



JOURNAL of SOCIAL and HUMANITIES SCIENCES RESEARCH (JSHSR)

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Received/Makale Geliş 17.04.2021
Published /Yayınlanma 27.06.2021
Article Type/Makale Türü Research Article

Citation/Alıntı: Alp, H., Yaman, H. & Subaşı, K. (2021). Ana haber bülten jenerikleri özelinde izleyici algısı oluşumunda görsel imgelerin kullanımı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(71), 1365-1372.
<http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2496>

- Doç. Dr. Hakan ALP**
<https://orcid.org/0000-0001-9696-8902>
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Teknik Bilimler MYO, Radyo ve Televizyon Teknolojisi Programı İstanbul / TÜRKİYE
- Dr. Öğretim Üyesi Hasan YAMAN**
<https://orcid.org/0000-0003-4193-8022>
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Teknik Bilimler MYO, Radyo ve Televizyon Teknolojisi Programı İstanbul / TÜRKİYE
- Öğr. Gör. Kenan SUBAŞI**
<https://orcid.org/0000-0002-7416-3617>
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Rektörlük İstanbul/ TÜRKİYE

ANA HABER BÜLTEN JENERİKLERİ ÖZELİNDE İZLEYİCİ ALGISI OLUŞUMUNDA GÖRSEL İMGELERİN KULLANIMI

USE OF VISUAL IMAGES IN VIEWER PERCEPTION FOR THE MAIN NEWS BULLETIN GENERICS

ÖZET

Televizyon programları başlamadan önce yayınlanan ve programı tanıtıcı görev üstlenen kısa hareketli grafikler "jenerik" olarak adlandırılır. Televizyon programları için tasarlanan jeneriklerin (title sequence, into, opener veya bumper) temel öğeleri; renk tasarımı, hareket tasarımı, tipografi, video kullanımı, fotoğraf kullanımı (haritalar, dijital saat görselleri, çizgiler, şekilleri vb.) ve ses kullanımınıdır. Makalemiz kapsamında Kanal D, Star Tv, Show Tv, Fox Tv ve Trt 1 kanallarının ana haber bültenlerinin jenerikleri yukarıda sayılan öğeler ışığında analiz edilecektir. Çalışma kapsamındaki amaç, analiz edilen ana haber bülten jeneriklerinin üretim süreci ve paylaşımı sırasında hangi görsel ve işitsel öğelerin, imgelerin kullanıldığını ortaya koymaktır. Bu çalışmanın önemi, hedef kitle olan televizyon izleyicilerinin algısının kullanılan enstrümanlar ile nasıl oluşturulduğunun ve yönlendirildiğinin ortaya konulmasıdır. **Anahtar Kelimeler:** Televizyon Jeneriği, Haberler, Hareketli Grafik, Renk.

ABSTRACT

Short motion graphics that serve as an introductory role before programming television programs are called "opener". Basic information of openers (title sequence, intro, or bumper) for television programs; color design, motion design, typography, the use of video, the use of photography (maps, digital clock, rectangle, etc.), and the use of sound. Within the scope of our article, the generics of the Main News bulletins of Kanal D, Star Tv, Show Tv, Fox Tv, and Trt 1 channels will be analyzed in the light of the above-mentioned items. The purpose of the study is to reveal which visual and audio elements and images are used during the production process and sharing of the analyzed Main News bulletin generics. The importance of this study is to reveal how the perception of the television audience, which is the target audience, is formed and guided by the instruments used.

Keywords: Television Opener, News, Motion Graphics, Color.

1. GİRİŞ

Jenerikler televizyon programları başlamadan önce yayınlanan ve programı tanıtıcı görev üstlenen hareketli grafiklerden, görüntü, fotoğraf ve seslerden oluşurlar. Her ne kadar televizyon programlarında kullanılan jeneriklerin temel amacı programları, dizileri ve filmleri birbirinden ayırmak olsa da asıl amacın seyircinin henüz program başlamadan jeneriği izleyerek izleyeceği program hakkında fikir edinmek olduğunu söyleyebiliriz. Jenerik tasarımındaki amaç seyirciye en kısa sürede

program ile ilgili doğru bir izlenim sunmak ve daha da önemlisi programın hemen başında seyircinin etkileyici görüntüler/animasyonlar ve ses uyumu ile ilgisini kazanmaktır. Jeneriği oluşturan bu öğeler programın içeriğine, hedef kitlesine, yayın saatine ve yayınlanacağı kanalın görsel kimliğine uygun olarak seçilir. Jenerik tasarımında kullanılan öğelerin iletmek istediği mesajı tam olarak iletebilmesi için kendi içinde bir bütünlüğünün olması gerekmektedir. Aksi bir kullanım jenerik tasarımının henüz tamamlanmadığı veya tasarımda bir eksiklik olduğu hissini yaratacaktır.

Jeneriklerin bir başka işlevinin televizyon programlarının reyting ölçümünün başladığı ve bittiği zaman aralığını belirlemesi olduğu söylenebilir. Dolayısıyla jenerik aynı zaman da hem izleyiciye hem de reyting ölçen kurum ve kuruluşlara haber verme, onları içeriğin sunumuna hazır hale getirme işlevini yerine getirir.

Bir tasarımın öncelikle verilmek istenen mesajı en iyi şekilde verme gibi bir işlevi vardır. Grafik tasarımcı sözcükleri ve görüntüye ilişkin öğeleri görsel bir iletişim yaratacak bir şekilde sentezleyen kişidir. Bu öğelerin sunuş biçimi, hedef kitlenin algılayabileceği sözel-görsel bir denklem içinde sunulur. Grafik tasarımcının temel görevi hem mesaj aktarım sürecini yönetmek hem de biçimsel anlamda düzenleyici olmaktır. “Grafik tasarım, iletişim sağlayıcı mesajı doru ve yalın bir biçimde yansıtırken ton dizileri, kontrastlar, kadrajlama teknikleri, renk ve tipografıyı başarıyla kullanmak zorundadır.” (Becer, 1997: 33-35).

Haber programlarının jeneriklerinin içerik açısından diğer televizyon programlarının jeneriklerinden farklı olduğunu söyleyebiliriz. Televizyon programı, dizi ve film jenerikleri içerik olarak bazı temel bilgileri içermektedir. Bu bilgiler, yönetmenin adı, oyuncu kadrosu, yapım şirketinin logosu, teknik kadro gibi bilgilerdir. Ancak haber programları için hazırlanan jeneriklerde bu bilgilerin hiçbiri bulunmaz. Sadece yayınlandıkları kanalın logosu jeneriğin final sahnesi diye adlandırılan packshotta yer alır. Ayrıca şu belirtilmelidir ki haber programları jeneriklerinde logo kullanımının zorunlu değildir. Makalemiz kapsamında incelediğimiz ana haber jeneriklerinden Kanal D, Fox ve Trt 1’deki jeneriklerinde logo varken, Star Tv ve Show Tv’nin jeneriklerinde kanal logosu kullanılmamıştır.

Grafik öğelerin kullanımında dikkat edilmesi gereken en önemli durum, tasarımlarda kullanılan öğelerin kanalın imaj bütünlüğüne uygun olmasıdır. Programların başında kullanılan jeneriklerdeki animasyonlarda genel olarak 3dsMax programında tasarlanmış dönen yeryüzü ve değişik 2 boyutlu (ülke haritası, daireler, sinyaller, hareketli tipografiler vb.) grafik çalışmaları yer almaktadır. İzleyiciye günlük yaşamın önemli anlarını, ilgi çekici ve tempolu bir şekilde aktarmada jenerik ve müzikten faydalanılmaktadır. Böylece izleyicinin habere ilişkin bilinçlenmesi de pekiştirilmiş olmaktadır (Sarıkahya, 2011: 79).

Haber program jenerikleri 1990 yıllarda sadece basit 2/3 boyutlu metinlerin (text) müzik ile ekrana gelmesiyle oluşmaktaydı. Zaman içerisinde teknolojinin gelişmesi, yayıncılık anlayışının ilerlemesi ve animasyon yapımında ortaya çıkan yeni gelişmeler ile haber jenerikleri hem görsellik hem kullanılan öğeler hem de animasyon teknikleri olarak günümüzde kullanılan teknikler çok gelişmiş durumdadır.

Günümüzde hareketli grafik tasarım uygulamalarının çok daha sık olarak kullanıldığını ve buna paralel olarak yazılım teknolojilerinin de geliştiği görülmektedir. İkili ilişki açısından değerlendirildiğinde teknolojideki ilerleme, grafik tasarım süreçlerinin yönünü belirlemektedir (Akman ve Uçar, 2020: 12).



Resim 1: 1993-1995 arası Star Haber Jeneriği,
(URL 1)



Resim 2: 2021 Star Haber Jenerik Müziği,
(URL 2)

Jenerik tasarım süreci, masaüstü yayıncılık programlarının sınırsız teknolojik gelişimiyle beraber, özgün ve yaratıcı üretimlerin bir mecrası haline gelmiştir. Jenerik tasarım ve üretiminin diğer grafik tasarım alanlarından farkı; hedef kitle olan izleyiciye ticari bir metayı satış amacı gütmemesidir. Bu noktada

jenerik tasarımının temel amacının görsel iletişim kabiliyeti sergileyerek izleyicinin algısını istenilen noktaya yönlendirmektir. “*Jenerik tasarımının günümüzde geldiği noktada asıl makbul olan, teknik yeterliliklerden sıyrılmış bu düzlemde, doğru hedef kitle analiziyle, iletişim fikrinin ve plastik üslubun özgünlüğüne dayalı etkili bir yaratıcılık ortaya koyabilmektir.*” (Acar, 2015: 19).

Bu çalışma; ana haber bültenlerinin jenerikleri oluşturulurken ne gibi görsel ve işitsel imgeler kullanıldığını ve bu kullanılan imgeler ile izleyici algısının nasıl oluşturulduğunu ve yönlendirildiğini incelemek için gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya örneklem olarak beş haber programı jeneriği seçilmiştir. Seçilen kanallar Kanal D, Star Tv, Fox, Trt 1 ve Show Tv’dir.

2. DÜNYA ve YERKÜRE VURGUSU

Kuramsal olarak haber programlarının temel amacı topluma dış dünyada olan biteni aktarmaktır. Bu temel varsayımdan yola çıkan tasarımcılar haber programı jeneriklerinde ana özne olarak çoğunlukla dünya haritasını ya da yerküreyi 3 boyutlu olarak kullanmaktadır. Araştırmada incelenen ana haber jeneriklerinde kullanılan bu 3 boyutlu dünya haritaları veya 2 boyutlu yerküre görselleri genellikle bültende yer alan haberlerin şeffaflık, tarafsızlık ve adil olduklarına vurgu yapmak için cam materyal kaplanmış bir şekilde kullanılmaktadır. 3 boyutlu dünya modellerini çevreleyen uydular ile devrensellik ilkesine vurgu yapılmak istenmektedir.



Resim 3: Haber Jeneriklerinde Dünya/Yerküre Vurgusu, (URL 3, URL 4, URL 5, URL 6,)

“*Haber programların başındaki jeneriklerde devrensellik ve doğruluk kavramları yansıtılmaya çalışılmaktadır. Jeneriklerde gerçek ve yaşanmış görüntülerden veya bilgisayarda kurgulanmış değişik animasyon teknikleri ya da ikisini bir arada kullanılmasıyla oluşturulmaktadır. Haber bülteni jeneriklerinde kanalın logosu ön plana alınarak kullanılan grafiklerle uyum içerisinde tasarlanmalıdır. Haber bülteni jeneriklerinde kullanılan renkle kanal logosu ve jeneriğin genel atmosferi ile uyumlu olmalıdır. Bunun yanı sıra jenerik tasarımında kullanılan görüntüler, tipografi, biçimler, renkler, hareketler ve bunların müzikle olan uyumu kanalın imajını yansıtmaktadır. Tipografi seçiminde ve hareketlendirmede mutlaka sadeliğe kaçınılmalıdır.*” (Sarıkahya, 2011: 79).

Kimi haber kanalları, haber jeneriklerinde kullanılan dünya ve uydu görsellerinin yanında “tüm dünyadan haberiniz olsun” tarzında kullandıkları sloganlarını desteklemek için metinlerle de tasarımlarını desteklemektedirler. Örneğin Resim 4’te yer alan Show TV’nin jeneriğinde görüldüğü üzere “Dünya, AB, Roma, Kıbrıs, Berlin, Cizre, Suriye, Bakü, Moskova, Şam, ABD vb.” gibi kelimelerin görselde kullanıldığı görülmektedir. Bu noktada temel hedefin haber bültenlerinin tüm dünyadan haberleri içerdiğini vurgulamaya çalışmak olduğunu söyleyebiliriz.



Resim 4: Show TV Haber Jeneriği, (URL 7)

Tablo 1: 19-20-21 Nisan 2021 Tarihlerinde Ana Haber Bültenlerinin Yurt İçi ve Yurt Dışı Haber Dağılımları

Haber Bültenleri	Türkiye'den Haberler	Yurt Dışından Haberler
FOX Ana Haber	41	3
KANAL D Ana Haber	73	11
SHOW Ana Haber	67	7
STAR Ana Haber	61	14
TRT 1 Ana Haber	63	8

Jeneriklerinde, tanıtım bantlarında, stüdyo dekorlarında ve LED görsellerinde dünya haritasının kullanıldığı haber bültenlerinin haberleri içerik açısından analiz edildiğinde ortaya çıkan sonuç Tablo 1'de görülmektedir. 19-20-21 Nisan tarihlerini araştırma örneklemini olarak ele aldığımız haber bültenlerinden KANAL D ana haber bülteninde 73 haberden 11 haber, FOX ana haber bülteninde 41 haberden 3 haber, STAR ana haber bülteninde 61 haberden 14 haber, SHOW ana haber bülteninde 67 haberden 7 haber ve TRT 1 ana haber bülteninde ise 63 haberden 8'inin evrensel olarak kabul edilebilecek haber konularından olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla haber kanallarının tasarımlarında ön plana çıkardıkları ve iddia ettikleri gibi haber içeriklerinde evrensel haberlerin ön planda olduğunu söyleyemeyiz.

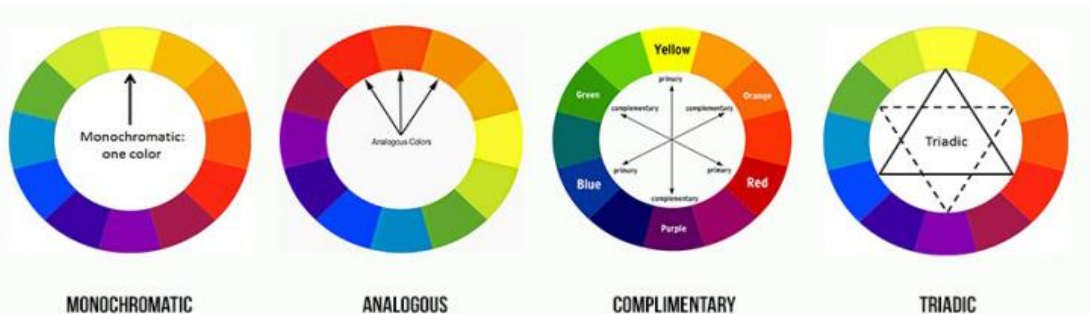
3. RENK KULLANIMI

Renklerin anlamları ve insan üzerindeki psikolojik etkileri toplumdan topluma, kültürden kültüre değişim göstermektedir. Örneğin kırmızı rengi Batı toplumlarında aşkı ve tutkuyu; Hindistan'da doğurganlığı ve saflığı; Japonya'da dinselliği ve bolluğu temsil etmektedir. Ayrıca renklerin tonu, doygunluğu ve parlaklık değerleri duygularımız üzerinde etkili olduğu birçok bilimsel çalışmaya konu olmuştur. Bir rengin tasarımda kullanım oranı, kullanılan rengin parlaklığı ve rengin doygunluk oranı ile doğrudan ilgilidir ve bu oranlar rengin psikolojik anlamını da değiştirmektedir. Neredeyse her renk, içerisinde zıt anlamlar barındırır ki bu zıtlık rengin tonu ve parlaklığı ile ilgilidir. Örneğin kırmızı renk aşk, şehvet ve tutku gibi duyguları çağrıştırmasının yanında şiddet tehlike ve öfkeyi çağrıştırmaktadır.

Renk kullanımının insan psikolojisi üzerindeki ilk etkisinin ve yarattığı çağrışımların, sıcaklık ve soğukluk hisleri olduğu söylenebilir. Yapılan birçok araştırma, sıcak renklerin insan psikolojisinde neşeli, canlı olmayı ve hareketliliği çağrıştırdığını belirtirken, soğuk renklerin ise, sessizliği ve huzuru çağrıştırdığını belirtirler (Güngör, 1983: 36).

Renk türlerini, insan psikolojisi üzerinde yarattığı etki açısından analiz ettiğimizde, herhangi bir renk hem olumlu hem de olumsuz özellikleri bünyesinde barındırabilir. Örnek olarak kırmızı, ifade etmek istediği duygu açısından farklı anlamlara bürünebilmektedir.

“Kırmızı bir gül, gerçek sevginin geleneksel bir ifadesidir, ancak kırmızıyı görmek, kontrolü kaybetmek anlamına da gelebilir. Pozitif bir renktir, hayatın rengidir, fakat aynı kırmızı, bilinç altında olsa bile kanlı ve şiddete dayalı kurumları, hırs, tutku, kızgınlık sonucu ortaya çıkan savaşları da ifade eder. Bu nedenle kırmızı, kaosun rengidir ve gerçekte, uygun tonlarda ve oranlarda kullanılmamışsa, bir mekan içerisinde de kaosa neden olabilir.” (Özdemir, 2005: 392).



Resim 5: Renk Armonileri, (URL 8)

Haber jeneriklerinde baskın olarak kullanılan renk ağırlıklı olarak kırmızı (Star Tv, Trt 1, Show Tv, Fox Tv) ve mavidir (Kanal D). Kırmızı renk tehlikeyi, acil durumu, heyecanı ve gücü temsil etmektedir. Örneğin polis arabalarındaki sirenlerden biri kırmızıdır. Kırmızı dalga boyu en yüksek, en kuvvetli ve titreşimi en kuvvetli olan renktir. Tasarımcıların çalışmalarında kırmızı rengi seçmelerinde en önemli neden izleyicinin kırmızı rengi hemen fark edecek olmalarıdır. Bulunduğu ortama enerji veren

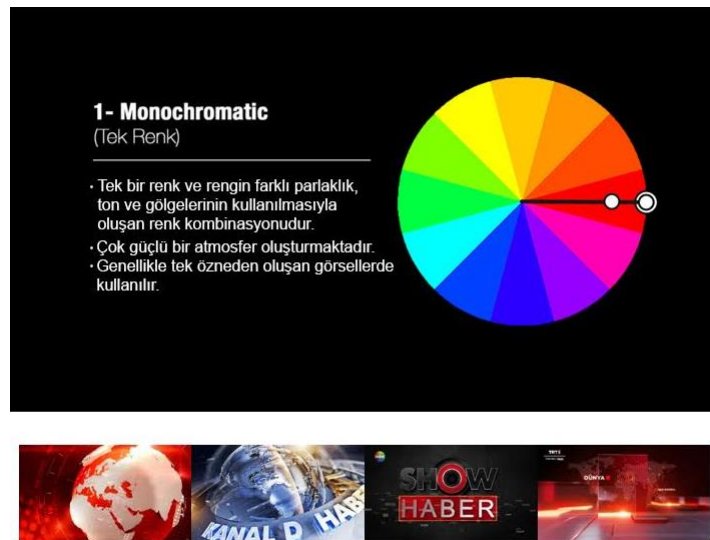
kırmızı rengin negatif etkileri ise saldırganlık ve kızgınlıktır. Kırmızı renk psikolojik olarak insanlarda acil ve tehlikeli bir durum varlığı hissini yaratır. Ölüm tehlikesi, dikkat, girmek yasaktır gibi uyarı levhalarında kullanılmasının sebebi budur. Kırmızı rengi temelde insanlarda tehlikeli bir durum içinde oldukları hissini uyandırır.



Resim 6: Haber Kanalları Jeneriklerinde Renk Kullanım Örnekleri, (URL 9, URL 10, URL 11, URL 12,)

Renklerin insan psikolojisine çok önemli etkisi bulunmaktadır. Öyle ki renklerin sağlık sektöründen turizm sektörüne kadar geniş bir yelpazede kullanıldığı görülmektedir. Bu noktada renk olgusunun kültürel ve sanatsal üretim süreçlerinde de sıklıkla kullanıldığını da belirtmeliyiz. Özellikle sinema ve televizyon sektöründe renk kullanımının stratejik olduğu görülmektedir. Akademik anlamda değerlendirildiğinde; göstergebilim çözümlemesinin yapıldığı birçok çalışmada renk unsuruna sıklıkla başvurulduğunu söyleyebiliriz. Renklerin kendine özgü bir dili ve iletişim yapısı bulunmaktadır. “*Bu nedenle; dizilerde, reklâmlarda, filmlerde ve diğer görsel mecralarda renk olgusu çoğu zaman bu dile uygun bir biçimde kullanılmaktadır. Renklerin taşıdığı anlam yükleri görsel kompozisyonun oluşmasına temel teşkil etmektedir.*” (Kırık, 2013:73).

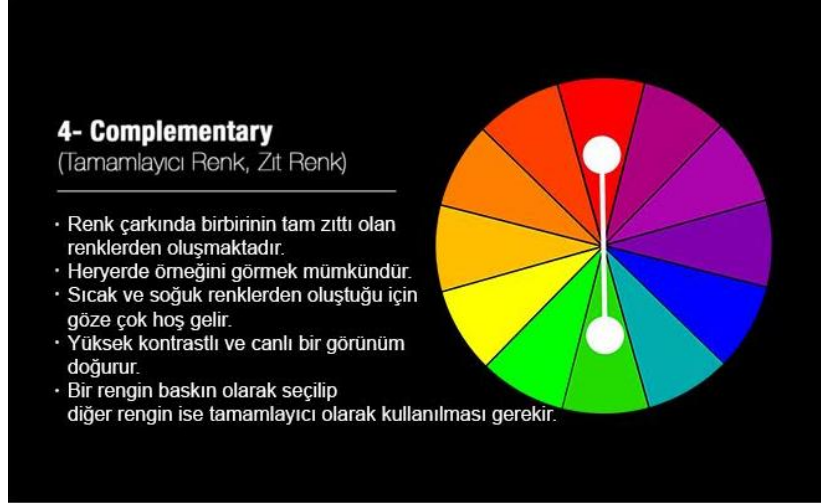
Kanal D, Show Tv, Trt 1 ve Fox Tv ana haber programlarının jenerikleri tek renk (monokromatik) armonisine uygun olarak tasarlanmıştır. Bu renk armonisinin kullanım pratiği renk çarkından seçilen bir renk ve o rengin farklı doygunluk ve parlaklık değerlerinin kullanılmasıdır. “*Kırmızı rengi dinamik ve tahrik edicidir. Aynı zamanda şiddet, nefret ve işkence gibi duyguların da sembolüdür.*” (Kalmık, 1950:38). Örnekteki ana haber bülten jeneriklerinde kırmızı, baskın renk olarak seçilmiş ve bu seçilen rengi desteklemek için yine kırmızının tonları kullanılmıştır ki bu sayede derinlik hissi verilmiştir. Tek renk (monokromatik) renk armonisi güçlü bir atmosfer oluşturur. Tek öznen oluşan görsellerde oldukça etkilidir çünkü gölge-parlaklık ve saturation farklılıkları ile izleyiciyi detaylara odaklanmaya iter.



Resim 7: Renk Armonisi ve Jenerikte Tek Renk Kullanım Örnekleri

Star TV Ana Haber programının jenerik tasarımında kullanılan renk armonisi ise zıt renk (Complementary) armonisine uygun olarak tasarlanmıştır. Zıt renk (Complementary) armonisi, renk

çarkında birbirine tam zıt olan, iki rengin oluşturduğu harmonidir. Star TV Ana Haber jeneriğinde kırmızı renk ve renk çarkında tam zıttı renk olan mavi renk seçilmiştir. Her ne kadar zıt olarak adlandırılabilirse bile aslında bu kullanım bir uyum ihtiva etmektedir. Renk paletinde kırmızı renk sıcak renk, mavi ise soğuk renk grubundadır. Kırmızı renk tehlikeli, panik gibi duyguları temsil ederken mavi renk ise bu durumun tam tersi sakinlik, sükûnet ve üretkenlik hissi veren bir renktir. Sigmund Freud maviyi “sakin bir renk” olarak nitelendirmektedir. Bu renk armonisi görsel sanatlarda kullanılan en popüler armonidir. Sahneye yüksek kontrastlı ve canlı bir görünüm katar. Genelde bir renk diğere göre daha baskın olarak kullanılır (Örneğin: kırmızı %80- mavi %20 gibi).



Resim 7: Renk Armonisi ve Jenerikte Tamamlayıcı ve Zıt Renk Kullanım Örnekleri

4. JENERİKLERDE KULLANILAN SEMBOLLER ve GÖRSEL İÇERİKLER

Haber jeneriklerinde kullanılan semboller birçok anlam taşımaktadırlar. Örnekleme olarak seçtiğimiz haber kanallarından Show TV ana haber jeneriğinde, hızla değişen ve birbirinden farklı zaman dilimlerini göstererek haber bülteninin günün tüm saatlerini kapsadığını ifade eden dijital saat animasyonlarının kullanıldığını görülmektedir. Star TV ana haber jeneriğinde ise uydu ve iletişim sistemlerini temsil etmek için birbirleri arasında bağ kuran grafikler kullanılmaktadır. FOX TV ana haber jeneriğinde güncelliğe ve 24 saatlik zaman dilimine vurgu yapmak için 12-3-6-9 rakamları kullanılmıştır. Kanal D ana haber jeneriğinde ise akrep ve yelkovanın haberlerin başlama saati olan 19.00'a denk gelmesi tercih edilirken, TRT 1 ana haber jeneriğinde içerik anlamında haber bültenindeki haber çeşitliliğini anlatmak için kullanılan spor, ekonomi ve yerküre görselleri görülmektedir. Show TV ana haber bülteninde ise bültenlerinde yer verdikleri haberlerin yerinde takip yapılarak kayıt altına alındığının vurgulanması amacıyla kameraların kayıt ekranlarını simgeleyen grafikler, record, pause, ileri geri sarma ikonları ve action safe grafiklerinin sembol olarak kullanıldığı görülmektedir.

Örnekleme olarak alınan haber programı jeneriklerinde Show TV ana haber programı dışında kalan kanalların video ve fotoğraf kullanmadıkları tespit edilmiştir. Show TV haber ise diğere dört kanalın aksine haber jeneriğinde dünya veya yerküre sembolünü kullanmayı tercih etmiştir. Show Haber; bültenlerinin evrensel olduğunu, jenerikte kullandıkları Rusya Devlet Başkanı, ABD Başkanı, Suriyeli göçmenlerin videoları ve jeneriğin packshot sahnesindeki metinlerle “Dünya, AB, Roma, Kıbrıs, Berlin, Cizre, Suriye, Bakü, Moskova, Şam, ABD vb.” kelimelerle pekiştirmeye ve vurgulamaya çalışmışlardır. Ayrıca meclisteki siyasi parti liderlerinin ve ülkemizde gelişen önemli olayların (sel, deprem, sınır ötesi hareket) video ve fotoğraflarının kullanıldığı da tespit edilmiştir.

5. SES ve ATMOSFER TASARIMI

Televizyon, sadece görsel bir iletişim aracı olarak değerlendirilemez. Özellikle haber jeneriklerinde ses kullanımının algı oluşumu açısından ciddi önem taşıdığı söylenebilir. Jenerik tasarımında görsel atmosfer yaratmak için imajlar, videolar, grafikler ve imgeler kullanılırken; ses tasarımı ve atmosfer

yaratmada ise müzik, konuşmalar ve ses efektleri kullanılmaktadır. Ses ve atmosfer yaratmada kullanılan bu üç öğeden konuşmalar bilgi aktarırken, müzik o anki duyguyu ifade eder ve ses efektleri ise olayın geçtiği yeri ve olayın kendisini anlatmaktadır. Jenerikler, seslerin ve görüntülerin birleşimiyle hedef kitle üzerinde etki yaratmaya çalışmaktadır.

“Sinema sadece görsel değil, görsel-işitsel bir sanattır ve ses yönetmenler tarafından, hem görüntüdeki anlamları güçlendiren dramatik bir öğe, hem de başlı başına bir anlatım aracı olarak kullanılabilir. Çünkü ses, öncelikle, kendine özgü bir duygu durumu yaratmakta; daha da önemlisi filmin seyircisini izlediği görüntüyü nasıl algılaması ve yorumlaması hususunda yönlendirebilmektedir.” (Bordwell ve Thompson, 2008:265).

Kanal D, Star Tv, Fox Tv ve TRT 1 ana haber bültenlerinin jeneriklerinin ses tasarımında ritmi yüksek, heyecan uyandıran müzik kullanımı tercih edilmiştir. Kesme noktaları müziğin ritminin değiştiği vurgu anlarına denk gelmektedir. Böylelikle müzik ile görüntünün uyumu sağlanmaktadır. SHOW TV ana haber bülteninde ise atmosfer yaratmak için kullanılan üç öğe -konuşma, müzik ve ses efekti-kullanılmıştır. Jenerikte siyasi parti liderlerinin sesleri, çatışma sesleri, olay yeri sesleri, sirenler gibi sesler kullanılarak atmosfer oluşturulmuştur.

6. SONUÇ

Kültür sanat eserleri ve grafik tasarımının ortak paydasında yer alan jenerik tasarımı, hareketli grafik tasarımını besleyen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Görsel iletişim ilkelerinin, sinematografik bir anlayışla bütünleşerek birçok başka kültürel ürünlerin sunumunda kullanıldığı bilinmektedir. Makalemiz kapsamında incelediğimiz jenerik örnekleri, görsel anlatımları açısından irdelenmiş, biçimsel anlamda analiz edilmiştir.

Jenerik kullanımının izleyici algısını oluşturma ve yönlendirmede kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda tasarımcıların ürünlerini ortaya çıkarırken, sinema dili başta olmak üzere, renk analizi, göstergebilim, müzik kullanımı da dâhil olmak üzere birçok enstrümana başvurdukları sonucuna ulaşılmıştır.

Ülkemizde televizyon yayıncılığının başladığı ilk yıllardan günümüze Ana Haber bültenlerinde kullanılan jeneriklerin; hem görsellerin zenginliği ve estetiği anlamında hem de teknik anlamda teknolojinin göstermiş olduğu hızlı ilerleme ile paralel bir gelişim gösterdiği görülmüştür.

Ana haber jenerikleri, içerisinde barındırdığı simgeler (dünya haritaları, dijital ve analog saatler, uydu grafikleri, akrep, yelkovan kullanımı, ekonomi, spor görselleri, metinler, videolar, fotoğraflar ve çizimler), ve ses tasarımı (müzikler, konuşmalar ve ses efektleri) ile kamuoyu oluşturmada ve izleyici algısını şekillendirmekte çok etkili etkilidir.

KAYNAKÇA

- Acar, A. (2015). Bir Görsel İletişim Alanı Olarak Film Jenerikleri. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, (14),11-21.
- Akman, M. ve Uçar, T. (2020). Bugünün ve Geleceğin Grafik Tasarımı. *Akdeniz Saat Dergisi*, 14 (25), 9-21
- Becer, E. (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Bordwell, D. & Kristin, T. (2008). *Film Sanatı*. Ankara: De-Ki Yayınevi.
- Güngör, H. (1983). *Temel Tasar*. İstanbul: Patates Baskı Yayınları.
- Kalmık, E. (1950). *Renklerin Armoni Sistemleri*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Yayınları.
- Kırık, A.M. (2013). Sinemada Renk Öğesinin Kullanımı: Renk ve Anlatım İlişkisi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(6), 71-83.
- Özdemir, T. (2005). Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 391-401.
- Sarıkahya, E. (2011). *Televizyon Sanat Programları Jeneriklerinin Grafik Tasarıma İlişkin Öğretim Elemanı ve Uzman Görüşlerinin Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

URL 1 <https://www.youtube.com/watch?v=Jm1OLffILb0>, Erişim Tarihi: 03.04.2021

- URL 2 <https://youtu.be/mlwfjm7kFqU>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 3 <https://youtu.be/mlwfjm7kFqU>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 4 <https://youtu.be/aLvV1oyShaM>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 5 <https://youtu.be/Naw2CzrMOfs>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 6 https://youtu.be/IH_S4ytu3d8, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 7 <https://youtu.be/rvA409KKLvE>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 8 <https://124.im/8zBD>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 9 <https://youtu.be/mlwfjm7kFqU>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 10 <https://youtu.be/aLvV1oyShaM>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 11 <https://youtu.be/Naw2CzrMOfs>, Erişim Tarihi: 03.04.2021
- URL 12 <https://youtu.be/rvA409KKLvE>, Erişim Tarihi: 03.04.2021