

KİNETİK TİPOGRAFI İLE DUYGU AKTARIMI: TARİHTE İZ BIRAKMIŞ SÖZLER

EMOTIONAL EXPRESSION THROUGH KINETIC TYPOGRAPHY: QUOTES THAT LEFT A MARK IN HISTORY

Arş. Gör. Batuhan Dikmen

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve
Mimarlık Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü
d.batuhan.d@gmail.com

ORCID ID: 0009-0008-6045-6938

MAKALE GELİŞ TARIHI: 15 Nisan 2025 · YAYIMA KABUL TARİHİ: 12 Mart 2026

Doç. Fatih Kurtçu

Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi,
Grafik Bölümü
fkurtcu@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-3999-0668

Öz

Bu çalışma tarihe iz bırakmış sözlerin kinetik tipografiyle günümüz izleyicisine etkili aktarımı üzerinedir. Kinetik tipografi hareketli yazıyla anlam ve duygu iletir. Duygu aktarımı ise bir kişinin duygusal durumunun etkilenmesidir. Tarihe iz bırakmış sözler statik biçimde sunulduğunda günümüz izleyicisini etkilemede yetersiz kalabilir. Bu bağlamda kinetik tipografi ile duygusal etkinin artırılabilceği hipoteziyle hareket edilir. Araştırma nitel yöntemlerle yapılmıştır. Öncelikle konu ve duygusal tasarım kuramı üzerinden bir alanyazın taraması yapılmıştır. Edinilen bulgular ışığında bir kinetik tipografi çalışması hazırlanmıştır. Bu çalışma üzerinden bir izleyici testi ve anket uygulanmıştır. Araştırmanın sorusu bulgular ışığında tartışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre kinetik tipografi günümüz izleyicisine duygu aktarmada statik yazıya kıyasla önemli avantajlar içerir.

Abstract

This research examines conveying historically significant quotes to contemporary audiences through kinetic typography. Kinetic typography conveys meaning and emotion through moving text. Emotion transmission is impacting a person's emotional state. Static historically significant quotes may fail to influence today's audiences. In this context, it is hypothesized that kinetic typography enhances emotional impact. The research was conducted using qualitative methods. First, a literature review on the subject and emotional design theory was conducted. Considering the findings, a kinetic typography design was created. Based on this, a viewer test and survey were conducted. The research problem was discussed considering the findings. According to the results, kinetic typography offers significant advantages over static text in conveying emotion to modern audiences.

Anahtar Kelimeler: Kinetik Tipografi,
Hareket, Grafik, Tasarım, Duygu

Key Words: Kinetic Typography, Motion,
Graphic, Design, Emotion

GİRİŞ

Bu çalışma kinetik tipografinin duygu aktarımındaki rolünü ölçerek grafik tasarımın tarihsel anlatılar üzerindeki etkisini değerlendirir. Tarihi liderlerin sözleri çoğunlukla duygusal etkiye ve retorik bir yapıya sahiptir. Yine de bu sözler statik biçimde sunulduğunda günümüz izleyicisini etkilemede yetersiz kalabilmektedir. Bu da tarihi öneme sahip sözlerin günümüz izleyicisine nasıl etkili biçimde aktarılabilceği sorusunu doğurur. Duygusal etki bir deneyimin akılda kalıcılığını artırır (Tyng ve diğerleri., 2017). Hareket izleyicinin mesajı anlama kabiliyetini artırır (Luthfiasari ve Fadillah, 2023). Bu nedenle bu çalışma, kinetik tipografinin duygusal etkiyi artırabileceği ve günümüz izleyicisine daha etkili bir şekilde ulaşabileceği hipoteziyle yürütülmüştür. Bu yolla insanların milli kültürlerini anlamalarına ve bağlanmalarına hizmet edilebilir. Bu sayede kültürel öğretilerin tanınırlığı ve kavranışı artabilir.

YÖNTEM

Bu araştırmada kinetik tipografi ve duygusal tasarım üzerine alanyazın taraması yapılmıştır. Böylece etkili duygu aktarımının sağlanması üzerine kuramsal bulgular edinilmiş ve araştırmanın bulgularından faydalanılarak örnek bir kinetik tipografi uygulaması geliştirilmiştir. Bu araştırma için gerçekleştirilecek kinetik tipografi çalışmasında Mustafa Kemal Atatürk'ün 1936'da yaptığı meclis açılış konuşmasından bir sözü ele alınır. "Cumhuriyet, yeni ve sağlam esasları ile, Türk milletini emin ve metin bir istikbâle koyduğu kadar, asıl fikirlerde ve ruhlarda yarattığı güvenlik itibarıyla, büsbütün yeni bir hayatın müjdecisi olmuştur (Çeviri Konuşmalar, 2020)." Söz duygusal, tarihi ve kültürel önemi bakımından geniş bir kitleyi ilgilendirmesi, ayrıca bir ses kaydı olması sebepleriyle seçilmiştir. Grafik tasarımda amaç hedef kitleyi planlanan biçimde etkileyebilmek olarak kabul edilebilir. Bu sebeple bu video çalışması üzerinden nitel ve nicel verilerin toplanacağı bir izleyici testi ve anket uygulanmıştır. Anketin amacı kinetik tipografi çalışmasının izleyici üzerindeki etkisini test etmektir. Anketin ayrıntıları ilgili bölümde sunulmuştur. Elde edilen bulgular ışığında kinetik tipografi ile tarihe iz bırakmış sözlerin duygusal etkisini günümüz izleyicisine aktarma konusu ve alanın geleceği tartışılır.

KINETİK TIPOGRAFİDE DUYGU ÜZERİNE KURAMSAL İNCELEME

Kinetik tipografi, tipografiye hareketli medyanın bazı özelliklerini ekler (Forlizzi, ve diğerleri., 2003). Tipografi tasarımında yazı karakteri, boyut, konum, kalınlık, eğiklik; harf, kelime ve satır espasları, renk, ton vb. birçok görsel öge

his aktarımında rol oynar. Kinetik tipografi ise bu etkenlerin yanına zamanlama, hareket ve işitsel öğeler ekler. Duygu, anlam ve kavram bu ortamın yapı taşlarıdır. Bilgi ve duygu, okumanın yanı sıra harflerin ve kelimelerin kavramları ifade etmesi ile sunulur (Kurtçu, 2016, s.40). Kinetik tipografinin amacı sadece yazıyı okutmak değildir. Bu ortamda hareket ve zamanlamaya tematik bir anlam yüklenir (Bahar, 2019). Bu durumu bir örnekle açmak gerekirse, Psycho (Hitchcock, 1960) filminin açılış sahnesinde Saul Bass'ın tasarladığı kinetik tipografi çalışması görülür. Bu çalışma keskin ve ani biçimde yazıyı keserek sunar (Görsel 1). Böylece tasarımcı müzikle birlikte adım adım oluşan, gergin ve kaygılı bir atmosfer oluşturur.



Görsel 1. Hitchcock, A. (1960). *Psycho* [Film]. Universal Pictures, Paramount Pictures.

Duygusal tasarım Donald Norman tarafından geliştirilmiş bir kuramdır (Norman, 2005). Kuram bir ürünün kullanıcıda duygusal tepkiler uyandırma biçimine odaklanır. Norman'ın kuramına göre duygusal tasarım üç temel kategoriye ayrılır. Bunlar, içgüdüsel tasarım (visceral design), davranışsal tasarım (behavioral design) ve yansıtıcı tasarımdır (reflective design). İçgüdüsel tasarım izleyicinin görsel algısına hitap eder. Eserin izleyici ile kurduğu ilk iletişim aşamasıdır. Kinetik tipografi için izleyicinin hareketli tipografiyi gördüğünde edindiği ilk izlenimdir. Örneğin Görsel 1'de gergin ve ciddi bir hava vardır. Davranışsal tasarım, ürün ile etkileşimden duyulan tatmin ile ilgilidir. Bu kategori duygusal tasarımın sağlanması için sürükleyiciliği önemser. Bu da video çalışmasının tutarlı bir şekilde izleyicinin dikkatini çekebilmesi gerekliliğini doğurur. Yansıtıcı tasarım ise ürünün arkasındaki mesajı, anlamı, kullanımdan sonra bırakılan etkiyi kapsar. Bu aşama çalışmanın nasıl bir etki bırakmayı amaçladığıyla ve izleyicinin videoda işlenen söz ile nasıl bir bağlantı kurduğuyla ilgilidir. Ürün duygusal etkisiyle izleyicinin üzerinde iyi anımsadığı bir tecrübe bırakmayı amaçlamalıdır. Bu çalışmada duygusal tasarım kuramı tasarımsal kararların incelenmesinde, verilmesinde ve anket çalışmasında bir üst çerçeveye oluşturur.

Kinetik tipografi izleyiciyle iletişim kurmayı temel alır. Bu iletişim bir fikir, haber, tanıtım olabilir ve duygu aktarımından faydalanabilir. Ayrıca amaç salt duygu aktarımı da olabilir. Duygu insan doğasının bireyi motive etmek için kullandığı bir araçtır. Eser ile izleyici arasındaki etkileşimi olumlu etkiler. Farkındalığı ve

odaklanmayı arttırır (Hodent, 2017, s.80-81). Ayrıca daha önce de bahsedildiği üzere bir deneyimin akılda kalıcılığını arttırır. Bunlar gibi sebeplerle kinetik tipografide duygu aktarımı her zaman önemini koruyan bir konu olmuştur. Duygusal tepki yazı hareketli biçimde sunulduğunda daha etkili sağlanabilir (McDonagh, ve diğerleri., 2003. s.218). Kinetik tipografi, geleneksel tipografik tasarıma hareket, zamanlama ve işitsel öğeleri ekleyerek izleyicinin dikkatini çekmeyi sağlar. Böylece özellikle günümüz izleyicisi üzerinde daha etkileyici ve akılda kalıcı bir deneyim sağlayabilir.

Kinetik tipografinin temel grafik öğelerinden biri yazı karakteridir. Yazı bu ortamda kompozisyondaki ana görsel biçimleri oluşturur. Harflerin yapısı ve boşluk ilişkileriyle oluşturduğu kelimeler ve metinler, duygu ifade etme olanağı sunar (Pochun, ve diğerleri., 2018). Yazı temelinde bir iletişim aracıdır. Kinetik tipografide hedeflenen duygu aktarımını sağlamak için hedef kitleye uygun yazı karakteri seçimi önemlidir. Ayrıca izleyicinin rahatça okuyabilmesi için mesajı içeren yazıların okunabilirliğine (legibility) önem verilmelidir. Her projeye uygun olan tek bir yazı karakteri yoktur. Doğru yazı karakteri projenin amaçları ve hedef kitlesine göre seçilmiş olmalıdır.

Renk kinetik tipografide duygunun aktarılmasında bir diğer önemli öğedir. Renk algısı temelinde fiziksel bir kavram olsa da psikolojik ve duygusal bir karşılığı da vardır. Öyle ki anlamsal iletişim kurmanın yanında görsel hiyerarşiyi destekler. İzleyicinin dikkatini yönlendirmede en az biçim kadar etkili bir araçtır (Kurtçu, 2016, s.69-71). Renk seçimleri farklı bağlamlarda farklı etkiler uyandırabilir (Plass ve diğerleri., 2014). Örneğin sıcak renkler farklı çalışmalarda farklı hisleri temsil edebilir. Bu durum çalışmanın tasarım sistemi ve rengin beraberinde kullandığı diğer görsel öğelerle ilgilidir. Yani yazı karakterinde olduğu gibi renk seçimi de projenin ihtiyaçları ve hedeflerine göre belirlenmelidir.

Kinetik tipografiyi grafik bağlamda geleneksel tipografiden ayıran özellikleri hareket ve sestir. Daha önce de belirtildiği gibi yazıyı hareketli ortamda sunmak duygusal ifadeyi güçlendirir. Örneğin bir görüntünün opaklığının artarak görünür hâle gelmesi (fade in) mistik ve sakin bir his verebilir. Görüntünün ekrana dönerek gelmesi ve titremesi ise enerjik, aciliyet veya kararsız, dengesiz anlamlar uyandırabilir (Kurtçu, 2016, s.71). Ses ise görsel anlatıyı zenginleştirir. Amaçlanan mesajı etkili bir şekilde iletmeye yardımcı olduğundan hareketli grafiklerin ayrılmaz bir bileşenidir. Hareketli grafiklere sesin dahil edilmesi yalnızca görsel deneyimi geliştirmekle kalmaz. Aynı zamanda içeriğin daha etkili bir şekilde iletilmesine yardımcı olur ve böylece etkileşimi iyileştirir (Hadi, ve diğerleri., 2023).

Kinetik tipografi etkili bir iletişim aracıdır, duygusal aktarımı geliştirir, metin ve hareketin bir arada uyumlu bir şekilde sunulmasına olanak tanır. Bu ortamın

duygusal etkisi hareket, biçim, renk ve kompozisyon gibi tasarım öğelerinden etkilenir. Ayrıca harfler, hareketi çeşitli kavramları ve duyguları simgeleyebilir, böylece çalışmanın göstergebilimsel ve iletişimsel boyutu zenginleşebilir (van Leeuwen ve Djonov, 2015).

Stranger Things'in (Duffer ve Duffer, 2016) logo jeneriği modern kinetik tipografi ve duygu aktarımı konusunda iyi bir örnektir. Sebebi basit ve zamanlaması doğru hareketlerin ne kadar güçlü duygusal tepkiler uyandırabileceğini göstermesidir. Logo koyu bir arka plan üzerinde parlak kırmızı bir renkte yavaş animasyonlarla bir araya gelmektedir. 1980'lerden ilham alan tırnaklı bir yazı karakteri (ITC Benguiat) kullanır. Özellikle o dönemlerdeki korku ve gerilim filmlerinde karşılaşılabilen bu yazı karakteri seçimi izleyicide nostaljik bir hava da uyandırır. Yazıyı oluşturan pütürlü ve dokulu yüzey bu hissi güçlendirir. Neon ışıklandırma ve kontürler ise dizinin bilim kurgu yönünü öne çıkarır. Çalışma güçlü bir gerilim ve heyecan duygusu taşır. Harflerin ağır hareketi izleyicinin beklentisini artırır ve dizinin gerilimli yapısını yansıtır (Görsel 2). Retro bir yazı karakterini modern animasyonla birleştirerek huzursuz ve nostaljik bir his yaratır. Böylece dizinin ürkütücü atmosferini yansıtan bir giriş sekansı oluşturur.



Görsel 2. *Stranger Things*. (2016). *Stranger Things | Title Sequence [HD] | Netflix. YouTube.*

Özetle kinetik tipografi hareket, zamanlama ve sesi tasarımın parçası yaparak etkileşimi artıran bir ortam sunar. Duygusal tasarımdan faydalanarak mesajın derinliğini iletmek için güçlü bir araçtır. Böylece izleyicide kalıcı etki yaratılabilir. Sonraki bölümdeki uygulama çalışmasında bu ilkelerin nasıl pratik olarak uygulanabileceği incelenmektedir.

TARİHTE İZ BIRAKMIŞ BİR SÖZÜN KİNETİK TİPOGRAFI İLE AKTARILMASI

Önceki bölümden elde edilen kuramsal bilgilerden ve bulgulardan yararlanılarak bir kinetik tipografi çalışması üretilmiştir. Çalışmada Osmanlı Devleti'nden kalan mirası çağdaştırmış ve Türkiye Cumhuriyeti'ni kurmuş Mustafa Kemal Atatürk'ün 1936 yılında yaptığı meclis açılış konuşmasından

bir kesit ele alınmıştır. Atatürk'ün en önemli işi olarak gördüğü cumhuriyet ile ilgili bir söz seçilmiştir (TRT Arşiv, 2016, 00:10). Sözün toplum için içerik itibariyle önemli olduğu kadar duygulara da hitap etmesi seçilmesinde önemli bir etkidir. Ayrıca bu konuşmanın belli bir oranda temizlenerek sunulacak bir ses kaydı da mevcuttur. Çalışmaya işitsel öğeler de dahil ederek kinetik tipografi videosunun etkisinin artırılması amaçlanmaktadır.

Sözü kimin, kime, ne söylediği bağlamında incelemek çalışmanın görsel üslubunu belirlemek için faydalı olacaktır. Söz politik bir liderin otoritesini, vizyonunu ve mirasını taşıyor olarak yorumlanabilir. Türk milletine yönelik milli bilinç ve gurur oluşturmaya amaçlamış ve umut, güven gibi kavramları ön plana çıkararak coşkulu bir havada dile getirilmiştir. Bu bağlamda video çalışmasında dört duygunun aktarımı üzerine yoğunlaşılır. Bunlar, “Cumhuriyet, yeni ve sağlam esasları ile,” için gurur, “Türk milletini emin ve metin bir istikbâle koyduğu kadar” ile özgüven, “asıl fikirlerde ve ruhlarda yarattığı güvenlik itibariyle” ile güven, “büsütün yeni bir hayatın müjdecisi olmuştur.” ile umut duygularıdır.

Duygusal tasarım kuramında belirtildiği üzere izleyicinin ilk izlenimini doğru yönlendirmek önemli bir adımdır. Çalışmada ele alınan sözün yapısı ciddiyet ve zarafet içerir. Kağıt dokusu, mürekkep gibi geleneksel medyayı yansıtan imgelerden faydalanarak çalışmanın geleneksel bir değeri olduğu ve akıcı sulu boya hareketleriyle zarafet yansıtılabilir. Ayrıca bu seçim duygusal aktarım için güçlü dokular ve görsel etkiler oluşturmaya yardımcı olabilir. Bu seçim bir oranda deneysel sayılabilir. Bu yolla araştırmanın sonuçlarına derinlik katmak amaçlanır. Bunun yanında sözün içerdiği umut ve gelecek vurgusunu görsel atmosfere yansıtabilmek için modern tipografi ve animasyonlardan faydalanılabilir. Bu kullanım ayrıca cumhuriyetin ilerici bakış açısıyla ilişkilendirilebilir. Çalışmada amaç Atatürk'ün sözünün aslına mümkün olduğunca sadık kalarak uyandırmaya çalıştığı hissi aktarmaktır. Bu sebeple sözün hangi kısımlarının vurgulanacağı ve hareketin espasları doğrudan Atatürk'ün ses kaydı üzerinden kurgulanacaktır.

Hikâye panosunda (storyboard) teknik ayrıntılar ve el işçiliğinin kalitesi üzerine zaman ve enerji harcanmadan çalışmanın önemli kareleri, fikirleri yansıtacak biçimde görselleştirilmiştir. Çalışmada birden fazla yazı karakteri kullanılmıştır. Bu karakterlerden çoğunu Montserrat oluşturur. Montserrat, yirminci yüzyıl modern şehir tipografisini temsil eder. Kimi eğrileriyle zarif ve nispeten dost canlısı bir basitlik hissettirir. Geometrik ve güçlü yapısı, nispeten geniş ve dairesel formlarla bütünlüştür. Bu durum ciddi ve modern bir duruş sergiler. Yüksek küçük harf boyu ile (x yüksekliği) hareketli bir ortamda bile okunaklılığı yüksektir. Bütünlük düzeniyle büyük harflerle kullanılmaya uygundur ve sağlam hissettirir. Bu da yazı karakterini, ilerici bakışı ve devlet ciddiyetini temsil etmek için ideal yapar.

Giriş bölümünde gurur, zafer ve Türk kültürünü temsilen tercih edilen renk kırmızı olmuştur. “Cumhuriyet”, Atatürk’ün tonlamasına uygun biçimde her hecede güçlü biçimde vurgulanmıştır. Soldan sağa silkinerek gelen yazı, sağ tarafındaki başka bir yazıyı yarıp geçer. Bu kompozisyonda görülebilecek dekoratif tipografik öğeler Mondros Mütarekesi’nden alıntıdır. Cumhuriyetin silkinme ve kendine gelme aracı olarak kullanımı vurgulanır ve gurur kavramı ön plana çıkarılır. Kamera hareketi dahil edilerek daha dinamik bir etki vermek hedeflenir (Görsel 3).



Görsel 3. Hikâye panosunun “cumhuriyet” bölümü.

Devamında “sağlam” ve “esasları” ifadeleri ses kaydında oldukça güçlü biçimde vurgulanmaktadır. Bu bölüm oldukça hızlı söylenmektedir. Bu durum çok fazla tipografik oyunla birleştiğinde görsel bir gürültü doğurabilir. Bu sebeple daha sonra gelmesi ve sonrasında ara verilmesi sebebiyle ikinci ifadeye daha fazla vakit ayıracak bir geçiş kurgulanmıştır. Buna göre “sağlam” sıfatı iki parça halinde yukarıdan düşerek kamerayı titretir ve tozlar yayar. Arkasından gelen “esasları” için ise noktalardan bir oluşum animasyonu kullanılmıştır. Bunu arkada oluşan, Atatürk’ün altı ilkesini temsil eden altı çizgi desteklemektedir. Tanıdık imgeler kullanmak ayrıca anlatımı güçlendirmeyi ve hedef kitlesini etkileşime davet etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu bölümde arka planda kullanılan dekoratif yazı anayasanın girişidir. “Esasları” ifadesinden önce kameranın 90 derece dönüşü hemen sonrasındaki kısa duraklamayla yeni bölüme geçişi sezdirir (Görsel 4).



Görsel 4. Hikâye panosunun “sağlam” ve “esasları” bölümü.

Sonraki bölümde özgüveni ifade etmek için yeşil renk kullanılmıştır. Bölüm “Türk milletini” ifadesi ile başlar. Burada “Türk” kültürel ve geleneksel altyapıyı temsilen modern bir el yazısı yazı karakteri olan Oleo Script ile ifade edilir. Kırmızı arka plan tam olarak kaybolmadan önce Türk bayrağı imgesiyle desteklenir. Ayrıca yazı kırmızı renkte gelerek, bayrağın rengi bir kez daha vurgulanır. Buradaki amaç Türk bayrağının renginin hedef kitle için ifade ettiklerinden yararlanmaktır (Görsel 5).



Görsel 5. Hikâye panosunun “Türk milleti” bölümü.

Takip eden bölümde “emin ve metin bir istikbale” vurgulu biçimde söylenir. Burada tempo dengesini sağlamak için “emin” ve “istikbal” kavramları vurgulanır. “Emin”, her bir harf güçlü biçimde yukarıdan düşerek adım atarcasına gelir, düştükçe kamerayı titretir. Bölüm hızlı söyleniş ile uyum içinde akışkan biçimde soldan sağa gelen yazılarla sunulur. “İstikbale” hızlı biçimde sağ tarafı silik ve solunda iz bırakacak biçimde görüntüye gelir (Görsel 6).



Görsel 6. Hikâye panosunun “emin ve metin bir istikbale” bölümü.

Üçüncü bölümde güven kavramının vurgulanması için mavi renkler kullanılır. “Fikirlerde” bölümü arka planda Atatürk’ün fikirlerini dayandırdığı insanları isimleriyle ve parlama efekti ile sunulur. “Güvenlik” ifadesi ise büyük harflerle, birlikten kuvvet doğar ilkesini temel alarak bireyleri temsil eden yıldızlardan oluşur ve çevresinde bir duvar örülür (Görsel 7).



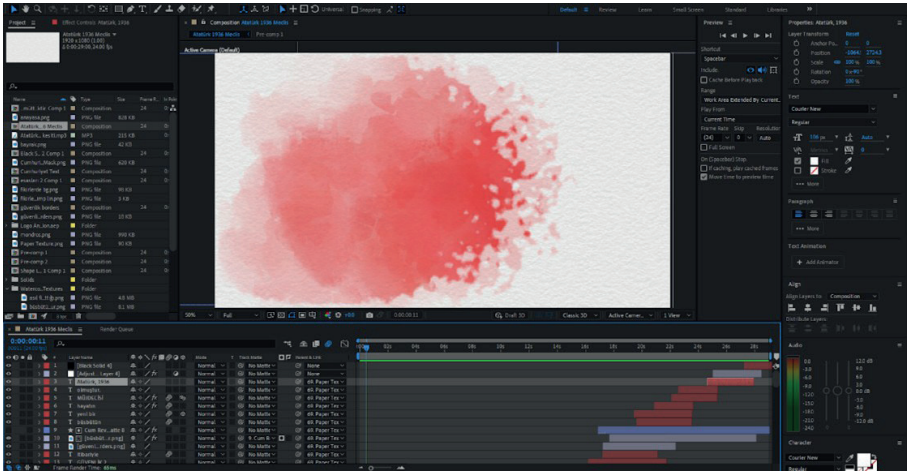
Görsel 7. Hikâye panosunun “fikirlerde” ve “güvenlik” ifadeleri.

Son bölümde sarı tonlar hakimdir. Burada umut, huzur gibi olumlu duygular ön plana çıkar. Girişte akışkan bir şekilde yazılar akar ve “hayatın” ifadesi nabız atma misali bir hareketle sunulur. Sonrasında kameranın üst tarafından gelen “müjdecisi” ifadesinde her harf yeni bir haber misali yukarıdan aşağıya oluşarak gelir. Bu sırada yazı parlar, arkasında dalgalanmalar oluşturur ve böylece müjdenin etkisi simgelenir (Görsel 8).



Görsel 8. Hikâye panosunun “yeni bir hayatın müjdecisi” bölümü.

Hikâye panosunda oluşturulmuş bu tasarımın videoya dönüştürülmesi sürecinde öncelikle Audacity kullanılarak ses klibindeki fazladan gürültüler bir oranda temizlenmiştir. Bu temizlikle cızırtılar ve anlamsız gürültüler ses klibinden çıkarılmıştır. Daha sonra After Effects yazılımında video uygulamasına geçilmiştir. Clip Studio Paint yazılımı kullanılarak üretilen sulu boya dokuları, kâğıt dokusu ve kimi diğer grafikler After Effects yazılımına aktarılmıştır. Burada sulu boya akışkan bir hâle getirilmiştir (Görsel 9). Yazılımın sunduğu animasyon araçları ve görsel efektlerden faydalanılarak hikâye panosunda kararlaştırılmış tipografik tasarım video olarak uygulanmıştır. Videonun çıkışında ise daktilo yazısı hissi veren Courier New Bold yazı karakteri, daktilo sesi ve harf harf oluşan bir animasyon ile “Atatürk, 1936” yazısı siyah ve turuncu bir arka plan üzerinde gelir ve koyulaşarak kaybolur (Görsel 10). Daktilo yazı karakteri ve sesi, nostaljik ve ciddi bir hava yaratmak için kullanılır. Sonrasında video karanlığa gömülerek kaybolur ve sonlanır.



Görsel 9. After Effects'te sulu boya animasyonu.



Görsel 10. After Effects'te çıkış sahnesi.

Video çalışması .mp4 (H.264) formatında 1920 x 1080 piksel çözünürlükte dışa aktarılmış (export) ve YouTube platformuna liste dışı olarak <https://youtu.be/WlaNaxrrLOK> bağlantısı üzerinden yüklenmiştir.

İZLEYİCİ TESTİ VE ANKET

Bu bölüm ankette sorulan soruları, katılımcı kriterlerini ve yanıtların nasıl değerlendirildiğini içerir. Çalışmaya katılacak kişilerin kriterleri şu şekilde belirlenmiştir:

- Türk vatandaşıdır ya da Türk kültürüne ciddi bir bağlılığı vardır.
- İleri düzeyde Türkçe iletişim kurabilir.
- Yasal olarak reşittir.
- En az lise mezunudur.
- Temel düzeyde inkılap tarihi bilgisine sahiptir.
- Tarih ve dijital grafikler konusunda ilgilidir.
- Temel düzeyde dijital medyaya hakimdir.

Ankette puanlı (1 en düşük, 5 en yüksek) beş soru vardır. Sorular, yapılan kuramsal analiz ve uygulama çalışmasının amaçları kapsamında aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

1. Video Atatürk'ün mesajını ne derece açık bir şekilde aktardı?
2. Videonun mesajının ve hissettirdiklerinin ne kadar etkisinde kaldınız?
3. Tipografi ve animasyon, Atatürk'ün sesi ve vurgusuyla ne derece uyumluydu?
4. Videonun animasyon ve tipografi tasarımını görsel olarak ne derece çekici buldunuz?

5. Videonun, Atatürk'ün sözündeki duyguları ne derece doğru ve başarılı biçimde uyguladığını düşünüyorsunuz?

Anketteki yazılı cevaplanabilecek ve zorunlu olmayan sorular şu şekilde belirlenmiştir:

6. Video, sizde hangi duyguları uyandırdı? (Ör. “gurur”)

7. Video tasarımındaki görsel veya duygusal etkinin artırılmasına yönelik önerileriniz nelerdir?

Anket Google Forms yazılımında oluşturulmuştur. Ankete katılım kurgulanmış bir ortamda gerçekleştirilmemiştir. Katılımcılar video çalışmasını izleme ve ankete katılımı kendi ekipmanlarıyla kendi belirlemiş oldukları yer ve zamanda tamamlamıştır. Anketi tamamlama süresi tahmini 1-2 dakikadır. Hedeflenen katılımcı sayısı maddi ve zamansal kısıtlamalar dikkate alınarak 30 kişi olarak belirlenmiştir. Katılım gönüllülük esasına dayanır. Katılımcıların kişisel bilgileri toplanmaz ve yanıtlar kişilerle ilişkilendirilmez. Veriler yalnızca akademik amaçlarla kullanılır. Anket her katılımcı tarafından bir kez yanıtlanır. Anketin soruları duygusal tasarım kuramına göre tasarlanmıştır. Ayrıca izleyici testi kimi sınırlılıklardan etkilenmiştir. Bu konular üzerine detaylı görüşler sonraki bölümlerde sunulur.

İzleyici testi ve ankette elde edilen verilerin değerlendirilmesinde çalışmaya kaç kişinin katıldığı ve katılımcıların verdiği cevaplar paylaşılır. Sayısal verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistikten faydalanılır. Her puanın kaç katılımcı tarafından seçildiği ve her soruya verilen puanların ortalaması paylaşılır. Örneğin ikinci sorunun ortalama puanı ortanın üzerindeyse (örneğin, 3/5), videonun duyguları başarılı bir şekilde aktardığını gösterebilir. Puan ortanın altındaysa (örneğin, 2/5) geliştirme alanlarının tespit edilmesi gerektiği çıkarımı yapılabilir. Nitel verilerin değerlendirilmesinde tematik kodlama yönteminden faydalanılır. Yanıtlardaki ortak ifadeler belirlenir ve mümkünse sayısal olarak ifade edilir. Örneğin altıncı soruya “gurur” cevabı, iyileştirme önerileri sorusuna “Animasyon bazı kısımlarda çok hızlıydı” cevabı verilebilir. Belirli tasarım öğelerine yönelik geri bildirimler videonun ilgili bölümleriyle eşleştirilir. Örneğin “müjdecisi” kelimesinin anlaşılmadığına dair yorumlar sıklıkla yapılırsa tasarımın yeniden değerlendirilmesi gerektiği çıkarımı yapılabilir.

Bu anket çalışmasının yapılması için Başkent Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Alan Araştırma Kurulu'na başvurularak etik onayı alınmıştır.

BULGULAR

İzleyici testi ve ankete 34 kişi katılmıştır. Katılımcılar büyük oranda grafik bölümlerindeki öğrenci ve akademisyenlerden, ayrıca özel sektörde çalışan

grafik sanatçıları ve tasarımcılardan oluşmaktadır. Kriterlere uyan farklı mesleklerden katılımcılar da mevcuttur.

	1 Puan	2 Puan	3 Puan	4 Puan	5 Puan	Ortalama Puan (5 üzerinden)
1. soru	1	2	5	6	20	4.24
2. soru	1	3	10	11	9	3.71
3. soru	1	5	10	11	7	3.53
4. soru	3	4	12	7	8	3.38
5. soru	3	5	4	14	8	3.56

Görsel 11. Anketteki puanlamalı sorularda her puanın katılımcılar tarafından seçilme sayısı ve her sorunun aldığı ortalama puan.

6. soru: “Video sizde hangi duyguları uyandırdı? (Ör. “gurur”)” sorusuna verilen yanıtlar:

Özlem (5 kere), gurur (5 kere), heyecan (4 kere), güven (3 kere), umut (2 kere), başarı, cumhuriyetin hayatımızdaki yerini ve değişimini, geleceğe bakma hissiyatı, güzel, güzel bir gelecek, huzur, kararlılık, merak, milliyetçilik, sevgi, saygı, vatanseverlik.

Bu sorudaki yanıtlar anahtar sözcükler hâlinde ve aynı ifadeler sayıyla verilerek sunulmuştur.

7. soru: “Video tasarımındaki görsel veya duygusal etkinin artırılmasına yönelik önerileriniz nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlar:

1. Canlı renk paleti kullanımı ve renklerin (sanırsam suluboya texture’ı) dokulu olması biraz dikkatimi dağıttı, bu sebepten ilk değil de ikinci izleyişimde Atatürk’ün konuşmasına daha iyi odaklanabildim. Kendimce daha monokrom bir palet olsaydı ya da arka plan opaklığı biraz daha düşük olsaydı text ve animasyonlara daha çabuk odaklanabilirdim diye tahmin ediyorum.

2. Görsellik çok ön planda olduğu için kafa karıştırıyor ve anlamayı zorlaştırıyor. Arka planda Atatürk ile ilgili daha fazla sembolizm kullanılabilirdi.

3. Sözcüklere, kelime anlamlarıyla ilgili efekt koyulması hoşuma gitti. Sadece “esasları” ve “güvenlik” sözcüklerinin efektleri değiştirilirse görsel ve duygusal bütünlük daha iyi sağlanacakmış gibi hissettim.
4. Çok farklı ve birbirine uygun olmayan, çok fazla sayıda farklı efekt içeriyordu. Renklerin ve bazı efektlerin konseptte uygun olmadığı düşünüyorum. Fazla cafcacflı efektler de bulunuyordu. Daha sözlere uygun, derin bir konsept seçilip, daha az ve öz hareketler olmasını önerirdim. Renk geçişlerinin de daha az satürasyonlu ve daha yüksek kontrastlı olmasını önerirdim.
5. Renk ve kamera hareketleri daha özenli ve harmonik olmalı.
6. Bence Atatürk’ün konuşması oturaklı ancak yazıların geçişleri pek öyle değil bunların birbirine yakınlaştırılması daha iyi olabilir.
7. Çok fazla yazı tipinin bir arada kullanılmaması.
8. Kelimelerin anlamını daha iyi yansıtabilmesi ve izleyici ile bağ kurabilmesi açısından bahsi geçen kelimelerin görsel betimlemeleri üzerine çalışılabilir.
9. O zamanların tasarım tarzını kullanmak etkili olabilir.
10. Smooth geçişler eklenilebilir. Yine videodaki tempoyla uyumlu hızla keskin geçişler yerine azıcık smooth geçişler eklenilebilir. Power point geçişleri gibi gözüktüğü için bazı geçişler daha smooth olmalı bence. Köşeli ve spiky (göze batan, keskin hissettiren) his uyandırdı ama iyi anlamda değil. Spiky his çok uymadı.
11. Yazılar dalgalanarak dönerek vb. daha akıcı bir hale gelebilir.
12. Transitionlar daha smooth olabilir.
13. Atatürk’ün eskizi yapılabilir.
14. Kelimelerin hareketi, barındırdıkları duygu ve anlamı daha iyi yansıtacak şekilde geliştirilebilir. Genel anlamda videoda hareket kullanımı yoğun ve hızlı, bu da biraz duygusal olarak takibi zorlaştırıyor. Önceki duyguyu tam alamadan diğer harekete geçiyoruz, belki ekranda aynı anda daha fazla sözcük görünse daha kolay takip edilebilir ve duygular da izleyici tarafından daha kolay özümseenebilir. Arka plan renklerinin kullanımını başarılı buldum.
15. Belki kullanılan renk çeşidinin sayısı 2’ye indirgenebilir (mavi-kırmızı) gibi.
16. Bence eski bir ses kaydına göre, renkler fazla parlak ve canlı olmuş (bence retro/vintage tarzda olmalı) arkaya Türk bayrağı giren kısımda fontun değişmesi güzeldi ama genel olarak yavaş okunan bir metin için fazla hareketli geldi gözüme. Ekranın büyük bir kısmını kaplayan büyük metinler okumamı zorlaştırdı tam ekrana alınca, bence en büyük yazı;

ekranın yatay olarak %60 ını anca kaplamalı, yazının genel olarak yoktan var olduğu parçacıklanma gibi efektler hafif yordu gözlerimi ama konsept güzel.

17. Daha destansı bir şey ve “kırmızı” verilebilir.

Bu sorudaki yanıtlarda yazım hataları bir oranda düzeltilmiştir. 10. yanıtta kullanılan bir kelimenin (spiky) tahmin edilen anlamı parantez içinde sunulmuştur. Bunlar haricinde yanıtlar katılımcıların yazdıkları hâlleriyle sunulmuştur. Ayrıca sorulan soruya uygun olmayan yanıtlar eklenmemiştir.

Yapılan çalışmanın değerlendirilmesinin iki ayağı vardır. Bunlardan ilki gerçekleştirilen kinetik tipografi çalışmasının başarılı uygulanıp uygulanmamış olmasıdır. Buna göre değerlendirmenin ikinci ayağı olan araştırmanın temel aldığı sorun ve araştırma sorusu tartışılabilir. Sayısal yanıtlara (Görsel 11) bakıldığında tüm puanların ortanın üzerinde (3’ten fazla) olduğu görülür. Buna göre çalışmanın belirli bir başarı yakaladığı söylenebilir. Yani gerçekleştirilen alanyazın taraması, kinetik tipografi çalışmasına belirli bir oranda doğru biçimde uyarlanmıştır. Ayrıca bu durum alanyazın taramasında alınan referansların doğruluğunu pekiştirir.

Soruların ne ifade ettiğini kavramak sonuçların değerlendirilmesinde yardımcı olacaktır. 1. soru mesajın anlaşılabilirliğiyle ilgilidir. Sorunun amacı yapılan kinetik tipografi çalışmasının, izleyicilerin Atatürk’ün sözüne verdiği anlamla ne kadar örtüştüğünü ölçmektir. Bu soruda alınmış olan yüksek puan (4.24) çalışmanın amacı doğrultusunda ilerlediğini göstermekte önem taşır. 2. soru videonun duygusal etkisini yansıtıcı tasarım yönüyle irdeler. Bu soruda ortalamanın üzerinde bir puan (3.71) alınmıştır. Yine de puanların 3 ve 4’e toplanmış olması önemli bir göstergedir. Buna göre videonun etki bırakmada kısmi bir başarı sağladığı söylenebilir. 3. soru videonun davranışsal tasarım yönünü duygulardan bağımsız biçimde ele alır. Bu soruda alınan ortalama üzeri puan (3.53) belirli bir memnuniyetin göstergesidir. Yine de puanlar 2, 3 ve 4’e toplanmıştır. Bu durum katılımcıların çoğunun davranışsal tasarım üzerine kimi sorunlar gördüğünü gösterir. 4. soru çalışmanın içgüdüsel tasarımıyla ilgilidir. Bu sorunun ortalama puanı anketteki en düşük puandır (3.38). Ayrıca puanlamalar büyük oranda 3 puanda toplanmıştır. Buradan izleyicilerin videonun içgüdüsel tasarımıyla ilgili açık bir sorun olduğunu düşündükleri çıkarımı yapılabilir. 5. soru ise daha çok davranışsal tasarımıyla ilgilidir ve 1. soruyu duygusal bağlamda yineler. Bu soruda 3.56 ortalama elde edilmiş ve puanların büyük kısmı 4 üzerine yoğunlaşmıştır. 5. soru katılımcıları Atatürk’ün sözünün verdiği duyguları somut biçimde düşünmeye iter. Buna göre ele alınan sözün yansıttığı duyguların bir oranda doğru yorumlandığı söylenebilir. Ayrıca bu duyguları aktaran tasarımsal kararların bir oranda doğru olduğu çıkarımı yapılabilir. Bu durum 6. soruya verilen yanıtlarla

da örtüşür. Ayrıca 6. soruya izleyiciler bu çalışmada hiç bahsedilmemiş kimi duygulardan da bahsetmiştir. Bu, duygular öznel kabul edildiğinden beklendik bir durumdur. Özellikle “özlem” kelimesinin 5 kez geçmesi, sözün sahibi ve çalışmanın hedef kitlesi arasındaki ilişkiyi gösterebilir. Yine de buradan kimi tasarımsal kararların özlem üzerine yeniden değerlendirilmesinin videonun başarısını etkileyebileceği çıkarımı yapılabilir.

Sayısal verilerden elde edilen bulgular ve yapılan çıkarımlar ortaya çalışmanın geliştirilebilecek kimi yönlerini çıkarır. Bu konuda katılımcıların özgürce fikirlerini paylaşabildiği 7. soru yardımcı olabilir. Bu soruya verilen yanıtlar incelendiğinde çoğunun farklı örneklemeler ve üsluplar ile aynı konulara parmak bastığı görülebilir. 1, 2, 4, 5, 7, 14, 15 ve 16 numaralı yanıtlar videonun davranışsal tasarımının farklı yönlerinden bahseder. Kimi katılımcılara göre renk, kimilerine göre görsel efektler, kimine göre geçişlerde bazı problemler göze çarpar. Kimi katılımcılara göre bu sorunlar davranışsal tasarımı, yani mesajın doğru biçimde anlaşılabilmesini etkiler. Bu durum 3. ve 5. sorularda tespit edilen problemlerle örtüşür. Buradan çalışmanın ihtiyacı olduğundan fazla bir görsel gürültüye sahip olduğu ve bu durumun izleyicilere çok fazla bilişsel yük bindirdiği çıkarımı yapılabilir. Katılımcılar bu durumun çalışmanın farklı görsel öğelerinden kaynaklandığını belirtmiştir. Yine de sorunun hangi yönden kaynaklandığı (ör. renk, animasyon, efekt, geçiş) üzerine güçlü bir fikir birliği gözlemlenmemiştir. Bu sebeple tüm bu görsel öğeler hesaba katılarak gürültünün azaltıldığı bir tasarım daha güçlü bir duygusal ifade sunabilir. 7. soruya verilen yanıtlarda içgüdüsel tasarım üzerine de kimi görüşlere yer verilmiştir. Örneğin 1, 2, 7, 9, 15 ve 16. yanıtlarda içgüdüsel tasarımdan kaynaklı problemler dile getirilmiştir. Bunlara göre bazı katılımcılar içgüdüsel tasarımdaki estetik kaygının davranışsal tasarımı olumsuz etkilediği görüşündedir. Ayrıca kimi yanıtlarda içgüdüsel tasarımın dönemi ve sözün ciddiyetini yansıtmadığı görüşleri dile getirilmiştir. Kinetik tipografi çalışmasının içgüdüsel tasarımında daha önce belirtildiği üzere deneysel sayılabilecek tasarımsal kararlar alınmıştır. Bu konuda gelen doğrudan görüşler oldukça azdır. Ayrıca 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 14 ve 16. yanıtlarda görsel efektler ve animasyonlar üzerine görüşler dile getirilmiştir. Bu görüşlerden bazıları animasyonun zamanlaması ve bunun getirdiği duygusal aktarım problemi, bazıları ise efektlerin anlamla uyumsuz olduğunu dile getirir. Bu görüşler önceki çıkarımlarla uyuşur. Bununla birlikte tasarımda düşünülen her kelimeye özel bir animasyon yapmama kararının yerinde olduğu ancak yeterince uygulanmadığı söylenebilir.

TARTIŞMA

Elde edilen bulgulara ve yapılan çıkarımlara göre gerçekleştirilen kinetik tipografi çalışması belirli bir başarı yakalamıştır. Kinetik tipografi çalışmasının tasarımında doğru duygusal aktarım kararları alındığı söylenebilir. Bu başarı bu araştırmanın konusu üzerine tartışılacak bir çerçeve sunar. Araştırmanın temel aldığı ana sorun statik tipografinin tarihi öneme sahip sözlerin duygusal etkisini aktarmada yetersiz kalabilmesidir. Buna çözüm olarak kinetik tipografinin bu durumun üstesinden gelmekte güçlü bir araç olabileceği hipoteziyle hareket edilmiştir. Anket ve izleyici testinden elde edilen veriler kinetik tipografinin mesajın anlaşılmasını kolaylaştırabileceğini, belirli duyguları ifade edebileceğini ve izleyiciler üzerinde belirli bir etki bırakabileceğini gösterir. Yine de bazı tasarım kararlarının duygusal etkinin aktarılmasında sorunlar doğurabileceği görülmüştür.

Mevcut çalışmanın sınırlılıkları dolayısıyla kinetik tipografi deneyimi üzerine yoğunlaşmıştır. Testin daha fazla katılımcıyla veya kurgulanmış bir ortamda yapılması farklı sonuçlar verebilir. İdeal olarak bu test iki aşamalı yapılabilir ve ele alınan söz hem statik bir yazı ile hem de kinetik tipografi ile sunulabilir. Böylece izleyicilerden bu iki yöntemin doğrudan kıyaslanması istenebilir. Buna rağmen anket verileri, kinetik tipografinin duygu aktarımında statik tipografiye kıyasla daha etkili olabileceğine dair işaretler verir. Özellikle statik bir sunumda daha az güçsüz kalabilecek duyguların hareket, renk ve animasyon ile güçlendirildiği gözlemlenmiştir. Anket sonuçlarına göre kinetik tipografi mesajın netliğini ve duygusal etkisini sunabilmiştir. Yani tipografi ve animasyon tarihi sözlerin duygu ve anlamını güçlendirmede etkilidir. Yine de görsel tasarım kararları bu etkiyi optimize etmek için kritik rol oynar. Bu araştırma kinetik tipografide potansiyel görsel gürültü ve bilişsel yük sorunlarını da gözler önüne serer. Kinetik tipografi izleyicinin dikkatini yönlendirmede başarılı olsa da görsel gürültü bilişsel yükü zorlayabilir ve duygusal bağ kurmayı zorlaştırabilir.

Bu araştırmanın farklı sınırlılıkları da mevcuttur. Test ortamı kontrol edilmemiştir. Katılımcılar kendi belirledikleri ortamda videoyu izlediği için dış etkenler sonuçları etkilemiş olabilir. Kontrollü bir ortamda benzer bir deney yapılması farklı sonuçlar doğurabilir. Dahası gelecek araştırmalarda farklı görsel tasarım kararlarının duygusal etkileri tartışılabilir.

SONUÇ

Bu araştırmada alanyazındaki çalışmaların aksine duygusal tepki izleyici testi üzerinden deney yaparak incelenmiştir. Böylece uygulanan grafik tasarım kararlarının doğrudan izleyici üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Yapılan izleyici

testi ve anket kinetik tipografinin tarihi öneme sahip sözlerin etkisini artırmada önemli bir araç olduğunu göstermiştir. Anket sonuçları gerçekleştirilen kinetik tipografi çalışması üzerine önemli bulgular ortaya çıkarmıştır. Bu sayede kinetik tipografinin statik yazıya kıyasla günümüz izleyicisine daha güçlü duygular aktarabileceği üzerine işaretler elde edilmiştir. Anketten elde edilen veriler kinetik tipografinin mesajın anlaşılmasını kolaylaştırabileceğini, belirli duyguları etkili bir şekilde ifade edebileceğini ve izleyiciler üzerinde kayda değer bir etki bırakabileceğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte bazı tasarım kararlarının duygusal aktarımda sorunlara yol açabileceği de gözlemlenmiştir. Görsel gürültü ve bilişsel yükün artması gibi durumların, izleyicilerin mesajı algılamasını zorlaştırabileceği ve duygusal bağ kurmalarını engelleyebileceği belirlenmiştir.

Bu çalışmanın bulguları kinetik tipografinin yalnızca tarihi sözlerin aktarımında değil, eğitim, reklamcılık ve kültürel mirasın korunması gibi alanlarda da etkili bir araç olabileceğini göstermektedir. Özellikle dijital çağda genç izleyicilere hitap eden dinamik ve duygusal içeriklerin oluşturulmasında kinetik tipografinin önemi giderek artmaktadır. Ayrıca Atatürk'ün sözlerinin kinetik tipografi ile sunulması yalnızca duygusal bir etki yaratmakla kalmaz, aynı zamanda milli bilinci ve kültürel kimliği güçlendirmeye de katkıda bulunur. Bu tür çalışmalar tarihi figürlerin mirasını günümüz izleyicisine daha etkili bir şekilde aktarabilir ve kültürel sürekliliği destekleyebilir. Gelecekteki araştırmalarda farklı görsel tasarım kararlarının duygusal etkisi üzerine odaklanılması önerilebilir. Bu araştırmalar hedef kitle ve kinetik tipografi çalışmalarındaki farklılıklarla çeşitlenebilir.

KAYNAKÇA

- Bahar, E. B. (2019). Kinetik tipografinin duygu aktarımındaki rolü. 3. Uluslararası Sanat Sempozyumu "Heryer, Herşey ve Sonrası". (s. 51-57). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Duffer, M. ve Duffer, R. (2016). *Stranger Things* [Film]. Netflix.
- Forlizzi, J., Lee, J., & Hudson, S. (2003). The kinedit system: affective messages using dynamic texts. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 377–384. Presented at the Ft. Lauderdale, Florida, USA. doi:10.1145/642611.642677
- Hadi, I., Fami, A., & Delano, B. (06 2023). Implementation of Sound Effects and Voice Over Techniques in Creating Motion Graphic "Budidaya Ayam Kampung Unggul Balitbangtan". *Jurnal Pendidikan Multimedia (Edsence)*, 5, 51–60. doi:10.17509/edsence.v5i1.52731
- Hodent, C. (2017). *The gamer's brain: How neuroscience and UX can impact video game design*. CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781315154725>
- Hitchcock, A. (1960). *Psycho* [Film]. Universal Pictures, Paramount Pictures.
- Kurtçu, F. (2016). Üç Boyutlu (3B) Kinetik Tipografi ve Bir Uygulama. (Tez No. 435154) [Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- van Leeuwen, T., & Djonov, E. (2015). Notes towards a semiotics of kinetic typography. *Social Semiotics*, 25(2), 244–253. <https://doi.org/10.1080/10350330.2015.1010324>
- Luthfiasari, A., & Fadillah, C. (2023). Comparative analysis of kinetic typography elements in movie title sequence. *Serat Rupa: Journal of Design*, 7(1), 43–60. <https://doi.org/10.28932/srjd.v7i1.5636>
- McDonagh, D., Hekkert, P., van Erp, J., ve Gyi, D. (Eds.). (2003). *Design and emotion: The experience of everyday things*. Taylor & Francis.
- Morgan P. (2016). *The Crown* [TV series]. Left Bank Pictures, Sony Pictures Television.
- Norman D. (2005). *The Emotional Design*. Basic Books. <https://doi.org/10.1145/985600.966013>
- Plass, J. L., Heidig, S., Hayward, E. O., Homer, B. D., & Um, E. (2014). Emotional design in multimedia learning: Effects of shape and color on affect and learning. *Learning and Instruction*, 29, 128–140. doi:10.1016/j.learninstruc.2013.02.006

Pochun, T., Brennan, L., & Parker, L. (2018). Advertising effects? An elemental experiment. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 26(4), 338–349. doi:10.1016/j.ausmj.2018.09.002

Tyng, C. M., Amin, H. U., Saad, M. N. M., & Malik, A. S. (2017). The Influences of Emotion on Learning and Memory. *Frontiers in Psychology*, 8–2017. doi:10.3389/fpsyg.2017.01454

İNTERNET KAYNAKLARI

Çeviri Konuşmalar. (2020, Ekim 29). Mustafa Kemal Atatürk, 1936 yılı TBMM açılış konuşmasında Cumhuriyet'i anlatıyor [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2N6lrPy2zXQ>

TRT Arşiv. (2016, Ekim 28). Onuncu Yıl Nutku [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=goL8l6U8KHk>

GÖRSEL KAYNAKLAR

Görsel 1. Hitchcock, A. (1960). *Psycho* [Film]. Universal Pictures, Paramount Pictures.

Görsel 2. *Stranger Things*. (2016). *Stranger Things | Title Sequence [HD]* | Netflix. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=-RcPZdihrp4>