

PAPER DETAILS

TITLE: ÇIZGI ROMAN ESTETİĞİNİN AMBALAJ TASARIMINDA KULLANIMI

AUTHORS: E Nilüfer ÜSTÜNDAG

PAGES: 511-522

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3218658>

ÇİZGİ ROMAN ESTETİĞİNİN AMBALAJ TASARIMINDA KULLANIMI¹

Doç. Dr. E. Nilüfer ÜSTÜNDAĞ²

ÖZET

Çizgi Roman estetiğı, görsel öğelerin metinler ile birleştirilerek anlatıldığı edebi bir türdür. Genellikle seri halinde yayımlanır ve birçok farklı türü bulunmaktadır. Karakterlerin ve hikayelerin gelişimini takip etmek için sıralı panellerden oluşur. Bu panellerde çizimler, konuşma balonları ve anlatıcı metinlere yer verilir. Will Eisner, 1985 yılında çıkardığı kitabında çizgi roman kavramını; Ardışık Sanat (Sequential Art) olarak adlandırmıştır. Çizgi roman, çocuklardan yetişkinlere kadar her yaştan insana hitap eder ve genellikle popüler kültürün bir parçası olarak kabul edilir. Edebi tür olarak gelişen çizgi roman estetiğı, süreç içerisinde farklı uygulama alanlarında yer almıştır. Bu uygulamalardan biri de özellikle genç tüketicileri hedefleyen ürünler için etkili bir pazarlama stratejisi olarak görülen ambalaj tasarımlarıdır. Markalar, ambalaj tasarımında çizgi roman estetiğini kullanarak, görsel olarak çekici, hareketli, eğlenceli, tüketici ile pozitif bağ kuran bir iletişim amaçlamaktadır. Ayrıca çizgi roman tekniğinde var olan tipografik ve imgesel anlatım; ürünün içeriğı, özellikleri ve faydaları hakkında tüketiciye yaratıcı anlatımlar sunabilir. Bu araştırma kapsamında farklı sektörlere ait markaların ambalaj tasarımlarında çizgi roman estetiğini nasıl kullandığı, hedef kitle ile nasıl bir iletişim sağladığı açığa çıkarılmaya çalışılacaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden betimsel içerik analizi yöntemi kullanılarak çizgi roman estetiğinin ambalaj tasarımında nasıl bir rol oynadığı açıklığa kavuşturulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Marka, Grafik Tasarım, Ambalaj Tasarımı, İllüstrasyon, Çizgi Roman

¹ Bu makale 20-22 Mayıs 2023 tarihleri arasında düzenlenen ASEAD 11. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu'nda sunulan bildiriden geliştirilmiştir.

² İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0001-6212-2394, eminenilufer.ustundag@ikcu.edu.tr
Araştırma Makalesi/Research Article, Geliş Tarihi/Received: 19/06/2023–Kabul Tarihi/Accepted: 28/07/2023

USE OF COMIC AESTHETICS IN PACKAGING DESIGN**Assoc. Prof. E. Nilufer USTUNDAG****ABSTRACT**

Comic Book aesthetics is a literary genre in which visual elements are combined with texts and explained. It is usually published in serial form and there are many different types. It consists of sequential panels to follow the development of characters and stories. In these panels, drawings, speech balloons and narrative texts are included. Will Eisner, in his book published in 1985, called the concept of comic books; Sequential Art (Sequential Art). The comic book appeals to people of all ages, from children to adults, and is often considered a part of popular culture. Comic book aesthetics, which has developed as a literary genre, has taken place in different application areas in the process. One of these applications is packaging designs, which are seen as an effective marketing strategy for products aimed specifically at young consumers. By using comic book aesthetics in packaging design, brands aim to communicate visually attractive, moving, entertaining, and establishing a positive connection with the consumer. In addition, the typographic and imaginative expression that exists in the comic book technique can offer creative expressions to the consumer about the content, features and benefits of the product. Within the scope of this research, it will be tried to reveal how brands belonging to different sectors use comic book aesthetics in packaging designs, how they provide communication with the target audience. In the research, it will be tried to clarify how comic book aesthetics plays a role in packaging design by using descriptive content analysis method, one of the qualitative research methods.

Keywords: Brand, Graphic Design, Packaging Design, Illustration, Comic Book

GİRİŞ

Tüm sanat dalları kendilerine uygun bir anlatım dili benimsemekte ve bu dil aracılığıyla izleyiciye ulaşmayı hedeflemektedir. Günümüzde yaygın olarak üretilen çizgi romanlar, insanların kendilerini ifade etmek için kullandığı en eski resimsel aktarım yöntemlerinden biri olarak tanımlanmaktadır. Hem göze hitap eden görselleriyle hem de düşüncelerin aktarımını sağlayan metinlerle hafızayı canlandırma yeteneğine sahiptir. Bu yönleriyle zengin içeriğe sahip olan çizgi romanlar, bir konunun aktarılmasında kullanılan ifade aracı olarak yüzyıllardan beri tercih edilmiştir.

Günümüzde popüler sanat türlerinden biri olarak kabul edilen çizgi roman estetiği, sadece kitap kavramı içinde varlığını sürdürmemiş, ifade aracı olarak grafik tasarım disiplinlerinin farklı alanlarında da uygulama alanı bulmuştur. Bu alanlardan biri de ambalaj tasarımlarıdır. Bir ürünün dikkat çekmesi, markanın imajını yansıtması, tüketici üzerinde olumlu bir etki bırakması açısından ambalaj tasarımları büyük öneme sahiptir. Bu noktada ambalajın markanın içeriği ile bağlantılı bir tasarım dilinde, dikkat çekici anlatımlarla oluşturulma gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Çizgi roman estetiğinde, diğer tüm sanatsal ifade biçimlerinde olduğu gibi okuyucuya veya hedef kitleye iletilen bir dil bulunmaktadır.

Çizgi romanlardaki anlatsal ifadede, hem görsel hem de metinsel unsurlar içermektedir. İnsanlar, zihinlerine aldıkları her türlü bilgiyi çizgi romanlardaki panellerden oluşan bir hikaye ağına kaydetme eğilimindedir. Bu nedenle günümüzde birçok okuyucu, düz yazı yerine hem yazı hem de görsel unsurlardan oluşan grafik dili tercih etmektedir. Bu bağlamda çizgi roman estetiği, ambalaj tasarımlarında kullanılabilecek yaratıcı yöntemlerden biri olarak ön plana çıkmaktadır.

Çalışmanın amacı, ambalaj tasarımlarında anlatı biçimi olarak çizgi roman tekniğinin kullanımı hakkında bilgi vermektir. Araştırma, literatür tarama yöntemi ile internet ve kütüphane kaynaklarından elde edilen verilerle sınırlıdır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda çizgi roman estetiği kullanılarak oluşturulmuş ambalaj tasarımları tespit edilmiş ve çalışmanın sonuçları bu alanda çalışacak tasarımcılara yol göstermesi amacı ile paylaşılmıştır.

1. ANLATI BİÇİMİ OLARAK ÇİZGİ ROMAN ESTETİĞİ

Latince kökenli “anlatı” kelimesi; “başka birine bir şeyin olduğunu anlatmak” olarak tanımlanmaktadır (Metz, vd., 2007). Bazı eleştirmenler çizgi roman estetiğini; sanat ve edebiyatın melez bir biçimi olarak iddia ederken, diğerleri çizgi romanların yeni ve ayrı sanat olduğunu; resimlerin sadece tasvir edilmediğini, hikaye anlatımının bir parçası olarak metin ve görselin bir bütün olarak uygulandığını belirtmişlerdir.

1900’lü yılların başlarından itibaren kullanılan, geniş okuyucu kitlelerine ulaşmayı başaran çizgi romanlar; günümüzde de popülerliğini koruyan etkin anlatım biçimlerinden biri olarak varlığını sürdürmektedir. Bu başarının temelinde çizgi roman anlatı biçiminde, görsel ve yazınsal unsurların yatması büyük önem taşımaktadır. Alan Moore’a göre çizgi romanın tarihsel süreçte kalıcılığını sağlayan en önemli yanlarından biri; beynin her iki bölümünü de harekete geçiren bir mecra olmasıdır (Aktaran Erdem ve Erdem, 2005). Çizgi romanda hikaye; görsel ve metinle harmanlanarak okucuya sunulmaktadır. Görsellerin sözcüklerle iç içe geçirilerek bir araya getirildiği tek bir ortamda sunulması, anlatılanların hafızada kalıcı ve etkileyici bir şekilde iletilmesine katkı sağlamaktadır. Çizgi roman, resim ve edebiyat gibi güçlü anlatı yöntemlerini sadece benimsemekle kalmamış, onları kendine özgü bir şekilde birleştirerek orijinal bir anlatı yöntemi oluşturmuştur.

Resimle hikaye anlatma biçimi olarak ifade edilen çizgi romanı; usta yazar ve çizer Will Eisner, tanımlarken “Ardışık Sanat” tabirini kullanmış, “resimlerin veya görüntülerin ve kelimelerin sıralanmasıyla bir öyküyü anlatma veya bir fikri canlandırma amacı güden, sanatsal ve yazınsal bir form, yaratıcı bir ifade biçimi, özel bir disiplin” olarak açıklamıştır (Eisner, 2000: 5). Çizgi roman yazarı, çizeri ve eleştirmeni olan Scott McCloud ise; “bilgi iletmek veya izleyicide estetik bir tepki oluşturmak amacıyla planlı bir sıralamaya göre düzenlenmiş resimsel ve diğer görseller” olarak yorumlamıştır (McCloud, 1993: 9). Çizgi roman tanımları incelendiğinde bazı araştırmacıların “basılı bir anlatım biçimi” olarak tanımladığı görülmüştür.

Ancak günümüzde teknolojinin ve yeni medya ortamlarının ilerlemesiyle birlikte çizgi romanın sadece basılı bir formda kalmadığı görülmektedir. Çizgi romanlar, çeşitli platformlardan ve internet ortamından basılı yayına ihtiyaç duymadan okunabilmektedir. Dijital teknolojilerin etkisiyle çizgi romanlar sadece baskı kitap formatında değil, etkileşimli unsurlar barındıran veya animasyon gibi izlenebilen hareketli hale de dönüşmüştür. El ile üretim sürecine sahip olan çizgi romanlar, dijital çizim tekniklerinin ve baskı sektörünün ilerlemesiyle birlikte analog araçların yerini elektronik ürünler almıştır. Günümüzde kağıda aktarımı sağlanmadan direk dijital ortamda çizilip, dijital ortamda paylaşılan motion comics, web comics, online comics, internet comics adlarında çizgi roman türleri bulunmaktadır (Altunoğlu, 2016: 178).

Grafik sanatlar, resimsel dizgeler aracılığıyla süreklilik, bilimsel bir işleyiş veya edebi bir konuyu ifade ederek doğrudan bilginin görselleşmesini sağlar. Yazılı metin olmadığı durumlarda bile ardışık görsel formlar, izleyiciye mesaj iletebilir. Çizgi roman estetiği de okuyucunun anlamlandırması gereken kendine özgü bir ritim ve anlamı olan karmaşık görüntüler barındırır. Çizgi roman görseli, resmin anatomisi, renkleri, kompozisyonu gibi teknik ve biçimsel özellikleri kullanarak kendine özgü bir dil geliştirmiştir. Kullanılan biçimler ve renkler, diğer görsel sanat disiplinlerinde olduğu gibi, ait oldukları coğrafya ile ilişkili özellikler taşıırken, aynı zamanda kendi benzersiz dilini barındırır. Bu bağlamda, yüksek resim sanatından bağımsız olarak, tamamen çizgi romana özgü bir biçim dili olduğunu söylemek mümkündür (Yurtkulu Yılmaz, 2011: 11).

Çizgi romanlar, tıpkı illüstrasyonlardaki gibi resimsel etkilerle konuların kolay algılanabilmesinin yanında hayal gücünü etkileyip, metinlerin hızlı ve eğlenceli bir şekilde okunmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle çizgi romanların kavramaya kolaylık sağladığı ve öğrenmeye katkısı olduğu da düşünülebilir. Çizgi romanın yapısal özellikleri, hikayenin akıcılığını sağlamak ve doğru grafik görselliğini yakalamak açısından büyük önem taşımaktadır (Özyiğit, 2010). Bu sebeple çizgi romanın yazınsal ve görsel özelliklerini doğru çözümlemek gerekmektedir.

2. ÇİZGİ ROMANIN YAPISAL VE BİÇİMSEL ÖZELLİKLERİ

Çizgi romanın yapısal ve biçimsel özellikleri, bu sanat formunun anlatım gücünü ve etkisini belirleyen önemli unsurlardır. Bu özelliklerin başında görsel anlatım gücü gelmektedir. Çizgi romanlar görsel bir anlatım biçimi olduğu için, resimlemelerin gücünden yararlanır. Görsel unsurlar; duyguları ifade etme, atmosfer yaratma ve hikâyenin anlaşılmasını kolaylaştırma gibi önemli işlevlere sahiptir. Bu nedenle, çizgi romanın görsel anlatımı etkili bir şekilde kullanması, okuyucunun deneyimini derinleştirir ve hikeyeyi daha çekici hale getirir.

Çizgi romanın görsel boyutu, öyküye ait unsurların resimler kullanılarak ifade edilmesini ve bu görsellerin sayfa içindeki yerleşimini ele alır. Bağımsız bir grafik anlatım ögesidir. Çoğu çizgi romanda, resimlerin içine yerleştirildiği çerçeveler genellikle “kare” veya “panel” olarak adlandırılır (Robyn, 2012: 54).

Bu panellerin boyut ve yerleştirme seçimleriyle oluşturulan kompozisyonlar, hikâye akışının sürekliliğini ve izlenebilirliğini sağlar. Farklı boyutlarda ve şekillerde tasarlanan paneller, içerdikleri resimlere farklı ölçüler kazandırarak genel görünümü monotonluktan kurtarır. Hareketin sürekliliği, karakterler aracılığıyla sağlanır. İnsan figürleri ve yüz ifadelerinin doğru bir şekilde yansıtılması, konuşma olmayan panellerde bile karakterlerin duygularını ve düşüncelerini aktarmada rol oynar (Özyiğit, 2010). Sayfa düzeni ise panellerin bir araya getirildiği düzenlemeyi ifade eder. Doğru panel seçimi ve sayfa düzeni, okuyucunun görsel olarak akışı takip etmesini sağlar ve hikayenin etkileyici bir şekilde aktarılmasına katkıda bulunur.

Panel veya tek bir görüntü zamanda hareket etme yetisinden yoksundur. Bunun aktarılabilmesi için sekans kullanılır. Ardışık paneller arasındaki geçişler sekans olarak tanımlanır. Çizgi romanda iletişim kurulabilmesi için resimden farklı bir olarak zaman boyutu yaratılır. Okuyucu panelden panele hareket ederek anlatıda zamanı devam ettirir. Sekanslar farklı şekillerden inşa edilebilir. Başlıca sekans türleri arasında; andan ana, konudan konuya, harekettten harekete, sahneden sahneye, bakış açısından bakış açısına ve bağımsız / ilgisiz olarak çeşitlendirilebilir. Tüm bu sıra tipleri için göz ardı edilmemesi gereken nokta şudur: “İki görüntü birbirinden ne kadar farklı olursa olsun, paneller arasındaki boşlukta işleyen kimya, en zıt kombinasyonlarda bile anlam veya duyguyu bulmamızı desteklemek için çalışır” (McCloud, 2011: 73).

Olay akışını, karakterlerin duygularını, düşüncelerini ve söylediklerini, zamanı ve mekânı doğru bir şekilde ifade etmek için çizgi romanda kullanılan metinler dört ayrı başlık altında toplanabilir (Özyiğit, 2010). Bunlar; konuşma balonları, kutu yazıları, nesneler üzeri yazı kullanımı ve yazınsal efekt (ses efektleri)dir. Konuşan karakterlere kuyruk biçiminde bağlantılanan ve genellikle beyaz zeminli dairesel formlardan oluşan konuşma balonları; diyalog ve düşüncelerin aktarılması için kullanılan alanlardır. Bu alanlar aracılığıyla, görsel ve yazınsal karmaşanın önüne geçilmesini sağlar (Özyiğit, 2010: 44). Kutu yazıları; dikdörtgen veya kare şekilli yazılar aracılığıyla, hikâyenin başlangıcı yapılarak konuya dahil olunabilir, karakterlerin tanıtımı gerçekleştirilebilir, duygusal durumlar hakkında açıklamalar yapılarak iç içe geçmiş görsel ve yazınsal bir anlatım oluşturulabilir, aynı zamanda mekân ve zaman hakkında bilgi aktarımı yapılabilir. Nesneler üzerinde yazı kullanımında ise yazının günlük hayattaki kullanımıyla ortak özellikler taşır. Bu durumu daha iyi anlatmak için, yol tabelalarındaki yazılar veya gazete ve dergi isimlerinin çizilen nesnelerin üzerine eklenmesi örneği verilebilir. Resim ve yazı bu şekilde bir arada sunulur ve tek bir anlatım unsuru olarak temsil edilir (Özyiğit, 2010: 46). Yazınsal efekt (ses efektleri) ise; cansız nesnelere veya karakterlere ait sesler, yazınsal ses efekti olarak ifade edilir. Bu efektler genellikle karelerin içine serbestçe yerleştirilir ve karelerin veya konuşma balonlarının dışında tutulur (Kireççi, 2008).

3. YÖNTEM

Araştırma yöntemi olarak sosyal bilimler araştırma yöntemlerinden olan betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Betimsel içerik analizi yöntemi, belirli bir konuda ya da alanda birbirinden bağımsız olarak oluşturulan nitel ve nicel çalışmaların araştırılıp düzenlenmesi olarak özetlenebilir. Bu yöntem ile ilgili konu ya da alandaki genel eğilimler belirlenmektedir. Bu araştırma, nicel yönetime göre yüzeysel gerçekleştirilerek, genellikle mevcut durumları ortaya koymak amacıyla belirli zaman diliminde grupların durumlarını ifade etmek adına pek çok örnekle yapılmaktadır. Elde edilen veriler yazılı ve görsel dökümanlar toplanarak, içerik analizi ile ele alınıp değerlendirilmektedir (Yalçın ve Bahar, 2019). Bu yöntemde elde edilen sonuçların, hedeflenen konulara dönük olarak gelecekte planlanan çalışmalara rehberlik etmesi amaçlanmaktadır (Ültay, vd. 2021). Araştırmanın kapsamını ambalaj tasarımları oluşturmaktadır. Örneklemi ise çizgi roman tekniği kullanılarak oluşturulmuş ambalaj tasarımlarıdır.

4. GÜNCEL AMBALAJ TASARIMLARINDA ÇİZGİ ROMAN ESTETİĞİ

Ambalaj, içindeki ürünü korumak amacıyla farklı malzemelerden yapılan bir kutudur. Büyük paketler, sandıklar ve kutular gibi tüm ürünleri içine alarak tek bir yapı haline getiren genel bir terimi ifade eder (Becer, 2017). Ambalaj, sadece ürünü korumakla kalmaz, aynı zamanda reklamını yapar ve satışını gerçekleştirir; bu nedenle bir satış tekniği olarak da kabul edilir (Erdal, 2019). Ambalajın, ürünü dış etkilerden koruma, kolaylık sağlama, tutundurma, bilgi verme, ürün imajını etkileme, ürün fiyatını ayarlama gibi görevleriyle birlikte, tasarımı aracılığıyla tüketiciyle iletişim kurma gibi bir misyonu vardır (Kuru ve Ceylan, 2019).

Marka-tüketici ilişkisi, bir tasarım sürecinin başlangıç ve bitiş noktasıdır. Tasarımcının başarılı bir müşteri ilişkisi kurabilmesi için araştırma sürecinin bir parçası olarak görev alması gerekmektedir. Başarılı markalar, satın alma davranışlarını anlamaya yönelik bilgilere dayanmak yerine, insanların neden böyle bir satın alma eylemi gerçekleştirdiğini anlamayı tercih etmektedirler (DuPuis, 2011: 44). Şirketler, tasarımın pazarlamadan daha büyük bir rol oynamasına yönelik farkındalığı arttırmışlardır, çünkü yaratıcı ambalajlar ve marka kimlikleri satın alma sürecinde olumlu bir etki göstermektedir. İlk teması tüketiciyle kuran ve markanın temel kimliğini anlatan ambalaj, en önemli rolü üstlenmektedir. İyi bir ambalaj tasarımı, ürüne olan ilgiyi beklenmedik derecede artırabilir. Sonuç olarak, ürün satın alan insanların %100'ü, aldıkları ürünle ambalaj aracılığıyla iletişim kurmuş olurlar.

Ambalaj tasarımında anlatı biçimi olarak farklı uygulama teknikleri kullanılmaktadır. Bu uygulama tekniklerinden biri de çizgi roman tekniğidir. Ambalaj tasarımında anlatı biçimi olarak çizgi roman estetiğini kullanan markalardan biri Harry's firmasıdır. Harry's, traş ekipmanı ve erkek kişisel bakım ürünlerini çevrimiçi ve perakende kanallar aracılığıyla satan Amerikan bir şirkettir. Markanın satış ürünleri arasında "Mystery Items" isimli bir ürünü de bulunmaktadır.

Marka, mevcut ürünlerinden ya da henüz satışa çıkarılmamış ürünlerinden bir seçki yaparak müşteriye “Mystery Items” kategorisinde sunmaktadır. Müşteri ürünü alırken ambalajın içinde markanın hangi ürünlerinin olduğunu bilmemektedir. (bkznz. Görsel 1)



Görsel 1: Harry's Firması “Mystery Items” Ürünü Ambalaj Tasarımları

Markanın ambalaj tasarımı incelendiğinde çizgi roman tekniği ile oluşturulduğu görülmektedir. Ambalajda, 20. yüzyılın en tanınmış Amerikan reklam karakterlerinden biri olan “Bazooka Joe” kullanılmıştır. Firma, bir grup kaşif tarafından gerçekleştirilen hazine avlarıyla ilgili hikayeleri beş panel üzerinde yaratarak, ambalaj tasarımları için Bazooka Joe stilini kullanmıştır. Ambalaj tasarımında illüstratör Janne Iivonen ile çalışılmıştır. Ambalajda yaratılan keşif hikayesi çizgi roman tekniği kullanılarak tüketiciye aktarılmaya çalışılmış, tüketicinin macera duygusuyla ürün ile ilişki kurmasına yardımcı olmak hedeflenmiştir. Böylelikle ürününün amacı ve ambalajı arasında eğlenceli bir bağlantı oluşturulmuştur. Harry's, markanın kuruluşundan bir yıl sonra, 2018’de “Mystery Item” ürününü çevrimiçi satışa dahil etmiştir. Ürün kısa bir süre içerisinde markanın ikinci en popüler ürünü haline gelmiştir (Han, 2019). (bkznz. Görsel 2)



Görsel 2: Harry's Firması "Mystery Items" Ürünü Ambalaj Tasarımları

Avusturyalı reklam ajansı The Creative Method'da kendi kurumu için çizgi roman tekniği kullanarak bir ambalaj tasarımı oluşturmuştur. Ajans, stüdyonun farklı düşünme yeteneğini hatırlatmayı, anında etki yaratan ve göze çarpan bir etiket oluşturmayı hedeflemiştir. Ayrıca tasarım ajansı, yıl sonu partisini hatırlatacak bir şarap ambalajı geliştirmeyi de amaçlamıştır. Etikete "Kutsal Su" ismi verilmiştir. Her bir personelin fotoğrafı çekilerek hikayenin karakterlerine dönüştürülmüş, anlatı geleneksel bir korku kitabı tarzında hayata geçirilmiştir (Sanchez, 2012). Hikayede, karakterlerin kutsal su ile yaptığı deneyleri ve feci sonuçları anlatmaktadır. Çizgi roman tekniği ile oluşturulan şişelerin her biri iki sayfa içermektedir. Setin tamamı toplam altı sayfadan oluşmaktadır. (bknz. Görsel 3)



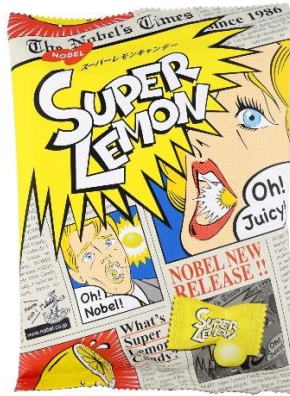
Görsel 3: The Creative Method, Holly Water Ambalaj Tasarımı

Porvaz konserveleri, ambalaj tasarımında çizgi roman tekniği kullanan bir başka firmadır. Proimaxe ajansı tarafından, çizgi roman anlatım diliyle oluşturulan ambalaj tasarımında; Galiçya kabuklu deniz hayvanlarını toplama ve derleme süreci anlatılmaktadır. Ajans ürün ambalajında çizgi roman estetiğini kullanarak sektörde bir farklılık yaratmayı hedeflemiştir. Çizimler geleneksel renklendirme ile oluşturulmuş, ambalajın ön yüzü dört panel, yan yüzleri iki panel olacak şekilde kurgulanmıştır. Konuşma balonlarının da yer aldığı anlatım siyah beyaz tasarlanmış, markanın ismi ve bilgileri renkli olarak çözümlenmiştir. Böylelikle çizgi roman anlatımı ile marka bilgisi arasında farklılık yaratıp, kompozisyonda markaya vurgu sağlanmıştır. (bkznz. Görsel 4)



Görsel 4: Proimaxe, Porvaz Konserveleri Ambalaj Tasarımları

Araştırma kapsamında incelenen ambalajlardan biri de Nobel markası tarafından üretilen “Super Lemon” isimli şeker ambalajıdır. Ambalaj tasarımı incelendiğinde uygulama yaklaşımı olarak Pop Art tarzında illüstrasyonlar kullanıldığı ancak kompozisyonda çizgi roman yerleşim stillerinden ilham alındığı görülmektedir. Tüketicilerin “super lemon” şekerlerini yediklerinde deneyimlerinin nasıl olacağı eğlenceli bir anlatımla betimlenmiştir. (bkznz. Görsel 5)



Görsel 5: Nobel - Super Lemon Ambalaj Tasarımı

Ambalaj tasarımlarında çizgi roman estetiğini kullanan markalardan biri de Norveç merkezli gıda şirketi Tine'dır. Çeşitli süt ürünleri, peynirler, yoğurtlar ve içecekler gibi ürünleriyle tanınan markanın süt ambalajlarında çizgi roman tekniği kullandığı görülmektedir. Yılın büyük bir bölümünde süt kartonlarının üzerinde bölgedeki mandıralardan manzaralar içeren fotoğraflar, paskalya döneminde yerini çizgi roman anlatımlarına bırakmaktadır. Markanın çizgi roman anlatımı, kara suç türünde romanlarıyla bilinen Gunnar Staalesen ile işbirliği içinde yaratılmış, çizimleri Arlid Midthun tarafından tamamlanmıştır (Familie, 2015). Çizgi roman tekniği ile oluşturulan anlatımda üç hikayeye yer verilmiş, paneller ambalajın tüm yüzeylerinde uygulanmış, markanın logosunu tedit etmeyecek şekilde konumlandırılmıştır. (bkznz. Görsel 6)



Görsel 6: Tine, Karton Süt Ambalajları

SONUÇ

Çizgi roman, çocuklardan yetişkinlere kadar her yaştan insana hitap eder ve genellikle popüler kültürün bir parçası olarak kabul edilir. Edebi tür olarak gelişen çizgi roman estetiği, süreç içerisinde farklı uygulama alanlarında yer almıştır. Bu uygulamalardan biri de özellikle genç tüketicileri hedefleyen ürünler için etkili bir pazarlama stratejisi olarak görülen ambalaj tasarımlarıdır. Ambalaj tasarımında güçlü bir anlatım tekniği olarak kullanılan çizgi romanlar, hikayeleri görsel ve metinsel unsurların birleşimiyle okuyucuya sunar. İncelenen ambalaj tasarımı örneklerinde de görüldüğü gibi, çizgi roman estetiğinin yapısında var olan panel, konuşma balonları, metin kutuları, sıralama ve kompozisyon gibi unsurların hepsine ambalaj tasarımlarında da yer verildiği saptanmıştır. Çizgi romanın kitap yapısında var olan anlatım dilinin ambalaj tasarımında da aynı şekilde devam ettiği görülmüştür.

Araştırma kapsamında incelenen örneklerde, çizgi roman estetiğinin ambalaj tasarımlarında kullanılarak ürünlerin hikayesini anlatmak, marka imajını güçlendirmek ve tüketicilerle etkileşim sağlamak için yaratıcı bir yöntem oluşturulmaya çalışıldığı saptanmıştır.

Çizgi roman tekniği ile ambalajın sadece koruma aracı olmanın ötesine geçilerek ürünü benzersiz kılabilceği ve tüketiciye özel bir deneyim sunabileceği anlaşılmıştır. Ambalaj tasarımında yer verilen çizgi roman tekniği ile ürünün karakterinin ve hikayesinin vurgulanabileceği görülmüştür. Ambalaj tasarımı üzerinde yer alan karakterler aracılığıyla ürünün kullanımının ve marka kimliğinin aktarılabilceği tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Altunoğlu, S. (2016). Türkiye’de Bilimkurgu Çizgi Romanın Geleceği. Sanat Yazıları. 35, 177-193.
- Becer, E. (2017). Ambalaj Tasarımı. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- DuPuis, S. (2011). Package Design Workbook: The Art of Science of Successful Packaging. ABD: Rockport Publishers.
- Eisner, W. (2000). Comics & Sequential Art, Florida: Poorhouse Press.
- Erdal, G. (2019). Ambalajda Etkili Tasarım. International Journal of Humanities and Research, 3 (2), 10-18
- Familie, D. (2015). Norwegian Food: Melk. <https://www.notesfromnorge.com/2015/02/07/norwegian-food-melk-healthy-food-5/> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).
- Han, S. (2019). Comic strip on Harry’s packaging foreshadows mystery item inside. Deezen. <https://www.deezen.com/2019/07/31/mystery-item-harrys-graphic-design-packaging/> (Erişim Tarihi: 10.05.2023).
- Erdem A. & Erdem E (2005). Alan Moore’la Çizgi Roman ve Cemiyet Hakkında, Serüven Çizgi Roman Araştırmaları Dergisi, 6, 13-16.
- Kireççi, Ümit. (2008). Önce Yazı Sonra Çizgi Çizgi Roman Senaryosu. İstanbul: Crea Yayınları.
- Kuru, A. Ç., ve Ceylan, H. B. (2019). Sağlıklı Ürün Tercihinde Ambalaj Tasarımlarının Satın alma Davranışlarına Etkisinin İncelenmesi. Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (16), 49-68.
- Metz, D.; Klassen, S.; McMillan, B.; Clough, M.; Olson, J. (2007). Building a foundation for the use of historical narratives. Science & Education (16), 313-334.
- Mccloud, S. (1993). Understanding Comics: The Invisible Art, New York: Kitchen Sink Press
- Mccloud, S. (2011) Making Comics Storytelling Secrets Of Comics, Manga And Graphic Novels, New York: Harper
- Özyiğit, C. (2010). Tüketim Mallarında Çizgi Roman Kahramanlarının Kullanılmasının Marka Bilinirliğine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir
- Robyn, C. (2012) Drawing Comics Lab: 52 Exercises On Characters, Panels, Storytelling, Publishing & Professional Practices [Elektronik Sürüm]. Beverly: Quarry Books.
- Sanchez, J. (2012). Holy Water. Dieline. <https://thedieline.com/blog/2012/12/6/holy-water.html/> (Erişim Tarihi: 13.03.2023).
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (10), 188-201.
- Yalçın, M., ve Bahar, O. (2019). Seyahat Acentelerinin Web Sitelerinin Betimsel Analizi Ve Tüketici Değerlendirmesi. Opus International Journal Of Society Researches, 11(18), 286-320.

Yurtkulu Yılmaz, E. (2011) Modern Mitoloji Üretiminde Fantastik Franco-Belge Bd (Çizgi Roman), Sanatta Yeterlik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Ana Sanat Dalı, İzmir

GÖRSEL KAYNAKÇA

- Görsel 1: <https://www.dezeen.com/2019/07/31/mystery-item-harrys-graphic-design-packaging/>
Görsel 2: <https://www.dezeen.com/2019/07/31/mystery-item-harrys-graphic-design-packaging/>
Görsel 3: <https://packagingoftheworld.com/2012/09/holy-water-label.html?m=0>
Görsel 4: <https://retaildesignblog.net/2015/07/24/canned-comic-packaging-by-proimaxe/>
Görsel 5: <https://www.amazon.com/Nobel-Japanese-Candy-Nostalgic-3-09-Ounce/dp/B000EZWQ4Y>
Görsel 6: <http://disneycomicsrandomness.blogspot.com/2018/03/comics-on-norwegian-milk-cartons.html>