

**Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Radyo Televizyon Anabilim Dalı
Radyo Televizyon Bilim Dalı**

Spor Yayınlarında Görüntü Dilinin Kullanımı

**Yüksek Lisans
Tezi**

**Danışman
Yrd.Doç. Dr. Mete KAZAZ**

**Hazırlayan
Halit KARTAL
074223001010**

Konya 2011

İÇİNDEKİLER

Bilimsel Etik Sayfası	iv
Tez Kabul Formu	v
Önsöz / Teşekkür	vi
Özet	vii
Summary	x
Tablolar Listesi	xi
Şekiller Listesi	xiii
Giriş	1
Amacı	3
Önem	4
Varsayımlar	4
Sınırlılıklar	4
Yöntem	5

I.BÖLÜM

SPOR VE TELEVİZYON

1. Spor Kavramı	6
1.1 Sporun Toplumsal İşlevleri	8
1.2 Sporun Ekonomik İşlevleri	10
1.3 Sporun Politik İşlevleri	14
1.4 Sporun Kültürel İşlevleri	18
2. Spor Ve Televizyon	19
3. Sporun Televizyonda Yer Alış Biçimleri	22
3.1. Televizyon Ve Spor Haberleri	23
3.2. Televizyon Ve Spor Programları	24

II.BÖLÜM

TELEVİZYON PROGRAMINDA KAMERA ve GÖRÜNTÜ

1. Kamera ve Görsel Dil	27
1.1. Kamera Hareketleri	28
1.2. Kamera Açıları	33
1.3 Çekim Ölçekleri	35
2. Futbol Naklen Yayınlarında Kullanılan Özel Kamera Sistemleri	41
2.1. Örümcek Kamera	42
2.2. Slow Motion / Super Slow Motion Kamera	43
2.3. Steadi Cam	45
2.4. Jimmy Jib	47

III. BÖLÜM

SPOR PROGRAMLARINDA GÖRÜNTÜ DİLİNİN KULLANIMI ve GÖRSEL SUNUM ÖRNEK UYGULAMA

1. Yöntem	49
2 Evren ve Örneklem	51
3. Verilerin Toplanması	51
4 Bulgular ve Yorum	53
5.Değerlendirme	71
SONUÇ	75
KAYNAKÇA	80
ÖZGEÇMİŞ	85

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Halit KARTAL		
	Numarası	074223001010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Televizyon / Radyo Televizyon		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒	Doktora	☐
	Tezin Adı	Spor Yayınlarında Görüntü Dilinin Kullanımı		

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Halit KARTAL



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



TEZ KABUL FORMU

Halit KARTAL tarafından hazırlanan SPOR YAYINLARINDA GÖRÜNTÜ DİLİNİN KULLANIMI başlıklı bu çalışma 25./04./2011 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ

Başkan

Yrd. Doç. Dr. Meral SERARSLAN

Üye

Yrd. Doç. Dr. Hasret AKTAŞ

Üye

ÖNSÖZ

Günümüzde spor bireylerin gündelik hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Yoğun iş temposu nedeniyle yorulan ve sıkılan bireyler için spor önemli bir rahatlama aracı haline gelmiştir. Ancak modern toplumlarda birey spor yapmak yerine sporu izlemeyi tercih etmekte ve bu yolla fiziksel bir aktivite içerisine girmeden rahatlama çabasıyla çalışmaktadır. Hiç şüphesiz bu durum sporun temel işlevlerinden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Beden sağlığı,ve kişisel motivasyon gibi işlevlere sahip olan spor, yapılandan çok izlenen bir olgu haline gelmesi neticesinde yeni işlevler edinmiştir. Spor artık kitleleri eğlendiren, ekonomik getiri sağlayan bir sektör haline gelmiştir. Sporun bu denli ekonomik ve kitlesel bir sektöre dönüşmesi elbette ki çağımızın kitlesel olarak en güçlü iletişim aracı olan televizyon ile birlikteliğini kaçınılmaz hale getirmiştir. Televizyon sporu, kitleleri kendine çekmek için bir araç haline dönüştürmeye çalışmakta ve bunun içinde en güçlü silahı olan görüntüden faydalanmaktadır.

İşte bu çalışma televizyonun sporu izleyicilerine aktarırken görüntü dilini ne şekilde kullandığını ve ne gibi görsel unsurlardan faydalandığını incelemeye çalışmaktadır. Televizyon spor yayınlarını izleyicilere aktarırken, sinema ve teknolojinin gücünü görsel olarak sonuna kadar kullanmaktadır.

Bu çalışma literatüre az da olsa katkı sağlamayı başardı ise ne mutlu bana.

Kuşkusuz bu çalışma tamamıyla bireysel bir çaba ile hazırlanmadı. Bu çalışmanın fikir aşamasından, tamamlanmasına kadar geçen süreçte bana her zaman destek olan danışmanım **Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ'a**, öğrencilik hayatımda olduğu gibi akademik hayatımda da benden desteklerini esirgemeyen, **Yrd. Doç. Dr. Göksel ŞİMŞEK**, **Yrd. Doç. Dr. Aşina GÜLERARSLAN** ve **Yrd. Doç. Dr. Duygu AYDIN'a**, bu çalışma sırasında gerek fikir ve gerekse moral desteği ile yanımda olan değerli **dostum Uzm. Tarık DOĞAN'a** ve sadece bu çalışma için değil, hayatımın her noktasında, en mutlu anlarımda da en üzgün anlarımda da yanımda olan Manevi Babam **Yrd. Doç. Dr. Hasret AKTAŞ'a** sonsuz şükranlarımı sunarım.

Ayrıca doğduğum günden bugüne kadar beni ben yapan bütün değerlere sahip olmamı sağlayan, olumlu ya da olumsuz her davranışta yanlarına koştuğum, maddi

ve manevi olarak varını yoğunu benim için ortaya koyan **Aileme** ve özellikle **Annem'e** teşekkür ediyorum.

Ve Eşim...bu çalışmanın ortaya çıkma sürecinde sürekli yanımda olan, birlikte geçirebileceğimiz sınırlı zamanlardan bu çalışma için feragat eden **SEVGİ'ME** yürekten teşekkür ederim.

İyi ki varsınız ve yanımdasınız...

Öğrencinin	Adı Soyadı	Halit KARTAL		
	Numarası	074223001010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Yelevizyon / Radyo Televizyon		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	☒	Doktora ☐
	Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ		
	Tezin Adı	Spor Yayınlarında Görüntü Dilinin Kullanımı		

ÖZET

Değişen ve gelişen toplumsal yapı ile birlikte bireylerin yaşam şartları da değişmiştir. Özellikle teknolojinin günlük yaşantı içerisinde etkisi arttıkça birey de toplumsal yaşantısını bu duruma göre değiştirmeye başlamıştır. Daha önce işe giden ve işten arta kalan vaktini ise dinlenmeye ayıran birey, teknolojinin gelişmesi ile birlikte daha fazla serbest zamana sahip olmuş ve bu zamanı değerlendirme arayışına girmiştir. Bu noktada devreye giren televizyon, çalışmaktan arta kalan serbest zamanda bireyleri ekran başında tutmayı amaçlamakta ve bunun içinde toplumun büyük bir kısmı tarafından ilgi ile takip edilmekte olan spor olgusunu kullanmaktadır. Sporun büyük kitleler tarafından takip edilmekte olması televizyon yayınlarının önemli bir kısmının spor yayınlarına ayrılmasına neden olmaktadır. Kitlelerin ilgisini çekebilmek ve canlı tutabilmek için spor yayınlarına büyük önem vermekte olan televizyon, teknolojik yenilikleri de ilk olarak spor programlarında kullanmakta ve bu alana ne kadar önem verdiğini göstermektedir. İzleyicilerin ilgisini çekmek için en güçlü silahı olan görüntüyü kullanmakta olan televizyon, neyi gösterdiğinden çok nasıl gösterdiği ile ilgilenmekte ve bu şekilde ilgiyi yüksek tutmaya çalışmaktadır.

Bu çalışma televizyon spor yayınlarında görüntü dilinin kullanımını inceleyerek, izleyicilerin ilgisini çekmek için ne gibi görsel sunum teknikleri ve unsurlarından yararlanıldığını incelemektedir.

Çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan birinci bölüm spor kavramı ve spor-televizyon birlikteliği üzerinde durmakta, ikinci bölüm ise televizyon programlarında kamera ve görüntü unsurlarını incelemektedir.

Çalışmanın uygulama kısmını oluşturan üçüncü bölümde ikinci bölümde incelenen kamera ve görüntü unsurlarının kullanımı örnek spor yayınları üzerinde incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Spor, Spor ve Televizyon, Görüntü Dili

Öğrencinin

Adı Soyadı	Halit KARTAL		
Numarası	074223001010		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Yelevizyon / Radyo Televizyon		
Programı	Tezli Yüksek Lisans	☒	Doktora ☐
Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ		
Tezin İngilizce Adı	Use Of The Visual Language İn Sports Broadcasts		

SUMMARY

Individual's lifestyle is changing as the social structure changes and develops. Especially, as the role of technology in our daily lives increases, people are changing their social lifestyle according to this situation. People were going to work, and using their free time for relaxing before, however, the advances in technology gave individuals more free time, and they are looking for ways to make use of their time. At this point, television has a role. Television aims to make people spend their time watching it. Because sports is liked by many people in the society, sports is used to make people watch television. A great portion of television broadcasts consists of sports programs. To be able to attract the attention of masses and keep this attention alive, television pays a lot of importance to sports programs and uses new technology for the first time in these programs. Visuals are the most powerful tool to attract viewers' attention in television. It deals not with what is shown, but how it is shown.

This study examines the visual language in sports programs broadcasted in television and what types of visual techniques and elements are used to attract viewers' attention.

The first part of the study, which constitutes the theoretic framework, focuses on sports concept and sports – television relationship. The second part examines camera and image elements in television programs. .

The third part is the practical part of the study. In this part, the usage of camera and image elements in selected sports programs were examined.

Key Words: Sport, Television and Sport, The Visual Language

Tablolar Listesi

Tablo-1 Çekim Sayıları.....	53
Tablo-2 Sayı olarak Uzak Çekim Kullanımı	53
Tablo-3 Süre Olarak Uzak Çekim Kullanımı	54
Tablo-4 Orta Çekim Kullanımı.....	54
Tablo-5 Süre Olarak Orta Çekim Kullanımı.....	55
Tablo-6 Sayı Olarak Yakın Çekim Kullanımı	55
Tablo-7 Süre Olarak Yakın Çekim Kullanımı	56
Tablo-8 Sayı Olarak Üst Açık Kullanımı	56
Tablo-9 Süre Olarak Üst Açık Kullanımı	57
Tablo-10 Sayı Olarak Alt Açık Kullanımı.....	57
Tablo-11 Süre Olarak Alt Açık Kullanımı	58
Tablo-12 Sayı Olarak Göz Hizası Açısı Kullanımı	58
Tablo-13 Süre Olarak Göz Hizası Açısı Kullanımı	59
Tablo-14 Sayı Olarak Kuşbakışı Açısı Kullanımı	59
Tablo-15 Süre Olarak Kuşbakışı Açısı Kullanımı	60
Tablo-16 Sayı Olarak Kombine Kamera Hareketleri Kullanımı	60
Tablo-17 Süre Olarak Kombine Kamera Hareketleri Kullanımı.....	61
Tablo-18 Sayı Olarak Çevrinme Kamera Hareketleri Kullanımı	61
Tablo-19 Süre Olarak Çevrinme Kamera Hareketleri Kullanımı	62
Tablo-20 Sayı Olarak Kaydırma Kamera Hareketleri Kullanımı	62
Tablo-21 Süre Olarak Kaydırma Kamera Hareketleri Kullanımı.....	63
Tablo-22 Sayı Olarak Optik Kaydırma Hareketleri Kullanımı	63
Tablo-23 Süre Olarak Optik Kaydırma Hareketleri Kullanımı	64
Tablo-24 Sayı Olarak Sabit (Hareketsiz) Kamera Kullanımı	64

Tablo-25 Süre Olarak Sabit (Hareketsiz) Kamera Kullanımı.....	64
Tablo-26 Kamera Türleri (Sayı Olarak) Kullanımı	65
Tablo-27 Kamera Türleri (Süre Olarak) Kullanımı	67
Tablo-28 Sayı Olarak Tekrar Gösterim Kullanımı	68
Tablo-29 Süre Olarak Tekrar Gösterim Kullanımı	69
Tablo-30 Sayı Olarak Slow Motion-Super-Slow Motion Kullanımı.....	69
Tablo-31 Süre Olarak Slow Motion-Super-Slow Motion Kullanımı	70

Şekiller Listesi

Şekil 1 Spidercam Çalışma Alanı	42
Şekil 2 SpiderCam Görüş Açısı	43
Şekil 3 Super Slow Motion Kamera Görüntüsü	44
Şekil 4 Super Slow Motion Kamera Görüntüsü	44
Şekil 5: SteadiCam Vücut Sistemi.....	45
Şekil 6: Steadicam	46
Şekil 7: Steadicam	46
Şekil 8: Jimmy Jib.....	47

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları var olduğu günden beri birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Bu alanda birçok araştırma ve inceleme yapılmış, onlarca makale kaleme alınmıştır. Kitle iletişim araçlarının başında gelen televizyon da bu tartışmalardan payını almış ve gerek sunuş biçimi, gerekse içerik boyutuyla çoğu kez eleştiri konusu olmuştur. Televizyon; temel işlevi olan haber verme ve bilgilendirme işlevi temelli bilimsel çalışmaların yanı sıra, eğitme ve eğlendirme işlevini temel alan bazı çalışmalara da konu olmuştur.

Toplumsal bir olgu ve kurum olarak, özellikle toplumdaki diğer kurumlarla ilişkileri dolayısıyla, hakkında bilgiye fazlasıyla ihtiyaç duyulan spor kavramı da televizyon ile ilişkisi bağlamında kimi bilimsel çalışmalara konu olurken; televizyon spor yayınlarının sunum şekli bakımından çok fazla incelenmemiştir. İşte bu çalışma spor yayınlarındaki en küçük ayrıntının, kullanılan kamera açılarının, çekim ölçeklerinin, aydınlığın ya da karanlığın, görüntü tekrarlarının ne anlama geldiği, spor yayınlarının televizyondaki sunum şekillerinin ne olduğu sorularına temel olması için hazırlanmıştır.

“Spor Yayınlarında Görüntü Dilinin Kullanımı” adlı bu tez çalışmasının “Spor” isimli ilk bölümünde spor kavramının anlamına açıklık getirilmeye çalışılmış ve sporun işlevleri sıralanarak, sporun toplumla ne kadar iç içe olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yine bu bölümde spor - televizyon ilişkisine değinilerek, sporun televizyonda yer alış biçimleri tartışılarak ele alınmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümü; televizyon program yapımında kullanılan teknik unsurlara değinerek, yayınların sunumunda kullanılan görüntü dilinin ne anlama geldiği üzerinde durmaktadır. Yayın esnasında kullanılan kamera açılarının, çekim ölçeklerinin ya da aydınlatmanın rastgele mi seçildiği, yoksa belirli bir amaç çerçevesinde mi belirlendiğine ikinci bölümde açıklık getirilmeye çalışılmaktadır.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise; televizyonda yer alan spor yayınlarının (naklen yayınların) izleyicilere aktarılırken hangi kamera açılarının kullanıldığı, niçin bu açılardan yararlanıldığı, kullanılan çekim ölçekleri ile izleyicide ne gibi duygular uyandırılmaya çalışıldığı, izleyicinin ilgisini çekmek için ne gibi görsel

sunumlara başvurulmakta olduğu örnek inceleme ile ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Problem

Teknolojik gelişmeler her geçen gün, gündelik hayatımızın içerisinde daha fazla yer almaktadır. Cep telefonunun hayatımıza girmesinin ardından artık sürekli olarak yanımızda taşıdığımız teknolojik ürünler insan hayatının önemli birer parçası haline gelmiştir. Elbette teknolojinin gündelik yaşamımızdaki bu önemi, televizyon yayıncılığının da önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Televizyon yayıncılığındaki teknolojik ilerleme, herşeyden önce fiziki avantajları ile kendini göstermektedir. Kullanılan cihazların boyutlarının küçülmesi ile azalan iş gücü, verimli kullanılan zaman, yayınların görüntü kalitesi hem nicelik olarak avantaj sağlamakta, hem de ekonomik olarak harcamaları azaltmaktadır.

Teknoloji temelli bir yapı üzerine kurulu olan televizyon yayınları, teknolojik aletlerin gelişmesi sonucu biçim olarak farklı bir yapıya dönüşmeye başlamış, değişen bu biçim yapısı da farklı anlatım yapılarını meydana getirmiştir.

Özellikle kamera sistemlerinin gelişmesi anlatı yapısında bazı değişikliklere neden olmuş ve daha öncesinde kullanılmayan ya da çok az kullanılan sinematografik öğeler, anlatı yapısı içerisinde kendine yer bulmuştur.

Televizyon yapımları içerisinde önemli bir izleyici oranına sahip olan ve bu nedenle de teknolojik yeniliklerden ilk olarak nasiplenen spor yayınlarının da, gelişen teknolojik yapı içerisinde gerek estetik, gerekse de anlatı yapısı açısından birtakım değişikliklere uğraması kaçınılmazdır.

“Spor Yayınlarında Görüntü Dilinin Kullanımı” isimli bu tez çalışmasının ana problemi, teknolojik gelişme ile ortaya çıkan spor naklen yayınlarındaki görsel değişikliklerin, anlatı yapısı ve izleyici üzerinde ne tür etkilerinin olduğudur.

Amaç

Görüntü ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle birlikte televizyon spor yayınlarının sunumu ve görsel dili de birtakım gelişmeler göstermiştir.

Bu çalışmada günümüzün en yaygın kitle iletişim aracı olan televizyonun, spor yayınlarını aktarırken kullandığı görüntü dilinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Televizyon spor yayınları incelenirken, sinemada kullanılan görüntü dilinin televizyon spor yayınlarına ne şekilde aktarıldığı, kullanılan çekim ölçekleri ve

kamera hareketlerinin ne amaçla kullanıldığının belirlenmesi, ortaya koymaya çalışılacaktır.

Önem

Televizyon yayınlarında spor, en yaygın şekilde, kitleleri bir araya getiren ortak bir tema olarak işlenmeye çalışılmaktadır. Vurgulanan tüm bu noktaların yanı sıra gelişen ve değişen teknolojik altyapılar neticesinde spor yayınlarının görsel dilleri de gelişmekte ve önem kazanmaktadır. Günlük hayatın koşuşturmasından yorulan bireyin, rahatlamak için televizyona, özellikle de spor yayınlarına sarılması, spor yayınlarının sunumunda kullanılan görsel dili daha da önemli hale getirmektedir. Bu konunun toplumsal bir boyuta sahip olması, akademik ortamların yanı sıra spor ve kitle iletişim dünyasının bu ve benzer çalışmalara gereksinim duyması, bu çalışmanın taşıdığı önemin altını çizmektedir.

Varsayımlar (Sayıtlar)

Araştırmanın amaç bölümünde belirtilen temel sorulardan hareketle üretilen varsayımlar şu şekilde sıralanabilir.

- Teknolojik gelişmeler ile birlikte spor yayınların görsel dilleri de gelişmektedir.
- Televizyon spor yayınları sinema sektöründe kullanılan ve izleyicilere belirlenen etkileri vermek için kullanılan görüntü unsurlarından yararlanmaktadır.
- Kitle iletişim araçları; gelişen teknolojileri, görüntü tekniğini, farklı çekim ölçekleri ve kamera hareketlerini spor yayınlarında kullanarak; spor müsabakalarını sahalardan takip eden sınırlı sayıda taraftar ile yetinmek yerine, televizyonda yer alan spor yayınlarında ilgi çekici bir görsel dil kullanarak milyonlarca insan tarafından takip edilmeyi amaçlamaktadır.

Sınırlılıklar

Bu çalışmanın evreni, araştırma yapılırken takip edilecek yayınların, şifreli ya da şifresiz, kamu ya da tecimsel, tematik ya da normal yayın yapan televizyon kanalları ayırt edilmeksizin yeterli sayıda ve sınanacak alanların tamamının araştırılabilmesi doğrultusunda belirlenmiştir.

Yine çalışmanın konusu olan spor yayınları kendi içerisinde spor haberleri ve spor programları olarak ikiye ayrılmakta, spor programları da naklen yayınlanan spor müsabakaları ve tartışma-özet programları olarak iki alt başlığa ayrılmaktadır. Bu çalışma üzerinde sonradan bir oynama yapılmadığı için naklen yayınlanan spor müsabakalarının yayınlanmasında kullanılan görsel dili incelemektedir.

Yöntem

Bu çalışmada kuramsal çerçevenin oluşturulmasında genel tarama yöntemlerinden olan literatür taraması yöntemi, uygulama kısmında verilerin toplanması, değerlendirilmesi aşamasında ise kısmi içerik çözümlemesi yöntemi kullanılacaktır. Çalışmanın özellikle sınanması ve ortaya koyduğu sonuçların değerlendirilmesi açısından büyük öneme sahip olan içerik analizi ile ilgili kapsamlı bilgi, üçüncü bölümde aktarılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SPOR VE TELEVİZYON

1. Spor Kavramı

Bugüne kadar spor kavramına, spor adamından siyaset bilimcisine, köşe yazarından yorumculara kadar birçok farklı kesim tarafından çeşitli tanımlamalar getirilmiştir. Bu tanımlamaların tamamına değinmek bu çalışmada mümkün olmamakla birlikte, spor kavramı ile televizyon spor programları arasındaki ilişkiyi ifade etmek açısından öne çıkan bazı tanımlamalara değinmek gerekmektedir.

Spor kelimesi İngilizce'nin yardımıyla dünyaya yayılmış olsa da, İngilizce bir kelime değildir. Latince dağıtmak, birbirinden ayırmak anlamına gelen “Disportere” veya “Deportere” kelimesinden doğmuştur. Bu şekilde kullanılan sözcük zamanla aşınmaya uğrayıp “Disport” şeklinde kullanılmaya başlanmıştır. 17 yy.dan itibaren de “Sport” şeklini almıştır. Türkçe de uluslararası dil etkileşiminden etkilenerek “Sport” kelimesini zenginliğine katmış, okunuşu gibi “spor” olarak kullanılmaya başlamıştır (Çankaya'dan akt. Atasoy ve Kuter, 2005:13). Sporun tarihi neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir. İlk insanların savaşlarda ya da avlanırken geliştirdiği yöntemler, yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte birer eğlence aracı haline dönüşmüştür.

Sporu; insanların fiziksel yetenek ve becerilerini kullanarak yarışmalarını içeren, kurallara bağlanmış toplumsal bir oyun olarak tanımlayabiliriz (Talimciler, 2003, 21).

Spor, fert ve toplum ilişkilerinin geliştirilmesinde hem ferdi hem de sosyal açıdan etkilidir. Spor fert ve toplum ilişkilerini geliştirdiği gibi toplumun yüceltilmesinde önemli bir araçtır. Spor, ferdin topluma uyumunu sağladığı gibi ruh ve beden sağlığını da güvence altına alır. Sağlıklı bir kuşağın geliştirilip, yetiştirilmesinde ana eğitim aracıdır. Hem yarışma, zevk, sağlık, estetik, eğlence, oyun, reklam, propaganda, meslek, bilim, boş zamanları değerlendirme aracı; hem de kişi ve toplumlar arası ilişkileri düzenleyen bir olgudur (Erkal, 1992).

Spor; ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmanın temel faktörleri olan bireylerin, fizyolojik ve psikolojik yapısını geliştirmek, kişiliğin oluşumunu karakter

özelliklerinin gelişimini sağlamak, bilgi, beceri ve yetenek kazandırarak topluma uyumunu kolaylaştırmak, kişiler, toplumlar ve uluslar arası dayanışma, kaynaşma ve barışı sağlamak, bireyin mücadele gücünü artırmak yanında; belli kurallara göre rekabet ölçüleri içerisinde mücadele etme, heyecan duyma, yarışma ve yarışmada üstün gelme faaliyetleri olarak belirtilmektedir (Yetim, 2005:129-132).

Fişek, sporu şöyle tanımlamaktadır: Spor yapan (sporcu) açısından kazanmaya dönük teknik ve fiziki bir çaba; izleyen (seyirci) açısından yarışmaya dayalı estetik bir süreç; toplum genelince oluşturulan bütün içinde de, yerine göre o toplumun çelişki ve özelliklerini olduğu gibi yansıtan bir ayna, yerine göre onu yönlendirebilen etkili bir amaç, ama son değerlendirmede önemli bir toplumsal kurumdur (Fişek, 1998). Fişek'in bu tanımında spor, sadece fizyolojik olarak değil toplumsal olarak da yansıtılmaktadır.

Fizyolojik kökenli bir yaklaşıma göre ise “spor başarıyı genişletme ve yarışmada üstün gelme amacı ile gösterilen çabayı, bedensel bakımdan daha yetenekli olanların seçilmesini ve seçilenlerin sürekli ve yoğun bir eğitimle yetiştirilmesini gerektiriyor. Böylece spor daha çok yarışmayı içermekte ve yüksek düzeyde oyun, mücadele ve ağır kas çalışmasını gerektirmektedir” (Özmen'den akt. Kazaz, 2002:10).

Atilla Erdemli ise sporu daha geniş bir şekilde tanımlamış ve “Bulunması, mükemmelleşme bilinç ve duygusunun yönlendirici olması, yapısı gereği bir ahlak olması, insanın temel özelliklerinden biri olması, sporcudan sportif gücünün ve becerisinin sınırlarına ulaşmayı istemesi, bir çevre olayı olması, bio- psiko- sosyal bir olay olması, sürekli yapılması, yapana haz vermesi gibi özellikleriyle diğer oyunlardan ayrılan bedensel etkinlik” (Erdemli, 1997: 40) olarak ifade etmiştir.

Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere spor ve toplum arasında birbirine geçmiş sıkı bir bağ bulunmaktadır. Bu bağın temel nedeni, sporun toplumsal gelişmeler ışığında şekillenmesidir. Özellikle modern toplumlarda gelişen teknoloji ile birlikte bireye düşen iş yükünün azalması ve bunun neticesinde insan doğasına uymayan bir yaşam biçiminin ortaya çıkması ve iş yükünün azalmasıyla ortaya çıkan boş zaman kavramının bireye getirdiği toplumsal baskılar ve stres, çağdaş insanın karşısına büyük bir tehlike olarak dikilmiştir.

Şahan, sporun “çağdaş insanın karşısına dikilen bu tehlikeye karşı dinamik, güncel yaşamın getirdiği streslerden uzak bir ortam yaratarak çözüm getirmekte” (Şahan, 2007) olduğunu ifade etmektedir.

Sadece bu son tanımlamadan hareketle bile spor ile toplumun arasında çok sıkı bir bağ olduğunu belirtmek mümkündür. Spor için yapılan tanımlar neticesinde spor kavramına belli bir çerçeve çizilmiş olsa da, toplumsal yaşamla iç içe olan spor kavramı toplumun diğer alanlarından ayrı bir olgu olarak düşünülemez. Toplum yaşamıyla iç içe geçmiş olan spor bu alanda ekonomik, politik, sosyal ve kültürel bazı işlevlere sahiptir.

1.1.Sporun Toplumsal İşlevleri

Toplumsal olgular; hem dinsel hem seküler nitelikte, hem de kolektif biçimde geliştirilen davranış biçimleridir. Normlar ve kurumlar toplumsal olguların az çok katılaşmış biçimdeki örnekleridir. Bunlar kolektif bir varlık olarak düşünülen grupların pratiklerini oluşturur; bu yüzden empoze edici niteliktedir ve bireyler tarafından içselleştirilir (Marshall, 1999:755) Toplumsal olgular başlayış ve bitiş süresi ile yeri kesin olarak belirlenemeyen, süreç içinde ortaya çıkan gelişmelerdir.

Uygarlık tarihi içinde geçirilen gelişim ve aşamalar insanları bir arada yaşamaya zorunlu kılmıştır. Bu zorunluluk; insanların yaşamlarını sürdürme, güvenli, mutlu ve bolluk içinde yaşama kaygısından kaynaklanmaktadır. Toplumun nitelikleri onun kültürel boyutuna da işarettir. Toplumu oluşturan bireylerin oluşturduğu, paylaştığı, gereksinimlerini giderdiği yapı ve yaşam biçimleri kültürü oluşturur. Kültürel olgular, düzenli ve sürekli yinelenen, toplumsal normlar tarafından onaylanmış, toplumsal yapı içinde önem taşıyan kurumlardan oluşmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda da baktığımızda spor olgusu toplumsal kurum niteliği taşımaktadır (Kaya, 2001: 17).

Bireyi toplumsal sistemin katılımcı bir üyesi haline getiren süreç olan toplumsallaşma, sporun üstlenmiş olduğu toplumsal işlevler sayesinde çok daha rahat gerçekleştirebilmektedir. Arthur Asa Berger’e göre spor; toplumsal bir öğrenme olan toplumsallaşmayı, taklit ve rekabet yoluyla yerine getirmektedir. Sporun benzetim yoluyla yapıldığı ve büyük ölçüde rekabete dayandığı, etken veya edilgen

katılımcılarının, değişik birey ve gruplarla geniş bir ekseninde toplumsal ilişkilere girdiği, böylece kendi dar dünyasından kurtularak farklı kişiliklerden, inançlardan, düşüncelerden diğer bireylerle bir araya geldiği, iletişim ve ilişki kurduğu, diğerlerini etkilediği gibi diğerlerinden de etkilendiği hatırlandığında bu işlevi etkin bir biçimde verdiği anlaşılabacaktır (Berger, 1993: 124).

Sporun toplumsal boyutunu gözümüzde canlandırmak için, televizyon spor yayınlarının izlenme oranlarına, gazetelerde yer alan spor sayfalarına ve dünya kupası gibi dev organizasyonlara olan ilgiye bakmak yeterlidir.

Dooder'e göre sporun toplumsal işlevlerine bakacak olursak:

- Duygusal Boşalma: Spor yapmak duyguların boşalmasına ve stresin azaltılmasına olanak sağlar. Saldırganlık eğilimlerini geriletir.
- Kimliğin Teyidi: Spor, kişiye tanınma ve kişisel niteliklerinin dışa vurulması fırsatı sağlar.
- Sosyal Kontrol: Spor, kişileri içine alarak üzerlerinde bir kontrol sağlama imkânı tanır.
- Sosyalleşme: Sporcuların sosyal bir yapı içerisinde var olmalarına hizmet eder.
- Değişim Organı: Spor, tarihsel değişimlere (sınıfların karşılıklı etkileşimi, beceriye bağlı dikey sosyo-ekonomik hareketlilik v.s) kadar varabilen sosyal değişim ve yeni davranış biçimleri üretilmesine yol açar.
- Kolektif bilinç: Spor, ortak amaçlar etrafında toplanılan bir topluluk ruhu yaratır.
- Başarı: Spor, hem sporcu hem de izleyicide, kendisini özdeşleştirdiği bir sporcu ya da takım hedefine ulaşınca bir tatmin ve başarı duygusu verir (Talimciler, 2005: 20).

Sporun toplumsal işlevlerinden bahsederken, bireylerin ve toplumun üzerindeki eğitici rolünden de bahsetmek gerekmektedir. Gençlerin ve çocukların bedensel gelişimleri için spor önemli bir araçtır. Çocukluk döneminde başlayan oyun

faaliyetleri zamanla spor faaliyetlerine dönüşmekte ve bu da bireyin bedensel ve ruhsal eğitimine katkı sağlamaktadır.

Ayrıca oyun ve spor, çocukların ve gençlerin toplumsal ilişkilerini geliştirmekte, paylaşmayı ve dayanışmayı, uygun biçimde rekabet etmeyi öğretmekte, karşı cinsle ilişkileri geliştirmekte, grup içinde sorumluluk almayı öğretmektedir. Öte yandan, kazanmanın ve kaybetmenin doğal olduğunu, hakkını korumayı ve başkalarının haklarına saygılı olmayı, centilmenliği öğretmektedir (Doğan, 2004:149).

Sporun toplumsal dinamiklerle iç içe geçmişliğini Tanıl Bora şöyle aktarmaktadır: Sporun en popüler dallarından biri olan futbolun medyada, ona bağlı olarak günlük sohbetlerde kapladığı yere, hayat enerjisinden aldığı paya baktığınız zaman -bunda normal olmayan bir şey var- diyeceksinizdir. Futbolun sadece futbol olmadığını, oyunun güzelliğini, takım, taraftar, oyuncu kimliklerinin berisinde “hayata” ve “sosyolojiye” dair çok şey gizlediğini biliyoruz. Zira futbol sadece futbol olmadığını gibi, futbol sözü/sohbeti asla sadece futbol sözü/sohbeti değil. Toplum, siyaset, insan anlayışına dair birçok şey, futbola tahvil edilerek, futbol üzerinden konuşuluyor; futbol âleminde izdüşümleri oluyor (Bora’dan akt. Kazaz,2007:32).

Sporun günlük konuşmalarda sürekli yer alması, eğitimcilerin gençlerin eğitiminde spora önem vermeleri, kitle iletişim araçlarında yoğun bir şekilde yer alması ve araştırmacıların sürekli olarak spor ile ilgili konulara yönelmesi sporun toplumsal yapı içerisindeki yerini ve önemini gözler önüne sermektedir. Sporun toplumsal yapı ile olan bu bağı ister istemez toplumun diğer yapı taşlarıyla da yani ekonomik, politik ve kültürel yapı taşlarıyla da ilişkisini etkilemektedir.

1.2.Sporun Ekonomik İşlevleri

Özellikle yirminci yüzyılda toplumun spora ilgisinin artması, sporcuların toplumsal statülerinin yükselmesi, spor dallarının kurallarının yeniden düzenlenerek izlenirliliğinin artırılması, spor ve performansı artırıcı tekniklerle spor araçlarının teknik olarak iyileştirilmesi gibi çeşitli gelişmeler; sporun diğer işlevlerini olduğu kadar toplumsal işlevlerini de değiştirmiştir. Artık spor ticari bir sektör, uluslar arası bir propaganda aracı, maddi ve manevi kazanç elde etme aracı olmakla birlikte

toplumsal konum ve sosyalizasyon süreçlerinin de önemli faktörü konumuna gelmiş görülmektedir (Kazaz, 2007:28)

Sanayileşme, hizmet sektörünün gelişmesi, bilgi çağı ve hızlı kentleşme sonucunda toplu yaşama kültürü ve sosyal yapı giderek farklı özellikler kazanmıştır. Toplumsal eğilimleri moral, kültür, yaşam felsefesi, ekonomik refah gibi olgular biçimlendirmektedir. Çağdaş toplumlar, sporu sosyal hayatın ayrılmaz bir parçası sayarken, geri kalmış toplumlar ise sporun önemini kavrayamamış ve göz ardı etmişlerdir. Günümüzde, toplumların spora yaklaşımları, toplumların genel yapısını yansıtır. Spor aslında gelişmişliğin bir ölçütü olarak da kabul edilmektedir (Yetim, 2000:63).

Spor örgütlenmesi ve hizmetlerin halka ulaştırılması birçok ülkede genellikle kamu hizmeti olarak yürütülmektedir. Kuşkusuz tarihi süreç içerisinde devletin yerine getirmek zorunda olduğu eğitim, sağlık, güvenlik vb. görevler sürekli değişim içerisinde olmuştur. Birçok örgütte olduğu gibi spor örgütlerinde de kendini gösteren bu değişim, ülkelerin benimsemiş oldukları siyasi ve ekonomik sistemlere bağlı olarak gerçekleşebildiği gibi çağın getirdiği yeni ihtiyaçlara paralel olarak da şekillenmektedir (İmamoğlu, 1992:).

Sporun “endüstrileşmesi” yirminci yüzyılın son çeyreğinde gerçekleşmiş ve kapitalist ilişkilerin spora nüfuz etmesi; sporun örgütlenmesini, biçimini ve toplumsal ilişkilerini radikal olarak dönüştürmüştür. Giderek hız kazanan küreselleşme süreciyle birlikte de spor alanında profesyonelleşme ve ticarileşme süreci büyük ölçüde tamamlanmıştır. Sporun; sadece kapitalizmin dünya çapında yayılmasının bir etkisine indirgenemeyeceği açık olsa da, profesyonel sporun ve kapitalizmin kritik uyumu yadsınamamaktadır (Gökalp, 2005: 123).

1950’lerde başlayan ancak 80’lerden itibaren doruk noktasına ulaşan televizyonla sporun, özellikle de futbol, arasındaki ilişkide televizyon sadece aktarıcı olarak kalmamış; zaman içinde oyunu yönlendirmeye de başlamıştır. Televizyon spora endüstriyel gücünü vermiş, sporun yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bununla birlikte sponsorluk ve reklam gelirleri, yayın hakları gelirleri sayesinde spor kulüplerinin kâr etmesini, gelişmesini ve büyük başarılar kazanmasını sağlamıştır. Örneğin,

Türkiye’de futbolun son 15 yıl içerisinde bu kadar gelişmesinin ve popülerleşmesinin nedenlerinin başında; özel televizyonların yayına başlamasıyla birlikte futbol karşılaşmalarının ticari bir kitle eğlencesine dönüşmesi, yayın organlarından gelen büyük paraların ünlü futbolcu ve antrenörlerin transferlerine harcanması yoluyla Türk futbol takımlarının ve milli takımın başarılarının artması gelmektedir. Böylece Türk ulusunda medyatikleşen futbol, kitlesel bir eğlence biçimi olarak, toplumun tümü için bireysel ve kolektif bir kimlik mekânına dönüşmüştür (Talimciler, 2003:275).

Çok uluslu şirketler ile futbol kulüpleri yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır. Sporculuk mantığı ve ahlakı yok olma yolundadır. Bugün futbol kulüplerinin işleyişini ve uygulamalarını belirleyen ‘yatırım’ ve ‘kârlılıktır.’ Futbol ekonomik ve mali bir savaş yaşamaktadır. Oyuncular birer paralı askerdir ve en yüksek teklife satılmaktadır, birer yatırım araçlarıdır. Artık parayla ölçülen bir oyun söz konusudur. Seyirciler de bu duruma göre şekillenmiştir (Authier, 2002: 13)

Milliyet Gazetesi’nin “Dünya Kupası El Yakıyor” başlığı ile verdiği haber de sporun ekonomik işlevinin kazandığı boyutu çok iyi anlatmaktadır: “Dünya Kupası maçlarının yayın haklarını alan Alman medya devi Kirch anlaşmalarını yapmaya başladı. Önce teklifleri ağır bulan Batılı televizyon kuruluşları, çözümü ortaklıklarda buldular. Fransız özel televizyonu TF 1 anlaşmayı tek başına yaklaşık 218 trilyona (168 milyon Euro) imzaladı. Daha önce İngiliz BBC ve ITV (özel TV) ile Kirch grubu 331 milyara anlaşmıştı. Almanya’da da maçların yayın hakkını ZDF ile ARD televizyonu ortaklığı; İspanya’da ise maçları VIA Digital aldı. Türkiye’de bu paraları kimin vereceği merak konusu. TRT yetkilileri kendilerinin önerdikleri teklifin Kirch grubunun fiyatının çok altında olduğunu söylemekle yetindiler. TRT yetkilileri ayrıca, “teklifi açıklayamayız çünkü Türkiye’de rakiplerimiz var” dediler (Milliyet Gazetesi’nden akt. Kazaz,2007: 35).

Spor yayınları için ödenen bu rakamlar elbette sportif faaliyetlerin daha değerli hale gelmesine ve bu alanda yapılan yatırımların da artmasına neden olmaktadır. Spor kulüpleri elde ettikleri bu gelirler ile saha yüksek transfer bütçeleri oluşturmakta ve büyük paralar harcayarak sansasyonel transferlere imza atmaktadırlar. İspanyol spor kulübü Real Madrid, İngiltere’nin Manchester United

takımında forma giyen Portekizli Cristiano Ronaldo için İngiliz kulübüne 94 milyon Euro ödemiştir. Yine Real Madrid kulübü Brezilya'lı oyuncu Kaka için 67.2 milyon Euro transfer bedeli ödemiştir. Sporculara ödenen yüksek rakamlar spor kulüplerini yeni gelir kaynakları aramaya yöneltmekte ve kulüpler sponsorluk anlaşmaları ile ekonomik kazanım elde etmeye çalışmaktadır.

1990'lardan sonra futbolun endüstri olarak reorganize olan yapısıyla devreye girerek kulüplerin gelir kaynaklarını çeşitlendiren, TV yayın gelirleri, sponsorluk gelirleri gibi kalemlerin ortaya çıkışından sonra, maç günü gelirleri toplam gelirler içerisinde %50'nin altına düşebildi. Deloitte'un araştırmasına göre 2005-06 sezonunda İngiliz Futbol Liglerinin toplam 2 milyar Euro'luk gelirleri içerisinde, maç günü gelirleri %33 oranında pay alırken; en yüksek gelir kalemini %42 ile yayın gelirleri oluşturmuş, sponsorluk gelirleri ise %25 olmuştur. Futbolda sponsorluk olgusu 30 yıldır yavaş yavaş gelişimini sürdürmektedir ve bugün; hem ürünlerini geniş halk kitleleri üzerinde meşin yuvarlağın büyümlü etkisiyle pazarlamayı isteyen birçok uluslararası şirket için önemli bir global markalaşma mecrası, hem de gelirlerini sponsorluklarla önemli oranda artıran futbol kulüpleri için vazgeçilmez bir gelir kalemi haline gelmektedir (İkiz, 2010).

Bunların yanı sıra spor kulüplerinin taraftarları da kulüpler ve sponsor markalar için ekonomik bir hedef teşkil etmektedir. Özellikle spor malzemeleri üreten firmalar spor kulüpleri ile yaptıkları lisanslı ürün satışı anlaşmaları ile taraftarlara ilgi duydukları kulüp ile ilgili birçok ürün satmaktadırlar.

1980'ler sonrasında ortaya çıkardıkları kulüp logolu ürünleri (merchandising) sayesinde; değişik alanlarda birçok logolu ürün artık müşteriye dönüşmeye başlayan taraftarların beğenisine sunulmakta ve böylelikle önemli yeni bir gelir kalemi ortaya çıkmaktadır. Sport&Markt'ın araştırmasına göre Avrupa'nın önde gelen 5 futbol ülkesinde (İngiltere, İspanya, İtalya, Almanya ve Fransa) 2005-06 sezonunda taraftarlar takımlarının logolu ürünlerine toplam 7 milyar Euro harcamışlardır. Ürün sahipliğinin en yüksek olduğu yaş grubu 15-34 iken, 40-49 yaş arası taraftarlar ise en yüksek harcamaları yapan grup olarak dikkat çekmektedir. En popüler ürünler sırasıyla Real Madrid, Juventus, FC Barcelona, AC Milan ve Manchester United'in olurken; en çok satılan ürünler ise toplam satışların %35'ine tekabül eden forma ve

atkılar olup, takımının ürünlerine en fazla para yatıran Arsenal taraftarlarıdır (İkiz, 2010).

Örgütlü yaşamın ticaret ve eğlenceyle ilgili bir parçası olarak spor kulüpleri siyasal gücün yasal düzenlemeleri ve kontrolü dışında değildir. Dolayısıyla spor; ekonomi, finans, sağlık ve kamu güvenliği, çevre, işçi ilişkileri, mekân kullanımı yasaları ve düzenlemelerini etkileyen kamu politikalarının da konusu olmaktadır. Devlet kurumları, spor tesisleri için sermaye sağlayan birinci kaynak durumundadır. Sporun ulusal ve uluslararası politikalar, ekonomik kalkınma ve bireysel çıkarlarının gerçekleşmesi için siyasal önemi nedeniyle birçok ülkede sporla ilgili bakanlıklar, spor otoriteleri ve kuruluşları vardır (Erdoğan'dan akt. Devecioğlu,2004: 4). Sporun devlet kurumları ile düzenlenmesi ve denetlenmesi, sporun politik işlevlerini ortaya koymaktadır.

1.3.Sporun Politik İşlevleri

İktidar her yerde bireysel veya toplumsal düzeyde karşımıza çıkabilecek bir olgudur. Belirgin bir şekli yoktur, çok yönlüdür ve değişkenlik gösterebilir. İlişki temelli olduğundan, en az iki kişinin etkileşim halinde durumlarda iktidarın varlığından söz edebiliriz. İki kişi arasındaki iktidar bireysel iktidardır. Günlük sosyal hayatımız içinde, belki de bir arkadaşımızla aramızda bile iktidar ilişkileri görülebilir. Bizi ilgilendiren ise; ekonomik, kültürel, siyasi temellerin hepsini içeren toplumsal boyuttaki iktidar biçimleridir (Akkaya, 2009:37).

Egemen ideoloji, üretimini ve yayılmasını; devletin ideolojik aygıtları, kitle iletişim araçları, okullar, işyerleri, tatil ve eğlence yerleri, aile, siyasal örgütler, sanat ve spor gibi toplumda egemenlik, itaat, güç biçimi ve ilişkilerinin korunması, sürdürülmesi için elindeki tüm olanakları kullanarak toplumu olumlu görünümde bir bütün olarak sunmaktadır (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 78, 197–198).

Başlangıcından günümüze iktidarlar, toplumları kontrol altında tutabilmek adına çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir; en önemli iktidar stratejilerinden biri de serbest zamanı organize ederek toplumsal rızanın üretilmesini sağlamaktır. Bu pencereden bakıldığında bir serbest zaman faaliyeti olarak spor, siyasi iktidarların hegemonyayı

pekiştirmek adına sıklıkla kullandıkları önemli bir araçtır. Toplumsal yapıda en önemli iktidar aktörü devlettir.

1968'e kadar Portekiz'i yöneten Salazar'ın "futbol olmasa bu ülkeyi bir saat bile idare edemezdim" ya da "ben ülkemi yıllarca 3F (fado, fiesta, futbol) ile yönettim" sözleri; yine İspanyol diktatör Franco'nun Madrid'deki Barnebau stadını kastederek "Bana yüz bin kişilik uyku tulumu yapın!" sözleri iktidarların futboldan nasıl faydalandıklarının işaretleridir. (Arık, 2004, 161)

Spor ve politika arasındaki ilişki ise en az spor ile ekonomi arasındaki ilişki kadar kapsamlı ve yaygındır. Gerek spor gerekse de politika; kitlesel olduğu kadar, kitlelerin ilgisi ve desteği ile var olabilen taraftarlık, kimlik ve aidiyet sunan, örgütlü, ulusal ancak uluslararası bağlantıları olan, paylaşılmayı gerektiren büyük bir ekonomik rantta sahip, boşalım sağlayan ortak yapısal özelliklere de sahiptirler (Kaya, 2001: 28).

Spor müsabakalarının uluslar arası politikada da önemi büyüktür. Olimpiyatlar, Avrupa Kupaları gibi spor organizasyonları ülkeler arasındaki politik ilişkilere sahne olabilmektedir. Örneğin 2010 Dünya Kupası grup elemelerinde aynı grupta yer alan Türkiye ve Ermenistan arasındaki müsabaka öncesinde ve sonrasında futboldan çok politik görüşmeler ön planda yer almıştır. Türkiye Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün müsabakayı izlemek için Ermenistan'a gidip gitmeyeceğinin belli olması için Türkiye'den Ermenistan'a bir heyet bile gönderilmiştir. *Maçı Erivan'da stadyumda izlemek isteyen Cumhurbaşkanı Gül, "En üst düzeyde tam güvenlik sağlanması" ile "Protesto ve mitinglere izin verilmemesi" konularında Ermenistan'dan tam garanti istiyor. Gül'ün, "olmazsa olmaz" diye nitelediği bu şartlar, hafta içinde Erivan'a gidecek olan öncü resmi heyet tarafından, Ermeni makamlara aktarılacak. Öncü heyetin Ermenistan'a giderek görüşmelerde bulunması, iki ülkenin dışişleri bakanlıkları arasında geçtiğimiz hafta yapılan telefon diplomasisi ile sağlandı* (Küçükkoşum:, 2008).

Sporun, uluslararası politik alanda bir silah olarak kullanılmasının ise, 1980'li yıllarda belirginlik kazandığı görülmektedir. ABD'nin başını çektiği İngiltere ve İtalya dışındaki tüm NATO ülkeleri 1980 yılında SSCB'nin başkenti Moskova'da

düzenlenen Olimpiyat Oyunlarını, SSCB'nin Afganistan'ı işgalini gerekçe göstererek boykot ederken, SSCB de 1984 yılında ABD'nin Los Angeles kentinde düzenlenen Olimpiyat oyunlarını güvenlik önlemlerinin yetersizliğini gerekçe göstererek boykot etmiş, bir diğer ifadeyle de misillemede bulunmuştur (Kaya, 2001: 10).

Futbolun Türkiye'ye gelişiyle beraber siyasetle olan ilişkisi giderek artmış ve futbol ve siyaset iç içe geçmiştir. Bir kitle sporu olarak yasaklarla karşılaşan futbol, zamanla siyasiler tarafından sahiplenilerek serbest bırakılmıştır. Siyasetçiler kulüp yönetimlerinde yer almaya başlamıştır (Kılıç, 2006, 7).

Türkiye'de 50'li yıllardan itibaren futbola olan ilgi artmıştır. Futbol günlük yaşamın ve konuşmaların bir parçası haline gelmiştir. Tek partili dönemin sona erdiği, Demokrat Parti'nin iktidara geldiği o dönemde Türkiye'nin siyasi ve ekonomik koşulları futbola yansımış, ulusal basın ortaya çıkmıştır. O dönemlerde yabancı sermayelerin ülkeye girmesi, hızlı kentleşme ülkede büyük değişimlere neden olmuştur. Futbol da artık profesyonel bir meslek olarak kabul görmeye başlamıştır. Futbolun kitleselleşmesi, ticarileşmesi, profesyonelleşmesiyle siyasetin müdahalesi artmıştır. İkinci ve üçüncü futbol ligleri kurulmuş, her ilin bir futbol takımı oluşturulmuştur. O dönemki milletvekilleri seçildikleri illerin takımlarının profesyonel liglerde olması için uğraşmışlardır (Kılıç, 2006, 21-22).

1983 seçimleriyle tek başına iktidara gelen Turgut Özal futbolun kitleler için önemli bir alan olduğunun bilinciyle, kendisinin her an halk içinde olduğunu göstermek amacıyla, takımlarımızın yurt dışı maçlarına dahi gitmiştir. (Talimciler, 2005, 149) Özal'dan sonra gelen siyasetçiler de maçlarda şeref tribününde yerleri almıştır. Kendisi de eski bir futbolcu olan R. Tayyip Erdoğan ve Genelkurmay Eski Başkanı Hilmi Özkök futbolla yakın ilişki içinde olan, maçlar öncesi fikirleri alınan iktidar figürleridir.

Türkiye'de siyasetin spora olan desteği kanunlar anlamında da kendisini göstermektedir. Örneğin, 2004 yılında yapılan kanun değişikliği sonucunda kulüplerin ödeyemedikleri vergi borçları yeniden yapılandırılmıştır. Ayrıca, Meclis'te 9 Nisan 2003 günü kabul edilen 4842 sayılı Yasa'ya göre; 31 Aralık 2007 tarihine kadar, sporculara ücret olarak yapılan ödemeler, gelir vergisinden müstesna olacaktır

(Ünsal, 2005: 147). Yasaya göre, futbolcu transferlerinde gelir vergisi mükellefiyeti % 15’lik bir stopajla sınırlandırılmıştır. Yani, sporcuların aylık ücretleri, primleri, transfer paraları gibi aldıkları ücretlerin tamamı % 40’lara varan gelir vergisi kapsamının dışında tutulmakta, sadece % 15’lik bir kesinti yapılmaktadır. Ayrıca, maç biletleri satışından da KDV kaldırılmaktadır. Gecekondu affı kadar vergi ve futbol afları da, Türkiye’de uzun yıllardır uygulanan klientalizm, başka bir deyişle siyasal popülizm, ilişkilerine girmektedir (Uztuğ, 2001: 139).

Politikanın sporun içinde olması kimi zaman çıkardığı kanun ve yasalarla olurken kimi zaman da doğrudan kulüp yönetiminde yer alması şeklinde olabilmektedir. Türkiye’deki bazı belediye başkanı ve milletvekillerinin kulüp başkanlığı yapması bunun örneklerini oluşturmaktadır. Ancak geniş ölçekli olarak bakıldığında bu ilişkinin iki yönlü olduğu da görülmektedir. Sadece politikacılar spordan faydalanmamakta, kulüp başkanları ya da sporcular da politikaya atılmak için sporun gücünden yararlanmaktadırlar. İtalya’da Fininvest medya imparatorluğunun ve ülkenin en büyük kulüplerinden A.C. Milan’ın sahibi olan Berlusconi elindeki iletişim ve spor silahını kendi popülaritesini arttırma ve doğrudan politikaya girme adına başarıyla kullanmış, sonunda, 1994 seçimlerinde nihai hedefi olan İtalya Başbakanlığı’na seçilmiştir. Berlusconi partisinin adını bir futbol sloganı olan “Forza Italia” olarak seçmiş ve büyük paralar harcayarak A.C. Milan Kulübü’nü başarıya taşımış ve bu “kitlesel gücü” seçim sonuçlarına yansıtmıştır (Arık, 2003:74). Bu sürecin Türkiye örneği ise bir dönem Trabzonspor kulübünün başkanı olan M. Ali Yılmaz’dır. Yılmaz Trabzonspor sayesinde tüm Türkiye tarafından tanınmış ve bir süre sonra da siyasete atılmıştır. 1991 seçimlerinde Doğru Yol Partisi’nden milletvekili seçilerek meclise girmiş ve Trabzonspor başkanı olmasının etkisiyle Spordan Sorumlu Devlet Bakanlığı görevine getirilmiştir (Deniz,2006: 100).

Sporun uluslar arası politikada etkin bir sahne olması, toplumsal sorunların olduğu dönemlerde sportif müsabakaların ön plana çıkarılması ve siyasi liderlerin sporla bu kadar iç içe olması sporun politik işlevlerini gözler önüne sermektedir.

1.4.Sporun Kültürel İşlevleri

Son derece karmaşık bir kavram olan kültür insanların, ortak değerler, kabuller, kurallar, kişisel kimlik, ortak kimlik ve güvenliğin oluşmasına katkıda bulunan sosyal pratikler gibi yaşam biçimleridir (Lull, 1999:241).

Başlangıçta salt bireysel bir olgu olan spor, üretim güçlerine uygun biçimde ve üretim biçiminin belirlediği bir üst yapı kurumu olan kültürün bir bölümü olarak sınıfsal bir nitelik kazanmış ve toplumsal bir olgu olmuştur (Fişek, 1985: 28).

Spor, ilkel toplumlarda söze dayalı kültür ile aktarılırken, günümüz çağdaş toplumlarında kitle iletişim araçları ile topluma ve kuşaklara aktarılmaktadır. Sporun bünyesinde barındırdığı kültürel mitler arasında evrensellik, eşitlik, aşkınsallık, kahramanlık, rekabetçilik, bireysel görünüm ve takım ruhu gibi değerler bulunmaktadır. Sporun bünyesinde yer alan mitlerin iş dünyası, devlet yönetimi ve ulus oluşumu gibi süreçlerde kullanılan mitler ile aynı olması oldukça ilginç ve anlamlı görülmektedir (Kazaz, 2007:44).

Kazaz, sporun kültürel bir kurum haline gelmesini Bora ve Erdoğan'dan aktardığı şu ifadelerle açıklamaktadır. “Milliyetçiliğin kalıpları, örüntüleri veya millet hakkındaki telakkiler, ‘milli’ futbola da uyarlanır. Lig maçlarına ilişkin haber, yorum ve yayınlarda, sunucunun taraftarlığına ele vermesi, yorumcunun “takımından” söz etmesi, spor basınında büyük takımlara ayrılan sayfalarda doğrudan ya da örtük bir şekilde o takımların taraftarlarına seslenilmesi gibi söylemsel öğeler bir yana bırakılırsa, takımlar ilke olarak “nesnel” ve “tarafsız” bir dille ve sadece “adlarıyla” anılırlar. Oysa aynı takımlar uluslararası maçlarında millet olarak “bizim” temsilcimiz olarak sunulurlar. “Bütün Türkiye’nin gözü” onlardadır, “milletçe” kalbimiz onlarla beraber atar. Yaşadığımız “Wembley facialarından birini televizyonda naklen anlatan sunucunun “nihayet özlediğimiz ofsayt bayrağı kalktı” gibi laflar edebilmesi, milli kimliğimizin kuruluşunda (ve yeniden kuruluşunda) ne tür sancılar çektiğimizi, nasıl çaresizliğe düşebildiğimizi ele verir –“bu millet” bir haklı ofsayt bayrağını bile özlemiştir”! (Kazaz,2007:46-47).

Spor farklı kültür sınıflarından birçok kişiyi bir araya getirmekte ve zaman zaman kültürel bir kimlik halini almaktadır. Milli takımların uluslar arası arenalarda başarı elde etmesi o ülkenin kültür pratiklerine de etki etmektedir. Emre Kongar, “Futbolun Kültürü - Kültürün Futbolu” başlıklı yazısında bu durumu şöyle ifade etmektedir: “Dünyanın en büyük sektörlerinden biri haline gelen, bacasız sanayi futbol, aynı zamanda gizli milliyetçilik çekişmelerinin de sahaya yansıdığı dev bir arena, durumunda. Ve işte bu arenada top koşturan takımlar, kendi kültürlerini, milli karakterlerini ve hatta kendi dünya görüşlerini oynadıkları oyunla sahaya da yansıtıyorlar. Bugün artık, sambacı Brezilyalıların oynadığı atak ve hareketli futbolunu, panzer Almanların disiplinli oyun sistemini, matador İspanyolların kıvrak futbolunu ve hatta samuray Japonların ya da Asya kaplanı Korelilerin hareketli ve oyunu hiç bırakmayan inatçı stillerini herkes yakından biliyor. İşte, bu milli karakterlerin ve kültürlerin sahaya inmesiyle birlikte farklı milliyetçilikler de ister istemez karşı karşıya gelebiliyor (Kongar, <http://arsiv.ntvmsnbc.com>).

2. Spor ve Televizyon

Kitle iletişim araçlarının en yaygını olan televizyon dünyada oluşan küresel kültürün yayılmasında internetle birlikte en önemli araç durumundadır. Kitle iletişiminin gelişmesiyle televizyon bugün hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir. Televizyon, kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı ve yapılmak istenileni taşıyan, gösteren, sunan, değerlendiren, yücelten, popülerlik kimliği veren bir iletişim aracıdır. Televizyonun ideolojik bir yükü vardır. Hafta içi, iş dışındaki zamanlarda ya da işsizlerin ve çalışmayan kadınların evde zaman geçirmesinde kullanılan popüler bir faaliyettir. Televizyon günlük program pratikleriyle var olan endüstriyel yapıyı koruyan ve popülerleştiren bir işlevi yerine getirmektedir (Erdoğan, Alemdar, 2005, 103-104).

Kitle iletişim araçları çok çeşitli konulardaki enformasyonla, insanlar üzerinde etkili olabilmektedir. Bilgi edinmek ve özellikle de boş zamanları değerlendirmek üzere kitle iletişim araçlarına yönelen insanlar, yoğun bir yönlendirme ile karşı karşıya kalmaktadır. Eğitim, kültür, coğrafya, ekonomik durum veya diğer

faktörlerin etkisiyle, çoğu kere alternatifsiz bir reaktif araç olan kitle iletişim araçları, insanlar üzerindeki etkisini daha da artırabilmektedir (Çolakoglu 2000).

Bilginin toplanması, dağıtılması ve istenildiği zaman yeniden kullanılmak üzere depolanması gibi benzer ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirildiği bu yeni sektör, ekonominin tüm diğer alanlarını, ekonominin dışında kalan hizmet sektörlerini çok yönlü etkilemiştir. İletişim sektörü toplumsal değişme ve gelişmeyi de beraberinde getirmiştir. Toplumsal hareketlilik hızlanmış, her konuda insanların bilgiye olan istek ve duyarlılığı artmıştır (Vural, 1996:897).

Televizyonun toplumla bu kadar yakın ilişkide olması, diğer bir toplumsal olgu olan sporla da ortaklık ilişkisini kaçınılmaz kılmaktadır. Arık, televizyon-spor ortaklığını Elias Cashmore'dan şöyle aktarmaktadır: “Eğer cennetten çıkma bir evlilik varsa, bu hiç kuşkusuz televizyon ve spor arasında olurdu. Her birinin ticari başarısı bir diğerinin de doğrudan başarısına yol açmıştır” (akt.Arık,2008:201). Böylelikle spor ve kitle iletişim araçları ilişkisi birbirini besleyen ve birbirine ihtiyaç duyan bir hal almıştır. Bir gerçektir ki, kitleyi spor, sporu da kitle oluşturmaktadır (Hiçyılmaz, 1984: 123).

Medya ve spor aslında birbirinden etkilenen, birbirinden faydalanan iki ayrı olaylar zinciridir. Medya olmazsa spor yaygın hale gelemez, tanıtılamaz, öğretilemez ve yapılan organizasyonlar insanlara sunulamaz. Sporun olmaması ise medyanın birçok kazanç yolunun kaybolması anlamına gelecektir. Özellikle spor organizasyonlarının televizyonlardan naklen yayınlanması sırasında inanılmaz reklam gelirleri elde edilirken böyle bir imkândan mahrum kalınacaktır. Bugün dünyada milyarlarca insanın ilgisini, dikkatini belirli bir saatte bir araya toplamada spor organizasyonları başı çekmektedir. Özellikle futbol, basketbol şampiyonalarında, araba, motor yarışlarında, tenis müsabakalarında, kayak yarışlarında ve birçok spor branşında milyonlar hatta milyarlarca insan televizyonlar başında seyretmektedir (Döşyılmaz, 1998).

Kitle iletişim araçlarından televizyon için her spor dalı uygun olmamaktadır. Televizyonda yer alacak bir spor dalının herkes tarafından anlaşılabilir kurallara sahip olması, televizyon için yayın saatinin uygun olması ve heyecanı yüksek olması gibi özellikleri taşıması gerekmektedir. Bu kriterlere bakıldığında da en uygun spor

dalının futbol olduğu ortaya çıkmaktadır. Televizyonculuğun paraya yani reklama bağılı bir endüstri oluşu, televizyonda yayınlanan spor karşılaşmalarının yüksek izlenirlik oranlarına sahip olmasını gerektirmektedir. Televizyonun bu ihtiyacı, futbol yayınlarıyla elde edilmeye çalışmaktadır. Bu anlamda bir örnek verecek olursak; 2002 Dünya Kupası’nda Türkiye ile Brezilya’nın oynadığı, TRT tarafından yayınlanan yarı final maçı Türk televizyonculuk tarihi içinde yüzde 82,2’lik izlenme oranıyla en çok izlenen program olmuştur (Arık, 2004, 279).

Dünyada da spor medya ilişkisi, son yirmi yıllık süreçte iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmelerle birlikte, spor organizasyonlarının ekonomik açıdan öneminin anlaşılması ve tüm dünyanın aynı anda izlemesi medyanın kavramının önemi açısından dikkate değerdir. Kitle iletişim araçlarının bu denli önemli hale gelmesi çeşitli spor organizasyonlarını da çok önemli hale getirmiştir. Günümüzde düzenli olarak yapılan olimpiyatlar ve çeşitli spor branşlarında yapılan dünya şampiyonaları, kıtaların kendi içerisinde yaptıkları organizasyonlar ve bölgesel spor müsabakaları medyanın sayesinde tüm dünyayı ilgilendirir hale gelmişken; medya kuruluşları ve çeşitli şirketlerin de kendi reklam araçları olarak spor alanını kullandıkları görülmektedir (Şahan, Akpınar, Ulukan:2002:7).

1950’li yıllarda başlayan bu işbirliği sonucunda futbol televizyona ciddi oranda bir açılım olanağı sağlamıştır. Sözgelimi, Almanya’nın kazandığı 1954 Dünya Kupası’nın televizyondan naklen yayınlanmasıyla birlikte bu ülkedeki televizyon aygıtı sayısı bir anda 11 bin’den 85 binin üzerine çıkmıştır. Süreç içerisinde futbol yayıncılığı, televizyon endüstrisini “beslemeye” devam etmiştir. Klose’a göre, “1970’de Meksika’daki Dünya Kupası’nın yayınlanması, televizyonun teknolojik yeniliklerinin yaygınlaşmasında futbolun ne kadar önemli bir yeri olduğunu kanıtlamıştır. Bu büyük olayın yayını, Federal Almanya’da renkli televizyonun kesin olarak perdeyi yırtmasını getirmiştir. 80’li yıllarda kablolu iletişim temelli özel televizyon kuruluşları, özellikle futbol yayınları sayesinde medya pazarında yer alabilmişlerdir.” (Klose’dan akt.Kazaz,2007:91).

Televizyon için önemli olan olgu kitlelerin ilgisini sürekli çekmek ve bu yolla izlenebilir olmaktır. Bu nedenle televizyon spor yayınlarını olduğu gibi değil, vermek istediği şekilde sunmaktadır. Akkaya bu durumu Klose’dan şöyle

aktarmaktadır. Televizyon sayesinde futbolun medyatik olarak sahneleniş i söz konusudur, futbol televizyonla adeta yeniden üretilir ve ortaya yeni bir gerçeklik çıkar. Televizyon futbolu seyircinin dikkatini her türlü teferruattan arındırılmış futbol maçına odaklaştırır, yönlendirir. Televizyonun değişmez ilkeleri olan eğlence, gerilim, dramatiklik mükemmel bir şekilde uyarlanır (Akkaya,2009:55)

Televizyonda yayınlanan futbol karşılaşmaları kendi gerçekliğinden uzaklaşarak televizyonun gerçeklik algısına göre yeniden üretilmektedir. Yakın çekim-uzak çekimler, ağır çekim tekrar görüntüler, starlara yönelik vurgular, sunucular, ses efektleri ve özdeşleşmeyi arttıracak dramatik etkenlerin de görüntüye eklenmesi ile birlikte sahada oynanan karşılaşmanın çekiciliği arttırılmaktadır (Kazaz,2007:93). Bu durum stadyumda müsabakayı izlemekle, evde izlemek arasında da bazı farklar ortaya çıkarmaktadır. Birden çok kamera açısı ile değişik çekimler, ağır çekimler ile pozisyonları daha detaylı incelemeler, ters açı kameraları ile olayı karşı taraftan izlemeler ve tabii en önemlisi stadyumda izlense sadece bir an sürecektir olan gollerin tekrar tekrar izleyiciye sunulması, televizyonda futbol izlemenin ayrıcalıkları arasında yer almaktadır. Yine maç öncesi ve sonrası futbolcularla yapılan röportajlar ve pozisyonların değerlendirilmesi de stadyumda maçı izleyenlerin sahip olmadıkları ayrıcalıklardır.

Spor karşılaşmalarının televizyonda yayınlanmaları çok daha geniş bir izleyici kitlesi tarafından izlenmelerine olanak sağlamakta ve sporun toplumsal yaşam içerisinde daha önemli bir yere çekilmesini beraberinde getirmektedir. Zaten popüler kültürde önemli bir yeri olan sporun ve özellikle futbolun televizyon sayesinde daha geniş kitlelere yayılması yine televizyonun popüler kültürü yayma özelliğinin kaçınılmaz bir sonucudur (Turam, 1994: 124). Ayrıca spor karşılaşmaları televizyon için program çeşitliliği de yaratmaktadır. Maç öncesi ve sonrası değerlendirmeler, karşılaşmaların özetlerinin verildiği programlar televizyonda yer almakta ve önemli izlenme oranları elde etmektedirler.

3. Sporun Televizyonda Yer Alış Biçimleri

Spor ve medyanın (özellikle televizyonun) beraberliği genel olarak en mutlu evlilik olarak tabir edilmekte, her iki gelenek de birbirine bağlı olarak artan bir kapsam ve pahalı değiş tokuşlarla izleyicinin ele geçirilmesinde katkı

sağlamaktadırlar. Bütün devamlı ilişkilerde olduğu gibi bu ilişkide de birçok gerilim noktaları, güç oyunları, müzakereler, uzlaşmalar, fikir ayrılıkları ve gizli başka şeyler olmaktadır. İki taraf da karşı taraf üzerinde baskın olabilmektedir. Öyle ki, medya kuruluşları spor kulüpleri tarafından talep edilen yayıncılık ücretinin fahiş olduğundan yakınırken, spor taraftarları ve yazarları da genellikle medyanın spora olan ilgisinin daha az olduğundan yakınabilmektedirler (Rowe'dan akt.Kazaz, 2007: 95).

Televizyonda konu ve içerik olarak spor ele alınırken bunu iki başlık halinde bölümlendirmek daha açıklayıcı olacaktır.

3.1. Televizyon Ve Spor Haberleri

Haber; yeni ve anlamlı olan, yayınlandığında hedef kitlenin mümkün olduğunca büyük kısmını ilgilendiren olay ya da bilgilerdir. Haber kuramcıları, haberin olayın ya da bilginin doğrudan kendisi olmadığını, haberci tarafından algılanmış ve yeniden düzenlenmiş olay ve bilgilere haber adını vermenin daha doğru bir yaklaşım olduğunu ifade etmektedir (Şeker, 1999:11). Bu durum spor haberleri içinde aynıdır. Spor haberlerinde kullanılan görüntüler heyecanın arttığı anlardan oluşmaktadır.

Spor, doğası gereği sürekli hareket, canlılık, disiplin, plan strateji gerektirmektedir. Bu nedenle televizyondaki spor haberleri, spor gibi devingen, canlı bir yapıda olmak durumundadır. Çünkü haber yaparak izleyicisine ulaştıracağı olguyu izleyebilmek için bu niteliklere sahip olmalıdır. Spor muhabiri haberin programına sahiptir. Bir karşılaşma haberidir ve spor muhabiri bu haberden haberdardır. Haberden haberdar olması, spor muhabirinin bir plan dâhilinde hareket etmesini, habere konu olan olgu veya etkinliği daha dikkatli ve hazırlıklı izlemesini sağlamaktadır. Böylesi olumlu koşullar altındaki spor muhabiri, ürününü daha ilginç hale getirecek ayrıntılara daha kolay yoldan ulaşacaktır. Sıralanan nedenlerden ötürü spor basını diğer basın türleri içinde en devingen, canlı ve planlı yapıya sahip olanıdır (Kaya, 2000: 235).

Spor haberleri, habercilik açısından bakıldığında, muhabirin karşılaşmaya ilişkin yorumlarıyla da desteklenmiş, maçın zamansal bir dizim içinde sunulmasına dayanmaktadır. Ayrıca muhabir, oyuncular hakkında da, nasıl oynadıkları yorumunu

yaparak haberi aktarmaktadır. Spor haberleri, skor vermenin yanında karşılaşma öncesi sporcuların ve taraftarların nabzını tutmaktan başlayarak, maç sonrası gelişmelere kadar, sporcuların özel yaşamlarından kamp çalışmalarına değin geniş bir yelpazede haberler verebilmektedir (Kazaz, 2007:114).

“Maç nakli, televizyonun “gerçeği aktarma” iddiasında bulunduğu alanlardan biridir. Televizyon haberciliği için geçerli ilkeler burada da geçerlidir. Televizyonun tercihleri, olağana değil sıra dışı gözüken, durmuş oturmuşluğa değil herhangi bir çatışma içeren durumlara, önüyle arkasıyla sürece değil gelişiminden koparılmış tekil olaya, karmaşığa değil basite, durağana değil harekete, düşünmeye sevk edecek olana değil, kolay anlaşılır olana, çözümlemeye değil hikâyeye yöneliktir” (Kıvanç, 2001: 44).

Televizyon şu ilke üzerinden hareket etmektedir: “Eğer hareket varsa kaydet; hareket yoksa iletilecek bir şey de yoktur. Eğer dramatik bir olay varsa, bunu rapor et; dramatik değilse dramatikleştir; eğer bu yapılmıyorsa sorun çok da önemli değildir” (Ergül, 2000: 72).

Spor olaylarının televizyonda yer alma şekilleri sadece haberler ile sınırlı kalmamaktadır. Televizyon haber saatlerinde spor haberlerine yer verirken, program saatlerinde de spor programları ile spor izleyicilerinin ilgisini devam ettirmeyi hedeflemektedir.

3.2. Televizyon ve Spor Programları

Elbette televizyon ve spor dediğimizde ilk akla gelen futbol olmaktadır. Futbolun kitlesel olarak yaygınlığı ve izlenme oranları, onu televizyon için vazgeçilmez bir program türü haline getirmiştir.

Televizyon futbolu, seyircinin dikkatini her türlü teferruattan arındırılmış futbol maçına odaklaştırmakta, yönlendirmektedir. Hedef ise televizyonun ayrılmaz ilkeleri olan eğlence, gerilim ve dramatikliğin mükemmel bir uyarlamasıdır (Klose'den Akt. Kazaz, 2002:52).

Bir televizyon programının amacı, seyircinin bakışlarını ekrandan ayırmamasını sağlayarak televizyon karşısında tutabilmektir. Televizyon bu amaca ulaşabilmek için, gerçeği daha eğlenceli, daha dramatik ve daha heyecanlı bir tarzda yeniden

işleyerek sunmaktadır. Sabit dekorlar, durağan görüntüler, tek tip ışıklandırmalar televizyon izleyicisinin doğasına aykırı uygulamalardır. Televizyon programları daha hareketli ve dikkat çekici olmalıdır. Bu uygulama televizyon spor programları için de geçerlidir.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi spor programı dendiğinde ilk akla gelenin futbol olması, patronların ve çalışanların “nasıl bir program hazırlayacağımızdan” çok ne kadar izleneceğiz” düşüncesinde olmalarındandır. Futbol dışındaki spor dallarını konu alan programların izlenme oranlarının düşük olması, diğer spor dallarını konu alan spor programlarının azalmasına ve yayınların yalnızca naklen yayınlarla sınırlı kalmasına sebep olmaktadır.

Amatör sporları sadece naklen yayınlarla gündeme getirmek önemli değildir. Programlarla desteklenmeleri, haber bültenlerinde yer bulmaları gerekmektedir. Önemli olan bu sporların cazibesini ön plana çıkararak halka sevdirmektir. Bilgi veren, eğiten programlar çoğaldıkça spor kültürünün toplumun her kesiminde yükselmesi öngörülmektedir. Çünkü toplum neye hazırlanıyorsa, günlük olarak neyi istiyorsa, televizyonlar da onu ön plana çıkarmaktadırlar. Çünkü bu konudaki yayınlar araştırmaya dayanmamaktadır, derinlemesine işlenmemektedir, sadece yüzeysel olarak o andaki durumu yakalamaya yöneliktir. Önemli olan izleyicinin o andaki heyecanını yakalayarak, bunu ratinge çevirmektir (Yasin, 1996:278).

İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON PROGRAMINDA KAMERA VE GÖRÜNTÜ

Sinema, televizyon, fotoğraf gibi görsel sanatların temel malzemesi “görüntü”dür. Diğer sanatlarda olduğu gibi sinema-televizyoncunun da yapımını oluştururken en temel isteği izleyiciyi etkilemektir. Mesajını en etkili biçimde aktarma çabasında olan sanatçı bu amacını görüntüler aracılığı ile gerçekleştirmeye çalışır. Görüntüler ise teknolojik aletler tarafından üretilirler (Künüçen, 2007:227). Görüntünün üretilmesini sağlayan bu teknolojik aletlerin başında elbette ki kamera gelmektedir. Kamera televizyonun gözüdür. İnsan gözü neyi görebiliyorsa kamera da aynısını görür (Sertaş, 2007:91). Kamera, sıradan bir insanın gözünün görebildiklerini görebilmektedir (Cereci, 2001:46). Seyirci yalnızca kameranın bir nesneyi çektiğine bakmaz, bundan farklı olarak, seyirci kameranın gözü olarak olaya bakar. Kamera, içinde bulunan ortamın yapısı ve özelliğini yakalayarak ve olduğundan başka türlü bir yapıya koyarak, gerekli duygusal ortamın yaratılmasını sağlar. Bu yalnızca ortamın yarattığı birşey değildir (Kafalı, 2000:4).

Televizyonda görüntünün sunuluş biçimi, duygu ve düşünceleri görülemeyen gerçeklikle özdeşleştirmektedir. Çerçeveleme, kamera yüksekliği, çekim ölçeği, özel efekt, aydınlatma, renk, optik kurallar, ses, kurgu gibi çeşitli öğeler bir yandan biçimi oluştururken; diğer yandan bu biçimle bağlantılı olarak içeriği de etkilerler, oluştururlar (Künüçen, 2007:230). Kullanılan kamera açısı bir nesnenin önemini vurguladığı gibi, tersi bir kamera açısı ile de önemsizleştirebilmektedir. Bu örnekten de anlaşılacağı gibi görüntünün sunuluş biçimi sadece sunuma değil anlama da katkı sağlamaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte konunun görüntülenmesinde de değişimler meydana gelmiştir. Üretim sürecinde devreye giren kamera sistemleri, kamera türleri, objektifler ve çok sayıda teknolojik yenilik olan araç gereçler sinema ve televizyon alanına çeşitli kolaylıklar sağlamış, işi çabuklaştırmış, yaratıcılığa olanak tanımış, yeni anlatım biçimleri getirmiş ve tüm bunlar; aşağıda bazı örneklerle açıklanmaya çalışılacağı gibi hem estetik yapıyı kurmanın hem de içeriğin ifadesinin, diğer bir deyişle sinemasal anlatımın, yolları olmuştur (Künüçen, 2007:231).

Çalışmanın bu bölümde açıklanmaya çalışılacak olan unsurlar, teknolojik gelişme ile birlikte özellikle futbol naklen yayınları sırasında kullanılan kamera sistemleri, kamera hareketleri ve çekim ölçekleridir. Kurgu ve noktalama işaretleri de program yapımının teknik unsurları olmasına rağmen, çalışmanın evreni naklen yayınlar ile sınırlandırıldığı için bu çalışmada değinilmeyecektir.

Televizyonda canlı yayınlanan programlardaki yapılanma, çekim ölçekleri, kamera açıları, kamera hareketleri kullanımı, kamera sistemleri gibi görüntü boyutunu yaratmaya yarayan teknik unsurlar, farklı iletişim tekniklerinden faydalanma, sunucu ve programdaki kişilerin olaya katılımları gibi listelenebilecek sembolik elemanlar ile ortaya çıkmaktadır (Uğurlu, 2008:37).

Türkiye’de futbol karşılaşmalarının naklen yayınlarının ilk dönemlerinde teknik olanaklar nedeniyle, yalnızca müsabakayı izleyiciye aktarmak amaçlanmaktaydı. Ancak özellikle son yıllarda gelişen kamera teknolojileri ile doğru orantılı olarak karşılaşmaların sunumu sadece aktarma amacıyla yapılmamakta, aynı zamanda ekran başındaki izleyiciyi ekran başında tutmaya ve onları karşılaşmayı stadyumda izliyormuşçasına heyecanlandırmayı da amaçlamaktadırlar. Özellikle son dünya kupasının ardından kullanılmaya başlanan kamera sistemleri bu konuda önemli birer araç olmaktadır.

1. Kamera ve Görsel Dil

Rudolf Arnheim her sanatta bir asıl malzeme olduğunu söyledikten sonra bunu; tiyatrodaki söz, operada müzik ve sinemada da görüntü olarak belirlemektedir (Akt. Güçhan, 1981:214). Elbette sinemanın asıl malzemesi olan görüntü, televizyon içinde asıl malzeme olmaktadır. Televizyon yapımlarında görüntünün sunulmuş biçimi programların türüne, yönetmenin kişisel tercihlerine ya da teknolojik yeniliklere göre değişiklik gösterebilmektedir. Ancak değişiklik göstermeyen tek şey görüntünün üstünlüğüdür. İster sinemada olsun, ister televizyonda olsun, sunulacak olan görüntü her alanda kamera ile elde edilmektedir.

Görüntünün elde edilmesini sağlayan kamera sadece görsel bakımdan bir araç olarak sınıflandırılmamaktadır. Kameranin duruş noktası -her ne kadar kişisel bir tavırsa da- seyircinin üzerinde yarattığı etki olarak ele alındığında dramaturjik anlatım

yöntemlerinin en etkili türüdür. Kameranın bu tür bir konumlanma biçimi, seyircinin pozisyonunu değiştirmeyi amaçlamaktadır. Seyirci eylemin akışını belli bir yerden izlerken, başka bir yerden izlemeye devam etmektedir. Böylelikle yönetmenin ve görüntü yönetmeninin elinde seyirciye belli bir görüş açısı sunma olanağı bulunmaktadır (Kafalı, 2003:2). Kamera aracı ile izleyici üzerinde etki yaratmanın iki temel yolu vardır. Kamera hareketleri ve çekim ölçekleri.

1.1.Kamera Hareketleri

Televizyon, sinema gibi görüntü üzerine kurulu bir unsur olduğundan dolayı görsel yapısını ve görüntü kurallarını sinemanın kuralları üzerine kurmuştur. Hareket de sinemanın mirasından televizyona aktarılan bir kavramdır. Bazin, sinemada “gerçek dünyanın sürekliliğini bozmadığı, olayları doğal akışı içinde verdiği sürece kameranin hareket etmesinden yanadır”. Kameranin hareket etmesinin temel nedeni bilinmeyen ortaya çıkarmaktır. Bazin’e göre “böylelikle doğal bütünlük bozulmamış olur ve dünya parçalanmadan görüntülenebilir Hareket eden kamera devam eden gerçekliği yakalayabilir. Görüntü gerçek dönüştürülerek değil, gerçekten seçme yapılarak oluşturulur (Kafalı, 1993, 180). Kafalı’nın sinemada hareket için aktardıkları, televizyondaki kamera hareketleri içinde söylenebilir.

Hareketli görüntüler hareketsiz olanlardan daha ilgi çekicidir ve akıcılık yaratırlar. Görüntü hareketliliği kamera açıları ve çekim ölçekleriyle yaratılabileceği gibi, kameranin hareketsiz olması gereken çekimlerde, kamera önündeki kişi ya da nesnelerin hareketli olması ilgiyi yükseltir (Kars, 2003: 109).

Kompozisyona anlam kazandırıp canlılık verebilmek amacıyla yapılan hareket görüntüye de büyük bir dinamizm, akıcılık ve denge sağlar (Foss, 1994: 29). Kamera hareketlerinde yönetmenin amacı, seyirciyi olayın içerisinde tutmak olmalıdır. Bu sebeple kamera hareketleri yerinde ve zamanında, gerektiği kadar kullanılmalıdır. Kamera hareketleri seyirciyi sıkacak kadar uzun olmamalıdır (Uslu, 2006:33).

Kamera hareketleri, temel olarak;

- Kameranin gövdesi ile beraber,
- Kameranin ayağı aracılığıyla,

- Kameranın objektifi ile,

yapılan hareketler olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Kamera hareketleri genellikle;

- Hareketi takip etmek,
- İstenmeyen görüntüleri çerçeve dışında tutmak,
- İzleyicinin dikkatini başka yöne çekmek,
- Ayrı bölümleri birleştirmek,

gibi amaçlarla yapılmaktadır.

Kamera hareketleri kameranın gövdesi ile yapılan çevrinme hareketleri, kameranın ayağı ya da yardımcı bir aparat ile yapılan kaydırma hareketleri, kameranın merceği ile yapılan optik kaydırmalar ve bu üç hareket türünün birlikte kullanılması ile yapılan kombine hareketler olmak üzere 4'e ayrılmaktadır.

1.1.1. Kameranın Gövdesi İle Yapılan Hareketler (Çevrinme)

Kameranın gövdesi ile yapılan kamera hareketleri çevrinme hareketleri olarak tanımlanmakta ve iki şekilde sınıflandırılmaktadır.

1.1.1.1.Yatay Panoramik Hareketler (Pan)

Yatay panoramik hareketler, ya sağdan sola ya da soldan sağa doğru tripodun (uçayak) kafası kullanılarak yapılan çevrinme hareketleridir. Bu tür çevrinmelere “pan” adı verilmektedir. Pan hareketi, kameranın dikey düzlemini bozmadan yatay olarak yaptığı hareketlerdir. Sinemada kadrja sığmayan büyük nesneleri göstermek ya da bir alanı tanıtmak için yapılırken, televizyon programlarında ise, özellikle programın başında konukları tanıtırken ya da stüdyoda programı izleyen konukları gösterirken kullanılır. Pan hareketi spor yayınlarında da nesneyi ya da sporcuyu takip etmek amacıyla kullanılmaktadır.

Pan, insanlar arasındaki psikolojik uyumu ve dayanışmayı da vurgular. Pan hareketi, kamera çerçevesine sığmayan çok geniş manzaraları görüntülemek, hareket eden karakterleri ya da araçları takip etmek için de kullanılabilir. Bu, sahneyi yeniden çerçevelemek olarak da bilinir (Vineyard'dan akt. Serttaş,2007:96).

1.1.1.2.Dikey Panoramik Hareketler (Tilt)

Çevrinme hareketinin yukarıdan aşağıya ya da aşağıdan yukarıya doğru yapılmasıdır. Televizyon dilinde bu hareketin adı “tilt”tir.

Tiltler de, karakterle ilgili kamera hareketleridir. Karakteri tanımaya yönelik çevrinmelerdir. Dikey hareketler, gözün doğal hareketlerine uygundur (Uslu, 2006:34).

Çevrinmenin kullanım amaçları

- Olay/olgunun önemi artırılır.
- Birbiri ile ilişkili iki öge hakkında seyirciye bilgi verilir.
- Tepkinin nedeni gösterilebilir.
- Tepki gösterilir.
- Bilinmeyeni ortaya çıkarır.
- Değişiklik elde edilir ve merak uyandırır.
- Çeşitli çağrışımlar izleyiciye anımsatılır.
- Çevre tanıtımı yapılır.
- Genel çekimde tamamı görüntü çerçevesine sığmayan yüksekliklerin, durağan nesnelerin (harita, fotoğraf, gazete) betimlemesinde kullanılır.

Genel görüntüsü herkes tarafından bilinen veya daha önceki planlarda gösterilen objelerin detayları hakkında bilgi vermek amacıyla, çerçeve formatına uymayan çok yüksek ve büyük objelerin çekiminde, mesela bir kadının kapıyı açmasıyla kafasının görünmesi sonra kapıyı çalan kişinin gözüyle aşağı doğru bir bakışı gerçekleştirmek veya normal olmayan bir davranışın sürprizini seyirciye göstermek amacıyla, özel efektler veya karmaşa gibi birçok amaç ile tilt hareketi yapılır. Sürekli bir dikey çevrinme, üst üste yerleştirilmiş değişik ilgi noktalarının birleştirilebilmesi için kullanılır (Cereci,2001:105).

1.1.2. Kamera Ayağı ile ya da Yardımcı Aparat ile Yapılan Kaydırma Hareketleri

Kamera ayağı ile ya da yardımcı bir aparat ile yapılan kamera hareketlerine kaydırma hareketleri de denmektedir. Bu tip hareketleri yapabilmek için dolly ya da şaryo, Jimmy jib, steadicam gibi özel aksesuarlara ihtiyaç vardır.

Kamera ayaklarıyla yapılan hareketleri de birkaç şekilde inceleyebiliriz:

1.1.2.1.İleriye Doğru Derinlemesine Kaydırma

Kameranın uzak bir plandan yakın bir plana doğru ilerlemesidir. Bu tip çekimler özellikle nesnel kamera açılarında yavaş hareketler olduğunda, yapıma bir devinim kazandırarak; filmin o sahnesini sıkıcılıktan arındırır.

Birçok film girişi, ilgiyi bir eşya veya kişi üzerine çekinceye kadar bu tür kaydırma ile ekrana yansıtılır. Psikolojik bakımdan insanları, anılara ya da rüyalara sevk ederek, kişiliklerin iç alemlerine sokar. Subjektif olarak bir kişinin ne gördüğünü izleyiciye bildirir (Onaran, 1999, 26).

1.1.2.2.Geriye Doğru Derinlemesine Kaydırma

Kameranın yakın bir plandan uzak bir plana doğru gerilemesidir.

Kameradan uzaklaşan hareketler ile yoğunluk ve gerilim azalır. Seyirciden uzaklaşan kötü adam, gerilimin yok olmasına neden olur. Seyirci kendini emniyette hisseder. Kameraya doğru hareketler genellikle kuvvetli, iddia edici ve güven vericidir. Kameradan uzaklaşan hareketler güçsüz, korkak ve kuşkulu görünebilir(Güçhan, 1999: 34).

1.1.2.3.Dikey Kaydırma

Bu tür nesnel kaydırmalar için özellikle son zamanlarda çeşitli aksesuarlar geliştirilmiştir. Jimmy Jib bu aksesuarlar arasında en yaygın kullanılanıdır. Bu tür kaydırmalarda kamera bir platform üzerinde yükseltilebilir ya da alçaltılabilir.

Yatan ya da oturan bir oyuncu ayağa kalkarken, basamakları çıkarken, bir halata tırmanırken ya da bir araç yardımıyla yukarıya çıkartılırken dikey hareket eder. Kamera da benzer şekilde hareket edebilir ve gerektiğinde bu üç tür hareketi bir arada kullanabilir (Arijon, 1995: 29).

1.1.2.4. Yatay Kaydırma

Bu tip harekette kameranın görüş açısı değişmezken, kamera gövdesi ile birlikte sağa ya da sola hareket ederek konuyu takip etmektedir. Track olarak adlandırılan bu kamera hareketi şaryo ya da steadycam (kameramanın üzerine giydiği ve insan doğasından oluşabilecek sarsıntıları önlemek amacıyla geliştirilen sistem) kullanılarak gerçekleştirilir.

İnsan gerçek hayatta sürekli hareket halinde olduğundan, doğal akışı bozmayacak şekilde hareketli görüntüler, izleyicide gerçeklik hissi uyandırmaktadır. Oyuncunun kendi çevresinde dönerek oluşturduğu dairesel hareket ile kameranın yatay çevrinme hareketi aynıdır. Yürüyen, koşan ya da araba kullanan bir oyuncunun yatay hareketi, hareketli bir araç üzerine yerleştirilmiş kameranın hareketine benzer (Arijon, 1995: 29).

1.1.3. Kameranın Lensi İle Yapılan Hareketler (Optik Kayma)

Zoom olarak da ifade edilen bu kamera hareketi, objektifte bulunan mercek sistemi ile yapılan ileriye ya da geriye yapılan kaydırma hareketidir.

Bir zoom, mercek aracılığıyla yapılan çekimde sahnenin her yerini aynı oranda büyür veya küçülür. Yavaş yapılan bir zoom hareketi, sabit hızda bir görsel yaklaşma ya da uzaklaşma sağlar. Hızlı yapılan bir zoom hareketi ise izleyicide şok etkisi yaratmak için kullanılabilir. Zoom hareketi, yavaş başlayarak giderek hızlanabilir. Yavaş, hızlı, yavaş düzeninde yapılan bir zoom hareketi, kullanılacak en iyi yöntemlerden birisidir (Kafalı, 1993: 195).

Kamera hareketlerinin uygulaması programın içeriği ve yönetmenin yorumuyla ilgili olsa da bu konuda bazı temel ilkelerden söz edilebilir (Cereci, 2001:106):

- En başarılı hareketli çekimler, kameranın yumuşak, sarsıntısız ve değişmez hızda kaydırılabildiği koşullarda elde edilmektedir. Kameranın kayma hızında artma ya da azalma gerektiğinde bunlar asla birdenbire yapılmamalıdır.
- İyi bir görüntü düzenlemesi; görüntü çerçevesi içinde kontrastlıklar oluşturularak, iki boyutlu bir görünüşten kaçınılarak elde edilir.

- Kaydırma hareketlerinin kullanıldığı çekimlerde kameranın, nesnelerin arasında durması konuya canlılık katar, sürekli yapılan bir hareketin tekdüzeliğini kırar.
- Kaydırma hareketlerinin yapıldığı sırada oyuncunun geçici olarak, ön planda sabit nesnelerin bulunduğu yerde durması doğru değildir.

1.1.4. Kombine Hareketler

Kameranin birbirinden farklı iki veya daha fazla kamera hareketini aynı çekimde yapmasına kombine hareketler denir. Örneğin kamera derinlemesine kaydırma yaparken, aynı zamanda tilt hareketini de yapabilir. Kombine hareketlerin kullanılmasının temel nedeni geniş bir mekânı izleyiciye tanıtmak ya da aksiyonu takip etmektir. Özellikle spor naklen yayınlarında kombine hareketler sıkça kullanılmaktadır. Örneğin futbol maçlarında yönetmen; oyunda olduğu süre içerisinde topu takip etmek zorunda olduğu için, kombine hareketlere sıkça başvurur.

1.2.Kamera Açıları

Kameranin yerleştirildiği konum olarak ifade edilen kamera açısı, konunun görsel sunumunun yanında içerdiği anlam üzerinde de etkilidir. Kameranin yüksekliğinin konuya göre ayarlanması ile öykünün aktarımına sanatsal ve psikolojik katkı sağlanabilir (Mascelli, 2007:38). Kamera açıları ile aktarılan olay kimliklendirilir, tanımlanır.

Televizyon programlarında genel olarak üç farklı kamera açısı kullanılmakla birlikte, bu çalışmanın da konusu olan spor yayınlarında yaygın olarak dört açı kullanılmaktadır.

1.2.1. Alt Açı

Alt açı, kameranın konuyu görüntülemek için yukarı doğru eğimlendiği her türden çekimdir. Korku ya da heyecan yaratmak istendiğinde, konunun boyunun ya da hızının artırılması istendiğinde, oyuncular ve nesneleri birbirinden ayırmak gerektiğinde, istenmeyen ön plan göz ardı edilmek amaçlandığında, ufuk çizgisi silinip arka planın çıkarılması gerektiğinde, dramatik etkiyi artırmak amacıyla alt açı kullanılır (Mascelli, 2007:44). Alt açı ile çekim yapıldığında genellikle ışıklandırma

üstten yapılır. Psikolojik olarak alt açı öznenin önemini arttırır; korku, saygı, hakimiyet gibi duyguları canlandırır.

1.2.2. Üst Açı

Üst açı çekimle, genel bir görme duygusu yaratılır. Üst açı, kameranın konuyu görüntülemek için aşağı doğru eğimlendiği her türden çekimdir. Bir üst açı, estetik, teknik ya da psikolojik nedenlerden dolayı kullanılabilir. Kamerayı konudan daha yükseğe yerleştirmek ve ona yukarıdan bakmak daha sanatsal bir görüntüyle sonuçlanabilir, derinliği olan devinimin ortak noktasını canlı tutmayı sağlayabilir ya da seyircinin tepkisini etkileyebilir (Mascelli, 2007:40-41).

Üst açı çekimler, konuyu geçtiği mekânı, oyuncunun çevresindeki oyuncularla olan ilişkisini aktarmak istendiğinde kullanılmaktadır. Özellikle spor karşılaşmalarında kullanılan ve pilot kamera olarak tabir edilen kamera üst açı alacak şekilde konumlandırılmıştır. Böylece sporcunun hem saha içindeki konumu hem de takım arkadaşları ile olan yakınlığı görüntülenebilir.

1.2.3. Göz Hızası

Mascelli'nin “olağan görüş noktası” olarak ifade ettiği göz hızası açısı, kameranın ortalama bir izleyicinin göz hızasından ya da konunun göz hızasından yapılan çekimler için kullanılan açıdır. Göz hızası açısı, alt ya da üst açıya göre daha durağan ve daha az ilginçtir (Mascelli, 2007:38). Ancak konuyla ilgili bir duygudan çok, konunun kendisi olduğu gibi aktarılma istendiğinde göz hızası açısı kullanılmaktadır.

1.2.4. Kuşbakışı

Kuşbakışı ya da tepe açısı olarak ifade edilen bu kamera açısı konunun tam üzerinden, yani tepesinden sahnenin görüntülenmesidir ve çok karışık bir açıdır. Olayları bu perspektiften nadiren gördüğümüz için bu açıdan konu tanımlanamaz ve soyut bir izlenim yaratır (Kars, 2003.27). Özellikle futbol maçlarında başlama vuruşu yapılırken ya da oyunun durağanlaştığı dönemlerde, izleyicinin algısını zorlayarak dikkat çekmek için kullanılmaktadır.

1.3.Çekim Ölçekleri

Sinema biçiminin temel malzemesi olarak kabul edilen görüntünün resimsel özelliklerinden gelen çizgi, şekil, ışık, gölge, ton, renk, leke, derinlik, ölçek, bakış açısı gibi değişkenlerine; zamana yayılan sinemanın devinimi ve görüntü teknolojisinden ödünç aldığı tüm optik, mekanik, kimyasal, elektronik değiştirme olanakları eklenmekte ve bu değişkenleri sonsuzca düzenleme imkanı; gösterilen şeyin sonsuzca değiştirilebilmesine, dolayısıyla sinemada gösterilen şeyden çok, onun gösterme biçiminin önem kazanmasına neden olmaktadır (Gören, 1994:11).

Televizyon ekranında görülen anlık bir görüntü, edebi yazının sayfalar dolusu kelimelerle ifade edemeyeceği bir enformasyondan daha fazla bilgi sunabilmektedir. Üstelik herkesin anlayabileceği evrensel bir dil kullanılmaktadır. Dünyanın hangi ülkesinde olursa olsun, farklı dilleri kullanan milyonlarca insan, aynı görüntülere benzer tepkiler vermektedir. İnsan ögesini kullanan resim, heykel, fotoğraf ve sinema sanat dallarının insan vücudu üzerinde geliştirdiği “çekim ölçeği” olan sinematografik dil, televizyon tarafından da kullanılmaktadır (Önder, 2003:69). Görüntü tek başına ele alındığında evrensel anlamları ifade ettiği düşünülmektedir (Gören, 1994:16).

Göz, bazı görüntülere ilgisizce bakıp geçerken, bazıları çok çekici görünür. Bazı görüntüler kendine özgü farklılıklarıyla hemen dikkat çekerken, bazıları çok sıradanmış izlenimi verir. Televizyon yapımlarında da görüntünün çekim kalitesi programın başarısını ortaya koyar.

Çerçeve sinemacıya bir seçim yapma olanağı sağlar. Çevremize baktığımızda görüş alanımızın içine giren her şeyi görebiliriz. Bunların arasından çoğunlukla bir seçme yapmayız, yapamayız. Fakat sinemacı için durum öyle değildir. Görüntü çerçevesinin içine neyin gireceğini, bu çerçevenin dışında neyin kalacağını sinemacı kararlaştırır (Özön, 2008:34-35).

Çekimler verilmek istenen etki ve çevresel şartlara göre kendi içerisinde sınıflandırılmaktadır. Çekim ölçeklerinin sınıflandırmasında insan vücudunu ölçü olarak kabul eden Millerson, çekim ölçeklerinin adlandırmasını “Çok Uzak Çekim, Uzak Çekim, Orta Uzak Çekim, Uzak Çekim, Diz Çekim, Orta Çekim, Orta Yakın

Çekim, Yakın Çekim, Büyük-Sıkışık Yakın Çekim, Çok Yakın Çekim” (Millerson’dan akt. Önder, 2003:72) şeklinde yaparken; Özön ise ölçü olarak yine insan vücudunu temel almakta ancak sınıflandırmayı “Ayrıntı Çekim, Baş Çekim, Omuz Çekim, Göğüs Çekim, Bel Çekim, Diz Çekim, Boy Çekim, Genel Çekim ve Uzak Çekim” olarak sınıflandırmaktadır (Özön, 2008:70-71). İsimlendirilmeleri farklı olsa da aynı görüntü boyutunu ifade eden çekim ölçekleri bu çalışmada üç ana başlık altında incelenmektedir. Ayrıntı çekim, omuz çekim ve göğüs çekimi kapsayan **Yakın Plan Ölçekler** birinci başlığı; bel çekim, diz çekim ve boy çekimi kapsayan **Orta Plan Ölçekler** ikinci başlığı ve genel çekim ile uzak çekimi kapsayan **Uzak Plan Ölçekler** ise üçüncü başlığı oluşturmaktadır.

Bu çekim ölçeklerinden uzak ölçekler, ortam merkezli ölçekler iken; diğer çekim ölçekleri ise kişi merkezli çekim ölçekleridir. Ortam merkezli çekim ölçekleri dramatik yapıyı meydana getiren olguların gerçekleştiği çevreyi vurgularken, kişi merkezli çekim ölçekleri ise kişinin içinde bulunduğu psikolojik durumu vurgulamak için tercih edilmektedir.

Yönetmen hangi konuyu öne alacaksa, hangisi üzerinde durmak istiyorsa, izleyicinin dikkatini hangi konunun hangi bölümüne çekecekse, onu öbüründen öne geçirir (Özön, 2008:35). Bunu yaparken de çekim ölçekleri ve özelliklerinden yararlanır.

1.3.1. Uzak Plan Ölçekler

1.3.1.1.Uzak Çekim

Genellikle dış çekimdir ve bir alanı ya da araziyi kapsar. Bu çekim aynı zamanda yakın çekimde görülenin mekansal çerçevesini verir. Bundan dolayı “kurucu çekim” olarak adlandırılır (Uslu, 2006:41). Olayın geçtiği ve geliştiği tüm alanı içerisine alan bir çekim ölçeğidir (Mascelli, 2003:27). Olayın geçtiği mekân oyuncular ile birlikte izleyiciye aktarılır.

1.3.1.2.Genel Çekim

Bir genel çekim, hareket alanının tümünü içerir. Görüntülenecek yer, insanlar ve nesneler bir genel çekimde gösterilerek, seyircilere bütünsel görünümü tanıtılır.

(Mascelli, 2002: 29) Olgunun içinde geçtiği çevrenin anlatılmasında, tanıtılmasında betimleyici amaçla kullanılır (Akyürek, 2004: 365).

Bu çekimlerde insan doğal ve toplumsal çevresi içinde görünür. İnsanın dış dünyayla; dolayısıyla çevresiyle, diğer insanlarla olan ilişkilerini ön sıraya koyar. Bezem, doğa ve çevrenin önem kazanmadığından dolayı kimi zaman dramatik ereğin yanında betimleyici (tasvirici) erek de kendini belli eder. Öyleyse sinemacı, insanın doğal ve toplumsal yakın çevresiyle ilişkilerini vermek, bu çevredeki olguyu anlatmak, bu çevreyi betimlemek istediğinde boy çekimine, çoğunlukla da genel çekime yönelir. Genel çekim en çok kullanılan çekim ölçeğidir, çünkü günlük hayatımızda da olağan görüş açımız budur (Özön, 2008:35). Genel çekim ölçeği oyuncunun çevresi ile olan ilişkisini konu aldığı için, dramatik yapıya katkı sağlayan ölçek türüdür. Ön planda karakterin kendisinden ziyade içerisinde bulunduğu ortam ile olan ilişkisi ön plandadır. Sahne içindeki oyuncuların hareketleri daha küçük ölçekli yakın planlarla takip edildiğinde, bir süre sonra oyuncuların sahne içindeki konumları seyirci tarafından unutulacaktır. Genel çekim ölçeği ile seyirci oyuncuların sahnedeki konumlarını ve hareketlerini algılayabilecektir.

Seyirciler tarafından oyuncuların hareketleri, sahneye giriş ve çıkışları tam ve kesintisiz olarak algılanabildiğinden ideal bir çekim ölçeğidir. Genel çekim, yakın alınan çekimlerin hangi dekor içinde yer aldığını göstermede, bazen de daha yakın çekimlerin bu uzak çekimin içindeki yerini belirtmede kullanılır (Sarioğlu, 1976: 182).

1.3.2. Orta Plan Ölçekleri

Boy, diz ve bel çekim ölçeklerinden oluşan orta plan çekim ölçekleri, ilginin mekânın yanında oyuncunun da üzerine toplanmak istendiğinde kullanılan çekim ölçekleridir. Oyuncunun içinde bulunduğu dramatik yapıyı izleyiciye aktarmak için kullanılır.

1.3.2.1. Boy Çekim

İnsan vücudunun ayaktan başa kadar bir bütün olarak görüldüğü, ancak insanı ön plana alan; konuyla ilgisi bulunmayan dekor, mekan ve objeleri de çerçevenin dışında tutan çekim ölçeğidir. Boy çekim ile izleyici, seyirci ile bağ kurmaya başlar

ve kendisini oyuncuya yakın hissedebilir. Oyuncuların mekânla olan bağları devam etmekte, ancak çevre yavaş yavaş ikinci planda yer almaktadır.

Bir boy çekiminde birkaç oyuncu gruplandırıldığında, kamera bu kişilerin el hareketlerini, yüz ifadelerini ve hareketlerini kaydedecek kadar yakın olacaktır. Televizyon filmleri için biçilmiş kaftan olmasının nedeni, bu çekimlerin tüm filmi sınırlı bir alan içerisinde büyük boyutlu şekiller biçiminde sunmasıdır (Mascelli, 2002: 29). Ancak çekim ölçeklerini sınıflandırmaya uzak çekimi dahil etmeyen ve genel çekim ile başlayan bazı yazarlar; boy çekimin, çevrenin betimlenmesi için kullanılabileceğini ifade etmektedir. Çerçevenin tamamı oyuncu ile dolu olmadığı için bu, bir bakıma kabul edilebilir. Dikkat edilmesi gereken; burada bahsedilen çevrenin yakın çevre olduğudur. Oyuncunun çevre içerisindeki yerinden ziyade, çevre ile olan ilişkisini ortaya koymaktadır. Özön boy çekiminin, oyuncunun genel çevresi ile yakın çevresi arasındaki bir geçiş ölçeği olduğunu aktarmaktadır (Özön, 2008:76).

Boy çekim, televizyon çekimlerinde, oyuncuların rol aldığı programlarda oyuncuların vücut hareketlerini, yüz anlatımlarını belirgin bir şekilde saptadığından, en başarılı sonuç veren çekim ölçeğidir. Oyuncular bulundukları mekandaki dekor ve aksesuarlarla bir bütün içinde görüldüğünden, seyirci olaya yaklaşmakta ve sahne ile bütünleşmeye başlamaktadır (Önder, 2003:75). Oyuncunun davranışları ve hareketleri ön plandadır.

1.3.2.2.Diz Çekim

Filmlerde en çok kullanılan, Amerikan plan da denilen bu çekim, kişileri diz boyu gösteren ölçektir. Bu çekim ölçeği televizyon filmlerinin büyük bir bölümünü oluşturur, çünkü diz çekimde seyirci orta mesafeye yerleştirilir. Genel çekimle ortamın oluşturulmasından sonra bu çekime geçilmesi olayların sunumu için kusursuzdur (Mascelli, 2003: 30). Bu çekim çevreden sıyrılmış ve henüz psikolojik durum da derinliğiyle verilmemiş olduğundan, dramatik nitelik ağırlıktadır. Kişiler arasındaki karşılıklı etkileri yansıtmak bakımından diz çekim büyük önem taşımaktadır (Sarioğlu, 1976: 182).

1.3.2.3. Bel Çekim

Çerçeve içine alınan nesne veya kişilerin yarısından itibaren baş kısmına kadar görüntülendiği bir ölçektir. İnsan vücudunun yarısını geçmesi nedeniyle “bel plan” ya da “1/2 çekim” olarak ifade edilir. İnsan belinin kemer çizgisinin hemen altından veya üstünden baş kısmına kadar olan bölümü bel çekim içerisine girmektedir (Önder, 2003: 81).

Bel çekim ile çerçevelenen bir nesne ya da kişi ekranın neredeyse tamamını kaplamaktadır. Oyuncu çerçevenin tamamına yakını doldurduğu için artık çevre ile olan bağlantısı kopmuştur. Dramatik olgunun yanında yavaş yavaş ruhsal (psikolojik) olgular da yer almaya başlamaktadır. Oyuncunun dış dünya ile ilişkisinin yanında iç dünyası ile olan ilişkisi de kendini hissettirmeye başlamaktadır (Özön, 2008:76).

1.3.3. Yakın Plan Ölçekler

Yakın plan ölçekler, artık çevresel faktörlerin önemini yitirdiği, oyuncunun ifade, mimik ve davranışlarının ön plana çıktığı durumları aktarmak için kullanılan çekim ölçekleri olan, göğüs, omuz ve ayrıntı çekimini içerisine almaktadır.

Yakın plan ölçekler izleyiciyi sahnenin içine taşıyabilir; o an için gereksiz bütün ayrıntıları bir kenara atabilir ve anlatımsal vurguyu üstlenmesi gereken önemli bir olayı yalıtabilir. Uygun seçilmiş, uzmanca filme alınmış bir yakın plan olaya duygusal etki ve görsel netlik katabilir. Uygun biçimde kullanıldığında seyirciyi şaşırtabilir ve dikkatini yönlendirebilir, böylece sinemasal açıdan etkiyi yalnızlaştırabilir (Mascelli, 2003: 181).

Yakın plan ölçekler ağırlıklı olarak yüzü esas almakta, böylece ruhsal bir çözümlemeye girmekte ve oyuncunun iç dünyasını irdelemektedir (Özön, 2008:75). Yakın plan çekimler sürekli olarak olayın en gerilimli ve yüksek noktasını oluşturmak ve elinde tutmak gibi bir özelliğe sahiptir (Kafalı, 1993:173). Yönetmenin elindeki en güçlü anlatım gereçlerindendir. İzleyiciler üzerinde amaçlanan etkileri kesin olarak sağlayabilir. Ancak yakın plan çekimler, öyküdeki hayati noktalar için saklanmalıdır (Mascelli, 2003:181).

Yakın plan çekim, onu inceleyen ve izleyen kişilere, gösterildiği şeyin kendisine özgü açıklık ve görünürlüğünü verecektir. Bu çekim ölçeği biricikliği yansıtmaktadır, konturları ortaya çıkarır, yapı ve bünyelerin niteliklerini belirgin kılar. Yakın ilişkilerin duygularını karakterize eder ve çözümler. İzleyici bu çekim ölçeği ile; içsel düşünce ve duyguların, insansal eylemlerinden doğal özel açıklamaların anlamlarının neler olduğu sorularına yanıt bulabilir. Sinema tarihinde yalnızca yakın plan çekimlerden oluşan tek film; Carl Dreyer'in Jan D'arc'ın Tutkusu adlı filmidir(1928). Ustaca çekilmiş her yakın çekim ve çok yakın çekimler, kişilerin hareketlerinin olduğu gibi yaratılmasında çok etkindirler. Bu çekimlerde içsel savaş seyirci tarafında çok iyi algılanmakta; aptallıklar gösterilmekte; cehalet, aşırıya kaçma, kötülük seyirciye iletilmektedir. (Kafalı, 1993:172-173).

Çekim ölçekleri sınıflandırılırken bazı yazarlar baş çekim sınıflandırmasını da kullanmaktadır. Ancak bu çalışmanın temel konusu spor yayınları olduğu için baş çekimi ayrı bir çekim ölçeği olarak sınıflandırılmamakta ve omuz çekim ölçeği içerisinde değerlendirilmektedir.

1.3.3.1.Göğüs Çekim

Orta plan çekim ölçekleri ile yakın plan çekim ölçekleri arasında bir geçiş ölçeği niteliği taşıyan göğüs çekim, insanın göğüs bölgesinin hemen altından başlayan ve başı da içerisine alan bir ölçektir. Televizyon ekranında göğüs planda görüntülenen oyuncular birbirlerine çok yakın ve canlı görünürler. Dramatik açıdan seyirci üzerinde büyük etkisi olan göğüs çekim, seyirciye kendisini olayın içerisinde gibi hissettirmekte ve heyecanlandırmaktadır (Sarioğlu, 1976: 182).

Göğüs çekim izleyici ile iletişime geçebilmek açısından önemli bir ölçek türüdür. Boy ve bel çekime nazaran daha fazla duygusal öge içerir ve izleyici üzerinde daha yüksek heyecanlar uyandırır. Bu çekim ölçeği ile oyuncuların iç dünyaları izleyiciye aktarılmakta ve oyuncunun psikolojik durumu çözümlenmektedir. Duygu ve düşüncelerin ifade edilmesinde en önemli araç olan yüz ifadeleri belirginleşmeye başladığı için, izleyici oyuncunun içerisinde bulunduğu psikolojik durumu daha kolay algılamakta ve yaşamaktadır. Göğüs çekim bazı durumlarda iki oyuncuyu çerçeveye dâhil edebilir. Bu durumda iki kişi arasındaki duygusal durum

irdelenmekte ve karşılıklı durum, tutum ve tepkileri yansıtılmaktadır (Özön, 2008: 76).

1.3.3.2.Omuz Çekim

Omuz çekim, ayrıntı çekim ile birlikte oyuncunun iç dünyasını ortaya koyan en güçlü ölçektir. Oyuncunun göğüs kısmının hemen üzerinden başlar ve baş kısmını da içerisine alır. Oyuncunun yüzü tamamıyla ön planda olduğu için, izleyici oyuncu ile bütünleşmekte ve onun yaşadığı duyguları yoğun bir şekilde hissetmektedir. Omuz çekim, bir televizyon filmi için çok önemli bir tekniktir. İzleyiciyi sahnenin içine taşıyabilir; o an için gereksiz bütün ayrıntıları bir kenara atabilir ve anlatımsal vurguyu üstlenmesi gereken önemli olayı yalıtabilir (Mascelli, 2002: 183).

Konuşan bir insana ilgiyi çekmek açısından güçlü bir etkiye sahip olan baş çekim de televizyon programlarında omuz plan kadar başarılı bir çekim ölçeğidir. Kişinin duygusal yönünü, düşüncelerini yansıtmada kullanılır (Sarioğlu, 1976:183).

1.3.3.3.Ayrıntı Çekim

Televizyon programlarında dikkati çekme ve dikkati yoğunlaştırma, öykülü dramalarda ise senaryo gereği seyircide heyecan uyandırarak dikkat çekmek ve planlar arasındaki kurguda bağlantıyı sağlamak amacıyla yapılır. Detay çekim olarak da adlandırılan ayrıntı çekim, bir cismin parçasının görüntünün büyük bir bölümünü doldurmasıdır (Önder, 2003:87).

İzleyicinin odak noktasını kişinin yüzüne, dolayısıyla düşüncelerine, iç dünyasına yöneltir. Ayrıntı çekim ile objenin küçük bir bölümü ya da küçük bir obje gösterilir.

Ayrıntı çekimler genellikle genel çekimler yapıldıktan sonra yapılır. Bunun nedeni, hem yapılacak olan ayrıntı çekimler hakkında daha net fikir sahibi olmak, hem de ana çekimlerden sonra hem devamlılık sorunun aza indirgenmesi, hem de zaman ve maddiyattan tasarruf edilmesidir (Uslu, 2006:38-39).

2. Futbol Naklen Yayınlarında Kullanılan Özel Kamera Sistemleri

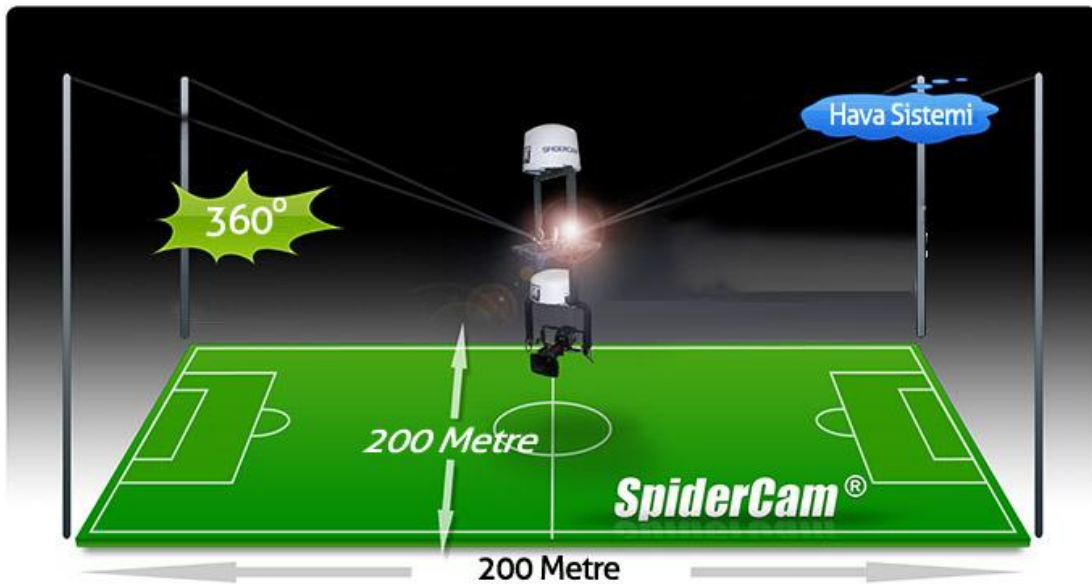
Futbol naklen yayınları da temelde stüdyoda gerçekleştirilen benzer kamera sistemleri ile gerçekleştirilmektedir. Ancak son yıllarda geliştirilen bazı kamera

sistemleri futbol naklen yayınları düşünülerek hazırlanmaktadır. Hazırlanan bu sistemler sayesinde yayınlar artık yalnızca izleyiciye aktarılmamakta, aynı zamanda görsel bir farklılık yaratarak ilgiyi canlı tutmaya çalışmaktadır.

2.1.Örümcek Kamera (Spider Cam)

Spidercam (Örümcek kamera), film veya televizyon kameralarını önceden belirlenmiş bir alanda yatay ve dikey olarak 360 derece hareket etmesini sağlayan bir kamera sistemidir. Genellikle bir futbol maçında veya tenis kortu gibi alanlarda kullanılır.

Spidercam, çekim yapılacak alanın dört bir köşesine bağlanmış, her biri kevlar kablo ile cayro dengeli kamera taşıyıcısına bağlanmış motorlu vinçler yardımıyla kontrol edilir. Spidercam, özel bir ekip ve yazılım ile kontrol edilir. Spidercam'e verilen komutlar fiber optik kablolar üzerinden aktarılır. Ayrıca Kevlar kablolarının ikisinde kamerayı, remote head'ı ve kameranın sinyallerini kontrol masasına gönderen fiber optik kablo vardır. Kamerayı üzerinde bulunduran Remote head, sağa-sola, yukarı-aşağı hareketleri sağlar ve odaklamayı, yakınlaştırmayı ve irisi kontrol eden lens kumandasını içerir (<http://www.spidercam.org>).



Şekil 1: Spidercam Çalışma Alanı

Örümcek Kamera sisteminin bir spor müsabakasında ilk defa kullanılışı, 18 Aralık 2005 yılında Liverpool Sao Paolo takımları arasında oynanan müsabakada gerçekleştirilmiştir. Sistem Türkiye’de ilk defa 24 Aralık 2010 tarihinde Kadıköy Şükrü Saraçoğlu Stadi’nda oynanan Fenerbahçe-Galatasaray karşılaşmasında kullanılmıştır (www.radikal.com.tr). Örümcek kamera sistemi teknik şartlar nedeniyle Türkiye’de Kadıköy Fenerbahçe Stadi, Türk Telekom Arena Stadi, Olimpiyat Stadi ve Kayseri Kadir Has Stadına kurulabilmektedir.



Şekil 2 SpiderCam Görüş Açısı

2.2.Slow-Motion – Super Slow Motion Kamera (SprintCam / PhantomCam)

35 mm standart film kameraları, beyazperdede izlediğimiz görüntüleri saniyede 24 kare hızla çeker. Bu görüntüler salonlardaki gösterici cihazlarla perdeye yine saniyede 24 kare hızla yansıtılır. Öte yandan, Türkiye’de de kullanılan PAL sistem, standart çözünürlüklü bir renkli televizyon yayınında (SD-Standard Definiton) ekrandan saniyede 25 kare resim geçer. Televizyon için çekim yapan video kameralar da yine bu sabit kare hızına göre çalışmaya ayarlıdır. Televizyon ekranındaki kare sayısı, son yıllarda yüksek çözünürlüklü (HD-High Definition) televizyon yayınlarında, görüntünün ayrıntı kalitesini artırmak amacıyla saniyede 50 kareye çıkartılmıştır. "HD" modunda çekim yapabilen kameralar bu kare hızına göre çalışmaktadırlar (www.infoteknoloji.blogspot.com).



Şekil 3 Super Slow Motion Kamera Görüntüsü



Şekil 4 Super Slow Motion Kamera Görüntüsü

Spor müsabakalarında müsabaka sırasında gösterilen pozisyon tekrarlarında görülen slow motion ya da super slow motion görüntüler bilinenin aksine görüntünün yavaş okutulması değil, bu görüntüyü kaydeden kameranın resim / saniye hızının artırılmasıyla elde edilmektedir. Özellikle 2010 Dünya Kupası ile başlayan Süper

Slow Motion kamera sistemini Lig Tv’de 2010-2011 sezonunda Spor Toto Süper Lig karşılaşmalarında kullanmaya başlamıştır. Normal yayınlarda resim/saniye hızı 25 kare iken Lig Tv yayınlarında kullandığı süper slow motion kamera sistemi, bu hızı saniyede 5800 kareye yükseltebilmektedir. Böylelikle oyuncu hareketlerinin en küçük detayları bile izleyiciye aktarılabilmektedir.

2.3.SteadyCam

Steadicam, farklı kamera türlerinde kullanılmak üzere geliştirilmiş, montaj ve dengeleme sisteminin adıdır. Kameraman tarafından giyilen bir düzenek (Şekil 5) ve bu düzeneğe yerleştirilen kamera, kameramanın hareketlerini ya da kameranın sarsılmasını içinde bulunan dengeleme sistemi sayesinde engeller ve görüntünün sarsıntısız bir şekilde izleyiciye aktarılmasını sağlar.



Şekil 5: SteadyCam Vücut Sistemi

Özellikle takip sahneleri için geliştirilmiş bir sistemdir. Spor yayınlarında da açılış seremonilerinde, özellikle saha kenarlarına yakın olan bölümlerde ve köşe vuruşlarında sık başvurulan bir kamera sistemidir.



Şekil 6: Steadicam



Şekil 7: SteadiCam

2.4.Jimmy Jib

Tripod benzeri bir üçayak üzerine yerleştirilen, belirli uzunluktaki parçaların bir araya gelmesi ile oluşturulan ve ön bölümüne kamera yerleştirilerek yüksekte görüntü almaya yarayan sistemdir. Cihazın ön bölümüne kameranın monte edildiği robot kafa bulunur. Operatör tarafından kontrol edilen robot kafa sayesinde kamera 360 derece hareket edebilmektedir. Ayrıca kamera lensi üzerine monte edilen motorlar aracılığıyla netlik ve optik hareketlerde denetlenebilmektedir (www.kameraarkasi.org).



Şekil 8: Jimmy Jib

Futbol maçlarında özellikle kale arkalarına yerleştirilen bu sistem sayesinde kamera her yönde hareket ettirilebilir ve özellikle ceza sahası çevresindeki pozisyonlar farklı açılardan izleyiciye aktarılabilir. Tripot üzerinde sabit bir kamerada yayın sırasında kameranın yüksekliğini değiştirmek mümkün değilken

Jimmy jib sistemi sayesinde kamera farklı yüksekliklerden görüntü verebilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SPOR PROGRAMLARINDA GÖRÜNTÜ DİLİNİN KULLANIMI ve GÖRSEL SUNUM ÖRNEK UYGULAMA

1. Yöntem

Bu çalışmanın kuramsal çerçevesinin oluşturulmasında, genel tarama yöntemlerinden olan Literatür Taraması Yöntemi; uygulama kısmında, verilerin toplanması ve değerlendirilmesi aşamasında ise İçerik Çözümlemesi Yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmadaki temel amaçlar, televizyonların spor programları içerisinde yer alan naklen yayınların yayımlanma sürecinde görsel dilin kullanımını saptamak ve görsel dili oluşturan öğelerin neler olduğu, taşıdığı nitelikler ve bunların kullanım yoğunluklarının belirlenmesidir. Bu amaçları gerçekleştirmek için yöntem olarak iletişimin görünen/açık yönünü ölçmeyi sağlayan “İçerik Çözümlemesi” yöntemi seçilmiştir. Televizyon spor yayınları; toplumsal ve kültürel etkileri, medyanın ve sporun ekonomi politiği, önemli bazı spor olayların ne şekilde işlendiği gibi pek çok yönüyle incelenebilir. Bu tür incelemeler için, az sayıda örnek olayın seçilmesi ve bu olayların söylem çözümlemesi ya da göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle çözümlenmesi araştırmayı daha farklı ve zengin bulgulara götürebilir. Ancak bu çalışma, 14 yıl arayla farklı yayın kuruluşları tarafından yayınlanan iki spor naklen yayınının görsel dil kullanımını incelemeyi amaçladığı için, yukarıda sözü edilen inceleme alanları kapsam dışında bırakılarak “İçerik Çözümlemesi” yöntemi kullanılmıştır.

İçerik çözümlemesi; psikoloji, sosyoloji, tarih, edebiyat, gazetecilik, siyasal bilimler gibi değişik alanlarda farklı amaçlarla kullanılabilen bir araştırma yöntemidir. Temelde davranışları doğrudan doğruya gözlemlemek yerine, bireylerin sembolik davranışlarını ya da iletişim materyallerini (bir yazarın kitaplarını ya da makalelerini, tv yayınlarının ya da filmlerin içeriğini, okuyucu ya da izleyicilerin bu iletişim materyallerine karşı tutumlarını vb.) çözümlemeye dayanır (Öğülmüş,1991:213).

Berger ise içerik çözümlemesi ile ilgili şu ifadelere yer vermektedir; “İçerik çözümlemesi, bazı şeylerin miktarını, bazı iletişim biçimi örnekleminde ölçmeye

dayanan araştırma tekniğidir. İçerik çözümlemesindeki temel varsayım, iletilerin araştırılması ve iletişimin bu iletileri alan insanları aydınlatmasıdır” (Berger, 1993: 104).

İçerik çözümlemesi bir gözlem yönteminden çok bir çözümleme yöntemidir. Bu yöntemde araştırmacı, kişilerin davranışlarını gözlemlemek ya da onlara yapılanmış sorular sormak yerine; kişilerin ortaya koymuş oldukları iletişim materyallerini ele alır ve inceler (Crano and Brewer’ dan Akt. Öğütölmüş, 1991:215).

İçerik çözümlemesi üç temel özelliğe sahiptir. Bunlar; nesnellik, sistemlilik ve genelliktir. Nesnellik, farklı gözlemcilerin ya da çözümlemecilerin aynı doküman üzerinde aynı sonuçları elde etmesidir. Sistemlilik, araştırmacının yalnızca kendi araştırmasının amaçlarına uygun olan verileri çözümleyerek, diğer verileri ihmal etmesini önler. Kategorilerin belirlenmesinde aynı ölçütün kullanılmasını sağlar. Genellik ise, bulguların kuramsal bir temele sahip olmasını gerektirir (Holsti’ den akt. Öğütölmüş, 1991: 215). Genel olarak bu üç özellik üzerinde anlaşılmış olsa da içerik çözümlemesini nicel olarak değerlendirilmesi ve yalnızca görünen içerikle sınırlandırılması konusunda görüş ayrılıkları vardır. Bazı araştırmacılar yalnızca rakamsal değerlendirme kriterlerini kullanırken bazı araştırmacılar ise sonuçları rakamsal olarak değil “ daha az”, “daha çok”, gibi terimlerle ifade etmektedirler. İçerik çözümlemesi için üç araştırma modeli kullanılmaktadır.

1.model; iletişim içeriği çözümlenirken Ne? Nasıl? Kime? sorularından en az birini yanıtlamaya çalışır. Bu modeldeki araştırmalarda; iletişim içeriğindeki eğilimleri betimlemek, iletişim örüntülerini betimlemek, iletişim özelliklerini betimlemek ya da ikna tekniklerini çözümlmek olasıdır (Öğütölmüş, 1991:218). Araştırmacı belli bir iletişim aracından belli bir sürede çıkan mesajları karşılaştırabilir. Bu yolla aynı iletişim aracının verdiği mesajda meydana gelen değişimleri gözlemleyebilir ya da aynı konu üzerinde farklı kaynaklardan çıkan mesajları karşılaştırabilir. 2. model ile yapılan araştırmaların amacı ise iletişimin nedenleri ya da öncesi hakkında çıkarsamalar yapmaktır. Mesajlar, iletişim paradigmasındaki Kim? ve Niçin? sorularına yanıt aramaya yöneliktir. 3. Model ise mesajların alıcılar üzerindeki etkilerinin sonuçlarını çıkarsamayı amaçlar. Etkisi ne oldu? sorusu daha önce değinilen iletişim paradigmasının en önemli yerlerinden

biridir. Ancak çok az sayıda araştırma bu soruya yanıt aramıştır (Öğütölmüş, 1991: 218).

İçerik çözümlemesi yöntemi ile birlikte araştırmanın temel amaçları doğrultusunda kodlama formu oluşturulmuş, naklen yayınlanan spor karşılaşmaları dijital ortama aktarılmış ve izlenmiştir.

2. Evren ve Örneklem

Spor yayınlarında görüntü dilinin kullanımının inceleneyeği bu çalışmanın örnek uygulama bölümünde futbol naklen yayınları inceleneyecektir. Örnek inceleme olarak futbol yayınlarının incelenme nedeni, Türkiye’de spor yayınları olarak futbolun televizyonlarda en uzun süre alan spor türü olmasıdır. Araştırmanın evreni olarak Türkiye’de Futbol Naklen Yayınları olarak belirlenen bu çalışmanın örnekleminin belirlenmesinin temel şartı, inceleneyecek olan naklen yayınların Süper Lig Maçları olmasıdır. Bu bağlamda inceleneyecek olan kanallar; 2010-2014 yılları arasında Türkiye Spor Toto Süper Lig maçları yayın haklarını elinde bulunduran Lig Tv ve ilk Süper Lig yayın haklarını almış olan Cine 5 Televizyonu olarak belirlenmiştir. Çalışmada havuz sisteminin ilk dönemi ile şu anda havuz sistemi dâhilinde yayımlanan naklen yayınlar karşılaştırılacağı için iki dönemde de izleyici bakımından en yüksek izlenme oranına sahip olan Galatasaray-Fenerbahçe maçları incelenmiştir.

Çalışmada naklen yayınların içeriklerinden ziyade, kullanılan çekim ölçekleri, kamera açıları, kamera hareketleri ve kullanılan kamera türleri ele alınmış ve tablolastırılarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

3. Verilerin Toplanması

Çalışma için belirlenen kapsam ve sınırlılıklar dâhilinde örneklem yapısı belirlenmiş ve ardından belirlenen kapsam çerçevesinde verilerin toplanmasına geçilmiştir. Bu amaçla incelemenin yapılacağı karşılaşmalardan 18 Mart 2011 tarihinde oynanan karşılaşmanın 90 dakikalık kaydı internetten, 9 Şubat 1997 tarihinde oynanan karşılaşmanın kaydı ise yayıncı kuruluş arşivinden elde edilmiştir.

Bilgisayar ortamına aktarılan ve izlenen spor yayınları, oluşturulan kodlama formuna işlenmiştir. Kodlama formunda yer alan ve çözümlemesi oluşturulan kimi kavramlar aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

“Çekim Sayısı” kategorisinde incelemeye konu olan spor karşılaşmalarının çekim sayıları, çekim süreleri ve iki dönem arasındaki farkları incelenmiştir.

“Çekim Ölçekleri” kategorisinde, incelenen spor karşılaşmalarında kullanılan çekim ölçekleri sınıflandırılmış, sınıflandırılan çekim ölçeklerinin süreleri hesaplanmış ve iki karşılaşmanın çekim ölçekleri açısından farkları incelenmiştir.

“Kamera Açılı” kategorisinde iki spor karşılaşması kullandıkları kamera açıları bakımından incelenmiş ve kamera açıları bakımından birbirlerinden farkları olup olmadığı karşılaştırılmıştır.

“Kamera Hareketleri” kategorisinde incelenen yayınlarda kullanılan kamera hareketlerinin türleri, süreleri ve birbirlerinden farkları araştırılmıştır.

“Tekrar Oynatma” kategorisinde ise incelenen spor yayınlarında pozisyonların tekrarının kullanım oranları ve sayıları incelenmiştir. İki karşılaşma pozisyon tekrarlarına yer verme açısından değerlendirilmiştir.

“Slow Motion-Super Slow Motion” kategorisinde ise incelemeye konu olan spor yayınlarında slow-motion tekniğinin kullanılıp kullanılmadığı araştırılmıştır.

4. Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu bölümünde daha önce içeriği ve uygulama boyutlarına yer verilen televizyon spor yayınları ile ilgili olarak, kodlama formuna araştırmacı tarafından yapılan ve işaretlenen belirlemelerin dağılımı ve yorumlara yer verilmektedir. Bu kodlama formuna işaretlenen veriler, tablolar ile anlatılmaya çalışılmaktadır.

Uygulamaya ilişkin genel bilgiler çerçevesinde incelenen spor yayınları, çekim sayıları, çekim ölçekleri, kamera açıları, kamera türleri, kamera hareketleri, slow-motion tekniği ve pozisyon tekrarları bakımında incelenen spor yayınlarında, “Teknolojik gelişmelerin spor yayınlarının görsel sunumuna etkisi ne olmuştur?” sorusuna yanıt aranmaktadır.

4.1.Çekim Sayıları

Çalışma kapsamında incelenen spor yayınlarından karşılaşmaların çekim sayıları Tablo-1’de yer almaktadır.

Tablo-1: Çekim Sayıları

	İlk Yarı	İkinci Yarı	Toplam
1997*	410	416	826
2011**	290	300	590

İki spor karşılaşması çekim sayıları bakımından incelendiğinde 1977 yılındaki karşılaşmanın toplam 826 çekimden, 2011 yılındaki karşılaşmanın ise toplam 590 çekimden oluştuğu görülmektedir. 1997 yılına ait karşılaşmada her devre ortalama 413 çekimden oluşurken, 2011 yılındaki karşılaşmada 295 çekimden oluşmaktadır. İki karşılaşma birbiriyle karşılaştırıldığında 1997 yılına ait karşılaşmanın 2011 yılındaki karşılaşmadan 236 çekim daha fazla olduğu görülmektedir. İki karşılaşma süre olarak birbiriyle aynı olsa bile çekim sürelerinin değişmesi nedeniyle çekim sayıları da farklılık göstermektedir.

4.2.Çekim Ölçekleri

Çalışma kapsamında incelenen spor yayınlarının kullandıkları çekim ölçekleri bakımından incelenmesi üç farklı kategoride sınıflandırılmıştır. Buna göre iki yayının kullandıkları uzak planlar açısından sınıflandırılması Tablo-2’de verilmiştir.

Tablo-2 Sayı olarak Uzak Çekim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	164	40	154	37	318	38
2011	110	38	109	36	219	37

* 9 Şubat 1997 Tarihinde oynanan Fenerbahçe-Galatasaray karşılaşması

** 18 Mart 2011 Tarihinde oynanan Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması

İki spor yayını uzak plan kullanımları açısından incelendiğinde 1997 yılındaki karşılaşma toplam 318 uzak çekimden, 2011 yılındaki karşılaşma ise toplam 219 uzak çekimden oluşmaktadır. İki yayının uzak çekimleri sayı olarak incelendiğinde aradaki fark 99 çekim olsa da yayınları oluşturan toplam çekim sayılarına oranı incelendiğinde aradaki fark % 1’lik bir farktır. Bu bakımdan uzak çekimlerin kullanımı açısından iki yayın arasında ciddi bir fark yoktur. İki spor yayınında kullanılan uzak çekimlerin süre olarak incelenmesi Tablo-3’te verilmiştir.

Tablo-3 Süre Olarak Uzak Çekim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	1731	31	1664	29	3395	60
2011	1761	31	1887	34	3648	65

İncelenen iki spor karşılaşmasından 1997 yılında yayınlanan spor karşılaşmasında toplam 3395 saniye uzak çekim kullanılmış, 2011 yılındaki karşılaşmada ise 3648 saniye uzak çekim kullanılmıştır. Bu süreler yüzdelik olarak incelendiğinde ise 1997 yılında yayınlanan karşılaşmanın %60’ı, 2011 yılındaki karşılaşmanın ise %65’i uzak çekimden oluşmaktadır.

İki spor yayınının orta çekimler açısından incelenmesi Tablo-4’te verilmiştir

Tablo-4 Orta Çekim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	176	43	178	43	354	43
2011	95	29	99	31	194	33

1997 ve 2011 yıllarına ait karşılaşmalar, kullandıkları orta çekim ölçekler bakımından incelendiğinde, 1997 yılındaki karşılaşmada 354 orta çekim kullanılmışken, 2011 yılına ait karşılaşmada ise 194 orta çekim kullanılmıştır. Tablo-

4'deki karşılaştırmada da görüleceği gibi 1997 yılında 2011 yılından 160 orta çekim fazla kullanılmıştır. İncelenen bu iki karşılaşma orta çekim açısından yüzdelik olarak karşılaştırıldığında ise %10 gibi net bir fark ortaya çıkmaktadır. İki karşılaşmada kullanılan orta çekimlerin süre olarak karşılaştırması Tablo-5'te verilmiştir.

Tablo-5 Süre Olarak Orta Çekim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	732	13	859	15	1591	28
2011	562	10	532	9	1094	19

Orta çekim ölçeklerinin süre olarak incelendiği Tablo-5'e göre; 1997 yılındaki karşılaşmada 1591 saniye, 2011 yılındaki karşılaşmada 1094 saniye orta çekim kullanılmıştır. 1997 yılına ait karşılaşmada 497 saniye daha fazla orta çekim kullanılmıştır. Orta çekim süreleri yüzdelik olarak hesaplandığında ise 1997 yılında %28, 2011 yılında %19 orta çekim kullanılmıştır. 1997 ile 2011 yıllarındaki karşılaşmalar arasında orta çekim ölçek süreleri farkı %9'dur.

İki yayının yakın çekimler açısından incelenmesi Tablo-6'da verilmiştir.

Tablo-6 Sayı Olarak Yakın Çekim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	70	9	84	10	154	19
2011	85	14	92	16	177	30

Yakın çekimlerin karşılaştırıldığı Tablo-6'ya bakıldığında 1997 yılında toplam 154, 2011 yılında ise 177 yakın çekim kullanılmıştır. İki karşılaşma arasında çekim sayısı olarak fark 23 çekimdir. 2011 yılında yayınlanan karşılaşmada 23 çekim daha fazla yakın çekim yer almaktadır. 1997 ile 2011 yıllarında yayınlanan karşılaşmalarda kullanılan yakın çekimler yüzdelik olarak ele alındığında 1997 yılında yayınlanan

karşılaşmanın %19'u, 2011 yılında yayınlanan karşılaşmanın ise % 30'u yakın çekimden oluşmaktadır. Yakın çekim sayıları olarak iki dönem birbirinden çok farklı olmasa da karşılaşmaların geneli içinde yakın çekim oranlarına bakıldığında %11 gibi bir fark ortaya çıkmaktadır. İki spor karşılaşması arasındaki yakın çekim kullanımının süre olarak incelenmesi Tablo-7'de verilmiştir.

Tablo-7 Süre Olarak Yakın Çekim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	297	5	365	7	662	12
2011	400	7	498	9	898	16

Yakın çekim kullanımının süre olarak incelendiği Tablo-7'ye göre 1997 yılında 662 saniye, 2011 yılında ise 898 saniye yakın çekim kullanılmıştır. Bu süreler yüzdelik olarak karşılaştırıldığında ise %12'ye %16 gibi bir oran, yan, %4'lük bir artış ortaya çıkmaktadır.

4.3.Kamera Açıları

Bu çalışmada incelenen iki spor yayınında kullanılan kamera açıları üç kategoride değerlendirilmiştir. Buna göre iki spor karşılaşmasında sayı olarak üst aç kullanımı Tablo-8'de verilmiştir.

Tablo-8 Sayı Olarak Üst Aç Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	213	25	231	28	444	53
2011	210	35	209	35	419	70

İncelenen karşılaşmaların üst aç kullanımları sayı olarak incelendiğinde 1997 yılındaki karşılaşmada 444 üst aç kullanılmıştır. 2011 yılına ait karşılaşmada ise üst

açı kullanımı 419'dur. İki karşılaşma sayı olarak incelendiğinde 25 gibi küçük bir fark gözüktse de, üst açılarda karşılaşma boyunca kullanılan açılara oranı hesaplandığında, 1997 yılında %53 oranında üst açı, 2011 yılında ise %70 oranında üst açı kullanılmıştır. İki karşılaşma arasındaki fark %18'dir.

Tablo-9 Süre Olarak Üst Açı Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	1907	34	2044	36	3951	70
2011	2267	36	2380	35	4647	82

Üst açı kullanımının süre olarak incelendiği Tablo-9'a göre 1997 yılında 3951 saniye, 2011 yılında 4647 saniye üst açı kullanılmıştır. Buna göre 1997 ile 2011 yılındaki karşılaşmalar arasındaki fark 696 saniyedir. 1997 ile 2011 yıllarındaki karşılaşmaların üst açı kullanım süreleri yüzdelik olarak değerlendirildiğinde ise, 1997 yılında %70, 2011 yılında ise %71 oranında üst açı kullanılmıştır.

Tablo-10 Sayı Olarak Alt Açı Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	10	1	1	0,1	11	1
2011	13	2	15	3	28	5

İki spor yayınının alt açı kullanımlarının sayı olarak incelendiği Tablo-10'a göre, 1997 yılındaki spor yayınında toplam 11 kez alt açı kullanılmıştır. 2011 yılındaki spor yayınında ise alt açı 28 kez kullanılmıştır. İki spor yayını arasındaki alt açı kullanım farkı 17'dir. Alt açı kullanımı yüzdelik olarak değerlendirildiğinde ise 1997 yılında alt açı kullanımı tüm yayın boyunca kullanılan açılara oranı %1, 2011 yılında ise tüm yayın boyunca kullanılan açılarda %5'i dir.

Tablo-11 Süre Olarak Alt Açı Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	51	1	4	0.1	55	1
2011	94	2	102	2	196	4

Alt aç ı kullan ımlar ının süre olarak de ğerlendirildi ği Tablo-11’de, 1997 yılındaki spor yay ınında toplam 55 saniye, 2011 yılındaki spor yay ınında ise 196 saniye de ğerleri ortaya çıkmıştır. Tablo-11’e göre iki spor yay ını arasındaki alt aç ı kullan ımlar ının süre olarak fark ı 141 saniyedir. Süre olarak alt aç ı kullanım oranları yüzd elik olarak incelendi ğinde 1997 yılında alt aç ı kullan ımı toplam yay ın süresinin % 1’i, 2011 yılında alt aç ı kullan ımı toplam yay ın süresinin %4’ü dür. İki dönem arasında alt aç ı kullanım fark ı %3 olarak hesaplanmıştır.

Tablo-12 Say ı Olarak Göz Hizası Aç ısı Kullan ımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	187	23	184	22	371	45
2011	62	11	70	12	132	23

Göz hizası aç ı kullan ım ının incelendi ği Tablo 12’ye göre 1997 yılında yay ınlanan spor yay ınında toplam 371 kez göz hizası aç ısı kullan ılmıştır. 2011 yılındaki yay ında ise göz hizası aç ısı kullan ımı 132 kezdir. 1997 yılında 2011 yılından 239 kez daha fazla göz hizası aç ısı kullan ılmıştır. Göz hizası aç ısının yay ın süresince kullanılan aç ılar iç erisindeki oran ına bak ıld ığında 1997 yılında %45, 2011 yılında %23’tür. Buna göre 1997 yılında 2011 yılından %22 oran ında daha fazla göz hizası aç ısı kullan ılmıştır.

Tablo-13 Süre Olarak Göz Hizası Açısı Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	802	14	840	15	1642	29
2011	307	5	396	7	703	12

1997 ile 2011 yıllarındaki karşılaşmalarda kullanılan göz hizası açısının süre olarak incelenmesi Tablo-13'te verilmiştir. Tablo-13'e göre 1997 yılında toplam 1642 saniye göz hizası açısı kullanılmıştır. 2011 yılında ise 703 saniye göz hizası açısı kullanılmıştır. Göz hizası açısının kullanım süresi toplam yayın süresine oranlandığında, 1997 yılında toplam yayının %29'u, 2011 yılında ise toplam yayının %12'si göz hizası açısından oluşmaktadır. İki dönem arasındaki göz hizası açısı kullanım farkı süre olarak 939 saniye, yüzdeler olarak farkı ise %17'dir.

Tablo-14 Sayı Olarak Kuşbakışı Açısı Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	-	-	-	-	-	-
2011	5	1	6	1	11	2

Kuşbakışı açısının kullanımını gösteren Tablo-14'e göre 1997 yılındaki yayında kuşbakışı açısı kullanılmamıştır. 2011 yılındaki yayında ise 11 kez kuşbakışı açısı kullanılmıştır.

Tablo-15 Süre Olarak Kuşbakışı Açısı Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997						
2011	55	1	39	1	94	2

Tablo-15'e ait değerler incelendiğinde 1997 yılında kuşbakışı açısı hiç kullanılmamış, 2011 yılında ise 94 saniye kuşbakışı açısı kullanılmıştır. 2011 yılına ait karşılaşmada toplam yayın süresinin %2'sinde kuşbakışı açısı kullanılmıştır.

4.4.Kamera Hareketleri

Kamera hareketlerinin incelendiği bu bölümde kombine hareketler, çevrinme hareketleri, kaydırma hareketleri, optik kaydırma ve sabit kamera olmak üzere beş başlık bulunmaktadır.

Tablo-16 Sayı Olarak Kombine Kamera Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	-105	-13	111	13	216	26
2011	120	20	91	15	211	35

Kombine kamera hareketlerinin incelendiği Tablo-16'ya göre 1997 yılında yayınlanan spor karşılaşmasında toplam 216 kez kombine hareketler kullanılmıştır. 2011 yılında gerçekleştirilen yayında ise 211 kombine kamera hareketi gerçekleştirilmiştir. 1997 ile 2011 yıllarında gerçekleştirilen yayınlarda kombine kamera hareketleri birbirine yakın sayıda kullanılmıştır. 1997 yılında kombine kamera hareketleri 2011 yılından 5 kez fazla tercih edilmiştir.

Tablo-17 Süre Olarak Kombine Kamera Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	1361	24	1498	27	2859	51
2011	1744	31	1647	29	3391	60

Kombine kamera hareketlerinin süre olarak incelendiği Tablo-17’de 1997 yılına ait spor yayınında kombine kamera hareketleri 2859 saniye kullanılmıştır. Kombine kamera hareketleri kullanım süresi 2011 yılında ise 3391’dir. 2011 yılına ait spor karşılaşmasında 532 saniye daha fazla kombine kamera hareketi kullanılmıştır. Bu değerler karşılaşmaların toplam sürelerine oranlandığında 1997 yılında %51, 2011 yılında ise %60 oranında kombine kamera hareketi kullanılmıştır. 2011 yılında kombine kamera hareketi kullanımı 1997 yılına göre %9 oranında artış göstermiştir.

Tablo-18 Sayı Olarak Çevrinme Kamera Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	179	22	144	17	323	39
2011	94	16	109	18	203	34

İki spor yayını çevrinme kamera hareketlerine göre incelenmesi Tablo-18’de verilmiştir. Buna göre 1997 yılında yayınlanan spor yayınında 323 kez çevrinme kamera hareketleri kullanılmıştır. 2011 yılı spor yayınında ise 203 çevrinme kamera hareketleri kullanılmıştır. 1997 yılında 2011 yılına göre 120 kez daha fazla çevrinme kamera hareketi kullanılmıştır. Bu sayılar yayınların tamamı boyunca yapılan kamera hareketlerine oranlandığında 1997 yılında toplam kamera hareketlerinin %39, 2011 yılında ise toplam kamera hareketlerinin %34’ü çevrinme kamera hareketlerinden oluşmaktadır. İki dönem birbiri ile karşılaştırıldığında 1997 yılında çevrinme kamera hareketi %5 oranında daha fazla kullanılmıştır.

Tablo-19 Süre Olarak Çevrinme Kamera Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	901	16	703	12	1604	28
2011	553	10	707	12	1260	22

Tablo-19’da çevrinme kamera hareketleri süre olarak incelenmiştir. Buna göre 1997 yılında toplam 1604, 2011 yılında ise toplam 1260 saniye çevrinme kamera hareketleri kullanılmıştır. Tablo-19’a göre 1997 yılında 344 saniye daha fazla çevrinme kamera hareketi kullanılmıştır. Çevrinme kamera hareketi kullanım süresi, karşılaşmanın toplam süresine oranlandığında, 1997 yılında %28, 2011 yılında %22 oranında çevrinme kamera hareketi kullanılmıştır. Aradaki fark bir önceki tabloda da (Tablo-18) olduğu gibi %4’tür.

Tablo-20 Sayı Olarak Kaydırma Kamera Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	-	-	-	-	-	-
2011	2	0,5	2	0,5	4	1

Tablo-20’ye göre 1997 yılında yayınlanan spor karşılaşmasında kaydırma kamera hareketi kullanılmamıştır. Buna karşın 2011 yılına ait spor yayınında 4 kez kaydırma hareketi kullanılmıştır. 2011 yılında toplam yayının %1’i oranında kaydırma kamera hareketi kullanılmıştır.

Tablo-21 Süre Olarak Kaydırma Kamera Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	-	-	-	-	-	-
2011	15	0,3	9	0,2	24	0,5

2011 yılında kullanılan kaydırma kamera hareketlerinin süre olarak incelendiği Tablo-21'e göre, toplam 24 saniye kaydırma kamera hareketi kullanılmıştır. Bu süre yayının toplam süresine oranlandığında %0,5'lik bir oran ortaya çıkmaktadır.

Tablo-22 Sayı Olarak Optik Kaydırma Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	13	2	24	3	37	5
2011	20	2	28	3	47	5

Tablo-22'de optik kaydırma hareketlerinin kullanımı incelenmiştir. Tablo-22'ye göre 1997 yılında toplam 37 kez optik kaydırma hareketi kullanılmıştır. 2011 yılında ise 47 kez optik kaydırma hareketine başvurulmuştur. Buna göre 2011 yılında optik kaydırma hareketi 10 kez daha fazla kullanılmıştır. Adı geçen yayınlarda kullanılan optik kaydırma hareketleri, yayınların tamamı boyunca kullanılan kamera hareketlerine oranlandığında her iki yayında da toplam yayının %5 i oranında optik kaydırma hareketi kullanılmıştır.

Tablo-23 Süre Olarak Optik Kaydırma Hareketleri Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	58	1	133	2	191	3
2011	47	1	116	2	163	3

Optik kaydırma hareketlerinin süre olarak incelendiği Tablo-23'e göre, 1997 yılında 191 saniye, 2011 yılında ise 163 saniye optik kaydırma hareketi kullanılmıştır. Toplam yayın içerisinde optik kaydırma hareketi sürelerine bakıldığında ise her iki yayının da toplam sürelerinin % 3'ü oranında optik kaydırma hareketleri kullandığı görülmektedir.

Tablo-24 Sayı Olarak Sabit (Hareketsiz) Kamera Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	113	14	137	16	250	30
2011	66	11	78	13	144	24

Araştırmaya konu olan spor yayınları sabit kamera kullanımı açısından değerlendirildiği Tablo-24'e göre, 1997 yılına ait spor yayınında 250, 2011 yılına ait spor yayınında ise 144 defa kamera sabit olarak kullanılmıştır. 1997 yılında kamera 106 kez daha fazla sabit olarak kullanılmıştır. Sabit kamera kullanımı karşılaşmaların toplam süresi boyunca kullanılan kamera hareketlerine oranlandığında; 1997 yılında %30, 2011 yılında %24'tür. 1997 yılında kamera %6 oranında daha fazla sabit kullanılmıştır.

Tablo-25 Süre Olarak Sabit (Hareketsiz) Kamera Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	440	8	554	10	994	18
2011	364	6	438	8	802	14

Sabit kamera kullanımını süre olarak incelediğimizde (Tablo-25) 1997 yılında 994 saniye, 2011 yılında 802 saniye süresince kamera sabit olarak kullanılmıştır. 1997 yılına ait spor yayınında 182 saniye daha fazla sabit kamera kullanılmıştır. Sabit kamera kullanım süreleri yayınların toplam sürelerine oranlandığında 1997 yılında %18, 2011 yılında %14 oranında sabit kamera kullanımı ortaya çıkmıştır.

4.5.Kamera Türleri

Araştırmanın bu bölümünde, spor yayınları sırasında kullanılan kamera türlerinin yayın içerisinde kullanım oranları incelenmektedir. Kullanılan kamera türleri Pilot, Detay, Jimmy Jip, Örümcek, Steadi Cam, Phantom, Kale Arkası Tepe, Tribün, Yedek Kulübesi, Ofsayt, File, Çizgi, Kale Arkası olarak sınıflandırılmıştır.

Tablo-26 Kamera Türleri (Sayı Olarak) Kullanımı

	1997						2011					
	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam		İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Pilot	137	16	132	16	269	32	91	15	81	14	172	29
Detay	203	25	198	24	401	49	144	24	135	23	279	47
Jimmy Jip	-	-	-	-	-	-	3	0,5	10	1,5	13	2
Örümcek	-	-	-	-	-	-	9	2	10	2	19	4
Steady Cam	-	-	-	-	-	-	8	1	4	1	12	2
Phantom	-	-	-	-	-	-	6	1	9	1	15	2
Kale Arkası Tepe	-	-	-	-	-	-	4	0,5	2	0,5	6	1
Tribün	16	2	9	1	25	3	11	2	14	2	25	4
Yedek	14	2	41	5	55	7	10	2	24	4	34	6

Kulübesi												
Ofsayt	12	1	12	1	24	2	4	1	9	2	13	3
File	-	-	-	-	-	-	-	-	1		1	
Çizgi	-	-	-	-	-	-	-	-	1		1	
Kale Arkası	28	4	24	3	52	7	-	-	-	-	-	-

Spor yayınlarının görüntü dili incelenirken kullanılan kamera türlerinin de görüntü dilinin şekillenmesine etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle Tablo-26 1997 ve 2011 yıllarına ait spor yayınlarında kamera kullanımını incelemektedir. Toplam 826 (Tablo-1) çekimden oluşan 1997 yılına ait spor yayınında 269 çekimde pilot kamera, 401 çekimde detay kameralar, 52 çekimde kale arkası kamera, 25 çekimde tribün kamerası, 55 çekimde yedek kulübe kamerası ve 24 çekimde de ofsayt kamerası kullanılmıştır. 1997 yılına ait spor yayınında 6 farklı kamera türü kullanılmıştır. Buna karşın 590 çekimden (Tablo-1) oluşan 2011 yılına ait spor yayınında, 172 çekimde pilot kamera, 279 çekimde detay kameralar, 13 çekimde Jimmy jib kamera, 19 çekimde örümcek kamera, 12 çekimde steady cam, 15 çekimde super slow motion (phantom), 6 çekimde kale arkası tepe kamerası, 25 çekimde tribün kamerası, 34 çekimde yedek kulübesi kameraları, 13 çekimde ofsayt kameraları, 1 çekimde file kamerası ve 1 çekimde de çizgi kamerası olmak üzere 12 farklı kamera türü kullanılmıştır. Kullanılan kamera türleri toplam çekim sayısına oranlandığında 1997 yılında toplam çekimin % 32'si pilot kamera, %49'u detay kamera, %7'si kale arkası kamera, % 3'ü tribün kamera, % 7'si yedek kulübe kameraları ve % 2'si ofsayt kameralarından alınmıştır. 2011 yılı yayınında ise toplam çekimin % 29'u pilot kamera, % 47'si detay kameralardan, % 2'si Jimmy jib kameralardan, %4'ü örümcek kameradan, % 2'si steady cam kameralardan, %2'si super slow motion kameralardan, % 1'i kale arkası tepe kamerasından, % 4'ü tribün kameralarından, % 6'sı yedek kulübeleri kameralarından, % 3'ü ofsayt kameralarından alınmıştır. Çizgi ve file kameraları birer defa kullanıldığı için yüzdelik olarak yok sayılmıştır.

Tablo-27 Kamera Türleri (Süre Olarak) Kullanımı

	1997						2011					
	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam		İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Sn) [†]	%	Süre (Sn)	%	Süre (Sn)	%	Süre (Sn)	%	Süre (Sn)	%	Süre (Sn)	%
Pilot	1551	28	1529	27	3080	55	1612	29	1702	30	3314	59
Detay	825	15	895	16	1720	30	730	13	699	12	1429	25
Jimmy Jip	-	-	-	-	-	-	36	1	67	1	103	2
Örümcek	-	-	-	-	-	-	89	1	83	1	172	3
Steady Cam	-	-	-	-	-	-	69	1	28	1	97	2
Phantom	-	-	-	-	-	-	25	1	87	1	112	2
Kale Arkası Tepe	-	-	-	-	-	-	19	0,5	9	0,5	28	1
Tribün	76	1	41	1	117	2	62	1	62	1	124	2
Yedek Kulübesi	55	1	214	3	269	4	50	1	112	1	162	2
Ofsayt	95	2	91	1	186	3	31	1	58	1	89	2
File	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	3	-
Çizgi	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-	7	-
Kale Arkası	158	3	118	2	276	5	-	-	-	-	-	-

Kullanılan kamera türlerinin süre olarak incelendiği Tablo-27'ye göre toplam 5648 saniyeden oluşan 1997 yılı spor yayınında; 3080 saniye pilot kamera, 1720 saniye detay kameralar, 276 saniye kale arkası kamera, 117 saniye tribün kamerası,

[†] Saniye

269 saniye yedek kulübe kamerası ve 186 saniyede ofsayt kamerası kullanılmıştır. 5640 saniyeden oluşan 2011 yılı spor yayınında ise 3314 saniye pilot kamera, 1429 saniye detay kameralar, 103 saniye Jimmy jib kamera, 172 saniye örümcek kamera, 97 saniye steady cam, 112 saniye super slow motion (phantom) kamera, 28 saniye kale arkası tepe kamerası, 124 tribün kamerası, 162 saniye yedek kulübesi kameraları, 89 saniye ofsayt kameraları, 3 saniye file kamerası ve 17saniyede çizgi kamerası kullanılmıştır. Kamera türleri kullanım süreleri toplam yayın süresine oranlandığında 1997 yılında toplam sürenin, % 55'i pilot kamera, %30'u detay kamera, %5'i kale arkası kamera, % 2'si tribün kamera, % 4'ü yedek kulübe kameraları ve % 1'i ofsayt kameralarından oluşmaktadır. 2011 yılı yayınında ise toplam yayın süresinin, % 59'u pilot kamera, % 25'i detay kameralardan, % 2'si Jimmy jib kameralardan, % 3'ü örümcek kameradan, % 2'si steady cam kameralardan, % 2'si super slow motion kameralardan, % 1 'i kale arkası tepe kamerasından, % 2'si tribün kameralarından, % 2'si yedek kulübeleri kameralarından, % 2'si ofsayt kameralarından oluşmaktadır.

4.6.Diğer Kategoriler

Tablo-28 Sayı Olarak Tekrar Gösterim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	39	5	42	8	81	10
2011	34	8	61	14	95	22

Yayınlar içerisindeki pozisyonların tekrar gösterimlerinin incelendiği Tablo-28'e göre 1997 yılına ait spor yayınında toplam 81 çekim, 2011 yılı spor yayınında ise 95 çekim, tekrar gösterim kullanılmıştır. Tekrar gösterim çekimleri toplam çekimlere oranlandığında 1997 yılında %10, 2011 yılında %22 oranında tekrar gösterim kullanılmıştır.

Tablo-29 Süre Olarak Tekrar Gösterim Kullanımı

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	241	4	291	5	532	9
2011	234	5	389	8	625	13

Tekrar gösterimlerin süre olarak incelendiği Tablo-29'a göre 1997 yılına ait spor yayınında toplam 532 saniye, 2011 yılı spor yayınında ise 625 saniye tekrar gösterim kullanılmıştır. Tekrar gösterim süreleri toplam sürelere oranlandığında 1997 yılında %9, 2011 yılında %13 oranında tekrar gösterim kullanılmıştır.

Tablo-30 Sayı Olarak Slow Motion-Super-Slow Motion Kullanımı

		İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	Slow Motion	39	4	45	5	84	9
	Super Slow Motion	-	-	-	-	-	-
2011	Slow Motion	21	5	32	8	53	13
	Super Slow Motion	6	1	9	1	15	2

1997 ve 2011 yıllarına dair spor yayınlarında slow motion ve super slow motion çekim sayıları Tablo-30'da incelenmiştir. Buna göre 1997 yılında toplam 84 çekim slow motion çekim'den oluşmaktadır. 1997 yılı spor yayınında super slow motion çekim bulunmamaktadır. 2011 yılı spor yayını, 53 çekim slow motion çekimden, 15 çekim ise super slow motion çekimden oluşmaktadır. Slow motion ve

super slow motion çekimlerin oranı yayınların toplam çekim sayıları ile oranlandığında 1997 yılı spor yayınının % 9'u slow motion çekimden oluşmaktadır. 2011 yılı spor yayınının %13'ü slow motion çekimden, %2'si ise super slow motion çekimden oluşmaktadır.

Tablo-31 Süre Olarak Slow Motion-Super-Slow Motion Kullanımı

		İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
		Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	Slow Motion	240	4	309	5	549	9
	Super Slow Motion	-	-	-	-	-	-
2011	Slow Motion	139	3	201	4	340	7
	Super Slow Motion	25	1	87	1	112	2

1997 ve 2011 yıllarına dair spor yayınlarında slow motion ve super slow motion çekimlerin süre olarak incelendiği Tablo-31'e göre 1997 yılında toplam 549 saniye slow motion çekim'den oluşmaktadır. 1997 yılı spor yayınında super slow motion çekim bulunmamaktadır. 2011 yılı spor yayını, 340 saniye slow motion çekimden, 112 saniye ise super slow motion çekimden oluşmaktadır. Slow motion ve super slow motion çekimlerin süresi yayınların toplam yayın süreleri ile oranlandığında 1997 yılı spor yayınının % 9'u slow motion çekimden oluşmaktadır. 2011 yılı spor yayınının %7' slow motion çekimden, %2'si ise super slow motion çekimden oluşmaktadır.

5. Değerlendirme

Spor yayınlarında görüntü dilinin incelenmesine yönelik bir araştırmayı kapsayan bu çalışmanın bulgular ve yorum başlığı altında ele alınan incelemeleri spor yayınlarının görüntü diline yönelik olmuştur. Bu noktada spor yayınları ile izleyici arasında bağ kurmak için hangi ölçekler kullanılmakta? Teknolojik gelişmelerin spor yayınlarına ne gibi etkileri olmakta? Türkiye Süper Ligi'nin naklen yayınlarının havuz sistemine geçtiği ilk dönem ile son dönem naklen yayınları arasında ne gibi farklılıklar gözlenmekte? gibi sorulara cevaplar aranarak, spor yayınlarının görüntü dili incelenmeye çalışılmıştır.

İncelenen spor yayınları kullandıkları çekim sayıları bakımından karşılaştırıldıklarında, iki karşılaşma da birbirlerine çok yakın sürelerle sahip olmalarına karşın 1997 yılındaki karşılaşma 826, 2011 yılındaki karşılaşma ise 590 çekimden oluşmaktadır. Aralarındaki 236 çekimlik farka bakıldığı zaman, havuz sisteminin ilk uygulanmaya başladığı yıl olan 1997 yılındaki spor yayınının çok daha fazla çekim sayısı ile gerçekleştirildiği ve dolayısıyla çekim sürelerinin 2011 yılına oranla daha kısa olduğu ortaya çıkmaktadır. 1997 yılı spor yayının daha fazla çekim sayısına sahip olması nedeniyle 2011 yılındaki yayına göre çok daha bölünmüş bir yapıda olduğu söylenebilir. Çekim sürelerinin kısa tutulması yayına daha dinamik bir yapı kazandırmış ve izleyicinin ilgisi bu yolla çekilmeye çalışılmış gibi görünmektedir. 2011 yılı spor yayınında ise daha uzun süreli çekimler kullanılmış, bu şekilde yayın mümkün olduğunca daha az parçalı bir yapıya büründürülmüş ve izleyicinin kendini yayının içeriğine kaptırması sağlanmaya çalışılmıştır.

İki spor yayını çekim ölçekleri açısından incelendiğinde 1997 yılı spor yayını uzak çekim kullanım oranı %38, 2011 yılı spor yayını ise %37'dir. Bu oranlar kullanılan uzak çekimlerin sayı bakımından incelenmesi sonucunda bulunmuştur. İki yayının uzak çekim bakımından birbirlerine bu kadar yakın olmasının en önemli nedeni, incelenen karşılaşmalarda hareketin fazla olması ve bu nedenle takiplerinin zor olmasıdır. Uzak çekim ölçekler sayı bakımından incelenen spor yayınlarının yaklaşık %40'ını oluşturmalarına rağmen, süreleri bakımından incelendiğinde 1997 yılı spor yayının %60'ı, 2011 yılı spor yayınının ise %65'i uzak çekim ölçeklerden oluşmaktadır. Bu açıdan bakıldığında spor karşılaşmalarının büyük bir bölümünün

uzak çekim ölçeklerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Spor yayınlarında kullanılan bir diğer ölçek olan orta çekim ölçekler incelendiğinde ise ilginç sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Özellikle 1997 yılı spor yayınında orta çekim ölçekler sayı bakımından incelendiğinde uzak çekim ölçeklerden daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Uzak çekim ölçeklerin kullanım oranı %38 iken orta çekim ölçeklerin kullanım oranı %43'tür. 2011 yılı spor yayınında ise orta çekim ölçekler uzak çekim ölçeklere göre daha az kullanılmıştır. Orta çekim ölçekler %33 iken uzak çekim ölçekler %37'dir. Ancak orta çekim ölçekler her iki spor yayınının toplam sürelerine oranlandığında kullanım sayılarının aksine uzak çekim ölçeklerden çok daha az kullanıldığı görülmektedir. Özellikle 2011 yılı spor yayınının sadece %19'u orta ölçek çekimlerden oluşmaktadır. Bu oran uzak çekim ölçek kullanımının 3'te 1'inden daha azdır. 1997 yılı spor yayınında fark bu kadar yüksek değildir. Yayının toplam süresinin %28'ini oluşturan orta çekim ölçekler, uzak çekim ölçeklerden yarı yarıya daha az kullanılmıştır.

İncelenen spor yayınları yakın çekim ölçek kullanımları bakımından değerlendirildiğinde 1997 yılı spor yayınında toplam çekim sayısının %19'u yakın çekim ölçeklerden oluşmaktadır. 2011 yılı spor yayınında ise bu oran %30 ile neredeyse orta çekim ölçeklere eşittir. Ancak yakın çekim ölçek kullanım süreleri yayınların toplam süreleri ile oranlandığında iki yayın arasındaki fark azalmaktadır. 1997 yılı spor yayınının toplam süresinin %12'si yakın çekim ölçeklerden oluşmakta iken, 2011 yılı spor yayınının %16'sı yakın çekim ölçeklerden oluşmaktadır.

Spor yayınlarının görüntü dili içerisinde önemli bir diğer etken olan kamera açıları incelendiğinde ise iki dönem arasında ciddi farklar ortaya çıkmaktadır. Kullanılan üst açı çekimler incelendiğinden 1997 yılı spor yayınının toplam çekim sayısının %53'ü üst açıdan oluşurken, 2011 yılı spor yayının %70'i üst açı çekimden oluşmaktadır. Sayısal bakımdan bu fark yayınların toplam süreleri içerisinde üst açı kullanımı bakımından da kendini göstermektedir. 1997 yılı spor yayınının %70'i üst açı çekimden oluşmakta iken, 2011 yılı spor yayınının %82'si üst açı çekimden oluşmaktadır. İncelenen spor yayınları alt açı kullanımları bakımından karşılaştırıldığında 1997 yılı spor yayınında alt açı kullanımı %1 ile yok denecek kadar azdır. 2011 yılı spor yayınında ise alt açı kullanımı toplam çekim sayısının %5'ini oluşturmaktadır. Alt açı çekim süreleri ile yayınların süreleri oranlandığında

ise 1997 yılı spor yayınının toplam süresinin %1'i, 2011 yılı spor yayınının %4'ü alt açı çekimden oluşmaktadır. Spor yayınlarında üst açıdan sonra en çok kullanılan açı olan göz hizası açısı kullanımları incelendiğinde 1997 yılı spor yayının çekim sayısının %45'i göz hizası çekimden oluşmaktadır. Bu oran neredeyse üst açı çekim oranı (%53) eşittir. 2011 yılı spor yayınında ise üst açı kullanımı ile göz hizası kullanımı arasında büyük bir fark vardır. Göz hizası açı kullanım oranı %23 ile üst açı kullanımının (%70) bir hayli gerisinde kalmıştır. Yine göz hizası açısı yayınların süreleri ile oranlandığında 1997 yılı spor yayınının %29'u, 2011 yılı spor yayınının ise %12'si göz hizası açısından oluşmaktadır. İki spor yayını açısı kullanımları bakımından en önemli fark ise kuş bakışı açısının kullanımında ortaya çıkmaktadır. Spor yayınlarında kuş bakışı açı kullanımı bazı teknik gereklilikler taşıdığı için 1997 yılı spor yayınında kuş bakışı açı kullanımına rastlanmamaktadır. Ancak 2011 yılı spor yayınının %2'si kuş bakışı açıdan oluşmaktadır

Ele alınan spor yayınları kamera hareketleri açısından değerlendirildiğinde, 1997 yılında 826 çekimin 216'sı kombine kamera hareketlerinden, 323'ü çevrinme hareketlerden 37'si ise optik kaydırma hareketlerinden oluşmaktadır. Çekim sayıları açısından bakıldığında 1997 yılı spor yayını oluşturulan çekimlerin %26'sı kombine, %39'u çevrinme ve %5'i optik kaydırma hareketlerinden oluşmaktadır. 1997 yılı spor programının %30'u ise sabit çekimlerden oluşmaktadır. 2011 yılı spor programının kamera hareketleri incelendiğinde ise kombine hareketlerin kullanımı %35, çevrinme hareketlerin kullanımı %34, optik kaydırma hareketlerinin kullanımı %5'tir. 2011 yılında ayrıca çekimlerin %1'i kaydırma hareketlerinden oluşmaktadır. Sabit kamera kullanımı 2011 yılında %24'tür. Kamera hareketleri kullanımı çekim süreleri açısından incelendiğinde ise 1997 yılı spor yayını toplam süresinin %51'i kombine hareketlerden oluşmakta iken, 2011 yılı spor yayınının toplam süresinin %60'ı kombine hareketlerden oluşmaktadır. 2011 yılı spor yayınında daha fazla kombine kamera hareketi kullanılmasının nedeni artan kamera sayısı ve geliştirilen kamera sistemleri sayesinde hareketi takip etmenin daha kolay ve elverişli hale gelmesidir. 1997 yılında kale arkası kameraları sabit iken 2011 yılında Jimmy jib sistem üzerine entegre edilmiş ve böylece kale arkası kameralardan daha fazla hareket elde edilmiştir. 2011 yılı spor yayınlarında süre olarak çevrinme kamera hareketleri kullanımı %22 iken 1997 yılı spor yayınında %28'dir. Çevrinme kamera

hareketlerinin 2011 yılında daha az kullanılmasının temel nedeni yeni kamera sistemlerinin sayesinde çevrinme kamera hareketleri yerine daha farklı kamera hareketleri yapabilme olanağının elde edilmesidir. Özellikle örümcek kamera, steady cam kamera sistemleri sayesinde çevrinme kamera hareketinin yanında kaydırma kamera hareketleri de kullanılmaya başlanmıştır. Her iki spor yayınında da sabit kamera kullanımı toplam yayın sürelerinin %20'sinden daha azdır. 1997 yılı spor yayınının %18'i sabit kamera ile çekilmişken, 2011 yılı spor yayınının sadece %14'ü sabit kamera ile çekilmiştir.

İncelenen spor yayınlarında kullanılan kamera türlerine bakıldığında 1997 yılında 6 farklı kamera türü kullanılmışken, 2011 yılında 12 farklı kamera türü kullanılmıştır. İki spor yayınında kullanılan kamera türleri arasında büyük farklar olmasına rağmen her iki spor yayının da büyük bir kısmı pilot kameradan izleyicilere aktarılmıştır.

SONUÇ

Spor yayınlarında görüntü dili kullanımının incelendiği bu çalışma kuramsal ve uygulama olarak iki ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın kuramsal bölümü kendi içerisinde iki alt bölümde incelenmiştir. Spor ve Televizyon başlıklı birinci bölümde spor kavramı ve işlevleri, televizyon ve spor birlikteliği, Televizyon Programında Kamera ve Görüntü başlıklı ikinci bölümde ise, televizyon programlarında kamera ve görüntünün önemi, kamera ile sağlanan görsel dil ve gelişen kamera sistemleri ele alınmıştır.

Çalışmanın uygulama bölümü ise Spor yayınlarında görüntü dili kullanımının incelenmesine yönelik bir uygulamayı kapsamaktadır. Bu kapsamda televizyon kanallarının spor programlarında en çok yer verdikleri spor dalı olan futbol ele alınmış 14 yıl arayla Türkiye süper ligine ait iki futbol karşılaşması içerik analizi yöntemiyle incelenerek bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

Toplumsal hayatın giderek karmaşıklaşması ve gelişen teknoloji ile birlikte birey giderek yalnızlaşmakta ve yabancılaşmaktadır. Günlük hayatın koşturmacasından yorulan birey gelişen teknolojik araçlar vasıtasıyla kendini toplumdan soyutlamakta ve kalan zamanının büyük bir bölümünü teknolojik araçlar ile oyalanarak geçirmektedir. Teknolojinin bugünkü kadar gelişmediği dönemde bireyin rahatlamak için en çok başvurduğu etkinlik olan spor günümüzde de bireyin hayatının önemli bir bölümünde yer almakta, ancak teknoloji sayesinde boyut değiştirerek “spor yapan birey”den çok “sporu takip eden birey” kavramına dönüşmektedir.

Teknolojik gelişmenin baş aktörü olan televizyon gündelik yaşam kültürünü belirleyen ve yeniden üreten bir konumdur. Temel amacı izlenmek ve bu yolla kar elde etmek olan televizyon bireylerin ilgisini çekecek olan bütün unsurlardan faydalanmaktadır. Elbette ki spor da bu unsurların başında yer almaktadır. Televizyon yayınlarını ele alan çalışmalar incelendiğinde spor programlarının televizyon yayınlarında önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Televizyon, spor dendiğinde ilk akla gelen branş olan futboldan sonuna kadar faydalanmaktadır. Televizyon futbol birlikteliği sadece naklen futbol maçlarının yayınlanması ile sınırlı kalmamakta, maç öncesi ve sonrası yayınlar, tartışma programları, spor haberleri gibi birçok program ile sporu kullanmaktadır. Televizyon için futbol karşılaşmalarının

oynandığı stadyumların dolu olmasından çok, maçların yayınlandığı saatte kaç kişi tarafından izlendiği önemlidir. Spor kulüpleri taraftarlarını stadyumlara çekmeye çalışırken, televizyon ise kaç taraftarın geldiğinden ziyade kaç decoder sattığı ile ilgilenmektedir.

Televizyon spor izleyicisi bu kadar önemli bir konumda olduğu için, televizyon izleyicinin ilgisini yüksek tutmak ve yeni izleyiciler kazanmak için büyük yatırımlar yapmakta ve yayıncılık sektöründe meydana gelen yenilikleri önce spor yayınlarında kullanmaktadır. Çalışmamın uygulama bölümünde ele alınan spor yayınlarının incelenmesi neticesinde televizyonun spor yayınlarını izleyicilere aktarırken kaydettiği aşamalar, izleyicinin ilgisini çekmek için başvurduğu görsel sunumlar ortaya konmuştur.

İncelenen ilk spor yayını olan 1997 yılındaki spor yayını diğerine göre çok daha fazla çekimden oluşmaktadır. Aktarılan spor yayını çok daha fazla çekim ile sunulmakta ve daha fazla heyecan yaratılarak kitlelerin ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Bununla birlikte 2011 yılındaki spor yayını diğerine göre daha az çekimden oluşmasına rağmen spor yayınının bütünü bozmamaya dikkat ederek izleyicinin spor yayını ile yakın bir ilişki içerisinde olmasını amaçlamaktadır.

Spor yayınları çekim ölçekleri kullanımı açısından değerlendirildiğinde 1997 yılı spor yayını izleyiciyi olayın içerisine çekmekten çok, spor olayını izleyiciye aktarmayı amaçladığı için uzak ve orta çekim ölçekleri daha fazla kullanılmaktadır. Psikolojik unsurları, oyuncu ile bütünleşmeyi daha çok sağlayan yakın çekim ölçekler 1997 yılı spor yayınında çok fazla kullanılmamıştır. Ancak günümüzde yıldız oyuncu kavramı giderek öne çıkmakta, oyuncuların hayran kitlelerinin giderek artmaktadır. Bu nedenle 2011 yılı spor yayını hem bu özelliklerden yararlanmak hem de izleyicilerin spor yayını ile daha yakından bir ilişki kurmasını sağlamak açısından, 1997 yılı spor yayınına göre daha fazla yakın çekim ölçekten yararlanmaktadır. Topun oyunda olduğu sürede uzak çekim ölçeği ile yayın aktarılırken, oyun durduğu dakikalarla oyuncular ile izleyici arasındaki ilişkiyi güçlendirmek için yakın çekim ölçekler kullanılmaktadır. Yakın çekim ölçeklerin insan psikolojisini yansıtmadaki gücü 2011 yılı spor programında da kullanılmakta ve izleyicinin oyuncu ile doğrudan ilişkiye girmesi sağlanarak onun oyun içerisinde hissettikleri izleyiciye

aktarılmaktadır. Böylece izleyicinin bir an olsun televizyonun başından ayrılmaması ve spor yayını daha fazla izlenmesi sağlanmaya çalışılmaktadır.

Her iki spor yayınının görüntü dilini kullanımları, kamera hareketleri açısından incelendiğinde de benzer durumlar ortaya çıkmaktadır. 1997 yılı spor yayını çoğunlukla kombine ve çevrinme hareketlerinden oluşurken, 2011 yılı spor yayın kombine, çevrinme ve özellikle 1997 yılında kullanılmayan kaydırma kamera hareketlerinden oluşmaktadır. Kombine ve çevrinme kamera hareketleri genellikle spor yayını içerisindeki hareketi takip etmek için kullanılırken, kaydırma kamera hareketleri, hareketi takip etmekten çok izleyicinin dikkatini çekerek ilgiyi arttırmayı amaçlamaktadır. Jimmy jib, steady cam ve örümcek kamera gibi gelişen kamera sistemleri, kameraların hareket sınırlarını ortadan kaldırmakta ve neredeyse sınırsız kamera özgürlüğü sayesinde spor yayını çok daha ilgi çekici hale getirmektedir. Özellikle örümcek kamera sistemi sayesinde spor yayınlarında kullanılan standart kamera açıları yerine izleyicinin günlük hayatında karşılaşamayacağı kamera açıları ve kamera hareketleri kullanılarak spor yayınının izlenirliği arttırılmaya çalışılmaktadır. 360 derece dönebilmesi ve sahanın her noktasına ulaşabilmesi sayesinde örümcek kamera sistemi 2011 yılı spor yayınının en belirgin özelliklerinden biri olarak kendini göstermektedir.

Televizyon spor yayınlarının izleyicilerin ilgisini çekmek için başvurdukları yöntemlerden birisi de sıradanlığı ortadan kaldırmaya çalışmaktır. Bu açıdan ele alındığında 1997 yılı spor yayını belli başlı kamera türlerini kullanırken, 2011 yılı spor yayını daha fazla kamera türünden faydalanmıştır. Örümcek kamera, Jimmy jib ve steady cam spor yayınlarında kullanılmaya başlanmış, böylece spor yayınları farklı açılardan izleyicilere aktarılmıştır. İzleyiciler pozisyonları tek bir açıdan görmek yerine daha farklı açılardan görmekte ve daha yüksek bir ilgi ile yayınları takip etmekte. 2011 yılı spor yayınında farklı açılar kullanılarak izleyicinin sıkılmasının ve ilgisini kaybetmesinin önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Ağır çekim görüntülerin kullanılması da aynı nedenlerden ötürü 2011 yılında artmıştır. Özellikle süper slow motion kameraların geliştirilmesi neticesinde 2011 yılı spor yayını en küçük detayları bile yakalayabilmekte ve izleyiciye aktarmaktadır. İnsan gözünün normal şartlarda göremeyeceği detayları yakalayan ve izleyiciye aktaran süper slow motion

kameralar, özellikle oyunun durduğu dakikalarda ekrana getirilerek izleyicilerin ilgisinin azalmasının önüne geçilmeye çalışılmaktadır.

Bu çalışma, varsayımlar bölümünde sıralanan başlıklara göre değerlendirildiğinde;

“Teknolojik gelişmeler ile birlikte spor yayınların görsel dilleri de gelişmektedir.” İfadesinin yer aldığı başlık ele alındığında ortaya konan ifadenin doğru olduğu ortaya çıkmaktadır. Zira 1997 yılı spor yayını belli başlı görsel unsurlar aracılığı ile izleyiciye aktarılırken, 2011 yılı spor yayını daha fazla ve daha farklı görsel unsurlar ile izleyiciye aktarılmaktadır. Özellikle kamera sistemlerinde meydana gelen gelişmeler bunun temel nedenidir. Örümcek kamera sistemi ile kuşbakışı kamera açısı, kaydırma kamera hareketleri, tepe açısı gibi 1997 yılı spor yayınında kullanılmayan görsel unsurlar kullanılmıştır. Yine süper slow motion kamera sayesinde yayınlar 1997 yılı spor yayınında olmadığı kadar detaylı bir şekilde izleyiciye aktarılmıştır. Kale arkalarına yerleştirilen Jimmy jib kameralar ile kalecinin sadece topa vurduğu gösterilmek yerine kalecinin hareketleri ve topun hareketi izleyiciye aktararak izleyicilerin duyduğu heyecan arttırılmaya çalışılmıştır.

“Televizyon spor yayınları sinema sektöründe kullanılan ve izleyicilere belirlenen etkileri vermek için kullanılan görüntü unsurlarından yararlanmaktadır.” Varsayımı ele alındığında ise sinema sektöründe izleyicinin ilgisini çekmek, oyuncu ile olan iletişimini güçlendirmek için kullanılan yakın çekim ölçeklerin spor yayınlarında giderek daha fazla kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Uygulama bölümünde ortaya konan veriler incelendiğinde 1997 yılı spor yayınında da yakın çekim ölçekler kullanılmasına rağmen, 2011 yılı spor yayınında daha fazla yakın çekim ölçeklerin kullanıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu bakımdan sinemanın en güçlü görsel silahlarından biri olan yakın çekimler spor yayınlarında da giderek daha fazla kendine yer bulmaktadır.

Çalışmanın bir diğer varsayımı olan “Kitle iletişim araçları gelişen teknolojileri, görüntü tekniğini, farklı çekim ölçekleri ve kamera hareketlerini spor yayınlarında kullanarak, spor olaylarını, spor sahalarından takip eden sınırlı sayıda taraftar ile

yetinmek yerine televizyon spor yayınları ilgi çekici bir görsel dil kullanarak milyonlarca insan tarafından takip edilmeyi amaçlamaktadır” ifadesine bakıldığında bu varsayımında doğrulandığı görülmektedir. Uygulama bölümünde incelenen spor yayınlarının şifreli kanalda olması ve belirli bir abonelik gerektirmesi neticesinde spor yayınlarına olan ilginin giderek arttığı daha kolay gözlemlenmektedir. Hisse.net sitesinin verilerine göre Türkiye Süper Ligi yayın haklarını elinde bulunduran Digitürk’ün abone sayısı: Birinci yıl: 147 bin. İkinci yıl: 187 bin. Üçüncü yıl: 212 bin. Dördüncü yıl: 293 bin. Beşinci yıl: 404 bin. Altıncı yıl: 499 bin. Yedinci yıl: 575 bin. Sekizinci yıl: 677 bin. Dokuzuncu yıl (Nisan 2009 itibariyle): 693 bindir. Bu bakımdan spor yayınları giderek daha ilgi çekici hale gelmekte ve daha çok izleyici tarafından izlenmektedir.

KAYNAKÇA

- AKKAYA,C. (2009). **Spor ve Medya: Medyanın Futbolu Kitle Kültürü Haline Getirmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- AKYÜREK, F. (2004). Senaryo Yazarı Olmak Senaryo Yazmak, MediaCat Yayınları, İstanbul.
- ALEMDAR, K. (1999). **Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar**, Afa Yayınları, İstanbul.
- ARIK, M. B. (2004). **Top Ekranda “Medya Çağında Futbol ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki”**, Salyangoz Yayınları, İstanbul.
- ARİJON, D. (1995). **Film Dilinin Grameri II**, Çev: Yalçın DEMİR ve D., Kavram Yayınları, İstanbul.
- ATASOY, B., KUTER, F.Ö. (2005). Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi XVIII (1).
- AUTHİER C. (2002). **Futbol A.S.** Kitap Yayınevi, İstanbul.
- AZİZ, A. (1981). **Radyo ve Televizyona Giriş**, Ankara Üniversitesi S.B.F. Yayınları, Ankara.
- BERGER, A. A. (1993). **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, (Ed: Nazmi Ulutak ve Aslı Tunç), Anadolu Üniversitesi 282 Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları, Eskişehir.
- BOZDAG, İ. (1992). **Dünyada ve Türkiye’de Basın İstibdadı**, Emre Yayınları, İstanbul.
- BROWN, B. (2006). Sinematografi Kuram ve Uygulama, (Çev: Selçuk Taylaner), Hil Yayın, İstanbul.
- CERECİ, S. (2001). **Televizyonda Program Yapımı**, Metropol Yayınları, İstanbul.
- ÇAPLI, B. (1996). **Televizyonda Temel Kavramlar**, Yayınlanmamış Ders Notları.

Çankaya, E.Ö. (1990). **Türk Televizyonunun Program Yapısı (1968-1985)**, Mozaik Basımevi, İstanbul.

DEVECİOĞLU, S. (2004). **Sporun Ekonomik Boyutu** Standart Ekonomik ve Teknik Dergi T.S.E. Yıl 43, Sayı, 511

DİLEK, H. (2006). **Maçı Kaybettik Ama Zemin Futbol Oynamaya Müsait Değildi**, 2. Baskı, Kara Kutu Yayınları, İstanbul.

FİŞEK, K. (1998). **Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi**, Bağırhan Yayınevi, 2. Baskı, Ankara.

GELENBEVİ, B. (1982). **Film Reji Asistanı Adayı Kılavuz Kitabı**, İfsak Yayınları, İstanbul.

GÖKÇE, G. (1997). **Televizyon Programcılığı Yapım ve Yönetmenliği**, Der Yayınları, İstanbul.

GÖKGÖZ, A. (1977). **Bütün Yönleriyle Fotoğrafçılık**, Hüsnü Tabiat Matbaası, İstanbul.

GÖREN, A. Ş. (1994) **Sinemada Görüntü Yönetmeni** Kitle Yayınları, Ankara.

GÜÇHAN, G. (1999). **Tür Sineması Görüntü ve İdeoloji**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

HİÇYILMAZ, E. (1984). **Niçin Kitlesiz Spor Değil** Süreç Yayınları İstanbul.

İÇEL, K. (1993). **Kitle Haberleşme Hukuku**, Beta Yayınları, İstanbul.

İKİZ, M. (2010). **İngiliz Futbol Endüstrisi**, http://www.futbolekonomi.com/index.php?option=com_content&view=article&id=280:ngiliz-futbol-enduestrisi-iii&catid=126:mete-ikiz&Itemid=58 (Erişim Tarihi 20.09.2010)

İMAMOĞLU, A.F. (1992). **Fonksiyonel Açıdan Spor Yönetiminin Anlam ve Önemi"** .Gazi Eğitim Fak.Der., Cilt 8, sayı 1 s.21-34,

KAFALI, N. (1993) **Tv Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ümit Yayıncılık, Ankara.

KAFALI, N. (2000). **Televizyonda Kameramanlık**, Ümit Yayıncılık, Ankara

KARS, N.(2003). **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, Derin yayınları, İstanbul.

KAYA, A. Y. (2000). “**Spor Basınının Kamusal Boyut ve İşlevleri**”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 10, İstanbul.

KAYA, A. Y. (2001). “**Türkiye’de Spor Basını Haber Dili: Futbol Haberlerinde Sözcük Seçimi Üzerine Bir İçerik Çözümlemesi**”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

KAZANCI, M. (1982). **Halkla İlişkiler**, Savaş Yayınları, Ankara.

KAZAZ, M. (2002). “**Türk Televizyon Spor Programlarına Yönelik İçerik Analizi: Örnek Olay: Bizim Stadyum (ATV), 3. Devre (KANAL D), 90 Dakika (NTV), Maraton (SHOW TV), Telegol (STAR), Spor Stüdyosu (TRT1) Spor Programları**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

KAZAZ, M. (2007). **Televizyon Spor Haberlerinin Yapısal Çözümlemesi Ve Dil Kullanımı** Yayınlanmış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

KILIÇ E. (2006). **Politik Goller Futbol ve Siyaset**, Güncel Yayıncılık, İstanbul.

KILIÇ, L. (1994). **Görüntü Estetiği**, Kavram Yayınları, İstanbul.

KILIÇ, L. (2002). **Fotoğrafa Başlarken**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

KILIÇ, L. (2008). **Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi**, Dost Kitabevi, Ankara.

KÜÇÜKKOŞUM S. (2008). http://www.rotahaber.com/abdullah-gulden-erivana-5-sart_38889.html (Erişim Tarihi 25.09.2010).

Marshall G. (1999). **Sosyoloji Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

MASCELLİ, V. J. (2002). **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, Çev: Hakan Gür, İmge Kitabevi, Ankara.

- MONACO, J. (2006). Bir Film Nasıl Okunur?, (Çev. Ertan Yılmaz) 7. Baskı Oğlak Yayıncılık, İstanbul
- MUTLU, E. (1991). **Televizyonu Anlamak**, Gündoğan Yayınları, Ankara.
- MUTLU, E.(1994). **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayını, Ankara.
- MUTLU, E. (1995). **Televizyonda Program Yapımı**, Ankara Üniversitesi İ.F. Yayınları.
- ONARAN, A.Ş. (1999). **Sinemaya Giriş**, T.C. Maltepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- ÖĞÜLMÜŞ, S. **İçerik Çözümlemesi**, (1991) Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt: 24 Sayı: 1 DOI: 10.1501/Egifak_0000000729
- ÖNGÖREN, M. T.(1976). **Televizyon Film Yapım Yöntemleri**, Ankara Üniversitesi S.B.F. Yayınları, Ankara.
- ÖZÇAGLAYAN, M. (1998). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Alfa Yayınları, İstanbul.
- ÖZÖN, N. (2008). Sinema Sanatına Giriş Agora Kitaplığı İstanbul
- RİGEL, N. (1991). **Elektronik Rönesans**, Der Yayınları, İstanbul.
- SERTTAŞ, D. A. (2007). **Televizyon Programlarının Analizi Ve Seyircileri Etkileme Yöntemlerinin İncelenmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.
- SEZER, Duygu, **Kamuoyu ve Dış Politika**, A.Ü. S.B.F. Yayınları, 1972.
- ŞAHAN, H. (2007). “**Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Spor Aktivitelerinin Rolü**”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.
- Sarioğlu, G. (1976). **Televizyon Program Yapım ve Yönetimi**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları Ankara.
- ŞEKER M. (1999). **Televizyon Haberciliği** Sel-Ün Vakfı Yayınları Konya.

TALİMCİLER A. (2003). **Türkiye’de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi**, Bağlam Yayınları, İstanbul.

TALİMCİLER A. (2005) **“Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Türkiye’de Futbol”** Toplum ve Bilim, s, sayı:103, Birikim Yayıncılık, s.147-163

TURAM, E. (1994). **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri**, İrfan Yayınları, İstanbul.

USLU, M. (2006).**Televizyon Program Yapım Yönetim VE Çekim Teknikleri: "Kurtlar Vadisi" Adlı Dizinin Çekim Teknikleri Açısından İncelenmesi** Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konya.

Ünsal, A. (2005). Tribün Cemaatinin Öfkesi: Ticarileşen Türkiye Futbolunda Şiddet. İstanbul İletişim Yayınları, İstanbul.

YASİN, İ. (1996) **“Türk Televizyonculuğunda Spor Yayıncılığı”, 2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV**, (ed: Emir TURAM), Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

YETİM, A. A. (2005). **Sosyoloji ve Spor**, Morpa Yayınları, Ankara.

Özgeçmiş

Adı Soyadı:	Halit KARTAL	İmza:		
Doğum Yeri:	Balıkesir			
Doğum Tarihi:	06.06.1983			
Medeni Durumu:	Evli			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Ali Hikmet Paşa İ.O		Balıkesir	1995
Ortaöğretim	Balıkesir İ.H.L		Balıkesir	
Lise	Balıkesir İ.H.L.		Balıkesir	2000
Önlisans	Niğde Üniversitesi M.Y.O	Radyo- Televizyon Programcılığı	Niğde	2002
Lisans	S.Ü.İletişim F.	Gazetecilik	Konya	2006
Yüksek Lisans	S.Ü. Sos. Bil. Ens.	Radyo Televizyon	Konya	2011
Becerileri:	Kamera Kullanımı, Bilgisayar Destekli Montaj, Analog Montaj, Bilgisayar Teknik Destek			
İlgi Alanları:	Kamera, Bilgisayar, Mobil Teknolojiler Kısa Film			
İş Deneyimi:	2002-2003 İzmir Sky Tv Haber Kameramanlığı 2003-2008 Üntv Program ve Prodüksiyon Kameramanlığı			

Aldığı Ödüller:	İzmir Ticaret Odası Ekonomi Haberi Yarışması Görüntülü Haber Dalında En İyi Ekonomi Haberi ikincilik/ 2003 17. Aydın Doğan Genç İletişimciler Yarışması Reklam Senaryosu İkincilik Basın Reklamı Üçüncülük 18. Aydın Doğan Genç İletişimciler Yarışması İnternete Uyarlanmış Proje İkincilik En İyi Görsel Tasarım Üçüncülük Mikro Site İkincilik 7. Uluslar arası Reklamcılar Derneği Reklam Yarışması Finalist
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Yrd. Doç. Dr. Göksel ŞİMŞEK Yrd. Doç. Dr. Aşina GÜLERARSLAN Yrd. Doç. Dr. Duygu AYDIN Yrd. Doç. Dr. Hasret AKTAŞ Yrd. Doç. Dr . Mete KAZAZ
Tel:	0332 223 36 96
Adres	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi No:406 Alaeddin Keykubat Yerleşkesi Selçuklu Konya