

Yazının krallığı: Başlangıç yıllarında Türk sinemasında film jenerikleri

Nazlı Eda NOYAN*, Ayla ÖDEKAN

İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Doktora Programı, Taşkışla, 34437, Taksim, İstanbul

Özet

Türk sinemasında film jeneriği önemsizmiş gibi görünse de; Türk sinema sektörü, grafik tasarım, teknoloji ve toplum hakkında bilgiler barındıran, zengin bir mecradır. Bu makale, Türkiye’de sinemanın başlangıç yıllarından itibaren 1950’ye kadarki dönemde, sinema ve grafik tasarımın ara kesitinde bulunan film jeneriklerini ele almaktadır. Türkiye’de hareketli grafik tasarımının sinemasal anlatı çerçevesinde, jenerik özelinde toplumsal olaylar, görsel kültür, ekonomik ve teknolojik gelişmeler, sinema sektörü ile ilişkisi, geçirdiği evreler, grafik tasarım ve sinemanın örtüştüğü ve ayrıştığı noktalar incelenmiştir. Bu kapsamda jenerikler kendi içlerinde bir bütün ve filmle bağlantılı bir mecra olarak ele alınırlar. Ayrıca, jeneriğin sinema ve grafik tasarımı buluşturan bir mecra oluşunun altı çizilerek, sinema afişi gibi diğer bağlayıcı mecralar ile ilişkisi irdelenir. Söz konusu jeneriklerin üretim koşulları ve teknikleri, içerikleri, kompozisyon özellikleri, tasarımcıları ve bunlara bağlı olarak ortak ve farklı noktaları sinemanın ülkemizdeki jeneriklerine ulaşılabilen ilk örnekleri üzerinden incelemeye tabii tutulmuştur. Ele alınan dönem, Türkiye’de savaşılar, cumhuriyetin ilanı ve devrimler ile siyasi, ekonomik ve toplumsal olarak büyük değişimlerin yaşandığı, sinema ve grafik tasarım alanında ilklere imza atılan özel bir dönemdir. Jeneriğin, bir mecra olarak sinemada ne anlama geldiği, gelişim süreci ve genel özellikleri ile Türk sinemasında film jeneriklerine de değinilmiştir. Bu jeneriklerin tipografi, renk, doku, şekil, çerçeve gibi kompozisyonu ve grafik tasarım dilini oluşturan elemanları ile; hareket, kurgu gibi film dilini oluşturan elemanları, Panofsky’nin ikonografi çözümleme metodunun van Leeuwen, Kress ve Hadjinicolaou’nun görüşleriyle zenginleştirilmiş hali ile irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Film jenerikleri, Türk sineması, grafik tasarım, teknoloji.

*Yazışmaların yapılacağı yazar: Nazlı Eda NOYAN. edanoyan@yahoo.com; Tel: (212) 662 65 48.

Bu makale, birinci yazar tarafından İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat tarihi Doktora Programı’nda tamamlanmış olan "Sinema ve grafik tasarımın ara kesitinde Türk sineması jenerikleri tarihi" adlı doktora tezinden hazırlanmıştır. Makale metni 27.02.2009 tarihinde dergiye ulaşmış, 25.03.2009 tarihinde basım kararı alınmıştır. Makale ile ilgili tartışmalar 31.03.2010 tarihine kadar dergiye gönderilmelidir.

The kingdom of lettering: The films title sequences in early years of Turkish cinema

Extended abstract

Film title design is one of the crucial, nevertheless the most underestimated parts of film making and through that a lot of things can be read. This study explores the film title design in Turkish cinema and through that a written history and an understanding of the link between Turkish cinema and Turkish graphic design are aimed to be reached. As the meeting point of verbal and visual imagery and audio, the film title design mostly consists of several elements such as film footage, typography, graphics and sound. These elements are brought together by the use of different techniques, styles and technology. Within the context of Turkish cinema, these techniques and styles are sometimes appropriated or copied from other cinemas and sometimes, are uniquely invented like the character of Turkish cinema itself. The film titles range from low-tech and hands-on production to digitized technology. There are certain styles that keeps being repeated with variations; certain categories are formed according to the technology or visual characteristics and production conditions such as the machinations of the studio system and its relation to the government, available technology and the influence of visual culture and aesthetic tastes not specific to cinema.

In this paper, the evolution of film titles, the processes of film title design and different film title categories are discussed in the light of the interviews with the producers, directors, title designers and Turkish cinema historians. After a detailed research no written research material specifically on Turkish film titles could be found. So the research is carried out through these interviews and the history of Turkish cinema and graphic design as well as Turkish social, economic and cultural history and the archiving of the film titles.

Another intersection of cinema and design, namely the film posters would also be taken into consideration in order understand the film, its production process and the design-cinema relation better. Among almost seven thousand films, a sample of film titles is made to demonstrate the recurrent techniques and styles, which are closely associated with

certain periods, the titles of the films with the most impact on Turkish cinema and the titles with the most generic or the most unique character. An extensive use of textual analysis has been made first between the titles and the posters of the same film, then the titles of the same period, and later between the titles of different periods. The analysis of the titles is carried through with the methods of Erwin Panofsky's iconography with the input of Theo van Leeuwen, Gunther Kress and Nicos Hadjinicolaou.

This paper focuses on the early period of Turkish cinema during a unique time of political, economical and social change. In these years the new Turkish Republic is born with very significant reforms such as the new alphabet. This also has been the time of the firsts in Turkish cinema and graphic design such as the first fictional film, first sound film and the first advertising agency and commercial poster in Turkish. Since there's very little amount of film title sequences in hand from the very early period of Turkish cinema because of various reasons, it's very hard to make a comparison and a healthy judgment about these very first film titles. The first film title sequence that could be reached and had been analyzed dates back to 1932. From this year on, until the 1950s, which is named here as the early years of Turkish cinema, we see the kingdom of lettering where the typographic elements dominate the title sequences. During the 1950s, there have been timid steps in title designs whereas during the 1960s and the 1970s, bold steps with technical innovations and experiments nevertheless the domination of hand-craft are observed. The 1980s marks the video technology and the writhing of cinema and hence the titles. Since the 1990s until the recent years, digital technology takes over and the title design as well as Turkish cinema and graphic design find themselves in the infinite universe.

During the kingdom of lettering, the title sequences of early years' Turkish films reflect the conditions of the time in terms of film production and the changing society. The paths of Turkish cinema and graphic design seem not to be fully crossed yet; nevertheless we witness the birth of a new visual form and a new nation in these titles.

Keywords: Title sequences, Turkish Cinema, graphic design, technology.

Giriş

1995 yılında David Fincher'in *Se7en* filmi bu çalışma için bir dönüm noktası olmuştur. Zira üniversitede grafik tasarım okuyan bir öğrenci için, sinema gibi bir disiplinle grafik tasarımın birleşmesi ve bunu türlü tasarım ilkelerini alıştırdıkça ederek, deneysel bir ruhla yapıp işlevini yerine getirmeyi de başarması büyüleyicidir. Diğer büyüleyici yanı, jeneriklerin farkına varılması ve okuma yapılan alanın sinemadaki bir uzantısının varlığının keşfedilmesi olmuştur. Sonraki yıllarda grafik tasarım ve sinema ilişkisine film afişleri bağlamında odaklanan yüksek lisans tezi (Noyan, 1998) ardından, Türk sinemasının iyi bir izleyicisi olmaya gayret edilmiştir. Televizyon kanallarından birinde izlenen bir Cüneyt Arkın filminin jeneriği de sarsıcı bir etki yapmıştır. Bu kez neden, büyük bir olasılıkla 1970'li yıllarda yapılmış bir film jeneriği olmasına rağmen, çok ustaca kotarılmış ve türlü buluşlarla dolu çok dinamik bir tasarımla karşılaşılıyor olmasıdır. Bu Türk sinemasından beklenebilir mi?

Grafik anlatım dili ile desteklenen hareketli görüntü, çağımızın rağbet gören üretim alanlarından biri haline gelmiştir. Jenerik tasarımı, bu bağlamda çok zengin bir çalışma alanıdır. Bu konu üzerine ulaşılan makale ve tez çalışmaları, uygulamalı tezler, ya da konunun ağırlıklı olarak teknoloji boyutunu ya da Türkiye'li olmayan Saul Bass gibi öncü jenerik tasarımcılarını ele alan çalışmalardır. Yazılı kaynak ve görsel arşiv kısıtlamalarının olması nedeniyle araştırma, Türk sinemasına farklı şekillerde hizmet vermiş ve jenerik yapım sürecine tanıklık etmiş yönetmen, prodüktör, tasarımcı, tarihçi, vb. profesyonellerle yapılan görüşmeler ve oluşturulan Türk sineması jenerikleri arşivi ile ilerlemiştir. Bu çalışmada izlenen çözümleme yöntemi, Erwin Panofsky (1993)'nin sanat yapıtlarını çözümlemede kullanarak geliştirdiği ikonografik çözümleme yöntemidir. Görsel iletişim araştırmacısı Mueller (2006), kitlesel iletişim ve medya araştırmalarındaki görsel analizin, sosyal bilimler ve psikolojiden faydalanan kavramlar üzerinden ilerlediğini ve beşeri bilimlerin ve özellikle de sanat tarihinin henüz disiplinlerarası sınırı geçemediğini belirtirken; Van Leeuwen

(2001), ikonografik analizin araçları ile çağdaş imajları incelemenin değerini gösterebilmeyi umduğunu söyler. Bu çalışmada yöntem olarak kullanılan ikonografik çözümleme üç aşamadan oluşur: Görsel temsilde var olan tüm öğelerin saptanması anlamına gelen ön-ikonografik tanımlama; görsel temsili oluşturan elemanların birbirleriyle ilişkilerinin irdelenmesi ve bu yolla temanın ya da konunun daha derin bir anlama ulaşmaya çalışılmadan formüle edilmesi anlamını taşıyan ikonografik inceleme; sanatçı ya da tasarımcı tarafından niyetle oluşturulmaya ya da ulaşılmaya çalışılan farklı ya da sembolik anlama ulaşması anlamına gelen ikonografik yorum. Van Straten (1994)'in yorumuyla bu aşamalara bir yenisi daha eklenir: görsel temsilden okunabilen, ulaşılabilen ancak tasarımcı ya da sanatçının belirli bir sebep ya da niyetle oluşturmadığı anlamları ortaya çıkarma anlamına gelen ikonolojik yorum.

Bir mecra olarak jenerik

Film jenerikleri filmin atmosferi ve görsel karakterinin ipuçları olarak sinema anlatısı ve film izleme deneyiminin ve dolayısıyla sinema sektörünün önemli bir alanıdır. Kendini grafik tasarımcı ve film yönetmeni olarak tanımlayan jenerik duayeni Bass; jeneriği, grafik, tipografi, hareketli görüntü ve müziğin bir bileşeni, hikâye anlatım sürecine önemli katkısı bulunan bir önsöz olarak; filminin başlangıç jeneriği için film öncesinde bir hazırlık, bitiş jeneriği için ise sarsıcı final sonrasında seyircinin yaşadığı serüvenin etkisini üzerinden atması için bir ayrışma odası tanımlamasını yapar. Jenerik gerçekten kopuşu sağlayan bir ara dönem midir, yoksa gerçek olmayışa mı işaret eder? Jenerik, filmin dünyasına ait olan (*diegetic*) ve bu dünyaya ait olmayan (*non-diegetic*) ortamlara girip çıkabilir. Geleneksel olarak jeneriklerin filmin anlatı alanı ile ayrılması; Türk sinemasında da sıklıkla görüldüğü gibi iki şekilde gerçekleşir: Yazılar filmde bağımsız bir arka plan üzerine yerleştirilir, bu bir siyah fon, dokulu bir yüzey olabilir; ya da filmin görüntüsü üzerine süperpoze tekniği ile yazı bindirilir. Bu yöntemde negatif filmin üzerine pozitif olarak çekilmiş film montajlanır. Ancak bu bindirme öyle bir şekilde yapılır ki, yazı alanı ve arka plandaki görüntüler birbirle-

riyle bağlantılı durmazlar ve farklı katmanlarda olduklarını hissettirirler.

Allison (2006)'ın örnekleriyle aksini kanıtlamaya çalıştığı bir sav, Türk sineması içinde geçerli bir önyargıyla paralellik taşır. Bu sav jeneriği konu alan pek çok çalışmanın da çıkış noktasıdır: Jenerik tarihi Bass'ın çalışmalarıyla yaratıcılık ve yenilik kazanmış ve öncesinde donuk, verimsiz ve tutucu bir dönemdir. Oysaki 1930'lardan itibaren çok farklı denemeler ve filmle kurdukları ilişki bağlamında yenilikçi ürünlere rastlayabiliriz. Allison (2006) makalesinde, 1950'lere kadar filmin atmosferini sadece müzikle iletme başarısını gösterebilmiş, ağırbaşlı bir fon üzerine yazılardan ibaret olan jenerik anlayışını yıkan pek çok örnekten bahseder: Seyirciyi filme hazırlama, birazdan izleyecekleri filme dair beklentilerini oluşturma ve aynı zamanda zevk verme gibi fonksiyonlar yüklenen jeneriklerde bu fonksiyonların yerini gösterişli bir teşhircilik almıştır. Bass'ın işlerinin sonraki yıllarda jenerikte kilometre taşı addedilmelerinin nedeni kendi içlerinde adeta bir kısa film oluşları, grafik ifadede retorik yoğun şekilde kullanışı ya da filmin tüm unsurlarına (afiş, fragman ve hatta filmin bazı bölümleri) yayılmış bir kimlik oluşturma başarısı olabilir.

Yokluktan varlık doğar: Yazının krallığı

Toplumsal olaylar, ekonomi ve teknolojiden etkilenen sinema ve grafik tasarım süreçleri kesiştirildiğinde, Türkiye'de jenerik bağlamında çeşitli dönemler söz konusu olmaktadır. İlk yıllar: Yazının krallığı; 1950'ler: Çekingen adımlar; 1960 ve 1970'ler: El emeği, göz nuru; 1980'ler: Video ve kıvranımlar; 1990'lar ve son yıllar: Dijital teknoloji ve sınırsız evren. Bu çalışmada Türk sinemasında emekleme dönemi olan başlangıç yıllarının jenerikleri ele alınacaktır.

Türk sinemasında film jenerikleri incelemesinde teknoloji kavramı önemli bir çıkış noktasıdır. Bunun nedeni sinema ve grafik tasarımın her ikisinin de teknoloji çıkış noktalı mecralar olmasıdır. Sadık Karamustafa (1999)'ya göre, "bir iletişim işi olan grafik tasarımın tarih içindeki gelişimi ve değişimi teknolojik araçların gelişimine paralellik göstermiştir". Sinemanın ve sinema

alanında hizmet veren tasarımın kırılma noktası veya dönüm noktası var mı ve bunun jeneriklerdeki yansıması ne yöndedir sorusuna yanıt verirken Türker İnanoğlu (Noyan'dan alıntı, 2007) Karamustafa'yı destekleyen : "Kırılma veya dönüm noktası dediğimizde, esas olarak teknolojik değişim ve imkânlara bakmamız ve oradan hareket etmemiz doğru olur" görüşünü ileri sürer.

1895'ten önce Türkiye'de sinema, Batı'dakiyle hemen hemen aynı zamanlarda yeni bir teknoloji ve eğlence şekli olarak belirir. Bugüne ulaşan ilk film örneklerinde, Avusturya İmparatorunun İstanbul'u ziyaretini konu alan örnekte olduğu gibi, Fransızca ve Osmanlıca yazıya birlikte yer verildiğini, grafiksel öge olarak da çerçeve gibi unsurların kullanıldığını, belli bir estetik kaygı güdüldüğünü görürüz (Şekil 1). O yıllarda daha çok işgal kuvvetlerine gösteriler düzenlenmekte; filmler Fransızca ara yazılarla oynatılmaktadır. 1909'da grafik tasarım açısından bir dönüm noktası kabul edilebilecek ilk reklâm ajansı İlanlık Kolektif Şirketi, II. Meşrutiyet'in sağladığı özgürlük ortamında, grafik tasarımın günlük uygulamalarda kullanımına ilişkin ilk ciddi girişim olarak kurulur. Osmanlı'da gelişmiş bir baskı teknolojisinin ve ticari afiş geleneğinin eksikliğinin sonuçlarından biri olarak, yardım dernekleri ya da tiyatro gibi konularda Arap harfleriyle daha çok yazılı afişlere rastlanır. Bunlar hazır illüstrasyonlar veya süslü bordürlerle desteklenmiş tasarımlardır. Burçak Evren (1998), Beyoğlu'ndaki kültür zenginliğini işaret ederek, Osmanlı İmparatorluğu döneminin sonlarına doğru, sinema gösterimleri için hazırlanan el ilanlarının beş dilde bazen de altı dilde (Rumca, Ermenice, eski Türkçe, İbranice, Fransızca ve bazen de İngilizce) hazırlandığını belirtmektedir.



Şekil 1. Osmanlı'da ilk film grafiklerinden ara yazı örneği (Sacha Film-Avusturya, 1917)

Cumhuriyetin, endüstrinin gelişmesi ile ilgili yeni uygulamalarının yardımıyla, pazar talebi hızla büyür. Önceden var olan Türk tasarım örnekleri ve tecrübeli tasarımcılar olmadığından; etiket, ambalaj, afiş gibi ilk grafik tasarım ürünlerinin çoğu hattatlar, litografyacılar, metal işçileri ve yetenekli yazıcılar tarafından, bu yıllarda görsel kültürün bir parçası haline gelen Batıdaki örnekleri kopyalanarak yapılır. Türkiye Cumhuriyeti, 1924 ve 1925 yıllarından halifeliğin kaldırılması, öğretimin birleştirilmesi, şapka ve kıyafet devrimi gibi önemli devrimlere tanık olurken 1925 yılında Muhsin Ertuğrul'un Ferah Tiyatrosu için afiş çalışması üretilir. 1928'de yeni Türk harfleri kabul edilir. Türk grafik tasarımının 1920'lerde büyük politik, ekonomik, sosyal hareketlilik ve değişimler ve harf devrimiyle pek çok alanda Batılılaşmanın heyecanına kapıldığı söylenebilir. Çağdaş olarak tanımlanabilecek sosyal, kültürel ve ticari içerikli posterlerin ve bunları üretenlerin sayısında artış olduğu gözlemlenir. Ancak bu değişimlerin etkileriyle yeni görsel olasılıkların oluşmasına rağmen, grafik tasarımın rahatça geliştiğinden söz edilemez. Harf devrimi sinemayı da karşı konulamaz şekilde etkilemiştir. Bir film dağıtıcısı ve salon sahibi olan Cemil Filmer (Çağlayan'dan alıntı, 2004) olayın kendisini olumsuz etkilediğini belirterek, bir gecede verilen kararın filmcilerin elinde eski harflerle basılı filmlerin değerini sıfıra indirdiğinden ve kendisinin elindeki bütün eski harfli filmleri Hürriyet Tepesine götürüp, kibritle yaktığından söz eder. Bu dönemde Amerika ve Avrupa'dan çok sayıda film ithal edilir; özellikle müzikli filmler rağbet görür. Başlarda İstanbul'da salonların çoğunda ara yazılar Fransızca iken 1923'ten itibaren Türkçe ara yazılar da yaygınlaşır. Harf devrimiyle Müslüman Türk halkının filmlerle daha sıkı ilişkiler kurmaya başladığı söylenebilir. Sesli sinema örneklerinin artmasıyla da Türk seyircisi için ara yazı okuma dönemi biter. Özgün dilde veya alt yazılı oynayan Batı filmlerinden özellikle müzik ağırlıklı olanları, veya heyecan ögesinin baskın olduğu kovboy filmleri tercih edilmektedir (Çağlayan, 2004). Şekeroğlu (1985-87)'nin, *Türk Sinema Tarihi* belgeselinde Burhan Arpad seyircinin film tercihlerini ve nedenlerini anlatır: 1926-27'ye geldiğinde, dünya sinemasında

Almanlar Fritz Lang'la, Amerikalılar Griffith'le ve daha birçok müthiş filmle İstanbul sinema piyasasına girmiştir. Seyircinin de bunları seyrettikçe beğeni düzeyi yükselir ve Türk filmlerine ister istemez teknik açıdan da sanat açısından da ilgiyi yitirirler. 1923-38 döneminde Cumhuriyet'in kültür politikaları içinde sinemanın hiç yer almadığı görülür; 1932'de yayınlanan *Sinema Filmlerinin Kontrolü Hakkında Talimname* Türkiye'de devlet-sinema ilişkisinin sadece sansür, ya da vergi konuları çerçevesinde var olduğunu gösterir. Çağlayan (2004), bunun nedenini sinemanın Türkiye'de henüz bir sektör olamayışına ve sadece tek bir yapımcı firmanın varlığı sebebiyle yasal ve ekonomik düzenlemenin yapılacağı bir rekabet ve pazar ortamı oluşmamasına bağlar. Buna rağmen, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren güzel sanatlarda gelişmeye önem verildiği, Atatürk'ün "Yüksek bir insan cemiyeti olan Türk milletinin tarihî bir vasfı da güzel sanatları sevmek ve onda yükselmektir" sözlerinden anlaşılmaktadır. Güzel Sanatlar Akademisi, Avrupa'ya resim, heykel ve müzik öğrenimi için öğrenci gönderir. Bu dönemin ünlü tasarımcıları olarak, çoğu yurtdışında eğitim almış ya da çalışmış olan İhap Hulusi Görey, Münif Fehim, Mithat Özar ve Kenan Temizan sayılabilir. Mithat Özar, 1924-27 yılları arasında sinema kapılarında kullanılan ve sinema feneri olarak adlandırılan çok büyük boy sinema afişleri üretir. Türk toplumunun sanatını üzerine inşa edebileceği kültürel bir mirası ya da geleceği olmadığını düşünmenin haksızlık olduğunu söyleyen Maden (1999)'e göre; Türk sanatındaki ve zihnindeki bu hata grafik tasarımda da tekrarlanır: Geleneksel biçimlerin kuvvetli yönlerini güncel duyarlılığın içine yedirerek eşsiz bir kimlik oluşturmak yerine, yerel kaynaklara sırt çevrilerek Türk grafik sanatı Batılı hazır kalıp içinde yoğrulur.

1929 yılında dünyada ekonomik bunalım yaşanır. Türkiye'de ise devletin ekonomi üzerinde himayeciliği başlar. 1930 yılında Kadın-Erkek Eşitliği, 1931 yılında ise Uluslararası Ölçülerin Kabulü, Türk Dil ve Tarih Kurumu'nun kurulması gerçekleşir. 1932'de grafik tasarımın resim ile iç içe olduğu dönemde, Paris'e gidip resim eğitimi alarak yurda dönen Mithat Özar, Afiş

Atölyesinin başına getirilir. 1933-1937'de, I. ve II. Kalkınma Planları; 1934'de Soyadı Kanunu yürürlüğe girerken lâkap ve unvanların kaldırılması gibi büyük değişimler yaşanır. 1937'de grafik tasarım cephesinde ise Güzel Sanatlar Akademisi'nin düzenlemiş olduğu sergide Mithat Özar'ın, Güzel Sanatlar Akademisi sergisi ve Florya afişleri, akademik ortamda yaratılan ilk sanatsal ve profesyonel afişler olurlar. 1938'de Atatürk'ün ölümüyle İnönü ikinci Cumhurbaşkanı olur. 1939-45 yılları arasında II. Dünya Savaşı sürerken Türkiye savaşın dışında kalır. 1943 yılına kadar dünya film teknolojisi standartlarını birebir takip eden bir sesli film stüdyosuna sahip olunsa da; senede bir filmin bile çekilemediği bir emekleme dönemi yaşanır (Çağlayan, 2004). 1939 yılında II. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla Sovyet ve Alman sinemaları propaganda filmlerine ağırlık verir; Fransa da ise üretim neredeyse durur. İthalatçılar Amerikan filmlerine ağırlık verir, ancak Avrupa yolu kapandığından filmler Mısır üzerinden Türkiye'ye getirilir. Bu yolla getirilen paketlere Mısır filmleri de eklenir. Çoğu şarkılı melodram olan bu filmler özellikle Türkçe müzik ve dublajla gösterilir ve halktan büyük ilgi görür. Bu filmlerin Türk sinemasının oluşumunda büyük katkısı olur. Türk insanı Arap radyoları aracılığıyla aşına hale geldiği Arap müziklerini sevmiş, daha filmleri görmeden pek çok şarkıcıyı tanımıştır. Şarkıcıların oynadığı bu filmlerin gelişyle halkın sevdiği sanatçıları perdede görme olanağı doğar (Çağlayan, 2004). Bu kuvvetli etki beraberinde tepkiyi de getirir. Önce hayat sevgisi yerine ölüm aşkı aşıladığı için eleştirilen Arap diliyle çevrilmiş bu filmler, sonra Türk diline duyulan sevgiyi azalttığı gerekçesiyle Kontrol Komisyonu tarafından 1942'den 1957'ye kadar bir sansür uygulamasına tabii tutulur (Çağlayan, 2004). Bu sansür, hazır seyircisi olan filmlerin yerine konacak bir türün Türk sinemasında yaratılması gereğini doğurur. Mısır filmlerindeki şarkılar Türkçeleştirilerek ve yerli ses sanatçıları tarafından seslendirilir. Popüler yerli sinemaya yeni ve kazançlı bir imkân da doğduğu için Ertuğrul-İpek film tekelinin kırılmasına da fayda sağlar. Mısır filmlerine benzeyen bir yerli sinema kadar Amerika ve Avrupa filmlerinin teknik ve estetik değerlerini benimseyen yeni sinema-

cılar da bu dönemde ortaya çıkarlar. 1946 yılında Yerli Film Yapanlar Cemiyeti kurulur. *Star* sistemi ile Yeşilçam'ın başladığı dönem olarak kabul edilen 48-50 yılları arasında tiyatro ve II. Dünya Savaşı'nın etkisine rağmen Halk, Atlas, And, Duru ve Erman gibi yeni kurulan film şirketlerinde artış olur. 1948 yılında Türk filmlerinden alınan vergi oranı yüzde yirmi beşe düşürülür. İlk resmi film yarışması da cemiyet tarafından aynı yıl düzenlenir. 1949 sonrasında, Türk sineması yeni ve profesyonel yetenekler ile tiyatrodan ayrı bir sanat dalı olur. Savaş sonrasında sinemaların farklı bütçelere uygun sınıflara ayrılması, indirimli biletler, halk günü uygulamaları, 1947 yılında Vedat Örfi Bengü'nün *Kılıbıklar* adlı filminin tanıtımı için seyircilere kılıbıklık diplomasının dağıtılması sinema piyasasında rekabetin arttığı ve pazarlamanın önem kazandığının göstergeleridir. Savaşın, Varlık Vergisi'nin, 1939'da Meclis'ten çıkartılan Filmlerin ve Film Senaryolarının Kontrolüne Dair Nizamname'nin olumsuzluklarına rağmen, sinema salonları ve sinema seyircisi bu dönemde yüzde yüzlük bir artışla değişen koşullara işaret etmektedir. 1931'de ilk ticari sesli filmin çekilmesinin ardından, Faruk Kenç'in ilk dublajlı film denemesi de teknik ve süreç açısından üretime kolaylık sağlayan bir adım olur. Ayrıca seslendirme ve dublaj sanatçıları ile yeni oyunculara olanak yaratılmış olur. Devletin sinemaya dair yaptığı ilk olumlu girişim, 1948'deki yerli filmlere uygulanan vergi indirimi ile beraber, Anadolu sinemaları da yerli filmi talep etmeye başlar. Bu da yerli film üretimi ve yapım evleri sayısında büyük bir artışa neden olur. Savaş sonrası toplumun psikolojisinde ve ekonomideki iyileşme, teknolojik ilerlemeler, elektrik ve jeneratörlerin Anadolu'ya ulaşması sinemanın önünü açar. Benzer bir şekilde Türkiye'de sanayileşme çabalarının başlamasıyla artan üretim, grafik tasarım alanına da olumlu yönde yansır. Faal Reklâm Ajansını kuran ve Koç şirketinin tanıtım çalışmalarını yürüten Eli Acıman ve arkadaşları, uzun yıllar Tekel Genel Müdürlüğünde ressam ve dekoratör olarak çalışan Atıf Tuna, grafik sanatı tarihi içinde anılması gereken isimler olurlar. O yılların diğer önemli tasarımcılarından biri de Berlin Güzel Sanatlar Akademisini bitiren ve Almanya'da büyük film şirketleri

Ufa ve Tobis'te hızla gelişen basım teknolojisinin yeni olanaklarıyla ve fotografik teknik ve figüratif yaklaşımla afişler yapan Kenan Temizan'dır. 1943 yılında Türkiye'ye dönerek, akademide dekorasyon ve tekstil alanında çalışmaya başlar. 1946'da ilk çok partili seçimler yapılır. Amerika Birleşik Devletleri'nden Türkiye'ye ekonomik yardım paketi verilmesi ABD ile yakınlaşmaya neden olur. Türkiye, Birleşmiş Milletler'e adım atar ve Kore savaşı'na katılır.

Tarihsel verilere bakıldığında, devlet modernleşme sürecinde sinemaya desteğini geç verirken; güzel sanatların diğer dallarına farklı şekillerde -okullar açarak, öğrencileri yurtdışına yollayarak- destek verdiği görülür. Grafik tasarım bir sanat dalı olarak desteklenirken; sinema ondan ayrı bir ticari mecra olarak gelişim gösterir. Bu dönemde grafik tasarımcı ve sinemacılar ne şekilde buluşur, yolları nasıl kesişir? Osmanlı İmparatorluğu'ndan Türkiye Cumhuriyeti'ne geçilen dönemde yukarıda belirtilen verilerin yansımalarını Türk sinemasının jeneriklerinde nasıl görürüz? Bu soruların yanıtlarını aramak üzere Türk sinemasının erken döneminde üretilmiş altı Türk filmi jeneriği analiz edilmiştir.

Analiz edilen ilk örnek, *Bir Millet Uyanıyor* (Muhsin Ertuğrul, 1932) filminin jeneriğidir (Şekil 2). Türk kahramanlığını işleyen savaş filmlerinin yıldızlı, bayraklı jeneriklerine öncü örneklerden biri olan ve "*en iyi filmler savaşı anlatan kahramanlık filmleridir*" görüşünün yaygın olduğu bir dönemde üretilen bu jenerikte; mücadele coşkusunun taze olduğu günlerde tüm ülkenin Cumhuriyetin gururunu taşıdığı hissettirilir. Tipografik elemanlara eklenen yıldızların, başka hiçbir görsel eleman kullanılmamasına rağmen, filmin isminin anlamı ile birleşince bayraktaki ay-yıldız referans veren sembolik bir ifade olduğu anlaşılır. Ayrıca başlangıç jeneriği ile aynı harflerle, ancak dalgalanan Türk bayrağı fonu üzerine bindirilmiş son jeneriği bu görüşü destekler. Film kadrosunun isimlerinin bir kısmının soyadları kullanılmadan listelenmesi o dönemde yapılan jeneriklerde ve afişlerde görülen bir uygulamadır. Oyuncular ve teknik kadro, o dönemde bilindikleri isimleri ve lakapları ile bu mecralarda yer almaktadır.



Şekil 2. Açılış ve son jeneriği, *Bir Millet Uyanıyor* (M. Ertuğrul, 1932)

Türk toplumunda ailelerin dinî, sosyal, ailevî ve asalet kaynaklı lakaplar taşımalarını yasaklayıp yerine herkesin kendi adından başka ailesinin ortak olarak kullanacağı bir soyadı almasını gerektiren Soyadı Kanunu henüz kabul edilmemiştir. Kredilendirilen teknik ekibin azlığı o dönemde sektörün filmin künyesinde yer almayı çok önemsemediği ya da filmin künyesinde yer alması gerekenleri küçük bir grup olarak gördüğünün işareti olabilir.

Ele alınan ikinci jenerik, *Aysel, Bataklı Damın Kızı* (M. Ertuğrul, 1934-35) filmine aittir. Kartonlar üzerine elle yazılıp daha sonra filme çekildiği düşünülen bu jenerikte hareket unsuru yoktur; geçişler belirme-kaybolma şeklinde yapılır. Yurtdışı örneklerinde karşımıza çıkmaya başlayan detaylı telif uyarısı, akar jenerik ve noktaların kullanımı henüz yoktur, ancak jenerik sonunda büyük olarak yer alan film şirketi logosu sahiplenme ve rekabet ortamının başladığının işaretidir. Jenerik her ne kadar durağan, yalın ve anlam açısından nötr görünse de, künyenin tamamının büyük harf kullanılması jenerikte yer alanların önemsendiği ve önemsetilmek istendiğinin bir göstergesi olabilir. Ülkü Erakalın (2006), bu filmin jeneriğinde henüz soyadlarının kullanılmamasını, Soyadı Kanunu'nun belki de henüz uygulamaya tam olarak geçmemiş olmasına bağlar. Filmin isminden hemen sonra "*Bir Köy Hikâyesi*" ifadesindeki hikâye kelimesinin kullanımı filmin kurmaca ve gerçek dışı durumuna vurgu yaparken, konuyu

belirterek filme gerçek anlamda bir tanıtım ve giriş sağlar.

Türk sinemasında bir üretim modelini ve dönemi ifade eden Yeşilçam filmlerinin yabancı sinemaların etkisi altında oluşan melez karakteri gibi, Türk film afişleri de önceleri Alman, Fransız daha sonraları da Hollywood, İtalya, Meksika, Hindistan ve Mısır film afişlerinin etkisi altındadır. Sinemanın ilk zamanlarında, jeneriklerde yurtdışına bakış, sinema afişi ve yabancı örneklere öykünme, Art Deco gibi sanat ve tasarım akımlarından etkilenme göze çarpar. Jeneriğine ulaşılamayan Türk sinemasının ilk ortak yapımı ve sesli filmi *İstanbul Sokaklarında* (M. Ertuğrul, 1931, Türk, Mısır ve Yunan ortak yapımı), Art Deco'nun geometrik ve sade üslubunun etkilerini bariz şekilde taşıırken, bu ve bundan sonraki dönemdeki çoğu elle, ilkel teknikler kullanılarak yapılan film afişlerinden farklı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir (Şekil 3).



Şekil 3. Afiş, *İstanbul Sokaklarında* (M. Ertuğrul, 1931)

Şehvet Kurbanı (M. Ertuğrul, 1940) filminin jeneriği, Art Deco grafik dilini çağrıştıran illüstratif ve tipografik özellikleri ile, bahsi geçen filmin afişi ve bir sene sonra çekilecek olan *Kahveci Güzeli* (Muhsin Ertuğrul, 1941) filminin jeneriği ile benzeşir (Şekil 4). Kullanılan akar jenerik ve noktalar da yurtdışındaki örneklere öykünmeyi işaret eder. 1930'lu yıllarda özellikle Hollywood filmlerinde noktaların kullanımı ve Art Deco yazı karakterleri yaygındır. Bu durumda sinemacıların yurtdışındaki filmleri ve görsel stilleri takip ettiklerini öne sürebiliriz. Vurgu yapılmak istenildiği düşünülen isimler, konturlu serisiz harfler ile, ara başlıklar dekora-

tif el yazısını andıran font ile belirtilir ve hiyerarşik bir ayırım sağlanırken üçüncü bir font ikinci dereceden oyuncuları ifade etmekte kullanılır. Arka planda yer alan illüstrasyon ve önde yer alan bilgi içerik olarak örtüştürülmüştür. Film içinde de jenerikle tutarlılık taşıyan aynı yazı karakteri ile ara yazılar kullanılır. Film karakterleri, illüstrasyonlarda silüetler olarak izleyiciye tanıştırılır. Yazı ve illüstrasyonlar arasında görülen ön ve arka plan ilişkisi, seçim ve tasarımda belli bir niyet olduğunu hissettirir.



Şekil 4. Açılış jeneriği, *Şehvet Kurbanı* (M. Ertuğrul, 1940)

Afişte kompozisyonun ziyade kullanılan illüstrasyonun kalitesi ve filmin temasını hangi eleman ve sembollerle aktardığı göz önünde tutularak, jenerik grafiklerinin filmin afiş grafikleri ve illüstrasyonlarından daha özenli ve başarılı olduğu söylenebilir (Şekil 5). Afiş ve jenerik arasında bağlayıcı bir unsur bulunmaz.



Şekil 5. Afiş, *Şehvet Kurbanı* (M. Ertuğrul, 1940)

Kahveci Güzeli (Muhsin Ertuğrul, 1941) jeneriğinde “Masalını takdim eder” ifadesi film ile masal dünyası arasında, dolayısıyla gerçek olmayan ile bağlantı kurar. Jeneriği takip eden ilk karede yer alan “Bu filmde geçen vak’alar çok eski bir Türk masalından alınmaktadır” ibaresi, el yazısını çağrıştıracak şekilde dekoratif yazılmış ve masalsi etki kuvvetlendirilmiştir. Jenerikteki yazıların parlaması ve önemli oyuncuların sadece ilk isimlerinin kullanılması masalsi etkiyi destekler. Soyadı kanunu 1934’te çıkmasına rağmen, isimler ilk çıktığında soyadlarının kullanılmaması bu kanunun henüz çok benimsenmemesine, ya da ilk isimlerin ya da lakapların yer aldığı ve soyadlarının kullanılmadığı masallardaki ifadenin bu yolla desteklenmesine bağlanabilir.

Masala ve gerçek olmayan dünyaya verilen bu referans, filmin zor savaş yıllarında yapılmış olmasının bir uzantısı olarak görülebilir. Kün-yede “... şarkılarını yazan ...” şeklinde ifadelerle şarkılara yapılan vurgu, bir eğlence şekli olarak sinemanın müzikle ilişkisinin bu çerçevede algılanması olarak yorumlanabilir. Ayrıca kün-yede yer alan, filmi besteleyen ifadesi film müziklerine; filmi çeken ise görüntü yönetmeni, ya da kameramana karşılık gelmektedir. “... takdim eder” ibaresi “... sunar” gibi, Türk film jeneriklerinde pek çok filmde kullanılan yapım firmasının logosu yerine bir mülkiyet ifadesi ve imza anlamını taşıyan ifadelerdir. Aslında tamamı bir nevi imza olarak yorumlanabilecek jenerik, belki de resimlerin sağ alt köşesine atılan imza gibi, bir sanat eserinin mülkiyetini belirtir. Aidiyet belirten imza aynı zamanda işin kutsanması olarak algılanabilir. Bu kutsanma, değer arttırmak gibi bir fonksiyonu da gerçekleştirir. Ancak imza aynı zamanda sorumluluk demektir ve sorumluluğu kimin üstlendiğini gösterir. Bu filmin afişinde yer alan “Türkçe” ibaresinin nedeni olarak, o dönemde gösterimde olan Mısır filmleri ve film afişindeki görsellerin yanlış anlaşılmaya mahal verecek yapıda olması gösterilir (Gür, 2007).

Jeneriğin teknik anlamda yarattığı farklılıklara bir örnek *Fato / Ya İstiklal Ya Ölüm* (Turgut Demirağ, 1949) filminin jeneriğidir. Bu jenerik-

te, film şirketinin ismi “And” aşağıdan yukarı doğru belirip silinerek, hareket içeren bir görsel efekt denemesi yapılır. Ayrıca tam film ismi jenerikte belirdiği sırada patlayan bomba, bomba sesi efekti ile de desteklenerek, filmin isminin belirdiği anı kuvvetlendirir. Bu haliyle jeneriğin önemsendiği ve filmin teknik ve içerik olarak seyirciyi cezbedici şekilde tasarlandığı söylenebilir. Yazı karakteri seçimi, savaşı çağrıştıran şekilde sert ve kalın olmak yerine daha yumuşak duygu yüklü ve kadınsı bir ifadeye sahiptir. Bu da arkada yer alan çadır, köprü, patlama, ateş, duman, vb. görüntülerin yumuşamasını sağlar. Böyle bir yumuşatma, filmin içerdiği aşk hikâyesini, romantik yapısını belirginleştirip kadın izleyici ile bir bağlantı kurulmasını sağlamış olabilir. Filmin afişinde jenerikte kullanılan unvanlardan müzik ile film amiri ve direktörünü görürüz. Müziğin ve filmin yönetmeni aynı hiyerarşide kullanılmıştır. And film jenerikte olduğu gibi logosu ile afişte de yer almaktadır. Tüm bunlar şirket kimliği ve müziklere jenerikte verilen önemin rastlantısal olmadığını ispatlamaktadır.

Vurun Kahpeye (Lütfi Ö. Akad, 1949) filminin jeneriğinde, hareket unsuru sadece sayfa çevirme esprisi ile sağlanmıştır. Başlangıç jeneriğindeki düzenleme, tipografi, efektler ve detaylı kredilendirme, jeneriğe özenildiği etkisini vermektedir. Bir roman uyarlaması olmasının ötesinde, filmin ana karakterinin aydın bir öğretmen oluşu ve filmin eğitime vurgusu jenerikle ifadesini bulur. “Milli roman” ifadesi ve bununla alakalı sayfa çevirme üzerine İnanoğlu (Noyan’dan alıntı, 2007) afiş veya jenerik hazırlamak için filmin senaryosunu okumuş olmanın şart olmadığını; ama tasarımda kullanmak üzere filmi bilmek, havasını anlamak gerektiğini söyler. Ayrıca, geçmişte Muazzez Tahsin Berkant ya da Kerime Nadir gibi dönemin ünlü yazarlarının eserlerinden beyazperdeye aktarılan bir filmin jeneriğini, sayfaları çevrilen bir kitap gibi tasarlanmanın, izleyiciyi edebi bir yapıtın filmi ile koşut bir yoğunlaşmaya yönlendirmeye hizmet ettiğinden bahseder. Elbette bu yaklaşım filmin içeriğini kuvvetli şekilde ifade etmekle beraber, son derece durağan olabilecek jeneriğe hareketli ve farklı bir hava da katar. Film afişi-

nin jenerikle grafiksel anlamda bir ilişkisi bulunmaz. İlginç bir nokta, afişte tasarımcının ismi yer alırken jenerikte detaylı kredilendirmeye rağmen jenerik tasarımcısının yer almamasıdır. Oysa her ikisinde de titiz bir uygulama hissedilir.

Sonuç

Türk sinemasının başlangıç döneminden elimizde kopyaları olan film sayısı çok sınırlıdır. Bunlarla o yıllara dair yorumlar yapmak bir hayli zordur; zira elde olan en eski filmlerin jenerik ve ses bantları ayrı kutularda saklandıkları için kayıp, ya da hasarlıdır. Bu nedenle yeniden yapılan ve hatalı bilgiler içerenleri vardır (Scognamillo, 2006). Burada ele aldığımız jenerikler, 1940'lı yılların sonlarından itibaren ulusal karakter taşıyan filmler ile, çoğunluğu alt ve orta gelir düzeyinden olan bir seyirci kitlesine hitap eden bir Türk sinemasının jenerikleridir. Tipografik elemanların ön planda olduğu bu ilk dönemin jeneriklerinde, ortak özellikler olarak siyah fon, ressamlar tarafından yazılan beyaz yazı ile oyuncu isimleri ve oynadıkları karakterin aralarındaki noktaların kullanımı sayılabilir. Film jeneriklerinin basılı kitap içeriklerini andıran noktalı yapısı, kitap tasarımından sinema için grafik tasarıma geçişte aktarılan bir karakter özelliği olabilir. Bunlar dışında çok önemli ortak bir özellik ise, jeneriklerin hareketsiz ve sabit görüntülerden oluşmalarıdır. Ancak bu hareketsizliğin farkına varıp, onu çeşitli yöntemlerle hareketlendirme çabası da görülür. Bunlar arasında sahne arası geçişlerde belirme - kaybolma ile yukarı doğru kayma efektleri sayılabilir. Tonguç Yaşar (2006), o dönemdeki süreçle ilgili olarak, 1950'lere kadar letraset olmadığı için jenerik yazılarının hep kartona elle yazıldığından, film çekilmeden önce genelde yapımcıların yalnızca oyuncu adları, kadro, ekip isimleri ve sinopsisi hiyerarşisi hazır şekilde verdiği ve buna birinci karton, ikinci karton denildiğinden bahseder. Necip Sarıoğlu (2006) da jenerik işinin başlangıçta stüdyonun sorumluluğunda olduğundan bahsederek stüdyolarda jenerik çekim odaları ve kamera olduğunu, yapım aşamasında jeneriğin pozitif film çekilip yıkanarak geçirgen hale geldiğini ve süperpoze olarak alttakini gösterdiğini söyleyerek jeneriğin teknik yönünün baskınlığını vurgular. *Şehvet Kurbanı*

filminin jeneriğinde karşımıza çıkan yazının soldan sağa ve yukarıdan aşağıya vev yerleştirilmesi, daha sonra pek çok filmde kullanılacak olan ve özellikle yabancı filmlerde ilk örneklerini gördüğümüz bir tipografik düzenlemedir. Yurdaer Altıntaş (2006) da, afiş ve jeneriklerde ilk zamanlar tipografinin çoğunlukla elle hazırlandığını ve Helvetica gibi elle kolay yazılabilecek batone yazı karakterlerinin tercih edildiğini, filme uygunluğundan çok, kolaylığın önemsendiğini söyler. Ancak tipografide anlamı kuvvetlendiren çeşitli çağrışımları olabilecek yazı karakteri ya da yıldız gibi motifler kullanımı da görülür. Hasan Bülent Kahraman (2004)'ın "Türkiye'nin yakın dönem tarihi, aslında tam bir görüntü tarihidir. Çünkü Türk modernleşmesi, öncelikli olarak görüntüyle ilgili bir gerçeklik olarak başlamıştır" ifadesinden yola çıkarak sinema ve görsel kültürün bu gerçekliği besleyen unsurlardan olduğu yargısına ulaşabiliriz. Bu bağlamda, jeneriklerde de sıklıkla görülen sembollerden ve ifadelerden sinemanın milli duyguları körükleyen ve milli değerlere sahip çıkan bir yapısı olduğu sonucu çıkartılabilir.

Kredilendirilenler, künyede yer alan unvanlar yıllar ilerledikçe fazlalaşmış, özellikle de müzisyenlere vurgu yapılmıştır. Bu sayede sinemanın müzikli bir eğlence olarak algılandığı anlaşılmaktadır. Başlangıç jeneriği tercih edilmiş; filmin bitişini işaret eden son yazısı önemsenmiş, ancak sonda başka bir bilgiye yer verilmemiştir. Kurdoğlu (2006), son yazısının bu dönemde tercih edilmesinin nedeninin, sinemanın anlatım dilinin bu kadar geniş konsensüsünün olmadığı, oturmadığı bir dönemde, filmin sonunun geldiğinin anlaşılmıyor olmasına bağlar. İlk yıllarda jenerik, vakitsizlik, teknik ve maddi yetersizlik, filmin yapısı içinde önemsenmeme ve bilgisizlik nedenleriyle (bir kitabın basım bilgisi, içindekiler bölümü ve kitap bitimindeki son yazısına benzer bir biçimde) biraz da kuru bir ifadeyle ambalaj görevi görmüş ve filmin atmosferine hazırlayış fonksiyonu açısından zayıf kalmıştır. Ancak sonraki yıllarda tüm olumsuz koşullara rağmen, ele alınan jeneriklerin bir kısmında da görülebileceği gibi, yabancı örneklerle yakın uygulamalar ve teknolojinin elverdiği ölçüde denemeler yapılmıştır.

Tasarım ve sinema, bütçeye dayanan iyi bir planlamaya ve teknolojiye bağlıdır. Her ikisi de kullanıcı / seyirci odaklıdır. Tasarımın rasyonel, işlevsel yapısı jenerik alanında devam etse de; içinde hikaye anlatıcılığı, dramatik unsurlar, zaman, hareket ve seyirci bulunan daha soyut bir alana kayar. Sinema da başı ve sonu olan ve “paketlenebilir” bir alan olduğunu tasarımla bulduğunda hisseder. Afiş, jenerik ve DVDler sinemanın kullanıcı, işlev ve somut olanla karşılaştığı mecralardır. Bu dönemde jenerikler ve yine sinema ile bağlantılı tasarım mecrası olan afişler arasında bilinçle oluşturulmuş bir bağ ve tutarlılık görülmemektedir. Sektördeki işbölümünde, birbirinden ayrı birimlerin arasındaki bağın zayıf olduğunu, filmin yapım ve promosyon safhalarının henüz birlikte algılanmadığını, ya da ele alınmadığını söylemek mümkündür. Jeneriklerde ve afişlerde o dönemin görsel sanat eğitimi veren kurumlarından mezun olanların ve döneme damgasını vurmuş tasarımcıların emekleri görülmez; ancak Art Deco gibi akımların, dönemin ünlü grafik tasarımcıları kadar jenerik üreten tasarımcıları da etkilediği fark edilir. Jenerik yazı karakteri, renk, doku gibi grafik tasarım elemanları ve zaman, ses, hareket gibi sinema unsurlarını kullanarak her ikisi için de ilginç bir üretim alanını oluşturur. Estetik ve sembolik bir ifade olmanın yanı sıra, ticari ve sektörel zorunlulukları olan bir mecra. Ele alınan dönemde Türk sinemasının ve grafik tasarımının yolları henüz tam olarak kesişmemiştir. Türk sinemasında jenerikler, üretim koşulları, teknikleri, üreticileri gibi farklılıklar içermelerinin yanı sıra; kimi filmlerin türleri ile ilişkili olarak (milli kahramanlık öyküleri, komediler, edebi aşk öyküleri, vb.), bazen de tasarım elemanları ile alakalı kategoriler oluştururlar. Jeneriklerde tasarımcılarına ve tipografik uygulama tekniklerine göre de bir sınıflandırma mümkün olabilir. Ele aldığımız dönem, kaligrafi jenerikleri olarak tanımlanabilir. Bunun dışında, bu yılları takip eden dönemlerde elle çizim, plastik harf, aktarma yazı, fotodizgi ve dijital harfi kullanan ressam, karikatürist, illüstratör, fotoğrafçı, kameraman, teknik adam, kurgucu, tasarımcı, görsel efektçi jeneriklerini görürüz. Türk sinemasında film jeneriklerinin zamanlama, bütçe ve teknolojiye bağlı olarak bazı evreler geçirme-

sinin yanı sıra; üretim sürecindeki iş bölümü, jeneriğe dair farkındalık, tasarımcılarının altyapısı ve film sektörünün durumuna bağlı olarak da geliştiğini söyleyebiliriz. Tüm bu süreç ve gelişim içinde jenerik tasarımcıları anonimken, birer isme sahip tasarımcı olurlar. Künyeleri yazan kişiler, künyede yer alan bireylere dönüşüm geçirir. Benzer şekilde jenerikler de çoğunlukla anonim, birbirinden farksız, kimliksiz tasarımlar olmaktan, kendine has, farklı ve bir kimliğe sahip tasarımlara doğru gelişirler. Esen Karol (Tanyeli’nden alıntı, 2007), jenerik bağlamında da anlamlı olabilecek sözlerinde, kavramların tartışılmadığı bir ülkede resimleri üzerine konuşmanın imkânsızlığına ve eğer bir açmaz var ise, bunun genel anlamda kültürel bir açmaz olduğunda değinir. Benzer etkiler ve sonuçlar yaratmak tehlikesinin aşılması ve sıradan olandan uzaklaşma, güçlü kavramların yaratılmasıyla olanaklıdır. Bu konudaki gelişmeler, kavramları da değiştirmekte; alanın etkinliklerini yalnızca grafik tasarım ya da tasarım kavramı karşılayamamaktadır. Bu alanda medya plânlaması, iletişim tasarımı, tasarım yönetimi, vb. kavramlar grafik tasarım alanına girmektedir. Jenerik tasarımcısı Wayne Fitzgerald (Billanti’den alıntı, 1985)’in jenerik tasarımında denemeler, arayışlar ve yeniliği açıklayan sözleri sinemamızda jeneriğin Türk sinemasındaki macerasını da özetler gibidir: “Filmle yapılabilecek şeyler vardı. Yapmamak delilik olurdu”.

Kaynaklar

- Allison, D., (2006). Novelty title sequences and self-reflexivity in classical Hollywood cinema. <<http://www.latrobe.edu.au/screeningthepast/20/novelty-title-sequences.html>>, erişim: 24 Nisan 2008.
- Altıntaş, Y., (2006). Kişisel görüşme, İstanbul.
- Billanti, D., (1982). The names behind the titles, *Film Comment*, **18**, 3, 68.
- Çağlayan, T. A., (2004). Türk Sinemasında Seyirci-Sinema Etkileşimi ve Seyirci Profili, *Sanatta Yeterlilik Tezi*, Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema TV Anasanat Dalı, Sinema TV Programı, İstanbul.
- Erakalın, Ü., (2006). Kişisel görüşme, İstanbul.
- Evren, B. , (1998). *Beyoğlu Zaman İçinde*, Televizyon Belgeseli, 5. Bölüm, TRT, İstanbul.
- Gür, Ş., (2007). Kişisel görüşme, İstanbul.

- Helfand, J., (2001). *Screen: Essays on Graphic Design, New Media, and Visual Culture*, NY: Princeton Architectural Pres, 119-123.
- Kahraman, H. B., (2004). Resimli tarih'ten dersler, *Radikal Gazetesi*.
- Karamustafa, S., (1999). Türkiye'de Grafik Tasarımın Son Çeyrek Yüzyılı, *Cumhuriyetin Renkleri, Biçimleri*. Ed. Ayla Ödekan. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Kurdoğlu, K., (2006). Kişisel görüşme, İstanbul.
- Maden, S., 1999. Grafik sanatının dünü, bugünü, *Cumhuriyetin Renkleri, Biçimleri*. Ed. Ayla Ödekan. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Mueller G. M., (2006), The image is the message: A model for applying iconology in mass media research, *International Communication Association Konferansı*, Dresden.
- Noyan, N. E., (2007). Sinema Afişleriyle Anlatılan Tarih: Türker İnanoğlu, *Grafik Tasarım*, **11**. 46-49.
- Noyan, N. E., (1998). Romantik Aşkın Yeniden Sunumu: 1965-1975 Türk melodram posterlerindeki tasarım ve anlamın incelenmesi. *Yüksek Lisans tezi*, Bilkent Üniversitesi, Ankara.
- Panofsky, E., (1993). *Meaning in the Visual Arts*. Londra, New York: Penguin Books.
- Sarıcioğlu, N., (2006). Kişisel görüşme, İstanbul.
- Scognamillo, G., (2006). Kişisel görüşme, İstanbul.
- Şekeroğlu, S., (1985-87). *Türk Sinema Tarihi*, Belgesel (VHS).
- Tanyeli, U., (2007). Profil: Esen Karol, *Arredamento Mimarlık*. Mayıs, 58-73.
- Van Leeuwen, T., (2001). Semiotics and Iconography. Eds. T. Van Leeuwen, ve C. Jewitt *Handbook of Visual Analysis*. Londra: Sage, 92-118.
- Van Straten, R., (1994). *An Introduction to Iconography: Symbols, Allusions and Meaning in the Visual Arts*. Londra: Routledge, yenilenmiş İngilizce basım.
- Yaşar, T., (2006). Kişisel görüşme, İstanbul.