

TELEVİZYON HABER BÜLTENLERİNDE GÖRSEL EFEKT KULLANIMININ YARATTIĞI ETİK SORUNLAR

İbrahim Etem ZİNDEREN¹

ÖZ

Günlük yaşam pratiklerimizden habercilik pratiklerine, geniş bir çerçevede etkili olmaya başlayan teknoloji, günden güne değişen ve gelişen yapısıyla medya kuruluşları üzerinde güçlü etkiler yaratmıştır. Günümüzde medya kuruluşları, teknolojik altyapılarını güncel tutma çabası içinde kendilerini sürekli gözden geçirme ve yenilenme ihtiyacı içindedir. Habercilik faaliyetlerinin üstün teknolojilerle iç içe geçtiği çağımızda klasik haber yapım sürecine ilişkin pratikler özellikle de televizyon haberciliğinde büyük oranda değişikliğe uğramıştır. Yapısı gereği izleyiciler üzerinde görselliğe dayalı doğal gerçeklik algısı yaratan televizyonda, habercilik anlayışında farklılık yaratan haber teknolojilerinden birini görsel efektler oluşturmaktadır. Günümüzde birçok televizyon kanalı, haberlerde görsel ve işitsel etkiye dayalı efekt uygulamalarına geniş yer vermekte hatta habercilikte üç boyutlu efektler ve sanal stüdyolar etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Efektlerin kullanım biçimi ve boyutlarıyla yakından ilişkili olan bu durum, haber gerçekliğinde derin değişiklikler yaratabilmekte, gerçekliği değişen ve dezenformatif bir yapıya bürünen haber, etik/ahlaki sorunsala dönüşebilmektedir. Bu çalışma haberin yapım ve yayım sürecini içine alan aşamalarda efekt teknolojilerinin kullanımına bağlı olarak yeniden inşa edilen/kurulan haberin farklı bir gerçeklik düzlemine oturması çerçevesinde doğurduğu etik problemlere odaklanmaktadır. Televizyon haberciliğinde kullanılan görsel efektlerin yarattığı etik sorunların ortaya konulması amaçlanan çalışmanın kavramsal çerçevesini televizyon haberciliği, etik ve görsel efektler oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında ele alınan örnekler üzerinden televizyon haberlerinde görsel efektlerin kullanım biçimi ve yarattığı etik sorunlar içerik analizi yöntemi ile ortaya konulmaktadır. İncelenen haber bültenlerinde görsel efekt kullanımının yarattığı etik sorunlar haber-gerçeklik ilişkisi, haber-eğlence olgusu, habercinin kamuya karşı sorumluluğu ve şiddetin yeniden üretilmesi bağlamında ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon Haberciliği, Etik, Görsel Efektler

ETHICAL PROBLEMS CREATED BY VISUAL EFFECTS USED IN TELEVISION NEWS

BULLETINS

ABSTRACT

The technology, which has started to be effective in a wide frame from our daily life practices to journalism practices, has created strong effects on media organizations with its changing and developing structure. Today, media organizations are in constant need of revising and renewing themselves to keep their technological infrastructure up to date. In our era, when journalism activities are intertwined with cutting-edge technologies, the practices related to the classical news production process have been greatly altered, especially in television journalism. One of the news technologies that creates a difference in the understanding of journalism is the visual

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, ibrahim.zinderen@atauni.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2921-4857

effects on television, which by nature creates a natural reality perception based on visuality on the viewers. Today, many television channels widely use effects based on visual and audio effects applications in the news, moreover, three-dimensional effects and virtual studios are used effectively in journalism. This situation, which is closely related to the usage and dimensions of the effects, can create profound changes in news reality, and the news, which has changed into a disinformative structure, can convert to ethical/moral problems. This study focuses on the ethical problems caused by the news being reconstructed/established in a different plane of reality due to the use of effect technologies in the stages of the production and publication process of the news. Television journalism, ethical and visual effects constitute the conceptual framework of the study, which aims to reveal the ethical problems created by visual effects used in television journalism. Through the examples covered in the study, the use of visual effects in television news and the ethical problems posed by them are revealed by the content analysis method. The ethical problems that the use of visual effects create in reviewed news bulletins emerge in the context of relation between news and reality, phenomenon of news and fun, the responsibility of newsman to public and reproduction of violence.

Keywords: Television Journalism, Ethic, Visual Effects

GİRİŞ

Gazetelerin ortaya çıkışından bugüne yazılı biçimde okuyucuya ulaştırılan haber, radyonun icadıyla birlikte ses temelli olarak dinleyiciye aktarılmaya başlanmış, televizyonun icadının ardından da ses ve görüntüye dayalı olma özelliği kazanmıştır. Farklı görüntü kayıtları arasındaki hareket yeteneği videoyu özel kılan noktalardan biridir. Televizyonda görüntünün parçalanarak ve istenen yerleri birleştirilerek bir dizi hareketli grafik ve simgeleme kodları ile işleminden geçmesi söz konusudur. Bu yönüyle görüntü, insan algısına meydan okuyabilen bir niteliğe bürünebilmektedir (Turim, 1995: 104). Televizyon haberciliğinde habere konu olan olayların ses ve görüntü temelli anlatılması haberin inandırıcılığını arttırmış ve televizyon haberciliği basılı haberin önüne geçmiştir. Zamanla tematik olarak işlevi haber vermek ve habere ilişkin konuları değerlendirmek olan haber kanalları açılmıştır. Televizyon haberciliği ile birlikte bir sonraki günün baskısını beklemeden son dakika gelişen olayların anlatılabilmesi, olay yerinden canlı yayınların yapılması söz konusu olmuştur. Görüntü ve sesin haberi daha etkili ve dikkat çekici hale getirmesi gibi hususlar televizyon haberciliğinin önemli bir konuma gelmesinde etkili olmuştur.

Bir televizyon haberi çekim, kurgu, seslendirme, müzik ve efekt kullanımı gibi bir takım teknik aşamalar sonunda ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda televizyonda görüntünün ortaya çıkarılması; çekim öncesi planlamadan çekim

sürecinde ışık, ses, kamera konumu, açı ve çerçeveleme gibi unsurların yanı sıra çekim sonrası kurgu ve görsel efektler gibi teknik aşamaları kapsayan bir süreci içermektedir. Bu aşamaların tümü haberi daha etkili bir yapıda izleyiciye sunmak için gerçekleştirilmektedir. Ancak televizyon haber üretim süreci haber gerçeklik ilişkisinin tekrar sorgulanmasına yol açmaktadır. Diğer taraftan reyting kaygısı ile yapılan habercilik anlayışının bir getirisi olan haber eğlence olgusu, olayları dramatize etme sorunu, görüntü tekrarı, görüntünün manipüle edilmesi ve haberleri kısa sürede aktarma çabası gibi durumlar televizyon haberciliğinde etik ihlallere yol açmaktadır. Bu etik ihlallere teknolojinin habercilikte etkin bir şekilde kullanılmasının bir sonucu olarak görsel efekt kullanımının yarattığı sorunlar da eklenmektedir. Sinema zemininde ortaya çıkan efektler teknolojik gelişmelerle birlikte televizyonda da kullanılmaya başlanmıştır. Ancak sinema sektöründe etkin bir biçimde kullanılan efektlerin tümü televizyon ve televizyon haberciliğine yapı itibarıyla uymamaktadır. Dolayısıyla televizyonda ve özellikle de televizyon haberciliğinde kullanılan efektler tür ve uygulama biçimi açısından sinemadan ayrılmaktadır. Televizyonda “green box” teknolojisi başta olmak üzere özellikle son zamanlarda 3 boyutlu animasyon ve sanal (virtual) stüdyo kullanımı ile artırılmış gerçeklik uygulamaları yaygınlaşmıştır.

Neyin gösterildiği veya hangi bakış açısıyla verildiğinin hiçbir öneminin olmadığı televizyon haberciliğinde içerikler eğlence odaklı olma özelliği taşımaktadır. Eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisini oluşturmaktadır (Postman, 2014: 102). Bu anlamda televizyon haberlerinde efekt kullanımı haberi zenginleştirmek ve etkili hale getirmekle birlikte kullanım biçimi ve boyutlarına bağlı olarak gerçekliğin değişmesi, haberin eğlenceye dönüşmesi ve dezenformatif bir nitelik kazanması gibi sonuçlar doğurabilmektedir.

Çalışma televizyon haberciliğinde görsel efekt kullanımının yarattığı etik sorunlara odaklanmaktadır. Bu çerçevede çalışma kapsamında amaçlı/yargısal örnekleme tekniğine başvurulmuş Türkiye’den ve dünyadan farklı tarihlerde farklı kanallardaki haber bültenleri içinden savaş, şiddet ve doğal afet gibi olumsuz olayları konu alan haberlerden belli kesitler ele alınmaktadır. İncelenen haberlerin ortak noktalarını temaları ve görsel efekt kullanım boyutları oluşturmaktadır. Bu bağlamda

televizyon haberciliğinde görsel efektlerin kullanım biçimi ve yarattığı etik sorunlar içerik analizi yöntemi ile ortaya konulmakta ayrıca kayıt altına alınan verilerin sınıflandırılmasını ifade eden kategori analizinden yararlanılmaktadır. Analizler stüdyo yapısı, efekt türü, efektlerin süreleri, görüntü kaynağı biçiminde belirlenen dört kategori üzerinden gerçekleştirilmekte ve görsel efekt kullanımının habercilik açısından yarattığı etik sorunlar ortaya konulmaktadır.

1. Televizyon Haberciliği

Haber; gerçekliğin, yayımlanması planlanan medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasına dayalıdır (Rigel, 2000: 177). Bu yönüyle haberin gerçeklik yapısı, farklı etkenlerle biçimlenerek yeniden inşa edilmektedir.

Haberin inşa süreci, habercilerin olay veya olaylara ilişkin elde ettikleri bilgileri değerlendirmelerine dayanmaktadır. Bu sürecin ardından haber gerek gazetede gerekse televizyonda yer almaktadır (Tokgöz, 2013: 238). Haber, aslında bir olayın aktarılışı ile ilgilidir (Yurdigül, 2008: 19). Dolayısıyla bir olayın haber niteliği kazanması, o olayın habercinin süzgecinden geçmesine bağlıdır.

Televizyon haberleri, zamanla birçok insanın dünyada olup biteni öğrenmek için başvurduğu en önemli haber kaynaklarından biri olmuştur (Cushion, 2012: 13). Özellikle düzenli yayıncılığın başlamasının ardından yirmi birinci yüzyılda haberleşme konusunda gazetelerin yanında televizyon da etkin bir kitle iletişim aracı olmaya başlamıştır. 1990'lardan itibaren yaygınlaşan ve yaygınlaştığı ölçüde etkinliği artan televizyon, yapısı itibarıyla gazetecilik faaliyetlerinde farklılıklar yaratmıştır. Yerleşik haber yazım kurallarını ortadan kaldırmamakla birlikte söz konusu kuralları kendi yapısına uyarlayan bu anlayış 'konuşma şeklinde haber verme' biçiminde tanımlanmaktadır (Tokgöz, 2013: 435). Televizyonun ve televizyon yayıncılığının yaygınlaşması ile birlikte 24 saat haber veren tematik kanallar ortaya çıkmıştır. Haber kanallarının ulusal ve uluslararası alanda erişilebilirliğinin artması, farklı dillerde yayın yapan ve milyonlarca kişiye hitap eden haber kanallarının sayısını artırmıştır (Cushion, 2012: 16-17). Televizyon haberciliğinin yapısında büyük değişikliklere sebep olan bu gelişmelerle birlikte

haber kanalları arasında da rekabet söz konusu olmaya başlamıştır. Haberin ilk yayınlandığı kanal olmanın ötesinde haber kanalları, teknoloji kullanımı ve görsel dilde dikkat çekiciliği ön planda tutmaya başlamışlardır.

Televizyon haberleri temelde iki kategori içinde ele alınmaktadır. Bunlardan ilki kısa ve haberlerin özet biçiminde verildiği, diğeri ise haberlerin bir bütün olarak içinde yer aldığı, daha uzun olan haber bültenleridir. Bunların haricinde televizyonda günün önemli olaylarına ilişkin haber programları da yer almaktadır. Bu programlar, haber konusuna ilişkin mülakatlar, röportajlar ve yorumlarla günün önemli olaylarının özetlendiği, değerlendirildiği dramatize havaya sahip içeriklerdir (Tokgöz, 2013: 440). Haber programları; gerçek olaylar, gerçek insanlar ve gerçeğe dayalı durumları, kurgu olmayan ‘gerçek’ malzemelerle işlemektedir. Haber ve haber programlarının arasındaki fark ise içerikleri aynı olayların işleyiş biçimlerinin aynı olmamasıdır. Bu açıdan haber programları, belli bir ön araştırmaya dayalı olması öngörülen, gerçeklere dayalı, daha seyrek aralıklarla yapılan bir televizyon programı olarak tanımlanmaktadır (Poyraz, 2002: 79-80).

Televizyon haberleri insanların bilme ve haberdar olma ihtiyacını, haberin ses ve görüntü unsurları üzerinden karşılayan bir anlatı biçimine sahiptir. Televizyon haberciliğinin en önemli niteliklerinden biri olarak öne çıkan ve televizyonu tercih sebebi yapan görüntü, onu iletişim araçları içinde güçlü bir konuma yerleştirmektedir. Sadece göze değil tüm duylara hitap eden televizyonda, tüm elektronik fenomenlerde olduğu gibi ‘görüntü’ ögesi, karşılıklı etkileşimin başlıca bileşenin oluşturmaktadır (McLuhan ve Fiore, 2012: 125). Dünya nüfusunun önemli bir kısmının gazete okumak yerine haberi televizyondan izlemeyi tercih etmesi, geleneksel medya içinde kategorize edilen televizyonun dünyada neler olup bittiğinin öğrenilmesi açısından başvurulan ana kaynaklardan olduğunu göstermektedir (Giddens, 2008: 652). Diğer yandan televizyon, teknolojik yeniliklere ayak uydurarak izleyicilerin odağı olmayı sürdürme eğilimi göstermektedir. Ancak televizyonun izleyiciyi çekebilmesi ve tutabilmesinin asıl sebebinin görüntü oluşturmaktadır. Televizyon haberlerinde, habere ilişkin birtakım bilgiler yazılı biçimde yine görsel olarak sunulmaktadır (Uyguç ve Genç, 1998: 49). Medya organizasyonları tarafından gerek kalite gerekse prestij göstergesi olarak görülen

haber, televizyon yayıncılığı açısından da aynı önemi taşımaktadır (Yurdigül, 2008: 57). Televizyon haberciliği, anlatımını görsel gücünden almaktadır. Televizyonun görüntüye olan bağlılığı onu güçlü kılmaktadır. Dolayısıyla televizyon haberciliğinde görüntü metnin ve anlatımın en önemli tamamlayıcısı konumundadır. Bu açıdan görüntü, televizyondaki diğer türlerde olduğu gibi haberler açısından da önemsenmektedir.

Medya kültürü bağlamında televizyon; cinayet, şiddet, seks ve benzeri skandallar gibi gündeme oturan olaylara, maçlara, ‘son dakika’ haberlerine, eğlenceye ve medya eliyle şişirilen önemsiz olaylara dair ‘dev gösteriler’ yaratmaktadır (Kellner, 2013: 8). Görüntünün gücü üzerinden izleyiciyi kendine bağlayan televizyon haberleri, hitap edilen görsel ve işitsel algıdaki etkisini ve ilgi çekiciliğini koruyabilme hatta artırabilme adına haberi gösteriye dönüştürebilmektedir. Haber dilinin de buna göre şekillendirildiği bu süreçte, teknolojik imkânlar çerçevesinde canlandırma, müzik, ses efektleri, çeşitli grafikler ve görsel efektler kullanılarak haber bir dönüşüme uğratılmaktadır. Bu dönüşüm, haberin magazin ve eğlenceye dayalı farklı bir türe evrilmesinde etkili olmaktadır. Bu açıdan seyirciden belirli bir teslimiyet bekleyen ve bu doğrultuda seyirci üzerinde hâkimiyet kuran haber, drama düzenine dayalı özel bir ‘gösteri türü’ olarak biçimlenmektedir (Coşkun, 1995). Haberin eğlence odaklı bir gösteriye dönüşmesinde teknoloji kullanımının da önemli bir etkisi söz konusudur. Özellikle günümüzde haber ve habercilik faaliyetlerinin teknoloji ile ilişkisi, teknolojinin haber üzerinde doğrudan etkili bir unsur olduğunu göstermektedir. Bir olayın haberleştirilme sürecine ilişkin tüm aşamaları kapsayan teknoloji bu noktada önemli bir belirleyen olma özelliği taşımaktadır.

2. Televizyon Haberlerinde Görsel Efektler

Teknolojik yeniliklere bağlı olarak ortaya çıkan, gelişen ve zamanla insan hayatında birçok açıdan etkili olduğu geniş kabul gören televizyonun temelini ‘görüntüler evreni’ oluşturmaktadır. Görme kültürüne dayalı olan bu evren televizyon anlatım sürecinin en önemli gücü ve belirleyicisi konumundadır.

Görünür olana ilişkin inandırıcılığın arttığı çağımızda, görsellerin ve görselliğin önemi de artmıştır. Görüntüye dayalı bir aygıt olarak ortaya çıkan televizyon, insanlara görsel bombardıman yaşatabilecek bir güce ulaşmıştır. Televizyonun gücünü aldığı görsellik, anlatımın da başat unsuru olarak değer kazanmıştır.

Televizyon içerikleri metinlerle somut hale getirilmekte, metinle uyumlu olacak biçimde çekilen görüntülerin kurgu, seslendirme, müzik ve efekt gibi birtakım teknik aşamalardan geçirilmesiyle görselleştirme süreci işlemektedir (Cereci, 2013). Bu yönüyle televizyonda görüntünün ortaya çıkarılması; çekim öncesi planlamadan çekim sürecinde ışık, ses, kamera konumu, açı ve çerçeveleme gibi unsurların yanı sıra çekim sonrası kurgu ve görsel efektler gibi teknik aşamaları da içine alan, teknolojik araçların kullanımına dayalı bir süreçtir. Bu süreç, insan gözünden daha kısıtlı bir çerçeveye sahip olan televizyonun bu eksikliğini unutturulmasının yanı sıra izleyicide gerçeklik hissi uyandırılmasını da içermektedir. Bu bağlamda televizyon yapımlarında görsel etkiye dayalı bir teknik olarak kullanılan efektler, hem anlatımı tamamlayıcı hem de izleyici üzerinde gerçeklik hissi uyandıracak veya izleyiciyi eğlendirecek bir unsur olma özelliği ile dikkat çekmektedir.

Kavram olarak sıkça birbirine karıştırılan özel efektler ile görsel efektler, uygulanma aşamaları ve biçimleri itibariyle birbirinden ayrılmaktadır. Bu açıdan özel efektler çekim aşaması olarak ifade edilen prodüksiyon sürecinde fiziksel yollarla, görsel efektler ise yapım sonrası aşaması olarak ifade edilen post prodüksiyon sürecinde, bilgisayar ortamında yapılan uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Mitchell, 2004: 1-2). Özel efektler makyaj, prodüksiyon, post-prodüksiyon süreci ve dijital projeksiyon tekniklerini de kapsayan daha geniş kapsamlı görsel ve işitsel etki temelli düzenlemeleri ifade etmektedir. Görsel efektler ise bilgisayar teknolojilerinin prodüksiyon sürecine dahil olmasıyla, çekim esnasında yapılan bazı uygulamaların çekim sonrasında bilgisayar ortamında yapılmasını sağlayan teknikleri içermektedir. Bu açıdan özel efektler gerçek dünyaya, görsel efektler ise sanal dünyaya ilişkin teknik bir işlem sürecini tanımlamaktadır (Yurdigül ve Zinderen, 2013: 125). Hem özel efektler, hem de görsel efektler televizyonda ve televizyon haberciliğinde kullanılmaktadır. Ancak özellikle görsel efektler tüm süreçlerin dijitalleştiği

televizyon yayıncılığı açısından daha sık kullanılan bir teknik olma özelliği taşımaktadır.

Temelde sinema zemininde ortaya çıkan efekt teknikleri, gelişen teknolojiye paralel olarak bir evrim süreci geçirmiştir. Televizyon, ortaya çıkması ve yaygınlaşmasına bağlı olarak efektlerin en önemli uygulama alanlarından biri haline gelmiştir. Televizyonda efektler, tür ve uygulama biçimi açısından sinemadan ayrılmaktadır. Ancak genel olarak efektler sinema ve televizyonda inandırıcılığın artırılması, gerçeklik hissinin yaratılması ve izleyici üzerinde büyümlü bir etki yaratarak yapımın izleyici üzerinde etkileyici olabilmesi gibi açılardan önemli işlevlere sahiptir.

Gerek sektörde gerekse literatürde Visual FX (görsel FX) olarak ifade edilen ve 'vfx' biçiminde kısaltılan görsel efektler, çekim sırasında elde edilemeyen veya elde edilmesi zor sahnelerdeki görsellerin veya görselliğın yaratılması için kullanılan kapsamlı bir tekniktir. Görsel efektler, söz konusu görsel veya görselliğın post prodüksiyon sürecinde bilgisayar ortamında yaratılmasını ifade etmektedir. Teknolojik yeniliklere bağılı olarak zamanla farklı uzmanlıklar gerektiren disiplinlere ayrılan görsel efektler, kompleks bir disiplin haline gelmiştir. Sinema ve televizyonda farklı uygulama biçimleri olan efektler, televizyonda program türüne göre de farklılaşabilmektedir. Sinematografik drama unsurları içinde sınıflandırılan sahneyi gerçekçi ve etkili kılma gerekliliğı, haber anlatı yapısının kurulması noktasında da ortaya çıkmaktadır. Haber anlatı yapısı ve gerçekliğın kurulması ilişkisi üzerinden önemli bir işleve sahip olan efektler, sinemada olduğı gibi gerçekliğın inşasında pekiştirici bir unsur olarak görölmektedir (Yurdigöl ve Yurdigöl, 2014). Dolayısıyla televizyon haberciliğında görsel ve işitsel etki temelli bir teknik olarak değerlendirilen görsel efektler, anlatımın tamamlayıcısı olarak kullanılmasının ötesinde izleyici üzerinde ilgi çekici etkiler bırakarak haber gerçekliğında kırılmalar yaratabilen bir teknik olabilmektedir.

Haberin gerek yapım gerekse yayın sürecini içine alan aşamalarda efekt teknolojilerinin kullanımı, haberin yeniden inşa edilmesi çerçevesinde farklı bir gerçeklik düzlemine oturmasına neden olmaktadır. Efektlerin kullanım biçimi ve

boyutlarına bağlı olarak haber, dezenformatif bir yapıya bürünebilmektedir. Bu durum televizyon haberciliği açısından etik/ahlaki bir sorunsala dönüşebilmektedir.

3. Televizyon Haberciliğinde Etik

Etik, felsefi düzlemde tartışılan ve insanların eylemlerini ahlaki açıdan değerlendirerek ilkeler belirleyen ve bu anlamda ahlak felsefesi olarak da ifade edilen bir kavramdır. Etiğe ilişkin tartışmalar toplumsal mekanizmaların tümünü içine alacak şekilde gerçekleşmektedir. Son yıllarda etiğe ilişkin tartışmaların başında ise meslek etiği gelmektedir. Meslek etiği toplumsal etik, ekoloji etiği, iktisat etiği, barış etiği gibi uygulamalı etikler içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bir mesleği icra ederken kişinin yapması ve yapmaması gerekenlerle ilgili hususlar meslek etiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla iş, sadece teknik kurallar temelinde değil, diğer insanları ilgilendiren ahlaki kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen bir etkinlik olarak anlam kazanmaktadır. Tüm meslek gruplarının etik ilkeleri genel ahlaki ilkeye ve mesleğinde en iyi olma ilkesine dayanmaktadır (Uzun, 2016: 26). İletişim bilimleri açısından ise meslek etiği, iletişim etiği çerçevesinde tartışılmaktadır.

İletişim etiği; iletişim alanında çalışan kişilerin meslek etiği olarak tanımlanabilmektedir. Dolayısıyla iletişim etiği; haber ajanslarının, gazetelerin, radyo ve televizyon kuruluşlarının, haberciliği internet ortamında icra edenlerin, reklamcılarının ve halkla ilişkiler alanında çalışanların meslek etiğini kapsamaktadır (Uzun, 2016: 27). Haber üretim sürecinden yayın aşamasına kadar uyulması gereken bir dizi etik kural ‘basın ahlakı’ çerçevesinde toplanmaktadır. Basın ahlakı, basın özgürlüğünü korumak ve sürdürmek için gerekli bir ahlak anlayışını ifade etmektedir. Bu çerçevede bir dizi basın meslek ilkeleri/kuralları belirlenmiştir. Doğru haber verme, haber kaynağının korunması, gazetecinin iftiradan, hakaretten, özel yaşamın ihlalinden, kamu ahlakını zedelemekten, haber alabilmek için dürüst olmayan yollara başvurmaktan kaçınması basın meslek kurallarının başında gelmektedir. Dolayısıyla basın ahlakı ile basın meslek ilkeleri ayrılmaz bir bütündür (Tokgöz, 2013: 155-156). Diğer taraftan etik ilkelerin belirlenmesi gazetecilerin etik davranmasını sağlamak açısından yeterli olmamaktadır. Medya kuruluşları ve gazeteciler meslek kurallarını, etik ilkeleri belirlemek ve bunlara uyulmasını

sağlamak amacıyla bir takım yöntemler geliştirmiştir. Bu bağlamda kendi kendini denetlemeyi sağlayan yöntemlerin başında etik komisyonları, ombudsman (kamu denetçisi), basın konseyi ve medya gözlemleri gelmektedir (Uzun, 2016: 54).

Medya etiğinin iletişim alanındaki yapılandırmalarda başlıca konulardan biri haline gelmesinde 1980 sonrası dönem etkili olmuştur. Kamu hizmeti olarak görülen telekomünikasyon ve kitle iletişimi gibi alanların piyasa rekabetine açılması dolayısıyla özelleşmesi medya kuruluşlarının toplumsal meşruiyetlerinin yeniden tanımlanmasını gerektirmiştir (Taş, 2010: 3). Dolayısıyla basının kamu yararına hareket etme misyonu, basın özgürlüğü ve tarafsızlığı gibi pek çok konu tartışmaya açılmıştır. Piyasa rekabet koşulları içerisinde üretilen haberin güvenilirliği ve tarafsızlığı sorgulanmaya başlanmıştır. Bu çerçevede “*medya etiğinin piyasanın manipülatif gücünün panzehiri olarak işlev görebileceği, endüstrinin etik ilkelere bağlı kılınmasıyla kamuya olan güven ilişkisinin korunabileceği, kısaca medyanın demokratik işlevlerinin kendi kendini denetleyerek (self-regulation) yerine getirebileceği savunulmuştur.*” (Taş, 2010: 3). Her ne kadar meslek ilkelerinin denetleyici ve düzenleyici bir işlevi olduğu gerçeği inkâr edilemese de rekabete dayalı haber üretimi pek çok etik sorunu beraberinde getirmektedir.

Genel olarak medya araçları üzerinden gerçekleşen iletişim süreci, zihinlerde anlamların yaratılması noktasında kilit işleve sahiptir. Bu durum, medyanın dünyayı görme biçimimizi derinden etkileme gücüne işaret etmektedir (Burton, 2008: 39). Medyada etik sorunlara ilişkin tartışmalar medya organlarının genelini içine alacak şekilde gerçekleştirilebileceği gibi kitle iletişim araçları özelinde de tartışmaya açılmaktadır. Bu durumun en önemli sebebi ise her yayın organının işleyiş yapısının kendi içerisinde değişmesidir. Bu çerçevede gazete, radyo, televizyon veya internet gibi iletişim mecralarında ortaya çıkan sorunlar özel olarak ele alınmaktadır.

Televizyon haberciliğinde etik kurallar radyonun başlangıç yıllarında geliştirilen bir dizi ilke üzerine inşa edilmiştir (Matelski, 1996: 41). Ancak televizyon haberciliğinde görülen etik sorunlar haber metnini de içine almakla birlikte büyük oranda görsel malzeme kullanımı bağlamında ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle zamanla televizyon haberciliğinde görseleliğe ilişkin etik kurallar geliştirilmiştir. Uzun, televizyon haberciliğinde görüntüden kaynaklı etik sorunları arşiv

görüntülerinin kullanılması, canlandırmaya başvurma, film görüntülerinin kullanılması, amatör kamera görüntülerinin kullanılması ve gizli kamera çekimlerinin kullanılması olarak sınıflandırmaktadır (2016: 209). Günümüzde televizyon haberciliğinde haber konusuna ilişkin güncel görüntü olmadığında arşiv kullanımına rastlansa da canlandırma, film ve özellikle gizli kamera görüntülerinin kullanımı çok yaygın değildir. Piyasa odaklı habercilik anlayışının bir getirisi olan haber eğlence olgusu (infotainment), olayları dramatize etme sorunu, görüntü tekrarı, görüntünün manipüle edilmesi ve haberleri kısa sürede aktarma sorunu gibi durumlar televizyon haberciliğinde etik ihlaller yaratan diğer hususlardır.

Postman'a göre televizyon, yapısı gereği bütün temaları eğlence olarak sunmaktadır. Görsel bir yapıya sahip olan televizyon haberciliğinin yapım ve yayın sürecini içine alan aşamalardaki etkiler haberin yapısını ve gerçekliğini doğrudan ilgilendirmektedir. Bu düzlemdeki bir haber eğitim, düşünme ya da bir katarsis değil eğlence çerçevesi ortaya koymaktadır (2014: 101-102). Bu tutumu medyanın, ön plana çıkma eğilimi ile üretim-tüketim ve politik süreçlere hakim olma çabasını açığa çıkarmaktadır (Kellner, 2013: 8). Diğer yandan medya iletişiminin bir parçası olarak haber materyallerinin herhangi bir ürün gibi alınıp satılması söz konusudur (Burton, 2008: 136). Bu husus, tarafsızlık atfedilen haberin ve haberciliğin büyümesini ortadan kaldırmakta ve etik ihlallere açık kapı bırakmaktadır. Matelski'ye göre televizyonlar ve televizyoncular inkar etse de televizyon temelde tamamen eğlendirici bir araç olarak inşa edilmiştir (1996: 23). Televizyon haberciliğinde eğlence veya manipülatif yapı ise çoğunlukla görsel dil üzerinden kurulmaktadır. Günümüzde efekt teknolojilerinin kullanımıyla yeniden inşa edilen/kurulan haber, farklı bir gerçeklik düzlemine çekilirken beraberinde birtakım sorunlar da doğurmaktadır. Efektlerin kullanım boyutlarıyla yakından ilişkili olan bu durum, haber gerçekliğinde derin değişiklikler yaratabilmektedir. Bu değişikliklerle efekt uygulamaları haberin dezenformatif niteliğe bürünmesine neden olabilmektedir. Örneğin bir savaşı veya savaşın yarattığı dramı ele alan haber, yoğun efekt kullanımı ile yeniden inşa edilmektedir. Bu yönüyle haber, yapısı itibariyle uyandıracığı veya uyandırması ön görülen etkiye sahip olmaktan uzak kalabilmekte, etik/ahlaki sorunsal yaratabilmektedir.

Haberin eğlenceye dönüştürülmesi, haber gerçekliğine ilişkin geniş bir tartışma zemini yaratmaktadır. Efektlerin televizyon haberciliğinde etkin kullanımı çerçevesinde ortaya çıkan bu durum, haberin ve haber görselliğinin sadece gerçeklik değil etik/ahlaki yönünü de tartışmaya açmaktadır. Son derece çarpıcı bir savaş haberinde gözler önüne serilen insani dram, tıpkı bir Hollywood filmi gibi göz kamaştıran etkili görsel efektlerle, artırılmış gerçeklik uygulamaları ile izleyiciye sunulabilmektedir. Ekranlarda sıkça görmeye başladığımız ve izleyicide heyecan uyandıran bu uygulamalara ‘ilgi çekici’ ve ‘gerçekçi’ olma kaygısıyla başvurulmaktadır. Bu kaygıya dayalı olarak habere konu olan olay yeniden çeşitli açılardan inşa edilmekte, haberin gerçeklik çatısı bir kez daha değiştirilmiş olmaktadır. Bu yönüyle haber konusu, belli amaçlar çerçevesinde gerçeklik bağlamından koparılmaktadır.

4. Metodoloji

Gelişen teknolojik altyapıya bağlı olarak televizyon haberciliğinde görsel efektlerin kullanımının, haber-etik ilişkisi içinde ele alınması çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Efektler, televizyon haberlerinde kullanım biçimi ve boyutlarına bağlı olarak gerçekliğin değişmesi, haberin eğlenceye dönüşmesi ve dezenformatif bir nitelik kazanması gibi etkiler yaratabilmektedir. Bu yönüyle haberin yapım ve yayın sürecini içine alan aşamalarda efektlerin etkin kullanımının etik/ahlaki sorunsal yaratacağı hipotezi üzerine kurulan bu çalışma, efektler üzerinden haberin yeniden inşa edilmesine odaklanmaktadır.

Günümüzde gerçek görüntülerin çeşitli efektlerle donatıldığı/süslendiği televizyon haberciliğinde, efektler artık haber teknolojileri içinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Çalışma kapsamında televizyon haberciliğinde görsel efektlerin kullanım biçimi ve yarattığı etik sorunlar içerik analizi yöntemi ile ortaya konulmaktadır. Laswell, Berelseon ve Lazarsfeld gibi araştırmacılar içerik analizinin, iletişimin görünen içeriğine ilişkin nesnel, nicel ve sistematik bir betimleme olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır (Bilgin, 2006: 4). Dolayısıyla, belli şeylerin miktarının, belli iletişim biçimi örnekleminde ölçülmesine dayalı bir araştırma tekniği olan içerik analizi (Berger, 1996: 104), medya içeriklerinin bağlamlarına ve anlamlarına dayalı çıkarımlar yapmayı sağlayan bütüncül bir yöntemdir (Yıldırım,

2015: 105-106). Bu çerçevede bir televizyon program türü olan haber programları özelinde görsel efektlerin kullanımı, seçilen örnekler üzerinden irdelenmektedir.

Televizyon haberciliğinde belirli özel efekt ve görsel efektlerin etkin bir biçimde kullanımı söz konusu olsa da, haberlerin etik bağlamda ele alınması buna uygun örneklem seçimini zorunlu kılmıştır. Bu çerçevede amaçlı/yargısal örnekleme tekniğine dayalı olarak Türkiye’den ve dünyadan farklı tarihlerde farklı kanallardaki haber bültenleri içinden savaş, şiddet ve doğal afet gibi olumsuz olayları konu alan haberlerden belirli kesitler ele alınmıştır. Bu haberlerin ortak noktalarını ise temaları ve görsel efekt kullanım boyutları oluşturmaktadır. Ancak bu noktada özel efekt ve görsel efekt ayırımına gidilerek kamera önündeki fiziksel uygulamalar ile ışık ve makyaj başta olmak üzere görseelliğin beslendiği özel efekt olarak kategorize edilen teknikler kapsam dışında bırakılmış, yalnızca görsel efekt teknikleri üzerinde durulmuştur.

Çalışmada çözümlene aracı olarak kayıt altına alınan verilerin sınıflandırılmasını ifade eden kategori analizi kullanılmıştır. Analizler stüdyo yapısı, efekt türü, efektlerin süreleri, görüntü kaynağı biçiminde belirlenen dört kategori üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Analiz Kategorileri

Kategori	Kategori Detayı
Stüdyo Yapısı	Haber bültenlerindeki stüdyo yapısının sınıflandırılması (sanal stüdyo, reel stüdyo, green screen v.s.)
Efektlerin Süreleri	Haber bültenlerinde kullanılan efektlerin süreleri.
Görüntü Kaynağı	Haber bültenlerinde görüntü kaynağının belirlenmesi (canlı, donuk kare, 3D, v.s.).
Efekt Türleri	Ele alınan haber bültenlerinde kullanılan efektler ve bu efektlerin türleri.

Haberin yapım ve yayın sürecinde efektlerin etkin kullanımı çerçevesinde etik/ahlaki sorunların doğacağı hipotezi çerçevesinde analizler, belirlenen kategoriler üzerinden yapılmıştır. Bu doğrultuda örnek haber bültenlerine yönelik bulgular, seçilen haber temaları çerçevesinde haber etiği ve görsel etik bağlamında değerlendirilmiştir.

5. Bulgular ve Analiz

Televizyon haberciliğinde görsel efekt kullanımının yarattığı etik sorunlara odaklanan çalışma kapsamında üç haber kanalı incelenmiştir. Bu kanallar Türkiye’den TGRT Haber, Rusya’dan RT (Russia Today) ve Amerika’dan The Weather Channel olarak belirlenmiştir.

İncelenen kanallardan ilkinin Türkiye’de yayın yapan TGRT Haber olduğunu belirtmektedir. İhlas Holding bünyesinde yayın yapan TGRT Haber 2004’te haber kanalı formatında kurulmuştur. Ele alınan ikinci haber kanalı ise RT adıyla 2005’te Rusya’da kurulan haber kanalıdır. RT bünyesinde Rusça’nın yanı sıra İngilizce, Arapça ve İspanyolca gibi farklı dillerde uluslararası nitelikte 24 saat haber yayını yapan televizyon kanalları da bulunmaktadır. Ele alınan üçüncü kanal ise Amerika’da yayın yapan The Weather Channel’dir. Bu kanal ise hava durumu haberleri ve hava analizleri temalı bir yayın anlayışına sahiptir.

Şekil 1. İncelenen Kanallar



Kaynak: <https://tgrthaber.com.tr>; <https://www.rt.com>; <https://weather.com>

Televizyon haberciliği, sinema yapımlarından farklı olarak belirli özel efekt ve görsel efektlerin etkin olarak kullanıldığı bir alan olma özelliği taşımaktadır. Çalışmada analizlerin etik bağlamda yapılması bu bakış açısına uygun örneklem seçimini zorunlu kılmıştır. Dolayısıyla amaçlı/yargısal örnekleme tekniği ile Türkiye’den ve dünyadan farklı tarihlerde farklı kanallardaki haber bültenleri içinden savaş, şiddet ve doğal afet gibi olumsuz olayları konu alan haber bültenleri ele alınmıştır. Seçilen haber kanallarındaki bültenler içinden görsel efektlerin yoğun ve etkin kullanıldığı örnek kesitler analiz edilmiştir. Bu çerçevede TGRT Haber’in Türkiye’nin Suriye’deki operasyonlarını konu alan ve 2017 yılının Mart ayında yayınlanan bir haberi seçilmiş ve analiz edilmiştir. Bu haber Türk televizyonlarında

üç boyutlu efektlerin bu niteliklerde kullanıldığı ilk haber olmaz özelliği de taşımaktadır. Günümüzde farklı dillerdeki kanallarında dijital tabanlı efektleri etkin bir biçimde kullanan RT kanalından ise 3 boyutlu efektlerin ilk kez kullanıldığı 2013 yılından geniş kapsamlı üç boyutlu ve diğer görsel efektlerin uygulandığı savaş konulu bir haber analiz için seçilmiştir. The Weather Channel'da ise Floransa kasırgasını konu alan ve konuya ilişkin bilgilerin üç boyutlu görsellerle verildiği haber seçilerek analiz edilmiştir.

Dijital tabanlı görselliğin yoğun olarak kullanılması nedeniyle stüdyo ortamında haber sunum süreci analiz kapsamında ele alınmıştır. Kanallar incelendiğinde görsel efekt kullanımının yarattığı etik sorunları ortaya koymak için analiz edilen süre; TGRT Haber'de 00'.25", RT'de 01'.10", The Weather Channel'da ise 02'.18" şeklindedir.

Tablo 2. Süreler

	Süre
TGRT Haber	00'.25"
RT	01'.10"
The Weather Channel	02'.18"

Kullanılan efektler açısından incelendiğinde TGRT Haber'de Türkiye dışında RT başta olmak üzere birçok televizyon kanalının haberlerinde rastlayabileceğimiz 3 boyut teknolojisinin kullanıldığı görülmektedir. Haberde kullanılan teknik daha önce farklı yabancı televizyon kanallarında kullanılan teknikle birebir aynıdır. Ancak TGRT Haber'de hem grafikler hem de görselin boyutlarına bağlı olarak bu tekniklerin kullanım biçiminin gerçekçilikten uzak olduğu görülmektedir. Haberde bahsi geçen Türk yapımı Fırtına Obüsü ile stüdyoya girişi verilen uçak görüntüsü, RT'de aynı tarzdaki görsellerle kıyaslandığında ciddi bir amatörlik göze çarpmaktadır.

Şekil 2. RT ve TGRT Haber 3D Teknoloji Kullanımı



Kaynakça: (<https://www.rt.com;>).

TGRT Haber’de obüs ve uçağın stüdyo ortamından geçtiği anlarda haber sunucusu irkilme, dumandan dolayı öksürme gibi tavırları ile dikkat çekmektedir. Bu noktada sunucunun haber sunmaktan öte bir oyuncuya dönüştüğü, bu oyunu sergilerken de abartılı tavırlar içinde olduğu görülmektedir. Sunucunun bu tavırları kullanılan görseller üzerinden haberi eğlenceli hale getirme çabasını açığa çıkarmaktadır.

Şekil 3. TGRT Haber 3D Teknoloji Kullanımı ve Sunucunun Rolü



Kaynak: (<https://www.tgrthaber.com.tr>)

RT’de yine savaş konulu bir haber üç boyutlu görsel efektlerle verilmiştir. Bu efektlerle stüdyodan uçak ve tankın geçmesi ile patlama gibi görsellikler yaratılmaktadır. Haberlerde sıkça kullanıldığına tanık olduğumuz green screen ise kullanılmamıştır. Bunun yerine stüdyoda dev ekranlar kullanılmıştır. Grafik ve haritaların kullanıldığı ve görüntünün sürekli değiştiği dev ekranlarda gerçek mekan görüntüleri üzerinde ateş ve duman gibi görsel efektler ile etkileyici bir görsellik yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Şekil 4. RT 3D Teknoloji Kullanımı ve Sunucunun Rolü



Kaynakça: (<https://www.rt.com;>).

TGRT Haber’de olduğu kadar abartılı olmasa da RT’de de sunucu, haberi aktarırken aynı zamanda oynamaktadır. 3 boyutlu efektlerle stüdyoda olduğu izlenimi yaratılan patlama sonrası sunucu üzerine toz gelmiş gibi davranmakta ve elbisesini temizlemektedir.

Şekil 5. RT 3D Teknoloji Kullanımı ve Sunucunun Rolü



Kaynakça: (<https://www.rt.com;>).

The Weather Channel’da ise Floransa kasırgasını konu alan haber tamamen sanal bir stüdyoda çekilmiştir. Sunucuya yakın plandan başlayan haberde, kamera açısını genişlettikçe mekan ortaya çıkmaktadır. Sunucu bu stüdyoda rejiden kontrol edilen görsellere uygun hareket etmektedir. Görseller harita, grafik ve metin ile 3 boyutlu mekânda su ve fırtına animasyonundan oluşmaktadır.

Şekil 7. The Weather Channel'da 3D Teknoloji Kullanımı



Kaynak: (<https://www.youtube.com/theweatherchannel>)

Süresi iki dakikayı aşan görüntülerin tamamında 3 boyutlu animasyonların kullanıldığı görülmektedir. Fırtına ve sel senaryoları üzerine konuşulan haberde su yavaş yavaş yükselmekte ve çevredeki nesnelere sürüklemeye başlamaktadır. Dolayısıyla haberlerde konuşulanlar animasyon teknikleri ile canlandırılmaktadır. The Weather Channel'da dikkat çekici 3 boyutlu görsellerle konu ilgi çekici hale getirilirken bu görseller sunucunun ses tonu ile ve vurgulamaları üzerinden heyecan uyandırıcı nitelikte sunulmaktadır.

Şekil 8. The Weather Channel'da 3D Teknoloji Kullanımı



Kaynak: (<https://www.youtube.com/theweatherchannel>)

Ele alınan örnekler görüntü kaynağı açısından incelendiğinde üç kanalın da canlı yayın yaptığı görülmektedir. Üç kanal da bu yayınlarında 3 boyutlu animasyon kullanmaktadır. Metin ve grafik kullanımına The Weather Channel'da rastlanırken TGRT Haber ve RT'da kullanılmamıştır. Donuk kareye ise üç kanalda da yer verilmemiştir.

Tablo 3. Görüntü Kaynağı

	TGRT Haber	RT	The Weather Channel
Canlı	✓	✓	✓
Donuk Kare	-	-	-
Metin ve Grafikler	-	-	✓
3D	✓	✓	✓

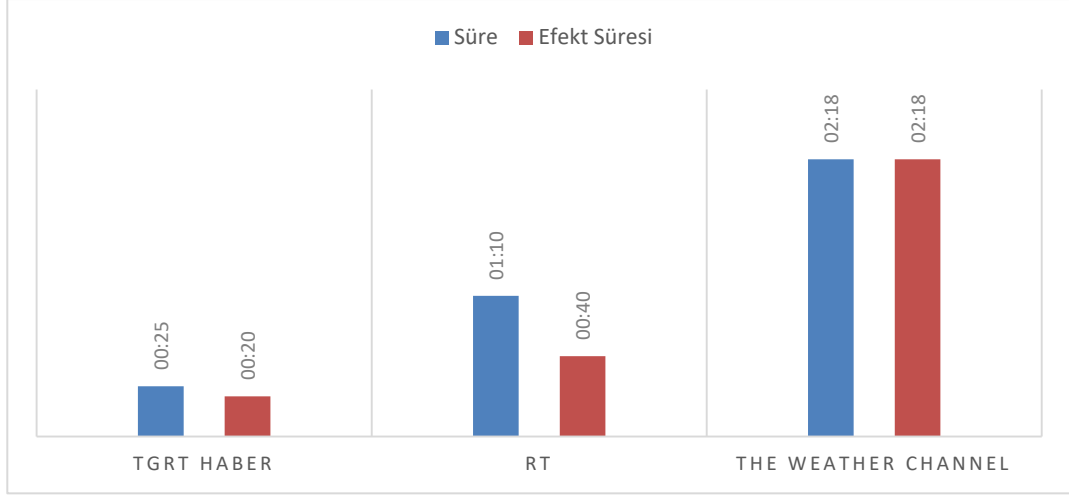
Ses kullanımı açısından bakıldığında üç kanalda da doğal ses bulunmaktadır. Diğer yandan üç kanalda da kullanılan 3 boyutlu animasyonlar için patlama, fırtına gibi görselliğe uygun çeşitli ses efektlerinin kullanıldığı görülmektedir. Müzik ise The Weather Channel'da kullanılmazken TGRT Haber ve RT'de bülten başında kullanılmıştır.

Tablo 4. Ses Kullanımı

	TGRT Haber	RT	The Weather Channel
<i>Doğal Ses</i>	✓	✓	✓
<i>Ses Efektleri</i>	✓	✓	✓
<i>Müzik</i>	✓	✓	-

İncelenen haberlerde efekt kullanımı haberlerin büyük bir kısmına yayılmaktadır. TGRT Haber'de 25 saniyeden oluşan kesit içinde efektlerin kullanım oranı %80; RT'de 1 dakika 10 saniyelik kesit içinde efekt kullanım oranı %36,6; The Weather Channel'da ise 2 dakika 18 saniyeden oluşan kesitin %100'ünde efekt kullanımı söz konusudur. Dolayısıyla özellikle The Weather Channel'da haberin tamamında bilgisayar tabanlı görsellerin yoğun kullanımı dikkat çekmektedir.

Şekil 9. Efekt Kullanım Süreleri



Stüdyo yapısı açısından ele alındığında; TGRT Haber ve RT'in gerçek stüdyo ortamında 3 boyutlu teknikler ile gerçek görüntülerin birleştirilmesine imkân tanıyan sistemlerle yayını gerçekleştirdiği görülmektedir. Diğer yandan The Weather Channel'ın tamamen sanal stüdyo kullandığı görülmektedir. Sanal stüdyolar tek mekâna bağlı kalınmadan ve dekora büyük bütçeler ayrılmadan çekim yapabilmenin önünü açan teknikler olarak kullanılmaktadır. Stüdyoda green box tekniği ile yeşil zemine istenen iki ve üç boyutlu görseller yerleştirilebilmektedir. Bu işlem önceden hazırlanmış görsellerin 'real time' olarak ifade edilen gerçek zamanlı 'key'leme işlemi üzerinden birleştirilmesiyle gerçekleştirilmektedir. Green box tekniği için çeşitli yazılımlar ve sistemler kullanılmaktadır. 'Compositing' olarak tanımlanan; yeşil zemine 3 boyutlu görseller ve mekânın yerleştirilmesine dayalı birleştirme işlemi, reji sistemleri ile yapılmaktadır. Işık ve kamera hareketleri de bu planlama içinde önemli noktaları oluşturmaktadır.

Seçilen örnekler incelendiğinde haber sunumuna ve habere eklenen görsel efektlerin kullanımı açısından etik sorunların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu çerçevede ortaya çıkan ilk sorun haber gerçeklik ilişkisi bağlamındadır. Günümüz haber anlayışının yaslandığı liberal/çoğulcu paradigmaya göre haber gerçeği olduğu gibi aktarabilmektedir. Bu bakış açısı çerçevesinde analiz gerçekleştirildiğinde teknolojik olarak yaratılan patlama, sel, duman gibi görüntüler yapay biçimde

üretilmekte dolayısıyla haber gerçeklikten uzaklaşmakta, bir kurguya dönüşmektedir. Bununla birlikte her üç haberde de haber sunucusunun yapay olarak üretilen görüntüler gerçekmiş gibi davranması ve tepki vermesi sunucusunun haberi aktarma işlevini bir kenara bırakarak rol yapması haber sunucusunu oyuncuya haber stüdyosunu da film setine dönüştürmektedir. Bu çerçevede ortaya çıkan bir diğer sorun haber-eğlence olgusu bağlamındadır. Etik açıdan ortaya çıkan üçüncü sorun ise savaş, patlama ya da sel gibi habercilik açısından oldukça hassas olunması gereken durumların görsel efektlerle süslenerek izleyiciye aktarılmasıdır. Ayrıca 3 boyutlu animasyon teknolojisiyle şiddetin yeniden üretilmesi, bir başka etik soruna işaret etmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Televizyonda anlatım görsel bir dil üzerinden inşa edilmektedir. Bu yönüyle televizyon haberciliği gücünü görsellikten almaktadır. Görüntünün gücü üzerinden izleyiciyi kendine bağlayan televizyon haberleri, görsel ve işitsel algıya yönelik etkisini ve ilgi çekiciliğini koruyabilme/artırabilme amacıyla haberi gösteriye dönüştürebilmektedir.

Televizyonda görüntünün ortaya çıkarılması birçok aşamayı içine almaktadır. Bu aşamalar; çekim öncesi planlamadan çekim sürecinde ışık, ses, kamera konumu, açı ve çerçeveleme gibi unsurların yanı sıra çekim sonrası kurgu ve görsel efektler gibi teknik aşamaları da kapsayan bir iş akış süreci üzerinden işlemektedir.

Teknolojik imkânlar çerçevesinde izleyicinin dikkatini çekme, gerçeklik hissi uyandırma gibi farklı amaçlarla canlandırma, müzik, ses efektleri, çeşitli grafikler ve görsel efektlerin kullanıldığı haber, bir dönüşüme uğramaktadır. Bu dönüşüm, haberin magazin ve eğlenceye dayalı bir ‘gösteri’ türü olarak tanımlanan farklı bir yapıya evrilmesine işaret etmektedir. Haberin dönüşüm sürecinde teknoloji kullanımının önemli etkileri söz konusudur. Dolayısıyla günümüzde herhangi bir olayın haberleştirilmesindeki tüm aşamaları kapsayan teknoloji, önemli bir belirleyen konumundadır.

Televizyon haberciliğinde görsel etkiye dayalı bir teknik olarak kullanılan efektler, hem anlatımı tamamlayıcı hem de izleyici üzerinde gerçeklik hissi

uyandırma özelliği ile dikkat çekmektedir. Temel kullanım alanı sinema olan efekt teknolojileri, televizyon yayıncılığındaki ilerlemelerle bu alanda da etkin olarak kullanılmaya başlanmıştır. Gerek özel efektler gerekse görsel efektler televizyonda ve televizyon haberciliğinde yaygınlaşarak geniş bir kullanım alanına ulaşmıştır. Ancak sinema sektöründe yaygın bir biçimde kullanılan efektlerin tümü televizyon ve televizyon haberciliğine uymadığından kullanılan efektler tür ve uygulama biçimi açısından sinemadan ayrılmaktadır. Günümüzde televizyonda ‘green box’ teknolojisi başta olmak üzere özellikle son zamanlarda 3 boyutlu animasyon ve sanal (virtual) stüdyo kullanımı yaygınlaşmıştır. Özellikle görsel efektler ve artırılmış gerçeklik uygulamaları tüm süreçlerin dijitalleştiği televizyon yayıncılığı açısından giderek daha sık kullanılan teknikler olarak dikkat çekmeye başlamıştır.

Haber süreçlerinde efekt teknolojilerinin kullanımı, haberin yeniden inşa edilmesi çerçevesinde farklı bir gerçeklik düzlemine oturmasına neden olmaktadır. Efektler, televizyon haberlerinde gerçekliğin değişmesi, haberin eğlenceye dönüşmesi ve dezenformatif bir nitelik kazanması gibi etkiler yaratabilmektedir. Haberinin yeniden farklı bir düzlemde inşa edilmesine işaret eden bu durum, efektlerin kullanım biçimi ve boyutlarına bağlı olarak haber etiği tartışmalarını gündeme getirmektedir. Günümüzde özellikle bilgisayar teknolojisi kullanılarak, haber olduğundan daha ilgi çekici kılınmaktadır. İzleyicinin ilgi odağı olması amacıyla ‘görsel zenginliğe’ dayalı haber bültenleri yapılmaya başlanmıştır. Bu bültenler ve bültenler içindeki haber VTR’leri son derece hızlı, dinamik ve etkili görsel efektlerle donatılmış haberler, haber gerçekliğini dönüştürmektedir. Örneğin zengin görsel efektlerle donatılan savaş veya bir savaşta yaşanan dramı konu alan televizyon haberi, yapısı itibarıyla uyandıracığı veya uyandırması ön görülen etkiden uzak kalabilmektedir. Bu durum, izleyici üzerinde anlamdan yoksun, görsel zevke dayalı sinematografik bir etki yaratabilmektedir. Haber konusu ise bağlamından koparak sıradanlaşabilmektedir.

Televizyon haberciliğinde görsel efekt kullanımının yarattığı etik sorunlara odaklanan çalışmada, Türkiye’den TGRT Haber, Rusya’dan RT (Russia Today) ve Amerika’dan The Weather Channel ele alınmıştır. Ortak noktalarını temaları ve görsel efekt kullanımı oluşturan haberlerde görsel efektlerin kullanım biçimi, bu

tekniklerin yarattığı etik sorunlar açısından analiz edilmiştir. Bu analizler çerçevesinde ele alınan üç kanalın üç örnek bülteni içindeki kesitlerde de etkili bir görsellik yaratılması amacıyla bilgisayar tabanlı efektlerden ve artırılmış gerçeklik uygulamalarından büyük oranda yararlandığı görülmektedir. Kullanılan efektler açısından bakıldığında üç kanalda da 3 boyutlu animasyon tasarımına dayalı teknolojilerin kullanıldığı görülmektedir. Özellikle RT ve TGRT Haber’de kullanılan teknik daha önce farklı yabancı televizyon kanallarında kullanılan teknikle birebir aynıdır.

TGRT Haber ve RT başta olmak üzere 3 boyutlu animasyonların kullanıldığı haberlerde sunucuların haberi sunmaktan öte bir oyuncuya dönüştüğü görülmektedir. Hem kullanılan görseller hem de sunucuların abartılı tavırları haberi eğlenceli ve dikkat çekici hale getirme çabasını açığa çıkarmaktadır. TGRT Haber ve RT’de grafik ve haritaların kullanıldığı ve görüntünün sürekli değiştiği dev ekranlar yer almaktadır. Gerçek mekan görüntüleri üzerinde ateş ve duman gibi görsel efektler ile etkileyici bir görsellik yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir. Diğer yandan The Weather Channel’da ise Floransa kasırgasını konu alan haberin tamamen sanal bir stüdyoda çekildiği görülmektedir. Üç örnekte de sunucular rejiden kontrol edilen görsellere uygun hareket etmektedir. The Weather Channel’da görseller harita, grafik ve metin ile 3 boyutlu mekânda su ve fırtına animasyonundan oluşmaktadır. Fırtına ve sel senaryoları üzerine konuşulan haberde suyun yavaşça yükselmesi ve çevredeki nesnelere sürüklemeye başlaması canlandırılmıştır. Dolayısıyla kasırgaya ilişkin bilgiler verilen haberde, izleyiciyi etkileyebilecek görseller kullanılmaktadır. Ele alınan haberlerin üçünde de 3 boyutlu animasyonlar için patlama ve fırtına gibi görselliğe uygun çeşitli ses efektleri kullanılmaktadır. Bu efektlerle etkileycilik artırılmakta, anlam pekiştirilmektedir.

TGRT Haber ve RT’in gerçek stüdyo ortamında 3 boyutlu animasyona dayalı görüntüler ile gerçek görüntülerin birleştirildiği bir sistem kullandığı görülmektedir. The Weather Channel ise green box tekniğine dayalı sanal stüdyo kullanılmaktadır. Green box ve 3 boyutlu animasyon teknikleri başta olmak üzere görsel efektlerin kullanım biçimi ve boyutlarına bağlı olarak televizyon haberinde kullanımı, haberi daha eğlence odaklı bir program türüne dönüştürmektedir. Bu tekniklerle birlikte

sunucunun haberi sunarken oyunculuk sergilemesiyle haber tam anlamıyla drama düzenine dayalı özel bir ‘gösteri türü’ olarak biçimlenmektedir. Bu da haberin eğlenceye dönüşmesi ve dezenformatif bir nitelik kazanması gibi sonuçlar yaratmaktadır. Sonuç olarak incelenen haberler çerçevesinde görsel efekt kullanımının yarattığı etik sorunlar haber-gerçeklik ilişkisi, haber-eğlence olgusu, habercinin kamuya karşı sorumluluğu ve şiddetin yeniden üretilmesi bağlamında ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla haber dili ve söylem gibi unsurların yanında özellikle görselliğe dayalı manipülasyonlar ve efektler, haberin yeni bir gerçeklik zemininde inşasına işaret etmektedir.

Görsel manipülasyonlar ve efektlerin yoğun kullanımı, haberin görsel grameri açısından tamamlayıcı olmaktan öte haberin gerçekliği ile medya/haber etiğine ilişkin tartışmaları açığa çıkarmaktadır. Zengin görsel efektlerle donatılan bir televizyon haberinin, yapısı itibariyle etik değerler içinde uyandıracığı veya uyandırması ön görülen etkiden uzaklaşması söz konusudur. Bu noktadan hareketle haber etik ve ilkeleri çerçevesinde haberin bir gösteri türüne dönüşmemesi adına efekt kullanımı noktasında ölçülü davranılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- BERGER, Arthur Asa (1996). Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri. (Çev: M. Barkan, v.d.). Eskişehir: Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, No:91.
- BİLGİN, Nuri (2006). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi, Teknikler ve Örnek Çalışmalar, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BURTON, Graeme. (2008). Görünenden Fazlası, (Çev: Nefin Dinç), İstanbul: Alan Yayıncılık.
- CERECİ, Sedat (2013). "Türkiye’deki Televizyon Kanallarında Yayınlanan Haber Bültenlerinde Dilin Kullanılma Biçimi: Masalsı Anlatım." İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi 2.1, s.7-24.
- COŞKUN, Zeki (1995). “Gösterilen Haber”, Birikim Dergisi, 68-69, s.19-23.
- CUSHION, Steven (2012). Television Journalism, London: SAGE.
- GIDDENS, Anthony (2008). Sosyoloji. (Yay. Haz.), Cemal Güzel. İstanbul: Kırmızı Yayınları.

- KELLNER, Douglas. (2013). Medya Gösterisi, (Çev: Zeynep S. Doğruer), İstanbul: Açılım Kitap.
- MATELSKI, Marilyn J. (1996). TV Haberciliğinde Etik, (Çev: Bahar Öcal Düzgören), İstanbul: Yapı Kredi.
- MCLUHAN, Marshall & FIORE, Quentin. (2012). Medya Mesajı, Medya Masajıdır, İstanbul: Mediacat.
- MITCHELL, Mitch (2004). Visual Effects for Film and Television, Oxford: Focal Press.
- POSTMAN, Neil (2014). Televizyon: Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem, (Çev: Osman Akınhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- POYRAZ, Bedriye (2002). Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik, İstanbul: Ütopya Yayınları.
- RİGEL, Nurdoğan (2000). İleti Tasarımında Haber, İstanbul: Der Yayınları.
- RURSSIA TODAY, <https://www.rt.com/>, Erişim Tarihi: 07.09.2019.
- TAŞ, Oğuzhan. (2010). Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri ve Gelişimi.(Editörler), Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel. Televizyon Haberciliğinde Etik. Ankara: Fersa Matbaacılık, s.3-26.
- TGRT HABER, <https://www.tgrthaber.com.tr/>, Erişim Tarihi: 29.09.2019.
- THE WEATHER CHANNEL, <https://weather.com/>, Erişim Tarihi: 21.09.2019.
- THE WEATHER CHANNEL, <https://www.youtube.com/theweatherchannel/>, Erişim Tarihi: 21.09.2019.
- TOKGÖZ, Oya (2013). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Kitabevi.
- TURIM, Maureen. (1995). Video Sanatı: Bir Gelecek Kuramı, (Çev: Aslı Tunç), (Editör), Levend Kılıç. Video Sanatı – Eleştirel Bir Bakış, İstanbul: Hil Yayın, s.100-107.
- UYGUÇ, Ünal ve GENÇ, Ali (1998). Radyo Televizyon Haberciliği, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- UZUN, Ruhdan. (2016). İletişim Etiği, Sorunlar ve Sorumluluklar, Ankara: Dipnot Yayınları.
- YILDIRIM, Besim (2015). İçerik Çözümleme Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları (Editör). Besim Yıldırım. İletişim

ZİNDEREN, İbrahim Etem (2020). Televizyon Haber Bültenlerinde Görsel Efekt Kullanımının Yarattığı Etik Sorunlar, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 8 (1), 337-362

Araştırmalarında Yöntemler Uygulama ve Örneklerle, İstanbul: Literatürk Yayınları, s.105-153.

YURDİGÜL, Yusuf (2008). Medyatik Kimlikler, Konya: Tablet Kitabevi.

YURDİGÜL, Yusuf ve YURDİGÜL, Aslı (2014). “TV Haberlerinin Anlatı Yapısının Oluşturulması Sürecinde Özel Efekt Teknolojileri: NTV ve CNN Türk Ana Haber Bültenleri Üzerinden Bir İnceleme.” University Faculty of Communication Journal / İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, 2.46, 121-146.

YURDİGÜL, Yusuf ve ZİNDEREN, İbrahim Etem (2013). Sinema ve Televizyonda Özel Efekt, İstanbul: Doğu Kitabevi.