

T.C.

AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GRAFİK ANA SANAT DALI  
GRAFİK TASARIM PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇOCUKLAR İÇİN MEDYA DÜNYASINDA  
YAYINLANABİLECEK BİR KARAKTER OLUŞTURURKEN  
DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN BİÇİM VE İÇERİK  
ÖZELLİKLERİ VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ

HAMDİ ARSLAN

TEZ DANIŞMANI  
YRD. DOÇ. DR AHMET SÜREYYA KOÇTÜRK

İSTANBUL

2013

## KABUL VE ONAY

Öğrencinin Adı Soyadı tarafından hazırlanan “Çocuklar için medya dünyasında yayınlanabilecek bir karakter oluştururken dikkat edilmesi gereken biçim ve içerik özellikleri ve bir uygulama örneği” başlıklı bu çalışma, Savunma sınavı tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Tezin Türü olarak kabul edilmiştir.

Başkan:

(Danışman)

Üye:

Üye:

Üye:

Üye:

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge ve şekillerin kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri kanunundaki hükümlere tabidir.

## **YEMİN METNİ**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Çocuklar için medya dünyasında yayınlanabilecek bir karakter oluştururken dikkat edilmesi gereken biçim ve içerik özellikleri ve bir uygulama örneği” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Hamdi ARSLAN

## **ONAY**

Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

Hamdi ARSLAN

## ÖZET

# ÇOCUKLAR İÇİN MEDYA DÜNYASINDA YAYINLANABİLECEK BİR KARAKTER OLUŞTURURKEN DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN BİÇİM VE İÇERİK ÖZELLİKLERİ VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ

**Hamdi Arslan**

**Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı**

**Danışman: Yrd. Doç Dr. Ahmet Süreyya KOÇTÜRK**

**Eylül, 2013-69 sayfa**

Çocuklara yönelik çizgi karakterlerin oluşturduğu lisans piyasası, dünya ve Türkiye’de hızla büyümeye devam ediyor. Ülkemizde de çok yakın gelecekte piyasaya çıkması beklenen onlarca karakter tasarımı yapılıyor. Bu çalışmada karakter tasarımlarının sağlıklı bir biçimde piyasa sunulurken dikkat edilmesi gereken biçim özelliklere dikkat edilmeye çalışılmıştır. Sağlıklı bir style guide oluşturmanın şartları dikkate sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Karakter, sytle guide, lisans, çocuk, tasarım

## **ABSTRACT**

**IT IS AN APPLICATION SAMPLE AND IT NEEDS SIGNIFICANT FEATURES OF CONTENT AND STYLE WHILE YOU CREATE A CHARACTER TO BE ABLE TO PUBLISH ON THE MEDIA**

**Hamdi Arslan**

**Master's Thesis, Major of Graphic Design**

**Consultant: Prof. Yrd. Doç Dr. Ahmet Süreyya KOÇTÜRK**

**September, 2013 - 69 pages**

The license market what is created by cartoon characters for children, is stil growing on world and Turkey. Dosens of character desings is producing which is expecting to appare on markets in soon future. On this work has been tired to pay attention on character desing features which needs attention by presenting healthfully to market. Conditions of producing the healthfully style guide has been presented on this work.

**Keywords:** Character, style guidei license, kid, design

## ÖNSÖZ

Çocuklara yönelik yapılan her iş, sarf edilen dikkat ve özeni kat be kat artırarak yapılmalıdır. Geleceğimiz olan çocukların ter temiz beyinleri boş ve bembeyaz kağıt gibidir. O kâğıda yansıtılacak her görüntü, onların geleceğini, dolayısı ile bizim geleceğimiz şekillendirir.

Dünyanın çeşitli ülkelerinin kültürleri, her gün televizyonda yayınlanan çizgi filmlerle çocuklarımız aktarılmaktadır. Günün büyük vaktini ekran karşısında geçiren 0-6 yaş grubu çocuklar, türlü renk ve ışık oyunları içerisinde çok seçenekli çizgi filmler, ve hayali kahramanlarla karşı karşıyalar.

Ülkemizde şimdiye kadar bu alanda çok az ve genelde de başarısız sonuçlar alan çalışmalar yapılmıştır. Son birkaç yılda çocuklar için karakter çalışması yapan firma ve şahıslar dünyadaki rakiplerinin hızlarına yaklaşmak için çok çalışmaktadırlar. Yakın gelecekte ülkemize ait onlarca karakter piyasaya çıkacak. Bu çalışma ile karakter çalışmalarını yapanlara lisans ve styleguide oluşturma konusunda ışık tutmayı hedefledim.

Bu çalışmamda yardımlarını esirgemeyerek bana yol gösteren danışmanım Yrd. Doç. Dr. Ahmet Süreyya KOÇTÜRK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Kaynak araştırma konusunda yardımlarını esirgemeyen ve lisans konusunda her soruma cevap veren sn. Hamdullah YALVAK'a, karakterlerinin bu tezde kullanma iznini veren Zinkia Ulusları Lisans Müdürü sn. Maria DOOLAN'a teşekkür ederim.

Ayrıca çalışma süresince bana desteklerini esirgemeyen ve hep yanımda olan aileme en içten dileklerle teşekkürlerimi sunuyorum.

## İÇİNDEKİLER

|   |    |
|---|----|
| ÖZET .....  | I  |
| ABSTRACT .....  | II |
| ÖNSÖZ .....   | IV |
| RESİM LİSTESİ .....   | 9  |
| GİRİŞ .....   | 12 |
| 1.ÇİZGİ FİLM VE İLETİŞİM .....                                  | 13 |
| 1.1. Çizgi Film .....   | 14 |
| 1.1.1. Çizgi Filmin Tarihi.....                                 | 17 |
| 1.1.2. İki Boyutlu Çizgi Film .....                             | 21 |
| 1.1.3. Üç Boyutlu Çizgi Film.....                               | 21 |
| 1.1.4. Çocuklara Yönelik Çizgi Filmlerin Ortak Özellikleri..... | 21 |
| 2. KARAKTER - LİSANS İLİŞKİSİ.....                              | 26 |
| 2.1. Karakter.....  | 26 |
| 2.2. LİSANS.....  | 27 |
| 2.2.1. Dünyada Lisans.....                                      | 28 |
| 2.2.2. Türkiye’de lisans.....                                   | 29 |
| 3. KARAKTER HAZIRMADA BİÇİM.....                                | 30 |
| 3.1. Oran 31  |    |
| 3.2. Mekân.....   | 31 |
| 3.3. Renk 31  |    |
| 3.4. Yazı Tipi .....  | 32 |
| 3.5. Teknik .....   | 32 |
| 3.6. Senaryo.....   | 32 |
| 4. GÖRSEL KLAUZ VE UYGULAMA ÖRNEĞİ .....                        | 35 |
| 4.1. POCOYO .....   | 36 |



|   |    |
|---|----|
| 4.1.1. Karakterler .....                              | 36 |
| 4.1.2. Pocoyo'nun kurumsal kimliği .....              | 37 |
| 4.1.3. Tipografi.....                                 | 40 |
| 4.1.4. Renkler .....                                  | 40 |
| 4.1.5. Karakter kimlikleri .....                      | 41 |
| 4.1.6. ÖLÇÜ CETVELİ .....                             | 54 |
| 4.1.7. Karakterlerin birbiri ile olan görselleri..... | 54 |
| 4.1.8. Grup görselleri .....                          | 55 |
| 4.1.9. Tema görselleri .....                          | 56 |
| 4.1.10. Dokular.....                                  | 57 |
| 4.1.11. İki Boyutlu karakter görselleri .....         | 58 |
| 4.1.12. İkonlar .....                                 | 62 |
| 4.1.13. Paketleme Standartları .....                  | 63 |
| 4.1.14. Etiketler .....                               | 65 |
| 4.1.15. Yasal yazılar.....                            | 66 |
| 4.1.16. Tasarım ve Ürün onay süreci .....             | 66 |
| SONUÇ .....   | 67 |
| Çalışmanın kapsamı ve yöntemi .....                   | 67 |
| Çalışmanın İçeriği .....                              | 68 |
| Kısıtlamalar .....                                    | 68 |

## RESİM LİSTESİ

|   |    |
|---|----|
| <b>Resim 1</b> Zoetrope .....   | 18 |
| <b>Resim 2:</b> Edvvin G. Lutz'un flaş skeçler hakkındaki çizimi .....    | 19 |
| <b>Resim 3:</b> Pocoyo 3 Boyutlu Logo .....                               | 36 |
| <b>Resim 4:</b> Pocoyo ve yan karakterler .....                           | 37 |
| <b>Resim 5:</b> Pocoyo logo ve kullanım şekli .....                       | 38 |
| <b>Resim 6:</b> Pocoyo logo renk kodları .....                            | 38 |
| <b>Resim 7:</b> Pocoyo logo tek renk kullanım şekli ve renk kodları ..... | 39 |
| <b>Resim 8:</b> Pocoyo logo yanlış kullanım şekil örnekleri .....         | 39 |
| <b>Resim:9</b> Ana renkler ve ikincil renkler .....                       | 40 |
| <b>Resim 10:</b> Pocoyo .....   | 41 |
| <b>Resim 11:</b> Pocoyo 360° görselleri .....                             | 42 |
| <b>Resim 12:</b> Pocoyo Davranış görselleri .....                         | 43 |
| <b>Resim 13:</b> Pato .....   | 43 |
| <b>Resim 14:</b> Pato 360° görselleri .....                               | 44 |
| <b>Resim 15</b> Pato Davranış görselleri .....                            | 44 |
| <b>Resim 16:</b> Elly .....   | 45 |
| <b>Resim 17</b> Elly 360° görselleri .....                                | 45 |
| <b>Resim 18</b> Elly davranış görselleri .....                            | 46 |
| <b>Resim 19</b> Loula .....   | 46 |
| <b>Resim 20</b> Loula 360° görselleri .....                               | 47 |
| <b>Resim 21</b> Loula davranış görselleri .....                           | 47 |
| <b>Resim 22</b> Fred .....  | 48 |
| <b>Resim 23</b> Fred 360° görselleri .....                                | 48 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Resim 24</b> Fred davranış görselleri .....        | 49 |
| <b>Resim 25</b> Uykucu Kuş .....                      | 49 |
| <b>Resim 26</b> Uykucu Kuş 360° görselleri .....      | 50 |
| <b>Resim 27</b> Uykucu Kuş davranış görselleri .....  | 50 |
| <b>Resim 28</b> Yavru Kuş .....                       | 51 |
| <b>Resim 29</b> Yavru Kuş 360° görselleri .....       | 51 |
| <b>Resim 30</b> Yavru Kuş davranış görselleri .....   | 52 |
| <b>Resim 31</b> Caterpillar .....                     | 52 |
| <b>Resim 32</b> Caterpillar 360° görselleri .....     | 53 |
| <b>Resim 33</b> Caterpillar davranış görselleri ..... | 53 |
| <b>Resim 34</b> Ölçü cetveli .....                    | 54 |
| <b>Resim 35</b> Karakterlerin toplu resimleri .....   | 55 |
| <b>Resim 36</b> Grup görselleri .....                 | 55 |
| <b>Resim 37</b> Tema görselleri .....                 | 56 |
| <b>Resim 38</b> Doku 1 .....                          | 57 |
| <b>Resim 39</b> Doku 2 .....                          | 57 |
| <b>Resim 40</b> 2 Boyutlu görsel örneği 1 .....       | 58 |
| <b>Resim 41</b> 2 Boyutlu görsel örneği 2 .....       | 58 |
| <b>Resim 42</b> 2 Boyutlu görsel örneği 3 .....       | 59 |
| <b>Resim 43</b> 2 Boyutlu görsel örneği 4 .....       | 59 |
| <b>Resim 44</b> 2 Boyutlu görsel örneği 5 .....       | 60 |
| <b>Resim 45</b> 2 Boyutlu görsel örneği 6 .....       | 60 |
| <b>Resim 46</b> 2 Boyutlu görsel örneği 7 .....       | 61 |
| <b>Resim 47</b> 2 Boyutlu görsel örneği 8 .....       | 61 |
| <b>Resim 48</b> İkonlar .....                         | 62 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Resim 49</b> Açık paketlenme örneği .....               | 63 |
| <b>Resim 50</b> Pencereleli paketlenme örneği .....        | 63 |
| <b>Resim 51</b> Kapalı kutu arkası paketlenme örneği ..... | 64 |
| <b>Resim 52</b> Etiket örneği .....                        | 64 |

## **GİRİŞ**

60'lı yıllarda “Herkes bir gün 15 dakikalığına ünlü olacak.” sözü Andy Warhol tarafından söylendiğinde hayal gibi iken her şeyin hızla geliştiği ve o oranda tüketildiği günümüzde, iletişimin her alanda etkin olmasıyla kültürler arası alışveriş çılgın boyutlara uzandı.

Çocuklar için üretilen sayısız ürün ve sayısız çizgi film kahramanı, onları ve ailelerini büyük bir müşteri kitlesi yapıyor. Giderek çocukların da direk olarak alışveriş yapacak duruma gelmesi, seçtikleri ürünler hakkında tercihlerini ve isteklerini ailelerine rahatça ifade etmeleri, onları da pazarlamacıların muhatabı haline getiriyor. Şirketler de bu pazara ulaşmak ve ellerinde tutmak adına çok yüksek bedel ödemeye hazırlar.

Bu pazarın en önemli parçalarından biri de çizgi film kahramanları ve onların sunduğu hayal dünyası. Televizyon, internet ya da basılı medyada hayranı olduğu kahramanın hiçbir macerasını kaçırmak istemeyen çocuklar, doğru ya da yanlış ayrımı yapmaksızın sunulanı tüketiyorlar.

Bu çalışmanın amacı ise, sunulacak çizgi film karakterlerine ait tasarım çalışmaları yapılırken, sanatı da işin içine sokmaktır. Dünyada bu iş kendi uzmanlarını yetiştirmişken, ülkemizde karakter tasarımcılığı ya da karakterler için sanat yönetmenliği işin daha başındadır. Bu çalışma ile önümüzdeki yıllarda bu konuda çalışacak sanatçılara ışık olması dileğiyle yapılmıştır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **1.ÇİZGİ FİLM VE İLETİŞİM**

“İletişim, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitleleri arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir. Bütün iletişim biçimleri doğumdan ölüme kadar hayatın önemli parçalarını oluştururlar. İşyerinde ya da boş zaman etkinliklerinde iletişimin değişik türlerinden yararlanılır. Bir insanın uyku dışındaki zamanını nasıl geçirdiği analiz edildiğinde iki tür faaliyet içinde olduğu görülür: Ya iletişim kuran kişi rolündedir, ya da kendisiyle iletişim kurulmaktadır. İletişim, bir insanı yakın ve uzak çevresine bağlayan halkadır. İletişim bir faaliyettir. Sadece konuşmanın değil, konuşma ve işitme eylemlerinin bir arada bulunduğu yerde iletişimden söz edilebilir. Benzer bir biçimde; bir fotoğrafın iletişim süreci içinde ele alınabilmesi için, fotoğraf çekme ile fotoğraf izleme eylemlerinin birlikte var olması gerekir. (Becer, 2011:11)”

## 1.1. Çizgi Film

Resmin hareketlendirilmesi ile oluşan, elle veya bilgisayarla oluşturulmuş resimlerin arka arkaya gösterilmesi ile hareketli hissi veren sanat dalıdır.

Çizgi film, teknikle sanatın iç içe olduğu bir canlandırma sineması tekniğidir. Grafik sanatların, sinemanın, müziğin, edebiyatın, balenin, elektronik devrimin ortak ürünüdür. (GÜVENÇ, B. 1994:103).

“Animasyon “tek tek resimleri ya da devinimsiz nesnelere gösterim sırasında devinim duygusu verebilecek biçimde düzenlemek ve filme aktarma işidir. (ÖZÖN, 1981:426)”

“Animasyon gerçekliğin sunumunu yapan fotoğraflar dizgesi değildir, çizgilerin fotoğraflanması ile oluşmuş bir dizgedir. (Seldes, 1979: 602)”

“Animasyon, birçok resim ve grafiğin belirli bir senaryo içerisinde hareketlendirilmesidir. Canlandırma işlemi bir kaç değişik yol ile gerçekleştirilebilir. En çok kullanılan canlandırma yöntemi senaryolar arasında geçişler sağlanarak gerçekleştirilen hareketlendirmedir. Animasyonu “Hareketlendirme sanatı” olarak sanat dalları arasında kabul edebiliriz. (Ralph Stephenson, Animated Film. Tantivy Press, 1973)”

Fotoğraf ve sinema sanatının gelişmesi ve sanat dalları olarak kabul edilmesi, canlandırmayı da sanat olarak kabul etmemizi gerektirir. Sinema ve fotoğraf alanındaki gelişmeler, aynı anda canlandırma alanında da paralel olarak sürmektedir.

Birbirinin devamı olan ya da hareket halindeki bir görüntüden alınan bir saniye içerisinde 24 adet resmin arka arkaya gösterilmesi, gözümüzün retina tabakasında hareket izlenimi sağlar. Bu resim olabileceği gibi, fotoğraf, çizim veya plastik sanatlarla üretilmiş her hangi bir görüntü grubu olabilir. Bu şekilde canlandırma sanatının türleri de elde edilir. Film kamerası kullanılarak gerçek nesnelere, mekânların ya da kişilerin filme kaydedilmesine Live action (canlı hareket) denir. “Live action görsel anlatı sunmak için kullanılan ortamlardan bir tanesinin adıdır. Hareketli görüntünün algılanabilmesi, görüntünün devamlılığı ilkesine (persistence of vision) dayanır. Yani, bir saniyelik hareket ideal olarak 24 kare ile kaydedilir. Bu karelerin art arda gösterilmesi ile hareketli görüntü algılanabilir. Sinemanın anlatısında hareketin görülür

olmasını sağlayan çerçevesler (frame) dizisi çeşitli yöntemlerle oluşturulur. Yöntemlerin çeşitliliği de farklı ortamların varlığını sağlar. "Live action" sinemada kareler gerçek nesnelere film giriş yüzeyine doğrudan izdüşümü ile elde edilir. Bu iz düşüm, film kamerası ya da dijital kamera aracılığı ile elde edilebilir. Animasyon da "live action"dan farklı bir ortamdır. Dolayısıyla, bir filmin "live action" olduğunu söylemek, filmin anlatısında kullanılan görsel ortamın ne olduğunu söylemektir. Ne var ki, film denilince akla genellikle "live action" ortamda yapılmış filmler gelir. Oysa "film" sözüyle kastedilen "live action" film olabileceği gibi animasyon da olabilir. Aslında bu yanlış kullanım çok önemli bir noktaya işaret eder. "Live action" ve animasyon ortamları arasında bariz bir hiyerarşi vardır. Bu hiyerarşik yapı içinde "live action" asıl, animasyon ise öteki olarak kabul görür. Bu çalışmanın analiz ettiği konulardan biri de "live action" animasyon arasındaki bu çarpık hiyerarşinin nasıl yerleşmiş olduğudur. Animasyon ortamından söz etmek için "çizgi film" ve "canlandırma sineması" terimlerinin neden tercih edilmediğini ise şöyle açıklayabiliriz. "Çizgi film" animasyon sinemasının sadece sınırlı bir kısmını kapsayabilen bir sözcük. Temeli çizgiye dayanan iki boyutlu animasyonu kastediyor. Terimin seslendiği kitle ise çocuklar. "Live action" ile animasyon arasında var olan hiyerarşinin diğer bir kolu da "çizgi film" sözcüğünde karşılığını buluyor. Animasyon sinemasının çocuklara, "live action" sinemanınsa yetişkinlere yönelik olduğuna dair yerleşik bir kanı var. Oysa bu çalışma, günümüzde animasyon sinemasının seyirci kitlesinin, çocuklardan yetişkinlere kaymış olduğunu öne sürüyor. Animasyon sinemasından "çizgi film" diye bahsetmek, öne sürülen bu iddia ile çelişeceği için tercih edilmedi. "Canlandırma sineması" tanımı ise, animasyon sinemasına karşılık olarak kullanıldığı gibi, bir kullanım biçimi daha var: Belgesel, haber ya da televizyon şovlarında sözle izahatı zor olan karmaşık suç girişimi ya da eylemlerinin, oyunculuğa fazla önem verilmeden çekilmesi durumunda da "canlandırma" sözü kullanılıyor. (Samancı, 2004:xi)”

“Animasyon ortamına dair en kaba ayırım boyutluluk kavramı üzerinden yapılabilir. İki boyutlu animasyonda, kâğıt gibi iki boyutlu bir yüzeye yapılan çizimler, kamera aracılığıyla kaydedilir veya dijital ya da manuel bir yöntemle arka arkaya dizilir. Daha önce de belirtildiği gibi iki boyutlu animasyonda görüntülerin oluşturulması için kameranın varlığı şart değildir. Kamera sadece ikincil düzeyde karelerin arka arkaya



dizilmesi için işlev görür. Böylece iki boyutlu animasyonla "live action" ortam arasında net bir ayırmadan söz etmek mümkün olur. Üç boyutlu animasyonda ise durum biraz daha karmaşıktır. Üç boyutlu animasyonda kamera önüne yerleştirilen eşya, kil, kukla gibi nesnelere küçük aralıklarla hareket ettirilmesi ve bu ufak farklılıkların tek tek fotoğraflanarak arka arkaya dizilmesi söz konusudur. Bu işleyiş biçimi ile üç boyutlu animasyon, bir anlamda "live action" ortama yakın durur. Ve iki ortam arasında karşılaştırmalı bir düzlem kurmak pek de kolay değildir. Dijital ortamda modellenen üç boyutlu animasyonları hariç tutarak şunu söyleyebiliriz: Üç boyutlu animasyonda, tıpkı "live action" sinemadaki gibi kamera önündeki gerçekliğin hareketini algılanabilir kılmak için kamera kullanılır. Ancak animasyon ortamında, "live action" ortamın aksine, kamera önündeki olayların gelişimi serbest bırakılmaz. Her kareyi durdurarak yapılan animasyonda (stop motion) kamera önündeki nesnelere sınırsızca müdahale edilebilir. (Samancı, 2004:xii, xiii)”

Teknolojinin hızla gelişmesi artık bilgisayar başında ekibe ihtiyaç duymaksızın tek kişinin çizgi film hazırlama imkânına kavuşmasına sebep oldu. Çizgi filmler yıllarca illüstrasyon ve resim teknikleri kullanılarak hazırlandı ve bu çalışmalarını filme aktaran başka ekipler tarafından çizgi film haline dönüştürüldü. Artık çizerler direk ekran üzerinde çizimlerini gerçekleştirerek programlar yardımı ile kolayca çizgi film haline getirebiliyor. Bu gelişmeler ışığında animasyonu da 3 gruba ayırabiliriz:

1. Çizgi animasyon
2. Bilgisayar destekli 3 boyutlu animasyon
3. Stop-motion animasyon

Stop motion durağan 3 boyutlu objeleri hareket edermiş gibi gösteren bir animasyon türüdür. Kuklalar veya oyun hamuru ile yapılmış modeller kullanılır. Stop Motion tekniği; kamerayı objeye karşı ayarlayıp tek kare çekip sonra objeyi biraz hareket ettirip yeni bir kare çekmek ve bunu tekrarlayarak animasyonu tamamlamaktır. Çekilen tek kare resimleri ardı ardına dizip (her saniye için 15-24 kare) oynatılması ile hareket elde edilir. Sahneler montajlanarak film tamamlanır. Bu işlemlerin çoğu çizgi film tekniği ile aynıdır. ([http://tr.wikipedia.org/wiki/Stop\\_motion](http://tr.wikipedia.org/wiki/Stop_motion))

### 1.1.1. Çizgi Filmin Tarihi

Sinema tarihi ile çizgi film tarihi aynı paralellikte gelişir. Teknoloji her alanı etkilediği gibi, sinema ve canlandırma alanını da etkilemiştir. Son yıllarda canlandırma sanatı büyük oranda teknolojik desteğe bağımlı hale gelmiştir.

Bilinen ilk animasyon film makinesi ve bir silindirin içine çizilmiş sıralı resimlerin, silindir döndürülerek hareket elde edilmesi ile oluşan “zoetrope”dur.

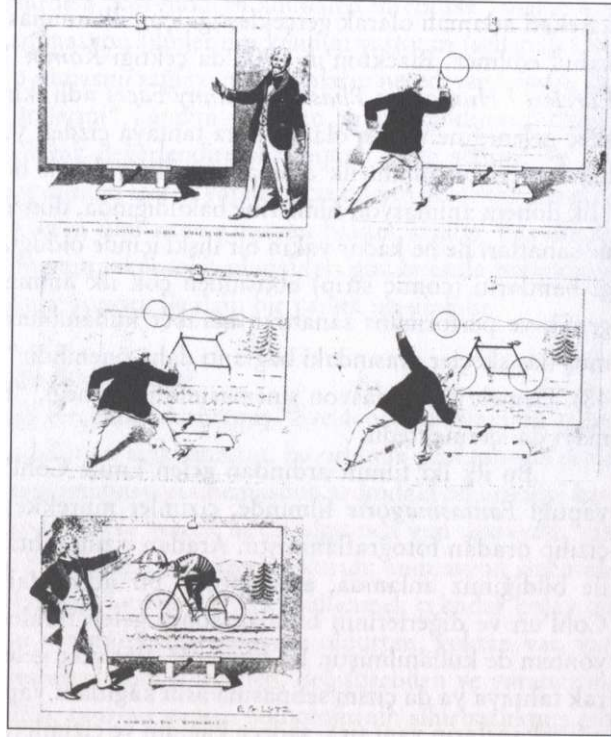


**Resim 1** Zoetrope

**Kaynak:** <http://itsallaboutrhythm.files.wordpress.com/2011/09/zoetrope.jpg>

“Animasyon sineması var olmadan önce, bir salon eğlencesi olarak kullanılan flaş skeçler (lightening sketch) çizgilerin hareket etmesi illüzyonu ile bir hikâye anlatılabileceği fikrini getirmişti. Temel kontur çizgileri ile hızlıca bir çizim yapılması sırasında, çizgiler eklendikçe Resimlerin anlamlarının değişmesi, imgelerin başka imgelere dönüşmesi ve böylece çizim tamamlandığında içinde dramatik bir yapı barındıran bir hikâyeye ulaşılmasıdır. Flaş skeçlerin 1897 yılında nasıl yapıldığına dair bilgiyi Edwin G. Lutz'un bıraktığı bir kayıttan çözümleyebiliriz. Çizer, boş bir çizim tahtasının önünde durur ve illüstrasyonlarla bir monolog sunar. Burada, önce bir deniz manzarası çizer. Sonra eklediği detaylar çizimi bir kış gün batımına dönüştürür, daha

sonra bisiklete dönüştürür ve son olarak da bisikletçi ortaya çıkar. Gösteri tadını, bir-iki çizginin getirdiği değişiklikten ve çizimin hızından alır. (Samancı, 2004:4-5)”



**Resim 2:** Edwin G. Lutz'un flaş skeçler hakkındaki çizimi.

**Kaynak:** (Samancı, 2004:5)

“Bu ilk iki filmin ardından gelen Emile Cohl'un 1908 yılında yaptığı Fantasmagorie filminde, çizimler mürekkeple kâğıt üzerine çizilip oradan fotoğraflanmıştır. Aradan çizim tahtasının çıkarılması ile bildiğimiz anlamda, animasyona bir adım daha yaklaşmıştır. (Samancı, 2004:6)”

Winsor McCay, Emilie Cohl, Max Flesischer ilk çizgi film çalışmalarını yapan kişilerdir. Mağara döneminde duvarlara çizilen olay fotoğrafları ile başladığını kabul edebileceğimiz canlandırma sanatının en önemli dönüm noktası, Walt Disney (1901-1966) isimli çizerin çok korkmasına rağmen kaldığı çatı katında karşısına çıkan fareyi izlemeye başlaması ve ona çizgilerle hayat vermesidir.

Disney kardeşler ile birlikte ilk zaman canlandırma konusunda Emile Cohl, Winsor McCay ve Vladislav Starevitch, Lotte Reiniger, Fleischer kardeşler, Tex Avery, Hanna And Barbera, çalışmalar yapmıştır. Bu alanda ticari olarak başarıyı, canlandırmalarında konu, senaryo ve seri olarak çalışan Walt Disney sağlamıştır. 1940 yılına gelindiğinde çizgi film endüstrisinde Disney rakipsiz olarak piyasa hâkimi konumundadır.

Canlandırma sanatı büyük maddi imkânlar istediğinden, piyasa talepleri bu konuda yol gösterici olmuştur. Zamanla canlandırma sanatçıları kazanılan maddi kaynaklarla daha geniş ekip ve daha çok teknik ve teknolojik imkânlarla sanatın gelişmesine katkıda bulunmuşlardır.

Belirli bir süre içinde canlandırma karakterlerin öyküleri, senaryoları, yan karakterleri oluşturulmuş, bu Resimde seyirci beklenti içerisine sokulmuştur. Sinemanın sesli ve renkli dünyaya geçişi ile canlandırmalar da ses ve renge kavuşmuştur. Bu da daha dikkatli çalışmaları beraberinde getirmiş, seyircinin olayın içinde olması daha özenli işlerin hazırlanmasını zorunlu kılmıştır.

Teknolojinin yanı sıra bilgi paylaşımının hızla artması da çizgi film endüstrisinin gelişmesi katkıda bulunmuştur. Çizimlerin gerçek dünyadaki hareketlere benzer hareketlere kavuşması, anatomi bilgisinin çizgiler üzerinde etki bırakacak şekilde deforme edilmesi de çizgi film sektörünün normal filmler ile baş başa koşmasını sağlamıştır.

Tüm sinema şirketlerinin kendi içlerinde çizgi film birimleri kurması, hem çizgi film sektörünü büyütmüş, hem de çizim sanatı ile uğraşan binlerce insan için iş kapısı olmuştur. Çizgi filmler artık sadece çocuklara yönelik olmaktan çıkmış, büyüklerinde ilgi ile takip ettiği alan olmuştur.

Japon çizer Hyao Miyasaki uzak doğunun otantik hikâyelerini her biri tablo niteliğinde çizgi filmlere aktarması, tüm dünyanın ilgisini çekmiştir. Bir süre çeşitli şirketlerde çalıştıktan sonra 1986 yılında Ghibli Stüdyoyu yönetmen arkadaşı Ikoa Takahata ile kurdu. 2001 Yılında Sen To Chihiro Kamikakushi filmi ile animasyon dalında Oscar aldı.

CGI'nin (Computer Generated Images-Bilgisayarla Üretilmiş Resim) gelişmesi ile bu alan daha çok yatırımcı girmiş ve Disney ile rakip olabilecek birçok şirket kurulmuştur. En başarılılarından biri de Pixar'dır. Apple firmasının kurucusu ve Ceo'su olan Steve Jobs'un firması olan Pixar CGI çizgi film alanında ilk sinema filmi olan Toy Story (Oyuncak Hikâyesi) filmi ile büyük başarı yakalayınca onu takip eden birçok şirket de sinema için çizgi film üretmeye başlamıştır.

Günümüzde binlerce şirket ya da kişi, çizgi film kahramanı oluşturabilmek için çalışmakta ve uluslararası fuarlarda sergileyerek yatırımcı aramaktadır.

“Dünya sineması çizgi filmle 1906'lardan başlayarak tanışırken, Türk Sinemasında bu tür bir deney ancak 1951 yılında gerçekleştirilmeye çalışılmış, bunda başarısız olunmuştur. Türk Sinemasında ilk cartoon film yani canlı resim denemesi, 1951 yılında yapımcı Turgut Demirağ'ın girişimiyle gerçekleştirilmiştir. "Evvel Zaman İçinde" adlı bu uzun metrajlı çizgi filmin resimleri karikatürcü desinatör Yüksel yönetiminde 20 kişilik bir ressam ekibi tarafından çizilmiştir. Özgüç, bu durumu şöyle dile getirmektedir. "Bütün yabancı çizgi film kahramanlarının yanı sıra, kendi ülkemizden bir kahraman da izleyebilecektik. 23 yaşındaki Yüksel Ünsal'ın bu denemesinde bizim masal kahramanlarından Nasreddin Hoca'yı, Keloğlan'ı canlandırmıştı. Yazık ki tüm bu çabalar boşa gidecek, her 30 m. çekildikten sonra banyo yapılması için gönderilen parçalar tümüyle Amerika'daki bir laboratuvarında kaybolacaktı". Aslında ülkemizde çizgi filmin göz ardı edilmiş olması çok büyük bir kayıptır. Ülkemiz, çizerler açısından çok büyük bir kapasiteye sahiptir diyebiliriz. Büyük teknolojik donanımlar ve olağanüstü yatırımlar gerektiren sinema filmleri alanında belki başarı sağlanması güç olabilirdi, ancak, daha az teknolojik olanak ve daha çok sabır ve çizim tekniği gerektiren bu alanda epeyce başarılı olunabilirdi. Yerli çizgi filmlerin azlığı, çocukların bu film türüne tutkusu ile gündeme geldiğinde, çocukların yabancı çizgi filmlerin esiri olmaktan başka yapacak bir şeyleri kalmamaktadır. (PEMBECİOĞLU, 2006:157-158)”

### **1.1.2. İki Boyutlu Çizgi Film**

2 Boyutlu çizgi film genel anlamda çizim sanatını iyi icra eden sanatçıların çizgilerinden oluşan ve derinlik duygusu içermeyen çizgi filmlerdir. 90'lı yılların ortalarına kadar bütün çizgi filmler 2 boyutlu olma özelliği taşıyordu. Çizgi filmin asıl çizeri ana anahtar kareleri çizer ve ara kareler için çizerin çizim özelliklerini kolayca taklit edebilen ara çizimciler işi devralır ve saniyede 16 ila 20 kare arasında film oluşturacak şekilde resimler çizilir. Bu resimlerin arka arkaya film kareleri şekline getirilmesi ile 2 boyutlu çizgi film oluşturulur.

### **1.1.3. Üç Boyutlu Çizgi Film**

Bilgisayar programları yardımı ile oluşturulan modelleme yapılarak hazırlanan, derinlik duygusu içeren çizgi film türleridir. Çizim ya da resim yeteneği olmayan kişilerin de yapabileceği 3 boyutlu çizgi film hazırlamak için konu ile ilgili programları çok iyi kullanmak yeterlidir. Daha çok ekip ile hazırlanan çizgi filmler için uzmanlaşmış alanlarda kişilerle çalışmak işi daha da kolaylaştırır. Daha güzel görüntüler için bilgisayarda “aydınlatma uzmanı”, kişi, mekân veya alanların yüzeylerinin istenilen ayarda olması için “kaplama uzmanı”, daha etkili ses için “ses uzmanı”, programla hazırlanan animasyonun son hali için “render uzmanı” bu alanlardan bir kaçıdır.

### **1.1.4. Çocuklara Yönelik Çizgi Filmlerin Ortak Özellikleri**

Çocuklara yönelik hazırlanan her üründe olduğu gibi çizgi film karakteri hazırlanırken karakterin hikâyesi, eğiten ve eğlendiren bir senaryo, görsel bütünlük, uyumlu ve ilgi çekici renkler, tamamlayıcı yan karakterler ve devamlılık çok önemlidir.

Tüketim toplumu olmanın getirdiği şartlara göre hazırlık yapmak, sunulan karakter ile hedef kitlenin özdeşleşmesini saylayarak karakter adına üretilecek çizgi film harici ticari ürünlerin başarısı için de önem taşımaktadır. Ticari ürünlerin başarısı, yapılan yatırımların karşılığını bulması ve aynı karakterin geliştirilmesi ya da yeni karakterler üretilmesi için kaynak da oluşturur.

Ulusal özellikler taşıyan karakter yerine evrensel değerlere yer veren karakterler dünya çapında beğeni kazanabilir. Doğru konuları işlemek için pedagoglarla çalışmak, çocuk eğitimi konusunda uzmanlaşmış kişilerle anlatılacak hikâyeyi işlemek, hem çocukları eğlendirecek, hem de doğru değerlerle çocukların büyümesini sağlayacaktır.

1962 yılında toplanan 7. Milli Eğitim Şurası'nda çocuk yayınlarında bulunması gereken özellikler ele alınmış ve çocuk eserlerinin yapılırken dikkat edilmesi gerekenleri şu maddeler halinde sıralanmıştır:

Çocuk yayınları, çocukların okulöncesi ve okul çağı dönemleri dikkate alınarak hazırlanmalıdır.

Çocuk yayınları biçim bakımından aşağıdaki nitelikleri taşımalıdır:

“1. Kapak resimleri canlı ve çekici olmalı, kitabın içerisindeki konularla ilgili bulunmalıdır.

2. Sağlam ve iyi kaliteli bir kâğıda basılmalıdır.

3. Kitabın oylumu kalın olmamalıdır, çocuğu ürkütmemelidir.

4. Harfler gözü yormayacak karakterde olmalı, baskısına özen gösterilmelidir.

5. Dergi ve kitaplarda bol resim bulunmalı, bir sanat değeri taşımasına ve çocuk psikolojisine uygunluğuna dikkat edilmelidir.

6. Söz dizimi, imla ve noktalama bakımlarından kusursuz, olmalıdır.

7. Anlatımda ana dilini sevdirecek ve çocuğun zevkle okumasını sağlayacak bir yol tutulmalıdır.

Çocuk yayınları öz bakımından aşağıdaki nitelikleri taşımalıdır:

1. Aile, yurt, ulus, insanlık, tabiat ve hayat sevgisi telkin edilmeli,

2. Çocuklara güzel olan şeylere karşı sevgi ve ilgi uyandırmalı,

3. Nezaket, hakka saygı, yardımlaşma, kahramanlık, doğruluk, özveri gibi erdem olarak kabul ettiğimiz güzel huyları içine almalı ve işlemeli,

4. Devrimlerimizi ve sosyal hayatımızı sevdirmeye, geliştirmeye ve kökleştirmeyi hizmet etmeli,
5. Olumlu gelenek ve göreneklerimizi tanıtır sevdirmeli,
6. Çeşitli bilgileri, öğrencilerin ihtiyaçlarına karşılık verecek yolda onlara belli etmeden benimsetmeli,
7. Yazılar, çocuk psikolojisine ve çocuk dünyasına uygun olmalı, seviyeye göre değerlendirilmeli.
8. Zararlı yayınları ortadan kaldırmak için yalnız kanuni müeyyidelerle yetinmemeli, güzel ve örnek eserler vererek kötöleri ortadan kaldırılmalıdır.
9. Çocuk yayımı yapan özel sektörle işbirliği yoluna gidilmeli, çalışmaları verimli ve yararlı görünenler bakanlıkça desteklenmelidir. (basılan kitaplardan satın almak, kâğıt yardımı yapmak vb.) Böylece çocuk yayınlarının yayılma alanı genişleyerek özel sektörde ilgi uyanacak, dolayısıyla zararlı yayınlara yer kalmayacaktır.
10. Çocuk kitapları konusunda yalnız kitap ve dergi çıkarmakla yetinmemeli, radyo, temsil ve çeşitli yollarla propaganda işine de önem verilmelidir. Özellikle ailelerin, anne ve babaların aydınlatılması için sürekli bir propagandaya ihtiyaç vardır.
11. Çocuk yayınları, bir uzmanlık konusudur. Bu bakımdan, çocuk yayınları bilimsel verilere göre düzenlenmek ve yürütmek üzere yetkili uzmanları içine alan bir büro veya komite kurulmalıdır. Çocuk yayınları bu büro veya komite tarafından yönetilmelidir. (M.E.B. Şurası,1962) “

Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi Ayşe Çakır İLHAN 1994 yılındaki yayınladığı makalede bu listeyi şu şekilde ele alıyor:

“İçerik olarak resimler;

- 1- Çocuğun yaşadığı dünya, ülke ve yakın çevresi ile iletişim kurmasını sağlamalı, yaşantısını, kişisel yaratıcılığını ve yapıcı güçlerini olumlu yönde etkilemelidir.
- 2- Çocuğun girişimciliğini geliştirmeli, ona destek ve güven vermelidir.



3- Toplumun değer yargılarını doğru ve akılcı vermeli, çocuğun beğeni ve ilgisini bilerek, hayata uyumunu sağlamalıdır.

4- Çocuğa, insanı, doğayı yaşamayı sevdirmelidir. Resimlerdeki insanlar oldukları gibi (zayıf ve güçlü yönleriyle, çelişkileriyle vb.) gösterilmelidir.

5- Çocuk kitaplarında resimlenen kişi çocuğa iyi tanıtılmalıdır. Çocuk kişiliğini geliştirirken kendisini bir modelle özleştirir. Bu model başlangıçta anne-baba yakın akrabayken, zamanla yerini arkadaşına, film ve kitap resmindeki kahramanın çocuğa bir model olabileceği düşünölmelidir. Acıma, iyilik, korku, dehşet, kin, kahramanlık, fedakârlık vb. konularla insanüstü ve gerçek kahramanlar doğru ve yerinde resmedilmeli abartılı olmayan, sağlıklı bir yapıda olmalıdır.

6- Güldürünün (mizahın) çocuk psikolojisindeki önemi göz önünde tutularak, kitap resimlerinde bu öğeye geniş yer verilmelidir.

7- Din ve ırk üstünlüğü, bağınazlık, kadercilik gibi çocuğun kişiliğini olumsuz yönde etkileyen resimlerden kaçınılmalıdır.

8- Resimlemede çocuğun somuttan soyuta ve yakın çevreden uzağa doğru düşüncesinin geliştiğı dikkate alınmalıdır.

9- Resimlerde çağdaş bilim, teknoloji ve sanattaki gelişmeler önemsenmelidir.

Bıçimsel özellikler bakımından ise;

1) Çocuk kitaplarındaki resimler, her şeyden önce sanat değeri taşınmalıdır.

2) Çocuğun yaratıcılığına katkı sağlamalı, yoruma açık olmalıdır. Kitap sadece resimlerden oluşuyorsa çocuk kitaba her baktığında farklı bir şeyler bulabilmelidir. Tek bir figür yerine resim bir olayı anlatmalıdır. Kitapta resim ve yazı bir arada ise resim yazıyı açıklar nitelikte olmalı, ancak çocuğa da yeni yorumlar için bazı ipuçları verilmelidir.

3) Resimlerin daha çok ilgi uyandırabilmesi için renkli olması gerekir. Kitaptaki resim; çocuğun renk eğitiminde katkı sağlar. Çocukta sanat zevki geliştirir. Böylece çocuk ilerde karşılaşacağı zevksizlikleri görmeyi öğrenir. Bilinmelidir ki güzeli görmemiş,

duymamış, yaşamamış çocuğun çirkini güzel sanması doğaldır. Onu bu yüzden küçümsemek hafife almak, ya da değersiz bulmak doğru değildir.

4) Kitaptaki resimler, çocuğun merakını uyandıracak şekilde olmalıdır. Çünkü çocuk yapısı gereği her merak ettiğini öğrenmek ister. Merak yaratıcılığın en önemli öncülerinden biridir. Bu nedenle çocuğun merakları bazen zor, tehlikeli ve bıktırıcı olsa bile desteklenmelidir.

5) Yetişkinin bu konudaki görevi, çocuğa uygun kitabı seçip almakla ilgili değildir. Çünkü çocuğa bir de okuma alışkanlığının kazandırılması gerekir.(İlhan, A.Ç, 1994:27-29)”

“Çizgi film türünün çocuk dünyasında çok önemli bir yeri vardır. Bu yüzden türler söz konusu olduğunda genellikle ilk akla gelen şey, çizgi film ve çocuk ilişkisidir. Çizgilerin hareket etmesi, renkli ve çocuksu olması çocukların çizgi filme önem vermelerini, kendilerini bu türe yakın görmelerini sağlar. Konusu ne olursa olsun, içindeki iletiler çocuklara uygun olsun olmasın, yetişkinlerin de çocuklar için uygun gördüğü tür çizgi filmidir. Çizgi film türünün çocukların kendiliklerinden mi, yoksa yetişkinler tarafından çocuk programlarına sıkça dolgu malzemesi olarak yerleştirildiklerinden midir bilinmez, çocuk ve çizgi film bağlantısı çok erken yaşlarda, çocuk televizyona yöneldiği anda kurulur. Aslında bir filmin çizgi film olması, onun anlatımının ve olay örgüsünün basit, iletilerinin çocuğa yönelik olduğunu göstermez. (PEMBECİOĞLU, N, 2006:156)

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KARAKTER - LİSANS İLİŞKİSİ

#### 2.1. Karakter

Her hangi bir yöntem ile oluşturulan hayali kahramanlara karakter denir. Kitap, çizgi roman, çizgi film, oyuncak, festival, spor takımı maskotu, alışveriş market maskotu gibi birçok alan için oluşturulabilecek olan karakter, konu ile ilgili özellikleri taşır. Bir kanguru çizimi ile kolayca market maskotu oluşturulabilir, kangurunun kesesi ile alışveriş sepeti ya da alışveriş aracının akla gelmesi sağlanabilir. Sonuç olarak o kanguru marketin görsel alanda kullanabileceği her alanda yer bulabilir. El broşürleri, standlar, mağaza içi tasarım ya da araç giydirmeye alanları gibi marketin reklam olarak kullanabileceği her yerde, müşterilerin marketi benimsemesi sağlanabilir.

Dünyada daha çok çizgi roman sektöründe karakterler vardır. Yazarın hayal gücü ve çizerin sanatı birleşince ortaya insanların da beğenebileceği karakterler ve onların hikâyeleri çıkar. Günümüz sinemasının da en çok beslendiği kaynak çizgi roman karakterleridir. Çizgi romandan başlayan karakterler sinema, televizyon, internet,

kitaplar ve oyuncaklar için kullanılır. Dünya ölçeklerine göre en çok çizgi romanın üretildiği ve satıldığı ülkeler A.B.D ve Fransa'dır. Fransa'da çizgi roman ile ilgili bakanlık vardır ve dünyanın diğer ülkelerinde yetişen sanatçılar çizgi roman üretimi için Fransa'yı tercih etmektedir. Bu ülkede hem sanatçıya destek, hem de hatırı sayılır bir çizgi roman okuru vardır. 2012 yılında Titeuf karakterinin çizgi romanının 13.sayısı Fransa'da 1 milyondan fazla satılmıştır. Yılda 5 bin çeşit civarında çizgi roman basılan ülke, diğer ülkelere karakter ihracatı yapmaktadır. Sinema ve televizyon dünyasının çizgi karakterleri ya ABD'den, ya da Fransa'dan gelmektedir.

## 2.2. LİSANS

Oluşturulan karakterlerin ticari ürüne dönüşmesi lisans sektörünün doğmasına sebep olmuştur. Karakterin ya da markanın ticari haklarının kanunen kullanılmasına izin vermek olarak tanımlayabileceğimiz lisans, günümüz dünyasının en büyük ticaret unsurlarından birisi olmuştur. Her türlü ürün lisans ile daha çok müşteriye ulaşır hale gelmiştir.

Büyük sanayi üreticileri de icat ettikleri ya da kendi isimlerine kanunen tescil ettikleri üretim, hizmet ya da şekillerin kullanım haklarını, diğer satıcı ya da üreticilerle paylaşır hale gelmiştir. Örneğin aynı ürünü satan rakip markalar bir birlerinden lisanslar satın alarak ürünlerini daha da geliştirmektedirler. Toplumumuzun her alanında türlü türlü lisans ile karşı karşıyayız. Olimpiyatlar ve diğer spor organizasyonları, ülkeler arası ligler, Amerikan Basketbol Ligi, Şampiyonlar ligi, Atletizm yarışmaları, golf turnuvaları, ülke ligleri, kısaca her türlü spor etkinliği büyük bir ticari lisans alanına dönüşmüştür. Takımlar isim kullanım hakkı satarak gelir elde etmektedir. Ünlü sporcular isimlerinin kullanılması karşılığında çeşitli firmalardan para kazanmaktadır. Reklam anlaşmaları, sponsorluk çalışmaları lisansın içinde yapılmaktadır. Sevdiğiniz takımın formasından kupasına, ayakkabısından Gsm hatlarına, kafesinden şekerlemelerine kadar her alanda ticari ürünü satılmaktadır. Üretilen eserler, şarkılar, klipler de lisans sektöründe yerini almaktadır. Halka açık bir işyerinde bir şarkıcının şarkısını çalarsanız, ilgili birimlere lisans ücreti ödemeniz gerekmektedir.

Bu çalışmanın temeli olan karakter lisansı da bu lisans piyasasının içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Son yıllarda hızla çoğalan çizgi karakterler lisans anlaşmaları yaparak her alanda yer bulmaktadır. Bu tür lisans anlaşmalarını kolaylaştırmak için uluslararası fuarlar organize edilmektedir. Dünyanın en büyük kitap fuarı olan ve Ekim ayında gerçekleşen Frankfurt Kitap Fuarı'nın en önemli bölümü karakter lisanslarına ayrılmıştır. Seoul (Güney Kore), Londra (İngiltere), ve Las Vegas (ABD) karakter lisans sergilerinin ve satışlarının yapıldığı önemli fuarlardır.

“Çizgi film karakterlerinin veya ünlü kişilerin reklâmlarda tanıtılan ürünü över konumda yer alması, çocuğun ürünle beğendiği karakteri özdeşleştirerek ürünün iyi olduğuna inanmasına ve ürünü satın alma gerekliliği hissetmesine neden olmaktadır. Oysa çocuklara yönelik reklâmlarda bütün karakterler gerçek ve anonim kişilerden oluşmalıdır (Topçuoğlu 2003: 77, 139).”

“Yeni oyuncaklar büyük ölçüde tek merkezden gönderilmektedir. Bütün çocuklar, aynı oyuncakları bilmekte ve onlarla oynamaktadır. Yerel ya da mahalli oyuncak tarihe karışırken yerel ya da mahalli oyuncakla oynayan çocuk da tarihe karışmaktadır (Köker, 2007).”

Tasarımlarının aynı stilde yapıldığı oyuncaklar ve lisanslı ürünler tüm dünyada bulunabilmektedir. Farklı kültür ve coğrafya çocukları aynı lisanslı karakteri benimseyerek ürünlerini almaktadır.

### **2.2.1. Dünyada Lisans**

Dünya çapında lisanslı ürün perakende satışlarında 2010 yılında ciro 146.54 Milyar dolar iken, bu rakam 2011 yılında yüzde 2.9 oranında artarak 150.8 Milyar dolara ulaştı. Sadece Amerika'da lisanslı oyuncak satış rakamı 2011 yılı için 21,1 milyar dolardır.

Çizgi karakterlerin toplam cirosunu hakkında kesin rakamlar, farklı sektör ve alanlarda olduğunda hayli zordur.

### **2.2.2. Türkiye’de lisans**

Türkiye’de lisans sektörü son yıllarda dünyadakinden daha fazla bir ivme ile yükselmektedir. Karakter lisanslarında daha çok çocuklara yönelik ürünler her geçen gün artmaktadır.

Ülkemizde çok az lisanslı karakter vardır. Teknolojinin yardımıyla kolaylaşan karakter hazırlama işlemi, son birkaç yılda çoğalmıştır. TRT Çocuk kanalının en büyük desteği sağladığı çocuk karakter piyasası canlanmıştır. Büyük bütçeler isteyen bu sektörde çalışan firma sayısı giderek artmaktadır. Önümüzdeki yıllarda 50’de fazla yeni karakter çıkacağı tahmin edilmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. KARAKTER HAZIRLAMA BİÇİMİ

Çocuklara yönelik çizgi karakter hazırlarken dikkat edilmesi gereken biçim kuralları işin sanatı ilgilendiren kısımdır. Biçim aşamasında sanatın dışlanması düşünülemez.

Çocuklara yönelik karakter hazırlarken grafik sanatının olmazsa olmaz unsurlarının (bunlar denge, orantı ve görsel hiyerarşi, görsel devamlılık, bütünlük ve vurgudur.) daha dikkatlice ele alınması gerekmektedir. “Grafik tasarım görsel bir iletişim sanatıdır. En önde gelen işlevi de bir mesaj iletmektir. Günümüzün gelişen teknolojisi içinde basılı malzemelerin dışındaki filmler, bilgisayar yardımıyla üretilen görsel malzemeler de grafik tasarımın kapsamı içine girmiştir (Becer, 2008: 33)”

Semboller, Resimler, imgeler çocuk dünyasına göre hazırlanmalı, yanlış bilgi ve izlenim verebilecek tasarımlardan kaçınılmalıdır. Bunun için pedagoğ veya çocuk gelişim uzmanlarının görüşlerine mutlaka başvurulmalıdır.

### **3.1. Oran**

“Bir tasarımda denge unsuru varsa, o tasarım kendisiyle “barışık” demektir. Dengeli ama bünyesinde hiçbir hareket unsuru barındırmayan bir tasarım düşünülebilir mi? Elbette, hayır. Her tasarımın bünyesinde bir hareket unsuru vardır, hatta bu hareket gereklidir de. Ama hareketi oluşturan unsur ya da unsurlar tasarımın temel çatısı içinde yer almaz. Hareket unsurları, tasarımın içinde kullanılan tipografi, fotoğraf ya da illüstrasyonlardaki canlılığın içindedir.” (Becer, 2008: 65)

Karakterin tüm detaylarının arasındaki uyumluluk sağlanmalıdır. Oran parçaların bütüne göre uyumluluğu demektir. Beden yapısı, karakter ve yan karakter resimleri, mekân ve karakter arası oran dikkatle ele alınmalıdır. Dikkat çekilmek istenen konu ya da şeklin oranı bozulacaksa bilinçli olarak yapılmalıdır.

### **3.2. Mekân**

Mekân karakterin yaşadığı evrendir. Bu evren ne kadar karakteri tamamlarsa ilgi o kadar artırılabilir. Çocuk mekân sayesinde derinlik hissi elde edecektir. Mekânın karakter ve konuyla ilgisi arka planda çocuğun görsel hafızasını direkt etkileyecektir.

### **3.3. Renk**

“Cisimlerden yansiyarak gelen ışığın görme duyusunda bıraktığı izdir. Işığın göze gelmesi fiziksel, bu ışınların gözde meydana gelen işlemler toplamı fizyolojik, cismin beyinde idrak edilmesi psikolojiktir. Renkli görme işlemi koni şeklindeki hücrelerde gerçekleşir. Bazı koniler tayfin sonundaki maviye, bazıları tayfin ortasındaki sarıya ve yeşile, bazıları da en sonundaki kırmızıya duyarlıdır. Konilerin uyarılmasıyla beyne çeşitli sinyaller ulaşır ve renkler görülür (L.Kılıç, 1994).”

Plastik sanatların bir ögesi olan resimde renk esas bir unsurdur. Plastik sanatlarda renk, derinlik anlamı kazandırılarak kullanılır. Renklere, birbirleri ile karıştırılarak istenilen yere uyan bir değer = ton kazandırılır. Eğer renkler ara tonlu ise, o takdirde oylum duygusu uyandıran renk değerleri ortaya çıkar. Bir renk diğer renklerle uyuşmuyorsa bağırıcı etkiler uyuşuyorsa rahat etkiler uyandırır.(Turan, 1995, s. 116).

Her rengin insan üzerinde farklı etkisi vardır. Hazırlanan karakterin dünyası renklerle bütünlük arz eder. Çocuklar daha çok parlak ve sıcak renklere ilgi duyar. Canlı renk her



yaşta çocuğun ilgisini çeker. Mat ve donuk renkler ise çocuğun konuya ve karaktere odaklanmasını zorlaştırır. Aynı Resimde çok fazla renk kullanma da konudan uzaklaşmasını sağlar. Rengin karakterin önüne geçmemesi gerekir.

### **3.4. Yazı Tipi**

Karakter ile birlikte kullanacak yazı tipi, ciddi ve soğuk karakterlerden seçilmemelidir. El yazısını andıran yazı tipleri çocuğa daha sıcak gelecektir. Sans veya Serif yazı tipleri yerine günümüzde binlerce çeşidi bulunan yuvarlak hatlı yazı tiplerinden uygun olanı seçilmelidir. Karakterin iddialı olmasına göre yeni yazı tipi çalışması da yapılabilir.

### **3.5. Teknik**

Karakterin hazırlanma tekniği çok önemlidir. Karakter el çizimi ile hazırlanacaksa, çizerin uzun süre karakter ile birlikte devam etmesi gerekir. Süreçte çizer değişimi karakterin karakteristik özelliklerinin farklılaşmasına veya kaybolmasına sebep olur. Bu tür karakter tasarımlarının en önemli noktası çizeridir. Bilgisayar tekniği ile oluşturulacak karakterde bu Resimde bir sorun olmaz.

### **3.6. Senaryo**

Karakterin hikâyesi senaryo ile çocuklara aktarılır. Anlatacağı konuyu güzelleştiren iyi bir senaryodur.

Animasyon senaryocularından, Pixar animasyon firmasının yazarlarında Emma Coats tarafında internette yazılan 22 temel kuralı anmadan geçmemek lazım.

1. Tüm karakterlerin başarılı olmasından ziyade, tek bir karakteri merkeze koymaya çalışın.
2. Bir yazar olarak neyi eğlenceli yazdığınızı değil, bir izleyici olarak size nelerin ilginç geldiğini düşünün ve bunu hep aklınızda tutun. Bunların her ikisi birbirinden çok farklıdır.
3. Hikâyenin temasını belirleyebilmek çok önemlidir. Hikâye bitene kadar teması netleşmez ve olayların nasıl gelişeceğini kestiremezsiniz. Bu yüzden temayı belirleyene kadar tekrar tekrar yazmaya devam edin.

4. Günün birinde, Her gün, Bir gün, Bu yüzden, Bu sebeple, Sonunda, gibi kalıpları kullanınız.
5. Karakterleri basitleştirin, onlara odaklanın ve birleştirin. Dolambaçlı yolları atlayın. Belki bazı önemli şeyleri atladığınızı düşünebilirsiniz ama bu sizi anlatımda daha özgür kılacaktır.
6. Karakteriniz nerede ve nasıl daha iyi ve ne Resimde rahat ediyor? Konumunu ve en iyi durduğu pozisyonu bulmaya çalışın. Bununla uğraşın. Doğru yeri bulana kadar karakterinizi dolaştırın.
7. Orta kısmı tamamlamadan önce son kısmı belirlemeye ve bitirmeye çalışın. Sonu getirmek gerçekten daha zor bir iştir. Ancak sonu bitirebilerseniz orta kısmı daha kolay kurgulayabilirsiniz.
8. Mükemmel bulmasanız da hikâyenizi bitirin. Düşünce dünyanızda her ikisi de olabilir, ancak ne olursa olsun devam edin. Gelecek sefer daha iyisini yapmaya çalışın.
9. Hayalleriniz tıkanıp anda, bir sonraki sahnede olmaması gerekenlerin bir listesini yapın. Bu Resimde sizi durduran etken mutlaka birçok yerde kendini gösterecektir.
10. Beğendiğiniz hikâyeleri seçin. Onlarda beğendiğiniz şeyler sizin birer parçanızdır. Onları kullanmadan önce tanımanız gerekiyor..
11. Onları yazıya dökmek size iyileştirme imkânı verir. Eğer hafızanızda tutabiliyorsanız, çok iyi bir fikir, başkasıyla asla paylaşmazsınız.
12. Aklınıza ilk gelen fikri dikkate almayın. İkincisini, üçüncüsünü, dördüncüsünü hatta beşincisini de dikkate almayın. Ama hepsinden en iyisini ve belirgin olanını ortaya çıkarmaya ve seçmeye çalışın. Kendinizi şaşırtın.
13. Karakterlerinize kesin bir duruş ve fikir verin. Edilgen veya Resimlenebilir olması size sevecen gelebilir ancak okuyucu veya izleyiciyi irrite edebilir.
14. Bu hikâyeyi niçin anlatıyorsunuz? Hikâyenin çıkış sebebi ve hikâyede vermek istediğiniz resim nedir? Bunu biliyorsanız işin büyük kısmını halletmiş sayılırsınız. İşte olayın kalbi budur.

15. Eğer karakteriniz siz olsaydınız, bu durumda nasıl hissederdiniz? Dürüst olmanız inanılması güç durumların inandırıcılığını destekler.
16. Sacayağınızı mutlaka gözetin. Karakterinize destek olmak için nedenlerinizi sıralayın. Ya başarılı olamazlarsa? Bunun önlemek için neler yaptınız, düşünün.
17. Hiçbir uğraş boşa gitmez. Eğer öncekiler işe yaramazsa, orada bırakın ve devam edin. Faydalı ise mutlaka tekrar karşınıza çıkacaktır.
18. En iyisini yapmaya çalışmak ile panikle bitirmeye çalışmayı birbirine karıştırmayın Hikâye bir testtir, kusursuzlaştırma değildir.
19. Karakterleri problemlerin içine yerleştirmek iyi bir tesadüftür. Ancak onları daima problemlerden uzak tutmak kendi kendini kandırmaktır.
20. Alıştıırma Sorusu: Beğenmediğiniz bir filmin yapı taşlarını alın, bunları yeniden düzenlemek isteseydiniz nasıl yapardınız?
21. Olay ve karakterlerle özdeşleşmelisiniz. Sadece “süper olmuş” diyemezsiniz. Size bunu dedirten nedir? Bunu bulmaya çalışın.
22. Hikâyenizin özü nedir? En kısa yoldan nasıl anlatırsınız? Eğer bunu biliyorsanız, zaten tüm hikâyeyi inşa etmeniz çok kolay olacaktır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. GÖRSEL KLAVUZ VE UYGULAMA ÖRNEĞİ

Çizgi karakter oluşturduktan sonra lisans aşamasının en önemli ayaklarından birini görsel klavuz hazırlamak almaktadır. Lisans alacak firmaların üreteceği ürünlerde kullanacakları her türlü görselin yer aldığı görsel kılavuz aynı zamanda karakterin kurumsal kimlik kurallarını da içerir. Karakter ile ilgili tüm aşamaların adım adım anlatıldığı style guide, tasarım aşamalarında onay süreçlerini de belirler. Karakterin iyi ürünlerinin üretilmesi görsel kılavuz ile birebir ilgilidir. Üretim aşamalarının ve üreticinin talep edebileceği tüm görsellerin önceden tespit edilip ona göre görsel kılavuz hazırlamak gerekir.

Örnek için Zinkia Firmasına ait Pocoyo™ karakteri kullanılacaktır. Örnek ile birlikte adım adım görsel kılavuz basamakları işlenecektir.

## 4.1. POCOYO

### 3 BOYUTLU LOGO



**Pocoyo Kimdir? (Karakterin tanıtımı ve özellikleri):** Bu aşama karakterimizin evreninin tanıtıldığı bölümdür. Karakterimizin dünyası tanıtılır. Hitap ettiği yaş aralığı, değerleri, yaşam tarzı, çevresi, felsefesi, hedefi, sevdiği ve sevmediği şeyler, kısaca karakterimizin dünyasına kısaca bir giriş yapılır.

**Resim 3:** Pocoyo 3 Boyutlu Logo

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011:205

“Pocoyo her zaman yeni şeylere meraklı, eğlenceli, sevimli ve arkadaş canlısı bir çocuk. Pocoyo’nun ana teması küçük bir çocuğun etrafındaki dünyayı keşfetmesidir. Öyle bir dünya ki her şey sade ve güzel ve hayallerin büyükse her şey olabilir. “Pocoyo Gülerek öğrenmek demektir.” Pocoyo 2-6 yaş arası çocukları hedef kitle olarak seçen ve 150 den fazla ülkede yayınlanan bir çizgi film kahramanıdır. (Pocoyo Style Guide, 2011:7)

Kahramanımızın rengi erkek çocukların ilgisini çekmek için mavi olarak seçilmiş, kız çocuklar için de yan karakter olan Elly hem kız hem de pembe renkli olarak tasarlanmıştır. Mavi renk aynı zamanda huzur hissi de verir.

#### 4.1.1. Karakterler

Bu aşamada karakter ile birlikte hikâyenin bütünleyici unsurları tanıtılır.

## Resim 4: Pocoyo ve yan karakterler



**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011:8

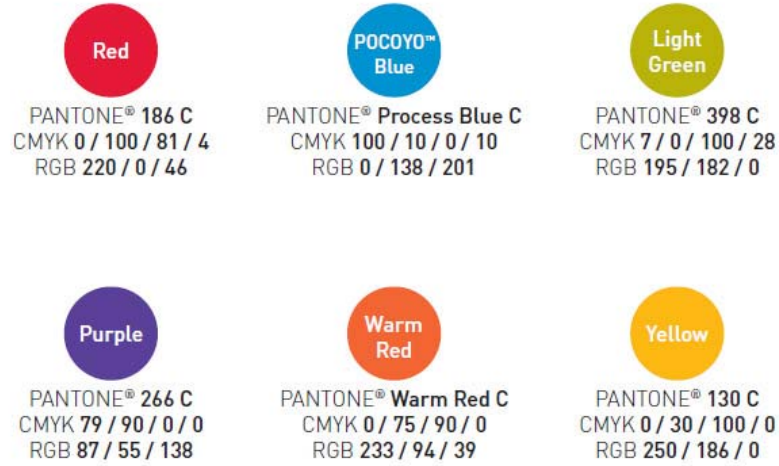
### 4.1.2. Pocoyo'nun kurumsal kimliği

Logo ve amblem bu bölümde tanıtılır. Logo ve amblemin ifade ettikleri açıklanır. Logo ve amblem karakterimizin tanıtımı ve kimliği için çok önemli olduğundan, renk kodları, kullanım şekilleri ve yanlış kullanım örnekleri açıklanır. Karakterimiz örnekteki gibi bilgisayar destekli 3D bir karakter ve logosu da 3 Boyutlu ise serigrafi baskılar için de kullanım şekilleri belirlenir. Spot renkler kullanılacaksa ilgili kodlar, tek renk baskılar için olabilecek renkler ve kodları açıkça belirtilir.

**Resim 5:** Pocoyo logo ve kullanım şekli



**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011:11-12



**Resim 6:** Pocoyo logo renk kodları

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011:13



pcy\_logo\_blue.eps



PANTONE® Process Blue C  
CMYK 100 / 10 / 0 / 10  
RGB 0 / 138 / 201



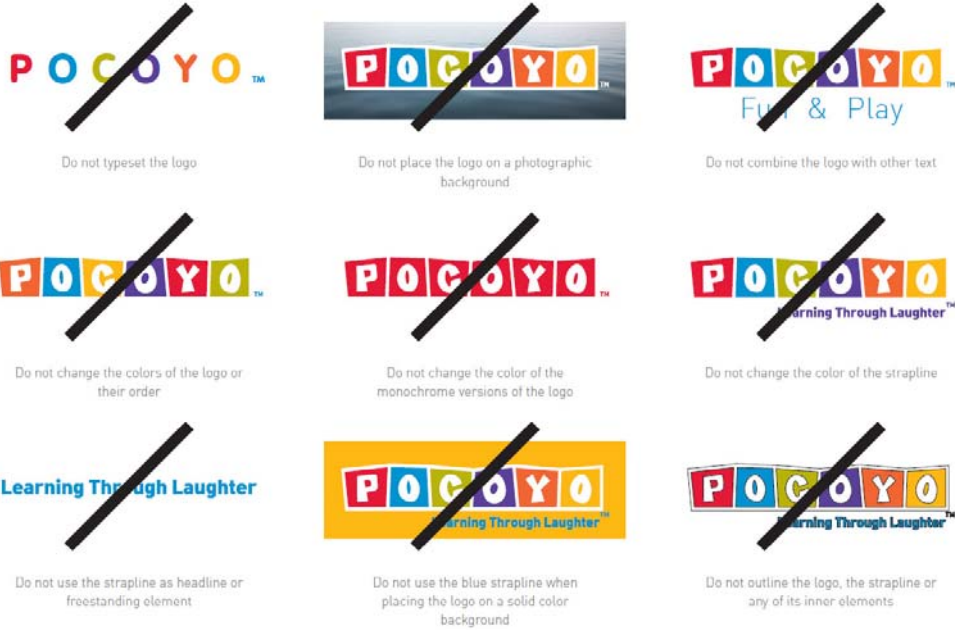
pcy\_logo\_black.eps



PANTONE® Process Black  
CMYK 0 / 0 / 0 / 100  
RGB 0 / 0 / 0

**Resim 7:** Pocoyo logo tek renk kullanım şekli ve renk kodları

**Kaynak:** (Pocoyo Style Guide, 2011:14)



**Resim 8:** Pocoyo logo yanlış kullanım şekil örnekleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011:20



### 4.1.3. Tipografi

Karakter için yazı tipleri belirlendikten sonra kullanım yerlerini bu bölümde açıklanır. Yazı tipi seçimi karakterimizin kimliğini bütünleyen önemli bir parçadır.

Yazı tiplerinin belirlenmesi kadar önemli bir diğer husus da, paragraflar, satır başları, harf aralığı gibi yazı tipi konusunda kısıtlamalar varsa burada izah etmek gerekir. Kutu, kitap veya oyuncak gibi çeşitli ürünler için belirlenen yazı tipleri burada açıklığa kavuşturulur.

### 4.1.4. Renkler

Karakter logosu için belirlenen renklerin dışında tüm renkler ve kodlar burada ortaya konur.



**Resim:9** Ana renkler ve ikincil renkler

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide:25

#### 4.1.5. Karakter kimlikleri

Bu aşamada tek tek karakterler tanıtılır. Karakter özellikleri ortaya çıkartılır.

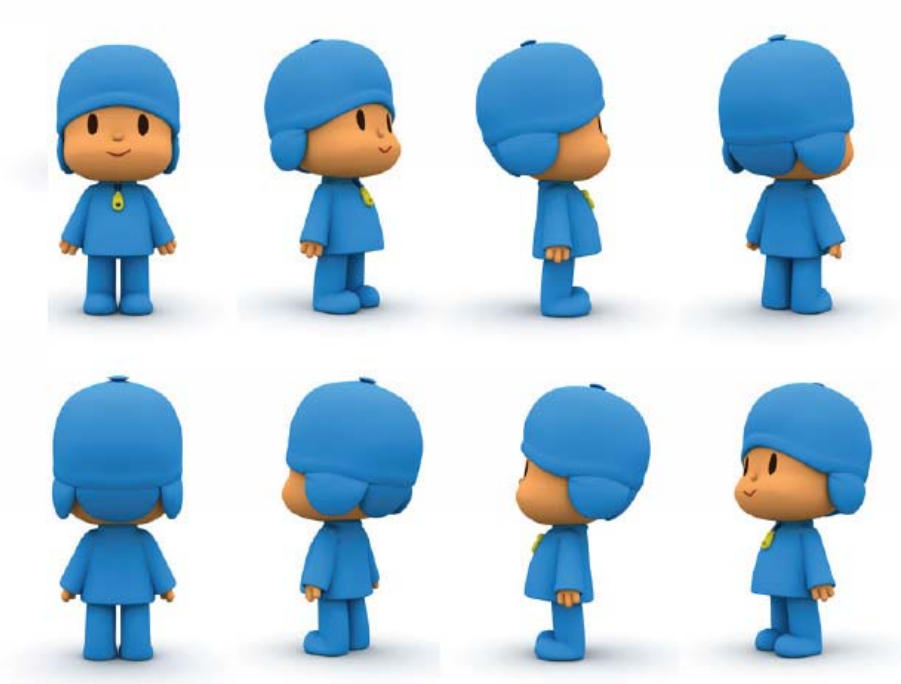


**Resim 10:** Pocoyo

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 26

**Pocoyo:** Pocoyo yaramaz, meraklı, şirin ve aşırı hevesli maviler içinde bir çocuktur. Kendi dünyasında yaşar, ya yeni bir arkadaşla, ya oyuncaklarını paylaşarak, ya da müzik icra ederek her gün bir macera içindedir.

Pocoyo Görselleri, 360° Pocoyo görselleri: Bu aşama, ana karakterimizin kendi etrafında 360° dönme görsellerinin hazırlanması ile oluşturulur. Bu Resimde her açıdan karakterin tanıtılması hedeflenir.



**Resim 11:** Pocoyo 360° görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 27

Pocoyo'nun Davranış ve Hareket Görselleri: Bu aşama ana karakterimizin çeşitli ifadeleri ve hareket görsellerini içerir. Bu görseller ürün hazırlanmasında direk olarak kullanılacağından ya bir ortam ile (CD, DVD, vb.), ya da internet üzerinden yüksek çözünürlükte kullanıcıya sunulur. Tasarımcının kolay erişimi için sağlanan dosya isminin görselin altında yer alması görsel kılavuz için önemli bir detaydır.



**Resim 12:** Pocoyo Davranış görselleri

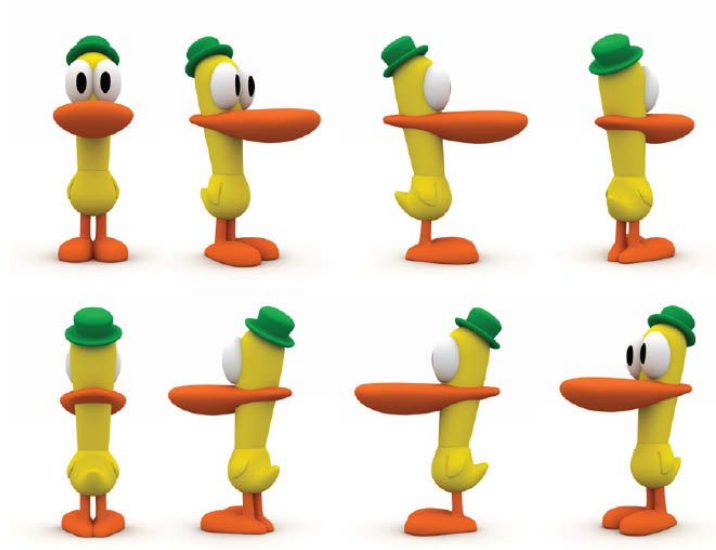
**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 28

**Pato :** Bu bölümde yan karakterlerin tanıtımına ve görsellerine geçilir. Bu karakterin konu içindeki yeri anlatılır.



**Resim 13:** Pato

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011:31



**Resim 14:** Pato 360° görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 32



**Resim 15:** Pato Davranış görselleri

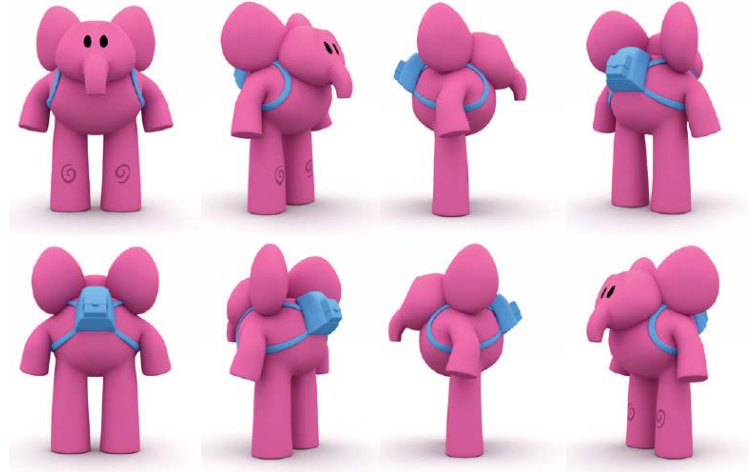
**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 34

**Elly** Elly, uzlaşmacı, oyun dolu pembe bir fil. Bedeninin büyüklüğü kadar sevgi ve nezaket dolu. Bilginin parçası olmak isterken dans etmeyi ve sırt çantasını çok seviyor. Bir şeyler inşa etmeyi sever, rol yapar ve oyuncuğu ile pikniğe bayılır. Elly'nin kocaman ve sıcacık bir kalbi var.



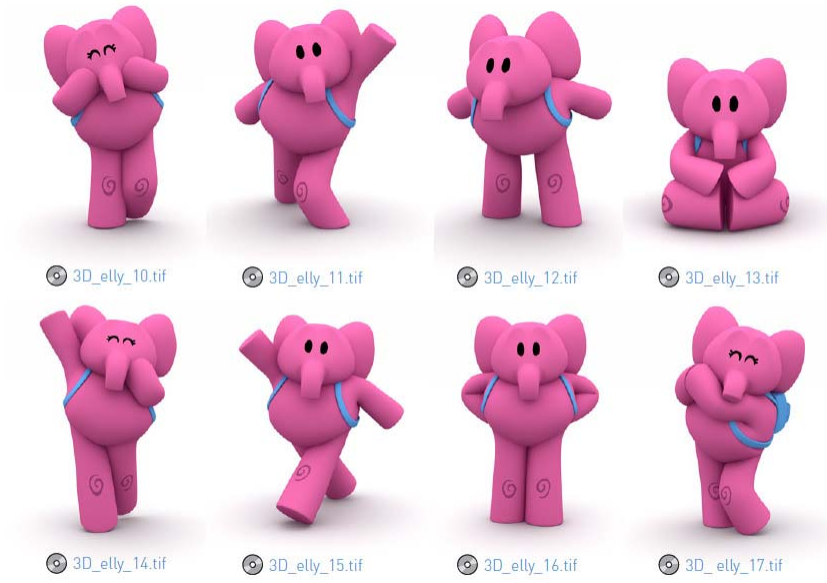
**Resim 16:** Elly

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 35



**Resim 17:** Elly 360° görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 36



**Resim 18:** Elly davranış görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 38

**Loula:** Pocoyo'yu her zaman kıkır kıkır güldüren ve her an oynamaya hazır köpeği. Öbür hayvan karakterlerden farklı olarak Loula kesinlikle bir köpek. Pocoyo'yu sorular sormadan mutlu eder.



**Resim 19:** Loula

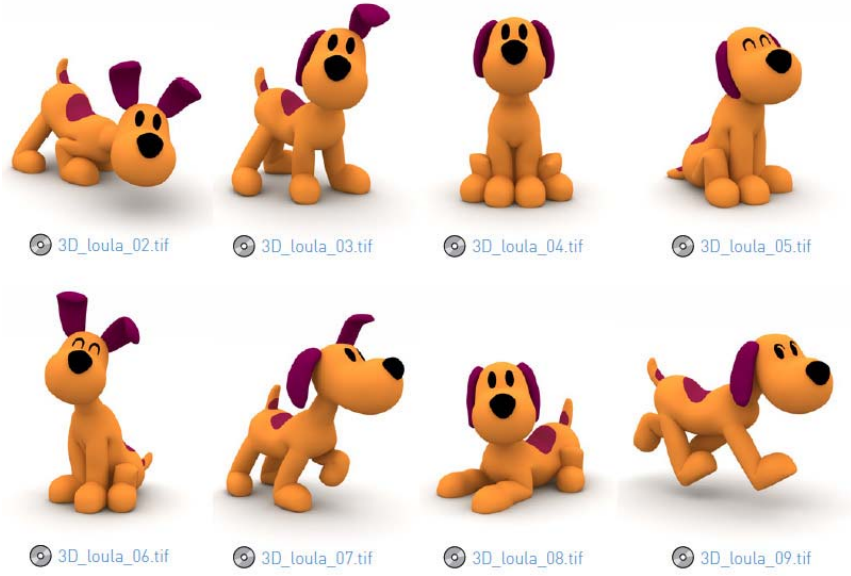
**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 39





**Resim 20:** Loula 360° görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 40



**Resim 21:** Loula davranış görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 41

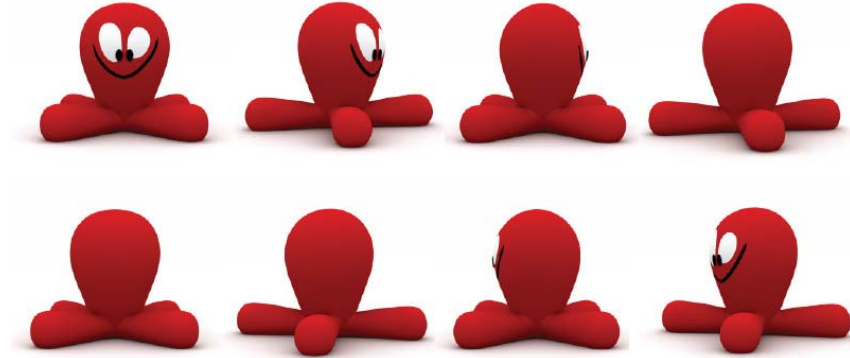


**Fred:** Fred espri yeteneği olan, eğlenceli özel kırmızı renkli bir ahtapot. Sürpriz dolu, tahmin edilemez biraz çılgın ve eğlencelidir. Onunla her şey yeni ve eğlenceli bir oyun haline gelir.



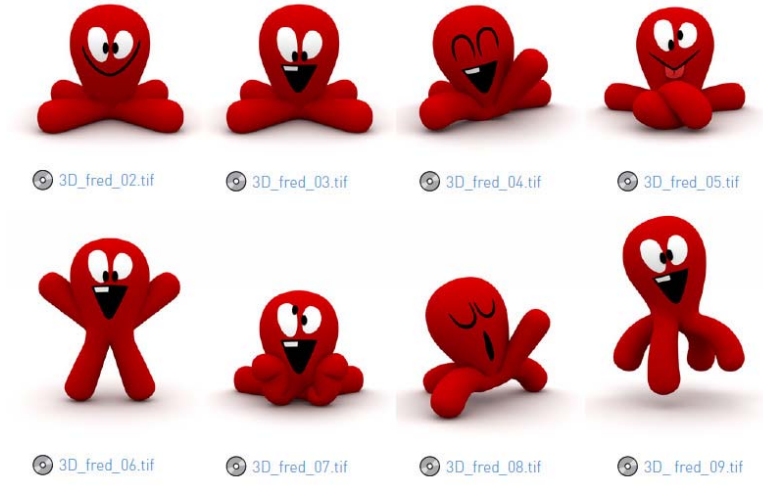
**Resim 22:** Fred

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 42



**Resim 23:** Fred 360° görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 43



**Resim 24:** Fred davranış görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 44

**Uykucu Kuş:** İsmi her şeyi anlatıyor. Çok ama çok uykucu bir kuş. Çoğu zaman sadece alarm zilini kapatmak için uyanır bir hali var ama Pocoyo genellikle onu uyandırır ve hareket etmesini, gülmesini ve günlük maceraların bir parçası olmasını sağlar.



**Resim 25:** Uykucu Kuş

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 45



**Resim 26:** Uykucu Kuş 360° görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 46



**Resim 27:** Uykucu Kuş davranış görselleri

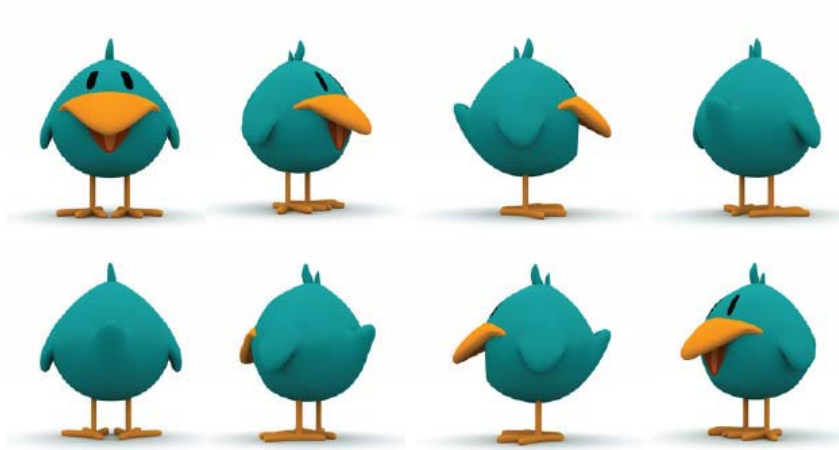
**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 47

**Yavru Kuş:** Yavru Kuş ailenin en ortasında duran ve herkesin ilgisini çeken bir yavru kuş. Çok iyimser, güçlü ve çok uyanık. Uykucu Kuş'tan kalan tüm enerji Yavru Kuş'a aktarılmış gibi. Mutluca uçar ve maceraların bir anını bile kaçırmak istemez.



**Resim 28:** Yavru Kuş

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 48



**Resim 29:** Yavru Kuş 360° görselleri

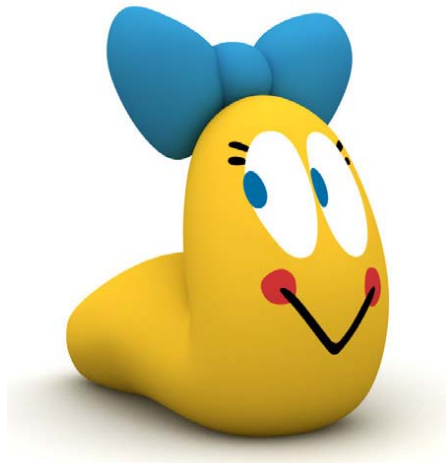
**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 49



**Resim 30:** Yavru Kuş davranış görselleri

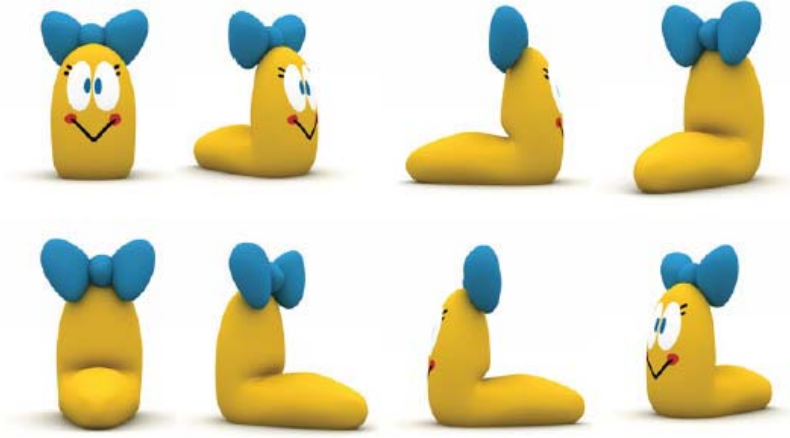
**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 50

**Caterpillar:** Bu büyüleyici tırtıl Pocoyo'nun onun abisi gibi hissetmesini sağlıyor. Boyutlarına aldanmayın. Büyük iştahıyla kahramanlarımız defalarca belaya bulaştırıyor. Çekiciliği ve masumluluğu ve keşfetme isteği onu vazgeçilmez ortak yapıyor.



**Resim 31:** Caterpillar

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 51



**Resim 32:** Caterpillar 360° görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 52

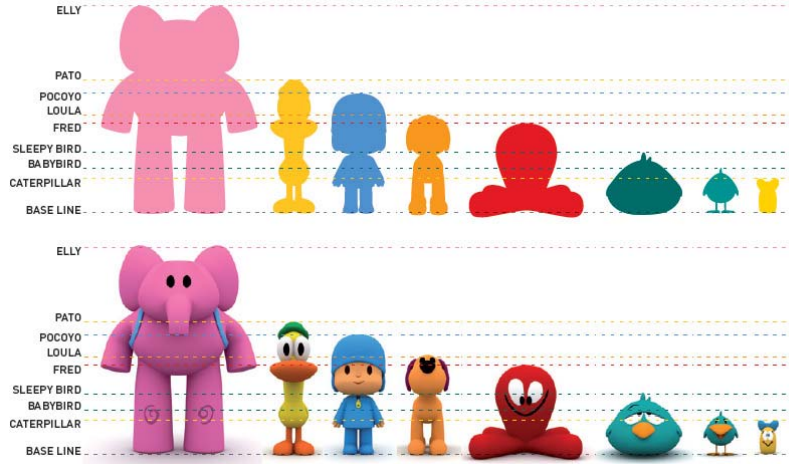


**Resim 33:** Caterpillar davranış görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 53

#### 4.1.6. ÖLÇÜ CETVELİ

Ölçü cetveli (Size Chart) tasarımı yapacak grafikerin karakterlerin arasındaki Resim oranlarını görmesi için mutlaka gereklidir. Tasarımlardaki oran ve denge bu cetvele bakılarak ayarlanır.



**Resim 34:** Ölçü cetveli

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 54

#### 4.1.7. Karakterlerin birbiri ile olan görselleri

Ana karakterin yan karakterle olan görselleri, hem tasarımcıya aralarındaki ilişkiyi özetler, hem de çeşitli tasarımlarda konuya uygun görselin seçilmesini mümkün kılar. Yine tasarımcıya verilecek medya içerisindeki dosya ismini görsel kılavuz içinde yazmak işini kolaylaştıracaktır.



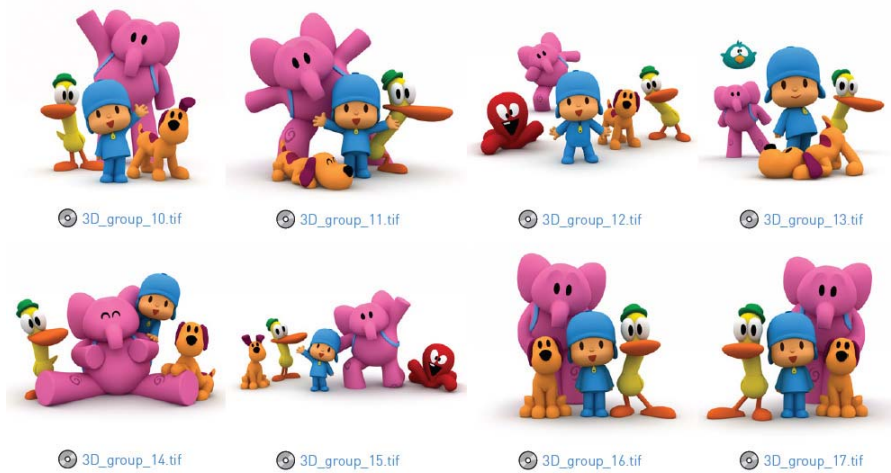


**Resim 35:** Karakterlerin toplu resimleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 55-66

#### 4.1.8. Grup görselleri

Karakterlerin bir arada oldukları görseller poster, afiş gibi tanıtım malzemeleri ve çeşitli oyuncaklarda kullanılabilir.



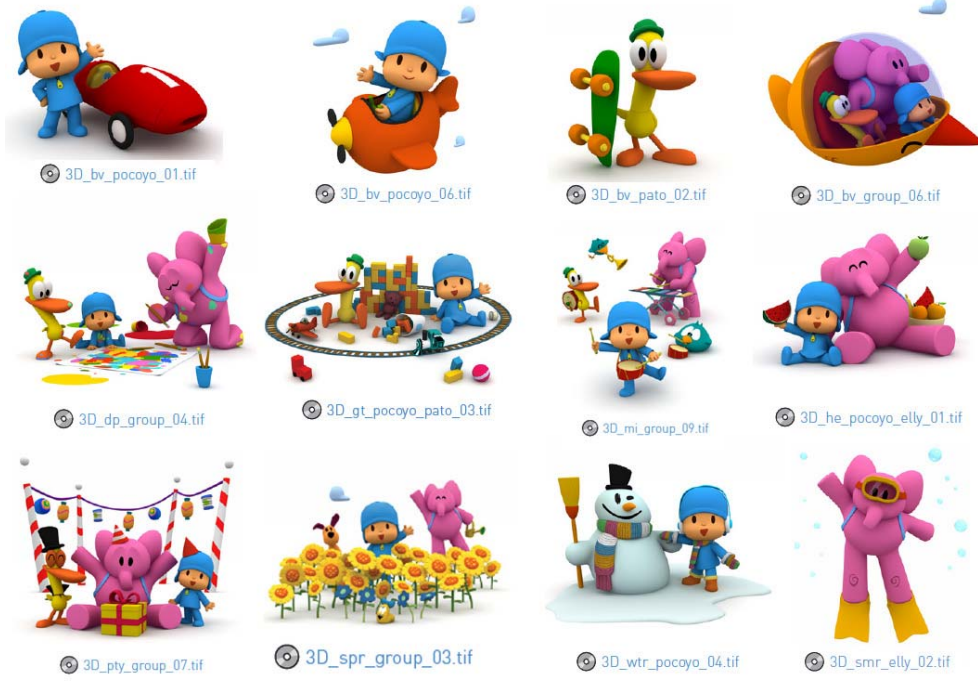
**Resim 36:** Grup görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 69



#### 4.1.9. Tema görselleri

Karakter için önceden belirlenen tema görselleri hazırlanmalıdır. Yılbaşı, okul, trafik, mevsimler gibi karakterin evrenine, hikâyesine ve maceralarına uygun temalar seçilmeli ve ona göre görseller düzenlenmelidir.



**Resim 37:** Tema görselleri

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 80-151

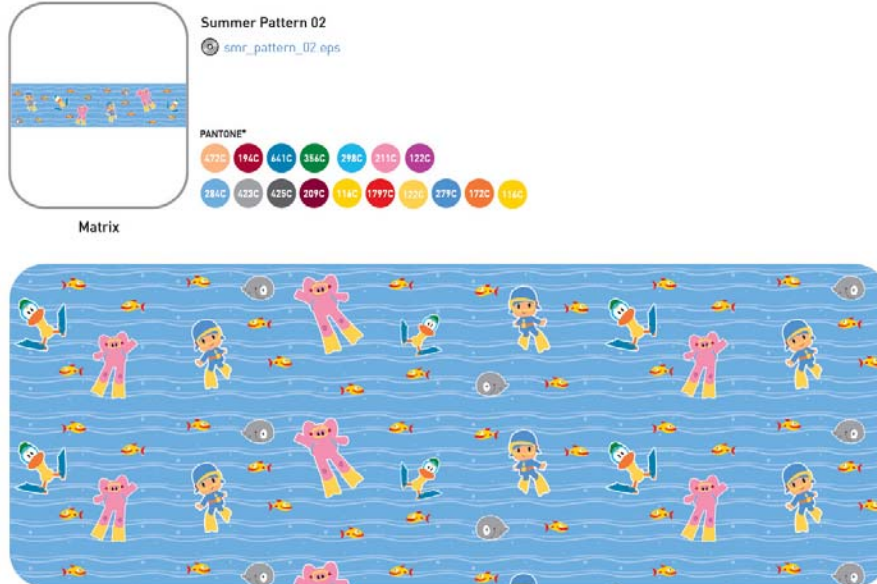
#### 4.1.10. Dokular

Çeşitli ürünlerde kullanılmak üzere dokular belirlenmesi gerekir.



Resim 38: Doku 1

Kaynak: Pocoyo Style Guide, 2011: 72

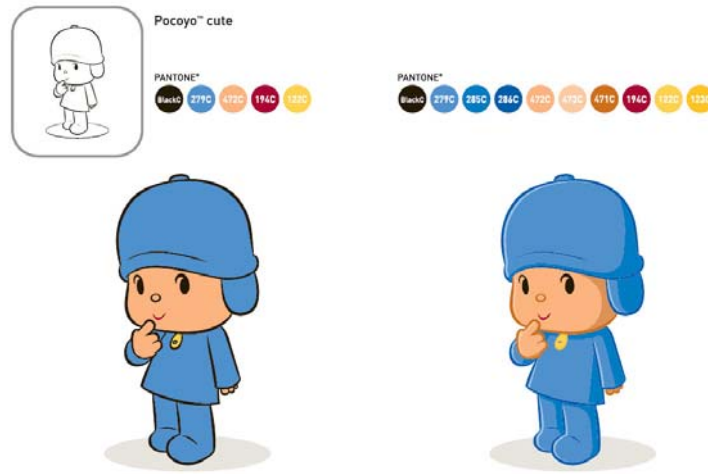


Resim 39: Doku 2

Kaynak: Pocoyo Style Guide, 2011: 141

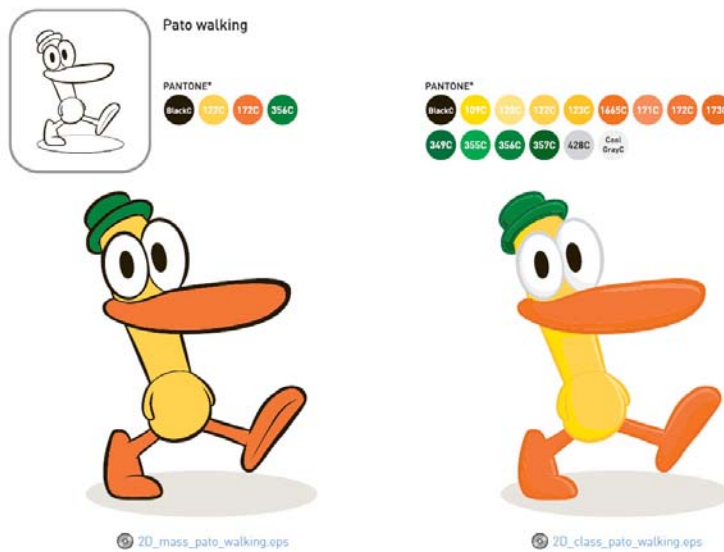
#### 4.1.11. İki Boyutlu karakter görselleri

Pocoyo karakteri 3 Boyutlu olarak hazırlanmış bir tasarımdır. 3 Boyutlu resimlerin basılamayacağı mecralar için 2 Boyutlu ve serigrafiye uygun karakter görselleri bu bölümde aktarılır. Boyama kitapları, halı, nevresim gibi ofset baskının mümkün olmadığı veya kötü sonuçlar verebileceği yüzeylere yapılacak baskılar için bu görseller kullanılır.



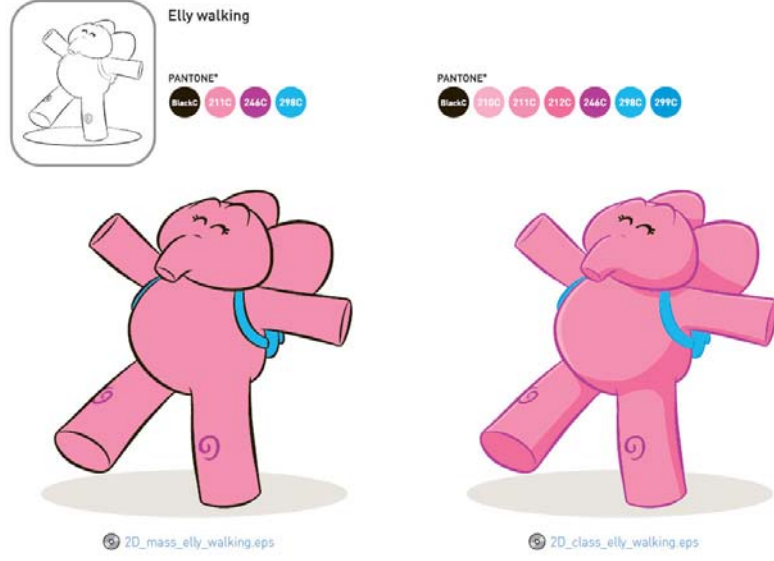
**Resim 40:** 2 Boyutlu görsel örneği 1

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 161



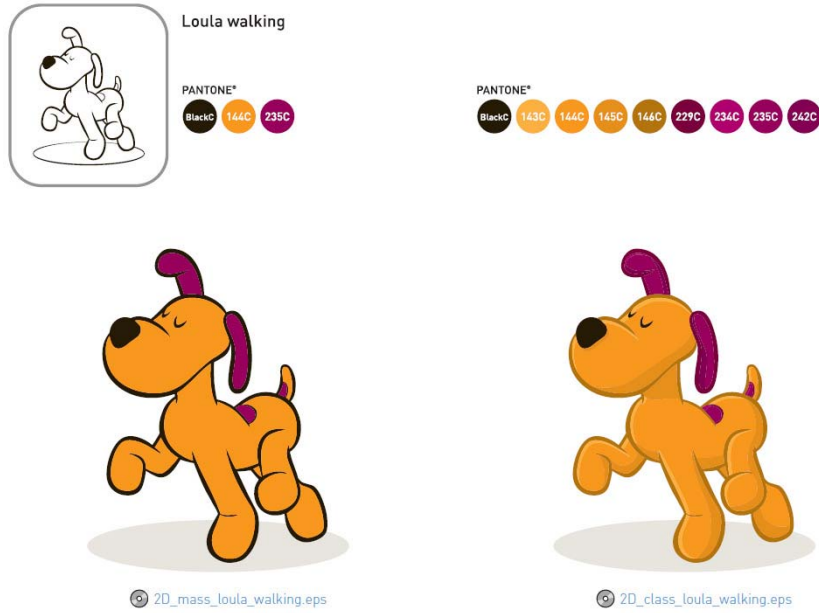
**Resim 41:** 2 Boyutlu görsel örneği 2

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 166



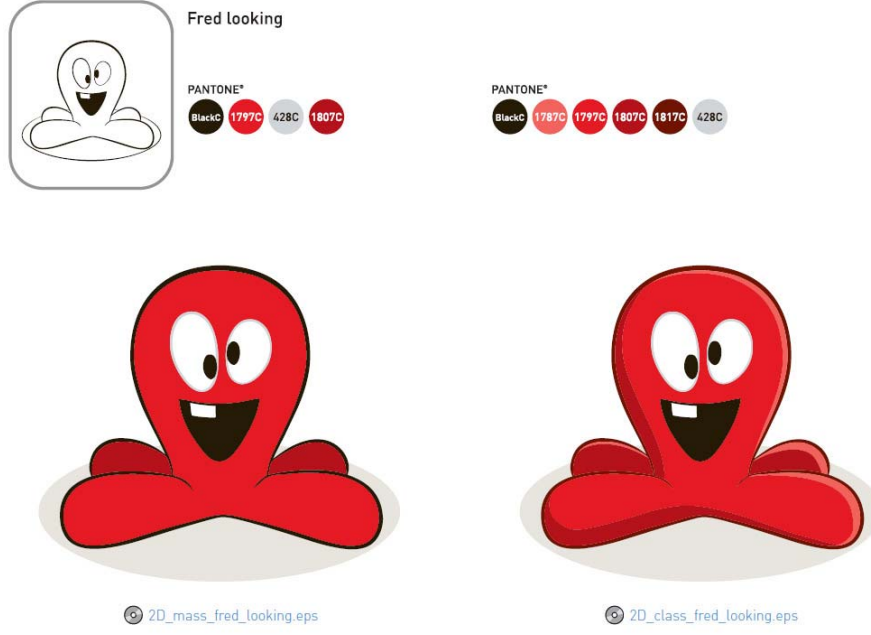
**Resim 42:** 2 Boyutlu görsel örneği 3

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 170



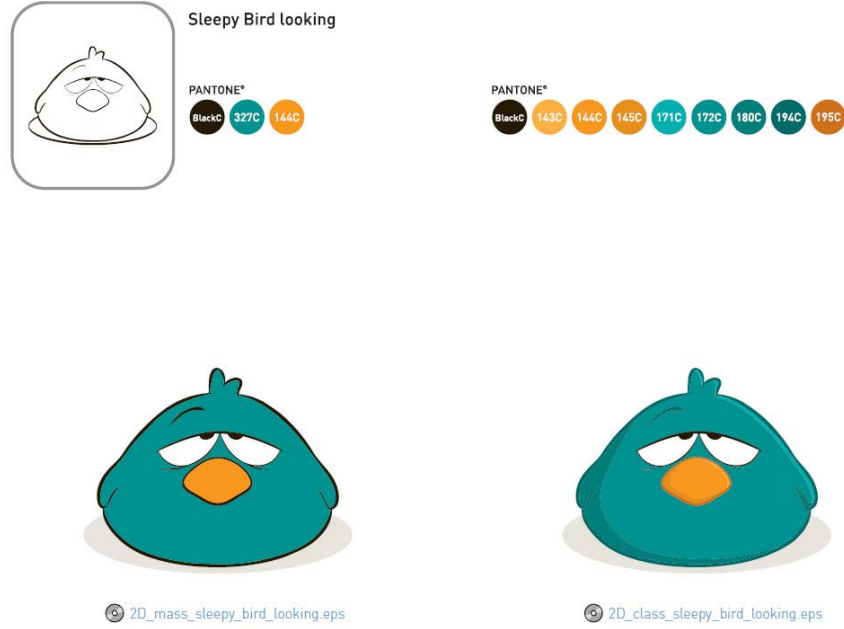
**Resim 43:** 2 Boyutlu görsel örneği 4

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 173



**Resim 44:** 2 Boyutlu görsel örneği 5

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 174



**Resim 45:** 2 Boyutlu görsel örneği 6

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 175



Baby Bird looking



© 2D\_mass\_baby\_bird\_looking.eps



© 2D\_class\_baby\_bird\_looking.eps

**Resim 46:** 2 Boyutlu görsel örneği 7

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 176



Caterpillar looking



© 2D\_mass\_caterpillar\_looking.eps



© 2D\_class\_caterpillar\_looking.eps

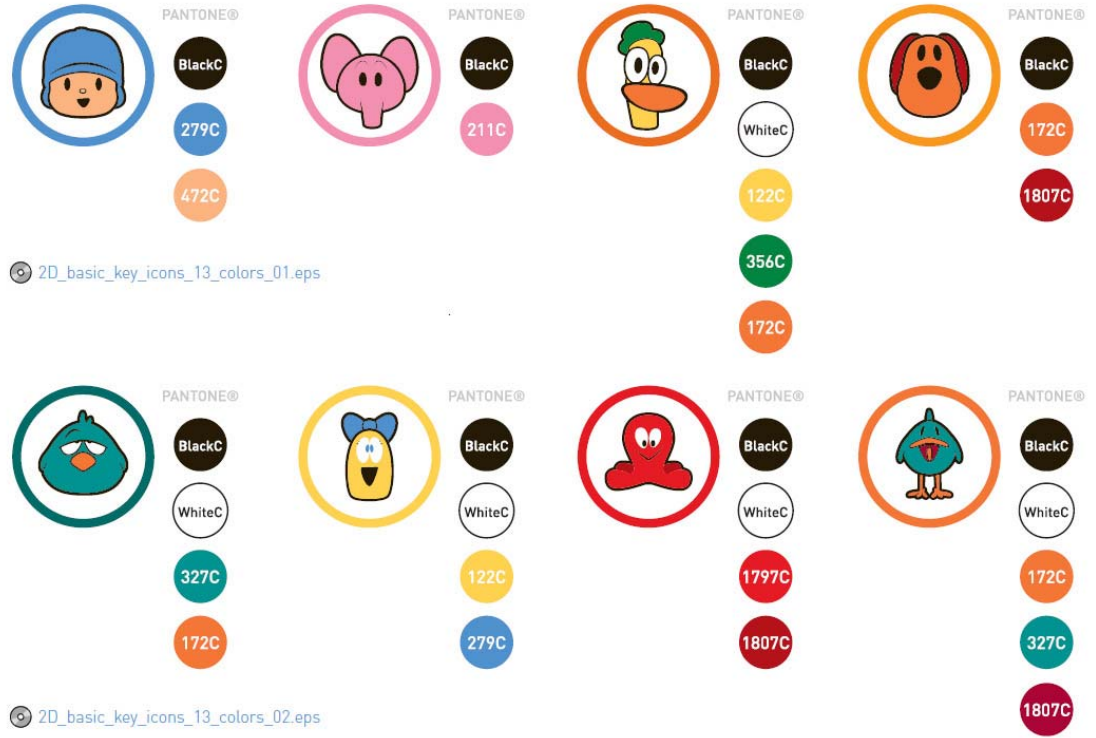
**Resim 47:** 2 Boyutlu görsel örneği 8

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 177



#### 4.1.12. İkonlar

Yardımcı tasarım elemanları olarak belirlenen ikonlar ve renk kodları bu bölümde sunulur.



**Resim 48:** İkonlar

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 182

#### 4.1.13. Paketleme Standartları

Her türlü ürün paketlemesine uyabilecek bir ya da birkaç çeşit paketleme standardı belirlemek, hem karakter için hazırlanacak ürünlerin sunumunda bütünlük, hem de karakterin kurumsal kimliğinin korunmasını sağlar. Bu bölümde paketleme için kullanılacak logo ve görseller, varsa ölçüler ve kısıtlamalar ortaya konur.





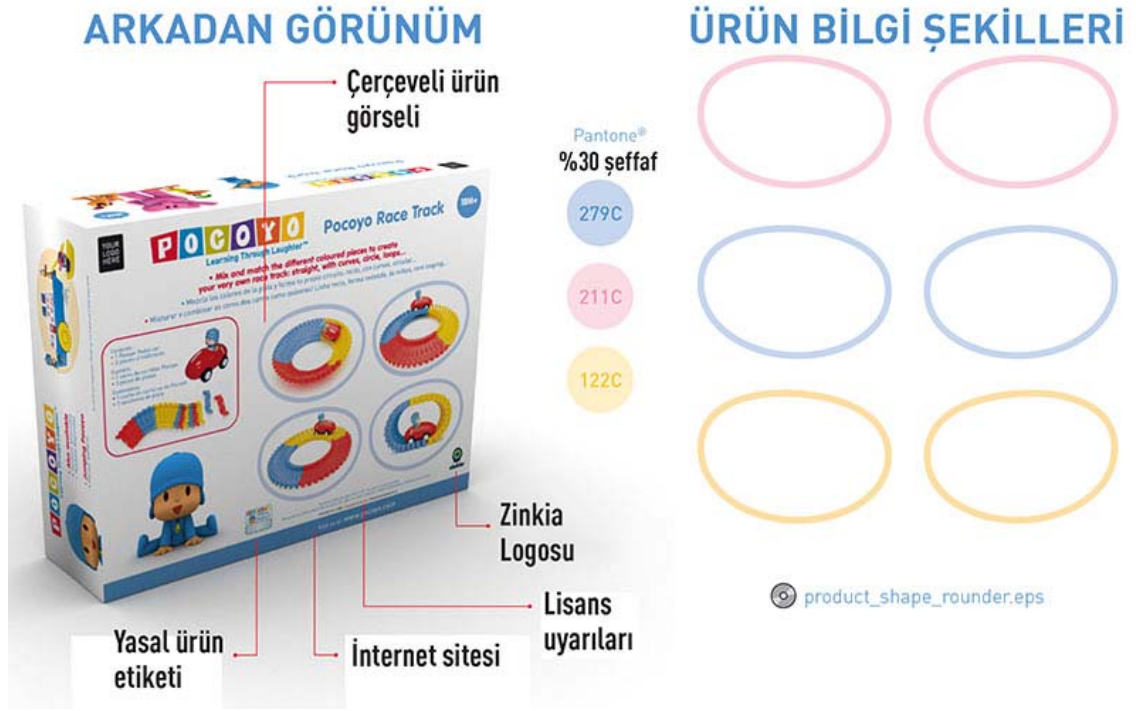
**Resim 49:** Açık paketleme örneği

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 188



**Resim 50:** Pencereli paketleme örneği

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 191



**Resim 51:** Kapalı kutu arkası paketlenme örneği

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 195

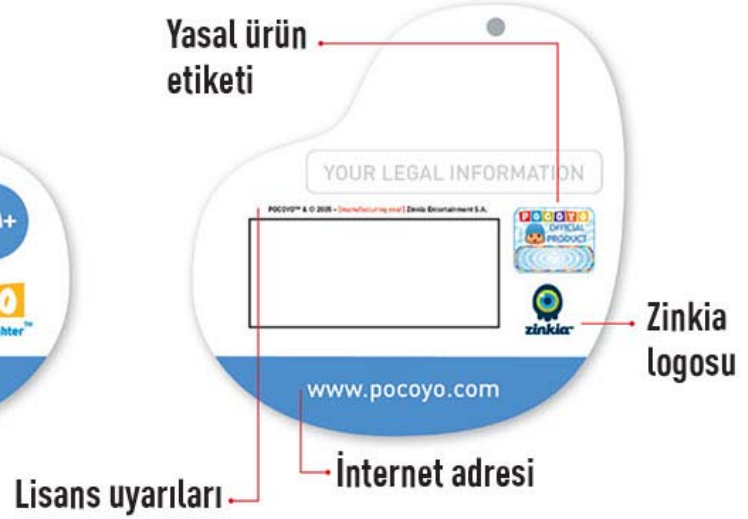
#### 4.1.14. Etiketler

Ambalaj tasarımlarında ürünler için ürüne iliştiirilecek, üzerinde yasal uyarılar, barkod ve kısa ürün açıklaması olan etiket standartları bu bölümün konusudur.

## ÖNDEN GÖRÜNÜM



## ARKADAN GÖRÜNÜM



**Resim 52:** Etiket örneği

**Kaynak:** Pocoyo Style Guide, 2011: 200

### 4.1.15. Yasal yazılar.

Lisans veren ya da alan firmanın kanuni olarak karakterin haklarını aldığına dair metin bu bölümde belirlenir. Ambalaj, etiket ya da ürün üzerinde bulundurulması zorunlu metinle birlikte lisans sahibi firmalar logolarının da yer almasını isteyebilir. Her türlü yasal metin bu bölümde ayrı ayrı, kısa ve uzun kullanım Resimleriyle açıklanır.

### 4.1.16. Tasarım ve Ürün onay süreci

Görsel kılavuz için son bölüm tasarlanan ürünün ve kutu, etiket, ses ya da görüntünün üretilmeden önce hak sahibi firma tarafından hangi yöntem ve şartlarla onay sürecine gireceği belirlenir. Onay sürecinde, belge ve örneklerin hazırlanması, lisans sahibi firmaya iletilmesi, düzeltmelerin nasıl yapılacağı ve süreç hakkında detaylı bilgi bu bölümün konusudur.

## SONUÇ

Hızla gelişen teknoloji ve iletişim, kültürler arası alışverişi aynı hızda artırmaktadır. Ülkemizde de çocuklar dış ülke kaynaklarından gelen çizgi film ve süper kahramanlarla yoğun bir kültür bombardımanı altındalar. Bu bombardıman alt kültürleri yavaş yavaş yok ederken, kültürleri de ortak bir paydada topluyor. Çocuklar için hazırlanan karakterlerle başlayan bu kültür ve yaşam biçimi selinin önünde durmak çok zor olsa da, ülke olarak kendimize ait karakterler oluşturarak kendi kültürümüzü de ileriye taşımamızdır.

Dünyada çizgi film için hazırlanmış binlerce karakter bulunmaktadır. Bu karakterlerin lisanslama ve ticari ürün olarak piyasaya çıkma aşamasında **Görsel Kılavuz** çok önemli bir yere sahiptir. Ürünleri tasarlayacak olan tasarımcının en büyük yardımcısı olan bu görsel kılavuzlar dikkatlice ve titizlikle hazırlanmalıdır. Günümüzde ticarileşme aşamasına gelmiş bir çok karakterin yeterli olmayan görsel kılavuzları tasarımcılar ve şirketler için sıkıntılar oluşturmaktadır.

Bu çalışma, yakın gelecekte karakter oluşturma sürecine girmiş ya da girecek olan kişi ya da kurumlara yol göstermesi için hazırlandı. İçerik anlamında pedagoglar ve çocuk eğitimi konusunda uzmanlarla ilerlenmesi gereken bu süreç içerisinde, bu çalışma biçim açısından nasıl bir yol izlemeleri gerektiği açıklamak için kaynaklar ve örnekler ışığında yardımcı olacaktır.

### **Çalışmanın kapsamı ve yöntemi**

Çalışma, medya dünyasında yayınlanabilecek bir karakter hazırlanırken, özellikle sanat açısından belirli bir kurallar oluşturmayı hedefliyor. Çalışma, şu an televizyon, dergi, gazete ve internet gibi medya ortamlarında yayınlanmakta olan karakterler göz önüne alınarak yapılmıştır. Uygulama örneği ise 2005 yılında İspanya'da Zinkia firması tarafından piyasaya sunulan Pocoyo karakteri olarak verilmiştir. Zinkia firmasında Maria Doolan ile görüşülmüş ve bu çalışmada kullanılmak üzere izin alınmıştır.

Renk, tasarım, iletişim, medya, animasyon ve çocuk konusunda kaynaklar taranmış, okumalar yapıldıktan sonra yazım aşamasına geçilmiştir.

### **Çalışmanın İçeriği**

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde iletişim, çizgi film ve çizgi film tarihi hakkında bilgiler içeri.

İkinci bölüm karakter ve lisans konusunda açıklamalar içerir. Dünyada ve ülkemizde çizgi karakterler ve bu karakterlerin lisanslarıyla ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

Üçüncü bölümde karakter hazırlama sürecinin biçim açısından neler içermesi gerektiğinden bahseder.

Dördüncü bölüm ise, Pocoyo karakteri için hazırlanan biçim kuralları “style guide” bölüm bölüm açıklanarak, karakterimizin kimliğinin korunması hakkında bilgiler verilmiştir.

### **Kısıtlamalar**

Çalışma sadece bilgisayar çıkışlı resim olan CGI karakteri Pocoyo ile ilgili yapılmıştır.

## **KAYNAKÇA**

### **KİTAPLAR**

- Becer, E. İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2008
- TURAN, Adnan, SANAT TERİMLERİ SÖZLÜĞÜ, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1995.
- PEMBECİOĞLU, N. Türk ve Dünya Sinemasında Çocuk İmgesi, Ebabil Yayınları, Ankara, 2006
- Becer, E. İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2008
- KILIÇ, L. Görüntü Estetiği. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları., 1994
- ÖZÖN N, Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü. T.D.K. Yayınları. No. 462, Ankara, 1981
- SELDES, G.The Lovely Art Magic, Oxford University Press, 1979.
- Lin, S. F. ve Thomas, G.V. Development of Understanding of Popular Graphic Art: A Study of Everyday Aesthetics In Children, Adolescents and Young Adults[Popüler Grafik Sanat Anlayışının Gelişimi: Çocuklar, Ergenler ve Genç Yetişkinlerle Günlük Hayattaki Estetik Üzerine Bir Çalışma]. International Journal of Behavioural Development. 2002
- GÜVENÇ Bozkurt. "Kültür Konusu ve Sorunlarımız" Remzi Kitabevi. Evrim Matbaacılık, İstanbul 1985.

## **TEZLER**

ERDEM, Pelin. 3-7 yas çocuklarının estetik algılarının gelişimi, Hacettepe Ün. Sağlık Bilimleri Enst. Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2010

AŐILIOęLU, Emre, Grafik Sanatçılarının Çocuk Kitaplarının Grafik Tasarımına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi, ANKARA ÜNİVERSİTESİ, EğİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ EğİTİMİN KÜLTÜREL TEMELLERİ ANABİLİM DALI, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2011

Topçuoğlu N N (2003) Çocuklara Yönelik Televizyon Reklâmlarında Aldatıcı ve Yanıltıcı Unsurların Analizi, Doktora Tezi, S. Ü. Sos. Bil. Enst., Konya.

## **DERGİLER**

İLHAN, A. Ç. Çocuk Kitaplarındaki Resimlerin Çocuğun Yaratıcılığına Etkisi. Yaşadıkça Eğitim, 36, 27-29. 1994

LICENSING BOOK sayı 11, 2011

## **MAKALELER**

ABACILAR, Feyza. Bir İllustrasyonda olması gereken fiziki özellikler, ISPARTA,2002

Köker, E. (2007). Popüler Kültür Bağlamında Günümüz Toplumlarında Çocukluğa Verilen Yeni Biçim Ve İşlev, Popüler Kültür ve Çocuk, Ahiöğlu, N. & Güney, N. (Yay. Haz.). Ankara: Dipnot Yay. s. 7-18.

## **İNTERNET**

<http://aerogrammestudio.com/2013/03/07/pixars-22-rules-of-storytelling/>

<http://www.msxlabs.org/forum/iletisim-bilimleri/79782-medya-nedir-medya-hakkinda.html#ixzz2dS6W5cTs>

<http://itsallaboutrhythm.wordpress.com/2011/08/06/zoetrope/>

<http://www.bleedingcool.com/2012/12/28/france/>

<http://epmcom.com> Ira Mayer, The Licensing Letter



## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI : Hamdi Arslan  
DOĞUM YERİ VE TARİHİ : Seydişehir 19.02.1970  
MEDENİ HALİ : Evli  
E-MAIL : hamdiarslan@yahoo.com  
ADRES (EV) : Namık Kemal Mah. Cengiz Topel Cad.  
Arkadaş Sokak No:21/7 Ümraniye / İSTANBUL  
ADRES (İŞ) : Emek Mah. Atatürk Cad. Baraj Yolu No:4  
Sancaktepe / İSTANBUL  
Tel (Gsm) : 0 554 473 49 28  
Tel (İş) : 0 216 520 17 40

### EĞİTİM DURUMU

İlkokul 1976 - 1981 : Keçimuhsine Köyü İlköğretim Okulu  
Lise 1981 – 1989 : Ankara Atatürk Anadolu Lisesi  
Lisans 1990– 1996 : Çukurova Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü  
Yüksek Lisans 2011- : İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler  
Enstitüsü, Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı,  
Grafik Tasarım Programı

YABANCI DİL : İngilizce

### İŞ TECRUBESİ

2005-2013 : Dünya Pazarlama A.Ş. Sanat Yönetmeni  
1999-2005 : Sahinler Holding A.Ş. Grafiker