ISSN 1307-9840
YEDİ: SANAT, TASARIM VE BİLİM DERGİSİ
SUMMER 2015, ISSUE 14: 11-21

Bir Görsel İletişim Alanı Olarak Film Jeneriği

Ayşegül ACAR *

Özet

Grafik tasarım ve sinemanın kesişiminde yer alan film jenerikleri, bugün görsel iletişim prensiplerinin sinema diliyle bütünleşerek sinema sanatının içinde kendine yer bulduğu başlı başına bir alan haline gelmiştir. Makalede film jenerik-lerinin işlevsel olarak varoluş sebepleri incelenmekte, biçimsel özellikleri ele alınarak, bu jeneriklerin hangi boyutlarda çözümlenmesi gerektiğine değinilmektedir. İncelemede ele alınan jenerik tasarım örnekleri, görsel anlatım ve tasarım stratejileri doğrultusunda analiz edilmiş, güncel uygulama biçimleri üzerinden çeşitli sınıflandırmalara gidilmiştir. Bu şekilde tasarım pratiğine dair bir yöntem önermek hedeflenmiştir. Sonuca ulaşırken, film jeneriklerinin, uzman görsel iletişim tasarımcıları tarafından, rasyonel iletişim stratejileri doğrultusunda kurgulanması gerektiği fikri, incelemeden sağlanan çıkarımlarla pekiştirilmektedir..

Anahtar Sözcükler: Grafik Tasarım, Sinema, Film Jeneriği, Görsel İletişim.

Film Title Sequence as a Field of Visual Communication

Abstract

Film title sequence, at the junction point of graphic design and cinema, became a field stands on its own today, with the principles of communication integrated to the language of cinema. In this paper, movie titles are evaluated through their reasons for being present as functionally and it is discussed in which dimensions title designs suppose to be analyzed with respect to their stylistic features. The title designs that are examined in this paper are analyzed according to their visual narrating and design strategies, and various classifications are made through current design projects. In this way, it is aimed to suggest a method for the design practice of movie titles. Reaching the conclusion, the idea of movie titles should be designed by professional visual communication designers with rational communication strategies is reinforced.

Keywords: *Graphic Design, Cinema, Movie Titles, Visual Communication.*

Bu makale hakem değerlendirmesinden geçmiştir.

* *Arş. Gör., İzmir Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, İzmir.*
E-posta: aptugan@gmail.com

Makale geliş tarihi: 31.09.2014 / Yayına kabul tarihi: 28.06.2015

Giriş

Mesleği görsel iletişim tasarımı olanların dışında çoğu sinema izleyicisi için film jenerikleri yalnızca oyuncuların isimlerinin sıralandığı açılış yazılarıdır. Kimi zaman film başlarken akan film görüntüleri üzerine yazılmış harf öbekleri halindedirler; bazı yapımlarda ise aynı harf öbeklerine özel göstergelerle kurgulanmış hareketli grafiklerin eşlik ettiği görülür. Günümüzde çeşitli projelerde jeneriklerin film akışı içinde konumlandırıldıkları yer bile değişiklik gösterirken, uygulamada karşılaşılan tüm bu farklılıklar hangi stratejik kararlar doğrultusunda gerçekleştirilir? Güncel sinema eserleri üzerine yapılan pek çok göstergebilimsel inceleme, filmin ilk dakikalarından itibaren hareketlenen jeneriklerin, oyuncu isimlerini sıralamanın ötesinde, sinema izleyicisinin film izleme deneyimine doğrudan etki ettiğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, filmin ilk birkaç dakikasında oyuncu isimleriyle hareketlenen bu grafik canlandırmaların aslında ne gibi tasarım kararlarıyla şekillendirildiğine ve iletilerinin hangi görsel kodlar üzerinden kurgulandığına dikkat çekmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Materyalist bir değerlendirme yapıp film jeneriklerini bir iletişim alanı olarak tanımlamak ve bu tasarım alanı dahilinde yaratılan/yaratılacak ürünler için bir yöntem ortaya koymak, ayrıca hedeflenmektedir. Seçilen örnek tasarımları, görsel anlatımda alınmış olduğu varsayılan tasarım kararlarıyla analiz etmek, olası sonuçları akıl yürütmeler ve söz konusu çalışmalar üzerine yazılmış yayımlardan kaynak bularak değerlendirmek bu çalışmaya yöntem oluşturacaktır. Makalede ele alınan jenerik tasarımları, yıllık üretimi ve profesyonel yaklaşımları göz önünde bulundurularak Amerikan sinemasından seçilmiştir. Ancak savunulan işlevsellik kriterleriyle, dünya sinemasından bağımsız yapımlara kadar hangi proje ele alınırsa alınsın önerilen ideal iletişim yaklaşımının değişmeyeceği dikkate alınmalıdır.

Fransızca kökenli ***jenerik*** (générique) kelimesi, Türk Dil Kurumu'nun açıklamasına göre, televizyon ya da sinemada "tanıtma yazısı" olarak nitelenen uygulama alanını işaret eder (TDK,*t.y.*). İngilizce 'title sequence' olarak ifade edilen uygulama, tam da kelimenin birincil anlamının işaret ettiği şekilde, filmin başlığıdır. 'Bir dizi başlık' ekleme pratiği, hareketli görüntünün yani filmin icadından kısa süre sonra, eser sahibinin kendi ismini ve eserine verdiği adı ifşa etme isteğiyle ortaya çıkmış, günümüzde ise hikayesel anlatıya katkıları paralelinde sinemanın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

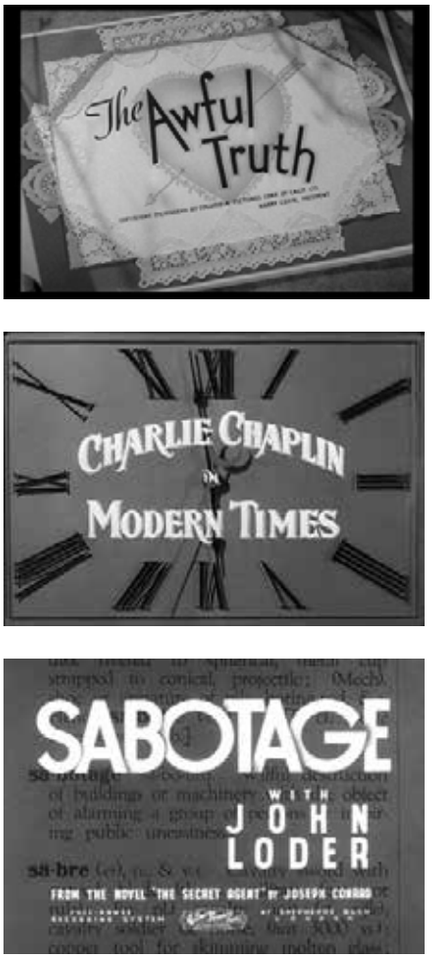
Sinema, görsel ve işitsel pek çok sanat disiplininin bir araya getirildiği bir kesişim kümesi iken, jenerikler filmin açılışındaki birkaç dakikalık süreçte, eseri yöneten, hikayeleştiren, kurgulayan, üreten ve canlandıranların isimlerinin sunulduğu sıralı bilgi kartlarıdır[1]. Ancak jeneriklerin film başladığında seyircinin dikkatini ve konsantrasyonunu filme yoğunlaştırmak ve filmde aktarılan öyküyle bütünleşebilmesini sağlamak gibi işlevleri de vardır. Bu nedenle jenerik anlatımın kurgusu özel olarak hazırlanır, filmin önemli bir sahnesi kadar emek sarf edilip incelikle planlanır.

Film Jenerikleri Ne Söyler?

Her jenerik tasarımı öncelikle filmin adını, başlığını aktarma işlevini üstlenir. Bunun yanında elbette oyuncu kadrosu ve set ekibi, yönetmen, yapım şirketi bilgileri ve filmde kullanılan patentli teknikler (Technicolor, Cinemascope, vb.) de çeşitli sözleşmelerle belirlenmiş halde lanse edilmesi gereken başlıklardır. Sıralanan bu tür bilgilerin, görünürde fazla metinsel olmasına rağmen, planlanmış bir organizasyonla, izleyicinin beklentilerini şekillendirecek şekilde sunumu, oldukça ilgi çekici ve motive edici olabilir (Allison, 2001: 61-63).

Film jeneriklerinin, sessiz sinema döneminde oyuncular arasında geçen diyalogları sunmak üzere kullanılan kartlardan, günümüzdeki kullanım formatına ulaşana kadar pek çok farklı işlev yüklenerek üretildikleri söylenebilir. Siyah arka planda beyaz yazı ile düzenlenen; eser ismini, sahibini ve oyuncu isimlerini, yalnızca hiyerarşi iletisi taşıyarak aktarma işlevini yerine getiren jenerikler mecranın en klasik örnekleridir.

1930'lara gelindiğinde, jeneriklerin yalnızca başlık kartı tasarımlarında bile olsa, filmin içeriğiyle örtüşen semantik görselleştirmelerle anlam bağlantıları oluşturulmaya başlandığı görülür. Film anlatısına göre farklılık gösteren yazı karakteri seçiminden, çevrilen kitap sayfalarına ya da suya yazılarak silinen oyuncu isimlerine kadar pek çok farklı anlatım yöntemiyle üretilen başlık kartları, jeneriklerin giderek farklı bir işlev kazandığını gösteren ilk örneklerdir (Straw, 2010: 156; Allison, 2006).



Resim 1. 1930 - 1940 film başlıklarında tipografik yaklaşımlar.

1950'ler film jenerik tasarımı için önemli bir süreçtir. Grafik tasarım ve görsel iletişim alanında gerçekleşen Amerikan Modernizmi, Amerika'da her ticari alanda olduğu gibi sinema sektöründe de kendini göstermiştir. Film jenerikleri bu dönemde, gerek bir pazarlama tekniği olarak, gerekse izleyicinin sinema deneyimini yükselten süreç olarak film yapımlarını tamamlayıcı bir unsur haline gelmişlerdir. Bu dönemden itibaren film yapım ekiplerine görsel iletişim konusunda eğitimli grafik tasarımcıların dahil olduğu ve yaratıcı ekipler tarafından tasarlanan jeneriklerin, her bir film yapımına özgü ayrı görsel üsluplarda ve bir anlatı dahilinde şekillendirilmeye başladığı gözlemlenmektedir. Öncekinden farklı olarak ekranda hareketlenen kompozisyonlar, canlı, asimetrik ve değişkendir. Her planda yazılar farklı grafik öğelerle eşleşir, takip edilmesi gereken bir anlatım hissi uyandırır. Aynı zamanda jenerik akışında kullanılan müziğin, görüntülerin senkronize olabileceği bir alt yapı oluşturması ve filmde yaratılmak istenen duyguya izleyiciyi çeken önemli bir unsur olarak görülmeye başlaması da yine bu dönemlere denk gelir (Allison, 2001: 62-65, 133-136). Film jeneriklerinin işlevinin, günümüzde olduğu gibi, bilgi iletmenin yanında izleyici için bir motivasyon unsuru haline gelmesi, tam olarak bu dönemde –başta Amerika olmak üzere– sinema etkinliğinin bir parçası olan '*B-Movie*' geleneğine de bağlanmaktadır (Tuğan, 2012: 19; Karamath, 2001).

Amerikan sinemasında jenerik tasarımını bir tasarım mecrası haline getiren, özgün grafik anlatım tarzı ve yarattığı kurgularla jenerik tasarımın öncülerinden kabul edilen Saul Bass, film jeneriklerini "grafik, tipografi, hareketli görüntü ve müziğin bir bileşeni; filmin hikaye anlatım sürecine önemli katkıları bulunan bir önsöz" olarak niteler (aktaran Noyan, 2006: 51). Günümüzde bilinçli bir tasarım yaklaşımıyla oluşturulan film jenerikleri, belirgin biçimsel özellikler göstererek, az sonra izlenecek film ile ilgili beklentiyi artırmak ve birtakım bilgileri izleyiciye sezdirmek üzere planlanarak sunulmaktadırlar. Örneğin, oyuncu kredileri izleyiciye filmdeki karakterlerin önem sırasını aktarmanın yanında, görsel yönlendirmelerle oyuncunun canlandırdığı karakteri tanımlayan özelliklere de işaret edebilir. Stüdyo logoları özel bir tür ya da stili ifade etmek adına şekillendirilmiş olabilir, yönetmen ve senarist kartları, belirginleşmiş bir tema ya da yönetmenle özdeşleşmiş bir yöntemi sezdirebilmektedir (Allison,

2001: 63). Görüldüğü gibi film jenerikleri, çoğunlukla metinsel bilgiden çok daha fazlasını sunar. Güncel kullanımıyla açılış jeneriklerinin asıl işlevi, izleyiciyi filmin doğasına yönlendirmek, izleyicinin film kurgusu adına istenilen düzeye çekilerek filmden doğru verimi almasını sağlamaktır.

Sinema eleştirmeni David Geffner, jeneriklerin görevini "yönetmenin izleyicide varmak istediği noktaya dair yaklaşık bir bilinçaltı görüşü yaratmak" olarak nitelemektedir (aktaran Allison, 2001: 62). Sinema ve grafik tasarım üzerine akademik çalışmalar yürüten Luiz Fernando Las-Casas (2006) ise film jeneriklerini "bilgi ileten ve hisleri geçiren, filmi tamamlayıcı bir temelde çalışan, aynı zamanda izleyiciyi filmin hikayesinin farklı okumalarına teşvik eden bir düzlem" olarak tanımlamıştır. Bu açıdan bakıldığında jeneriğin görsel anlatısını oluşturan grafik öğelerin sıklıkla, gerek düz anlamlarıyla gerekse metafor boyutunda, film anlatısının benzersizliğine ve akılcılığına vurgu yapmak, hikaye içinde var olan karakter planlarına ve/veya olası gizli bilgilere işaret etmek üzere şekillendirildikleri görülebilir. Bu şekilde izleyici algıları, grafik tasarımcının yaratıcılığı ve deneyimi doğrultusunda bilinçli olarak yönetmenin istediği noktaya çekilerek sabitlenebilir.

Bu noktada döneminin yaratıcı tasarım buluşlarından biri olan Se7en filmi jeneriğini örnek göstermek doğru olacaktır. 1995 yapımı psikolojik gerilim filmi Se7en'ın (Yönetmen: David Fincher) Kyle Cooper imzalı açılış jeneriği, sıradışı bir şekilde başrol oyuncularından birinin ismi yazılmadan tamamlanır. Film boyunca bıraktığı izler takip edilerek bulunmaya çalışılan bir seri katili canlandıran Kevin Spacey'in isminin, filmin 'tanıtma yazılarında' da gizlenmiş oluşu, dönemin en sıradışı iletişim fikirlerinden biridir[2]. Jenerik anlatım, film boyunca karşılaşılacak cinayet aletlerini/planlarını, katilin el yazısı ve karalamalarla dolu günlüklerini ve cinayetlere dair ince ayrıntıları izleyicinin gözleri önüne sererken, aranan seri katilin ismini gizlemek gibi oldukça yaratıcı bir tasarım fikri üzerine kurgulanmıştır. Böylece dikkatli bir izleyici, öyküde izleri takip eden dedektiflerden biri haline gelir, bilinçli bir hamleyle serüvenin parçası konumuna getirilmiştir.

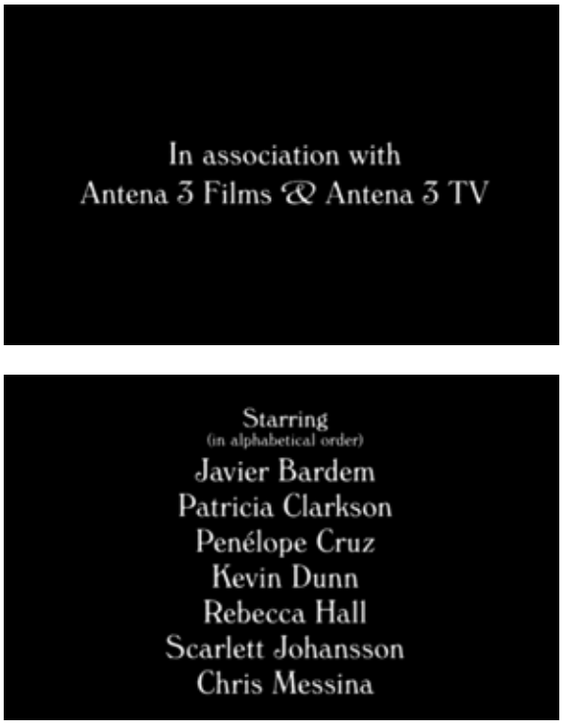
Film Jenerikleri İletisini Nasıl Söyler?

Mecranın ürünün kendisi olduğu diğer tasarım alanlarından farklı olarak, jenerik tasarımının ürünü jeneriğin kendisi değil sunduğu filmdir. Bir jenerik, tamamlayıcı (integral) parçası olduğu filminden bağımsız var olamaz. Yaratıcı fikri, senaryosu, oyuncuları ve kurgusuyla, asıl ürün filmdir. Bir film, ilk dakikasından sarsıcı finaline kadar bütün halinde yönetmenin ifadesi, eseri, sözüdür. Film jeneriği ise bu özgün anlatım diline kısa bir giriş yaparak, izleyici için gerçek dünya ve imge dünyası arasında geçişi sağlayacak bir ara metindir.[3] Tasarımcı profesyonel kabiliyetleri doğrultusunda, yönetmenin sözü olan film anlatısını izleyici tarafından anlaşılır ve maksimum verim alınabilecek noktaya çekmeyi hedefler. Bu doğrultuda film jeneriği tasarlarken yapılması gereken en önemli şey, yönetmenin sinema dilini doğru analiz etmek ve bu söyleme uygun olarak görsel akışı kurgulamaktır.

Film jeneriklerinin ilk örneklerinden günümüze kadar süregelen ürünleri incelendiğinde, birtakım benzer biçimsel özellikler gösterdiği, ortak kimi prensiplere dayandırılarak tasarlandığı görülebilmektedir. Jenerik tasarımında görülen ifadesel farklılıklar, temelde arka plan görüntüsünün farklılaşmasına bağlanılabilir ve prensip olarak 'boş arka planlar üzerine', 'kitap sayfaları şeklinde', 'gerçek görüntü üzerine', 'karakter tanıtımı', 'animasyon ve hareketli grafik kurgu' başlıkları altında sınıflandırılabilir.[4] Bu türler süreç içinde teknik koşulların elverdiği ölçüde, belirli zorunluluklar çerçevesinde gelişmiş ve şekillendirilmişlerdir. Ancak günümüz şartlarında herhangi bir projede bu anlatımlardan biri ile karşılaşıldığında, bu seçime anlatıya özel bir katkı sağlamak için yapıldığı varsayımıyla yaklaşılmalıdır.

Örneğin boş arka planlar üzerine kurgulanan jenerikler, daha önce de bahsedildiği gibi sessiz sinema döneminden 1950'lere kadar olan süreçte, -genellikle- siyah fon üzerine beyaz yazı ile düzenlenmiş metinler halinde, sadece bilgi iletme işlevini yerine getirdiği varsayılarak kullanılan başlık kartlarıdır. Dönemin teknik koşulları göz önünde bulundurulduğunda, düşük

maliyeti sebebiyle alternatifsiz tercih edilen bu yöntemin, günümüz şartlarında büyük bütçeli Hollywood filmlerinde dahi kullanımına devam edildiği görülebilir. Zaman zaman yönetmenlerin kasıtlı olarak dönemin sinema ideolojisine atıfta bulunmak ya da sadece nostaljik bir atmosfer oluşturmak için bile bu anlatıma başvurduğu söylenebilir.



Resim 2. 'Vicky Cristina Barcelona' film jeneriği (2008).

Söz konusu anlatımı kullanan yönetmenlerden biri de Woody Allen'dır. Allen bu tekniği, izleyiciyi bilinçli olarak filme dahil etmemek ve anlatıya kontrollü bir mesafede tutmak adına bir yabancılaştırma yöntemi olarak kullanmaktadır. Tiyatro sahneleri için yazdığı oyunlarla da tanınan yönetmenin filmleri genellikle bir dış sesin öyküye girişi ile başlar. Normalde açılış jeneriklerinin üstlenmesi gereken görev, O'nun filmlerinde dış ses monoloğuna devredilmiştir. Jenerik süresince sıralanan isim kartları ise işlevsel olarak bir tiyatro temsilinde salonun dışında oyuncuları ve yönetmeni tanıtan bilgi kartlarından farksızdır.

Gerçek görüntü üzerine süperimpoze tekniğiyle oluşturulan jenerik anlatımlar da yapımlarda sıklıkla karşılaşılan uygulamalardandır. Tek bir fotoğraf karesi, seri halinde değişen durağan imajlar ya da akan bir görüntünün (live-action) üzerine kompoze edilmiş metinsel bilgiler halindedirler. Sabit ya da akıcı gerçek görüntüler, zaman zaman filmin içeriğine göre seçilip, genellikle filmin yönetmeni tarafından kurgulanırlar. Hatta kimi projelerde jenerik bilgilerinin sıralandığı süre boyunca akan görüntülerin, herhangi bir amaç gözetmeksizin seçilmiş olduğunu da söylemek mümkündür. Bu noktada ele alınabilecek 1962 yapımı ***To Kill a Mockingbird*** (Bülbülü Öldürmek) filmi, bir görsel iletişimcinin kurgusuyla oluşturulan jeneriğin film anlatısına ne gibi katkılar sağlayabileceğine dair güçlü bir örnektir. Tasarımcı Stephan Frankfurt imzalı jenerikler, dramatik sayılabilecek flüt ve piyano melodisi eşliğinde, bir çocuğun oyun kutusu haline gelmiş eski bir sigara kutusunun içindeki küçük nesnelere yapılan devamlı bir makro çekim halindedir. Gerçek görüntü üzerinde belirip kaybolan modern karakterdeki metinler ise, ekranın orta seviyesinde yatay marjinde konumlanmışlardır. Gösterilen bilye, makas, boya kalemleri, oyuncak adamlar gibi bir çocuğun dünyasını ifade eden nesneler, "sonrasında filmde çok fazla büyüyecek küçük göstergelerdir" (aktaran Boxer, 2000: 3).



Resim 3. 'Bülbülü Öldürmek' film jeneriği (1962).

Sıklıkla karşılaşılan jenerik anlatım türlerinden bir diğeri 'karakter tanıtımı' prensibiyle kurgulanan jeneriklerdir. Bu yaklaşımda, filmde yer alan oyuncuların isimleri, canlandırdıkları karakteri işaret eden spesifik görüntüler eşliğinde sunulur. Teknik ekip bilgileri ise çoğunlukla metinsel iletinin anlamına uygun görsel unsurlarla desteklenebilmektedir. Amerikan sinemasının western örneklerinde sıklıkla kullanılan bu yöntemle, televizyon dizi film ve program jeneriklerinde de sıklıkla karşılaşılmaktadır. Amaç izleyicinin jenerik sonrasında izleyeceği karakter planlarına hazırlanmasını sağlamaktır (Allison, 2001: 84).

Film jeneriklerinin, yönetmenin özgün sinema anlatımına izleyiciyi hazırlaması gerektiğine önceki paragraflarda değinilmişti. Buna paralel olarak, anlatım yöntemini karakter sineması üzerine inşa etmiş ve karakterlerinin iç dünyalarını kendisine problem edinmiş bir yönetmenin filmi için tasarlanacak jeneriklerde, bu türün seçilmesi oldukça elverişli olabilir. Yönetmenin işlediği karakter planına dair ipuçları, karakteri canlandıran oyuncunun bilgi kartı üzerinden, ikonik göstergeler ve metaforlarla izleyiciye iletilebilir. Bu tip bir anlatımda kartta iletilen bilgiyi niteleyen görsel gösterge, yeteri kadar saklı ve gerekli ölçüde anlaşılabilir olduğunda, izleyicinin kavrayabildiği mesajın tatmini sayesinde eserle yakınlık kurması olasıdır[5] (Resim 4).

2009 yılında vizyona giren ***Sherlock Holmes*** (Yönetmen: Guy Ritchie) filminin son jenerikleri ikonik göstergelerle metnin desteklendiği anlatıma örnek gösterilebilir. Prologue Films tarafından tasarlanan jenerikte, anlatım 'animasyon ve hareketli grafik kurgu' türünde kurgulanmış, tasarım fikri dedektifin not aldığı kağıtlar, el yazısı ve parşömen kullanımı etrafında şekillendirilmiştir. Oyuncu bilgilerinin iletildiği kartlar filmde karakterlerinin en güçlü ifade edildiği görüntüler eşliğinde sunulmuştur.



Resim 4. 'Sherlock Holmes' film jeneriği (2009).

Tasarlanan oyuncu kartlarının, lekeler ve renklerle, canlandırdıkları karakterlere dair çeşitli göstergeler içerdiği savunulabilir. Örneğin Rachel McAdams'ın bilgi kartı, filmde karakterinin kaçamak şekilde belirip kaybolduğu sahne görüntüsünde, kırmızı leke ile resimlenmiştir. Görsel ifade karakterin cazibesine, renk ise hırsa ve kararlılığa işaret etmektedir. Bu gibi seçki görsellerle oluşturulan tasarımın, izleyici algısını belirli bir doğrultuda şekillendirmeye yönelik olduğu söylenebilir. Görüntü yönetmeni ve kostüm tasarımcısının bilgi kartları da ifadelerin birincil anlamlarını destekleyen görsel düzenlemelerle sunulmuştur.

Ele alınan bu tasarım bir açılış jeneriği değil bir son jeneriktir (main-on-end title).[6] Dolayısıyla işlevsel olarak açılış jeneriğine kıyasla belirgin farklılıklar gösterir. Son jenerikler şu ana kadar anlatılmış işlevleriyle açılış jeneriklerinden tamamen farklı olarak; filmin atmosferi için izleyici algılarını şekillendirmek yerine; filmi önceden sunup, memnuniyet içindeki izleyiciye takdir edilecek performansları hatırlatmak için var olurlar.[7] Aslında bu anlayış tiyatro ritüeline de benzetilebilir. Bu konumlandırmada tasarımcının üstlendiği oldukça zorlu bir görevdir; jenerikler öylesine etkileyici ve ikna edici bir söyleyişe sahip olmalıdır ki izleyici filmin sonu da olsa koltuğundan ayrılmayıp jenerikleri ve dolayısıyla yapım ekibinin tümünü, sabırsızlıktan öte memnuniyet ve sakinlikle izlemeli ve sonunda salondan tatmin duygusuyla ayrılmalıdır (Cone, t.y.; Braha&Bryne, 2011: 9).

Öte yandan, tasarlanacak jeneriklerin filmin başında değil de sonunda konumlandırılması oldukça riskli bir yöntemdir. Zira ***Sherlock Holmes*** (2009) filminde olduğu gibi, filme tam olarak hazırlanmayan izleyicinin, aniden perdede hareketlenen olaylar karşısında duyduğu tedirginlik ve konsantrasyon eksikliği, filmin geneline konforsuz bir ruh hali olarak yansıyabilir. Böyle bir durumda filmin yönetmeni tarafından çekilecek ilk sahne ayrıca önem taşır. Son jeneriklerin, sinema sektörünün güncel trendlerinden biri olarak gerçekleştirilmesi yeteri kadar akılcı bir yaklaşım değildir; projenin gereklilikleri doğrultusunda bir strateji belirlenmeli ve anlatım ona göre organize edilmelidir.

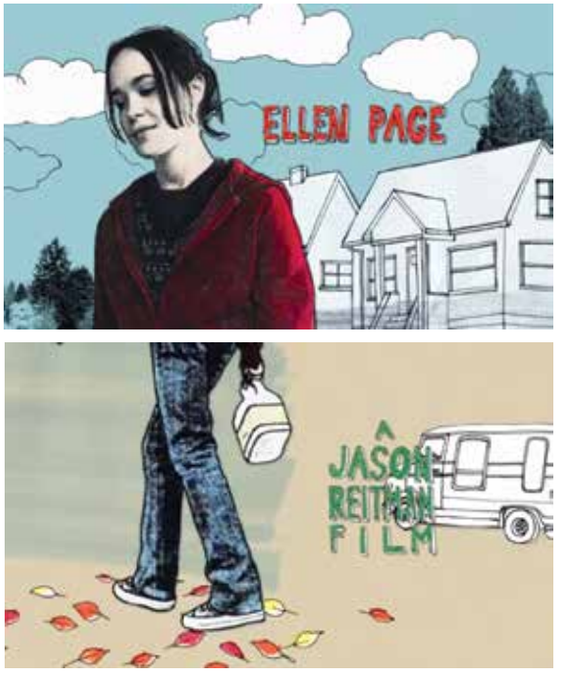
Başlangıçta filmin ilk sahnesinde perdeye yansıması planlanan jeneriklerin, 1950 ve 1960'lardan itibaren filmin ilk sahnesinin ardından ya da özellikle 2000'lerde sıklıkla kullanılan biçiminde filmin en sonunda konumlandırıldıkları görülmektedir.[8] Konumlandırma işlemi bilinçli ve planlı gerçekleştirilirse, film kurgusunda izleyiciye çok önemli mesajlar iletebilir. Bir Jeneriğin filmin standart akışında konumlandırıldığı yer, doğrudan izleyicinin film izleme deneyimine etki eder. Öyle ki filmin açılışında yapımcı firma logolarıyla birlikte sunulan bir jenerik, izleyici açısından gerçek hayattan soyutlanıp filmin kurgu dünyasına girebilmesi için bir 'es' oluştururken, açılış jeneriği olmayan bir filmin –bu seçim bilinçli olarak yapılmışsa– izleyiciyi çekmek istediği algı boyutu bambaşkadır.

Örneğin, 2002 yapımı ***Prestij*** (Yönetmen: Christopher Nolan) filminin açılış jeneriğinden yoksun kurgusunun, yalnızca var olmayan bir açılış jeneriği ile izleyiciyi film için gerekli olan hazırlıksız yakalanma noktasına nasıl ustalıkla çektiği görülebilmektedir. ***Prestij*** bir illüzyon, dolayısıyla dikkat/dikkatsizlik ve şüphe filmidir. Jenerik tasarımı için yalnızca filmin başında boş arkaplan prensibiyle tasarlanan bir başlık kartı düşünülmüş, ardından 'prestij' teriminin anlamını açıklayan replikle gerçek görüntüye geçiş yapılmıştır. Bu bölüme kadar net bir yargı sahibi olamayan izleyici, kasıtlı şekilde dikkatle takip etme ve hazırlık/sızlık noktasına çekilmiş ve burada sabitlenmiştir. İzleyicinin bu şekilde konumlanması, film kurgusunun geneline hakim olacak şüphe ve belirsizlik duygusuna hizmet edecektir.

Jenerik tasarımının film projesine estetik ve işlevsel katkıları göz önünde bulundurulduğunda, özellikle bilgisayar ortamında üretilen hareketli grafiklerin, güncel yapımlarda yapımcılar ve yönetmenler tarafından sıklıkla tercih edildiği görülmektedir. 'Animasyon ve Hareketli Grafik Kurgu' başlığıyla sınıflandırılan bu anlatım türünde, gerçek görüntünün dışında, resimlenmiş ya da elektronik ortamda müdahale edilmiş görüntüler, çeşitli sembolik anlamlar yüklenerek, filmin bilgi akışına katkı sağlamak

üzereakangörüntülerşeklindekompozeedilirler.Bilgisayar yazılımlarının hızla gelişimi, tüm tasarım mecralarına olduğu gibi jenerik tasarım alanında da üretimlere, hem maddi boyutta hem de yaratıcı ifade boyutunda sınırsız olanaklar sunarak yansımıştır. Tipografik tasarımdaki çeşitlilik ve her türlü görsel ifade tekniğinin bir bilgisayar programıyla hareketlendirilebiliyor oluşu, yakın dönem film jeneriklerinde oldukça özgün tasarımlar izlenmesine olanak sağlamıştır.

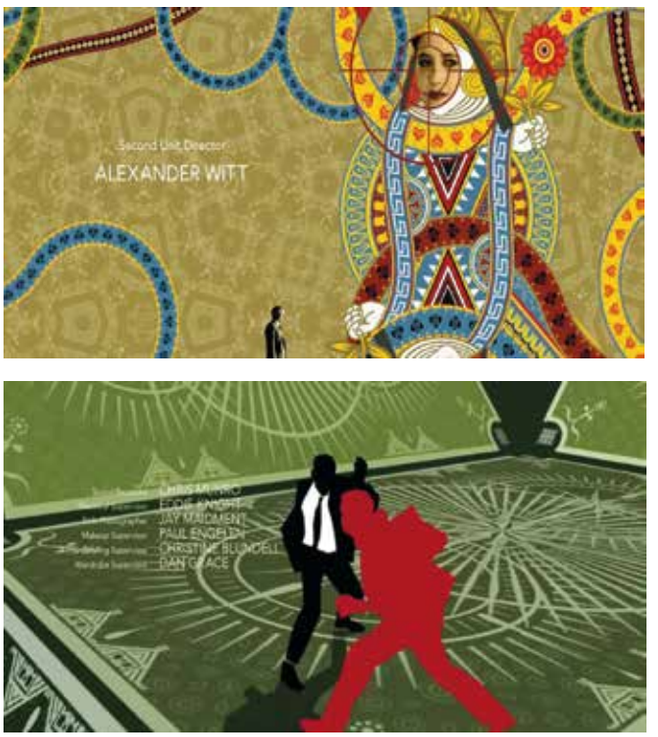
2007 Yapımı ***Juno*** filmi jenerikleri de bu türde incelenebilecek öne çıkan örneklerdendir. Film anlatısı, ergenlik çağında bir kızın hamileliği gibi sıradışı bir olayın gelişigüzel algılanışını yansıtırken, jenerik tasarımında kullanılan görsel dil fotoğraf üzerine el çizimi resimlemelerle oluşturulmuştur. Görsellemede kullanılan pastel renkler çocuksuluk hissi güçlendirilmeye yöneliktir. Juno karakterinin sıradan bir gününün izlendiği fikrini desteklemek için, kızın evden çıkıp cadde boyunca yürüyüşü, 900 kareyi aşan fotoğraf çekimiyle gerçekleştirilmiş, yaşadığı çevreyi yansıtan el çizimi arka planlar defter karalaması hissi uyandıran bir tipografik yaklaşımla bütünlenmiş ve stop-motion animasyon olarak bilgisayar ortamında birleştirilmiştir.



Resim 5. 'Juno' film jeneriği (2007).

Jenerik için seçilen müzik, tasarımda kullanılan renkler ve doku ile desteklenerek daha ilk saniyeden ergenlik çağındaki bu kızın kişisel alanına girildiğinin sinyallerini verir. Tasarımcı Gareth Smith'in deyimiyle "orjinal karakterin doğalüstü sakinliğini" yansıtan bu jenerikler, filmin tonuyla aynı düzeyi yakalayabilmesi açısından başarılı ve estetik değerleriyle özgün örneklerden biridir (aktaran Vlaanderen, 2010).

James Bond serisinin 2006 yapımı ***Casino Royale*** (Yönetmen: Martin Campbell) filmi jenerikleri, yine bu türde incelenebilecek başarılı çalışmalardan biridir. Tasarımcı Daniel Kleinman imzalı jenerikler, barındırdığı yoğun sembolik anlatımla öne çıkmaktadır. Kumar cenneti Las Vegas'ta geçen aksiyon filmin jenerik tasarımı için seçilen konsept iskambil desteleridir. Birbirini takip eden on iki farklı arkaplanda hazırlanan çalışma, sahneler arası geçişte sinema dilinin parçası olan plan türlerinin yetkin kullanımın yanı sıra; fotoğraf ve grafik öğelerin başarılı entegrasyonu ile de dikkat çekmektedir.



Resim 6. 'Casino Royale' film jeneriği (2006).

İskambil destelerinden maça sembolü ile ilk planda eşleştirilen Bond karakterinin düşmanları karo destesiyle sembolize edilmiştir; sinek sembolü ise yan karakterlerin ifadesinde kullanılmıştır. Bond'un film içindeki serüveni, düşmanlarıyla mücadelesi, 3'16"lık jenerikler boyunca izleyiciyi yakalayan hareketli bir kurguyla aktarılır. Jenerikler bittiğinde heyecan seviyesi yükselmiş olan izleyici, paralel bir aksiyon düzeyinde çekilmiş filmin ilk görüntülerine transfer edilir. ***Sherlock Holmes*** filminde yaşanan rahatsızlık hissi ile bu yapımda karşılaşılmamaktadır.

Günümüzde jenerik tasarımı masaüstü yayıncılık programlarının sunduğu neredeyse sınırsız teknik olanakla, pek çok özgün üretimle karşılaşılan bir tasarım mecrası halini almıştır. Diğer grafik tasarım alanlarından farklı olarak amaç herhangi bir ticari ürünü satmak değil; fakat görsel iletişim kabiliyeti sergileyerek izleyici algısını hedeflenen noktaya en yaratıcı şekilde yönlendirmektir. Jenerik tasarımının günümüzde geldiği noktada asıl makbul olan, teknik yeterliliklerden sıyrılmış bu düzlemde, doğru hedef kitle analiziyle, iletişim fikrinin ve plastik üslubun özgünlüğüne dayalı etkili bir yaratıcılık ortaya koyabilmektir.

Sonuç

Jenerik tasarımının, gelişim süreci içinde sinema dilinden beslenerek grafik tasarımın temel ilkeleri doğrultusunda şekillenen başlı başına bir alan haline geldiği bir gerçektir. Doğru ve başarılı bir jenerik tasarımında; yazı karakterinden renk seçimine, çekim açısından müzikteki vurguların kompozisyonuna kadar, tasarımı oluşturan her öğe, 'çerçevesi' olduğu film eserini istenilen noktaya taşımak adına titizlikle tasarlanan birer göstergedir (Krasner, 2008: 21). Tüm bu anlatımlardan sonra ortaya konabilecek söylem, jenerik tasarımcısının grafik tasarım prensiplerinin yanında, sinema dilinden göstergebilime, senaryo yazımından müzik kompozisyonu dahilinde vurguların insan algısını nasıl şekillendirdiğine kadar pek çok alana hakim olması gerektiğidir. Film jenerikleri, görüntünün ses ve zaman faktörüyle birleşerek, hedeflenen iletişimi gerçekleştirmek adına kurgulandığı bir alandır. 'Sentaks olarak bir dizi olay akışıyla, zaman kavramı içinde var olan" sinema medyası ve "an ve alan içinde var olan' grafik tasarım medyası. prensipte çok farklı görünseler de 'anlam' paydasında birleştiklerinde çok yönlü ve başarılı bir anlatım planlanabilir.

Açıktır ki sinema sanatının var olduğu her an, izleyici algısını şekillendirme ve dikkati perdeye çekme çabasıyla filmin açılışındaki bu birkaç dakika üzerine çalışılmıştır. Bu durum materyalist bir bakış açısıyla şöyle özetlenebilir: bir tarafta aktarılması gereken metinsel bilgiler ve iletildikleri süreç vardır, diğer tarafta gerçek dünya paralelinde perdeye yansıyan bir illüzyon (yönetmenin dünyası)... Oyuncu isimleri, yaratıcı ve teknik ekibin bilgileri gerçek dünyaya ait iletilerdir; ancak bu iletilerin sunuluş biçimi, izleyiciyi yönetmenin dünyasına davet edebilir/yönlendirmelidir. Bu noktada uygulama birikimiyle 'nasıl?' sorusunu cevaplayan grafik tasarım, görsel iletişim için elverişli bu süreci şekillendirmek adına, bilinçli bir yol haritası sunar. Filmde rol alan oyuncunun isim kartı tasarımı, onun yönetmenin yarattığı dünyada hangi karakteri şekillendirdiğine işaret etmelidir. Bu noktada tasarımcı kullanmakta ustalaştığı göstergelere başvurarak anlatısını, yarattığı metaforlar üzerinden kurgulayabilir. Tasarımcı iletisinin 'ne' olduğunu, 'nasıl?' sorusunu karşılayarak dikkat çekici halde sinema izleyicisine iletir. Böylece izleyici film anlatısının alıcısı konumuna getirilir ve konsantrasyonu ilk dakikalardan itibaren filmin anlatısına kilitlenir.

Sonuç olarak jenerik tasarımda kurgulanacak her hareketin (tasarımda kullanılan görsel öğe ve ses seçiminden, konumlandırma ve entegrasyon kararına kadar) estetik kaygılardan öte rasyonel akıl yürütmelerle gerçekleştirildiğini varsaymak ve anlatıma bu açıdan yaklaşmak gerekir. Film jenerikleri, bilgilendirme tasarımının bir alanı olarak varsayılıp bu şekilde ele alındığında, sanat formu olmanın ötesinde endüstriyel bir platform olarak değerlendirilmeye yakındır. Günümüzde sinema gibi kitlesel iletişime yönelik sahne sanatlarının iletişimi, resim, heykel ve diğer

plastik sanatların öznelliğinden daha farklı bir noktada konumlandırılmaktadır. Bu doğrultuda bir proje çözümü üretmesi gereken bir tasarımcı, ulaşması gereken hedefi akılcı ve net şekilde belirlemeli, olası sonuçları değerlendirmeli ve tasarım aşamasında harcayacağı enerji ve zamanı, başarıya ulaşmak adına doğru planlamalıdır.

Notlar

1 "Bilgi Kartı" ifadesi İngilizce "director's card", "single title card", "multiple title card" olarak kullanılan teknik terimin karşılığı olarak tarafımca oluşturulmuş bir Türkçe öneri niteliğindedir. Kullanım bilgisi için bkz. Braha, Y. & Byrne, B., 2011, s.30.

2 "...Bu tür bir tasarım, film jenerik tasarım sektörüne ve sonrasında da tüm film endüstrisine yeni bir ivme kazandırmasıyla Ney York Times dergisinin 'yüz yılın yaratıcı buluşları' sıralamasına girmeye hak kazanmıştır." (Allison, 2001: 145).

3 "... Gérard Genette'in paratext olarak tanımladığı alan içine dâhil olur. Genette'e göre paratext, basılı işlerde metne eşlik eden, yazarın ismi, başlık, önsöz ya da illüstrasyon, vb. olabilir ve bir sınır olmak yerine metin ve metin olmayan arasında bir eşik görevi üstlenen bölüm olarak tanımlanabilir. Bu eşik bir geçişten ziyade bir metnin daha uygun algılanması için bir işlemi ifade eder: Paratext yazılı metnin saçağı olarak aslında onun tüm okumalarını kontrol edendir." (aktaran Noyan 2008: 23).

4 Jenerik tasarımında kullanılan anlatım türleri, alan üzerine çalışan yazar ve akademisyenler tarafından farklı sınıflandırmalara göre değerlendirilmiştir. Makalede ortaya konan sınıflandırma incelenen çalışmaların sentezi niteliğindedir. Ayrıntılı bilgi için bkz.: Film Jeneriği Türleri (Tuğan, 2012: 35).

5 "...Bass'e göre yaratılan metaforlar okunabilir ve çözülebilir olmalıdır; böylece izleyiciyi görünen imajın anlamına aktif katkı sağlaması için davet eder. Kullanılması düşünülen metafor ve muallaklı anlatımın derecesi, işin ya da hedef kitlenin özellikli oluşuna göre değişmektedir." (Timmer, 1999: 29, Tuğan, 2012: 69'dan).

6 Özellikle 2000'li yıllarda kullanımı yoğunlaşan bu yerleşim planında film, yapım şirketi logolarıyla başlar, arkasından filmin başlık kartı gösterilir ve oyuncu bilgileri sunulmadan ilk sahneye geçiş yapılır. Oyuncu ve yapım ekibinin bilgi kartları da filmin son sahnesinin ardından gösterilir. Bu tip jenerikler için kapanış jeneriğinden farklı olarak 'son jenerik' isimlendirmesi kullanılmaktadır.

7 Tasarımcı Saul Bass son jenerikler için, sarsıcı final sonrasında seyircinin yaşadığı serüvenin etkisini üzerinden atması için bir ayrışma odası (decomposition chamber) tanımlamasını yapmıştır (aktaran Noyan, 2006).

8 Bu noktada bir sınıflandırma yapmak gerekirse, filmin en başında yer alan açılış jenerikleri (opening titles), filme dair ipucu taşıyan bir gerçek sahnenin arkasından giriş yapılan başlangıç jenerikleri, filmin başında kısa bir film başlığı ardından filmin en sonunda yer alan son jenerikler (main-on-end titles) karşılaşılan uygulama örnekleridir.

Kaynakça

Allison, D. (2001). *Promises in the Dark. Opening Title Sequences in American Feature Films of the Sound Period,* Yayınlanmamış Doktora Tezi, İngiltere: University of East "Anglia, 314s.

Braha, Y. and Byrne, B. (2011). *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web: Dynamic Motion Graphic Title Design,* Oxford: Focal Press.

Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*, Oxford: Focal Press.

Noyan, E. (2006). **"**Filmin Önsözü: Kaçırmayın, Üzülürsünüz!", *Grafik Tasarım(*3): 50-53.

Noyan, E. (2008). *Sinema ve Grafik Tasarımın Ara Kesitinde Türk Sineması Jenerikleri Tarihi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Türkiye, 189s.

Timmer, A. (1999). *Making the Ordinary Extraordinary: The Film Rlated work of Saul Bass,* Doktora Tezi, Amerika: Columbia University.

Tuğan, A. (2012). *Bir Görsel İletişim Alanı Olarak Film Jenerikleri ve Grafik Tasarımcı Saul Bass'in Yaklaşımı,* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

İnternet Kaynakları

Allison, D. (2006). "Novelty title sequences and self-reflexivity in classical Hollywood Cinema", http://tlweb.latrobe.edu.au/humanities/screeningthepast/20/novelty-title-sequences.html Erişim Tarihi: (22.06.2015)

Boxer, S. (2000). "Making a Fuss Over Opening Credits; Film Titles Offer a Peek at the Future in More Ways Than One", http://www.nytimes.com/2000/04/22/movies/making-fuss-over-opening-credits-film-titles-offer-peek-uture-more-ways-than.html (08.08.2014).

Cone, J. (t.y.). **"**Interview with Garson Yu of yU+co", http://motionographer.com/features/interview-garson-yu-of-yuco/ (22.06.2012).

Karamath, J. (2001). "Overtures and psychotic Symphonies", *Eye Magazine* (39) http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=5&fid=14 (22.06.2015).

Las-Casas, L. F. (2006). "Cinedesign: Typography in Motion Picture", http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/27233_3601.PDF (21.04.2015).

Türk Dil Kurumu (t.y.). *Güncel Türkçe Sözlük*, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.558fcfe7d18dc9.90178961 (21.04.2015).

Vlaanderen, R. (2008). "Forget the Film, Watch the Titles: Juno", http://www.watchthetitles.com/articles/0069-Juno). (11.11.2014).

Görsel Kaynaklar

Resim 1. 1930 - 1940 film başlıklarında tipografik yaklaşımlar. http://annyas.com/screenshots/1935-1939/

Resim 2. Weinstein Company (Yapımcı), Allen, W.(Senarist, Yönetmen). (2008). *Vicky Christina Barcelona*, İspanya,ABD: Mediapro; MGM.

Resim 3. 'Bülbülü Öldürmek' film jeneriği (1962). http://www.artofthetitle.com/title/to-kill-a-mockingbird/

Resim 4. 'Sherlock Holmes' film jeneriği (2009). http://prologue.com/projects/sherlock-holmes

Resim 5. 'Juno' film jeneriği (2007). http://www.watchthetitles.com/articles/0069-Juno

Resim 6. 'Casino Royale' film jeneriği (2006). http://www.artofthetitle.com/title/casino-royale/