

Kurgu Dergisi
S: 15, 134-142, 1998

TELEVİZYON HABER PROGRAMLARINDA GERÇEKLİĞİN SUNUMU

Berrin ÖZKANAL*

ÖZET

Hemen hemen tüm sanat ve düşünce akımlarına konu olan gerçeklik ele alındığında onun varlığına ait olan bilgileri edinme zorunluluğu ortaya çıkar. Bu çalışma öncelikle 'gerçeklik' kavramını tartışmakta ve bu tartışmadan yola çıkarak 'gerçeklik' kavramının televizyonun doğasına uyumunu sorgulamaktadır. Bu çerçevede içinde televizyonda yayınlanan haber bültenlerindeki gerçekliği sorgulayan araştırmacı, televizyon teknolojisinin doğasında varolan çarpıtma olgusuna dayanarak, haber bültenlerinde sunulan gerçekliğin de çarpıtılabileceğini savunmaktadır.

GİRİŞ

İnsanın iletişim isteği varolduğu günden beri devam etmektedir. İnsanoğlu, birbiriyle ve çevresiyle kurduğu iletişimde, duygu ve düşüncelerini birbirine aktarmak, onları paylaşmak ve kendi varoluşunu gerçekleştirmek amacını güder. İlk çağlarda mağara duvarlarına çizilen resimlerle başlayan iletişim olgusu, daha sonraları sözcüklere, matbaanın bulunuşuyla yazıya ve günümüzde ise hem görsel hem de işitsel kanallarla elde edilen bilgilere dönüşmekte, böylelikle her dönemde varolan iletişim isteği, farklı araçlarla aktarım olanağına kavuşmaktadır.

İletişimin özünde varolan, insanın duygu ve duyumları ile algıladığı dış dünyayı yansıtma isteğidir. Çünkü dış dünya, bir başka deyişle gerçeklik olarak tanımladığımız şey, doğanın özüdür. Bu özü tanıma ve birbirine

* Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi

aktarma isteğinden yola çıkan insan, gerçeğin ne olduğuna ve gerçeklik içerisindeki konumuna sürekli yanıt arama çabasındadır.

Gerçeklik, hemen hemen tüm sanat ve düşünce akımlarına konu olan bir olgudur. Bu olgu ele alındığında, kişinin onun varlığına ait olan bilgileri edinme süreci gündeme gelir. Bu yüzden de insan bilgisinin içinde geliştiği toplumsal süreç büyük önem taşımaktadır. Çünkü gerçeklik, hem bireysel hem de toplumsal olarak kavranan bir süreci içermektedir (1). Bu süreç içerisinde de birey, hem toplumsal hem de bireysel olarak birtakım bilgileri edinmektedir. Toplumsal bir varlık olan insan, aile, okul ve iş yaşamından edindiği çeşitli bilgilerle, kendi gerçeklik algısını belirlemekle birlikte, bireyin dışındaki fiziksel nesnelere de kişinin bireysel gerçekliğini oluşturmaktadır (2). İşte bu süreçler içerisinde birey, duyu organlarıyla elde ettiği bilgileri değerlendirmekte, yorumlamakta ve toplumsal bir varlık olmasından dolayı da deneyimlemektedir. Böylelikle birey, hem algıları aracılığıyla hem de edindiği deneyimlerle, dışındaki gerçekliğin yeniden sunumunu yaratmaktadır.

Günümüzde insanın yaşadığı dünyayı tanıması kendi kişisel deneyimiyle birlikte, bu deneyimi aktaran araçlar sayesinde gerçekleşir. Bu araçlar, bireyin kendini ifade etmede kullandığı dil, yazı, çizgi vb'den oluşmaktadır. Bu türdeki anlatım araçları bizlere içinde yaşadığımız gerçekliğin bir sunumunu göstermekte ve sunulan gerçeklik de sunumda kullanılan aracın özelliklerine göre değişmektedir. Gerçeklik olgusu, onu aktaran aracın teknolojisine göre farklı boyutlar kazanır. Teknolojik buluşların sanata ve iletişim araçlarına getirdiği olanaklar, dışımızdaki nesne ve olayların yani gerçekliklerin aslına sadık kalarak yeniden sunulmasını sağlamaktadır. Teknolojinin en önemli buluşlarından biri olan fotoğraf, görüntüsünün gerçeklikle olan sıkı bağları nedeniyle, gerçeklik olgusunu değerlendirebilecek bir araç olarak ele alınır. Çünkü insanın yaşamında varolan gerçekliğin yetkin bir kopyasını yaratma isteği fotoğrafın bulunuşuyla elde edilebilmiştir (3). Teknolojinin fotoğraftan sonra getirdiği bir sonraki aşama ise hareketli resim bir diğer deyişle sinemadır. Gerçekliğin estetik, teknik ve mekanik olarak yeniden sunumu sinemanın bulunmasıyla gerçekleşmiştir (4). Kamera ile tespit edilen

1 İ. Derman (1991). **Fotoğraf ve Gerçeklik**. İstanbul: Ağaç Yayıncılık, s.24.

2 **A.g.k.**, s.32.

3 S. Bükler (1989). **Film ve Gerçek**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı Yayınları, s.2.

4 G. Vincenti (1993). **Sinemanın Yüzyılı**. Çev: E. Ayça, İstanbul: Evrensel Basım Yayın, s.118.

görüntülerin hareketli olarak perdeye aktarılması, olası gerçekliğin sunumunda büyük bir buluş olarak değerlendirilmekte ve yine teknolojinin sinemaya getirdiği bir çok yenilik (ses, renk, ışık, üçüncü boyut vb) de aktarılan gerçeklik üzerinde etkili olan faktörler olarak kabul edilmektedir.

İşte insanoğlunun varoluşundan bu yana yanıt aradığı gerçeklik olgusu, mağara duvarındaki resimlerden günümüzün teknolojik araçlarına kadar, farklı alanlarda ve farklı araçlarla aktarılmaktadır. Günümüzde bu olgu, önemli bir kitle iletişim aracı konumunda olan televizyonda da benzer biçimde sergilenir. Çünkü bugün insan dış gerçekliği, kendisi adına bu dış gerçekliği anlatan araçlarla algılamakta ve anlamlandırmaktadır. Yani kişinin bireysel ve toplumsal gerçekliğini oluşturan etmenlere bir de teknolojinin önemli bir ürünü olan televizyon eklenerek, gerçekliğin algılanmasına farklı bir boyut kazandırılmıştır.

TELEVİZYONUN DOĞASI

Televizyon günümüzde yaygın olarak kullanılan ve çok sayıda izler kitleye hitap eden bir kitle iletişim aracı konumundadır ve karşısındaki izler kitleye farklı bir gerçeklik algılama tarzı sunar. Bu farklılık onun varoluş nedenine dayanır. Çünkü televizyonun sunduğu ideoloji “**canlılık**”tır.

Televizyonda gösterilen olaylar, meydana geldikleri anda aktarılabilir. Bu özelliğinden dolayı televizyon görüntüsü daha da gerçek olarak algılanabilir. Televizyon hem teknik özellikleri hem kitlesel işlevi hem de anlatım biçimi ve içeriğiyle gerçekliğin algılanmasında izleyiciye farklı bir boyut sunmaktadır. Günlük yaşantımızda ya da geçmiş deneyimlerimizle algıladığımız şeyler, televizyon ekranında farklı biçimlerde ve açılarda yansımakta ve gerçeklik ona özgü biçimlerde aktarılmaktadır. Böylelikle televizyon, hem anlatım biçimi hem de içeriğiyle gerçeklik olgusunu yönlendirir ve dış dünya toplumsal konumumuza uygun olarak, kendimizin görüp algılamamız yerine, bu gerçekliği bize aktaran araçlarla olanaklı hale gelir (5).

Mc Luhan'ın da belirttiği gibi, aracın yayın tekniği izleyicinin düşünme, duyma ve hareket şekillerini ortaya çıkarmaktadır. Günümüzde yaygın olarak kullanılan elektronik medya da bu nedenle bizlere gerçeği

5 G. R. Funkhouser & F. Shaw (1983, Spring). “How Synthetic Experience Shapes Social Reality”. *Journal of Communication*. s.79.

daha geniş anlamıyla kavrama olanağı verir (6). Yine Mc Luhan'ın görüşüne göre, teknolojik buluşlar insanı uzağa erdirmeyi amaçlamaktadır. İletişim teknolojileri de zamansal olarak aradaki mesafeyi azaltmaya ve insanın bu uzağa erişme isteğini yerine getirmeye çalışırlar. Kaynağın ve alıcının farklı mekanlarda oluşu teknolojiyi gerektirir. İşte televizyon da bu erişme isteğine onun teknolojisiyle cevap verir. Televizyon izleyicisine anında ulaşarak zaman ve mekan sınırlılıklarını ortadan kaldırır(7). Bu nedenle canlı yayının sağladığı anıdalık televizyonun anlatım biçimi ve tekniğini belirleyen temel öge olarak kabul edilmektedir.

Televizyon, doğasından ve kullandığı dilden kaynaklanan özelliklerle, gerçeklik olgusunun değerlendirilmesinde önemli bir araç konumundadır. Televizyonu diğer sanat ve iletişim biçimlerinden ayıran en önemli özellik, onun canlı ve anında izleyiciye ulaşmasıdır. Çünkü televizyon, günümüzde kullandığı teknoloji ile görüntünün alınmasıyla izleyiciye ulaşmasını anında gerçekleştirebilmektedir. "Canlı" yayın sırasında, olayın meydana geldiği zaman ve izleyiciye ulaştığı zaman birbirine denktir (8). Özellikle haber programlarında kullanılan video kayıt teknolojisi ve bunun bir ürünü olan (ENG) haber kameraları ile televizyon görüntüsünün anında alınması ve izleyiciye ulaşması hem zaman hem de ekonomik açıdan programlara önemli bir avantaj sağlamaktadır. Ayrıca video teknolojisi ile görüntü alınması sırasında birden fazla kameranın kullanılması ve bu kameraların olayı farklı açılardan görüntülemesi de olayın anında kurgulanmasını sağlamakta, zaman olgusu daha da önem kazanarak zaman yönlendirilebilmektedir.

Günümüzde özellikle haber yayınlarının hemen hepsi "canlı" olarak izleyiciye ulaşmaktadır. Ancak bu önemli bir avantaj olarak görülmekle birlikte televizyona video teknolojisinin getirdiği bu sürat, bir takım sorunlara da yol açabilmektedir. Örneğin eğer aktarılan olay canlı değilse, izleyici olayları televizyonda olabildiğince çabuk ve süratli bir şekilde görmeyi beklemektedir (9). Son yıllarda haber programlarında sıklıkla kullanılan uydu yayın teknolojisi de canlı yayına çok önemli olanaklar sağlayarak, çok uzak mesafedeki bir olayı kolaylıkla anında izleyiciye

6 İ. Erdoğan ve K. Alemdar (1990). **İletişim ve Toplum**. Ankara: Bilgi Yayınevi, ss.155-156.

7 **A.g.k.**, s.157.

8 H. Zettl (1974). **Sight, Sound and Motion: Applied Media Aesthetics**. California: Wadsworth Publishing Company, s.267.

9 N. Postman ve S Powers (1996). **Televizyon Haberlerini Anlamak**. Çev.A. Tunç. İstanbul: Kavram Yayınları, s.41.

ulaştırabilmektedir. Böylelikle herhangi bir yer ve zamanda oluşan haber, çok hızlı bir şekilde bu teknoloji yardımıyla çok çabuk işleme sokulabilmektedir. İşte video teknolojisinin televizyona getirdiği çok çeşitli olanaklar, televizyonun gerçeklik ideolojisi yaratma yolundaki önemli adımları olarak kabul edilebilmektedir.

Televizyonda canlılık olgusunu pekiştiren önemli bir özellik onun izleyicisine doğrudan hitap öğelerini kullanarak seslenmesidir. Televizyon izleyicisiyle doğrudan konuşuyormuş hissini yaratır. Özellikle haber program sunucuları izleyenlere doğrudan hitap etmektedir. Bununla birlikte canlı yayınlarda, olayın meydana geldiği yerden verilen bir haber izleyiciye doğrudan aktarılır. Bunun nedeni televizyon ekranının küçük olmasıdır. Küçük ekran aracılığıyla izleyicilerle birebir ilişki kurulur. Çünkü televizyon dünyaya kapalı, karanlık bir salon değil, bir anlamda izleyicinin kendi yaşam alanıdır (10). Bununla birlikte televizyonda sunulan ses-görüntü ilişkisi de farklı bir izleme konumu üretmiştir. Çünkü televizyonda ses, görüntüden daha belirleyici bir işleve sahiptir. Televizyon izlenirken başka işlerle de ilgilenilebilir. Sesle birlikte görüntü öğesi de televizyonun doğasından kaynaklanan anımsalılık, doğrudanlık ve orada olma etkilerini pekiştirmektedir (11).

Televizyonda canlılık ideolojisini oluşturan bir başka özellik ise televizyon programlarında, aktarılan öykü (olay) zamanı ile gerçek zamanın birbirine denk olarak verilmesidir. Programlarda kullanılan bu zamansal eşitlik ile anımsalılık ve oradalılık etkileri yaratılarak, programların gerçek olarak algılanması sağlanır. Televizyon ekranında, görüntünün üretildiği zamanla olayın meydana geldiği zaman öylesine içiçe geçmiştir ki, televizyonun bu özelliği filmsel gerçeklik izlenimini yok ederek yaşanan olayın “gerçek” görüntüsünü izleyiciye aktarır (12). Raymond Williams, televizyonun sunduğu bu “anlılık” şimdiki zamanda varolma etkisini programların akışına dayandırır ve televizyonu hem teknolojisinden hem de kültürel biçiminden dolayı sürekli akış halinde olan görüntüler bütünü olarak değerlendirir. Çünkü televizyon görüntüleri belirli bir akış halinde olan metinlerden oluşmaktadır ve bu metinler birbirleriyle etkileşim

10 A.g.k., s.90.

11 J. Ellis (1982). **Visible Fictions: Cinema, Television, Video**. London and New York: Routledge, s. 132-134.

12 S. Heath ve G. Skirrow (1977, Summer). “Television: A World in Action”. **Screen**. 18, 2.

içindedirler (13). Özellikle haber programlarının bir çoğu canlı olarak yayımlandığı için canlı yayın sırasında verilen önceden oluşturulmuş haber öyküleri de izleyici tarafından canlı olarak algılanabilmektedir.

Her iletişim aracında olduğu gibi televizyonda da iletilecek mesaj aracın doğasına ve diline uygun olarak aktarılır. Televizyon aracı bizlere gerçekliklerin görüntülerini sunar ve bu sunumda televizyonun doğasından kaynaklanan canlılık, anındalık ve doğrudanlık gibi özellikler sunulan gerçekliği pekiştirir.

HABER PROGRAMLARI VE GERÇEKLİK OLGUSU

Televizyonun en önemli işlevlerinden birisi de haber ve bilgi verme işlevidir. Bu işlev televizyon programlarının birçoğunda görülmesine rağmen özellikle haber programlarında ön plana çıkar. Çünkü bu program türünün asıl amacı bilgi ve haberi görsel ve işitsel sunum özellikleriyle izleyiciye aktarmaktır. Programlarda kullanılan görüntüler haberin düşünsel boyutunu ortadan kaldırarak, izleyiciyi adeta olayın içerisine sokar (14). Böylelikle izleyici televizyonun doğasından gelen birtakım özelliklerle olayın “görgü tanığı” olma konumuna gelir. İnsanlar televizyonu izlemekte ve izlemekten hoşlandıkları şey de heyecanlı, merak uyandırıcı hatta alışılmadık görüntüler olmaktadır (15). Bu noktada haber programlarının kullandığı “canlı yayın” tekniği önem kazanır. İzleyiciye canlı olarak aktarılan görüntüler olaya bir aciliyet ve heyecan katar. İzleyiciyi olaya görgü tanığı yapan televizyonun anındalığıdır.

Televizyon haberlerinde görülenler, olayların doğal akışına dayanmakta ve muhabirin canlı yayın deneyimiyle gerçekleşmektedir. Ancak televizyon haberlerinin sıklıkla kullandığı önceden hazırlanan haber öyküsü öyle değildir. Çünkü bir haber program yayındayken haberlerin tümü naklen iletilmez. Haber haline gelen öykülerin daha önceden hazır hale gelmesi gerekir. Yani naklen yayın içerisinde gösterilen birçok haber bölümü tekrar bir yeniden sunum halini alır.

13 R. Williams (1974). **Television: Technology and Cultural Form.** London: Fontana Collins, s.88-90.

14 B. Gunter (1987). **Poor Reception: Misunderstanding and Forgetting Broadcast News.** Hillsdale, New Jersey and London: Lawrence Erlbaum Associates, s.20-21.

15 N. Postman ve S Powers. **A.g.k.**, s.27.

İzleyiciler televizyonlarını açtıklarında gerçek olayların yanısıra çeşitli yapay olaylarla da karşılaşır. İzleyicinin habere olan gereksinimi artık eğlenceye olan gereksinimi haline dönüşmüştür. Gerçek olanla gerçek olmayan arasındaki çizgiler öylesine bulanıklaşmıştır ki, haber programları canlı olarak yayınlanmasına rağmen, olayların gerçek mi yapay mı olduğu izleyicide şüphe uyandırabilir.

Haber programları çeşitli teknikleri kullanarak izleyiciyi adeta haberden çok bir drama programını izlemeye yöneltir. İzleyici canlı olarak yayınlanan bir haber bülteninde bile çeşitli dramatik öğelerle karşı karşıya bırakılmıştır. Hemen hemen bütün haber programları, daha ilk başında izleyiciyi duygusal bir ortama iten, izleyiciye önemli haberler olduğunu sezdiren bir müzik ile başlar. Neil Postman, haber programının ilk açılışında olayların öneminin vurgulanmasının müziğin kullanımıyla oluştuğunu belirtir. Müzik izleyenleri tam anlamıyla varolmayan bir dünyaya, simgeselliğin dünyasına götürmektedir (16). Çünkü bizler gerçek yaşantımızda, dışımızdaki dünyayı müzik ögesi olmadan anlamlandırırız. Yani müzik ögesi izleyiciyi, aktarılan olayın atmosferini desteklemeye yarayan, yapıma sonradan eklenen ve haberi dramatikleştiren bir yapım unsuru olarak kabul edilebilir.

Haber programlarını dramatikleştiren bir başka anlatım ögesi de haber olarak verilen olay görüntülerinin çeşitli görsel düzenlemelerle değiştirilmesidir. Haber programlarında sıklıkla kullanılan özel efektlerle programlara görsel zenginlik katılmakta ve iletilen mesajın yoğunluğu artırılmaktadır (17). Özel efekt türlerinin en bilineni görüntünün hızında yapılan değişikliklerdir. Televizyonda görüntülenen nesne ve olaylar, olduğundan daha yavaş, daha hızlı ya da dondurularak verilebilir. Haber programlarında sıklıkla kullanılan bu türdeki yönlendirmeler, kişinin gerçeklik algısını etkilemekte ve görüntüye dramatik bir unsur kazandırabilmektedir. Ayrıca çeşitli tekniklerle yaratılan özel efektlerle de (farklı iki görüntünün birleştirilmesi, ekranın bölünmesi v.b) programların yeniden yapılandırılması mümkün olmaktadır.

Haber program yapımcılarının, televizyonda zamanın çok değerli olmasından, aracın doğasının dinamik görsel imgelerden yana olmasından ve reklam ögesinin öneminden dolayı, aktaracakları olayları derinlemesine irdelenecek zamanları yoktur. Bundan dolayı televizyon haberleri izleyiciyi

16 A.g.k., s.90.

17 H. Zettl (1984). **Television Production Handbook**. California: Wadsworth Publishing, s.366.

haberde tutmak amacıyla bir çok görüntüyü hızlı, çarpıcı ve dramatik bir şekilde vererek olayların gerçekliğini bozabilirler. Hatta daha da ileriye giderek, bazı haber öykülerini sırf dramatik görüntü verdikleri için haber kapsamına alabilirler. Bundan dolayı, televizyon haberlerinin uzun ve tutarlı açıklamalarının sunulmasını engelleyen hareketli görüntülerden oluştuğu gerçektir. Bir çok haber öyküsünün ardarda sunulması, izleyicinin sürekli bir haber ve görüntü bombardımanı ile yüzyüze kalması, haberin sıcaklığına sunulması izleyicinin algıladığı gerçeklik boyutunun bozulmasına neden olmaktadır.

Sonuç olarak televizyon, doğasıyla, görüntüsüyle ve yolladığı mesajlarla diğer kitle iletişim araçlarından daha gerçekçi bir görünüm sergilemektedir. Bu gerçekçilik bir anlamda televizyonun varoluşuna dayanır. Çünkü televizyon, şimdiki zamanı ve şimdiki zamanda olan olayların belirsizliğini izleyicisine sunan bir ideolojiyi yansıtmaktadır. Bu görünümüyle televizyona ve özellikle de sunduğu haber programlarına gerçek demek olasıdır. Ancak diğer taraftan da sunduğu şimdiki zaman içerisine, geçmişin görüntülerini ve onun tekniğinden kaynaklanan bir takım gerçeği zedeleyici öğeleri de koyduğu zaman, bu gerçeklik ideolojisini yönlendirdiği söylenebilir. Evet televizyon görüntüsü gerçektir. Fakat video teknolojisinin televizyona sağladığı birtakım olanaklar da bu gerçekliği zedeleyici öğeleri yaratabilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- BÜKER, S. (1989, Şubat). **Film ve Gerçek**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı Yayınları.
- DERMAN, İ. (1991). **Fotoğraf ve Gerçeklik**. İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- ELLİS, J. (1982). **Visible Fictions: Cinema, Television, Video**. London and New York: Routledge.
- ERDOĞAN İ. ve K. ALEMDAR (1990). **İletişim ve Toplum**. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- FUNKHOUSER, G.R. & F. SHAW (1983, Spring). " How Synthetic Experience Shapes Social Reality". **Journal of Communication**.

- GUNTER, B. (1987). **Poor Reception: Misunderstanding and Forgetting Broadcast News.** Hillsdale, New Jersey and London: Lawrence Erlbaum Associates.
- HEATH, S. & G. SKIRRIW (1977, Summer). "Television: A World in Action". **Screen.** 18, 2.
- POSTMAN, N. ve S. POWERS (1996). **Televizyon Haberlerini Anlamak.** Çev:A. Tunç, İstanbul: Kavram Yayınları.
- VINCENTI, G. (1993). **Sinemanın Yüzyılı.** Çev: E. Ayça. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- WILLIAMS, R. (1974). **Television: Technology and Cultural Form.** London: Fontana Collins.
- ZETTL, H. (1974). **Sight, Sound and Motion: Applied Media Aesthetics.** California: Wadsworth Publishing Company.
- _____(1984). **Television Production Handbook.** California: Wadsworth Publishing.