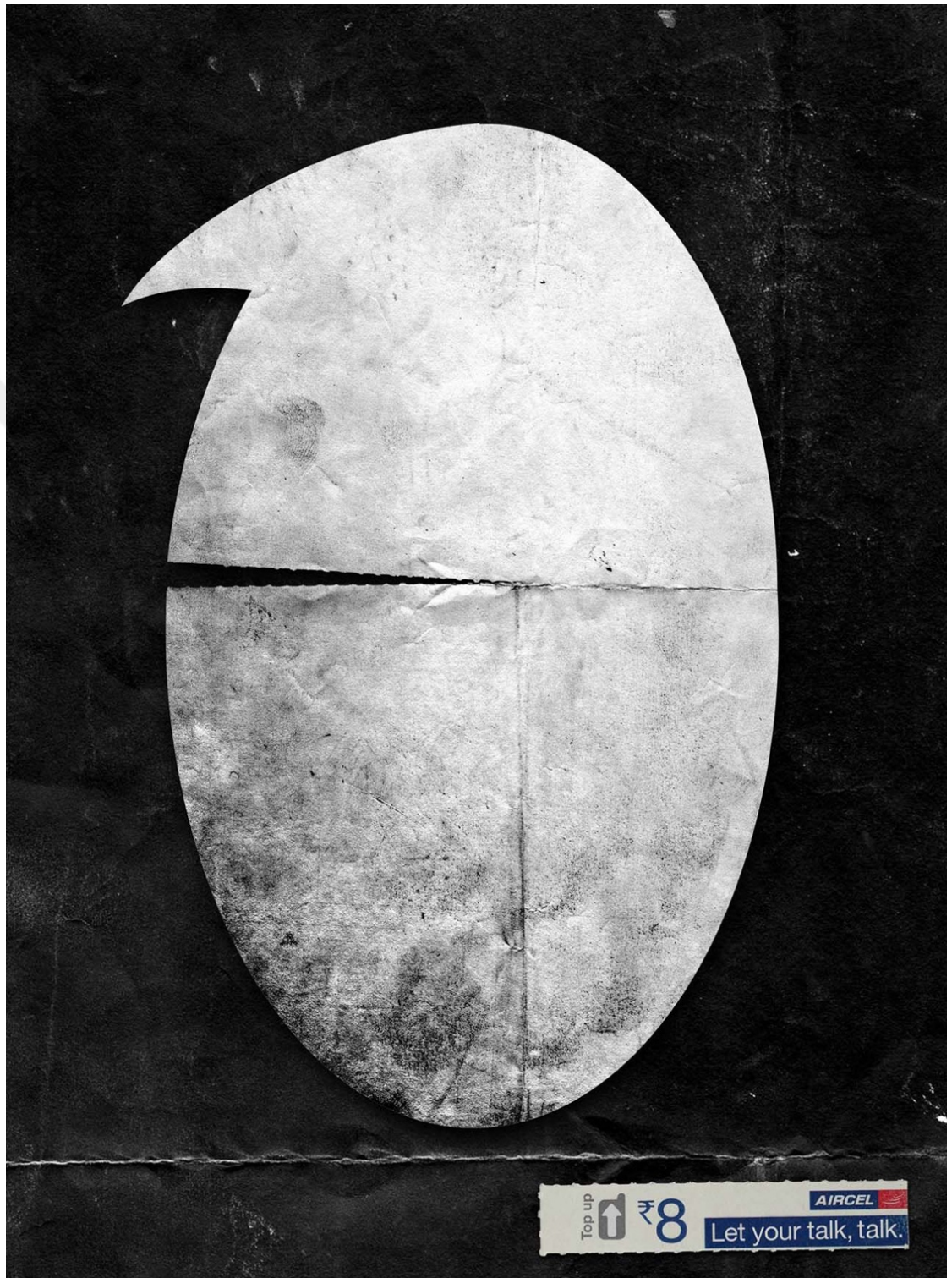
Unutulmamalıdır ki konuşma balonunun gelişim süreci dini gravürler ve hiciv karikatürleri üzerinde ilerlese de balon kurallarını koyan çizgi roman sanatıdır. Bunun en önemli nedeni gravür baskılar ya da karikatürler gibi tek bir kare/sahneden oluşmayıp, birbirini takip eden sıralı sahnelerden oluşuyor olmasıdır. Panel adı verilen bu sıralı sahnelerin olduğu tek bir sayfada bile çok çeşitli ifadeler, duygular, hareketler, mekânlar ve karakterler olabilmektedir. Bu durum okuyucuya, anlatılmak istenen hikâyeyi doğru aktarmak için yeni anlatım teknikleri bulmaya veya var olanları geliştirmeye itmiştir. Son yüz yıl içinde yayımlanan çizgi romanlar kronolojik olarak takip edildiğinde konuşma balonunun nasıl evrildiği ve hangi sorunları çözmek için nasıl form değiştirdiği açık bir şekilde gözlemlenebilir. 1902’de yayımlanmaya başlanan “Happy Holligan” çizgi bandında konuşma balonu diyalogu çevreleyen ve karaktere doğru Uzanan kamçı benzeri bir kuyruğa sahip tek bir türken, 1944’te çizilen “Johnny Hazard” Çizgi romanında balon formları günümüz kullanımıyla neredeyse aynıyken, “düşünce” ve “yayın” balonları da kullanılmıştır. Bu evrim süreci çizgi romanların kendi içinde farklı balon tarzları denemesine de sahne olmuştur. Normal şartlarda buluta benzer şekilde çizilen balonlar “düşünce balonu” olarak tanımlanan form “Blondie and Dagwood” (1933) serisinde bütün balonlarda kullanılmıştır. (Mullaney, 2016: 24)



Resim 8: Opper, *Happy Hooligan*, 1909

1.3. Diyalog Balonunun Tanımı ve Genel Yapısı

Karakterlerin birbiriyle, kendi kendilerine veya çevresindeki nesnelere kurdukları etkileşim sonucu yaptıkları konuşmaların yazıldığı şekillerdir. Balonlar sayesinde konuşmalar kişinin ağzından çıkıyormuş gibi kullanılacağı gibi telefon, radyo, televizyon gibi iletişim araçlarının seslerini yazmak için de kullanılmaktadır. Balonlarla okuyucuya karakterin ne söylediği ve ne tonda söylediği, hangi kelimeyi vurgulamak istediği hatta konuşma sırasında nefesinin kesilmesi ya da sesinin titremesi dahi aktarılabilir. Konuşma balonu üç temelden oluşur; diyalog metni, balon ve kuyruk. (Kireççi, 2008: 87)



Resim 10: McCann, *Talk*, 2012

Diyalog metni, karakterlerin sözleridir. İlk tasarımlarda figürün hemen yanına yazılırken zamanla diğer konuşmacıların sesleriyle karışmaması için çerçeve içine alındı. 1865 yılında Wilhelm Busch'un çizdiği Max und Moritz serisinde diyalog metinleri çizimlerin hemen altında hikâyeci bir üslupla yazılırken, 1895 yılında yayımlanmaya başlanan The Yellow Kid çizgi bandında ise karakterin elbisesinin üzerine yazıldı. Serinin sonraki yıllarında papağan gibi küçük karakterlerin üzerine yazılamayacağından olsa gerek metnin etrafına bir kontur çizgisi çizilip diğer karakterlerin diyaloglarından ayrıştırılmış oldu.

Çizgi roman ve karikatürlerdeki diyalog metinleri, hikâye kitapları ya da romanlardaki gibi diyalogu diğer metinlerden ayırtmak için kullanılan konuşma çizgisine (-) ihtiyaç duymamaktadır. Tarih, saat, lokasyon veya paneldeki atmosfer anlatılmak istendiğinde vinyetin altında veya üstünde çizilen karelerin içine ya da boş alana yazılır. Geriye kalan metinler ise diyalog metni olarak ayrılmış olur. Yine kitaplarda yer alan ve diyalog metni öncesinde “endişeli bir sesle” gibi karakterin duygusunu betimleyen bir izah cümlesine ihtiyaç duymadan, karakterlerin ifadesi ile okuyucuya bu duyguları aktarırken, “bağırarak şunları söyledi” gibi konuşmanın tonunu bildiren açıklayıcı metin yerine bu tonu tipografi oyunlarıyla etkili bir şekilde ifade eder.

Diyaloğun sınırlarını ve konuşma sırasını belirleyen oval şekle ise balon denir. Orta Çağ'da balonlar parşömen veya mektup kâğıdı gibi çiziliyordu. The Yellow Kid'le beraber oval forma doğru evrilmeye başlayan balonlar, 1900'lerin başından itibaren yeni formlar kazandı ve farklı anlatımları karşılamak için metinleri çevrelemekten öteye geçerek, duyguları ifade etmeye ve karakterlerin ses biçimlerindeki farklılıkları farklı formlarda çizilerek doğru ve anlaşılır şekilde aktarmaya başladı.

İlk örneklerinin yine The Yellow Kid'de görüldüğü aidiyet çizgisi veya daha yaygın adıyla balon kuyruğu, diyalogun kime ait olduğu göstermek için kullanıldı. Başlangıçta balondan karaktere (Yellow Kid haricinde -kendi sözleri elbisesi üzerinde yazılıydı- geriye kalan karakterler ve papağan gibi konuşan hayvanlar) doğru uzanan, balonun kontur çizgisiyle eşit kalınlıkta tek bir çizgiden oluşurken, serinin sonraki yayınlarında eğimli ters koni formunu aldı. Karakterden balona doğru kalınlaşarak çizilen bu yeni forma, o dönemlerde sesi daha uzağa taşımak için yaygın olarak kullanılan “megafon” ilham kaynağı olmuş olabilir. Balon kuyruğu balonların duygusal formlarına ayak uydurmak ve balondaki duyguyu güçlendirmek için farklı formlarda çizilse de her zaman ses kaynağından diyalog metnine doğru inceden/dardan, kalına/genişe doğru çizilir.

1.3.1. Konuşma Balonu Türleri

Kendine özgü imla kuralları ve ünlemleri olan çizgi romanların, bu ifadeleri doğru aktarabilmek için özel balonları da vardır. Örneğin günlük konuşmaya benzeri bir diyalogda oval formlu sıradan balon kullanılırken, tikslenme, bağırma, fısıldama gibi farklı ifadeler için tamamen farklı formlarda balonlar kullanılmaktadır. Ayrıca anlatımı zenginleştirmek için metin yerine duyguyu ifade eden küçük illüstrasyonlarda çizilebilir. Çığlık gibi onomatopoeia sesleri efekt olarak çizilebileceği gibi, balon içine yazı ile de yazılabilir.

(Kireççi, 2008: 88)



Resim 11: DDB, *Ice*, 2008

1.3.1.1. Diyalog Balonu:

Herhangi bir aksiyonu olmayan ve belirgin bir duygu içermeyen sadece insanların veya antropomorfizm canlıların kullandığı balonlardır. Genellikle pürüzsüz daire, elips veya köşeleri yuvarlanmış dikdörtgen formda kullanılır. Diyalogun uzunluğuna göre büyük veya küçük çizilebildiği gibi, birkaç tane balon sıralanıp bağ çizgisiyle birbirine bağlanabilir. Bu sayede konuşma içinde geçen farklı düşünceler okuyucu tarafından ayrı ayrı değerlendirilir.

1.3.1.2. Fısıltı Balonları

Kısık sesleri ve fısıldanmayı temsil etmek için kullanılan fısıltı balonu, geleneksel olarak kesik çizgili bir balonla gösterilir. Son zamanda kabul edilen seçenekler, gri gibi sönük bir tonda ya da büyük bir balonun içinde küçük harfli küçük bir metinle yazılarak yapılıyor.

1.3.1.3. Düşünce Balonları

Düşünce balonları karakterin düşüncelerini okumamızı sağlar. Bir düşünce balonunun kuyruğu, daha küçük baloncuklardan oluşur ve bir karakterin başını işaret eder.



Resim 12: Grey, *Worker*, 2011

1.3.1.4. Dalgalı Balonlar

Genellikle karakter fiziksel sıkıntıdayken kullanılır. Balonun dış hattı genelde dalgalı çizilir, buda diyalogun sesi titreyen birine ait olduğu izlenimi verir. Eğer karakter ölüme yaklaşmış veya konuşma sırasında bilincini kaybetmeye başlamışsa, diyalogları küçülebilir ve nefes işareti ile bitebilir.

1.3.1.5. Öfke Balonları

Konuşan kişi öfkelenildiğinde ve çığlık attığında kullanılır. Balon çizgisi keskin zikzaklı veya dikenli çizgilerle bazen de kuyrukla balonun birleştiği noktada öfkeyi gösteren dikenli çizgilerle gösterilir.

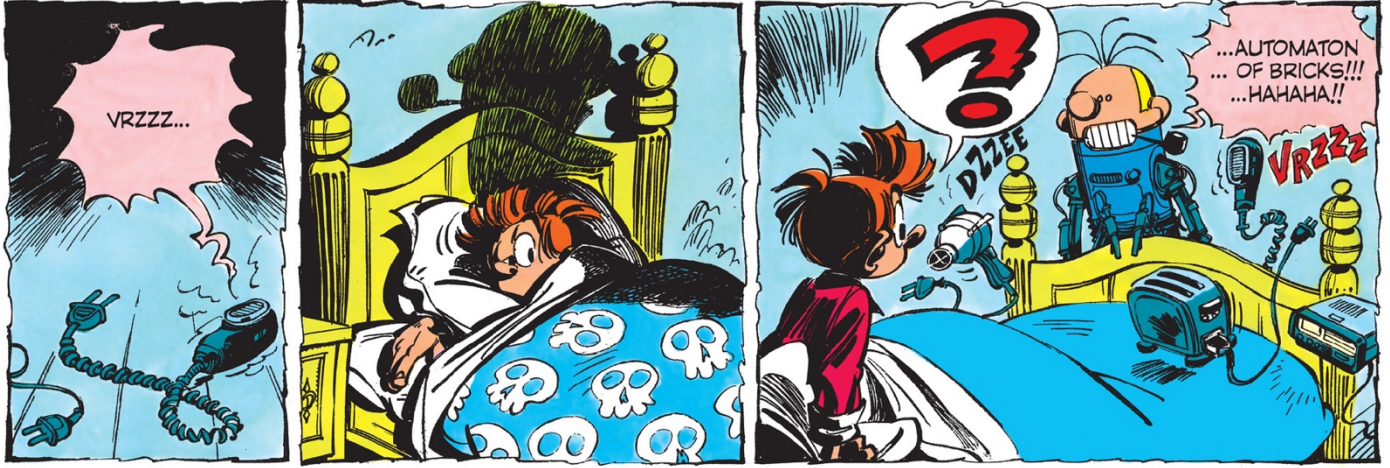


Resim 13: Guarnido, *Blacksad Amarillo*, sayfa 18, 2014

1.3.1.6. Yayın Balonları

Konuşma bir radyo, televizyon, telefon veya herhangi bir hoparlör aracılığıyla iletildiğinde, italik hale getirilir ve bir radyo balonuna yazılır. En yaygın şekli, kaynağa şimşek işaretine benzer kuyrukla bağlanan ve öfke balonundan daha kısa dikenli olarak çizilir.

(Comic Book Grammar & Tradition, 04.05.2019)



Resim 14: Janry, *Spirou and Fantasio Who Will Stop Cyanide*, sayfa 26, 1985

1.3.3. Konuşma Balonu Tipografisi

Balon yazıları çizerler ya da sadece balon yazılarını yazmakla görevli kaligrafistlerin yazıları elle yazıldığı dönemlerde bireysel farklılıklar dışında, temelde aynı olan kurallar tüm balon yazılarında uygulanıyordu.

Dijital yazıya henüz geçilmediği dönemde çizimler ve yazılar, baskı boyutuna oranla 4 kat büyük çalışılıyordu. Çizerin elinden çıkan ilk nüsha ile baskıda çoğaltılan kopyalar arasındaki bu boyut farkı, balon yazılarının en önemli kuralı olan “küçüldüğünde de okunaklı olmalıdır” kuralını ortaya çıkarmıştır. Aynı şekilde dikkatsiz, özensiz veya çok aralıklı

yazılan harfler küçüldüğünde daha da kötü görünür. İyi aralıklı, düzgün yazı neredeyse her türlü küçültme işleminde rahatlıkla okunabilir.

Balon yazılarında dikkat edilmesi gereken bir diğer husus, doğru satır aralığını belirlemek için sonradan silinmek üzere kılavuz çizgilerinin çizilmesidir. Balon yazılarının rahat okunabilmesinde en büyük yardımcılarından biri bu hayali çizgilerdir. Bu çizgiler sayesinde, her satırdaki harflerin yüksekliği tipografi kuralları içinde eşit (“O” gibi yuvarlak harfler optik hiza nedeniyle biraz büyük çizilir) çizilir. Satır arası boşluklar yazı boyunca eşit olmalıdır. Harflerin yüksekliğine oranla 2/3'ü satır arası boşluk Rahat bir okuma için idealdir.

Kitap, dergi, gazete gibi yayınların metin tipografisinden farklı olarak konuşma balonlarında vurguyu arttırmak için tipografik oyunlar sergilenir. Günlük konuşmalarda ses tonunun kullanması gibi balon içi diyaloglarda da bu ton vurgulanmak istenen kelimeleri bold, italik veya yazı büyüklüklerinin (punto) değiştirilmesiyle yapılır. Diyalog içinde vurgulanmak istenen kelimeler bold / bold, sesini yükselten karakterin cümleleri ise bold ve sesin yüksekliği göre daha büyük puntolarla yazılır. Kısık sesler ve fısıltılar içinse italik yazı tercih edilirken, yüksek seste olduğu gibi ses seviyesinin azalması vurgulanmak isteniyorsa giderek küçülen puntolarla bazen de metin karakterinden daha ince bir karakterle yazılır.

Metin yazım kurallarında gövde metni küçük harflerle ve orta kalınlıkta (regular, medium veya book) yazılırken, aksi yazıldığı takdirde ise olumsuz tepkiler alınabilir. Bununla ilgili

bilinen en ilginç ve yazının algı etkisinin ne kadar güçlü olduğunu gösteren hadise Vicki Walker'ın attığı mail olmalı belki de.

Yeni Zelanda'da bir sağlık kurumunda muhasebeci olarak çalışan Vicki Walker 25 Eylül 2007 günü gönderdiği e-mailde bütün metni büyük harflerle (majüskül) yazdı. Bu maili gönderdikten sonra işine son verildi. Nedeni ise;

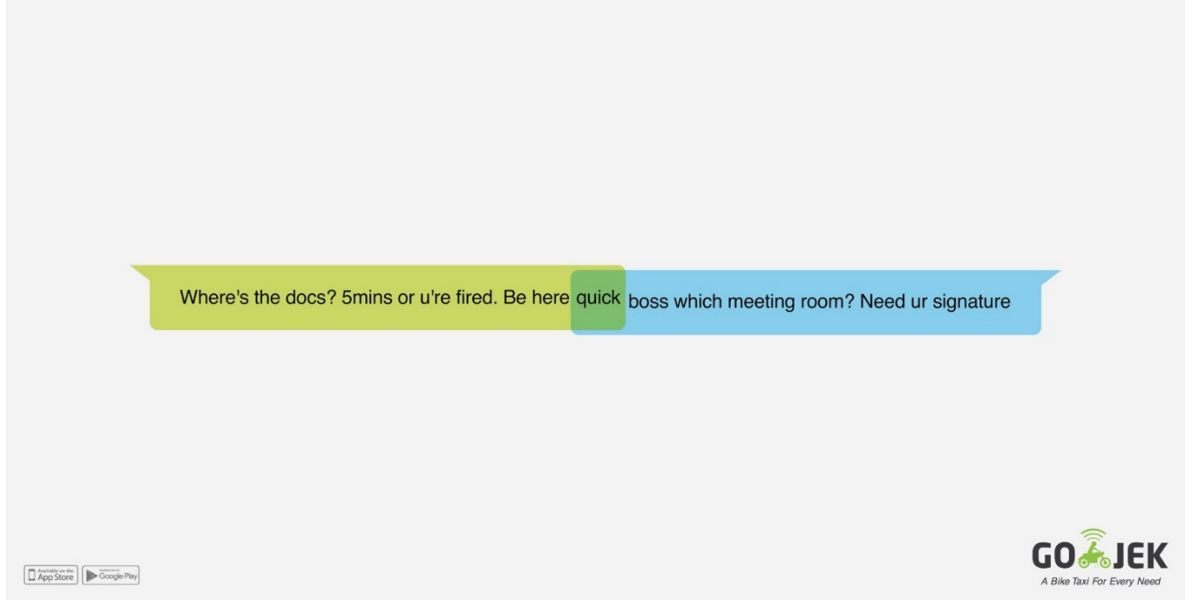
BÜYÜK HARFLER KARŞINIZDAKİNDEN NEFRET EDİYORMUŞSUNUZ VE ONA BAĞIRIYORMUŞSUNUZ HİSSİ UYANDIRIR. (Garfield 2014:30)

Vicki Walker'ın mailindeki bu etkiyi konuşma balonlarında bold ve büyük puntolarla yazılan metinler sağlıyor. Genellikle çizgi romanlar ve karikatürlerde balon metinleri tamamen majüskül harflerle yazılır. Diyalogların ilk örneklerinde metinlerin tamamı minüskül harflerle yazılırken, 20. yy. ın ikinci çeyreğinden itibaren majüskül yazı neredeyse geleneksel hale geldi.



Resim 15: Grey, *Shark*, 2016

Kaligrafistler tarafından elle yazılan balon diyalog metinlerinin nizami olmasına büyük özen gösteriliyordu. Bunu sağlamak çoğu kez kolay olmadığından “Ames Kılavuzu” adında bir cetvel geliştirildi. Bu kılavuz sayesinde harflerin taban ve tavan yükseklikleri belirleniyor ve satır arası boşlukları istenilen ölçülerde ayarlanabiliyordu. Ancak bu kılavuzla küçük harf gridleri hazırlamak istendiğinde fazladan x yüksekliği çizgisi, y ve j gibi harfler için satır arası boşlukların yeniden ayarlanması gerekiyordu. Majüskül harflerin yazımı daha kolay olduğu için tercih edilmiş olabilir. (Quickguides Lettering, 30.08.2019)



Resim 16: Hakuodo, *Go-Jek Ride Taxi*, 2017

1.4. Afişlerde Konuşma Balonu ve Etkileri

Günümüzde konuşma balonları, içerisine diyalogların yazıldığı oval formun dışında konuşmanın da simgesi olmuştur. İletişim ile ilgili birçok logo bu formu kullanmaktadır. Bu nedenle afişlerde hikâyeci anlatımı kolaylaştırmanın yanında, konuşma balonları simge anlamlarıyla da kullanılmaktadır. Simge halinde kullanılan balonlar, diyalog balonu görevini

yitirir. Afişlerde “konuşma simgesi” kullanmadaki amaç diyalogun içeriği değil konuşma eyleminin kendisidir. Sadece balon formunu kullanarak afişlerde vurgulanmak istenen konuşma eylemi, sessiz kalmak, tepki göstermek, iletişim kurmak, yabancı dil, düşünmek hatta ağız kokusu olabilir.



Resim 17: Kolle Rebbe, *Cheap stuff*, 2014

2. BÖLÜM

SESİN BASKIDAKİ KARŞILIĞI VE ETKİSİ

2.1. Sesin Görsel Zenginliği

Albert Dürer'in 1496- 1498 yılları arasında yaptığı ağaç gravürde 'Yedi Meleğin Trampeti' (The Seven with Trumpets) konusu kıyametin gelişini haber veren meleklerin trampet çalmasıdır. Hıristiyan mitolojisinde yer alan bu konu birçok dini kitapta da ele alınmıştır. Gelecekte olacak kıyameti haber veren bu sahneyi imgeler üzerinden anlatan sanatçı insanları uyarmak için 7 meleğin aynı anda trampete benzer çalgıyla insanları uyarması, haberdar etmesi sahnesidir. Çok fazla figürün yer aldığı sahnede tam bir kargaşa ortamı anlatılmaktadır. Yatay, dikey ve diyagonal yerleştirilen hareketli figürler kaosa işaret etmekte, tedirgin, telaşlı, panik halinde olma psikolojisini anlatmaktadır. Kıyamet kopmadan az evvel olabileceklere ilişkin veriler şöyle anlatılır; ateş toprağı ele geçirir en büyük yıldız dünyanın üstüne düşer, tam bu esnada resmin ortasında, gökyüzünden yeryüzüne doğru diyagonal bir şekilde uçarak gelen kartal çığlık atar. Kartal burada olduğundan daha büyük çizilmiştir. Bütün dikkat resimdeki hareketliliğe ve kaosa rağmen kartalın üzerinde toplanmaktadır. Çünkü kartal attığı çığlıkla anlamını bilmediğimiz ancak durumun vahametini ifade edecek bir feryat halindedir. Bu resmin özelliği sanat tarihinde ilk kez onomatopoeia kullanılan resim olmasıdır. Kartalın gagasından diyagonal bir şekilde kıyametin gelişine işaret eden telaş ve panik hali bir çığlıkta anlamsız bir kelime olmaksızın sembolik bir çağırışıma dönüşerek durumun vahametini anlatacak etkiyi uyandırmaktadır.

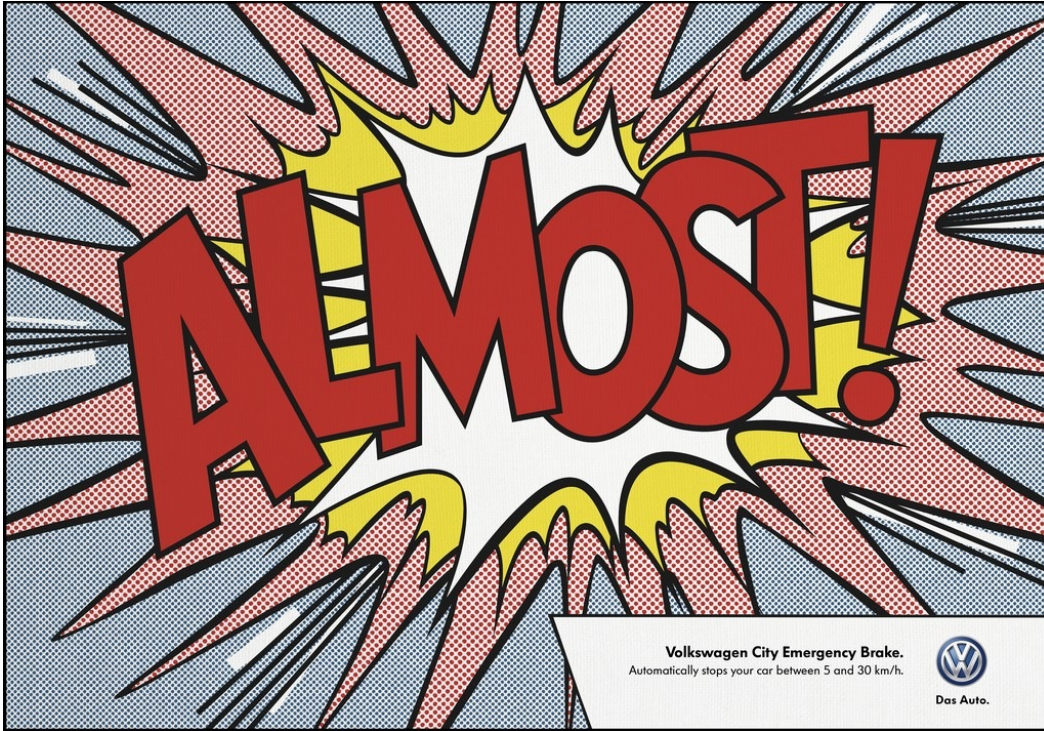


Resim 18: Dürer, *The Seven Angels with the Trumpets*, 1498

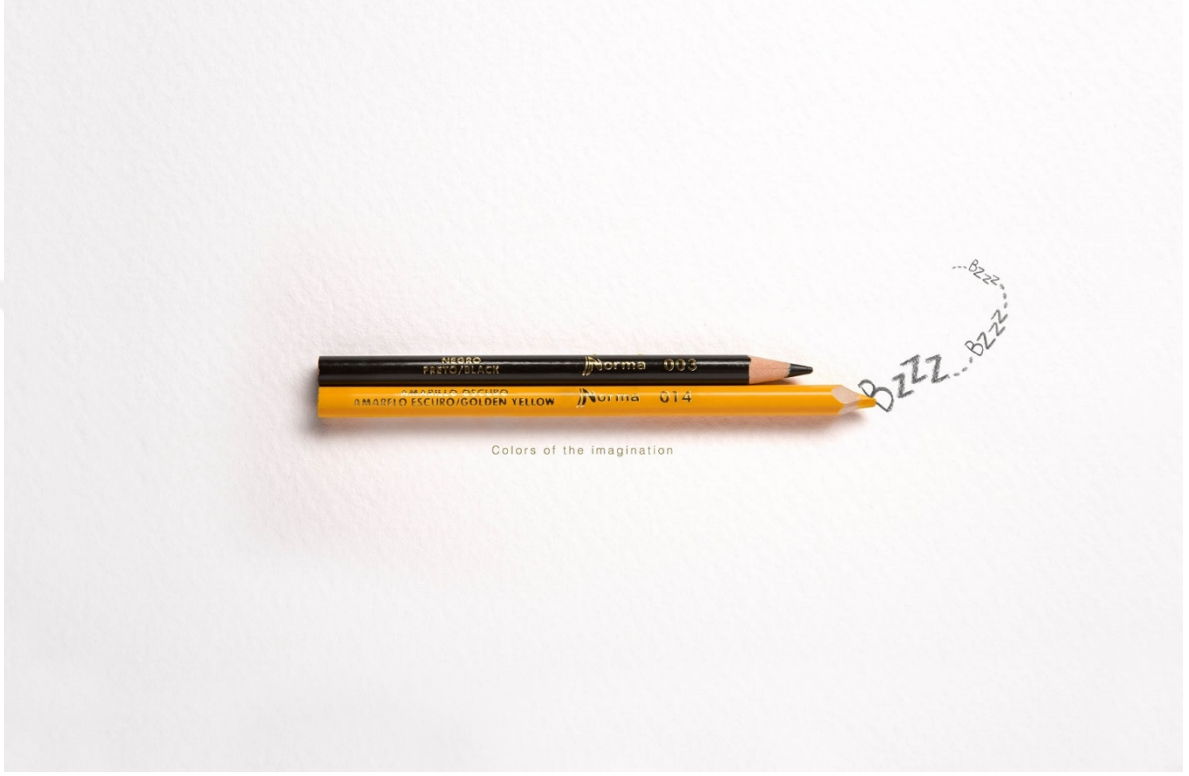
2.2. Sesin Çizim Temelleri

Gerçek bir çizgi filmde, yazı çizimin bir parçası, stile ve kompozisyona uyuyor ve fikrinin ortaya çıkmasına yardımcı oluyor.

Güneş altındaki her cisimden harfler oluşabilir- karikatürist sadece hayal gücü ve onları netleştirme yeteneği ile sınırlıdır. Örneğin, yardım için titreyen bir çığlık yükselirse, harflerin kendilerini sallama ve sallanmalarını sağlayın. Buz sarkıtlarını andıran buzlu açıklamalar yazıyla ifade edilebilir ve balon çizilebilir. Yabancı vurgular harflerin Rusça veya Oryantal karakterleri gibi görünmesini sağlayarak gösterilebilir. Çok fazla vidalı yazı sıkıcı olabilir ve okunması zor olabilir- az miktarda kullanın. Çizgi romanlarda balon yazısı kolay okuma için hayali düz bir çizgi üzerinde yazılmalıdır. (Tobey, 1965)



Resim 19: DDB, *Almost*, 2013



Resim 20: DDB, *Bee*, 2014

2.2.1. Onomatopoeia

En basit halleriyle, onomatopoeia sesleri temsil eden kelimelerdir. Yansıma sözcükleri olarak da bilinen “onomatopoeia” terimi, sesin taklit edildiği sözcükler için kullanılmaktadır. Bu sözcükler, refleks olarak ağızımızdan çıkan veya dışarıdan işitilen seslerin, taklit edilmesiyle oluşur. Onomatopoeia hıçkırık, öksürük, hapşırık gibi refleks sesler olabileceği gibi, hayvanların çıkardıkları sesler, rüzgârın, suyun veya çeşitli aletlerin çıkardığı sesler de olabilir. (Akyıldız Ay, 2017: 21)

Avustralya'daki Adelaide Üniversitesi'nden Prof. Derek Abbott onomatopoeia'nın dile nasıl geçtiğinin incelendiği titiz bir çalışma yapılmadığını söylüyor. “Benim gibi akademisyenler hala ses toplamaya uğraşiyor, ilk temel çalışmam bunların şu an sadece “pul koleksiyonculuğu” seviyesinde olduğunu gösteriyor” diyor. Bazı araştırmacılar, yıllar boyunca dilin doğal seslerin taklit edilmesi sonucunda ortaya çıktığını öne sürüyor. Bu hipotez, “Bow-Wow Teorisi” olarak bilinir. Ancak bu hipotezin sonucu doğru ya da yanlış ne olursa olsun, onomatopoeia, dilde kullandığımız kelimelerin sadece küçük bir kısmını oluşturuyor.

Dilin kökeni hakkında yazılanlar için Columbia Üniversitesi'nde İngilizce ve Karşılaştırmalı Edebiyat profesörü John McWhorter, “Hiçbir teori, “O duvarın yarısını bile geçemedi!” diyor.

Prof. Derek Abbott dünyanın en büyük dilleri üzerinde yaptığı çalışmada, "Farklı dillerde hayvan seslerini taklit etmek için ne söylüyoruz?" Sorusunun cevabını; Bir hayvan çiziminin tıpkı çizgi romanlardaki konuşma balonları gibi bir balonun içerisine çıkardığı sesin okuyucuların da desteğiyle farklı dillerde nasıl telaffuz edildiğini yazmalarını istedi. Farklı bir alfabe kullanan dillerde, karşılaştırma kolaylığı için kelimeyi Latin alfabesine çevirmeye çalıştı, kedilerin miyavlama ve arıların vızıltı sesi için şu sonuçlara ulaştı:

	Kedi	Arı
Danimarkaca :	miav	bzzz
Hollandaca :	miauw	buzz

İngilizce	:	meow	buzz/bzzz
Fince	:	miau	bzz
Fransızca	:	miaou	bzzz
Almanca	:	miau	summ summ
Yunanca	:	miaou	zoum zoum
İbranice	:	miyau	bzzz
Macarca	:	miau	bzzz
İtalyanca	:	miau	zzzz
Japonca	:	nyan	boon boon
Rusça	:	miyau	zh-zh-zh
İspanyolca	:	miao	bzzz
İsveççe	:	mjan	buzz buzz
Türkçe	:	miyav	vizzz
Urduca	:	meow	bzzz

(Animal Sounds: 07.10.2018)

Aynı sesin farklı şekillerde telaffuz edildiğini fark etti. Kedi sesinin telaffuzu incelenen tüm dillerin, genelinde birkaç istisna dışında birbirine yakınken, arı sesi çok daha farklı seslerle telaffuz edilebilmektedir.

Onomatopoeia'yı bu kadar ilginç kılan şey, tamamen aynı sesleri duyduğumuz halde, bu sesleri telaffuz etmek için kullandığımız kelimelerin neredeyse her dil için farklı olması. Bu çeşitlilik İngiltere- Manchester'da 25 yaşındaki fizik doktora öğrencisi James Chapman'e ilham verdi. Derlediği çeşitli onomatopoeia'lar için hazırladığı çizimleri internette paylaşan genç araştırmacı, sıra dışı ve eğlenceli çalışmalarıyla kullanıcılardan beğeni ve takdir topladı. İnsanın çıkardığı tüm sesleri ve dünyanın dört bir yanından çeşitli onomatopoeic sözleri derlediği, 'Japonca Nasıl Hapşırılır?' adında bir de kitap yazdı. (How to say sneeze in Japanese: 08.04.2019)



Resim 21: Lobsang Wangchen, *Dizzy Flash Surpassed* 2018

Japonca onomatopic sesler konusunda diğer dillere göre çok daha zengin. Japoncanın onomatopoeia zenginliği bu kelime grubunu çeşitlendirmesini ve sınıflandırmasını sağlamış. Neredeyse konuşulan tüm dillerde doğa ve hayvan sesleri, insan refleksleri neticesi çıkan sesler ya da ünlemler tek bir grupta toplanırken, Japonca'da bu sesler 5 gruba ayrılmış.

Giseigo 擬声語: Hayvanların ve insanların çıkardığı seslerdir. Tüm hayvan sesleri bu gruba dâhildir. İnsanlar için ise duygu içermeyen, anlık refleksler ya da öksürme gibi istemsiz oluşan sesler giseiho alt grubunda incelenir.

Ayı がおー

kuş ちゅんちゅん

inek もーもー

karga かーかー

kahkaha あはは

ağlama うわーん

Giongo 擬音語: Cansız nesnelere ve doğada kendiliğinden oluşan sesleri temsil etmek için kullanılır. Ağaçların arasında dolanan rüzgârın sesi, kapının kapanma sesi ve telefonun çalma sesi gibi seslerdir. Temel olarak, bir insanın veya hayvanın ağzından çıkmayan sesler bu kategoriye girer.

gök gürültüsü ごろごろ

su damlası ばしやっ

patlama めらめら



Resim 22: Marketway/Publicis, Cyprus, *Beep*, 2018

Gitaigo 擬態語: Koşul ve durumları açıklayan seslerdir. Kıs kıs gülmek, karın guruldaması gibi istemsiz oluşan sesler gitaigo alt grubunda yer alır.

Gira gire ぎらぎら

Hoka hoka ほかほか

Muşi muşi むしむし

Giyougo 擬容語: Hareketleri tanımlayan seslerdir. Bu sesler genellikle bir yerden bir yere yürüme veya seyahat ile ilgili hareketlerden çıkan sesleri telaffuz etmek için kullanılır.

Uro uro うろうろ

sutakora すたこら

noro noro のろのろ

uto uto うとうと

gussuri ぐっすり

Gijougo 擬情語: Duyguları tarif eden sesler. Kalbin küt küt atması, karnında kelemekler uçtu gibi işitilmeyen duygusal ifadelerin sesidir. Gijougo aslında sesleri taklit etmez, ancak duyguları veya eylemleri tarif eder.

Kuyo kuyo くよくよ

Şinmiri しんみり

Uki ukic うきうき

(Japanese Onomatopoeia: The Definitive Guide: 24.01.2019)

2.2.2. Yön

Sesin çıkış noktasını ve ilerleyiş yönünün bilinmesi yöne göre verilen refleksleri doğrudan etkilemektedir. Arkadan yaklaşan aracın sesi fark eden kişinin kenara geçilmesi ya da birinin

seslenişine karşılık sesin geldiği yöne dönülmesi ses yönünün algılanmasıyla verilen reflekslerdir. Sesin çizilmesinde ise kompozisyona göre sesin yönünün doğru belirlenmesi, izleyicinin doğru refleksi algılamasına yardımcı olur. Fizikte ses, taneciklerin titreşimleriyle ilerleyen bir enerji türü olarak tanımlanırken maddenin olmadığı boşlukta ilerleyemez. Bu nedenle boşlukta ses duyulamaz. Sesin duyulması için yayılması gerekir. Kompozisyonda sesin yönünü doğru belirlemek bu kriterler dikkate alınarak sağlanabilir.



Resim 23: Publicis Conseil, *Splash*, 2012

2.2.3. Ton

Sesin yayılırken oluşturduğu dalga yoğunluğudur. Ses desibelinin ne kadar yüksek olduğunu ve etkisinin ne kadarlık bir alana yayıldığını göstermek için kullanılan yöntemdir. Şiddetin

yüksekliği sesin daha uzağa yayılmasıyla doğru orantılıdır. Yere düşen iğnenin sesi neredeyse tamamen sessiz bir ortamda güçlükle duyabiliyorken, bir bombanın patlama sesi kilometrelerce uzağa yayılabiliyor. Sesin şiddeti çizilirken ton yüksekliğine göre harflerin esnek ses yönüyle birlikte değişken olmalıdır. Yađmur damlasının "şıp şıp" sesleri ritimden kaynaklı yatay düzleme göze sağa ve sola eğimli, küçük puntolar ve ince çizgilerle ifade edilirken, bir yolcu uçağının motor sesi kalın çizgiler, büyük puntolar ve harflerin esnetilerek deforme edilmiş şekilde çizilmektedir.



Resim 24: Y&R/Team, *Klang*, 2017

2.2.4. Biçim

Sesin çiziminde onomatopoeia kadar etkili başka bir etken de sesin karakterini doğru tanımlayabilmektir. Acıdan gelen çığlık, neşeyle atılan kakhaha izleyiciye sesin neyi ifade etmek için çizildiğine dair fikir verirken; çıtırtı, gürültü gibi duygu içermeyen ya da daha önce hiç duymadığı veya tecrübe etmediği bir durum için çizilen sesin karakteri hakkında bilgi sahibi olmadığı için, ses yeterince iyi algılanmayabilir.

Çizgi romanlarda bu sorun renk, çizgi ve okuyucun görsel arka planındaki materyalleri kullanarak çözüyor. Çakan şimşek için keskin hatlarla yazılmış "kkkrraaak" sesinin sarıyla renklendirilmesi, düşen su damlaları için yuvarlak yazı karakterlerinin maviye boyanması; sarının tehlike ve elektriği simgelerken, suyun mavi renkte oluşu damla için mavi rengin kullanılmasına neden olmuş olabilir.



Resim 25: Fischer America, *Bang*, 2008

2.2.4.1. Çizgi ve Form

“Bir adın illa ki anlamı olmalı mı?” diye sordu Alice kuşkuyla.

“Tabii ki olmalı,” dedi Humpty Dumpty, hafiften bir kahkaha atarak: “Ben adımlı şeklimden almışım... ve bu da çok güzel bir şekil. Seninki gibi bir adla neredeyse herhangi bir şekil olabilirsin.”

1865 yılında Lewis Carroll'un yazdığı "Alice in Wonderland" kitabından alınan bu satırlar Humpty Dumpty adında yumurtaya benzeyen bir karakterin dilinden yazılıyor. Carroll seslerin şekilleri ya da şekillerin sesleri çağrıştırdığını fark etmiş olmalı ki böyle bir karaktere bu isim vermiş. (Kiki or bouba? In search of language's missing link: 11.05.2019)

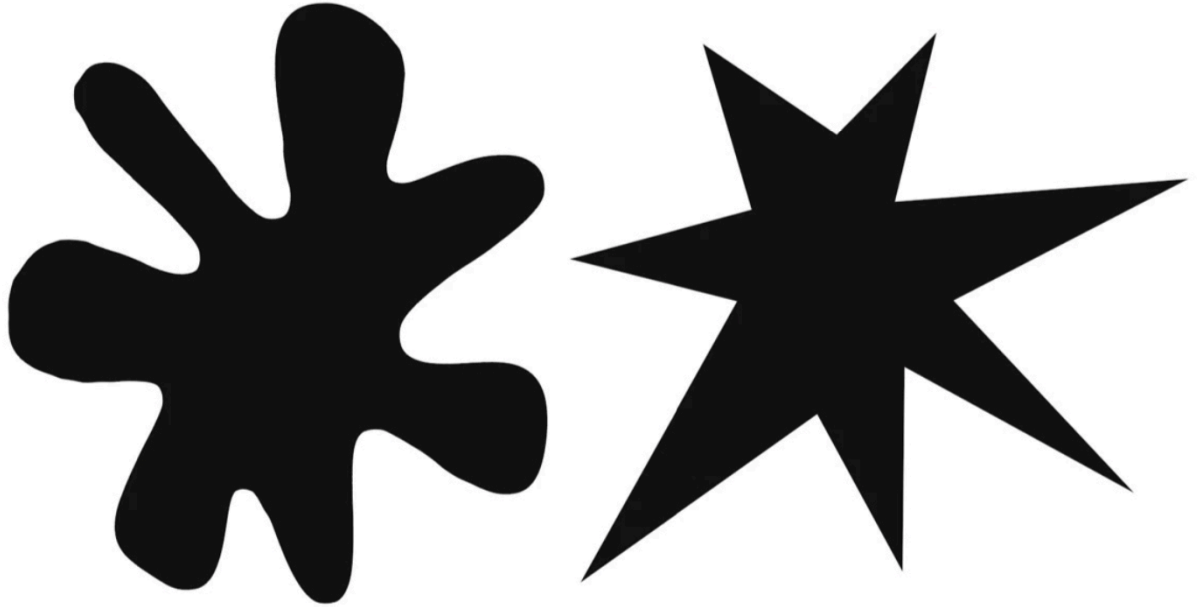
Benzer şekilde Alman şair Christian Morgenstern Möwenlied adlı şiirinde “bütün martılar isimleri Emma’yıymış gibi geliyor” demiştir. “Emma” ismindeki “m” harflerini, uzakta kanat çırpan martılara benzetmiş ya da gerçekten bu ismin fonetiği martıları çağrıştırmıştır olabilir. (Gull Song: 07.08.2019)

Alman psikolog Wolfgang Köhler Morgenstern’in şiirini okuduğunda yirmili yaşlardaydı. Köhler sözcüklerin anlamlarının ötesinde sembolik fikirleri iletebileceği düşüncesini ileri sürdü. Bu fikri dikkatli bir şekilde test etmek için, 1929'da Kanarya Adaları'na İspanyolca konuşan bir grup katılımcıya gösterdiği iki şekilden hangisinin “maluma” ve hangisinin “takete” olduna karar vermesini istedi. Katılımcıların %95'ten fazlası, yuvarlak şekli “maluma”, sivri şekli “takete” olarak tanımladı.

Normalde bu oranın yüzde 50/50 olması ya da ufak sapmalarla yakın bir oran çıkması beklenirken, böyle belirgin farklar çıkması durumun tesadüf ile açıklanamayacağını

gösteriyor. Deneyin sonuçları gösteriyor ki insan beyni şekiller ve sesler arasında tutarlı bağlantılar kuruyor. Köşeli cisimlere sert seslerden oluşan isimler yakıştırılırken, yuvarlak cisimlere daha yumuşak seslerden oluşan isimler veriliyor. (The bouba/kiki effect: how do we link shapes to sounds?: 14.03.2019)

İki psikolog olan Vilayanur S. Ramachandran ve Edward Hubbard Hindistan'da Amerikan kolej öğrencileriyle Köhler'in deneyini tekrarladı. Bu defa ilk deneyden farklı olarak 'bouba' ve 'kiki' kelimelerini kullandılar. Ankete katılanların yüzde 98'e varan kısmı sivri şekli "kiki", yuvarlak olan şekli ise "bouba" olarak seçti. Bu deney literatüre "Kiki-Bouba Etkisi" olarak geçti.



Resim 26: Kiki ve Bouba

VS Ramachandran TED 2007 etkinliklerinde “3 clues to understanding your brain” konuşmasında deneyi tekrarlayarak şunları söyledi:

“Size, aslında hepinizin sinestezik olduğunuzu ama inkâr ettiğinizi göstereceğim. İşte bu benim Marslı alfabesi dediğim şey, aynı bizim alfabe gibi, A sesi A harfi, B sesi, B harfi... farklı sesler için farklı şekiller. Birisi Kiki, birisi Bouba. Kaç kişi bunun (sol) Bouba, bunun (sağ) Kiki olduğunu düşünüyor? Ellerinizi kaldırın. Yüzde 99’unuz.



Resim 27: Environmental Graphics, *Shakespeare In The Park*, 2016

Şimdi, hiçbiriniz Marslı değil, nasıl yaptınız bunu? Çünkü hepiniz çapraz modellerle sinestetik soyutlama yapıyorsunuz... Bu şekli yapan gözdeki ışık demetleri ve ses örüntüsünü oluşturan kulaktaki tüy hücreleridir. Ama beynimiz, bunları ortak paydaya almayı başarabiliyor.”

Emory Üniversitesi'nden psikolog Kelly McCormick Kiki-Bouba Etkisi'nin nedenini araştırmak için farklı ülkelerde deneyi tekrarladı ve değişmeyen sonuç için 3 farklı teori geliştirdi:

I. Teori: Bunun doğuştan olduğu. McCormick da tıpkı V. S. Ramachandran gibi her bireyin biraz sinestetik olduğunu ileri sürüyor. Görsel ve işitsel bilgileri birleştiriyoruz çünkü iki arasında bir bağ olduğunu düşünüyoruz. (The Bouba-Kiki Effect: 28.02.2019)



Resim 28: Tempo, Ah-Ha 2011

II. Teori: Ağzımızın şekli karar vermemizde etkili oluyor. Kelimeler telaffuz edilirken; boubu'da dudaklar yuvarlanırken ağız boşluğu da açık kalıyor, kiki de olduğu gibi gergin ya da doğrusal bir hareket yok.

III. Teori: Tecrübelerimiz karar vermede bizi yönlendiriyor. İşittiğimiz seslerin kaynaklarının formları, bu sesleri şekillerle ilişkilendirmemizde etkili. Bowling topunun yuvarlanırken çıkardığı tok ve pürüzsüz ses ile çam kozalağının aynı harekette çıkardığı düzensiz ve cılız sesi, benzer formlar ve sesler için de eşleştirebiliyoruz.

Bu çalışma, insanların dilleri geliştirirken ilk sesleri belli kavramlara veya semboller için kullandığını ve farklı dillerdeki seslerle ilişkilerinin aslında rastgele olmadığı sonucunu gösterebilir. (TED 2017, 3 Clues to Understanding Your Brain: 20.05.2019)

2.2.4.2. Renk

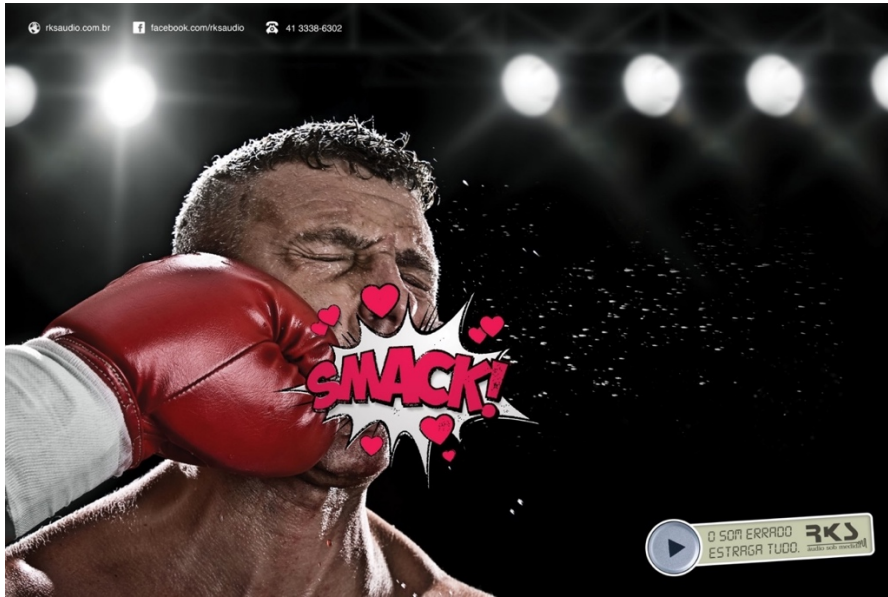
Renk görsel hafızamızda önemli bir yer işgal eden tanımlama yöntemlerinden birisidir. Azteklerin şili biberinin kırmızısını öfke ile eşleştirmesi gibi görsel dağarcığımızda yer eden renkleri, duygularla eşleştiriyoruz. Öfkeden kızarmak, korkudan sararmak gibi ruh halimize göre vücudumuzun gösterdiği tepkilerle algılanan beden renkleri de bu renk-duygu eşleştirmesinin başka bir yönü. Renklerin ifade ettiği anlamlar yanında, kişilerin üzerindeki psikolojik etkiler de duygu-renk eşleşmesinin başka bir yönü.

Sarı bir odada endişeli hissediyor musunuz? Mavi renk sizi sakin ve rahat hissettirir mi? Sıklıkla sorulan bu sorular renklerin insanlar üzerindeki etkileri anlayabilmek için soruluyor.

Sanatçılar ve iç mimarlar, rengin ruh hallerini, hisleri ve duyguları etkileyebileceğine inanıyor. Sanatçı Pablo Picasso ise, "Renkler, nitelikleri gibi, duyguları değiştiriyor" diyor.

Araştırmacı Andrew Elliot ve Markus Maier, "Rengin yaygın kullanımı göz önüne alındığında, renk psikolojisinin iyi gelişmiş bir alan olmasını beklediğini" söylüyor. "Şaşırtıcı bir şekilde, rengin psikolojik etkisi üzerine bugüne kadar çok az teorik ya da deneysel çalışma yapıldı ve yapılan çalışmalar çoğunlukla bilimsel titizlikten ziyade pratik kaygılar tarafından yönlendirildi."

Bu alandaki genel araştırma eksikliğine rağmen, renk psikolojisi kavramı pazarlama, sanat, tasarım ve diğer alanlarda sıcak bir konu haline gelmiştir. Ortaya çıkan bu alandaki sonuçların çoğu anekdot olarak yazıldı. Ancak araştırmacılar ve uzmanlar, rengin ruh halleri, duygular ve davranışlar üzerindeki etkisi hakkında birkaç önemli keşif ve gözlemde bulundular.



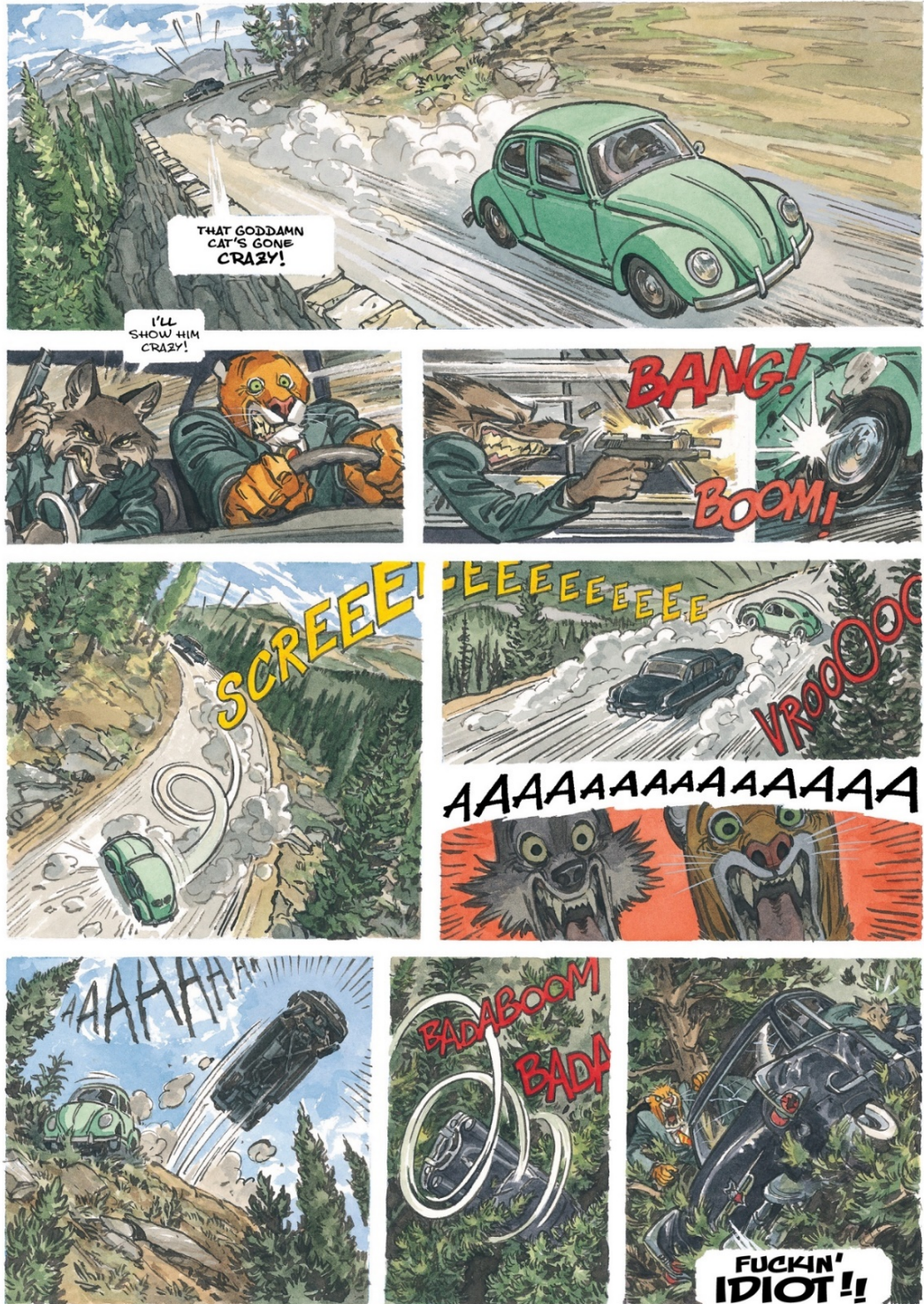
Resim 29: Intermix, *Bad Sounds, Box*, 2014

Renk hakkındaki hisleriniz genellikle kişiseldir ve kendi deneyiminize veya kültürünüze dayanır. Örneğin, beyaz renk birçok Batı ülkesinde saflığı ve masumiyeti temsil etmek için kullanılırken, bazı doğu ülkelerinde yasın sembolü olarak görülmektedir.

Renk neden hayatımızda bu kadar güçlü bir etkilidir? Vücudumuzda ve zihinlerimizde ne gibi etkileri olabilir?

Renk algıları öznel olsa da evrensel anlamı olan bazı etkileri var. Renkleri temelde sıcaklık, rahatlık, öfke ve düşmanlık duygularını uyandıran sıcak renkler; kırmızı, turuncu ve sarı ve sakinlik aynı zamanda üzüntü veya kayıtsızlık duygularını akla getiren mavi, mor ve yeşil renklerini içeren soğuk renkler olarak ikiye ayırabiliriz.

Renklerin bu etkileri seslerin çizilmesinde tıpkı formlar gibi, sesin karakterine en uygun duyguyu ifade eden rengin seçilmesinde kullanılıyor. Su damlasının “şıp” sesini yine suya yakın bir maviyle, savaş alanında patlayan bombanın “booom” sesini ateşe yakın kırmızı ile renklendirmek kolay tahmin edilir tercihler iken, korkudan titreyen bacaklardan çıkan “brrr” sesini renklendirmek ise renklerin psikolojik etkilerini bilmek ve kültürdeki anlam karşılığını bilmekle mümkün olabilir.



Resim 30: Guarnido, *Blacksad Amarillo*, sayfa 51, 2014

2.2.4.2.1. Kırmızı

Kırmızı, güçlü duygular uyandıran parlak, sıcak bir renktir. Kırmızı, sevgi, sıcaklık ve konforla ilişkilendirilir. Kırmızı ayrıca, heyecan ya da şiddet hissi yaratan yoğun, hatta kızgın bir renk olarak kabul edilir. Siyah gibi kırmızı da sık sık güç ve güç duygularını akla getiren güçlü bir renk olarak tanımlanır. (The Color Psychology of Red: 12.04.2019)

2.2.4.2.2. Sarı

Sarı rengin parlak ve yoğun oluşu güçlü duyguları uyandırabilir. Sarı hızlı bir şekilde dikkat çekebilir, ancak aşırı kullanıldığı zaman da sinir bozucu olabilir.

Renk psikolojisi, belirli renklerin belirli ruh hallerini uyandırabileceğini ve hatta davranışları etkileyebileceğini öne sürüyor.

Sarı renkle ilişkilendirilen temel özelliklerden bazıları şunlardır:

Sarı, genellikle neşeli ve sıcak olarak tanımlanır. Sarının, yansıttığı yüksek ışık miktarı nedeniyle göze en çok zarar veren renktir. Sarı kâğıt veya bilgisayar monitörlerinde arka planında olarak sarıyı kullanmak bir süre sonra göz yorgunluğuna hatta görme kaybına neden olabilir. Bir yandan neşeli bir renk olarak kabul edilirken sarı renk, aynı zamanda hayal kırıklığı ve öfke duygusunu da etkileyen belirgin olumsuz etkileri de var. İnsanların sarı odalarda sinirlerini yitirme olasılığı daha yüksektir ve bebekler sarı odalarda daha çok ağlama eğilimindedir. Sarı en görünür renk olduğundan, en dikkat çekici renktir de aynı zamanda. Bu etkisi nedeniyle trafik işaretleri ve uyarılar gibi ikaz işaretlerinde tercih edilir. (The Color Psychology of Yellow: 12.04.2019)

2.2.4.2.3. Mavi

Gündüz gökyüzünün soluk mavisi veya derin bir su havuzunun zengin koyu mavisi gibi doğada sıkça bulunan bir renktir. Bu nedenle, belki de insanlar genellikle mavi rengi sakin ve rahatlatıcı olarak tanımlar. Buna karşın soğuk bir renk olan mavi bazen buzlu, uzak, hatta üzgün hissettirebilir.

Mavi erkeklerin en çok tercih ettiği renklerden biridir. Bu yüzden ki kız bebekler pembe erkek çocuklar mavi renkle giydirilir. Mavi, sakinlik veya dinginlik duygularını akla getirir. Genellikle huzurlu, sakin, güvenli ve düzenli olarak tanımlanır. İstikrar ve güvenilirliğin bir işareti olarak görülür. Güvenilir olduğunu yansıtmak isteyen işletmeler, reklam ve pazarlama çalışmalarında genellikle mavi renkten yararlanır.

Mavi, aynı zamanda üzüntü ya da uzaklık hissi de yaratabilir. Picasso'nun Mavi Dönemi'nde ürettiği gibi yoğun mavi renge sahip bir resmin bu kadar yalnız, hüzünlü veya ümitsiz görünebildiğini bunu kanıtlıyor olabilir.

Mavi en popüler renklerden biridir, ancak en az iştah açıcı renklerden de biridir. Bazı kilo verme programlarında, yemeğin mavi bir tabaktan yenmesini tavsiye eder. Yiyeceklerin renginin maviye dönmesi genellikle bozulma veya zehirlenme belirtisidir. Gıda sektörü için Mavi renk tercih edilmesi gereken en son renklerden birisi. (The Color Psychology of Blue: 12.04.2019)



Resim 31: Ogilvy, *Word Cock*, 2010

2.2.4.2.4. Yeşil

Birçok insan için doğayla güçlü bir ilişkisi olduğundan ilk akla çimen, ağaç ve ormanların yemyeşilini akla getiriyor. Belki de yeşil, doğa ile çok fazla bağlantılı olduğu için, canlandırıcı ve sakin bir renk olarak tanımlanmakta.

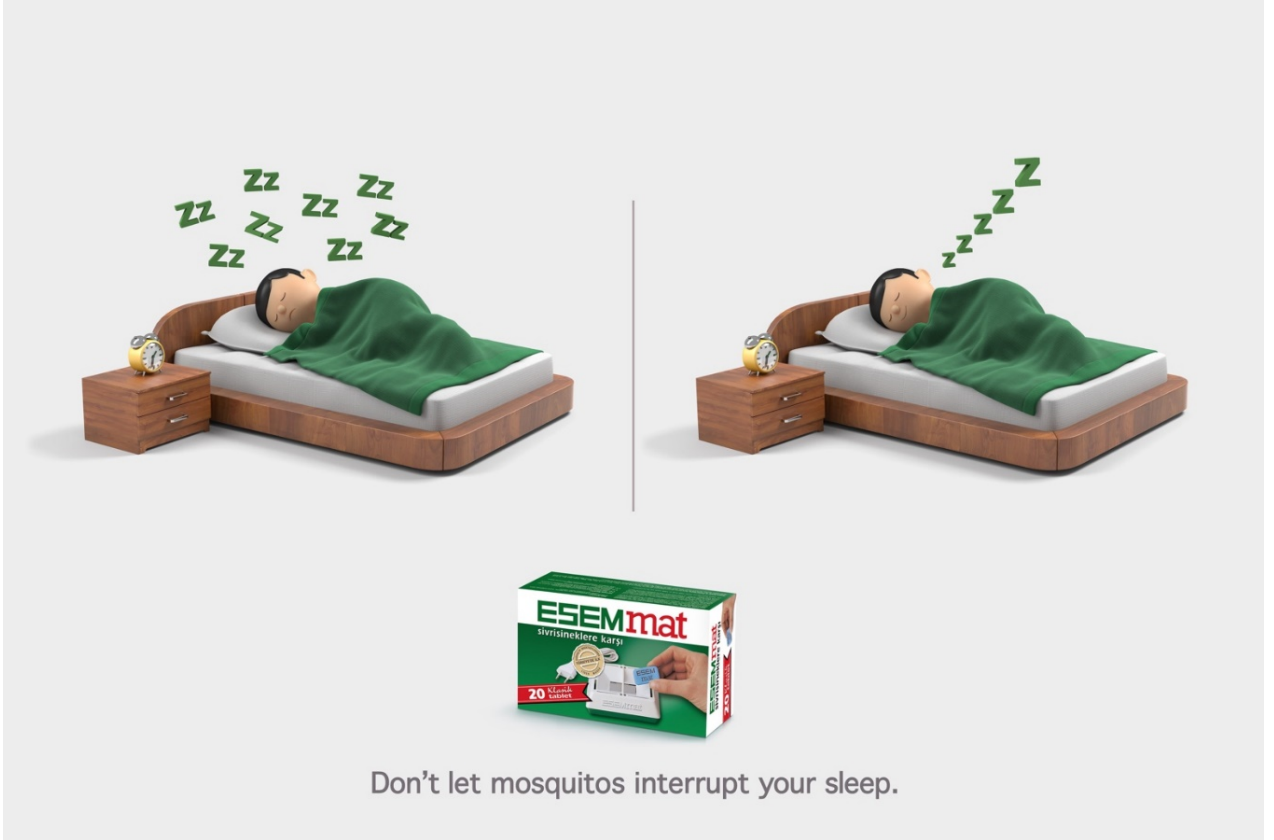
"Doğanın rengi olan yeşil, dinlendirici, rahatlatici, neşeli ve sağlık vericidir." - Paul Brunton

Yeşil, doğayı ve doğal dünyayı simgeleyen soğuk bir renktir. Ayrıca huzur, iyi şanslar, sağlık ve kıskançlığı temsil eder. Araştırmacılar aynı zamanda yeşilin okuma kabiliyetini

geliştirebileceğini buldular. Okuma materyali üzerine şeffaf yeşil Bir kâğıdın yerleştirilmesinin okuma hızını ve kavrama oranını arttırdığını görebilir.

Yeşil eski zamanlardan beri doğurganlığın simgesi olmuş hatta 15. yüzyılda gelinlikler için tercih edilen bir renk olmuştur. Bugün bile, yeşil M&M şekerleri (Amerikan çikolatalı şeker) için cinsel bir mesaj gönderdiği söyleniyor.

Yeşilin stresi hafiflettiği ve iyileşmesine yardımcı olduğu düşünülmektedir. (The Color Psychology of Green: 12.04.2019)



Resim 32: TBWA, *Same Idea from a to ZZZ*, 2013

2.2.4.2.5. Mor

Mor, farklı etkiler, duygulara ve ilişkilere yol açabilecek bir renktir. İnsanlar bu rengi genellikle gizemli, manevi ve yaratıcı olarak tanımlarlar. Mor, nadiren doğada ortaya çıkar, bu nedenle nadir ve merak uyandırıcı olarak görülür.

Mor, kraliyet ve zenginliğin sembolüdür. Antik çağda kumaş boyamak zahmetli ve masraflı bir işken, bu mor gibi ender bir renk için gerekli olan kaynakların elde edilmesi çok daha zor ve çok daha maliyetli olmuştur. Bu nedenle, mor renk zenginlik ve kraliyet ile ilişkilendirildi, çünkü o dönem, zenginler bu kadar pahalı eşyaları alabilecek tek kişilerdi.

15. yüzyılda, eski Fenike kıyılarındaki Tire kentinde, küçük bir deniz salyangozunun kabukları ezilerek mor boya üretilmeye başlandı. Elde edilen renk Tyrian Moru olarak bilinir. Büyük İskender ve Mısır kralları bu ünlü Tyrian moruyla boyanmış kıyafetler giyiyorlardı. Kraliyetle olan bu bağ eski zamanlarla sınırlı değildi. Mor, Kraliçe II. Elizabeth'in 1953'te taç giyme töreni için tercih edilen renk oldu. ABD'de, Purple Heart (Mor Kalp), askeriyede cesareti gösteren en yüksek onurlardan biridir.

Mor ayrıca bilgeliği ve maneviyatı temsil eder. Nadir ve gizemli doğası belki de bilinmeyen, doğaüstü ve ilahi olanla bağlantılı görünmesine neden olur. (The Color Psychology of Purple: 12.04.2019)

2.2.4.2.6. Turuncu

Turuncu çok güçlü ve enerjik bir renk olabilir. Sarı ve kırmızı gibi dikkat çekici olduğundan reklamcılıkta sıklıkla kullanılır. İnsanlar genellikle turuncuyu parlak, mutlu ve canlandırıcı

olarak tanımlarlar. Ancak tıpkı mor gibi, turuncu da tartışılan bir renk. Bunun nedeni çok farklı ve geniş bir kullanım alanı olmasından kaynaklı. Turuncu parlak günbatımının, portakal ve mandalina gibi enerji veren asidik meyvelerin rengidir, bu nedenle birçok insan bu rengi batan güneşin güzelliği veya turunçgillerin canlandırıcı tadıyla ilişkilendirir. Budist rahiplerde benzer bir nedenle güneşi ve enerjisi simgeleyen turuncuyu ihramlarının rengi olarak benimsemişler. Bunun tam aksine sonbahar yaprakları, yani hüznün ve ölümü hatırlatan turuncu, ABD hapishanelerindeki mahkûmların giydiği renktir. Buda tıpkı cadılar bayramında hazırlanan turuncu balkabakları gibi insanları biraz korkutabilir. (The Color Psychology of Orange: 12.04.2019)

SONUÇ

Hatırlama, unutmama imgenin kalıcılığı ile mümkündür. İnsan, belleğini diri tutmak için imgelerden yararlanır. Bu imgeler zihindeki yaşantıların dışavurumuna araçsallık ederler. Belleği dışavurumun bir yolu olan sanat, tarihsel gelişimi içinde teknoloji ile beraber, imgeleri varlığa taşıma yolları geliştirmiştir. Düşüncenin nesnesi olan imge, sözcük ve kavrama sığmayan karşılayan bir potansiyeli içerir. Antik dönemlerde insan, varlık kaybolursa, zihindeki imge de kaybolur endişesi ile imgeleri varlığa çıkaran üretimler yapmıştır. Onbinlerce yıllık insanlık tarihinde; primitif dönemden bugüne bazı imgelerin varlığa çıkan halleri günümüze ulaşmıştır. O dönem üretilen totem ve ikonlar bugün sanat varlıkları olarak adlandırılmaktadır. O dönemden bu döneme ulaşan yapıtlarını anlamak imgelerini çözmekle mümkündür.

İmge, içsel dünyanın dış dünyaya taşma halidir. İnsan duygu ve düşüncesini yaymada en büyük rolü oynayan matbaa ve diğer baskı teknikleri afiş, litografi gibi tekniklerden 1800'lerin başından itibaren yararlanmıştır. Ucuz ve seri üretim özelliğinden dolayı litografi, afişlerin basılmasında ve yaygınlaşmasında önemli bir ihtiyacı karşılamıştır. Kamusal mesajlar, duyuru ve reklamlar bu afişler üzerinden yapılmıştır.

Birinci ve İkinci Dünya Savaşı yıllarında askeri kampanyalar, propagandaları duyurmak, demiryolu şirketleri seyahat programlarına müşteri çekmek için afişlerden faydalanılmıştır. Afişlerin yaygınlaşmasıyla birlikte görsellik ve tipografi önem kazanmıştır. Kitlese ilgi çekmek için, göze çarpıcı görsel ve yazı tipi kullanılmasına özen gösterilmiştir.

Fransa'da 1890'larda "L'Affichomanie" poster çılgınlığı tüm Avrupa'ya yayılmaya başladı. 1884 yılında Paris'te afişlerden oluşan büyük bir sergi düzenlendi. Henri Toulouse-Lautrec,

Alphonse Mucha, Jules Cheret gibi sanatçıların eserleri de olan bu sergi çok büyük bir ilgi gördü. Bu afişler satış kampanyalarının önemli bir unsuru oldular. Afiş tasarımında görselin yanı sıra bold yazılar ve iddialı, fov renkler kullanılıyordu.

18. Yüzyıldan itibaren afişlerde, çizgi romanlarda görsel ve tipografinin yanında ses ve diyalog kullanımı dikkati çekmeye başlamıştır. Kasaba ve kent meydanlarında kamuya açık duvarlara asılan afişlerde duyuru ve ilanlar, haberler halka duyuruluyordu. Kamuoyunun ilgisini çekmek için görsel ve kısa diyaloglar en çarpıcı halleriyle kullanılıyordu. Tiyatro afişleri, müzik, sirk, dans ve karnaval etkinlikleri afişlerde yer alıyordu.

Günlük hayatta refleks olarak ağızımızdan çıkan duygusal ve tepkisel seslerin, 'onomatopoeia'nın görünür olması konuşma balonları içinde mümkün olmuştur. Onomatopoeia çığlık, gülme, öksürme, hıçkırma, hapşırma gibi refleksel sesleri görünür kılmak için çizgi roman, karikatür ve afişlerde kullanılmıştır. Özellikle görsel ve işitsel yayınlarının olmadığı dönemlerde ortaya çıkan sadece insanların değil, hayvanların çıkardıkları sesler de doğada rüzgâr, deniz, su, yaprak gibi konuşma balonlarında gösterilmiş, duygu durumuna göre çeşitli tasarımlarla ifade edilmiştir. Günümüzün de önemli görsel iletişim araçlarından afiş; tipografi, illüstrasyon ve fotoğraf gibi unsurların tasarım üzerinde etkisi büyüktür. Özellikle dijital teknolojinin etkisiyle tasarıma 'ses' kavramının eklenmesi algı boyutunu zenginleştirmiştir.

20. yüzyılla birlikte afiş tasarımı özerkliğine kavuşmuş, ressamlardan ayrı bir meslek haline gelmiştir. Özellikle ikinci dünya savaşı sonrasında bu afişler sanatsal bir dinamizmi ya da

ticari bir işlevi dışında politik fikirlerin, toplumsal sorunların görünür olmasına araçsallık eden önemli bir araç olmuştur.

Bu tezin konusunu oluşturan ‘afişlerde ses ve diyalog kullanımı’ konusunda Türkiye’de Türkçe bir araştırma yapılmamıştır. Bu çalışma ‘onomatopoeia’ adı verilen sesleri temsil eden kelimeler ve bunların afişlerde, çizgi romanlarda, karikatürlerde kullanımına ilişkin literatürü araştırmıştır. Yansıma sözcük anlamında “onomatopoeia” terimi tarihselliği ile ortaya konulmuştur. Tezde sesin taklit edildiği sözcüklerin kullanıldığı ‘onomatopoeia’ gözlerle duymak anlamında okunabilir.

Bu tez karikatür temelli çizgi romanlarda gelişen balon ögesinin tarihselliğini, çeşitliliğini örnekler üzerinden ele alarak eleştirel bir çözümleme yapma çabasını içerir. Bu tezde bir argüman ortaya koymak yerine Türkiye’de araştırılmayan bir konunun akademik olarak ele alınması, belgelenmesi, tarihsel gelişimi ve örnekleri üzerinden araştırması yapılmıştır. Bu araştırma konuya ilişkin ilk akademik belgeyi oluşturacaktır. Bu çalışmanın amacı; başka araştırmacılar için temel oluşturacak bir referans zemini yaratma çabasıdır.

KAYNAKÇA

Uğur Tanyeli, Metin Sözen (2016) *Sanat Kavramı ve Terimleri Sözlüğü*, 3. Baskı, Sayfa 206

Becer Emre, (2011) *İletişim ve Grafik Tasarım*, Dost Kitapevi Yayınları, 8. Baskı, Sayfa 201

Weill Alain, (2012) *Grafik Tasarım*, Yapı Kredi Yayınları Genel Kültür Dizisi, 4. Baskı Sayfa 12

MANUEL AGUILAR-MORENO (1876) *Handbook to Life in the Aztec World*, Sayfa 277
Theo. L. De Vinne (2012) *The Invention of Printing*, NEW-YORK: FRANCIS HART & CO. 12 & 14 COLLEGE PLACE, Sayfa 72

Smolderen Thierry. (2014) *The Origin of Comics*, Sayfa

Kireççi Ümit (2008) *Çizgi Roman Senaryosu*, Crea Yayıncılık, Sayfa 56, 57, 88

Mullaney Dean (2016) *King of the Comics 100 Years of King Features*, The Library of American Comics, 2. Baskı, Sayfa 24

Simon Garfield (2014) *Tam Benim Tipim*, Domingo Yayın Evi, 4. Baskı, Sayfa 30

Barney Tobey (1965) *Famous Artists Cartoon Course 08 Action and the Figure*

Barney Tobey (1965) *Famous Artists Cartoon Course 11 Drawing in the panel*

Barney Tobey (1965) *Famous Artists Cartoon Course 15 Props and backgrounds*

Barney Tobey (1965) *Famous Artists Cartoon Course 18 Lettering*

Akyıldız Ay Didem (2017) *Ses Sembolizmi ve Ses-Anlam Uyumununun Farklı Bir Sınıflandırma Deneme*, Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi, Cilt: 57, Sayı: 57, Sayfa 21

Thierry Smolderen *The Origins of Comics From William Hogarth to Winsor McCay* 2015

RUTH E. ISKIN, *The Poster*, 2014 sayfa: 2,3



İNTERNET KAYNAKLARI

Aramic Comics, <https://www.biblicalarchaeology.org/daily/ancient-cultures/ancient-near-eastern-world/aramaic-comics-roman-tomb-beit-ras-jordan/>, erişim tarihi: 03.09.2019

The Annunciation to Saint Anne,
<https://www.museothyssen.org/en/collection/artists/strigel-bernhard/annunciation-saint-anne> erişim tarihi: 07.12.2018

William Hogarth's 'Cunicul', <http://blog.wellcomelibrary.org/2010/04/william-hogarths-cunicularii-welcome-library-item-of-the-month-april-2010/>, erişim tarihi: 28.04.2019

James Gillray on War and Taxes during the War against Napoleon,
<https://oll.libertyfund.org/pages/james-gillray-on-war-and-taxes-during-the-war-against-napoleon>, erişim tarihi: 10.05.2019

Animal Sounds, <http://www.eleceng.adelaide.edu.au/personal/dabbott/animal.html> erişim tarihi: 20.04.2019

Color Psychology: Does It Affect How You Feel?, <https://www.verywellmind.com/color-psychology-2795824> erişim tarihi: 11.05.2019

Kiki or bouba? In search of language's missing link,
<https://www.newscientist.com/article/mg21128211-600-kiki-or-bouba-in-search-of-languages-missing-link/> erişim tarihi: 11.05.2019

How to say sneeze in Japanese, <https://www.soundimals.com/#/sneeze/> erişim tarihi: 08.04.2019

Bellis Mary, The Colorful History of Comic Books and Newspaper Cartoon Strips,
<https://www.thoughtco.com/history-of-comic-books-1991480>, erişim tarihi: 16.04.2018

Comic Book Grammar & Tradition, http://www.blambot.com/articles_grammar.shtml
erişim tarihi: 04.05.2019

Quickguides: lettering <http://dw-wp.com/resources/cartooning-quickguides/quickguides-lettering/> erişim tarihi: 30.08.2019

Animal Sounds, <http://www.eleceng.adelaide.edu.au/Personal/dabbott/animal.html> erişim tarihi: 07.10.2018

Japanese Onomatopoeia: The Definitive Guide, <https://www.tofugu.com/japanese/japanese-onomatopoeia/> erişim tarihi: 24:01.2019

Gull Song, <https://www.poetryfoundation.org/poetrymagazine/browse?contentId=28778>
erişim tarihi: 07.07.2019

3 Clues to Understanding Your Brain,
https://www.ted.com/talks/vilayanur_ramachandran_on_your_mind , erişim tarihi:
20.05.2019

The bouba/kiki effect: how do we link shapes to sounds?,
<https://www.theguardian.com/science/head-quarters/2016/oct/17/the-boubakiki-effect-how-do-we-link-shapes-to-sounds> erişim tarihi: 14.03.2019

The Bouba-Kiki Effect, <https://www.sciencefriday.com/educational-resources/media-guide-the-bouba-kiki-effect/>, erişim tarihi: 28.02.2019

The Color Psychology of Red, <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-red-2795821> erişim tarihi: 12.04.2019

The Color Psychology of Blue, <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-blue-2795815> erişim tarihi: 12.04.2019

The Color Psychology of Green, <https://www.verywellmind.com/color-psychology-green-2795817> erişim tarihi: 12.04.2019

The Color Psychology of Yellow, <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-yellow-2795823>, erişim tarihi: 12.04.2019

The Color Psychology of Purple, <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-purple-2795820>, erişim tarihi: 12.04.2019

The Color Psychology of Purple, <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-purple-2795820>, erişim tarihi: 12.04.2019

The Color Psychology of Orange, <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-orange-2795818>, erişim tarihi: 12.04.2019

The Evolution of the Poster <https://www.apoposter.com/evolution-of-the-poster/> erişim tarihi: 08.06.2019