



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

**TELEVİZYON PROGRAM JENERİKLERİNDE, MÜZİK
VE HAREKETLİ GRAFİK TASARIM İLİŞKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

İlyaz OLGUN

125110117

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Demet KARAPINAR

İstanbul, 2014



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

**TELEVİZYON PROGRAM JENERİKLERİNDE, MÜZİK
VE HAREKETLİ GRAFİK TASARIM İLİŞKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan: **İlyaz OLGUN**

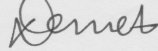
T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

03.09.2014

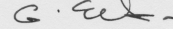
Enstitümüz **Grafik Tasarımı** Anasanat dalı yüksek lisans öğrencilerinden **125110117** numaralı **İlyaz OLGUN** "İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "**TELEVİZYON PROGRAM JENERİKLERİNDE, MÜZİK VE HAREKETLİ GRAFİK TASARIM İLİŞKİSİ**" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 21.08.2014 tarih ve 2014/10 sayılı toplantısında seçilen ve Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin 48. maddesi gereğince (30) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~ayrıklığı/oybirliği~~ ile ~~Kabul/Red veya Düzeltme~~ kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
YRD.DOÇ.DR. DEMET KARAPINAR



ÜYE
PROF.DR. GÜLER ERTAN



ÜYE
YRD.DOÇ. DR. BAHATTİN ODABAŞI



YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

03/09/2014

İlyaz OLGUN

ONAY

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

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporum sadece İstanbul Arel Üniversitesi Yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumunyıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

03/09/2014

İlyaz OLGUN

ÖZET

TELEVİZYON PROGRAM JENERİKLERİNDE, MÜZİK VE HAREKETLİ GRAFİK TASARIM İLİŞKİSİ

İLYAZ OLGUN

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Demet KARAPINAR

Temmuz, 2014 – 91 Sayfa

Kitle iletişim araçlarından olan televizyon, gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır. Televizyon kanalları izleyici kitlesini kendisinde tutabilmek için, çok çeşitli programlar sunar. Çabuk tüketilen bu sunumların sürekli yeniliklerle dolu olması ve izleyiciyi sürekli etkilemeye çalışması, televizyon kanalının izlenme oranlarını arttırır.

Kanal logosu altında, hedef kitleye en çarpıcı televizyon grafik tasarımlarının sunumu ve çeşitli programların yayınlanması, birçok kanalın birbirinden ayrılarak, izleyici tarafından fark edilmesini sağlar ve televizyon kanalının görsel kimliğini ön plana çıkarır.

Görsel kimlik unsuru olarak jenerik, kurum kimliğini, kanal logosu kadar etkili biçimde izleyiciye aktaran grafik tasarımlardır.

“Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi” başlıklı bu araştırma kapsamının ilk bölümünde, program jeneriğinin tanımı, açılış ve kapanış jeneriklerinin özellikleri, kurumsal jenerikler, haber bülteni, spor haberleri, hava durumu jenerikleri, reklam jenerikleri ve program jenerikleri üzerinde durulmaktadır.

İkinci bölümde ise hareketli grafik tasarımın tanımı, hareketli grafiklerde tasarım kuralları, renk ve ton, yazı ve görüntü ilişkisi, hareket, form, derinlik, ses ve görüntü ilişkisi incelenmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, müzik kavramı ve müziği oluşturan temel öğelerden ses, ritim, melodi, armoni hakkında bilgi verilmektedir.

Dördüncü bölümde ise müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisi üzerinde durularak, müzik ve iletişim, müzik ve sinema ilişkisi, müzik ve jenerik ilişkisi, jenerik türlerine göre müzik seçimi, araştırıldı. Türkiye’den ve dünyadan örnekler incelendi, program jeneriği tasarlayıp uygulayan profesyonellerle röportajlar yapılarak televizyon program jeneriği tasarımı hakkında, görüşlere yer verildi.

Anahtar Kelimeler: Televizyon Program Jeneriği, Müzik, Hareketli Grafik Tasarım

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN MUSIC AND MOTION GRAPHICS DESIGN IN THE CREDITS OF TELEVISION PROGRAMMES CREDITS

İLYAZ OLGUN

MA Thesis, Dept. Of Graphic Design

Supervisor: Assistant Prof. Demet KARAPINAR

July, 2014 – 91 pages

Television as means of mass communication is an indispensable part of our daily lives. TV channels offer wide range of programming to keep their audience tuned in. The innovative approach and continuous efforts to appeal audience in these quickly consumed programmes aim at increasing ratings of TV channels.

Presentation of striking television motion graphics design and screening of variety of programmes under the logo of TV channel differentiate between themselves. They emphasize visual identity of TV channel and make audience distinguish it.

Screen credits as component of visual identity are graphic designs which transmit institutional identity of TV channel to audience as strong as the logo of TV channel does.

In the first section of the thesis, titled as “The relationship between music and motion graphics design in the credits of television programmes credits” the definition of programme credits, key features of opening and closing credits, institutional credits, credits of news bulletins, sports news, weather news, commercial breaks and programmes are examined.

In the second section, definition of motion graphics design, rules of design in motion graphics, colour and hue, relationship between font and visuals, and between motion, form, depth, sound and visuals are examined.

In the third section, information on concept of music is given and components of music such as sound, rhythm, melody and harmony are elaborated.

In the fourth section, the relationship between music and motion graphics design is emphasized. Besides, the relationship between music and communication, music and cinema, music and screen credits, the choice of music depending on types of credits are examined. Samples from Turkey and the world are mentioned. The interviews with professionals who design and apply programme credits are given place.

Key Words: Television Programme Credits, Music, Motion Graphics Design

ÖNSÖZ

Başarılı bir televizyon programı, çekim öncesinden çekim sonrasına, müzik seçiminden, kurgu aşamasına, jenerik tasarımı ve yayınlanmasına kadar her aşamasıyla, birçok uzman ekibin biraraya gelmesi ve tasarlanan yapımın bu süreçte gelişip güzelleşmesiyle ortaya çıkar.

Televizyon programının tasarım sürecinde programın jeneriği önemlidir. Jenerik, program hakkında fikir verir ve izleyicinin programla ilgili bir imaja sahip olmasını sağlar. Etkileyici bir jenerik programın izlenme payını artırır.

Televizyon program jeneriğinin etkileyici olabilmesi, tasarımının iyi yapılabilmesine bağlıdır. Kullanılan grafik öğeler, reel görüntüler, seçilen müzik, birbiriyle uyumlu olmalıdır.

Bu çalışma ile etkileyici bir program jeneriği tasarımına yönelik araştırma yapmak amaçlandı, bu çerçevede televizyon program jeneriklerinde, müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisi ortaya konmaya çalışıldı.

Bu çalışmada bana yol gösteren, yardımcı olan tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Demet KARAPINAR'a ilgi ve desteğinden dolayı teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca çalışmam boyunca bana destek olan özellikle annem, kardeşim Züleyha ve bütün aileme yardımlarından dolayı sonsuz teşekkür ederim.

İSTANBUL, 2014

İlyaz OLGUN

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	VI
ABSTRACT.....	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XIII
GÖRÜNTÜLER LİSTESİ.....	XIV
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XV
EKLER LİSTESİ.....	XV

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problemin Tesbiti.....	1
1.1.1. Alt Problemler.....	1
1.2. Çalışmanın Amacı.....	2
1.3. Araştırma Metodolojisi.....	2
1.4. Bölümlerin Planı.....	2
1.5. Sayıtlar.....	2

2. BÖLÜM

TELEVİZYON PROGRAM JENERİĞİ

2.1. Televizyon Program Jeneriğinin Tanımı.....	4
2.1.1. Jeneriğin İşlevi.....	5
2.1.2. Jeneriğin Tarihsel Gelişimi.....	6
2.1.3. Gelişen Teknolojinin Jeneriklere Etkisi.....	9

2.1.4. Jenerik Tasarım Aşaması.....	10
2.2. Televizyon Programının İçeriğine Göre Açılış Türleri.....	11
2.2.1. Televizyon Programının İçeriğine Göre Tanıtıcı Açılış.....	11
2.2.2. Televizyon Programının İçeriğine Göre Soğuk Açılış.....	12
2.2.3. Televizyon Programının İçeriğine Göre Karma Açılış.....	12
2.3. Televizyon Programının Kapanışı.....	13
2.4. Televizyon Jenerik Türleri.....	13
2.4.1. Kurumsal Jenerikler.....	14
2.4.2. Haber Bülteni Jenerikleri.....	15
2.4.3. Spor Jenerikleri.....	18
2.4.4. Hava Durumu Jenerikleri.....	19
2.4.5. Reklam Jenerikleri.....	20

3. BÖLÜM

HAREKETLİ GRAFİK TASARIM

3.1. Hareketli Grafik Tasarım'ın Tanımı.....	22
3.2. Hareketli Grafiklerde Tasarım Kuralları.....	23
3.2.1. Renk ve Ton.....	24
3.2.1.1. Renk (Hue).....	27
3.2.1.2. Doygunluk (Saturation).....	27
3.2.1.3. Canlılık (Luminance).....	27
3.2.2. Yazı ve Görüntü İlişkisi.....	29
3.2.3. Hareket (Motion).....	33
3.2.3.1. Gerçek Hareket (Real Motion).....	33
3.2.3.2. Görünen Hareket (Apparent Motion).....	33
3.2.3.3. Grafik Hareket.....	34

3.2.3.4. Dolaylı Hareket.....	34
3.2.4. Form.....	34
3.2.4.1. Nokta.....	34
3.2.4.2. Çizgi.....	35
3.2.4.3. Şekil.....	35
3.2.5. Derinlik.....	35
3.2.5.1. Boşluk.....	36
3.2.5.2. Ölçek.....	36
3.2.5.3. Renk.....	36
3.2.5.4. Işık.....	37
3.2.5.5. Dokusal Geçişler.....	37
3.2.5.6. Üst üste gelme (Interposition).....	37
3.2.5.7. Perspektif.....	37
3.2.5.8. Doğrusal Perspektif.....	37
3.2.5.9. Atmosfer Perspektif.....	38
3.2.6. Ses ve Görüntü İlişkisi.....	38

4. BÖLÜM

MÜZİK

4.1. Müzik Kavramı.....	39
4.2. Müziği Oluşturan Temel Öğeler.....	40
4.2.1. Ses.....	41
4.2.2. Ritim.....	41
4.2.3. Melodi.....	42
4.2.4. Armoni.....	43

5. BÖLÜM

MÜZİK VE HAREKETLİ GRAFİK TASARIM İLİŞKİSİ

5.1. Müzik ve İletişim.....	44
5.2. Müzik - Sinema İlişkisi.....	45
5.3. Müzik – Jenerik İlişkisi.....	46
5.3.1. Jenerik Türlerine Göre Müzik Seçimi.....	47
5.4. Senkronizasyon.....	48
5.5. Örneklerin İncelenmesi.....	49

6. BÖLÜM

SONUÇ

6.1. Özet.....	65
6.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı.....	66
6.3. Araştırma Kısıtları.....	67
6.4. Geleceğe Yönelik Çalışma Alanları.....	67
KAYNAKÇA	68
EKLER	75
ÖZGEÇMİŞ	91

KISALTMALAR LİSTESİ

A.B.D.	:Amerika Birleşik Devletleri
EBU	:Avrupa Yayın Birliği
AE	:Adobe After Effects
a.g.e.	:Adı Geçen Eser
BBC	:British Broadcasting Corporation
Bkz.	:Bakınız
Çev.	:Çeviren
Der.	:Derleyen
Hz.	:Hertz
RTÜK	:Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s.	:Sayfa
TRT	:Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
vb.	:Ve benzeri
VTR	:Video Kayıt ve Okuma Sistemi
Wav	:Waveform Audio File Format – Ses formatı

GÖRÜNTÜLER LİSTESİ

	Sayfa
Görüntü 2.4.1.1. Star TV Kurumsal Jenerik.....	14
Görüntü 2.4.1.2. Show TV Kurumsal Jenerik.....	15
Görüntü 2.4.1.3. CNN 2013 “This is CNN” Ident.....	15
Görüntü 2.4.2.4. Ana Haber Jenerik Fox.....	16
Görüntü 2.4.2.5. ATV HD Haber Jeneriği 1080HD.....	17
Görüntü 2.4.2.6. NTV Gece Bülteni Jeneriği.....	17
Görüntü 2.4.2.7. Kanal D Haber Bülteni Jeneriği.....	18
Görüntü 2.4.3.8. Al Jazeera Sport News – Ident.....	19
Görüntü 2.4.4.9. TRT Hava Durumu Jeneriği.....	20
Görüntü 2.4.5.10. TRT1 Reklam Jeneriği.....	21
Görüntü 2.4.5.11. CNBC-e Reklam Jeneriği.....	21
Görüntü 5.5.12. BBC One – Ident.....	49
Görüntü 5.5.13. BBC ONE Ident - Hippos Long.....	51
Görüntü 5.5.14. “Nickelodeon” Logo Ident.....	52
Görüntü 5.5.15. MTV Ident: Bubblegum Love / Wonderland – Clean.....	53
Görüntü 5.5.16. Channel 4 Ident “Space Squad”.....	55
Görüntü 5.5.17. T4 idents.....	56
Görüntü 5.5.18. TV3 ident - Butterflies.....	57
Görüntü 5.5.19. Channel 4 Ident: Aeroplane Graveyard.....	59
Görüntü 5.5.20. Star TV “Melek” program giriş jeneriğinden kareler.....	60
Görüntü 5.5.21. Alibi (UKTV) – Ident / Continuity.....	61

Görüntü 5.5.22. “Evrım Akın’la Uzman Avı” program jeneriğinden kareler.....	63
Görüntü 1.23. “Muhabir” program jeneriğinden bir kare.....	75
Görüntü 1.24. “Dostluğın Son Kalesi” (belgesel) program jeneriğinden bir kare.....	76
Görüntü 1.25. “Keyfekeder” program jeneriğinden bir kare.....	79
Görüntü 1.26. TRT Müzik – “Kadınlarımız” program jeneriğinden bir kare.....	83

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 3.2.1.1. RGB ve CMYK renk sistemleri.....	25
Şekil 3.2.1.2. Televizyon için renk test şeritleri.....	26
Şekil 3.2.1.3. Rengin canlılık değeri gösteren şekil.....	28
Şekil 3.2.2.4. Bodoni MT 12 punto.....	31
Şekil 3.2.2.5. Grafik elemanların dengesini gösteren şekil.....	32

EKLER LİSTESİ

	Sayfa
Ek-1. Profesyonel Görüşleri.....	75

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problemin Tespiti

Televizyon program jeneriklerinde, müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisi nasıl olmalıdır?

Görsel bir iletişim aracı olan televizyon, görsel sanatların her alanından yararlanmaktadır ve bu dinamik yapısı ile en etkili görsel iletişim aracıdır. Bu işlevini halen devam ettirmektedir. Televizyon yayıncılığı için görsel iletişim öğelerinin üretimi ve kullanımı en önemli alan olarak değerlendirilir.

Görsel iletişim öğelerini kapsayan grafik tasarım, televizyonlar için birçok alandan daha farklı sorunlar içerir. Ekran yapısı nedeniyle televizyon yayınlarında izlenen grafik öğelerin, bu yapıyla uyumlu olması gerekir.

Televizyon grafiklerinin en belirgin kullanıldığı alanlardan biri, televizyon program jenerikleridir. Jenerikler, televizyon kanalını hedef kitleye çok etkili biçimde gösteren kimlik öğeleridir.

Televizyon kurumsal jenerikleri ve yayınlanan programların jeneriklerinde, müzikle birlikte kullanılan grafik tasarım uygulamalarında problemler olduğu bir gerçektir.

Televizyon program jeneriklerinde, hareketli grafik tasarım kurallarından olan, renk ve tonlama, yazı ve görüntü ilişkisi, hareket, form, derinlik, ses ve görüntü ilişkisinin başarıyla uygulandığı örneklerin yanında, jenerik türlerine göre uygun olmayan müzik seçimi, tipografik ve görsel elemanların başarısız kullanıldığı, tasarım ve görsel algılama ilkelerine uymayan örneklerine de rastlanmaktadır.

1.1.1. Alt Problemler

- Televizyon program jeneriği nedir?
- Televizyonda jenerik türleri nelerdir?
- Hareketli grafik nedir?
- Hareketli grafiklerde tasarım kuralları nelerdir?
- Müzik nedir?
- Müziği oluşturan temel öğeler nelerdir?
- Müziğin iletişimsel boyutu nedir?
- Müzik ve sinema ilişkisi nasıldır?

- Müzik ve jenerik ilişkisi nasıldır?
- Jenerik türlerine göre müzik seçimi nasıl yapılır?
- Müzik ve Hareketli grafik tasarım ilişkisi nasıldır?

1.2. Çalışmanın Amacı

Bir tasarım ürününün başarılı olması, mesajın hedef kitleye iletilebilmesi ve tasarımın özgün düzenlemelerle dikkat çekebilmesiyle olur.

Televizyon program jeneriği tasarımında grafik öğelerin, reel görüntülerin, görsel bir bütünlük içinde kullanılması ve program türüne göre uygun bir müzik seçilmesi gerekir.

Bu araştırmanın amacı, televizyon program jeneriği tasarlayan ve uygulayan tasarımcıların, jeneriği tasarlarken bilmeleri gereken görsel bütünlük, tipografi, hareketli grafik tasarım kuralları ve seçilen müzik arasında sağlanması gereken ilişkileri belirlemek ve sanat eğitimi vurgulamaktır.

1.3. Araştırma Metodolojisi

Araştırma konusu, ilgili bilimsel yayınların listelerini içeren indekslerin taranması, kütüphane koleksiyonlarının taranması, konuyla ilgili resimlerin, videoların taranması ve ilgili örnekler araştırılarak, ortaya çıkan sonuçlar karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Bu konuda çalışan profesyonel grafik tasarımcı, yapımcı, yönetmen ve editörlerle röportajlar yapıp, görüşleri alınarak, bu çalışmada yer verilmiştir.

1.4. Bölümlerin Planı

“Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi” üzerine yapılan bu araştırma;

- Televizyon Program Jeneriği
- Hareketli Grafik Tasarım
- Müzik ve Müziğin İletişimsel Boyutu
- Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi

Olmak üzere dört bölüme ayrıldı. Her bölümün konu başlıkları, alt başlıklarla genişletilerek konunun daha detaylı incelenmesi sağlandı.

1.5. Sayıtlar

Araştırmada;

1. Konuyla ilgili kullanılan kaynakların geçerli ve güvenilir olduğu,
2. Elde edilen bilgilerin gerçekleri yansıttığı,

3. İncelenmek üzere seçilen örneklerin, problemi ortaya koymak için doğru ve yeterli olduğu,
4. Profesyonellerle yapılan röportajlarda, uzmanların konuya ilişkin görüşlerini tarafsız ve içtenlikle yorumladıkları,

sayıtlarından yola çıkıldı.

2. BÖLÜM

TELEVİZYON PROGRAM JENERİĞİ

2.1. Televizyon Program Jeneriğinin Tanımı

Fransızca bir kelime olan (générique) jenerik, Türk Dil Kurumu'nun açıklamasına göre, televizyon ya da sinemada “tanıtma yazısı”, sinema literatüründe ise “filmin yapımında görev alan ekibin isimlerinin lanse edildiği sıralanmış yazılar ve görüntülerden oluşan zaman aralığıdır (Katz, 1982).”

Jeneriğe, Amerikan ve İngiliz sinemasında “title” denir. Hollywood terminolojisinde açılış jeneriklerine “opening title”, kapanış jeneriklerine ise “end title” ya da “end credits” denir. Filmin bitiş yazıları aşağıdan yukarı doğru akıyorsa buna “roll caption” (dönen yazı) denir.

İngilizce “title sequence” olarak ifade edilen uygulama, filmin başlığıdır. “Bir dizi başlık ekleme pratiği, hareketli görüntünün yani filmin icadından kısa bir süre sonra, eser sahibinin kendi ismini ve eserine verdiği adı ifşa etme arzusuyla ortaya çıkmış, sonrasında film yapımının bir sektör halini almasıyla, yapım ekibinin de lanse edildiği bir form haline gelmiştir (Allison, 2001: 8).”

Filmin başında yer alan jenerikler açılış jenerikleridir. Filmin sonunda yer alan jeneriklere kapanış jenerikleri denir. “Açılış jenerikleri, kapanışa nazaran daha kısa bir zaman aralığında, yapımcı firma, yönetmen, başrol ve yan rol oyuncularını, ayrıca başlıca set görevlilerinin isimlerini sıralar niteliktedir. Kapanış jeneriklerinde ise film ekibinin tümü, figüranlardan set asistanlarına kadar listelenir; filmin çekildiği stüdyolar, film müzikleri ve filme dair çeşitli teknik bilgiler de kapanış jeneriklerinde aktarılması olası alt bilgilerdir (Öz, 2006).”

“Açılış Jeneriği modern sinemada, ışıkların kapanmasını ve perdede filmin başlamasını bekleyen seyirciyi bütün düşüncelerinden uzaklaştırıp, filmin yaşandığı şartların içine sürüklemek için iyi bir fırsat olarak düşünülmektedir. Jenerikler, filmin başında genelde yapımcı firma logosu ile başlar, as oyuncularından itibaren yardımcı oyuncuların bazıları ile devam eder. Bu sırada film müziği başlayabilir veya efekt sesler kullanılır. Bazı sahnelerden parçalar gösterilebilir ya da film başlayabilir (<http://www.sinematek.org/film-teknik/jenerik.html>).”

Film jenerikleri, sinema anlatısı ve filmin izlenmesine katkılarından dolayı sektörün önemli bir alanı haline gelmiştir. Film jenerikleri Noyan'a göre; “Filmin atmosferi ve görsel karakterinin ipuçları oldular. Filmin bir parçası olarak bütünlü ilişkileri çerçevesinde ele alındıkları gibi, kendi başlarına bir bütün olarak da irdelendiler. Neticede pek çok film jeneriği, film yönetmeni ya da yapımcısının verdiği iş tanımına göre şekillendirilse de, ayrı bir ekip tarafından hazırlanıyor” (Noyan, 2006: 50).”

“Amerikan sinemasında jenerik tasarımını bir tasarım mecrası haline getiren, özgün grafik anlatım tarzı ve yarattığı kurgular ile jenerik tasarımının öncülerinden kabul edilen Saul Bass, filmin başlangıç jeneriği için film öncesinde bir hazırlık, bitiş jeneriği içinse sarsıcı final sonrasında seyircinin yaşadığı serüvenin etkisini

üzerinden atması için bir ayrışma odası (decomposition chamber) tanımlamasını yapmıştır (Noyan, 2006).”

Film jenerikleri grafik, hareketli görüntü, tipografi ve müziğin bir bileşenidir. Noyan’a göre film jenerikleri; “Filmin hikaye anlatım sürecinde önemli ölçüde katkısı bulunan önsözdür. Jeneriğin görsel anlatısını oluşturan grafik öğeler, gerek düz anlamlarıyla gerekse metafor boyutunda, filmin içeriğine dair ipuçları vermek adına, tasarımcısının inisiyatifinde özel olarak seçilip kurgulanır. Tipografi jenerik boyunca bilgi aktarımı sağlayan düzlem olarak, bir jeneriğin olmazsa olmaz öğesidir. Diğer bir bileşen olan müzik ise jenerikte görsel anlatıma eşlik eder, müziğin yarattığı katarsisle görsel anlatımın gücü pekiştirilir (Noyan, 2006).”

Jenerik tasarımı, açılış ve kapanış jeneriklerinde kullanılan yazı karakterleri seçiminden, bu karakterlerin yer alacağı arka plana kadar çok farklı uygulamaları içerir. “Filmin konusu ve türü tasarımın ağırlıklı belirleyici faktörleri arasında olabilmektedir. Ayrıca jenerikte kullanılan anlatım dili, yapım firmasının ve yönetmenin tercihine göre, filmin poster ve tanıtım malzemeleriyle paralel bir tonda izleyiciye seslenebilir (Braha ve Bryne, 2011).”

Jeneriklerin tasarımında, telif hakları ve oyuncu kontratlarına da önemli bir etkendir. Yazıların sıralanması, ekranda kalma süreleri ve büyüklükleri kontratlarda yer alan maddelere göre değişmektedir.

2.1.1. Jeneriğin İşlevi

Tasarlanan jenerik, öncelikle filmin ya da programın adını, başlığını aktarma işlevini üstlenir. Bununla birlikte, oyuncu kadrosu ve set ekibi, yönetmen, yapım şirketi bilgileri ve film ya da programda kullanılan patentli teknikler (Technicolor, Cinemascope, v.b.) de çeşitli sözleşmelerle belirlenmiş halde lanse edilmesi gereken başlıklardır. “Sıralanan bu tür bir bilginin, görünürde fazla metinsel olmasına rağmen, planlanmış bir organizasyonla, izleyicinin beklentilerini şekillendirecek şekilde sunumu, oldukça ilgi çekici ve motive edici olabilir (Allison, 2001: 61-63).”

Jenerikleri belirgin biçimsel özellikler göstererek, az sonra izlenecek film ya da programla ilgili beklentiyi arttırmak ve bir takım bilgileri izleyiciye sezdirme adına planlanarak sunulur. “Oyuncu isimleri örneğin, izleyiciye filmdeki karakterlerin önem sıralarını aktarır şekilde belli bir metinsel hiyerarşide sunulmaktadırlar. Bunun yanı sıra oyuncu bilgilerinin aktarıldığı kart tasarımları, görsel yönlendirmelerle karakteri tanımlayan özelliklere işaret edebilirler. 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).”

“Tıpkı oyunun komedi ya da dram oluşuna göre, uvertür parçasının izleyiciyi belli bir atmosfere yönlendirmesi gibi, jenerikler de filmin anlatısına henüz hazır olmayan izleyicisine bir başlangıç verir (Woolman, 2005: 91).”

“Filmin türüne göre (korku, gerilim, romantik-komedi, dram) değişim gösteren görsel iletilerle kurgulanan film jenerikleri, ürünün yayınlanacağı medyaya göre de (sinema, DVD ya da televizyon filmi) farklılıklar gösterebilir, hatta filmin uzunluğu doğrultusunda izleyiciye ipuçları verebilir (Braha ve Bryne, 2011).”

Krasner'e göre; "Bir filmin jeneriği tıpkı bir resmin çerçevesi gibidir. İçinde olanı taşımalı, yorumlamalı ve geliştirmelidir. İzleyiciyi uyandırmalı ve belki de asıl filmin sahip olduğu hikaye fikrine, görsel stile ve onun seslendiği duygusal tona çekmelidir." (Krasner, 2008: 21)

2.1.2. Jeneriğin Tarihsel Gelişimi

Film teknolojisinin gelişmesi, insanların görsel ifade yöntemlerine bir yenisini eklemiş, hikayesel iletişime yeni bir boyut kazandırmıştır. "20. yy başlarında endüstriyel gelişmelerin güncel hayata katkısı olan "modernite" kavramı, Avrupa film endüstrisinde etkin bir motiftir; 1900 başından 1920'ye kadar etkin olan "Alman Ekspresyonizmi", sembolik etkilerin film anlatısında görüldüğü ilk örneklerdendir. Film anlatısının bir sanat formuna dönüşmesi ise 1906'da "montaj" tekniğinin bulunması ve kullanılmaya başlamasıyla gerçekleşir. Montaj, sinemaya gerçek zamandan bağımsız bir zaman ve kurgu kabiliyeti kazandırmasıyla, yönetmene sürreal bir özgürlük sağlar (Yu, 2008: 7).

Film üretiminin ilk dönemlerinde (1860 – 1900) filmin adını aktarmak için tasarlanacak bir başlık kartına rastlanamamaktadır. "Bir açılış jeneriği ihtiyacı, sinemanın yoğun kitlelerle iletişime geçtiği ve prodüksiyon şirketleri tarafından bir yatırım alanı olarak görülmeye başlandığı dönemde ortaya çıkmıştır. 1897 yılında Edison firması tarafından tasarlatılan ve filmlerinin başında 8 sn boyunca gösterilen 2 inçlik başlık kartı, jenerik tasarımının ilk örneğidir (Allison, 2001: 115)."

"Sürecin başında başlık kartları, yalnızca "pragmatik iletişim" işlevini yerine getirmek üzere tasarlanmıştır. Kontratlarla belirlenen zorunluluklar çerçevesinde, filmin ve yönetmenin adını sunmak, oyuncu hiyerarşisini izleyiciye hissettirmek, filmin yapım firmasını lanse etmek, filmin başlangıç ve bitişi duyurmak, erken dönem film jeneriklerinin temel fonksiyonlarıdır (Yu, 2008: 8)."

"1927 yılından itibaren sesin görüntü üzerine kaydedilebilir oluşu, sektörde "klasik sinema" olarak adlandırılacak dönemin başlangıcını oluşturacak önemli buluştur (Yu, 2008: 10)."

1920'li yıllar jenerik tasarımı açısından sönük geçmiştir. 1927 yılından itibaren sesin kaydedilebilir hale gelmesinin, tasarımlara ilk yansımaları "sesli" jeneriklerdir. "1927 - 1930 yılları arası ses başlık kartlarına yalnızca filmin anlatısını destekleyen bir müzikal şekilde eşlik ederken, 1931 yılında yapıyı gerçekleştiren Taxi! (Yön: Roy Del Ruth, 1931) filmi açılış jenerikleri, sesli jeneriğe ilk örnek olarak gösterilmektedir. İlk sahnede taksici çağırarak bir adamın ünlem halindeki dış sesi, ekrana "Taxi!" başlık kartını getirir ve jenerik başlamış olur; yönetmen ve yapımcı şirketi isimleri metinler eşliğinde bu dış sesle anons edilir. 1930'ların ilk yarısında bu tip sesli jenerik örneklerine rastlamak mümkündür (Allison, 2001: 127)."

"1920 sonlarından itibaren, eğlence dünyasının bir parçası olan kurgu filmlerin başlık kartlarında, eski moda kitap kapağı görünümlü kartlardan öte, sembolik ve daha perdeye yönelik anlatımlara yöneldiği görülmektedir. 1920'lerin sonuyla birlikte filmlerin öyküleri moderniteye ve şehir yaşantısına yönelirken, film jenerikleri de bahsedilen sembolik anlatımlarıyla şehir ruhunu yansıtan arayüzlere bürünürler (Straw, 2010: 156)"

1930 başlarında sektörde görülen diğer bir yenilik, stüdyoların benimsediği farklı görsel tarzlardır. “Bu dönemde büyük bütçelerle büyük projeler yapan yapım firmalarının kendi stüdyo standartlarını oluşturdukları görülmektedir. Örneğin Warner Bros. filmlerinde 1932’den itibaren, birleşik çekimde oyuncu görüntülerinin isimler ve karakter eşleşmeleriyle sunulduğu görülmektedir. MGM’in art deco bir grafik arayüzde kükreyen aslanı, 1938’den itibaren yapımcılığını ve dağıtımcılığı üstlendiği filmlerin başında gösterilen prestij imgesidir. Lone Star Westerns firmasının stüdyo kimliği ise, dönemin western filmlerin başında görülen, simetrik planda toprak tonlarının hakim olduğu fon üzerine çakılmış şerif rozeti şeklindedir (Allison, 2001: 119).”

İkinci dünya savaşı sırasında, maddi kaygılar nedeniyle film jeneriklerine ayrılan bütçe, en ekonomik boyutlara çekilmiştir. 1940’lı ve 1950’li yıllar özgünlük ve yaratıcılık açısından, jenerik tasarımının durgunluk dönemi olarak nitelendirilmiştir.

1950’lerin sonları dönemin getirdiği ekonomik koşullarda, özellikle film sektöründeki üretimin taleple orantılı olarak düştüğü belirtilmektedir. “Pek çok otorite tarafından, daha geniş kitlelere kolayca ulaşabilen televizyonun 1940 sonlarından itibaren modern yaşamın önemli bir parçası oluşu, bu düşüşe sebep olarak gösterilir (Thompson ve Bordwell, 1994: 375).”

“Dönemin şartlarında popüler bir kitle iletişim aracı haline gelen televizyon, film jeneriklerinin sektör içinde biçimsel ve işlevsel olarak stratejik değişimler geçirmesine sebep olmuştur (King, 2004).”

“1956’da, öncesinde sinema salonlarında gösterim süresine dahil olarak yayınlanan dünya haberleri, kısa film (B-movie) ve çizgi filmler, düşük bütçeli filmlerin yayınlarıyla birlikte televizyon ekranına taşınmıştır (Karamath, 2001).”

1950’ler itibariyle pragmatik işlevin ötesinde yeni bir formla karşımıza çıkan açılış jenerikleri, yapım şirketlerinin bu boşluğu kapatmak ve sinema izleyicisini kaybetmemek için geliştirdiği stratejilerden biridir. “Sunduğu filmle ilişkili ancak kendi başına bir anlatısı ve kurgusu olan, gerçek görüntü üzerine kompoze edilen açılış jenerikleri “film-B” geleneğinin, çizgi animasyon kurgu eşliğinde sunulan jenerikler ise film öncesi çizgi film kuşağının uzantısı niteliğindedir. Bunların yanında, Saul Bass öncülüğünde, yeni bir anlatım türü olarak sinema perdelerinde yerini alan grafik soyutlamalar, 1950’lerden sonra özgün bir tür olarak ortaya çıkan, güçlü iletişim kabiliyetiyle günümüze kadar kullanımı sürdürülen bir diğer yapıdır (Karamath, 2001).

“Yapım şirketlerinin yeni strateji olarak öne sürdüğü bu gelişme, izleyiciden istenilen reaksiyonu almıştır. O döneme kadar açılış jenerikleri boyunca perde kapalı tutulurken, açılış jeneriklerinin süresi “popcorn kuyruğu için ayrılmış zaman” olarak algılanırken, 1950’lerden itibaren izleyicilerin özellikle jenerikler öncesinde salonda yerlerini alıp film için hazırlandıkları görülmüştür (Bass ve Kirkham, 2011: 106).”

Televizyonun etkisinin sinemada yarattığı bu yıkım sonrası, sektörün kitleleri tekrar sinema salonlarına çekmek için geliştirdiği başka bir strateji ise 1953’te kullanılmaya başlanan geniş ekran (widescreen, 16:9) teknolojisidir. “Geniş ekran teknolojisini renkli film kullanımı da destekler. Bu iki yenilik jenerik tasarımını biçimsel olarak doğrudan etkiler niteliktedir. Ekran formatının daha geniş ve

dikdörtgen bir form alması, yazıların daha küçük puntolarla ve yatay olarak yazılmasına olanak sağlamıştır. Bu formatın daha verimli kullanılması adına çeşitli denemeler yapılmış, metinlerle birlikte film görüntüsünün vurgulanabileceği sonuçlar elde edilmiştir (King, 2004).”

“Savaş sonrası dönem, Amerika’da plastik sanatlarda görülen dışa vurumculukla birlikte, grafik tasarımın profesyonel anlamda sektörleşmesini beraberinde getirmiştir. Savaş Avrupa’sından “özgürlükler ülkesi” Amerika’ya göç eden sanatçı ve bilim adamlarının 1950’lerin Amerika’sına, ekonomiden sanata pek çok alanda kalkınma getirdiği bilinmektedir. Durum grafik tasarım camiasına da benzer şekilde yansımıştır. Herbert Bayer, Ladislav Sutnar, Laszlo Moholy-Nagy, Györg Kepes ve Walter Gropius gibi, Bauhaus, Konstrüktivizm ve İsviçre tasarım anlayışlarının temsilcileri olan tasarımcıların Amerika’da açtığı okullar, grafik tasarımın bu kıtada kuramsal gelişimine katkılarıyla bilinmektedirler. Bu okullarda iletişimin kuramını öğrenen Paul Rand, Saul Bass, Bradbury Thompson gibi tasarımcılar, Amerikan iletişim sektörünü, basılı yayın tasarımcılığından, reklamcılık ve sinemaya kadar pek çok alanda kalkındırmışlardır (McCoy, 1990; Remington, 2003).”

“Renkli film ve geniş ekran teknolojisine geçişle birlikte, ilk olarak 1954 yapımı Carmen Jones filminden itibaren, jenerik tasarımında da benzer prensiplerin kullanıldığı örnekleri görmek mümkündür. İki boyutlu grafiklerin, gösterge içerikli renk kullanımlarının, akılcı ve özgün tipografi ve ezber bozan fakat bilinçli asimetrik kompozisyonların özellikle tasarımcı Saul Bass öncülüğünde, reklam ve grafik tasarımın kullanım alanlarından sinemaya taşındığı savunulmaktadır (Allison, 2001: 129).”

“Saul Bass, sinema sektörü içinde jenerik tasarım mecrasını grafik tasarım pratiğiyle şekillendiren en önemli isimdir. Bass’in, Carmen Jones ve sonrasında yönetmen Otto Preminger ile gerçekleştireceği pek çok proje, filmlerin tanıtım materyalleriyle aynı tonda tasarlanan açılış jenerikleri üzerinden büyük ses getirecektir. Pazarlama ve iletişim üzerine eğitim görmüş olan Bass, o döneme kadar yarattığı görsel tasarımlarla film afişleri üzerinden sektöre hizmet vermekteyken, afişle aynı göstergelerin kullanıldığı jenerik tasarımları, filmin akılda kalıcılığını yükseltip daha önce benzeri görülmemiş akılcı yaklaşımlarıyla sektöre yeni bir soluk getirmiştir. Onun tasarladığı jenerikler filmin adeta logosu gibi, tanıtım materyalleri paketinin bütüncül bir parçasıdır (Yu, 2008: 15).”

Dönemin, yenilikçi jenerik tasarımlarıyla öne çıkan bir başka ismi ise Pablo Ferro’dur. “Özellikle edinmiş olduğu televizyon disipliniyle sinema perdesine getirdiği yenilikler Ferro’yu dönem tasarımcılarından ayırır. Bunlardan en önemlisi ilk kez Pablo Ferro tarafından denenmiş, televizyon teknolojisinin ürünü olan çoklu görüntü efektini perdeye yansıtılmasıdır. Bu teknik sayesinde olay kurgusuna dair pek çok görüntü aynı anda tek ekranda aktarılıp, daha kısa süreye daha çok anlatım sığdırılabilmektedir. Ferro’nun teknik olarak sinemaya getirdiği bu yenilik, jenerik tasarımına da farklı bir boyut ve doku kazandırmıştır. İlk olarak 1968 yılında, Pablo Ferro tasarımı ile Thomas Crown Affair (Yön: Norman Jameson) filmi jeneriklerinde karşılaşılan yapı 1960’ların sinema üslubunun belirgin bir parçası haline gelmiştir (Yu, 2008: 18).”

Amerikan Modenizmi'nin en önemli isimlerinden Paul Rand, renkli televizyon sürecinde canlı yayın anlayışı içinde kurumsallaşan NBC, CBS ve ABC televizyon kanallarının logolarını tasarlamıştır.

“Dönemin öne çıkan diğer jenerik tasarımcıları; James Bond figürüyle özdeşleşmiş jenerik tasarımıyla Maurice Binder, Pembe Panter serilerinin çizgi animasyon jenerikleriyle tanınan Friz Frelend, Stephan Frankfurt, Wayne Fitzgerald ve Terry Gillan, adı anılması gereken kişilerdir. Yine bu dönemlerde, bireysel olarak sektörde var olan isimlerin dışında, yeni yeni kurulan tasarım stüdyolarının da varlığı göze çarpmaktadır; Monty Pyton Group ve R/GreenBerg Associates bu stüdyolardan bazılarıdır (Yu, 2008: 18).”

1950 ve 1960'lar film jenerik tasarımı açısından son derece yenilikçi ve üretken geçse de 1970'lerde aynı verimlilik devam etmemiştir.

“Özgün jenerik tasarımlarının, maliyet nedeniyle giderek önemini ve kullanılabilirliğini kaybettiği 1970'lerin ardından, Macintosh bilgisayarın 1984'te piyasaya sürümü ve özellikle büyük tasarım stüdyolarında kullanılıyor oluşu, jenerik yapım maliyetlerini kısmen düşürmesi açısından sektöre görece bir ivme kazandırmıştır (Yu, 2008: 19).”

2.1.3. Gelişen Teknolojinin Jeneriklere Etkisi

1990'larda piyasaya çıkan kişisel bilgisayarlar (PC: Personal Computer) jenerik tasarımında dijital üretimleri hızlandırmıştır. “Jenerik tasarımcıları, önceleri storyboard ve taslak çizimler üzerinden çalışıp işin son halini ancak film stüdyolarından ve laboratuarlardan alınan sonuçlarla görebilmekteyken; gelişen yeni teknolojiler ve masaüstü video animasyon paketleri, tasarımcıya sonuca ulaşana kadar pek çok aşamada daha net bir hakimiyet sağlamıştır (Curran, 2000: 129).”

Paul Matthaeus ve Stüdyo Digitalkitchen; “Reklam ajanslarında 15 sene kadar çalıştıktan sonra, Paul Matthaeus 1992'de kurduğu reklam ajansına destek amacıyla Dijitalkitchen'ı kurmuştur. Stüdyonun amacı her zaman filmlere ve elektronik medyaya geliştirilmiş ileri düzey deneyellik ve yaratıcılık sunmaktır. Hareketli grafik tasarım ve film prodüksiyon üzerine oldukça başarılı işler üretmiş ve üretmeye devam eden Seattle kuruluşu bir dijital stüdyo olan Digitalkitchen'ın, özellikle televizyon dizi jeneriklerinde öne çıkan birçok tasarımda imzası bulunmaktadır. Başarılı jenerik tasarımlarından bazıları şunlardır: Nip/Tuck dizisi, Dexter dizisi, True Blood Season 2 dizisidir (<http://thisisdk.com/news>).”

“Kyle Cooper tıpkı Saul Bass ve Pablo Ferro gibi, film jenerik tasarımcıları arasında öne çıkan önemli figürlerden biridir. Özellikle jenerik tasarımında milat sayılan Se7en (David Fincher, 1995) filmi jenerikleriyle, reklam ve basılı medyada kullanılan grafik tasarım trendlerini sinema perdesine taşıyarak Saul Bass'tan sonra bu konuda adı anılan ikinci isim haline gelmiştir (Noyan, 2006).”

Bilgisayarların ve masaüstü yayıncılık programlarının hızla gelişimi, tüm tasarım mecralarına olduğu gibi jenerik tasarımına, hem maddi hem de üretimdeki ifade özgürlüğü ve hız faktörüyle, katkı sağlamıştır. “Özellikle 2000'li yıllardan itibaren, Amerikan sinemasının yanında dünya film sektöründe de, jenerik tasarımında grafik anlatımların tercihen kullanımının arttığı belirtilmektedir (Allison, 2001: 147).”

Jeneriklerin bilgisayar ortamlarında yapılabilmesi, farklı sektörlerden yaratıcıların da jenerik üretim alanında ürünler vermesine imkan sağlamıştır. “Özellikle dalında uzmanlaşmış tasarım stüdyoları ya da tasarımcıların yanı sıra, televizyon disiplini ve klip yönetmenliği kökenli isimlerin de bu alanda üretim yaptığı görülebilmektedir; James Bond serisinin son dönem örneklerinden GoldenEye (Martin Campbell, 1995) ve Tomorrow Never Dies (Yön: Roger Spottiswoode, 1997) jenerik tasarımcısı Daniel Kleinman, müzik video sektöründen jenerik üretimine geçmiş ve işlerinde geçmiş kazanımlarının etkisi hissedilen tasarımcılardandır (Allison, 2001: 146).

2.1.4. Jenerik Tasarım Aşaması

Deborah Allison film jeneriklerinin genel fonksiyon ve karakteristik özelliklerini şu şekilde sınıflandırmıştır:

- Boş arka planlar üzerine kurgulanan jenerikler
- Kitap sayfaları şeklinde kurgulanan jenerikler
- Gerçek görüntü üzerine kurgulanan jenerikler
- Karakter tanıtımı şeklinde jenerikler
- Tipografi temelli jenerikler
- Animasyon ve hareketli grafik kurgusu şeklinde jenerikler (Allison, 2001).”

“Jeneriklerde kullanılan grafik ve hareketli grafik (motion graphics) teknikleri, renkler, koreografi, kompozisyon, efektler, tüm görsel ve işitsel öğeler, filmin yapısını, karakterini özetleyen birer kurumsal kimlik gibidir” (Cereci, 2001).”

“Programın tanıtımını yapmak ve izleyicinin dikkatini çekmek amacıyla, programın açılışının etkili bir şekilde olması gerekir (Kars, 2012: 101).”

Yönetmen, öncelikle jenerikte kullanacağı görsel malzemeleri seçer. Grafik animasyon ya da gerçek görüntü veya her ikisi birden kullanılabilir.

Jenerik için gerekli ön hazırlık yapıldıktan sonra, etkin bir kurgu tekniği ile 20-30 saniyeyi geçmeyecek şekilde montajlanır. Jenerikte kullanılacak görüntü malzemesi özenle seçilmelidir. Ayrıca jenerik bir müzik veya efekt - müzik eşliğinde verilir. Jenerik müziği program kimliğine ve kurgu ritmine uygun bir müzik olmalıdır. Müzik seçimi görüntülerin kurgusunu ve temposunu etkiler.

Drama jeneriklerinde sanatçıların isimleri başrol sırasına göre programın başlangıç jeneriğinde verilir. “Konuk sanatçı olarak katılan ünlü bir oyuncu varsa, (örneğin Yıldız Kenter konuk oyuncu ise) **ve Yıldız Kenter** şeklinde verilmektedir. İki kişiye her ikisinin ismi de “ve” kelimesinden sonra yazılmalıdır. Yapımcı ve yönetmenin isimleri başlangıç jeneriğindeki roll caption’da belirtilir, diğer yapımcı ekibi ve teknik ekibin isimleri son jenerikte verilir. Son jenerikteki roll caption’da

teknik ekipte yer alan görevlilerin hangi sırayla yazılacağı her televizyon kanalında değişiklik gösterebilir. Bunun için standart bir sıralama yoktur. Jenerikte teknik ekibin başı olan teknik yönetmenle başlamak, sonunda da yapım ekibinin başı olan yönetmenle bitirmek en çok kullanılan sıralamadır (MEGEP, 2011: 9-10).”

Programda çalışanların isimleri yani roll caption listesi programın son 1-2 dakikasında görüntü yarım ekrana düşürerek, aşağıdan yukarı doğru akıtılır ya da ekranın altında sağdan sola akıtılarak da verilebilir. “Bitiş jenerikleri 4 şekilde kullanılabilir:

1- Program bittikten sonra siyah fon üzerinde tam ekran olarak,

2- Programın son karesi dondurulup ekranın sol veya sağ yarısına sabitlenip diğer yarıdan yazılar akıtılarak,

3- Ekranın yarısında yapımın kamera görüntüsü, diğer yarısında ise roll caption kullanılarak,

4- Programın son 1-2 dakikasına gelindiğinde yazılar görüntünün üzerinden, yanından veya altından akıtılarak yapılır. (MEGEP, 2011: 10-11).”

2.2. Televizyon Programının İçeriğine Göre Açılış Türleri

Kars’a göre; “İzleyici bir programın kapanışı ile bir başkasının başlaması arasındaki sürede, ya kanal değiştirerek bir başka programı izlemeye devam edebilir ya da tümüyle izleme işinden vazgeçebilir. Dikkat çekici bir program açılış jeneriği izleyiciyi bir başka etkinlikte bulunmaktan alıkoyarak, başka kanala geçme kararını engelleyebilir (Kars, 2012: 101).”

“Belli bir programı önceden izlemeye karar vermiş olan izleyiciler için programın açılış tanıtım niteliğindedir. Programın ne olduğu konusunda önceden fikri olmayan izleyiciler içinse, programın içeriğini açıklayıcı özelliktedir. Bu nedenle, program açılışları izleyicilere programın kimliğini belirtecek nitelikte olmalı, programın adı, oyuncuların ya da sunucunun isimleri yer almalı, ve programın türü (drama, eğlence, yarışma, tartışma vb.) hakkında bilgi vermelidir. Eğlence programlarının açılış canlı, hareketli, duygusal programların ise duygusallığı yansıtacak nitelikte olmalıdır. Programın içeriğine göre, farklı açılış bölümü bulunur. Temelde iki tür program açılış vardır. “Tanıtıcı açılış” ve “Soğuk açılış” (Kars, 2012: 101).”

2.2.1. Televizyon Programının İçeriğine Göre Tanıtıcı Açılış

Tanıtıcı Açılış: “Genellikle, dizi, seri ve televizyon filmi gibi dramalarda kullanılan bir açılış türüdür. İzleyicinin kolaylıkla tanıyacağı programa özgü öğeler kullanılır; müzik, program bilgilerini içeren yazı karakterleri gibi. Her programın kendine özgü belirgin bir müzikle başlaması olağanlaşmıştır. Sürekli programlar için bu tanıtıcı müzik hiç değişmez. Örneğin haberlerin bir başlangıç müziği vardır. Bu müzik, televizyona o anda bakmayan bir kişinin bile, tanıdığı alıştığı “haberler başlıyor” diyebileceği bir yapıdadır ve genellikle, gizli bir olayın aydınlatılacağı izlenimini uyandırır. Müzik, sözsüz bir iletişim kurarak, program başlamadan

izleyiciyi etkisi altına alır, programa dair bir imge yaratır. İzleyici ile, tek bir sözcük söylemeden gerekli iletişim kurulmuş olur (Kars, 2012: 102).”

2.2.2. Televizyon Programının İçeriğine Göre Soğuk Açılış

Soğuk açılış: “Özellikle drama (oyunlaştırılmış televizyon programları) programlarında kullanılmakla birlikte, eğlence ve diğer tür programlarda da kullanılmaktadır. Program, ya olay örgüsünün doruk noktasının görüntüleriyle, ya da doğrudan olay örgüsüyle açılır. Tanıtıcı herhangi bir öge olmaksızın doğrudan program parçaları ile giriş yapıldığı için soğuk açılış olarak adlandırılır. İzleyicinin programa ısınmasına değil, dikkatini çekmeye önem veren bir açılış türüdür (Kars, 2012: 102).”

Soğuk açılış, Kars’a göre; “Programın en etkileyici görüntüleriyle yapılırken, genellikle içerikteki doruk nokta seçilir ve birkaç dakika gösterilebilir. Bundan sonra, programın ne olduğuna ilişkin tanıtıcı yazılar ve diğer açılış malzemeleri yerleştirilir ve program giriş kısmından başlar. Doruk nokta, programın normal akışı içinde bir kez daha gösterilir. Dolayısıyla izleyici doruk nokta hakkında önceden bilgilenmiş olacağı için, normal akışı içinde gösterildiğinde etkisinin azaltması gibi bir olumsuz yönü vardır, ancak izleyicinin dikkati çekilmiş ve programın izler kitlesi çoğaltılmış olacaktır (Kars, 2012: 103).”

Diğer bir soğuk açılış türü de Kars’a göre; “Programı doğrudan olay örgüsü ile açmaktır. Program normal sırası içinde gösterilmeye başlanır ancak metin akışı içinde önemli doruk noktalardan biri programın en başına yerleştirilir. İzleyicinin konuyu merak etmesini destekleyecek birkaç dakikalık açılış gösteriminden sonra, ya da üzerine bindirilerek tanıtım yazıları yerleştirilir. Olay kaldığı yerden devam ettirilir. Bu açılış türünde, izleyici açılışta gördüğü sahneleri bir kez görür, dikkati çekilmiş olur. Haber programları ve dramalar için uygun ve dikkat çekici bir açılış türü olmakla birlikte, özellikle dramalarda kullanıldığında, izleyici henüz karakterleri ve mekanı tanımadığı için, gösterilen çatışmanın her zaman ilginç bulunmama gibi bir olumsuz etkisi olabilir (Kars, 2012: 103).”

2.2.3. Televizyon Programının İçeriğine Göre Karma Açılış

Karma açılış: “Tanıtıcı ve soğuk açılışın bir arada kullanılmasına karma açılış denir. Bu açılışta özellikle dramalarda, içeriği oluşturan görüntü parçalarının en etkileyici olanlarının birkaç saniyelik görüntülerinin seçilip hızlı kurguyla derlenmesiyle oluşturulan bir kolajla açılıp, bundan sonra tanıtım yazıları yerleştirilir. Program bir drama ise, önceki bölümlerden seçilen görüntüler de seçilebilir. Ya da bir haber programı ise, örneğin daha önceki bölümlerde ekrana getirilmiş devlet adamlarıyla yapılan söyleşilerden kesitler derlenebilir. Tüm bunlar izleyicinin dikkatini çekip ya da beklentilerini karşılayabilecek bir program olduğu konusunda güven vermek için yapılır. Dolayısıyla, mesaj daha çok sayıda kişiye ulaştırılmış olur. Özetle yapımcılar açısından program açılışları, içerik kadar önemli bir unsurdur (Kars, 2012: 103-104).”

2.3. Televizyon Programının Kapanışı

Programın başlangıcında açılış jeneriğinin verilmesi gibi, programın sonunda kapanış jeneriğiyle bitirilmesi gerekir. “Program kapanışlarının, program başladıktan sonra izlemeye başlayanlar için kimliği hakkında bilgi verme işlevleri de vardır. Bu nedenle genellikle, açılışta kullanılan tanıtıcı malzemeler kapanışta da kullanılır. Uygulamada genellikle, açılışlarda programın adıyla birlikte ekranda görünecek başlıca kişilerin, yapımcının, yönetmenin adı verilirken, kapanışta diğer ekip üyelerinin ve ikinci derecede ekranda görünen ve katkısı bulunanların adları yazılır. Program kapanışları, görsel metnin akışı içinde doruk noktanın çözüme ulaştığı noktaya yakın olmalıdır. Çünkü, olaylar çözüme kavuştuktan sonra izleyicinin ilgisi de kaybolmaya başlar ve kanal değiştirme eğilimi belirir. Bir sonraki programın da izlenebilmesi için, izleyicinin ilgisi tümüyle bitmeden önce programın sonlandırılması yerinde olur (Kars, 2012: 106).”

Mutlu’ya göre, program kapanış jenerikleri zamanlamayı ayarlamak için yardımcı olabilir. “Televizyon programları birkaç ayrıksı durum dışında kesin ve belirli sürelerle kısıtlanmışlardır. Yayıncılığın, yayın planlamasının en önemli özelliği program sürelerinin esnekliğe elvermeyecek şekilde belirlenmişliğidir. Her program tam olarak önceden planlanmış zamanda bitmek zorundadır, ne uzun, ne de kısa olabilir. Programların çoğu önceden kaydedilerek gerçekleştirildiği için sonul zamanlama yayından önce kurguda yapılır. Zamanlamaya ilişkin büyük ölçekli ayarlamalar esas olarak programın gövdesinde yapılmakla birlikte, program kapanışları ince zamanlama ayarlamaları yapılmasında kullanılabilir. Yayın akışında ayrılmış süreyi doldurmayan programların kapanışı biraz uzun tutulabilir, ya da süreyi bir miktar aşılırsa kapanış kısaltılabilir (Mutlu, 1995: 81).”

Mutlu’ya göre; “Bir programın kapanış unsurları yukarıda belirtilen amaçları karşılayacak, aynı zamanda da programı doruk noktaya varıldıktan sonra olabildiğince çabuk kapatacak biçimde seçilip düzenlenmelidir. Doruk nokta ve çözümden sonra izleyicinin ilgisi hızla kaybolur. Şayet izleyicinin daha sonraki program için ekran başında kalması isteniyorsa, kapanışta kullanılan malzemelerin de izleyicinin dikkatini üzerinde tutması, bu olmuyorsa en azından sonraki programın açılışının izleyiciyi etkilemesi için çok kısa sürmesi gerekmektedir (Mutlu, 1995: 81).”

2.4. Televizyon Jenerik Türleri

Bir televizyon kanalının görsel kimliğinde çok önemli olan logoyla birlikte, görsel içeriğin belirlenmesinde kullanılan jenerikler de, en az logo kadar görsel bir kimlik oluşturur. Bu jenerik başlıkları aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Kurumsal jenerikler
- Haber bülteni jenerikleri
- Spor haberleri jenerikleri
- Hava durumu jenerikleri

- Reklam jenerikleri
- Dolgu için kullanılabilir jenerikler
- Kanal tarafından yapılan program jenerikleri

2.4.1. Kurumsal Jenerikler



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=6R91o-NKVnM>

Görüntü 2.4.1.1. Star TV Kurumsal Jenerik

Kurumsal jenerikler (TV ident), televizyon kanallarının imajını yansıtan en önemli TV jenerikleridir. “Bu arayüzler genellikle dolgu amaçlı kullanılmakla birlikte, kanalın en belirgin tanıtım araçlarıdır. Bir anlamda televizyon kanalının reklamını yapan imaj materyalidir. Gerçek görüntülerle, farklı canlandırma tekniklerinin, ve kinetik tipografinin kullanıldığı hareketli grafiklerdir. İçinde kanalın logosunun baskın öge olarak kullanıldığı, kendi başına bir bütün ya da içinden belirli bölümlerinin kullanılabilirliği şeklinde kurgulanmış kısa filmlerdir. (http://en.wikipedia.org/wiki/Station_identification).”



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=pMgh0esk3lg>
Görüntü 2.4.1.2. Show TV Kurumsal Jenerik

Kurumsal jenerik çalışmalarında, genel olarak kanal logosunun ön planda olduğu uygulamalar, en çok tercih edilen yöntemlerdir. Kanalın ekranda tanınırlığını arttırmak ve logoların yalın özellikleri nedeniyle akılda kalıcı olmalarından dolayı, bu yöntem etkin olmaktadır. TV Kanalları için kurumsal kimlik çalışmalarının ana unsuru olan logo yalın, akılda kalıcı ve özellikle televizyon gibi görsel-işitsel bir iletişim aracının sunduğu ortamda işlenebilir olması gerekir.



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=UZkjBxMDZI>
Görüntü 2.4.1.3. CNN 2013 "This is CNN" Ident

2.4.2. Haber Bülteni Jenerikleri

“Küreselleşmenin düzenini anlamak çok karmaşık olabilir. Televizyon kuruluşları bu düzenin nasıl işlediğini izleyiciye aktarmak zorunda olup, bunu

ekonomi, siyaset, spor, sanat, bilim, magazin gibi izleyicinin gereksinim duyduğu benzeri konuları ekrana taşıyarak sağlayabilmektedirler. İzleyicinin bu beklentisini kanallar çeşitli programlar aracılığı ile özel olarak işlemektedirler. Fakat bu programlar ayrı ayrı izleyici kitlelerine hitap ettikleri için farklı zaman dilimlerinde ekranda izlenmektedir. Hemen her izleyicinin ekran başında toplandığı, televizyonun en çok izlendiği saat dilimi 19:00-22:00 arası olup bu dilime “prime time” denilmektedir. Bu aralıkta genel bir izleyici kitlesi hedeflenmektedir. Dolayısı ile en çok izlenen programlar bu yayın saatlerinde yayınlanmaktadır. Ana haber bültenleri de ekranda en çok izlenen programların başında gelmektedir. Haberler, içerik olarak diğer özel başlıklı programların aksine genel bir izleyici kitlesine seslenen siyasetten magazine birçok farklı konudan oluşmaktadır. Haberler yapısı gereği yaşamın her alanını etkileyen halkın davranma biçimini şekillendiren bir programdır. İzlenme açısından izleyici tarafından böylesi beklenen bir program bütün diğer programlardan ayrılan bir girişle başlamalıdır. Başlama jeneriği yayın akışı içinde gerek grafikleri gerekse müzik ve ses etkisiyle bir aralık vermeli ve izleyiciyi habere davet eder bir özelliğe sahip olmalıdır

(<http://www.meldrum.co.uk/mhp/identzone/bbc2/>)”

“Saat benzeri bir mekanizma olan logo, yayın akışında yer alan program ve program çeşitleri arasında anlık, doğrusal bir geçiş işareti vermekte olup hareket tasarımının altı çizilerek, logo, izleyici ve ekran arasındaki derinlik veya "z" eksenini boyunca karşılıklı alışveriş göstermektedir (Cubitt, 2006).”

Haber jenerikleri, genel olarak her kanalda görsel ve işitsel olarak bazı ortak öğeler içerir. Bunlardan en belirginini, dünya (gezegen) imgesinin kullanımınıdır. Ayrıca renklerin genelde kırmızı kullanılması da başka bir izleyici algısı yaratmıştır. Fakat bu konu biraz daha esnektir. Fakat sıcak renklerin kullanımı önemsenmesi gereken bir gösterge olarak değerlendirilir.



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=WLpIEz3LQ6I>

Görüntü 2.4.2.4. Ana Haber Jenerik Fox



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=Rar6T1DrCr8>
Görüntü 2.4.2.5. ATV HD Haber Jeneriği 1080HD

“Haber jeneriklerinde kullanılan senfonik, marş benzeri ritmik müzikler de işitsel anlamda en belirgin ikinci ortak öğedir. Bu müzikler görüntüyü ritmik şekilde desteklemektedir ve elbette film müzikleri de grafikler gibi, sadece coşkun giriş parçaları ve aciliyet belirten savaş (marş) şarkıları gibi nitelikleri ile değil, haber konuşmalarının öznelerymiş gibi ele alır. Bu tür işitsel işaretler izleyicinin diğer evsel aktivitelerden dikkatini çekmek ve zamana bağlı eylem olarak açıklanan haberlerin aciliyetini işaret etmek için tasarlanır (Cubitt, 2006).”



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=yuDv-oagmKU>
Görüntü 2.4.2.6. NTV Gece Bülteni Jeneriği

Haber jenerik tasarımlarında kullanılan küre imgesi, zaman içinde bir tasarım biçimi olmuştur. Jenerik tasarımlarında sıkça kullanılan bir başka görsel unsur da kanalın logosudur. “Logo, kurumsal olarak en akılda kalıcı işarettir. Dolayısı ile logo merkezli fikirler jeneriklerde sık görünen başka bir tasarım yaklaşımıdır. Logo ile dünya imgesi birbiri ile görsel bir uyum içinde kullanılarak tanınırlığı, hatırlanmayı kolayca sağlamaktadır. Bütün haber jeneriklerinde kanal logosu kullanılmakla birlikte, bazılarında logo görsel açıdan baskın öge olarak ele alınmaktadır (http://en.wikipedia.org/wiki/TV_2_Norway).”



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=KXYZs4nQgXA>
Görüntü 2.4.2.7. Kanal D Haber Bülteni Jeneriği

2.4.3. Spor Jenerikleri

Haber bültenleri içinde yer alan, spor başlıklı haberlerin sunulduğu bölümün önünde yer alan jeneriklerle, spor programları için hazırlanan jenerikler birbirinden ayrıdır. Haber bültenleri içinde yer alan spor bölümü için kullanılan jenerikler, haber jeneriğinin bir uzantısıdır. Görsel olarak haber bülteni jeneriği ile bir bütün olmakla beraber, içinde spor konusunu vurgulayan göstergeler bulunmaktadır. Bu göstergelerin kullanımı, ülkeden ülkeye farklılıklar gösterir.



Kaynak: http://www.youtube.com/watch?v=AtHB3pe_S4k
Görüntü 2.4.3.8. Al Jazeera Sport News - Ident

Ülkemizde spor haberleri özellikle futbol ile ilgilidir. Spor haberlerinin gündemini önemli ölçüde futbol oluşturur. Sporlarla ilgili diğer haberler, futbolun arkasından, neredeyse sadece başlıklar olarak verilmektedir. Bu durum temel olarak izleyicinin beklentilerinden kaynaklanır. Fakat ülkeden ülkeye değişir. Örneğin Amerika'da spor gündemini belirleyen önemli spor olayları Amerikan futbolu, basketbol ve baseball'dur. Buna göre, ülkelerin sportif ilgileri spor haber jeneriklerinde kullanılan göstergelerin ana belirleyicileridir. Spor haberleri için tasarlanan jeneriklerde dikkat edilmesi gereken en önemli öğe devamlılıktır. Devamlılığın sağlanması için; spor jeneriğinin, haber bülteni jeneriğinin bir alt başlığı ya da bülten içindeki spor haberlerine geçişi sağlayan bir dolgu niteliğinde tasarlanması gerekir.

2.4.4. Hava Durumu Jenerikleri

Hava durumu jenerikleri haberlerin bir alt başlığı olarak değerlendirilmelidir. Hava raporu, hava durumu. jenerik tasarımında kullanılan göstergeleri belirler. Bu göstergeler bazen gerçekçi modelleme sonuçlarından bazen de gerçek video görüntülerinin kullanımı ile ya da grafik sembollerin kullanılması yoluyla elde edilir.



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=w0RkF5FjM0Y>
Görüntü 2.4.4.9. TRT Hava Durumu Jeneriği

2.4.5. Reklam Jenerikleri

Reklam jenerikleri, yayın akışı içinde bir anda ekrana gelmeleriyle yayın akışının temposunu bir anda düşürürler. Fakat bu olması gereken bir durumdur. Program ile reklam filmi arasında dolgu yapan bir geçiş efekti olmalıdır. Aksi takdirde reklam ile izlenen program birbirine girebilir. Bu özelliklerinden dolayı reklam jenerikleri, (bumpers) geçiş jenerikleri olarak da adlandırılır. Geçiş olma özellikleri nedeniyle süreleri 2-7 saniye arasında olabilmektedir. Jenerikler belli bir zamanlama çizelgesine (title animation cue) göre yapılır. Bu çizelge, siyah ekran süresinden, tüm geçişlere kadar, hangi görsel ekranda ne kadar kalacağını içeren bir şemadır. Zamanlama hesaplanırken, jenerik içinden kullanılabilir kısa sekanslarda göz önünde bulundurulur. Böylelikle aynı jenerik 2 ya da 3 farklı süreyle kullanılabilir.



Kaynak: <http://www.trt1.com.tr/>
Görüntü 2.4.5.10. TRT1 Reklam Jeneriği

TV jenerikleri, televizyon grafiklerinin en yoğun kullanıldığı uygulamalardır. Bilgisayar, TV jeneriklerinin uygulama alanı için çok seçenekli ve geri dönüşü ve yeniden üretimi sağlayan araçlardır. Bilgisayarın bu özelliklerinden dolayı televizyon kanallarında neredeyse durağan tek bir kare kalmamıştır. Televizyon ekranında kullanılan her canlandırma, efekt ve benzeri bilgisayar üretimini etkiler, gereksinimler dahilinde kullanıldığı sürece etkili bir sonuç sunulabilir.



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=4hiabw2qtte>
Görüntü 2.4.5.11. CNBC-e Reklam Jeneriği

3. BÖLÜM

HAREKETLİ GRAFİK TASARIM

3.1. Hareketli Grafik Tasarım'ın Tanımı

“Grafik tasarım görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de, bir mesaj iletmek ya da hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarım terimi ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen, daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. Teknoloji geliştikçe sadece basılı malzemeler değil; film aracılığıyla perdeye yansıtılan, video ile ekrana gönderilen ve bilgisayar yardımıyla üretilen görsel malzemeler de grafik tasarım kapsamı içine girmiş ve bu terimin anlamı oldukça genişlemiştir. Bugünün grafik tasarımcısı; kaligrafi sanatçılarının, baskı ustalarının ve zanaatçıların geleneğini sürdüren bir meslek adamıdır (Becer, 2013: 33).”

Becer'e göre tasarımcı; “Uygulama yöntemlerinin yansıra görsel algılamının doğasını, görsel yanılmanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek ve göz önüne almak zorundadır (Becer, 2013: 34).”

Günümüzde kitlesel iletişim, teknolojinin gelişmesiyle giderek daha fazla dijital arayüzler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Başlarda sinema ve hemen ardından televizyon yayıncılığının gelişimiyle, hareketli grafikler hayatımıza girmiş ve insanlar bilgi edinme, eğlenme, vakit geçirme gibi günlük ihtiyaçlarının çoğunu dijital arayüzler aracılığıyla karşılamaya başlamıştır.

Hareketli grafiklerin günümüzde geldiği noktayı incelemek için öncelikle hareketli grafiklerin tanımının doğru yapılması gerekir. “Hareketli grafikleri sadece hareket eden grafikler olarak tanımlamak yeterli değildir. Örneğin, kendi etrafında dönen bir tabelayı hareketli grafik olarak kabul etmek mümkün değildir. Hareketli grafikler, canlandırma temeline dayanan tasarımların oluşturduğu bir disiplindir (Curran, 2000: 154).”

“Hareketli grafikler günümüzde televizyon ve sinema ve internet gibi etkileşimli (interaktif) medyaya kadar geniş bir kullanım alanına sahiptir. Sinema filmlerinin başlıkları, televizyon kanallarının logo canlandırmaları, internet sitelerindeki flash canlandırmaları ve bilgisayar oyunlarındaki grafikler bu alanda en sık rastlanan örneklerdir (Atiker, 2009).” Hareketli grafikler fotoğraf, illüstrasyon, canlandırma, video, film ve müziği içinde barındırmaktadır.

İçinde birçok disiplini barındırması nedeniyle karmaşıklaşan hareketli grafikler kavramı, sadece hareket ve hareketli tasarımdan ibaret değildir. “Web’de hareketli tasarım, etkileşimli tasarım, deneysel tasarım, grafik film, deneysel grafikler, video tasarımı ve en sonunda “hareketli görüntünün yeni grafik dili” kavramlarıyla genişlediği görülmektedir (Atiker, 2009).”

“Hareketli grafikler film, video ve sayısal medya (canlandırma, görsel efektler, film başlıkları, televizyon grafikleri, reklamlar, etkileşimli ortam sunumları, video ve bilgisayar oyunları gibi) ortamında yazıyı ve görüntüyü uyum içinde bir araya getiren geniş bir tasarım ve üretim alanıdır (Sandhaus, 2006: 67).”

“Hareketli grafik tasarımı tek bir disiplin değildir. Animasyon, illüstrasyon, grafik tasarım, video film yapıcılığı, heykel ve mimarlık gibi birçok alanın birleşimidir (Woolman, 2004: 147).”

“Birkaç saniyelik göz alıcı efektlerden, birkaç dakikalık müzik videolarına kadar değişen kısa süreleri ile hareketli grafikler, günümüz görsel-işitsel iletişim yoğunluğunda dikkat çekme çabalarının birer ürünüdürler. Hatta üçüncü bir tanım olarak, günümüz hareketli grafiklerinin, bilgisayar-üretimi görüntüler ve yazı arasındaki z ekseninde (derinlik) gelgitlerin karışımı olduğu da söylenebilir (Curren, 2000: 68).”

“Kitlesele iletişim in ekranlar aracılığıyla bu kadar yoğun biçimde yayılması nedeniyle grafik tasarımında da, ekrana özgü sınırlamalar ve zorunlulukların yanında yeni fırsatlar, olanaklar, değişimler ve hatta yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu değişimlerin başında ise hareket, ses ve zaman öğelerinin, grafik tasarımının temel öğeleri haline gelmiş olmasıdır (Atiker, 2009).”

“Hareketli grafiklerin temeli animasyona dayansa da, ekranda kurulan mesaj iletme yöntemlerinde sık olarak kullanılmasından ötürü günümüzde hareketli grafik, animasyonun bir dalı olmaktan uzaklaşmış, kendi tasarım disiplini ni yaratarak başlı başına bir görsel sanat halini almıştır (Bayrakdar, 2013).”

Hareketli grafikler iletişim aracı olarak ele alındığında, “Hareketli grafiklerin kullanım alanları medya kullanımına göre değişiklik gösterir. Bu kullanım alanlarından ön plana çıkanlar; sinemada görsel efekt, jenerik videoları, televizyonda, kanalların logo canlandırmaları, programların giriş jenerikleri ve televizyon reklamları. Müzik alanında ise video klipler. Ayrıca sanat alanında “video art” olarak adlandırılan ve gün geçtikçe gelişen hareketli grafik sanat dalı (Bayrakdar, 2013).”

3.2. Hareketli Grafiklerde Tasarım Kuralları

Grafik imgeler, sakinlik, sevinç ve heyecan gibi duyguları da ifade etmektedir. Bu türden grafik imgeler, diğerlerine göre daha fazla ilgi çeker. Beğeni ve tasarım zaman ve kültürlere göre değişim gösterir. Bu nedenle, iyi bir grafik tasarım izleyiciye göre uyarlanmalıdır.

“Algının görsel işaretler üzerindeki anlamlandırma boyutu, televizyon grafik tasarımındaki ilk basamaktır. Algının görsel işaretleri kullanması, grafik tasarımı seçme ve anlamlandırma konusunda izleyiciye izin verir. Sonraki basamak ise tasarımcının girişimciliğine bağlı olarak en zorlu kısım olan seyirciye mesajın doğru algılatılması ve hatırlatılmasıdır ki bu basamak salt televizyon grafik tasarımının ne kadar iyi yapıldığını belirlemektedir (Okur, 2010).”

Edsall’a göre; TV grafik tasarımı için genel tasarım kavramları; sadelik, çarpıcılık, estetik haz, kullanılabilirlik. “**Sadelik:** Tasarımda, verilmek istenen mesaj açık ve konuya yönelik olmalıdır. Mesaj karmaşık oldukça, mesajı görsel olarak planlama ve kavrama için gerekli olan zaman önemli ölçüde artar. Tasarımda sadece bir nokta vurgulanmaya çalışılmalıdır. Sadelik azaldığı zaman, çalışmanın estetiği, çarpıcılığı ve kullanılabilirliği azalmaktadır. Sadelik band grafiği ve omuz üstü grafikleri için özellikle önemlidir. Tasarımda kullanılabilir boşluk içerisinde gerekenden fazla

kullanılan eleman çok karışık, yığın halinde ya da yüzer gibi izlenebilir. Tasarımcı görseli oluştururken kendini izleyicinin yerine koymalıdır. Karmaşık grafikler izleyicinin kafasını karıştırabildiği gibi gereğinden çok basite indirgemek de izleyici üzerinde olumsuz yönde bir etki de bırakabilir. **Çarpıcılık:** Tasarımın görsel algılanma ve seçimi, ne kadar çarpıcı olduğuna bağlıdır. Çarpıcılık, yüksek kontrast biçim-zemin ilişkisi, arka ve ön plan ilişkisindeki sıcak ve soğuk renklerin doğru kullanımı ve uygun büyüklükte yazılar ile elde edilebilir. Eğer televizyon grafiği karmaşıksa, aynı zamanda çarpıcı olması da olası değildir. Çarpıcılık ve sadelik televizyon grafik tasarımında beraber çalışırlar. **Estetik Haz:** Eğer tasarım estetik haz veriyorsa, izleyici tasarımı algılamada ve hatırlamada daha başarılı olacaktır. Televizyon grafikleri, herhangi bir kültürden ve toplumsal farklılıklardan bir diğerine değişim gösteren hedef kitlenin estetik beğenileri göz önünde tutularak tasarlanmak zorundadır. Bu sebeple, grafiğin nasıl kullanılacağını ve hedef kitlesini saptamak önemlidir. **Kullanışlılık:** İzleyici, grafiği ancak verilen bilgiyi faydalı bulur ise kavrayabilir. Bir amaca hizmet etmeyen bir grafik eleman, dikkati niyetlenen bilgidan başka yöne saptırarak grafiği karmakarışık yapar (Edsall, 2007: 66).”

3.2.1. Renk ve Ton

Uçar’a göre; renk fiziksel bir oluşumdur ve ışık ile birlikte var olur. “Önemli bir tasarım öğesi olduğu gibi, aynı zamanda sembolik bir değeri de vardır. Tek başına renk mesaj verebilir, davranışları yönlendirebilir, insan fizyolojisi üzerinde etkiye sahiptir (Uçar, 2004: 45)”

“Görsel yaşantımızın temel taşı olan renk, çağımızın yanılsama sanatı olan videonun estetize edilmesine yardımcı olurken, bu sanatı kullanan sanatçıların ifadelerini zenginleştirerek onlara görüntü boyutu içinde yeni ufuklar açmaktadır (Kılıç, 2003: 25).”

“Çevremizdeki bütün nesnelere belli bir renkle ortaya çıkar. Nesne ile onun rengi arasında yapısal bir ilişki vardır. Nesnenin rengi, görsel algı olarak içinde bulunduğu mekanın ışıklılığına göre değişse bile, nesnenin renginin yapısal özellikleri değişmez (Kılıç, 2003: 26).” Dolayısıyla nesnelere renksiz düşünemeyiz.

“Renk, insan gözünün görebildiği ışık tayfının belirli elektromanyetik dalga boyudur. Çevremizdeki nesnelere yeni bir boyut kazandıran renk gerçekte ışıktır. Nesnenin üzerine düşen ışığın bir bölümü (belli dalga boyundakiler) nesne tarafından emilir, yansıyan ışık olarak gözümüze gelen ışıklar ise renktir. Daha basit bir örnekle belirtmek gerekirse, kırmızı elma ya da sarı limon renklerini üretmezler. Elma kırmızı, limon ise sarı rengi içeren dalga boyundaki ışınların dışındaki bütün ışınları emer, elma kırmızı, limonda sarı rengi içeren dalga boyundaki ışınları yansıtır. Sonuç olarak elma kırmızı, limon sarı renk olarak görülür (Kılıç, 2003: 26).”

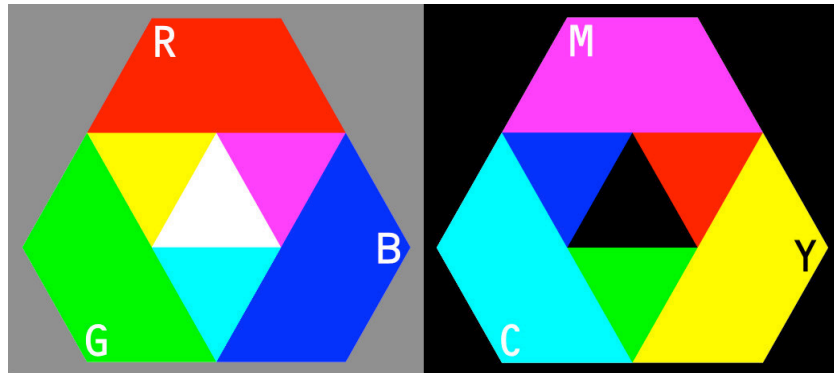
“Çevremizdeki nesnelere bakarken nesnelere renkleriyle ilgili değişik boyutların ortaya çıktığını, başka bir deyişle, rengin değişik niteliklerini hissederiz. Öncelikle rengin kendisi, yani mavi, kırmızı, sarı; ikinci olarak ise rengin farklı derecelerdeki yoğunluğu hissedilir. Bazı yeşil çok koyu ve yoğun iken bazıları da daha solgun ve açık olabilir. Fiziksel olarak rengin algılanmasının üçüncü bir niteliği de bazı renklerin diğerlerine göre daha açık-parlak olmasıdır. Rengin bu üç temel niteliğine,

Temel renk (hue), Doyma (saturasyon) ve parlaklık denilmektedir. Temel renk, rengin kendisidir. Mavi, kırmızı, yeşil ve sarı gibi renk çemberindeki her bir renktir (Kılıç, 2003: 28).”

“Renk skalasında kırmızıya doğru giden uzun dalga boyundaki renkler sıcak, maviye doğru giden kısa dalga boyundakiler de soğuk renkler olarak görülür. Renkleri sosyal hayatımız açısından düşünürsek; “Kırmızılar ve turuncular bize ateşi; kahverengiler, toprağı çağrıştırdığı için sıcaktır. Oysa buz, denizleri, gölleri, gökyüzünü çağrıştıran maviler, yeşiller ya da mavimsi yeşiller soğuktur. Soğuk-sıcak renkler onları ilişkilendirdiğimiz olaylara ya da nesnelere bağlı olarak; görüntü boyutu içinde uzaklık-yakınlık, genişlik-darlık, ve psikolojik zaman kavramını açıklamak için estetik bir öge olarak kullanılırken, yanılısama olarak yaratılan üçüncü boyutu ve ekranın derinliğini belirleyen en temel öğelerden biri olarak video sanatçısının emrindedir (Kılıç, 2003: 33).”

“Renklerin nesnel karışımı, Katmalı (tamamlayıcı) ve Çıkarmalı olmak üzere iki şekilde gerçekleşir. Katmalı karışım üç ana renk olan kırmızı, yeşil ve maviyle gerçekleşir. Katmalı karışım, ışık olarak üç ana rengin yani kırmızı, yeşil ve mavi ışığın birleşmesidir. Renkli elektronik görüntü de katmalı karışım sistemiyle gerçekleşir (Kılıç, 2003: 35).”

“Ekrandaki renkli görüntü kırmızı, yeşil ve mavi elektronik noktacıklardan oluşur. Her renk, üç farklı ışık kaynağı olarak elektron tabancası (elektron tabancasının yerini giderek yeni teknikler almakta) tarafından ekranda oluşturulur. Her elektron tabancası kendisine ait kırmızı, yeşil ve mavi noktacıkları oluşturur. Doğal olarak bu üç renk kaynağının ışık yoğunluğunu değiştirdiğimizde bunların ekrandaki renkleri de değişecektir. Elektronik noktacıklarda üç ana rengi tam olarak üretirsek görüntüde beyazı elde ederiz. Üç ana rengin üretimini durdurursak, siyah ortaya çıkar. Eğer kırmızı ve yeşil elektron tabancalarını çalıştırıp mavi tabancayı çalıştırmazsak sarı rengi; yeşil ve mavi tabancalar çalışıp kırmızı çalışmazsa, yeşil ve mavi bileşimi olan siyan (cyan) rengi; kırmızı ve mavi tabancalar çalışıp yeşil çalışmazsa, mavimsi kırmızı olan macenta rengi elde ederiz (Kılıç, 2003: 35-36).”



Kaynak: Woolman ve Bellantoni, 2000:30

Şekil 3.2.1.1. RGB ve CMYK renk sistemleri.

“**Şekil 3.2.1.1**’de gösterdiği gibi iki ayrı RGB ana rengin birleşmesi, CMYK’da bir ana rengi oluşturmakta, iki CMYK ana rengin birleşmesi de bir RGB ana rengini oluşturmaktadır. Ana renklerin her bir seti, diğer ana renk setlerine ara renk olarak etki eder. Bu, renk çemberi üç katılım içinde magenta, sarı ve cyan, arasındaki boşlukları da mavi, kırmızı ve yeşil şeklinde tamamlamaktadır (Woolman ve Bellantoni, 2000: 30).”

Çıkarmalı renk karışımında ana renkler Cyan, Magenta ve Sarıdır. “Çıkarmalı Renk karışımı, istenilen renk dışındaki renklerin beyaz ışıktan filtre edilmesi ya da çıkarılması yöntemidir. Örneğin yeşil renk elde edilmek istenirse, beyaz ışıktaki yeşil dışındaki renkler filtre edilir ya da çıkarılır. Sonuçta beyaz ışık yeşil ışık olarak görülür. Aynı şekilde doğadaki yeşil bir çiçek, üzerine yansıyan ışıktaki yeşil renk dışındaki bütün renkleri emer, sadece yeşili yansıtır; bu nedenle çiçeği yeşil olarak görürüz. Bu konu bütün renkler için geçerlidir (Kılıç, 2003: 37).”

Televizyonda renk test şeritleri beyaz, sarı, cyan, yeşil, magenta, kırmızı, mavi ve siyah olmak üzere altı renk tonu ile beyazın soldan sağa azalan parlaklık değerlerinde siyahı da içine alır (**bkz. Şekil 3.2.1.2**). Test şeritleri kalibrasyon yapabilmek için kullanılır. Renklerin “eklenen” veya “çıkarılan” olup olmadığı, ya da renk özellikleri aşağıdaki terimlerle açıklanır.



Kaynak: Woolman ve Bellantoni, 2000:30

Şekil 3.2.1.2. Televizyon için renk test şeritleri.

3.2.1.1. Renk (Hue)

“Bu terim rengin kendisini ifade eder. Renk ana/birincil (primer) ve ara/ikincil (sekonder) olmak üzere iki bölüme ayrılır. “Çıkartılan” birincil (ana) renkler cyan, macenta ve sarıdır. “Eklenen” birincil renkler ise kırmızı, yeşil ve mavidir. İkincil renkler, komşu birincil renklerin kombinasyonlarının sonucudur. Birincil rengin tamamlayıcısı, diğer iki birincil renkten oluşan ikincil renktir. Örneğin, kırmızının tamamlayıcı rengi yeşil, sarı ve maviden oluşan ikincil renktir. Beyin yaklaşık 256 farklı renk tonunu ayırt edebilmektedir (Edsall, 2007).”

3.2.1.2. Doğunluk (Saturation)

“Bu terim rengin gücünü başka bir deyişle rengin yoğunluğunu ifade eder. En yüksek doğunluk oranı, rengin en saf halidir. Az doğun bir rengin ayrılması, kullanılan malzemeye bağlıdır. Az doğun bir renk boyama sırasında, ya siyahla ya da beyazla seyreltilir. Bilgisayar grafik yazılımı kullanımında, renk tonu az doğun olduğça, renk daha çok gri tonuna döner. Sonunda, renk tonu hiç doğunluğa ulaşamayacak ve parlama seviyesine dönecektir. Örneğin, sarı renk doğunluğa sahip olmadıkça, grinin açık bir tonu olarak kalacaktır. Lacivert doğunluğa sahip olmadıkça, grinin daha koyu bir tonu olarak kalacaktır (Woolman ve Bellantoni, 2000: 30).”

3.2.1.3. Canlılık (Luminance)

“Canlılık, verilen bir rengin açık ya da koyuluğunu ifade eden ek bir terimdir. Maksimum parlaklıkta bir renk yine en saf halindedir. Canlılık azaldıkça, renk daha koyu olur. Benzer canlılık değerindeki iki renk tonu, aynı parlaklığa (brightness) sahip olacaktır (Woolman ve Bellantoni, 2000: 30).”

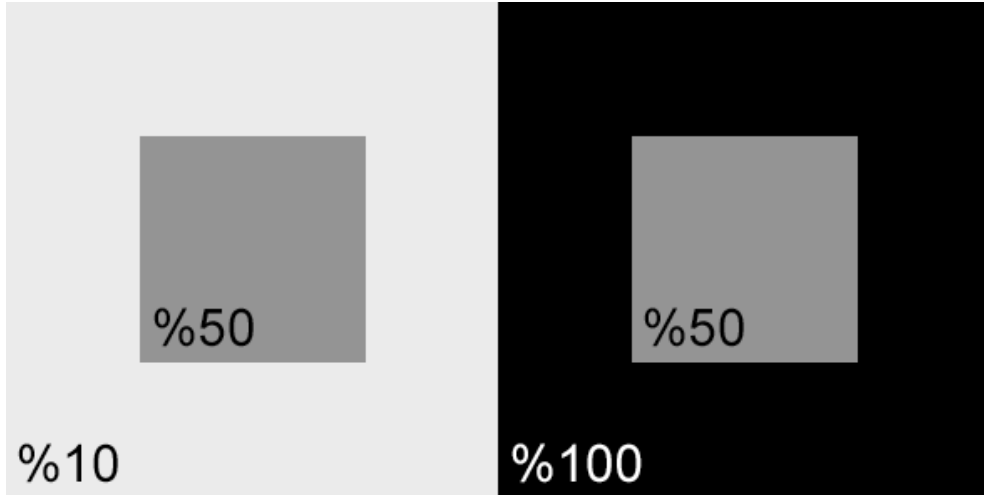
Edsall’a göre; “Aynı canlılık değerini paylaşan figür ve zemin renkleri, TV grafik tasarımı için bir sorun olabilir. Eğer benzer canlılık değerinde iki ayrı renk tonu bir araya konursa, renkli TV ekranında renk ayırımı algılanabilir, ancak siyah ve beyaz ekranda benzer gri tonlarının ayırımının yapılması olası değildir. Yazı ve zemin rengi arasındaki canlılık değeri arasındaki farklar ne kadar büyükse, yazının okunması o kadar kolay olacaktır. Renk tonu, doğunluğu ve parlaklık, televizyonda genellikle zeminler, sınırlar, gölgeler, matlık ve berraklık (chroma) konusunda renk seçimleri için bir araç olarak kullanılır. Bu, aynı zamanda çoğu bilgisayar grafikleri ve karakter üreten uygulamalarda da renk seçmede standarttır (Edsall, 2007).”

Renkleri, sıcak ve soğuk renkler olarak ayırabiliriz. “Kırmızı, turuncu ve sarı sıcak renkler olarak düşünülürken, mavi, yeşil ve mor soğuktur. Soğuk renge sıcak renk ilave edilmesi renk tonunu sıcaklaştırırken, sıcak renge soğuk renk ilavesi rengi soğuklaştıracaktır (Woolman ve Bellantoni, 2000: 30).”

“Bir grafik sıcak ve soğuk renkleri içerdiğinde, soğuk renkler zemine doğru çekilirken, sıcak renkler göze daha çok çarpar. Sıcak renkler öndeki elemanlar için iyi dururken, soğuk renkler zemin renkleri için uygun bir seçim olabilir. Sıcak renkler sıcaklıkla, canlılıkla, gerilimle ve aktiviteyle ilişkilendirilir. Soğuk renkler ise sakin, gerilimsiz, soğuk ve karanlık durumlar için kullanılmaktadır.

Sıcak renkler sabah programları, komedi veya gösteri programları için iyi bir seçimken, soğuk renkler dramatik programlar, kamu işleri programları ve belgesellerde iyi durabilir (Edsall, 2007).”

“Yüksek ve düşük enerjili renkler sıcak ve soğuk renklere benzerlik gösterirler. Yüksek enerjili renkler, isminden de anlaşılacağı gibi, parlak ve kuvvetli (heyecan verici) renkler olup fazlasıyla doygunlardır. Düşük enerjili renk tonları daha az algılanır ve düşük doygunlukta ya da solgundurlar. Genellikle, zemin renk tonlarının, ön-plandaki renk tonlarından daha düşük enerjili olma gerekliliği bulunmaktadır. Yüksek kontrastlı grafikler en iyi, düşük enerjili zemin renkleri ve yüksek enerjili ön-plan renkleri ile başarılı olmaktadır. Enerjiye izin veren grafikler, düşük kontrast oranına sahip olacaklardır. Bu durum, grafiğin siyah ve beyaz monitor üzerinde okunmasını ve renk körü olanların işini güçleştirmektedir. Yüksek ve düşük enerjili renklerin kullanımının nasıl kontrol edileceği izleyicinin ekranda belli bir nesne üzerindeki dikkatini yönlendirmektedir. Ekranın özellikle diğer kısımlarında düşük enerjili renkler kullandığında, insan gözü doğal olarak yüksek enerjili, sıcak renklere çekilir. Bu sebeple, istasyon logoları izleyicinin dikkatini çekmek için genellikle yüksek enerjili renkler içermektedir. Renkler kendilerine yakın olan renkler tarafından etkilenirler. Bir rengin doygunluk, canlılık ve hatta tonu, yanındaki başka renge bağlı olarak değişiyor gibi görülebilir. Ressam Joseph Albers renklerin etkileşimi konusunda pek çok çalışma yapmıştır. Örneğin, yeşil bir zemin üzerine koyulan grinin pembe rengi verdiğini göstermiştir (Woolman ve Bellantoni, 2000: 30).” Rengin canlılık değeri, zemin daha koyu renkte ise daha aydınlık, zemin açık renk ise daha koyu görünür. (bkz. Şekil 3.2.1.3)



Kaynak: Woolman ve Bellantoni, 2000:30

Şekil 3.2.1.3. Rengin canlılık değerini gösteren şekil.

“Televizyonda “mavi ve sarı”, “cyan ve kırmızı” veya “magenta ve yeşil” gibi tamamlayıcı renkler kullanıldığı zaman, iki renk tonu insan gözünde görsel bir gerilim veya titreşim yaratmaktadır (Woolman ve Bellantoni, 2000: 30).”

“Tamamlayıcı renklerin beraber kullanımı, eşzamanlı kontrast olarak adlandırılır. Metin içinde yer aldığı anda, yüksek renk kontrastı görsel gerilime neden olmakta ve okunabilirlik azaltmaktadır. Diğer taraftan, zemin ile ön plan arasında güç farkedilen kontrast metnin görülmesini zorlaştırmaktadır. Siyah veya koyu renk ve düşük enerjili zemin renklerinin kullanımı, en az miktarda titreşim yaratmaktadır. Bu sebeptir ki, bu renkler genellikle alt ekran grafikleri (lower thirds) ve bitiş jeneriklerinde kullanılmaktadır. Bazı renkler, diğerlerine göre, daha fazla göze çarpmaktadır. Şaşırtıcı şekilde, ışık frekansı bu durumda bir anlam ifade etmemektedir. Mor rengi kırmızıdan daha yüksek bir dalgaboyu frekansına sahiptir, ancak kırmızı daha göze çarpar durumdayken, mor daha az farkına varılabilir durumdadır. Bu sebeptir ki, kırmızı ve turuncu “dur” işaretlerinde, uyarı ışıklarında ve çamaşır deterjanı kutularında, vb. önemli yerlerde dikkatimizi çekmek için kullanılır. Gözün kırmızı ışığı kolayca görmesinin sebebi, morötesi ışınlarından korunmak için ulaşan hafif bir sarımsı renk çeşidi yüzündendir. Bu, mavilerin ve violetlerin bir kısmının retinaya ulaşmasını bloke eder, ancak kırmızı, turuncu ve sarının geçmesine izin verir. Bir kısım mavi ışığın bloke edilmesinin diğer bir artı yararı, görüntü keskinliğinde hafif bir artış sağlamasıdır. Mavi ve mor gibi daha yüksek dalga boylarındaki ışık, uzak mesafede görüntünün biraz bulanık olmasına neden olmaktadır. Bu sebeptir ki, mavi renk tonunu bloke eden güneş gözlükleri görüntüyü daha pürüzsüz, net yapmaktadır. Renk özelliklerini, renkler arasındaki bağlamsal ilişkiyi ve beynimizin bunlara nasıl reaksiyon gösterdiğini anlamak, iyi tasarımın temel prensiplerini inşa etmektedir (Edsall, 2007).”

3.2.2. Yazı ve Görüntü İlişkisi

Televizyon ekranında yazının kullanımı, masaüstü yayıncılık ve bilgisayar grafiklerinde olduğu kadar esnek değildir. “Çözünürlük ve satır sayısı televizyonda, bilgisayar ve baskıya göre çok düşük olduğu için yazı büyüklükleri ve font seçimi özellikle küçük metinlerde kısıtlanmaktadır. Tipografi mesajı izleyiciye etkili bir şekilde iletmek için kullanılan bir araçtır. Uygun font ve büyüklük seçimi mesajın gücünü arttıracaktır. Harf ölçüsü genellikle punto ve pika ile ifade edilir. 1 pika 12 puntoya ve yaklaşık olarak 6 pika da 1 inc uzunluğa eşittir. 12 punto harf büyüklüğü baskı için uygun bir okunurluğa sahip olmasına rağmen televizyonda bu ölçü çok küçüktür. Çoğunlukla 30 punto ve üstü televizyon için uygun ölçüdür. Televizyonda metin kullanırken, genel kural yalınlıktır. Yalınlığı elde etmek, kolay okunabilir ve zeminden çabuk ayrılabilir (kontrast) özellikte yazı türü seçimi ile olasıdır. Unutulmamalıdır ki bilgisayar ekranı televizyona göre daha yüksek çözünürlük ve satır sayısına sahiptir. Dolayısı ile bilgisarda tasarlanan bir grafikteki yazı televizyonda detay ve keskinlikte izlenemez. Bu sorun için en iyi çözüm sisteme bağlı bir televizyon ekranı ile çalışmak ya da televizyonda kontrol etmektir (Edsall, 2007).”

Televizyon: Hareketli resimlerin elektriksel yolla nakli olarak tanımlanabilir. Esası resmin, satırlar halinde taranması ve bu sırada resim bilgisinin elektriksel işarete çevrilerek naklidir. Alıcı uçta elektriksel işaret yine satırlar halinde taranarak resme çevrilir (MEGEP, 2011: 11).”

Televizyon yayın sistemleri: PAL, SECAM, NTSC, HDTV’dir. Yayın sistemlerine göre, görüntü çözünürlüğü değişmektedir.

PAL Sistemi: “Pal sisteminde ses taşıyıcı frekansı, görüntü taşıyıcı frekansından 6 MHz daha ötededir. Böylece bu noktada birleşik renk sinyalinin genel bir manzarası görülmüş olmaktadır. Bu prensipler ana hatları ile PAL ve NTSC sistemlerinde aynıdır. Ancak PAL sisteminde bazı ek düzenler ile NTSC sisteminde görülen ve “hue distorsiyonu” adı verilen renk değişimleri önlenmiştir. Kroma sinyalinin fazı, renk ile doğrudan orantılı olduğu için bu sinyalin fazında çeşitli sebeplerden dolayı oluşacak kaymalar, alıcıda renk değişimlerine yol açabilmektedir (MEGEP, 2011: 11).”

SECAM Sistemi: “Bu sistem, Fransızlar tarafından geliştirilip kullanılan bir renk sistemi olup, hem NTSC ve hem de PAL sisteminden oldukça farklıdır. SECAM sisteminde kırmızı, yeşil ve mavi renklere ait bütün bilgiler aynı anda değil sıra ile gönderilir. SECAM (Sequential Couleur A'Memorie) renk sistemi Fransa ve Rusya Federasyonunun etki alanlarında, müşterisi olan ülkelerce kullanılmaktadır (MEGEP, 2011: 12).”

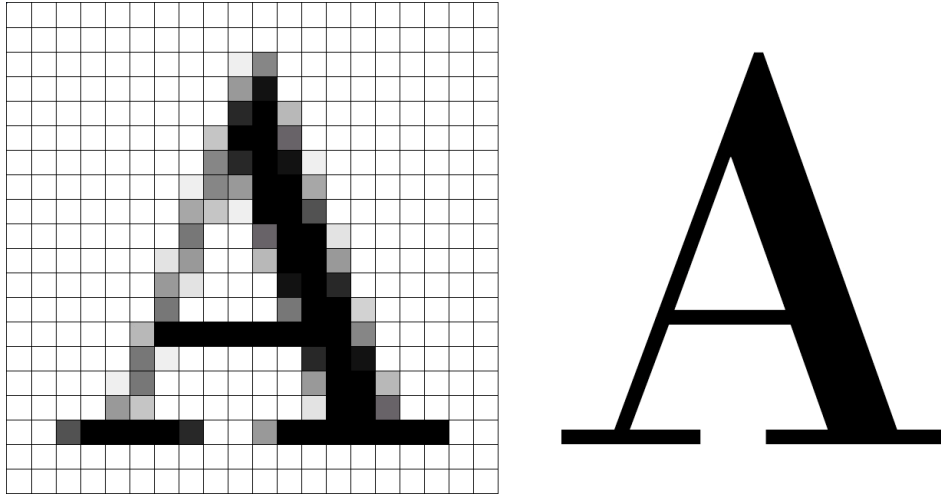
NTSC Sistemi: “Birbirleriyle uyumlu olmayan üç renk taşıma standardı halen kullanılmaktadır. Bunlardan en eskisi A.B.D.’de National Television Standarts Committee tarafından benimsenen NTSC sistemidir. Bu sistem daha sonra A.B.D.’de kullanılacak renkleri belirlemek üzere 1950 yılında yenileştirilmiştir. Bu renk sistemi, her üç asal renge (kırmızı, yeşil ve mavi) ait bilgiyi birlikte gönderir. Kırmızı, yeşil ve mavi renklerle ilgili kısımların kullanılmış olması, bir diğer renk gerektiğinde bu asal renklerin gereken oranda karıştırılmasıyla elde edilmesini sağlar. Bu sistemde renk bilgisi iki renk arası fark sinyali olarak gönderilir. Siyah-beyaz sinyalin üstüne bindirilen renk sinyalleri yüksek frekanslı ikincil renk taşıyıcıyı modüle etmekte kullanılır (MEGEP, 2011: 13).”

HDTV: “High Definition (HD) yayıncılık konusunda çalışmalar aslında 20 yıl kadar öncesine dayanıyor. 1990’ların ortalarında ise HD teknolojisi bir yayıncılık standardı olarak kabul görmeye ve bu teknolojiye uygun ürünler üretilmeye başlanmıştır. HD’nin televizyona getirdiği en büyük yenilik hiç kuşkusuz görüntü kalitesi konusundadır. HD TV’ler, görüntüsü herkesi cezbeden DVD filmlerden bile 4 kat daha kaliteli görüntü sunarlar. PAL yayın formatında TV kanalları, 720x576 ekran çözünürlüğünde görüntü sunarken, HD TV’ler 1920x1080’e kadar ekran çözünürlüklerini desteklerler. HD TV’lerde renkler ve şekiller normal TV’lere kıyasla çok daha canlı ve gerçekçi görüntülenir. Yeni kablolu sayesinde daha hızlı ve kaliteli veri akışı sağlanabilir, TV yayını, sinemalardaki veya DVD filmlerdeki gibi 5.1 Dolby Dijital ses kalitesinde dinlenebilir. HD teknolojisinin televizyona getireceği bir başka yenilik ekranın boyutu konusundadır. Mevcut televizyonların ekran boyutu 4x3 oranında ve kareye yakın bir şekildeyken HD uyumlu TV’ler 16x9 oranında ve daha dikdörtgenimsidir. Bu da sinema perdeleri gibi panoramik bir görüntü sağlar (MEGEP, 2011: 10).”

TV ekranında kullanılan yazı karakterleri: “Bazı uzmanlar sadece iki tür yazı tarzı bulunduğunu savunmaktadırlar: Dik (Roman) ve yatık (İtalik) karakterler. Daha yaygın bir görüş ise, yazı karakterlerini, Gotik, Roman, İtalik, kursif (Script) ve sınıf dışı olmak üzere beş kategoride değerlendirmektedir. Gotik tarz oldukça süslü ve dekoratif olmasına karşın zor okunurluğa sahiptir. Roman karakterler sıklıkla kullanılırlar. İzleyicinin gazete, dergi ve kitaplardan bildiği için kolay okunabilir özellikleri çok yüksektir. İtalik harfler öne ya da arkaya doğru eğiktirler. Eğiklik dereceleri duygu olarak ileri, hız duygusu yada gerileme, durma gibi özel durumları

da ifade edebilir. Kursif yazılar oldukça kıvrımlı hatlara ve harfler arasında bağlara sahiptirler. El yazısına çok benzedikleri için mesaja elle yazılmış, samimi bir ifade katarlar. Büyük punto ve başlıklarda kısıtlanarak kullanıldıklarında tasarıma artistik bir hava kazandırabilirler. Ancak televizyonda küçük puntolarda kullanılmaları okunma açısından olumsuzluklara yol açar. Sınıf dışı yazı biçimleri adından da anlaşılacağı gibi herhangi bir sisteme dahil olmayan bir tarza sahiptirler. Özel duygular yaratmak amacı ile kısıtlanarak kullanılmalıdırlar (Edsall, 2007).”

Televizyon grafiklerinde kullanılanlabilen fontlar, masaüstü yayıncılıkta kullanılan fontlar kadar esnek değildir. “Font seçimi sırasında, kısıtlı çözünürlüğe sahip, parlayan bir ekranda izleneceği için okunaklı, etkili, çarpıcı ve yalın olmasına dikkat edilmelidir. Okunurluk, ekran üzerinde çok önemlidir. İzleyici, mesajı kolay ve hızlı bir şekilde okunmalıdır. Metnin bir bakışta okunabilmesi için mükemmel çözünürlük özellikleri kazandırmalıdır. Örneğin vurguları arasında zıtlık olan çift ağırlıklı fontların ince vurguları ekranda düşük punto değerlerinde kaybolabilmektedir. Dolayısı ile bu tip fontların kullanımı sırasında punto değerlerinin iyi değerlendirilmesi önemlidir (bkz. Şekil 3.2.2.4). Eğer metin netlikten yoksun ise, izleyici kavrayabilmek için daha fazla zamana gereksinim duyar (Edsall, 2007).”



Kaynak: Edsall, 2007

Şekil 3.2.2.4. Bodoni MT 12 punto “A” harfi ekranda soldaki görüntüde olduğu kadar az sayıda piksel tarafından tanımlanabilmektedir. Sağdaki görüntü yüksek çözünürlükte görünüşüdür.

Kullanılacak yazı türüne karar verildikten sonra, yazının ekrana yerleştirilmesi önemlidir. Edsall’a göre; “Haberlerde, spikerin arkasında yer alan omuz üstü grafiklerde yazı unsuru görüntü ögesine göre ikinci derece bir rol üstlenmektedir. Yazı grafiğin önüne geçmeksizin, dolgun olmalı ve grafiğe açıklık getirmelidir. Bant grafiklerinde yazı genellikle sınırlandırılmış alanın oldukça üstünde ve sol ya da merkezden hizalı olmalıdır. Ani bilgilendirmelerde kullanılan canlı yayın, erken bildirim gibi bantlarda yazı üst-sol ya da alt-sağa hizalanmaktadır (Edsall, 2007).”

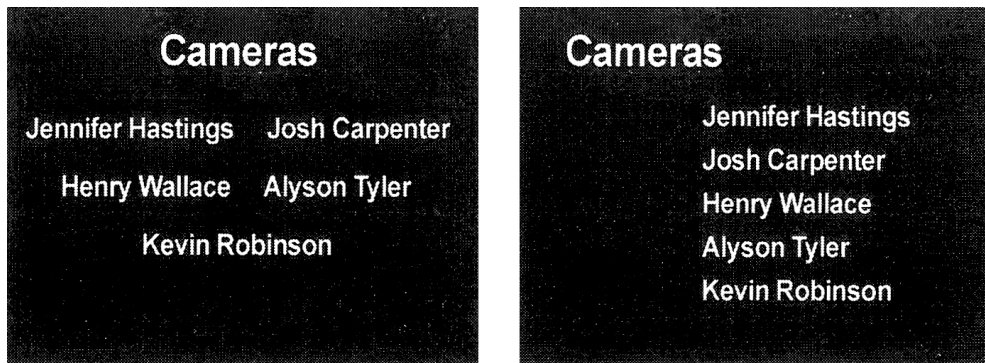
Yazının İncelenmesi: Seçilen yazı türünün karakteristiklerini gözden geçirilmesi gerekir. “Yazı türü çok ince ya da kalınsa okunurluk sorunu doğuracaktır.

Eğer çok geniş ise sayfayı boğacaktır. Çok küçük ise, okunmayacak ve silik kalacaktır (Edsall, 2007).”

Yazı Türlerinin Sayısı: Sayfada kaç tane yazı türü kullanılacağına karar verilmelidir. Edsall’a göre; “Gereğinden fazla sayıda yazı türü kullanımı karmaşık bir etkiye yol açar bundan dolayı grafiğin devinimini yavaşlatır. Pekçok yazı türü ve büyüklük kullanıldığında yüzey mesajın kendisi olur. İzleyici mesajdan çok sayfanın genel düzenine odaklanır ve bir şaşkınlık yaşar (Edsall, 2007).” Bu nedenle kullanılacak yazı türü bir veya ikiyi geçmemelidir.

Satır Sayısı: Satırlar çok uzun olmamalıdır. “Biyisayar grafikleri gazete değillerdir. Gereğinden fazla metin okumak için zordur. Burada kural “az-çoktur” yaklaşımıdır. Cümlelerinizi kısa tutun ve sayfayı öğelerle kalabalıklaştırmayın. Kalabalık sayfanın okunaksız ve etkisini kaybetmesine yol açar. Genelde, her tam ekran grafikte, en fazla 7 satır yazı olmalıdır (Edsall, 2007).” Mesajın kolayca okunabilmesi için satırlar arasında yeterince satır boşluğu bırakılmalıdır.

Grafik Elemanların Dengesi: Sayfadaki grafik öğeler diğerleri ile hizalı ve dengeli olmalıdır. Edsall’a göre “Yanlış ayarlama grafiğin devinimine zarar verir ve bu dikkatin dağılmasına neden olur (Edsall, 2007).” Bilgi bütün yüzeye yayılmadan birbiri ile gruplandırılarak verilmeli ve metin bilgisi grafik bloklar içinde olmalıdır. (bkz. Şekil 3.2.2.5)



Kaynak: Edsall, 2007

Şekil 3.2.2.5. Solda bilgi bütün yüzeye yayılmış olduğundan okuma zordur. Sağda ise bilgi gruplar halinde yazı blokları ile düzenlenmiş olduğu için kolay okunabilmektedir.

Başlık Özellikleri: Başlıklar, grafiğin temasını aktarmak için kullanılan araçlardır. “Başlık gereğinden çok büyük ise sayfa çok yoğun olur. Tam tersinde ise sayfa silik kalır. Başlıklar bir dikkat yakalamaya gerek duyar, bu olmazsa mesaj onun altında ezilir (Edsall, 2007: 47).”

Grafik Elemanların Zıtlığı: Yazı ile zemin renginin zıtlığı önemlidir. “Benzer parlaklık değerine sahip renkler renkli ekranda okunaklı olabilir fakat siyah/beyaz ekranda okunamayabilir. Hareketli yazılar, özen isteyen uygulamalardır. Program sonlarında yer alan dikey hareket eden akan yazılara “roll”, hava durumu gibi bilgilendirici, ekranın altında yatayda kayan yazılara da “crawl” denir. Ekran boyunca hareket eden yazılar izleyicide belli bir zaman içinde okuyabilme gerilimi

yaratmaktadır. Bu yüzden hareketli yazılar ile verilecek bilgi yalın olmalı ve iyi bir zemin rengi ile uygun kontrastlıkta değerlendirilmelidirler (Edsall, 2007: 47).”

TV grafiklerinde en çok kullanılan yöntem, durağan grafiklere animasyon eklenmesidir. “Yazı kendi rengi ya da pozisyonunda eriyebilir, uçabilir. Göz hareketten etkilendiği için, TV grafiklerinde hareket bir duygu yaratmak için kullanılabilir veya kullanılmalıdır. Canlandırmalar her ne kadar etkileyici ve renkli olsalar da zaman zaman izleyiciyi mesajdan uzaklaştırabilmektedirler. Gürültü, gereğinden fazla zemin canlandırmaları ya da abartılı yazı canlandırmaları ilgi çekici bir etki verse de izleyiciyi verilmek istenen mesajdan uzaklaştırabilir. Buna karşın, ustaca yapılmış bir fon canlandırması ile okumayı kolaylaştıran bir yazı hareketi, canlandırılmış TV grafikleri için en iyi çözüm olacaktır (Edsall, 2007).”

Yazılı bilgilerin gerekli alanlarda kullanılması çok önemlidir. Edsall’a göre; “İnce hatlı uzatılmış/alçaltılmış vurgular ve ince turnakları olmayan geniş yazı türleri ekranda diğerlerine göre daha uygun olabilir. Kalabalık olmayan, gerektiği kadar yazı kullanımı mesajı güçlendirecek başka bir koşul olabilir. Yazıları bloklar halinde gruplandırmak, onları ekrana yaymamak önemli ölçüde çabuk okumaya katkıda bulunabilir. Kontrast yazı zemin ilişkisi göz önünde bulundurulması gereken başka bir önemli durumdur. Yazılar ve zemin arasında başka bir ayırt etme yöntemi de metinlerin altına bordür, gölge, ya da yarı geçirgen yüzeyler koymak olabilir. Hareketli fonlar izleyiciyi kolayca yakalayabilir ancak önemli öğelerin algılanması da zorlaşabilir (Edsall, 2007).”

3.2.3. Hareket (Motion)

Hareket; “Seyircinin zihni üzerinde oyunlar oynayabilir. Objeler gerçekte hareket etmediği halde hareket ediyormuş gibi gözükebilirler. Hareket eden bir taşıtın içinden gözlenen bir manzara önce seyirciye doğru hareket ediyormuş daha sonra ise uzaklaşıyormuş gibi izlenir. Hareket olduğu halde algılanamayabilir. Yeryüzü algılanamayacak denli olağanüstü bir hızla sürekli bir hareket halindedir. Dünya üzerindeki diğer herşey yine aynı hızla hareket ediyor ve hareket ediyorlarmış gibi algılanmamaktadırlar. Hareket çeşitleri gerçek, görünen, grafik ve dolaylı olmak üzere tanımlanabilir (Edsall, 2007).”

3.2.3.1. Gerçek Hareket (Real Motion)

Gerçek hareket; “Objeye veya insanın bilfiil hareketidir. Demiryolu geçidinde bir arabada bekleyen kişi için tren ve içindeki yolcular gerçek hareket halindedirler. Pencereden bakan tren yolcusu ise görünen hareketi izleyecektir (Edsall, 2007).”

3.2.3.2. Görünen Hareket (Apparent Motion)

Görünen hareket; “Durağan olan (hareketsiz, sabit) ama hareket ediyormuş gibi görünen herşeydir. Hareket eden bir taşıtın içindeki bir yolcuya, manzara önce ona doğru yaklaşır sonra uzaklaşır gibi görünür, yolcu bunu kendi hareketiymiş gibi yorumlar. TV izlerken her saniye 25 ayrı durağan resim, ardışık olarak gösterilir. Bu resimlerin ayrı olarak görülmemelerinin nedeni beynin her bir imajı işleme için zamana gereksinim duymasıdır.

Resimler hareket ediyormuş gibi görünür; çünkü ayrı ve durağan resimler arasında bir görsel olarak harekete bağlı farklılıklardan dolayı bir bağ olur (Edsall, 2007).”

3.2.3.3. Grafik Hareket

Grafik hareket; “Seyirci bir görüntüyü tararken gözünün hareketidir. Bir televizyon grafik tasarımcısı, göz hareketini, kompozisyonda grafik elemanları kullanarak ve yerlerini değiştirerek kontrol eder. Buna görsel planlama da denilebilir. Göz hareketi, görüntüdeki diğer grafik elemanları izlemeden önce genellikle bir çizgi, yumuşak bir eğim veya yatay şekilleri izler. Görsel planlama ayrıca seyircinin önceki deneyimlerine, kültürüne ve ilgi alanlarına da bağlıdır. Batı kültüründe, bir seyirci bir görüntüyü soldan sağa ve yukarıdan aşağıya gözüyle taramaya eğilimli olacaktır, çünkü bu toplum bu şekilde okur ve yazar. Ancak, ilgiler bazen kültürel alışkanlıklardan daha ağır basmaktadır. Örneğin, seyirci bir ilanda özellikle ilginç bir alan seçerse o zaman genel tarama yöntemleri göz ardı edilebilir ve seyirci dikkatini hemen ilgisini çeken alana yöneltir. Bu, reklamlarda cinsel çekiciliğin neden çok fazla kullanıldığını açıklar. Örneğin bir araba, bira, sigara, şampuan veya traş bıçağı aslında bunların hepsi markaları farklı olsa da birbirine benzer, ama çekimde kullanılan çekici bir manken seyirciyi daha yakın bir bakış yönünde ayartır (Edsall, 2007).”

3.2.3.4. Dolaylı Hareket

Dolaylı hareket; “Objenin herhangi bir hareketi olmasa da seyircinin bir hareket hissi algıladığı zaman oluşur. Çizgi roman sanatçıları, tek bir karede, hareketi ifade etmek için hareket çizgileri veya şeritleri kullanırlar. Bu teknik televizyon için de kullanılabilir. Objeler üzerindeki flulaştırılmış kenarlar ve izler objenin hareket ettiğini veya etmekte olduğunu ifade eder. Yüksek kontrastlı çizgilerin birbirine çok yakın kullanılması bir dalga (hare, dalgalı) etkisine neden olur, çizgiler titreşiyormuş gibi görünür. Sık dokulu elbiseler de televizyon ekranında aynı etkiye neden olur. Canlı renklerin yanyana kullanılması ise görüntüye bir coşku (heyecan, çılgnlık) etkisi katar ve bir hareket hissi ima etmektedir (Edsall, 2007).”

3.2.4. Form

Woolman ve Bellantoni’ye göre; “Görüleni belirleme ve sınıflandırmaya yardım eden diğer görsel işaret, formdur. Form üç ana tipe ayrılabilir: nokta (puan), çizgi ve şekil (biçim) (Woolman ve Bellantoni, 2000).”

3.2.4.1. Nokta

Nokta; “Boşlukta bulunan küçük dairesel vurgu olarak tanımlanabilir. Birkaç nokta birlikte bir çizgiyi veya şekli temsil edebilir. Beyaz bir ekranda siyah bir nokta dikkat çeker. İkinci bir nokta eklendiğinde, izleyici dikkatini iki nokta arasında bölüştüreceği için belli bir gerilim yaratılmış olur. İki nokta, belirli iki yer arasında bir ölçü ifade edebilir. Üç veya daha fazla nokta varsa, zihin onları bir çizgi veya şekil halinde birbirine algılar. Noktalar bir doku oluşturacak şekilde gruplanırsa, George Seurat’nın resimlerinde kullanılan puantiye (noktacılık, resim noktacılığı) tekniği veya ofset baskı tekniğinde kullanılan yarım ton gibi resimler üretilir. Ekranında noktası aslında pikseldir (Woolman ve Bellantoni, 2000).”

3.2.4.2. Çizgi

Çizgi; “Noktaların artık ayırt edilemediği bir noktalar dizisidir. Çizgiler, bir şeylerin neye benzediğini ve şekillerinin belirlenmesini sağlar. Bir grafikte çizgilerin nerede ve hangi açıda kullanılacağı farklı görsel reaksiyonlara yol açar. Çerçeve altta yatay bir çizgi seyirciye bir ufuk çizgisini hatırlatır. Çizgi çerçevenin üst kısmında yerleştirilmişse görüntü sanki kapatılmış ve ağır bir his uyandırır. Dikey çizgiler gözleri bir durma noktasına getirir. Gözler, çizgi tarafından yaratılmış boşluğun çevresinde dolaşmaya başlar. Bir çapraz çizgi alt soldan üst sağa doğru uzanıyorsa dinlendirici, huzur verici bir etkisi vardır. Herhangi bir diğer çapraz çizgi seyircinin gözünü çizgi yönünde hareket ettirecektir. Kavisli çizgiler bir oyunculuk, kıvraklık, zerafet ve hareket havası iletir. Kalın, koyu çizgiler güç ve güven belirtir. Aralarında beyaz boşluklar olan ince çizgiler hassaslık ve çekingenlik hissi verir. Bir görüntüde bir ufuk, bir çizgi işlevini görür. Yatay bir ufuk normallik çağrıştırır ve düz yüzey bir üzerinde ayakta duruyormuş izlenimi verir. Eğik bir ufuk seyircinin gerilimini arttırır ve ön plandaki objeye dinamizm ve hareket katar (Woolman ve Bellantoni, 2000).”

3.2.4.3. Şekil

Edsall’a göre; “Bir uçtan diğer uca kendi üzerlerine kapanan çizgiler bir şekil oluşturur. Üç temel şekil vardır: Paralelkenar, üçgen ve daire. Diğer tüm şekiller bu üç temel şeklin çeşitlemeleri olarak kabul edilebilir. **Paralelkenar:** Dört kenarlı bir şekildir; karşı kenarlar paralel ve uzunluklar eşittir. Dört kenar da eşit uzunlukta ise ve açıları da birbirine eşitse bu şekil bir karedir. Bütün geometrik şekiller arasında dikdörtgenler en bilinenidir. Televizyonların güncel görünüş (cephe, açı) oranı 4:3 oranı ile neredeyse bir karedir veya şöyle dersek, dört birim genişlik 3 birim yükseklik. HD televizyonlar, 16:9 cephe oranı ile çok daha az bir karedir, daha uzun bir dikdörtgen şekli taşır. **Daire:** Hiçbir net başlangıcı veya sonu olmadan, daima zaman ve sonsuzlukla ilişkilendirilmektedir. Bu nedenle birçok saatin şekli dairedir. Herhangi bir görüntünün çok güçlü bir kısmı olabilirler, çünkü seyircinin gözünü kendi yönlerine çekerler. Daireler mükemmel logo formları oluştururlar ve network’ler (ağ, şebeke) ve onlara bağlı TV istasyonları tarafından sıklıkla kullanılırlar (ABC, CBS ve PBS dahil). **Üçgenler:** Şekillerin en aktif ve dinamiğidir. Bu tip şekiller dengeli duruşundan dolayı eşit kenarları ile bir eşkenarlı üçgen huzurlu, sakin bir hava vermektedir. Bir ikiz kenar üçgen seyircinin ilgisini üçgenin uç noktasına çeker. Kilise çan kuleleri ikizkenar üçgendir ve uçları cenneti işaret eder. Eşkenarlar herhangi bir diğer yönü işaret ederse, seyirci onun yönünde bakacaktır. Eşkenar üçgenler kullanılacaksa ucun sonundaki noktada bir obje veya mesaj olması önemlidir. Örneğin, bir band grafiğine (lower third graphic) bir eşkenar üçgenin dahil edilmesi seyirciyi bir isme veya bir istasyonun logosuna yönlendirir. **Nokta:** Çizgi ve şekil hem arka plan hem de ön plan elementleri için kullanılabilir. Çizgi ve şeklin arka plan elementlerinde kullanımı spor karşılaşmaları skorları ve hava grafikleri gibi bilgilerin düzenlenmesi ve sınıflandırılmasında yardımcı olur. Ön plan çizgi ve şekil elementleri, bir band grafiğindeki isim ve başlık gibi metin elementlerini ayırmak için kullanılabilir (Edsall, 2007).”

3.2.5. Derinlik

“1838’de Sir Charles Wheatstone, Londra Royal Society’de binoküler (çift gözlü, çift mercekli, dürbün gibi) vizyonu açıklayan bir tebliğ sunmuştur. Gözler

birbirinden çok az ayrık olduğu için her bir göz diğerinden çok az farklı bir imaj görür. Beyin her iki imajı da algıladığında, farklılıklar derinlik olarak yorumlanır. Daha sonra stereoskop adlı aygıtı icat etmiştir. Aygıt, bir karton üzerine yanyana monte edilmiş birbirinden çok az farklı iki fotoğraftan oluşuyordu ve gözlere tutulan bir mercekli gözlem aygıtı ile bakılıyordu. Sonuç, üç boyutlu bir görüntü gibi algılanmaktaydı. (<http://en.wikipedia.org/wiki/Stereoscope>).”

“Bir objenin derinlik kazanması için hacmi veya bir üçüncü boyutu olması gerekir. Beş adet volumetrik form vardır: **Küp, küre, silindir, koni ve piramit**. Küp, temel olarak bir kare kutudur. Bir küre çapı her ekseninde eşit olan bir yuvarlaktır. Silindir, bir daire çevresinde sarılan bir dikdörtgene benzetilebilir; her tarafından sarıp bir boru oluşturuyormuş gibi. Koni, silindirden farklıdır, bir ucu (bir tarafı) bir tek noktaya birleşir. Piramit ise, bir uca birleşmiş dört üçgendir, tabanı ise karedir. Her bir form, bileşenleri olan iki boyutlu örneklerle benzer şekilde görsel mesajlar verir (Edsall, 2007).”

“Tasarlanmış bir yüzeyde, zihnin bir derinlik hissi vermek için kullandığı işaretler vardır. Bunlar, **boşluk, ölçek, ışık, dokusal geçişler, üstüste gelme ve perspektif** olarak değerlendirilebilir. Bunları bir başlarına veya diğerleri ile kombine halinde kullanmakla, seyircide, iki boyutlu bilgisayar ve televizyon ekranlarında derinlik yanılması verilmektedir (Edsall, 2007).”

3.2.5.1. Boşluk

“Boşluk, görüntünün yerleştirildiği çerçevedir. Boşluk, objenin ne kadar uzakta olduğuna bağlı olabilir. Örneğin, açık bir alanda ayakta duran bir figür, kapalı bir mekanda gazete okuyana göre boşluk anlamında daha fazla bir derinlik hissi iletir. Boşluk kullanımı seyirci için farklı duygular iletmektedir. Dar boşluklar sıkıştırılmış hissi, açık boşluklar ise özgürlük hissi vermektedir (Woolman ve Bellantoni, 2000).”

3.2.5.2. Ölçek

“Ölçek, şekiller ve objeler arasındaki boyut ilişkisini tanımlar. Bir referans ölçüsü olmadıkça objenin ne kadar küçük veya büyük olduğu bilinemez. Bir objenin önceki referans çerçevesi bir diğer objenin ne kadar büyük olduğuna karar vermekte yardımcı olabilir. Bir varlığın ne kadar büyük olduğu biliniyorsa, o varlığın yanındaki diğer nesnelerin büyüklüğü ona göre değerlendirilebilir. Örneğin, aynı karede kiraz elmadan büyük görünüyorsa o zaman ölçek (skala) bir anlam ifade etmez ve nesnelerin neden bilinen referansa uymadığı sorgulanabilir. Elmanın gerçekten küçük olduğu, kirazın gerçekten büyük olduğu ya da elmanın kiraza oranla görüş çizgisinden çok daha uzakta olduğu gibi tahminlerde bulunulabilir (Edsall, 2007)”

3.2.5.3. Renk

“Sıcak renkler seyirciye soğuk renklerden daha yakında görünür. Grafik tasarımcının hedefi seyircinin belirli bir grafikteki önemli elemanları seçmesine yardımcı olmak olduğu için, ön plan elemanlar için sıcak tonlar ve arka plan elementler için soğuk tonlar seçmek iyi yaklaşım olur (Edsall, 2007).”

3.2.5.4. Işık

Edsall'a göre iki temel ışıklandırma türü vardır; "Düz yüzey ışıklandırma, bu türde ışık ve gölge arasında az bir fark vardır. Düz ışıklandırma, az miktarda bir derinlik bilgisi sağlar. Işık ve gölge tekniğinde (chiaroscuro), ışıklandırma derinliği vurgular ve şiddetlendirir. Düz ışıklandırma gündüz, sabun köpüğü (soap opera) diziler ve gündüz yarışmalarında kullanılır ve karakter portrelerinde bir rasyonellik ve bilgi duygusu iletir. Işık ve gölge tekniği ile ışıklandırma, trajedi (dram) ve korku türlerinde yaygındır ve karakter portrelerinde dramatik kalite ve heyecan hissi iletir. Üç boyutlu modelleme ve canlandırma yazılımı kullanılırken ışık kaynaklarının sayısını azaltmak (sınırlamak) ilgi çekici önemli anları vurgulayarak öne çıkarır; objelerin gölgelerini vurgular ve onlara derinlik verir. Çok fazla sayıda ışık kaynağı kullanmak ise önemli anları ve gölgeleri nötrler ve objenin derinliğinin görünüşünü azaltır. Grafik tasarımda, metin için yapay bir ışık tekniği olan gölge düşürme (drop shadow) kullanımıdır. Bu teknik daha büyük bir derinlik hissi verir ve metni arka plan elemanlarından ayırmaya yardım eder. Metin ve gölge arasındaki kontrast oranı normal şartlarda yüksektir, (aydınlık metin ve koyu gölge), bu sayede metnin okunurluğu artırılabilir (Edsall, 2007)."

3.2.5.5. Dokusal Geçişler

"Suya bir taş atıldığı zaman, en uzaktaki dalgalar birbirlerine daha yakın, yakınlardakilerde birbirlerine daha uzak görünürler. Uzaklık arttıkça doku daha yoğun hale gelir. Bu, uzaklık arttıkça doku yoğunluğunu ve parlaklığını arttırarak olur (Edsall, 2007)."

3.2.5.6. Üst üste gelme (Interposition)

"Üst üste oturma olarak da bilinen kapama (interpozisyon, pozisyonlar arası da denilebilir) bir objenin diğer objenin önüne yerleştirilmesine denir. Bir obje bir diğer objenin önündeyse, seyirci tarafından daha yakınmiş gibi algılanır. Televizyon grafik tasarım yazılımlarında elemanlar birbirinin üstüne düzlemler, katmanlar kullanılarak yerleştirilir. Elementlerin her biri ayrı bir katman üzerinde olduğundan kompozisyondaki diğer grafik elemanları etkilemeden kolaylıkla değiştirilebilirler. Katmanların kullanımı tasarım sırasında arka plan ve ön plan öğelerinin kontrol edilmesine yardımcı olur (Edsall, 2007)."

3.2.5.7. Perspektif

"Nesnelerin görünümünü 3 boyutlu olarak düz bir yüzeyde, yani 2 boyuta indirgeyerek, göstermeye yarayan bir iz düşümdür. Teknik bir çizimdir. Nesnenin gözlemciye göre olan pozisyonunun ve uzaklığının etkileri esas alınarak perspektif çizimi yapılır. Söz konusu çizimler gözlemcide, biçim ve orantı bakımından, renklerden bağımsız olarak, 3 boyutlu bir gerçeklik izlenimi yaratmalıdır (http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_visual)."

3.2.5.8. Doğrusal Perspektif

"Doğrusal perspektif, iki paralel çizginin ufuk çizgisi üzerinde bir noktada birleşmesidir diye tanımlanabilir. Objeye, kaçış noktasına doğru yaklaştıkça, seyircinin gözünde de daha uzağa gidiyormuş gibi görünür. Güzel sanatlarda

doğrusal perspektifin en erken örneklerinden biri Da Vinci'nin "Son Akşam Yemeği" dir. İki boyutlu resme derinlik yanılması vermek için kavuşan çizgilerin kullanılmasına iyi bir örnektir. Bütün çizgiler masanın ortasında birleşir; izleyicinin gözlerini İsa'nın oturduğu yere çeker ([http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_\(visual\)#Linear_perspective](http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_(visual)#Linear_perspective))."

3.2.5.9. Atmosfer Perspektif

"Uzaktaki objeler yakındakilere göre bulanık ve daha az detaylı görünür. Günün hangi vaktinde olduğuna bağlı olarak, objeler uzaklık arttıkça biraz daha mavimsi veya kırmızımsı görünmektedir. Bu, ışıkla atmosferin etkileşiminden kaynaklanmaktadır. Işık bir gaz molekülüne çarpınca, ışığın bir kısmı emilir. Molekül sonra ışığı tekrar farklı bir yönde geri saçar. Mavi ve menekşe gibi yüksek frekanslı renkler kırmızı ve turuncu gibi düşük frekanslı renklere oranla daha sık emilir (Edsall, 2007: 30)."

"Gün esnasında yüksek frekanslı maviler absorbe edilir ve sonra farklı yönlerde yayılır ve göğün her tarafında dağılır ve göğe mavi rengini verir. Ufuk boyunca ve gün esnasında daha fazla mavi absorbe edilir ve sonra tekrar dağılır, çünkü atmosferin içinden daha fazla oranda geçmiş olur. Gözlerimize daha az mavi olan ışık erişir ve bu nedenle gözlerimize gelen havada olduğundan daha soluk bir mavidir. Güneş ufuk çizgisi üzerindeyken ışık daha fazlası yansıtılır ve sonra yayılır; bu nedenle güneş daha az parlak görünür. Mavilerin ve yeşillerin daha fazlası yayılıp dağıldıkça güneşin rengi de değişir gibi olur. Sadece düşük frekanslı dalga uzunlukları kalır geriye ve bunlar da güneşe turuncu ve kırmızı rengini verir. Çok uzaktaki nesnelerin gün esnasında normalden neden daha soluk görünürken; gün doğumunda ve gün batımında daha kırmızımsı görünmelerinin sebebi atmosfer perspektifidir (Edsall, 2007: 30)."

3.2.6. Ses ve Görüntü İlişkisi

Edsall'a göre ses; "Televizyon grafiklerinde dikkat çekmek ve ilgiyi sürdürmek için bir araç olarak kullanılmalıdır. İşitsel dikkat, ses gücü, perdesi ve ses yönündeki değişimlerle oluşturulabilir. Bu sebeple çoğu radyo reklamlarında, dikkat çekmek için bip sesi, zil veya tiz sesler kullanılır. Ses ve müzik kompozisyonunun duygusunu oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. Herhangi bir arka insan sesi, müzik ve ses efekti mesajla eşleşmelidir. Tasarımcılar, bir ses kullandıklarında bunun grafiğe faydalı olacağına, ya da olmayağına karar vermek durumundadır (Edsall, 2007: 70)."

Haber bölümleri arasına giren kısa ve etkileyici reklamlarda dikkat çekmek ve etkisini artırmak için çoğunlukla ses efekti kullanılır. Spor grafikleri hızlı tempolu fon müzikleri ile oluşturulur ve ses efektleri ile desteklenir. Tasarımda mesajın değerini düşüren ses kullanımı, izleyicinin dikkatini dağıtır.

4. BÖLÜM

MÜZİK

4.1. Müzik Kavramı

“Duygu, düşünce, tasarım ve izlenimleri, belli bir amaç ve yöntemle, belirli bir güzellik anlayışına göre birleştirilmiş seslerle işleyip anlatan estetik bir bütündür (Uçan, 1997: 10).”

En yalın tanımıyla müzik, Say’a göre; “Malzemesi “ses” olan bir sanattır. Seslerle gerçekleştirilen bu sanatın ortaya çıkabilmesi için iki ön koşul gerekmiştir: Ses ve insan. Sesleri birleştiren, seslere düzen veren ve sesleri bir anlatım sanatına dönüştüren insandır. “Ses” ile “İnsan” arasındaki ilişki, “Müzik” adlı evrensel bir sentezi, “Müzik Sanatı”nı yaratmıştır. Müziksiz insan, müziksiz toplum olamaz (Say, 2010: 15).”

“İnsanoğlu bir ses evreninin içine doğar, onunla iç içe yaşar, algıladığı seslerle etkileşim içinde bulunur. Tarih öncesi çağlardan başlayarak insanoğlu, işittiği sesleri çözümlenmeye, değerlendirmeye çalışmış, çağlar içinde sesleri düzenlemekte ustalaşarak bir anlatım biçimi yaratmıştır (Say, 2010: 15).”

“Aslında müzik, insanın duygularını, düşüncelerini seslerle anlatma olanağı veren bir “dil”dir. Bu dilin anlaşılır olması için birbirini izleyerek akıp giden seslerin anlam taşıması gerekir. Müziğin anlamı, insanın hayat karşısındaki davranışlarıdır. “Müzikal anlatım”, birçok yönüyle insanın duygu ve düşüncelerini, izlenim, tasarım ve dileklerini seslerle anlatması için dökmesidir. Müzik bundan ötürü “ortak bir dil” özelliği kazanmıştır. Değişik kıtalardaki değişik toplumların insanları bu nedenle müzik dilinde buluşabilmiş, müzikle anlaşabilmiştir (Say, 2010: 15).”

“Sesler aracılığıyla sunulması bakımından müzik, dolaylı, soyut bir anlatım biçimidir. Müzikle sergilenen anlatım, edebiyat sanatındaki gibi her biri anlam taşıyan sözcüklerden oluşmuş değildir. Ama yine de bir müzik eserinde yer alan duygu ve düşünceleri sezinleriz. Müzik yoluyla anlatılan sevinç, hüznü, şakayı, acıyı, yalvarışı, aşkı, protestoyu, öfkeyi, insanoğlunun daha nice ruhsal durumunu hissederiz (Say, 2010: 16).”

“Müzik, yaşamın her evresinde insanı saran, insanla iç içe olan bir olgudur. Ana kucağında ya da beşikte, evde, sokakta, işyerinde, okulda, eğlence ve dinlenme yerinde, radyo ve televizyonda, tören ve toplantılarda müzikle birlikte oluruz. (Say, 2010: 16).”

“Bugün karmaşık bir sanat dalı olarak uzun yılların eğitimini emeğini gerektiren müzik sanatı, diğer sanat dalları arasında en ilkel ve en temel güdülerden kaynaklanmış olanıdır. İlk insanın doğa seslerini yansıtması, kendi sesini, rüzgarın, denizin, kuşun sesine benzetmesi, ezginin doğuşundaki ilk adımlar olmuştur. İlk olarak doğayı yansıtmak için sesini yükselten insanoğlu, daha sonra yalnızlığını unutmak, doğa güçlerine tapınmak için mırıldanmaya başlamış, korkusunu yenmek için çığlıklar atmış ve ruhsal değişimine göre kimi neşeli kimi hüznü ezgiler yaratmıştır...İnsanoğlu kendi sesini kullanabilmeyi, nesnelere birbirine vurup ses

yaratabilmeyi ve bir hayvan kemiğine üfleyip sesini gürleştirmeyi başardığında müzik de kendi yabansı tarihini yazmaya başlamıştır (Erol, 2001: 93-94).”

“Müziğin gelişimi toplumsal ilişkilerin zenginliğine bağlı olarak meydana gelmektedir. İnsanlar toplumsal yaşantılarında birbirleriyle ve doğayla ilişkiye girmişlerdir. Bu ilişki zamanla ilerlemiş ve zenginleşmiştir. Olaylar, olgular birden fazla boyutuyla algılanmaya başlanmıştır. Sesin kendine özgü boyutu da bu ortamda keşfedilmiş ve zenginleşmiştir. Sesin renk, tını gibi özellikleri derinleşmiştir. Müziğin öğelerini oluşturan melodi, ritim ve armoni farklı boyutlarda ele alınmıştır. Müzikteki gelişmeler ilerledikçe, sesin fiziksel özelliklerinin derinliğine inilmiştir. Sesin her bir özelliğine bir anlam yüklenmiştir. Bu anlamlar bir sembole dönüşmüştür. Soyut sembol, somutun simgesi olmuştur. Müzik yazıları yani notalar bu simgelerin adıdır (Kaygısız, 2004: 50).”

“Her zaman insan yaşamının vazgeçilmez bir parçası olagelen müzik olgusunu, başlangıcından bugüne değin geçirdiği süreci de göz önüne alarak üç ana ayrıma tabi tutabilmek mümkündür. Bunlardan birincisi yalnız çalgı sesiyle üretilen “enstrümantal müzik”, diğeri insan sesiyle elde edilen “vokal müzik” üçüncüsü de “enstrümantal ve vokal birleşimi olan müzik”tir (Sözen, 2003: 28).”

“Müzik, başlangıçta daha çok dinsel ritüellere eşlik etme işlevi yüklenmiş fakat, zaman içinde bundan uzaklaşarak gittikçe bir eğlence unsuru olmaya başlamıştır (Sözen, 2003: 29).”

“Müzikal sesler, insanın hem sinir sistemi hem de psikolojisi üzerinde doğrudan ya da dolaylı etkiler yaratır. Duygular üzerinde yarattığı etkinin çok güçlü olmasından dolayı müzik, her zaman için yaşamın vazgeçilmez bir parçası olagelmıştır. Müziğin insanlar üzerinde yarattığı bu etkinin nedeni birkaç faktörden kaynaklanır:

Ritim Özelliği: İnsanı duygulandıran, ürperten veya neşelendiren müzikal seslerin altında “ritim” denilen bir olgunun varlığı yatar. Örneğin ritimleri hızlı olan müzikal sesler, canlı ve dinamik bir yapıya sahip olup dinleyende neşe duygusu uyandırır.

Seslerin tiz/pest karakteri: Genellikle tiz sesler neşeli, pest sesler ise duygusallık ya da gerginlik duygusu uyandırır.

Müziği dinleyeninde bulunduğu psikolojik faktör: Kişi üzüntülüysen, sağlığı yerinde değilse, çevresinde canlı şeyler, neşeli sesler istemez ve bundan rahatsız olur. Bunun aksine neşeli bir insan, çevresinde ritimleri daha güçlü olan seslerin olmasını ister (Sözen, 2003: 29).”

4.2. Müziği Oluşturan Temel Öğeler

İnsanı heyecandıran, duygulandıran, ürperten ve neşelendiren müzik, çeşitli öğelerden oluşur. Bu öğelerin temelini, ses, ritim, melodi ve armoni oluşturur.

4.2.1. Ses

“Akustik bir dalganın doğurduğu işitme duygusuna “ses” denilir. Ses, son tahlilde cisimlerin titreşmesinden meydana gelen fiziksel bir olaydır ve bir titreşimin ses olarak işitilebilmesi için, esnek bir ortamda dalgalar halinde yayılarak kulağa kadar gelmesi gerekir. Yani sesin varlığında ve yayılmasında her zaman için temel fiziksel kurallar geçerlidir. Fiziksel anlamda dalga oluşumu, maddesel ortamlarda madde aktarımı olmaksızın, enerji yayılmasıdır. Ses dalgalarının mutlak olarak, ses kaynağını da içine alan, hava, su veya benzeri gibi bir ortamda yayılması gerekir. Herhangi bir cisim titreştiğinde, moleküllerinin sıkışma ve genişmesi esasına bağlı olarak titreşim dalgaları yayar ve bu dalgaların tanımlanmasında; “boyu”, “frekansı”, “hızı” gibi farklı fiziksel değerler kullanılır: **Dalga boyu:** Dalga üzerinde özdeş olarak davranan herhangi iki nokta arasındaki minimum mesafe, dalganın uzunluğunu verir. **Frekansı:** Dalganın ortam içerisinde bir saniyede oluşturduğu genişleme ve sıkışma, yani titreşim sayısı, o dalganın frekansını verir. Frekans birimi Hz (Hertz)’tir ve bir saniye içindeki dalganın titreşim sayısına eşdeğerdir. **Dalga hızı:** Dalgalar, içinde oluştukları ortamın özelliklerine bağlı olarak özel bir hızla ilerler ve yayılır (Sözen, 2003: 1-2).”

İşitme Sınırları: “İnsanın işitme duyusunun genişliği, görme duyusundan çok daha büyük olduğu deneylerle kanıtlanmıştır. Bu da ses kavramının, insanın yaşam çevresi içinde ne denli önemli bir yer aldığının bir göstergesidir. Bir sesin işitilebilme sınırları, o ses dalgasının şiddetine ve frekansına bağlı olarak değişimler gösterir (Sözen, 2003: 1-2).”

“İnsan kulağı, 16 Hz’den 20.000 Hz’e kadar olan frekans bölgelerindeki bütün sesleri duyabilme yetisine sahiptir (Sözen, 2003: 3).”

“Bir sesin var olabilmesi için çalışır durumda bir kulak ve beyin (yani bir alıcı sistemin) bulunması, onları uyurabilecek nitelikteki etkenlerin bir yerlerde (ses kaynağı) oluşması ve bu etkenlerin, oluştukları yerden kulağa kadar, kulağı uyardırmaya yetecek bir şiddette iletilmesi (iletici ortam) gerektiği söylenebilir. Bu öğelerden herhangi birisi yoksa ses de yoktur (Aycan, 2005: 36).”

“Kulağa gelen ses titreşimleri kulaktan girip belli sinir yollarından geçerek beyne ulaşır ve böylece işitme süreci tamamlanmış olur. Bu süreç, psikolojik oluşumların en yalın öğeleri olan algılamanın fizyolojik yanısıdır. Bu fizyolojik sürecin sonunda algılama meydana gelir. Algılama süreci beyinde gerçekleşir. Algılama beyne ulaşan uyarımlar kümeler halinde örgütlenir ve aynı zamanda bir anlam kazanır. Örgütlemeyi gerektirmeyen yalın bir uyarım bile beyinde yorumlanır. Görülüyor ki işitsel duyular onlara dayalı algılamanın meydana gelmesini sağlayan fizyolojik oluşumlardır (Uçan, 1994: 18).”

4.2.2. Ritim

“Ritim, zamanın belli bir süre içinde eşit veya değişik uzunluktaki parçacıklara bölünmesidir. Değişik uzunluktaki ritmik değerler veya ritim kalıpları bir düzen oluşturacak şekilde birbirini izler. Bu düzen eserin tüm elemanlarını birleştirici özelliğe sahiptir. Bu vuruşlar müzikte nota değerleriyle gösterilir. Bu bakımdan ritim nota değerlerinin uygulanmasıyla gerçekleşir. Ezgiyi şekillendiren de ritimdir. Yanlış uygulanan ritim nota değerlerinin, dolayısıyla ezginin bozulmasına,

anlamını kaybetmesine neden olur. Müziğin en önemli ögesi olan ritmi, bedenimizi ayakta tutan kemik çatısına, iskeletimize benzetebiliriz. Evrende, doğada ve insanın varlığında da ritmin var olduğunu düşünürsek, önemini daha iyi kavrarız (Feridunoğlu, 2004: 13).”

“Notaların seslerini dikkate almadan, sadece nota değerlerinin incelenmesine ritmik portre denir. Ritim belirli bir zaman sürecinin kullanımını hedefleyen tempo içinde kesinleşir. Ritim aynı zamanda müziğin karakterini de belirler. (Feridunoğlu, 2004: 13).”

“Ses sanatı olan müzik diğer sanatlarda var olan düzeni dörtlüklerin, sekizliklerin birbirleriyle oluşturduğu oranların bütünlüğü içinde, ritim ile şekillendirir. Her bestecinin kullandığı ritim kendine özgüdür ve ressamların fırça tekniği gibi ayırt edicidir. Genel anlamda formu etkileyen ve oluşturan faktörün ritim olduğunu öne sürebiliriz. Öğrenme aşamasında bir parçayı çalışırken temposunu ağırlaştırabiliriz fakat ritmini değiştiremeyiz (Feridunoğlu, 2004: 14).”

“Belli bir zaman dilimi içindeki belli vuruşları niteleyen ritim’de, her vuruş karşılığında bir nota vardır. Tempo ise, zamana eş bir kavram olup, bir süreye yaslanmadığında anlamı yok olmaktadır. Müzik sanatı bütünüyle bu iki kavram üzerine kurulmuştur. Tempo (T) = Hız olarak gösterilebilir ve zaman ile ölçülebilen bir değeri ifade eder. Ritm ise (R) = Tartım’dır. Zaman içindeki vuruşları gösterir. Bu iki kavram tek başlarına kullanılmayıp, birlikte kullanımları müzikle çözümlenir (Sözer, 1986: 651).”

4.2.3. Melodi

“Melodi veya ezgi, Antikçağda Yunancadaki “melos” (bir lirik şiir üzerine söylenen şarkı) kelimesinden türetilmiştir. Melodi tek sesle ifade edilen, kendine özgü karakteriyle müzikal fikirdir. Dinleyiciyi etkisi altına alan, şarkı olarak kolayca tekrarlanabilen müzik cümlesidir. Yatay –horizontal- devinimi olması bakımından dikey devinimi olan –vertikal- müziğin karşıtıdır. Melodinin en önemli unsuru ritimdir. Ritim değişikliği, en bilinen melodiyi bile tanınmaz hale dönüştürebilir. Armoni melodiyi destekleyen bir öğedir. Melodi, kendine özgü ifadesiyle bir yapıtın simgesi olma özelliğine sahiptir. Daha kısa olan motif ve tema ile karıştırılmamalıdır. Temanın -ana fikrin- parça içinde işlenmesi gerekir. Melodi tekrarı ve karşılığı ile şekil kazanır ve bütünleşir. Belli bir kurala bağlı değildir. Ulusların, yörelerin kendilerine özgü niteliklerini yansıtan melodileri vardır (Feridunoğlu, 2004: 20).”

“Melodi değişik şekillerde tekrarlanır. Bunlar varyasyon veya yürüyüş (marche musicale) biçiminde olabilir. Melodiyi süsleme, ters çevirme, arttırma, azaltma da kullanılan tekniklerdir. Melodi bazen kısa, özgün bir parçanın başlığı olarak kullanılır. E. Grieg “Melody” veya A. Rubinstein “Two Melodies” bu türde örneklerdir. **Ters çevirme:** İversion, Latince vertere (çevirmek)den gelir. Çıkıcı bir melodinin inici hale gelmesidir veya tersi inici melodinin çıkıcı şeklindedir. **Arttırım:** Augmentation, melodinin uzaması; sekizlik notaların dörtlük haline gelmesidir. **Azaltım:** Diminution, melodinin kısalması; dörtlük notaların sekizlik haline gelmesidir (Feridunoğlu, 2004: 20-21).”

4.2.4. Armoni

“Armoni, Yunanca harmonia: uyum anlamındaki sözcükten gelir. Armoni aynı anda duyulan farklı seslerin kaynaşmasıdır. Armoni aslında doğada var olan bir olgudur. Bir cismin titreşimiyle oluşan her temel sesle birlikte ondan daha hafif olan, armonikleri (doğuşkanları) adı verilen bir takım sesler duyulur. Temel sesi zenginleştiren bu seslerin üç veya dördünü iyi bir kulak algılayabilir. Bilim ve sanat olan armoni, bu doğal olguyu örnek almıştır. Yüzyıllar boyunca birçok evreden geçerek gelişip bugünkü haline gelmiştir. Armonik yapıyı akorlar oluşturur. Akor üç veya daha fazla sesin aynı anda duyulmasıdır. Bu nedenle armoni “dikey” müzik yazısı olarak tanımlanır. Akor sesleri içinde gizlenen ezgi olduğu gibi, ezgi içinde de akor sesleri hissedilir. Ezgiyi destekleyen ezgiye eşlik ederek birbirini izleyen akorlar ona değişik anlamlar ve derinlik kazandırır. Evrensel müzikte ezgi ve armoni birbirinden ayrılmayan bir bütündür. İki veya daha çok ezginin birbirini tamamlarcasına hareketi olan kontrpuanda da armoni vardır. Çünkü üst üste gelen ezgiler akorları oluşturur. Evrensel veya çoksesli müzik sistemi armoni ile gelişmiştir (Feridunoğlu, 2004: 51).”

5. BÖLÜM

MÜZİK VE HAREKETLİ GRAFİK TASARIM İLİŞKİSİ

5.1. Müzik ve İletişim

İletişim: “Gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir. Bütün iletişim biçimleri doğumdan ölüme kadar hayatın önemli parçalarını oluştururlar. İşyerinde ya da boş zaman etkinliklerinde iletişimin değişik türlerinden yararlanır. Bir insanın uyku dışındaki zamanını nasıl geçirdiği analiz edildiğinde iki tür faaliyet içinde olduğu görülür: Ya iletişim kuran kişi rolündedir ya da kendisiyle iletişim kurulmaktadır. İletişim, bir insanı yakın ve uzak çevresine bağlayan halkadır. İletişim bir faaliyettir. Sadece konuşmanın değil, konuşma ve işitme eylemlerinin birarada bulunduğu yerde iletişimden sözedilebilir. Benzer bir biçimde; bir fotoğrafın iletişim süreci içinde ele alınabilmesi için, fotoğraf çekme ile fotoğraf izleme eylemlerinin birlikte varolması gerekir (Becer, 2013: 11).”

“İletişim öğrenilen bir faaliyettir. İnsanlar salt nasıl iletişim kurulması gerektiğini öğrenmezler. İletişimin nasıl kurulması gerektiğini öğrenmek amacıyla yine iletişimden yararlanırlar. Kitap okuma ve eğitim, buna iyi bir örnektir. Çoğu kişi, insanların doğuştan gördüğü birşeyi anlamaya ve nasıl konuşulduğunu öğrenmeye yardımcı olacak yeteneklerle donatıldıklarına inanır. Bu görüşe karşın, iletişim yeteneklerinin çoğu sonradan öğrenilir (Becer, 2013: 11).”

Müziğin bireysel yönden işlevi: “Müzik, bireyin duygu ve düşünce dünyasına hareket getirir. Bireyin kendini tanımasına, kanıtlamasına, duygularını inceltmesi ve yüceltmesine, düşündürmesi ve duygulandırmasına olanaklar açar. Seslerin etkileyici biçimde birleşmesi olgusundan insanın hoşlanması doğaldır. Öte yandan müzik, “eğlendirici”dir de. Müziğin bu nitelikleri insan yaşamını zenginleştirir, insanı mutlu edecek öğeler içerir (Say, 2010: 17).”

Müziğin toplumsal yönden işlevi: “Toplumsal işlevleri açısından müziğin başta gelen bir yönü, bireyler arasında bağlar kurulmasında rol oynaması, ortak duygu ve düşüncelerin oluşmasını sağlamasıdır. Modern çağda teknolojinin hızlı gelişimiyle bütün dünyayı kapsayan son derece yaygın iletişim olanakları elde edilmiş, ortak müzikal bağların kurulması hızlanarak pekişmiştir. Daha önemlisi, modern iletişim olanaklarının bulunmadığı çağlar boyunca, ilk çağdan başlayarak bireyler ve topluluklar arasında bağlar kurulmasında müziğin oynadığı roldür. Tarih içinde hemen bütün kıtalarda geçerliğini sürdüren “saz şairleri” geleneği, ortak duygu ve düşüncelerin dile getirilmesi ve oluşmasında, sözün ve müziğin öncü rolünü temsil etmiştir. Müziğin toplumsal işlevleri, toplum psikolojisi açısından da değerlendirilmelidir. “Ortak duygu ve düşünceler” in müzik aracılığıyla dile getirilmesi olgusunun en çarpıcı örnekleri, iş ve işçi şarkılarının yanı sıra, Fransız Devrimi’nden başlayarak çağımıza kadar uzanan atılım yıllarında birçok ülkede iz bırakan devrim şarkıları ve marşlarında simgesini bulmuştur (Say, 2010: 17).”

Müziğin kültürel işlevi: “Müzik, özünde kültürel bir olgudur. Kültürün mayalanması ve gelişmesini doğrudan etkiler, geçmiş ile gelecek arasında bağlar

kurar; “kültür” ün hem nedeni hem de sonucu olan insanın ortak değerlerini dile getirir. Tarih içinde çeşitli coğrafyalarda her topluluk ya da halk, kendi müzik kültürünü geliştirmiştir. Burada yine “müziksiz insan, müziksiz toplum olamaz” özdeyişine gelmiş oluyoruz (Say, 2010: 18).”

“Birey, içinde bulunduğu ortamda her mesajla ilgilenmez, mesajları tarar ve ayıklar. Gereksinim ve ilgilerine uygun olup olmamaları bakımından, ilgi ve algılama seçimleyici olarak işlemeye başlar. Bu seçimleme genellikle mesajdaki tek bir belirtken uyarının bizde bıraktığı “izlenim” e göre yapılır (İnceoğlu, 2011: 93).”

“Belirtken uyarı, bir haber başlığı, bir renk, bir ses, bir fotoğraf, bir slogan veya reklamcılarının çok kullandıkları kısa çarpıcı bir müzik olabilir. Şayet bu belirtken uyarılardan birisi bize etki etmişse, mesaja “kulak veririz” aksi halde mesaj duyum alanımız içine girse bile “kuru gürlüğü” den öteye gidemeyecektir. Baktığımız halde görmediğimiz, işittiğimiz halde duymadığımız çevresel “çağdaş” bir kirlilik olarak ortada kalacaktır. İşte burada söz konusu mesajla ilgili vurgulayıcı bir nokta algılamayı harekete geçirir ve mesajın çok daha çabuk ve kolay algılanmasını sağlar (İnceoğlu, 2011: 93).”

5.2. Müzik - Sinema İlişkisi

“Filme yüklenen müzik evreni, filmin ruhunu vermeye; bir sahnedeki heyecanı, gerilimi, romantizmi, korkuyu kısacası tüm duyguları izleyiciye daha iyi yansıtmaya yarar. Kahramanların yaşadığı trajedileri, sevinçleri, aşkları ve duyguları daha anlamlı bir hale getirir. Bu nedenle filmlerde müzik, görüntüden sonra ikinci önemli bir unsur haline gelmiştir (Sözen, 2003: 209).”

“Eğer ezgi müziğin anlatı yönü ve ritim de eşsiz, zamansal öge ise, o zaman armoni bir anlamda bu ikisinin sentezidir. Notalama sistemimiz bu ilişkiyi gösterir. Soldan sağa doğru okunan üç nota bir ezgiyi oluşturur. Bunlar bir zaman işaretinin çerçevesi içine yerleştirildiğinde ritimler ezginin üzerine yayılır. Bunları dikey olarak yeniden düzenlediğimizde sonuçta ortaya armoni çıkar (Monaco, 2013: 56-57).”

“Resim, armonileri ve karşı-ezgiyi (counterpoint) hem bir resim içinde hem de resimler arasında oluşturabilir ama zaman ögesi söz konusu değildir. Ancak müzik, ezginin yatay (horizontal) çizgileri, ritimdeki diziler ve armonilerin dikey (vertical) dizileri arasındaki ilişkilerden doğan çok ilginç bir sanattır. Soyut olarak film, müzik gibi ritim, ezgi ve armoninin aynı olanaklarını sunar. Filmin mekanik doğası, zaman hattının tam denetimine olanak sağlar. Anlatı “ezgileri” artık kesin olarak denetlenebilir. Çerçeve içinde, olaylar ve imgeler armonik olarak karşıtlık oluşturabilir. Sinemacılar daha en başından itibaren bu yeni sanatın müzikal potansiyeliyle denemeler yapmaya başladılar (Monaco, 2013: 57-58).”

“Film normal olarak perdeye saniyede yirmi dört kare oranıyla yansıtıldığından, yönetmen, ritim üzerinde müzisyenden çok daha fazla denetim sahibidir. Batılı nota sistemi içinde yazılabilen en küçük birim olan otuz ikilik nota saniyenin otuz ikide biri kadar sürer ama bu oran içinde nota çalmak imkansızdır. Sinemanın ortak paydası olan saniyenin 1/24 birimi, Batılı müziğin en hızlı ritmini geçer. Müzikteki en gelişkin ritim sistemi olan Hint tala’ları (Hint müziğinin geleneksel ritmik modellerinden biri) en üst sınır olarak filmin ritminin temel birimine yaklaşır (Monaco, 2013: 58-59).”

“Ezgi, armoni ve ritim uzun süredir sinema sanatı içinde yer alan değerlerdir. Sinemanın kendisi, daha eski sanat olan müzik üzerinde özel olarak güçlü bir etkide bulunup müzisyenler için büyük bir pazar sağladıysa da, müzik üzerinde özel olarak güçlü bir estetik etkisi olmamıştır. Bununla birlikte ses kayıt teknikleri, müziği tamamen değiştirmiştir (Monaco, 2013: 59-60).”

“Müzik, her zaman için filmdeki karakterlerin ruhsal durumlarını yansıtmının en etkin yolu olduğu gibi kurgunun da temel belirleyicilerinden biri olagelmıştır. Birçok filmde müzik, filmin temposunu ayarlama ve bir sonraki sahnenin gelişimini haber verme işlevini de yüklenmektedir (Sözen, 2003: 215).”

“Film müziği; filmin konusuyla, yönetmenin demek istediğiyle, oyuncunun oyun gücüyle bağdaşan bir bütünlük içinde olan, yönetmenin başka bir şekilde anlatamadığını anlatan, yani görüntülerle ifade edilemeyen ifade edebilen bir yapıda olmalıdır (Sözen, 2003: 215).”

“Sinemada müzik ve görüntünün ortak olarak yeşerdiği yer duygudur. Verilmek istenilen temanın duygusal yoğunluğu ne yönde ise görüntü ve ses imgelerinde bunu destekleyecek biçimde tasarlanmasına çalışılır. Bu nedenle “iyi” nitelmesini hakketmiş bir film, hiçbir zaman için müziğinden ve efektlerinden soyutlanarak salt görüntüleriyle değerlendirilemez (Sözen, 2003: 221).”

“Filmde sesin ve müziğin kullanılması ve yerleştirilmesinde hangi müziksel tarzın ve türün kullanılacağını belirleyen faktörler öncelikle müzikle (ve sesle) verilmek istenenin ne olduğudur. Tarz konusunda insan “nasıl” ile ilgilenirken tür konusunda “ne” ile ilgilenir. Diğer bir deyişle, tarz “nasıl” ile ve tür de “ne” ile ilişkilidir (Erdoğan ve Solmaz, 2005: 51).”

5.3. Müzik – Jenerik İlişkisi

“Bir filmin tanıtımı sırasında yani “jenerikler (titles)” gösterilirken, aynı anda çalınan müziğe de “jenerik müziği” veya “başlangıç müziği” denilir. Tanıtım yazıları geçerken verilen bu müziğin asal özelliği; dinlendiği zaman, genellikle filmin havası hakkında bir bilgi ya da fikir verebilmesidir. Aynı müzik, filmin diğer bölümlerinde ama değişik amaçlarla kullanılabilir; yerine göre “fon müziği” yerine göre “geçiş müziği” işlevlerini de yüklenabilir (Sözen, 2003: 229).”

“Başlangıç müziğinin en önemli özelliği, melodik yönünün çok belirgin olmasıdır. Sade, yumuşak, kolayca anımsanabilecek niteliklerle donatılması ve filmin öyküsüne de uygun düşmesi, bu müziğin beklenen diğer özellikleridir. Sözgelimi güldürü yanı ağır basan bir öykü anlatılıyorsa başlangıç müziği, canlı hareketli ve akıcı; film bir aşk hikayesini kapsıyorsa, müzik romantik ve tatlı; filmin öyküsü bir savaşın üzerine kuruluysa, bu kez de müzikten coşkulu ve ağır olması beklenilmektedir (Sözen, 2003: 229).”

“Jenerik başarılı bir uygulamasına, Oliver Stone’nin “U-Turn/Kaybedenler (1997)” adlı filmi örnek olarak verilebilir. Film, Arizona’da geçen ilginç bir öykü üzerine kurulmuştur. Buranın sıcak, dikenli ve kayalık coğrafyası mekan olarak alınmış ve bu mekandaki yaşam, kesitler içinde verilmiştir. Bölgenin sıcaklığını, insanın etinde kemiğinde duyurmak için yönetmenin, sinemasal dili sonuna dek

zorladığı görülür. Bunu elde etmek için, salt görüntülerle değil, sözelimi filmin jenerik yazılarının bile diken biçiminde yazılmasına özen göstermiştir. Doğaldır ki müzik de bunu destekleyecek şekilde tasarlanmıştır. Ennio Morricone'nin müziği bu duyguyu başarılı bir biçimde yansıtmaktadır. Büyük orkestralar için yazdığı film müzikleriyle tanınan bu ünlü besteci, U-Turn için tüyleri diken diken eden bir müzik yazarak filmin “diken” olan leitmotiv’ine katkıda bulunmaya çalışmıştır. (Sözen, 2003: 229-230).”

“Sonuç olarak denilebilir ki, başlangıç müziğinin belirleyici ve olmazsa olmaz özelliği, bir “leit-motiv”e yani “ana-tema”ya sahip olmasıdır. Aranılan diğer özellikler ise melodik yanının belirgin, sade, yumuşak ve kolaylıkla anlaşılabilir nitelikte olması ve mutlaka filmin karakterine uygun düşmesidir (Sözen, 2003: 230).”

5.3.1. Jenerik Türlerine Göre Müzik Seçimi

“Jenerik türlerine göre müzik seçimi yapılırken, hazırlanacak program türünün, içeriğe göre belirlenmesi ve türün özelliklerine bağlı olarak jenerik müziğinin seçilmesi gerekir (Cereci, 2001: 160).”

“Pek çok sinema filmi ve televizyon programı, o yapımın konusuyla doğrudan bağlantılı veya fon olarak kullanılan ya da özel olarak o yapım için hazırlanmış müzikle hatırlanır. Örneğin: Love Story, Top Gun, Çağrı (The Message), İpek Yolu, Görevimiz Tehlike (Mission Impossible), Süper Baba, 32. Gün vb... (Cereci, 2001: 160).”

“Müzik de televizyon programlarındaki anlatım yollarından ve unsurlarından biridir. Üzerine yüklenen anlamın biçimine ve yoğunluğuna göre, anlatımın tamamını da üstlenebilir. Sadece müzikal unsurlardan oluşan filmler ya da programlar da vardır (Cereci, 2001: 160).”

Cereci'ye göre; “Film ya da program için bestelenen ve kullanılan müzik türleri iki grupta sınıflandırılabilir: **1. Gerçek müzik:** Opera, müzikal ya da dans filmleri gibi içeriğini müzikal temaların oluşturduğu programların genel atmosferini müzik denetler. Örneğin oyuncu görüntüde şarkı söylüyordur, fakat ona görüntüde olmayan bir orkestra eşlik etmektedir. Konu doğrudan doğruya müzikle bağlantılıdır. Gerçek müzik, programdaki hareketleri de denetleyen bir unsur olduğundan, program çekim aşamasına gelmeden önce belirlenir. **2. İşlevsel müzik:** Görüntü öğelerinin ve diyalogların yanında, onları tamamlayıcı bir unsur olarak yer alan müziktir. İşlevsel müzik, yedi ana başlık altında ele alınır ve kullanılır: **a) Hareket müziği:** Yolda yürüyen bir kişinin, polisten kaçan bir hırsızın, savaş sahnelerinin, yaşlı bir kadının bir nesneye uzanışının temposunu vurgulamak için kullanılabilir. **b) Mekan müziği:** Tarihi bir dekor, tapınak, gazino, doğa gibi mekanları çağrıştırabilecek, o mekanın atmosferine uygun müziktir. **c) Dönem müziği:** Değişik tarihler, günün farklı saatleri, savaş yılları, ülkelerin kalkınma dönemleri gibi özel dönemler için kullanılan müziktir. **d) Dramatik gerilim yaratan müzik:** Alfred Hitchcock filmlerinde ya da bazı reality şovlarda olduğu gibi, izleyende gerilime neden olabilecek, keskin ve sert motiflerden oluşan müziktir. **e) Komedi müziği:** Komik sahnelerin vurgulanmasına yardımcı olan, ani ses değişiklikleri içeren müziktir. **f) Duygusal müzik:** İzleyende duygusal bir etki oluşturmaya yönelik müziktir. **g) Çizgi film müziği:** Daha çok basit öğelerden ya da çocukça yaklaşımlardan oluşan, filmin içeriğindeki konuyu vurgulayabilen müziktir. İşlevsel müzik, dramatik

dürtüyü oluşturmak amacıyla, programın çekiminden sonra, hatta kaba kurgunun yapımından sonra bestelenir. Filmlerdeki ya da programlardaki çoğu konuşmalar doğal bir anlatımla metinde yer alır. Bu da o programa gerçeklik katmaktadır. Bu konuşmalara eşlik eden müzik, verilmek istenen mesajların desteklenmesini sağlar, vurguları güçlendirir (Cereci, 2001: 161).”

“Programlarda duygusal ortamın oluşturulmasında dialoglar kadar müzikten de önemli ölçüde yararlanır. **1.** Dialoglar, bilinen, alışlagelmiş sözcüklerden oluşabilir. Programda yer alan ve sözlere eşlik eden müzik, bu sözcüklerle oluşabilecek yetersizliği önleyecek, tekdüzeliği de dağıtacaktır. **2.** Daha etkileyici zaman ve mekan atmosferi oluşmasını sağlayacaktır. **3.** Psikolojik olarak olayları incelikleriyle belirtecek, vurgulayacaktır. **4.** Programın zeminini, objektif olarak dolduracaktır. **5.** Süreklilik duygusu uyandıracaktır (Cereci, 2001: 162).”

“Program müziği, bir program içinde gördüğü işleve göre de sınıflandırılabilir: **a) Jenerik müziği:** Programın bütünüyle arasında mutlak bir beraberlik olan jenerik müziği, programın başlangıcında ya da sonunda tanıtma yazıları verilirken kullanılır ve programın türü ve içeriği hakkında izleyiciye bir fikir verir. **b) Geçiş müzikleri:** Sahneler, sekanslar arası geçişlerde yardımcı olan müziklerdir. **c) Dolgu müziği:** Çekimlerdeki konuşma boşluklarının arasını doldurmak için kullanılır. **d) Ses efekti olarak müzik:** Kayma, düşme, çarpma vb. Gibi sahnelerde kullanılması gereken efektin müzikle gerçekleştirilmesidir. **e) Ritim müziği:** Programın ritmini yansıtan müziktir. Komedi türlerinde genellikle hızlı, psikolojik türlerde ağır, şiddet içerikli programlarda sert müzikler kullanılmaktadır (Cereci, 2001: 162).”

5.4. Senkronizasyon

“Çevremizi anlamlandırma açısından ses günlük yaşantımızın en önemli öğelerinden birisidir. Bildiğimiz nesnelere ve olaylar ekranda bir tema içinde görüntü olarak belirirken bunların sesleriyle birlikte ekrana gelmeleri, gerçeği ifade etme açısından son derece önemlidir. Öte yandan ses, görüntü boyutunun psikolojik olarak tamamlayıcı bir öğesidir. İzleyici çoğu zaman ekrandaki görüntüyle sesi bütün olarak görme eğilimindedir (Kılıç, 2003: 65-66).”

“Ses boyutunun, görüntü boyutuyla oluşturacağı birliktelik yapımın bütününde estetik enerji olarak ortaya çıkar. Görüntü ve ses iki farklı estetik alanlardır. Bunlar birbirini iten manyetik güçler olarak görülmemelidir (Kılıç, 2003: 69).”

“Müzik kullanmak bir programı önemli ölçüde iyileştirebilir ve sözcüklerinizin ve görüntülerinizin etkilerine katkıda bulunacak bir hava ya da atmosfer yaratabilir. Burada önemli olan şey müziği etkili bir şekilde kullanmaktır. Başarılı sonuç veren bir müzik sekansı, müzik türünün görüntülerin tarzına uyduğu ve görüntülerin de müziğe göre kesildiği sekanslardır. Bu size apaçık görünebilir, ama önce görüntülerinizi keserseniz ve daha sonra müzik eklemeye çalışırsanız, bu müziği dinleyip ona göre kestiğiniz zamanki kadar iyi olmaz. Bu şekilde müziğin vurgusuna göre kesme yapabilir ve belirli bir anda müziğin özel bir bölümüyle iyi sonuç verecek çekimleri seçebilirsiniz. Yavaş ve lirik bir teması olan bir müzik seçtiyseniz, bunun yavaş ve nazik çevrinmelerle ya da kaydırmalarla iyi sonuçlar vermesi olasıdır. Eğer müzik hızlı tempolu ise, bu resme göre bir dizi yakın planı hızlı bir şekilde kesmek isteyebilirsiniz. Müzik bir Kreşondo’ya yükselirken, planlarınızın daha da geniş olmasını isteyebilirsiniz.

Eğer müzik üç unsuru da içeriyorsa ve uyum sağlayacak çekimleriniz de varsa çok iyi bir sekansınız var demektir (Hart, 2007: 168).”

“Çekime başlamadan önce bile ne tür bir müzik kullanmak isteyeceğinizi düşünmeye değer. Ve eğer müziğe göre kesme yapacağınızı biliyorsanız, çok fazla materyal çekin. Çekim oranı konusunda pek fazla kaygılanmayın. Eğer müziği çekimden önce seçtiyseniz, müziği kamera operatörüne dinletin ki, ne tür çekimlerin peşinde olduğunuzu anlasın. Ya da siz söyleyin, o çeksin (Hart, 2007: 168).”

5.5. Örneklerin İncelenmesi

“Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi” üzerine, Türkiye’den ve dünyadan örneklerin incelendiği bu bölümde, televizyon kanallarında yayınlanan, kurumsal jeneriklerde ve program jeneriklerinde kullanılan müzik; müziği oluşturan temel öğelerden ritim, melodi, armoni kullanımının, jeneriğe etkileri incelenmiş ve jenerik türlerine göre müzik seçiminin, tasarlanan jeneriğe katkısı değerlendirilmiştir.

Bu bölümde ayrıca, televizyon kanallarında yayınlanan kurumsal jenerikler ve program jeneriklerinde, hareketli grafik tasarım kurallarından olan, renk ve ton, yazı ve görüntü ilişkisi, hareket, form, derinlik, ses ve görüntü ilişkisi çerçevesinde, hareketli grafik tasarım kullanımı incelenmiş, jeneriklerde kullanılan müzikle, hareketli grafik tasarım arasındaki uyum yorumlanmıştır.

BBC One – “Capes”



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=X2QN8ff-a9o>
Görüntü 5.5.12. BBC One – Ident.

Jeneriğin süresi 36 saniyedir.

BBC One Kurumsal jeneriği, yakın çekim bir bisiklet tekerleği ile başlar. Hemen ardından araba camından küçük bir kız, yağmurda bisiklet süren, üzerinde kırmızı yağmurluklu birini görür. Daha sonra farklı renklerde kapşonlu yağmurluklar giymiş, bisikletleriyle yağmur altında biraraya gelen, birçok insan, hızlı geçen planlarla görülür. Hepsi topluca hareket etmektedir.

Jenerikte, bisikletler ve insanlar, yağmur ve farklı renklerde yağmurluklar, farklı kamera açılarıyla gösteriliyor fakat, bir belirti verilmiyor. Jeneriğin bu şekilde kurgulanmasıyla, seyirci de merak uyandırılıyor.

Bu jenerikte, BBC One, BBC Worldwide ve BBC Amerika'nın özellikleri vardır. Doğa olaylarını ve insanların eylemlerini içermektedir.

Jenerikte; mor, mavi, yeşil, kırmızı, pembe, turuncu, sarı, açık mavi yağmurluklar içinde birçok kişi yağmur altında bisikletleriyle daireye katılıyor. Güneş çıkmış izlenimiyle birlikte, kameranın zum çıkararak kuş bakışı görüntü aldığı diğer plana geçildiğinde, kavşakta bisikletleriyle dönmeye devam eden insanlar, gökkuşağını temsil ederler. Bu esnada BBC one logosu, dairenin tam ortasında bir animasyonla belirir.

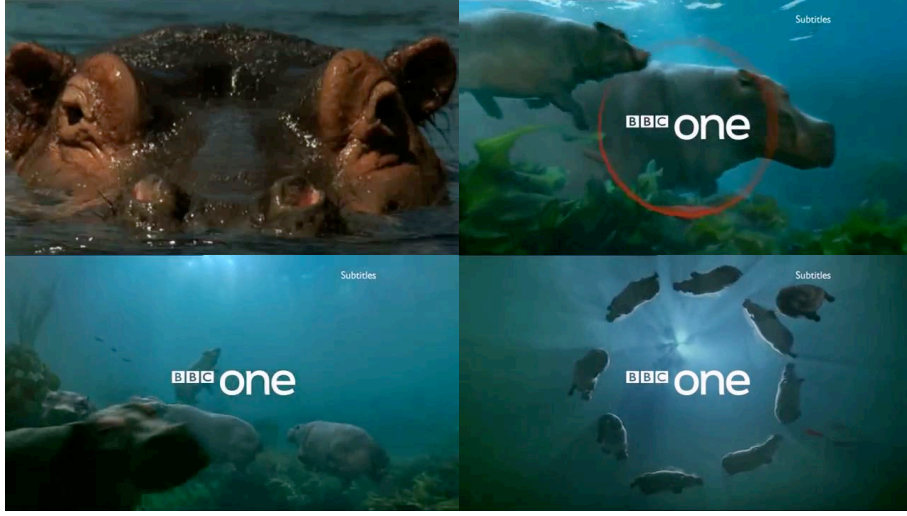
Logonun etrafında ritmik hareketli bir daire motifi vardır ve kullanılan jeneriğe göre renkleri değişir. Bu jenerikte, beyaz tema kullanılmıştır. Beyaz, kanalın istikrarını ve devamlılığını temsil etmektedir.

Jenerikte kullanılan müzik yumuşak temalıdır ve kompozisyonla uyumludur. Seçilen müzik, jenerikte anlatılmak istenen hikayeye özdeşleşmektedir. Jeneriğin kurgusunda, planlar bas ritim vuruşlarına göre kesilmiştir. Böylelikle geçişler daha etkili hale gelmektedir. Seçilen müziğin melodisine uygun olarak, planlarda kullanılan gerçek görüntüler, yavaş çekim tekniğiyle kurgulanarak duygusal anlamda etki verilmiştir. Dış mekanda, yağmurlu bir havada gerçek görüntüler kullanılarak hazırlanan bu jenerikte, yakın plan geçişlerinde yağmurun doğal seside verilmiş ve kullanılan müziğin kendi içindeki armonisiyle, yağmurun doğal sesi kaynaşmış ve temel sesi zenginleştirmiştir.

Kameranın sahneyi tam tepeden gördüğü plana geçildiğinde, BBC one logosu bir animasyonla belirir. Logonun etrafındaki ritmik hareketli daire motifi, müziğin ritmiyle uyum içinde manyetik dalgalar şeklinde saydamlaşarak kaybolur. Müzik seviyesi düşürülürken bilgi verici bir dış ses duyulur. Bu sırada müzik, dış sesin duyulabileceği bir seviyede fondadır. Bu seslendirme, görüntüyü işitsel anlamda destekleyerek çalışmanın etkili olmasına yardımcı olmaktadır. Mesajın bitimiyle jenerik sona erer.

Hedef kitlenin 25-35 yaş arası erkek ve kadın olduğu düşünülmektedir.

BBC ONE – “Hippos Long”



Kaynak: http://www.youtube.com/watch?v=xqx_qFBa60

Görüntü 5.5.13. BBC ONE Ident - Hippos Long.

Jeneriğin süresi 15 saniyedir.

Tasarlanan jeneriğin ilk planı gerçek görüntüdür. Sonraki planlarda, 3 boyutlu bilgisayar animasyonu ile oluşturulmuş suaygırları kullanılmıştır. Suaygırları bir aile görünümündedir. Küçük bir çocuk, anne, baba... bu düşünce kanalın ailecek izlenebilirliğinin açık bir göstergesidir.

Sahne bir suaygırının suya dalmadan önce, yakın plan başının görünmesiyle başlar. Suaygırının başını suya daldırmasıyla BBC One logosu bir animasyonla belirir.

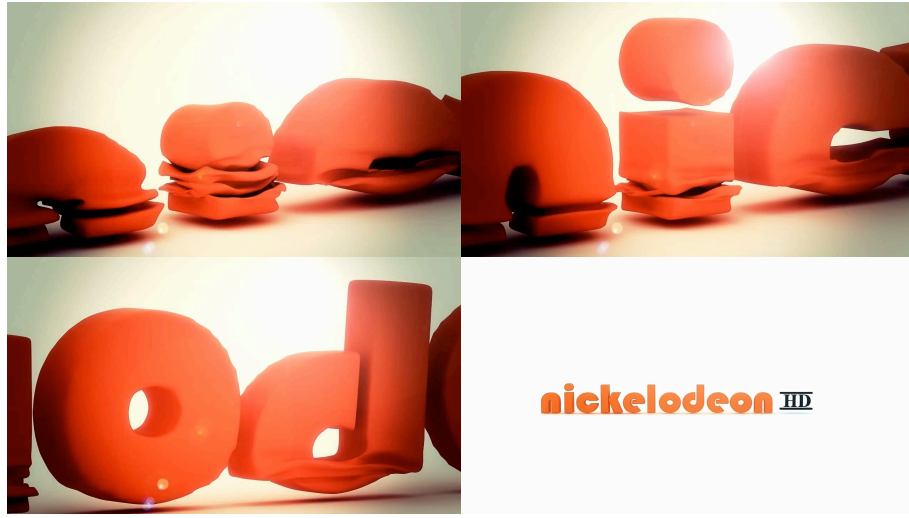
Logonun etrafında ritmik hareketli bir daire motifi vardır ve kullanılan jeneriğe göre renkleri değişir. Bu jenerikte, kırmızı tema kullanılmıştır. Kırmızı renk hareketliliği, dinamizmi ve gençliği temsil eder. İnsanı harekete geçirir. Daire motifinin bu jenerikte kırmızı kullanılması, kanalın dinamizmini ve kararlılığını gösterir, aynı zamanda genç izleyicileride temsil ettiğinin bir göstergesidir. Jeneriğin konusu denizaltında geçmektedir, dolayısıyla bu jenerikte sualtı atmosferi buna bağlı olarakta mavi genel renktir. Kanal burada özgürlüğü, huzuru ve sonsuzluğu garanti etmektedir. Mavi renk insana rahatlık ve huzur verir, dinlendiricidir.

Kamera sualtındadır. Anne suaygırı, baba suaygırı ve yosunlar arasında balıklarla yan yana yüzmekte olan yavru suaygırı görülür. Bunlar daha sonra bir daire oluşturur. Bu sırada alt açıdan çekim yapan kameranın görüntüsüne geçilir kamera, daire formu oluşturan suaygırlarının tam altındadır. Suaygırları dairesel şekilde yüzmeye devam ederken jenerik kararır.

Jenerik için, merak uyandıran ritmik bir müzik seçilmiştir. Müziğin melodisi akılda kalıcıdır ve bir heyecanı yansıtmaktadır. Jeneriğin başında yakın plan suaygırının kafasını suyun altına daldırması sırasında, suyun çıkardığı doğal ses, ve sualtı ambiansı, ayrıca oluşan hava kabarcıklarının çıkardığı seslerle birlikte kullanılan müziğin armonisi dinleyiciyi etkisi altına almaktadır.

Bu jenerik genellikle, gündüz programları ve eğlence programları öncesi kullanılır.

"Nickelodeon" Logo



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=3sUmh1nPRaY>

Görüntü 5.5.14. "Nickelodeon" Logo Ident.

Jeneriğin süresi 8 saniyedir.

Jenerik 3 boyutlu hareketli grafik animasyon yöntemiyle oluşturulmuştur. Bu hareketli grafik animasyon, aşağı doğru ezilmiş balon harflerin yakın çekimiyle başlar. Bu harfler şişerken diğer iki harfin yakın çekim gösterildiği plana geçilir. Kamera daha sonra düz beyaz bir arka plana karşı, turuncu Nickelodeon logosunu göstermek için uzaklaşır. Bu jenerik kanal logosu merkezli bir uygulamadır. Yani kanalın logosu baskın öğe olarak kullanılmıştır. Çocuklara yönelik bu tipografik logonun balonlardan yapıldığını gösteren 3 boyutlu hareketli grafik animasyondur.

Çok parlak olan turuncu renk, özellikle beyaz arka plandan sıyrılıyor. Logonun renginin turuncu kullanılması, neşe ve canlılığı simgelemek içindir. Turuncu heyecan ve mutluluk verir. Dinamik, dikkat çekici, çarpıcı ve içaçıdır ve şatafatın rengidir, fakat kırmızı kadar rahatsız edici değildir. Çocukların odalarında turuncu renk kullanılabilir. Kanal Logosu çocukların anlayabileceği basitlikte yapılmış ve çocukların dikkatini çekmek ve ilgilerini arttırmak üzere tasarlanmıştır.

Fazlaca görsellik içeren bu jenerikte, ses efekti olarak balon şişirilirken çıkan ses kullanılmış, bu etki ezilmiş balon harflerin gerçekten o an havayla doldurularak şişirildiğini ve içine hava doldurulan harflerin, kendi formlarını almaya başladıkları hissini vermektedir. Havayla dolan harf oluştuğu anda yine bir ses efektiyle vurgulanıyor.

Jenerik için seçilen müzik, hem ritmik hem de melodisi çocukların kolayca anlayabileceği başarılı bir müzik sekansıdır. Balon harflerin şişmelerini tamamlamaları müziğin bas ritimleriyle uyumaktadır. Müziğin melodisi, çocukları etkisi altına alabilecek karakterdedir. Kullanılan ses efektleri müziğin armonisiyle uyum içinde ambiyans oluşturmaktadır.

Bu jeneriğin hedef kitlesi 7-12 yaş erkek ve kız çocuklarıdır. Bu kanalda yapılan programlar çocuklara yöneliktir.

MTV - Bubblegum Love / Wonderland – Clean



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=D5JbkLz9rGU>

Görüntü 5.5.15. MTV Ident: Bubblegum Love / Wonderland – Clean.

MTV tanıtımı için kullanılan kurumsal jeneriğin, süresi 21 saniyedir.

Çiçek tutan bir kız animasyonu ile başlar. Kapalı olan bu çiçeğin taç yaprakları bir efekt ses ile açılmaya başlar, içinden bir kalp dışarı doğru çıkarak ters dönüp kanatlanır ve uçmaya başlar. Farklı bir plana geçildiğinde aynı türden birçok ters kalp kanatlanmış bir şekilde uçarlar ve birer birer patlayarak yok olurlar. Animasyon kız daha sonra maviye döner, kızın üzerinde farklı renklerde kelebekler dışarı çıkarak uçarlar. Daha sonra birşeye dokunur ve herşey parlak ve renkli olur. Diğer plana geçildiğinde, büyük kalplerle dolu, rengarenk bir ortam görülür. Büyük bir çiçek daha sonra açılır ve içinden balona tutunmuş animasyon kız yükselir. Arka planda renkli dağlar yanardağ gibi patlamaya başlar.

MTV logosu, jeneriğin başından sonuna kadar, sol üst köşede küçük ve beyaz olarak, transparan haliyle oldukça zor okunacak şekilde durmaktadır.

İzleyicinin dikkatini çekmek için bütün jenerikte, büyülü bir dünya yaratılmaya çalışılmıştır. Her şey çok parlak ve renklidir ve kesin bir cazibesi vardır.

Jeneriğin tamamı 3 boyutlu grafik animasyon olarak tasarlanmıştır. Jenerikte, logo hariç hiçbir tipografi kullanılmamıştır. Çarpıcı, yüksek contrast biçim – zemin ilişkisi kurulmuştur. Bu çalışmada ilgiyi arttırmak için farklı dokular kullanılmıştır. Değişik dokuların kullanımı, kompozisyondaki ilgiyi arttırmaktadır.

Arka ve ön plan ilişkisindeki sıcak ve soğuk renkler çok uyumlu kullanılmıştır. Sıcak renklerin hakim olduğu bu jenerik seyirciyi içine çekmektedir. Genel olarak pembe tonlar kullanılmıştır. Pembe renk, kırmızı gibi canlılık verir ama daha yumuşaktır. Pembe bayanların rengi olarak bilinir.

Televizyon kanalının bu jenerikte pembe ve tonlarını kullanması, çekmek istediği izleyici kitlesine neşe ve mutluluk, aynı zamanda hayallerin ve aşkın kapılarını açtığı imajını vermektir. Pembe renk, kişide olumlu duyguların oluşmasına yardımcı olur. İnsanı sakinleştirir ve rahatlatır.

Jenerikte kullanılan pembe renk ve tonları tasarıma uzamsal bir nitelik kazandırmaktadır. Arka ve ön planın etkileşimi ilgi yaratmakta, kişisel duyu ve düşüncelerimizi açığa çıkarmaktadır.

Tasarımda kullanılan ışık, açık ve koyu ton arasındaki değerler ve derinlik hissini vererek, 3 boyut etkisini arttırmakta ve kompozisyonu desteklemektedir.

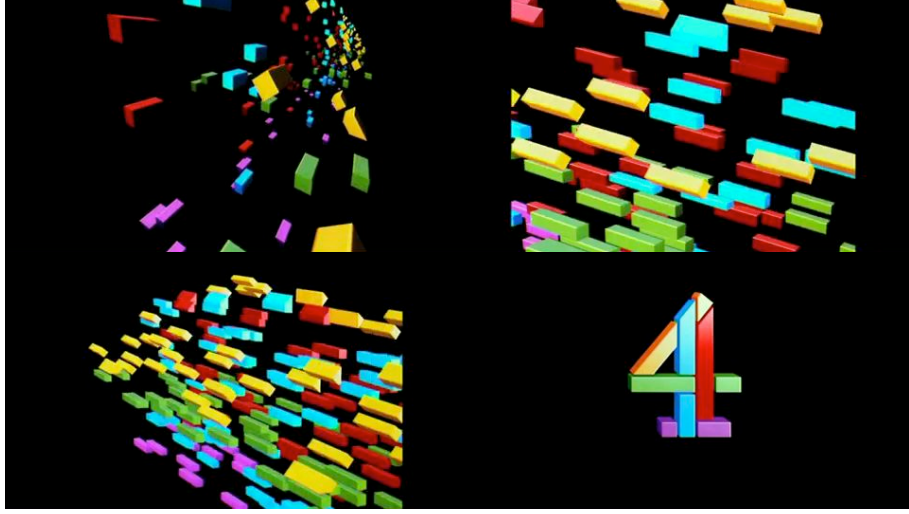
Kullanılan görsellerin, derinlemesine bir yaratıcılığı vardır. Görsellerin arkasında bir anlam vardır. Örneğin kız, kanalın markalaşmasında iyi bir yoldur, her şey eğlenceli ve heyecan vericidir. MTV'nin bu büyülü dünya gibi olduğu temsil edilmektedir.

Jenerikte kullanılan müzik, tiz ve hızlı tempoludur. Kızın elindeki çiçeğin açılıp içinden kalp çıkarken kullanılan sihir efekti, işitsel olarak hareketi desteklemekte ve müziğin melodisiyle birleşerek, izleyiciyi sihirli bir dünyaya açılan bir atmosfere davet etmektedir. Kullanılan müziğin temposu ve ritmi bu sihirli dünyayı daha da heyecanlandırır ve izleyiciyi merak duygusu sarar. Müziğin melodisi akılda kalıcıdır. Tempo hızlıdır ve coşkuyu arttırmaktadır.

Bu jenerikte hedef kitle, 16-25 yaş arası kadınlardır. Görsellerde daha çok kızların sevdiği renkler, kalpler, çiçekler kullanılmıştır. Kullanılan müzik hedef kitleye uygundur.

“Yeni bir dünya yarattık” gibi görseller kesinlikle, seyircinin zihninde bir resim oluşturmak için kullanılmaktadır.

Channel 4 - “Space Squad”



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=C4yEQGykeR0>
Görüntü 5.5.16. Channel 4 Ident “Space Squad”

Jeneriğin süresi 8 saniyedir.

Üç boyutlu geometrik parçalardan oluşturulan 4 rakamı kendi etrafında dönerek parçalanıyor ve tekrar birleşip, yine 4 rakamı oluşuyor. Logoyu oluşturan her geometrik parça kanalın içeriğini oluşturan konuları simgelemektedir. Hareketlendirilen bu parçaların ayrılarak biraraya gelmesi kanalın markasını, kurumsal kimliğini anlatması anlamındadır.

Kanal 4 logosunda kullanılan parçacıklar, nesnelerin tekrarlanmasıyla çoğaltılmıştır. Nesnelerin tekrarlanması fikri, kanalın amacının izleyicilerine, çeşitli programlar sunduğu, yeniliklere açık olduğu imajını vermektedir.

Aynı zamanda parçacıklar ve onların farklı renklerde oluşu, izleyicilerinin farklı görüşlerini ve değerlerini temsil eder. Bir animasyonla bir yerden, başka bir tarafa doğru ilerleyerek toplanan parçacıkların, birleşerek kanal 4 logosunu oluşturmaları, farklı görüş ve değerleri olan izleyicisinin bu logoda buluşabildiği izlenimini vermektedir.

Tipografik öğelerden oluşmuş 4 rakamı kontrast renklerin başarılı bir şekilde biraraya getirilmesiyle, yaratıcı bir görsel etki sunmaktadır. Kanal logosu baskın öğe olarak kullanılmıştır. Bu haliyle akılda kalıcıdır.

Kullanılan müzik ritmik ve temposu yüksektir. Melodisiyle dinleyiciyi etkisi altına almaktadır. Müzikle birlikte, üç boyutlu geometrik parçalar boşluktan toplanarak 4 rakamını oluşturmaya başlar. Seçilen müziğin melodisi, birçok geometrik parçanın dağınık halde ekrana gelmesine uyum sağlamaktadır. Dağınık geometrik parçaların 4 rakamını tam oluşturmasıyla müziğin bas ritmi senkrondur, böylelikle 4 rakamı ekrana sert bir şekilde oturmuş izlenimi algılanır.

T4 Kurumsal jenerik



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=kdGR6zKkgsY>
Görüntü 5.5.17. T4 idents.

T4 gençlere yönelik içerik üreten bir kanaldır. Ünlülerin dedikoduları, alışveriş ve kısa mesaj hizmeti içerir. Eğlenceli, enerjik bir havası vardır.

Jenerikte, sözlü tekno müzik kullanılmıştır. Jenerik eğilmiş bir robotun yavaş başlayan bir müzik eşliğinde doğrılmaya başlamasının ardından, bir başka robotun, kanalın T4 yazılı logosunun bulunduğu bir müzik aletine dokunması ve birden müziğin, temposunun ve ritminin artmasıyla devam eder. Seçilen müziğin, ritmi ve temposu çok yüksektir. Robotlar, bu tempolu müzik eşliğinde dans etmekte ve ritimlere eşlik etmekte hiçte zorlanmamaktadırlar. Müziğin her bas ritmine robotun bir hareketi senkronlanmıştır. Bir başka robotun T4 yazılı bir levhaya vurarak kırması, kırılma ses efektiyle desteklenmiş ve böylece kırılan levhanın, vurunun şiddetiyle parçalanması daha gerçekçi etki vermiştir. Jeneriğin finalinde, başka bir robot, birçok geometrik şeklin biraraya getirilmesiyle oluşturulmuş T4 logosunu, müziğin son bas vuruşuyla senkronize bir şekilde parçalar ve bu esnada ışıklar söner.

Jenerikte, gerçek insanlara robot kostümü giydirilmiş ve 3 boyutlu grafik animasyon tekniğiyle desteklenmiştir. Kompozisyon bütünlüğü sağlanarak tutarlı, etkili bir tasarım hazırlanmıştır. Genel çerçeve çok iyi oluşturulmuştur. Görsel bir hiyerarşi vardır. Robotların birbiriyle arasında hareket ve etkileşim görülür. Konumlandırma ve ölçek çok iyi dengelenmiştir. Renk, şekil, hareket ve özel efektler arasında birçok devamlılık vardır. Arka planla zemin arasında, uyumlu bir denge oluşturulmuştur.

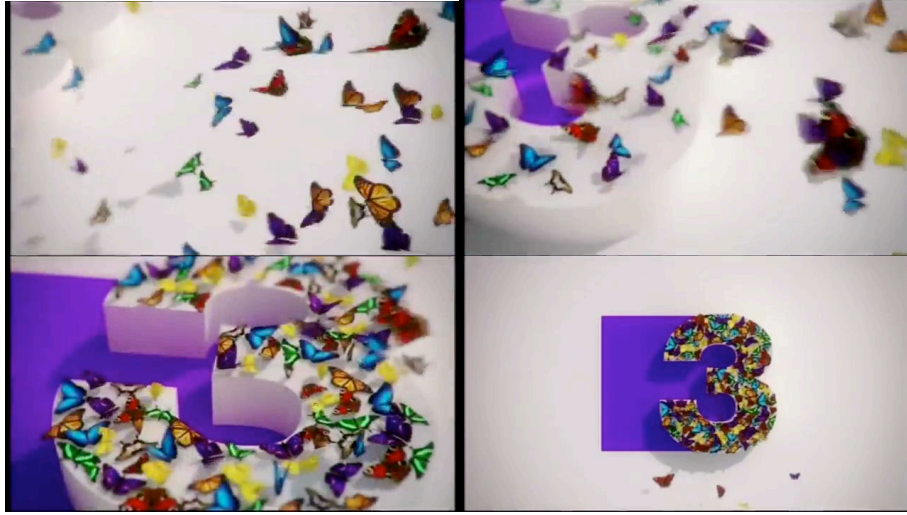
Sahne içinde, arka ve ön plan renkleri etkileşimi sağlamaktadır Kompozisyon içinde her robotun renk tutarlılığı ve dengesi oluşturulmuştur, sahnelerde kullanılan ışık, bir atmosfer oluşturarak, jeneriğin genel görünümüne bir derinlik ve ruh hali katmıştır.

Hareketler devamlılığı sağlayacak şekilde düzenlenmiştir. Robotların dansı çok gerçekçidir ve mükemmel hareket ediyorlar. Robot ve logonun farklı unsurları çok akışkan bir şekilde birbiri ile etkileşim içindedir. Dans hareketleri canlı ve enerjik hatta Michael Jackson'ın "Ay Yürüyüşü" dans stiline farklı türlerini de görmek mümkündür.

Görsel öğelerin biçimsel özellikleri bir hiyerarşi içinde kullanılmıştır. Robotlar gerçek insandır ve karton kutulardan, plastik boru, gümüş folyo, boya fırçaları ve eklenen bazı çıkartmalar kullanılarak, jenerik için benzersiz bir tasarım uygulanmıştır.

Benzer desen tekrarı ritmi, resimsel sürekliliği ve jeneriğin genel çerçevesiyle, kompozisyonda denge sağlanmıştır.

TV3 - Butterflies



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=cb1U6b7bO-Y&feature=youtu.be>
Görüntü 5.5.18. TV3 ident - Butterflies.

TV3 ilginç programlarıyla yeni kitleleri çeken bir şekilde gelişmektedir.

Kompozisyonu oluşturan öğelerin, bütünlük içinde düzenlendiği görülür. TV3 jeneriğinin tamamı 3 boyutlu grafik animasyon tekniği ile hazırlanmıştır. Aynı yöne doğru çırpan, çok sayıda güzel renkli kelebekler görülür. Kelebekler yavaş yavaş üç sayısının üzerine kaplamaya başlar. Kelebeklerin hareketi mükemmel ses tasarımı seçimi ile tamamlanmaktadır. 3 boyutlu olarak tasarlanan, 3 rakamının derinliği etkili biçimde görünmektedir.

Kullanılan müzik, bir film müziği kalitesindedir. Yavaş bir ritmi ve temposu vardır. Dinleyiciyi etkisi altına alan çok güçlü bir melodisi vardır. Müziğin armonisine, uçuşan kelebeklerin kanat sesleri karışır. Bu etki dinleyicide, gizemli bir serüven başlıyor hissi vermektedir. Çok yoğun uçuşan kelebek selinin hareketi, bu yoğunluğu nedeniyle müziğin ağır ritmi ve temposuyla uyum içindedir. Bu uyuma, 3 rakamına doğru yavaşça zum giren kameranın hareketi de eşlik etmektedir.

Kompozisyondaki denge ve devamlılık, hareket duygusu yaratır ve izleyeni etkilemektedir. Kelebeklerin hareketi sakin ve huzurludur. İzleyicinin uçuşan kelebeklerin güzelliğini, ahengini görebilmeleri için yeterli zaman vardır. Kelebekler kendi hareketlerinde akıyormuş gibi görünüyor. Kamera 3 sayısına bir pan ve zum yapıyor, Bu zum hareketi yavaş ve oldukça kararlıdır. Daha sonra, kelebeklerin canlı renkleriyle kapladıkları sayıyı daha iyi göstermek için, kamera uzaklaşır ve TV3 logosu tam olarak görülür.

Jenerikte kullanılan nesnelere görünür kılındığı renkler canlı bir şekilde kullanılmıştır. Kelebeklerin canlı renkleri ve 3 rakamının beyaz olduğu görülür. Kelebeklerin renk kontrastı çok iyi görünmektedir. Genel olarak çerçeveye bakıldığında etrafta uçuşan bir sürü kelebeğin çok iyi dengelendiği görülür. Kelebeklerin renkleri birbiriyle uyum içindedir.

Beyaz zeminde uçuşan kelebeklerin gölgelerini görürüz. Bu da ses tasarımıyla çok uyumludur. Gölgeler jeneriğe ruh katıyor ve atmosfer oluşturmaya yardımcı oluyor.

Kamera sonunda genel plana çıkar. 3 rakamının altında mor renkli kare bir zemin vardır. Bu da 3 logosu için tamalayıcı bir zemin oluşturur. Beyaz zemin üzerine yerleştirilen mor kare, çerçeveleme içinde bir ferahlık duygusu yaratır. Mor renk zenginliği, asalet, lüks ve ihtişamı çağrıştıran bir renktir. Açık tonları rahatlatıcıdır, Hayal gücünü arttırarak şevk ve ilham verir. Televizyon Kanalının, koyu tonda mor rengi kullanması lüks ve ihtişam göstergesidir.

Channel 4 – Aeroplane Graveyard



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=hSrNMX5Fig>
Görüntü 5.5.19. Channel 4 Ident: Aeroplane Graveyard.

Tasarlanan jenerikte gerçek görüntüler kullanılmıştır. Çekimler geniş bir arazide yapıldığından, jeneriğin genelinde, mekanın yapısına uygun kahverengi tonları hakimdir.

Jeneriğin teması, bir uçak mezarlığında, eski uçakların biraraya getirilerek, 4 rakamının oluşturulması ve kanal 4'ün büyük bir izleyici kitlesine hizmet ettiğine yönelik tasarımıdır.

Uçak mezarlığında, hurdaya çıkmış uçakların biraraya getirilmesiyle 4 rakamı oluşturulmuştur. Bir çok düzenleme yapılarak çekime başlandığı için, master plan olarak, alçaktan uçan bir helikopter çekimi akıtılmıştır. Kurguda farklı planlara kesmeler yoktur.

Jenerik uçuş esnasında oluşan atmosfer sesiyle, izleyicinin alçaktan uçuyor hissine kapıldığı uçuş görüntüleriyle başlar. Uçuş devam ederken, kabin içi pilotun konuşmaları duyulur. Konuşmalar kuleyle devam ederken atmosfer sesi ve müzik başlar, kullanılan müzik ambiyansla uyum sağlamaktadır. Müzik yükselirken konuşmalar yavaşça kaybolur. Jenerikte kullanılan müzik hızlı tempolu ve belirgin ritimleri olan bir müziktir. Öznel olarak uçtuğumuz sırada duyulan müziğin sürükleyici bir yanı vardır.

Pürüzsüz bir çekim ve tempo için, arazi üzerinde uçan bir helikopter kullanılmıştır. Alçaktan uçan helikopterden çekilen görüntüler, izleyicide öznel olarak uçuyormuş hissi vermektedir. Verilmek istenen mesaj sürekliliği bozmadan iletilmiştir. İzleyiciyi etkileyen, mesaj ve duygunun iletilmesini sağlayan hareket olgusu, jeneriğin kurgusunda farklı planlara kesmeler yapmadan, tek plan olarak verilmiştir. Uygulanan devamlılıkla, kompozisyonun bütününün sürekliliği, izleyicinin görsel doyumunu kesintiye uğramadan sağlanmaktadır.

Kompozisyonda kullanılan öğelerin tekrarıyla ortaya çıkarılan 4 logosu, görsel bir tempo oluşturmakta ve izleyicide hareketin sürekliliği algısı yaratmaktadır.

Kompozisyon bütünlüğü, özgün ve etkili biçimde sağlanmıştır. Uçakların düzgün sayılabilecek şekilde konumlandırılarak, 4 rakamının oluşturulması, izleyiciye uyum ve birliği göstermektedir.

Star TV “Melek” programı giriş jeneriği



Kaynak: <http://vimeo.com/40005609>

Görüntü 5.5.20. Star TV “Melek” program giriş jeneriğinden kareler.

Star TV’de yayınlanan, Melek Baykal tarafından sunulan programın, jenerik tasarımı; program içeriğinde yer alan, moda, güzellik, el yapımı aksesuarlar, yemek ve sağlık bölümleri dikkate alınarak yapılmıştır.

Konsept olarak, pek çok kültürde özgürlük, temizlik, saflık anlamına gelen nilüfer çiçeği seçilmiştir. Buradan hareketle tasarım, nilüfer çiçeği üzerine hazırlanmıştır.

Projenin tamamı 2D - 3D grafik animasyon teknikleri kullanılarak üretilmiştir. Bir damlanın suya düşmesi ve hemen ardından, yakın çekim nilüfer çiçeğinin açılmasıyla sahne başlar. Kamera genel plana açıldığında çiçeğin yaprakları üzerinde açılmış halini görürüz. Kamera detay plana geçtiğinde, nilüfer çiçeği dönerek açılır ve çiçeğin içinden bir pasta çıkar, üzeri kadınların kullandıkları objelerle süslüdür. Kamera pastanın etrafında dönerken aynı anda zum çıkar ve nilüfer çiçeği lale motifine dönüşür. Lale kendi etrafında dönerken birden açılarak içinden meyveler, sebzeler yukarı doğru fırlar ve kalp şeklini oluşturur. Tekrar meyveler saçılarak kalp formunun etrafında makyaj malzemeleri belirir. Kamera zom çıkarken aynı zamanda nilüfer çiçeğinin de dışına çıkmaya başlarız. 3 boyutlu çiçek programın logosuna dönüşür. Bu geçişle aynı zamanda programın adı ve logosu da 2 boyuta dönüştürülür.

Tasarımda kullanılan obje ve nesnelere, programın içeriğine ilişkin bilgiler vermekte, programda moda, güzellik, yemek, sağlık gibi konuların yer alacağı hareketli grafik tasarımı ortaya konmaktadır. Tasarımda, pembe renk ve morun açık tonları kullanılmıştır. Pembe renk canlılık vermektedir. Programın izleyicilerine, neşe ve mutluluk vereceği algılanır. Ayrıca mor rengin açık tonlarının kullanılması da rahatlatıcı, şevk ve ilham veren bir program olacağının göstergesidir.

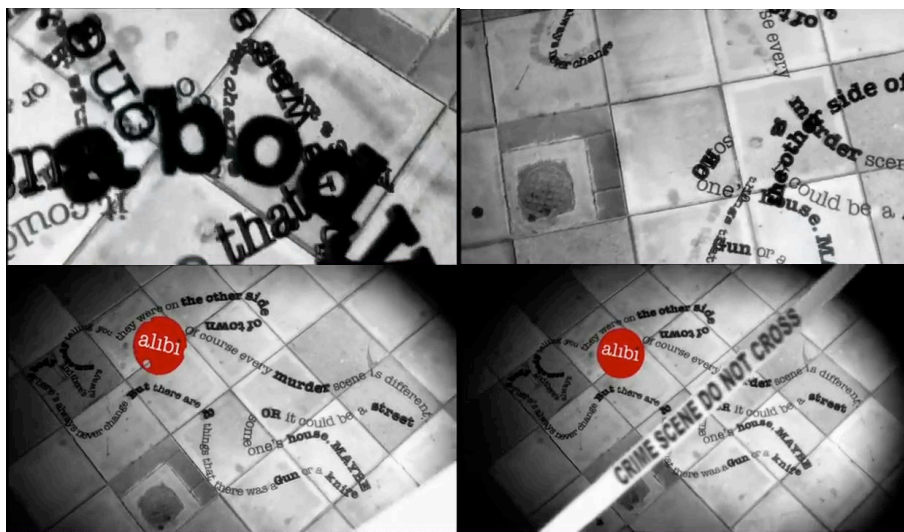
Düzenli bir ritim kullanılarak oluşturulan obje ve nesnelere, kompozisyonun genelinde hareketi desteklemekte sürekliliği, akıcılığı ve vurguyu pekiştirmektedir.

Jenerik için seçilen müzik, özel olarak tasarlanmış çok eğlenceli bir yapıdadır. Müziğin ritmi ve temposu yüksektir. Böylelikle kompozisyon güçlendirilmiş, izleyicinin görüntüyü benimsemesi ve algılaması kuvvetlendirilmiştir. Tamamen 3 boyutlu grafik-animasyonla üretilmiş çok çeşitli obje ve nesnelere, müziğin sert vuruşlu ritimleriyle senkronize olarak ekrana girip çıkmakta ya da biranda kaybolmaktadır.

Obje ve nesnelere ekrana giriş-çıkışları aynı zamanda müziğin temposuyla da uyumludur. Müziğin görüntülerle oluşturduğu birliktelik yapının bütününde estetik enerji olarak ortaya çıkmaktadır. Kullanılan müzik, görüntülerin etkisine katkıda bulunan bir atmosfer yaratmaktadır.

Kameranın zoom çıkmasıyla nilüfer çiçeğinin lale motifine dönüşmesi esnasında ses efekti olarak, alkış sesi kullanılmış ve sonrasında müziğin ritmine uygun olarak alkış efekti devam etmektedir. Alkış efektinin jeneriğin kalan süresince devam etmesi eğlenceli melodiyi daha enerjik hale getirmiştir.

UKTV – Alibi / Continuity



Kaynak: <http://www.youtube.com/watch?v=UibS6yD6MXM>
Görüntü 5.5.21. Alibi (UKTV) – Ident / Continuity.

UKTV için hazırlanmış program jeneriğinde, suç, gerilim, dram konularının işlendiği açıkça vurgulanmıştır.

Jenerik, canlandırma temeline dayanan, hareketli grafik tasarımla oluşturulmuştur. Tasarım bir mesaj iletmektedir.

Yukardan cümleler halinde düşen tipografi, cinayet mahalinde yatan bir cesedin vücut hatlarını belirlemek için kullanılmıştır. Burada tipografi imge olarak kullanılmıştır. Oluşturulan imge, konu edilen kurgunun anlamını pekiştirmektedir. Ekranda yüzeye doğru düşen kelimeler, kameranında zum çıkmasıyla daha geniş planda yerde yatan bir cesedin vücut hatlarını oluşturmuştur. Jenerik tipografik öğelerle oluşturulmuştur. Cümlelerin bir kısmı siyah renk kullanılanlar, bir kısmıda gri renkte yazılmıştır.

Cümleler zemine düşerken, cesedin vücut hatlarını oluşturacak şekilde konumlanırlar. Bu esnada kan damlasının yayılmasıyla kırmızı bir daire oluşur ve içinden beyaz renkte, suç mahalinden başka yerde ya da gerekçe, mazeret anlamlarını taşıyan “Alibi” kelimesi çıkar. Yukardan “Olay yeri. Girilmez” yazan bir şerit ekrana gelir ve çapraz olarak ekranda kalır. Mesaj açık ve konuya yöneliktir.

Jenerik siyah-beyaz olarak tasarlanmıştır. Bunun sebebi, dramatik bir etki oluşturmak içindir. İzleyici duygusal olarak korku, endişe, üzüntü arasında gidip-gelmektedir. Bilinmeyen bir sebep vardır ve izleyici bu bilinmeyeni merak eder. Adli ölüm vakalarında hep gizem vardır, izleyici bu gizemi polisten önce çözmeye eğilimindedir. Bu sırların çözümünü araştıran programın yapımcıları, jenerik tasarımında da bu bilinmeyenden yola çıkmıştır. Adli vakaların, duygusal anlamda soğuk tarafları siyah ve gri tonlar kullanılarak uygun bir kompozisyonla gösterilmektedir. Jenerikte siyah ve gri tonların kullanımı sıkıntı ve endişeyi hatırlatır. Siyah renk, hüznü, yalnızlığı, ölümü, matemi çağırır. Siyah renk aynı zamanda, gücü, soyluluğu, hırsı ve tutkuyu ifade eder. Gri renk, alçak gönüllülüğü ifade eder, uzlaştırıcı ve denge unsuru olan bir renktir. Ciddiyet ve hareketsizliği çağırır.

Jenerikte gerilim yaratan bir müzik kullanılmıştır. Kullanılan müzikle dinleyici bu gerilimi hissetmektedir. Müziğin temposu ve ritmi düşüktür, atmosferi güçlendirmek için kullanılan düşük tempolu bu müzikle, istenilen gerilim sağlanmıştır. Müziğin armonisine, ses efekti olarak kullanılan polis sireni karışarak ortamın ambiansı yaratılmış, izleyiciye mekanın atmosferi hissettirilmiştir. Bir bayan sesi bu gerilim temasına uygun bir ses tonuyla “Alibi” der. Kullanılan bu ses kompozisyonu güçlendirerek, izleyicinin görüntüyü algılaması ve benimsemesini güçlendirmektedir. Kullanılan polis sireni efekti ise, işitsel olarak ambiansı desteklemektedir.

“Evrim Akın’la Uzman Avı” Program Jeneriği



Kaynak: http://www.misketyapim.com/videos/Uzman_avı.flv

Görüntü 5.5.22. “Evrim Akın’la Uzman Avı” program jeneriğinden kareler.

Programın içeriğinde, kalabalık ortamlarda rastgele seçilen yarışmacıların bilgileri sınanıyor. Seçilen yarışmacının uzmanlık alanı soruluyor ve sorular yarışmacının seçtiği konuya göre o anda oluşturuluyor.

Program jeneriği, eğlenceli, ritmi ve temposu hızlı bir müzik eşliğinde çeşitli obje ve nesnelere kullanılarak, 2 boyutlu hareketli grafik tasarım tekniği ile hazırlanmıştır.

Güneşi temsil eden sarı, turuncu bir fon üzerinde dünya görünümü ve etrafında, dünyanın birçok ülkesini temsil eden yapıların, dünyayı sarmalamış görünümüyle açılıyor. Hemen ardından, hedef tahtası üzerinde, beyaz renkte 2 ayrı font kullanılarak yazılmış programın adı “Evrim Akın’la Uzman Avı” çıkıyor. Hedef tahtasında kırmızı, beyaz, mavi renkler kullanılmıştır. Tasarımda Sarı fon kullanılmasıyla, sevinç ve coşku aynı zamanda bilgelik ifade edilmektedir. Sarı, Işığın, sevincin, verimliliğin rengidir. İlham vericidir. Sarı renk geçiciliği de ifade eder. Aynı zamanda hüznün ve son baharın da rengidir. Jeneriğin tasarımında turuncu renkte kullanılmıştır. Turuncu dışa dönük, heyecan ve mutluluk verici, dikkat çekici, dinamik bir renktir.

Kamera zum giriyor ve program sunucusunun donuk kare bir resmi, uçaktan paraşütle atılmış olarak, hareketli grafik animasyon tekniği ile hareketlendirilerek gökyüzünden aşağı süzülüyor. Paraşüt ekrandan çıktığı anda, programın isminin yazılı olduğu bir bezi arkasında taşıyan bir zeplin görülüyor. Sunucu yere iniyor ve kırmızı bir balonla tekrar yükselirken, programın adı bir animasyonla tekrar geliyor.

Kameranın zum girmesiyle ekranda oldukça karışık, sorular ve renkli soru işaretleri bize doğru yaklaşıyor. Diğer plana geçildiğinde sunucuyu bir araba içinde hareket halinde görüyoruz. Yine sağda solda karışık bir halde uçan, soru cümleleri ve arabanın ekrandan çıkışıyla birlikte fon üzerinde programın adı beliriyor. Kameranın zum girmesiyle, sunucunun düşünen hallerini kısa kısa görürken, soru cümleleri ekranda karışık halde bize doğru gelerek kayboluyor. Yukardan, eski model televizyonlar aşağı doğru düşerken, program sunucusu ekranın soluna alınarak, sağ boşluktan bir animasyonla programın adı geliyor.

Canlandırma tekniği ile tasarlanan jenerikte tipografik hareketler de basit ve nettir. Çizgisel değerler yoğun olarak kullanılmıştır. İlgiyi arttırmak için farklı dokular kullanılmış, renk ve ton değerleri kompozisyondaki ilgiyi arttırmıştır. Objelerin düzenlenmesi, birbiriyle olan etkileşimi güçlendirmektedir. Bu jenerikte, benzer olmayan biçimlerin görsel ağırlıklarıyla eşitlik yaratması yoluyla denge sağlanmıştır. İletilmek istenen anlam ve genel etki bir denge içinde sağlanmıştır.

Çeşitli grafik öğeler, jenerikte kullanılan temposu hızlı müziğin ritim ve vurgusuna eşleştirilmiştir. Grafik öğelerin, müziğin ritmiyle oluşturdukları uyumla, etkili bir görsellik kazandırılmıştır. Müziğin melodisi kolay ve akılda kalıcıdır. Müzik görüntüyü ritmik bir şekilde desteklemekte, izleyicinin dikkatini çekmektedir. Müzik türü görüntülerin tarzına uymaktadır.

6. BÖLÜM

SONUÇ

6.1. Özet

Görsel bir iletişim aracı olan televizyon, görsel sanatların her alanından yararlanır. “Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi”nin incelendiği bu çalışmada; jeneriklerin, sinematografik anlatımdan etkilendiği, amacı bilgi iletme olan grafik tasarımından yararlandığı, program jeneriklerinin programın bir parçası olduğu ve programın içeriğini özetleyen grafiksel bir dilinin olması gerektiği bulgusuna varılmıştır.

Grafik tasarım sadece kağıt üzerinde tasarlanmaz. Gelişen televizyon ve video teknolojileri, grafik tasarımla ilgilenenlerin bilmesi gerekli, zaman, hareket, ses, müzik gibi pek çok kavram ve disiplinleri ortaya koymaktadır.

Görsel iletişim öğelerinin üretiminde kullanılan grafik tasarım, televizyon yayıncılığında en önemli alandır. Grafik tasarım, görsel iletişim öge ve dizgelerini kapsar.

Televizyon ekranı, özel yapısı nedeniyle diğer tasarım yüzeylerinden farklıdır ve televizyon ekranı için yapılan grafik tasarım çok daha farklı sorunlara sahiptir. Televizyon grafiklerinin uygulanmasındaki en temel sorunlardan biri, ekran üzerindeki sınırlı sayıda piksellerden dolayı, hazırlanan grafik tasarımın bu çözünürlük içinde oluşturulmasıdır. Ekranın getirdiği bir başka uygulama sorunu ise, yatay ve dikey formattır. Uygulanacak grafik tasarım bu yatay ve dikey format içinde izleyiciye sunulur.

Televizyon grafiklerinin en yoğun kullanıldığı alanlardan biri, televizyon kurumsal jenerikleri ve program jenerikleridir. Programın tanıtımını yapmak ve izleyicinin dikkatini çekmek amacıyla, programın açılışının etkili bir biçimde yapılması gerekir.

Jenerik, programı tanıtan, programla ilgili fikir veren, izleyicinin program hakkında bir imaja sahip olmasını sağlayan bir bölümdür. Televizyon jenerikleri, tanıtım (kurumsal) jenerikleri, haber jeneriği, spor haberleri jeneriği, hava durumu jeneriği, reklam jeneriği, dolgu jenerikleri ve diğer program jenerikleri gibi türlere ayrılır.

Jenerikte hangi tür görsel malzemenin kullanılacağı, grafik animasyonmu, gerçek görüntüler mi ya da her ikisinin birden mi kullanılacağına karar verilir. Tüm bu materyaller, çeşitli grafik ve dijital efektler de kullanılarak jenerik formatı haline getirilir.

Jenerikte kullanılan hareketli grafikler, özenle seçilen görüntüler, etkin bir kurgu tekniği ile 20 – 30 saniyeyi geçmeyecek şekilde kurgulanır.

Jenerik, genelde bir müzik veya efekt – müzik eşliğinde verilir. Bu nedenle program kimliğine ve kurgu ritmine uyan bir müzik seçilmelidir.

Kullanılan müzik; görüntülerin, hazırlanan grafiklerin kurgusunu ve temposunu etkiler.

Hazırlanan jenerik, grafik – animasyon desteği gerektiriyorsa, gerekli grafik materyallerin de hazırlanması gerekir. Bazı jenerikler sadece grafik – animasyon görüntüleri kullanılarak oluşturulur.

Televizyon grafiklerinin birçoğu, tek başına görsel kimlik oluşturmada yeterli bir işleve sahip değildir. Örneğin haber bültenlerinde kullanılan, bilgi içerikli durağan ya da hareketli grafikler veya omuz üstü grafikler ve bant grafikleri, jenerikler kadar etkili değildir. Fakat, ekranda yayınlanan her görüntü, spiker, sunucu, oyuncu, konuk, dekor birer görsel öge olarak kullanılabilir.

Hareketli resim her zaman hareketli grafik olmayabilir. Bunun ayrımını iyi yapmak gerekir. Grafik tasarım bilgiyi iletir. Amacı eğlendirmek olan görüntülerin içeriğinde bilgi yoktur. Bu nedenle grafik tasarım değildir.

Hareketli grafikler sadece hareket eden grafikler değildir. Hareketli grafik, canlandırma temeline dayanan tasarımlardan oluşan bir disiplindir. Bu nedenle hareketli grafikler video, fotoğraf, canlandırma ve müziği içinde barındırırlar.

Hareketli grafikler 2 boyutludur fakat tasarım elemanlarının hareketleriyle 3 boyut algısı yaratabilirler.

Hareketli grafikler; sinemada görsel efektlerde, jenerik videolarda, televizyon kanallarının logo canlandırmalarında, programların giriş – çıkış jeneriklerinde, reklamlarda, video kliplerde, “video art” olarak adlandırılan hareketli grafik sanat dalı alanlarında sıklıkla kullanılır.

Televizyon program jenerikleri gösterilirken aynı anda çalınan müzik jenerik müziğidir. Bu müziğin amacı, programın havası hakkında bilgi ve fikir vermesidir. Jenerik müziğinin özelliği, melodik yönünün belirgin olmasıdır. Sade, kolayca anımsanabilecek nitelikte olması ve programın içeriğine uygun düşmesi gerekir.

Jenerik tasarımında, müziği etkili bir şekilde kullanabilmek önemlidir. Müzik türünün görüntülerin tarzına uyduğu ve görüntülerin de müziğin ritmine ve melodisine göre kesildiği sekanslar başarılı ve etkileyicidir.

Televizyon jenerikleri bağlı oldukları yapımlarla bir bütünlük içinde olmalı, yayımlandığı televizyon kanalının kurum kimliği, yayın içeriği, teknik alt yapısına bağlı kalarak hazırlanmalıdır.

6.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı

Bu çalışma;

- “Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi” üzerine, ders tanımlarını incelemek için bir kaynak olabilir.
- Ülkemizde, televizyon program jeneriği tasarım eğitiminde, ihtiyaç duyulan Türkçe tasarım kaynağı olarak, bir örnek olabilir.

- Bu konuda araştırma yapmak isteyen öğrencilere yol gösterici bir kaynak olabilir.

6.3. Araştırma Kısıtları

Araştırma;

Alan yazın taraması sonucu ulaşılan kaynaklardan elde edilen bilgiler ile konu ile ilgili kurum ve kuruluşlarda yapımcı, yönetmen ve editör olarak görev yapan uzmanların görüş ve yorumları ile sınırlıdır.

Türkiye’de ve dünyada televizyon kanallarında yayınlanmış, kurumsal ve program jenerik örneklerinin incelenmesiyle, araştırma sonuçlanmıştır.

6.4. Geleceğe Yönelik Çalışma Alanları

Teknoloji hızla gelişmektedir. Televizyon kuruluşları ve bu kurumlara televizyon programı yapan diğer kuruluşlar, bu hızlı teknolojik gelişime ayak uydurarak, hazırladıkları program ve programların jeneriklerini, izleyiciyi etkilemek üzere geliştireceklerdir.

Teknolojik gelişmelerin, hareketli grafikler ve program jenerikleri tasarımında olumlu etkilerinin olabilmesi için, eğitilmiş grafik tasarımcıların artması gerekiyor. Fotoğraf, video, ses, canlandırma gibi disiplinlerin birlikte kullanılabilmesi için, grafik tasarımcıların, gerekli donanım ve yazılımları bilmeleri, yenilikleri takip etmeleri gerekir.

Gelişmiş toplumlarda, görsel ve işitsel sanatların önemi, her geçen gün daha iyi kavranmaktadır.

Görsel sanat dalları arasında, hareketli grafik projelerinin önemi inkar edilemeyecek bir gerçektir. Kitlelere ulaşmak için mükemmel bir araç olan müziğin, görsel sanat dalları içerisinde, hareketli grafik çalışmaları ile iç içe olmasının önemi, teknolojik gelişmeyle birlikte günümüzde şekillenmeye başlayan bilişim çağı için, göz ardı edilemeyecek bir araştırma konusudur. Müzik ve hareketli grafik öğelerin kullanımının nasıl olması gerektiğine dair nitelikli kaynakların oluşturulması geleceğe yönelik çalışma alanlarından biridir.

Teknolojiyi takip edebilmek, gerekli donanım ve yazılımları kullanabilmek için, grafik tasarım alanında eğitim veren kurum ve üniversitelerin sayısının ve eğitim kalitesinin artması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

- Bass, J. & Kirkham, P. (2011). *Saul Bass: A Life in Film & Design*. Laurance King Publishing. London, 440s.
- Becer, E. (2013). *İletişim ve Grafik Tasarım*. 9. Baskı. Ankara: Dost Yayınları.
- Braha, Y. & Byrne, B. (2011). *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web: Dynamic Motion Graphic Title Design*. Focal Press. Oxford
- Cereci, Doç. Dr. Sedat. (2001). *Televizyonda Program Yapımı*. 1. Baskı. İstanbul: Metropol Yayınları.
- Curran, S. (2000). *Motion Graphics: Graphic Design for Broadcast and Film*. Gloucester: Rockport Publishers, Inc.
- Edsall, S.H. (2007). *Computer Graphics for Television A Reference Manual*. New York: The Edwin Mellen Press.
- Erdoğan, İ. , Solmaz, P. B. (2005), *Sinema ve Müzik: Materyal Satış ve Bilinç Yönetimi İçin Bilişsel ve Duygusalın Oluşturulması*. Ankara: Erk.
- Erol, L. (2001). *Neden Klasik Müzik...Klasik Müziğe İlgi Duyanlar İçin Kulavuz Kitap*. Ankara: Yurtrenkleri Yayınevi.
- Feridunoğlu, Z. L. (2004). *Müziğe Giden Yol Genç Müzisyenin El Kitabı*. 4. Baskı. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Hart, C. (2007). *Televizyon Program Yapımcılığı "Bir Televizyon Yapımcısının Bilmesi Gereken Herşey"*. V.T. Erdamar (çev.), İstanbul: Es Yayınları.
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum Algı İletişim*. Ankara. Siyasal Kitabevi.
- Kars, N. (2012). *Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin*. 3. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Katz, E. (1982). *The Film Encyclopedia*. Perigee Books. USA.
- Kaygısız, M. (2004). *Müzik Tarihi*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Kılıç, L. (2003). *Görüntü Estetiği*. 4. Baskı. İstanbul: İnkılap Yayınları
- Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. Focal Press. Oxford

- McCoy, C. (1990). "American Graphic Design Expression: The Evolution of American Typography", *Graphic Design History* (Ed. Steven Heller). Allworth Press, Canada
- Monaco, J. (2013). *Bir Film Nasıl Okunur? Sinema Dili, Tarihi ve Kuramı Sinema, Medya ve Mültimedya Dünyası*. E. Yılmaz (çev.), İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Mutlu, E. (1995). *Televizyonda Program Yapımı*. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, No: 4.
- Remington, R. (2003). *American Modernism: Graphic Design, 1920-1960*. Laurance King Publishing. London
- Sandhaus, L. (2006). *Los Angeles in Motion SEGD Design*. Washington DC.
- Say, A. (2010). *Müzik Nedir, Nasıl Bir Sanattır? Sanat Kuramı*. İstanbul: Evrensel Basım Yayın
- Sözen, M. F. (2003). *Sinemada Ses Kullanımı*. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayınları.
- Sözer, V. (1986). *Müzik ve Müzisyenler Ansiklopedisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Thompson, K. & Bordwell, D. (1994). *Film History; An Introduction*. McGraw-Hill Inc. USA.
- Uçan, A. (1994). *İnsan ve Müzik, İnsan ve Sanat Eğitimi*. Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları.
- Uçan, A. (1997). *Müzik Eğitimi Temel Kavramlar-İlkeler-Yaklaşımlar*. Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Tasarım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi
- Woolman, M. (2004). *Motion Graphics for Television, Music, Video and Cinema*. Thames & Hudson.
- Woolman, M. (2005). *Type in Motion 2*. Thames & Hudson Publishing. USA.
- Woolman, M. , Bellantoni, J. (2000), *Moving type: Designing for time and space*. UK: A Roto Vision.

Makaleler:

Allison, D. (2006). *Novelty title sequences and self-reflexivity in classical Hollywood Cinema*. <http://www.latrobe.edu.au/screeningthepast/20/novelty-title-sequences.html> (20 Mayıs 2014)

Karamath, J. (2001). Overtures and psychotic symphonies. *Eye Magazine*, 39. <http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=5&fid=14> (22.06.2014)

King, E. (2004). Taking Credit: Film Title Sequences. 1955-1965 /1-10. http://www.typosheque.com/articles/taking_credit_film_title_sequences_1955-1965_1_contents (19.06.2014)

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

Straw, W. "Letters of Introduction: Film Credits and Cityscapes." *Design and Culture*. vol. 2, no. 2 (2010). s. 155-166
<http://strawresearch.mcgill.ca/LettersofIntroduction.pdf> (14.08.2014)

Tezler:

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

Atiker, B. (2009). Hareketli Grafiklerin Evrimi Ve Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi İçin Bir Uygulama Örneği. *Sanatta Yeterlik Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi SBE. Grafik Anasanat Dalı.

Aycan, K. (2005). Opera Sanatına Yönelik Ses Eğitiminde (Şan) Nefesin, Sesin Oluşumu ve Fiziksel Özelliklerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi.

Bayrakdar, A. (2013). Hareketli Grafik Tekniği İle TV Reklamı Hazırlanması (Anadolu Üniversitesi İkinci Üniversite Reklam Film Uygulaması). *Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi SBE. Grafik Anasanat Dalı.

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

- Okur, G. (2010). TV Kanallarının Jeneriklerinde Görsel Kimlik Sorunları “Yakın Doğu TV İçin Bir Jenerik Dizgesi Uygulaması”. *Sanatta Yeterlik Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi SBE. Grafik Anasanat Dalı.
- Öz, H. (2006). Sinema Jeneriklerinde Görsel Tasarım Açısından Grafik Öğelerin Kullanımı. *Sanatta Yeterlilik Tezi*. Hacettepe Üniversitesi. Türkiye
- Yu, L. (2008). *Typography in Film Title Sequence Design*. Yüksek Lisans Tezi. Iowa State University. Amerika

İnternet Kaynakları:

- Alibi (UKTV) – Ident / Continuity. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=UibS6yD6MXM> (25 Haziran 2014)
- Al Jazeera Sport News – Ident. You Tube (t.y)
http://www.youtube.com/watch?v=AtHB3pe_S4k (13 Ağustos 2014)
- ATV HD Haber Jeneriği 1080HD. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=Rar6T1DrCr8> (13 Ağustos 2014)
- CNBC-e Reklam Jeneriği. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=4hiabw2qtcc> (13 Ağustos 2014)
- CNN 2013 "This is CNN" Ident. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=UZkjJbXMDZI> (13 Ağustos 2014)
- Cubitt, S. (2006). *TV News Titles Picturing the Planet*.
<http://www.ejumpcut.org/archive/jc48.2006/CubittGlobe/index.html>
(11 Aralık 2008).
- “Evrım Akın’la Uzman Avı” Program Jeneriğinden Kareler. Misket Yapım (t.y)
http://www.misketyapim.com/videos/Uzman_avı.flv (28 Haziran 2014).
- Fox Ana Haber Jenerik. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=WLPiEz3LQ6I> (13 Ağustos 2014)
- Globalization. Wikipedia the free encyclopedia (t.y.)
<http://en.wikipedia.org/wiki/Globalization> (22 Aralık 2008).
- Kanal D Haber Bülteni Jeneriği. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=KXYZs4nQgXA> (13 Ağustos 2014)
- “Keyfekeder” Program Jeneriğinden Bir Kare. Misket Yapım (t.y)
<http://www.misketyapim.com/videos/Keyfekeder.flv> (20 Haziran 2014)

- Linear Perspective. Wikipedia the free encyclopedia (t.y.)
[http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_\(visual\)#Linear_perspective](http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_(visual)#Linear_perspective)
(11 Eylül 2009).
- MEGEP. (2011). *Radyo-Televizyon Çekim Sonrası Çalışmalar 213GIM146*.
http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Çekim%20Sonrası%20Çalışmalar.pdf
(8 Haziran 2014).
- MEGEP. (2011). *Televizyon Yayıncılığının Temelleri 213GIM102*.
http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Televizyon%20Yayıncılığının%20Temelleri.pdf
(8 Haziran 2014).
- MTV Ident: Bubblegum Love / Wonderland – Clean. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=D5JbkLz9rGU> (18 Haziran 2014)
- “Muhabir” Program Jeneriğinden Bir Kare. Misket Yapım (t.y)
<http://www.misketyapim.com/videos/muhabir.flv> (25 Haziran 2014)
- Nickelodeon Logo Ident. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=3sUmhInPRaY> (14 Haziran 2014)
- NTV Gece Bülteni Jeneriği. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=yuDV-oagmKU> (13 Ağustos 2014)
- Paul Matthaeus ve Stüdyosu Digitalkitchen (t.y)
<http://thisisdsk.com/news> (20 Haziran 2014).
- Perspective (visual). Wikipedia the free encyclopedia (t.y.)
http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_visual (11 Eylül 2009).
- Show TV Kurumsal Jenerik. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=pMgh0esk3lg> (13 Ağustos 2014)
- Star TV Kurumsal Jenerik. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=6R9Io-NKVnM> (13 Ağustos 2014)
- Star TV “Melek” program giriş jeneriğinden kareler. Vimeo (t.y)
<http://vimeo.com/40005609> (24 Haziran 2014).
- Station Identification. Wikipedia the free encyclopedia (t.y.)
http://en.wikipedia.org/wiki/Station_identification (11 Şubat 2008).
- Stereoscope. Wikipedia the free encyclopedia (t.y.)
<http://en.wikipedia.org/wiki/Stereoscope> (11 Eylül 2009).
- The Ident Zone 2000 (t.y.)
<http://www.meldrum.co.uk/mhp/identzone/bbc2/> (2 Nisan 2008).
- TRT Hava Durumu Jeneriği. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=w0RkF5FjMOY> (13 Ağustos 2014)

TRT1 Reklam Jeneriği. You Tube (t.y)
<http://www.trt1.com.tr/> (13 Ağustos 2014)

TV3 ident – Butterflies. You Tube (t.y.)
<http://www.youtube.com/watch?v=cb1U6b7bO-Y&feature=youtu.be>
(21 Haziran 2014).

T4 idents. You Tube (t.y)
<http://www.youtube.com/watch?v=kdgR6zKkgsY> (20 Haziran 2014).

Jenerik. Sinematek (t.y)
<http://www.sinematek.org/film-teknik/jenerik.html> (10 Temmuz 2014)

Röportaj Kaynakları:

Ali Çınar (Gazeteci/Yapımcı), Misket Yapım – Tango Yapım (Sahibi / Ortağı), 2014.

Ali Üstündağ (Kurgucu) Us Film, 2014.

Birol Yıldız (Hareketli Grafik Tasarımcısı), 2014.

Burcu Konca (Kurgu Operatörü), 2014.

Cevdet Balıkçı (Program Yapımcısı), C&B Medya Hizmetleri (Ortağı), 2014.

Gürkan Birinci (Kurgu Operatörü), 2014.

Hasan Geybioğlu (Kurgu Yönetmeni), 2014.

İlker Korkmaz (3D Animasyon Uzmanı), 2014.

Mehmet Yıldız (Tanıtım Yönetmeni), 2014.

Nihat Değirmenci (Yapımcı/Yönetmen), 2014.

Osman Erdem (Tanıtım Yönetmeni ve Kurgu Operatörü),
Habertürk Televizyonu, 2014.

Şenol Duyar (Kurgu Yönetmeni), Tango Yapım, 2014.

Şermin Dural (Program Yönetmeni/Yapımcı), 2014.

Yelda Kozluklu (Genel Koordinatör), Kırmızı Misket Yapım, 2014.

Yücel Müştekin (Yönetmen), 2014.

Ulaşılabilen Film ya da Video:

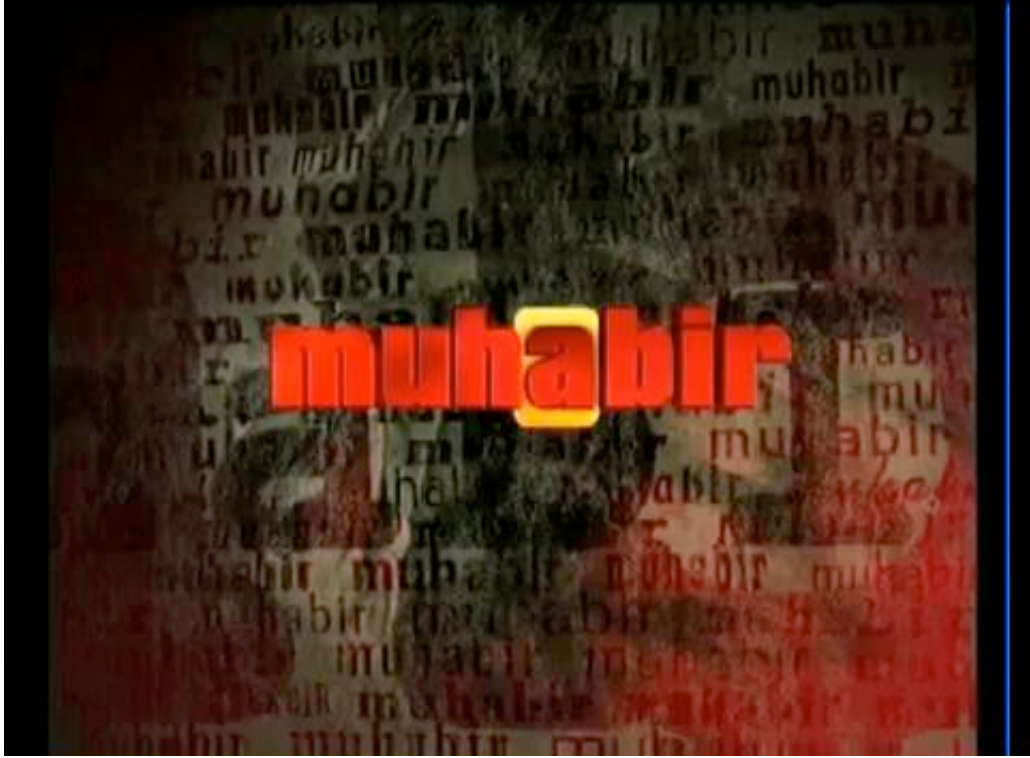
Osman Erdem (Tanıtım Yönetmeni), *Dostluğun Son Kalesi* (Belgesel), Türkiye: Habertürk Televizyonu, 2013.

Şenol Duyar (Kurgu Yönetmeni), *Kadınlarımız* (Program), TRT Müzik: Tango Yapım, 2014.

EKLER

1. Profesyonel Görüşleri

Bu tezin konusu olan “Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi” ile ilgili, çeşitli kurum ve kuruluşlarda, televizyon program jenerik tasarımı ile uğraşan profesyonel tasarımcılarla röportaj yapılarak, televizyon program jeneriği ile ilgili yorumları, program jeneriği tasarım aşaması, kullanılan hareketli grafik ve müzik ilişkisi hakkında görüşleri alındı. Bu görüşlerden bazılarında aşağıda yer verildi.



Kaynak: <http://www.misketyapim.com/videos/muhabir.flv>
Görüntü 1.23. “Muhabir” program jeneriğinden bir kare.

Misket Yapım – Tango Yapım (Sahibi/Ortağı) Gazeteci/Yapımcı Ali Çınar’ın, TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili yorumları şöyle; “Jenerik tasarlarken birinci unsur, programın/projenin “türü” olmalıdır. Spor, müzik, belgesel, haber, drama v.s. İkinci sırada ise “içerik” belirleyici olur. Örneğin “drama” türünü ele alırsak: komedi dizisinde farklı konsept, polisiye/aksiyonda farklı konsept, dönem dizilerinde farklı konsept tercih edilmelidir. Jenerik tasarımı ve uygulamasında üçüncü belirleyici ise unsur ise jenerik müziğidir. Programın türüne göre seçilecek müziğin melodisi, ritmik yapısı ve metronomu, görsel trafiği de belirler. Bu nedenle, jenerik tasarımından önce, müziğin hazır olması daha doğrudur. Jenerik malzemeleri ise yine programın içeriğine göre değişiklik gösterir. Türk

televizyonlarındaki jeneriklerde çoğu zaman sunucular ve oyuncular ön plana çıkar. Yabancı format uyarlamalarında ise, format sahibi firmanın jeneriği aynen adapte edilir. Son dönemlerde reel görüntülerin ötesinde, programı endirekt anlatan grafiğe ve digital efektlere dayalı jenerik çalışmalarında artış söz konusudur (Çınar, 2014).”



Kaynak: Habertürk Televizyonu - Osman Erdem

Görüntü 1.24. “Dostluğun Son Kalesi” (belgesel) program jeneriğinden bir kare.

Habertürk Televizyonu, Tanıtım Yönetmeni ve Kurgu Operatörü Osman Erdem’in, yaptığı televizyon program jeneriklerinden bazıları ve yayımlandığı televizyon kanalları şunlardır; “Gazeteci - TGRT Haber, Dostluğun Son Kalesi (belgesel) - Habertürk Televizyonu, Başbaşa - TGRT Haber (Erdem, 2014).”

Televizyon program başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği yapım aşamaları ile ilgili konsept oluşturma aşaması Osman Erdem’e göre; “Program jenerikleri yapılırken önce programın içeriğine göre görseller bulunup hazırlanır. Bunlar video görüntülerde olabilir fotoğrafta olabilir. Jenerik fotoğraflardan oluşacaksa daha çok grafiksel görüntülerle beslenmesi gerekir. Sadece grafiklerden de jenerik yapılabilir. Yazılarla desteklenerek... yani tipografi yöntemiyle. Jenerikte en önemli unsurlardan biriside müziktir. Programın içeriğine göre müzik seçilir. Jenerikte kullanılacak ana renkte önemlidir. Bunun için eğer stüdyo içinden yapılan bir programsa o programın dekoruna uygun renk seçilir ya da stüdyodaki renkler jeneriğe göre seçilir. Program sunucularıyla yapılan çekimlerle jenerik yapılabilir... Jenerikler özel çekimlerle de yapılır. Jenerik tasarımında, video veya grafik olup olmayacağını ve müzik seçildikten sonra jeneriği kafamızda oluşturup hayal gücümüze, yeteneğimize ve elimizdeki imkanlara bakarak oluşturabiliriz (Erdem, 2014).”

Erdem, jenerik tasarımında hangi tür görsel malzeme: grafik animasyon mu, gerçek görüntü mü kullanacağını şöyle açıklıyor; “Eğer bir haber programıysa video görüntü kullanmak daha uygundur. Gerekirse o görüntülerin sesleride kullanılabilir.

Spor, aktüalite, magazin programlarında ise grafik animasyon destekli jenerikler yapılabilir (Erdem, 2014).”

TV program jeneriği müzik seçimi veya ses efekti seçimi Erdem’e göre; “Jenerik müziği programın içeriğine göre tempolu veya yavaş seçilir. Haber, spor, tartışma gibi programlar için genelde tempolu müzikler tercih edilir. Kültür sanat, sağlık ve benzeri programlar içinse daha yavaş tempolu müzikler seçilir. Belgesellerde de yine belgeselin konusuna göre müzik tercihleri yapılmalıdır. Jeneriklerde fazla ses efekti kullanılmaz. Bazen yazılı jeneriklerde yazının geliş veya gidiş hareketine göre ses efektleri kullanılabilir (Erdem, 2014).”

Erdem’e göre, TV program jeneriği anlatım dili “Jeneriklerde herşey anlatılmaz, anlatılamaz. Jenerik bir programın kapağıdır. Başlangıcıdır ve sonucudur. Programın ne ile ilgili olduğu algısına izleyiciye sunmak yeterlidir. Bazı jeneriklerde sunucu fotoğrafı da kullanılabilir (Erdem, 2014).”

Erdem, TV program jenerik sürelerinin ne kadar olması gerektiğini, jeneriğin ritmi - kurgunun temposunun nasıl olması gerektiğini şu şekilde açıklıyor; “Jenerik süreleri genelde 20-25 sn. Olmalıdır... hatta daha kısa bile olabilir... 15 sn. Kadar... Jeneriğin ritmi programın içeriğine göre seçilen müzikle uyumlu olmalıdır (Erdem, 2014).”

TV program jeneriklerinde müzik ve görüntü ilişkisi Osman Erdem’e göre; “Seçilen müzik (özellikle belgesel jeneriklerinde) çok önemlidir. Müzik olmadan jeneriğin olması düşünülemez. Televizyon hem görsel hem de sesle ilgili olduğundan müzik jeneriğin vazgeçilmezidir... programın içeriğinde müzik kullanılmayabilir. Doğal ses ve seslendirilen metinlerle program içeriği çıkartılabilir. Fakat jenerikte bunu yapmak risklidir... yani sadece doğal seslerle müziksiz bir jenerik yapmak risklidir (Erdem, 2014).”

Erdem, TV program jeneriklerinde müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisini şöyle açıklıyor; “Yapılan grafikler müziğin vurgusuna uygun yapılmalı veya grafikler önceden yapılmışsa müzik buna göre seçilmelidir (Erdem, 2014).”

TV program jeneriklerinde tipografi kullanımı Erdem’e göre; “Tipografi yazılarla birşey anlatmaktır. Yazılara verilen çeşitli hareketlerle bir cümleyi ve spot sözleri anlatabilirsiniz (Erdem, 2014).”

TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili Erdem’in yorumu; “Program jenerikleri hem programlar için hemde televizyonlar için olmazsa olmazdır. Kapaksız bir kitap olmaz. Jeneriksiz bir programda olmaz (Erdem, 2014).”

Erdem’e göre, TV program jeneriklerinin algıya etkisi “Bence jeneriklerin özellikle uzun süre devam eden programlarda sık sık değişmemesi gerekir. İzleyici programı jeneriğinden ve jenerik müziğinden tanır. Bu çok sık değişirse o program artık anlaşılmaz hale gelir. Jenerik ve müziği o programın karakteridir, örnek 32. Gün yıllarca aynı jenerik müziğiyle bilindi (Erdem, 2014).”

Kurumsal TV jenerikleri, Haber bülteni, Spor, Hava durumu, Reklam, jenerikleri tasarımındaki süreci ve kurgu aşamasını Osman Erdem, şöyle açıklıyor; “Kurumsal jenerikler tasarlanırken televizyonun logosuna ve bu logonun renklerine

göre tasarlanır. Özellikle yeni yayın dönemlerinde bu yapılır. Bence bunun da sık sık değişmemesi gerekir. İzleyici algısı önemlidir. Bu tip jenerikler genelde grafik ağırlıklı olur. Hepsi (haber-spor-hava durumu) kurumun logosuna ve rengine göre belirlenir. Ama sporda genelde yeşil ağırlıklı renk kullanılır. Ekonomide mavi gibi (Erdem, 2014).”

Müzik-Eğlence programı jenerik tasarım süreci ve kurgu aşaması Osman Erdem’e göre; “Müzik eğlence programlarında yukarıda bahsettiğim gibi dekora uygun olmalıdır bence. Veya dekor jeneriğe uymalıdır (Erdem, 2014).”

Tanıtım Yönetmeni Mehmet Yıldız’a göre, TV program jeneriklerinin fonksiyonu, programa katkısı ve algıya etkisi; “Jenerik bir programın önüne ve sonuna giren, programın isminin yer aldığı, program hakkında izleyicilere bir ön bilgi sunan, programda neler izleyeceklerine dair ipuçları veren bir giriş elemanıdır (Yıldız, 2014).”

Peki bir jenerik Yıldız’a göre nasıl olmalıdır; “Tabi ki bunun için sayılabileceğimiz bazı kalıp bilgiler var. Örneğin sade, anlaşılır bir dili olmalı. İzleyicide ilk bakışta bir fikir uyandırmalı. Seçilen görüntüler veya grafiklerle birbirini tamamlayan bir müzik seçimi yapılmalı vb. Ancak günümüzde artık bu kalıplara bağlı kalmaya bence gerek yok. Çünkü görsel dünya çok hızlı bir şekilde geliyor. Artık izleyici bir programı veya bir filmi izlediğinde bunu bir yönetmenmiş gibi teknik ve görsel açılarından değerlendirebiliyor. Çünkü global dünya artık herkesi her şeyi bilen bireyler haline getirdi. Dünyanın diğer ucunda yaşanan her hangi bir olay artık bize bir tık kadar yakın. Bütün mesafeler yıkılmış durumda, her türlü bilgi elimizin altında. Yani insanlar karşısına çıkan bir şeyi diğer örneklerle karşılaştırabiliyor, kıyaslayabiliyor. Bu nedenle sıradan, alelade şeylerden kurtulup yeni şeyler istiyor. Onların bu isteklerini dikkate alıp kalıpların dışına çıkmak gerekiyor. Hocalarımız bundan 15 sene önce derslerde aynı plandan aynı plana geçilmez, resim sıçrar derlerdi. Oysa şimdi bunun özellikle yapıldığını ve bir geçiş efekti gibi kullanıldığını görüyoruz. Teknoloji ile her şey nasıl hızlanıyor ve akıcı bir hale geliyorsa, programlarda aynı akıcılığı yakalamak zorunda. Ancak bu şekilde şu andaki izleyici etkilenebilir. Dolayısıyla günümüzde bir jenerik tabi ki programla bağlantılı ve bize bazı fikirler verecek öğeler içermeli ama bence asıl olarak programdan önce jeneriği izlediğimizde o programın ne olduğunu merak ettirip bizi ekrana kilitlemeli, ilgi çekici ve renkli olmalı (Yıldız, 2014).”

Yıldız’a göre, rövaşata golleri nasıl futbolun en güzel kareleri ve jeneriklik bir gol diye adlandırılıyorsa, programın rövaşataları da ince ince seçilmelidir; “Jeneriği bir paketin ambalajı gibi düşünmeliyiz. Nasıl elimize geçen bir paket güzel ambalajlanmış ve süslenmişse bizde jeneriği böyle süslemeliyiz. Çünkü ancak bu şekilde o paketin içinde ne olduğunu merak ettirip, açılmasını sağlayabiliriz. Bir jenerik programa hakim olan en değerli ve çarpıcı karelerden oluşmalıdır. Yani rövaşata golleri nasıl futbolun en güzel kareleriyse ve jeneriklik bir gol diye adlandırılıyorsa, programın rövaşataları da ince ince seçilmeli ve jenerikleştirilmelidir. Jenerikte önemli unsurlarda biri de görsel efektlerdir. Bu efektler jeneriğe en son şeklini veren küçük dokunuşlardır. Bu, yemeğini yapıp bitirmiş bir şefin onu sunmadan önce üzerine koyduğu bir küçük yeşillik veya tabağın kenarına döktüğü ince bir sos gibi görselliğe görsellik katan son bir dokunuştur (Yıldız, 2014).”

Yıldız'a göre jenerikte kullanılan müzik temeli oluşturur; "Jenerikte en önemli noktalardan biri de müziktir. Müzik temeli oluşturan bir öğedir ve bu nedenle çok dikkatli seçilmelidir. Programın içeriğine, akışına, hızına uygun bir seçim yapılmalıdır. Bunun için iki yöntem vardır. İlki bir müzisyene istediğimiz kriterlerde bir beste yaptırmak, ikincisi ise mevcut müziklerden uygun olanını seçmek. Burada da karşımıza iki yol çıkıyor. Eğer elimizde hazır videolarımız varsa müziği videoya uygun olanlardan arayıp bulmak. Ama eğer elimizde materyalimiz yoksa müziği seçip görüntüleri bu müziğe uygun halde döşemek (Yıldız, 2014)."

Yıldız'a göre asıl önemli olan, kişinin yaratıcılığı ve bakış açısıdır; "Sonuç olarak bunlar jenerikle ilgili söyleyebileceğimiz belli başlı şeylerdir. Ama asıl önemli olan kişinin yaratıcılığı ve bakış açısıdır. Kişi ne kadar yukarıdan bakıp yaratıcı bir gözle, sıradanlığın dışında bu işi yapabiliyorsa işte o kadar dikkat ve ilgi çekici olur. Neticede her şey bu gelişmiş cihazları kullanan insanın yaratıcılığına bağlıdır (Yıldız, 2014)."



Kaynak: <http://www.misketyapim.com/videos/Keyfekeder.flv>
Görüntü 1.25. "Keyfekeder" program jeneriğinden bir kare.

Kırmızı Misket Yapım Genel Koordinatörü, Yelda Kozluklu, televizyon program başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği yapım aşamaları ile konsept oluşturma aşamasını şöyle açıklıyor; "Projemizin içeriğine uygun olmalı, bir nevi programın özetini yansıtacak bir jenerik olmalı. Bu ayrıntıları göz önünde bulundurarak müzik seçimi ve görüntü seçimi yaparak hazırlıyoruz (Kozluklu, 2014)."

Hangi tür görsel malzeme: grafik animasyon mu, gerçek görüntü mü kullanılacağına karar, Kozluklu'ya göre; "Projenin içeriğine göre karar veriyoruz. Örneğin; bir gezi belgeseli hazırlıyorsak eğer çok fazla animasyona ihtiyaç

duymuyoruz... Zaman zaman ‘bu noktadan şu noktaya’ şeklinde güzergah belirten grafik-animasyonlar kullanıyoruz. Şayet bir dönem belgeseli hazırlıyorsak o belgeseli güçlü kılacak ve renklendirecek animasyonlar kullanıyoruz (Kozluklu, 2014).”

Kozluklu, TV program jeneriği müzik seçimi veya ses efekti seçiminde, özgün yapımların tercih edildiğini söylüyor; “Programın içeriği göz önünde bulundurularak seçiliyor... Biz genellikle özgün yapımları kullanmaya çalışıyor hatta bu konuda uzmanlaşmış müzisyenlerle çalışıyoruz. Böylece yaptığımız jenerikler daha farklı bir anlam kazanıyor (Kozluklu, 2014).”

TV program jeneriği ritmi - kurgunun temposu kozluklu’ya göre; “Televizyon program jeneriğinin anlatım dili, akılda kalıcı çarpıcı ama basit olmalı... Programın içeriğine bağlı görüntüyle uyumlu olmalı vermiş olduğunuz görüntüyü müzik ritmi tamamlamalı... Jenerik süreleri Max. 10 -15 sn arası olmalı (Kozluklu, 2014).”

Kozluklu’ya göre, TV program jeneriklerinde müzik ve görüntü ilişkisi; “Bizim tercihimiz reel görüntülerle grafik çalışmasının uyumu ve bu uyuma uygun olarak da müziğin gelmesidir. Müzik burada programa anlam ve tempo katmalıdır (Kozluklu, 2014).”

Kozluklu, TV program jeneriklerinde müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisini şöyle anlatıyor; “Jeneriğin yaptığımız programın içeriği hakkında ipuçları vermesi gerektiğini düşünmekteyiz. Yani, mutlaka uyum içersinde olmalılar (Kozluklu, 2014).”

TV program jeneriklerinde tipografi kullanımı Kozluklu’ya göre; “En yaygın ve vazgeçilmez grafik iletişim unsurlarından olan tipografinin birincil işlevi okunmaktır. Bizde yaptığımız işlerin grafiklerini tasarlayan arkadaşlarımıza bu vurguya dikkat etmelerini istiyoruz (Kozluklu, 2014).”

TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili Kozluklu’nun yorumları şöyle; “Yukarıda da belirttiğimiz gibi program jeneriği projeyi bir anlamda anlatabilmeli. Bu duyguyu seyirciye verebiliyorsa başarılı bir iş yapmış sayarız kendimizi (Kozluklu, 2014).”

Kozluklu’ya göre, TV program jeneriklerinin algıya etkisi; “Bazen izleyici için çok önemli olabiliyor bölümü izleyip izlememe önyargısına bile neden olabiliyor (Kozluklu, 2014).”

Kozluklu, Kurumsal TV jeneriği, Haber bülteni jeneriği, Spor jeneriği, Hava durumu jeneriği tasarımlarındaki süreci ve kurgu aşamalarını şöyle açıklıyor; “Haber jenerikleri tasarlarken, öncelikle çarpıcı ve dikkat çekici olmasına dikkat ediyoruz. Müziği grafiği ve kullanılacak renkleri en ince ayrıntısına kadar çalışıyoruz. Spor jeneriklerinde daha sıcak renkleri ve görüntüleri kullanıyoruz. Buradaki müzik seçimi de haber jeneriklerine göre daha soft ama dikkat çekici olmasına özen gösteriyoruz. Hava durumu jeneriklerinde, daha çok grafik ve animasyon çalışmaları devreye giriyor. Soft, insanların içini rahatlatan bir müzik eşliğinde hazırlıyoruz (Kozluklu, 2014).”

Us Film'den Kurgucu Ali Üstündağ'ın yaptığı televizyon program jeneriklerinden bazıları ve yayınlandığı televizyon kanalları şunlardır; “2001 KonTV, 2001 Kanal52, 2004 Star TV, 2011 İstWeb TV, 2012 Diyanet TV (Üstündağ, 2014).”

Ali Üstündağ, Televizyon program başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği yapım aşamaları ile ilgili konsept oluşturma aşamasını şöyle anlatıyor; “Önce programın içeriğine ve metrajına göre yapılması gerekenlerin tespiti yapılır. Daha sonra, çekme imkanı varsa jeneriğe uygun görsellerin çekimleri yapılır, imkan yoksa programla ilgili yapılmış mevcut çekimler incelenir ve jeneriğe uygun olanlar ayıklanır. Konsept için programın, dekor rengi, sunacak kişinin genel giyim tarzı, dekor argümanları gibi bir çok unsur değerlendirildikten sonra karar verilir (Üstündağ, 2014).”

Üstündağ'a göre, hangi tür görsel malzeme: grafik animasyon mu, gerçek görüntü mü kullanılacağı; “Tamamen programın içeriği ile ilgilidir (Üstündağ, 2014).”

Üstündağ'a göre, TV program jeneriği müzik seçimi veya ses efekti seçimi; “Özgün olarak yapılmasını tercih ederiz. Eğer bütçe uygun değilse hazır bir müziğin satın alınması ile de yapabiliyoruz (Üstündağ, 2014).”

TV program jeneriği anlatım dilinin nasıl olacağı, jenerik sürelerinin ne kadar olması gerektiğini Üstündağ şöyle açıklıyor; “Net bir şekilde seyirciye “izlersen içinde bunları bulursun” demeli. Jenerik süresi en fazla 20 en az 5 saniye olmalı (Üstündağ, 2014).”

TV program jeneriğinin ritmi - kurgunun temposunun nasıl olacağı Üstündağ'a göre; “Tamamen programın içeriği ile ilgilidir. Örneğin çocuk programının jeneriği tempolu, dini programın jeneriği daha yavaş olmalı. Yine sabah yayınlanacak bir programın daha light, akşamın ki daha tempolu olmalı. Kullanılan müzik, ritmik olmalı. Aritmi ile jeneriği kimseye beğendiremezsiniz (Üstündağ, 2014).”

Üstündağ'ın, TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili yorumları şöyledir; “Bir kere yayın akışı ve RTÜK açısından zorunludur. Programa katkısı ise televizyon başında olmayan seyirciyi sesi, müziği ile ekran başına oturtması en temel katkıdır diye düşünüyorum (Üstündağ, 2014).”

Üstündağ, TV program jeneriklerinin algıya etkisini şöyle anlatıyor; “Jenerik programın kimlik kartıdır. Kanalın genel yayını içinde kanal kimliğini de yansıtan öğeler taşınmalıdır. Tipografisi, rengi, müziği hep kanal kimliğine hitap eder. Dolayısı ile bir kanal için tüm program jenerikleri bir takımdır ve bu takım ne kadar uyumlu ise başarı ve algı o kadar iyi olur. Kimliksiz kanal bir çok anlamda kötü durumdadır. Kötü kimlikli kanalda hem kendi içinde, hemde seyirci gözünde kaos vardır. Ülkemiz de bu anlamda birkaç haber kanalı haricinde tüm kanallar kötü durumdadır (Üstündağ, 2014).”

Yapımcı/Yönetmen, Nihat Değirmenci'nin yaptığınız televizyon program jeneriklerinden bazıları ve yayınlandığı televizyon kanalları şunlardır; “Mustafa Keser Sizlerle, İzzet Yıldızhan Show, Hayalden Gerçeğe, Haftanın Lezzetleri (Değirmenci, 2014).”

Nihat Değirmenci'nin, Televizyon program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili yorumları şöyle; "21. yüzyılın vazgeçilmez icatlarından biri olan televizyonun tarihi sinema kadar eski olmasa da onun bir uzantısı olarak bugün kitleleri yönlendirebilen en büyük görsel güçlerden biri... Hiç şüphe yok ki televizyon en zengininden en fakirine tüm dünya insanların evlerinde işyerlerinde araçlarında ve hatta teknolojinin ilerlemesiyle cep telefonlarında bile baş köşede yerini almış bir icat (Değirmenci, 2014)."

Değirmenci'ye göre; "Günümüzde insanların 6-7 saat televizyon başında geçirdiklerini göz önüne aldığımızda, bunun insan sağlığına etkileri tartışılardursun, televizyon kanallarının da birbirleriyle kıyasıya bir rekabet içinde olmalarını pek de kınamamak gerek. İşte bu rekabet ortamı TV kanallarında yapılan işlerin kalitesini de etkilemiş olacak ki artık TV kanalları bile belli kategorilere ayrılmış durumda... Günümüz dünyasında televizyonlar reklam gelirlerinden daha büyük bir pay alabilmek için ekranlarında yayınladıkları programları da ince eleyip sık dokuyarak seçmekte ve seçici olurken özgün olmasına da özen göstermektedirler. İşte tam da burada televizyon kanalında yayınlanan bir programın ne denli emek verilerek hazırlandığı gerçeği ortaya çıkıyor. Bir televizyon programı hazırlanışından yapımına ve yayınlanmasına kadar birçok teknik ve idari iş gücünün elinden geçerek ekranda yayınlanır hale geliyor. Biz burada bizi ilgilendiren kısmından yani programa hayat veren, müziği ve görüntüsüyle akıllarda yer etmesine sebep olan jenerikten bahsedeceğiz (Değirmenci, 2014)."

Değirmenci'ye göre, yaptığın jenerik akıllarda yer etmeli ve insanları çağırabilmeli; "Televizyon programlarında harcadığım onca yılı göz önüne alarak diyorum ki; bana sorarsanız bir programın kalitesi ve izlenilebilirliği her ne kadar içerikle alakalı olsa da grafik animasyonu ve müziği o programın hatırlanabilirliğinde büyük bir paya sahiptir. Yapımcı konu ve içeriği hazırlarken o programı ekranda temsil edecek en iyi görsel girişi ve müziği de hazırlamaya başlar. Çünkü jeneriksiz yayınlanan bir program göremezsiniz. Program başlayıp jenerik girdiğinde mutfaktaki teyze veya odasındaki öğrenci "şu dizi" veya "şu program" başladı diyebilmeli. Bu şu demek oluyor, yaptığın jenerik akıllarda yer etmeli ve insanları çağırabilmeli (Değirmenci, 2014)."

Jenerik tasarımında müzik seçimiyle ilgili Nihat Değirmenci'nin yorumları şöyle; "Program yapımcısı post prodüksiyonla veya yapım ekibiyle konuştuğunda, içeriğe en uygun jeneriğin temelleri de atılmış olur. Yani bir programda jenerik gerçek görüntülerle mi yoksa animasyonla mı hazırlanacak bu içerikle de alakalı. Kullanılacak müzik de içeriğin dinamizmine uygun olmalı. Dram yayınlarken lirik bir müziğin kullanılması ne kadar saçma geliyorsa tam tersi bir durum da o kadar saçmadır. Müzik seçilirken yukarıda da söz ettiğimiz gibi en hassas kısım, içerikle uyum içerisinde olması...Dram türü bir dizi yaptığımızı varsayalım, çekeceğimiz dizinin hangi mekanda ve hangi insanlar arasında geçtiği hatta kullanılan görsel öğelerin hangi kültürü temsil ettiği göz önüne alınmalıdır. Örneğin ülkemizde yöre olarak Karadeniz insanının müziklerine baktığımızda enerji coşku yaşama sevinci göze çarparken güneydoğunun ezgileri acı ve ağıt doludur. Dolayısıyla müzik yöreden yöreye yapılan işe, işin içeriğine ve daha birçok temel öğeye bağlı olarak seçilir. Tabi bütün bunların yanında özgün olmalıdır müzik. Yani birisi dinlediğinde filanca şarkıcının falanca bestesine benziyor dememelidir.

Belki yapılan işin gereği bir müzik programında veya benzeri yapımda programı yapan müzisyenin bestelerinden halkın benimsediği güzel bir müzik olabilir ama bu, uç bir örnek olarak kalır (Değirmenci, 2014).”

Değirmenci’ye göre jenerik süreleri ve içeriği; “Genel geçer bir kalıp olmamakla birlikte jenerik 15 saniye ile 60 saniye arasında bir sürede sıkıcı olmaktan kurtulabilir. Tabii bununla birlikte televizyon kanallarında binlerce program formatı olduğundan jenerikler de kendi içlerinde çeşitli şekillerde ve formatlarda karşımıza çıkabiliyor. Örneğin bir haber saatinin jeneriği ile yukarıda da söz ettiğimiz dizi, müzik eğlence ve benzeri bir programın jeneriğinin içerik olarak benzer olması beklenemez. Haber jenerikleri dinamik, enerjik, sürekliliği olan ve bizi ciddi bir olayı algılamak üzere çağıran tarzda olurken, diğer jenerikler içeriğine göre farklılık gösterecektir (Değirmenci, 2014).”

Değirmenci’ye göre jenerik, gerek müziği ve gerek görsel temalarıyla zihnimizde bir algı oluşturur; “Jenerik ve müzik kullanımında yapımcı yönetmenin yanı sıra kurguda olan ve eldeki malzemelere şekil veren operatör de bir o kadar önemlidir. Yıllarını bu işe vermiş bir operatör içerik ve şekil açısından birçok projeye imza atmış olacağından, yapımcı veya yönetmene bu konuda katkı sağlar. Sonuç olarak jenerik, içerikle ve yapımla bütünleşip izleyiciyi kavrayabildiği ve yayınlandığında gerek müziği ve gerek görsel temalarıyla zihnimizde bir algı oluşturduğundan, bence bir programın başlangıcındaki en önemli öge olarak hep var olacaktır (Değirmenci, 2014).”



Kaynak: Tango Yapım - Şenol Duyar

Görüntü 1.26. TRT Müzik – “Kadınlarımız” program jeneriğinden bir kare.

Tango Yapım’dan Kurgu Yönetmeni Şenol Duyar’ın yaptığı televizyon program jeneriklerinden bazıları ve yayınlandığı televizyon kanalları; “Vitesss - Numberone TV – 2008, Akıllı Yatırım – Euro D – 2010, Kadınlarımız – TRT Müzik – 2013, Genç Yorum - TRT Müzik – 2014 (Duyar, 2014).”

Şenol Duyar, televizyon program başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği yapım aşamaları ile ilgili konsept oluşturma aşamasını şöyle anlatıyor; “Öncelikle programın türüne uygun nasıl bir çalışma yapacağımı düşünme aşamasıyla başlıyorum. Daha sonra programın tarzına uygun hangi metaryelleri ve görselleri kullanacağıma dair detaylı bir araştırmaya başlıyorum. Tasarım aşamasında görsel malzeme seçerken, genellikle eğer elimde yeterli data varsa gerçek görüntü kullanıyorum. Genelde gerçek görüntüyü grafiklerle harmanlayarak bir çalışma ortaya çıkarıyorum (Duyar, 2014).”

TV program jeneriği müzik seçimi veya ses efekti seçimi Duyar’a göre; “Jenerik müziği çok önemli bir unsur. İnsanlar genellikle sevdikleri programların jenerik müziğini uzun süreler unutmazlar. Ve onu duydukları an program veya dizi akıllarına gelir. Örneğin yıllarca devam eden “Bizimkiler” dizisi jenerik müziği o dönemi yaşayan çoğumuzun hala aklındadır. Müzik seçimini genelde programın tarzına göre seçiyoruz. Eğlence programlarında canlı dinamik, belgesel - haber programlarında biraz daha ağır tempoda müzikleri tercih ediyoruz. Jenerik müziğini hazırlayacak kişiyle ön görüşme sonucu nasıl bir müzik istediğimize karar verip çalışmaya o şekilde devam ediyoruz (Duyar, 2014).”

Duyar, TV program jeneriği anlatım dilinin nasıl olması gerektiğini ve jenerik süresinin ne kadar olacağını şöyle anlatıyor; “Program jeneriği, programın içeriği ve tarzı hakkında izleyiciye bilgi vermelidir. İdeal TV jenerik süreleri 18 - 45 saniye arasında olmalı, ritmi hareketli ve kurgusu müzikle uyumlu olmalıdır. Müzik ve görüntü birbirini desteklemelidir. Eğlenceli görsellerin bulunduğu bir jenerik için düşük tempolu bir müzik seçimi yanlış olacaktır. Grafiklerle müziğin birbiriyle uyumlu olması çok önemlidir. Müziğin vuruşlarıyla görselin matematiği çok ince ayarlanmalıdır. Tipografi çok önemlidir. Tasarımcının hayal gücünü yansıtan önemli bir unsurdur. Font, yazı büyüklüğü, satır arası gibi etkenler özenle hazırlanmalıdır. Jeneriği güzel ve etkileyici olan bir program daha akılda kalıcı olmakta ve daha çok sevilmetedir. Ve program içeriği hakkında seyirciye ipucu verir (Duyar, 2014).”

Program Yönetmeni/Yapımcı, Şermin Dural’ın yaptığınız televizyon program jeneriklerinden bazıları şunlardır; “Feth-i Alem, İkbâl’le Küçük Hikayeler, Hiç Unutmadım (Dural, 2014).”

Televizyon program başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği yapım aşamaları ile konsept oluşturma aşamasını Dural’a göre; “Televizyon program jeneriğini en yalın haliyle; “Maksimum bir dakika içerisinde, söz konusu televizyon programının konsepti ve içeriği hakkında izlenimler veren, çarpıcı, dikkat çekici müzikli görüntüler bütünü” olarak tanımlayabiliriz. Televizyon programlarında hazırlanan başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği genellikle aynıdır. Yani sinemada ya da dizilerde olduğu gibi başlangıç ve bitiş jeneriği birbirinden çoğunlukla farklı değildir. Sadece, programın fikir aşamasından ekrana verilene kadar geçen süreç içerisinde, programın gerçekleştirilmesinde emek vermiş her bir çalışanın isminin bulunduğu “roll caption” ile sponsor firmaların isimlerinin bulunduğu reklam kartonları, programın sonundaki jeneriğin ya başına ya da jeneriğin sonuna eklenir. Bunlar programın başında yer almaz. Ana sponsor yer alabilir ki o da jenerikten önce yayınlanır zaten (Dural, 2014).”

Dural, jenerik tasarım aşamasında, hangi tür görsel malzeme: grafik animasyon mu, gerçek görüntü mü kullanılacağına kararını verirken dikkate aldığı konuları şöyle açıklıyor; “Kanımca, montaj tekniğinin ilerlemesi ve zengin kurgu olanakları son dönemde jeneriklerin “grafik animasyon” olarak yapılması yönünde ağırlık kazandı. Gerçek görüntülerle grafik animasyonun iç içe olduğu yapımlar da ağırlıkta. Televizyon kanallarının çoğalması ile birlikte, reklam pastasından alınacak payda teknoloji olanaklarını kullanabilen, bunu iyi projelerle destekleyebilen televizyon kuruluşları, rekabet ortamında daha rahat hareket edebiliyor. Daha kazançlı çıkabiliyor. Bu program jeneriklerine de yansıyor elbet. Jenerik hazırlanırken, görsel malzeme seçimini genellikle program konsepti ile birebir örtüşsün diye, programın temel amaç ve içeriğinde yer alacak fikirlerin somut ya da sembolik anlatım tarzlarını bir görüntü yönetmeni ile birlikte tartışıp görüntüleri kendim çekmeyi tercih ediyorum. Böylelikle bir konsept belirlemiş oluyorum (Dural, 2014).”

Dural, yaptığı “Hiç Unutmadım” isimli programın jenerik hazırlığını şöyle anlatıyor; “Programda, çıkmazda olan, çözülmeyecek gibi görünen sorunlar içerisinde boğuşan insanların, nasıl beklenmedik bir mutlu sonla karşılaşabildiklerini göstermek istiyordum. Umut veren, en karanlık dönemlerde bile hayatta güzel şeyler olabileceğini anlatan bir programdı. Program içinde, gerçek hayat hikayelerini anlatan kişilerin röportajları ve bu kişilerin anlattıkları olayların canlandırmaları yer alıyordu. Öncelikle jenerik için çekeceğimiz görüntümüzün nasıl olması gerektiği üzerine görüntü yönetmeniyle birlikte oturup karar verdik. Jenerikte yer alması gerektiğini düşündüğümüz kareleri nerelerde çekeceğimizi planladık. Sözkonusu hikayelerde öncelikle zorlukları anlattığımız için, İstanbul’da, Bizans Dönemi’nden günümüze kalan tek yer altı zindanı olan Anemas Zindanları’nda çekimlerimizi gerçekleştirdik. Birbiri içine geçmiş, onu aşkın küçük odacıktan oluşan mekana program konseptine uygun bir şekilde, kasvetli bir ışık yaptık. Beyaz, uzun bir elbise giymiş, saçları yüzünün önemli bir kısmını kapatmış, fakat yakın planlarda çaresiz bir yüz ifadesi olduğunu anladığımız bir kadının, zindanda odadan odaya koşturarak bir çıkış yolu arama çabasının, zaman zaman çamura düşüp kalkmasının, sonra tekrar çaresizlik içerisinde koşmasının, sonunda da zindan çıkışındaki aydınlığı fark ederek ışığa doğru koşmasının çekimlerini yaptık. Zindanın doğal yapısındaki zenginlik, jenerik için ayrı bir hava vermişti zaten. Bu bizim jenerik için elimizdeki en büyük zenginliğimizdi. Daha sonra tüm çektiklerimizi çarpıcı özelliğini arttırmak amacıyla hızlı bir kat montaj tekniği kullandık. Karelerimizde yer alan beyaz renkleri daha da patlatarak, “*glow*” tekniği ile zindan içerisinde gezinen bir ışık hüzmeleri özelliği kattık. Bu da olayların geçmişte yaşandığını ve inanılmaz olayların anlatılacağını hissettiren gizemli bir hava veriyordu jeneriğe. Montaj bittikten sonra, renklerle de oynayıp iyi bir konsept için özel bir renk aradık. Sonunda “*sepia*” zenginliğinden yararlanarak, zindanın rengiyle tüm jeneriğin özdeşleştiği bir bütünlük oluşturduk (Dural, 2014).”

Dural’a göre, TV program jeneriği müzik seçimi veya ses efekti seçimi; “Tv program jeneriği müzik seçimi veya ses efekti özellikle programın içeriği ile ilgilidir. Sözelimi; içinde “koyu dram” özelliği olan hikayelerin anlatıldığı bir programda komedi türüne yakışacak bir müziği seçemeyiz. O yüzden çok çok iyi bir müzik arşivimizin olması kaçınılmaz bir gerçektir. Daha önce de belirttiğimiz gibi jenerik, programın kimliğidir. Müziği ile görüntüsü ve efekti ile... Efekt ise; jenerikte hissedilmesini istediğimiz duygunun görüntüden ve müzikten sonra montajda en uygun şekilde kullanılmasıyla etkili olacaktır. Programın içeriğini bilen iyi bir

yönetmen, jeneriği neden yaptığını, hedef kitleye nasıl bir his vermek istediğini bilir. Ona göre hem görüntü yönetmeninden hem de birlikte çalıştığı kurgu elemanından ne istediğini bilir (Dural, 2014).”

Tv program jeneriğinde anlatım dili Dural’a göre; “Her şeyden önce program konseptine uygun olmalı. Programın tarzına göre de değişiklik gösterebilir anlatım dili. Mesela bir tartışma programı ise arada sadece belli kelimeleri seçebildiğimiz sesler bütünü ile de süslenebilir. “Anlatmak lazım”, “Ben sizi dinledim”, “Susmuyorsunuz”, “Düşünüyorum”, “Konu üzerinde” gibi örnekleri çoğaltılabilecek kelimeler müzikli bir görüntüler bütününe altında verildiği zaman, bunun bir tartışma programı olduğu çok bariz bir şekilde anlaşılır. Yani bir tartışma programında görüntüler kadar seçilen müzik de önemli bir anlatım dilidir. Yine bir tartışma programından yola çıkarsak, böyle bir programın üzerine oyun havası vermemiz elbette ki düşünülemez (Dural, 2014).”

Dural, TV program jenerik süreleri, jeneriğin ritmi, kurgunun temposuna dair şunları söylüyor; “Bunun matematiksel bir ölçütü olmamakla birlikte maksimum bir dakikayı geçmemelidir. Jeneriğin ritmi, dikkat çekici olmalı, hedef kitlenin ilgisini çekecek, akılda kalacak bir müzik kullanılmalıdır. Programda işlenecek ağırlıklı konuların konseptine uygun görüntülerin sıkça değiştiği, sert geçişlerin kullanıldığı bir kurgu temposunun olması daha ideal olacaktır (Dural, 2014).”

TV program jeneriklerinde müzik ve görüntü ilişkisi Dural’a göre; “Dramatik karelerin uçtuğu bir jenerikte, eğlenceli müzik kullanamayız. Program konseptine uygun görüntülerle birlikte müzik de senkronize olmalıdır (Dural, 2014).”

Dural, TV program jeneriklerinde müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisini şöyle anlatıyor; “Hareketli grafik tasarımında ya da gerçek görüntüler üzerine yapılan jeneriklerde, müzikler mevcut müziklerin bir kısmının kullanılmasıyla da olur, özel müzik de yapılabilir. Özel olarak müzik yapılması elbette daha maliyetlidir. Ama jenerik müziği ve program içinde kullanılan müzikler bu anlamda bir bütünsellik oluşturduğunda daha şık bir program olduğu kanaatindeyim (Dural, 2014).”

Kurgu operatörü Gürkan Birinci’nin, TV program jeneriklerinin fonksiyonu, programa katkısı ve algıya etkisiyle ilgili yorumları şunlardır; “Jenerik yapımında ilk olarak jeneriği yapılacak programın konsepti hakkında bilgi edinilir. Yine programın konseptine göre jenerik süresi belirlenir ki, genelde jeneriklerin 30 saniyeyi geçmemesi uygundur. Program jeneriğinin içeriğinde gerçek görüntü ya da animasyon kullanımını belirleyen unsurlar, programın amacı, hedef kitlesi, grafikerin bakış açısı ve program yapımcısının isteklerine göre değişebilir (Birinci, 2014).”

Birinciye göre; “Modernite ile birlikte insanoğlu hem düşünebildiği herşeyi yapabileceğine inandı hem de istediği her şeye ulaşabileceğine. Tabi bu durum iş hayatını da derinden etkiledi. Herkes hem aynı zamanda ve çok kısa bir sürede en iyiyi yapmaya hem de en iyiyi istemeye başladı. Yaşanan bu paradigma değişiminin kendini en çok hissettirdiği sahalardan biri de hiç kuşkusuz ki sinema ve televizyonculuk sektörüdür. Gerçi, sinema ve televizyon modernitenin bir ürünüdür ve onun bütün değerlerini içinde barındırır. Yapılan iş ne kadar mükemmellikten ve sadelikten uzaksa izleyiciyi o oranda az etkiler ve ne kadar mükemmel aynı zamanda

da sade ise izleyiciyi o oranda kendine çekecektir. Dolayısıyla bir animatör yaptığı işi mükemmel olduğu kadar sade, basit ve anlaşılır hale de getirmek zorundadır. Çünkü izleyici her şeyin istediği şekilde olmasına alışmıştır artık (Birinci, 2014).”

Kurgu operatörü Burcu Konca, televizyon program başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği yapım aşamaları ile konsept oluşturma aşamasını şöyle anlatıyor; “Program formatının belirlenmesinde; haftada kaç gün yayınlanacağı, izleyici kitlesi, bant mı canlı mı, stüdyo mu aktüel mi olduğu göz önünde bulundurulur. Program türü önemlidir. Örneğin; spor, ekonomi formatlı programlarda grafik-animasyon, ağırlıklı olarak kullanılırken; kültür-sanat, gezi programlarında gerçek görüntüyle beraber animasyon desteği de alınabilir (Konca, 2014).”

Konca’ya göre; “İzleyicide bırakılmak istenilen his göz önünde bulundurularak görüntüyle uyumlu müzik ve ses efekti seçimine gidiler. Jeneriği anlatım dilinin yalın, anlaşılır ve vurucu olması önemli bir unsurdur. Jenerik süresi, 20 saniyeyi geçmemek koşuluyla 10 saniyeye kadar indirilebilir. TV program jeneriği ritmi, kurgunun temposu, program türüne bağlıdır. Polisiye, sağlık konulu bir programla; tarih, edebiyat konulu bir programın jenerik hızı bir tutulamaz. Program sağlık programıysa şayet, altta kullanılan müzik klasik bir “yedi karanfil” müziği olamaz (Konca, 2014).”

TV program jeneriklerinde müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisi Konca’ya göre; “Müzikte vuruşlara göre grafiklerin yönleri, büyüklükleri, giriş çıkışları uyumlu olmalıdır. Sazların eklenip eksilmesine ya da ses giriş çıkışlarına göre hareketler şekillendirilmelidir. Kullanılan yazı ve rakamların büyüklüğü, akış yönü ve hızı insan gözünün rahatlıkla algılayabileceği şekilde olmalıdır (Konca, 2014).”

Konca’nın, TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili yorumları şunlardır; “Jeneriği ilgi uyandıran bir programın, dikkat çekmesi daha kolay olacağından ve izleyicide algı oluşturacağından dolayı oldukça önemlidir. Algıyı, bireyin hisleri sayesinde edindikleri bilgileri anlaması olarak düşünürsek, jenerik izleyicinin dünyasında o programın ne kadar yer edineceği hakkında o kişiye ön bilgi vermek adına oldukça önemlidir (Konca, 2014).”

Hareketli grafik tasarımcısı Birol Yıldız, televizyon program başlangıç jeneriği ve bitiş jeneriği yapım aşamaları ile konsept oluşturma aşamasını şöyle yorumluyor; “Bir jenerik oluşturulurken, üzerinde durulması gereken en önemli etken bence zamandır. Projenin oluşu için tahmini bitiş zamanın yeterli olmaması çoğu zaman yapılan işin kalitesini ciddi bir şekilde etkilemektedir. Ne kadar zamanımız var? Süreç içinde eğer gidilmesi gereken adımlar doğru atılır ise iş teslim zamanına göre jeneriğin yapıldığı programda işin daha iyi olmasını sağlayacak ama render süresini etkileyecek çeşitli efektler konulabilir. Bazı jeneriklerin yayına hazır hale gelmesi birkaç saati alırken bazı jeneriklerin ise müşteriye gösterme amaçlı düşük kalite çıktılarının alınması bile günlerce sürebilir. Doğru kararlar ve hatasız bir süreç yaşanması için fikir aşamasından, yapıma başlandığı ana kadar hataların en aza indirilmesi amaçlı kağıt üzerinde bir ön çalışma yapılmaz. Konuyla alakalı ne yapalım, nasıl yapalım, neler kullanabiliriz gibi bazı soruların ekibe dahil olan kişilerce fikir alışverişi yapılmasında her zaman fayda vardır (Yıldız, 2014).”

Yıldız'a göre; "Araştırma sürecinden, fikrin ortaya çıkışı maliyeti, gibi ana maddeler ortaya çıkmış olur ve bu maddeler tek tek detaylı bir şekilde incelenir. Fikrin onaylanmasından sonra Storybord çalışması yapılarak gerekli taslaklar hazırlanır ve ekip başındaki kişi görev dağılımı yapar. Ekranlarda izlediğimiz jenerikler bazen bir iki kişi tarafından yapılabildiği gibi bazı işlerde onlarca kişide görev alabilir (Yıldız, 2014)".

Yıldız, gerçek görüntülerden hazırlanması planlanan bir dizi film jenerik çekiminin, ön aşamasını şöyle anlatıyor; "Planlanması gereken bir çok madde karşımıza çıkar. Mesela çekimler nerde yapılacak, gerçek mekan mı kullanılacak yoksa yeşil fon gibi stüdyo ortamında mı çekilecek. Nasıl bir kamera kullanılacak, ışık ortamı nasıl oluşturulacak, kostümler nasıl olacak, kişiler çekimlerin yapıldığı yere hangi ulaşım şekliyle getirilecek, ekibe gün içerisinde yiyecek içecek verilecek mi? verilecekse nerden nasıl sağlanacak. Çekim gerçek bir mekanda yapılacaksa gerekli güvenlik önlemlerinin alınması, çekim için izin alınması gerekiyorsa gerekli kurumlardan birkaç gün öncesinde gerekli yazışmalar yapılması, kullanılacak olan mekan özel bir kişiye aitse ne kadar ücret ödenecek ve ne kadar saat kullanılacak gibi bir çok önemli konunun da organize edilmesi gibi uzun bir süreçte başlamış olacaktır (Yıldız, 2014)".

Jenerik çekimi yapıldıktan sonra yaşanan süreç Yıldız'a göre; "Bütün bu koşuşturmaların sonucunda jenerik için gerekli malzemeler çekilmiş olur ve planlanmış olan grafiklerin, efektlerin, yapılması işlemine başlanılır. Yönetmen kafasında canlandırdığı işi kağıt veya storyboard üzerinden grafikerle birlikte oluştururken programın konusuna uygun renkleri de verilmek istenen mesaj yada duyguya göre seçerler. Bir eğlence programında, tarihi belgesel programı andıran renklerin kullanılması nasıl uygun olmaz ise ciddi konuların işlendiği bir tartışma programında, pembe renkler kullanılması yanlış bir seçim olmuş olabilir. Müzik seçimi de aynı renkler gibi işi gösterecek olan önemli bir konudur. Yapılan grafiklerin hareketleri, ekrana giriş çıkış zamanları müzikle senkronize olmalıdır aksi takdirde uyumsuz bir hal alır ve ortaya kötü sonuç çıkar (Yıldız, 2014)".

C&B Medya Hizmetleri ortağı, program yapımcısı Cevdet Balıkçı'nın yaptığı televizyon program jeneriklerinden bazıları ve yayınlandığı televizyon kanalları şunlardır; "Kanal A - Şehir Vizyon – 2006, Show Türk – Moda Kalite – 2008, Ülke TV - Kazançlı Fırsatlar – 2014 (Balıkçı, 2014)."

Balıkçı, televizyon program başlangıç - bitiş jeneriği yapım aşaması ve konsept oluşturma aşamasını şöyle anlatıyor; "Jenerik çalışmaları öncesi yapımcı ekiple bir araya geliyoruz. Yaptığımız programın ruhunu en iyi anlatabilecek bir konsept belirliyoruz. Karar verilen konseptin bir demosu hazırlanıyor. Bu demo üzerinde tüm birimlerin eleştiri ve katkıları not alınarak, jeneriğin hazırlanmasına geçiliyor. Bir jenerikte kullanılacak materyaller o programın ruhunu yansıtmalı. Yapacağımız programa uygun malzemelerden faydalanıyoruz. Bir magazin programında grafik animasyon çok uçuk olacağı gibi, bir yemek programı jeneriğinde grafik animasyon kullanılması çok hoş bir görüntü oluşturmuyor (Balıkçı, 2014)."

Balıkçı'ya göre; "Yaptığımız programın içeriğine en uygun ses ve efektlerin jenerikle bir bütün oluşturmasıyla jenerik bitmiş diyebiliriz. Programa uygun müzik ve seslerin seçimi en önem verdiğimiz konuların başında geliyor. Program jenerik

müziği o programın ruhunu yansıtmalı. Bazı programlar için özel müzikler yaptırdığımız gibi, bazende ses bankalarından en uygun müzik satın alınmasını yapıyoruz. Jeneriklerde yapılan en büyük hatalardan biri sürelerin uzun tutulması. Uzun jenerikler güzel görünüyor olsa bile, bu programın geç girmesinden dolayı seyircilerde memnuniyetsizlik yaratmakta. En uygun jenerik süresinin 10–15 saniye aralığında olduğuna inanandanım. Televizyon programlarında kullanılan jeneriklerde program içeriğine bağlı olarak kurgu ve tempoları da farklılıklar göstermektedir. Hareketli bir programın ritmi o programı yansıtacak hareketlilikte olmalı (Balıkçı, 2014).”

Balıkçı’ya göre; “Televizyon programlarında jenerik ve müzik bir bütün olarak harmanlanmalı, görüntülerin üzerine gelen müzik o görüntüyü tamamlamalı. Görüntünüz çok iyi olsa bile, kullandığınız müzik o görüntüye uymadığı takdirde ortaya uyumsuz bir jenerik çıkmakta. Jeneriği hazırlayan kişi bu programı hazırlayan kişilerle uyumlu çalışması gerekiyor. Program yapımcısı programının ruhunu bildiği için yapılan jeneriğin uyumunu en iyi yorumlayan kişilerin başında gelir. Son yıllarda hareketli grafik uygulamaları sektörümüzde sıkça kullanılıyor. Bu uygulamalarda kullanılacak müziklerinde yenilikçi olmasına dikkat edilmeli (Balıkçı, 2014).”

TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili Balıkçı’nın yorumu şöyle; “Kaliteli bir müzik ve geçiş efektleri ile yapmış olduğumuz bir jenerik, program başlamadan önce izleyicilerin zihninde programla ilgili bir algı oluşmasını sağlamaktadır. Jeneriğin, programın ruhunu yansıtmaya dikkat edilmeli, kullanılacak materyallerin program ahengine uygunluğu, kullanılan müzikler, efektler uyum içinde olmalı. Programla uyum içinde olmayan bir jenerik o programın ruhunu yansıtamaz. Program içeriği ve hedef kitlesini çok iyi bilmeniz, yapacağınız jeneriğin temelini oluşturur (Balıkçı, 2014).”

Kurgu yönetmeni Hasan Geybioğlu’nun, televizyon program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili yorumları şöyle; “Jenerik, bir programın başlangıcını ve programın bittiğini ve içeriğini de algılamamızı sağlıyor. Bir jenerik tasarlanırken programın içeriğine bakarak reel görüntü veya animasyon kullanılıp kullanılmayacağına karar verilir. Jenerikte en etkili olan şey hareketlerin, resimlerin, müzikle uyumlu olması. O yüzden jenerik yapılırken müzik olmazsa olmazlarımızdandır. Jenerik, tüm bunları bir araya getirip bir karışımın yapıldığı ve izleyiciler üzerinde etki bıraktığı kısa görsel bir şovdur. Jenerik müzikleri bilgisayar ortamında yada özel müzisyenlere de yaptırılabilir. Jeneriklerde kullanılan grafik öğeler, programın tarzına göre de farklılık gösterir. Örneğin kadın programlarında kullanılan renk tonlarıyla, tartışma programlarında kullanılan renkler, tipografi ve kompozisyon farklıdır (Geybioğlu, 2014).”

3D Animasyon uzmanı İlker Korkmaz’ın, TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili yorumları şunlardır; “Programın demosu çekilmiş ise önce onu incelerim. Yönetmen, yapımcı ve sunucudan programla ilgili görüşlerini alırım, yayın saatini ve hitapedeceği kitleyi öğrenip bunların sonucuna göre programı en iyi anlatacak jeneriği seçmeye çalışırım. Görsellerdeki hareketlere göre ses efekti kullanıyorum. Jeneriğin anlatım dili, akıcı merak uyandırıcı ve program hakkında bilgi verici olmalı. TV program jenerik süresi, jeneriğin akıcılığına göre değişebilir fakat 30-40 sn geçmemeli bence. Ritim ve kurgu bir ilerlemeli. Müzikle görüntü

senkronize olmalı. Jenerik tasarımında, genelde grafik animasyon kullanıyorum çünkü jeneriğin ilgi çekmek ve farkedilmek için hazırlanması gerektiğini düşünüyorum (Korkmaz, 2014)”

Visual Editör Halit Küçük’ün yaptığı televizyon program jeneriklerinden bazıları ve yayınlandığı televizyon kanalları şunlardır; “TRT Kudüs Belgeseli jenerik, TRT Hoş Geldin Ramazan Jenerik (Küçük, 2014).”

TV program jeneriklerinin fonksiyonu ve programa katkısıyla ilgili Küçük’ün yorumları şöyle; “Jenerik, programı tanıtan ondan parçalar içeren programı özetleyen olmalıdır. Aynı zamanda izleyicide merak uyandırmalı programı izletmede yardımcı olmalıdır. Yayınlanacak olan programın içeriğine göre ve yayın saati baz alınarak kullanılacak materyaller hazırlanır. Program jeneriği müzik seçimi, programın konusu vuruculuğu dikkat çekmesi gibi konular üzerinden seçilir. Televizyon program jenerikleri genelde 15-20 sn olarak hazırlanır. Jeneriğin ritmi program içeriğine göre değişir haber, siyaset tarzı jenerikler için tempolu hızlı müzik kullanılır, müziğe duyarlı kurgu yapılır. İnsan, yaşam tarzı programlar daha soft müziklerle kurgulanır (Küçük, 2014).”

Yönetmen, Yücel Müştekin’e göre; “Hikayeler çocukluğumuzda babaannelerimizin anlattığı karga ile tilkinin peynir masalı ile girer hayatımıza. Her hikaye doğruyu bulmaya yönelik kurgulansa da çoğu zaman doğru saptırılır. Bazı hikayeler yerel özellik taşısa da her hikaye evrenin bir parçasıdır. Aslında bir arsa üzerine bina yapmak gibi bir şeydir. Yani arsa ne kadar sağlam ve tutarlı olursa bina o kadar dayanıklı olur. İşte bu aşamadan sonra ustalar devreye girer. Yani senaryo, yönetmen, oyunculuk, müzik ve en önemlisi kurgu (Müştekin, 2014).”

Müştekin’e göre; “Öz olarak aynı olmasına rağmen kurgu ve jenerik bir televizyon işini veya bir filmi çok etkin hale getirebilir. Ama vasat bir kurgu çok değerli bir hikayeyi çok kötü bir noktaya çeker. Kurgu genel olarak teknik aşama olarak bilinir. Oysa bakış açısı çok önemlidir. Bakış açısı zayıf olan bir kişinin yapacağı kurgu hiçbir şeyi ifade etmez. Çünkü yaptığı iş sadece teknik malzemeleri kullanarak verilen malzemeyi birleştirmekten öteye gitmeyecektir. Ama güçlü bir bakış açısına sahip birikimli bir kurgucu çok etkin ürünler ortaya çıkartacaktır. Önemli olan ortaya çıkan ürünün etkin ve anlaşılır olmasıdır... Yani soru sordurabilmesidir... Sizce Sokrates doğru mu söylemiş ...SORGULANMAYAN HAYAT YAŞAMAYA DEĞMEZ... (Müştekin, 2014).”

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI : İLYAZ OLGUN
DOĞUM YERİ VE TARİHİ : ÇAMELİ/06/05/1972
MEDENİ HALİ : BEKAR
E-MAIL : ilyasolgun@hotmail.com
ADRES (İŞ) : HAYAT GÖRSEL YAYINCILIK A.Ş.
TELEFON (CEP) : 0555 573 78 91
(İŞ) : 0212 437 80 80

EĞİTİM DURUMU

2006 : ANADOLU ÜNİVERSİTESİ İŞLETME
FAKÜLTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ
2001 : ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ İKTİSADİ
VE İDARİ PROGRAMLAR BÖLÜMÜ
BÜRO YÖNETİMİ

YABANCI DİL : İNGİLİZCE

İŞ TECRÜBESİ

2006 - ? : HAYAT GÖRSEL YAYINCILIK A.Ş.
KURGU YÖNETMENİ
2000 - 2006 : CALVUS MEDYA İLETİŞİM REKLAM VE
DANIŞMANLIK HİZMETLERİ
KURGU YÖNETMENİ

SANATSAL FAALİYETLER

2014 : RESSAMLAR DERNEĞİ SANATEVİ “GÖNLÜMDEKİ KARELER”
RESİM, HEYKEL, SERAMİK, VİTRAY, FOTOĞRAF, GRAFİK
TASARIM KARMA SERGİSİ
2014 : EKOLOJİK KADIN KÖYÜ PROJESİ LANSMANI KARMA RESİM
VE FOTOĞRAF SERGİSİ