



# HAREKETLİ POSTERLERDE GRAFİK TASARIMIN ROLÜ ÜZERİNE BİR İNCELEME

**Semih DELİL**

Doç, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, semih.delil@hbv.edu.com.tr, ORCID: 0000-0003-0358-2344

Delil Semih. "Hareketli Posterlerde Grafik Tasarımın Rolü Üzerine Bir İnceleme". Sanat Eğitimi Dergisi, 11/1 (2023 Bahar): s. 10-19. doi: 10.7816/sed-11-01-02

## ÖZ

Görsel iletişimin geliştiği günümüzde, hareketli posterlerin ortaya çıkışı, görsel anlatımın dinamik ve etkileyici bir boyut kazanmasına katkı sağlamıştır. Hareketli posterler, estetik dengeyi yeniden şekillendirerek, izleyicinin dikkatini hızla çeken ve iletilerin daha etkin bir biçimde aktarıldığı iletişim araçları olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, hareketli posterlerdeki grafik tasarımın rolü, görsel denge, estetik değerler, iletişimsel etkileşim ve anlam inşası süreçlerinde kritik bir önem taşımaktadır. Hareketli öğelerin içerdiği dinamizm, izleyici ilgisini artırırken, grafik tasarımın anlam ifadelerini güçlendirici bir öğe olarak kullanımı, iletişimsel etkinliği artırmaktadır. Bu çalışma, hareketli posterlerin ve grafik tasarımın sentezinden doğan iletişim dinamiklerini ve estetik dengeyi derinlemesine incelemektedir. Aynı zamanda, bu inceleme, hareketli posterlerin özelliklerinin daha geniş bir çerçevede ele alınarak gelecekteki tasarım yaklaşımlarına ışık tutmayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Hareketli posterler, Grafik tasarım, Görsel İletişim, İletişimsel ve Etkileşim

*Makale Bilgisi:*

*Geliş: 12 Ocak 2023*

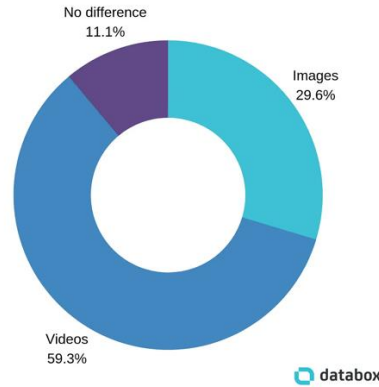
*Düzeltilme: 25 Nisan 2023*

*Kabul: 29 Mayıs 2023*

## Giriş

Günümüz dünyasında dijital görsellerin, videoların, fotoğrafların ve oyunların kuşattığı insanlar giderek daha fazla görsel olarak düşünmekte ve öğrenmektedir (Coşkun, 2019:460). Görsel iletişim, bir mesajı iletme, değişime ilham vermek veya bir duygu uyandırmak için görsel unsurları kullanma pratiğidir. Görsel iletişim, genel anlamda modern dünyanın karmaşıklığını anlamayı hedeflemektedir. Bilgiyi etkili bir şekilde iletebilmenin ve hedef kitleye derinlemesine etki bırakabilmenin bir aracı olarak öne çıkmaktadır. Aynı zamanda görsel iletişim, hikâye anlatımıdır; çeşitli görsel ortamlarda bilgileri nasıl ilettiğimiz ve deneyimler yaratma eylemidir (Langford, 2021:1). Teknolojik ilerlemeler ve dijital platformların yükselişi, iletişim biçimlerini kökten değiştirmiş ve görsel anlatımın bir olgu olarak yükselişini arttırmıştır. Sayısal sistemlerin gelişimi ayrıca bilgi bilgisayar ve mobil ortama aktarılmış ve bir dönüşüm yaşamıştır (Çeken, ve Şohoğlu, 2021:274). Dijitalleşmenin artışı ve herkes için erişiminin kolaylaşması iletişimin dijital mecralarda gelişmesini de beraberinde getirmiştir. Medya, mesajın göndericiden alıcıya iletilmesinin bir yolu ya da aracıdır (Gerlach, 1980:15). Geleneksel medyadan farklı olarak iletişim araçlarından olan hareketli afişler, ilanlar veya duyurular özellikle sosyal medya kullanımının artması ve ekranların çoğalmasıyla görünürlüğünü arttırmıştır. Ayrıca günümüzde bilgisayarların ve teknolojik cihazların bu yükselişi gelenekseli görsel bir dile çevirmiştir (Fan ve Yunsong, 2022:32). Web sitelerinin baskın olduğu dönemin yüzeysel bannerlardan farklı olarak yeni nesil posterlerdeki etki ve hareketin sayısı günümüzde hızla artmaktadır. Özellikle son dönemlerde, hareketli posterler, görsel iletişimin dinamik ve etkileyici bir yansıması olarak öne çıkmaktadır. Hareketli posterler, estetik dengeyi, anlam ifadesini ve izleyici etkileşimini kapsamlı bir şekilde ele alarak, görsel iletişimin sınırlarını genişletmektedir. Grafik tasarım, günümüzde halen çekici tasarımlar oluşturmanın temelini oluşturan düzenlerle görsel iletişim için gereklidir (Lee, 2020:45). Çağımızın sınırsız ve hızlı değişebilirliğine, sonsuz istek ve beklentilerine ayak uydurabilmek çok yönlü, çok boyutlu ve demokratik düşünmeyi gerektirmektedir (Arslan, 2014:584). Bu bağlamda grafik tasarımın hareketle birleşimi, mesajların daha kolay anlaşılmasını sağlayarak, izleyiciye anlam yaratma sürecinde aktif bir rol üstlenme fırsatı sunmaktadır.

Hareketli posterler günümüzde yalnızca görsel estetiği zenginleştirmekle kalmayıp, aynı zamanda iletişimsel etkinliği artırmak ve izleyicinin dikkatini hızla çekmek için etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu noktada, hareketli posterlerin tasarımındaki estetik tercihler, iletişim amacı ve izleyici etkileşimi, bir araya getirilerek görsel dengeyi ve anlam oluşturma süreçlerini etkilemektedir. Bu bağlamda rafine bilgi, grafik unsurlarla düzenlenerek görsel bir disiplinle alıcıya aktarılmakta, bu durum da görselleştirilen bilginin akılda kalıcılığını ve anlaşılabilirliğini arttırmaktadır (Çeken, Küçükusta 2021:62). Hareketli görseller medyalarda genellikle videolar olarak yer almaktadır. Özellikle sosyal medya içerisinde videoların etkisi katlanarak artmaktadır. Bu da insanların statik olmayan medyalara daha çok ilgi gösterdiğini göstermektedir. Görsel 1 incelendiğinde Facebook üzerindeki medyaların tıklama tercihlerine göre oranı verilmiştir. Bu da göstermektedir ki videoların etkileşim için daha etkili olduğunu göstermektedir.



**Resim 1.** Facebook üzerinde videoların etkileşim oranı (<https://www.reliablesoft.net/facebook-marketing/>, 08, 2023)

## Poster ve Hareketli Posterler Hakkında

Poster özünde edebi içerik veya tasarım tekniği gösterisi değil medya ve konuya uygun görsel kimlikler yaratmaktır (Rand ve Yahn, 1958:34). Görseller ile iletişim kurmanın insanlık tarihinde kültürel ve toplumsal iletileri aktarma yöntemi olarak uzun bir geçmişe sahiptir. Modernleşme ile bu iletişim biçiminin en belirgin araçlarından biri olan posterler, genellikle bilgi, duyuru veya propaganda amacıyla kullanılmış ve zamana meydan okuyarak evrim geçirmiştir. Posterlerin tarihsel süreci incelendiğinde, posterler iletişim önemli mecralarından biri olarak kabul edilmiş, dijital teknolojinin yükselişle birlikte hareketli grafiklerin sahneye çıkması, bu iletişim biçimini yeni bir boyuta taşımıştır. Doğuşundan bugüne iki yüzyılı aşkın süredir posterler bilgilendirmek ve ikna etmek için kullanılmaktadır (Seidman, 2007:125).

Posterler, grafik teknolojisinin gelişiminde güçlü kökleri olan halka açık yazılardır ve grafik tasarımın gelişiminde büyük bir rol oynamıştır (Immanuel, 1982:21). Posterlerin tarihi, 19. yüzyılın ortalarına kadar uzanmaktadır. Endüstriyel devrimle birlikte, matbaanın yaygınlaşması ve renkli baskının geliştirilmesi, posterlerin kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Özellikle dönemin Avrupası'nda, sanatçılar posterleri sanat eserleri olarak görmüş ve estetik açıdan zengin, çekici ve tanımlanabilir tasarımlar oluşturmuşlardır. Bu dönemde, posterler sokaklarda sergilenerek toplumsal olayları duyurma, eğlence etkinliklerini tanıttırma ve ticari ürünleri pazarlama amacıyla da kullanılmıştır.

Hareketli bilgi anlatımının tarihçesi ise 20. yüzyılın ortalarında sinemanın yükselişle başlamıştır. Animasyon filmler ve reklamlar, resimlerin ardışık olarak hızlıca gösterilmesiyle oluşturulmuş ve izleyiciye hareket illüzyonu yaratılmıştır. Teknolojik ilerlemelerle birlikte, hareketli grafiklerin kullanımı televizyon reklamlarında ve sinema filmlerinde artmıştır. Bilgisayarın sayısal üretimi ile bilgisayarlarla animasyon oluşturma yeteneğinin gelişmesi, hareketli grafiklerin dijital ortamda nasıl oluşturulabileceği konusunda yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır.

Bu gelişim, yakın tarih içerisinde bilgisayar grafikleri ve interaktif medyanın yükselişle devam etmiştir. Hareketli grafikler, dijital platformlarda, web sitelerinde, mobil uygulamalarda, sosyal medya içeriklerinde ve dijital reklamlarda sıklıkla kullanılır hale gelmiştir. Hareketli posterler, bu gelişmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve geleneksel poster tasarımına dinamik bir boyut katmıştır. İzleyicinin dikkatini hızla çekme ve mesajları daha etkili bir şekilde iletim yeteneği, hareketli posterlerin tasarımında grafik unsurların rolünü daha da önemli hale getirmiştir. Bu tarihsel gelişim, görsel iletişimin evrimini ve teknolojinin tasarım üzerindeki etkisini anlamak adına önemli bir bakış açısı sunmaktadır.

## Hareket ve Grafik Tasarım

Görsel dil, konuştuğumuz dile göre daha sınırlıdır ancak daha doğrudan iletişim kurmaktadır (Shir ve Asadollahi, 2014:44). Görsel iletiler, dilsel iletilere kıyasla daha kolay dikkat çekebilir ve akılda kalıcı olabilir (Ersan, 2022:1743). Görsel bir iletişim aracı olarak grafik tasarım, gazetelerden dergilere, ambalajlardan posterlere ekran üzeri tasarımlardan web sitelerine kadar günlük hayatımızın her yerinde bulunmaktadır (Zhao ve diğerleri, 2018:323). Grafik tasarım, semiyotik, estetik değerler ve anlamsal yapının bir araya gelerek bir ifade biçimi oluşturmasının incelendiği bir disiplindir. Bir grafik tasarım üretimi olan posterler ise çağdaş, toplumsal ve kültürel dinamiklere yanıt verme süreçlerinden etkilenen ve öne çıkan bir iletişim aracıdır. Grafik tasarım aynı zamanda diğer tüm tasarımlarda olduğu gibi amaç, süreç, görsel değerlendirme, kullanıcılarla etkileşim ve kullanım koşullarıyla ilgilenen bir planlama ve problem çözme disiplindir (Walker, 2017:43). Bunun yanında tasarımda hareket ise tasarım öğelerini bir adım öteye taşıyarak, tasarımın yaratıcı süreçlerinde zaman ve hareketin eşgüdümü etkilerini ortaya çıkaran bir unsurdur. Hareket çok anlamlı bir aksiyonu tanımlama için kullanılan bir kelimedir. Hareketin kavramı ve tanımı başka formlarla da olabilmektedir; örneğin birçok unsurun tekrarı ile mümkün olan hareket halindeki bir görsel unsurun ya da dönen bir harfin hareketi ve benzerleri gibi. (Nave, 2005:2). Hareketli grafikler genellikle izleyicinin kavramı anlamasını kolaylaştırmak amacıyla soyut öğeleri, metinleri veya nesnelere ekranda harekete geçirmek için kullanılmaktadır (Augustine, 2022:67). Bu bağlamda günümüz poster tasarım süreçlerinde, hareket ve grafik tasarımın sentezi, iletişimsel etkileşimleri zenginleştirme ve görsel anlatımın yeni boyutlarının keşfedilmesine olanak tanımaktadır.

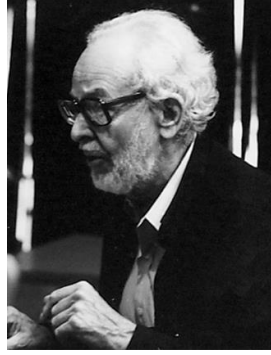
Hareketli grafikler, filmlerin ve televizyon endüstrisinin onlarca yıldır kullanageldiği araçlardan biridir. Hareketli grafiklerde, geleneksel animasyon tekniklerini kullandığı gibi, aynı zamanda bilgisayar grafikleri alanında öncü araştırmalar ve yeni teknikler geliştirme konusunda sıklıkla örnek vermektedir (Schlittler, 2015:1). Hareketli grafik tasarım, tasarım teorilerinin uygulanması sırasında karşılaşılan dinamik etmenlerle genişletilmekte ve her geçen gün gelişmektedir. Grafik tasarımın temel ilkeleri, hareketli grafik tasarımın üretim süreçlerinde de denge, tekrar ve vurgu

gibi estetik özellikleri yönlendiren unsurlardır. Hareketli elemanlar, izleyicinin görsel dengeyi algılamasını etkilerken, ritim ve hız gibi faktörler de iletişimin anlamını belirlemektedir. Bu nedenle, hareket ve grafik tasarımın sentezi, estetik ve iletişimsel özelliklerin nasıl birleştirildiğinin anlaşılmasına olanak tanımaktadır.

Aynı zamanda, hareketli grafik tasarımının iletişimsel etkisi, sembolizmin, metinsel ve görsel öğelerin bir araya gelerek etkili bir anlatımın nasıl oluşturulduğunun incelenmesini gerektirmektedir. İzleyici, hareketli öğelerin hareketi ve düzenlemesi yoluyla bir mesajın gelişimini izlerken, bu etkileşim anlam yaratma sürecini daha zengin ve etkili hale getirmektedir. Bu açıdan, hareket ve grafik tasarımın birleşimi hem iletişimsel hem de estetik açıdan zenginleşen bir ifade biçimi olarak öne çıkabilmektedir.

### Hareketli Grafikler

Hareketli grafik terimi ilk kez 1960 yılında ünlü animatör John Whitney tarafından dile getirilmiştir. Çalışmalarında hareketli grafiklerden yararlanan ve bu alana isim bırakan ilk kişi ise Saul Bass olmuştur (Li Y. 2008). Hareketli grafikler (motion graphics), statik görsellerin hareketle bulunduğu bir tasarım alanıdır. Hareketli tasarım, hareket halindeki grafik tasarımları ifade etmektedir (Augustine, 2022:27). Genellikle video prodüksiyonlarında kullanılan hareketli grafikler animasyonun temel prensipleri ve grafik tasarımı kullanarak, görsel anlatımı dinamik ve etkileyici bir hale getirmektedir. Hareketli grafikler, reklamcılıktan film yapımına, eğitim materyallerinden sanatsal projelere kadar çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Reklamcılıkta ürün ve hizmet tanıtımlarında, televizyon ve internet reklamlarında, açılış ve kapanış jeneriklerinde sıkça kullanılmaktadır. Akademi ve eğitim materyallerinde karmaşık konseptleri daha anlaşılır hale getirmek için kullanılırken, sinema ve televizyon prodüksiyonlarında dönemin tasarım prensiplerine uygun olarak konseptler olarak karşımıza çıkmaktadır.



**Resim 2.** John Whitney (<https://computerhistory.org/exhibits/technology-art/john-whitney-sr/> 07, 2023)



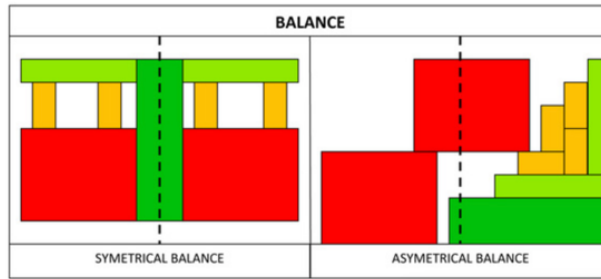
**Resim 3.** Saul Bass (<https://collections.new.oscars.org/Details/Collection/784> 07, 2023)



**Resim 4.** Saul Bass'ın Anatomy of a Murder için hazırladığı jenerikten bir sahne (<https://letterformarchive.org/news/saul-bass/07,2023>)

Hareketli posterler üretimi kolay olan tasarım üretimleri değildir. Statik olarak başlayan süreç statik halindeyken bile animasyon olarak düşünülmesi gerekmektedir (Metyin, 2021:1). Etkili bir hareketli poster oluşturmak için posterin statik olan halini tasarlamaktan çok hareketin de tasarlanması gerekmektedir. Hareketli grafikler, hareket ve ses yoluyla statik öğelere hayat vermek anlamına gelmektedir (Newbie Production, 2021:1). Hareketin tasarımı geleneksel grafik tasarım süreçleri için farklı bir kavram gibi gelse de bu bir açıdan hareket yönetmeliği anlamına da gelmektedir. Duygu ve fikrin aktarımı etki ve akılda kalıcılık gibi birçok şeyin iyi bir yönetime ve zamanlamaya ihtiyacı vardır. Bu bağlamda tasarımın yanı sıra hareketin tasarımı da yetkinlik gerektirmektedir. Hareketin tasarımı oluşturulurken bazı genel kurallara dikkat edilirse hareketli posterin başarı oranının artması mümkündür. Bu genel kurallar incelendiğinde;

**Görsel Denge:** Hareketli grafik tasarımında da görsel denge ve hiyerarşi büyük önem taşınmaktadır. Elemanlar arasındaki denge ve dağılım, hedef kitleye uygun şekilde düzenlenmelidir.



**Resim 5.** Görsel denge türleri (<https://yr6visualarts-modigliani.weebly.com/project.html> 07, 2023)

**Kompozisyon:** Hareketli grafik konunun bir kompozisyon çerçevesinde ele alınması ve düzenlenmesi önemlidir. Elemanların yerleşimi, zaman akışı ve düzeni, hedef kitlenin gözünün kolayca takip edebileceği bir şekilde planlanmalıdır.



**Resim 6.** Hareket ve kompozisyon planlaması ([https://anitamohacsi.com/projects/GXQymz?album\\_id=2129000](https://anitamohacsi.com/projects/GXQymz?album_id=2129000) 07, 2023)

**Renkler ve Renk Teorisi:** Renklerin anlamı ve etkileri, hareketli grafik tasarımında da geçerlidir. Renk seçimi, tasarımın hedef kitleye olan duygusal etkisini belirlemekte ve izleyicinin ilgisini çekmekte önemli bir rol oynamaktadır.



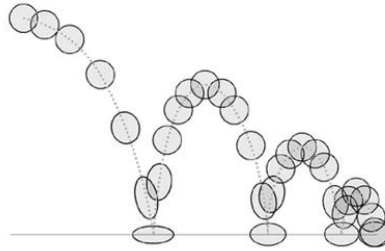
**Resim 7.** Renk teorisi üzerine (Inside Out Filmi) (<http://www.vicwestpac.com/2016/02/08> 2023)

**Tipografi:** Hareketli metinler, tasarımın iletişimini güçlendirirse de asıl olan okunabilirliktir. Tipografi seçimi ve düzeni, metnin anlamını vurgulamalı ve hedef kitlenin okuma deneyimini kolaylaştırmalıdır.



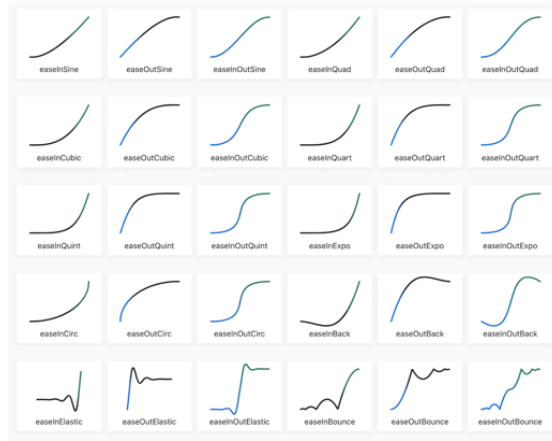
**Resim 8.** Hareketli tipografi örneği (<https://www.vcv.design/blog/text-animation-examples/> 08 2023)

**Hız ve Ritim:** Hareketin hızı ve ritmi, posterlerin türüne göre anlaşılabilirliğini etkileyebilmektedir. Hızlı hareketler enerjik bir his yaratırken, yavaş hareketler daha fazla okuma ve anlama için süre sunabilmektedir. Hareketli posterlerin hızı tasarımın amacına uygun olarak dikkatli bir şekilde seçilmeli ve yine ana unsur okunabilirlik ve anlaşılma olmalıdır.



**Resim 9.** Hareket ve ritim (<https://quizlet.com/36982121/twelve-principles-of-animation-flash-cards/> 08 2023)

**Geçişler:** Hareketli grafik tasarımında geçişler, elemanlar arasındaki bağı kurar. Akıcı ve doğal geçişler, izleyicinin dikkatini çekmezken ani geçişler dikkat çekebilmektedir. Geçişler, elemanlar arası bir dönüşüm olabilirken kimi zamanda tasarımın akışını ve hikayesini arasındaki geçişler olabilmektedir.



Resim 10. Bazı hareket geçişleri (<https://hexdocs.pm/easing/readme.html> 08 2023)

**Hareketin Anlamı:** Hareketli grafiklerdeki her hareketin bir amacı ve bilgi transferi olmalıdır. Hareketlerin yönü, dönüşü veya zamanı tasarımın hikayesini veya mesajı iletmek için kullanılmalıdır ve rastgele veya gereksiz hareketlerden kaçınılmalıdır.

**Kullanıcı Deneyimi:** Hareketli grafikler, izleyici ile etkileşime geçtiği için kullanıcı deneyimi önemlidir. Kullanıcıların rahatça izleyebilmesi ve anlayabilmesi için tasarımın akıcı ve yayımlandığı mecraya göre uygun olmalıdır. Hareketli grafikler kimi zaman büyük bir panoda olabileceği gibi bazen de küçük bir taşınabilir ekranda olabilir. Bu bağlamda hareketlerin hedef kitleye uygun bir şekilde tasarlanmalıdır.

Tüm bunlara ek olarak hareketli poster tasarımı, hareketli grafikler ile grafik tasarımın temel ikelerini birleştirerek etkileyici ve anlamlı bir şekilde iletişim kurmayı amaçlamalıdır. Becer' e göre (2011:163) Bir tasarım, üretimi sırasında tercih edilen malzeme içerisinde önceden belirlenen sınırlar veya çerçeveler içerisinde gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda her tasarım projesi farklı olacağı için, her tasarımın amacına ve hedef kitlenin ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş bir yaklaşımı olması gerekmektedir.

### Hareketli Posterlerin Kullanım Alanları ve Geleceği

Hareketli posterler, çağın dijital dönüşümüyle birlikte geniş bir yelpazede kullanım alanı bulmuş ve farklı sektörlerde etkili iletişim araçları olarak kabul görmeye başlamıştır. Bu alanların en başında reklamcılık gelmektedir. Hareketli grafik tasarımı veya kısaca hareket tasarımı, video prodüksiyonu için materyaller oluşturmak amacıyla grafik tasarım ilkelerini, animasyonları ve video efektlerini kullanan bir alt disiplindir. Bu materyaller arasında filmler, kısa videolar, reklamlar, web animasyonları ve uygulamalar yer almaktadır (Invision Game Community, 2021:1). Hareketli posterler, ürün ve hizmet tanıtımında, etkileyici ve dikkat çekici bir şekilde markaların mesajlarını iletmek için tercih edilmektedir. Ayrıca hareketli posterler günümüzde etkinlik duyuruları, konserler, sergiler, festivaller gibi etkinliklerin tanıtımında da sıklıkla kullanılmaktadır. Aynı zamanda restoranlar, kafeler ve perakende işletmeler de menü, kampanya duyuruları gibi içerikleri hareketli posterler aracılığıyla sunarak müşteri ilgisini arttırabilmektedir. Sinema ve televizyon sektörü, film fragmanları ve dizilerin tanıtımları için hareketli posterleri etkili bir şekilde kullanmaktadır. İzleyicilere görsel ve duygusal bir özet sunmanın yanı sıra, fragmanların etkileyciliğini artırmak için de hareketli posterlerin günü kullanılmaktadır. Hareketli posterler, sosyal medya platformlarında da popüler bir içerik türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaygın sosyal medyalardan olan Instagram, Twitter, TikTok gibi platformlarda hareketli posterler, hızla dikkat çeken ve paylaşılan içerikler arasında yer alabilmektedir. Bu platformlarda markaların, bireylerin veya organizasyonların hikayelerini anlatmak için etkili bir araç olarak kullanılabilirlerdir.

Günümüzde ise teknolojinin hızla gelişimi, dijital medyanın ve görsel içeriklerin önemini artırmıştır. Dijital platformların yaygınlaşması ve sosyal medyanın etkisiyle hareketli içeriklere erişim daha kolay hale gelmiştir. Hareketli posterler, kısa ve etkili iletişim araçları olarak hedef kitlelerin ilgisini çekmekte ve anlamı daha hızlı iletebilmektedir.

Hareketli posterlerin kullanım alanları arttıkça sektörler arasındaki yaygınlıkları da artmaktadır. Reklamcılık, eğitim, etkinlik tanıtımı, sanat ve eğlence sektörleri, hareketli posterleri etkili iletişim araçları olarak kullanmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi ve dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte, hareketli posterlerin gelecekte yaygınlaşması olasıdır. Bu bağlamda, hareketli posterlerin geleceği oldukça umut vadeden bir potansiyele sahiptir.

Gelecekte hareketli posterlerin kullanım alanlarının daha da çeşitleneceği olasıdır. Reklam için Hareketli posterler klasik reklamlardan daha başarılı olabilmektedir (Gunasekaran, 2019:4). Bu bağlamda özellikle reklamcılıkta, markaların hızla dikkat çekmesi ve akılda kalıcı mesajlar iletmeleri için yaygın bir tercih olmaya devam etmesi öngörülmektedir. Burada değişen mecralar olsa da ekranların etkisi tüm mecralarda ve alanlarda kullanılacaktır. Ayrıca sanat, kültür ve eğlence etkinliklerinin tanıtımı ya da etkileşiminde de hareketli posterler, izleyicilerin etkileşimini artırmak ve etkinlikleri daha etkili hale getirmek için kullanılabilir. Hareketli tasarımın geleceği, 2D ve 3D'nin karıştırılması olarak öngörülmektedir (Tekki Web Solutions Inc, 2021:7). Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte 3D animasyonlar, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi yeni özelliklerin hareketli posterlere entegre edilmesi de mümkün olabilir. Bu nedenle, hareketli poster tasarımının, görsel iletişim alanında etkisini sürdüreceği ve gelecekte daha da büyüyebileceği öngörülmektedir. Bütün bu teorilerin üzerinde hareketli posterlerin gelecekteki başarısı, tasarımın başarısı, içeriğin etkileyiciliği ve hedef kitlenin ilgisi gibi faktörlere bağlı olacaktır.

### Sonuç

Araştırmalar, grafik tasarımın hareketli posterler ve hareketli grafiklerdeki rolünün önemi üzerinde durmaktadır. Hareketli grafiklerin ve posterlerin, görsel anlatımın sınırlarını genişlettiği ve görsel iletişimin daha etkili, çekici ve anlam dolu hale getirilmesine yardımcı olduğunu göstermektedir. Grafik tasarımın temel prensipleri, bu dinamik alan içerisinde de temel bir rol oynamakta ve görsel denge, renk kullanımı, tipografi seçimi gibi unsurlar hareketli tasarımın da belirleyici faktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde, hareketli grafikler ve posterler, reklamcılık, eğitim, kültür ve sanat gibi birçok farklı alanda etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle dijital medyanın yükselişi ve sosyal medyanın etkisiyle hareketli içeriklere olan talebi sürekli arttırmaktadır. Gelecekte, bu alanın daha da büyüyerek farklı sektörlerde etkisini artırması beklenmektedir. Teknolojik gelişmeler, 3D animasyonlar, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi özelliklerin entegrasyonu ile hareketli grafiklerin etkisini daha da derinleşeceği öngörülmektedir.

Sonuç olarak, hareketli posterler ve grafikler, görsel iletişimde daha etkili ve etkileyici bir yol açmıştır. Grafik tasarım, bu alanlarda estetik ve iletişimi bir araya getirerek, görsel anlatımın ve etkileşimin daha da güçlendirilmesine olanak tanımaktadır. Sürekli gelişen medya alanının geleceği, doğru tasarım ve teknolojik ilerlemelerle birlikte daha da parlak ve dinamik bir şekilde şekilleneceği öngörülmektedir.

### Kaynaklar

- Arslan A. A. (2014). Art Education Need of Adults and Contribution of Art Education to Their Personalities. *Journal of Literature and Art Studies*, 582-587 4-7 2014.
- Augustine A. (2022). The future scope of motion design in the international film industry. University of Europe for Applied Sciences. <https://www.ue-germany.com/news-centre/blog/the-future-scope-of-motion-design-in-the-international-film-industry>
- Becer, E. (2011). İletişim ve grafik tasarım. Dost Kitabevi.
- Çeken, B. ve Küçükusta O. (2021). Pazarlama İletişimi Kapsamında İnfografik ve Grafik Kayıt Kavramının Reklamcılık Sektöründe Kullanımı. *ulakbilge*, 56 (2021 Ocak): s. 62-70. doi: 10.7816/ulakbilge-09-56-06
- Çeken, B. ve Şohoğlu B. (2021). Dijital Yayıncılığın Gelişimi Açısından Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Bünyesinde Oluşturulması Planlanan Dergi Tasarım Örneği. *idil*, 78 (2021 Şubat): s. 274-284. doi: 10.7816/idil-10-78-09
- Coşkun Ç. (2019). Visual Culture and Course Contents: The Use of Visual Materials in Gender Education. *International Journal of Eurasia Social Sciences* Vol: 10, Issue: 36, pp. (458-470).
- Ersan, M. (2022). Reklam Tasarımında Bir Görsel Anlatım Yöntemi Olarak Kişileştirme . *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (84) , 1739-1753 . DOI: 10.17755/esosder.1003656



- Ezell D. How to Use Visual Communication and Why It Matters. Tech Smith. <https://www.techsmith.com/blog/why-visual-communication-matters/>
- Fan M. ve Yunsong Li Y. (2022). School of Telecommunications Engineering, Xidian University, Xi'an, Shaanxi, China  
Journal of Intelligent & Fuzzy Systems
- Gerlach, V. S. (1980). Teaching & media: a systematic approach. Second Edition, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Gunasekaran A. 2019. Why Motion Poster is better than video or static poster for advertisement. Medium.  
<https://medium.com/@ajayguna/why-motion-poster-is-better-than-video-or-static-poster-for-advertisement-33010aa78e9e>
- Immanuel F. N. (1982). Poster design : an examination of history, theory, practice and potential. Massachusetts Institute of Technology, Dept. of Architecture, 1982.
- Invision Game Community (2022). The Future of Motion Design: A Fast-Approaching Opportunity for Designers.  
<https://invisioncommunity.co.uk/the-future-of-motion-design-a-fast-approaching-opportunity-for-designers/>
- Langford S. (2021). What is Visual Communication? Falmouth University <https://www.falmouth.ac.uk/news/what-is-visual-communication>
- Lee HY., Jiang L, Essa I., Le P. B., Haifeng H., Yang MH. & Yang W. (2020). Neural Design Network: Graphic Layout Generation with Constraints. Lecture Notes in Computer Science(), vol 12348. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-58580-8\\_29](https://doi.org/10.1007/978-3-030-58580-8_29)
- LI. Y. (2008), Typography in film title sequence design, Lawa state university.
- Metyin S. (2021). Motion Graphics And Their Role In The Future Of Content Marketing. True Film Production.  
<https://truefilmproduction.com/motion-graphics-role-future-content-marketing/>
- Nave, R. (2005). Motion, Georgia State University.
- Newbie Production (2021). Motion Graphics: The Future of Digital Animation. <https://newprod.co/motion-graphic/motion-graphics-the-future-of-digital-animation/>
- Paul Rand ve Earl Yahn (1958). What is a Poster? Design, 59:3, 96-97, DOI: 10.1080/00119253.1958.10743856
- Tekki Web Solutions Inc (2021). 4 Insights into the Future of Motion Design. <https://www.tekkiwebsolutions.com/blog/4-insights-into-the-future-of-motion-design/>
- Schlittler J. P. A. (2015). Motion Graphics and Animation. University of São Paulo. Toronto, 17th June 2014.
- Shir M.F.D. ve Asadollahi M. (2014). The Role of Motion Graphics in Visual Communication. School of Visual Arts, Department of Visual Communication and Photography, Tehran University
- Seidman, S. A. (2007). The poster: a once and present medium of communication. International Journal of Instructional Media, 34(2), 207.
- Walker S. (2017) Research in Graphic Design, The Design Journal, 20:5, 549-559, DOI: 10.1080/14606925.2017.1347416
- Zhao N., Cao Y., ve Lau R. W. H.. 2018. What characterizes personalities of graphic designs? ACM Trans. Graph. 37, 4, Article 116 (August 2018), 15 pages. <https://doi.org/10.1145/3197517.3201355>

#### Bağlantılar:

- Bağlantı 1:** <https://www.reliablesoft.net/facebook-marketing/> Erişim Tarihi: 11.01.2023
- Bağlantı 2:** <https://computerhistory.org/exhibits/technology-art/john-whitney-sr/> Erişim Tarihi: 07.02.2023
- Bağlantı 3:** <https://collections.new.oscars.org/Details/Collection/>, Erişim Tarihi: 16.02.2023
- Bağlantı 4:** <https://letterformarchive.org/news/saul-bass/>, Erişim Tarihi: 21.03.2023
- Bağlantı 5:** <https://yr6visualarts-modigliani.weebly.com/project.html>, Erişim Tarihi: 01.03.2023
- Bağlantı 6:** [https://anitamohacsi.com/projects/GXQymz?album\\_id=2129000](https://anitamohacsi.com/projects/GXQymz?album_id=2129000), Erişim Tarihi: 11.02.2023
- Bağlantı 7:** <http://www.vicwestpac.com/2016/02/>, Erişim Tarihi: 29.02.2023
- Bağlantı 8:** <https://www.vew.design/blog/text-animation-examples/>, Erişim Tarihi: 30.02.2023
- Bağlantı 9:** <https://quizlet.com/36982121/twelve-principles-of-animation-flash-cards/>, Erişim Tarihi: 12.03.2023
- Bağlantı 10:** <https://hexdocs.pm/easing/readme.html/>, Erişim Tarihi: 15.03.2023



# AN EXAMINATION ON THE ROLE OF GRAPHIC DESIGN IN MOTION POSTERS

Semih DELİL

## ABSTRACT

In today's world of advanced visual communication, the emergence of motion posters has contributed to the enhancement of motion and impactful visual storytelling. Motion posters stand out as communication tools that rapidly capture the viewer's attention, reshaping aesthetic balance and facilitating more effective message delivery. In this context, the role of graphic design in motion posters holds critical significance in processes such as visual balance, aesthetic values, communicative interaction, and meaning construction. The dynamism inherent in moving elements increases viewer engagement, while the use of graphic design as a means to reinforce semantic expressions enhances communicative effectiveness. This study focusing deep into the dynamics of communication and aesthetic balance stemming from the synthesis of motion posters and graphic design. Furthermore, this examination aims to shed light on future design approaches by considering the characteristics of motion posters within a broader framework.

**Keywords:** Motion Posters, Graphic Design, Visual Communication, Communicative Interaction